الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي- برج بوعريريج-
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم
في علوم التسيير

الموضوع:

دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين

ـ دراسة حالة ـ

إعداد الطالب:
◉ عبد الغني صالحي

إشراف الدكتور:
◉ أحمد بن قطاف

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب العائلي	الرتبة العلمية	مؤسسة الانتماء	الصفة
بونقيب أحمد	أستاذ محاضر أ	جامعة برج بوعريريج	رئيسا
بن قطاف أحمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة برج بوعريريج	مشرفا ومقررا
بوقابة وردية	أستاذ محاضر أ	جامعة برج بوعريريج	ممتحنا
بن قايد فاطمة زهرة	أستاذ محاضر أ	جامعة برج بوعريريج	ممتحنا
محلب فايزة	أستاذ محاضر أ	جامعة سطيف 1	ممتحنا
جباري عبد الوهاب	أستاذ محاضر أ	جامعة المسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024/2023

بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى:

﴿هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ﴾ الآية 15 من سورة الملك.

قال القاضي الفاضل عبد الرحيم البيساني:

"إنّه لا يكتب أحد كتاباً في يومهِ إلا قال في غَدِهِ: لو غُيّرَ هذا لكان أحسن، ولو زيد هذا لكان يُستحَسن، ولو قُدِّم هذا لكان أفضل، ولو تُرِك هذا لكان أجمل. وهذا أعظم العِبر، وهو دليلٌ على استيلاء النَّقص على جملة البشر".

الإهـداء

إلى والدَيَّ الكريمين بارك الله في عمرهما

﴿وَقُل رَّبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا﴾

-سورة الإسراء، الآية 24-

شكروتقدير

﴿رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾ -سورة النّمل، الآية 19-

الحمد لله الذي وفقني لهذا العمل المتواضع، وعملا بقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "لا يشكر الله من لا يشكر الناس"، أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف الذي جاد عليّ بالنصح والإرشاد وساهم في تسهيل الصعاب وتذليل العقبات التي تواجه أيّ طالب دكتوراه، كما أتقدم بالشكر إلى الأساتذة المحكمين لأداة الدراسة وإلى كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية بجامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج على ما قدموه لنا في سبيل طلب العمل، وإلى الزملاء وإلى الطلبة المشاركين في الدراسة على استجابتهم ومساعدتهم، وإلى كل من ساهم في إتمام هذا العمل.

ملخّص:

يهدف هذا البحث إلى تحديدِ دورِ تكنولوجيا الإعلام والاتِّصال في تنمية روح المقاولاتيَّة لدى الطَّلبة الجامعيّين الجزائريّين من وجهة نظرهم. استهدفت الدِّراسة الميدانيَّة عيّنةً متكونةً من 629 طالبًا جامعيًّا، وجُمِعت البيانات عن طريق توزيع استبانةٍ إلكترونيَّةٍ على الطَّلبة من مختلف التخصُّصات والجامعات الجزائريَّة خلال سنة 2022، باعتماد المنهجِ الوصفيّ وبالاعتماد على برنامج SPSS.

توصَّلت الدراسة إلى جملةٍ من النَّتائج أبرزها وجودُ فروقٍ دالَّةٍ إحصائيًّا عند مستوى الدَّلالة $\alpha \leq 0.05$ في روح المقاولاتيَّة تُعزى لطبيعة عمل الطَّالب وللمشاركة في دار المقاولاتيَّة، بينما لا توجد فروق دالّة إحصائيًّا تُعزى للجنس أو السنّ أو لميدان التَّكوين أو الطَّور. كما توجد علاقة ارتباطٍ موجبةٍ ذات دلالةٍ إحصائيَّةٍ بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتِّصال لدى الطَّلبة (امتلاك الحاسوب المحمول، امتلاك الجهاز اللوحيّ، استعمال الإنترنت في الدراسة الجامعيَّة، استعمال الإنترنت في العمل الحرّ، استعمال الإنترنت في التعلّم الذاتيّ، الشِّراء من الإنترنت، استعمال فايبر، استعمال واتس أب) وروح المقاولاتيَّة لديهم. ووجود علاقة ارتباطٍ موجبةٍ ودالَّةٍ إحصائيًّا بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتِّصال في الجامعة وروح المقاولاتيَّة لدى الطَّلبة. كما توصَّلت الدِّراسة إلى وجودِ أثرٍ إيجابيٍّ ذي دلالةٍ إحصائيَّةٍ لاستعمالِ تكنولوجيا الإعلام والاتِّصال على روح المقاولاتيَّة لدى الطلبة الجامعيّين من خلال نموذج الانحدار، حيث إنَّ المتغيّرات المفسِّرة تُفسِّر 26.7% من التَّباين الحاصل في روح المقاولاتيَّة.

وأوصت الدّراسة في ضوء النَّتائج المتحصَّل عليها بضرورة مواصلة توعية وتحسيس الطَّلبة الجامعيين للمشاركة في النَّشاطات المقاولاتيَّة في الجامعة واستغلال تكنولوجيا الإعلام والاتِّصال خاصَّة مواقع التَّواصل الاجتماعيّ بمختلف أنواعها واستعمال التَّعليم الإلكترونيّ في تعليم المقاولاتيَّة وتشجيع ثقافة التَّسوق الإلكترونيّ والعمل الحرّ عبر الإنترنت.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الإعلام والاتِّصال، المقاولاتيَّة، روح المقاولاتيَّة، الطَّلبة الجامعيّين.

Abstract

This research aims to determine the role of information and communicationTechnology (ICT) in developing the entrepreneurial spirit of Algerian students from their point of view. The study targeted a sample of 629 university students, and data was collected by distributing an electronic questionnaire to students from various disciplines in Algerian universities during 2022, by adopting the descriptive approach and processing data with SPSS program.

The study reached a number of results, most notably the presence of statistically significant differences at the level of significance $\alpha \leq 0.05$ in the spirit of entrepreneurship due to the nature of the student's work, and participation in the house of entrepreneurship, while there are no statistically significant differences attributed to gender, age, field of formation, or cycle of formation. There is also a positive correlation with statistical significance between the use of ICT among students (owning a laptop, owning a tablet, using the Internet in university studies, using the Internet in self-employment, using the Internet in self-learning, buying from the Internet, using Viber, using WhatsApp) and their spirit of entrepreneurship. And the existence of a positive and statistically significant correlation between ICT at the university and the spirit of entrepreneurship. The study also found a statistically significant positive effect of the use of ICT on the entrepreneurial spirit of students through the regression model, as the explanatory variables explain 26.7% of the variation in the entrepreneurial spirit.

In the light of the results obtained, the study recommended the need to continue educating and sensitizing students in order to participate in entrepreneurial activities at the university and to exploit ICT, especially social media, and to use e-learning in teaching entrepreneurship and encourage the culture of e-shopping and self-employment via the Internet.

Keywords: Information and Communication Technology, Entrepreneurship, Spirit of Entrepreneurship, University Students.

Resumé

Cette recherche vise à déterminer le rôle des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le développement de l'esprit d'entrepreneuriat des étudiants algériens de leur point de vue. L'étude a ciblé un échantillon de 629 étudiants universitaires, et les données ont été recueillies en distribuant un questionnaire électronique aux étudiants de diverses disciplines et universités algériennes au cours de l'année 2022, en adoptant l'approche descriptive et en s'appuyant sur le programme SPSS.

L'étude a abouti à un certain nombre de résultats, notamment la présence de différences statistiquement significatives au niveau de signification $\alpha \leq 0,05$ dans l'esprit d'entrepreneuriat en raison de la nature du travail de l'étudiant et de sa participation à la maison de l'entrepreneuriat, alors qu'il n'y a pas statistiquement différences significatives attribuées au sexe, à l'âge, au domaine de formation ou au cycle de formation. Il existe également une corrélation positive avec une signification statistique entre l'utilisation des TICs chez les étudiants (possession d'un ordinateur portable, possession d'une tablette, utilisation d'Internet dans les études universitaires, utilisation d'Internet dans un travail autonome, utilisation d'Internet pour le self-learning, acheter sur Internet, utilser Viber, utiliser Whatsapp) et leur esprit d'entrepreneuriat. Il existe une corrélation positive et statistiquement significative entre les TICs à l'université et l'esprit d'entrepreneuriat. L'étude a également trouvé un effet positif statistiquement significatif de l'utilisation des TICs et l'esprit d'entrepreneuriat des étudiants universitaires à travers le modèle de régression, puisque les variables explicatives expliquent 26,7% de la variation de l'esprit d'entrepreneuriat.

À la lumière des résultats obtenus, l'étude a recommandé la nécessité de poursuivre l'éducation et la sensibilisation des étudiants afin de participer à des activités entrepreneuriales à l'université et d'exploiter les TICs, en particulier les réseaux sociaux de toutes sortes, et d'utiliser le e-learning pour enseigner l'entrepreneuriat et encourager la culture des achats électroniques et de le freelancing via Internet.

Mots clés : Technologies De L'information Et De La Communication, Entrepreneuriat, Esprit D'entrepreneuriat, Etudiants Universitaires.

فهـرس المحتويــات

فهرس المحتويات

المقدمة العامة 2

تمهيد 2

1. إشكالية الدراسة 2

2. أسئلة الدراسة 5

3. فرضيات وأنموذج الدراسة 5

4. أهمية الدراسة ودوافع اختيار الموضوع 9

5. أهداف الدراسة 10

6. الدراسات السابقة 10

7. منهجية الدراسة والأدوات 15

8. حدود الدراسة وصعوباتها 16

9. تقسيمات الدراسة 17

الفصل الأول: الأسس النظرية لروح المقاولاتية 19

تمهيد 19

المبحث الأول: المقاولاتية والمقاول، الأسس النظرية 19

المطلب الأول: مفهوم المقاولاتية 19

المطلب الثاني: مفهوم المقاول 34

المبحث الثاني: التعليم والمرافقة كآلية لنشر المقاولاتية 55

المطلب الأول: تعليم المقاولاتية 55

المطلب الثاني: المرافقة المقاولاتية 58

المبحث الثالث: روح المقاولاتية 59

المطلب الأول: تعريف روح المقاولاتية 60

المطلب الثاني: مكونات روح المقاولاتية 62

خلاصة الفصل 78

الفصل الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال 80

تمهيد 80

المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأهميتها 80

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال 80

المطلب الثاني: خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال 91

المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال 93

المبحث الثاني: مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال 95

المطلب الأول: المكونات المادية 98

المطلب الثاني: البرمجيات 99

المطلب الثالث: قواعد البيانات 103

المطلب الرابع: الشبكات 106

المطلب الخامس: الموارد البشرية 123

المبحث الثالث: بعض التطبيقات الميدانية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال 124
المطلب الأول: التعليم الإلكتروني 124
المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية 127
المطلب الثالث: تطبيقات أخرى 134
المبحث الرابع: متطلبات وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال 136
المطلب الأول: متطلبات تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال 136
المطلب الثاني: تحديات استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال 137
خلاصة الفصل 140
الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية ونتائجها 142
تمهيد 142
المبحث الأول: ميدان الدراسة التطبيقية 142
المطلب الأول: التعليم العالي في الجزائر 142
المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية 148
المطلب الأول: منهج الدراسة وجمع البيانات 148
المطلب الثاني: أداة الدراسة 151
المطلب الثالث: إجراءات تطبيق الدراسة الميدانية والأساليب الإحصائية 157
المبحث الثالث: البيانات الوصفية لعينة الدراسة 158
المطلب الأول: البيانات الوصفية للمتغيرات الشخصية والوظيفية 158
المطلب الثاني: استجابات أفراد العينة حول المحور الأول 165
المطلب الثالث: استجابات عينة الدراسة حول استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة 175
المطلب الرابع: إجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية 179
المبحث الرابع: اختبار صحة الفرضيات 185
المطلب الأول: الفروق الإحصائية في الروح المقاولاتية لدى لطلبة 185
المطلب الثاني: علاقة الارتباط بين روح المقاولاتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال 195
المطلب الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية 201
خلاصة الفصل 204
الخاتمة العامة 207
قائمة المراجع 215
قائمة الملاحق 230

قائمة الجداول والأشكال والملاحق

قائمة الجداول

الجدول 1: تطور مفهوم المقاولاتية والمقاول 22
الجدول 2: أشكال المقاولاتية 33
الجدول 3: العلاقة بين المقاول والمقاولاتية 37
الجدول 4: الفرق بين المقاول والمدير 38
الجدول 5: الفرق بين المقاول وصاحب المشروع الصغير 40
الجدول 6: ملخص ما يقوم به المقاول والمدير والقائد 42
الجدول 7: أهم صفات المقاول في ظل المدارس الفكرية 42
الجدول 8: العوامل السلبية والإيجابية التي تجعل الفرد يتجه نحو المقاولاتية 45
الجدول 9: خصائص المقاول 47
الجدول 10: الأدوار الاستراتيجية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال 94
الجدول 11: جدول زمني لتاريخ البرمجيات 100
الجدول 12: مقارنة بين أنواع الشبكات LAN وMAN وWAN 113
الجدول 13: الفرق بين الشبكة السلكية والشبكة اللاسلكية 115
الجدول 14: أنواع التجارة الإلكترونية حسب المتعاملين (مصفوفة COPPEL) 129
الجدول 15: الأبعاد والفقرات المكونة للاستبانة 152
الجدول 16: ارتباط كل بند بمتوسط البعد في المحور الأول 155
الجدول 17: معامل الثبات لمحاور الاستبانة باستعمال معامل ألفا كرونباخ 157
الجدول 18: ترميز الخيارات لبنود وفق مقياس ليكرت 158
الجدول 19: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس 158
الجدول 20: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن 159
الجدول 21: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الطور 160
الجدول 22: توزيع أفراد العينة حسب ميدان التكوين 161
الجدول 23: توزيع أفراد العينة حسب الجامعة 163
الجدول 24: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة العمل 163
الجدول 25: توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في دورات دار المقاولاتية 164
الجدول 26: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب امتلاك الأجهزة الإلكترونية 165
الجدول 27: توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام الحاسوب في اليوم 166
الجدول 28: توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام الإنترنت في اليوم 168
الجدول 29: ميزان تقديري لمعدل استعمال الإنترنت في اليوم 168
الجدول 30: تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 172
الجدول 31: تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى التحكم في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال 174
الجدول 32: ميزان تقديري وفقا لمقياس ليكارت الخماسي 175
الجدول 33: استجابة أفراد العينة حول أبعاد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة 175

الجدول 34: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد المكونات المادية 176
الجدول 35: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد المكونات البرمجية..... 177
الجدول 36: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الشبكات 178
الجدول 37: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الموارد البشرية 179
الجدول 38: استجابة أفراد العينة حول أبعاد روح المقاولاتية 180
الجدول 39: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الحاجة للإنجاز..... 181
الجدول 40: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الثقة بالنفس..... 181
الجدول 41: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الإبداع والابتكار 182
الجدول 42: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الاستقلالية 183
الجدول 43: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد تحمل المسؤولية..... 183
الجدول 44: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد المخاطرة..... 184
الجدول 45: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد روح المبادرة..... 184
الجدول 46: نتائج اختبار مان ونتني للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة الجنس..... 186
الجدول 47: نتائج اختبار كروسكال والاس للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة السن 188
الجدول 48: نتائج اختبار كروسكال والاس للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة الميدان 189
الجدول 49: نتائج اختبار كروسكال والاس للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة الطور 191
الجدول 50: نتائج اختبار مان ونتني للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة المشاركة في دار المقاولاتية 192
الجدول 51: نتائج اختبار كروسكال والاس للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة طبيعة العمل..... 193
الجدول 52: نتائج اختبارات مان ونتني للكشف عن مصدر الفروق في روح المقاولاتية بدلالة طبيعة العمل 194
الجدول 53: نتائج اختبار SPEARMAN للكشف عن العلاقة بين الجهاز المملوك وروح المقاولاتية..... 195
الجدول 54: نتائج اختبار SPEARMAN للكشف عن العلاقة بين استخدام الحاسوب في اليوم وروح المقاولاتية 196
الجدول 55: نتائج اختبار SPEARMAN للكشف عن العلاقة بين استخدام الإنترنت في اليوم وروح المقاولاتية 196
الجدول 56: نتائج اختبار SPEARMAN للكشف عن العلاقة بين مجال استخدام الإنترنت وروح المقاولاتية 197
الجدول 57: نتائج اختبار SPEARMAN للكشف عن العلاقة بين مجال استخدام الإنترنت وروح المقاولاتية 198
الجدول 58: نتائج اختبار SPEARMAN للكشف عن العلاقة بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية..... 198
الجدول 59: نوع العلاقة حسب معامل ارتباط SPEARMAN..... 199
الجدول 60: قيم معاملات ارتباط SPEARMAN بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية 200
الجدول 61: نتائج الانحدار الخطي المتعدد لاختبار أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية 202

قائمة الأشكال

الشكل 1: أنموذج الدراسة 7
الشكل 2: العناصر الأساسية لتعريف المقاولاتية 24
الشكل 3: الاختلاف بين المقاولاتية والمقاول والمشروع أو المؤسسة 36
الشكل 4: التداخل بين صفات المقاول والقائد 41
الشكل 5: الوظائف الرئيسية للمقاول 50
الشكل6 : وظائف المقاول 51
الشكل7 : التسلسل السببي للسلوك المقاولاتي 69
الشكل 8: النظريات المفسرة للاستقلالية 71
الشكل 9: أنواع المسؤولية 73
الشكل 10: موقع المخاطرة بدلالة التحليل والعمل 75
الشكل 11: أهم النظريات المُفسرة للمخاطرة 76
الشكل 12: التصور المتسلسل والمترابط لمفهوم التكنولوجيا 82
الشكل 13: العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة 86
الشكل 14: مستويات التراكم العلمي المبني على البيانات 87
الشكل 15: وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال 93
الشكل 16: مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال 96
الشكل 17: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال 97
الشكل 18: أنواع البرمجيات 101
الشكل 19: دور نظام التشغيل في العلاقة بين المستخدم النهائي والعتاد 102
الشكل 20: الحصة السوقية لأشهر أنظمة التش 102
الشكل 21: نظام إدارة قواعد البيانات 104
الشكل 22: أنواع قواعد البيانات 105
الشكل 23: أهمية الشبكات 109
الشكل 24: التطور الزمني للشبكات المحلية LAN 111
الشكل 25: الاقتصاد الرقمي 135
الشكل 26: متطلبات تكنولوجيا الإعلام والاتصال 137
الشكل 27: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس 159
الشكل 28 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن 160
الشكل 29: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الطور 161
الشكل 30: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب ميدان التكوين 162
الشكل31 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة العمل 164
الشكل 32: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المشاركة في دار المقاولاتية 165
الشكل 33: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب امتلاك الأجهزة الإلكترونية 166
الشكل 34: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل استعمال الحاسوب 167

الشكل 35: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل استعمال الإنترنت في اليوم 169
الشكل 36: متوسطات استجابات أفراد العينة حول مجال استخدام الإنترنت..... 171
الشكل 37: متوسطات استجابات أفراد العينة حول درجة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي..... 173
الشكل 38: متوسطات استجابات أفراد العينة حول درجة التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال 174
الشكل 39: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير الجنس 186
الشكل 40: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير السن 187
الشكل 41: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير الطور 190
الشكل 42: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير المشاركة في دار المقاولاتية 192
الشكل 43: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير طبيعة العمل..... 193

قائمة الملاحق

الملحق 1: الشبكة الجامعية بالجزائر 230
الملحق 2: قائمة المحكمين لأداة الدراسة..... 234
الملحق 3: نتائج دراسة الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة 235
الملحق 4: الاستبانة النهائية 243
الملحق 5: نتائج الدراسة الميدانية (مخرجات برنامج SPSS) 250

المقدمــة العامــة

المقدمة العامة

تمهيد

تطور مفهوم المقاولاتية وتغيرت نظرة الباحثين والاقتصاديين نحوه، وذلك نظرا للأهمية الاقتصادية والاجتماعية لها، من خلال ما تساهم به في تحفيز النسيج الاقتصادي، وإفراز نشاطات ريادية ومنظمات جديدة وتطوير مؤسسات موجودة، فقد كان التركيز في بدايات ظهور هذا المفهوم على إنشاء المؤسسة، ثم تعدى ذلك ليشمل جميع المراحل السابقة لإنشاء المؤسسة وحتى بعدها، والاهتمام بخصائص الأفراد الذين يقومون أو يمكنهم القيام بذلك، وهو ما أفرز مفهوما جديدا لدى الباحثين يعرف بروح المقاولاتية، فتوسعت دراسة مفهوم المقاولاتية لتشمل المراحل السابقة للفعل المقاولاتي.

1. إشكالية الدراسة

توفر الجزائر التعليم لأفراد المجتمع، وقد وصلت في ذلك مرحلة متقدمة، ويظهر هذا من خلال العدد الكبير للمتخرجين من الجامعة، ولكن في ظل تقلص فرص التوظيف في المؤسسات العمومية وقطاعات الدولة المختلفة، ومع قلة الحلول للتكفل بهذه الشريحة، والتي تعتبر حلولا مؤقتة وليست بعيدة المدى، فإن هؤلاء المتخرجين يواجهون مشاكل عديدة على رأسها البطالة، ولذلك فقد كان لزاما عليهم أن يبحثوا عن سبل أخرى للعمل وتوظيف طاقاتهم، ومن بين البدائل التي تغني الشباب عن البحث عن وظيفة أو انتظار توفر منصب عمل، نجد التوجه نحو المقاولاتية، فقد لجأت الدولة الجزائرية إلى تقديم التشجيع والتدعيم لإنشاء وتطوير المشاريع الصغيرة، فواجه الشباب فشلا كون أغلب مؤسسي هذه المشاريع غير مؤهلين لإنشائها وتسييرها، رغم حصولهم على شهادات جامعية ومتابعتهم لدراسات عليا، وهنا يبرز دور الجامعات والمدارس في إخراج الكفاءات المؤهلة لإنشاء وتسيير المشاريع قصد إنجاحها.

والملاحظ كذلك هو قلة توجه خريجي الجامعات الجزائرية نحو إنشاء المشاريع الصغيرة بالمقارنة مع البلدان الأخرى؛ حيث يتجه الغالبية للبحث عن وظائف مستقرة أكثر من ميلهم لإنشاء مشاريع خاصة بهم بالرغم من تزايد نسبة البطالة من جهة وتزايد عدد الخريجين من سنة لأخرى من جهة أخرى، وهو ما يستحيل معه توفير مناصب شغل للجميع، هذا يستدعي من كل الأطراف أن تهتم بهذه الفئة كونهم نواة مقاولي المستقبل، وتوفير مقومات ومتطلبات التفكير الابتكاري والسلوك التطويري من جميع النواحي المحيطة بالمتعلمين كي تُنمّى الروح المقاولاتية وبالتالي نصل إلى إنشاء مشاريع مقاولاتية ناجحة من طرف خريجي الجامعات وكذا الوصول إلى الارتقاء بالاقتصاد الوطني والخروج من التبعية النفطية ومواكبة الدول الناجحة في مجال المقاولاتية.

من هذا المنطلق، تتضح أهمية المشاريع المقاولاتية في النظام الاقتصادي، حيث ازداد الاهتمام بموضوع المقاولاتية (أو ريادة الأعمال) في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة والعولمة والتوسع في القطاع الخاص (الباجوري، 2017). وأصبحت المقاولاتية بمفهومها الواسع من أهم القضايا الملحة التي تحظى باهتمام عالمي واسع، نظرا للدور الذي تؤديه في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إضافة لدورها المتميز في إشراك العديد من الفئات المجتمعية في النشاط الاقتصادي، وعلى وجه التحديد فئة الشباب من خلال إقامة المشاريع ومنظمات الأعمال الخاصة بهم (الشميمري والمبيريك، 2011).

ومن خلال البحث في الدراسات السابقة، يتضح أن مجال تعليم المقاولاتية قد حظي باهتمام الباحثين خاصة في الآونة الأخيرة على غرار سلامي (2012) التي ذكرت في نتائج دراستها أنه إذا أردنا الرفع من نسبة إنشاء المؤسسات ودفع الأفراد نحو المقاولة فيجب تنمية روح المقاولاتية وإرساء الثقافة الريادية كمطلب أساسي لحل أزمة البطالة والرقي بالاقتصاد من خلال خلق القيمة المضافة. إذن فللروح المقاولاتية أهمية في تطوير تعليم المقاولاتية ومنه تطوير مجال المقاولاتية، وهو ما تضمنته دراسة الجودي (2015) التي أثبتت ووجود علاقة بين تعليم المقاولاتية وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

ومع الاعتراف بأهمية ودَوْرِ المقاولاتية في مختلف المجالات، ونظرة بعض الباحثين التي تعتبر المقاولاتية قابلة للتعليم والتعلم، ظهر مصطلح تعليم المقاولاتية، الذي يتضمن إدراج مواد تعليمية ومقررات في المناهج التعليمية خاصة بتعليم المقاولاتية وكيفية إنشاء المشاريع الخاصة وتسويق المنتجات وغيرها. وقد دفع هذا الأمر الدول المتقدمة إلى تشجيع دمج البرامج المقاولاتية في المؤسسات التعليمية، لما لها من أثر واضح على معدلات التوظيف والابتكار، فالتعليم يعد محورا أساسيا في تنمية الروح المقاولاتية وتطوير المهارات المرتبطة بها. وحسب الشميمري والمبيريك (2011)، فإنه يمكن استثمار دور التعليم في تنمية روح المقاولاتية في سن مبكرة قد تصل إلى رياض الأطفال، ويمتد هذا الدور إلى المراحل المتقدمة من التعليم العالي (السعيد، 2015).

