مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية
Forum For Economic Studies and Research Journal
المجلد10 / العـدد: 01 (2026)، ص 63 - 77

الثنائية فرد -خلق القيمة آلية لبعث المقاولاتية في الجزائر-دراسة حالة مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة-

The duality of individual and value creation as a mechanism for reviving entrepreneurship – in Algeria - a case study of the Entrepreneurship Development Center in Djelfa

د. صدوق فتيحة

[1]مخبر الطرق الكمية في العلوم الاقتصادية وعلوم إدارة الأعمال وتطبيقاتها من أجل التنمية المستدامة، جامعة الجلفة، الجزائر،

fatiha.sadok@univ-djelfa.dz

تاريخ الاستلام:2026/02/10 **تاريخ القبول: 2026/05/09**

الملخص:

تُركِّز الدراسة على العلاقة الجوهرية بين الفرد وإسهامه في خلق القيمة الاقتصادية، حيث يؤكد المبدأ الأساسي أن الإنسان، بمهاراته ومعاركه وإبداعه، هو المحرِّك الأساسي للنمو الاقتصادي. لا تُقاس القيمة بالعمل المادي فحسب، بل تشمل أيضاً المعرفة والابتكار والتفاعلات الاجتماعية التي تدفع عجلة الإنتاجية والتنمية. تظهر الدراسة كيف أن الاستثمار في رأس المال البشري – من خلال التعليم المقاولاتي وبيئة محفزة – يُعزِّز قدرة الفرد على الإسهام بشكل أكبر في الاقتصاد، مما يؤدي في النهاية إلى ازدهار المجتمع ككل وخلق دورة إيجابية والاستدامة الاقتصادية.

من خلال هذه الورقة البحثية سوف يتم تسليط الضوء على مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة من خلال دراسة ميولات المتكونين فيه، وذلك بإجراء دراسة ميدانية من خلال الاستبيان، ومعالجة النتائج ببرنامج spss، حيث كان عدد المتكونين 443 متكون وهو ما يمثل مجتمع الدراسة، واخترنا عينة عشوائية 120 متكون وهو ما يمثل حجم العينة، أي أن حجم العينة يمثل 27% من حجم المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الفرد، المقاول، خلق القيمة، المقاولة، مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة..

تصنيف JEL: M13، L26، O31.

Abstract:

This study focuses on the fundamental relationship between the individual and their contribution to creating economic value. The core principle is that human beings, with their skills, struggles, and creativity, are the primary drivers of economic growth. Value is not measured solely by physical labor, but also encompasses knowledge, innovation, and social interactions that propel productivity and development. The study demonstrates how investing in human capital—through entrepreneurial education and a stimulating environment—enhances an individual's ability to contribute more to the economy, ultimately leading to the prosperity of society as a whole and creating a positive cycle and economic sustainability.

This research paper will highlight the Entrepreneurship Development Center in Djelfa by examining the tendencies of its trainees. A field study was conducted using a questionnaire, and the results were analyzed using SPSS software. The study population consisted of 443 trainees, from which a random sample of 120 trainees was selected, representing 27% of the population

***Key Words** : Individual, Entrepreneur, Value Creation, Entrepreneurship Development Center in Djelfa.*

JEL Classification: M13 ،L26، O31.

1. مقدمة:

يعتبر الفرد حجر الأساس في أي نهضة اقتصادية، حيث تمثل مهاراته ومعارفه وطاقاته الرأسمال الحقيقي الذي تُبنى عليه الثروات. وينتج عن تفعيل هذا الرأسمال البشري خلق القيمة، وهي العملية المحورية التي تتحول فيها الأفكار والموارد إلى منتجات أو خدمات تُلبي حاجات السوق وتحقق منفعة ملموسة. وتتجسّد هذه العملية في أبهى صورها عبر **المقاولة**، التي تمثل الجسر الواصل بين طاقات الفرد وإبداعه من جهة، ومتطلبات المجتمع والاقتصاد من جهة أخرى. فالمقاول ليست فقط منشئاً للمشاريع، بل هو محرّك للتجديد ومواجه للتحديات، يساهم في خلق فرص العمل وتعزيز التنمية المستدامة. وهكذا، تترابط هذه العناصر الثلاثة في حلقة ديناميكية :فرد مبدع يخلق قيمة مضافة من خلال مقاولة فاعلة، مما يُؤسس لاقتصاد حيوي ومجتمع متقدم.

2.1 الإشكالية:

من خلال ما سبق يمكن صياغة الإشكالية على النحو التالي:

- ✓ كيف يساهم مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة في تحفيز الفرد من أجل خلق قيمة؟
- ✓ وللإجابة على هذه الإشكالية ينبغي الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:
- ✓ ما المقصود بالفرد المقاول؟ وما هي المقاولاتية؟
- ✓ كيف يمكن خلق القيمة من خلال تحفيز الأفراد؟
- ✓ ما هو مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة؟ وما هي الآليات التي يعمل بها؟

3.1 الفرضيات:

وللإجابة على هذه التساؤلات انطلقنا من الفرضيات التالية:

- ✓ المقاولة هي إنشاء مؤسسة جديدة غير نمطية تبحث عن استغلال الفرص والموارد غير المستغلة أو غير المثمنة، تتميز بالإبداع والبحث عن التغيير والعمل على تقديم منتج أو خدمة مختلفة مبتكرة وجديدة، بالاعتماد على المبادرة الفردية للمقاول ورغبته في تجسيد أفكاره وتجسيدها على أرض الواقع.
- ✓ المقاول هو الشخص الذي يبدأ ويدير مشروعًا تجاريًا أو شركة ناشئة، مستخدمًا أفكاره ووقته وموارده الخاصة، ومتحملًا المخاطر المالية لطرح منتجات أو خدمات في السوق وتحقيق الربح.
- ✓ خلق القيمة هو تلك الثروة الحقيقية التي أضافتها المؤسسة،و هي تبين مدى نجاح المؤسسة في عملية المزج بين عناصر الإنتاج حيث أنه: إذا كانت القيمة كبيرة، فذلك يعني أن المؤسسة قد تحصلت على قيمة إنتاج كبيرة . و هو دليل جودة أداء المؤسسة، و حسن استغلالها لعناصر الإنتاج.
- ✓ يشكل مركز تطوير المقاولاتية التي تم إنشاؤها في مختلف مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي: من جامعات، معاهد ومدارس عليا، كجزء من البرنامج الحكومي الرامي إلى تشجيع المقاولاتية في الوسط الجامعي، بهدف توفير للطلاب المقاولين بيئة مواتية لتحقيق أفكارهم ومشاريعهم التجارية، حيث انها مجهزة بالموارد والمرافق الحديثة لدعم تنمية مهارات الطلاب في المقاولاتية.

