

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة
قسم علوم الإعلام و الاتصال



أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الإبداع
المقاولاتي لمشاريع الطلبة الجامعيين في الجزائر
-دراسة وصفية تحليلية على عينة من الطلبة أصحاب المشاريع
المقاولاتية بولاية الأغواط-

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال و علاقات عامة

الأستاذ(ة) المشرف :
- ذهبية آيت قاسي

من إعداد الطالبة:
- إكرام قورين

السنة الجامعية : 2023/2022

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على أثر استخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الإبداع المقاوالاتي لمشاريعهم، حيث طبقت على عينة مكونة من ستة طلبة أصحاب المشاريع المقاوالاتية الذين يستخدمون تكنولوجيا المعلومات و الاتصال أثناء ممارسة نشاطهم المقاوالاتي بولاية الأغواط، و بالاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة و توصلنا الى أهم النتائج بأن أغلب المشاريع المقاوالاتية الخاصة بالطلبة جاءت فكرة المشاريع عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و ان استخدام هذه الأخيرة منحهم الرغبة و الاستعداد في الدخول في هذه المشاريع و التي وفرت لهم المعلومات الكافية لإنشاء مشاريعهم حيث ساهم استخدامها في معرفة أهم النقائص الخاصة بمشاريع الطلبة، و في بناء ثقافة مقاوالاتية لدى الطالب الجامعي، بالإضافة الى ذلك ساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسويق مشاريعهم المقاوالاتية .

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، الإبداع، المقاوالاتية، الطلبة الجامعيين.

Abstract :

This study aims to identify the impact of the use of information and communication technology by university students in the development of entrepreneurial creativity for their projects. And we reached the most important results that most of the entrepreneurial projects for students came up with the idea of the projects through the use of information and communication technology, and that the use of the latter gave them the desire and willingness to enter into these projects, which provided them with sufficient information to establish their projects, as its use contributed to knowing the most important shortcomings for student projects, and in building an entrepreneurial culture among university students. In addition, the use of information and communication technology contributed to the marketing of their entrepreneurial projects.

Key words: Information and communication technology, Creativity ,Innovation . Entrepreneurship, Undergraduate students

شكره

أشكر المولى عز و جل الذي أنار درب العلم
و أعانني على ما فيه خير و منحني القدرة على
التفكير و إنجاز هذا العمل و قدرني على إتمامه
فألف حمد و شكر يا رب .

أتقدم بجزيل الشكر و الامتنان و التقدير للأستاذة
الفاضلة المشرفة " آيت قاسي ذهبية " الذي لم
تبخل علينا بالوقت و النصيح و الإرشاد راجية من
الله عز و جل أن يجعله في ميزان حسناتها
إلى كل من كان سببا في وصولي إل هذه المرحلة
جزاكم الله خيرا

أعزى

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

" لم يبق للآخرين ما يقدمونه لي .. فإن والدي قد فعل كل شيء "

إلى من كان سندي و ملجئي الآمن .. من كان داعمي و مشجعي الدائم

حين ينادوني باسمه أسعد و أزدهي .. بأني ابنته و ثمرته

إلى والدي العزيز .. رحمك الله يا أبي

" إذا رزقت بفرحة فابدأ بها مع أمك "

رفيقي و أمني .. قدوتي و معلمتي الأولى

من علمتني معنى الحنان و العطاء .. معنى الصبر و القوة و الحب

من كان دعاؤها و رضاها بوصلي في المسير

إليك والدتي الجميلة

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	الملخص
	الشكر
	الاهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
10	مقدمة
	الاطار المنهجي للدراسة
14	الفصل الأول: اشكالية الدراسة و منهجيتها
15	أولا: إشكالية
16	ثانيا: تساؤلات الدراسة
18	ثالثا: أسباب اختيار الدراسة
18	رابعا: أهداف الدراسة
18	خامسا: أهمية الدراسة
19	سادسا: نوع الدراسة
19	سابعا: منهج الدراسة
19	ثامنا: مجتمع الدراسة و عينته
20	تاسعا: أدوات الدراسة
21	عاشرا: عرض الدراسات السابقة
22	حادي عشر: تحديد مفاهيم الدراسة
	الإطار النظري للدراسة
27	الفصل الثاني : تكنولوجيا المعلومات و الاتصال أساسياتها و عمومياتها
28	تمهيد
29	المبحث الأول : أساسيات حول التكنولوجيا، المعلومات، الاتصال
29	المطلب الأول : ماهية التكنولوجيا

31	المطلب الثاني : عموميات حول المعلومات
36	المطلب الثالث : عموميات حول الاتصال
41	المبحث الثاني : تعريف و خصائص و أهداف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال
41	المطلب الأول : تعريف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و مراحل تطورها
44	المطلب الثاني : خصائص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال
46	المطلب الثالث : أهداف و أشكال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و عوائدها
50	خلاصة الفصل
51	الفصل الثالث : الابداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة الجامعيين
52	تمهيد
53	المبحث الأول : ماهية الابداع
53	المطلب الأول : الابداع و المفاهيم المتعلقة به
54	المطلب الثاني : مبادئ و أنواع الابداع
57	المطلب الثالث : مستويات و مراحل و معوقات الابداع
61	المبحث الثاني : المقاولاتية و الطلبة الجامعيين
61	المطلب الأول : نشأة و تعريف المقاولاتية
64	المطلب الثاني : المقاول و روح المقاولاتية
68	المطلب الثالث : الطلبة الجامعيين
71	المطلب الرابع : مراحل انشاء المشروع المقاولاتي
73	خلاصة الفصل
	الاطار التطبيقي للدراسة
	الفصل الرابع : الدراسة الميدانية
76	تمهيد
77	المبحث الأول : نتائج الدراسة الميدانية
77	المطلب الأول : عرض نتائج صحيفة الاستبيان
79	المطلب الثاني : تفسير و تحليل محاور الدراسة
	خاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	ملاحق الدراسة

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	77
02	توزيع أفراد العينة حسب العمر	77
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	78
04	توزيع أفراد العينة حسب التخصص الجامعي	79
05	نسبة العينة حول العبارة الأولى من المحور الأول من الاستبيان	79
06	نسبة العينة حول العبارة الثانية من المحور الأول من الاستبيان	80
07	نسبة العينة حول العبارة الثالثة من المحور الأول من الاستبيان	80
08	نسبة العينة حول العبارة الرابعة من المحور الأول من الاستبيان	81
09	نسبة العينة حول العبارة الخامسة من المحور الأول من الاستبيان	81
10	نسبة العينة حول العبارة الأولى من المحور الثاني من الاستبيان	82
11	نسبة العينة حول العبارة الثانية من المحور الثاني من الاستبيان	83
12	نسبة العينة حول العبارة الثالثة من المحور الثاني من الاستبيان	83
13	نسبة العينة حول العبارة الأولى من المحور الثالث من الاستبيان	84
14	نسبة العينة حول العبارة الثانية من المحور الثالث من الاستبيان	85
15	نسبة العينة حول العبارة الثالثة من المحور الثالث من الاستبيان	85
16	نسبة العينة حول العبارة الأولى من المحور الرابع من الاستبيان	86
17	نسبة العينة حول العبارة الثانية من المحور الرابع من الاستبيان	87
18	نسبة العينة حول العبارة الثالثة من المحور الرابع من الاستبيان	88
19	نسبة العينة حول العبارة الرابعة من المحور الرابع من الاستبيان	88

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	شروط المعلومات الجيدة	35
02	محددات المقاولاتية على خلف روح المقاولاتية	69
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	78
04	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	79
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الجامعي	79
06	سنة بداية المشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة	80
07	مشاريع فردية او مشتركة	80
08	مجالات المشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة	81
09	أفكار المشاريع جاءت عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال	82
10	استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال منح الطلبة الاستعداد و الرغبة في الدخول في المشاريع المقاولاتية	83
11	استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال وفر للطلبة المعلومات الكافية لانشاء مشاريعهم المقاولاتية	83
12	استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ساهم في معرفة أهم النقائص الخاصة بمشاريع الطلبة	84
13	استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في بناء ثقافة مقاولاتية لدى الطالب الجامعي	85
14	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في توفير الدعم و المرافقة للمشاريع المقاولاتية	86
15	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسويق المشاريع	86
16	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في ايجاد التمويل	87
17	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحقيق اهداف مشاريع الطلبة	88
18	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في انشاء مشاريع جديدة	89

مقدمة

شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة و غير مسبقة في كافة مناحي الحياة أبرزت هذه التطورات و التي ميزت وقتنا الحالي، هي الديناميكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات و بثها او بما يعرف بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الاعتماد المتزايد و المكثف نحو استعمالها و توظيفها بقوة في جل -ان لم نقل كل- الأنشطة البشرية و التي من المتوقع ان تفرض سيطرتها لعقود لاحقة.

تشكل الروح المقاولاتية لدى الشباب عاملا مهما في انشاء المشاريع الجديدة، حيث ركزت العديد من الدراسات و الابحاث المهمة بالظاهرة المقاولاتية و خلق المؤسسات الجديدة على شخص المقاول، فهو يمتلك من الاستعدادات ما يجعله مؤهل لتحمل المخاطر و المبادرة لانشاء مؤسسة خاصة.

و تعد المشروعات الصغيرة و المتوسطة احدى القطاعات التي تستحوذ على اهتمام كبير من قبل دول العالم في ظل التغيرات و التحولات العالمية، و ذلك بسبب أهمية دورها في الانتاج، التشغيل، الدخل و الابتكار و التقدم التكنولوجي ففي بلد بحجم الجزائر معدل النمو السكاني في تزايد مستمر حيث ان هناك أعداد كبيرة جدا من الطلبة بالجامعات ما يؤكد بنقل المسؤولية الملقاة على عاتق النظام التعليمي في توجيه مستقبل البلاد و مع تزايد عدد الخريجين سنويا لم تعد الدولة قادرة كما في السابق على توفير مناصب شغل من خلال المؤسسات العمومية و الادارات الحكومية مما دعاها للتفكير و بجدية في كيفية تدارك الوضع و تامين التكوين الذي حصل عليه الطلبة المتخرجين من الجامعات الجزائرية، للاستفادة منه في زيادة النمو الاقتصادي، لذا أصبح موضوع المقاولاتية يشغل اهتمام كبير و ربط بخريجي الجامعات و المنظومة التعليمية الجامعية.

و لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال الدور الكبير في كونها منتجا لابتكار الأنشطة التي تحددها المعرفة، فهي تدخل في عمليات خلق المعرفة الجديدة و تتلقى منتجات جهود الابتكار و الابداع .

و سيتم التطرق في هذه الدراسة الى اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الابداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة الجامعيين لولاية الاغواط، حيث قسمت الدراسة الى :

الاطار المنهجي - الاطار النظري - الاطار التطبيقي .

1-الاطار المنهجي: و يتضمن الاشكالية و تساؤلات الدراسة تحديد المفاهيم اهداف اهمية و اسباب اختيار الدراسة و نوع و منهج و مجتمع و عينة و ادوات الدراسة و الدراسات السابقة.

2-الاطار النظري: تم التطرق له من خلال فصلين:

* الفصل الثاني تطرقنا من خلاله الى أساسيات و عموميات حول تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الى مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال خصائصها اهدافها اشكالها و عوائدها.

* الفصل الثالث تضمن الابداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة الجامعيين ماهية الابداع نشأة و تطور المقاولاتية الطلبة الجامعيين و مراحل انشاء المشروع المقاولاتي.

3-أما الاطار التطبيقي للدراسة تضمن عرض نتائج صحيفة الاستبيان تفسير و تحليل محاور الدراسة و نتائج الدراسة.

الاطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول:

اشكالية الدراسة و منهجيتها

اولا - إشكالية:

ان العالم اليوم يعيش ما يسمى بالإقتصاد الجديد أين تشكل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال احدى الدعائم الأساسية له ، فالمعلومات التي تنتج عن الاعمال الفكرية و الإبداعية للإنسان تحتاج الى تخزينها و معالجتها و نشرها بين أطراف العملية الاتصالية، فالإقتصاد مجال يتأثر بقوة الإبداع وأساليب توليد وإدارة المشاريع التي تحقق قيمة اقتصادية أكبر وضمان فرص العمل و النمو، و أفضل مثال لذلك مشاريع الطلبة الجامعيين و توجههم المقاولاتي ، و ذلك بفضل حجم و مرونة مشاريعهم المبتكرة الناجحة، من خلال قدرة هذه المشاريع على المساهمة في النمو ومرونة تسييرها مثل معظم البلدان المتقدمة المهتمة بهذه الفئة من المشاريع.

تعتبر الجزائر من بين الدول التي اختارت تبني التوجه المقاولاتي، من خلال تشجيع المشاريع الصغيرة و المتوسطة فقد أضحت المقاولاتية من المرتكزات الأساسية التي تركز عليها كافة الأنظمة السياسية خاصة في الدول النامية، من خلال العمل على تنميتها و تطويرها و توفير كافة الظروف المساعدة على العمل فيها، بالإضافة الى تدليل كافة الصعوبات التي تواجهها، حيث ان لها أهمية كبيرة بالرفع من مستويات الانتاج و التقليل من عجز المنظمات العمومية في الانتاج كما تشجع الابتكار و الابداع عن طريق انشاء مؤسسات مبتكرة جديدة يمتد أثرها الى الادماج الاجتماعي للعمال، و احتل موضوع المقاولاتية حيزا كبيرا من اهتمام الدول من بينها الجزائر والتي تعتبر من بين الدول التي اختارت تبني التوجه المقاولاتي حيث أنها تراهن على المؤسسات الناشئة لتنويع القوة المحركة للنمو الاقتصادي و الفوز في معركة العولمة، لذلك قامت الدولة بمختلف مؤسساتها بتوفير بنية تحتية تكنولوجية مختصة بمجال تبادل المعلومات والاتصال كمسؤولية اجتماعية واقتصادية وذلك من خلال خلق أماكن تهدف إلى ترسيخ تنافس بين عدة عوامل - المواهب، التكنولوجيا و المعرفة- لتطوير السلوك فيما يخص تنظيم المشاريع، و الإسراع في تسويق التكنولوجيا و تشجيع تطوير مشاريع الطلبة الجامعيين، والتي تسمح لهم بتطوير و نضوج مشاريعهم.

انطلاقا مما تقدم يمكننا صياغة إشكالية هذا البحث في التساؤل الرئيس التالي:

ما هي اسهامات استخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الابداع المقاولاتي لمشاريعهم ؟

ثانيا - التساؤلات الفرعية:

1- هل يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تصور و تكوين أفكار خاصة بالمشاريع المقاولاتية لدى الطلبة ؟

2- هل يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في معالجة و تحقيق المشاريع المقاولاتية لدى الطلبة ؟

3- هل يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تطوير و تسويق المشاريع المقاولاتية للطلبة ؟

ثالثا- أسباب إختيار الدراسة :

* الأسباب الموضوعية : إن إختياري لموضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال كوسيلة مساعدة لتحقيق الإبداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة الجامعيين، وذلك نظرا لأهميته في الوقت الراهن ، فإن الموضوع الذي انا بصدد دارسته يمكن أن تكون أداة مساعدة لإظهار مدى الترابط بين التكنولوجيا والإبداع.

* الأسباب الذاتية : الرغبة الشخصية في معالجة موضوع يمس مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال وذلك بسبب التطورات الحاصلة و التي نشهدها باستمرار بالإضافة الى القناعة الشخصية بأهمية الإبداع في القيام بالأعمال و خاصة المقاولاتية منها لدى الطلبة الجامعيين.

رابعا- أهداف الدراسة:

* معرفة ما اذا كان استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في تصور و تكوين أفكار خاصة بالمشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة

* معرفة ما اذا كان استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في معالجة و تحقيق المشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة

* معرفة ما اذا كان استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في تطوير و تسويق المشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة

خامسا- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على فئة مهمة في المجتمع و هي فئة الشباب وعلى وجه الخصوص الطلبة الجامعيين و ابراز تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كركيزة أساسية يعتمد عليها الطلاب في توجيههم نحو المستقبل، بالإضافة الى أن المقاولاتية من أهم الاستراتيجيات التي لجأت اليها المجتمعات، وتسعى من خلالها الى دفع عجلة التنمية و مواجهة ظاهرة البطالة و توفير فرص العمل و فتح الآفاق أمام الطلبة الجامعيين .

سادسا- نوع الدراسة:

نوع دراستنا وصفية تحليلية من خلال جمع المادة النظرية وكذا وصف وتحليل المعطيات المجمعة والتي قمنا بها من خلال الدراسة الميدانية، حيث اعتمدنا على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع.¹ من أجل تشخيص أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الابداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة من خلال التركيز على عينة من الطلبة الجامعيين

الأمر الذي ساعدنا في تحليل و تفسير و تقييم ظاهرة موجودة بالفعل و هي استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال خاصة منها الانترنت كعامل أساسي لتنمية و تفعيل العمل المقاولاتي لدى الطلبة

سابعا- منهج الدراسة:

لكل منهج شروط و متطلبات معينة تفرض على الباحث استخدامها وفي إطار أهداف وطبيعة دراستنا تم استخدام المنهج الوصفي، و يمكن تعريفه بأنه استقصاء يقوم على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الوقت الحاضر، بهدف تشخيصها و كشف جوانبها، و تحديد العلاقات القائمة بين عناصرها و العلاقات بينها و بين ظواهر أخرى²

ثامنا- مجتمع الدراسة و عينته :

يقصد بمجتمع الدراسة جميع الافراد او الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث أي أن مجتمع البحث هو المجموعة الكلية من العناصر التي تعمل عليها نتائج البحث وعلى الباحث تحديد مجتمع الدراسة لتحديد المصادر التي يتم من خلالها جمع البيانات. خاصة المتعلقة بالخصائص المميزة لمجتمع بحثه و اماكن وجودها و التي سيتم سحب العينة منها.

- و اعتمدنا كمجتمع بحث في دراستنا على جميع طلبة جامعة الأغواط أصحاب المشاريع المقاولاتية.

عينة الدراسة: تعبر عن المجتمع الأصلي و تحقق اغراض البحث و غنى الباحث عن مشاق دراسة المجتمع الحقيقي، حيث يعد الهدف الرئيسي من إختيار العينة هو الحصول على المعلومات الكافية منها عن المجتمع الأصلي للبحث

¹ سلطان حنان و لعبيدي غانم، أساسيات البحث العلمي بين النظرية و التطبيق، دار العلوم للنشر و الطباعة، الرياض، ص 102.

² سلطان حنان و لعبيدي غانم، نفس المرجع السابق، ص 107.

ومن الضروري أن تتوفر على حجم كاف وأن يتجنب الباحث المصادر الممكنة للخطأ في إختيارها و التحيز في ذلك.¹

- حيث تتكون عينة دراستنا من ستة طلبة جامعيين الذين يستخدمون تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في مشاريعهم المقاولاتية .

نوع عينة الدراسة: عينة قصدية، حيث تكون مفيدة في الحالات التي ترغب فيها الوصول الى العينة المرغوبة بسرعة، او من اجل معرفة آراء المجتمع المستهدف يحد يختار الباحث أفراد عينته بما يخدم اهداف دراسته و بناءا على معرفته دون ان يكون هناك قيودا أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المأهل العلمي أو حتى الاختصاص، وهذه العينة لا تكون متوفرة لجميع وجهات النظر و لكنها تعتبر أساسا للتحليل العلمي ومصدرا مهما للمعلوماتية كما تشكل قاعدة مناسبة للبحث عن موضوع الدراسة .

- حيث تتكون عينة دراستنا من مجموعة من الطلبة أصحاب المشاريع المقاولاتية و يستخدمون التكنولوجيا الحديثة بمختلف أنواعها من أجل تنمية العمل المقاولاتي وتسويقه و تطويره .

تاسعا- أدوات الدراسة:

تتعدد وتختلف أدوات جمع البيانات في البحث العلمي ويتم اختيار الأداة المناسبة توافقا مع متغيرات الدراسة و مجتمع وعينة البحث أيضا، حيث قمنا من خلال دراستنا هذه باختيار الاستبيان كأداة لجمع المعلومات

تعريف الاستبيان : هو احدى الوسائل شائعة الاستعمال للحصول على معلومات و حقائق تتعلق بآراء و اتجاهات الجمهور حول موضوع معين او موقف معين كما يعرف أيضا: " على انه وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع بحثي معين عن طريق اعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد"². و عليه، فإن الاستبيان يأتي في صيغة أسئلة متتالية تؤدي الاجابة عليها الى حصول الباحث على البيانات و المعلومات التي يرغب في الحصول عليها و التي تتعلق مباشرة بموضوع بحثه و في دراستنا أثناء جمع المادة التطبيقية قمنا بإستخدامنا هذه الأداة حيث قمنا بصياغة أسئلة استمارة مقابلتنا على الشكل الآتي:

- بيانات شخصية للطلبة أصحاب المشاريع.

¹ منال المزاهرة، مناهج البحث الاعلامي، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، 2014، ص 116

² أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي (تطبيقات ادارية و اقتصادية)، الطبعة الرابعة، دار وائل، عمان، 2005، ص 181.

- المحور الأول : بيانات خاصة بالمشاريع المقاولاتية للطلبة

- المحور الثاني : بيانات خاصة بإستخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تصور و تكوين أفكار خاصة بمشاريعهم المقاولاتية

- المحور الثالث: بيانات خاصة باستخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في معالجة و تحقيق مشاريعهم المقاولاتية

- المحور الرابع: بيانات خاصة باستخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تطوير و تسويق مشاريعهم المقاولاتية.

عاشرا- عرض الدراسات السابقة / المشاهدة:

الدراسات الجزئية:

الدراسة الأولى:

دراسة الطاهر بن عمارة والعربي عطية 2019 بعنوان "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على

الإبداع التنظيمي دراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية للأشغال في الآبار ENTP

هدفت الدراسة الى معرفة تأثير أبعاد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الابداع التنظيمي و التعرف على واقع المؤسسة الوطنية للأشغال في الآبار من حيث استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و كذلك مستوى الابداع التنظيمي و اختيار علاقة الارتباط و التأثير بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الابداع التنظيمي على مستوى المؤسسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي على عينة من مشرفي و مستخدمي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و كذا موظفي مصلحة الهندسة و التطوير حيث تم اجراء الدراسة على عينة تتكون من 65 فرد بالاعتماد على المقابلة و الاستبيان كأداة للدراسة و توصلت النتائج الى أن أبعاد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسة تحضى بمستوى اهتمام متوسط من قبل الادارة العليا، أي ليس بالمستوى المطلوب الذي يأمل اليه أفراد العينة، كما اظهرت المؤشرات الإحصائية تباين أبعاد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من حيث اولوياتها. كما بينت العلاقة الارتباطية لأبعاد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الابداع التنظيمي متوسط و ذو دلالة احصائية، مما يؤكد

ادراك أفراد العينة للدور الكبير لتكنولوجيا المعلومات في دعم و تعزيز قدرة العاملين بالمؤسسة على الابداع التنظيمي.

الدراسة الثانية:

دراسة لفقر حمزة 2017 بعنوان: "روح المقاول و انشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر"

هدفت هذه الدراسة الى التطرق لأهم الأبحاث والدراسات المعالجة لمفهوم المقاولاتية وذلك من أجل توفير خلفية نظرية ملائمة للدراسة، والإسهام في سد النقص الموجود في هذه الدراسات خاصة باللغة العربية و التعرف على مدى إدراك منشئي (م ص م) في الجزائر والقائمين على مرافقتهم ودعمهم لمهية الروح المقاولاتية وعناصرها و معرفة الأنشطة التي يقوم بها المقاولون لبدء مشاريعهم الخاصة، ودور السمات المقاولاتية في تنفيذ أفكارهم على أرض الواقع وإ نشاء مؤسساتهم الخاصة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي / التاريخي على عينة مكونة من 100 مقال بشكل عشوائي معتمدين العينة العشوائية البسيطة بالاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة و توصلت النتائج الى أن منشئي (م ص م) في الجزائر يمتلكون وبشكل متفاوت السمات الشخصية المشكلة للروح المقاولاتية، فمن وجهة نظر المستجوبين نجد أن سمة الاستقلالية وتحمل المسؤولية احتلت المرتبة الأولى بنسبة بلغت 72.83% تليها سمة الإبداع بنسبة 92.77% ثم روح المبادرة بنسبة 99.73% وبعدها سمة الثقة بالنفس بنسبة 33.73%، ثم الحاجة للإنجاز بنسبة 23.71% وأخيرا سمة الميل للمخاطرة بنسبة 62.57%، وهو ما يؤكد على أهمية هذه السمات في توجه المقاولين نحو العمل الحر وإ نشاء مؤسساتهم الخاصة، في بيئة تتميز بالبيروقراطية الكبيرة وعدم اليقين بالإضافة للسلوك العام لدى الشباب والمتمثل في اللجوء للوظيفة بدل التفكير في مشروعهم الخاص.

