

التعليم البيداغوجي كآلية لنشر الفكر المقاوالاتي في أوساط الطلبة الجامعييندراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد خيضر بسكرة**Pedagogical education as a mechanism to spread entrepreneurial thought among university students****A field study at the Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences at the University of Mohamed Kheidar – Biskra**مهني أشواق¹

أستاذ محاضر أ

¹ جامعة محمد خيضر بسكرة، achouak.mehenni@univ-biskra.dz

تاريخ النشر: 2024/11/18

تاريخ القبول: 2024/10/29

تاريخ الاستلام: 2024/02/01

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في واقع اعتماد آلية التعليم البيداغوجي في نشر الفكر المقاوالاتي بين الطلبة الجامعيين، لأجل ذلك قمنا بدراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة بسكرة، حيث تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من أفراد العينة، ولتحليل النتائج تم الاعتماد على برنامج SPSS.V24 . وتم التوصل إلى أن التدريس البيداغوجي من الآليات الفعالة لنشر الفكر المقاوالاتي بالوسط الجامعي إلا أنه ينبغي التركيز عليها أكثر من خلال العمل على تحسيس الأساتذة بمدى أهمية المقاوالاتية والعمل على تكوينهم في هذا المجال، وتشجيعهم لنشر الفكر المقاوالاتي وسط الطلبة.

الكلمات المفتاحية: التعليم البيداغوجي، الفكر المقاوالاتي، الطلبة الجامعيين.**تصنيف JEL:** I2 ، L26 ، I23**Abstract:**

This study aimed to investigate the reality of adopting a pedagogical education mechanism to spread entrepreneurial thought among university students. For this purpose, we conducted a field study at the Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences at the University of Biskra, where the questionnaire was used as a main tool for collecting data from the sample members, and to analyze the results, we relied on SPSS.V24 program. It was concluded that pedagogical teaching is an effective mechanism for disseminating entrepreneurial thought in the university community. However, more emphasis should be placed on it by working to sensitize professors to the importance of entrepreneurship, working to train them in this field, and encouraging them to spread entrepreneurship thought among students.

Keys words: pedagogical education, entrepreneurial thought, university students**JEL classification codes:** I23; L26; I2 .المؤلف المرسل: أشواق مهني، الإيميل: achouak.mehenni@univ-biskra.dz

تمهيد:

مع سرعة التغيرات الحالية وتزايد شدة التنافس على الحصة السوقية والموارد المتاحة من ناحية، والانتشار الواسع لشبح البطالة من ناحية أخرى؛ ازداد الحديث عن المقاوالاتية أهميتها وأصبحت موضوعا واسع التداول والبحث، وذلك لاعتبارها أحد الحلول التي تمكن من تحقيق التكيف مع متطلبات التغيير والمنافسة وتخفيف وطأة البطالة. وعلى غرار جميع دول العالم؛ اتجهت الجزائر إلى تشجيع التوجه المقاوالاتي وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (التي زاد الاهتمام بها في الآونة الأخيرة لما لها من تأثير على الاقتصاد الوطني ببعده التنموي) خاصة لدى فئة الشباب؛ حيث عمدت الدولة الجزائرية إلى اتخاذ العديد من الإجراءات ونص مجموعة من القوانين التي تصب كلها في مجال نشر الفكر المقاوالاتي وتدعيم إنشاء المقاوالات في أوساط الشباب.

ولعل من بين أهم الإجراءات التي ركزت عليها الجزائر هي الاعتماد على الجامعة والتعليم العالي لترسيخ الفكر المقاوالاتي باعتبار الطلبة الجامعيين محور التوجه المقاوالاتي، والمادة التعليمية لبنة التوجه المقاوالاتي؛ حيث بانتقال الاهتمام بتشجيع المقاوالاتية إلى مجال التعليم العالي في الآونة الأخيرة، أصبحت الجامعة تسعى جاهدة - تحت إشراف وبتوصية من وزارة التعليم العالي - إلى إرساء مجموعة من الآليات والميكانيزمات المختلفة التي من شأنها أن تساعد الشباب الجامعي على صقل مهاراتهم وتنمية كفاءاتهم من أجل دفعهم وزرع الرغبة فيهم لإنشاء مؤسساتهم الخاصة.

وباعتبار الفكر المقاوالاتي واحد من أهم التوجهات الحديثة الذي تم تبنيه لمجابهة ظاهرة البطالة للطلبة المتخرجين، سعت الجامعة الجزائرية ولا تزال تسعى لاكتساب هؤلاء الطلبة المعارف اللازمة التي تمكنهم من إنشاء مشاريع ومؤسسات خاصة بهم بعد التخرج، وبالتالي تخفيف العبء على عاتق مصالح الوظيفة العمومية خاصة، هذه الأخيرة التي تعاني كل عام من الكم الهائل للمتخرجين الباحثين عن العمل. وهو ما زاد من ضرورة تشجيع الطلبة وتوجيههم للاقبال على ممارسة المقاوالاتية ونشر الفكر المقاوالاتي بالآليات المناسبة بينهم كدور المقاوالاتية والتدريس البيداغوجي.

وعليه وبناء على ما سبق جاءت إشكالية دراستنا لتعالج جانب من جوانب نشر الفكر المقاوالاتي ألا وهو البيداغوجيا، من خلال الإجابة على التساؤل التالي:

ما واقع اعتماد التعليم البيداغوجي في نشر الفكر المقاوالاتي بين طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة

محمد خبضر بسكرة؟

وللإجابة على إشكالية الدراسة تناولنا الموضوع بشقين نظري وميداني، واعتمدنا الخطة التالية:

أولا: الإطار المنهجي للدراسة (منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة، هدف الدراسة، الإطار الزمني والمكاني للدراسة)

ثانيا: الإطار النظري للدراسة (مفهوم المقاوالاتية والفكر المقاوالاتي، خصائص المقاوالاتية وأهميتها، نشأة مصطلح التعليم المقاوالاتي ومفهومه، وأهميته)

ثالثا: الدراسة الميدانية (التعريف بمجتمع وعينة الدراسة أي بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة بسكرة، تحديد الأساليب الإحصائية المستخدمة، وعرض وتحليل نتائج الاستبيان).

وفي الأخير قمنا بإدراج جملة من النتائج وفي ضوئها تم تقديم بعض التوصيات.

1 - الإطار المنهجي للدراسة

1-1 - منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة: لمعالجة الإشكالية استخدمنا المنهجين الوصفي والتحليلي لملاءمتها لطبيعة الموضوع المدروس؛ حيث تم وضع الإطار النظري لمفاهيم الدراسة وفي الشق التطبيقي للإجابة عن الإشكالية المتعلقة بآلية البيداغوجيا لنشر الفكر المقاولاتي بين طلبة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد خيضر بسكرة. أما الأدوات المستخدمة فتمثلت في استبانة موجهة لعينة من الأساتذة بنفس الكلية.

1-2- هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع ومعوقات الاعتماد على التدريس البيداغوجي في نشر الفكر المقاولاتي بين الطلبة الجامعيين.

1-3- الإطار الزمني والمكاني للدراسة: تمت الدراسة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة بسكرة خلال السنة الدراسية 2022/2023.