4.1 الأهمية:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية متغيراتها فموضوع المقاولة من المواضيع الهامة جدا والذي عرف اهتماما كبيرا في الآونة الأخيرة وتخلق القيمة يمثل واحدة من أكثر المجالات تأثيرًا في عصرنا الحالي. تجمع بين قوة التكنولوجيا الحديثة وتعقيدات العالم الاقتصادي.

5.1 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- ✓ تسليط الضوء على الفرد الذي يعتبر جوهر العملية المقاولاتية؛
- ✓ التعريف بخلق القيمة وكيف يمكن خلقها من خلال تخفيض التكاليف وزيادة التميز؛
- ✓ التعريف بمركز تطوير المقاولاتية بالجلفة وآليات عمله.

2. ماهية المقاولاتية

تطور مفهوم المقاول عبر الزمن ليتماشى مع التحولات التي عرفها النظام الاقتصادي العالمي، حيث استعملت كلمت المقاول سنة 1616 وكانت تعني الشخص الذي يوقع عقدا مع السلطات العمومية من أجل ضمان عمل ما أو مجموعة أعمال مختلفة، ومن أبرزهم الاقتصادي مونتشرتيان **Montchrétien** 1616 و**J.B.SAY** و **R. CANTILLON** 1755 و1803 الذين توصلوا إلى تعريف المقاول أنه شخص يوظف أمواله الخاصة –يشتري ويستأجر ويبيع وينتج بأسعار غير أكيدة، وعليه تحمل كل المخاطر المتعلقة بنشاطه والسوق والأسعار وحتى الظروف الطبيعية. وفي هذه الفترة انحصرت المقاولاتية في الفلاحة والتجارة.

عام 1852 أضاف الباحث "صاي" **Say** مفهوم المقاول الصناعي وعرفه الشخص الذي يملك القدرة على تطبيق العلم والمعرفة واستغلالهما من أجل منفعة عامة، وهو الذي يحدد الاحتياجات ويسعى إلى تغطيتها من خلال استغلال كل عوامل الانتاج واستخدام مؤهلاته ومواهبه وتقبله للمخاطر.

عام 1967 قام "شومبتر" **SCHUMPETER** بدراسات عرف من خلالها المقاول أنه شخص مبدع يسعى إلى تغيير واقتناص الفرص واستخدام الموارد المتاحة بشتى الطرق تساعده على إبراز قدراته الإبداعية الابتكارية".

1.2 المقاولة الأهمية ومراحل الإنشاء

تعتبر المقاولاتية رافعة أساسية للاقتصاد الحديث؛ فهي تُساهم في خلق فرص العمل، وتعزيز التنافسية، وتحفيز الابتكار التكنولوجي والاجتماعي. كما أنها أداة قوية لتمكين الأفراد، وإطلاق طاقاتهم الإبداعية لمواجهة مشاكل المجتمع.

1.1.2 تعريف المقاولاتية

هناك العديد من التعاريف للمقاولاتية نذكر منها:

- ✓ المقاولاتية هي: "عملية تحديد الفرص في السوق، وتوفير الموارد اللازمة لاستغلال هذه الفرص، واستثمار هذه الموارد لتحقيق أقصى استفادة منها". (Workie، 2019)
- ✓ المقاولاتية هي: "عملية ابتكار شيء مختلف وأفضل ذي قيمة من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين، وتحمل المخاطر المالية والنفسية والاجتماعية المصاحبة، والحصول على المكافأة المالية والرضا الشخصي الناتجين. في هذه الحالة، يجب على الفرد ابتكار شيء مختلف وأفضل ليُطلق عليه لقب رائد أعمال أو مقاولاتي". (Longenecker، 2003)
- ✓ المقاولاتية هي: فن تحديد فرص الأعمال المجدية وتعبئة الموارد لتحويل تلك الفرص إلى مشروع ناجح من خلال الإبداع والابتكار والمخاطرة والخيال التقدمي". (H، 2000)

من خلال ما سبق يمكن تعريف المقاولة على أنها: "إنشاء مؤسسة جديدة غير نمطية تبحث عن استغلال الفرص والموارد غير المستغلة أو غير المثمنة، تتميز بالإبداع والبحث عن التغيير والعمل على تقديم منتج أو خدمة

مختلفة مبتكرة وجديدة، بالاعتماد على المبادرة الفردية للمقاول ورغبته في تجسيد أفكاره وتجسيدها على أرض الواقع".

2.1.2 مراحل إنشاء مقاولة

هناك خطوات عديدة يمر بها المقاول عند بداية التفكير لإنشاء مشروعه وهي: (فتيحة، 2019)

- ✓ **الفكرة:** تبدأ عملية إنشاء مشروع جديد بمرحلة توليد الأفكار ، والتي تحمل للمجتمع منافع وقيم إضافية جديدة. يمكن النظر إلى الفكرة الجديدة بأنها أي شيء يبدو جديدا ويراه المجتمع جديدا ويشتمل على منفعة مطلوبة أو مرغوبة من قبله في أسواق قائمة أو جديدة، وتكون لها جدوى اقتصادية وقبول اجتماعي، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية: الفكرة = الحاجات +الوسائل

عموما هناك ثلاث خطوات أساسية للبحث عن الفكرة، والتي تتمثل في:

- ملاحظة الحياة اليومية: يهتم بتصرفات الأفراد، الظروف المالية للحياة، والإحصائيات.
- المنافسة: معرفة نقاط القوة والضعف للمنافسين.
- البحث عن الحلول والبدائل: إجراء المفاضلة وبالتالي إيجاد الفكرة الملائمة.

- ✓ **الدراسة السوقية**: حيث فيها يتم التأكد من حاجة أو طلب أو فجوة في السوق لفكرة المشروع كسلعة أو خدمة بتحديد كمية الإنتاج المراد تقديمها للسوق وأين ولمن سوف يتم التسويق. وذلك عن طريق: دراسة السوق، بحوث التسويق، نظام المعلومات التسويقية، الاستخبارات التسويقية .
- ✓ **الدراسة المالية:** من بين أهم القرارات التي يواجهها المقاول هو اختيار مصدر تمويل مقاولته، لذا لا بد من دراسة مصادر التمويل المختلفة لاختيار مصدر التمويل المناسب.