الدراسة الثالثة:

دراسة الطيب بن عون 2014 بعنوان: "تقييم استعمال نظم المعلومات المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الجزائرية"

هدفت الدراسة الى تحديد مفهوم تقييم نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات و تحديد وتعريف متغيرات نموذج الدراسة المستلهم من نموذج Delone&McLean (1992). و عرض نتائج تقييم استعمال نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات لدى عينة المستعملين في الدراسة في المنظمات الجزائرية، باستخدام المنهج

الوصفي على عينة من المستعملين في المؤسسات الجزائرية تنشط في القطاعين الخدمي و الصناعي وتنتمي الى القطاع العام و الخاص، بالاعتماد على الاستبيان حيث توصلت النتائج الى ان تأثير جيد لكل من جودة النظام، جودة المعلومات، الاستعمال، رضا المستعمل على الأداء ، تأثير إيجابي لتناسب التكنولوجيا مع المهام على كل من الاستعمال من جهة ورضا المستعمل من جهة أخرى، لا يوجد فرق في الإستعمال ولا في الأداء بين كل من (القطاع الصناعي والخدمة) و (العمومي والخاص) و (الرجال و النساء) و توجد فروق في الاستعمال وفروق في الأداء وفقا للمستوى الوظيفي (الإطارات العليا) ووفقا للفئتين ل 35-45 و الكهول (>46)

الدراسة الرابعة:

دراسة زايد مراد 2010 بعنوان: " الريادة و الابداع في المشروعات الصغيرة و المتوسطة"

اهتمت هذه الدراسة بالمشروعات الصغيرة و المتوسطة و ذلك بسبب دورها الهام في الانتاج، التشغيل، الدخل و الابتكار و التقدم التكنولوجي، و يرى الباحث أن المشروعات الصغيرة لايمكن ان تزدهر إلا في مجتمع تتوفر فيه روح الريادة و حب العمل الحر، وقد لفت انتباهنا الى اليابان انها استطاعت ان تحقق معجزة في مختلف المجالات و ذلك من خلال الاعتماد على المشروعات الصغيرة. هذه الدراسة نظرية ولا تحتوي على دراسات ميدانية، و لكن هي مهمة بالنسبة لبحثنا لما فيها من عناصر مشتركة مثل الريادة و الإبداع.

الدراسات العربية :

الدراسة الخامسة:

دراسة مثنى المناصير وآخرون (2019) بعنوان "أثر تكنولوجيا المعلومات على الأداء التنظيمي في المؤسسات الحكومية العامة في المملكة الأردنية الهاشمية"

هدفت الدراسة الى التعرف إلى أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات بأبعادها (الأجهزة والبرمجيات، المهارة والخبرة، أجهزة الاتصال المستخدمة وقواعد البيانات) على الأداء التنظيمي في المؤسسات الحكومية المشاركة في جائزة الملك عبدالله الثاني لتميز الأداء الحكومي والشفافية بالاعتماد على المنهج الوصفي على عينة مكونة من 262 موظفا الذين يعملون في المؤسسات الحكومية الأردنية ، بالاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة ، حيث توصلت النتائج

الى ان استخدام المؤسسات لتكنولوجيا الحديثة في أعمالها جاء متوسطا. كما وأظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين أبعاد المتغير المستقل مع بعضها البعض (تكنولوجيا المعلومات، الأجهزة والبرمجيات، المهارة والخبرة، أجهزة الاتصال المستخدمة وقواعد البيانات) بشكل إيجابي ووجود علاقة بين أبعاد المتغير المستقل والأداء التنظيمي، كما أظهرت أن استخدام التكنولوجيا وأبعادها (الأجهزة والبرمجيات، المهارة والخبرة، أجهزة الاتصال المستخدمة وقواعد البيانات) لها أثر في الأداء التنظيمي للمؤسسات المشاركة. وقد أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها التركيز على قدرة الكفاءة التي تتيحها التكنولوجيا الحديثة وترسيخ فكرة استخدامها وتفعيلها في كافة أعمال المنظمة من أجل تحسين أدائها التنظيمي. إضافة الى الأخذ بعين الاعتبار أهمية تكنولوجيا المعلومات كونها تحقق أداء أفضل للمؤسسات الحكومية.

الدراسات الأجنبية:

الدراسة السادسة:

دراسة Yongchuan & al.2020: هدفت الدراسة الى ابراز تأثير الابداع، الكفاءة الذاتية و الموقف اتجاه المقاولاتية، التحكم المدرك و كذا القيم الذاتية على الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين من خلال الاعتماد على نموذج نظرية السلوك المخطط ل Ajzen 1985، تمت الدراسة على عينة مكونة من 523 طالب جامعي من جامعات مختلفة في الصين، و قد خلصت الدراسة الى ان الابداع له اثر ايجابي معنوي على الرغبة المقاولاتية كما ان الكفاءة الذاتية المقاولاتية لها تأثير على سلوك التحكم المدرك في حين ان المتغيرات المتمثلة في سلوك التحكم المدرك، القيم، القيم الذاتية، الموقف اتجاه المقاولاتية كلها تؤثر على الرغبة المقاولاتية، كما تشير النتائج الى الأثر المعنوي للابداع كمتغير معدل في دور العلاقة بين سلوك التحكم المدرك، القيم الذاتية و الرغبة المقاولاتية و تشير هذه العلاقة ايضا الى اهمية التعليم المقاولاتي من خلال التركيز على تنمية الابداع لدى الطلبة و فعالية المقاولاتية مع تشجيع رغباتهم المقاولاتية و كذا تطوير مهاراتهم في تنظيم مشاريعهم.

الدراسة السابعة:

دراسة Montserrat & al 2020: هدفت هذه الدراسة الى البحث في تأثير متغير الابداع على الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين بحيث تم أخذ عينة مكونة من 502 طالب جامعي في التدرج من مختلف الكليات في الجامعات العمومية في شمال اسبانيا، و قد خلصت نتائج هذه الدراسة الى ان الابداع يؤثر تأثيرا

ايجابيا على المواقف اتجاه المقاولاتية و كذا التحكم المدرك بالاضافة الى انه يؤثر ايجابيا و معنويا على المواقف و الرغبة المقاولاتية كمتغير معدل، و بالتالي فالدراسة تستخلص تأثير العوامل و الخصائص الشخصية على السلوك المقاولاتي.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تعدد زوايا معالجة موضوع استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال حيث نجد الكثير من الدراسات تميز بين البنية (الشبكات_ الاجهزة و البرمجيات_ قواعد البيانات) و بين نظام المعلومات (التسويقي، الانتاجي، الاداري)
- اهتمام المشاريع الصغيرة و المتوسطة بالقدرات الابداعية من شأنه ان يقدم تحسنا ملحوظا في انتاجيتها.
- ضرورة الاعتماد على الاساليب التكنولوجية الجديدة لتوفير الجهد و الوقت .
- الاهتمام بأنشطة التطوير و البحث يساهم في رفع درجة الابداع.

حادي عشر- تحديد مفاهيم الدراسة:

تكنولوجيا المعلومات و الاتصال :

تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها، مختلف أنواع الاكتشافات و المستجدات و الاختراعات التي تعاملت و تتعامل مع البيانات و المعلومات، من حيث جمعها و تحليلها و تنظيمها و تخزينها و استرجاعها، في الوقت السريع و المناسب ، و الطريقة المناسبة و المتاحة.¹

اصطلاحا: أداة تعتمد الحاسب الآلي و التي تساعد الأفراد على الاعتماد على العمل مع تكنولوجيا المعلومات على لوحات مفاتيح للحاسبات الآلية و أدوات التشغيل وشاشات العرض و أجهزة الطباعة و البرامج الفنية برامج الاجهزة وقواعد البيانات وشبكات الربط.²

اجرائيا: - تمثل الجانب التكنولوجي لنظام المعلومات ، ومنها اعتمدت مهمة معالجة البيانات إلى معلومات و استرجاعها و تحديدها، و توصيلها إلى الزبائن على الأساليب اليدوية لفترات من الزمن و التي أثبتت محدوديتها و عجزها عن أنجاز هذه المهمة على النحو المطلوب، خاصة بعد الازدياد الهائل في حجم و نوع البيانات و بات الوضع يحتم ضرورة استخدام تكنولوجيا الحديثة.

¹ سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الادارية، اليازوردية، عمان، الأردن، 2009، ص 251.

² خديجة فرحي ، مرجع سبق ذكره

الإبداع:

لغة: مشتق من بدع، يبدع، بدعا، فهو بديع، و المفعول بديع بدع عادات لم تكن شائعة: أنشأها على غير مثال : بدع أسلوبا جديدا، خلقه، إبتكره على غير مثال بدعه بدعا أنشأه على غير مثال سابق.¹

إصطلاحا: البحث غير المنتهي والمنظم من أجل التغير وتحليل الأنظمة الملائمة الى تغيرات يمكن استغلالها من أجل التطوير الاقتصادي أو الاجتماعي.

إجرائيا: الإتيان بشيء جديد سواء كليا أو جزئيا من خلال تحسينه و تقديم كل ما هو جديد سواء سلعة أو خدمة أو طريقة بناء على أفكار جديدة.

المقاولاتية:

لغة: إن أصل المقاولاتية هو مفهوم فرنسي "entrepreneur" اشتق منه مفهوم كل من المقاول entrepreneur ومفهوم المؤسسة entreprise ، التي تقابلها في اللغة العربية مصطلحات ك"المقاول" و"المنظم" و"الريادي".²

– المقاولاتية Entrepreneurship «معناها لغة تعني المحاولة، البدء أو الخوض، وتتضمن فكرة التجديد والمغامرة.

إصطلاحا: تعرف على انها حركية انشاء و استغلال فرص الاعمال من طرف فرد او عدة افراد و ذلك عن طريق انشاء منظمات جديدة من اجل خلق القيمة.³

أعطى الاتحاد الأوروبي سنة 2003 التعريف التالي للمقاولاتية: "هي الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والإبتكار أو الإبداع والفاعلية في التسيير وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة.

¹ معجم المعاني الجامع – معجم عربي عربي – .

² جربال كهيبة، المقالة السنوية في الجزائر بين واقع الاقتصاد الريعي و رهان التمكين الاقتصادي، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 05، العدد 08، 2017/12/26، ص 134.

³ أشواق بن قدور و محمد بالخير، أهمية نشر الثقافة المقاولاتية و انعاش الحس المقاولاتي في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، المركز الجامعي تامنغست، العدد 11، جانفي 2017، ص348.

إجرائيا: المقاولاتية هي مجموع المشاريع التي تتميز بالابداع و العمل على تقديم منتج او خدمة مختلفة مبتكرة و جديدة .

الطلبة الجامعيين:

إصطلاحا: يعرف الطالب الجامعي على أنه " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مركز التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية.¹

إجرائيا: الطلبة الجامعيين هم الطلبة الذين استفادوا من استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في ايجاد أفكار المشاريع و تطبيق و تسويق أفكار مشاريعهم المقاولاتية.

¹ يسمينة خدنة، واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعات الجزائرية، دراسة حلة جامعة منتوري قسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص التنمية و تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، 2008/2007، ص 20.

الاطار النظري للدراسة

الفصل الثاني: تكنولوجيا المعلومات
والاتصال أساسيات، عموميات

تمهيد:

أحدثت التطورات التقنية الحديثة التي يشهدها العالم ثورة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على مدى السنوات القليلة الماضية، مما أدى إلى ظهور تغيرات نوعية في العديد من أوجه الحياة وبوتيرة عالية حيث مهدت الطريق لعملية الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، وقد أخذت هذه الثورة تترك آثارها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و غيرها على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق كما و نوعا، وكان الأساس في ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات هو التلاقي والترابط التي تم بين عتاد وأجهزة الكمبيوتر و البرمجيات، و كذا شبكات الاتصالات وعلى مدى نصف القرن العشرين وبداية الألفية الثالثة ارتقت هذه التكنولوجيا خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر و الأسرع و الاكفأ و الأسهل استخداما و العالم اليوم يعيش مرحلة جديدة، حيث تمثل شبكة المعلومات والاتصال أحد مظاهر هذه الثورة فهي تؤدي دورا أساسيا في صياغة الأنشطة الرئيسية للإنسان في شتى نواحي الحياة.

المبحث الأول : أساسيات حول التكنولوجيا، المعلومات، الإتصالات:

قبل أن نتعرف على تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، سنتطرق إلى مفهوم كل مصطلح على حدى رغم إرتباطها ببعضها من خلال تعريف التكنولوجيا، المعلومات ، نظام المعلومات، بالإضافة الى الإتصال.

المطلب الأول: ماهية التكنولوجيا :

أخذ مصطلح التكنولوجيا يستأثر باهتمام خاص ومتزايد في العقود الأخيرة من هذا القرن، حيث أصبحت التكنولوجيا مثار اهتمام مختلف المؤسسات في جميع أرجاء المعمورة، نظرا للآمال التي تعلقها الشعوب والدول على التكنولوجيا الحديثة وما ستحققه استخداماتها من تقدم وازدهار

1- تعريف التكنولوجيا :

تعرف التكنولوجيا على أنها الجهد المنظم الرامي إلى استخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات والأنشطة الإدارية والتنظيمية والاجتماعية وذلك بهدف التوصل إلى أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع ¹.
كما يمكن تعريفها بأنها عبارة عن مجموعة من المعارف، الابتكارات والتطبيقات التي تتمحور حول تقنية صناعة ما ومن الأمثلة التكنولوجيا الرقمية. ²

أما تعريف آخر هي التطبيق العملي للأبحاث العلمية وهي وسيلة للوصول لأفضل التطبيقات لهذه البحوث، وهي طريقة صنع الأشياء، القيام بعمل معين، علم الصناعة، وعلم الماكينات والآلات والمهام العملية. ³

¹ خديجة فرحي، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الرفع من الميزة التنافسية المصرفية، مذكرة مكملية ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية و بنوك، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2013، ص02.

² شوقي شادلي، أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة مكملية ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2008، ص11.

³ سيد سالم عرفة، إتجاهات حديثة في إدارة التغيير، دار الراية، عمان، الأردن، 2011، ص99.

2- أنواع التكنولوجيا : يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة معايير منها ما يلي

2-1 على أساس درجة التحكم: على أساس هذا المعيار تصنف التكنولوجيا إلى :

- التكنولوجيا الأساسية : وهي تكنولوجيا مشاعة تقريبا وتمتلكها المؤسسات الصناعية والمسلم به أن درجة التحكم بها كبيرة جدا.
- تكنولوجيا التمايز: وهي عكس النوع السابق، حيث تمتلكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية، وهي تكنولوجيا تتميز بها عن بقية منافسيها المباشرين

2-2 على أساس موضوعها: وهي

- تكنولوجيا المنتج: وهي تكنولوجيا المحتواة في المنتج النهائي والمكونة له
- تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع وعمليات التركيب والمراقبة
- تكنولوجيا التسيير: وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها، تتزايد أهميتها باستمرار نظرا للدور الذي تلعبه في جزء من عملية التسيير، الذي يعتمد على جمع ومعالجة وبث المعلومات . وهناك معايير أخرى مثل: على أساس أطوار حياتها، على أساس كثافة رأس المال، على أساس درجة التعقيد... الخ.
- تكنولوجيا التصميم : وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة، كالتصميم بمساعدة الإعلام الآلي (الحاسوب)

2-3 على أساس أطوار حياتها: حيث أن التكنولوجيا تمر بعدة مراحل الانطلاق، النمو، النضج، الزوال وفقا لذلك تنقسم الى:

- تكنولوجيا وليدة
- تكنولوجيا في مرحلة النمو

● تكنولوجيا في مرحلة النضج¹

3- أهمية التكنولوجيا:

هناك عدة أسباب أدت إلى حتمية التكنولوجيا وسرعة وزيادة انتشارها، نعرضها على النحو التالي² :

- التوسع في المظاهر والانجازات العلمية وانتشارها في كافة المجالات بشكل يحتم ضرورة التعامل معها دون انتقاء أو اختيار؛
- التيقن التام من قيمة التكنولوجيا لما تحققه من مردود ايجابي يستحيل التقليل منها أو الاستغناء عنها باستمرار أو الاعتماد على الوسائل القديمة كبديل عنها؛
- ما أصبحت تمثله الوسائل التكنولوجية من سمة العصر يستحيل الأخذ بجزء منها وترك الآخر مم يفرض الاعتماد على كل ما هو جديد وحديث منها باعتباره أمر ضروري لا مناص عنه، كل في مجال تخصصه؛
- عدم إمكانية الاعتماد على الوسائل التقليدية القديمة بسبب إما توقف إنتاجها، أو بسبب انتهاء الاعتماد عليها أو لعدم قانونيتها؛
- انتشار ظاهرة الانبهار الحضاري بين الأفراد والمجتمعات بشكل يؤدي إلى ضرورة التقليد والمحاكاة .

المطلب الثاني: عموميات حول المعلومات

1- تعريف المعلومات و البيانات: نظرا للتداخل بين مفهوم كل من المعلومات والبيانات لا يمكن التحدث عن

تعريف المعلومات دون الحديث عن البيانات فبالرغم من أن البعض يستخدمهما على أساس أنهما مترادفين لمعنى واحد ، إلا أنه توجد العديد من المفاهيم التي بواسطتها يمكن من خلالها التفريق بينهما

1-1 تعريف البيانات: البيانات هي المواد الخام التي تعتمد عليها المعلومات، والتي تأخذ شكل أرقام، أو رموز،

أو عبارات، أو جمل، لا معنى لها إلا إذا تم معالجتها وارتبطت مع بعضها البعض بشكل منطقي مفهوم لتتحول الى معلومة أو معلومات، ويكون ذلك عادة عن طريق البرمجيات والأساليب الفنية المستخدمة عادة في الحواسيب.¹

¹ لمن علوطي ، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 2003/2004، ص9-10.

¹ خديجة فرحي، مرجع سبق ذكره، ص 03-05

كما عرف كل من shelly & cashman البيانات على أنها تمثيل لحقائق أو مبادئ وتعليمات في شكل رسمي للاتصال، التفسير والتشغيل بواسطة الأفراد والآلات الأوتوماتكية.²

1-2 تعريف المعلومات : تعرف المعلومات بأنها بيانات تم تشغيلها لتقديم معنى مفيد لمستخدميها

يعني ذلك أن المعلومات تمثل إضافة للمعرفة فهي تمثل سياق ذو دلالة وبالتالي يتم تقييمها وفقا لمدى مساهمتها في الإضافة لمستوى المعرفة لمستخدميها³.

ويمكن تعريفها بأنها بيانات تم تشغيلها ووضعها في سياق له معنى وفائدة بالنسبة لمستخدم معين. لذلك فإن المعلومات تحمل قيمة مضافة فوق البيانات نتيجة لعملية التحويل أو التشغيل التي تمت عليها.⁴

كما يمكن القول أنها مجموعة من البيانات المؤسسة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة، بحيث تعطي معنا خاصا، وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم، تمكن الإنسان من الاستفادة منها للوصول إلى المعرفة واكتشافها.

والمعلومات قد لا تكون شيئا يمكن لمسه، أو يمكن رؤيته أو سماعه أو الإحساس به. فنحن عادة نصبح على علم، بشيء ما، أو بموضوع ما، إذا ما طرأ تغيير على حالتنا المعرفية، في ذلك الموضوع، و على هذا الاساس فإن الشيء الذي يغير الحالة المعرفية للشخص في موضوع ما، او مجال ما.⁵

2- أهمية المعلومات وخصائصها :

1-2 أهمية المعلومات : لا شك أن أي فرد أو مؤسسة أو مجتمع يسعى إلى تحقيق القوة، وهي تعتبر بحق الباعث والدافع وراء كل نشاط إنساني، وتعتمد هذه القوة على ثلاثة عناصر أساسية هي: العنف والثروة والذكاء أو بمعنى آخر على المال والمعرفة (من خلال المعلومة)، وأهم هذه العناصر في المرحلة القادمة من حضارة البشرية هي المعرفة وأصبحت المعرفة المصدر الوحيد للقوة ذات النوعية المتميزة، وتتميز المعرفة عن العنصرين الآخرين للقوة في أنها لانهائية ليس هناك حدود تحددها، فالعنف عندما يبلغ حده الأقصى لا يمكن تجاوزه في الدفاع أو التدمير، وكذلك

¹ سلوى محمد الشرفا، دور ادارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، قسم ادارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 2008، ص33

² حنان عدوم، نظم المعلومات الدارية في الرقابة على أنشطة البنوك التجارية، مذكرة مكملية ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، قسم التسويق، كلية التجارة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013، ص09.

³ منير نوري، نظام المعلومات المطبق في التسيير، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2012، ص63

⁴ منال محمد الكردي، جلال ابراهيم العبد، مقدمة في نظم المعلومات الادارية المفاهيم الأساسية و التطبيقات، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2003، ص 13.

⁵ عامر ابراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الادارية، دار المسيرة، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن، 2008، ص 20-21

الثروة لا يمكنها ش اء كل شيء بل تقف عاجزة عند حد معين لا تتجاوزه، أما المعرفة فهي غير محدودة الأثر وفي إمكاننا الحصول منها على المزيد و توظيفها في أغ ارض لانهاية لها كما أن المعرفة لا تفنى بالاستعمال، لأنها قابلة للاستعمال الدائم في أكثر من هدف.¹

كما أن هناك farkا جوهريا آخر أن الثروة يمتلكها القوي والثري فقط، أما المعرفة فيمكن أن يحوزها الفقير، وهذا ما يجعل المعرفة عنصرا ديمقراطيا للقوة، كما يجعلها تتحكم في العنصرين الآخرين، لذلك فإن صراع المستقبل لن يدور حول الحصول على الدخل والثروة أو حول الحصول على الثروة وكيفية توزيعها.²

2-2 خصائص المعلومات :

حتى و ان تم إيجاد المعلومات بطريقة فعالة فإن جودة المعلومات تتحد بطريقة استخدامها بواسطة متخذ القرار ، بمعنى ان جودة المعلومات تتحد بقدرتها على تحفيز متخذ القرار ليتخذ موقفا معينا و كذلك بقدرتها على جعل متخذ القرار يصل الى القرارات الأكثر فعالية، وحتى يمكن ان تكون المعلومات ذات فائدة لصانع القرار فلا بد من التأكد من ان خصائص المعلومات تتلاءم و الموقف الذي يتخذ فيه القرار، وأيضا النموذج التفسيري الذي يستخدمه صانع القرار لذلك يصبح من الاهمية التعرف على خصائص المعلومات:³

- للمعلومات نطاق زمني: قد تكون المعلومات تاريخية او مستقبلية، فالمعلومات التاريخية تستخدم لمتابعة و مراقبة الاداء او لتصميم حلول بديلة لمشاكل روتينية، اما المعلومات المستقبلية فتستخدم لغرض التنبؤ.
- الشكل الذي تقدم فيه المعلومات: قد تكون المعلومات ملخصة او تفصيلية فالمعلومة الملخصة كافية للتعرف على المشكل، اما المعلومة التفصيلية فهي تستخدم لاتخاذ القرارات في المستويات التشغيلية.
- المعلومات قد تكون متوقعة او غير متوقعة: يرى بعض خبراء المعلومات ان نظم المعلومات تصبح عديمة القيمة اذا لم توفر المعلومات غير المتوقعة، و تستخدم المعلومات المتوقعة لتخفيض حالة عدم التأكد، اما المعلومات غير المتوقعة فهي تستخدم لاكتشاف المشكلات .
- المعلومات تأتي من مصادر داخلية او خارجية: و يقصد بالمصادر الداخلية المعلومات التي تنشأ داخل المؤسسة من داخل المؤسسة مثل أرقام المبيعات، حجم الاجور و المرتبات، نسبة انتاج المعيب و غيرها،

¹ فؤاد الشراي، نظم المعلومات الادارية، دار أسامة الطبعة، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2008، ص 20-21.

² سيد سالم عرفة، نظم المعلومات التسويقية، دار الراية، عمان، الاردن، 2011، ص 150-151.

³ منير نوري، نظام المعلومات المطبق في التسيير، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2012، ص 63.

اما المعلومات الخارجية فهي التي تنشأ خارج المؤسسة مثل اسعار الفائدة، معدلات التضخم و أسعار المنافسين.