وفي نفس السياق، فتعليم المقاولاتية هو عملية تعلم دائم مدى الحياة، ولذلك يجب ربط تعليم المقاولاتية بجميع المستويات التعليمية للمنظومة التربوية. ويمكن أن يشمل حتى المتقاعدين من أجل أن تتاح لهم جميعا فرص الوصول إلى تلك البرامج المميزة والمحكمة في تعليم المقاولاتية، فتعليم المقاولاتية يعني أشياء عديدة مختلفة للأفراد المتعلمين تبدأ من المدارس الابتدائية وحتى المرحلة الجامعية، ومن التعليم التقني إلى مرحلة الحصول على أعلى الدرجات العلمية، ففي كل مستوى تعليمي يمكن أن نتوقع نتائج مختلفة مثل نضج الطلبة

والبناء على المعرفة السابقة التي لديهم، لكن الغرض العام يبقى تطوير الخبرة كمقاول والتي تقود إلى النجاح ونمو المشروع في المستقبل (صكري، جلاب، و شطة، 2017).

وفي سياق متصل بدَوْرِ المقاولاتية في التنمية الاقتصادية، بينت دراسة بن أحمد وميساوي (2017) أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تعد وسيلة لتحقيق التنمية الاقتصادية وتحسين مستوى حياة الأفراد من خلال سرعة نقل المعلومات وسهولتها وحريتها وأنها تعمل على تعزيز المقاولاتية لدى منظمات الأعمال من خلال توفير مزيد من الفرص، وتساعد أيضا على تطوير الفكر المقاولاتي من خلال ما تقدمه من بيئة داعمة للإبداع والابتكار والتميز بما ينعكس على كافة الأفراد بالنفع. كما أن سر الاهتمام بالتوجه المقاولاتي كظاهرة إدارية يرجع إلى أهمية تعزيز دور الفرد في أي منظمة وأهميته الكبيرة في الإنتاج، لذلك فالتطور السريع في الإبداع والابتكار خصوصا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساعد المنظمات في التعمق في الحقل المعرفي والبحث عن رؤية أشمل وفلسفة أعمق (العزاوي و علي، 2019، صفحة 109).

ومن هذا المنطلق، ومن خلال ملاحظة التغيرات التي تشهدها الجامعة الجزائرية، وانطلاقا من حتمية التجديد، إذ حاولت المنظومة التربوية الجزائرية تطوير أدائها لمسايرة المستجدات، ومواكبة المتغيرات التي يعرفها العالم فقامت بعدة إصلاحات منذ الاستقلال، مسّت هذه الإصلاحات على الخصوص البرامج التكوينية للطلبة في مختلف التخصصات، ولأن الطلبة في الوقت الحالي، يقضون جزءا كبيرا من وقتهم في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمختلف أنواعها وأشكالها، وفي جميع الأماكن التي يذهبون إليها، فيمكن اعتبارها بيئة مهمة لتكوين الطالب ووسيلة قد يكون لها دور في توجيه الطلبة، إذ يمكن أن يكتسب منها خبرات تؤثر في شخصيته وخبراته وقدراته.

ولو أن مثل هذه القدرات اليوم أخذت منحى آخر في استغلالها لأحداث التكنولوجيا، ولهذا فالاقتصاديون غالبًا ما يربطون بين الأعمال الإبداعية والمشاريع المقاولاتية والقدرة على حسن استغلال وتطبيق التكنولوجيا الحديثة. ووفق هذا المنطق، يرى Peter (2003) أن المقاول يقيم عملا صغيرا ويجعل منه خلال فترة قصيرة عملا كبيرا وناجحا، ويتمتع بقدرات وقابلية على تحمل المخاطرة برأس المال وقبول المجازفة عند اتخاذ القرار، والتخطيط العلمي السليم، والإدارة الإبداعية للأعمال الخاصة به، والعمل على تطويرها باستمرار، هو شخص دائما ما يبحث عن التغيير ويستغله كفرصة.

وعلى هذا الأساس، تنطلق إشكالية الدراسة من حقيقة تزايد الاهتمام بالمقاولاتية، سواء من الجانب الاقتصادي بالحرص على إنشاء مؤسسات غير تقليدية بها قيم جديدة وتطبق مبادئ الإبداع والابتكار في ظل البيئة المضطربة، أو من الجانب التعليمي بدمج تعليم المقاولاتية ونشر روح المقاولاتية من جهة، والأهميّة التي

أثبتتها الدراسات السابقة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ودورِها الفعال في بناء شخصية الطالب الجامعي من جميع الجوانب وإعداده للحياة العمليّة، نرى أنه قد يكون لها تأثير على الطالب الجامعي، ويمكن من خلالها زرع مبادئ المقاولاتية وتنمية روح المقاولاتية، هذا الأمر زاد من إحساس الباحث بالمشكلة وأهمية دراسة هذا الموضوع وبلورة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

هل هناك دور لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟

2. أسئلة الدراسة

في إطار الإجابة عن السؤال الرئيسي ومعالجة الإشكالية، يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

1.2. السؤال الأول: هل توجد فروق في روح المقاولاتية بين الطلبة الجامعيين تعزى للمتغيرات الشخصية؟

2.2. السؤال الثاني: هل توجد علاقة ارتباط بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟

3.2. السؤال الثالث: هل يؤثر استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟

3. فرضيات وأنموذج الدراسة

1.3. فرضيات الدراسة: انطلاقا من الأسئلة السابقة، يمكن صياغة الفرضيات الإحصائية التالية:

الفرضية الرئيسة الأولى (H_1): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الطلبة في روح المقاولاتية تعزى للمتغيرات الشخصية.

ويندرج تحتها الفرضيات الفرعية التالية:

H_{11}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الطلبة في روح المقاولاتية تعزى لمتغير **الجنس**.

H_{12}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الطلبة في روح المقاولاتية تعزى لمتغير **السن**.

H_{13}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الطلبة في روح المقاولاتية تعزى لمتغير **ميدان التكوين**.

H_{14}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **الطور**.

H_{15}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **طبيعة العمل**.

H_{16}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **المشاركة في دار المقاولاتية**.

الفرضية الرئيسية الثانية (H_2): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطلبة وروح المقاولاتية لديهم.

ويندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الجزئية التالية:

H_{21} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين الأجهزة التكنولوجية المملوكة وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

H_{22} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين معدل استعمال الحاسوب في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

H_{23} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين معدل استعمال الإنترنت في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

H_{24}: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين استعمال الإنترنت وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

H_{25} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

H_{26} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

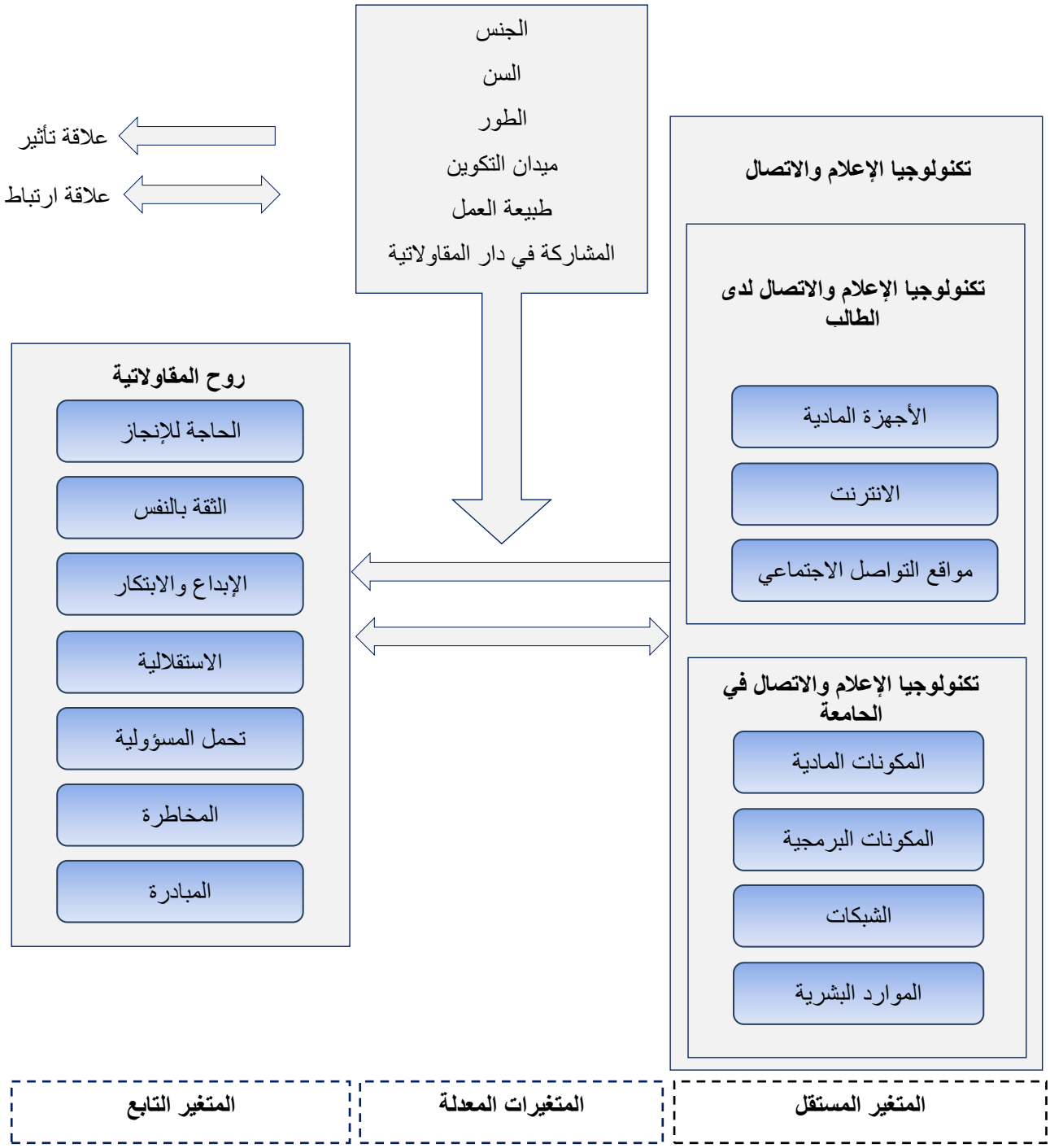
الفرضية الرئيسية الثالثة (H_3): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

الفرضية الرئيسية الرابعة (H_4): يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ لاستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

2.3. أنموذج الدراسة

من خلال الفرضيات السابقة، يمكن تصميم المخطط الفرضي للبحث من خلال أنموذج الدراسة لتسهيل فهم علاقة التأثير والارتباط بين متغيري الدراسة: المتغير المستقل (تكنولوجيا الإعلام والاتصال) والمتغير التابع (روح المقاولاتية)، كما يوضح الشكل التالي:

الشكل 1: أنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب

3.3. تحديد أهم مصطلحات الدراسة

نظرا لاختلاف التعريفات الموجودة لمتغيرات الدراسة، وبأخذِ ظروفِ البحث ومعطياتِه بعين الاعتبار، فإن الدراسة الحالية اختارت تبني المفاهيم التالية:

1.3.3. روح المقاولاتية: هي مجموعة من الخصائص والمؤهلات والقدرات التي تميز شخصية الفرد الذي لديه استعداد ليكون مقاولا، ويتم قياسها من خلال أبعاد تمثل توفر أهم السمات التالية: الحاجة للإنجاز، الثقة بالنفس، الإبداع والابتكار، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، المخاطرة، المبادرة، من خلال عبارات تقيس كل بعد من هذه الأبعاد من وجهة نظر عينة الدراسة بطريقة كمية بحساب المتوسط الحسابي لها.

2.3.3. تكنولوجيا الإعلام والاتصال: هي مجموع الوسائل المادية والبرمجية والشبكات والموارد البشرية التي تستخدم في استقبال وتخزين ومعالجة المعلومات وإرسالها. ويتم تقسيمها إلى قسمين:

أ. تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطالب: يتم قياسها من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية:

- **الأجهزة المادية:** وهي الوسائل التكنولوجية التي يمتلكها الطالب ويستعملها في حياته اليومية (الهاتف، الحاسوب المحمول، الحاسوب المكتبي، الحاسوب اللوحي أو الجهاز اللوحي) ومعدل استعمالها اليومي.
- **الشبكات:** وتشمل مجال ودرجة استعمال شبكة الإنترنت من طرف الطالب.
- **مواقع التواصل الاجتماعي:** وتقاس بدرجة استعمال مختلف وسائل التواصل الاجتماعي.

ب. تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة: تقاس من خلال أربعة أبعاد:

- **المكونات المادية:** وهي العتاد والأجهزة التي تملكها الجامعة وتستعملها.
- **المكونات البرمجية:** وتشمل البرامج الحاسوبية والتطبيقات التي تعمل على توفيرها الجامعة للطلبة.
- **الشبكات:** وهي التقنيات المستعملة لربط الأجهزة المادية والبرمجية مع بعضها لنقل المعلومات وتقديم الخدمات المختلفة كالشبكات المحلية والشبكات الداخلية، وشبكة الإنترنت والويب والبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي.
- **الموارد البشرية:** هم الأفراد الذين لهم علاقة باستعمال ووضع تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيز الخدمة.

4. أهمية الدراسة ودوافع اختيار الموضوع

تتجلى أهمية الدراسة من خلال الاهتمام المتزايد بالظاهرة المقاولاتية في المناهج التعليمية في السنوات الأخيرة، فهي تعتبر واحدة من الاستراتيجيات المتبعة لمحاربة ظاهرة البطالة في المجتمع، والحد من الزحام الشديد في البحث عن وظيفة إذ أنه من الصعب توفر مناصب شغل لكل خريجي الجامعات في الوظيف العمومي، فهؤلاء يجب تدريبهم على كيفية إنشاء مشاريعهم الخاصة والدخول في عالم الأعمال الحرة بطريقة صحيحة، وإذا لاحظنا خريجي الجامعات، فالكثير منهم لم يتم تدريسهم مبادئ المقاولاتية وكيفية إنشاء الأعمال الحرة أو المؤسسات الخاصة بهم في أي مرحلة من مراحلهم الدراسية، فهمهم الوحيد الحصول على وظيفة بعد التخرج.

وإذا لاحظنا كذلك الحاصلين على شهادة الباكالوريا، نجدهم تائهين في البحث عن التخصّص المناسب لهم، بسبب عدم معرفتهم بقدراتهم وإمكانيّة استغلالها، فنجد التخصّصات الأكثر طلبا والتي معدّلاتها مرتفعة دائما ما تكون تلك التي بها فرصة وظيفة أكبر مثل: الطبّ والصيدلة وجراحة الأسنان والمدارس العليا للأساتذة، وهذا قد يكون راجعا لعدم وجود روح المقاولاتية لدى حاملي شهادة الباكالوريا والتي يمكنهم بها التفكير في تخصص يفيدهم في إنشاء مؤسساتهم الخاصة، فلا يخاطرون بدراسة تخصص قد تكون فرص فيه الحصول على وظيفة قليلة، وحتى أثناء اختيار التوجه في الجامعة في مراحل الجذوع المشتركة، فإذا تحصلوا على تخصص تقل فيه فرصة الحصول على وظيفة تجدهم غير راضين عن ذلك، ما يجعلهم غير مهتمين بالدراسة وتقل لديهم الدافعية، وبالتالي قد يؤدي ذلك إلى انخفاض المردود العلمي لديهم. وحتى بعد التخرج بشهادة جامعية يبقى الطالب تائها في البحث عن عمل، فهذه الدراسة قد تساعد الطلبة في اختيار التوجيه المناسب لهم (سواء إعادة التوجيه في الجامعة أو التوجيه نحو التخصص بعد دراسة الجذع المشترك) وتوعية المسؤولين في مؤسسات التربية والتعليم بأهمية تعليم المقاولاتية للطلبة، وبالتالي تمنح صناع القرار داخل المنظومة التربوية فكرة عن إمكانية استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زرع روح المقاولاتية عبر البرامج التكوينية في الوسط الجامعي للطلبة.

كما تفيد هذه الدراسة إلى التطرق لأهم الأبحاث والدراسات التي عالجت مفهوم المقاولاتية والإسهام في سد النقص الموجود في هذه الدراسات خاصة باللغة العربية وأيضا الدراسات التي تطرقت لموضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي يتطور باستمرار، فهي تفتح المجال أمام الباحثين لدراسة موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته بالمقاولاتية وتعليم المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين. إضافة إلى ذلك، فإن أهمية الدراسة الحالية تنبع من انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال حول العالم وضرورة دراستها وتحديد أثرها ودورها على

مختلف جوانب المجتمع، ما قد يساعد صناع القرار والمسؤولين في التوجه نحو استعمالها بما يتناسب مع نتيجة الدراسة.

وما دفع الطالب لاختيار هذا الموضوع طبيعة التخصص المدروس في مرحلة الماجستير والموضوع المعالَج، والاهتمام بالمواضيع المتعلقة بالمقاولاتية وإنشاء المشاريع الخاصة. وطبيعة العمل كأستاذ في المعلوماتية والاهتمام بالتكنولوجيات الحديثة والاستفادة منها في جميع المجالات، لا سيما أن متغيري الدراسة يتميزان بالحداثة والتغير المستمر.

5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى جملة من الأهداف:

أ. الهدف العام: وهو تحديد دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة.

ب. الأهداف العلمية: كغيرها من الدراسة العلمية، تسعة الدراسة الحالية إلى إثراء المكتبة العلمية وتثمين الرصيد العلمي والمعرفي حول موضوع الدراسة، وتزويد الباحثين بإطار نظري للمساعدة في إطلاق أبحاث ودراسات أخرى، عبر التطرق للأدب النظري المتعلق بمفهومي المقاولاتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، خاصة أن كلاهما يتميز بالحداثة والتغير الكبير بالموازاة مع الانفجار المعرفي والتغيرات التي يشهدها القرن الواحد والعشرون.

ج. الأهداف التطبيقية: تحاول الدراسة الحالية الوصول إلى الأهداف العملية التالية من خلال الدراسة الميدانية:

- الكشف عن الفروق في روح المقاولاتية بين الطلبة الجامعيين.
- الكشف عن العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- الكشف عن أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

وتسعى الدراسة للخروج بتوصيات ومقترحات لاستغلال تكنولوجيا الإعلام في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة واستغلالها لغرض ثقافة المقاولاتية عوض ثقافة البحث عن وظيفة وعمل لدى الآخرين، والتأكيد على جعلها منهج حياة وليس مجرد مقياس ووحدات تعلمية يتم تدريسها وتسليم شهادة لا تسمن ولا تغني من جوع.

6. الدراسات السابقة

يعتبر التطرق للدراسات السابقة أمرا في غاية الأهمية، فالبحوث والدراسات لا تنطلق من العدم، بل يجب وجود منطلق ترتكز عليه، ومن خلال البحوث العلمية، نلاحظ أن الباحثين يذكرون الدراسات السابقة في

عدة مواضع في الأطروحة، فمنهم من يذكرها أثناء طرح الإشكالية، ومنهم من يخصص لها جزءا في المقدمة، والبعض يجعلها في فصل خاص، ومنهم من يدمجها في مراجعة الأدبيات في الفصول النظرية.

في هذه الدراسة، سيتم ذكر بعض الدراسات السابقة في طرح الإشكالية، والبعض الآخر سيتم ذكره أثناء عرض الفصول النظرية والتطبيقية، ورغم أن الطالب -في حدود اطلاعه على المراجع المتوفرة- لم يجد بحثا يتطرق إلى ربط متغيري الدراسة الحالية، لذلك سيذكر في هذا الجزء -باختصار- بعض الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة ومتغيريه والتي ترتكز عليها الإشكالية والفرضيات وتحديد الفجوة العلمية:

1.6. دراسة زينة (2006)، **بعنوان: درجة ممارسة تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بالإبداع الإداري لدى مديري الثانويات الخاصة بالأردن.**

هذه الدراسة، التي أجريت على عينة متكونة من 70 مديرا و210 معلمين اختيروا بطريقة عشوائية بتوزيع استبانتين، الأولى لمعرفة درجة ممارسة مديري المدارس الثانوية الخاصة لتكنولوجيا المعلومات، والثانية لقياس مستوى الإبداع الإداري لدى المديرين من وجهة نظر المعلمين، توصلت إلى أن هناك علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة ممارسة مديري المدراس الثانوية الخاصة في الأردن لتكنولوجيا المعلومات من وجهة نظره معلميهم وبلغ معامل الارتباط 0.31، ويرجع الباحث ذلك إلى أن المدير الذي يشجع على الإبداع والتغيير في أدائه الإداري يحتاج إلى تكنولوجيا المعلومات لتوفير الوقت والجهد وتحسين الأداء والدقة والسرعة والاتصال، ويحتاج إلى تغيير وتطوير مستمر على التكنولوجيا المستخدمة للتعايش مع المستجدات. تتشابه الدراسة الحالية معها في أنهما يدرسان العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والإبداع ذاك أن الإبداع يعتبر أحد أبعاد روح المقاولاتية، لكن الدراسة الحالية ستكون لدى الطلبة الجامعية مع إضافة الأبعاد الأخرى لروح المقاولاتية.

2.6. دراسة الجودي (2015) **بعنوان: نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة.**

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة توضيح أهمية التعليم المقاولاتي في تعزيز روح المقاولاتية لطلبة الجامعات، حيث قام بدراسة مسحية لعينة من طلبة الماستر تخصص "مقاولاتية وتسيير مؤسسة" بجامعة الجلفة. طبقت الدراسة على طلبة كلية العلوم الاقتصادية وعددهم 132، بتوزيع استبانة عليهم وتحليله عن طريق برنامج SPSS، وقد اعتمد الباحث على نموذج افتراضي قام ببنائه وتوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود روح مقاولاتية لدى الطلبة وعدم وجود فروقات تعزى للخصائص الشخصية كالجنس والعمر

والمستوى والنظام التعليمي ووجود علاقة بين التعليم المقاولاتي الحالي وروح المقاولاتية لدى الطلبة لكنها ليست بالعلاقة القوية ما يفسر ضرورة إجراء تعديلات في برنامج التعليم المقاولاتي. كما أن محتويات برامج التعليم المقاولاتي الحالية تسمح للطلبة باكتساب المهارات التقنية والإدارية والشخصية حسب نتائج الدراسة.

انطلاقا من نتائج هذه الدراسة التي توصي بضرورة تعديل برامج تعليم المقاولاتية، ومن بين ما يتضمنه تعليم المقاولاتية من أساليب وطرق واستراتيجيات هو استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهو ما لم تتطرق له هذه الدراسة في الاستبانة المقدمة، وأوصى الباحث في هذا الإطار بضرورة استعمال أساليب تدريس حديثة لتعليم المقاولاتية، مقترحا برنامجا لتعليم المقاولاتية يحتوي على 22.5 ساعة في الإعلام الآلي، ومن هذا المنطلق، تسعى الدراسة الحالية لاستكشاف دور الإعلام الآلي في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة. كما أن الدراسة اقتصرت على طلبة تخصص "مقاولاتية وتسيير المؤسسة" كعينة للدراسة، والذين تلقوا تكوينا أكاديميا منذ السنة أولى من طور الليسانس يدور حول المؤسسات والمقاولاتية ولم يقم الباحث بدراسة تخصصات أخرى لا علاقة لها بالمؤسسة ودراسة تأثير تعليم المقاولاتية على روح المقاولاتية لدى طلبتها، فدراستنا ستوسع عينة الدراسة لتشمل جميع التخصصات في عدة جامعات.

3.6. دراسة دباح (2012)، **بعنوان: دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها (2000-2009).**

استهدفت الدراسة الكشف عن إمكانية تنشيط عملية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من خلال تنمية الروح المقاولاتية، وتثمين الخبرات المكتسبة للأفراد وذلك في ظل الإصلاحات المطبقة من طرف الدولة في مجال دعم وترقية المقاولاتية، وقامت الباحثة بصياغة استبانة تم توزيعها على 30 مقاولا بالجزائر العاصمة، وتوصلت إلى وجود تأثير كبير للعوامل الشخصية للمقاول مثل الرغبة في الخروج من حالة البطالة وتحقيق الكسب المادي والاستقلالية والرغبة في تحقيق إنجاز شخصي وتحمل المسؤولية والمخاطرة على إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. ولم تتوصل الدراسة إلى أثر ملموس للخصائص المقاولاتية المتمثلة في الإبداع والابتكار والمبادرة على إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر فهذه النتائج تبرر اختيار بعض السمات الشخصية لدراستها ضمن مفهوم روح المقاولاتية من جهة، وتوضح أن مفهوم المقاولاتية لا يزال بعيدا عن المفهوم النظري الذي يتضمن الإبداع والابتكار كأحد المرتكزات الأساسية له، وهو ما تسعى الدراسة الحالية لتوضيحه في الجانب النظري والتطبيقي لها.

4.6. دراسة سايح (2017) **بعنوان: دور الدوافع والمهارات المقاولاتية في تعزيز روح المقاولاتية لدى خريجات الجامعات دراسة ميدانية لعينة من طالبات الماستر لجامعة وهران.**

هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور المهارات المقاولاتية في تعزيز روح المقاولاتية لدى طلبة المعاهد ومراكز التكوين من خلال استعمال المنهج الوصفي بتوزيع استبانة على 200 طالبة واستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط، وتوصلت إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمهارات الشخصية والمهارات التقنية على روح المقاولاتية لدى الطالبات، وعدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمهارات الإدارية على روح المقاولاتية، وتوصلت إلى تأثير الدوافع المقاولاتية والمهارات المقاولاتية على روح المقاولاتية.

في هذه الدراسة، وحسب التعريف الذي قدمته الباحثة، فإن المهارات التقنية تشمل المهارات التي تساعد الفرد على مواكبة التطور التكنولوجي والتحكم في تكنولوجيا الاتصال، وتشمل الخبرة والمعرفة والقدرة التقنية ووجود مهارات الكتابة وتحليل والبيئة سواء الداخلية أو الخارجية والتكيف مع مختلف المتغيرات وبناء الشبكات والتدريب والعمل الجماعي والتعامل مع الأدوات التكنولوجية ، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية إثباته بأداة أكثر تفصيلا من خلال التركيز على دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمختلف جوانبها من جهة، وتوسيع الدراسة لتشمل الذكور والإناث من تخصصات مختلفة من جهة أخرى.