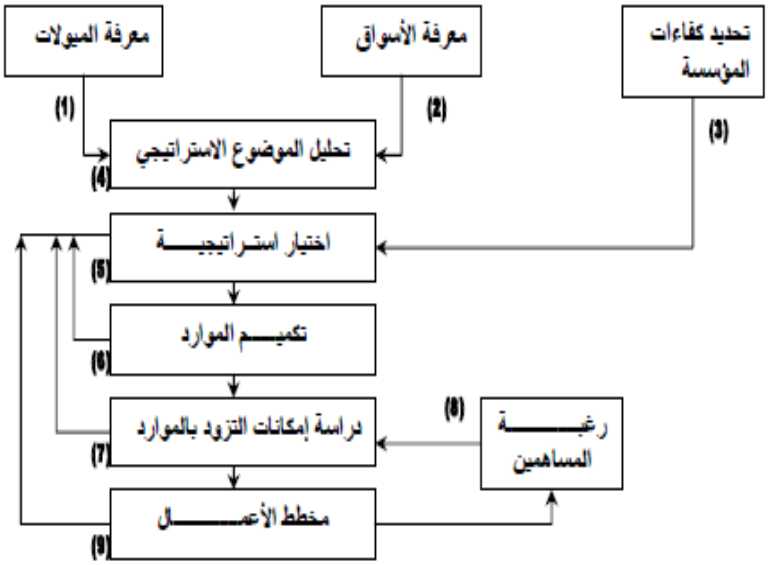
- **مصادر التمويل الداخلية:** تعتبر المدخرات الشخصية للمقاولين من أهم المصادر الداخلية للتمويل، كما قد يلجأ المقاول أيضا إلى القروض ذات الطابع الشخصي المقدمة من طرف أفراد الأسرة، الأقارب، الأصدقاء وذلك عند الحاجة.
- **مصادر التمويل الخارجية**: يعتبر التمويل الخارجي أحد المصادر الرئيسية للتمويل، فمن بين أهم أشكاله:

- **الائتمان التجاري**: هو وسيلة للشراء مع تأجيل الدفع على فترات مختلفة مع أخذ فترة سماح معينة قبل أن يبدأ التسديد، حيث تقوم المؤسسة في هذه الحالة باستخدام البضائع والمواد الخام دون أن تقوم بسداد قيمتها فورا، ولا يحتاج هذا النوع من الائتمان لتقديم ضمانات مما يسهل عملية الحصول عليه.
- **الائتمان المصرفي قصير الأجل**: تشكل التسهيلات الائتمانية المقدمة من البنوك التجارية والمؤسسات المصرفية مصدرا آخر من مصادر التمويل حيث يمكن للمقاول الحصول على هذا الائتمان، مقابل التعهد بسداد القرض والفوائد المستحقة عليه.
- **الائتمان المصرفي طويل الأجل**: مثله مثل قصير الأجل الاختلاف فقط في مدة السداد ومعدل الفائدة.

- **الائتمان الإيجاري:** يدعى بالتأجير التمويلي باتفاق بين مؤجر (مؤسسة معينة أو بنك مثلا) ومستأجر لأصول رأسمالية يملكها المؤجر، وتبقى كذلك طيلة مدة الإيجار ويستفيد منها المستأجر بانتفاع كامل مقابل تقديم أقساط إيجارها طيلة مدة حياة العقد.

✓ **مخطط الأعمال:** تعتبر خطة العمل (Business Plan) أو ما يطلق عليها أحيانا بخطة الفعاليات واحدة من أهم المراحل توثيقا للأعمال في المنظمات الصغيرة والريادية، حيث تمثل هذه الخطة توظيف كاملا للفعاليات ذات العلاقة بمستقبل المنظمة،ويمكن تعريف خطة العمل على أنها الوثيقة التي تصف ماذا خطط من الأعمال المراد تنفيذها ضمن المرحلة القادمة،هناك تسع مراحل أساسية يجب إتباعها عند إعداد مخطط الأعمال، والتي نوجزها في الشكل الموالي :

الشكل 1: مخطط الأعمال



المصدر: صندرة سايبي، **سيرورة إنشاء المؤسسة أساليب المرافقة**، دار المقاولاتية، قسنطينة، 2010/2009، ص: 21.

✓ **دراسة قانونية:**حيث تحدد الأشكال القانونية للمؤسسة، والضرائب التي تخضع لها المؤسسة منذ نشأتها إلى غاية حلها.

✓ **مرحلة الانطلاق والمراقبة:** تعتبر مرحلة تنفيذ المشروع من أدق مراحل المشروع وأكثرها كلفة، في هذه المرحلة يجب التعاقد مع المقاولين على إنشاء المشروع، كذلك التعاقد لشراء الآلات والمعدات وإنشاء المباني، ومرافق الخدمات اللازمة للمشروع. ومن الضروري إجراء تقييم أداء المشروع من حيث مقارنة التوقعات التي وردت في دراسة الجدوى وما تم تحقيقه فعلا.

2.2 الفرد حجر الزاوية في المقاولاتية

تُبنى المقولات على أيدي أفراد. ولا يمكن لأي مقاولة أن تنجح إلا إذا تم توجيه الأفراد الذين يشكلونها بشكل صحيح والتزموا ببذل الجهد نيابةً عنها. كما يحتاج المشروع المقاولاتي إلى دعم من جهات خارجية، مثل العملاء والموردين والمستثمرين. يسمى هذا الفرد بالمقاول.

1.2.2 تعريف المقاول:

المقاول هو: "الشخص الذي يبدأ ويدير مشروعًا تجاريًا أو شركة ناشئة، مستخدمًا أفكاره ووقته وموارده الخاصة، ومتحملًا المخاطر المالية لطرح منتجات أو خدمات في السوق وتحقيق الربح". (Hayes، 2016)

من خلال ما سبق نستنتج أن المقاول يتمتع بمجموعة من الخصائص والتي نذكر أهمها فيما يلي: (حياة، 2021)