2- الإطار النظري للدراسة**1-2- مفهوم المقاولاتية والفكر المقاولاتي:**

يمكن تعريف المقاولاتية من خلال مقاربات عدة نوجزها فيما يأتي: (علي، 2010، صفحة 03)

1-1-2- مقارنة فرصة الأعمال:

تتكون المقاولاتية - حسب هذه المقاربة - من عنصرين أساسيين هما (الفرصة - المقاول)؛ إذ تعتبر الفرصة خط الانطلاق لأي مشروع وعليه لا جدوى للمقاولاتية دون وجود فرصة، والمقاول يمكنه وضع تصوره أو تصور أفراد آخرين لخدمة مشروعه، وفي هذا الصدد عرف **Brush** المقاولاتية بأنها " توجه يدرس العملية التي يقوم من خلالها المقاولون بتحديد وإستكشاف واستغلال فرصة"، وهو نفس توجه **Shan, Venkatara** إذ عرفا المقاولاتية بأنها: "عملية يتم من خلالها الكشف عن الفرص، وتقييمها والعمل على استغلالها لخلق منتجات وخدمات جديدة مستقبلا، أو هي خلق وإغتنام فرصة والسعي خلفها، بغض النظر عن الموارد المتحكم فيها حاليا".

1-2-2- مقارنة خلق المنظمة:

ترى هذه المقاربة أن المقاولاتية ظاهرة تؤدي إلى إنشاء مؤسسة يقودها شخص أو أكثر. وهي أيضا الأنشطة التي يتمكن من خلالها خالقوا الفرصة من تعبئة الموارد المختلفة ومزجها بهدف تجسيد هذه الفرصة في مشروع مهيكل، وقد قام كل من **Chisman Shama, Thornton, Aldich** بتطوير هذا المفهوم لتصبح حسبهم المقاولاتية عملية خلق منظمة، أي أنها مجموعة الأنشطة التي يقوم من خلالها الفرد المقاول بالاقتصاد والتوفيق بين الموارد (المعلوماتية، المادية البشرية...)

1-2-3- نموذج خلق القيمة:

حسب هذه المقاربة فإن المقاولاتية عملية ديناميكية تخلق ثروة اضافية بواسطة أشخاص تحملوا مخاطر كبيرة، وقت، وكانوا ملتزمين مهنيًا بهدف توفير قيمة مضافة لمنتج أو خدمة.

1-2-4- نموذج الإبداع للمقاولاتية - قيمة مضافة عالية:

تعتبر هذه المقاربة أن الإبداع هو ما يميز المقاولين عن المدراء؛ فهو شرط لخلق القيمة - حسب **Druker** - سواء كان هذا الإبداع تكنولوجيا أو تنظيميا. وعليه فإن المقاولاتية هي تكوين منظمة مبدعة من أجل التطور وتحقيق الربح في ظل المخاطرة وعدم التأكد. (Dollig, 1995, p. 18)

نستنتج من المقاربات السابقة أنها تكمل بعضها البعض؛ ذلك أن كل واحد منها غير كاف بحد ذاته لوصف ظاهرة المقاولاتية، لذا يمكن أن تترجم العلاقات بين النماذج الأربعة في التعريف التالي : " المقاولاتية هي عمل إبداع يتضمن استغلال

الموارد المتاحة حاليا والقدرة على خلق قيمة جديدة مستقبلا مع تحمل المخاطر الناجمة عن ذلك، وبالمقابل الحصول على إشباع معين، ويتم هذا في إطار منظم".

وفي هذا الصدد يرى **Markus Th. Eickhoff** أنه يجب أن يكون المقاوالاتي (صاحب الفكرة المقاولة) قادراً على الإبداع والابتكار واقتناص مكانة سوقية. ولتحقيق ذلك وجب عليه أن يكون قادراً على (Eickhoff، 2008، الصفحات 7-8):

- 1- تطوير أو إنتاج منتجات/ منتج جديد.
- 2- تطوير أو تنفيذ عمليات إنتاج جديدة.
- 3- تطوير أو إدخال هيكل تنظيمي جديد (أساليب).
- 4- تحديد واستغلال أسواق جديدة.

أما الفكر المقاوالاتي فهو مفهوم واسع يعرف من عدة جوانب إذ نجد التعريف الأوروبي يربطه بالفكر المؤسساتي والنتائج التي تمكن من تأسيس أكبر عدد ممكن من الشباب وخاصة الطلبة نحو تنمية المواقف والاتجاهات الايجابية والملائمة لتجسيد العمل المقاوالاتي.

2-2- خصائص المقاوالاتية:

عدد الباحثون للمقاوالاتية مجموعة من الخصائص نلخصها فيما يلي: (عباس، 2020، صفحة 199)

- تتسم المقاوالاتية بأنها عملية إنشاء خلق مؤسسة أو مشروع غير نمطي، فهي تتميز بالإبداع والابتكار، وهذا الأخير يعتبر عامل أساسي ورهان حاسم لنجاح المقاوالاتية؛ لما له من تأثير إيجابي ومقدرة على خلق مكانة في السوق لمنتجات جديدة أو منتجات مطورة. وقد يكون الإبداع تكنولوجيا أو في استحداث طريقة لتقديم المنتج أو الخدمة أو التسويق أو التوزيع.
- المقاوالاتية هي مولد للنمو الاقتصادي؛ فهي تسهم في تحديث وتنويع النسيج الاقتصادي وتشجيع التطوير التكنولوجي، وهذا لأنها توفر مشاريع متنوعة في مختلف الميادين الاقتصادية (انتاجية أو خدمية).
- يوجد للمشروع المقاوالاتي قائد يعتبر القوة المحركة (المقاوالاتي)، هذا القائد مطالب بتطوير وخلق استراتيجية والعمل على تحقيقها على أرض الواقع من أجل ضمان نجاح مشروعه.
- ارتفاع درجة المخاطرة في المشروع المقاوالاتي؛ وذلك لكونها تطرح منتجات حديثة وبالتالي نجاحها مرهون بشكل كبير بمدى قبولها ورواجها في السوق.
- للمقاوالاتية دور هام تلعبه في خلق الثروة وزيادة مستوى النمو، وخلق مناصب شغل.
- تتميز المقاوالاتية بالفردية وروح المبادرة.
- المقاوالاتية هي نموذج تفعيل اقتصادي تساهم في بعث حركية وانتعاش الاقتصاد، من خلال ما تقدمه من مشاريع جديدة.
- المقاوالاتية تعتبر بديل تستعمله الدول وتشجعه من أجل خلق مناصب شغل وزيادة نمو وتنويع الاقتصاد.

2-3- دور المقاوالاتية:

يساعد تبني الفكر المقاوالاتي في استغلال الطاقات البشرية المعطلة وإلحاقها بالأيدي المنتجة، الأمر الذي يخرجها من دائرة العوز ويلحقها بركب العناصر الخالقة للقيمة أي يتم تحول الدور من طالب للعمل لموفر له، وعموماً يتمثل دور المقاوالاتية في التنمية الاقتصادية فيما يلي:

- استغلال الموارد المتاحة، وزيادة الناتج المحلي الاجمالي؛ وذلك من خلال خلق منتجات جديدة.