- درجة تنظيم المعلومات: فهناك معلومات منظمة و معلومات غير منظمة، و تشير المعلومات المنظمة الى المعلومات المصنفة بوضوح في صورة تقارير بحيث يعكس التقرير كافة المعلومات التي يحتويها، اما المعلومات غير المنظمة فهي التي تقدم في شكل لا يفصح عن ما يحتويه من معلومات.
- درجة الدقة في المعلومات: تتخذ درجة الدقة في المعلومات بمدى تمثيل المعلومات للموقف او الحدث الذي تصفه، و تتوقف درجة الدقة المطلوبة في المعلومات على احتياجات المستخدم و طبيعة المشكلة و المرحلة المعينة من صنع القرار الذي يهتم بها المستخدم.

3- السمات الاساسية للمعلومات:¹

أ- الملائمة: بمعنى أن تتلاءم المعلومات مع الغرض الذي أعدت من أجله، ويمكن الحكم على مدى ملائمة أو عدم ملائمة المعلومات بكيفية تأثير هذه المعلومات على سلوك مستخدميها. فالمعلومات الملائمة هي التي ستؤثر على سلوك متخذ القرار وتجعله يعطي قرارا يختلف عن ذلك القرار الذي كان يمكن اتخاذه في حالة غياب هذه المعلومات

ب - الوقتية: بمعنى تقديم المعلومات في الوقت المناسب ، بحيث تكون متوافرة وقت الحاجة إليها حتى تكون مفيدة ومؤثرة. وبطبيعة الحال لن تكون المعلومات المقدمة لمتخذ القرارات متأخرة جدا عن موعدها ، أي قيمة أو تأثير على سلوكه مهما كانت درجة أهميتها و حيويتها لهذا القرار.

ج - السهولة والوضوح: بمعنى أن تكون المعلومات واضحة ومفهومة لمستخدميها ، فلا يجب أن تتضمن المعلومات أي ألفاظ أو رموز أو مصطلحات أو تغيرات رياضية ومعدلات غير معروفة، ولا يستطيع مستخدم هذه المعلومات أن يفهمها.

فالمعلومات الغامضة غير المفهومة لن تكون لها أي قيمة حتى ولو كانت ملائمة وتم تقديمها في الوقت المناسب لمتخذ القرار.

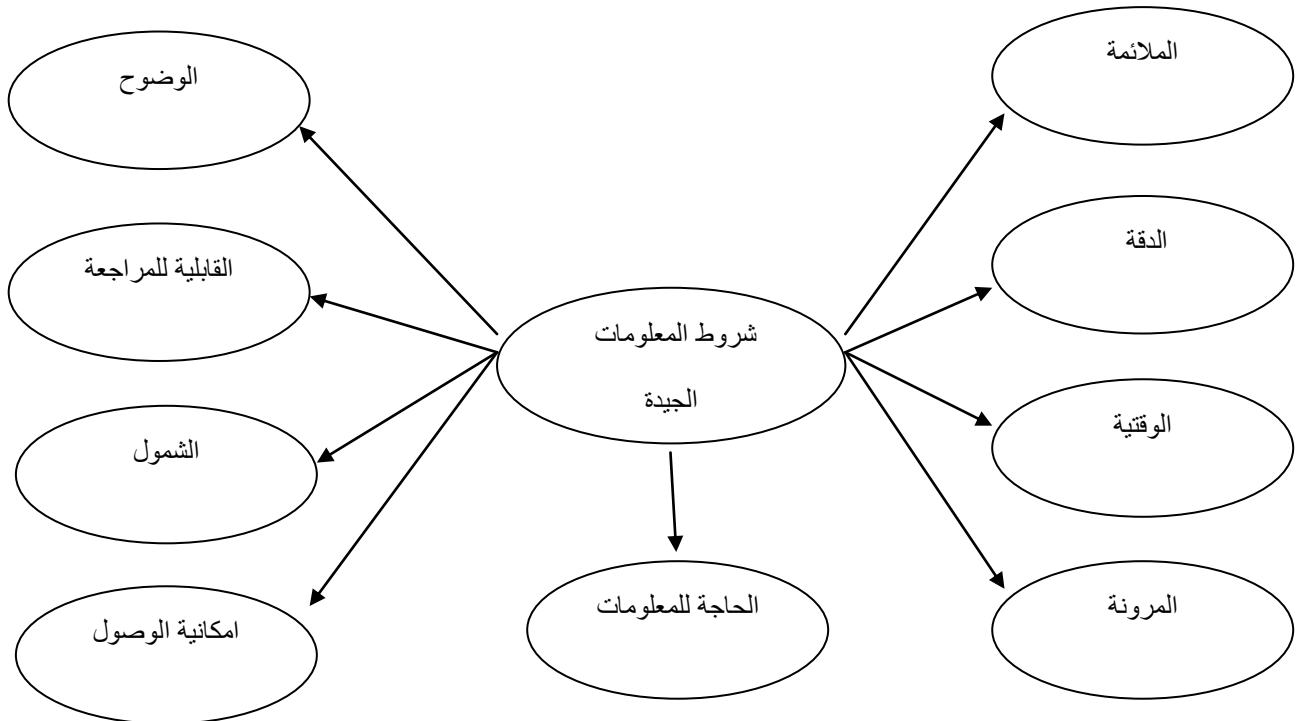
¹ خالد قاشي، نظام المعلومات التسويقية مدخل اتخاذ القرار، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2014، ص 50-51.

د- الصحة والدقة: يقصد بالمعلومات الصحيحة أن تكون معلومات حقيقية عن الشيء الذي تعبر عنه، ودقيقة بمعنى عدم وجود أخطاء أثناء إنتاج وتجميع والتقرير عن هذه المعلومات

هـ- الشمول: بمعنى أن تكون المعلومات المقدمة معلومات كاملة تغطي كافة جوانب اهتمامات مستخدميها أو جوانب المشكلة المراد أن يتخذ بشأن القرار، كما يجب أن تكون هذه المعلومات في شكلها النهائي بمعنى أن لا يضطر مستخدمها إلى إجراء بعض عمليات تشغيل إضافية حتى يحصل على المعلومات المطلوبة.

و- القبول: بمعنى أن تقدم المعلومات في الصورة وبالوسيلة التي يقبلها مستخدم هذه المعلومات من حيث الشكل ومن حيث المضمون ، فمن حيث الشكل يمكن أن تكون المعلومات في شكل تقرير مكتوب بلغة سهلة وواضحة ومفهومة أو في شكل جداول أو إحصائيات أو رسومات بيانية ، وما إلى ذلك. أما من حيث المضمون ، فيتعلق بدرجة التفاصيل المطلوبة، فلا تكون منحصرة بأكثر من اللازم مما قد يفقدها معناها ، وبالتالي عدم قدرته على التركيز للحصول على المعلومة المطلوبة.

الشكل (01) شروط المعلومات الجيدة



Donalddh. Sanders, l'informatique un instrument de la gestion, quebec, canada, Hill :éditeurs,1980p17

4- أنواع المعلومات:

4-1 معلومات انجازية : المعلومات التي يحتاجها الإداري في اتخاذ قرار وانجاز عمل أو مشروع مثل اتخاذ قرار بتعيين أو شراء جهاز.....الخ

4-2 معلومات انمائية : المعلومات التي يحتاجها الإداري في تطوير وتنمية القدرات وتوسيع المدارك في مجال العمل والحياة مثل المعلومات التي يتلقاها المتدربون من الدورات التدريبية

4-3 معلومات تعليمية : المعلومات التي تحتاجها الإدارة في المؤسسات التعليمية مثل الجامعات، المعاهد والمدارس

4-4 معلومات انتاجية : المعلومات التي تفيد في إجراء البحوث التطبيقية وفي تطوير وسائل الإنتاج واستثمار الموارد الطبيعية والإمكانات المتاحة بشكل أحسن كمعلومات إنتاج سلعة معينة.¹

المطلب الثالث: عموميات حول الاتصال

1- تعريف الاتصال: الاتصال هو جوهر معظم العمليات التجارية، والذي من خلاله يتم إنشاء المظمات وإدارتها وقيادتها وحلها، حيث تلعب الاتصالات دوراً رئيسياً في تبادل المعرفة، و تطوير العلاقات و الحفاظ عليها، و التفاوض على الصفقات و انشاء الشراكات ، و الحفاظ عليها على نحو متزايد ، يتم التعرف على التواصل الناجح كعامل حاسم في عمليات الشركات على المستوى الشخصي و الجماعي و التنظيمي.²

يعرف النجل باركنسون الاتصال على انه عملية منظمة ، نظامية وعفوية، تنطوي على ارسال و تحويل معلومات و بيانات من جهة الى جهة اخرى بشرط أن تكون البيانات و المعلومات المحولة مفهومة من قبل المستهدفين بها³، كما يعرف الباحث "جورج لندبرج" كلمة "اتصال" على انها تستخدم للإشارة الى التفاعل بواسطة العلامات و الرموز، و هذه الرموز قد تكون حركات او صور او رموز او أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، وان السلوك

¹ علاء السامي، عثمان الكيلاني، هلال البياتي، اساسيات نظم المعلومات الادارية، دار المناهج، عمان، الاردن، 2009، ص 15-16.

² Betina Szkudlar, Joyce S. Osland, Luciana Nardon, Lena Zander, **Communication and culture in international business- moving the field forward**, journal of world business, volume 55, Issue 6, 2020, PI

³ أحمد ميلي سمية و آخرون، دور الاتصال الداخلي في تطوير الأداء الوظيفي في مؤسسات اتصالات الجزائر بالمسيلة، مجلة آفاق علوم الإدارة و الاقتصاد، العدد 03، جامعة المسيلة 2018، ص 289.

الناتج عن هذا التفاعل قد لا يحدث لمجد تعرض الفرد للرمز، بل لا بد من تهيئة الفرد الذي يقوم بالاستجابة ليتقبل المنبه بشكل معين.¹

ومن هذه التعريفات يتضح أن الاتصال هو :

- وسيلة لنقل المعاني من جهة الى اخرى
- عملية ديناميكية وليست ساكنة تنطوي على أفعال و ردود أفعال
- عملية تفاعلية بين اطراف عدة ذوي قواسم مشتركة في فهم هذه العملية و استيعاب مكوناتها الاتصالية.
- أحد ركائز التوجيه، حيث لا يمكن التوجيه من دون اتصال، مهما كان نوع هذا الاتصال ومهما كانت الوسيلة الاتصالية المستخدمة لنقل مكونات التوجيه الى المساهدين به.
- عملية قد تكون نظامية و منظمة، قد تكون عفوية او تعبيرية باستخدام الايحاءات و غيرها من اساليب التفاعل.²

2- عناصر الاتصال:

2-1 المرسل (المصدر) : يقصد بالمصدر سواء شخص أو أشخاص أو هيئات أو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكل معني أو اتجاهات أو خبرات معينة. يتطلب من المرسل منه تحديد الفكرة أو المهارة التي يرغب في توصيلها لمن يتعامل معهم ثم القيام بدراسة هذه الفكرة وجمع المعلومات عنها وتنظيمها وتحديد الوسيلة التي سيستعملها لنقلها إليهم.

2-2 الرسالة: تعتبر الرسالة المنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل وتتضمن المعاني من أفكار وآراء تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزيا سوى باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، وتتوقف فعالية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها.

2-3 القناة: وهي التي تمر من خلالها الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتعرف بأنها قنوات الاتصال ونقل للمعرفة، لذلك يجب على المرسل تحديد القناة المناسبة للاتصال.

¹ بومالي أمينة، أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري، المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3، العدد 09، 2017، ص 07

² الدكتور بشير العلق، الاتصال في المنظمات العامة، دار البازور العلمية، عمان، الاردن، 2014، ص 07.

2-4 المستقبل: ويقصد به الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يستقبلون الرسالة الصادرة عن المرسل ويفهم معناها بنفس الكيفية التي قصدها المصدر.

2-5 رجع الصدى أو التغذية العكسية: الإجابة التي يجيب بها المستقبل على الرسالة التي يتلقاها من المصدر، يرى البعض أن الرجوع يعد بمثابة استجابة مضادة يتلقاها المصدر ويستفيد منها كثيرا، فعن طريق هذا الرجوع يستطيع المصدر أن يفهم ما إذا كان المستقبل قد تلقى الرسالة أم لا.¹

3 أهمية الاتصال:

- يتوقف على هذه المهارة نجاح الأخصائي في ممارسته لدوره المهني سواء داخل المؤسسة أو خارجه
- يمكن من خلاله زيادة معدلات المشاركة من جانب أفراد المجتمع في مشروعات التنمية
- أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها وفي تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها
- أداة فعالة لمواجهة أية شائبات أو معوقات تواجه المؤسسة سواء بين أفرادها أو كانت إشاعات أو معوقات تتصل بالمجتمع المحلي المحيط بها
- وسيلة أساسية في تحسين الأداء والتبادل الفكري بين الرؤساء والمرؤوسين وبين الإدارات المختلفة بالمؤسسة والمؤسسات الأخرى.
- تعمل على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمع.²

4- أهداف الاتصال :

إن الاتصال يعد الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية، ونقل أشكائها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتصميم ، ولا يمكن لجماعة أو مؤسسة أن تنشأ وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها ولهذا فإن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد يؤثر هذا على أفكاره لتعديلها وتغييرها على اتجاهاته أو على مهاراته، لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى:

¹ مازن سليمان الحوش، مقراني الهاشمي، الاتصال في المؤسسة الجزائرية، مجلة البحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية، العدد 33، 2008، ص 530.

² محمد السيد فهدى، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الامل للنشر، القاهرة، مصر، ص 109.

4-1 هدف توجيه: يمكن أن يتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال إلى الحساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها.

4-2 هدف تثقيفي : ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو نوعية المستقبلين بأمور تمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث .

4-3 هدف تعليمي: ويتحقق هذا عندما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

4-4 هدف إداري: ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التعامل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة.

4-5 هدف ترفيهي أو ترويجي: ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستماع إلى نفس المستقبل.

4-6 هدف اجتماعي: حيث ينتج الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بفهمهم ، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد.

5- أنواع الاتصالات: ¹

تصنف الاتصالات في المؤسسات إلى أنواع عدة وفق الأساس أو المعيار الذي يستخدم للتصنيف، وفيما يلي أهم هذه الأنواع

أ. **اتصالات شخصية:** الاتصالات العملية تتعلق بعمليات ونشاطات المؤسسة ويمكن أن تكون داخلية أو خارجية. فالاتصالات العملية الداخلية تتم بين العاملين داخل المؤسسة من أجل إنجاز أعمال المؤسسة الداخلية.

أما الاتصالات العملية الخارجية فهي تتم بين المؤسسة والجهات الأخرى (في نفس البلد أو خارجه) من عملاء، موردين، منافسين ومؤسسات مالية وجهات حكومية وغيرها، وذلك بهدف إنجاز الأعمال الخارجية للمؤسسة وكلا النوعين من الاتصالات حيوي لنجاح المؤسسة ونموها وازدهارها. أما النوع الثاني من الاتصالات –

¹ حسين حريم، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد و ادارة الاعمال، دار حامد، الطبعة الاولى، عمان، الاردن، 2010، ص 18-20.

الاتصالات الشخصية- فهو يتعلق بتبادل المعلومات والاتجاهات والعواطف بين الأفراد، والتي لا تتعلق بأعمال ونشاطات المؤسسة، ولكنها تؤثر في اتجاهات العاملين نحو رؤسائهم وزملائهم وسياسات المؤسسة وفلسفتها وخططها وغيرها، ويعتمد مدى هذا التأثير على غ ازره وكثافة الاتصالات الشخصية، ويمكن أن يكون لهذا التأثير نتائج ايجابية أو سلبية على عمليات المؤسسة وأدائها

ب. **الاتصالات الرسمية وغير الرسمية:** وهذا التصنيف يبنى على أساس شبكة قنوات الاتصال. فهناك شبكة الاتصالات الرسمية التي تتم من خلالها جميع الاتصالات العملية الداخلية والخارجية والتي تندفق في جميع الاتجاهات والمستويات. وتشتمل شبكة الاتصالات الرسمية على خطوط ومسا ارت الاتصال التي تحددها وتوضحها سياسات المؤسسة و خططها و اجراءاتها و هيكلها التنظيمي وهذه الشبكة بسيطة و ثابتة نسبيا وتمثل شرايين الاتصال في المؤسسة

وهناك شبكة الاتصالات غير الرسمية، وهي تسير بموا ارة الشبكة الرسمية في أي مؤسسة، وتخترق خطوط وقنوات الاتصال الرسمية في جميع الاتجاهات والمستويات. وتستخدم القنوات غير الرسمية لأغ ارض الاتصالات الشخصية، تبادل الحقائق والآ اراء والشكوك والإشاعات... وغيرها التي لا تتم من خلال القنوات الرسمية إن الاتصالات غير الرسمية هي جزء من واقع الحياة في المؤسسات، ويمكن أن يكون لها نتائج وآثار للإشاعات والأقاويل. ويتطلب الأمر من المديرين باستم ارر الحذر واليقظة والإصغاء إلى ما يدور ويقال، وإطلاع العاملين باستم ار على ما يجري في المؤسسة والإصغاء إليهم

ت. **اتجاهات/مسار الاتصالات:** تسير الاتصالات الرسمية داخل المؤسسة في اتجاهات ثلاثة رئيسية وهي

1 الاتصالات النازلة: وتشمل جميع الاتصالات من الرئيس إلى مرؤوسيه وهي تمثل جزءا كبرى ار من الاتصالات في المؤسسة.

2 الاتصالات الصاعدة: وتشمل الاتصالات من المرؤوسين للرئيس، ويلاحظ أن هذه الاتصالات لا تحظى بالدعم والتشجيع الكبيرين من قبل الرؤساء

3 الاتصالات الافقية: وهي الاتصالات التي تتم بين الأفراد ار من نفس المستوى التنظيمي (من مدير إلى مدير، من رئيس قسم إلى رئيس قسم... الخ) وهذه المسا ارت الثلاثة هامة و ضرورية لنجاح أي مؤسسة

وهناك نوع اربع، وهو الاتصال التقاطعي/القطري، وهو ما بين شخصين من مستوى تنظيمي مختلف ولا تربطهما علاقة رئيس - مرؤوسين. ويقصد من هذه الاتصالات تجاوز مستويات تنظيمية معينة بغرض اختصار الوقت والجهد (مثال اتصال رئيس قسم المشتريات في الدائرة المالية مع مدير الموارد البشرية وبالعكس). ولكن هذا النوع من الاتصالات يجب أن يكون في حالات محدودة جدا وواضحة لأن تكاثر تجاوز مستوى تنظيمي معين سيثير حتما الاحتكاك والنزاع بين العاملين

4 الاتصال الكتابي و الاتصال الشفهي: يستند هذا التصنيف للاتصالات إلى نوع وسيلة/قناة الاتصال التي يتم من خلالها/ بواسطتها توصيل المعلومات وتبادلها في المؤسسة. وجدير بالذكر أن وسيلة الاتصال تلعب دورا هاما وحاسما في نجاح عملية الاتصال وتحقيق أهدافها. وقد عبر أحد الكتاب عن أهمية وسيلة الاتصال بقوله: "الرسالة هي الوسيلة" وتصنف وسائل الاتصال في المؤسسات بصورة عامة إلى نوعين أساسيين: وسائل كتابية - وسائل شفوية.

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال

1- تعريف تكنولوجيا المعلومات : تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها، مختلف أنواع الاكتشافات و المستجدات و الاختراعات التي تعاملت و تتعامل مع البيانات و المعلومات، من حيث جمعها و تحليلها و تنظيمها و تخزينها و استرجاعها، في الوقت السريع و المناسب ، و الطريقة المناسبة و المتاحة.¹

يعبر عنها " أداة تعتمد الحاسب الآلي و التي تساعد الأفراد على الاعتماد على العمل مع تكنولوجيا المعلومات على لوحات مفاتيح للحاسبات الآلية و أدوات التشغيل وشاشات العرض و أجهزة الطباعة و البرامج الفنية برامج الأجهزة وقواعد البيانات وشبكات الربط " .

و هناك من يعرفها على أنها ذلك الجانب الإلكتروني من نظام المعلومات الذي يشمل المكونات المادية، البرمجيات، قاعدة البيانات، الشبكات.²

¹ سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الادارية، اليازوردية، عمان، الأردن، 2009، ص 251.

² خديجة فرحي ، مرجع سبق ذكره

و تعرف كذلك على انها الحصول أو اكتساب و معالجة و تخزين و نشر المعلومات الرقمية و النصية و اللاسلكية و الصوتية من خلال مجموعة من الأجهزة الالكترونية و أجهزة الاتصال السلكية و اللاسلكية و الكمبيوتر، و بالتالي يمكن القول ان لتكنولوجيا الاتصال جانبين :

❖ فكري (معرفي): و يتمثل في علم الاتصال، ذلك العلم الذي يعني بدراسة وسائل الاتصال و مجالاتها و مستوياتها .

❖ مادي (تقني): و يتمثل في التطبيق العلمي للاكتشافات و الخبرات و التجارب في مجال المعلومات، و نقلها كالتصوير الفوتوغرافي و الطباعة و اساليب معالجة النصوص و الصور و الارسال و الاتصالات السلكية و اللاسلكية بكل أشكالها.¹

2- مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال:

مر تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بخمس مراحل بناء على تطورات و استخدامات الممارسات الإدارية و تغييرها الذي أدى الى انعكاسات على الموارد البشرية حيث تمثلت هذه المراحل فيما يلي:²

-المرحلة الأولى- مرحلة ما بعد الحرب العالمية الأولى (1591-1962):

لقد كانت أولى الانظمة التي تم اداؤها بواسطة الآلة في الولايات المتحدة الامريكية هي كشف المرتبات، و قد كان ذلك في فترة الأربعينيات و بداية الخمسينيات. و قد تم تمويل هذه النظم و تطويرها بواسطة الشركات الكبرى مثل " جنيرال موتور"، و كانت تشتمل على الاسم و المرتبة و الموقع و تاريخ الميلاد و النوع و كود الادارة

-المرحلة الثانية- مرحلة ثورة الآلات و المهارات (1963-1974):

مع النمو السريع في صناعة الحسابات في الخمسينيات و بداية الستينيات فإن تطور التكنولوجيا قد فاق حاجة الموارد البشرية الى نظم أكثر تطورا فيما عدا صناعة الفضاء و الصناعات الحربية. في هذه المرحلة تم استخدام الحاسب كأدات للإدارة حيث يحل محل بعض الاعمال الكتابية و الحسابة اليدوية. و الهدف من استخدام

¹ اشرف عقون، محمد هبول، مداخلة بعنوان: البقضة الاستراتيجية في ظل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، الملتقى الوطني الرابع حولك نظام المعلومات، البقضة الاستراتيجية و اللكاء الاصطناعي - بين حتمية التفاعل او الزوال - كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و جامعة التسيير، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، يومي 17-18 مارس 2014، ص12

لبلى حسام الدين، أثر التقدم في تكنولوجيا المعلومات على الخصائص النوعية و الكمية للموارد البشرية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية ، 2011 ، القاهرة²

الحاسبات في هذه المرحلة هو تحقيق مستوى سرعة أعلى ، و درجة دقة أكبر في عمليات التشغيل، و بالتالي سهولة و دقة عمليات الرقابة ، سواء على مستوى المنظمة ككل أو على مستوى ادارة الموارد البشرية.

-المرحلة الثالثة- مرحلة نظم المعلومات الادارية (1975-1984):

أدى تراكم المعلومات بواسطة الجيل الثالث من النظم في بداية الستينيات لدى مصممي النظم و مديري التخطيط الى استخدام نظام جديد يستوعب البيانات و يسترجعها عند الحاجة اليها كما يستخدم في اعداد كشوف الاجور و توزيع العمل أو تحديد كشوف الأجور و توزيع العمل أو تحديد تكلفة المنتج و قد كان هذا النظام هو نظام معلومات الادارة .

أما في منتصف الستينيات فقد بدأت البنوك الكبيرة و شركات التأمين في استخدام الأتمتة في اختيار الشخص المناسب للوظيفة المناسبة لتخفيض التكاليف ، و في أواخر السبعينيات قامت شركات و بمنوك كبيرة بالمشاركة في هذا الاتجاه. و الخلاصة أن هذه المرحلة كان الحاسب يستخدم كأدات اشراف بحيث يقوم بتخطيط العمليات و اتخاذ القرارات و الرقابة بالنسبة للمستوى الاشرافي الاول ، سواء على مستوى المنظمة أو على مستوى ادارة الموارد البشرية .