- ✓ **الدافعية القوية والمرونة**: فالدافع الداخلي (النفسي أو الشخصي) يجعل المقاول متحفز ومركز حول الحاجات التي يريد تحقيقها من هذا النشاط (الدافع~ الحاجات~ توجيه التركيز= زيادة الاهتمام)
- ✓ **الالتزام**: يندرج ضمن مسؤولية المقاول فالمبادرة الفردية وقيادة المشروع وتأسيس مؤسسة لا يعني عدم التزامه وجديته، بل عليه بالالتزام الذي يمنحه القدرة على التحمل والمواصلة وتجاوز العراقيل والعقبات التي تعتريه، والذي يساعده على اتخاذ القرارات بأقل جهد وتركيز.
- ✓ **الفعل أو الإنجاز**: فلا تكفي الفكرة وحدها ولا القدرات والمهارات والمؤهلات دون تجسيدها وتطبيقها وتفعيلها على أرض الواقع.
- ✓ التصور والانضباط: وهو الفكرة التصورية للمشروع أو النظرة التخيلية للمشروع، الذي يرقع معدل الإبداع، ويفرض على المقاول بناء إستراتيجية يعمل عليها لتحقيق أهدافه وتجسيد مشروعه.
- ✓ **التحكم الذاتي**: فالمقاولاتية مبادرة فردية يكون المقاول هو الرائد والقائد والمقرر والمسؤول، وبالتالي يجب أن يكون قادرا على التحكم في الظروف المحيطة به وبمشروعه، والتي تؤثر وتنعكس على قراراته.
- ✓ **تحمل الضغوط**: إن العمل فرديا أو جماعيا يعرض الفرد إلى ضغوطات نفسية مادية معنوية، وبالتالي يجب على الفرد (المقاول) تحمل كافة أنواع الضغوطات من بينها المخاطر التي قد تواجهه(طبيعية، بشرية، إدارية، مادية ومعنوية)
- ✓ **الثقة بالنفس**: وهي شرط أساسي لنجاح أي فكرة يؤمن بها الفرد، فالثقة بالنفس تزيد قوة الدافعية وتحفز المقاول وتوجه اهتمامه وتركيزه، والإسراع في إيجاد الحلول للمشاكل ومسايرة الظروف والأوضاع.
- ✓ **الاستعداد والميل إلى المخاطرة**: فالمقاول يستعد نفسيا ومعنويا وماديا لتهيئة أرضية مشروعه وتفعيل فكرته على أرض الواقع، فالمخاطرة هي خاصية النشاط المقاولاتي، إذ يزعم المقاول في اختيار مشروع وفكرة جديدة مبتكرة، هذا العنصر يحمل من المخاطرة ما يستوجب على المقاول التكهن به والاستعداد له.
- ✓ **الحاجة إلى الانجاز**: فالحاجة كما تم شرحه تأتي من الدافع وتؤدي إلى القيام وتوجيه السلوك والاهتمام، فكلما شعر المقاول بحاجته في إنجاز مشروعه زاد وارتفع الدافع والحافز، وهذه الحاجة تجعله في تركيز واهتمام مستمرين.

2.2.2 المهارات التي على المقاول النحلي بها:

هناك مجموعة من المهارات التي على المقاول أن يتحلى بها، وتندرج ضمن نوعين من المهارات مهارات تقنية، ومهارات إدارية، كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل 2: المهارات اللازمة للمقاول



المصدر: من الكتاب التدريبي لمركز تطوير المقاولاتية بالجلفة.

من خلال الشكل نلاحظ أن هناك مهارات تقنية تتمثل في الهندسة المحاسبة الميكانيك.....الخ، ومهارات إدارية لازمة مثل الإدارة والمالية، القيادة، التنظيم، التخطيط.

3.2.2 أنواع المقاولين:

لا يتشابه جميع المقاولين أو ما يطلق عليهم رواد الأعمال، ولا تتشابه أهدافهم. وفيما يلي بعض أنواع المقاولين: (Hayes B.، 2016)

- ✓ **المؤسس:** يسعى المؤسسون إلى إنشاء مقاولة قابلة للتوسع في فترة زمنية قصيرة. حيث يسعى هؤلاء الأفراد إلى بناء بنية تحتية قوية من خلال توظيف أفضل الكفاءات والبحث عن أفضل المستثمرين. أحيانًا، يتمتعون بشخصيات متقلبة المزاج تتناسب مع النمو السريع الذي يطمحون إليه، ولكنها قد تُصعّب العلاقات الشخصية والتجارية.
- ✓ **الانتهازي:** المقاولون الانتهازيون هم أفراد متفائلون يتمتعون بالقدرة على اقتناص الفرص المالية، والدخول في الوقت المناسب، والبقاء خلال فترة النمو، والخروج عندما يصل المشروع إلى ذروته. يهتم هذا النوع من المقاولين بالأرباح والثروة التي سيُكوّنونها، لذا ينجذبون إلى الأفكار التي تُتيح لهم تحقيق دخل متكرر أو متجدد. ولأنهم يبحثون عن فرص في الوقت المناسب، قد يكون المقاولون الانتهازيون مندفعين.
- ✓ **المبتكر:** المبتكرون هم أولئك الأفراد النادرون الذين يبتكرون فكرة أو منتجًا رائعًا لم يسبق لأحد أن فكّر فيه من قبل. فكّر في توماس إديسون، وستيف جوبز، ومارك زوكربيرج. هؤلاء الأشخاص عملوا فيما يحبون، ووجدوا فرصًا تجارية من خلال رؤيتهم وأفكارهم.

بدلًا من التركيز على المال، يميل المبتكرون إلى الاهتمام أكثر بتأثير منتجاتهم وخدماتهم على المجتمع. هؤلاء الأشخاص ليسوا الأفضل في إدارة الأعمال، فهم في الأساس مُولّدون للأفكار، لذا غالبًا ما يتركون العمليات اليومية لمن هم أكثر كفاءة في هذا المجال.

- ✓ **المتخصص:** هؤلاء الأشخاص تحليليون ويتجنبون المخاطر. لديهم مهارات قوية في مجال محدد اكتسبوها من خلال التعليم أو التدريب المهني. يبني المقاول المتخصص مشروعه من خلال بناء العلاقات والتوصيات، مما قد يؤدي أحيانًا إلى نمو أبطأ من المقاول الذي يبني مشروعه بشكل عام.