- خلق فرص عمل من خلال إنشاء مشاريع ومؤسسات جديدة.
- المساهمة في تنويع وتجدد المنتجات والخدمات من خلال الابتكار وتنويع الأنشطة المقاولانية.
- تحسين القدرة التنافسية في السوق؛ وذلك من خلال دفع المؤسسات المماثلة إلى تحسين الأداء والجودة والسعر.
- نقل التكنولوجيا من خلال المبادرة وابتكار سلع وخدمات جديدة وبأساليب وتقنيات عمل جديدة.
- خلق طلب وعرض جديدين على المنتج أو الخدمة في السوق وإيجاد أسواق جديدة.
- المساهمة في تحسين ميزان المدفوعات وذلك بزيادة الانتاج المحلي بدل الاستيراد، وكذلك القدرة على التصدير وجلب العملة الصعبة.
- تعزيز المسؤولية الاجتماعية عن طريق ابتكار منتجات وخدمات تراعي المعايير البيئية وتحترم طبيعة المجتمعات، كما وتساهم في الجانب الاجتماعي من خلال الحد من البطالة مما يساهم في الحد من الفقر والآفات الاجتماعية، وتنمية المناطق النائية من خلال انشاء مشاريع فيها.... (هشام، 2018)

2-4- نشأة مصطلح التعليم المقاولاتي (البيداغوجيا):

يعود تاريخ تدريس المقاولانية في العام، وعلى المستوى الجامعات إلى عام 1947 عندما قدم MACES MYLE أول مقرر دراسي في المقاولانية في جامعة هارفارد الأمريكية وعلى وجه التحديد في كلية هارفارد لإدارة الأعمال ، حيث جذب هذا المقرر التباه وإعجاب 188 طالبا من طلاب الفرقة الثانية لدرجة ماجستير إدارة الأعمال والبالغ عددهم 600 طالبا، وقد كان السبب لتقديم هذا المقرر هو الاستجابة لاحتياجات الطلبة الذين عادوا بعد أداء الخدمة العسكرية في الحرب العالمية الثانية لينظموا إلى الاقتصاد الذي تمر بمرحلة انتقالية نظرا للآثار الذي حدث للصناعات الحربية بعد انتهاء الحرب.

ولقد نما تعليم المقاولانية والبرنامج الأكاديمية لها في منتصف وبداية الثمانينيات من القرن العشرين، حيث زاد عدد الجامعات التي تدرس المقاولانية إلى أكثر 250 جامعة تعرض العديد من المسافات في هذا المجال ، حيث كان محال المقاولانية تمثل جمالا دراسيا 10 واعدة إلا أنه مع نهاية الثمانينيات وفي ظل التطورات الضخمة في حجم المعرفة العلمية المتوافرة أصبح من ممكن الإدعاء بأن مجال المقاولانية قد أصبح مجالا أكاديا شرعيا على كافة الأصعدة.

ولذلك تعد المقاولانية هدفا في التدريس الأكاديمي والتطبيقي، كما أن تدريسها يعد أحد الأشكال البديهيّة التي لهيء الأفراد لخلق مؤسسات فيعتبر نشر وتعزيز وإدماج منظومة التعليم المقاولاتي في المجتمع له نتائج كبيرة ومكتسباته المستقبلية وآثاره القوية على التنمية المستدامة، لأنه يخلق قاعدة عريضة من المقاولين والمبدعين في جميع المجالات، وإعداد هذا الجيل الثقافة مقاولانية قوامها الإبداع والابتكار. (جودي، 2020، صفحة ص06)

2-5- مفهوم التعليم المقاولاتي:

تؤكد الدراسات على أن التعليم المقاولاتي يمثل ركيزة أساسية وذات أثر واضح في نجاح المشروعات الناشئة، وتظهر هذه الدراسات من أصحاب المشاريع الناشئة ذات التوجه بالمعرفة من خريجي المقاولانية على أن دخلهم يتزايد عن زملائهم الذين لم يدرسوا المقاولانية، بما يؤكد على أن التعليم المقاولاتي يساهم في ظهور مقاولين يتسمون بالروح المقاولانية، وقد أدركت العديد من الدول هذه الحقيقة، فبدأت المقررات الدراسية والبرامج التعليمية في مجال المقاولانية في الظهور بين المناهج الدراسية للعديد من الجامعات في العديد من دول العالم. (ليندة، 2019، صفحة 25). قد تعددت التعاريف المتعلقة بالتعليم المقاولاتي لكننا سنكتفي في هذه الورقة البحثية بذكر مفهومين؛ حيث يعرف التعليم المقاولاتي بأنه إكساب المتعلم معارف وتطوير كفاءات ومهارات إنشاء وإعادة بعث المؤسسات وسلوكيات محددة (التوجه للفرض أحد المبادرة قيادة التغيير تقييم المخاطر، تحديد وكسب الموارد النادر ...) ومهارات التسييرية ومهارات تطويرية وهناك اختلاف بشأن تدريس المقاولانية فهناك فريق من الباحثين مؤيد للفطرة ويرون أنه لا

جدوى من معرفة التقنيات في حين يدافع الاتجاه الثاني عن إمكانية اكتساب فن التناول في اللحظة التي يكون فيها ذلك مناسباً ومتناسقاً؛ إذ صحيح أن التناول يتطلب بعض المهارات الفطرية غير أن التعليم في المقاوالاتية يكشف ويصقل هذه المواهب لدى الأفراد.

ويعرف التعليم المقاوالاتي بأنه يمثل مجموع الأنشطة والأساليب التعليمية التي تهدف إلى غرس روح المقاوالاتية لدى الطلبة وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتأسيس مشاريعهم الخاصة، وينظر إلى التعليم المقاوالاتي من منظور أوسع نطاق على أنه يسعى إلى تعزيز احترام الذات والثقة بالنفس وبناء المهارات وتنمية الكفاءات المقاوالاتية والقيم المناسبة التي تساعد الطلبة على توسيع أفق نظرهم إلى التعليم الدراسي وما بعده من فرص.

2-6- أهمية التعليم المقاوالاتي : (عيد، 2014، الصفحات 154-156)

إن برامج التعليم المقاوالاتية التي تتسم بتنمية القدرة على توفير وظيفة للذات والغير من خلال إقامة مشروعات ريادية جديدة تقوم بإنتاج سلع / خدمات جديدة، لذلك ونظراً لأن المقاوالاتية تسعى لبناء نظام اقتصادي يتسم بالإبداع والابتكار، فقد يكون من الأهمية تفعيلها تحت مظلة مؤسسات التعليم العالي ليتمكنوا من استحداث الأفكار الريادية وتبني هذه الأفكار من خلال التعليم للغاية أن يتم المقاوالات لتصبح مشاريع رائدة منتجة. وعليه فإن تعليم المقاوالاتية يعتبر خطوة أساسية نحو غرس روح المبادرة وزيادة فرص نجاح الأعمال وصناعة قادة المستقبل لتحمل أعباء النمو الاقتصادي الوطني المتواكب مع التوجهات العالمية، كما أن تعليم المقاوالاتية يزيد من القدرات المتميزة لخلق الثروة من خلال الاستقرار على الفرص ذات العلاقة بالتوجه بالمعرفة على المستوى العالمي، بما يحقق مساهمة هامة في بناء مجتمع المعرفة وينتج هذا الأخير مقاولين في الإبداع والابتكار بما يمكن من التحول نحو إحداث طفرة في بناء الاقتصاد المعربي من خلال الأفكار المتجددة ذات العلاقة بتنمية مجتمع المعرفة. وعموماً يمكن ذكر الأهمية المرجاة من تعليم المقاوالاتية فيما يلي:

- المساهمة في زيادة الأصول المعرفية وتعظيم ثروة الأفراد بما يزيد من الثروة والتراكم الرأسمالي في محال المعرفة على مستوى الوطن، وبما لذلك من أثر في بناء مجتمع المعرفة.
- اكساب العاملين بالمؤسسات القائمة مهارات نادرة ومبتكرة تمكنهم من زيادة معدل نمو المبيعات بنسبة الفوق؛ وذلك لأنه يزيد من احتمال تطوير منتجات جديدة نظراً لأن الدارسين للمقاوالاتية يصبحون أكثر إبداعاً مقارنة بزملائهم.
- خلق المزيد من الفرص المرتبطة بإحداث تقدم تكنولوجي يستند إلى المعرفة.
- زيادة احتمال امتلاك الخريجين لأفكار مشروعات أعمال تجارية ذات التكنولوجيا العالية والتي تخدم التوجه نحو بناء مجتمع المعرفة والمساهمة في التغلب على مشكل البطالة.