-المرحلة الرابعة- مرحلة حاجة الحكومة و النظم الجديدة (1985-1995):

و فيها كانت غالبية الشركات التي عدد العاملين فيه بضعة آلاف قد أخذت في تطوير بعض النظم لتصبح مؤتمتة ، كما بدأ صانعوها و مسوقوها هذه النظم في تطوير البرمجيات لتلائم احتياجات المنظمات ، كما أن حزمًا من هذه البرمجيات الجاهزة أصبحت متاحة لمعظم الشركات . يضاف الى ذلك بدأ انخفاض اسعار الحاسبات، وكذلك أسعار وسائل معالجة البيانات و التخزين . كما بدأت ادارة شؤون العاملين في معظم الشركات الكبرى تستثمر في المتخصصين، كما تستثمر في الآلات، كما بدأت نظم معلومات الموارد البشرية تندمج مع ادارة الموارد البشرية أكثر فأكثر، مع زيادة الاهتمام بالموارد البشرية في المنظمات . تم استخدام الحاسب في هذه المرحلة بواسطة الادارة الوسطى كأداة للتخطيط، و يهدف استخدامه في هذه المرحلة الى المساهمة في وضع الخطط التكتيكية مثل اعداد الموازنات التخطيطية للأنشطة المختلفة ، و تطوير عملية التنبؤ بالمبيعات ، و الجدولة الزمنية للمشتریات، و كذلك تخطيط الموارد البشرية .

-المرحلة الخامسة- نظم الموارد البشرية الالكترونية (1996 الى الآن):

تسمى هذه المرحلة التحول من نظم معلومات الموارد البشرية الى نظم الموارد البشرية الالكترونية، حيث كان من تأثير ظهور المعالجة الموزعة و قواعد البيانات الموزعة أن اتجهت تكنولوجيا المعلومات الى المزيد من الانتشار و لامركزية ، و ذلك بفضل التكنولوجيا المتقدمة في مجال شبكة الاتصال و التبادل الالكتروني للبيانات كما ان الادارة الالكترونية للموارد البشرية تستطيع التعامل مع مورد المعلومات التي تنتجها نظم معلومات ادارية تحتوي على مكونات ذكية مثل (قاعدة بيانات ذكية، قاعدة نماذج ذكية، و برمجيات ذكية للتنقيب عن البيانات) و ذلك لتشكيل أبعاد و علاقات جديدة فيما بينها.

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و أهميتها

1- خصائص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال :لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال مجموعة من الخصائص تجعلها

تتمتع بقدرات هائلة وتأثيرات متزايدة في مختلف المجالات ويمكن توضيح هذه الخصائص فيما يلي:

- **التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على الأدوار ويستطيعون تبادلها، يطلق على ممارستهم بالممارسة المتبادلة أو التفاعلية إذ لم يعد للمتلقي ذلك الدور السلبي المتمثل في مجرد التعرض للرسالة، بل أصبح يشارك مشاركة ، إيجابية في العملية الاتصالية وهو مسؤول عن بناء جزء هام في مضمون الرسالة ذاتها ، لتدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل: الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم...الخ.

- **الاجماهيرية:** وفيها يتم توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد، أو الى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما في الماضي، فطبيعة الرسالة تفرض التلقي الفردي اضافة إلى بروز ظاهرة التخصص والتحكم في نظام الاتصال لتصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

- **اللاتزامنية :** وتعني إمكانية إرسال الرسالة واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه إذ يرجع اختيار وقت عرض ما للمتلقي وليس للمرسل.

- **قابلية التحرك و الحركة:** تتميز كثير من الوسائل الاتصالية الحديثة بقابلية الحركة، اذ يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان بنقلها معه.

- **تحديد المستفيد:** وتعني أن عملية تبادل المعلومات تتحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون غيرها، عادة يستخدم في هذه الحالة شخص يدعى المنسق الذي يقوم بترتيب هذه المعلومات عن طريق معرفة رغبات المستفيدين وحجّاتهم في المعلومة وتجهيزهم بها.

- **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وعاء لآخر باستعمال تقنيات تسمح بتحويل الأوعية الورقية إلى مصغرات الفيلمية وبالعكس، كذلك إمكانية تحويل المعلومات المسجلة على المصغرات الفيلمية إلى الأوعية الممغنطة، كذلك إمكانية تحويل النصوص من لغة إلى أخرى أو ما يسمى بالترجمة الآلية.

- **قابلية التوصيل:** هذه السمة تتمثل بإمكانية استعمال الأجهزة من قبل الشركات المختلفة التي تحكمها معايير معينة في توجيه صناعة الأجهزة المختلفة مما يتيح إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين وبغض النظر عن الشركات المصنعة للأجهزة المختلفة.

- **الشيوع و الانتشار:** كلما ظهرت وسيلة من وسائل تناقل المعلومات يمكن استعمالها في فئات وطبقات مختلفة في المجتمع، مثل استعمال التلفون أو أجهزة أخرى وغيرها من التقنيات

- **العالمية و الكونية:** وتعني إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين على مستوى العالم وذلك لتوافر كميات ونوعيات من التقنيات تسمح بذلك، هذه السمة تضفي الكثير من المميزات على التواصل العلمي و التقني في تناقل الخبرات بينهم ، بالتالي يكون التواصل عاليا.¹

2- أهمية تكنولوجيا المعلومات و الإتصال:

ان اهمية تكنولوجيا المعلومات و الإتصال نابع من انعكاسها و تأثيرها الإيجابي في إدارة الأعمال، بالإضافة الى التنمية الى الإقتصادية و الإجتماعية و تحقيق النمو الإقتصادي.

2-1 أهمية تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في إدارة الأعمال : تؤدي تكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في تحديث و تطوير إدارة الأعمال، حيث تعمل على خلق أنواع جديدة من الوظائف و مجالات عمل و نشاطات متنوعة في بيئات العمل ويمكن ملاحظة هذا من خلال:

¹ عفاف خويلد، فاعلية النشاط الترويجي في ظل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة ورقلة ، الجزائر، 2009، ص 47-48.

- ✓ تساعد على توفير قوة فعلية داخل التنظيم.
- ✓ تساعد على زيادة قنوات الإتصال الإداري بين مختلف الإدارات.
- ✓ تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية.
- ✓ تساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا و التفرغ لواجبات أكثر أهمية.
- ✓ تقليص حجم التنظيمات الإدارية.¹

2-2- الأهمية الاقتصادية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال: تكمن الأهمية الإستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال الخاصة بالتنمية الإقتصادية و الإجتماعية من خلال:²

- ✓ تحسين كفاءة العمل و خفض تكاليف التشغيل.
- ✓ توليد فرص عمل جديدة و ترتبط بمعالجة المعلومات على نطاق واسع.
- ✓ تجذب المستثمرين و الشركاء الإستراتيجيين.
- ✓ تحفيز انشاء شركات إنتاج الأجهزة و البرمجيات.
- ✓ تنمية القطاعات الاخرى و تطويرها.

المطلب الثالث : اهداف و اشكال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و عوائدها

1 اهداف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال :³

ان بروز تكنولوجيا المعلومات في عالم الأعمال يرجع الى مجموعة من العناصر التي تستهدفها هذه الأخيرة و النقاط التي تجعل المؤسسة في موقع تنافسي أحسن و هي:

- ✓ الأعمال الممكن تشغيلها و أداءها.
- ✓ التكاليف الكلية للنظام.

¹ بن عشي عمار، تكنولوجيا المعلومات و اثرها على ادارة المعرفة بالجامعات الجزائرية: دراسة حالة كلية الاقتصاد بجامعة محمد خيضر بولاية بسكرة، الجزائر، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد و الادارة، المجلد 02، العدد 03، 2018، ص 59.

² M.O. Celina et Z. EWA , **The Use of ICT for economic development in the Silesian region in Poland**, J.information knowledge and Management ,6 ,2011, p200.

³ فريد النجار، وحيد دياب، تامر النجار، التجارة و الاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية الاسكندرية، مصر، 2006، ص13.

- ✓ الأداء (حجم المبيعات).
 - ✓ طبيعة و خبرة المستخدم.
 - ✓ ضمان التكامل لعدم ضياع البيانات.
 - ✓ أمن المعلومات.
 - ✓ سرعة تطوير النظام.
 - ✓ القدرة على التغيير و التعديل و تحمل أعمال اضافية .
- امكانية التشغيل على قواعد البيانات المختلفة أو نظم لتشغيل أو أجهزة متنوعة.

2- أشكال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال:

1-2 الشبكات و البرمجيات:

أ. الشبكات (Networks) : و هي عبارة عن مجموعة من الحواسيب تنظم معا و ترتبط بخطوط اتصال بحيث يمكن لمستخدمها المشاركة في الموارد المتاحة و نقل و تبادل المعلومات فيما بينهم ، و تستخدم هذه الشبكات لتحقيق مجموعة من الأغراض مثل : توفير الاتصال بين الأشخاص و الوصول للمعلومات عن بعد و التجارة الالكترونية و تخفيض المصروفات و مشاركة الموارد و غيرها، و هناك عدة أنواع من الشبكات منها:¹

➤ الإنترنت (INTERNET) : هي اختصار للشبكات العالمية International Networks و هي عبارة عن ملايين من اجهزة الكمبيوتر المتصلة ببعضها البعض عبر الاقمار الصناعية او خطوط الهاتف او الكابلات حيث تظم الانترنت العديد من الاقسام و الخدمات التي يستفيد منها مئات الملايين من الاشخاص حول العالم كله، و منها:

- البريد الالكتروني Electronic Mail
- الويب Web
- خدمات مجموعة الاخبار News Groups
- خدمات الجوفر Gofer services
- خدمات نقل الملفات File Transfer Protocol

¹ James A.O Braine, **Management Information System** , Managing Information Technology In the internet Worked Enterprise, 1999,p 190.

• التلنت Telnet.¹

➤ **الانترانت (INTRANET) :** هي عبارة عن شبكة محلية، خاصة بمؤسسة معينة، تعمل داخليا لكي تمكن الافراد العاملين من الاتصال ببعضه البعض و الوصول الى المعلومات و ذلك بطريقة اسرع و افضل و اكثر كفاءة و اقل تكلفة من الاساليب التقليدية المعتادة، فهي تقوم بتسهيل الاعمال العديدة التي تتطلبها المؤسسة مثل: الاجتماعات و التحدث على الهاتف و ارسال الرسائل بالبريد او بالفاكس و غيرها و بالتالي توفر الوقت و الجهد و المال لإنجازها²

➤ **الإكسترنانت (EXTRANET) :** و هي امتداد للشبكة الداخلية، بحيث تسمح هذه الشبكة لمجموعات خارجية كالموردين و الزبائن وأطراف أخرى بالإطلاع على المعلومات المعروضة بواسطة الإنترنت. و الإكسترنانت عبارة عن شبكة أعمال إلكترونية خاصة مكونة من عدة أطراف (زبائن، موردين، شركاء،...) تقع خارج حدود المؤسسة أي خارج حدود الإنترنت، لكنها ذات علاقة مباشرة مع عمليات هذه المؤسسة إذ تعمل على تحقيق عمل منظم في أسرع وقت و بأقل تكلفة و جهد.³

المصدر: سلوى محمد الشرفا، مرجع سبق ذكره

2-2 البرمجيات (Software) : هي مصطلح يطلق على البرامج و التعليمات التي يمكن تشغيلها في الحاسوب و بواسطتها نتحكم في البيانات و نمكننا من تطبيق مختلف العمليات للحصول على النتائج و حل المشاكل حسب الحاجة و عند الطلب، و يتكون من أنواع من البرمجيات:⁴

➤ **برمجيات النظام :** هي مجموعة البرامج العامة التي تدير مصالح الحاسوب كالمعالج المركزي و وصلات الاتصال و المعلومات الملحقه بها، و تعمل هذه البرامج كواسطة تربط بين البرمجيات الأخرى و المكونات المادية للحاسوب، و يعتبر نظام التشغيل من برمجيات النظام و الذي يدير و يسيطر على كافة أعمال الحاسوب.

➤ **برمجيات التطبيق :** هي مجموعة البرامج التي تعمل على أداء مهام و واجبات معينة و تكتب من قبل المبرمجين لخدمة المستخدمين، و تشمل برمجيات التطبيق كل برامج اللغات و التي تحول لغات البرمجة إلى لغة الماكينة لتصبح مفهومة من قبل الحاسوب.

¹ عصام محمد البحصي، تكنولوجيا المعلومات الحديثة و اثرها على القرارات في منظمات الاعمال (دراسة استطلاعية للواقع الفلسطيني)، مجلة العلوم الاسلامية (سلسلة الدراسات الانسانية)، المجلد 14، العدد 01، فلسطين، يناير، 2006، ص 161-162.

² اسماء سفاري، اثر الانترنت على تنافسية المؤسسة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2009، ص 54.

³ بشير عباس العلاق، مرجع سابق، ص 124-125.

⁴ إيمان فاضل السمراي، هيثم محمد الزغبى، نظم المعلومات الادارية، دار الصفاء، عمان، الاردن، 2004، ص 120.

➤ **برمجيات التأليف :** هي مجموعة البرامج التي تعني بترجمة التعليمات و العبارات المكتوبة بأحد لغات البرمجة ذات المستوى العالي إلى لغة، و منه فإن الحاسوب يستخدم في إجراءات إدخال البيانات و معالجتها و استخراج المعلومات المطلوبة لصناعة القرارات وأداء الأعمال على الوجه المطلوب، أما البرمجيات فتشتمل على التعليمات التفصيلية التي تسيطر على الحاسوب في نظام المعلومات و تشتمل على برمجيات النظام، برمجيات التطبيق، و برمجيات التأليف.¹

1. الأجهزة و المعدات (Hardware) :

- و تعرف على أنها الجزء المادي الآلي و تتمثل في الأدوات التي تحفظ و تعالج و تخزن البيانات و المعلومات ، و تتكون بدورها من عدة أجزاء نذكرها باختصار :²
- **وحدة المعالجة المركزية :** و هي الوحدة الرئيسة المسؤولة عن ضبط جميع العمليات من حساب و خزن و استرجاع المعطيات كما تقوم بتنسيق عمل الوحدات الأخرى.
 - **المعالج الكروي :** و يتواجد في شكل عبوة ملتصقة باللوحة الأم، و يقوم بربط الأجهزة الأخرى في دائرة متكاملة و يختص بنقل المعلومات بين الوحدات المختلفة في الجهاز.
 - **وحدة الذاكرة و التخزين :** و هي الأجزاء المسؤولة عن حفظ المعلومات داخل الجهاز و هناك عدة أنواع من الذاكرات.
 - **وحدات الإدخال :** و هي الأجزاء التقنية التي تعمل على إدخال البيانات.
 - **وحدات الإخراج :** هي كل المعدات التي تمكن من عرض البيانات و الأوامر المعالجة بشكل يفهمه الإنسان.³

2. قواعد البيانات (Data Base) :

و هي مجموعة من البيانات تجمع بينهما علاقات منطقية يسهل تخزينها و استرجاعها بغرض استخدامها أو تعديلها أو الإضافة عليها لتكون جاهزة للاستخدام من قبل المستخدمين عند الحاجة، و يؤدي استخدام قواعد البيانات إلى تحقيق مجموعة من المزايا مثل عدم تكرار البيانات و زيادة إمكانيات اقتسام البيانات و تحقيق رقابة أكثر فاعلية و المحافظة على ثبات و تناسق البيانات و توحيد المعايير المتعلقة بالبيانات.⁴

¹ ماهر شعبان العاني و شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، إثراء للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008، ص154

² إيمان فاضل السمراي، مرجع سبق ذكره، ص 119.

³ محمد صالح الخناوي و آخرون، مقدمة في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 196.

⁴ عامر قنديلجي و إبراهيم السامرائي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، 2002، ص 190-192.

3- عوائد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال:

أتاحت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال العديد من الخدمات، لتلبية حاجة كل الافراد نذكر بعضها فيما يلي:

- ✓ يتيح الحاسب الشخصي من خلال استعمالاته المتعددة، قائمة ضخمة من المعلومات و الخدمات الغير محدودة سواء للاستخدام الشخصي أو الاستفادة من المعلومات.
- ✓ بامتزاج وسائل الاتصال السلكية و اللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الالكتروني، خلق عصر جديد للنشر الالكتروني، حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون، او منفذ العرض المتصل بالحاسب الالكتروني لكي يتسلمه الفرد في مكتبه ومنزله، حيث يقترب مستخدموا النصوص الالكترونية من المعلومات بالكمية و النوعية التي يرغبون فيها و في الاوقات التي تناسبهم.
- ✓ ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل الفيديو تيكس و التلتيكس و البريد الالكتروني، و الاقراص المدججة الصغيرة التي يمكن ان تخزن محتويات مكتبة عملاقة على قمة مكتبة صغيرة ، و تطوير وصلات الميكرويف و نظام الليزر.
- ✓ التوسع في انتاج أجهزة الفيديو كاسيت المنزلي و أشرطة و أقراص الفيديو، مما يزيد من تحكم المشاهد في المحتوى الذي يراه، كذلك تطور العاب الفيديو بعد ربطها بالحاسب الالكتروني.¹

¹ لمين علوطي، مرجع سبق ذكره، ص 87.

خلاصة الفصل :

مع التحول نحو الرقمي، فرضت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال نفسها كإحدى الممكّنات الأساسية التي تسمح بالتغلب على مشاكل الوقت و المكان بالإضافة الى توفير بيئة مناسبة لتسهيل الاتصالات و توفير المعلومات بين الأفراد، وذلك من خلال ما تتيحه هذه التكنولوجيا التي حدثت في قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الآونة الأخيرة، حيث أصبح بالفعل المحرك الأهم لأي تطور، فالتطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بأشكالها المختلفة جعلت عملية نقل و تبادل المعلومات و البيانات و الخبرات من أي مكان في العالم إلى مكان آخر عملية تتم بسرعة و فعالية، و أصبحت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كمورد تنافسي تحقق من وراء المنظمات مكانة و بعد استراتيجي فمكانة هذه الأخيرة أصبحت مرهونة بما تملكه من سرعة في الحصول على المعلومة و لا يكفي الحصول عليها بل يجب استخدامها في الوقت المناسب، كما تعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على إزاحة الحواجز التقنية أمام الاتصال العالمي و العمل على جلب الراحة و الرفاهية للمستخدمين لها لما توفره لهم من وقت و جهد و مال.

الفصل الثالث:

الإبداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة

...

تمهيد:

ان قضية الابداع من القضايا المعاصرة التي أخذت جل اهتمام الباحثين في عالمنا المعاصر، وقد اتسمت بالتعقيد و التشابك من حيث ماهيتها و منهجيتها، وقد تناول العلماء و الباحثين هذا الموضوع بالبحث و الدراسة منذ سنوات طويلة، و تطور الفكر المقاولاتي في بعض البلدان الاقتصادية العالمية الكبرى لم يكن بالصدفة و انما تم اعطائه أهمية كبيرة في المراحل الأولى من التعليم حتى يتسنى بناء الرغبة المقاولاتية لدى الأفراد و خاصة الطلبة الجامعيين دفعهم في تحقيق مشاريعهم و تجسيد أفكارهم الابداعية في ظل بيئة تشجيعية تساهم في خلق أقصى مستوى معين من المؤسسات و المقاولات و كذا المشاريع و التي قد يكون لها الأثر الكبير على مؤشرات الاقتصاد الكلي ولاسيما خلق القيمة المضافة و توفير الشغل و كذا الرفع من قدرات الانتاج و تحسين مستوياته مما يؤثر على النمو و التنمية الاقتصادية التي لطالما تحلم بها الدول الضعيفة و الفقيرة.

المبحث الأول : ماهية الابداع

المطلب الأول : الابداع و المفاهيم المتعلقة به

1- تعريف الابداع:

الإبداع: لغة: مشتق من بدع، يبدع، بدعا، فهو بديع، و المفعول بديع بدع عادات لم تكن شائعة: أنشأها على غير مثال : بدع أسلوبا جديدا، خلقه، ابتكره على غير مثال بدعه بدعا أنشأه على غير مثال سابق.¹

إصطلاحا: البحث غير المنتهي والمنظم من أجل التغير وتحليل الأنظمة الملائمة الى تغيرات يمكن استغلالها من أجل التطوير الاقتصادي أو الإجتماعي.

و يمكن تعريفه بأنه تغيير و تعظيم حصيلة و نتاج الموارد و الامكانيات، وعلما بأن التغير هو الذي يتيح دائما الفرص لتحقيق الجديد، فالابداع المنظم يتكون من البحث و التحليل الهادف للفرص التي يتيحها التغير للإبداعات اقتصادية و اجتماعية.²

كما يعرف الابداع على انه التوصل الى شيء جديد، و قد يكون سلعة او استهلاكية تشبع حاجات الناس، أو خدمة تسهل لهم امورهم، او افكار يستفيدون منها في حياتهم و معاملاتهم، وقد يكون الابداع في شكل السلعة أو الخدمة، او حجمها و محتوياتها، او طريقة و موعد تقديمها، أو تنويع استخداماتها، أو اطالة عمرها أو تخفيض تكاليفها أو تحسين كفاءة ادائها.

كما يقصد بالتوصل الى شيء جديد ايضا تجميع أشياء موجودة فعلا، أو دمج عناصر قد تبدو متناقضة مع بعضها، و تكوين نسق جديد منها يؤدي مهمة معينة تشبع بعض حاجات الناس.

1-1- الابداع و الابتكار : ان الابداع هو ناتج عملية الابتكار، و مع ذلك فإنهما يقومان على علاقة متبادلة

للاغاية، فالابتكار هو العامل الاساسي للابداع و التحول المؤسسي اذ انه بدون الابتكار فلن يكون للابداع

¹ معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي - .

² بلعيد سميرة، ادارة المعرفة كمدخل لتحقيق الابداع التنظيمي دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير بجامعة باتنة، مجلة التنمية و ادارة الموارد البشرية، العدد 05، 2016، ص 40.

محتوى و لن تستمر عمليات التحول، و بدون ابتكار لن يكون هناك استخدام للأفكار الابتكارية ، فالابتكار يوفر حل للمشكلة، اما الابداع فيشمل الانجاز ¹.

1-2- الاختراع : و يعني صنع شيء جديد لم يكن موجود من قبل انطلاقا من فكرة جديدة بالكامل، حيث يكون هذا الشيء على الاغلب مرتبطا بالتكنولوجيا ²، اما الابداع فلا يشترط أن يأتي من فكرة جديدة بالكامل بل يمكن ان يطور فكرة موجودة سابقا شأها نوع من التحسين

1-3- الاكتشاف : و يعني الوصول لشيء كان موجود من قبل

1-4- التجديد : و يعني القدرة على توليد أفكار جديدة ³

المطلب الثاني : مبادئ و أنواع الابداع

1- مبادئ الابداع :

أكد بيتر دراكر على ضرورة وجود احدى عشر مبدئا يخص الابداع و هي كالآتي: ⁴

1. الابداع الهادف و المنهجي يبدأ بالتفكير من خلال ما يسمى مصادر الفرص الابداعية في المجالات المختلفة، ثم تحليلها و دراستها بشكل منهجي بصورة يكون فيها البحث منظما و يجب ان يتم على أساس منتظم و منهجي.
2. يجب أن يكون الابداع بسيطا بعيدا عن التعقيد حتى يكون فعالا ، كما يجب ان يركز على فعل شيء واحد فقط لذلك نجد جميع الابتكارات الفعالة بسيطة.
3. الابداع له جانب مفاهيمي و ادراكي في نفس الوقت ، و هذا يستعي السؤال و الانصات و ملاحظة الزبائن مما يسهل استعمال خيالهم في ايجاد الافكار التي تقود الى الابداع بما يوافق رغبات و قيم الزبائن.
4. عادة ما تكون الابتكارات الفعالة في البداية صغيرة و ليست عظيمة وذلك من خلال فعل شيء محدد، فمن غير المرجح أن تنجح الافكار الكبرى، و الخطط التي تهدف الى "احداث ثورة في صناعة ما" ، لذا

¹ برفين جويتا، ترجمة أحمد المغربي، الابداع الاداري في القرن الحادي عشر، دار الفرج، القاهرة، 2008، ص 58.

² بن عنتر عبد الرحمن و آخرون، دور بلاغة الاختراع في حماية الابداع و تدعيم تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد و المناجنت، المجلد 08، العدد 02، جامعة تلمسان، 2009، ص 179.

³ برفين جويتا، مرجع سبق ذكره، ص 58

⁴ Peter F. Drucker, **Innovation and Entrepreneurship**, PerfectBound, Adobe Acrobat E-Book Reader edition v 1, November 2002, PP 34-39.

كان من الأفضل للابتكارات أن تكون صغيرة، مما يتطلب في البداية القليل من المال و عدد قليل من الناس ، و صوق صغير و محدود فقط.

5. يهدف الابداع الناجح الى القيادة و ليس بالضرورة الى ان تصبح في النهاية "شركة كبيرة" ، في الواقع لا يمكن لأحد ان يتنبأ بما اذا كان اي ابداع معين سينتهي به الى عمل كبير او انجاز متواضع . و لكن اذا كان الابداع لا يهدف الى القيادة منذ البداية ، فمن غير المرجح أن يكون مبدعا بما فيه الكفاية ، و بالتالي من غير المحتمل أن يكون قادرا على ترسيخ نفسه.