3.2 خلق القيمة من خلال المقاولة

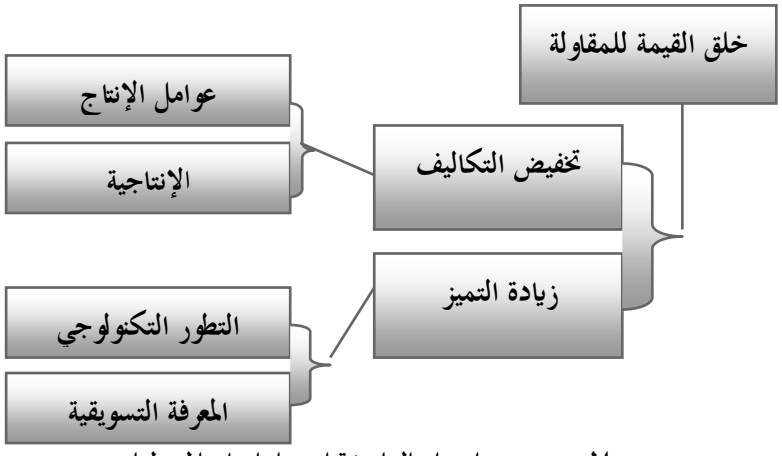
لقد أصبح مفهوم خلق القيمة محورا أساسيا في قيادة مختلف المنظمات وفرض نفسه كمؤشر معياري للأداء ومقياس شامل لمدى نجاعة القرارات الإستراتيجية للمنظمة، ولقد شكل مفهوم خلق القيمة ولفترة طويلة هدفا أساسيا للاتصال المالي للمنظمات وتعود أصول مفهوم خلق القيمة إلى المدرسة النيوكلاسيكية أين كان يقاس على أساس مردودية رؤوس الأموال المستثمرة مقارنة بتكاليف الموارد المخصصة لتمويلها . ليتطور بعد ذلك هذا المفهوم بفعل العولمة والأسواق المالية ويدرج في طياته الاتجاه المتنامي لقوة المساهمين وتأثيرهم على تلك الأسواق. إلا أنه وفي الوقت الذي أصبح فيه أداء المنظمة نتاجا لعوامل معقدة وغير مادية كالتعلم، المعرفة والإبداع وغيرها فإن نجاح المنظمة أصبح يعتمد أكثر على قدرتها الداخلية على الإبداع وتجنيد الموارد وخصوصا البشرية منها بدلا من اعتماده على العوامل التنافسية التقليدية كسلسلة القيمة والتموقع التنافسي وهنا ظهر مفهوم خلق القيمة الجوهرية :

1.3.2 مفهوم خلق القيمة:

يعرف خلق القيمة على أنه: "تلك الثروة الحقيقية التي أضافتها المؤسسة،و هي تبين مدى نجاح المؤسسة في عملية المزج بين عناصر الإنتاج حيث أنه: إذا كانت القيمة كبيرة، فذلك يعني أن المؤسسة قد تحصلت على قيمة إنتاج كبيرة . و هو دليل جودة أداء المؤسسة، و حسن استغلالها لعناصر الإنتاج". (فتيحة، دور التفكير الإستراتيجي في تحقيق أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق، 2019)

من أجل خلق قيمة مضافة للمؤسسة، هناك مصدرين، زيادة التميز، وتخفيض التكلفة، و لكل منهما يجب توفر دعائم أساسية تتضح في الشكل رقم 04

الشكل 3: مصادر خلق القيمة



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على المعطيات.

2.3.2 أبعاد وأصحاب المصلحة في خلق القيمة:

الشكل الموالي يوضح أصحاب المصلحة الممثلين في كل من الموظفون، العملاء، الشركاء، المساهمون، وكذا أبعاد كل صاحب من أصحاب المصلحة في توليد أو خلق القيمة.

الشكل 4: أبعاد وأصحاب المصلحة في خلق القيمة

الموظفون	لاطلاع على أحدث الأفكار الإدارية في مجال خلق القيمة، مما يؤدي إلى تطوير الذات وتحقيق أداء متميز وخلق قيمة لبقية الموظفين، والقسم، والشركة، وتجنب هدم القيمة.
العملاء	زيادة القيمة المقدمة للعملاء، وتعزيز الولاء، والحصة السوقية، وأصول العملاء. اخلق قيمة للعميل قبل استخلاص القيمة منه.
الشركاء	خلق قيمة لشركائك (سلسلة التوريد والتسليم والنقابات) يزيد من قيمتك، حيث يصبحون أكثر إخلاصًا لك ويبذلون جهدًا إضافيًا لصالحك.
المديرين التنفذيين	خلق القيمة يمثل دليلًا استراتيجيًا وعمليًا لنجاح المدير التنفيذي وأسلوب القيادة: يعيد التركيز على العمل المهم وليس فقط العمل العاجل. ويوضح للمدير التنفيذي كيف أن التركيز على خلق القيمة هو ممارسة تجارية طبيعية، لا تضيف إلى التكاليف بل إلى النجاح والأرباح. يمكن اتخاذ القرارات من خلال فهم ما يخلق قيمة أكبر، ويساعد في إدارة المشكلات.
المجتمع	خلق قيمة للمجتمع وامتلاك قيم تتردد صداها لدى العملاء سيجعلك صاحب عمل وشركة مفضلة لدى العميل، وسيكافئك بمزيد من الأعمال و/أو أسعار أعلى. القيم تخلق قيمة.
للمشروع	سيتم خلق قيمة للشركة، مما يضمن لها الاستمرارية والنجاح على المدى الطويل، وزيادة العائد على الاستثمار. ستكتسب الشركات المخلقة للقيمة مؤشر قيمة أعلى لدى العملاء وتصبح أكثر جاذبية لعملائها وغير عملائها.
المساهمون	ستزداد ثروة المساهم على المدى القصير والطويل. ستكتسب الشركة المزيد من الاحترام وسترتفع الأرباح الأسهم.

Source : Peter Stokes, Creating **value**, International Conference on Value Creation and Destruction,2018, 02.

3. دراسة حالة مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة

خلال هذا المحور سوف يتم التعريف بمركز تطوير المقاولاتية بالجلفة، الذي سيكون محل دراستنا من خلال الاستبيان الموجه للمشاركين في الدورات التكوينية التي ينظمها المركز.

1.3 التعريف بمركز تطوير المقاولاتية

يشكل مركز تطوير المقاولاتية التي تم إنشاؤها في مختلف مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي: من جامعات، معاهد ومدارس عليا، كجزء من البرنامج الحكومي الرامي إلى تشجيع المقاولاتية في الوسط الجامعي، بهدف توفير للطلاب المقاولين بيئة مواتية لتحقيق أفكارهم ومشاريعهم التجارية، حيث انها مجهزة بالموارد والمرافق الحديثة لدعم تنمية مهارات الطلاب في المقاولاتية.

يعتبر التكوين في مراكز تطوير المقاولاتية كأحد الشروط الأساسية لإنشاء مؤسسة مصغرة في إطار جهاز الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية والاستفادة من صيغ التمويل التي توفرها.