5.6. دراسة لفقير (2017) **بعنوان: روح المقاولة وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة حالة مقاولي ولاية برج بوعريريج.**

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة البحث عن وجود أثر للسمات الشخصية المكونة للروح المقاولاتية لدى المقاول (الحاجة للإنجاز، الثقة بالنفس، الإبداع، الاستقلالية وتحمل المسؤولية، الميل للمخاطرة، روح المبادرة) على إنشائهم لمؤسساتهم ونجاحها بالاعتماد على المقاربة السلوكية لدراسة المقاولاتية، من خلال المنهج الوصفي بتوزيع 61 استبانة على مقاولين جزائريين وتوصل إلى وجود أثر واضح للسمات المقاولاتية على إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونجاحها في الجزائر ويتأثر المقاولون محل الدراسة بدرجة أكبر بروح المبادرة يليها الثقة بالنفس يليها الاستقلالية وتحمل المسؤولية ثم الحاجة للإنجاز، بينما أثبتت الدراسة أنه لا وجود لأي أثر للإبداع والميل للمخاطرة على إنشاء المؤسسات. لا نجد لأهم خاصيتين من الخصائص المقاولاتية وهما (الإبداع والميل للمخاطرة).

إذن، أثبتت الدراسة وجود أثر للروح المقاولاتية لدى المقاول على إنشاء مؤسسته ونجاحها، وهو ما يبين دور روح المقاولاتية في التطور الاقتصادي من خلال إنشاء المؤسسات وزيادة النشاط التنموي، بينما

توصلت الدراسة إلى عدم وجود أي أثر للإبداع والميل للمخاطرة على إنشاء المؤسسات رغم أنهما أهم ما يميز المقاولاتية وهو ما يؤكد الخلل الكبير في مجال إنشاء هذا النوع من المؤسسات في الجزائر، إذ لا يتم التفريق بين منشئ المؤسسة والمقاول، وهو ما قد يشكل مؤسسات نمطية تفتقر إلى الإبداع والابتكار، وكل هذا ناتج عن ضعف الإبداع والمخاطرة، فمنشئ المؤسسة حتى يكون مقاولا يجب أن يمر بمراحل السيرورة المقاولاتية انطلاقا من الفكرة وصولا إلى إنشاء المؤسسة كأحد صور المقاولاتية، هذه المراحل تحتاج على الإبداع خاصة في مرحلة اكتشاف الفكرة واقتناص الفرصة، ثم المخاطرة في توظيف وتخصيص الموارد لتحويل الفرصة لمؤسسة تحقق أهدافها، واتخاذ قرارات حاسمة ومصيرية، وبالتالي فإن ضعف وجود وتأثير الإبداع والمخاطرة يؤدي إلى ضعف الروح المقاولاتية، وستكون النتيجة عملية إنشاء مؤسسة نمطية تقليدية وليس مقاولاتية، وهذا ما تسعى الدراسة الحالية لتجنبه بمحاولة بيان دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستغلالها لتنمية روح المقاولاتية إن أمكن ذلك في مرحلة مهمة لتكوين الشاب المقاول وهي مرحلة الجامعة.

7.6. دراسة كاظم (2017) **بعنوان العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والتسويق الابتكاري وأثرها في ريادة الأعمال دراسة تحليلية مقارنة بين عينة من المصارف الحكومية والخاصة العاملة في بغداد.**

هدفت هذه الدراسة أساسا إلى تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والتسويق الابتكاري للمصارف (البنوك) وبيان أثر تلك العلاقة في ريادة أعمال (مقاولاتية) تلك المصارف، باستخدام المنهج الوصفي وتوزيع 35 استبانة على مصارف حكومية ومصارف خاصة بالتساوي، وتوصلت إلى أن أقوى العلاقات كانت بين متغير تكنولوجيا المعلومات وريادة الأعمال، ما يؤكد أن امتلاك المصارف لتكنولوجيا المعلومات سيزيد من ريادة أعمالها، وهذا التأثير كان للمصارف الخاصة أكبر من المصارف الحكومية بسبب وجود مخاطرة أكبر لدى المصارف الحكومية عن الخاصة وعدم وجود دعم وكان أثر تكنولوجيا المعلومات أكبر من تأثير التسويق الابتكاري. وهذا ما يتشابه إلى حد ما مع الدراسة الحالية التي تسعى إلى تحديد دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية روح المقاولاتية في مؤسسة مختلفة تتمثل في الجامعة من خلال الطلبة من مختلف التخصصات.

8.6. دراسة العزاوي وعلي (2019)**: بعنوان الدور الوسيط لتكنولوجيا المعلومات في العلاقة بين التوجه الريادي وعوامل نجاح المشروع: بحث استطلاعي تحليلي في شركة الزوراء العامة.**

قام الباحث بدراسة العلاقة والتأثير بين التوجه الريادي بأبعاده (الإبداعية والاستباقية والاستقلالية وتقبل المخاطرة والهجومية) وعوامل نجاح المشروع بأبعاده (الالتزام التنظيمي والاتصالات وفريق عمل المشروع ومراقبة المشروع) من خلال الدور الوسيط لتكنولوجيا المعلومات (الحصول على المعلومات والمعالجة والتخزين) وذلك بتوزيع استبانة على عينة من 125 فردا من مشروع الخلايا الشمسية من مختلف المستويات الوظيفية في

شركة الزوراء العامة بالعراق، وإجراء مقابلة مع بعض أعضاء العينة 15 مديرا لأقسام وشعب ووحدات المشروع، وتوصلت الدراسة إلى أن التوجه الريادي يرتبط ارتباطا وثيقا مع عوامل نجاح المشروع بتوسط تكنولوجيا المعلومات، وإلى أن هناك علاقة تأثير إيجابي وعلاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والتوجه الريادي، وهوما تود الدراسة الحالية الكشف عند الطلبة الجامعيين، باعتبار أن مفهومي التوجه الريادي وروح المقاولاتية متقاربين إذا اعتبرنا أنهما مجموعة من الخصائص الشخصية للفرد، كما أن هذه الدراسة قامت بقياس متغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن طريق ثلاثة أبعاد: الحصول على المعلومات، والمعالجة، والخزن، لكن دراستنا الحالية ستقيسها وفق أبعاد أخرى، كما أنها ستستهدف طلبة الجامعة كعينة دراسة وليس عمال مشروع.

9.6. دراسة بوحجر (2020) **بعنوان إشكالية تنمية روح المقاولاتية في الجزائر دراسة ميدانية لعينة من طلاب الجامعات الجزائرية.**

توصلت الدراسة التي أجريت على عينة عشوائية تتكون من 411 طالبا من كليات الاقتصاد في الجزائر إلى أن الطلبة لديهم روح مقاولاتية، وأن هناك تأثيرا طرديا لكل من التعليم والتدريب المقاولاتي والنوادي العلمية والجمعيات الثقافية والخلفية العائلية والثقافة المقاولاتية للمجتمع على الروح المقاولاتية للطلبة، بينما هناك تأثير عكسي لمراكز ودور المقاولاتية والتمويل وسهولة الحصول عليه على روح المقاولاتية، ولم تتوصل إلى أي تأثير للثقافة المقاولاتية للجامعة وسياسات الدعم والمرافقة الحكومية.

تتشابه الدراسة التي سنقوم بها مع هذه الدراسة في أنها تدرس العوامل التي يمكن أن تؤثر على روح المقاولاتية، غير أن الدراسة الحالية تدرس تأثير تكنولوجيا الاتصال التي تمكن أن تستعمل ضمن العوامل التي تطرقت لها دراسة بوحجر، فيمكن أن تستعمل في التعليم وفي التدريب المقاولاتي، ويمكن أن تستعملها النوادي العلمية والجمعيات الثقافية، ويمكن أن تكون ضمن الخلقية العائلية والثقافة المقاولاتية، وحتى العوامل التي أثبتت الدراسة تأثيرها العكسي، كمراكز ودور المقاولاتية يمكن أن تستعمل تكنولوجيا الاتصال. كما أن هذه الدراسة طبقت على طلبة الاقتصاد فقط، بينما دراستنا ستشمل جميع التخصصات في الجزائر.

7. منهجية الدراسة والأدوات

في ضوء الأهداف التي تسعى لتحقيقها الدراسة الحالية، سيتم استخدام المنهج الوصفي لأجل محاولة التوصل للإجابة عن الأسئلة المرتبطة بالإشكالية واختبار الفرضيات المطروحة وتحديد العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية وتحليلها، ولهذا الغرض، سيتم استعمال الاستبانة كأداة لجمع البيانات ومن ثم تحليها عن طريق برنامج SPSS.

8. حدود الدراسة وصعوباتها

1.8. الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على تحديد العلاقة بين متغيرين اثنين: تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالجامعة لدى الطالب وفي الجامعة، ويتم قياسه من خلال استطلاع رأي الطالب حوله من حيث التوفر والاستعمال، وتقيس الدراسة روح المقاولاتية لدى الطلبة من وجهة نظر الطالب نفسه.

2.8. الحدود الزمنية: أجريت الدراسة الميدانية (الدراسة الاستطلاعية والدراسة الأساسية) ابتداء من شهر ماي إلى غاية شهر نوفمبر 2022، حيث تم نشر وإرسال الاستبانة عبر شبكة الإنترنت، وتسليميه للزملاء للمساعدة في نشره.

3.8. الحدود المكانية: تمت الدراسة في الجزائر، ونظرا للعدد الكبير للمؤسسات الجامعية وصعوبة الوصول إليها، فإن الحدود المكانية للدراسة شملت في مجموعها 76 مؤسسة جامعية.

4.8. صعوبات الدراسة: لا تخلو أي دراسة من وجود صعوبات وعقبات حاول الطالب التغلب عليها، منها ما هو عام ومشترك بين البحوث من هذا النوع، ومنه ما هو خاص بالدراسة، نذكر منها:

أ. المراجع حول متغيري الدراسة: ففي المقاولاتية، هناك ندرة في الكتب التي تعالج الموضوع بشكل حديث، خاصة باللغة العربية، فالمراجع الموجودة تتشابه في محتواها ولا تكاد تجد طرحا جديدا أو معلومات غير متكررة، خاصة أن الموضوع يمكن دراسته في عدة تخصصات. وفي تكنولوجيا الإعلام والاتصال نجد الكتب الموجودة لا تواكب التطورات المتسارعة، فالمراجع الحديثة تنقل حرفيا مما تناولته الكتب القديمة، فنجدها مثلا تذكر وسائل تكنولوجية قديمة ليست مستعملة حاليا، فتركز على الجانب التاريخي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ما جعل الطالب يستعين بالمواقع الموثوقة لتوفير معلومات حديثة كالمواقع الرسمية للشركات والجامعات وغيرها. إضافة لكون موضوع المقاولاتية موضوعا متعدد التخصصات، فله علاقة بالعلوم النفسية والسلوكية والاجتماعية، وبعلوم التسيير والعلوم الاقتصادية والتجارية، ما يستدعي من الباحث الإلمام بجميع هذه التخصصات والقراءة فيها لغرض فهم الموضوع وربط العناصر المختلفة ومحاولة تبسيط معالجة الموضوع وتعقيداته.

ب. عينة الدراسة: واجه الطالب صعوبات تتعلق بتوزيع أداة الدراسة، فكان التوجه في البداية نحو توزيع الاستبانة بشكل ورقي على الطلبة، لكن هذا الأمر بالغ الصعوبة ويحتاج إلى إمكانيات مادية وبشرية وإلى زمن طويل، وإلى ترخيص من الهيئات المعنية للدخول إلى الجامعة، لذلك تم استعمال ما توفره شبكة الإنترنت من سهولة في التواصل، باستعمال الاستبانة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، ورغم ذلك فإن بعض أفراد عينة الدراسة تتماطل في الاستجابة.

9. تقسيمات الدراسة

لمعالجة إشكالية الدراسة، تم تقسيمها كما يلي:

المقدمة العامة: تناولت الإطار العام للدراسة.

الفصل الأول: بعنوان "الأسس النظرية لروح المقاولاتية"، جاء ليوضح الإطار النظريّ والمفاهيميّ للمقاولاتية والمصطلحات المرتبطة بها، إضافة إلى عرض مفهوم روح المقاولاتية.

الفصل الثاني: تناول "تكنولوجيا الإعلام والاتصال" كمفهوم حديث، بضبط المصطلح وبيان الجانب التاريخ له، والتطرق لبعض مكوناتها وتطبيقاتها.

الفصل الثالث: وهو فصل تطبيقي يتناول الإجراءات المنهجية للدراسة، ويتضمن تصميم أداة الدراسة وغرض النتائج المتوصل إليها.

الخاتمة العامة: تناولت ملخصا للنتائج النظرية والتطبيقية للدراسة.

الفصل الأول:

الأسس النظرية لروح المقاولاتية

الفصل الأول: الأسس النظرية لروح المقاولاتية

تمهيد

لقد تناول الباحثون مفهوم المقاولاتية من عدة جوانب، نتيجة استخدام هذا المصطلح في مجالات وتخصصات مختلفة، ولهذا لا يمكن حصر مفهوم واحد متفق عليه بين الباحثين، حيث أن هذه الظاهرة متغيرة ومعقدة، ما جعلها تحظى بجدل واسع وجعل الباحثين ينقسمون في تفسيرهم للسلوك المقاولاتي، فهي متعددة الأبعاد ويمكن دراستها من عدة زوايا ونتج عن ذلك خلط كبير بين المصطلحات المتداولة والتي لها علاقة بالمقاولاتية. وعليه يركز هذا الجزء من الدراسة على تحديد المجال الدلالي لهذا المفهوم من مختلف الجوانب، وسيتم عرض ومناقشة أبرز ما تضمنه من مضامين ودلالات وذلك منذ بداية ظهوره في القديم، وارتباطه بمفهوم المقاول، وتحديد ماهية روح المقاولاتية والأبعاد المشكلة لها.

المبحث الأول: المقاولاتية والمقاول، الأسس النظرية

تطور البحث في المقاولاتية (The Entrepreneurship) حسب ثلاث اتجاهات فكرية، فقبل سنوات الستينيات، كان الاتجاه الاقتصادي سائدا والذي يدرس المقاولاتية من الجانب الوظيفي، ثم بدأ الباحثون يركزون على دراسة خصائص الأفراد وتأثيرها على المقاولاتية، ومع بداية التسعينيات ظهر اتجاه ثالث في علوم التسيير والإدارة يهتم بدراسة سير العملية المقاولاتية ككل (الجودي، 2015، صفحة 3). ويقسم Bull & Willard (1993) أدبيات الكتابة في مجال المقاولاتية إلى خمسة أقسام:

القسم الأول: تعريف المقاول.

القسم الثاني: سمات وخصائص المقاول.

القسم الثالث: استراتيجيات نجاح المؤسسات المقاولاتية.

القسم الرابع: كيفية تكوين المشروعات المقاولاتية.

القسم الخامس: الدراسات التي تتناول أثر العوامل البيئية في السلوك المقاولاتي.

(الصيرفي، عبد الفتاح، و علام، 2020، صفحة 131).

المطلب الأول: مفهوم المقاولاتية

إن المقاولاتية رغم بساطة مفهومها إلا أن لها عمقا كبيرا، لأنها مرتكز إنشاء الأفكار والمشاريع القادرة على الاستمرار والنجاح وهذا ما جعلها تدخل في صلب النظريات الاقتصادية في التطور والنمو من خلال أن

أحد أسباب التخلف وتباطؤ النمو هو غياب المقاولين الذين يرغبون في الابتكار واستغلال أشكال الفرص الاستثمارية (خربوطلي، 2018، صفحة 6).

يقول Bygrave & Hover (1991) أن العلم الجيد هو الذي يبدأ بتعريف جيد، ويؤكد Bruyat & Julien (2001) أنه لا وجود لتعريف جيد في حد ذاته، إذ أن التعريف يجب أن يخدم البحث العلمي في وقت ما (الصيرفي، عبد الفتاح، و علام، 2020، صفحة 130)، ولهذا سيتم البدء في محاولة تحديد تعريف للمقاولاتية وفق ما تقتضيه الدراسة الحالية.

أولا: تعريف المقاولاتية

إن الحديث عن تعريف المصطلح الأساسي في هذه الدراسة، يتضمن جانبين أساسيين: الأول هو الجانب اللغوي، والثاني هو الجانب الاصطلاحي.

1. الجانب اللغوي: ويتضمن دلالة الكلمة في اللغة، فالاستعمال الأول للمصطلح كان في اللغة الفرنسية، ويذكر القاموس العالمي لـ Furetière (1690) أن المقاولاتية (L'entrepreneuriat) هي النشاط الذي يقوم به المقاول (L'entrepreneur)، وأطلق لفظ المقاول على الشخص الذي يتعهد بالقيام بشيء ما، وهو مشتق من الفعل تعهد (Entreprendre)، وأطلق في الأول على المهندسين المعماريين الذين يتولون بناء العمارات (Le Robert, 2021)، وأشار قاموس (Larousse, n.d.) إلى أن المقاول يستخدم في الاقتصاد للدلالة على مدير مؤسسة متخصصة في البناء والأشغال العمومية وأعمال الإسكان، أما في مجال الحقوق فهو الشخص الذي يتعهد، بموجب عقد عمل، بأداء عمل للسلطة المتعاقدة. وفي القاموس العام للتجارة (1732): "Entrepreneur": هو الشخص الذي يباشر عملا أو مشروعا ما، فمثلا بدلا من أن نقول صاحب مصنع نقول مقاول صناعي (صارة، نذار، ومغتات، 2018).

أما فيما يخص ترجمة المصطلح إلى العربية، فقد استعملت الأدبيات العربية عدة ترجمات كالعمل الحر، والعصامية، والمبادأة، وإنشاء الأعمال، والمخاطرة، والملاحظ أن بحوث دول الشرق الأوسط تستعمل مصطلح ريادة الأعمال بكثرة، بينما تستعمل دول المغرب العربي غالبا مصطلح المقاولاتية.

بالنسبة للمعنى اللغوي للريادة في اللغة العربية، فقد جاء في معجم المعاني أن الريادة تعني القيادة والرئاسة، وتعني كمصطلح لغوي "الميزة التي تكتسبها شركة لكونها رائدة صناعة ما أو في طليعة من يعرض منتجاً جديداً أو خدمة حديثة" (المعاني، بلا تاريخ)، أي أن الريادة تعني السبق إلى فعل ما. أما المقاول فهو "اسم فاعل من قاولَ وهو مَن يتعهد بالقيام بعمل معين مستكمل لشروط خاصة نظير مال معلوم، كبناء بيت أَو إِصلاح طريق" (المعاني، بلا تاريخ).

وفي هذا السياق، فإن عددا من المراكز والجمعيات والمنظمات قد اتفقت، في المؤتمر الدولي الأول لريادة الأعمال سنة 2009 في مدينة الرياض، على ترجمة الكلمة الإنجليزية Entrepreneurship فرنسية الأصل إلى "ريادة الأعمال"، التي هي إنشاء عمل حر يتسم بالإبداع ويتصف بالمخاطرة، وترجمة Entrepreneur إلى "رائد أعمال" (الشميمري و المبيريك، 2018، صفحة 13).

2. الجانب الاصطلاحي: ويتضمن استعمال الكلمة في البحوث العلمية، وهنا تبرز إشكالية التعريف، فقد استقت المقاولاتية مختلف تعريفاتها من خلال البحوث والدراسات المتنوعة حولها. إن تعدد الدراسات والنظريات والمداخل التي تطرقت لمفهوم المقاولاتية والمقاول جعل Bull وWillard يصنفها إلى خمس مجموعات:

المجموعة الأولى: تركز على تعريف المقاولاتية من خلال المقاول أنه الشخص الذي لديه خبرات مهنية ومهارات تواصل يتوقع من خلالها مكاسب شخصية في وجود بيئة داعمه له، ويقبل التحدي والمخاطرة، ولديه إمكانيات للتوقع وقدرات للتعامل مع الواقع.

المجموعة الثانية: تركز على السمات السيكولوجية للشخص المقاول، وأنها هي التي تحدد الفرصة التي يمكن أن توجد مشروعا جديدا، وتمنح المقاول القدرة الذاتية على استغلالها والعمل عليها.

المجموعة الثالثة: تهتم بتفسير المشاريع الجديدة الموجودة على أرض الواقع من خلال الاستراتيجيات التي أدت إلى نجاحها.

المجموعة الرابعة: تهتم بكيفية تشكل المشاريع الجديدة.

المجموعة الخامسة: تشتغل باختبار تأثير العوامل البيئية على الأنشطة المقاولاتية (اعتماد و علام، 2019، صفحة 36).

فمصطلح المقاولاتية قد عرف تطورا تاريخيا منذ ظهوره لأول مرة في القاموس الفرنسي في بداية القرن السادس عشر ميلادي، وفي هذا السياق، قامت (شادلي، 2018) بدراسة تطور مفهوم المقاولاتية من خلال المحطات التاريخية التي ساهمت في تطور الفكر المقاولاتي، ويمكن تلخيص الدراسة في الجدول التالي:

الجدول 1: تطور مفهوم المقاولاتية والمقاول

العصر	مفهوم المقاول
قبل 1870	المقاول هو الفرد الذي يمضي عقدا مع السلطات العمومية لضمان إنجاز أعمال مختلفة أو للقيام بمهمة أيا كانت (1616)Montchrétien. تأسيس نظرية المقاول (1697) من طرف (Daniel Foe) الذي يرى أن المقاول هو الذي ينشئ مشاريع باستعمال ابتكارات تقنية والذي يتمتع بالجانب الانفرادي والحرية. تحليل ريتشارد كونتيون (Richard Cantillon) لخصائص المقاول: روح المبادرة، القيادة، التركيز على الخطر واللايقين. المقاول هو من يعمل على إنتاج أو شراء سلعة بسعر محدد وبيعها للحصول على سعر غير مؤكد وبالتالي الحصول على دخل غير ثابت. ظهور فكرة المقاول المبدع كصفة أساسية للمقاول (بيكولاس بودو Nicolas Baudeau). المقاول هو الذي يتصور مشروعا ما أو يتولى مسؤوليته، يرى الفرصة ويغتنمها، حيث هو المتعهد بخلق، على حسابه الخاص، لمصلحته الخاصة، وبمواجهته للمخاطر، منتوجا معينا قبلا للاستهلاك. (جين باببيت ساي Jean-Baptiste Say) المقاول: • مغامر Adventurer • المشاريعي Projector • المتعهد Undertaker • المنسق Coordinator • المراقب Superintendent • المتحمل للايقين Uncertainty-bearer • مبدع وحامل للخطر Risk holder Creator
عصر الاقتصاد The economic era 1870-1940	المقاول هو من يستطيع اتخاذ قرار في ظل عدم اليقين الحقيقي عندما يكون المستقبل مجهولا ولا سبيل للتنبؤ به. (1972) Frank H.Knight. المقاول يقوم بصناعة جديدة، أسواق جديدة، طرق جديدة، سلع جديدة، الاستيلاء على مصادر تموين جديدة، تنظيم جديد للصناعة. (شومبيتر Joseph Chumpueter). المقاول هو شخص يسعى لاستخدام موارده ومهاراته في اقتناص مكاسب مستقبلية وتحقيق الربح (إسرائيل كيرنر 1930Israel Kirzner)
عصر العلوم الاجتماعية The social sciences era 1970-1940	المقاول يمتلك مهارة توجيه الإنتاجية بما يضمن الاستجابة للفرص المتواجدة في اقتصاد السوق. المقاولون يميلون لأن يتشكلوا من مجموعات عانت من الانسحاب من وشع معين. ربط الباحثون بين المقاولاتية ومواضيع علم الاجتماع: الشبكات الاجتماعية، مجموعة الأقليات، التغير الاجتماعي، النمط الاجتماعي للفرد.
عصر الدراسات الإدارية إدارة الأعمال era The management من 1970 إلى الوقت الحاضر	أصبحت المقاولاتية تدرس في كليات إدارة الأعمال. نقاشات عميقة حول المفاهيم الأساسية للمقاول ورسم حدودها كمجال للبحث. إدراك أن المقاولاتية مجال معقد، غير متجانس، وظاهرة متعددة المستويات. عودة الجوانب الاقتصادية والسيكولوجية لمعالجة المقاولاتية كظاهرة.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على دراسة شادلي (2018)

يتضح من خلال هذ التتبع التاريخي أن أول استعمال لمصطلح المقاولاتية كان في بداية القرن السادس عشر ميلادي، وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الاستكشاف العسكري فأطلق مصطلح المقاول على الذين ينظمون هذه الحملات ويقودونها أو يديرون مشاريع كبيرة كبناء الحصون والقلاع والجسور. ففي ظل تأسيس نظرية المقاول من طرف Daniel Foe (1697) ، كان المقاول هو من يقوم بإنشاء مشاريع تتصف بالمخاطرة، وظهر نوع جديد من المقاولين يسمى المقاول المبدع، فأضيفت سمة الإبداع إلى المقاول، ثم دخل مفهوم المقاولاتية إلى النشاطات الاقتصادية في القرن الثامن عشر الميلادي من قبل الاقتصادي ريتشارد كانتيلون وشمبيتر، ثم في القرن العشرين دخل مصطلح المقاولاتية إلى العلوم الاجتماعية، وأصبح ينظر إليه كسلوك تطبق عليها نظريات علم الاجتماع. وفي نهاية القرن العشرين، أصبحت المقاولاتية تدرس في كليات إدارة الأعمال، وأصبحا مجالا خصبا للدراسات الأكاديمية، حيث أدرك الباحثون أنها ظاهرة معقدة، تتدخل فيها عدة جوانب اقتصادية وبسيكولوجية. وبالرغم من استعمال هذا المصطلح من قبل إلا أن الفضل في إدخاله إلى النظرية الاقتصادية يرجع إلى R.Cantillon (1755) و J.B.Say (1803) ، الذين كانا من الاقتصاديين الأوائل الذين قدموا تصورا واضحا لوظيفة المقاول ككل (الجودي، 2015، صفحة 4). وينظر جوزيف شومبيتر(1934) الذي يسميه الباحثون "أب المقاولاتية" إلى المقاولاتية كتركيبة جديدة تتضمن عمل أشياء جديدة كليا أو عمل الأشياء المعتادة بطريقة جديدة، وقد تتمثل في تقديم سلع جديدة أو طرق جديدة للإنتاج أو فتح أسواق حديدة أو مصادر جديدة للتموين أو إنشاء منظمات جديدة (عنبة، 2017، صفحة 2).