6. لابد من وجود سهولة في التعامل مع الابداعات من قبل البشر العاديين ، أي البعد عن الاشياء التي تتطلب ذكاء لاستخدامها ، اي شيء ذكي للغاية ن سواء في التصميم او التنفيذ، لابد ان يكون مآله الى الفشل تقريبا.

7. لاتنوع، لا تحاول القيام بأشياء كثيرة في وقت واحد، هذا بطبيعة الحال ، كنتيجة طبيعية يستدعي القيام بالتركيز.

8. لا تحاول الابداع في المستقبل، حاول الابداع في الوقت الحاضر، قد يكون للابتكار تأثير بعيد المدى وقد لا يصل الى مرحلة النضج الكامل حتى بعد عشرين عاما كما هو الشأن لجهاز الحاسوب .

9. نادرا ما يعمل الباحثون في أكثر من المجال لأن الابداع عمل يتطلب المعرفة، كما يتطلب غالبا براعة كبيرة ، و لذلك نجد ان هناك اشخاص مبدعين و أكثر موهبة من الآخرين أيضا.

10. لتحقيق النجاح يجب على المبدعين الاستفادة من نقاط القوة لديهم، أي يبحث المبتكرون الناجحون في الفرص المتاحة على نطاق واسع . لكنهم يتساءلون "أي من هذه الفرص تناسب الشركة، و لكن قد يكون الشيء الأكثر أهمية في الابتكار هو الاعتماد على نقاط القوة لدى الفرد بسبب مخاطر الابتكار و الميزة الناتجة عن المعرفة و قدرة الأداء.

11. لابد أن يكون الابداع قريبا من السوق كون الابداع هو تأثير في الاقتصاد و المجتمع ، و تغيير في سلوك العملاء و الاشخاص بشكل عام. كما يعتبر أنه تغيير في العملية، أي في كيفية عمل الناس و انتاج شيء ما .

3- أنواع الابداع :

وفقا لعدد من الباحثين في مجال الابداع فانه يتعين علينا التمييز بين أنواع الابداعات المختلفة وفقا لمستوى تطبيقها (الخصائص و الأهداف) و مدى التغيرات التي تنطوي عليها على الشركة و الاقتصاد بشكل عام يمكن تحليلها على محورين: طبيعتها، درجة حداتها و تأثيرها على الاقتصاد.¹

(1) التصنيف حسب طبيعة الابداع : يمكن تقسيم و تصنيف الابداعات حسب طبيعتها الى ابداع

تنظيمي، ابداع تسويقي و ابداع تكنولوجي.

1-1 الابداع التنظيمي : الابتكارات الادارية هي التي تنتج تغيرات في استراتيجية المنظمة و هيكلها، و

الاجراءات و الانظمة الادارية، و المعرفة المستخدمة في اداء عمل الادارة، و الانشطة التي تجسد صنع

القرار التنظيمي ، و المهارات الادارية التي تمكن المنظمات من النجاح من خلال العمل بكفاءة و

استخدام مواردها على نحو فعال.² فهي تتخلل جميع انحاء المنظمة و تتطلب التكامل بين الفرق أو

الوظائف أو الوحدات التنظيمية مما يسهل تكيف المنظمة مع التغير البيئي و تحقيق أهداف آدائها.³

1-2 الابداع التسويقي : تهدف ابتكارات التسويق الى تلبية احتياجات المستهلكين بشكل أفضل ، و

فتح أسواق جديدة أو بطريقة جديدة لوضع منتج الشركة في السوق من أجل زيادة المبيعات.⁴ يطبق

الابداع التسويقي طرقا ابداعية جديدة ، بما في ذلك تصميم عبوات المنتجات أو الترويج أو التسعير

لتسويق منتج على وجه التحديد ، يستلزم تصميم الغلاف أو العبوة اجراء تعديلات على شكل أو مظهر

عبوة المنتج مع عدم تغيير وظائف المنتج الاساسي. يخلق الابداع في التغليف و الترويج و التسعير مفاهيم

تسويقية جديدة لتسويق المنتج.⁵

1-3 الابداع التكنولوجي : يرى Bertrand Bellon ان الابداع التكنولوجي يقوم على تحويل

فكرة الى منتج جديد او تحسين منتج حالي استناد على جميع المعارف النظرية و التقنية الاساسية و

¹ Avin CHEIKHO , Op.Cit, p29.

² Damanpour, f, E.Schneid, M. **Characteristics of innovation and innovation adoption in public organizations**: Assessing the role of managers. Journal of Public Administration Research and Theory, 19, 2009, PP 495-522.

³ Elenkov, D.S., and Manev, I.M. 2005. **Top management leadership and influence on innovation**: The role of sociocultural context. Journal of Management, 31(3), 2005, PP: 381-402.

⁴ Avin CHEIKHO, Op. Cit, P29

⁵ OECD. (2018). Oslo manual: Guidelines for collecting, **reporting and using data on innovation**.Paris: OECD Publishing.

التطبيقية، و يشمل الابداع التكنولوجي جانبين هما ابداع في المنتجات و ابداع في سيرورات العملية الانتاجية.¹

(2) **التصنيف حسب درجة الابداع** : يتم التصنيف وفقا لمدى التغير " الابداع التدريجي مقابل الابداع الجذري " .سنقتصر فيما يلي على تحديد هذه الانماط بإيجاز :

1-2 الابداع الجذري **radical innovation**: وصف شومبيتر (schumpeter 1934)

و (1942) الابتكار الجذري بإسم مفتاح التنمية الاقتصادية ، من خلال عملية ابداعية تدميرية تحدث "تغير" ثوري-اختراق في المنتج أو العملية أو المنظمة. بمعنى آخر، فحسب شومبيتر يتعارض هذا النوع من الابداع مع الهياكل و الاجراءات و الانشطة السابقة. الابداع الجذري اذن هو ابتكار بدرجة عالية من الحداثة ، يتعارض مع ما كان موجودا سابقا و يكون نتيجة مسارات أو افكار غير واضحة. و بالتالي، راديكالية الابداع تنطوي على تحديات و فرص كبيرة.²

2-2 الابداع التدريجي **incremental innovation**: الابداع التدريجي هو ابداع منخفض

درجة الحداثة، بالاضافة الى مخاطر و تكلفة أقل من الابداع الجذري على الرغم من وجود احتمال اقل بكثير للتأثير الايجابي على اداء الشركة. و بالتالي فإن الابداع التدريجي لا يتعارض مع المنتجات أو العمليات أو الاساليب التنظيمية السابقة، لانه يمثل تحسينا كبيرا للمنتجات أو العمليات أو الاساليب التنظيمية السابقة، حيث يحمل هذا درجة اقل من الحداثة و مع ذلك يمكن ان تؤدي الابتكارات المتزايدة المتتالية الى ابتكار جذري.³

المطلب الثالث : مستويات ومراحل و معوقات الابداع

1- مستويات الابداع : يمكن التمييز بين ثلاث مستويات من الابداع

- الابداع على مستوى الفرد
- الابداع على مستوى الجماعة
- الابداع على مستوى المؤسسة

¹ بلخضر مسعودة، تحفيز المود البشري و أثره على الابداع بالمؤسسة، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم التسيير ، جامعة باجي مختار، غنابة، 2014، ص117.

² Jaime E. Souto, **Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation**, Tourism Management 51 (2015), P 144.

³ Martínez-Ros, E., & Orfila-Sintes, F. **Innovation activity in the hotel industry**. Technovation, 29, 2009, 632-641.

1-1 الإبداع على مستوى الفرد: و هو الإبداع الذي يحققه الافراد الذين يمتلكون قدرات و سمات ابداعية ، اذ كتب الكثير عن الشخصية المبدعة ، و نشر الكثير من الابحاث و المقالات التي تحاول التعرف على قدرات و استعدادات و ميول الفرد المبدع و خصائص و سمات شخصيته المختلفة التي يتميز بها و التي لا تتوافر في الشخص غير المبدع. و من بين خصائص الشخص المبدع:

- ◆ المعرفة: يبذل الفرد وقتا كبيرا لإنجاز عمله.
- ◆ التعليم: التعليم الذي يؤكد على المنطق يعيق الإبداع.
- ◆ الذكاء: الانسان المبدع ليس بالضرورة عالي الذكاء، ولكنه يتمتع بالقدرات التفكيرية على تكوين علاقات مرنة بين الاشياء.
- ◆ الشخصية: يحب الفرد المبدع روح المخاطرة ، مستقل، مثابر، عالي الدافعية، متشكك و متفتح على الآراء الجديدة، قادر على التسامح مع العزلة و لديه احساس كبير بالفكاهة
- ◆ الطفولة: طفولته اتسمت بالتنوع، و من المؤلف أن يكون قد واجه اضطرابات عالية و اوضاع اقتصادية صعبة .
- ◆ العادات الاجتماعية: الانسان المبدع ليس منطويا على نفسه، بل يميل الى التفاعل و تبادل الآراء مع الآخرين .¹

1-2 الإبداع على مستوى الجماعة: هو الإبداع الذي يتم تحقيقه او التوصل اليه من قبل الجماعة (قسم، ادارة، لجنة...الخ) و اعتمادا على خاصية التداؤب (التأزر) فإن ابداع الجماعة يفوق كثيرا مجموع الابداعات الفردية للأعضاء، وذلك نتيجة للتفاعل فيما بينهم و تبادل الرأي و الخبرة و مساعدة بعضهم البعض و غيرها. و التحديات الكبيرة التي تواجهها المؤسسات المعاصرة تتطلب تطوير جماعات العمل المبدعة. هذا و يتأثر ابداع الجماعة كما و نوعا، بالعوامل التالية:

- ✓ الرؤية: حيث تزداد احتمالات الإبداع لدى الجماعة حيثما يشاطر أفرادها مجموعة قيم، و افكار مشتركة تتعلق بأهداف الجماعة.
- ✓ المشاركة الآمنة: ان البيئة و المناخ اللذان يشجعان الأفراد على التعبير بحرية عن أفكارهم (بدون اتهام مضاد)، تعززان الإبداع الناجح.

¹ حسين حريم، ادارة المنظمات (منظور كلي)، دار الحامد، الطبعة الأولى، عمان ، الاردن، 2003، ص 308-309.

✓ الالتزام بالتميز في الأداء: فالإلتزام بالتميز و التفوق في الأداء يشجع على إيجاد مناخ يسمح للأفراد بتقييم اجراءات العمل و العمل على تحديدها بشكل مستمر.

✓ دعم و موازنة الابداع: فحتى يتحقق الابداع يجب توفير المساندة و الدعم لعملية التغيير ، و يمكن أن يأتي هذا الدعم من زملاء الجماعة او المؤسسة.¹

1-3 الابداع على مستوى المؤسسة: لابد من التاكيد على الابداع في المؤسسات المعاصرة، على اختلاف انواعها، لم يعد مسألة ترف او شيئاً كمالياً، و انما بات أملاً ضروريا و ملحا ، ولا غنى لها عنه اذا ما أرادت البقاء و الازدهار، و عليها أن تجعل الابداع أسلوب عملها و ممارساتها اليومية، و يمكن تحقيق ذلك بنوافر الشروط الأساسية التالية التي اقترحها الكاتب هارولد لافيت:

✓ ضرورة ادراك ان الابداع و الريادة تحتاج الى أشخاص ذوي تفكير عميق، و ذات علاقة بالمفاهيم، و يقدرّون القيمة العلمية للنظريات الجديدة، و لديهم رغبة الاستطلاع و الاستقصاء، و لتنمية هذه الأشياء و تعزيزها على المؤسسة ان تعمل على توسيع ادراك الفرد من خلال التعلم و التدريب و المشاركة في الندوات و المؤتمرات.

✓ ضرورة تعلم حل المشكلات بصورة ابداعية، و هذا يعني ترويض التفكير و تشجيعه ليكون أكثر مرونة و سلامة، بحيث يستطيع أن ينفذ من الأطر و الأساليب المحددة أو المألوفة في التعامل مع المشكلات، ليخرج من قيدها بحثاً عن أساليب و طرق و بدائل جديدة و غير عادية.

✓ ضرورة تنمية المهارات و القدرات الابداعية في إيجاد المشكلات و تعزيزها : مما يساعد على تنمية المهارات الابداعية لاكتشاف المشكلات و التعود على التفكير المطلق و الشامل، و تقصي أبعاد أي مشكلة مما هو غير مباشر و فيما هو غير مألوف.

✓ ضرورة تنمية المهارات الابداعية في صنع المشكلات أو بناء المشكلات، من العدم و العمل على حلها فالمشكلة الادارية لاتعلن عن نفسها بل هي التي تصنعها و تعمل على حلها.

و يمكن تنمية المهارة و القدرة الابداعية في صنع المشكلات من خلال التشكك و إثارة التساؤلات بشأن الواقع الحالي في المؤسسة سواء فيما تعلق بالهيكل التنظيمي أو العمليات أو أساليب العمل، او ادواته و غيرها.²

¹ حسين حريم ، السلوك التنظيمي، دار الحامد ، الطبعة الثالثة، عمان، الاردن، 2009، ص359.

² حريم حسين، مرجع سبق ذكره، ص 360.

2- مراحل الابداع:

ان الابداع ظاهرة انسانية تتم وفق خطوات و مراحل يمكن التطرق اليها كما يلي:¹

1-2 مرحلة الاهتمام (interest): في هذه المرحلة يتم تحديد المشكلة التي تمثل محور اهتمام الفرد المبدع، لذا يجب عليه طرح العديد من الأسئلة التي يراها ضرورية لحل هذه المشكلة، و عموما فإن هذه المرحلة هي مرحلة تحديد ابعاد المشكلة و الخطط المعتمدة .

2-2 مرحلة الاعداد (preparation): و تتمثل في جمع المعلومات حول موضوع المشكلة، و هنا يتعين على الافراد المبدعين استخدام أساليب مختلفة و نماذج معينة من الأسئلة و الاستقصاءات لجمع المعلومات.

2-3 مرحلة الاحتضان (incubation): و هي مرحلة يتم فيها التفاعل بين شخصية الباحث و معلومات و موضوع البحث، و كذلك وضع الحلول و بدائلها.

2-4 مرحلة البزوغ (illumination): في هذه المرحلة يقوم الفرد المبدع بإعادة ترتيب و تنسيق أفكاره، مما يسمح له بالوصول الى الحل، فيتدفق هذا الأير بشكل مفاجئ في صورة بزوغ إبداعي .

2-5 مرحلة التحقق (verification): في هذه المرحلة يتم اختبار صدق الفكرة الجديدة المتوصل اليها، أي هل هي جدية بالاهتمام أم لا، كذلك هنا يجب على المبدع أن يفكر في الطريقة التي يمكن بها تنفيذ الفكرة و الظروف اللازم توفيرها لنجاحها، و من هم الأشخاص المكلفون بتطبيقها.

ان تسلسل هذه الخطوات و المراحل لا تمثل نموذجاً يجب إتباعه، إذ ان الظاهرة الإبداعية متشابكة و متداخلة في معظم الاوقات، و هذا لا يعني أن العمل الابداعي يتم بخطوات منظمة خصوصاً على مستوى الابداع الجماعي، اضافة الى ذلك فهي ليست دائماً عملية يمكن السيطرة عليها و توجيهها وفق ما يخدم أهداف المؤسسة، ففي أغلب الاحيان تنبثق أفكار جديدة قبل الحاجة اليها.

¹ محمد بو هزة، رفيق مرزوقي، مداخلات بعنوان: القيادة الادارية و علاقتها بالابداع الاداري، ص9. Yahoo.fr@.rafamerzaugui/pdf

3- معوقات الإبداع :

يمكن تصنيف معوقات الإبداع الى اربع مجموعات، ادراكية، اجتماعية، تنظيمية و عاطفية و ترتبط هذه المعوقات ببعضها في علاقة تآثر و تأثيرها، و يجب التنبه لهذه المعوقات و التعرف عليها و فهم ابعادها، حتى يمكن علاجها بعد ذلك، و المتمثلة فيما يلي:¹

3-1 المعوقات الادراكية: الادراك هو تصورنا للناس و الاشياء من حولنا، و هو تحصيل للمعلومات المتوفرة في البيئة المحيطة بنا، و تتفاعل هذه المعلومات مع الذاكرة، و من ثم تتكون افكارنا و اتجاهاتنا و المعاني و الصفات التي نلصقها بالناس و الاشياء ، و كثيرا ما يتعرض ادراكنا لمجموعة من المشكلات هي:

- خطأ الإدراك: فقد نرى في الشخص أو شيء صفة ليست موجودة فيه فعلا.
- خداع الإدراك: و ينتج هذا عن أسباب حسية أو نفسية.
- ضيق الإدراك: يعني هذا أن ينحصر الإدراك في دائرة ضيقة فيحجب عن صاحبه رؤية أبعاد، أو زوايا أو خصائص معينة.

3-2 المعوقات الاجتماعية و الثقافية : يفرض المجتمع على ابنائه تقاليد و اعراف معينة ، و يتوقع المجتمع من كافة أفرادهِ إتزاما بهذه التقاليد و الاعراف.

3-3 المعوقات التنظيمية : و يمتد مفهوم التوقعات الى منظمات الاعمال، اذ تكون أدوار العاملين من مجموعة من التوقعات الرسمية في صورة لوائح و تعليمات وتوجيهات. كما قد تكون غير رسمية في شكل ارشادات و اقتراحات و نصائح و ضغوط و كلما حددت هذه التوقعات بشكل دقيق أو مفصل ضاقت دائرة الإبداع، او المجال الذي يستطيع الفرد أن يطلق فيه عناء افكاره.

3-4 المعوقات النفسية و العاطفية: وهنا يلعب الخوف دورا كبيرا في الحد من القدرات الابداعية ، فالخوف يكبل أفكارنا و يقيد حب الإستطلاع و يقاوم نزعة الاستكشاف.

المبحث الثاني: المقاوالاتية و الطلبة الجامعيين

المطلب الأول: نشأة و تعريف المقاوالاتية

¹ سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، مرجع سبق ذكره، ص 185-187.

1- نشأة المقاوالاتية:

لقد تمت دراسة المقاوالاتية لفترة طويلة من الزمن انطلاقا من العلوم الاقتصادية و الاجتماعية التي قامت بالتركيز على نتائج المقاوالاتية

استعملت كلمة المقاول لأول مرة سنة 1616 من طرف Montchretien و كانت تعني الشخص الذي يوقع عقدا مع السلطات العمومية من اجل ضمان انجاز عمل ما، أو مجموعة أعمال مختلفة ، و بناء على ذلك كانت توكل اليه مهمة تشييد المباني العمومية، انجاز الطرق ، ضمان تزويد الجيش بالطعام، إضافة الى غيرها من المهام.¹

الى غاية القرن 18 كانت معظم الانشطة الإنتاجية تتمركز في المنازل و بشكل متفرق عن بعضها البعض، حيث كانت تتم بشكل يدوي دون الاعتماد عن الآلة، و تنتشر بشكل واسع في الأرياف، بعدها تطورت منظمات الإنتاج لتصبح وحدات حرفية، و من أهم ما ميز هذه الفترة هو سيطرة التجار بشكل واسع على الانشطة الانتاجية.

و بظهور بوادر الثورة الصناعية ظهر النظام الرأس مالي الذي أدى الى تطور الوحدات الانتاجية البسيطة لتتحول مؤسسات صغيرة و متوسطة من اهم ما ميزها هو أن المسير هو نفسه مالك المؤسسة، الى ان الباحثين الاقتصاديين في هذه الفترة لم يهتموا بدراساتها، فحسب آدم سميث فالمؤسسة توجد فقط من أجل انتاج السلع و الخدمات، و يعتمد نجاحها أو فشلها على المحيط الاقتصادي الذي تنشأ فيه، الا ان افكاره تعرضت للإنتقاد خاصة من طرف R/Cantillon فيما يخص دور المقاول.

كما عرفت النظرية النيوكلاسيكية المؤسسة على أنها مجرد وظيفة للإنتاج يتمثل دورها في التنسيق بين رأس المال و العمل، كما أن دور المقاول يتلشى عند نقطة التوازن أي العرض يساوي الطلب.²

و مع نهاية القرن 19 و نتيجة للثورة الصناعية الثانية اشتدت المنافسة و تعرض المنتجين الضغار الغير القادرين على التنافس مع قدرات الآلة إلى الإفلاس بالإضافة الى مؤسسات كبيرة أهم ما يميزها انتقال مهمة ادارة المؤسسة

¹ Martínez-Ros, E., & Orfila-Sintes, F. Innovation activity in the hotel industry. Technovation, 29, 2009, 632-641.

² امل بعبط، برامج المرافقة المقاوالاتية في الجزائر-واقع و آفاق- دراسة حالة: Ansej, Angem, Cnac لولاية باتنة- مجبنة سيدي عبدالله لولاية الجزائر العاصمة، اطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة باتنة 1، 2016-2017، ص3.

من الفرد المالك لرأس المال الى جهاز اداري مشترك، و تم ملاحظة هذا الانفصال بين الملكية و التسيير لأول مرة في الولايات المتحدة الامريكية سنة 1870 في مجال السكك الحديدية، و انطلاقا من 1920 توسع ليشمل الفروع الأخرى. لكن بالرغم من المشاكل التي طرحها فصل الملكية عن التسيير في المؤسسات الكبيرة و الذي تمت معالجته فيما بعد بإصدار مبادئ حوكمة المؤسسات إلا انها حظيت بتفوق كبير جلب اليها و الى المسير مختلف الأنظار، و هذا على حساب المداول الذي تم اهماله في هذه المرحلة.

و بعد منتصف الثمانينات و ظهور الأزمة الاقتصادية قامت المؤسسة الكبيرة بتسريح عدد عائل من العمال مما أدى الى ارتفاع معدلات البطالة، نظرا لعدم قدرة هذه المؤسسات التكيف مع مختلف التحولات الاقتصادية و كذا مواكبة التطورات التكنولوجية التي عرفتها هذه الفترة ، و من هنا بدأت الانتقادات توجه الى هذه المؤسسات، و الى أعمال الباحثين الذين طالما أمنوا بالمؤسسات الكبيرة ذات الحجم الأمثل لنجاح الاسواق، و بدأ الاهتمام الفعلي بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.¹

أما في الجزائر فلم تحظى المداولة في الفترة الممتدة بين 1963-1988 باهتمام السلطات العمومية نظرا لطبيعة النظام السياسي السائد آنذاك و الذي لم يسمح ب بروز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المناولة، غير تلك التابعة للقطاع العام و بصورة جد محدودة أي انه لم تكن هناك سياسة واضحة للمداولة.²

و في سنة 2001 تم اصدار القانون رقم 01/18 المؤرخ في 12-12-2001 الذي يسعى الى ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الذي يعد منعرجا حاسما في تاريخ المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية.

2- تعريف المداولاتية : يعد مفهوم المداولاتية من أكثر المفاهيم التي يتم الاتفاق على تعريف موحد لها بين الباحثين و الكتاب حيث عرفت من وجهات نظر متعددة:³

يمكن تعريف المداولاتية بأنها حركية انشاء و استغلال فرص الأعمال من طرف فرد او عدة أفراد و ذلك عن طريق انشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة.

¹ دباح نادية، دراسة واقع المداولاتية في الجزائر و افافها (2000-2009)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص ادارة أعمال، جامعة الجزائر3، 2011-2012، ص 9 5 10.

² أمال بعيث، مرجع سبق ذكره، ص 5.

³ عرقوب علي و طاهر بختة، واقع المداولاتية في الجزائر بين غياب الفكر المداولاتي و ضعف آليات المرافقة، مداخلة في ملتقى دولي حول: التأهيل الصناعي و التحديات اثناء الاقتصاديات العربية- حالة الجزائر - جامعة بومرداس، ص4.

من جهة تيمونس Timmons عرف المقاولة بأنها عملية خلق أو انتهاز فرصة و متابعتها، بغض النظر عن الموارد المتوفرة حالياً، و حسب Hisrich et Peters تعرف على أنها : " نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم و اعداد تنظيم الآليات الاقتصادية و الاجتماعية من اجل استغلال موارد و حالات معينة، تحمل المخاطرة و قبول الفشل، انه مسار يعمل على خلق شئ ما مختلف و الحصول على قيمة بتخصيص الوقت و العمل الضروري، مع تحمل الاخطار المالية، النفسية و الاجتماعية المصاحبة لذلك، و الحصول نتائج في شكل رضا مالي و شخصي".