وهو يقدم المهام الرئيسية للمركز:

- ✓ الدعم والإرشاد :تقديم الاستشارات والتوجيه لفائدة الشباب الراغبين في إنشاء مؤسسات مصغرة (مشاريع مدرة للدخل) عبر آليات الدعم الرسمية.
- ✓ التكوين والتدريب :تنظيم دورات تكوينية في مجالات إدارة المشاريع، وضعية دراسة الجدوى، التسويق، المحاسبة، وغيرها من المهارات اللازمة لنجاح المؤسسة الناشئة.
- ✓ المصاحبة :مرافقة حاملي المشاريع خطوة بخطوة، من مرحلة الفكرة إلى تجسيدها على أرض الواقع، ومساعدتهم في إعداد الملفات التقنية والإدارية اللازمة للحصول على التمويل والامتيازات.
- ✓ التسهيلات :يعمل المركز كوسيط بين حاملي المشاريع والإدارات والهيئات الأخرى (البلدية، الضرائب، التسجيل، البنوك، إلخ) لتسهيل الإجراءات.
- ✓ تعزيز روح المبادرة :نشر ثقافة المقاولاتية والتشجيع على إنشاء المؤسسات بين فئة الشباب والخريجين الباحثين عن عمل.

أما عن الخدمات التي يقدمها فهي تتمثل في:

- ✓ الاستقبال والتوجيه الأولي لحاملي الأفكار.
- ✓ مساعدة في اختيار الصيغة القانونية المناسبة للمشروع (فردية، ذات مسؤولية محدودة، إلخ.(
- ✓ المساعدة في إعداد دراسة الجدوى الاقتصادية والمالية.
- ✓ التكوين في مجال إنشاء وإدارة المؤسسات المصغرة.
- ✓ المساعدة في إعداد ملفات القروض والضمانات؛
- ✓ الدعم ما بعد الإنشاء لمساعدة المؤسسات الجديدة على تثبيت نفسها في السوق.

كما أن الفئات المستهدفة هي:

- ✓ الشباب الباحثون عن عمل والمستفيدون من آليات دعم التشغيل.
- ✓ حملة الشهادات الخريجون الجامعيون الراغبون في بدء مشاريعهم الخاصة.
- ✓ أصحاب الحرف والمواهب الراغبون في تطوير نشاطهم.
- ✓ النساء الراغبات في خوض تجربة المقاولاتية.

من خلال إحصائيات المركز فإن حصيلة نشاطات المركز تتمثل في 1393 عدد المسجلين وهذا عدد كبير يعكس مجهودات المركز في التحسيس بأهمية المقاولاتية، عدد الدورات التكوينية 20 دورة عدد المتكونين 443 متكون. والجدول الموالي يوضح أكثر.

الجدول 1: حصيلة نشاطات مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة

عدد المسجلين في المنصة	1393
عدد الدورات التكوينية المنجزة	20
عدد المتكونين	443
عدد الدورات التحسيسية المنجزة	12
عدد حاملي المشاريع قيد الدراسة	153
عدد المقبولين في لجنة التمويل	36
عدد المؤسسات خارج إطارNESDA	01

المصدر: إحصائيات مدير مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة.

2.3 تحليل نتائج الاستبيان المتعلقة بالفرد (المتكونين في مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة)

وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على العينة العشوائية، وهذا بسبب مقتضيات البحث، حيث تم اختيار مجموعة من المتدربين في مركز تطوير المقاولاتية، والذي كان عددهم 120 متكون، وهو ما يمثل نسبة 27% من أفراد المجتمع الذي يمثل 443 فرد.

الجنس:

من خلال الجدول الموالي يتم توزيع عينة الدراسة 120 متكون حسب الجنس وفق الجدول الموالي:

الجدول 2: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

ذكور	إناث	المجموع
90	30	120

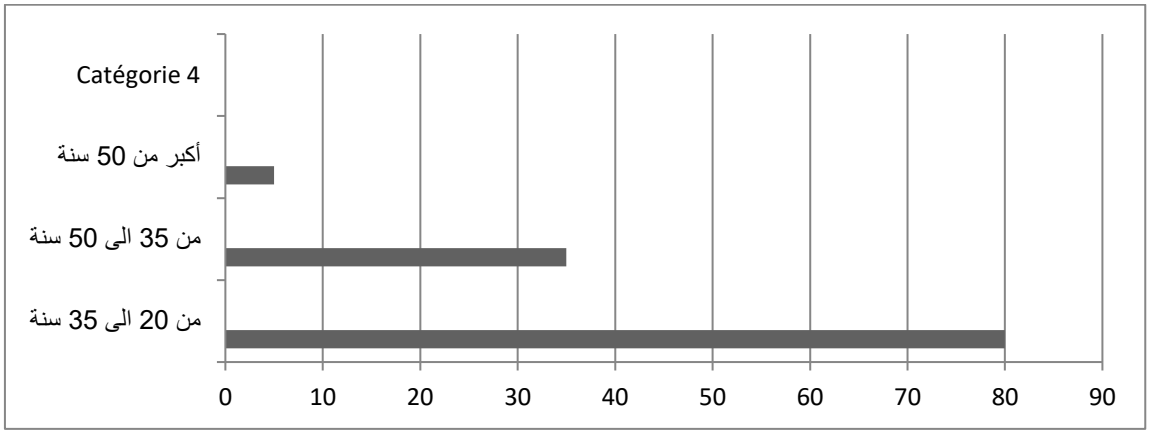
المصدر: مخرجات تحليل الاستبيان باستعمال spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد الذكور أكبر من عدد الإناث حيث يمثل عدد الذكور 75% في حين عدد الإناث 25%، في الحقيقة يوجد فرق بين نسبة الذكور والإناث لكن ليس لهذه الدرجة وهذا راجع إلى أن تم التواصل مع المتكونين الكترونيا وهناك الكثير من المتكونات اللاتي لم نستطع الوصول لهن، لكن على العموم هي نسبة تعكس دخول المرأة مجال المقاولاتية من خلال التحفيزات التي تمنح للأنشطة المنزلية وكذا تطوير الصناعات التقليدية.

السن:

يوضح الشكل الموالي توزيع أفراد العينة حسب السن حيث أن النسبة الأكبر هي في الفئة ما بين 20 و35 سنة بنسبة 67% وهي حوالي 80 متكون، أما ما بين 35 و 50 سنة فهي 30 متكون أي بنسبة 29 %، في حين بلغت نسبة الأكبر من 50 سنة 4% حيث بلغ عددهم 5.

الشكل 5: توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات spss.

نلاحظ أن النسبة الأكبر هي للمتكونين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و35 سنة أي فئة الشباب وذلك للأسباب التالية:

- ✓ تشجع العديد من الطلاب في الجامعات ومراكز التدريب على ريادة الأعمال كمسار وظيفي بديل أو مكمل.
- ✓ التحول الرقمي وظهور نماذج أعمال جديدة؛
- ✓ شح المناصب في الوظيف العمومي واللجوء الى الأعمال الحرة؛

✓ الاستقلالية في العمل.