إذن، يتضح جليا تطور مفهوم المقاولاتية عبر العصور وارتباطه جليا بمفهوم المقاول حيث يمكن تعريف كل منهما بالآخر، ولعل الغوص في تفاصيل هذا التطور لا تفيد الدراسة الحالية، بقدر ما تشتت الأفكار وتبعدها عن الهدف الأساسي، ولذلك سنعرض فيما يلي بعض التعاريف ووجهات النظر الحديثة حول الموضوع:

نجد Bernager وآخرون يعرفون المقاولاتية المرتكزة على إنشاء وتنمية أنشطة أنها كالعديد من التخصصات التي تكون نشاطا مهنيا معرفا بوضوح كالطب الكيمياء فيمكن أن تعرف بطريقتين (سايبي، 2014، صفحة 6):

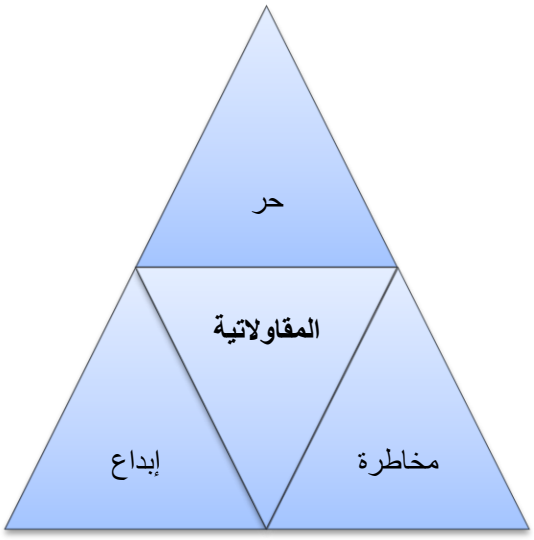
أ. **على أساس أنها نشاط:** أو مجوعة من الأنشطة والسيرورات تدمج إنشاء وتنمية مؤسسة أو بشكل أشمل إنشاء نشاط.

ب. **على أساس أنها تخصص جامعي:** أي علم يوضح المحيط وسيرورة خلق ثروة وتكوين اجتماعي من خلال مجابهة خطر بشكل فردي.

أما Alain Fayol فقد حدد المقاولاتية على أنها "حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر، والتي تدمج فيها أفرادا ينبغي أن تكون لهم سلوكات ذات قاعدة تتخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي. أما بالنسبة للأنجلوساكسون وخاصة الأمريكيين فقد استعملوا المصطلح منذ سنوات التسعينات، إذ نجد أن Stevenson Howard يوضح بأن: المقاولاتية "عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها" (صكري، جلاب، و شطة، 2017).

وتُعرَّف المقاولاتية بأنها "عملية إيجاد شيء مبدع أو مبتكر ذي قيمة من خلال حسن استغلال الموارد المتاحة في ظل ظروف المخاطرة سواء لمنظمه قائمة أو جديدة" (عنبة، 2017، صفحة 7)، وهي العناصر الثلاث التي يشير إليها (الشميمري و المبيريك، 2018، صفحة 14) من خلال تعريف المقاولاتية أنها: "النشاط الذي ينصب على إنشاء عمل حر، ويقدم فعالية اقتصادية مضافة، وأنها تعني إدارة الموارد بكفاءة وأهلية متميزة لتقديم شيء جديد أو ابتكار نشاط اقتصادي وإداري جديد، وتتسم بنوع من المخاطرة، ولكنها المخاطرة المدروسة"، فالمقاولاتية تستلزم أن يكون العمل حرا ومتصفا بالمخاطرة ومتسما بالإبداع، كما يوضح الشكل التالي:

الشكل 2: العناصر الأساسية لتعريف المقاولاتية



المصدر: (الشميمري و المبيريك، 2018، صفحة 14)

ويعتبر Robert Hasrich المقاولاتية أنها "عملية تكوين شيء ما مختلف ذي قيمة عن طريق تكريس الوقت والجهد الضروري، بافتراض مخاطر مالية وسيكولوجية واجتماعية مصاحبة، وجني العوائد المالي الناتجة،

إضافة إلى الرضا الفردي" (بن أحمد، 2017)، ويشير هنا أيضا إلى ضرورة وجود مخاطرة في الفعل المقاولاتي، بالإضافة إلى أن المقاولاتية تؤدي إلى إيجاد قيمة.

وقد اتجه الاتحاد الأوربي في نفس سياق التعاريف السابقة محاولا إعطاء تعريف شامل مانع، فعرف المقاولاتية أنها: "الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط عن طريق مزج المخاطر والابتكار والتفاعلية في التسيير وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة" (هاملي و حوحو، 2019). وهنا يشير هذا التعريف إلى أن المقاولاتية لا تؤدي بالضرورة إلى إنشاء مؤسسة جديدة أو إنشاء نشاط جديد، بل قد تكون ضمن مؤسسة موجودة مسبقا، أو تؤدي إلى تطوير نشاط قائم. كما يركز تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) على القيمة في النشاط المقاولاتي، فتعرفها بأنها "النشاط الديناميكي الذي يسعى لخلق قيمة من خلال إنشاء أو توسيع نشاط اقتصادي وعن طريق تحديد واستغلال منتجات جديدة، طرق جديدة أو أسواق جديدة" (هاملي و حوحو، 2019).

وبشكل أكثر تفصيلا، تعرف المقاولاتية أنها "عملية إنشاء شيء جديد (منظمة جديدة أو تطوير منظمة قائمة) من خلال تخصيص الموارد المالية والبشرية والوقت اللازم إضافة إلى الأخذ بالمبادرة والعمل الحر والرغبة في تحقيق الذات والإبداع والابتكار والميل والاستعداد للمخاطرة بهدف خلق قيمة مضافة من خلال المنتجات والخدمات المطروحة والحصول على العوائد الناجمة عن المخاطرة في رؤوس الأموال المستثمرة وذلك كله في بيئة مضطربة ومعقدة يسودها الغموض ويكتنفها حالات عدم التأكد" (مسيخ، 2017، صفحة 32). ويختصر بعض الباحثين تعريف المقاولاتية في أنها "عملية تكوين منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد" (الصيفي و جراد، 2019، صفحة 19). فهي تشمل أيضا "عملية إنشاء منظمة (منظمات) جديدة أو تطوير منظمات قائمة أي إنشاء أعمال" (خربوطلي، 2018، صفحة 4).

من خلال التعاريف المختلفة للمقاولاتية، يمكن ملاحظة أن:

- المقاولاتية عبارة عن عمل حر أو نشاط حر، يعني ليس وظيفة أو منصب عمل يتقلّده الشخص أو عملا يعمله عند الآخرين.
- المقاولاتية تسعى إلى تحقيق هدف ذي قيمة مضافة، فقد يكون سلعة أو خدمة أو تحقيق أرباح مالية أو رغبات مختلفة إلخ، وليس بالضرورة أن يكون الهدف ماديا، ولكن يكون للهدف قيمة مضافة للاقتصاد أو للمجتمع أو للمقاول نفسه.

- المقاولاتية تسعى إلى استغلال فرصة موجودة في السوق سواء باكتشاف هذه الفرصة أو صناعتها، حيث أن ذلك يؤدي إلى حل مشكلة موجودة.
- المقاولاتية تتميز بالمخاطرة، يعني نسبة تحقيق الهدف غير معروفة ولم يسبق تجربتها، وهو ما يسمى باللايقين، فهناك مخاطر مالية وسيكولوجية واجتماعية تميز المشروع المقاولاتي.
- المقاولاتية تتميز بوجود الإبداع والابتكار أي فكرة إبداعية جديدة ومستحدثة لم يسبق أن طبقها أحد، أو تطبيق أفكار قديمة بأساليب وطرق جديدة، فيكون للمقاول السبق في ذلك من غير تقليد أو تكرار، ولا يشترط ذلك في كل مكونات المشروع أو النشاط، بل يكون في أحد جزئياته، وهو ما يميزه عن المشاريع التقليدية (إنشاء مؤسسة، التجارة...).
- المقاولاتية قد تؤدي إلى ظهور منظمة جديدة، وقد تكون ضمن منظمة قائمة، وليس بالضرورة ذلك، فقد يكون نشاطا مقاولاتيا دون أن يكون ضمن منظمة.

مما سبق يمكن صياغة التعريف التالي للمقاولاتية:

المقاولاتية هي نشاط إبداعي حر محفوف بالمخاطر، يسعى لتحقيق هدف ذي قيمة مضافة، عن طريق استغلال الفرص.

ثانيا: أهمية المقاولاتية

رغم المخاطر التي قد تترتب عن المشاريع المقاولاتية (خاصة ما تعلق بالخطر واللايقين)، فإن ذلك لم يكن سببا في الابتعاد عنها لما لها من فوائد وأهمية كبيرة للاقتصاد وللمواطنين. يكمن دور المقاولاتية في تحقيق الأهداف الرئيسية الأربعة التالية (أوكيل، 2017، الصفحات 36-37):

أ. **تحقيق الربح:** تسعى المقاولاتية إلى الحصول على أعلى نسبة للأرباح مقارنة مع الموارد المستخدمة خاصة إذا كانت نادرة أو مستوردة، ويركز بعض المقاولين أو المستثمرين على استعادة رأس المال الأصلي بشكل سريع أولا، ومن ثم محاولة تحقيق المردود المالي الأكبر.

ب. **المساهمة في تنمية الاقتصاد والمجتمع:** من خلال توفير السلع والمواد والخدمات للمواطنين خاصة البسطاء منهم وتوفير مناصب الشغل، وإمكانية تصدير منتجات ذات قيمة إلى الأسواق العالمية والحصول على العملة الصعبة.

ت. **مسايرة التقدم التكنولوجي وتحقيق القفزات في مجال التطور التقني:** بظهور أجهزة وأدوات وخدمات متقدمة من خلال التطوير والبحث بنوعيه الأساسي (الذي يهدف إلى إنتاج المعرفة العلمية) والتطبيقي (الذي يهدف إلى الحصول على أجهزة وأدوات أو سلع)،

ث. **المساهمة في حل المشاكل والصعوبات التي تواجه الإنسان:** ويحدث ذلك من خلال المزج بين المقاولاتية والابتكار التكنولوجي (المقاولاتية التكنولوجية)، إذ أن هناك الكثير من المشاكل والاحتياجات التي تحتاج إلى معالجة، لا سيما وأن المؤسسات التي تعتني بالمشاكل الصغيرة قليلة لأن مردودها يكون قليلا حسبهم.

ويعتبر الجودي (2015، الصفحات 39-48) دور المقاولاتية نابعة من أهمية المؤسسات الصغيرة الناتجة عنها والتي تشكل ما يقارب 90% من المؤسسات في العالم وتشغل ما بين 50% إلى 60% من اليد العاملة على المستوى العالمي، كما تعلب دورا مهما فيما يخص الجانب الاجتماعي للدولة، ويقسم بذلك أهميتها إلى جانبين: جانب اقتصادي وجانب اجتماعي، ويضيف مسيخ (2017، الصفحات 32-35) جانبا ثالثا وهو الأهمية البيئية للمقاولاتية، يمكن توضيحها فيما يلي:

1. الأهمية الاقتصادية للمقاولاتية

1.1. رفع الكفاءة الإنتاجية وزيادة الفائض الاقتصادي: من خلال استعمال التقنيات المناسبة لتحقيق الاستخدام الأمثل لعناصر الإنتاج، وتحقيق فائض اقتصادي كبير مقارنة برأس المال المستثمر.

2.1. تنويع الهيكل الصناعي: بإنتاج أنواع مختلفة من الخدمات والسلع لتلبية الاحتياجات الاستهلاكية وتوفير احتياجات المؤسسات والمصانع الكبيرة.

3.1. دعم التنمية الإقليمية والمحلية: وذلك لأن المقاولاتية لا تتطلب إمكانيات كبيرة، ويمكن أن تكون في الأرياف والمدن وجميع المناطق الجغرافية، وبالتالي تساهم في حل المشاكل المحلية والبيئية.

4.1. معالجة الاختلالات الاقتصادية: مثل المساهمة في ضبط ميزان المدفوعات بالإنتاج المحلي للمواد المستوردة، ورفع معدلات الادخار والاستثمار نظرا لانخفاض تكلفة انطلاق مشروع مقاولاتي في إطار مؤسسة صغيرة مقارنة مع المؤسسات الكبيرة.

5.1. زيادة حجم الصادرات: خاصة في ظل التسهيلات الموجودة حاليا لعمليات التصدير التي كانت محتكرة لدى المؤسسات الكبيرة وتتطلب إمكانيات ضخمة وشبكات تجارية معقدة، فأصبح بإمكان المؤسسات الصغيرة ذات التوجه المقاولاتي تصدير منتجاتها وخدماتها، واستغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، خاصة وأن المشروع

المقاولاتي يتميز بالإبداع والابتكار ووجود قيمة مضافة للسوق وقوة استغلاله للفرص المتاحة وهو ما يسهل دخوله في عملية التصدير.

6.1. زيادة الإنتاج المحلي: بتوفير السلع والخدمات للمستهلك النهائي أو الوسيطي، وهذا ما يزيد من الدخل الوطني ويزيد من معدل الإنتاجية سواء لعوامل الإنتاج أو للعامل مقارنة مع الوظائف الحكومية.

7.1. جذب المدخرات: ويقصد بها استثمار الأموال الموجودة لدى أولائك الذين لا يستخدمون النظام المصرفي وبصغر المدخرين، كالمدخرات الأسرية التي تكون عاطلة وعرضة للإسراف والتبذير، خاصة وأنه في غالب الأحيان لا تتطلب المشاريع المقاولاتية أموالا كبيرة لانطلاقها.

8.1. تحقيق أرباح معتبرة: حيث إن ذلك يساهم في تحفيز المقاول لتقديم مشاريع جديدة لغرض تحقيق عوائد مالية معتبرة.

9.1. تحقيق الميزة التنافسية: من خلال المبادرات الفردية التي تحقق الاستقلالية للمقاول والتميز في المنتجات والخدمات التي يقدمها.

10.1. إعادة هيكلة النسيج الاقتصادي: إن عدم الاستقرار واللايقين والمخاطر التي تصاحب المقاولاتية تولد تحولات هيكلية وتغيرات المحيط الاجتماعي والسياسي والتكنولوجي والتنظيمي، وبالتالي تظهر فرص جديدة لإنشاء مؤسسات ومنظمات اقتصادية جديدة، وهو ما يؤدي إلى تنوع النسيج الاقتصادي والانفتاح على المستوى العالمي.

11.1. تجديد حظيرة المؤسسات: حيث إن المشاريع المقاولاتية تزيد من عدد المؤسسات وتساهم في تجديد حظيرة المؤسسات.

2. الأهمية الاجتماعية للمقاولاتية

1.2. زيادة فرص العمل: فالمشاريع المقاولاتية بحاجة إلى يد عاملة وهو ما يساهم في توفير مناصب العمل والحد من ظاهرة البطالة والحد من التوفر النسبي لليد العاملة مقارنة برأس المال خاصة في الدول النامية.

2.2. تحقيق العدالة الاجتماعية: إن ظهور المؤسسات الصغيرة الناتجة عن المقاولاتية، والتي تحتاج في الغالب إلى إمكانيات استثمارية بسيطة في ظروف تنافسية يسيرة، يعمل على تحقيق العدالة في توزيع المدخول وبالتالي توسيع حجم الطبقة المتوسطة.

3.2. تسهيل حياة الأفراد: بتقديم منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة تساهم في حل الصعوبات والمشاكل الموجودة في المجتمع، وقد تكون أقل تكلفة وأكثر فعالية.

4.2. محاربة الفقر والترقية الاجتماعية: إن المقاولاتية تعمل على إدماج الفئات الفقيرة والمقصاة اجتماعيا واقتصاديا في ميدان العمل، وتساهم في تحسين رفاهية المجتمع وتساعد في بناء الأصول المادية (سكن، عقارات، وسائل وتجهيزات) والمالية والاجتماعية (الشبكات والعلاقات الاجتماعية) والبشرية (الخبرة والتعليم).

5.2. ترقية روح المبادرة: المقاولاتية تعمل على ترقية روح المبادرة الذاتية، فهي تمثل أهم صفات المقاول ويعمل هذا الأخير على نشرها بين عناصر فريق العمل وفي أوساط العمال.

6.2. محاربة الآفات الاجتماعية: توفر المقاولاتية الوسائل المناسبة للشباب لتجاوز الضعف الذي يصيبهم نتيجة البطالة والذي قد يؤدي إلى الوقوع في مختلف الآفات الاجتماعية كالجرائم بأنواعها والإدمان على المخدرات وغيرها، فالمقاولاتية تشكل حلا مناسبا لبناء مستقبل وإنشاء مشروع يلبي احتياجاتهم الدائمة.

7.2. الحد من الهجرة: تعمل المقاولاتية على الحد من ظاهرة هجرة الأدمغة وهروب أصحاب الخبرات والمواهب من خلال إتاحة فرص العمل المناسبة لقدراتهم ومستوياتهم التعليمية بتوفير مناخ محلي جديد للأعمال.

3. الأهمية البيئية للمقاولاتية

1.3. المحافظة على البيئة: من خلال المقاولاتية المستدامة التي تساهم في المحافظة على البيئة وحماية الموارد الطبيعية الحالية والمستقبلية، والحماية من مختلف أشكال التلوث البيئي، ومن بين الأعمال المقاولاتية التي تحافظ على البيئة:

- **البناء الأخضر (Green Condtruction)**
- **الكفاءة الطاقوية (Energie Efficiency)**
- **الشبكات الذكية (Smart Grids)**
- **التنقل الإيكولوجي (Ecomobility)**
- **الكيمياء الخضراء (Greem Chemistry)**
- **الرسكلة (Recycling)**

2.3. تحقيق التنمية المستدامة: بتقديم حلول مستدامة للتقليل من المشاكل المرتبطة بالأبعاد الرئيسية للتنمية المستدامة (المشاكل الاقتصادية والمشاكل الاجتماعية والمشاكل البيئية) من خلال تبني سياسات وبرامج تتوافق

مع الفكر المقاولاتي من جهة ومع التنمية المستدامة من جهة أخرى، مثل الإبداع والابتكار والمسئولية الاجتماعية.

ثالثا: متطلبات المقاولاتية

المقاولاتية عملية معقدة وتتطلب توفر عوامل وظروف تساهم في انتشارها، ومن متطلباتها نذكر (أوكيل، 2017، الصفحات 49-57):

1. المتطلبات القاعدية: وهي المستلزمات الأساسية للقيام بالأعمال كالطرق وشبكات النقل والإمداد وشبكات الاتصال والإنترنت ووجود العقارات المناسبة ومختلف الهياكل الضرورية لاستمرارية النشاط المقاولاتي، فأي غياب أو نقص في هذه المتطلبات يؤدي إلى تقلص نشاطات المقاول ونقص الفعالية مما يسبب ارتفاع التكاليف ووجود مشاكل التموين والتسويق.

2. المتطلبات الاقتصادية والمالية: بتسهيل الحصول على التموين ورؤوس الأموال والمساعدات المالية وإمكانية الحصول على القروض، وليس بالضرورة وجود مال كثير، فالمقاول يستطيع البدء بمشروع ناجح بمال قليل. كما يمكن للمقاول أن يستفيد من المساعدات المالية من مؤسسات عمومية أو خاصة كالمؤسسات الخيرية وبعض المؤسسات والشركات والمنظمات الاقتصادية التي تمنح مساعدات مالية للمقاولين الذين يقدمون مخطط أعمال جيد، وذلك من منطلق ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية. ويعتبر التخفيف من الرسوم والضرائب أو الإعفاء من منها خاصة في بداية مشروع المقاول من متطلبات السياسة الضريبية التي تشجع المقاول على تجاوز عقبة التمويل والقدرة على مواجهة الأخطار خاصة إذا تعلق الأمر بالمؤسسات الناشئة.

3. المتطلبات القانونية: فأي مشروع مقاولاتي يجب أن يتم إنشاؤه ضمن قوانين وتشريعات تخص ممارسة الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، فوجود القوانين أمر ضروري لتنظيم مختلف النشاطات وتجنب الفوضى، لكن من الواجب على المشرع أن يدرك أهمية المقاولاتية فلا يضع قوانين صارمة جدا أو غير لينة من شأنها جعل انطلاق المشاريع المقاولاتية أمرا صعبا أو معقدا خاصة وأنها تتسم بالمخاطرة، فيجب أن تكون القوانين لينة ومشجعة للمقاول.

4. المتطلبات التكنولوجية: وتشمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومستحدثاتها ومختلف الأدوات والأساليب والأنظمة التي تعتبر بيئة مساعدة على انتشار المقاولاتية ومسايرتها للمستجدات، فوجود أنظمة تكنولوجية فعالة تساعد المقاول والزبون على الاستفادة من الخدمات والسلع بأقل سرعة وتكلفة وجهد.

5. المتطلبات الأخلاقية: يمكن للمقاولاتية أن تؤدي مهمة نبيلة بنفع الاقتصاد والمجتمع وترقية السلوك البشري، فاحترام الأخلاقيات العامة وأخلاقيات المهنة والحرص على نشرها ضروري سواء من المقاول أو من المجتمع ككل، كالحفاظ على البيئة وعدم التبذير والإسراف، واحترام الزبائن والإخلاص وإتقان العمل والالتزام بأخلاقيات المهنة وتجنب الغش والخداع.

6. المتطلبات الثقافية: تتمثل في انتشار الفكر المقاولاتي في الاقتصاد والمجتمع، ما يشكل بلدا مقاولاتيا يساهم المواطنون فيه في حل المشاكل وإيجاد الحلول لتحسين الوضع المعيشي، فالثقافات التي ترتبط بالمقاولاتية يمكن أن تكون إيجابية تشجع على المغامرة والاندفاعية ومواجهة الأخطار وبالتالي تشجع المقاولاتية، وقد تكون سلبية يرفض فيها المجتمع ذلك ويدعم الأنشطة التي لا تنطوي على أي مغامرة كالوظيفة أو الأنشطة التجارية.

7. المتطلبات الهيكلية: المقاولاتية تتماشى مع السوق المفتوحة، فالاقتصاد المغلق الذي يسيطر عليه القطاع الحكومي يعرقل المقاولاتية كونها تعتمد على المبادرات الخاصة للفرد المقاول وعلى المغامرة والمخاطرة. ورغم ذلك فإن المؤسسات العمومية والخاصة يمكن أن تكون بيئة لتشجيع المقاولاتية من خلال البيئة التي توفرها للعمال لأجل تنمية ما يسمى بالمقاولاتية المؤسساتية لتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

8. متطلبات التعليم والتكوين: يمكن اكتساب المعارف والقدرات والمهارات المتعلقة بالمقاولاتية عن طريق التعليم والتكوين في الجامعات والمعاهد والمؤسسات التكوينية، فالتعليم المقاولاتي يساعد على توفير مناخ خاص بالتدريب على إنشاء الأعمال الحرة خاصة في ظل عصر المعلومات والانفجار المعرفي.

9. المتطلبات الفردية والشخصية: تؤكد الدراسات أهمية الفكر المقاولاتي والروح المقاولاتية للفرد حتى يتمكن من التعرف على الفرص واستعمال التفكير الإبداعي والابتكار لإيجاد حلول عملية للمشاكل، فوجود الوعي المقاولاتي يساهم في الاعتناء بالعقول والمواهب والأفكار واستغلال المهارات الشخصية والمواهب لإنجاز مشاريع إبداعية.

رابعا: أنواع المقاولاتية

يقسم الباحثون المقاولاتية إلى أنواع وذلك حسب الزاوية التي ينظرون إليها، ويمكن تصنيفها حسب 5 تصنيفات: حس مجال التطبيق، حسب وضع المنظمة، حسب حجم المشروع، حسب هدف المشروع، حسب مستوى الإبداع (عنبة، 2017، الصفحات 10-13):

1. التصنيف الأول: حسب مجال التطبيق

تم إضافة كلمة المقاولاتية أو الريادة للعديد من المصطلحات التقليدية تعبيرا عن نظرة بعض الباحثين للتوجه الريادي (Entrepreneurial Orientation) كحل للكثير من المشاكل في الحياة اليومية، فظهرت بعض أنواع المقاولاتية حسب مجال التطبيق مثل:

- **التعليم المقاولاتي** (Entrepreneurial Education): أو التعليم الريادي.
- **مقاولاتية التنمية المستدامة** (Entrepreneurship and Suitainable Devlopment): أو ريادة الأعمال والتنمية المستدامة.
- **المقاولاتية العائلية** (Family Entrepreneurship): أو ريادة الأعمال العائلية.
- **المقاولاتية النسوية** (Women Entrepreneurship): أو ريادة أعمال المرأة.
- **المقاولاتية الجماعية** (Team Entrepreneurship): أو فريق ريادة الأعمال.
- **التسويق المقاولاتي** (Entrepreneurial Marketing): أو التسويق الريادي.
- **المقاولاتية الدينية** (Religioud Entrepreneurship).
- **المقاولاتية الاجتماعية** (Social Entrepreneurship).
- **المقاولاتية الرقمية** (Digital Entrepreneurship).
- **المقاولاتية الخضراء** (Green Entrepreneurship).
- **المقاولاتية الدينية** (Religious Entrepreneurship).
- **المقاولاتية الطبية** (Clinical Entrepreneurship).
- **مقاولاتية التغذية** (Food Entrepreneurship).
- **المقاولاتية الهجينة** (Hybrid Entrepreneurship).

2. التصنيف الثاني: حسب وضع المنظمة

إن مصطلح المقاولاتية ليس مرتبطا بإنشاء منظمات جديدة فقط، فحتى المنظمات الموجودة يمكنها الاستفادة من مزاياها، وعلى هذا الأساس يمكن تصنيفها إلى:

الجدول 2: أشكال المقاولاتية

خطر	Start-Up	Acquistion	Intrapreneuship	Franchise	Corporation	خطر
عال	مؤسسة ناشئة	الاستحواذ	المقاولاتية الداخلية	الامتياز	مؤسسة كبيرة	منخفض

المصدر: (Rogers, 2009, p. 6)

1.2. المؤسسة الكبيرة (Corporate): المؤسسات الكبيرة هي التي تشمل على نطاق واسع من الأنشطة المالية أو التجارية وتسيطر عليها وقد تكون شركات متعددة الجنسيات. تقوم بمعاملات ضخمة وكبيرة.