3- الجانب الميداني للدراسة

3-1- التعريف بمجتمع وعينة الدراسة (بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة بسكرة):

يعود فتح مجال التكوين في العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير بجامعة بسكرة إلى سنة 1991 حيث تم فتح قسم العلوم الاقتصادية في الموسم الجامعي 1991 - 1992 حيث كان قسماً مستقلاً وأول قسم في العلوم الإنسانية، وبصدر المرسوم رقم: 89/397 المؤرخ في 02 ديسمبر 1998 الذي أوجد نظام الكليات أصبح قسم العلوم الاقتصادية مشكلاً لكلية الحقوق والعلوم الاقتصادية والتي تضم أيضاً قسم علوم التسيير، وقسم الحقوق، وفي السنة الجامعية 2004/2005 أصبح القسم تابعا لكلية العلوم الاقتصادية والتسيير بعد فصلها عن كلية الحقوق لتضم اليوم أربعة أقسام هي كالآتي:

- قسم العلوم الاقتصادية وهو أول قسم تم إنشاؤه منذ 1991.

- قسم علوم التسيير: مع إقرار الكليات بالمرسوم 98 / 397 تأسس مع بداية الموسم 1999 / 1998 قسم علوم التسيير تابعا لكلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ثم لكلية العلوم الاقتصادية والتسيير طبقا للمرسوم 297 / 03 ابتداء من سنة 2003 مع قسمي العلوم الاقتصادية والإعلام الآلي للتسيير.
- قسم العلوم التجارية: أنشئ هذا القسم سنة 2005 بمقتضى قرار مؤرخ في 20 أبريل 2005 والمتضمن إنشاء أقسام كلية العلوم الاقتصادية والتسيير.
- قسم سنة أولى جذع مشترك.

وفقا لما نشر في موقع الكلية في قضاء الأساتذة أو الطاقم الأكاديمي للكلية فإن عدد أعضاء هيئة تدريس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة بسكرة قد بلغ (196) أستاذ وأستاذة مصنفين حسب تخصصهم وذلك كما يلي:

الجدول رقم 1: عدد أعضاء هيئة التدريس بحسب تخصصهم في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

التخصص	عدد الأساتذة
قسم علوم التسيير	55
قسم العلوم الاقتصادية	86
قسم العلوم التجارية	41
قسم العلوم المالية والمحاسبية	14
المجموع	196

المصدر: بالإطلاع على موقع الكلية (<https://fsecsg.univ-biskra.dz/index.php/ar>) تاريخ الإطلاع: أبريل 2023.

إن المجتمع يعتبر شمول كافة وحدات الظاهرة التي نحن بصدد دراستها وهذا يشمل جميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة بسكرة. اعتمدنا في الدراسة الحالية على العينة العشوائية، تمثلت في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير واستطعنا توزيع 22 استمارة للأساتذة لإجراء الدراسة عليها وتم استرجاع 18 منها، بالإضافة للاستبيان الالكتروني فقد قمنا بإرساله للأساتذة عبر البريد الالكتروني الشخصي وتم الاجابة من طرف 13 أستاذ، أي إجمالي النتيجة هي 31 استبيان.

3-2- الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم الاعتماد على سلم لكارتر (Likert) الخماسي والذي يتضمن 5 درجات (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) موافق بشدة كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم 2: درجات مقياس سلم لكارتر الخماسي

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

الجدول رقم 3: طول الخلية لسلم لكارتر

الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المتوسط الحسابي	1 إلى 1.79	1.8 إلى 2.59	2.60 إلى 3.39	3.40 إلى 4.19	4.20 إلى 5
مستوى القبول	مرتفع جدا	مرتفع	متوسط	منخفض	منخفض جدا

للإجابة على أسئلة البحث، تم استخدام أساليب الاحصاء الوصفي، وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss. V24)، وقد استخدمنا ما يلي:

أ. مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures): وذلك للإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

ب. معامل الثبات ألفا كرونباخ (AlphaCronbach's Coefficient): وذلك لقياس ثبات أداة البحث.

ت. معامل صدق المحك: وذلك لقياس صدق أداة البحث.

ث. معاملات الالتواء ومعاملات التفلطح (Skewness و kurtosis): للتعرف على ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

3-3- صدق (Validity) وثبات أداة الدراسة (Reliability):

تم حساب معامل "صدق المحك" من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات "ألفا كرونباخ"، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (04)، إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ (0.925) وهو معامل مرتفع ومناسب لأغراض وأهداف هذا البحث. كما يتضح من نفس الجدول أن معامل الثبات الكلي لأداة البحث بلغ (0.856) وهو معامل ثبات مرتفع ومناسب لأغراض البحث.

الجدول رقم 4: معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل الصدق للاستبانة

المتغيرات	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق
اعتماد البيداغوجيا كآلية لنشر الفكر المقاولاتي بين الطلبة	10	0.856	0.925

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss. V24

3-4- اختبار التوزيع الطبيعي

قمنا بالتعرف على ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من خلال حساب معاملات الالتواء ومعاملات التفلطح (kurtosis و Skewness)، حيث نجد في هذا المجال من الدراسات من تحدد أن (Skewness) يجب أن تكون محصورة بين [-3 و 3] و (Kurtosis) محصورة بين [10- و 10+]، بينما نجد دراسات أخرى تحدد أن (Skewness) يجب أن تكون محصورة بين [-1 و 1] و (Kurtosis) محصورة بين [-3 و 3].

الجدول رقم 5: معاملات الالتواء والتفلطح لمتغيرات الدراسة.

المتغير	الإنثناء (Skewness)		التفلطح (Kurtosis)	
	الخطأ المعياري	الإحصائيات	الخطأ المعياري	الإحصائيات
البيداغوجيا كآلية	0.421	0.029	0.821	-1.500

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss. V24

من الجدول رقم (05) يتضح ان متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي وتؤكد من ذلك أيضا من خلال معامل التفلطح (kurtosis).

3-5- عرض وتحليل نتائج الدراسة

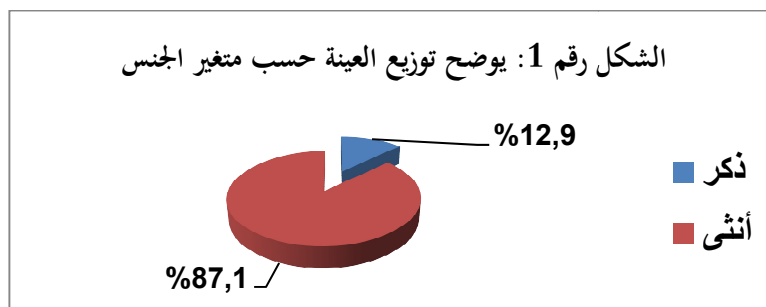
3-5-1- خصائص أفراد عينة البحث

جدول رقم 6: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية.