أما Gasse et Damurs فقد اعتبر أن المقاوالاتية هي: مسار الحصول على الموارد البشرية و المادية بهدف انشاء و تطوير و غرس حلول تسمح بالاجابة لحاجيات الأفراد و الجماعات.¹

3- المقاوالاتية من منظور الابداع :

هو قدرة المقاولين على قدرة اقتراح افكار من اجل منح او انتاج سلع أو خدمات جديدة و أيضا من أجل اعادة تنظيم المؤسسة، و بالنسبة لبعض المقاولين الاقتصاديين يعتبرون ان المقاوالاتية هي حلقة ضائعة بين الفكرة و التجسيد. فالمقاوالاتية بأنها فعل او مجموعة من الاعمال تركز على الابداع تتضمن اعطاء الموارد المتاحة حالياً القدرة على خلق قيمة جديدة مع تحمل المخاطر الناجمة عن ذلك، وبالمقابل الحصول على اشباع معين.²

المطلب الثاني: المقاول و روح المقاوالاتية

1 تعريف المقاول:

يعرف J.Shumpeter المقاول على أنه " ذلك الشخص الذي يحرك عجلة النمو الاقتصادي، حيث يقوم بإيجاد توليفات جديدة لوسائل الانتاج تأخذ الاشكال التالية، انتاج سلع و خدمات جديدة، ادخال طرق انتاج جديدة، فتح أسواق جديدة، مصادر تمويل جديدة و حتى طريقة تنظيمية جديدة". فالمقاول انسان غير تقليدي و يقوم بالاعمال بطريقة مميزة و مبتكرة و الهم من ذلك انه قادر على اتخاذ القرار في ظروف غامضة ترتفع فيها

¹ فضيلة بوطورة و هوري احلام، اهمية و دور دار المقاوالاتية في الجامعة الجزائرية في نشر الثقافة المقاوالاتية- دراسة حالة دار المقاوالاتية بجامعة تبسة-، مداخلة في ملتقى وطني حول: الجامعة المقاوالاتية: التعليم المقاوالاتي و الابتكار، ايام 10-11 ديسمبر 2018، جامعة مصطفى اسطمبولي، معسكر، ص3.

² بن مينة خيرة و بن عيادة محمد سمير، دراسة تحليلية لواقع التعليم الجامعي المقاوالاتي و المقاولة المنشأة في الجزائر، مجلة الآفاق لدراسة الاقتصاديات، العدد06، مارس 2019، ص97،

نسبة المخاطرة. و المقاول ذو سلوك اقتصادي و لديه دافعية قوية لبلوغ الهدف، انه الانسان ذو الاداء المميز و الخيال الواسع.¹

ووضح حذري و عمارة (2011) أن خلال العصور الوسطى كانت كلمة المقاول تعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية و يتحمل أعباء مجموعة من الافراد، ثم تطور و أصبح يعني الفرد الجريء الذي يسعى من اجل تحمل مخاطر اقتصادية، اما خلال القرن السادس عشر و السابع عشر فقد كان يعد الفرد الذي يتجه الى انشطة المضاربة.²

و نضيف مفاهيم أخرى لباحثين اقتصاديين فيما يلي:³

1. المقاول هو صاحب راس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن اللاتيقين البيئة.
2. المقاول هو الشخص الديناميكي الذي يخوض مخاطر محسوبة.
3. المقاول هو الذي يتصرف على اساس توقعاته لتقلبات السوق، و يتحكم اللاتيقين في ديناميكية عمل السوق. و هنا يتفق هؤلاء الباحثون على ان المقاول يقوم بإنشاء مؤسسة أين يعمل في ظل لا يقين البيئة بصفة عامة و تقلبات الاسواق بصفة خاصة، و يتحمل المخاطر الناجمة عن ذلك(مخاطر مالية،جسدية، عائلية، نفسية)

2- خصائص المقاول:

يتصف المقاول بمجموعة من سمات و مميزات و مهارات تختلف عن غيره مما يؤهل لتحمل مخاطر انشاء مؤسسة جديدة حيث تمثل جملة من الظروف و المتغيرات البيئية و العائلية و النفسية الاجتماعية و الشخصية، و هي تتجسد من خلال السلوك لإنشاء دوافع معينة، وفي ضوء ما تقدم يمكن عرض بعض سمات المقاول فيما يلي:⁴

¹ هامللي عبد القادر و حوحو مصطفى، محددات توجه الشباب الجامعي نحو النشاط المقاولاتي-دراسة حالة مقاولي برج بوعرييج-، اطروحة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير المنظمات، جامعة بومرداس، 2016-2017، ص22.

² سنوساوي عكاشة بشير، المؤشرات النفسية للمقددرات المقاولاتية لدى الشباب في انشاء مؤسسة، دراسة ميدانية بمركز التسهيل للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة بوهرا، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علم النفس العمل و التنظيم، تخصص التنمية البشرية و فعالية الاداء، جامعة وهران2، 2014-2015، ص9.

³ الجودي نجاد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي- دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة-، اطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير ، جامعة بسكرة، 2014-2015، ص 21.

⁴ فقير حمزة، روح المقاول و انشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 54-56.

- المبادرة في عالم الاعمال و اقتناص الفرص: و ينبغي أن يكون قادرا على الشروع في العمل و الاستفادة من الفرص.
- الاستعداد لتحمل المخاطر: في أي عمل هناك عنصر مخاطرة و لا توجد ضمانة تامة بأن العمل ناجح دوما.
- القدرة على التعلم من التجربة: يجوز لصاحب المشروع ارتكاب الاخطاء، و لكن لا ينبغي أن تتكرر الاخطاء و بالتالي يجب امتلاك القدرة على التعلم من التجربة.
- الدافع الذاتي المستمر: الدافع الذاتي هو مفتاح النجاح، و هذا امر ضروري للنجاح في كل مناحي الحياة، وبمجرد البدء يدفعك لإكمال العمل.
- الثقة بالنفس: الثقة لازمة لتحقيق النجاح في الحياة، و ينبغي للمرء ان يمتلك الثقة في النفس لأنها أساس دال على الشجاعة و الحماس و القدرة على القيادة
- التوجه نحو العمل الجاد: ليس هناك بديل عن العمل الجاد في الحياة، لانك في ادارتك لأعمالك كل يوم تواجه مشكلات متعددة تستوجب العمل الجاد و الدائم في ظل اليقظة.
- القدرة على اتخاذ القرار: تكون القدرة على اتخاذ القرار المناسب في الوقت مطلب أساس في ظل بيئة معقدة متغيراتها كثيرة و تتحرك بسرعة بالغة، كما ان غياب القدرة على اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب تهدد العديد من الفرص و تكبد الخسائر، الرائد لديه هدف، طموح، و هي القوة التي تدفعه لبناء الشركة.
- الجودة في الافكار: عادة ما يكون الهدف (vision) مدعوم بالعديد من الافكار الجديدة و القوية و المحددة التي ليس لها مثيل في السوق.
- التفكير الايجابي: فه دائما يسعى لتحقيق شئ دون النظر للمعوقات .
- تحمل الغموض: يتسم المقتولون بانهم قادرون على العيش في ظل معلومات أقل عن حياتهم و عملهم و ربما في ظل معلومات تتغير كل يوم بشكل يصعب التأكد منها.
- حب الاستقلال في العمل : يتسم المقاولون بنزعة الى الاستقلال و الفردية في العمل، فهم يحبون أن يسيطروا على مقدرات الأمور في أعمالهم، و لا يحبون سيطرة الآخرين عليهم حتى ان عمل المقاولون في ظل شراكة الآخرين لهم، فهم يعملون لأنفسهم أساسا و النجاح الفردي أو لأعلاء اسم عملهم و شركتهم.

- الإيمان بالقدرات الذاتية: يتسم المقاولون بأنهم يؤمنون بقدراتهم الذاتية، و هم واثقون من أنفسهم و ان قدراتهم و مهاراتهم و شخصياتهم قادرة تماما على تحقيق أحلامهم و تحويلها الى واقع عملي حقيقي فهم لا يؤمنون بالخط و التواكل و انما يؤمنون بقدراتهم و عملهم و كفاءتهم .
- الحاجة للإنجاز: هي استعداد ثابت نسبيا في الشخصية يحدد مدى سعي الفرد و مثابرته في سبيل تحقيق نجاح او بلوغ هدف، يترتب عليه درجة معينة من الاشباع.
- الابداع: عرف Shumpeter الابداع بأنه النتيجة الناجمة عن انشاء طريقة او اسلوب جديد في الانتاج، و كذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه و قد حدد خمس أشكال للأبداع هي: انتاج منتجات جديدة استجابة لطلبات مستقبلية، الكشف عن طرائق جديدة في الانتاج لم تكن معروفة من قبل تسهم في تخفيض التكاليف، إيجاد منفذ جديد لتصريف المنتوجات، اكتشاف مصدر جديد للمواد الأولية، إيجاد تنظيم جديد.
- الميل للمخاطرة: هو نزوع للمقاول الى اتخاذ قرارات في ظل بيئة تتسم بالقين و بالتالي فان النتائج لا تكون مضمونة.
- الخبرة: المعرفة و الدراية حول اداء العمل و حل المشكلات و اتخاذ القرارات و تعكس تجربتها و المعارف و المهارات المكتسبة على مر السنين.

3- روح المقاوالاتية:

ان دخول عالم الاعمال يعد خطوة مهمة جدا في حياة الفرد اذا تعلق الأمر بطرح جديد، حتى ولو توفرت جميع الموارد المادية و المالية و البشرية، الا انه يستحيل النجاح في عالم الاعمال الا اذا تحلى صاحب المشروع بالروح المقاوالاتية، فالروح المقاوالاتية هو مفهوم مرتبط اكثر بالمبادرة و النشاط، فالافراد الذين يملكون روح المقاولة لهم ارادة تجريب اشياء جديدة او القيام بأشياء بشكل مختلف¹

و يمكن القول ايضا ان روح المقاوالاتية تعني توليد الابتكار و الابداع و الرغبة في تحقيق النجاح.²

¹ أشواق بنفرد و محمد بلخير، أهمية نشر ثقافة المقاولة و انعاش الحس المقاوالاتي في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، العدد 11، المركز الجامعي لتنامست، الجزائر، جانفي، 2017، ص 351.

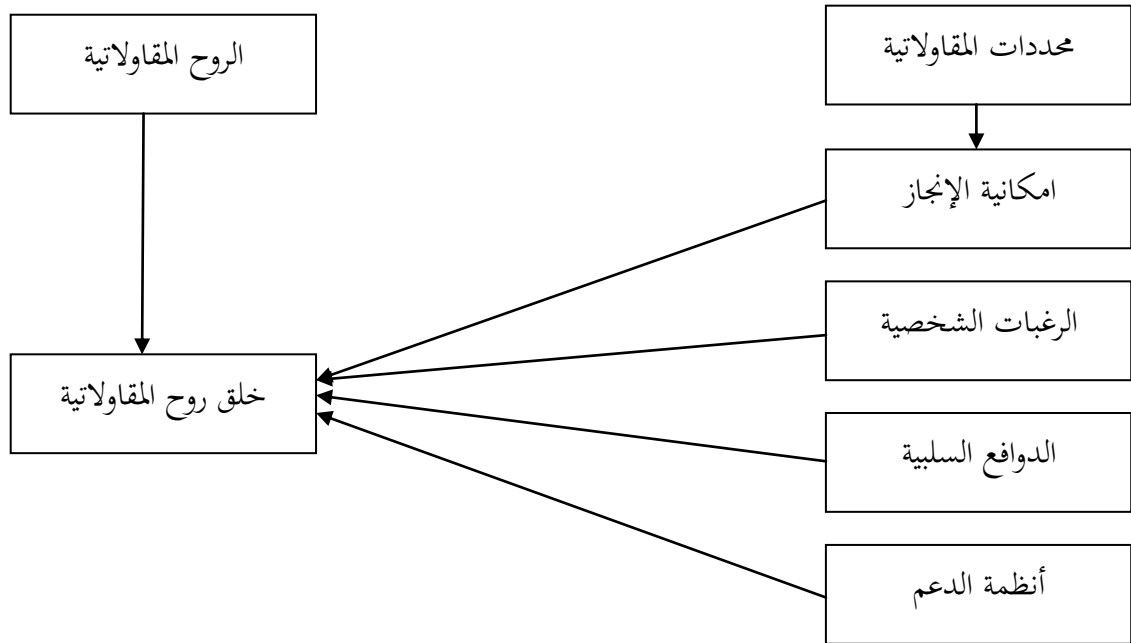
² لطفي بري و اليمين فالتة، البرامج التكوينية و أهميتها في تعزيز روح المقاوالاتية، ورقة مقدمة للملتقى الدولي حول المقاوالاتية: التكوين و فرص الاعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 08/07/06، 08 أبريل 2010، ص 10.

إذن هي تلك المبادرة المقدمة من قبل الافراد الذين يملكون ارادة التجريب، نظرا لوجود امكانية للتغيير، و هؤلاء الافراد ليس بالضرورة ان يكون لهم اتجاه او رغبة لإنشاء مؤسسة او حتى تكوين مسار مهني مقاوالاتي لأن هدفهم يسعى لتطوير قدرات خاصة تتماشى مع التغيير، و هذا عن طريق عرض أفكارهم و التصرف بكثير من الانفتاح و المرونة، و البعض يتعمقون و يعتبرون روح المقاومة تتطلب تحديد الفرص، و جميع الموارد اللازمة و المختلفة من أجل تحويلها الى مؤسسة.

و في السنوات الاخيرة اصبحت الثروات الاقتصادية للبلدان المختلفة أقل قابلية للتنبؤ، و الشركات اليوم أصبحت تبحث عن المواقع ذات تكاليف التشغيل الأرخص، في حين يتحرك رأس المال بسرعة عبر الحدود الوطنية من أجل تحقيق أعلى عائد. ويتم استبدال النموذج القديم للقرن العشرين بالنموذج الجديد لمجتمع المقاومة و هو مجتمع يكافئ التكيف الابداعي، و البحث عن الفرص، و دفع الأفكار المبتكرة و يتفق معظم الباحثين الآن على أن روح المقاومة هي أحد العوامل الرئيسية فيما اذا كانت المجتمعات قادرة على التغلب على الاختلافات التي أحدثتها التغيرات العالمية.¹

¹ هاملي عبد القادر و حوحو مصطفى، محددات توجه الشباب الجامعي نحو النشاط المقاوالاتي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، المركز الجامعي احمد زبانه غليزان، مجلة اقتصاديات المال و الاعمال JFBE، العدد 08، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر 2018-2019، ص 26.

الشكل رقم (02): محددات المقاولاتية على خلف روح المقاولاتية



المصدر: جمعة عبد العزيز، الرغبة المقاولاتية و بعد الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، مخبر النقود و المؤسسات المالية، المجلد 07، العدد 01، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، أفريل 2021، ص 412.

المطلب الثالث : الطلبة الجامعيين

1- خصائص الطالب الجامعي

الطالب الجامعي هو كائن بشري يقترب شيئا فشيئا من النضج الجسمي و النفسي و العقلي و الاجتماعي، يتقلّى تعليمه، و تكوينه في مؤسسات تعليم عالي او جامعي ، حيث لا تختلف خصائصه و مميزاته عن تلك الخصائص التي تنفرد بها مرحلة الشباب سواء النفسية و الفيزيولوجية و العقلية و الاجتماعية، اذ يطرأ عليها في هذه المرحلة العديد من التغيرات على عاداته و قيمة اتجاهات الاجتماعية، و على علاقاته و تصرفاته مع الآخرين، تتصل هذه التغيرات مع التغيرات و الجسمية و العقلية و الانفعالية فهو بهذا يتأثر بمجموعة من العوامل الذاتية كالحالة الصحية و البدنية و مدى خلوه من عاهات، و العيوب الجسمية، و حالتهم النفسية و مستوى ذكائهم و تعليمهم، و كذلك العوامل البيئية كالجو الأسري و الحياة المدرسية و رفاق السن، و عادات المجتمع و تقاليده، ز لكن هذا لا

يعني أنها لا توجد خصائص و مميزات عامة ميز سلوك الطالب الجامعي و منهم فالخصائص التي يتميز بها الطال الجامعي يمكن إيجازها فيما يلي:¹

1-1 الخصائص الفيزيولوجية و الجسمية:

تتصف هذه المرحلة بظهور معالم جسمية و فيزيولوجية سواء عند الاناث او الذكور، فمن الناحية الجسمية تتميز باستمرار في النمو نحو النضوج الكامل مع التخلص من اختلال في التوافق العضلي العصبي كما ان المناعة ضد الامراض العضوية الخطيرة تكون في هذه الفترة أقوى منها في المراحل السابقة.²

1-2 الخصائص النفسية و الانفعالية:

تتميز مرحلة الشباب بالتوتر و القلق و يحتويها الكثير من المششكلات سواء بالنسبة للشباب او اهله او المجتمع، فبع فترة طويلة نسبيا من النمو الهادئ غير الملحوظ و الاستقرار الانفعالي يصبح فرد غير متزن و غير مستقر، و لا يمكن التنبؤ باتجاهات التصرفات ، فهو غير قابل للإنصياع، متمردا و غير متأكد من حقيقة ذاته، و يتعامل مع الكبار بشيء من الحساسية و العناد، كما ان النمو النفسي في هذه المرحلة يكون متسم باضطراب نفسي نتيجة خصائص جنسية التي تتميز بها هذه المرحلة فيحتاج الى اعادة التكيف و تحقيق التوازن بين دوافعه النفسية و بين ما يجب ان يفعله لإشباع هذه الدوافع.

1-3 الخصائص الانفعالية: فمن بينها:³

اهتمام بمظهره و شعبيته و مستقبله، و يحس بأهمية المجتمع الذي يعيش فيه، حيث يسعى الى الاشتراك في تقديم الخدمات العامة التي يحتاجها المجتمع و الميل الى اكتشاف البيئة و المخاطر و لهذا فهو يهوى الرحلات و المعسكرات او التنظيمات الاجتماعية و الرياضية المختلفة.

الرفاهة التي شدت حساسية الشاب الانفعالية و شدة تأثره بالمميزات الانفعالية و ذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر بها. في اول هذه المرحلة.

¹ سمير منصوري، اتجاه الطلبة الجامعيين نحو مكانة المرأة العاملة، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، معهد علم الاجتماع، 2002، ص 36.

² نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999، ص 243-244.

³ مشطوب ريمة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الاغتراف في العمل السياسي، رسالة لنيل شهادة الماجستير، مذكرة مقدمة لكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة محمد المين دباغين، سطيف، ص 123.

التدهور و الانطلاق ، حيث يندفع الشاب وراء انفعالاته بسلوكيات شديدة التدهور و السرعة، و تبدو علامة من علامات السذاجة في المواقف العصبية التي لم يؤلفها.

الحدة و العنف حيث يثور لأتفه الاسباب ، و يلجأ لإستخدام العنف و لا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية.

1-4 الخصائص العقلية و الاجتماعية:

و تتميز هذه المرحلة من الناحية العقلية ببقعة عقلية كبيرة فالشباب يحتاج الى حرية عقلية، و هو يميل الى المعلومات الدقيقة التي يحاول الحصول عليها من المصادر الموثوق بها ، و يبدأ في التساؤل و التشكك و بوصوله الى ما يحتاجه من معلومات يكون و يشكل فلسفة حياته، بحث لا تنحصر حاجة الطالب الجامعي في استخدام ما لديهم من طاقة عقلية في العلوم فقط التي يدرسها بل يتخطى ذلك الى حياته العلمية و التفكير بها و الرغبة في التوصل الى اسلوب حياة ترضيه و الرغبة في وجود رفاق يناقش معهم قضايا مشتركة كالمستقبل فالتألم الجامعي له رغبة في التوصل لإيجاد معنى لحياته، معنى لما يعيشها يوميا فهو يسعى الى ادراك اهدافه حياته و دوره في المجتمع، ادراكا تاما، و هذا تفاديا للعبس و التعاسة و الثوران او الاستلام لصعوبات الواقع المعاش.¹

2- أهمية المقاوالاتية للطلبة الجامعيين :

تكمن أهمية المقاوالاتية بالنسبة للطلاب من خلال اهتمام التعليم العالي بأنظمتهم و مؤسساتهم بتنمية القدرات و الافكار المقاوالاتية لغرض تسيير تشغيل خريجي الجامعات، كونهم غير ملزمين فقط بالبحث عن فرص عمل، بل يتعدى ذلك ليصبحوا مبادرين و مقاولين. ان حصول طلاب الجامعات على تعليم و تكوين جيد اضافة الى تنمية القدرات و المبادرات الريادية لهم تمنحهم قدرة عالية على الاندماج في الحياة العملية و فتح مشاريعهم الخاصة و سعيهم لإنجاحها و استدامتها.²

¹ سمير منصوري، مرجع سبق ذكره، ص 37.

² فريد رهم، التوجه المقاوالاتي للطلبة الجامعيين الجزائريين بين الرغبة الامكانية و التحديات ، دراسة تطبيقية على طلبة جامعة العربي التبسي، جامعة تبسة، الجزائر، 2018، ص46.

تمكن فرص التعليم من تغيير ذهنيات و توجهات طلاب الجامعات نحو الريادية و المبادرة و البحث عن افكار و فرص عمل يوظفون أنفسهم و الآخرين من خلالها، و من ثم الابتعاد عن وظائف القطاع العام الذي لا يستطيع استيعاب كل الخريجين، اذ يمثل التحول من باحث للعمل لصانع له ثقافة جدية و روح المقاوالاتية.¹

المطلب الرابع: مراحل انشاء المشروع المقاوالاتي

و يمكن تحديد مراحل انشاء مشروع مقاوالاتي و التي تبدأ بفكرة أولية عن المشروع مروراً الى اعدادته و تقسيمه و تنفيذه، ثم التقييم اللاحق.

أولاً البحث عن الفكرة: ينطلق اي مشروع ناجح من فكرة جيدة و واضحة ففكرة المشروع هي وصف دقيق و مختصر للمشروع المراد القيام به فالفكرة تعبر عن الامل الذي يتعلق بها صاحب المشروع بغية الوصول من خلاله الى البعيد، و عادة ما يتم البحث لمدة طويلة من أجل اكتشافها لأن الفكرة الاولى هي التي تتحول فيما بعد الى مشاريع ناجحة ثم مؤسسة.²

ثانياً مرحلة دراسة السوق و البحث عن المعلومات : أما دراسة السوق فهي وسيلة جمع المعلومات التي تستخدم كأساس لتحديد الخطة التسويقية و تتضمن هذه الاخيرة عملية جمع المعلومات و تحليلها و تفسيرها مما يؤدي في الاخير الى التمكن من تحديد العناصر التالية:

- تحليل المحيط الكلي للمؤسسة الذي يشمل المحيط الاقتصادي و القانوني.
- وصف السوق من خلال تحديد حجمها و تقسيمها بين مختلف فئات المستهلكين و بين مختلف العلامات المتواجدة.
- تحديد الطلب و المبيعات المحتملة لمنتج المؤسسة.³

ثالثاً مرحلة البحث عن التمويل: يمكن التمييز بين قسمين من مصدر التمويل، الأموال الخاص و تتكون من الاموال الشخصية التي يحصل عليها صاحب المشروع من خلال علاقات مع المحيط مثل العائلة و الاصدقاء، و يكون هذا الجهاز من الاموال ضروري في مرحلة الانطلاق و النمو، و هو ايضا عامل مهم لأن المساهمة الشخصية

¹ فريد راهم، المرجع السابق ص 47.

² - Les différentes étapes de la création d'entreprise, consulté dans le site http://creation-pmewallonie.be/1avant/tout_dabord/qui_entrepreneur_courte.htm. op.cit/13/06/2009

³ اسحاق خرشي، المقاوالاتية البحث عن الفكرة- انشاء المؤسسة - المرافقة المقاوالاتية، دار النشر الفادك، الجزائر، 2021، ص 91

تترجم ثقة صاحب المشروع في مشروعه و المساهمة الخاصة مهمة لكنها ما تكون غير كافية خاصة في مرحلة النمو لهذا سيكون صاحب المشروع مجبر على البحث على مصدر اضافي من الاموال.

رابعا مرحلة اعداد مخطط الاعمال: مخطط الاعمال هو عبارة عن وثيقة تقديرية تحظر من طرف منشئ المؤسسة و التي تدل بصفة تفصيلية على محتوى المشروع و استراتيجية تطويرها، و النمو المرتقب لرقم الاعمال و النتائج المستقبلية و خاصة حاجات التمويل في الأشهر القادمة أي أن مخطط الاعمال يظهر الرؤية الاقتصادية و المالية للمؤسسة ، و اعدادها بالطريقة الصحيحة يضمن اهتمام و ثقة الشركاء، و الذين قد يكون مستثمرين أو مساعدين أو موردين .