2.2. الامتياز (Franchise): إن أصحاب الأعمال الذين حصلوا على امتياز يعتبرون مقاولين ويتحملون المخاطر كغيرهم من أصحاب المشاريع إلا أن نسبة الخطر منخفضة نسبيا لأن مانح الامتياز في الغالب تكون له سمعة جيدة فهو كالشجرة الكبيرة التي تنمو عن طريق فروعها (بوحجر، 2020، صفحة 40).

3.2. الاستحواذ (Acquistion): الاستحواذ هو شراء شركة (أو علامة) من قبل شركة أخرى (المشتري أو العارض)، ويكون على سبيل المثال بالسيطرة المالية والإدارية لأحد الشركات من خلال شراء حصة من الأسهم تساهم في التصويت في الجمعية العامة للشركة ما يسمح بالهيمنة على المجلس وقراراته (Gerhard, 2002).

4.2. المؤسسة الناشئة (Strart-Up): هي مؤسسة جديدة تسعى إلى تحقيق معدلات نمو كبيرة من خلال القيام بأعمال مبتكرة وإبداعية في مدة زمنية قصيرة (برودي، 2021، صفحة 344).

5.2. المقاولاتية الداخلية (Intra-Entrepreneurdhip): وهي المرتبطة بمنظمة قائمة، من خلال تشجيع العاملين بها على الإبداع وتوليد الأفكار الجديدة. وهي العملية التي يسعى من خلالها الأفراد داخل المنظمة إلى استغلال الفرص بشكل مستقل عن الموارد المستعملة داخلها والذي يؤدي إلى إنشاء مؤسسة جديدة عن طريق الإبداع والابتكار داخل المنظمة نفسها (اقتسام الخطر) (بوحجر، 2020، صفحة 40)، وتتيح الفرصة للأفراد العاملين داخل منظمة قائمة إطلاق مبادراتهم الريادية لأجل تطوير إجراءات العمل الحالية أو المنتجات واستكشاف واستثمار فرص أعمال جديدة (De Jong & Wennekers, 2008)، ويسمى المقاول في هذه الحالة بالمقاول الداخلي (Intrapreneur).

3. التصنيف الثالث: حسب حجم المشروع

يمكن للمقاولاتية أن تشمل جميع مجالات الحياة، مهما كان حجم المشروع الناتج عنها، ولذلك تقسم المقاولاتية إلى:

1.3. مقاولاتية المشاريع الصغيرة (Small Business Entrepreneurship): يشجع هذا النوع المقاولين على الانطلاق في مشاريع جديدة.

2.3. مقاولاتية المشاريع الكبيرة (Large Company Entrepreneurship): حيث تكون دورة حياتها كبيرة ما يستدعي استمرار الإبداع والابتكار لمواجهة مختلف التحديات والتطورات التكنولوجية والمنافسة الكبيرة.

3.3. مقاولاتية الشركات (Corpoate Entrepreneurship)

4.3. مقاولاتية المشاريع القابلة للتوسع (Scalable Startup Entrepreneurship)

4. التصنيف الرابع: حسب هدف المشروع

1.4. المقاولاتية التجارية (Commercial Entrepreneurship): وتخص المشاريع التي تهدف إلى تحيق الربح المادي.

2.4. المقاولاتية الاجتماعية (Social Entrepreneurship): وتخص المشاريع التي تهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية إضافة إلى الربح المادي، من خلال حل مشكلات اجتماعية من طرف المقاول، كما أنه نتيجة توجه المؤسسات نحو المسؤولية الاجتماعية.

5. التصنيف الخامس: حسب مستوى الإبداع

تقسم المقاولاتية حسب إبداع المقاول إلى:

1.5. مقاولاتية إبداعية بحتة: يكون فيها المقاول هو صاحب الفكرة الإبداعية، ويحولها إلى منتج جديد أو خدمة جديدة مبتكرة.

2.5. مقاولاتية مستوحاة من أفكار موجودة: فيقوم المقاول باستغلال أفكار الغير والأساليب والتكنولوجيات المتوفرة في مجالات ومختلفة ولاستعمالات تغاير تلك التي تم استعمالها فيها.

3.5. مقاولاتية ملكية الغير: يقوم المقاول بشراء أو تملك عمل أو مؤسسة موجودة من قبل، ويعد أقل أنواع المقاولاتية إبداعا، وتكمن المقاولاتية هنا في تحمل المخاطر المالية واقتناص الفرص الموجودة في السوق.

المطلب الثاني: مفهوم المقاول

إن الباحثين والمفكرين ركزوا في بداية اهتمامهم بالمقاولاتية على مفهوم المقاول كفرد قبل تطرقهم للمقاولاتية كظاهرة. إن مصطلح Entrepreneur فرنسي الأصل، وترجم في أوائل الكتابات العربية إلى "المُروِّج" أو "المنظم" وأطلق أحيانا على رجل الأعمال عندما يكون في بدايته أو على صاحب المشروع الصغير (عنبة،

2017، صفحة 54). وعلى عكس ما يتم تداوله في الأوساط البحثية حول أول استعمال للمصطلح، يعتقد Louis Jacques Filion و Hèléne أن الاستعمال الأول يعود لسنة 1253م، إذ كان يطلق عليه "Empreneur"، ثم تحول المصطلح هجائيا إلى "Entrepreneur" سنة 1433 م (Filion , 2008, p. 6).

وبغض النظر عن الاختلاف في أول استعمال للمصطلح في اللغة الأجنبية، فإن الاختلاف في الترجمة إلى اللغة العربية أكبر من ذلك، ففي الغالب يستعمل حاليا مصطلح رائد الأعمال أو ريادي في بحوث دول الشرق الأوسط، بينما تستعمل دول المغرب العربي مصطلح المقاول بدرجة أكبر، كما تستعمل في بعض الأحيان مصطلحات أخرى للدلالة على نفس المفهوم مثل: المبادر، الملتزم، المخطط، المروج، المخاطر، المستثمر، لكنها أقل استعمالا. وفي هذا السياق، يرى ميساوي (2020، صفحة 54)، أن اختلاف الكتاب العرب في الترجمة يعود لتشبع كل كاتب بفكر مختلف، لكن الأهم من ذلك هو التعريف الذي يصاحب المصطلح في حد ذاته، فمصطلح الريادي متعلق بالريادة الداخلية بالمنظمات الكبيرة، ومصطلح المقاول مرتبط بمجالات البناء والهندسة لأن رائد الأعمال يشبه المقاول في أنه يقوم ببناء منظمة أي إنشائها ويدخل ذلك ضمن مفهوم ريادة الأعمال.

أولا: تعريف المقاول

إن أول من أعطى نظرة شاملة عن المقاول كان Richard Cantillon، حيث اعتبر المقاول أنه الشخص الذي يتحمل المخاطر ويلتزم مع الغير بصفة نهائية، كشراء سلعة معينة دون أن يعلم مصير الطلب على هذه السلعة أو سعر بيعها ودون ضمانات مؤكدة في المبادرة التي أتخذها. في حين يصف Meclelland David (1961) المقاول أنه شخص تحركه الحاجة لإنجاز شيء ما، ورغبة في إضافة شيء للحياة (خربوطلي، 2018، صفحة 7)، فالمقاول يكسر المألوف، وهو حسب شومبيتر (1934) "الشخص الراغب والقادر على تحويل فكرة جديدة أو اختراع إلى إبداع ناجح" (عنبة، 2017، صفحة 2).

أما في البحوث الحديثة، استقى مصطلح المقاول مختلف تعريفاته من خلال الدراسات المتنوعة حوله، فحسب زيدان (2010)، ارتكزت هذه البحوث على ثلاثة مداخل رئيسية:

المدخل الاقتصادي: الذي يركز على دور المقاول في تحقيق التنمية المستدامة.

المدخل الاجتماعي–البيئي: الذي يركز على أثر البيئة الثقافية والاجتماعية على المقاول.

المدخل النفسي: الذي يهتم بالخصائص والسمات الشخصية التي تميز المقاول.

ومن جهة أخرى، يتجه الباحثون في المقاولاتية في نظرتهم إلى المقاول إلى ثلاث اتجاهات أساسية((الصيرفي، عبد الفتاح، و علام، 2020، صفحة 131):

الاتجاه الأول يركز على نتائج سلوك المقاول وهو الاتجاه الذي تبناه الاقتصاديون في بحوثهم وكتاباتهم.

الاتجاه الثاني يتناول شخص المقاول بأفكاره وخلفياته وبيئته وأهدافه ودوافع اتجاهاته نحو المقاولاتية، وهو ما تبناه أصحاب المذهب النفسي والاجتماعي.

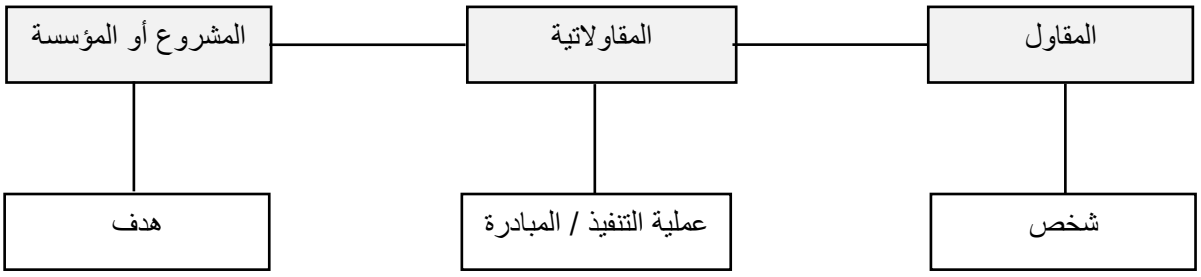
الاتجاه الثالث يركز على سلوكيات المقاول وكيف يستطيع المقاول تحقيق أهدافه Stevenson & Jaril (1990).

يعرف Curtoo & Williams (2009) المقاول أنه "ذلك الشخص الذي يبتكر توليفة جديدة لعوامل الإنتاج كالأساليب والطرق الحديثة للإنتاج، أو المنتجات الحديثة، أو فتح أسواق جديدة، ويحاول البحث عن أشكال تنظيمية جديدة أو مصادر للتمويل، ويكون لديه رغبة في المخاطرة ويقتنص الفرص المتاحة في السوق ويستطيع الموازنة بين العرض والطلب" (اعتماد و علام، 2019، صفحة 17)، فهو "ذلك الشخص الذي يستطيع أن ينقل المصادر الاقتصادية من إنتاجية منخفضة إلى إنتاجية عالية (السكارنة، 2010، صفحة 23)، ويعرف أيضا أنه "الشخص القادر على إيجاد وتنفيذ فكرة مبتكرة أو مبدعة وتحويلها لفرصة من خلال حسن استغلال الموارد المتاحة وتحمل الخطر المرتبط بها" (عنبة، 2017، صفحة 54).

وتعرف منظمة العمل الدولية (ILO) المقاول أنه الشخص الذي يمتلك القدرة على رؤية وتقييم فرص الأعمال والموارد اللازمة للاستفادة منها (عنبة، 2017، صفحة 54)، وتوصلت دراسة أجراها Moore & Collins (1970) لـ 150 مقاولا، إلى أن أهم الصفات التي يتميزون بها: الشدة والصلابة ومراعاة مصالحهم (أي براجماتيون) وتدفعهم حاجياتهم إلى الاستقلالية والإنجاز، وفي حالة نادرة يسعون إلى السلطة. (خربوطلي، 2018، صفحة 7)

ورغم الاستخدام المتداخل والمتقاطع لمصطلحي المقاول والمقاولاتية، فإن الفرق بينهم ينبغي أن يتم الإشارة إليه، يظهر الشكل التالي أوجه الاختلاف بينها بشكل مختصر:

الشكل 3: الاختلاف بين المقاولاتية والمقاول والمشروع أو المؤسسة



المصدر: (Havinal, 2009, p. 107)

إذن، فالمقاول هو الشخص الذي يقوم بالعملية المقاولاتية لأجل الوصول إلى هدف يتجسد في شكل مشروع أو مؤسسة، وللتفصيل أكثر في العلاقة بين مفهومي المقاول والمقاولاتية، نعرض الجدول التالي:

الجدول 3: العلاقة بين المقاول والمقاولاتية

المقاولاتية	المقاول
عملية (Process)	**شخص** (Person)
الشكل المنظَّم للمبادرة (Organized form of initiative)	**مُنظِّم** (Oraganizer)
ابتكارية (Innovation)	**مُبتكر** (Innovator)
تحتوي مخاطرة (Risk-bearing)	**مُخاطر** (Risk-bearer)
الأخذ بالمبادرة (taking an initiative)	**مبارد** (initiator)
تحفيز (Motivation)	**محفز** (Motivator)
إنشاء (Creation)	**منشئ** (Creator)
رؤية (Vision)	**مُخيل** (Visualizes)
جوهر القيادة (crux of leadership)	**قائد** (Leader)
تقليد (Imitation)	**مقلد** (Imitator)
التخطيط للأداء الجيد (planning for successful performance)	**مَخطِّط جيد** (good planner)
نشاط لصنع القرار (decision-making activity)	**صانع قرار** (decision-maker)
عمليات الإدارة (administration process)	**مسؤول** (administrator)

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (Wood, 2022, p. 40; Havinal, 2009, p. 107)

ثانيا: المقاول ضمن المفاهيم ذات العلاقة

هناك بعض المصطلحات المتقاربة والتي قد تشكل خلطا لدى البعض بينها وبين المقاول، كمصطلح المدير ومالك المشروع الصغير ورجل الأعمال والمبتكر، وذلك لتشابه بعض السمات الشخصية والمهارات بينها، وأحيانا قيام الفرد بعديد المهام في نفس الوقت تجعل التفريق بين المسميات صعبا.

1. المقاول والمدير

من بين المفاهيم التي قد يحدث الخلط بينها: المدير والمقاول، الجدول التالي يلخص أهم الفروق بينهما:

الجدول 4: الفرق بين المقاول والمدير

عوامل المقارنـــة		المديـــر	المقـــاول
الخصائص التنظيمية	**التوجه نحو المنظمة**	ينظرون إلى المنظمة على أنها مكان يوفر لهم الخبرة والحماية ويبحثون عن منصب وظيفي.	لا يحبون النظام والشكل التنظيمي.
	الرضا الإداري	يعمل على إرضاء الآخرين (الأعلى منصبا في الهرم التنظيمي)	يعمل على إرضاء ذاته، وإرضاء عملائه، ورعاته، ومناصريه.
	الدوافع الرئيسة	يرغب في الترقي وغير ذلك من المكافآت التنظيمية التقليدية.	يرغب في الحرية وفي الوصول إلى الموارد التنظيمية.
	العلاقات مع الآخرين	علاقاته الرئيسية تتم من خلال الهيكل التنظيمي.	المعاملات التي تحدث بينه وبين الهيكل التنظيمي للمنظمة.
الخصائص الإدارية	**القرارات**	تتفق مع رغبات السلطة، يؤخر القرارات لاستطلاع رأي رؤسائه.	أكثر صبرا ويرغب في تحقيق حالة من التوافق والتكيف مقارنة بالمقاول المستقل.
	تفويض السلطات	يفوض السلطات. التقارير والإشراف يستنفذون معظم الوقت.	يشارك في العمل بنفسه. يمكن أن يقم بالعمل بنفسه، لكنه يعرف كيف يفوض سلطاته.
	الاهتمامات الإدارية	تنصب على الأحداث التي تقع داخل المنظمة بصفة أساسية.	تنصب على كل من إدارة احتياجات المشروع داخل المنظمة، وعلى العملاء خارج المنظمة.
	بحوث التسويق	يقوم ببحوث التسويق لاكتشاف احتياجات المستهلك، ويقدم السلع والخدمات للأسواق.	يقوم ببحوث التسويق بطريقته الخاصة، ويقيم الأسواق مثلما فعل المقاول المستقل.
	نمط حل المشكلات	يتعامل مع المشكلات من خلال النظام.	يتعامل مع المشكلات من خلال النظام، أو يتجنبها دون أن يترك المنظمة.
	المهارات	الإدارة المحترفة، والأساليب التحليلية المجردة، وإدارة الأفراد، والمهارات السياسية.	يشبه المقاول المستقل كثيرا، لكن وضعه يتطلب قدرة أكبر على تحقيق النمو والازدهار داخل المنظمة.
الخصائص الشخصية	**السمات الشخصية**	يمكن أن يكون فعالا وطموحا، ولكنه يخشى من قدرة الآخرين على الوقوف أمام مستقبله الوظيفي.	واثق بنفسه جريء، متشائم فيما يتعلق بالنظام، ولكنه متفائل بقدرته على خداعه.
	المستوى التعليمي	يتمتع بمستوى تعليمي مرتفع.	عادة ما يتمتع بمستوى تعليمي مرتفع، خصوصا في المجالات الفنية.
	الفشل والأخطاء	يكافح من أجل تجنب الأخطاء والمفاجآت، ويؤجل الاعتراف بالفشل.	يحاول إخفاء المشاريع التي تنطوي على المخاطر عن الآخرين، ومن ثم يستطيع التعلم من الأخطاء، دون التعرض للفشل العام.
	التاريخ العائلي	يعمل أفراد العائلة لدى الشركات الكبيرة والمشاريع الصغيرة، أو العمل المهني، أو العمل في المزارع.	يتمتع بخلفية مقاولاتية نتيجة العمل في المشاريع الصغيرة، أو العمل المهني، أو العمل في المزارع.
	المخاطرة	يتعامل معها بحذر.	يحب التعامل مع المخاطر المتوسطة، لا يخشى فقدان الوظيفة، لذلك يتحمل قدرا من المخاطر الشخصية.
	المكانة الاجتماعية	يهتم بالرموز التي تدل على مكانته في العمل.	لا يهتم بالرموز التقليدية التي تدل على مكانته في العمل، ولكنه يبحث ويهتم بحريته واستقلاليته.

المصدر: (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 101)

على الرغم من وجود اختلافات بين المدير والمقاول، فإن المقاول بعد بداية فكرته وتحقيق النتائج المرجوة وبداية الإنتاج وتحقيق الربح، يحتاج إلى مهارات إدارية لتسيير مشروعه (عنبة، 2017، صفحة 54)، فالمدير هو العامل المسؤول عن فرق العمل وتنفيذ الخطة ومتابعة تسيير الموارد البشرية الموجودة تحت سلطته للوصول إلى الأهداف المسطرة.

2. الفرق بين المقاول وصاحب المشروع الصغير

على الرغم من تطابق مفهومي المقاولاتية وإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في بعض الحالات، إلا أن هناك فروقا جوهرية بينهما لخصها الحمالي وآخرون (2016) في أربع عناصر: مقدار خلق الثروة وسرعة بنائها والمخاطرة والإبداع، فالمقاولاتية هي أسلوب مختلف لإدارة المشاريع (الصيرفي، عبد الفتاح، و علام، 2020، صفحة 135)، وتعتبر نمطا سلوكيا مرتبطا باستثمار الفرص أكثر من ارتباطها باستخدام الموارد، ولذلك تستدعي وجود أشخاص لهم صفة المغامرة والمخاطرة لقيادة عملية التغيير، في حين أن المشاريع الصغيرة يستعملها المقاولون كأداة لتقديم منتجات وأنشطة جديدة كما يستعملها أصحاب المشاريع من أجل تحقيق الربح المادي (الصيفي و جراد، 2019، صفحة 22). الجدول التالي يمثل بعض الفروق بين المقاول وصاحب (مالك) المشروع الصغير:

الجدول 5: الفرق بين المقاول وصاحب المشروع الصغير

الفرق	صاحب المشروع الصغير	المقاول
المضمون	المضمون	المضمون
فكرة المشروع	عادية وربما تكون مكررة	جديدة ومبتكرة
القيمة المضافة	بسيطة	عالية جدة
المخاطرة	منخفضة قد تكون جديدة في التنفيذ	عالية جدا مقابل الثراء في الفكرة وفي التنفيذ
الدخل المحقق	تحقيق دخل معقول ومستمر يرضي صاحبة ويكون أفضل من الوظيفة	تحقيق ثروة مستمرة ودائمة
سرعة بناء الثروة	تبنى الثروة أثناء عمر صاحبها خلال زمن طويل	يبنيها المقاول خلال زمن قصير نسبيا (من 5 إلى 10 سنوات)
تأثير الخدمة أو السلعة على البشرية	بسيط	ضخم
الابتكار والابداع	مشاريع عادية لا تتصف بالإبداع أو الابتكار	تتصف بالإبداع والابتكار بدرجة أعلى
الميزة التنافسية	بسيطة	ميزة تنافسية عالية جدا
عدد الوظائف التي يخلقها	قليلة نسبيا	ضخمة قد تتجاوز الآلاف
الأثر على الاقتصاد	ضئيل	ضخم جدا
النظر إلى صاحبه	شخص عادي	بطل
مثال	إنشاء مطعم مصنع ملابس	فيسبوك جوجل

المصدر: (أبو ناعم، 2020، صفحة 20)

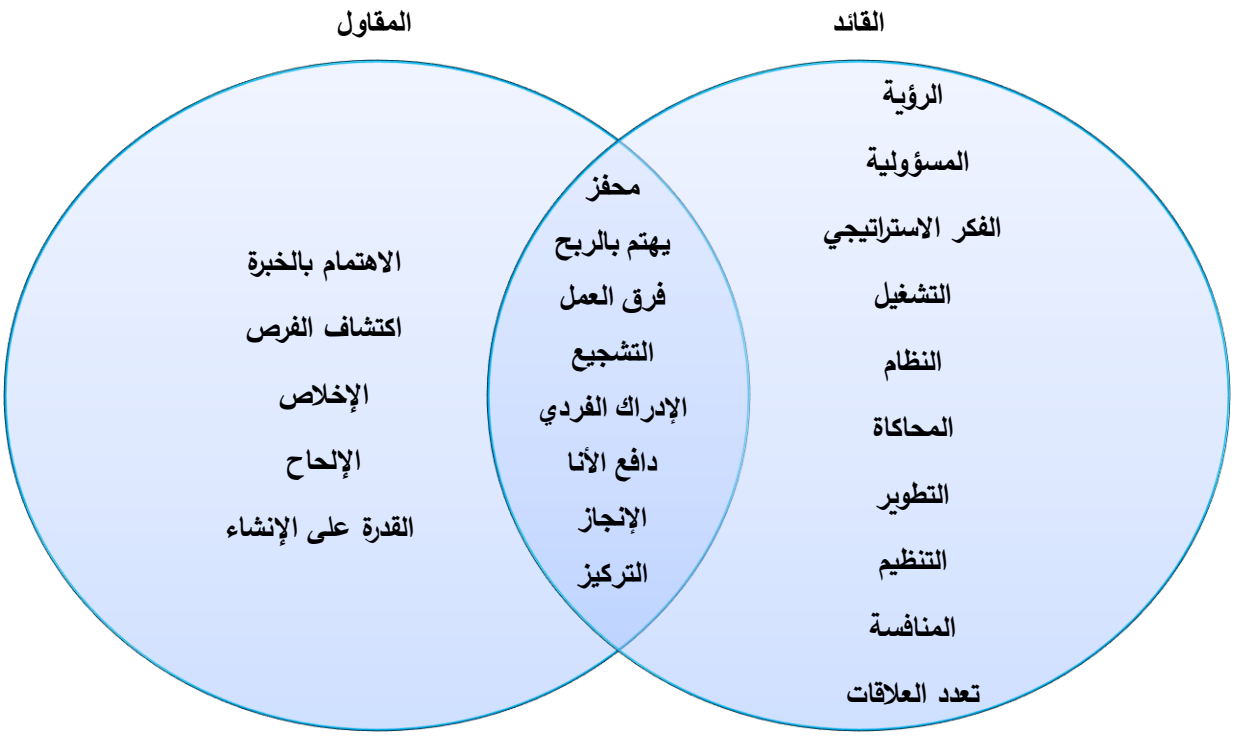
فالمقاول هو الشخص الذي يدرك وجود فرصة استثمارية، وينشئ المشروع المناسب لاستغلال هذه الفرصة باذلا مجهودا كبيرا ومتحملا للأخطار، ويكون نموه سريعا، بينما صاحب المشروع هو من يستثمر الموارد المتاحة لإقامة مشروع يحقق عائدا ماديا، ونموه يكون بطيئا (الصيفي و جراد، 2019، صفحة 22)، وليس بالضرورة أن يكون المقاول هو مالك المشروع، وإن كان هذا غالبا في المشاريع الصغيرة، فالمالك هو الذي ينشئ المشروع ويديره لتحقيق مجموعة أهداف شخصية وموارد مالية، فيستهلك كل وقته لأنه يعتبر امتدادا لشخصيته (عنبة، 2017، صفحة 55).

3. الفرق بين المقاول والقائد

تكمن أهمية المقارنة بين المقاول والقائد والمدير وصاحب المشروع في إمكانية مشاركتهم جميعا في إنشاء المشاريع الجديدة، فالمدير يمكن أن يشارك في هذه العملية بشرط أن تكون الفكرة متبلورة من طرف شخص آخر، وفي هذه الحالة لا يمكن اعتبار ذلك ضمن مفهوم المقاولاتية، لكن القائد والمقاول يملكون صفات

كثيرة متماثلة ومناطق مشتركة (ميساوي، 2020، صفحة 74)، وهذا ما يجعل التفريق بينهم في غاية الدقة، يمكن توضيح ذلك في الشكل التالي:

الشكل 4: التداخل بين صفات المقاول والقائد



المصدر: (Thompsonn & Bolto, 2013, p. 289)

يتضح من الشكل أن هناك تشابها وتداخلا في الصفات التي تميز رائد الأعمال عن القائد، حيث لا يعتبر المقاول حالة خاصة من القائد، لأن نقاط الاختلاف بينهما ذات أهمية كبيرة، خاصة ما تعلق بإدراك الفرصة والقدرة على الإنشاء (ميساوي، 2020، صفحة 75).