المتغير	فئة المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	4	12.9%
	أنثى	27	87.1%
	المجموع	31	100%
العمر	أكبر من 40 سنة	21	67.7%
	أقل من 40 سنة	10	32.3%
	المجموع	31	100%
الرتبة	أستاذ التعليم العالي	8	25.8%
	أستاذ محاضر (أ)	18	58.1%
	أستاذ محاضر (ب)	2	6.5%
	أستاذ مساعد	3	9.7%
	المجموع	31	100%
سنوات الخبرة	أكثر من 10 سنوات	27	87.1%
	أقل من 10 سنوات	4	12.9%
	المجموع	31	100%
هل تعاملت مع دار المقاولاتية	نعم	9	29.0%
	لا	22	71.0%
	المجموع	31	100%

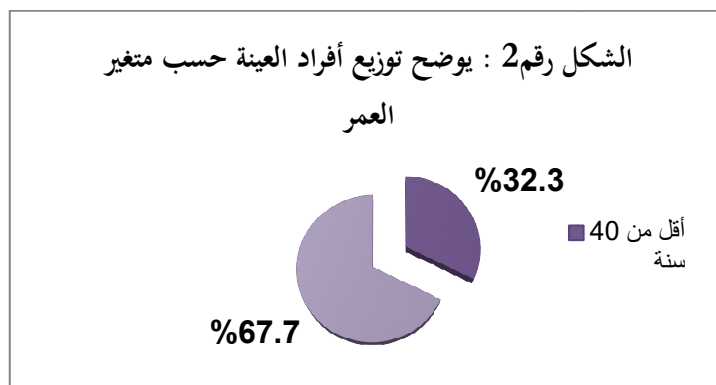
المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج برنامج Spss. V24

يظهر خلال الجدول رقم (06) أن أغلبية المبحوثين عبارة من إناث، حيث بلغت نسبتهم (87.1%) في حين بلغت نسبة الذكور (12.9%) من مجموع أفراد عينة البحث، وهذا راجع إلى طبيعة العمل في الكلية محل الدراسة، بحيث تميل أغلب النساء إلى العمل في قطاع التعليم نظرا لطبيعة مجتمعتنا وعاداته وتقاليده، وكذا باعتبار هذا المجال مناسب أكثر لظروفهم سواء كان من ناحية العطل أو من ناحية الجهد أو حتى من ناحية فترات العمل فتجد أن الحجم الساعي اليومي في قطاع التعليم مناسب للمرأة خاصة إذا كانت لديها أطفال وأسرة.



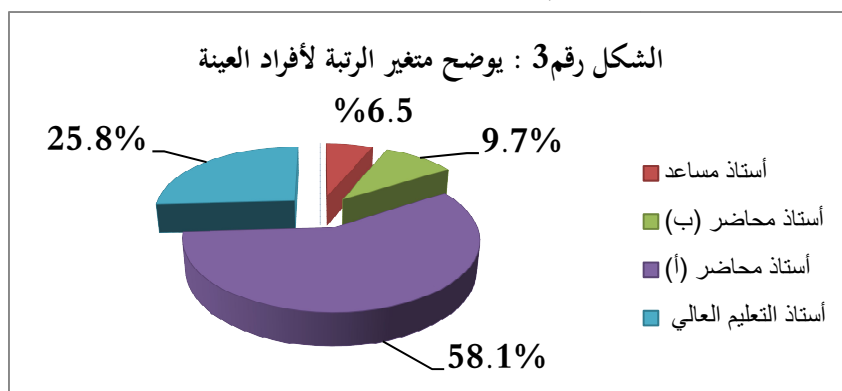
المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج Excelle ومخرجات برنامج Spss

بالنسبة لمتغير العمر فنجد أن نسبة الذين أعمارهم كانت (أكبر من 40 سنة) قد احتلت أعلى نسبة وذلك بمقدار (67.7%) وقد يمكن ارجاع ذلك إلى خصوصية قطاع التعليم العالي من حيث قوانين التقاعد إذ يحاول هذا القطاع الاستفادة من فئة الأساتذة الأكبر سنا ومعرفتهم، فهي فئة تتمتع عادة بالخبرة والمهارة والمعرفة والتي تسعى الكلية إلى الاحتفاظ بها واستغلالها قدر المستطاع لتحقيق التميز، أما بالنسبة للذين أعمارهم (أقل من 40 سنة) فقد بلغت نسبة (32.3%) وهي نسبة أقل وما يميزها كونها تمثل فئة الشباب الذين يكونون في مرحلة إنتاج ورغبة وقدرة في العمل؛ ويمكن تفسير انخفاض هذه النسبة للمرحلة الطويلة نوعا ما في المسار الدراسي للأستاذ الجامعي، وأيضا نقص التوظيف في السنوات الأخيرة وهو ما يجب تداركه، ويمكن القول أن الكلية تمتلك تنوعا في فئات الأعمار والذي يعتبر عاملا إيجابيا لها.



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج Excelle ومخرجات برنامج Spss

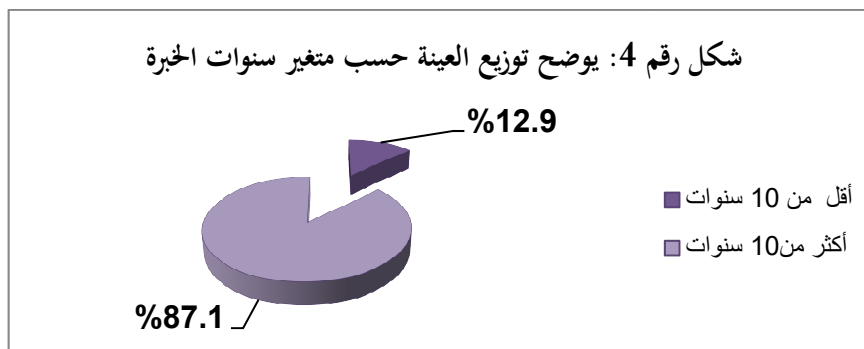
بالنسبة للمستوى الرتبة للمبشرين نجد أن (6.5%) أفراد عينة البحث هم أساتذة مساعدين وبينما (9.7%) هم أساتذة محاضرين من الدرجة (ب)، و (58.1%) هم أساتذة محاضرين من الدرجة (أ) وهي تحتل أعلى نسبة وتفسر ارتفاع نسبة هذه الفئة في كونهم يملكون دراية ومعلومات كافية حول الموضوع على عكس الفئتين السابقتين، في حين وجدنا أن نسبة (25.8%) من المبشرين هم من فئة أساتذة التعليم العالي ونفسر هذه النسبة للمتوسطة بالالتزامات الإدارية الكثيرة التي تقع على عاتق هذه الفئة بحيث عادة تكون هذه الفئة في المناصب العليا من إدارة الكلية مما يصعب استطلاع آرائهم حول موضوع الدراسة بحكم انشغالهم الشديد، أي أن عملية الترقية تتبعها زيادة في المسؤوليات والواجبات.



المصدر: بالإعتماد على برنامج Excelle ومخرجات برنامج Spss

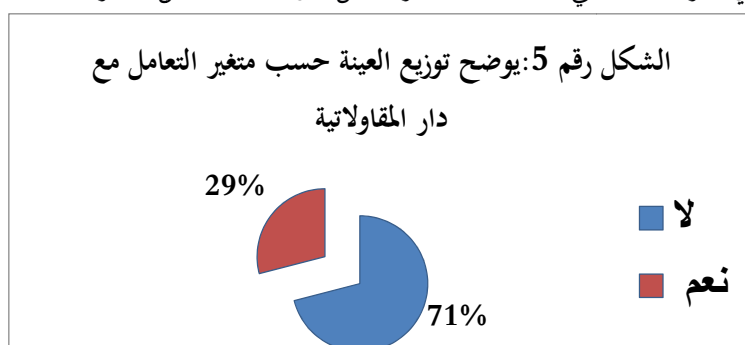
بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة نجد أن (12.9%) خبرتهم (أقل من 10 سنوات) ولذلك تسعى الكلية لوضع برامج تدريبية لتطوير مهارات ومعارف هذه الفئة كما تشجعهم على الاحتكاك بأصحاب الخبرة من خلال المرافقة البيداغوجية وأخذ الاستشارات منهم، وسجلنا (87.1%) خبرتهم أكثر من 10 سنة وهي أعلى نسبة نظرا للفترة الطويلة التي قضاها المبشرين في مزاولة التعليم

وبالتالي نجد لديهم مخزون معرفي كبير، ومما سبق يتضح أن أغلبية أفراد العينة لديهم مستوى عال من الخبرة، وهذا مؤشر يدل على أن أغلبية المبحوثين ذوي خبرة على الكلية أن تستفيد منها للتطوير والنهوض بأداء الكلية والجامعة ككل.