خامسا مرحلة الانطلاق و المراقبة: يجب على صاحب المقاول أن تكون له استراتيجية واضحة بتحديد المهمة الأساسية و تحديد القدرات الذاتية و الميزة التنافسية و تحليل بيئة المشروع المقاوالاتي.¹

¹ فلاق محمد، زيادة الاعمال المقاوالاتية من الفكرة الى التجسيد، ألفا للوثائق للنشر و التوزيع، الجزائر ، 2022، ص 122-123.

خلاصة الفصل:

وفي الأخير نقول بأن الإبداع هو الاتيان بفكرة او مجموعة جديدة و غير مألوفة عند الغير، تشكل تحسينا و تطويرا على النمط الموجود، مروراً بأهم المستويات و المراحل و العوامل المؤثرة فيه.

و المقاولاتية من المواضيع المتداولة كثيرا في الآونة الأخيرة، و ذلك لزيادة الاهتمام بها و التحفيز على التوجه نحوها كأسلوب أو منهج يساعد على بناء اقتصاد قوي و متطور من جهة، و خلق طبقة من الافراد من ذوي الخبرات و الكفاءات المدعمة بتعليم جامعي هادف تسمح بتجسيد أفكارهم في مشاريع عملية تسمح لهم بتقديم الاضافة الى مجتمعاتهم. و اول المستهدفين من ذلك هم الطلبة الجامعيين خصوصا الذين يزاولون دراستهم في تخصصات و فروع لها علاقة مباشرة او غير مباشرة، بتنمية الحس المقاولاتي، و في التدريب و التحفيز على العمل المقاولاتي.

الاطار التطبيقي

للدراصة



تمهيد:

لقد تم التطرق في الجانب النظري الى متغيرات الدراسة المتمثلة في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الابداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة الجامعيين، فإن ذلك يبقى مجرد مفاهيم نظرية اذا لم تنتقل الى الميدان لاكتشاف مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الابداع المقاولاتي للمشاريع الخاصة بالطلبة، كما ان التطبيق لا يأتي من فراغ بل يعتمد على الجانب النظري، سنحاول في الجانب الميداني أن نبين مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الابداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة الجامعيين لولاية الأغواط.

المبحث الأول : نتائج الدراسة الميدانية

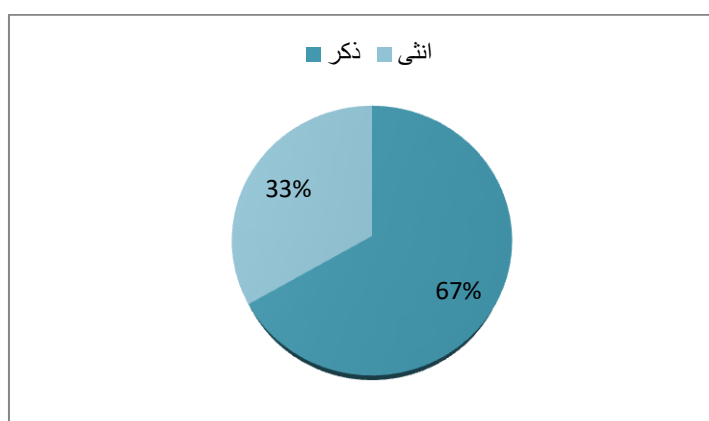
المطلب الأول : عرض نتائج صحيفة الاستبيان و تحليل محاور الدراسة

البيانات الشخصية

الجدول 01: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	4	67%
أنثى	2	33%
المجموع	6	100%

الشكل رقم 03 توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 01

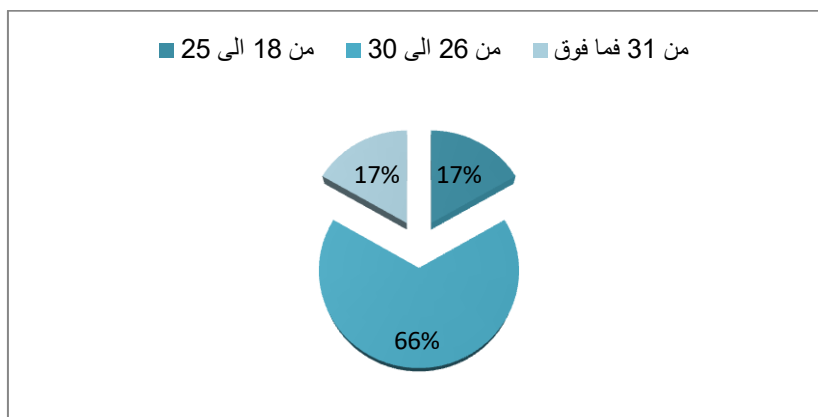
نلاحظ من خلال الجدول و الرسم البياني أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث فنسبة الذكور تقدر ب 67% اما نسبة الإناث تقدر ب 33% و السبب يعود الى ان قدرة الرجل و سيطرته و مرونته في جميع أنواع الوظائف و رغبته في الدخول في المشاريع .

الجدول رقم 02 : توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة
من 18 – 25	1	17%
من 26 – 30	4	66%

17%	1	من 31 فما فوق
100%	6	المجموع

الشكل رقم 04 : توزيع أفراد العينة حسب السن



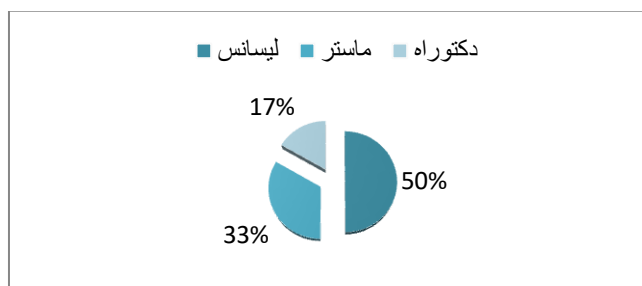
المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 02

من خلال الجدول رقم 02 و الرسم البياني رقم 04 يتضح لنا بأن الفئة الغالبة على عينة الدراسة هي الفئة الثانية (من 26-30 سنة) بنسبة 66% ، أما الفئة الأقل تمثيلا في العينة فهي الفئة الأولى و الثالثة بنسبة 17%.

الجدول رقم 03 : توزيع أفراد العينة على حسب المستوى الجامعي

النسبة	التكرار	المستوى
33%	2	ليسانس
50%	3	ماستر
17%	1	دكتوراه
100%	6	المجموع

الشكل رقم 05 : توزيع أفراد العينة على حسب المستوى الجامعي



المصدر: اعداد الطالبة قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 03

من خلال الجدول 03 و الرسم البياني رقم 05 يتضح أن أغلبية الطلبة لهم مستوى طور الماستر بنسبة 50% اما الفئة الثانية في طور الليسانس بنسبة 33% و الفئة الأخيرة في طور الدكتوراه بنسبة 17%، نفسر اغلبية طلبة الماستر كون هذه الفئة كانت مقبلة على نهاية المشوار الدراسي و مقبلة على التوجه للحياة المهنية و التفكير بإنشاء مشاريع مقاولاتية.

الجدول رقم 04 : توزيع أفراد العينة حسب التخصص

الطلبة	التخصص
الطالب الأول	هندسة ميكانيكية
الطالب الثاني	إعلام آلي
الطالب الثالث	رياضيات
الطالب الرابع	مقاولاتية
الطالب الخامس	هندسة طرائق
الطالب السادس	إعلام آلي

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ بأن جميع الطلبة أصحاب المشاريع المقاولاتية ينتمون الى التخصصات العلمية

المحور الأول: بيانات خاصة بمشاريع الطلبة

الجدول رقم 04 : الإجابة عن السؤال الأول من المحور الأول:

الطلبة	نوع المشروع المقاولاتي
الطالب الأول	خدماتي
الطالب الثاني	خدماتي
الطالب الثالث	تحويل المنتجات الغذائية و صناعة البهارات المختلفة
الطالب الرابع	مؤسسة مصغرة للتنظيف
الطالب الخامس	مركز لتبييض الأسنان
الطالب السادس	تطبيق خاص بتحديد الصيدليات المناوبة و فهرس كل الأطباء و المستشفيات عبر التراب الوطني

الجدول رقم 05: الإجابة على السؤال الثاني من المحور الأول:

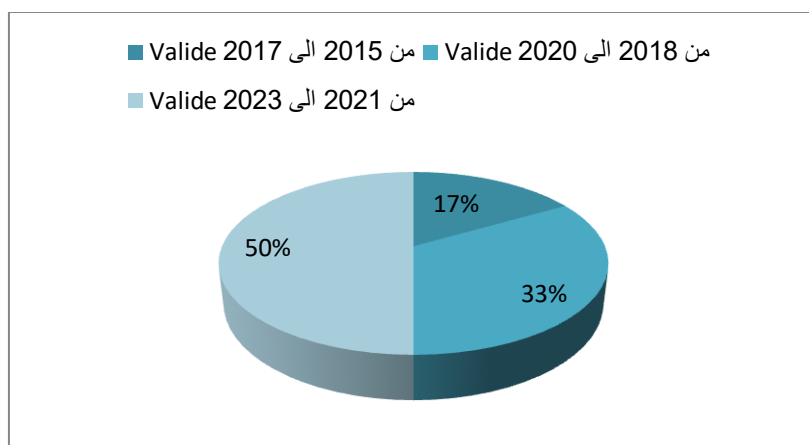
النسبة	التكرار	انتماء المشروع المقاولاتي الى الجامعة
0%	0	نعم
100%	6	لا
100%	6	المجموع

من خلال الجدول رقم 05 يتضح لنا بأن جميع المشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة لا تنتمي الى الجامعة بنسبة 100% و ربما هذا يعود لغياب دار المقاولاتية التي مقرها الجامعة و التي بدورها تقوم بتكوين و تحفيز الطلبة و الباحثين و ضمان مرافقتهم الأولية من أجل انشاء مؤسسة مصغرة.

الجدول رقم 06: الإجابة على السؤال الثالث من المحور الأول:

النسبة	التكرار	سنة بداية المشروع
17%	1	من 2015 الى 2017
33%	2	من 2018 الى 2020
50%	3	من 2021 الى 2023
100%	6	المجموع

الشكل رقم 06 سنة بداية المشروع



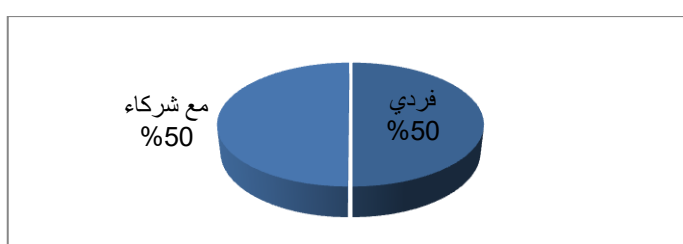
المصدر : اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 06

من خلال الجدول رقم 06 و الشكل رقم 06 نلاحظ بأن 50% من المشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة كانت من سنة 2021 الى سنة 2023 و هذا يعود لتطور استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في السنوات الأخيرة خاصة في فترة جائحة كورونا حيث كان جل الخدمات عبرها .

الجدول رقم 07 : الإجابة على السؤال الرابع من المحور الأول

النسبة	التكرار	المشروع فردي او مع شركاء
50%	3	فردي
50%	3	مع شركاء
100%	6	المجموع

الشكل رقم 07 المشاريع فردية او مع شركاء



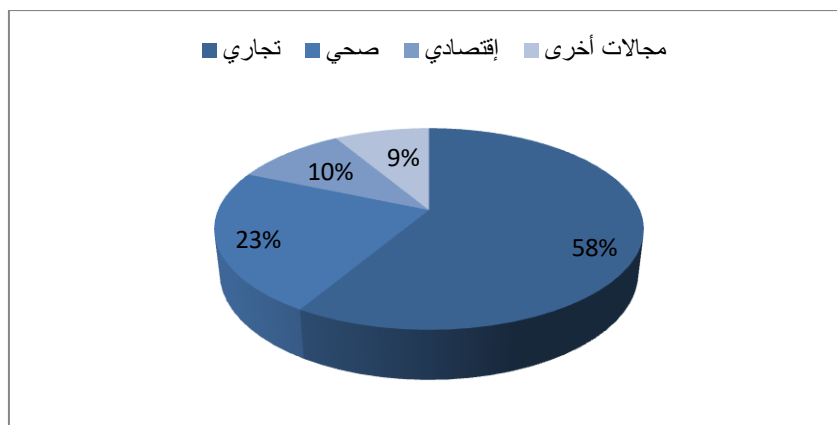
المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 07

من خلال الجدول رقم 07 و الشكل البياني رقم 07 نلاحظ بأن النسب متساوية 50% مشاريع فردية و 50% مشاريع مع شركاء .

الجدول رقم 08: بيانات السؤال الخامس من المحور الأول

النسبة	التكرار	مجال المشروع المقاولاتي
58%	2	تجاري
23%	1	اقتصادي
10%	2	صحي
9%	1	مجالات أخرى
100%	6	المجموع

الشكل رقم 08 مجال المشروع المقاولاتي



المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 08

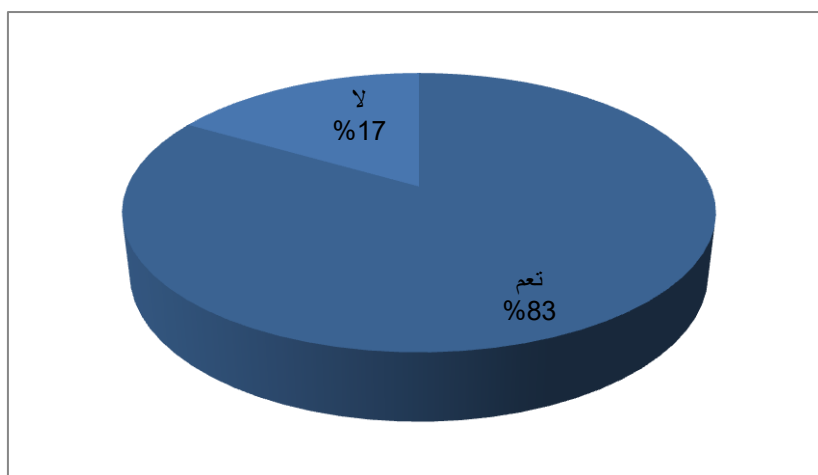
من خلال الجدول رقم 08 و الشكل رقم 08 نلاحظ بأن أغلبية المشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة في المجال التجاري بأكبر نسبة و التي تقدر ب 58% فالجانب التجاري عامة اليوم أصبح طاغيا بقوة و على وجه الخصوص التجارة الالكترونية لتلبية حاجيات الأفراد خاصة مع نقص الاستراد و الاعتماد على الانتاج المحلي، يليه المجال الصحي بنسبة 23% ثم الصحي بنسبة 10% و أقل نسبة كانت للمجالات الأخرى بنسبة 9% .

المحور الثاني : بيانات خاصة بإستخدام الطلبة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تكوين خاصة بمشاريعهم

الجدول رقم 09 : بيانات السؤال الأول من المحور الثاني

فكرة المشروع جاءتك عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال	التكرار	النسبة
نعم	5	83%
لا	1	17%
المجموع	6	100%

الشكل رقم 09 فكرة المشروع جاءتك عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال



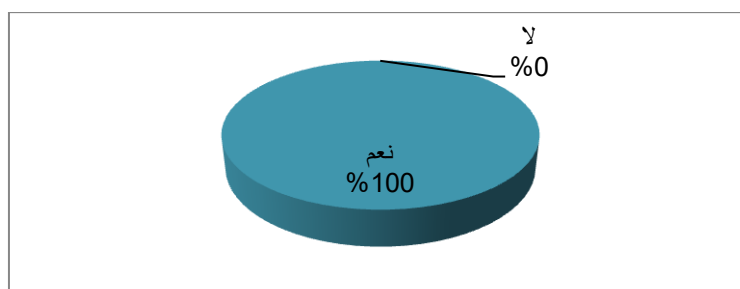
المصدر : اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 09

من خلال الجدول رقم 09 و الشكل البياني رقم 09 يتضح أن 83% من الطلبة يقولون ان فكرة المشاريع المقاولاتية الخاصة بهم جاءت عن طريق استخدامهم لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال فمع توفر خدمات الانترنت و التطور التكنولوجي أصبح بالامكان العثور على أفكار مشاريع تواكب العصر بشكل أسهل.

الجدول رقم 10: بيانات السؤال الثاني من المحور الثاني

استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال منح الطلبة الاستعداد و الرغبة للدخول في هذه المشاريع	التكرار	النسبة
نعم	6	100%
لا	0	0%
المجموع	6	100%

الشكل رقم 10 استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال منح الطلبة الاستعداد و الرغبة للدخول في هذه المشاريع



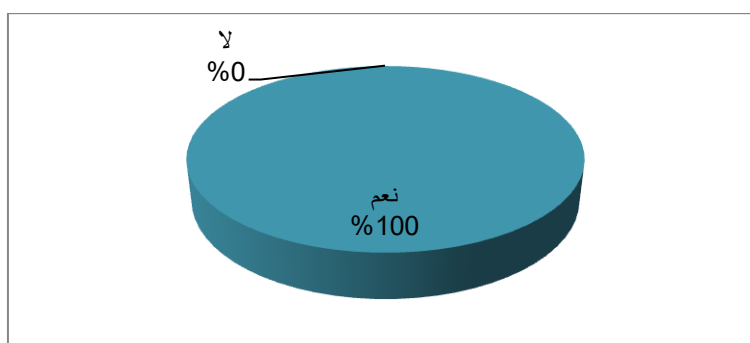
المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 10

من خلال الجدول رقم 10 و الشكل البياني رقم 10 جميع اجابات الطلبة كانت بنعم بنسبة 100% استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال منحهم الاستعداد و الرغبة في الدخول في مشاريعهم المقاولاتية و ذلك من خلال الاطلاع على الدراسات و التجارب و كافة الجوانب المتعلقة بالمشاريع التي هم في صدد الدخول فيها عبر مختلف منصات الانترنت .

الجدول رقم 11 : بيانات السؤال الثالث من المحور الثاني

النسبة	التكرار	استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال وفر المعلومات الكافية لإنشاء هذا المشروع
100%	6	نعم
0%	0	لا
100%	6	المجموع

الشكل رقم 11 استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال وفر المعلومات الكافية لإنشاء هذا المشروع



المصدر : اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 11

من خلال الجدول رقم 11 و الشكل البياني رقم 11 يتضح بأن جميع الطلبة وفر لهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المعلومات الكافية لإنشاء مشاريعهم بنسبة 100% نظرا لاعتماد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على نطاق واسع في الحياة اليومية.

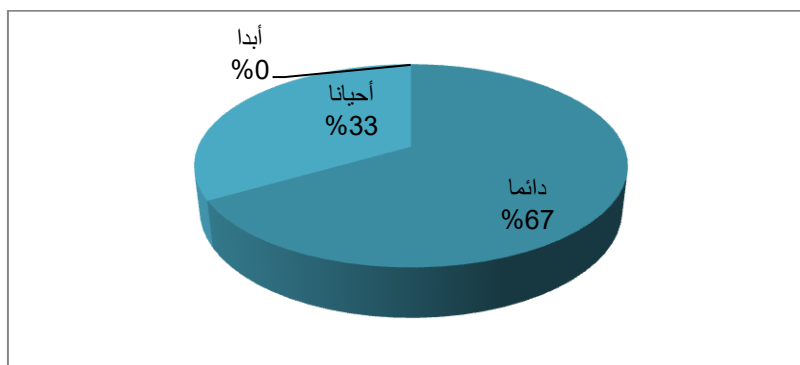
المحور الثالث : بيانات خاصة بإستخدام الطلبة لتكنولوجيا المعلومات في معالجة و تحقيق مشاريعهم المقاولاتية

الجدول رقم 12: بيانات السؤال الأول من المحور الثالث

النسبة	التكرار	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في معرفة أهم النقائص الخاصة بمشاريع الطلبة
67%	4	دائما
33%	2	أحيانا

أبدا	0	0%
المجموع	6	100%

الشكل رقم 12 مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في معرفة أهم النقائص الخاصة بمشاريع الطلبة



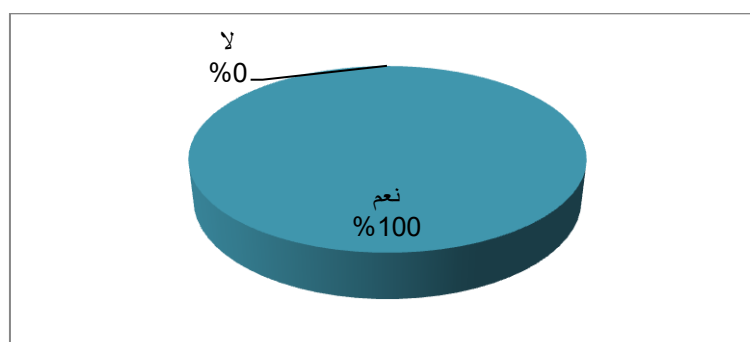
المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 12

من خلال الجدول رقم 12 و الشكل البياني رقم 12، نلاحظ بأن 67% من الطلبة ساهم استخدامهم لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في معرفة أهم النقائص الخاصة بمشاريعهم المقاولاتية،

الجدول رقم 13 : بيانات السؤال الثاني من المحور الثالث

النسبة	التكرار	استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في بناء ثقافة مقاولاتية لدى الطالب الجامعي
100%	6	نعم
0%	0	لا
100%	6	المجموع

الشكل رقم 13 استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في بناء ثقافة مقاولاتية لدى الطالب الجامعي



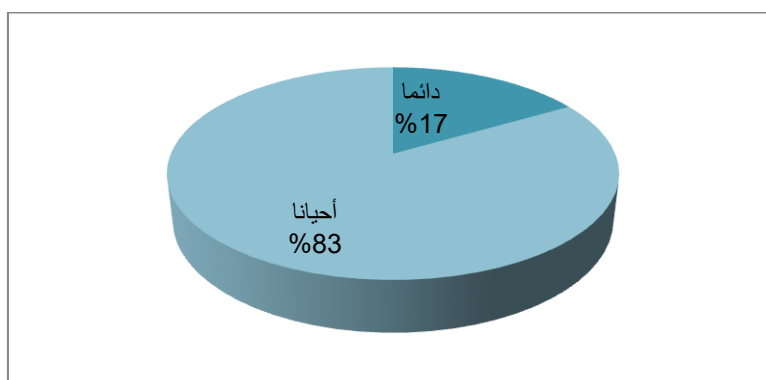
المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 13

من خلال الجدول رقم 13 و الشكل البياني رقم 13 نلاحظ بأن جميع اجابات الطلبة كانت بنعم بنسبة 100% ، استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يسمح في بناء ثقافة مقاولاتية لدى الطالب الجامعي فهي تساعدهم على التوسع في أفكارهم فنجد الوسائل الاعلامية كالمجلات الخاصة بالمقاولاتية و الأقراص و الفيديوها تنمي هذه الروح بطريقة جد حديثة ، و تساهم بدورها في جذب أكثر للأفراد و غرس هذه الثقافة في أذهانهم .

الجدول رقم 14 : بيانات السؤال الثالث من المحور الثالث

النسبة	التكرار	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في توفير الدعم و المرافقة للمشاريع المقاولاتية
17%	1	دائما
83%	5	أحيانا
0%	0	أبدا
100%	6	المجموع

الشكل رقم 14 مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في توفير الدعم و المرافقة للمشاريع المقاولاتية



المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 14

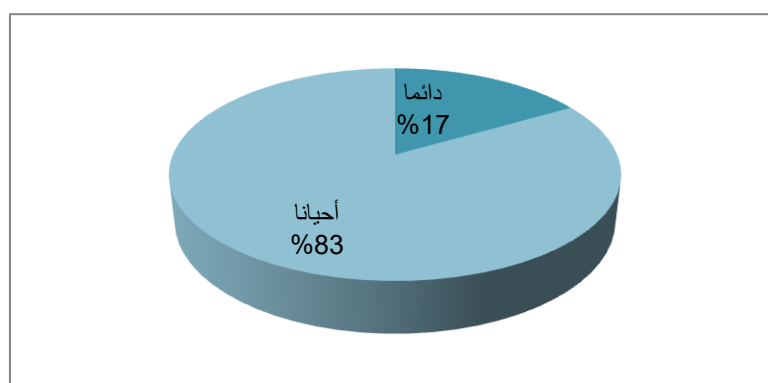
من خلال الجدول رقم 14 و الشكل البياني رقم 14 نلاحظ بأن أغلبية اجابات الطلبة كانت "بأحيانا" بنسبة 83% حول مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في توفير الدعم و المرافقة لمشاريعهم المقاولاتية،

المحور الرابع: بيانات خاصة باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسويق و تطوير المشاريع المقاولاتية للطلبة

الجدول رقم 15: بيانات السؤال الأول من المحور الرابع

النسبة	التكرار	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسويق المشاريع
83%	5	دائما
17%	1	أحيانا
0%	0	أبدا
100%	6	المجموع

الشكل رقم 15 مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسويق المشاريع



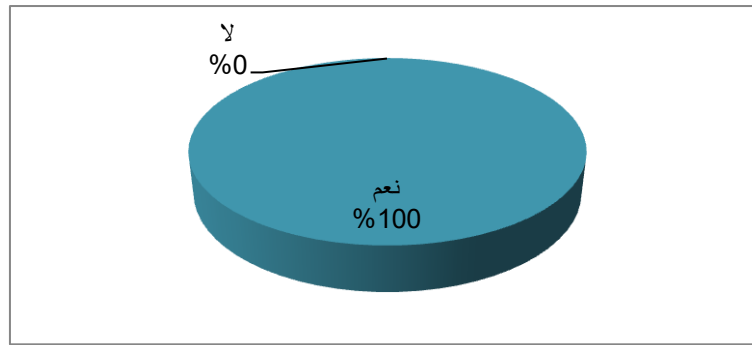
المصدر : اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 15

من خلال الجدول رقم 15 و الشكل البياني رقم 15 يتضح بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ساهم في تسويق المشاريع الخاصة بالطلبة من خلال الاجابة "دائما" بنسبة 83%، فقد أصبحت المنصات الرقمية مرتبطة بشكل متزايد بخطط التسويق و الحياة اليومية فالتسويق الالكتروني من الوسائل الفعالة التي تجذب نظر الافراد للإطلاع على خدمات مشاريعهم من خلال الوصول الى جميع أنحاء العالم بكل سهولة و مرونة بغض النظر عن مكان وجود العميل.