يعرض الجدول التالي تلخيصا للفروق بين المقاول والمدير والقائد:

الجدول 6: ملخص ما يقوم به المقاول والمدير والقائد

المقاول	المدير	القائد
يبتكر ويبدع	يدير	يقود
يجدد	يسير	يبتكر
يصنع أوضاعا جديدة	يحافظ على الوضع	يطور الوضع الراهن
يرى الفرص	يرى المشاكل	ينظر إلى المستقبل
يسأل كيف ومتى	يسأل كيف ومتى	يسأل ماذا ولماذا
ينشئ فريق العمل	يعتمد على السيطرة والمراقبة	يلهم الثقة
يركز على الأجل القصير	يركز على الأجل القصير	يفكر في الأجل الطويل
يركز على أعمال المنظمة	يركز على أعمال المنظمة	يركز على الأفراد
يقوم بأداء الأشياء الصحيحة	يؤدي الأشياء بطريقة صحيحة	يستعمل تأثيره في أداء الأشياء

المصدر: (ميساوي، 2020، صفحة 291)

ثالثا: خصائص المقاول في ظل تنوع المدارس الفكرية

إن أهم ما ترتكز عليه المقاولاتية هو المقاول، لذلك فهو يتميز بمجموعة من الخصائص تميزه عن غيره، وحاول الباحثون التعرف عليها من خلال مختلف أساليب البحث العلمي، كالملاحظات العلمية والدراسات التجريبية ودراسات الحالة للمقاولين الناجحين. لأن ذلك له أهمية كبيرة لدراسة موضوع المقاولاتية بما في ذلك دراسة محددات الاختيار المهني بين المقاولاتية مقابل الوظيفة، وكذلك لتقييم سياسات المقاولاتية وتصميم برامج التعليم المقاولاتي وتقييمها (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 92)، وقد استندت هذه الدراسات على نظريات القيادة والإدارة المتداخلة مع العلوم الاجتماعية والنفسية، يمثل الجدول التالي وفي هذا السياق يشير الباحثون إلى أربع مدارس رئيسية مبينة في الجدول التالي:

الجدول 7: أهم صفات المقاول في ظل المدارس الفكرية

المدرسة		صفات المقاول
مدرسة السمات		المثابرة، الاستقلالية، الحدس، الثقة في النفس، تحمل المخاطر، القدرة على الإقناع...
المدرسة البيئية	**دور الثقافة**	ظهور أثر الثقافة على نشأة وتوجه الفرد
	نظرية الجذب والدفع	تجذبه للمقاولاتية بيئة إيجابية، وتدفعه للمقاولاتية بيئة سلبية
	منهج التهميش	الأهلية، التهميش الاجتماعي، العمل خارج السائد الاجتماعي
	الخلفية الأسرية	أثر النشأة والتوجيه، القدوة، الخلفية التجارية
	التعليم والخبرة	مستوى التعليم، الخبرة السابقة في المجال
المدرسة السلوكية		سلوك المقاول ومهاراته، وليس سماته وصفاته
المدرسة الموقفية (المعاصرة)		الإحساس بالفرصة، استغلال الفرصة

المصدر: (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 92؛ عنبة، 2017، صفحة 56)

1. مدرسة السمات

تفترض هذه المدرسة أن هناك مجموعة من الخصائص الشخصية التي تجعل الشخص مقاولا، وهي من أولى الأطروحات التي ظهرت في الأدب المقاولاتي، وبالتالي يمكن من خلال وجود سمات محددة التنبؤ بالمقاول والتعرف عليه (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 39)، "والسمة حسب معجم مصطلحات علم النفس هي علامة أو صفة فطرية أو مكتسبة تميز الفرد عن غيره، وثبات السمة هي درجة اطراد الفرد بالنسبة لسمة من السمات خلال فترة من الزمن، فهي تمثل خصائص دائمة، وتجعل الفرد مستعدا للتصرف بطريقة خاصة باختلاف المواقف (عقباني، 2016، صفحة 17). فبُنيت هذه المدرسة على فرضية أن المقاول هو شخص يملك سمات أو خصائص شخصية تمكنه من إدارة المشروع بنجاح (عنبة، 2017، صفحة 56)، ومن بين النظريات التي تصب في إطار مدرسة السمات:

1.1. نظرية السمات لـ Allport(1937) التي ترى أن الفرد هو فريد ويتشكل في صورة خاصة من السمات، التي لها القدرة على الاستجابة بنفس الطريقة لمثيرات مختلفة، حيث عدد 4500 سمة للشخصية، لكنه قسمها إلى: **سمات أصلية**، يخضع لها الفرد وتسيطر على أغلب سلوكاته، **وسمات مركزية**، وهي سمات أكثر بروزا ووضوحا وتمثل الميول التي تميز الفرد، و**سمات ثانوية** تكون أقل حدوثا ولا يستعمله الفرد دائما (عقباني، 2016، صفحة 25).

2.2. نظرية Cattel (1965): الذي يرى أن السمات هي كيانات دائمة وموروثة وتتطور عبر الزمن وتكون السلوك، ويقسمها إلى: **سمات القدرة**، التي تمثل الاستجابة للمواقف، **وسمات مزاجية**، التي تمثل ردود الأفعال الشخصية، **وسمات ديناميكية**، التي قد تكون تكوينية أي وراثية، أو بيئية مكتسبة من البيئة كالعواطف، أو اتجاهات (عقباني، 2016، صفحة 28).

3.2. نظرية Eysenck: الذي يعرف السمات أنها عوامل نظرية مبنية على أساس الارتباطات التي تكون بين الاستجابات المختلفة للأفراد، وقسمها إلى ثلاثة أبعاد: الانبساط والانطواء، العصبية والاتزان الانفعالي، العوامل النفسية وقوة الأنا. (عقباني، 2016، صفحة 28)

3.3. نظرية عناصر الشخصية الخمسة والمعروفة أيضًا باسم نموذج الخمسة الكبار (The Big 5) أو نموذج (OCEAN)، هو تصنيف لسمات الشخصية. تقترح النظرية خمسة أبعاد رئيسية متقابلة لوصف الشخصية البشرية والنفس وهي:

أ. **الانفتاح Openness (O)** (مبدِع، فضولي، محب للاستطلاع مقابل تقليدي، غير تحليلي، حذِر)

ب. **الضمير Conscientiousness (C)** (فعال، منظم، منظبط مقابل غير دقيق، مهمل، غيرمبالي)

ت. **الانبساطية Extraction (E)** (اجتماعي، فعال، ثرثار مقابل منعزل، غير حيوي، متحفظ)

ث. **الانسجام Agreeableness (A)** (ودود، شغوف، متعاون مقابل عصبي، حاقد، شكوكي)

ج. **العصابية Neuroticism (N)** (حساس، قلق، متوتر مقابل مطمئن، واثق، هادئ)

2. المدرسة البيئية

الافتراض الأساسي في هذه المدرسة هي أن خصائص المقاول ترتبط ارتباطا وثيقا بالعوامل البيئية المحيطة به، وتتأثر شخصية المقاول بـ:

1.2. الثقافة: حيث تشجع بعض الثقافات التوجه المقاولاتية والبعض الآخر ينبذها، وهناك بعض المجتمعات تنتشر فيها ثقافة المقاولاتية أكثر من غيرها، وتوجد دول تشجع على المقاولاتية في جميع مراحل التعليم، كل هذه العوامل تجعل المقاول وليد الثقافة التي يعيشها. (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 95). وتعد نظرية فيبر من أولى النظريات التي اهتمت بتأثير البيئة الاجتماعية–الثقافية على المقاولاتية، إذ يفسر تطور المقاولاتية من خلال الدور الذي يلعبه المجتمع، فيستمد الفرد قيمه من القيم الاجتماعية والأخلاقية والبيئة المؤسساتية التي يعيش فيها، ويكون للثقافة تأثير على سلوكات الأفراد وتوجهاتهم في الحياة، ويركز فيبر على التوجهات القيمية، وبدرجة أكبر العقيدة الدينية كعنصر ثقافي مؤثر بشكل مباشر على سلوك الفرد وتوجهه ليصبح مقاولا .(Rbaro & Mamuzo, 2013)

2.2. نظرية الجذب والدفع: ترفض هذه النظرية أن يكون الباعث على التوجه نحو المقاولاتية هو سمات المقاول نفسه، بل بسبب عوامل خارجية، سواء كانت إيجابية أو سلبية، فهي تفترض أن العوامل الإيجابية في المقاولاتية تجذب الشخص نحوها، إضافة إلى طبيعة بعض مجالات العمل والصناعات التي تجذب المقاولين وتحفزهم على إنشاء مشاريعهم، بينما العوامل السلبية التي تخلفها الوظيفة أو البطالة تدفع الشخص للهروب منها والدخول في عالم المقاولاتية (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 95). يمثل الجدول التالي بعض العوامل الإيجابية والسلبية المؤثرة على المقاول:

الجدول 8: العوامل السلبية والإيجابية التي تجعل الفرد يتجه نحو المقاولاتية

العوامل السلبية	العوامل الإيجابية
-سوء الظروف المرتبطة بالعمل الحالي. -المعاناة من البطالة. -عدم الرغبة في العمل أو في وظيفة حكومية أو لدى الخواص. -التغلب على الظروف الشخصية وتحسين الوضع الاجتماعي.	-توفر رأس المال لدى الفرد أو لدى الوالدين. -وجود فكرة مشروع. -الرغبة في تحقيق الاستقلالية. -الرغبة في تحقيق عائد مادي جيد. -حب المغامرة والمخاطرة. -تشجيع الأهل والأصدقاء. -تشجيع الدولة. -أسباب اجتماعية كالمواصلة في مشروع العائلة أو وراثته. -الرغبة في الانتماء لفئة رجال الأعمال.

المصدر: (عنبة، 2017، صفحة 65)

يمثل الجدول السابق الدوافع التي تجعل الفرد يتجه نحو المقاولاتية ويفر من البطالة والعمل لدى الآخرين، ومن جهة أخرى توجد معوقات تنفر من المقاولاتية وتجعل الفرد غير مناسب لها من بين هذه المعوقات:

- الميل إلى الحياة التقليدية النظامية بتنفيذ مهام محددة خلال مواعيد عمل رسمية فقط.
- الرغبة في ضمان دخل ثابت ولو كان قليلا، وتجنب تذبذب الدخل.
- حب الالتزام بمواعيد عمل محددة وظروف منظمة حتى يمكنهم استغلال الوقت المتبقي بكل حرية.
- عدم الرغبة في تحدي تغير عوامل البيئة الخارجية واللااستقرار الذي يميز المشروع المقاولاتي.
- الحرص على الاستفادة من نظام التأمين والتقاعد الذي توفره الوظيفة مقابل الخطر الذي قد يحدق به إذا أنشأ مشروعه الخاص (عنبة، 2017، الصفحات 65-66).

3.2. منهج التهميش أو التنحية: وتفترض أن المقاول ينشأ خارج ما هو مألوف اجتماعيا، فالشخص الذي يكون مهمشا يضطر إلى التوجه نحو إنشاء عمل خاص به للهروب من التمييز وتحقيق استقلاليته، وهو ما يفسر توجه نسبة كبيرة من الأقليات العرقية نحو المقاولاتية (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 96).

4.2. الخلفية الأسرية: فالشخص الذي يكون أحد والديه أو كليهما يمارس أعمالا حرة، تزيد فرصة إنشائه عملا مقاولاتيا، اقتداء بهما، حيث أثبتت الدراسات أن ثلثي عدد المقاولين ينحدرون من أسر يعمل فيها أحد

الوالدين في العمل الحر، فالقدوة تنمي حب العمل المستقل والإبداع والمخاطرة والطموح (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 96).

5.2. التعليم والخبرة: إذ أن المستوى التعليم للمقاولين غالبا ما يكون أعلى من غيرهم، فالتعليم الجيد يساعد المقاول في تعلم مهارات وتجاوز النقص في التدريب والخبرة وحل المشكلات التي تواجهه، كما أن توفر الخبرات السابقة في الإدارة والتسويق والصناعة تعد من العوامل المساهمة في نجاح المشروع (الشميري و المبيريك، 2019، صفحة 97).

3. المدرسة السلوكية

تعتمد هذه المدرسة على المدرسة السلوكية للقيادة، وتركز على طريقة ونوع سلوك المقاول أثناء قيامه بالفعل المقاولاتي بدلا من التركيز على سماته الشخصية، وتفترض أن السلوك والأفعال والمهارات يمكن أن تكون فطرية ويمكن تغييرها واكتسابها (الشميري و المبيريك، 2019، الصفحات 97-98).

ومن أهم المهارات السلوكية اللازمة للمقاول (عنبة، 2017، صفحة 57):

1.3. مهارات تفاعلية (Interaction Skills): القدرة على بناء علاقات إنسانية واجتماعية في البيئة الداخلية والخارجية، وتكوين بيئة عمل تفاعلية تعتمد على المشاركة والتقدير والاحترام.

2.3. مهارات تكاملية (Integration Skills): القدرة على بناء علاقات مع العاملين والمديرين والمشرفين ما يجعل المشروع متكاملا من جميع الجوانب.

4. المدرسة الموقفية (الظرفية) أو المدرسة المعاصرة

تقوم على افتراضات النظرية الموقفية في القيادة، وتفترض أن خصائص المقاول لا ترتبط بسمات شخصية عامة بل بسمات نسبية، تتفاعل مع موقف وظرف معين، وتفترض أن المقاولاتية ظاهرة معقدة، يتحكم فيها عاملان أساسيان (الشميري و المبيريك، 2019، الصفحات 98-99؛ عنبة، 2017، صفحة 56):

1.4. الإحساس بالفرصة: الناتج عن التفاعل بين السمات الشخصية للمقاول مع البيئة المؤثرة عليه.

2.4. استغلال الفرصة الذي يتطلب وجود مجموعة من السمات والمهارات اللازمة لإدارة الموارد المتاحة.

من خلال المدراس التي تطرقت لصفات المقاول، نلاحظ أن كل مدرسة تناولتها من زاوية معينة ومن وجهة نظر مختلفة. ويمكن تلخيص الخصائص التي يتميز بها المقاول في الجدول التالي:

الجدول 9: خصائص المقاول

خصائص شخصية	خصائص سلوكية	خصائص إدارية
– الطاقة والحركية. – القدرة على تسيير الوقت. – القدرة على حل المشاكل. – تقبل الفشل. – مواجهة المخاطر. – الإبداع. – الثقة بالنفس. – الاندفاع للعمل. – الرغبة في الاستقلالية. – التفاؤل. – تقلد منصب القائد. – القدرة على ضبط الذات.	**مهارات تفاعلية:** – بناء وتكوين علاقات إنسانية. – السعي لتوفير بيئة تفاعلية. – المشاركة في حل المشكلات. – رعاية وتنمية الابتكارات. – العدل في توزيع الأعمال. – التواصل مع فريق العمل. – نشر روح العمل الجماعي **المهارات التكاملية:** – تنمية المهارات التكاملية بين العاملين. – ضمان إنسانية الأعمال. – ضمان الفعالية بين الوحدات والأقسام.	**المهارات الإنسانية:** – التركيز على إنسانية العاملين. – مراعاة الظروف الإنسانية والاجتماعية للعاملين. – تهيئة الأجواء الخاصة بتقدير واحترام الذات. – بناء بيئة عمل تركز على الجانب الإنساني والسلوكي. **المهارات الفكرية:** – امتلاك المعارف العلمية. – القدرة على التخطيط. – وجود رؤية لإدارة المشروع. – القدرة على تحديد الأهداف على أسس الرشد والعقلانية. **المهارات التحليلية:** – تحليل العلاقات بين المتغيرات المؤثرة على المشروع. –تحليل عناصر الفرص. –تحليل التهديدات وأخطار البيئة الخارجية. – تحليل سوكيات المنافسين والمستهلكين. –تحليل الجوانب المالية والإنتاجية والتسويقية إلخ. **المهارات الفنية (التقنية):** – المهارات الأدائية. – معرفة طبيعة العلاقات بين المراحل الإنتاجية. – مهارة تصميم المنتج. – معرفة الجوانب التشغيلية. – معرفة المكونات الأساسية للأجهزة. – القدرة على تحسن الأداء.

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (سايبي، 2014، الصفحات 9–10؛ الجودي، 2015، الصفحات 23–26)،

إن الخصائص التي ذكرتها المدارس الفكرية وتطرق لها الباحثون يصعب توفرها جميعا في شخص واحد، وبالتالي فإنها قد تتوفر بدرجات متفاوتة لدى الباحثين، وهو ما يفرز لنا تصنيفات متنوعة للمقاولين، كما أن بعض الباحثين يرون أنه ممن الممكن أن تضاف خصائص وصفات جديدة للمقاول لاسيما مع التطورات المستمرة والتغيرات غير المتوقعة (زيدان، 2007، صفحة 107).

رابعا: وظائف المقاول

يجب على المقاول، كعنصر في النشاط الاقتصادي والاجتماعي، أن يؤدي وظائف بناءً على الخصائص التي تميزه عن بقية عناصر المجتمع، بدءًا من توليد الفكرة وحتى إنشاء المؤسسة أو بداية مشروعه أيا كان نوعه أو حجمه. كما يتعين عليه أيضا أداء وظائف من أجل التشغيل الناجح لمشروعه، فيدرك الفرص ويجند مختلف الموارد المالية والبشرية لتحقيق هدفه. فيما يلي الوظائف الرئيسية للمقاول:

1. توليد الأفكار (Idea generation): الوظيفة الأكثر أهمية للمقاول هي توليد الأفكار. توليد الأفكار يعني اختيار المنتج وتحديد المشروع المراد إنشاؤه، ويتحقق ذلك من خلال الرؤية والبصيرة والملاحظة الشديدة والتعليم والخبرة والتعرض الدائم، وهذا يحتاج إلى مسح لبيئة الأعمال ومسح السوق. إن وظيفة المقاول هي توليد أكبر عدد ممكن من الأفكار لاختيار أفضل الفرص التجارية التي يمكن أن يتخذها لاحقًا كمشروع تجاري.

2. تحديد أهداف العمل (Determination of business objectives): يجب على المقاول أن يحدد ويضع أهداف العمل الذي سيقوم به بعبارات واضحة ودقيقة. فيكون واضحا بشأن طبيعة ونوع العمل المراد، أي ما إذا كان هدفه تصنيع منتج أو تقديم خدمة أو عملا تجارية، مما يساعده على الاستمرار في المشروع وفقًا للأهداف التي يريد.

3. زيادة الأموال (Rising of funds): تعتمد جميع أنشطة الأعمال والمشاريع على التمويل، وبالتالي فإن زيادة الأموال هي وظيفة مهمة للمقاول. يمكن للمقاول جمع الأموال من مصدر داخلي أو من مصدر خارجي، وبالتالي يجب أن تكون له معرفة بطرق التمويل والحصول على قروض ومساعدات سواء من الدولة أو من مستثمرين آخرين لغرض تشكيل رأس ماله الأولي والثابت لأعماله.

4. توفير الآلات والمواد (Procurement of machines and materials): لتوفير المواد الخام والآلات، يجب على المقاول تحديد المصادر المنتظمة والأقل تكلفة للمواد الخام التي ستساعده على تقليل تكلفة الإنتاج ومواجهة المنافسة، كما يجب عليه تحديد التفاصيل الفنية وقدرة الأجهزة بما يتوافق مع متطلبات عمله، واختيار المصنعين والموردين سواء كانوا محليين أو أجانب، وأخذ مسألة الضمان بعير الاعتبار وخدمة ما بعد البيع قبل توفير المعدات.

5. أبحاث السوق (Market research): أبحاث السوق هي جمع منظم للبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة التي يريد المقاول تقديمه وتحليلها وتفسيرها. يجب على المقاول إجراء أبحاث السوق باستمرار لمعرفة تفاصيل الطلب على المنتج، وحجم السوق والعملاء، وتصدير المنتج، والمنافسة، وسعر المنتج وكل المعلومات ذات العلاقة.

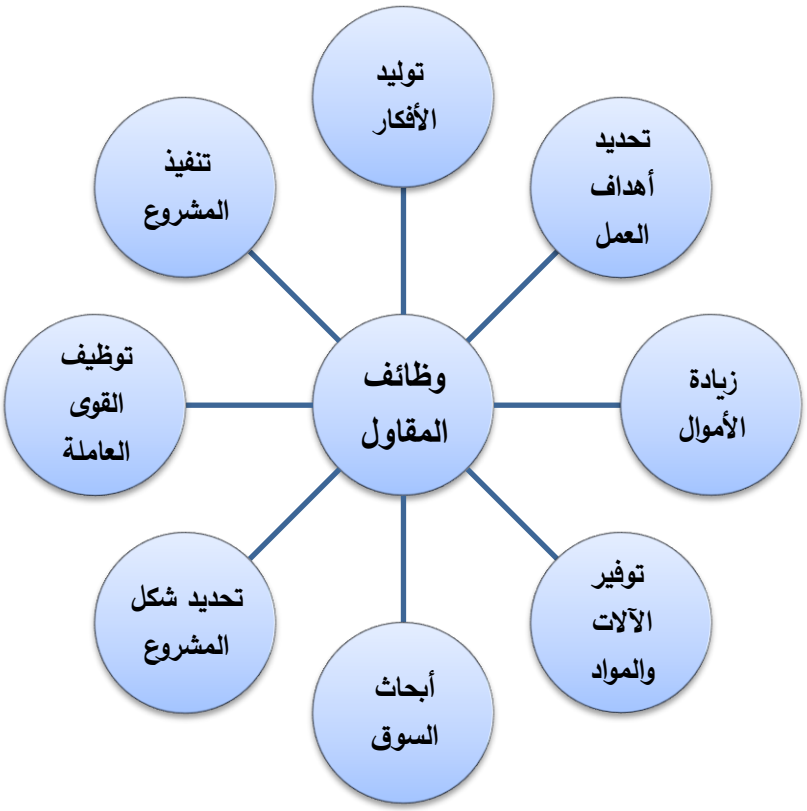
6. تحديد شكل المشروع (Determining form of enterprise): يجب على المقاول تحديد شكل المشروع بناء على طبيعة المنتج أو الخدمة التي يريد تقديمها وحجم الاستثمار إلخ. أشكال الملكية متنوعة، فقد تكون ملكية فردية أو في إطار شراكة، أو شركة مساهمة، إلخ. بالإضافة إلى تحديد الإطار التشريعي والسند القانوني الذي سينشط فيه المقاول.

7. توظيف القوى العاملة (Recruitment of manpower): للقيام بهذه الوظيفة، يجب على المقاول تقدير متطلبات القوة البشرية للمدى القصير والطويل ووضع إجراءات الاختيار، وتصميم مخطط التعويضات والأجور، وضع قواعد وقوانين الخدمة، وتصميم آليات للتدريب والتطوير.

8. تنفيذ المشروع (Imlementation of the project): يجب على المقاول وضع جدول زمني وخطة عمل لتنفيذ المشروع. يجب أن يتم تنفيذ المشروع بطريقة محددة زمنيا. يجب أن يتم إنجاز جميع النشاطات من مرحلة التصميم إلى مرحلة التنفيذ وفقًا لجدول زمني محدد لتجنب تجاوز التكلفة والوقت. يجب عليه تنظيم الموارد المختلفة وتنسيق الأنشطة المختلفة. هذا التنفيذ للمشروع هو وظيفة مهمة للمقاول.

الشكل التالي يلخص هذه الوظائف:

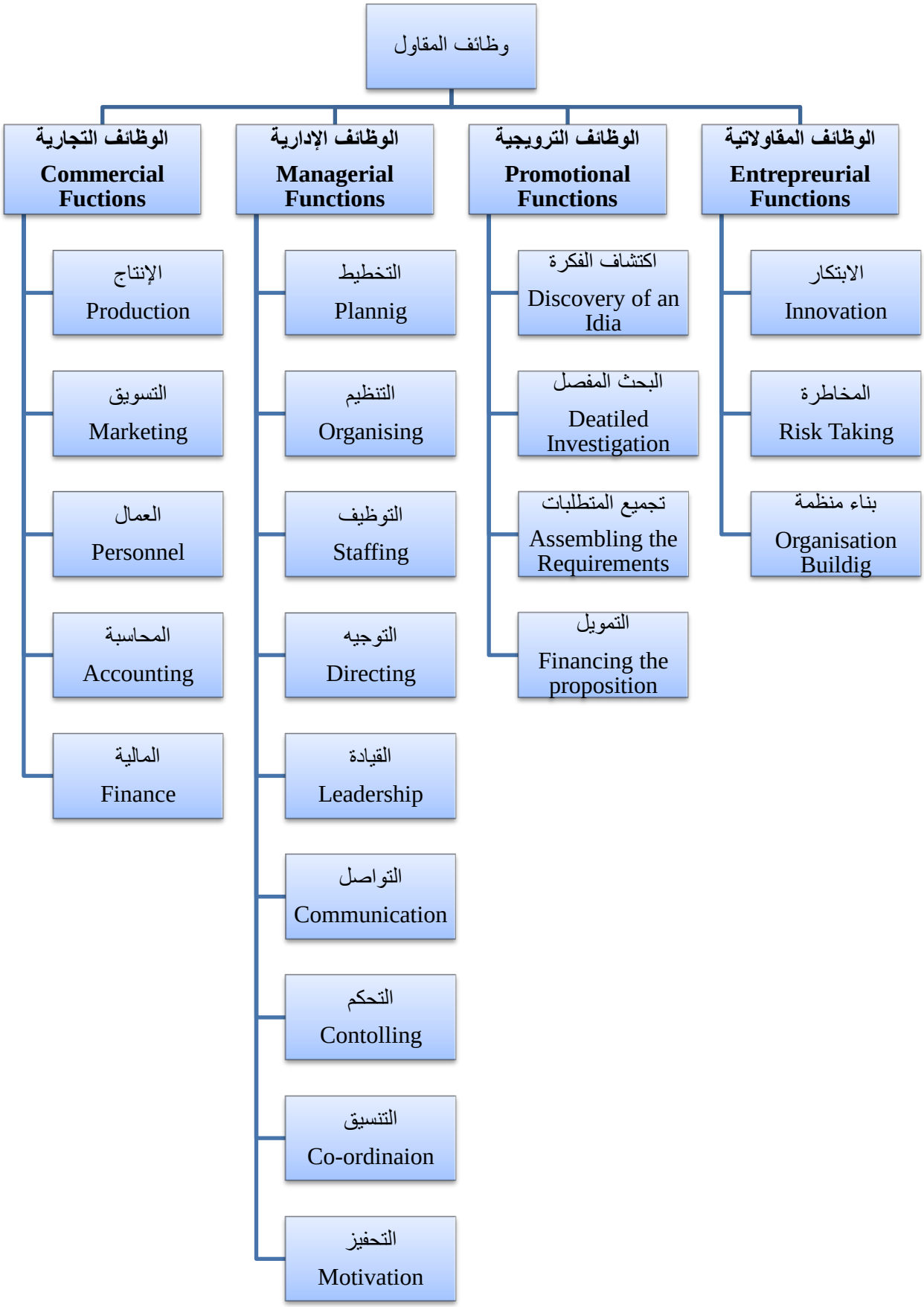
الشكل 5: الوظائف الرئيسية للمقاول



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على ما سبق

يمكن تحديد جميع الوظائف المذكورة أعلاه للمقاول في ثلاثة فئات: الابتكار وتحمل المخاطر وتنظيم وإدارة الوظائف. (Havinal, 2009, pp. 101-102)، وقسم Rajesh Marwaha & J. S. Mehandipur (2014) الوظائف التي ينبغي على المقاول أن يحسنها على نطاق واسع كما يوضح الشكل المقابل:

الشكل6 : وظائف المقاول



المصدر : (Wood, 2022, p. 19)

يوضح الشكل أن الوظيفة الأساسية للمقاول تتمثل في الابتكار والمخاطرة وإنشاء منظمة، وهي تعتبر الأبعاد الرئيسة لتعريف المقاولاتية، لكنها ليست الوظائف الوحيدة له، فسيحتاج المقاول إلى مهارات أخرى بعد إطلاق مشروعه أو أنشاء منظمته، فيؤدي وظيفة ترويجية بتجميع الأفكار وتجميع المتطلبات والتمويل، ويؤدي وظائف إدارية متعددة منها التخطيط، التنظيم والتوظيف والتوجيه والقيادة والتواصل والتحكم والتنسيق والتحفيز، كما يؤدي وظائفا تجارية من الإنتاج والتسويق وتسيير العمال والقيام بالأعمال المالية والمحاسبية.