المصدر: من اعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج Excelle ومخرجات برنامج Spss

بالنسبة للتعامل مع دار المقاولاتية فنجد أن أغلب المبحوثين كانت اجابتهم بأنهم لم يتعاملو مع دار المقاولاتية وتمثلت نسبتهم في (71%) دليل على نقص الوعي بالأهمية التي تلعبها المقاولاتية نتيجة نقص التحسيس والتكوين التي تقدمه دار المقاولاتية وحسب تصريح البعض منهم فإن ذلك يعود لعدم اهتمام المبحوثين بالمقاولاتية بحد ذاتها أو أنهم لا يرغبون بالانضمام لدار المقاولاتية لأسباب إما شخصية كالضيق الوقت أو كما أشرنا سالفاً لأيام توعوية وتحسيسية، أما النسبة القليلة المتمثلة في (29%) فقد تعاملو مع دار المقاولاتية وحسب تصريحهم فالبعض منهم ينتمي لفريق دار المقاولاتية وبعضهم قام بتقديم ورشات وكذا تقديم دورات تكوينية إلا أنها تفضل نسبة منخفضة وتبين بأن دار المقاولاتية رغم أنها تسعى جاهدة لتحسيس الأستاذة وبالتالي تحسيس الطلبة ونشر الفكر المقاولاتي بالوسط الجامعي إلا أن هذه الجهود تفضل غير كافية بالشكل المطلوب



المصدر: من اعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج Excelle ومخرجات برنامج Spss

3-5-2- تحليل وتفسير محاور الاستبانة:

سنتطرق إلى تحليل إجابات المبحوثين من أجل قياس دور التدريس البيداغوجي في نشر الفكر المقاولاتي بين طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير؛ وقد قمنا بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة من عبارات الاستبانة وكذلك بالنسبة لإجمالي المحاور بهدف معرفة اتجاه إجابات أفراد العينة على مختلف عبارات القياس الواردة في الاستبانة ويظهر الجدول (07) تلك النتائج كما يلي:

الجدول رقم 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محاور الإستبيان

العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	مستوى القبول
اعتماد التدريس البيداغوجي كآلية لنشر الفكر المقاولاتي بالوسط الجامعي.								
1. تؤكد إدارة جامعتنا على ضرورة اعتماد الفكر المقاولاتي في مناهج التعليم.	5	8	2	16	0	2.94	1.209	متوسط
2. هناك مقاييس تعالج موضوع المقاولاتية في كل التخصصات.	8	11	4	11	0	2.68	1.137	متوسط
3. يؤكد مسؤولينا على ضرورة المساهمة الفعالة من طرف الأساتذة في بناء محتوى المقاييس التي تعالج موضوع المقاولاتية.	1	11	13	6	0	2.77	0.805	متوسط
4. تتمن جهود الأساتذة المبذولة (الأساتذة خارج فريق دار المقاولاتية) لتعريف الطلبة بالمقاولاتية ودار المقاولاتية.	1	13	9	8	0	2.77	0.884	متوسط
5. هناك تعاون مع مختبر البحث العلمي لإجراء بحوث تتعلق بالفكر المقاولاتي.	1	11	8	11	0	2.94	0.929	متوسط
6. تؤكد إدارتنا على أهمية توجيه الطلبة نحو الفكر المقاولاتي في اختيارهم لمواضيع التخرج.	13	3	14	1	0	3.10	1.012	متوسط
7. هناك متابعة من طرف ميدان التكوين لتطور الفكر المقاولاتي على المستوى الوطني والدولي.	2	10	5	14	0	3.00	1.033	متوسط
8. تحرص جامعتنا على تكوين الأساتذة في مجال المقاولاتية إيماناً منها بأن الأساتذة محور هام لنشر الفكر المقاولاتي بين الطلبة.	3	7	3	17	1	3.19	1.138	متوسط
9. تص لي الأخبار دائماً حول الدورات التدريبية التي تقدمها دار المقاولاتية من خلال إعلاناتها ومنشوراتها.	4	6	5	16	0	3.06	1.124	متوسط
10. يحصل الأساتذة على فرص متكافئة للتكوين والتدريب في مجال المقاولاتية التي تقوم به دار المقاولاتية.	7	15	3	6	0	2.26	1.032	متوسط

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج برنامج Sps. V24

من الجدول رقم (07) نلاحظ أن:

أغلبية المبحوثين اختاروا إجابة غير موافق وهذا بالنسبة للعبارات (04 و 10) بمتوسطات حساسية بين (2.77 و 2.26) بانحرافات معيارية بين (1.032 و 0.884) وبمستوى قبول متوسط حيث أكد المبحوثين من خلال هذه العبارات بأن الأساتذة لا يحصلون على فرص متكافئة للتكوين والتدريب في مجال المقاولاتية التي تقوم به دار المقاولاتية أي أن دار المقاولاتية تستهدف أساتذة معينين أو محددين للانضمام إليها وهذا ما جعل أغلبية الأساتذة خارج دار المقاولاتية لا يقومون بتعريف الطلبة بالمقاولاتية ودار المقاولاتية كونه لا ينتمون لها ولا يساهمون بالمشاركة في النشاطات التي تقوم بها أي أن الأساتذة في حد ذاتهم ليس لديهم فكرة عن معنى المقاولاتية ولا دار المقاولاتية حتى يمكنهم تعليمها وتعريفها ونشرها للطلبة، وبالنسبة لثمين جهود الأساتذة في الإدارة لا تولي الاهتمام الكافي بهذا الأمر، إذ يتم التركيز حاليا على ثمين الجهود المتعلقة بالتدريس باللغة الإنجليزية والدروس على الخط؛ ولعل ذلك يعود لتركيز الوزارة وتعليماتها على ذلك، وبالتالي فمجهودات الأساتذة في تعريف الطلبة بالمقاولاتية ونشر الفكر المقاولاتي ومحاولتهم لإدخال دروس وبحوث متعلقة بالفكر المقاولاتي في المقاييس المدرسة لا تؤخذ بعين الاعتبار.

ونلاحظ أن أغلبية المبحوثين اختاروا إجابة موافق وهذا بالنسبة للعبارات (01، 09، 10) بمتوسطات حساسية تتراوح بين (2.94 و 3.19) بانحرافات معيارية بين (1.124 و 1.209) وبمستوى قبول متوسط حيث أكد المبحوثين من خلال هذه العبارات بأن جامعتنا تحرص على تكوين الأساتذة في مجال المقاولاتية إيماناً منها بأن الأساتذة محور هام لنشر الفكر المقاولاتي بين الطلبة وأن إدارة جامعتنا تؤكد على ضرورة اعتماد الفكر والمقاولاتي في مناهج التعليم وكما يؤكد أنهم تصلهم أخبار دائما حول الدورات التدريبية التي تقوم بها دار المقاولاتية من خلال إعلاناتها ومنشوراتها وهذا بالنسبة للأساتذة الذين يدرسون تخصص ماستر مقاولاتية أو الأساتذة الذين لديهم صلة بدار المقاولاتية أو ينتمون إليها، لكن الأساتذة الذين ليس لديهم صلة بدار المقاولاتية فكانت اجاباتهم بين محايد وغير موافق بنسبة معتبرة وهذا راجع إلى دور دار المقاولاتية في عدم وضع إعلانات أكثر لتوعية الأساتذة بالمقاولاتية ونشاطات دار المقاولاتية وأن معظم اعلاناتها تقوم بها في مواقع التواصل الاجتماعي فأغلبية الأساتذة لا تصلهم، فلذلك على دار المقاولاتية أن تقوم بتكثيف الاعلانات أكثر لتوعية الأساتذة بها سواءا ملصقات حائطية أو ارسالها الى الأساتذة عبر البريد الالكتروني الخاص بهم لتوعيتهم أكثر بالفكر المقاولاتي ودار المقاولاتية والنشاطات التي تقوم بها.