الجدول رقم 16 : بيانات السؤال الثاني من المحور الرابع

النسبة	التكرار	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في إيجاد التمويل
0%	0	نعم
100%	6	لا
100%	6	المجموع

الشكل رقم 16 مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في إيجاد التمويل



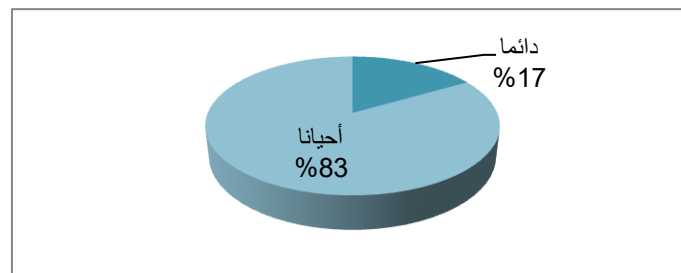
المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 16

من خلال الجدول رقم 16 و الشكل البياني رقم 16 نلاحظ بأن جميع إجابات الطلبة كانت ب "لا" بنسبة 100% استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لم يساهم في إيجاد التمويل للمشاريع الخاص بهم، وربما لأن هذا شأن هيئات الدعم و المرافقة و التي بدورها تقوم بالدعم المالي من خلال معالجة مشكل عدم كفاية الأموال اللازمة عند انطلاق المشروع، و الدعم اللوجستيكي بتوفير مقر لنشاط المشاريع و المؤسسات المصغرة في محلات متاحة و خلال فترات زمنية محدودة و خدمات ادارية مختلفة وذلك بشروط تحفيزية أقل تكلفة.

الجدول رقم 17: بيانات السؤال الثالث من المحور الرابع

النسبة	التكرار	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحقيق اهداف مشاريع الطلبة
17%	1	دائما
83%	5	أحيانا
0%	0	أبدا
100%	6	المجموع

الشكل رقم 17 مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحقيق اهداف مشاريع الطلبة



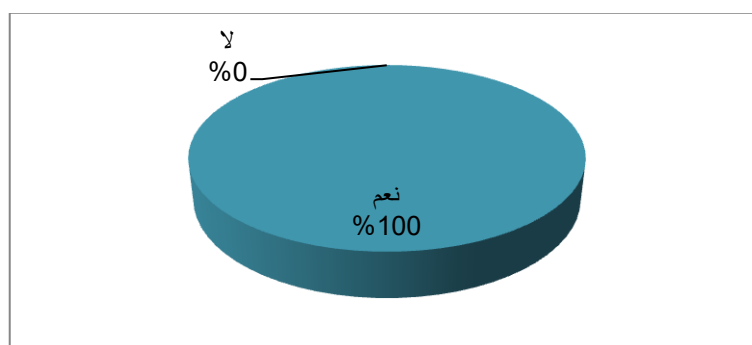
المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 17

من خلال الجدول رقم 17 و الشكل البياني رقم 17 يتضح بأن أغلبية الإجابات كانت ب "أحيانا" بنسبة 83% استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم أحيانا في تحقيق أهداف مشاريعهم فربما هنالك أهداف في مشاريعهم لا تعتمد فقط على تكنولوجيا المعلومات و الاتصال .

الجدول رقم 18: بيانات السؤال الرابع من المحور الرابع

النسبة	التكرار	مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في انشاء مشاريع جديدة
100%	6	نعم
0%	0	لا
100%	6	المجموع

الشكل رقم 18 مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في انشاء مشاريع جديدة



المصدر: اعداد قورين اكرام من مخرجات Excel على ضوء بيانات الجدول رقم 18

من خلال الجدول رقم 18 و الشكل البياني رقم 18 نلاحظ بان جميع الطلبة أجابوا بنعم بنسبة 100% على أن من خلال استخدامهم لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال تساهم هذه الأخيرة في إنشاء مشاريع أخرى جديدة، بحكم أن الفرص متاحة في السوق، كما أن أفكار المشاريع الناشئة تهدف لحل مشكلة على أرض الواقع فإنه لا يمكن توقف انشاء مشاريع جديدة بل و من خلال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يمكن الاستفادة من الخدمات الرقمية و التطورات الحاصلة كل يوم لتفعيل فرصة، انشاء مشروع. و بإعتبارها صناعة تولد المزيد من الوظائف و كأداة تمكن العمال من الحصول على أنواع جديدة من العمل بطلاق جديدة و أكثر مرونة حيث تتيح منافذ عدة لخلق المشاريع . فتكنولوجيا المعلومات و الاتصال تحقق تحولا في أسواق العمل و تخلق وظائف جديدة و تجعل أسواق العمل أكثر ابتكارا و اشتمالا.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة

انطلقت الدراسة الحالية من اشكالية "ما أثر استخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الابداع المقاولاتي لمشاريعهم" و استنادا على الدراسة الميدانية التي قمت بها و من خلال تحليل نتائج الاستبيان خلصت الدراسة الى عدة نتائج تم فيها التحقق من صحة تساؤلات الدراسة و هي كالتالي:

- هل يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تصور و تكوين أفكار خاصة بالمشاريع المقاولاتية لدى الطلبة.

- هل يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في معالجة و تحقيق المشاريع المقاولاتية لدى الطلبة.

- هل يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تطوير و تسويق المشاريع المقاولاتية للطلبة.

حيث بينت الدراسة أن أغلب افراد العينة أصحاب المشاريع المقاولاتية هم ذكور تتراوح أعمارهم بين فئة 26-30 سنة لهم مستوى طور الماستر ينتمون الى التخصصات العلمية و جميع مشاريعهم المقاولاتية لا تنتمي الى الجامعة، أغلبيتها كانت بين سنة 2021-2023 و تنتمي الى المجال التجاري

أولاً: نتائج الدراسة على ضوء السؤال الفرعي الاول : و الذي مفاده أن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في تصور و تكوين أفكار خاصة بالمشاريع المقاولاتية لدى الطلبة، تحققنا من صحة السؤال من خلال النتائج الميدانية المتحصل عليها من أسئلة المحور الثاني من الاستمارة ، و هذا ما تؤكده النسب المتحصل عليها من السؤال رقم 09 حيث وجدنا ان اغلبية الطلبة جاءت فكرة مشاريعهم المقاولاتية عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بنسبة 83%، كما تؤكد أيضا النسب المتحصل عليها من نتائج الجدول رقم 08 أن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال منح الطلبة الاستعداد و الرغبة في الدخول في المشاريع المقاولاتية بنسبة 100%، كما تؤكد النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم 10 بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال وفر للطلبة المعلومات الكافية لإنشاء مشاريعهم المقاولاتية بنسبة 100%.

ثانياً: نتائج الدراسة على ضوء السؤال الفرعي الثاني : و الذي مفاده ان استخدم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في معالجة و تحقيق المشاريع المقاولاتية لدى الطلبة، تحققت من صحة السؤال من خلال النتائج الميدانية المتحصل عليها من أسئلة المحور الثالث من الاستمارة، و هذا ما تؤكده النسب المتحصل عليها من

الجدول رقم 11 حيث تبين أن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في معرفة أهم النقائص الخاصة بمشاريع الطلبة بنسبة 67%، كما أكدت النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم 12 بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يسمح في بناء ثقافة مقاولاتية لدى الطالب الجامعي بنسبة 100%، كما تؤكد النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم 13 بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم أحيانا في توفير الدعم و المرافقة لمشاريع الطلبة بنسبة 83%.

ثالثا: نتائج الدراسة على ضوء السؤال الفرعي الثالث : و الذي مفاده أن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في تطوير و تسويق المشاريع المقاولاتية للطلبة، تحققت من صحة السؤال من خلال النتائج المتحصل عليها من أسئلة المحور الرابع من الاستمارة، و هذا ما تؤكد النسب المتحصل عليها من الجدول رقم 14 حيث كشفت أن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في تسويق المشاريع المقاولاتية الخاصة بالطلبة بنسبة 84%، كما أكدت النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم 18 بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في انشاء مشاريع أخرى جديدة بنسبة 100%.

و بالتالي يمكن القول بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في تنمية الابداع المقاولاتي في مشاريع الطلبة .

خاتمة

تعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من أبرز مظاهر الربع الاخير من القرن الماضي و بداية القرن الحالي، و هذا راجع الى تضافر جهود الباحثين و رجال الاعمال مما ادى الى الاستثمار في تلك التكنولوجيات و تطويرها لتتاقلم مع كل النشاطات ، فظهرت العديد من التكنولوجيات المتنوعة و الأوساط و الشبكات بمختلف أشكالها التي تربط أطراف متباعدة عبر دول قارات.

تطرقنا الى موضوع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الابداع الامقاولاتي لمشاريع الطلبة حيث بات الاهتمام بهذا المجال امر بالغ الاهمية من خلال دوره في التنمية و توفير منتجات جديدة مبدعة فقد حظيت المقولة الصغيرة و المتوسطة باهتمام متزايد و دعم و ترقية، أذا بذلك الى ظهور المؤسسة الناشئة startup كقطاع يستدعي الاهتمام و المرافقة، الا ان هذا النوع من المؤسسات معرض للعديد من التحديات نظرا لحدثة عهده في الجزائر و ينطبق ايضا على الدول المتقدمة نتيجة تبنيه للافكار المستحدثة و الابداعية، و التي عادة تكون عالية المخاطرة، و قد وفرت الدولة الجزائرية مجالا واسعا لدعم بالمؤسسات المصغرة و الصغيرة لها علاقة كبيرة بالتنمية المستدامة.

قائمة المصادر و

المراجع

أولا المراجع باللغة العربية:

المعاجم:

01- معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي -

الكتب :

- 01- الدكتور بشير العلاق، الاتصال في المنظمات العامة، دار اليازور العلمية، عمان، الاردن، 2014
- 02- إيمان فاضل السمراي، هيثم مُجد الزغبى، نظم المعلومات الادارية، دار الصفاء، عمان ، الاردن، 2004
- 03- برفين جوبتا، ترجمة أحمد المغربي، الابداع الاداري في القرن الحادي عشر، دار الفرج، القاهرة، 2008
- 04- حسين حريم ، السلوك التنظيمي، دار الحامد ، الطبعة الثالثة، عمان، الاردن، 2009
- 05- حسين حريم، ادارة المنظمات (منظور كلي)، دار الحامد، الطبعة الأولى، عمان ، الاردن، 2003
- 06- حسين حريم، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد و ادارة الاعمال، دار حامد، الطبعة الاولى، عمان، الاردن، 2010
- 07- خالد قاشي، نظام المعلومات التسويقية مدخل اتخاذ القرار، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2014
- 08- سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الادارية، اليازوردية، عمان، الأردن، 2009
- 09- سيد سالم عرفة، إتجاهات حديثة في إدارة التغيير، دار الراية، عمان، الأردن، 2011
- 10- سيد سالم عرفة، نظم المعلومات التسويقية، دار الراية، عمان، الاردن، 2011
- 11- عامر ابراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الادارية، دار المسيرة، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن، 2008
- 12- عامر قنديلجي و إبراهيم السامرائي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، 2002
- 13- علاء السالمى، عثمان الكيلاني، هلال البياتي، اساسيات نظم المعلومات الادارية، دار المناهج، عمان، الاردن، 2009
- 14- فؤاد الشراي، نظم المعلومات الادارية، دار أسامة الطبعة، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2008
- 15- فريد النجار، وحيد دياب، تامر النجار، التجارة و الاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية الاسكندرية، مصر، 2006
- 16- مُجد السيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الامل للنشر، القاهرة، مصر
- 17- مُجد بو هزة، رفيق مرزوقي، مداخله بعنوان: القيادة الادارية و علاقتها بالابداع الاداري
- 18- مُجد صالح الحناوي و آخرون، مقدمة في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004

- 19- مزهر شعبان العاني و شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، إثراء للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008
- 20- منال محمد الكردي، جلال ابراهيم العبد، مقدمة في نظم المعلومات الادارية المفاهيم الأساسية و التطبيقات، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2003
- 21- منير نوري، نظام المعلومات المطبق في التسيير، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2012
- 23- لبلى حسام الدين، أثر التقدم في تكنولوجيا المعلومات على الخصائص النوعية و الكمية للموارد البشرية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2011

الأطروحات و الرسائل و المذكرات:

- 01- أسماء سفاري، اثر الانترنت على تنافسية المؤسسة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2009
- 02- امل بعيط، برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر-واقع و آفاق- دراسة حالة: Ansej, Angem, Cnac لولاية باتنة- مجبنة سيدي عبدالله لولاية الجزائر العاصمة، اطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة باتنة 1، 2016-2017
- 03- بلخضر مسعودة، تحفيز المود البشري و أثره على الابداع بالمؤسسة، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم التسيير ، جامعة باجي مختار، عنابة، 2014
- 04- الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي- دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة-، اطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير ، جامعة بسكرة، 2014-2015
- 05- حنان عدم، نظم المعلومات الدارية في الرقابة على أنشطة البنوك التجارية، مذكرة مكملية ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، قسم التسويق، كلية التجارة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013
- 06- خديجة فرحي، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الرفع من الميزة التنافسية المصرفية، مذكرة مكملية ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية و بنوك، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2013
- 07- دباح نادية، دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر و افاقها (2000-2009)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص ادارة أعمال، جامعة الجزائر 3، 2011-2012
- 08- سلوى محمد الشرفا، دور ادارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، قسم ادارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 2008
- 09- سنوساوي عكاشة بشير، المؤشرات النفسية للمقددرات المقاولاتية لدى الشباب في انشاء مؤسسة، دراسة ميدانية بمركز التسهيل للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة بوهان، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علم النفس العمل و التنظيم، تخصص التنمية البشرية و فعالية الاداء، جامعة وهران 2، 2014-2015
- 10- شوقي شادلي، أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة مكملية ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008

- 11- عرقوب علي و طاهر بختة، وافع المقاولاتية في الجزائر بين غياب الفكر المقاوالاتي و ضعف آليات المرافقة، مداخلة في ملتقى دولي حول: التأهيل الصناعي و التحديات اثناء الاقتصاديات العربية- حالة الجزائر - جامعة بومرداس
- 12- عناف خويلد، فاعلية النشاط الترويجي في ظل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة ورقلة ، الجزائر، 2009
- 13- لبن علوطي تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 2003/2004
- 14- هاملي عبد القادر و حوحو مصطفى، محددات توجه الشباب الجامعي نحو النشاط المقاوالاتي-دراسة حالة مقاولي برج بوعريريج-، اطروحة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير المنظمات، جامعة بومرداس، 2016-2017

المقالات العلمية و الملتقيات:

- 01- أحمد ميلي سمية و آخرون، دور الاتصال الداخلي في تطوير الأداء الوظيفي في مؤسسات اتصالات الجزائر بالمسيلة، مجلة آفاق علوم الإدارة و الاقتصاد، العدد 03، جامعة المسيلة 2018
- 02- اشراق عقون، مُجد هبول، مداخلة بعنوان: اليقضة الاستراتيجية في ظل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، الملتقى الوطني الرابع حولك نظام المعلومات، اليقطة الاستراتيجية و الذكاء الاصطناعي - بين حتمية التفاعل او الزوال - كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و جامعة التسيير، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، يومي 17-18 مارس 2014
- 03- أشواق بنقرو و مُجد بلخير، أهمية نشر ثقافة المقالة و انعاش الحس المقاوالاتي في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، العدد 11، للمركز الجامعي لتامغست، الجزائر، جانفي، 2017
- 04- بلعيد سمية، ادارة المعرفة كمدخل لتحقيق الابداع التنظيمي دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير بجامعة باتنة، مجلة التنمية و ادارة الموارد البشرية، العدد 05، 2016
- 05- بن عشي عمار، تكنولوجيا المعلومات و اثرها على ادارة المعرفة بالجامعات الجزائرية: دراسة حالة كلية الاقتصاد بجامعة مُجد خيضر بولاية بسكرة، الجزائر، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد و الادارة، المجلد 02، العدد 03، 2018
- 06- بن عنتر عبد الرحمن و آخرون، دور بلاءة الاختراع في حماية الابداع و تدعيم تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد و المناجنت، المجلد 08، العدد 02، جامعة تلمسان، 2009
- 07- بومالي أمينة، أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري، المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3، العدد 09، 2017
- 08- عصام مُجد البحيصي، تكنولوجيا المعلومات الحديثة و اثرها على القرارات في منظمات الاعمال (دراسة استطلاعية للواقع الفلسطيني)، مجلة العلوم الاسلامية (سلسلة الدراسات الانسانية)، المجلد 14، العدد 01، فلسطين، يناير، 2006
- 09- فضيلة بوطورة و هوارى احلام، اهمية و دور دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية في نشر الثقافة المقاوالاتية- دراسة حالة دار المقاولاتية بجامعة تبسة-، مداخلة في ملتقى وطني حول: الجامعة المقاوالاتية: التعليم المقاوالاتي و الابتكار، ايام 10-11 ديسمبر 2018، جامعة مصطفى اسطيمبولي، معسكر

- 10- لطفي برني و اليمين فالتة، البرامج التكوينية و أهميتها في تعزيز روح المقاولة، ورقة مقدمة للملتقى الدولي حول المقاولة: التكوين و فرص الاعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 08/07/06 أبريل 2010- بن يمينة خيرة و بن عيادة محمد سمير، دراسة تحليلية لواقع التعليم الجامعي المقاولة و المقاولة المنشأة في الجزائر، مجلة الآفاق لدراسة الاقتصاديات، العدد 06، مارس 2019
- 11- لطفي برني و اليمين فالتة، البرامج التكوينية و أهميتها في تعزيز روح المقاولة، ورقة مقدمة للملتقى الدولي حول المقاولة: التكوين و فرص الاعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 08/07/06 أبريل 2010
- 12- مازن سليمان الحوش، مقراني الهاشمي، الاتصال في المؤسسة الجزائرية، مجلة البحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية، العدد 33، 2008
- 13- هامي عبد القادر و حوحو مصطفى، محددات توجه الشباب الجامعي نحو النشاط المقاولة، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، المركز الجامعي ، احمد زبانه غليزان، مجلة اقتصاديات المال و الاعمال JFBE العدد 08، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر 2018-2019

ثانيا المراجع باللغة الأجنبية:

- 01- Avin CHEIKHO , Op.Cit, p29
- 02- Betina Szkudlar , Joyce S. Osland , Luciara Nardon, Lena Zander, Communication and culture in international business- moving the field forward , journal of world business , volume 55, Issue 6, 2020, PI
- 03- Damanpour, f, E.Schneid, M. Characteristics of innovation and innovation adoption in public organizations: Assessing the role of managers. Journal of Public Administration Research and Theory, 19, 2009, PP 495-522
- 04- Donaldh. Sanders, l'informatique un instrument de la gestion, quebec, canada, Hill :éditeurs, 1980p17
- 05- Elenkov, D.S., and Manev, I.M. 2005. Top management leadership and influence on innovation: The role of sociocultural context. Journal of Management, 31(3), 2005, PP: 381-402
- 06- incremental innovation and radical innovation, Tourism Management 51 (2015), P 144
- 07- innovation.Paris: OECD Publishing
- 08- Jaime E. Souto, Business model innovation and business concept innovation as the context of James A.O Braine, Management Information System , Managing Information Technology In the internet Worked Enterprise, 1999,p 190
- 09- M.O. Celina et Z. EWA , The Use of ICT for economic development in the Silesian region in Poland, J.information knowledge and Management ,6 ,2011, p200
- 10- Martínez-Ros, E., & Orfila-Sintes, F. Innovation activity in the hotel industry. Technovation, 29,

OECD. (2018). Oslo manual: Guidelines for collecting, reporting and using data on
11- Peter F. Drucker, Innovation and Entrepreneurship, PerfectBound, Adobe Acrobat E-Book
Reader edition v 1, November 2002, PP 34-39

ملاحق الدراسة

استمارة الاستبيان

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -

كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة

قسم علوم الاعلام و الاتصال

ماستر اتصال و علاقات عامة

أخي الفاضل، أختي الفاضلة

السلام عليكم و رحمت الله و بركاته

يسرني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي صمم لجمع المعلومات اللازمة لإجراء دراسة ميدانية في إطار استكمال مذكرة لنيل شهادة الماستر تحت عنوان " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الابداع المقاولاتي لمشاريع الطلبة الجامعيين في الجزائر - دراسة وصفية تحليلية على عينة من الطلبة أصحاب المشاريع المقاولاتية بولاية الأغواط -"

نرجوا منكم الاجابة على الاستبيان بكل موضوعية، كما أحيطكم علما أن المعلومات ستعامل لغرض البحث العلمي فقط.

تفضلوا بقبول فائق الشكر و الاحترام

الطالبة: قورين إكرام

البيانات الشخصية:

- الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى

- السن : ☐ 25-20 ☐ 30-26 ☐ 31 فما فوق

- المستوى الجامعي : ☐ ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه

- التخصص :

المحور الأول : بيانات خاصة بالمشاريع المقاولاتية للطلبة

- ما هو نوع مشروعك المقاولاتي ؟

.....

- هل مشروعك المقاولاتي في ينتمي الى الجامعة ؟

نعم ☐ لا ☐

- متى بدأت هذا المشروع ؟

.....

- هل المشروع فردي أو مع شركاء ؟

فردي ☐ مع شركاء ☐

- في أي مجال المشروع الخاص بك ؟

تجاري ☐ إقتصادي ☐ صحي ☐ بيئي ☐ مجالات أخرى ☐

المحور الثاني : بيانات خاصة باستخدام الطلبة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تكوين أفكار خاصة بمشاريعهم

- هل فكرة المشروع جاءتك عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل استخدامك لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال منحك الاستعداد و الرغبة للدخول في هذا المشروع ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل استخدامك لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال وفر لك المعلومات الكافية لإنشاء مشروعك ؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث : بيانات خاصة باستخدام الطلبة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في معالجة و تحقيق مشاريعهم المقاولاتية

- هل استخدامك لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال ساهم في معرفة أهم النقائص الخاصة بمشروعك ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

- هل يسمح استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في بناء ثقافة مقاولاتية لدى الطالب الجامعي ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل ساهم استخدامك لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في توفير الدعم و المرافقة لمشروعك المقاولاتي ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

المحور الرابع : بيانات خاصة باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسويق و تطوير المشاريع المقاولاتية للطلبة

- هل ساهم استخدامك لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسويق مشروعك ؟

أحيانا ☐ دائما ☐ أبدا ☐

- هل ساهم استخدامك لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في إيجاد التمويل للمشروع الخاص بك ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل ساهم استخدامك لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحقيق أهداف مشروعك ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

- من خلال استخدامك لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في رأيك هل تساهم هذه الأخيرة في انشاء مشاريع أخرى جديدة ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم، كيف ذلك ؟

.....

الأساتذة المحكمين للاستبيان :

- الأستاذ يحيى بن حفاف استاذ بكلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة قسم علوم الاعلام و الاتصال

- الأستاذ محمد زباني استاذ بكلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة قسم علوم الاعلام و الاتصال