خامسا: تصنيفات المقاولين

إن تصنيف المقاولين إلى أنواع يحتاج إلى معيار نقسم من خلاله، ولهذا يوجد العديد من التصنيفات حسب اختلاف وجهات النظر نحو المقاول، سواء من حيث طبيعة العمل أو السمات الشخصية أو نمط الملكية وغيره، نذكر منها ما يلي:

1. التصنيف على أساس الملكية:

وينقسم إلى (Wood, 2022, p. 27):

1.1. المقاول الخالص (Pure Entrepreneur): هو الشخص الذي أسس مشروعا أو مؤسسة بنفسه، حيث يضع تصورا لخطة العمل، ثم يسعى لإنجاح الخطة.

2.1. مقاول الجيل الثاني (Second-generation Entrepreneur): هو الشخص الذي ورث مؤسسة غيره كالأب والجد، وانتقل له تسيير الأعمال المملوكة للعائلة.

3.1. مقاول الامتياز (Franchise Entrepreneur): في هذه الحالة، يقوم مالك المؤسسة (مانح الامتياز) بتقديم علاماته التجارية والطرق المجربة لممارسة الأعمال إلى المقاول صاحب الامتياز مقابل دفع متكرر. هنا، لم يتصور صاحب الامتياز أن الشركة استثمرت أمواله ووقته في العمل.

4.1. المقاول المالك–المسير (Owner-Manager Entrepreneur): وهي عندما يشتري شخص شركة من المؤسس ووقته وموارده فيه فيسمى المالك المسير. مثل صابر بهاتيا مؤسس شركة Hotmail، في حين أصبح بيل كيتس من Microsoft مديرًا لمالكها بعد شرائه مقابل 400 مليون دولار.

2. التصنيف حسب السمات الشخصية وأسلوب إدارة الأعمال:

وينقسم إلى (Wood, 2022, p. 27):

1.2. المقاول المُنجز (The Achiever): هذا النوع من المقاولين لديه رغبات شخصية في التفوق. الدافع الوحيد الذي يدفعه إلى المقاولاتية هو الرغبة في تحقيق شيء ما في الحياة، وترك بصمة في المجتمع، وإثبات تميزه بين الآخرين بغض النظر عن العقبات التي تعترضه، وبالتالي لا يحتاجون إلى أي حافز خارجي، فلديهم دافعية داخلية، غالبا ما تدفعهم هذه الشخصية إلى بناء أعمالهم حول علامتهم التجارية الشخصية.

2.2. المقاول المُحَرَّض (The Induced Entrepreneur): أو المُستحَثّ، أي الذي تم حثه وتحفيزه بواسطة بعض العوامل الخارجية لبدء عمل مقاولاتي. مثل سياسة الدعم الحكومي، والبطالة، ودعم الأسرة، وتسهيل الدعم المؤسسي... إلخ.

3.2. المقاول مولد الأفكار (The Idea Generator Entrepreneur): هذا النوع من المقاولين هم أشخاص يتميزون بالإبداع الكبير ويبحثون دائمًا عن أفكار مبتكرة لإنشاء مشاريع جديدة، ولديهم القدرة على الشعور بالطلب قبل الآخرين بكثير. ويوصف المقاول في هذه الحالة بميزة المحرك الأول وهو قادر على جني أرباح أعلى من السوق. فهذا النوع هو ما تسعى إليه المقاولاتية بمفهومها الحديث، ولطلك يطلق عليهم لقب "جوهر المقاولاتية" (Essence of Entrepreneurship). مثل بيل جيتس من Microsoft، الذي بدأ في تصنيع برامج الحاسوب.

4.2. المقاول المدير الحقيقي (The Real Manager Entrepreneur): ويكون في هذه الحالة مديرا حقيقيا للمشروع أو المؤسسة يقوم بإدارة الأعمال بطريقة منهجية. يقوم بتحليل مواقف العمل، وتقييم المتطلبات المستقبلية من حيث الفرص والتهديدات، ثم يتخذ الإجراءات المناسبة. ويفضل التغييرات التدريجية، فهو يؤمن أن 10 تغييرات تدريجية أفضل من التحول الجذري.

5.2. المقاول المنجز الحقيقي (The Real Achiever Entrepreneur): المنجزون الحقيقيون تملؤهم الحياة. إنهم يبحثون عن تحقيق ليس حتى أهدافهم الخاصة ولكن أيضًا تحقيق الأشخاص المرتبطين بهم مثل الموظفين والموردين والموزعين

3. التصنيف حسب نوع الأعمال:

وينقسم إلى (Wood, 2022, p. 28):

1.3. المقاول الصناعي (Industrial Entrepreneur): هو الذي يقوم بتصنيع منتج، يحدد احتياجات العملاء ورغباتهم، وبالتالي يقوم بتصنيع المنتجات لتلبيتها. سيشمل جميع رواد الأعمال بشكل أساسي في التصنيع.

2.3. المقاول التجاري (Trading Entrepreneur): هو الشخص الذي يمارس أنشطة تجارية (شراء وبيع السلع والخدمات) ولا يهتم بتصنيع المنتجات. فهو يحدد الأسواق المحتملة، ويحفز الطلبات ويولد الاهتمامات بين المشترين لشراء المنتج.

3.3. المقاول المؤسسي (Corporate Entrepreneur): هو الشخص الذي يُظهر مهارته المبتكرة في تنظيم وإدارة المؤسسة التي تكون في إطار قانوني يمنحها كيانًا قانونيًا منفصلاً.

4.3. المقاول الزراعي (Agricultural Entrepreneur): هو المقاول الذي يقوم بأعمال تتعلق بالأنشطة الزراعية، مثل معدات المزارع والأسمدة ومدخلات الزراعة الأخرى، فيمكنه أن يوفر منتجات داعمة تزيد من الإنتاج الزراعي من خلال التقنيات الحيوية والميكنة وتحسين المردود الزراعي.

4. على أساس مرحلة التطور

وينقسم إلى (Wood, 2022, p. 27):

1.4. مقاول الجيل الأول (First Generation Entrepreneur): هو الشخص الذي يبدأ نشاطًا صناعيًا عن طريق مهارة مبتكرة، ويطبق مبدأ الإبداع، يجمع بين التقنيات المختلفة لإنتاج منتج أو خدمة قابلة للتسويق.

2.4. المقاول الحديث (Modern Entrepreneur): هو الشخص الذي يباشر أعمالا ومشاريع لتلبية متطلبات السوق المعاصرة، وذلك بما يتناسب مع الاتجاهات الاجتماعية والثقافية.

3.4. المقاول الكلاسيكي (Classical Entrepreneur): هو من النوع النمطي الذي يهدف إلى زيادة العائدات الاقتصادية على مستوى يتماشى مع بقاء الشركة أو المؤسسة أو المشروع بغض النظر عن إمكانية نموها أو عدمه.

5. تصنيف Clearance Danhof's

وينقسم إلى: (Wood, 2022, pp. 29-30; Havinal, 2009, pp. 102-103):

1.5. المقاول المبتكر (Innovative Entrepreneur): تتميز هذه الفئة بالإبداع كصفة أساسية، يستشعر فرص تقديم أفكار جديدة وتكنولوجيا جديدة واكتشاف أسواق جديدة وإنشاء مؤسسات جديدة. يتحرك المقاول فقط في حالة إمكانية تحقيق مستوى معين من التطوير الحقيقي والتغيير والتحسين، فهو يعمل على إحداث تحول في أسلوب الحياة.

2.5. المقاول المتبني أو المقلد (Adoptive or Imitative Entrepreneur): مثل هؤلاء المقاولين يقلدون صاحب مؤسسة أو شركة أو مشروع موجود مسبقا ويقيمون مشروعهم بنفس الطريقة، فبدلاً من الابتكار يتبنى المقاول التكنولوجيا والأساليب المبتكرة من الآخرين فقط. هذا النوع مناسب بشكل خاص للبلدان غير المتقدمة لتقليد المزيج الجديد من الإنتاج الموجود في البلدان المتقدمة، وبالتاي فإن نسبة الخطر واللايقين أقل.

3.5. المقاول الحذر (Fabian entrepreneurs): يتميز المقاول بالحذر الشديد والشك في تجربة أي تغيير في مشروعه. يتميز بالخجل والكسل وليس لديه الرغبة في تبني أساليب جديدة مبتكرة، تحكمه العادات والتقاليد والممارسات السابقة، فلا يهتم بالمخاطرة ويحاول اتباع خطى الأسلاف بدون اجتهاد.

4.5. المقاول المحافظ (Drone entrepreneurs): يتميز بأنه محافظ في نظرته إلى الأعمال. فيشعر بالراحة مع تقنية الإنتاج القديمة على الرغم من تطور التقنيات، ويتمسك بالآليات التقليدية ونظام العمل التقليدي حتى على حساب العوائد المنخفضة، لديه مقاومة التغيير.

6. تصنيف Arther H Cole:

وينقسم إلى (Havinal, 2009, p. 103):

1.6. المقاول التجريبي (Empirical entrepreneur): إنه مقاول لا يكاد يقدم أي شيء ثوري ويتبع مبدأ القاعدة العامة.

2.6. المقاول العقلاني (Rational entrepreneur): يكون لديه معلومات ودراية جيدة بالظروف الاقتصادية العامة ويدخل تغييرات تبدو أكثر ثورية.

3.6. المقاول المعرفي (Cognitive entrepreneur): لديه معلومات كثيرة ومعرفة قوية، ويستند إلى نصائح وخدمات الخبراء ويقدم تغييرات بناء على المخطط الحالي للمؤسسة.

7. التصنيف على أساس مقياس المؤسسة:

وينقسم إلى (Havinal, 2009, p. 103):

1.7. مقاول النطاق الصغير(Small scale entrepreneur)**:** لا يمتلك المقاول مواهب وموارد اللازمة لبدء الإنتاج على نطاق واسع وإدخال تغييرات تكنولوجية ثورية كبيرة.

2.7. مقاول النطاق الواسع (Small scale entrepreneur): يمتلك الموارد المالية وغيرها من الموارد اللازمة لبدء التغييرات التكنولوجية الجديدة وإدخالها. لديه المواهب اللازمة ومرافق البحث والتطوير.

المبحث الثاني: التعليم والمرافقة كآلية لنشر المقاولاتية

المطلب الأول: تعليم المقاولاتية

يتساءل الكثير من الباحثين عن إمكانيّة تدريس المقاولاتيّة لاعتبارين اثنين:

الاعتبار الأول: أن المقاولاتية ليست علما قائما بذاته، فهي مزيج من عدة عوامل وعلوم مختلفة كالرياضيات والإحصاء والاقتصاد والإدارة والتسويق وعلم النفس وعلم الاجتماع وعلوم الإعلام والاتصال والمعلوماتية وغيرها.

الاعتبار الثاني: أن الكثير من المقاولين الناجحين لم يلتحقوا بالجامعات ولم يتلقّوا أي تكوين، رغم أن بعضهم فشلوا بسبب نقص معرفتهم سير المشاريع الاستثمارية (أوكيل، 2017، صفحة 21).

إن اعتبار المقاولاتية مزيجا من عدة علوم لا يمنع من كونها قابلة للتعلم، ولا من إمكانية اعتبارها علما مستقلا بذاته، فالكثير من العلوم نجدها مزيجا من علوم أخرى. كما أن نجاح بعض المقاولين بدون تكوين في ذلك، لا يعني بالضرورة أن المقاولاتية غير قابلة للتعلم، فقد يكون للظروف الاجتماعية والأسرية التي يعيشها المقاول دور في تدريب المقاول منذ صغره على مبادئ إنشاء المشاريع، وقد يكون للحظ دور في ذلك.

تجدر الإشارة إلى وجود خلط لدى بعض الكتاب بين مصطلحي التعليم المقاولاتي (Entrepreneurial Education) وتعليم المقاولاتية (Entrepreneurship Education)، فالتعليم المقاولاتي هو تعليم بالمقاولاتية، وتعليم المقاولاتية هو تعليمٌ للمقاولاتية.

واختلف الباحثون حول المقاول: هل يولد مقاولا أم يتم صناعته؟ أي هل المقاولاتية صفة فطرية أم مكتسبة؟ بمعنى هل الصفات المقاولاتية يولد بها المقاول أم يكتسبها ويتعلمها؟ وللباحثين ثلاث آراء مختلفة للإجابة عن هذه الإشكالية: رأي كارتر وآخرون (2003) الذين يرون أن المقاولاتية تعتمد على مجموعة من الخصائص والسمات الفطرية التي يمكن تعلمها، و رأي Shefsky (1996) الذي أثبت من خلال دراسته أن أكثر من 200 مقاول ناجح لم يولدوا بالصفات المقاولاتية لكنهم اكتسبوها من خلال التكوين، أما الرأي الثالث فيجمع بين الرأيين السابقين، إذ بّين Wztkinson (2004) أن المقاول الناجح يمتلك مزيجا من الصفات الفطرية والمكتسبة (عنبة، 2017، صفحة 55)، ويعتبر الرأي الثالث أقرب إلى الصواب، فبعض الصفات تكون فطرية في الإنسان، لكن هذا لا يمنع من تطويرها، كالأفراد الذين يولدون بموهبة فطرية تستدعي تطويرها، كما أنها قد تكتسب بالتعليم والتكوين والتكرار، وبالتالي فإن مفهوم تعليم المقاولاتية يكون له أثر ومعنى في هذه الحالة، فلو كان الإنسان يولد بصفات معينة ولا يمكنه اكتساب غيرها لما كان لتعليم المقاولاتية أو أي تعليم آخر أي أثر أو فائدة.

بدأ تعليم المقاولاتية في الجامعات سنة 1947، عن طريق Myles Mace الذي قدم أول مقرر دراسي في المقاولاتية في كلية إدارة الأعمال بجامعة هارفرد الأمريكية، وكان موجها للطلبة الذين عادوا بعد أداء الخدمة العسكرية في الحرب العالمية الثانية ليستجيب لاحتياجاتهم في فترة انتقالية للاقتصاد. بينما يرى بعض الباحثين أن أول من قام بتعليم المقاولاتية هو الياباني Shigerou Fijii الذي قدم دورات تدريبية في إدارة الاعمال التجارية سنة 1940 في جامعة Kobe (مبارك م.، 2010، صفحة 79).

1. تعريف تعليم المقاولاتية

اعتبر المجلس الأوروبي تعليم المقاولاتية أو التعليم للريادة من ضمن المهارات الأساسية الجديدة، وفي سنة 2002 تبنت المفوضية الأوروبية تعريف تعليم المقاولاتية أنه "عملية ديناميكية اجتماعية يتعرف الأفراد عن طريقها، بشكل فردي أو جماعي، على الفرص الإبداعية ويستثمرونها عن طريق تحويل الأفكار إلى نشاطات تطبيقية مستهدفة، سواء في سياق اجتماعي أو ثقافي أو اقتصادي" (المفوضية الأوروبية، 2010). كما تنظر إليه اليونسكو في وثيقة مشتركة بينها وبين منظمة العمل الدولية سنة 2006، على أنه "مقاربة تربوية تهدف إلى تعزز احترام الذات والثقة بالنفس عن طريق تعزيز المواهب والإبداعات الفردية، وبناء القيم والمهارات ذات العلاقة التي تساعد الطلبة في توسيع نظرتهم إلى التعليم الدراسي وما يلبيها من فرص وتبني الأساليب اللازمة لذلك على استخدام النشاطات الشخصية والسلوكية والاتجاهاتية وتلك المتعلقة بالتخطيط للمسار الوظيفي (المصري، 2010، صفحة 17)

وتعرف اليونيسكو ومنظمة العمل الدولية (2010) تعليم المقاولاتية أنه "مجموعة من أساليب التعليم النظامي الذي يقوم على إعلام وتدريب أي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال مشروع يهدف إلى تعزيز الوعي المقاولاتي، وتأسيس مشاريع الأعمال أو تطوير مشاريع الأعمال الصغيرة (صكري، جلاب، و شطة، 2017).

وهناك من يرى أن تعليم المقاولاتية هدفه التدرب على حل المشكلات من خلال الممارسة، فعرف هاينز التعليم للمقاولاتية بأنه تلك النشاطات التي تهدف إلى تمكين الفرد ليستوعب ويدرك ويطور معرفته ومهاراته وقيمه لتمكنه بذلك من اكتساب مهارة حل المشكلات بأسلوب إبداعي فيتمكن وتحليلها وإيجاد الحلول المكنة لها (العتيبي، 2015، الصفحات 63-64).

إذن، فتعليم المقاولاتية هو خلق عقلية وثقافة الريادة والابتكار وحل المشكلات وترسيخ الثقة بالنفس وقدرة الأفراد على النجاح والمشاركة في سوق العمل، وتدريب الطلبة على استغلال الفرص المتاحة والأخذ بالمبادرة وتحمل المسؤولية والدخول في المخاطرة، كما ترى منظمة اليونسكو أنه ليس بالضرورة كل شخص يتلقى تعلما للمقاولاتية سينشئ مشروعه الخاص، بل إن اكتسابه للمهارات سيثري شخصيته ويزيد القدرات الفردية لديه (الجمني، 2010، صفحة 45).

وفي عمل أوروبي من قبل مجموعة من الخبراء الذين يمثلون جميع الدول الأعضاء، اقترحوا تعريفا مشتركا لتعليم المقاولاتية يشمل على عنصرين هما: مفهوم أوسع للتعليم يشمل الاستعدادات والمهارات المقاولاتية التي تشمل تطوير بعض الصفات الشخصية ولا تركز مباشرة على إنشاء مؤسسات جديدة، ومفهوم أكثر خصوصية يتعلق بالتعليم لإنشاء مؤسسات جديدة (Hadj Slimane & Bendiabdellah, 2010, p. 5).

ويمكن القول إن تعليم المقاولاتية هو مجموع الأنشطة والأساليب التعليمية التي تهدف إلى غرس روح المقاولاتية لدى الأفراد وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتأسيس مشاريعهم الخاصة. تعريف خاص بـ (صكري، جلاب، و شطة، 2017).

ويختلف تعليم المقاولاتية بحسب الفئة المستهدفة، فحسب بيترمان وكيندي (2003)، ترتكز البرامج الموجهة للتلاميذ في المراحل الابتدائية والمتوسطة والثانوية على مدى تفضيل مشاريع الأعمال الجديدة وجدواها، بينما على المستوى الجامعي، فيتم التركيز على المهارات والكفاءات المرتبطة بتطوير أفكار المشاريع، وبمسارات المقاولاتية والاختبار في السوق وبناء نموذج الأعمال. كما أن بعض الباحثين يفرق بين تعليم المقاولاتية والتدريب على المقاولاتية، فتعليم المقاولاتية هو سلسلة من النشاطات والعمليات التي تسعى إلى جعل الفرد يدرك ويستوعب مهارته وقيمه ويطورها، وتمكن الفرد من اكتساب مهارات حل المشكلات فهي لا تتعلق بمجال معرفي معين. أما التدريب فهو تلك الجهود المصممة لتطوير مهارات الفرد بإكسابه خبرات التعلم لتحقيق الفعالية في الأداء وإنجاز نشاطات مختلفة (مبارك م.، 2011، صفحة 81).

2. أهمية تعليم المقاولاتية

إن تعليم المقاولاتية يحضر الطلبة للعمل لحسابهم الخاص وإنشاء مؤسساتهم الخاصة، في ظل انشار البطالة ونقص فرص الحصول على وظيفة. فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تستحوذ في معظم دول العالم على أكثر من 60% من اليد العاملة في القطاع النظامي غير الزراعي، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تغطي 98% من حجم المؤسسات (خربوطلي، 2018، صفحة 21).

يهدف تعليم المقاولاتية إلى تدريب الأفراد على اكتساب المهارات والصفات المقاولاتية اللازمة لإنشاء مشاريعهم وتطبيق مبادئ الإبداع والابتكار في الحياة.

المطلب الثاني: المرافقة المقاولاتية

1. تعريف المرافقة المقاولاتية

مع ازدياد أهمية المقاولاتية ودورها في الاقتصاد، كان لا بد من وجود آليات لدعم المسار المقاولاتي ماليا وفنيا وإداريا وتقنيا. فالمرافقة المقاولاتية عملية قائمة بين ثلاث جهات: المرافق وهيئة المرافقة والمقاول، تتم خلال مدة زمنية محددة، تسمح للمقاول بالاستفادة من مختلف ديناميكيات التعليم (التدريب، والتوجيه..) الحصول على الموارد (المالية، المعلوماتية..) والمساعدة على اتخاذ القرار (الوصاية..) (صافر، 2018،

صفحة 133)، فهي "محاولة لتجنيد الهياكل والاتصالات والوقت من أجل مواجهة المشاكل المتعددة التي تعترض المؤسسة، ومحاولة تكييفها مع ثقافة وشخصية المقاول" (رحال و بعيط، 2011).

وينظر إليها J.Redis أنها إجراء يهدف لمساعدة حامل المشروع في إطار عملية إنشاء المؤسسة كتنظيم متكامل بحيث تفيد المرافقة المقاول من ناحيتين، وهما تزويده بالخبرة وتوفير الوقت، وتشكل بالنسبة له وسيلة حقيقية من خلال ثلاث مستويات: معرفية، هيكلية بمعنى كيفية إنشاء المؤسسة كتنظيم متكامل الأوجه، وتصرفية أي تعلمه كيفية التصرف في جميع المجالات المتعلقة بمشروعه المقاولاتي (خراز، 2019).

ففي الولايات المتحدة الامريكية، ومنذ عام 1953، تم إنشاء وكالة إدارة الأعمال الصغيرة SBA (Small Busimess Admimstration)، التي هي عبارة عن مؤسسة حكومية توفر الدعم والاستشارة للأعمال الصغيرة وتقدم الدعم المالي من خلال المؤسسات المتفرعة عنها (خربوطلي، 2018، صفحة 123)، وتركز الحكومات أساسا على وضع السياسة العامة لدعم المقاولاتية، خاصة فيما يتعلق بالجانب التشريعي من خلال سن القوانين التي توفر البيئة المحفزة للنشاط المقاولاتي.

لأجل تدعيم المقاولاتية، يتطلب الأمر وضع آليات لدعم ومرافقة الأشخاص الراغبين في إنشاء مشاريع مقاولاتية، ومن الملاحظ أن المشروع المقاولاتي يمكن تجسيده قانونيا على شكل مؤسسة، فقد قامت الجزائر بإنشاء وكالات وصناديق وبرامج لدعم إنشاء المؤسسات ومرافقتها، سواء تعلق الأمر بالمؤسسات المصغرة أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تعتبر إنشاء مؤسسة جديدة في إطار المقاولاتية عملية تمتاز بالمخاطرة بسبب ارتفاع نسبة الفشل التي تصاحبها، سواء الفشل في إنشاء المؤسسة نفسها، أو في عدم قدرتها على الاستمرار والبقاء في السوق في السنوات الأولى خصوصا، وهذا ما يوضح أهمية هيئات المرافقة وأجهزة الدعم والصناديق المختلفة لضمان القروض التي تساعد المقاول في تجاوز هذه الصعوبات (الجودي، 2015، صفحة 68).

المبحث الثالث: روح المقاولاتية

يفكر المقاول بشكل مختلف عن غيره، وقد يفكر في موقف معين بشكل مغاير عما يفكر فيه عند مواجهة مهمة أو بيئة قرار أخرى. فغالبًا ما يتعين على المقاول اتخاذ القرارات في بيئات غير مؤكدة للغاية حيث تكون هناك مخاطر عالية وضغوط الوقت كبيرة، وهناك استثمار عاطفي كبير. فالتفكير في البيئة المتوترة مختلف عن التفكير عندما تكون طبيعة المشكلة مفهومة جيدًا ويتوفر الوقت والإجراءات العقلانية لحلها. ونظرًا

لطبيعة بيئة صنع القرار لدى المقاول، يجب عليه أحيانًا التفكير بشكل هيكلي والتنفيذ والتكيف معرفيًا (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017, p. 7).

المطلب الأول: تعريف روح المقاولاتية

إن تعريف المقاولاتية قد أحاط به الكثير من الاختلاف بين الباحثين، وبالتالي فإن مفهوم الروح المقاولاتية هو الآخر يختلف تعريفه في الأدبيات النظرية، لهذا سنحاول عرضه بأسلوب يخدم الدراسة الحالية وأهدافها.