أما بالنسبة للعبارة رقم (03) فكانت إجابة أغلبية المبحوثين محايد بمتوسط حساسي (2.77) وبانحراف معياري (0.805) وبمستوى قبول متوسط حيث أكد المبحوثين من خلال هذه العبارة أن مسؤولينا لا يؤكدون على ضرورة المساهمة الفعالة من طرف الأساتذة في بناء محتوى المقاييس التي تعالج موضوع المقاولاتية وهذا نتيجة أن الإدارة والمسؤولين لا يقومون بتوعية الأساتذة بأهمية المقاولاتية أي أنهم هم بالخصوص لا يدعمون المقاولاتية ودار المقاولاتية، لذا يجب عليهم أن يؤكدوا على ضرورة توعية وتكوين الأساتذة في مجال المقاولاتية لبناء محتوى المقاييس التي تعالج موضوع المقاولاتية التي تساهم في كسب الطالب معارف حول الفكر المقاولاتي.

و بالنسبة للعبارة (06) فكانت إجابة أغلبية المبحوثين غير موافق بشدة ومحايد بمتوسط حساسي (3.10) وبانحراف معياري (1.012) وبمستوى قبول متوسط حيث أكد المبحوثين من خلال هذه العبارة أن ادارتنا لا تؤكد على أهمية توجيه الطلبة نحو الفكر المقاولاتي في اختيارهم لمواضيع التخرج أي أن الإدارة لا تنص على اختيار المواضيع المتعلقة بالفكر المقاولاتي ويجب عليها أن توجه الطلبة نحو اختيار مثل هذه المواضيع وخاصة مع ظهور قرار شهادة جامعية لمؤسسة ناشئة.

بالنسبة للمتوسط العام للبعد ككل فقد بلغ (2.8710) والانحراف المعياري كان بقيمة (0.95715) بدرجة تقدير موافق وقبول متوسط، وذلك يشير إلى أن اعتماد البيداغوجيا كآلية لنشر الفكر المقاولاتي بالوسط الجامعي مقبول نوعا ما إلا أنها ينبغي على إدارة الكلية وبالتالي الجامعة ككل أن تحث على ضرورة نشر الفكر المقاولاتي من خلال إضافة مقياس خاص بالمقاولاتية في

جميع تخصصات محددة فحسب ، وتحث الأساتذة على نصح الطلبة وتوجيههم نحو تبني الفكر المقاولاتي وتعريفهم به وهذا يكون بطريقة غير مباشرة أثناء الحصة الدراسية أو من خلال اضافة محاضرات أو أعمال موجهة حولها، وبالتالي المساهمة في نشر الفكر المقاولاتي بالوسط الجامعي.

الخلاصة:

إدراكا لدور الجامعة وقدرتها على إنتاج الإبداعات وتسويقها ونشر روح المنافسة والبعد المقاولاتي من خلال خلق مؤسسات مصغرة تحمل قيما مضافة، جاءت فكرة دار المقاولاتية الرامية أساسا إلى تجسيد مختلف الأفكار على أرض الواقع، من خلال تحفيز الطالب الجامعي لولوج عالم المال والأعمال وتحرير أفكاره الابتكارية. إلا ان دار المقاولاتية رغم أهميتها الكبيرة في نشر الفكر المقاولاتي لا تعتبر الآلية الوحيدة لذلك، إذ يلعب الجانب البيداغوجي دورا هاما رغم إهمال العديد لدوره، فالتدريس البيداغوجي والطاغم البيداغوجي لهم دور هام في ذلك. فرغم الجدل الدائر حول مدى إمكانية تعلم المقاولاتية، أوضحت العديد من البحوث والدراسات أن الذهنيات والمهارات على حد سواء يمكن غرسها تعليمها أو نقلها بغرض ترقية المقاولاتية، وقد فصل كل من Acola and Heinonen 2006 بين فن وعلم المقاولاتية، حيث أن الشق الأول يتضمن مفاهيم مثل الإبداع التفكير الابتكاري وهي ليست قابلة للتعليم إلا من خلال العملية أما بالنسبة للثاني فهو يتضمن مفاهيم مثل العمل والمهارات الإدارية التي يمكن تعليمها، وتشير الأبحاث إلى أنه عندما تتضمن أنظمة التعليم والتدريب المهارات الإبداعية والمقاولاتية في مناهج التدريس فإن الذهنيات والمهارات الأكثر ارتباطا بالمقاولاتية تكون قابلة للنقل والتدريس.

وعموما ومن خلال دراستنا هذه بشقيها النظري والميداني توصلنا إلى مجموعة من النتائج؛ حيث من الجانب النظري

سجلنا النتائج التالية:

☞ تعتبر المقاولاتية أحد مجالات الأعمال الهامة عبر دول العالم، إذ أصبحت تعتبر مركز للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

☞ تعزيز الثقة في نفسية المقاول والخصائص الشخصية التي يتميز بها، كالثقة بالنفس والرغبة في الإنجاز، تساعد في تمييز و تطوير نشاطهم المقاولاتي لذا لابد من نشر أهم مبادئ العمل المقاولاتي لضمان نجاحه واستمراره. وهو الأمر الذي يبدأ منذ ان يكون المقاول طالبا بالجامعة، حيث تسهم الجامعة في ذلك بشكل واضح بالاعتماد على آليات عديدة منها دار المقاولاتية والتدريس البيداغوجي.

☞ نجاح وتطوير المقاولاتية وترقيتها تعتمد بشكل كبير نشر الفكر المقاولاتي والوعي لدى الشباب الجامعي.

☞ تعتبر دار المقاولاتية بمثابة فضاء مفتوح للطلبة، إذ تهدف إلى تكوين الطلبة في مجال المقاولاتية، وذلك من أجل زرع الفكر لمقاولاتي في أوساط الطلبة الجامعيين. كما وتلعب البيداغوجيا أهمية كبيرة في نشر الفكر المقاولاتي بين الطلبة.

أما من الجانب الميداني للدراسة :

☞ الأساتذة لا يحصلون على فرص متكافئة للتكوين والتدريب في مجال المقاولاتية التي تقوم به دار المقاولاتية؛ أي أن دار المقاولاتية تستهدف أساتذة معينين أو محددين للانضمام إليها وهذا ما جعل أغلبية الأساتذة خارج دار المقاولاتية لا يقومون بتعريف الطلبة بالمقاولاتية ودار المقاولاتية كونهم لا ينتمون لها ولا يساهمون بالمشاركة في النشاطات التي تقوم بها؛ أي أن الأساتذة في حد ذاتهم ليس لديهم فكرة عن معنى المقاولاتية ولا دار المقاولاتية حتى يمكنهم تعليمها وتعريفها ونشرها للطلبة،

☞ لا تولي الإدارة الاهتمام الكافي لثمين جهود الأساتذة المبذولة لتعزيز ونشر الفكر المقاولاتي، إذ يتم التركيز حاليا على ثمين الجهود المتعلقة بالتدريس باللغة الانجليزية والدروس على الخط؛ ولعل ذلك يعود لتركيز الوزارة وتعليماتها على ذلك.