المستوى التعليمي:

تم تقسيم أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي إلى ثلاث مستويات هي على النحو التالي:

الجدول 3: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

أصحاب الشهادات الجامعية	أصحاب شهادات التكوين المهني	أصحاب الشهادات العليا (دكتوراه)	المجموع
100	20	00	120

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على المعطيات.

من خلال الجدول نلاحظ أن النسبة الأكبر هي أصحاب الشهادات الجامعية ليسانس وماستر وذلك بنسبة 83% في حين تبلغ نسبة أصحاب شهادات التكوين المهني 17 %، أما نسبة أصحاب الشهادات العليا دكتوراه فهي معدومة، ويرجع السبب إلى أن أصحاب الشهادات الجامعية هم المقصودين ببرنامج تطوير المقاولاتية، حيث يعمل المركز على استهدافهم لأنهم الفئة الأكثر تأثرا ولأن هم الذين يملكون الحق في التمويل في حالة قبول مشاريعهم.

مستوى العوامل الشخصية المؤثرة على الفرد المقاول:

من خلال ما يلي سوف يتم دراسة مستوى ميولات أفراد العينة البالغ عددهم 120 فرد حول فقرات الاستبيان، وقياس الاتجاه العام لميولاتهم من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، حيث تم الاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي وفق الجدول الموالي:

الجدول 4: الاتجاه العام للمتوسطات الحسابية حسب مقياس ليكارت الخماسي

المجال	1- 1.8	1.8 -2,6	2.6- 3.4	3.4- 4.2	4.2- 5
الاتجاه العام	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

بعد إجراء الدراسة خرجنا بالنتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول 5: مستوى العوامل الشخصية المؤثرة على الفرد المقاول

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
الرغبة في الخروج من البطالة	4.45	0.60	موافق بشدة
الرغبة في تحقيق مكسب مادي	4.40	0.59	موافق بشدة
الرغبة في الاستقلالية	4.15	0.67	موافق
الرغبة في تحمل المسؤولية	3,85	0.58	موافق
الرغبة في تحمل المخاطرة	3.20	1.02	محايد
الرغبة في تحقيق انجاز شخصي	4,55	0.67	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن:

✓ **الفقرة الأولى:** المتعلقة برغبة المتكونين في الخروج من البطالة كان المتوسط الحسابي لها 4.45 بانحراف معياري قدره 0.60، وهذا يعني أن أفراد العينة كانوا موافقين بشدة على هذه العبارة ، فالرغبة في الخروج من

البطالة والهروب من شبح شح المناصب في الوظيف العمومي هي التي دفعت الكثير من الشباب للجوء إلى مركز تطوير المقاولاتية من أجل التكوين في مجال إنشاء المؤسسات.

- ✓ **الفقرة الثانية**: الرغبة في تحقيق مكسب مادي كان المتوسط الحسابي 4.40 بانحراف معياري 0.59، أي أن أفراد العينة كانوا موافقين بشدة على هذه الفقرة، وهو أمر منطقي لأن الهدف من أي مشروع هو تحقيق الربح بعد أهداف البقاء والنمو.
- ✓ **الفقرة الثالثة:** الرغبة في الاستقلالية هي أيضا كان المتوسط الحسابي لها مرتفع بنسبة 4.15 بانحراف معياري قدره 0.67 وهذا دليل على أن أغلب الشباب يريد الاستقلالية في عمله بعيدا عن التسلسل الهرمي للوظيفة.
- ✓ **الفقرة الرابعة**: الرغبة في تحمل المسؤولية كان المتوسط الحسابي نوعا ما منخفض 3.85 بانحراف معياري قدره 0.85 لكن اتجاهه موافق أي أنهم يرغبون في تحمل المسؤولية من خلال إنشاء مؤسساتهم.
- ✓ **الفقرة الخامسة:** الرغبة في تحمل المخاطرة كان المتوسط الحسابي نوعا ما ضعيف 3.20 بانحراف معياري متباين 1.02 فكان الاتجاه محايد، وهذا دليل على أن رغبة الشباب في خلق مؤسساتهم لكن في مقابل ذلك نجدهم متخوفين من ذلك.
- ✓ **الفقرة السادسة:** الرغبة في تحقيق انجاز شخصي كان المتوسط الحسابي 4.55 بانحراف معياري 0.67 وهذا يعكس الموافقة بشدة لأفراد العينة على أنهم يريدون إنشاء مؤسساتهم من أجل تحقيق الذات، وهو أمر مهم جدا فهذا الأمر هو الذي يحرد الفرد في انشاء مؤسسته.

3.3 تحليل نتائج الاستبيان المتعلقة بخلق القيمة (المتكونين في مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة)

من خلال هذا الجزء سوف يتم دراسة ميولات أفراد العينة حسب توجهاتهم نحو خلق القيمة

الجدول 6: مستوى خلق القيمة لدى متكوني مركز تطوير المقاولاتية بالجلفة

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
تقدم مؤسستكم منتجات مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل فعال	4.54	0.87	موافق بشدة
نحن نستجيب بسرعة لملاحظات العملاء ونتخذ إجراءات تحسينية	4.87	0.65	موافق بشدة
جودة خدماتنا تتجاوز توقعات العملاء بشكل مستمر	3.22	1.91	محايد
عملياتنا الداخلية فعالة وتساهم في تقليل التكاليف	3.78	0.84	موافق
نتبنى التقنيات الحديثة لتحسين أداء العمليات	3.98	0.82	موافق
المؤسسة تستثمر في تطوير مهارات وقدرات الموظفين	4.75	0.54	موافق بشدة
هناك استراتيجية واضحة للنمو وخلق القيمة على المدى الطويل	2.83	1.23	محايد

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات spss.

من خلال الجدول نلاحظ:

- ✓ **الفقرة الأولى:** "تقدم مؤسستكم منتجات مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل فعال " كان المتوسط الحسابي 4.54 بانحراف معياري 0.87، حيث كان الاتجاه العام موافق بشدة أي أنهم من خلال مؤسساتهم الابتكارية يعملون على تقديم منتجات جديدة لم تطرح بعد في السوق وهم بذلك ينتهجون إستراتيجية المحيط الأزرق من خلال فتح مساحات سوق جديدة لم تطرق بعد.