إن نقص المعارف حول دار المقاولاتية لدى الأساتذة المبحوثين سينعكس بشكل سلبي على الطلبة نتيجة قريهم واحتكاكهم الدائم بالأساتذة، فكلما كان الأستاذة على وعي ومعرفة تامة بالأهمية التي تكتسيها المقاولاتية خاصة في السنوات الأخيرة كلما نقل معارفه للطلبة بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

إن الأنشطة المستهدفة من طرف دار المقاولاتية وخاصة المتمثلة في التحسيس والأيام الاعلامية اضافة للتكوين سواء المقدمة للأستاذة أو للطلبة فهي مقبولة نوعا ما إلا أنها ينبغي أن تضاعفها لتحقيق دورها بشكل فعال وكاف وبالتالي النهوض بالفكر المقاولاتي بالوسط الجامعي وتحسيس وتكوين أكبر قدر ممكن خاصة في وجود قرار رقم 1275 شهادة جامعية مؤسسة ناشئة المؤرخ في 27 سبتمبر 2022.

إن دار المقاولاتية تستهدف أساتذة معينين أو محددين للانضمام إليها لكون العدد محدد ولا يمكن ضم كل الأساتذة وهذا ما جعل أغلبية الأساتذة خارج دار المقاولاتية لا يقومون بتعريف الطلبة بالمقاولاتية ودار المقاولاتية كونه لا ينتمون لها ولا يساهمون بالمشاركة في النشاطات التي تقوم بها أي أن الأساتذة في حد ذاتهم ليس لديهم فكرة عن معنى المقاولاتية ولا دار المقاولاتية حتى يمكنهم تعليمها وتعريفها ونشرها للطلبة.

إن الإدارة لم تمنح لها تعليمات وزارية حول هذا تهمين جهود الأساتذة المساهمين في نشر الفكر المقاولاتي بين الطلبة وبالتالي فمجهوداتهم لا تتمن سواء كانوا يساهمون في نشر الفكر المقاولاتي أو لا يساهمون.

إن معظم اعلانات دار المقاولاتية تتم في مواقع التواصل الاجتماعي فأغلبية الأساتذة لا يطلعون عليها أو بالأحرى لا تصلهم. لا تؤكد إدارة الكلية بشكل صريح على أهمية توجيه الطلبة نحو الفكر المقاولاتي في اختياراتهم لمواضيع التخرج أي أن الإدارة لا تنص على اختيار المواضيع المتعلقة بالفكر المقاولاتي، رغم أن الوزارة مؤخرا تؤكد على ضرورة تشجيع الطلبة على اختيار مواضيع مؤسسة ناشئة.

لا يؤكد المسؤولون بالشكل الكافي على ضرورة المساهمة الفعالة من طرف الأساتذة في بناء محتوى المقاييس التي تعالج موضوع المقاولاتية، والذي من شأنه أن يساهم في كسب الطالب معارف حول الفكر المقاولاتي.

وبناء على النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم بعض المقترحات فيما يلي:

يعتبر اعتماد البيداغوجيا كآلية لنشر الفكر المقاولاتي بالوسط الجامعي مقبول نوعا ما إلا أنه ينبغي على إدارة الكلية وبالتالي الجامعة ككل أن تحت على ضرورة نشر الفكر المقاولاتي من خلال إضافة مقياس خاص بالمقاولاتية في جميع التخصصات وليس في كلية العلوم الاقتصادية او التجارية وعلوم التسيير فحسب وتحت الأساتذة على نصح الطلبة وتوجيههم نحو تبني الفكر المقاولاتي وتعريفهم به وهذا يكون بطريقة غير مباشرة أثناء الحصة الدراسية أو بطريقة مباشرة، وبالتالي المساهمة في نشر الفكر المقاولاتي بالوسط الجامعي.

وعموما وفي ظل ما تم التوصل له من نتائج من خلال دراستنا هذه يمكن تقديم بعض المقترحات كما يلي:

على الجامعة أن تنظم دورات تكوينية للأساتذة في المقاولاتية، كي يهتموا بتوعية وتحسيس الطلبة بأهمية الفكر المقاولاتي والوصول إلى طرق ايجابية تبث روح المقاولاتية .

على دار المقاولاتية أن تقوم بتكثيف الاعلانات أكثر لتوعية الأساتذة بها سواء ملصقات حائطية أو إرسالها إلى الأساتذة عبر البريد الالكتروني الخاص بهم لتوعيتهم أكثر بالفكر المقاولاتي ودار المقاولاتية والنشاطات التي تقوم بها.

- ☞ يجب على إدارة الكلية والجامعة عموماً أن تؤكد وتحت الأستاذة على توجيه الطلبة نحو اختيار المواضيع المتعلقة بالمقاوالاتية وخاصة مع ظهور قرار شهادة جامعية لمؤسسة ناشئة..
- ☞ التنسيق بين الجامعة وجهات خارجية لكي يتسنى للطلاب أخذ الخبرة وبالتالي يستطيع في المستقبل تكوين مشاريع ناجحة.
- ☞ تنويع الدروس المتعلقة بالمقاولة وعدم الاكتفاء بمادة واحد طيلة سنوات الدراسة وإدراج مقاييس خاصة بالمقاولة في جميع التخصصات أو محاور في المقاييس المدرسة وليس فقط تخصص واحد.
- ☞ العمل على تلمين جهود الأستاذة الذين يساهمون في نشر الفكر المقاوالاتي في الوسط الجامعي.
- ☞ الحث على إعطاء فرص متكافئة بين الأستاذة للتكوين والتدريب في مجال المقاوالاتية التي تقوم به دار المقاوالاتية.

الهوامش والمراجع:

- Markus Th. Eickhoff. (2008). *Entrepreneurial thinking and action –an educational responsibility for Europe*. German : *European journal of vocational training– No 45 – 2008/3 – ISSN 1977-0219*.
- Mj Dollig. (1995). *Entrepreneurship-strategies and resource*. usa: Irwin-Illinois press.
- الجودي محمد علي. (2010). تجارب عالمية في التعليم المقاوالاتي. مجلة الحقوق والعلوم الانسانية – دراسات اقتصادية جامعة الجلفة.
- أمن عادل عيد. (سبتمبر، 2014). التعليم الريادي مدخل لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والأمن الاجتماعي. (المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال، جامعة القصيم، المحاور)
- حسناوي عائشة. (2020). دور إدارة المعرفة في تحسين أداء المورد البشري في قطاع التعليم العالي.
- جودي حنان، العلواني كاميليا، ترغيني صباح. (2020). دار المقاوالاتية كأداة لترقية الثقافة المقاوالاتية في مؤسسات التعليم العالي. تم الاسترداد من
- https://www.researchgate.net/publication/343889987_dar_almqawlatyt_kalyt_ltrqyt_althqft_almqawlatyt_fy_mwssat_altlym_alaly_fy_aljzayr_drast_halt_dar_almqawlatyt_ljamt_bskrt_The_Entrepreneurship_House_as_a_mechanism_for_promoting_the_entrepreneurial_c
- راهيم ليندة. (2019). دور دار المقاوالاتية في مرافقة و دعم الطلبة حاملي المشاريع المصغرة. بسكرة: جامعة محمد خيضر بسكرة.
- زايد حكيم، عبد الحكيم بشير. (2021). نشر الفكر المقاوالاتي وتنمية روح المقاوالاتية لدى طلبة الجامعة، حالة دار المقاوالاتية بتبسة والوادي. *Spatial and Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE*
- سعود وسيلة، فرحات عباس. (2020). التوجه المقاوالاتي للطلبة الجامعيين في الجزائر . مجلة مجاميع المعرفة. الجزائر
- سفيان فنيط، بورمة هشام. (2018). ثقافة وروح المقاوالاتية لدى الشباب الجامعي في ولاية جيجل. مجلة نماء للاقتصاد والتجارة. الجزائر