- ✓ **الفقرة الثانية:** "نحن نستجيب بسرعة لملاحظات العملاء ونتخذ إجراءات تحسينية" كان المتوسط الحسابي 4.87 بانحراف معياري 0.65، وهي نسبة كبيرة تعكس الموافق التامة لأفراد العينة على تحقيق والاستجابة لمتطلبات الزبائن، وذلك ليقينهم وتأكدهم أن العميل أو الزبون هو مركز العملية الإنتاجية.
- ✓ **الفقرة الثالثة:** "جودة خدماتنا تتجاوز توقعات العملاء بشكل مستمر" كان المتوسط الحسابي منخفض نوعا ما 3.22 بانحراف معياري 1.91، حيث كان اتجاه العينة محايد في هذه الفقرة، وذلك راجع إلى أن المؤسسات التي يعملون على إنشائها جديدة وبالتالي فإن الزبائن لا يعرفون ما تقدمه، بالإضافة إلى المنافسة وأن لكل عميل المؤسسة التي يحبذ أن يقتني منتجاتها أو ما يسمى الولاء للمؤسسة والذي يعتبر عائقا للمؤسسات الناشئة في دخول السوق.
- ✓ **الفقرة الرابعة:** "عملياتنا الداخلية فعالة وتساهم في تقليل التكاليف" كان المتوسط الحسابي 3.78 بانحراف معياري 0.84 أي أن أفراد العينة موافقين على أنهم يملكون التوليفة المناسبة في تقليل تكاليف منتجاتهم لكي تستطيع مجابهة المنافسة القوية.
- ✓ **الفقرة الخامسة:** "نتبنى التقنيات الحديثة لتحسين أداء العمليات" كان المتوسط الحسابي 3.98 بانحراف معياري قدره 0.82 أي أن أفراد العينة موافقين على أنهم يستخدمون تقنيات حديثة في أنشطتهم من أجل خلق التميز في منتجاتهم.
- ✓ **الفقرة السادسة:** "المؤسسة تستثمر في تطوير مهارات وقدرات الموظفين" كان المتوسط الحسابي 4.75 بانحراف معياري 0.54 أي أن أفراد العينة موافقين بشدة على هذه الفقرة، وهذا ما لمسناه من خلال اجتماع مجموعة من الطلبة المتعددي التخصصات في مشروع، فمثلا نجد طالب اقتصاد مع طالب تكنولوجيا في مشروع، فالأول يحاول أن يهتم بالجانب المالي والتسييري في حين الثاني يهتم بالجانب التقني.
- ✓ **الفقرة السابعة:** "هناك إستراتيجية واضحة للنمو وخلق القيمة على المدى الطويل" كان المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 2.83 بانحراف معياري 1.23 وهو ما يعكس حياد أفراد العينة في هذه الفقرة، وهذا راجع إلى تخوف الشباب من مؤسساتهم وهو السبب الذي يجعل أغلب المؤسسات تفشل وهو عدم وجود إستراتيجية بعيدة المدى.

4 الخاتمة:

في ختام هذه الورقة البحثية يتجلى دور الفرد في خلق القيمة الاقتصادية، حيث يمكننا التأكيد أن الفرد ليس مجرد وحدة استهلاكية في المنظومة الاقتصادية، بل هو المحرك الأساسي والعنصر الفاعل في عملية الإبداع والإنتاج. لقد أظهرت الدراسة أن القيمة الاقتصادية تنبع في جوهرها من العقل البشري وقدرته على الابتكار، والعمل الجاد، والمبادرة.

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ كل فرد يمتلك قدرة فريدة لخلق القيمة من خلال مزيج من مواهبه وخبراته
- ✓ خلق القيمة هو عملية تحويل المهارات، المعرفة، والموارد الشخصية إلى نتائج ملموسة تفيد الذات والمجتمع.
- ✓ يعتبر التكوين في مراكز تطوير المقاولاتية كأحد الشروط الأساسية لإنشاء مؤسسة مصغرة في إطار جهاز الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية والاستفادة من صيغ التمويل التي توفرها.

- ✓ نلاحظ أن النسبة الأكبر هي للمتكونين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و35 سنة أي فئة الشباب وذلك للأسباب التالية: تشجع العديد من الطلاب في الجامعات ومراكز التدريب على ريادة الأعمال كمسار وظيفي بديل أو مكمل، التحول الرقمي وظهور نماذج أعمال جديدة، شح المناصب في الوظيف العمومي واللجوء الى الأعمال الحرة، الاستقلالية في العمل .
- ✓ النسبة الأكبر هي أصحاب الشهادات الجامعية ليسانس وماستر وذلك بنسبة 83% في حين تبلغ نسبة أصحاب شهادات التكوين المهني 17 %، أما نسبة أصحاب الشهادات العليا دكتوراه فهي معدومة، ويرجع السبب إلى أن أصحاب الشهادات الجامعية هم المقصودين ببرنامج تطوير المقاولاتية، حيث يعمل المركز على استهدافهم لأنهم الفئة الأكثر تأثرا ولأن هم الذين يملكون الحق في التمويل في حالة قبول مشاريعهم.
- ✓ تعتبر الرغبة في الخروج من البطالة، الرغبة في تحقيق مكسب مادي، الرغبة في الاستقلالية، الرغبة في تحقيق انجاز شخصي هي أهم المحفزات التي تجعل الأفراد يعملون على إنشاء مؤسساتهم.
- ✓ يعمل الافراد على خلق قيمة داخل الصناعات التي ينشطون فيها، من خلال توفير مختلف الآليات اللازمة لذلك.

5 قائمة المراجع

1 حياة, ح .(2021) .محاضرات مقياس المقاولاتية .موجهة لطلبة ماستر2 علوم الاعلام والاتصال – جامعة حسيبة بن بوعلي- الشلف.3 ,

2 فتيحة, ص .(2019) .المقاولاتية في الجزائر بين التنظير والتطبيق .دار المجدد للطباعة والنشر والتوزيع.50 31 ,

3 فتيحة, ص .(2019) .دور التفكير الإستراتيجي في تحقيق أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق .أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجلفة، الجزائر.112 ,

4 H, H. D. (2000). "Entrepreneurship – New venture Creation . astern Economy Edition, 7.

5 Hayes, A. (2016). Entrepreneur: What It Means to Be One and How to Get Started. 1.

6 Hayes, B. A. (2016). Entrepreneur: What It Means to Be One and How to Get Started. 5.

7 Longenecker, J. G. (2003). Small Business Management. *South Western Publishing Co*, 4.

8 Workie, B. (2019). Entrepreneurship. *Addis Ababa, Ethiopia*, 3.