أولا: الجانب اللغوي: ترجمت كلمة الروح المقاولاتية من اللغة الإنجليزية (Entrepreneurial Spirit) واللغة الفرنسية (L'esprit d'entrepreneuriat) وهي تعني حسب قاموس (Cambridge, n.d.) "طريقة معينة في التفكير أو الشعور أو التصرف، وهي خاصة بمجموعة معينة من الناس، أو نشاط، أو وقت، أو مكان" وهي الحماس أو الطاقة أو الشجاعة، وهي حالة ذهنية أو موقف، وهي الشخصية الداخلية للشخص والتي يُنظر إليها على أنها مختلفة عن الشخص المادي الذي يمكننا رؤيته ولمسه، فهي أيضًا شيء يمكن الشعور به على أنه موجود ولكن لا يمكن رؤيته.

ثانيا: الجانب الاصطلاحي: وهنا انقسم الباحثون إلى اتجاهين من التعاريف لمفهوم روح المقاولاتية:

1. **المفهوم الضيق** الذي يرى أن روح المقاولاتية تؤدي إلى إنشاء مؤسسة جديدة أو ظهور منظمة لم تكن موجودة من قبل، وهذا انطلاقا من المفهوم الضيق للمقاولاتية كسيرورة تنتهي بإنشاء مؤسسة جديدة.

2. **المفهوم الواسع:** الذي يعتبر إنشاء المؤسسة مظهرا من مظاهر روح المقاولاتية، وهو ما يسمى بروح المؤسسة الذي يقتصر على المواقف الإيجابية اتجاه السلوك المقاولاتي الذي ينتج عنه إنشاء مؤسسة عن طريق جمع واستغلال الموارد المتاحة (بوحجر، 2020، صفحة 130)، بينما روح المقاولاتية مصطلح عام ولا يجب أن يرتبط فقط بإنشاء مؤسسة أو مشروع. وهذا ما أشار إليه مجموعة من المختصين المكلفين بتدريس المقاولاتية في الاتحاد الأوروبي بأنه يجب النظر إليها كموقف عام يمكن استعماله بفائدة من طرف كل فرد في حياته اليومية في كل النشاطات المهنية، ولهذا لا يجب حصر روح المقاولاتية في مجموعة الوسائل والتقنيات التي تسمح بالانطلاق في نشاط تجاري أو إنشاء مؤسسة، لأنها تتعلق قبل كل شيء بالمبادرة والعمل، حيث إن روح المقاولاتية ترتبط بالدرجة الأولى بأخذ المبادرة والعمل أو الانتقال للتطبيق، فالأفراد الذين لهم روح مقاولاتية عالية، يملكون الإرادة على تجريب أشياء جديدة، أو إنجاز الأعمال المعتادة بطريقة مختلفة، وليس ضروريا أن تكون لهم إرادة في إنشاء مؤسسة. فروح المقاولاتية تشميل تطوير مختلف الكفاءات الفردية في تقبل إمكانية

التغيير بروح منفتحة، واكتساب مهارات جديدة، وتجريب أفكار إبداعية جديدة، وكسر حاجز الخوف من التغيير، واكتساب قدرة على التعامل مع التغيير، والتعامل بكثير من الانفتاح والمرونة (دباح، 2012).

وفي سياق المفهوم الواسع لروح المقاولاتية، يعرفها Kearney et Surlemont أنها "العقلية أو طريقة التفكير التي تقود الفرد (أو مجموعة أفراد) لتحديد الفرص ومن ثم جمع الموارد الضرورية بغرض استغلالها من أجل تحقيق خلق القيمة" (مسيخ، 2019، صفحة 18). وهي حسب Catherine (2008) "مجموعة من المواقف العامة والإيجابية اتجاه المؤسسة والمقاول، والرغبة في تجريب الأشياء الجديدة أو القيام بالأعمال بطريقة مختلفة، ما ينعكس في شكل النشاط والمبادرة للتكيف مع التغيرات، عن طريق عرض الأفكار والتصرف بكثير من الانفتاح والمرونة" (لفقير، 2017، صفحة 7). وهي بذلك تحتوي الخصائص والسمات التي تميز المقاول الناجح عن غيره من أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي تهدف أساسا إلى إيجاد القيمة ونمو واستمرارية المؤسسة وتتشكل من الإبداع والابتكار والمبادرة وتجريب أشياء جديدة والتوجه نحو المخاطرة والاستقلالية والرغبة في تحقيق الذات وفي الإنجاز والرغبة في خلق القيمة (مسيخ، 2017، صفحة 52).

إذن، فيمكن تحديد الروح المقاولاتية من خلال توفر مجموعة من الخصائص والمؤهلات والقدرات التي تميز شخصية المقاول أو شخصية الفرد الذي لديه استعداد ليكون مقاولا، وتعكس سلوك وتصرف هذا النوع من الناس مثل: اكتشاف الفرص والعمل على اقتناصها، والقدرة على خلق القيمة، حيث تعكس هذه القدرة إمكانيات المقاولاتية الإبداعية في إيجاد توليفات جديدة للإمكانيات المتاحة وفي ظروف معينة لإنتاج سلع أو خدمات جديدة وإدخال طرق عمل جديدة، وفتح أسواق جديدة، وإيجاد مصادر تمويل وتموين جديدة، ووصف طرق تنظيمية جديدة، وإيجاد الأفكار الجديدة الخلاقة التي تسمح برفع التحدي واتخاذ القرارات الصائبة، واقتحام الغموض والمبادرة والمبادأة وتحقيق السبق واستقراء المعلومات والتدقيق فيها وتحقيق أفضل الأهداف في أسوأ الظروف والتعامل مع حالات ومواقف عدم التأكد في المحيط، والتصرف على أساس توقعات محسوبة، وتحمل المخاطر ولا يخشى الفشل، وإحداث التغيير الذي يسمح بتحقيق مكاسب جديدة، والتعامل بمرونة، والديناميكية والتفكير النقد (فالتة و برني، 2010).

من خلال التعريفات السابقة وتلك التي تم الاطلاع عليها ولم يتم ذكرها، يمكن اعتماد تعريف الباحث بوحجر (2020) الذي يعتبر تعريفا شاملا لروح المقاولاتية بمفهومها الواسع، حيث يعرفها أنها "الحالة الذهنية والعقلية للشخص التي تجعله يوظف صفاته الشخصية (الاستقلالية والإصرار والمثابرة وحب المخاطرة) وقدراته ومهاراته الحياتية والمكتسبة (Savoir-être, Savoir faire) في تحديد مختلف الفرص وجمع الوسائل لاستغلالها وتحقيق مختلف أهدافه المرجوه" (بوحجر، 2020، صفحة 130).

المطلب الثاني: مكونات روح المقاولاتية

انطلاقا من تعريف روح المقاولاتية، فقد حدد بعض الباحثين (بوحجر، 2020، الصفحات 132-139) مكونات روح المقاولاتية في مكونين أساسيين:

- **المعتقدات والمواقف الإيجابية والتصورات اتجاه الفعل المقاولاتي.**

- **الإمكانيات المقاولاتية:** وهي المهارات والكفاءات والقدرات المقاولاتية.

1. المعتقدات والمواقف الإيجابية والتصورات اتجاه الفعل المقاولاتي: وهي تلك المواقف التي تعكس تصورات واستعدادات الشخص لاختيار المقاولاتية والعمل لحسابه الخاص واختيار المقاولاتية كخيار مهني. مثل المبادرة والاستقلالية والمثابرة والتصميم والعزيمة والحاجة للإنجاز والمخاطرة وتحمل المسؤولية والإبداع والابتكار وحب الثروة والمكانة الاجتماعية

2. الإمكانيات المقاولاتية: وهي المهارات والكفاءات والقدرات المقاولاتية: مثل القدرة على اغتنام الفرص والقدرة على التنظيم والإدارة والعمل المكثف المستمر وتكوين شبكات العلاقات والمحافظة عليها والقدرة على التخطيط للمستقبل وحل المشكلات المعقدة وقابلية العمل الجماعي.

بينما يشتهر بين الباحثين الصفات أثناء دراستهم للروح المقاولاتية انها تتكون من: الإبداع والابتكار، والحاجة للإنجاز، والثقة بالنفس، والاستقلالية، وتحمل المسؤولية، والميل للمخاطرة، وروح المبادرة.

أولا: الإبداع والابتكار

إن المتتبع للدراسات والبحوث والكتابات يلاحظ الاختلاف في استعمال كلمتي الإبداع والابتكار، فالبعض قد استخدمهما كمترادفين، والبعض الآخر قد فرق بينهما وأعطى لكل لكلمة منهما معنى مختلفا، وما زاد الأمر تعقيدا هو الترجمة من اللغات الأجنبية (اللغة الإنجليزية بالدرجة الأولى) إلى اللغة العربية، فنجد البعض عندما يتحدث عن الإبداع فهو يقصد (Creativity)، وآخرون يقصدون (Innovation)، ونفس الاختلاف بالنسبة للابتكار.

من وجهة نظر Amabile (1988)، فإن العلاقة بين الإبداع والابتكار هي علاقة تكامل، فالإبداع هو عملية عقلية خلاقة تأتي بأفكار جديدة ومفيدة وغير مألوفة، بينما الابتكار هو ناشئ ومبني على الأفكار المبدعة. فالإبداع هو القدرة على إيجاد أفكار جديدة، والابتكار هو القدرة على تطبيق هذه الأفكار الجديدة من خلال منتجات أو إجراءات (Bentouim, 2020, p. 11)، بينما يرى السويداني والعدلوني (2004، صفحة 19) أن الابتكار هو نفسه الإبداع ولا اختلاف بينهما.

ومن منطق أنه لا مشاحاة في الاصطلاح، فإن الأهم من ضبط الاختلاف في المعنى هو تحديد المعني الكامن وراء كل مصطلح، لكن الإبداع (Creativity) والابتكار (Innovation) لا يمكن الفصل بينهما في التأصيل النظري، فلا معنى للابتكار بدون وجود إبداع ولا إبداع بدون ابتكار.

1. تعريف الإبداع (Creativity):

1.1. لغة: من خلال البحث في التعريفات اللغوية في مختلف القواميس، نجد أن كلمة الإبداع تشير إلى كل ما هو جديد ومحدث، جاء في لسان العرب: "بدَع الشيءَ يَبْدَعُه بَدْعاً وابْتَدَعَه: أَنشأَه وبدأَه"، وفي قاموس المعاني الجامع: "الإبداع هو إيجاد شيء غير مسبوق بمادة أو زمان"، وفي قاموس مختار الصحاح: "الإبداع من أبدع الشيء أي اخترعه على غير مثال سابق" (المعاني، بلا تاريخ). لكن بعض التعريفات تشير إلى معنى الخلق كأحد معاني الإبداع لدى الفلاسفة، أي إيجاد الشيء من العدم، وهو ما يتنافى مع عقيدة الإسلام والتوحيد، ويجد استنفارا من الناس، وهذا ما يعني استبعاد هذا المعنى في الدراسة الحالية.

2.1. اصطلاحا: الإبداع في أبسط تعريفاته "رؤية المألوف بشكل غير مألوف"، فهو عمل ما هو معتاد بطريقة جديدة، ويعرفه Rada & Bozic (2009) أنه "نشاط إنساني ذهني راق ومتميز ناتج عن تفاعل عوامل عقلية وشخصية واجتماعية لدى الفرد يؤدي إلى نتائج أو حلول مبتكرة للمواقف النظرية والتطبيقية في المجالات العلمية والحياتية المتميزة بالمرونة والأصالة والقيمة الاجتماعية" (عنبة، 2017، صفحة 23). فالإبداع فينظر ألكسندر روشكا هو "القدرة على تكوين وإنشاء شيء جديد في صورة جديدة، أو استعمال الخيال لتطوير وتكييف الآراء حتى تشبع الحاجات بطريقة جديدة، أو عمل شيء جديد أو ملموس بطريقة أو أخرى، فهو وحدة متكاملة لمجموعة من العوامل الذاتية والموضوعية التي تؤدي إلى إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة من الفرد والجماعة، والإبداع بمعناه الواسع يعني إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات والمناهج" (السويدان و العدلوني، 2004، صفحة 18).

يتمثل جوهر الإبداع في نشاط الانسان الذي يتميز بالتجديد، الذي هو عكس الاتباع والتقليد، فالإنتاج الذي يتصف بالإبداع تتوفر في صياغته النهائية صفات الجدة والطرافة وإن كانت عناصره الأولية موجودة من قبل، ويشمل الإبداع كل النشاطات الموجودة في هذه الحياة، كالإنتاجات الأدبية والفنية والعلمية، وتتوفر فيها صفتين أساسيتين (السيد، 1977، صفحة 7):

أ. **الإحداث:** الذي يتميز في ظهور الإنتاج أو الأفكار إلى دائرة الوجود الفعلي، أو أمام وعي الإنسان في لحظة معينة من الزمان لأول مرة.

ب. التكوين أو الصنع: الذي يتمثل في الوجود المادي "الجديد" للشيء.

ويرتبط بمعنى المبدع مصطلحات أخرى:

- **الخيال:** هو التصور أو التوهم لشيء غير موجود، وهو أو خطوات الإبداع.
- **الابتكار: نفس معنى الإبداع**
- **التجديد:** إعادة استخدام شيء قديم بطريقة حديثة.
- **الاختراع:** هو الإبداع في المجال العملي (اختراع طائرة أو حاسوب أو سيارة...).
- **الاكتشاف:** كشف شيء موجود في الطبيعة وكيفية استعماله وتصنيعه (مثل اكتشاف الكهرباء والمغناطيس)
- **الذكاء:** هو سرعة الفهم والاستنتاج.
- **الخاطرة:** ما يمر بالبال من أفكار عابرة دون التدقيق فيها.
- **الفكرة:** أعمال العقل فيما يمر بالبال لتفصيله.
- **الموهبة:** قدرة خاصة تجعل الإنسان يتقن عمله في مجال الموهبة بسهولة.
- **الموهوب:** الذي يتجاوز ذكاؤه 130 في مقياس معامل الذكاء IQ (Intelligence Quotient).
- **العبقري:** الذي يتجاوز ذكاؤه 150 في مقياس معامل الذكاء IQ.
- **المتفوق:** المتميز في الدراسة أو في مجال معين.
- **المتفوق عقليا:** الذي يتجاوز ذكاؤه 120 في مقياس معامل الذكاء IQ.

(السويدان و العدلوني، 2004، صفحة 19)

الإبداع هو عملية فكرية تجمع بين المعرفة والعمل، فهي نتيجة تفاعل متغيرات شخصية وبيئية وسلوكية من طرف أشخاص مميزين، فهي مبادرة الفرد بخروجه عن المألوف في التفكير، فيصبح حساسا للتغييرات والمشكلات في البيئة المحيطة به فيتوجه نحو الحياة العملية بأفكاره الإبداعية، ففي مجال الأعمال يؤدي إلى تطوير الإنتاج كما ونوعا وتخفيض التكاليف (زايد، 2010، صفحة 4).

من وجهة نظر الأعمال، يعرف حسام (2013) الإبداع أنه "ثقافة تنظيمية تشجع على تقديم سلع وخدمات وأفكار جديدة بما يتفق مع حاجات ورغبات العملاء بحيث تكون تلك السلع والخدمات والافكاء فريدة

من نوعها ولا يتواجد لها مثل في السوق". وهو قدرة المقاول المتفردة في تجميع الأفكار والمعلومات من أجل الوصول إلى قرارات جديدة ومفيدة (صالح، 2014، صفحة 11). وتنحصر الأنشطة الإبداعية حسب تصنيف Cheedbrough وآخرون (2006) في نشاطين (عنبة، 2017، صفحة 25):

أ. **نشاط داخلي:** يتعلق بالكيفية التي يقوم بها المقاول بأداء الوظائف مع العاملين وتعاونه معهم لتحقيق هدف النشاط المقاولاتي أو المشروع.

ب. **نشاط خارجي:** يتعلق بطريقة تعامل المقاول مع البيئة الخارجية واستغلال الفرص ومعرفة نقاط القوة للاستفادة منها ونقاط الضعف لتجنبها.

ويمكن أن يكون الإبداع في عدة صور منها:

أ. **الإبداع التكنولوجي مقابل الإبداع الإداري:** الإبداع التكنولوجي مرتبط بالعمليات التي تعمل على تحسين عمليات إنتاج السلع والخدمات، وتهتم بالتغييرات التي تطرأ على المظهر المادي لها، بينما الإبداع الإداري مرتبط بالأساليب التنظيمية التي نؤدي إلى إنتاج المنتج وتسليمه.

ب. **إبداع في منتج مقابل إبداع في العملية:** إبداع المنتج يهتم بتغيير الخصائص المادية للمنتجات وتحسينها أو الحصول على منتجات جديدة، بينما إبداع العملية فيركز على طرق وأساليب إنتاج المنتجات من سلع وخدمات وتوزيعها (بونوة و خلوط، 2011، صفحة 12).

ويصنف Reda & Bosic (2009) الإبداع كعملية إلى ثلاثة أنواع:

أ. **عملية التوسع في المنتج الحالي (Line Extension):** تعديل وتطوير المنتج الحالي عن طريق إضافات جديدة عليه.

ب. **عملية مقارنة منتجات المشروع مع منتجات المنافسين (Me-To):** دراسة ومعرفة المنتجات التي يقدمها المنافسون والعمل على التغيير والتجديد فيها.

ت. **عملية التغيير الجذري في المنتجات (Radical Product Innovation):** وهي تقديم منتج جديد للسوق لأول مرة، بالاعتماد على تكنولوجيات حديثة.

ثانيا: الحاجة للإنجاز

يرجع استخدام مصطلح الحاجة للإنجاز إلى ألفرد أدلر Adler الذي اعتبرها دافعا تعويضيا مستمدا من خبرات الطفولة، وكورت ليفن Levin الذي عرض هذا المصطلح في إطار تناوله لمصطلح الطموح

(Aspiration)، وذلك قبل استخدام موراي Maurray عام 1938 لمصطلح الحاجة للإنجاز (Need for Achievement) عندما وضع قائمة الحاجات الإنسانية ووضع على رأسها الحاجة للإنجاز (معيقل و الحسيني، 2017، الصفحات 439-440).

1. تعريف الحاجة للإنجاز

الحاجة في اللغة هي ما يفتقر إليه الإنسانُ ويطلبه، وهذا ما جاء في قاموس المعاني الجامع وفي قاموس اللغة العربية المعاصر (المعاني، بلا تاريخ). وتعرف الحاجة (Need) في اصطلاح المتخصصين بأنها "الشعور بنقص أو افتقاد شيء معين إذا توفر تحقق الإشباع"، وقد تكون الحاجة فيسيولوجية داخلية مثل الحاجة للطعام والماء والهواء، وتكون نفسية اجتماعية مثل الحاجة للانتماء والسيطرة (الحلو، 1999، صفحة 36).

والإنجاز حسب معجم اللغة العربية المعاصرة هو ما يتم تحقيقه بنجاح، وهو الإتمام والانتهاء (عرب ديكت، بلا تاريخ). ويعرف معجم علم النفس والتحليل النفسي الإنجاز (Achievement) أنه "القدرة أو الاستطاعة الذاتية لدى فرد ما على تحقيق الغاية المتوقعة منه، أو الهدف الذي يتمناه، كما يستخدم مفهوم الإنجاز في الدلالة على نجاح الفرد فعلا في إنجاز هدف معين، أو تحقيق أمنية يبتغيها، كما يستخدم بمعنى عام للإشارة إلى معنى نجاح الفرد في تحقيق أهدافه (طه، أبو النيل، قنديل، محمد، و عبد الفتاح، صفحة 69).

الحاجة للإنجاز "هي استعداد ثابت نسبيا في الشخصية يحدد مدى سعي الفرد ومثابرته في سبيل تحقيق نجاح أو بلوغ هدف يترتب عليه درجة معينة من الإشباع" (لفقير، 2017، صفحة 8)، فعندما ينشط دافع لدى الفرد، يشعر أن شيئا ما ينقصه، يحس أنه في حاجة إلى تحقيق إنجاز يشبع هذا الدافع ويرضيه. وهذه الحاجة تشبه حاجة الإنسان إلى الطعام عندما ينشط دافع الجوع، إذن فالحاجة للإنجاز مرتبطة بالدوافع وناشئة عنها، فيسعى الفرد لإشباعها (طه، أبو النيل، قنديل، محمد، و عبد الفتاح، صفحة 173).

كما أن وجود حاجة معينة لدى الإنسان ينشئ دافعا لديه، فوجود دافعية لدى الفرد يدل على أنه يسعى نحو إشباع حاجات معينة مثل الحاجة البيولوجية للطعام والشراب والنوم، ونفس الأمر بالنسبة للحاجة للإنجاز، فهي تفسر لنا الميل المستمر لديه، والذي يدفعه نحو السلوك المقاولاتي بطريقة ما. ويتم الاستدلال على وجود هذه الحاجة من السلوك الذي يبحث عن الهدف في العالم الخارجي خاصة عند إعاقة بعض جوانب هذا السلوك، أو عندما يتم إحباطه، أو عندما نلاحظ مقاومة الفرد للمعيقات التي تعترضه ومثابرته لتحقيق الهدف وإشباع الحاجة (باهي و شلبي، 1999).

كما ذكرنا سابقا، أن Maurry من الأوائل الذين استعملو مصطلح الحاجة للإنجاز عام 1938، ثم بدأ هذا المصطلح في الشيوع والانتشار من خلال الابحاث التي قام بها McClelland و Atknison منذ عام 1953، واستخدم McClelland مصطلح دافع الإنجاز بدلا من مصطلح الحاجة للإنجاز. ولم يختلف المفهومان، بل إن المصادر الأصلية المتعددة تقصد نفس المعنى لما تتحدث عن دافع الإنجاز او الحاجة للإنجاز (شرقي، 2010، صفحة 76). فعرف Maurry الحاجة للإنجاز أنها "رغبة الفرد وميله نحو تذليل العقبات لأداء شيء صعب بأقل قدر من الوقت مستخدما ما لديه ومن قوة ومثابرة واستقلالية"، وعرف McClelland الدافع للإنجاز أنه "حاجة الفرد للقيام بمهامه على أفضل وجه مما أنجاز من قبل بكفاءة وسرعة وبأقل جهد وأفضل نتيجة".

يتحيز مفهوم الحاجة للإنجاز عند Maurry نحو الجوانب الدينامية أو الدافعية الشخصية، فكان محور تصوره للشخصية هو فكرة التنظيم الهرمي للحاجات أو الدوافع الإنسانية نفسية المنشأ أو فكرة التشكل النقي لهذه الحاجات أو الدوافع (إبراهيم و طلعت، 1979، صفحة 25).

2. الحاجة للإنجاز في ضوء النظريات النفسية

إن الحاجة للإنجاز تفسرها نظريات من بينها:

1.2. نظرية Maurry: يعود الفضل لموراي في تقديم مفهوم الحاجة للإنجاز إلى التراث النفسي، حيث حدد قائمة بها 28 حاجة من أصل نفسي من بينها الحاجة للإنجاز، حيث يرى أنها تُحَدّدُ بالرغبة أو الميل إلى عمل الأشياء بسرعة وبأفضل طريقة (عثمان و داليا، 2008)، وأضاف مفاهيم أخرى لتوضيح معنى الحاجة للإنجاز بالنسبة إليه وهي (باهي و شلبي، 1999، الصفحات 27-28):

أ. **الرغبة والتأثيرات (Desires and Effects):** تحدد الحاجة للإنجاز بأنها رغبة الفرد في القيام بشيء صعب، والتمكن من الموضوعات أو الأشياء الفيزيقية أو الأفكار بسرعة واستقلالية، والتغلب على العقبات والوصول إلى المستوى العالي، ويسعى الفرد أن يكون عنصر قوة لا ضعف وأن يعترف به العاملون معه ويقدرونه لممارساته الناجحة ومواهبه.

ب. **الأفعال (Actions):** تحدد الحاجة للإنجاز من حيث الأفعال بأنها حرص الفرد على القيام بمجهودات مستمرة ومتكررة للصول إلى تحقيق الاشياء الصعبة التي يريد مستمتعا بالتنافس نحو الأهداف العالية والبعيدة.

ت. **الاندماجات والتفريغات (Fusions and Subsidiations):** يرى Maurry أن الحاجة للإنجاز يمكنها أن تندمج مع الحاجات الأخرى، وأن الحاجة للإنجاز تندرج تحت حاجة أكبر وهي الحاجة للتفوق (الشربيني،

1981)، وفي نفس السياق، يرى Young أن الحاجة إلى التفوق يتفرع منها ثلاث حاجات هي: الحاجة للإنجاز، والحاجة إلى المركز الاجتماعي، والحاجة للاستعراض.

2.2. نظرية McClelland: تسمى أيضا نظرية الإنجاز في الدوافع، أسسها ماكليلاند سنة 1961، تفترض النظرية وجود ثلاثة دوافع أو حاجات أساسية تؤثر في السلوك (عشوي، 2010، الصفحات 103-104):

أ. **الحاجة إلى الإنجاز (Achievement Needs):** وهي الرغبة في تحقيق النجاح وإنجاح المهام، وتكون عالية عند الشخص الذي يحب مواجهة التحديات والتغلب عليها وحل المشكلات، ويتميز بالقدرة على مواجهة المواقف التي تتميز بدرجة متوسطة من الخطر، كما يتميز في أدائه وعمله ويحب تلقي الملاحظات عن أدائه ويستجيب إيجابيا للتشجيع ممن حوله.

ب. **الحاجة إلى النفوذ أو القوة (Power Needs):** ويتمثل ذلك في الرغبة في التأثير في سلوك الآخرين، والتحكم فيهم وتوجيههم نحو هدف معين، يتميز الأشخاص ذوي المستوى المرتفع من الحاجة إلى القوة بحب السلطة والسيطرة وبمستوى عال من القيادة والقدرة على التأثير على حساب أداء مهامهم. وفي إطار هذه النظرية، يوجد نوعان من الحاجة إلى القوة: الحاجة إلى القوة الفردية، وهي موجهة لتحقيق أهداف شخصية، والحاجة إلى القوة التنظيمية، وهي موجهة لتحقيق أهداف جماعة أو مؤسسة أو منظمة.

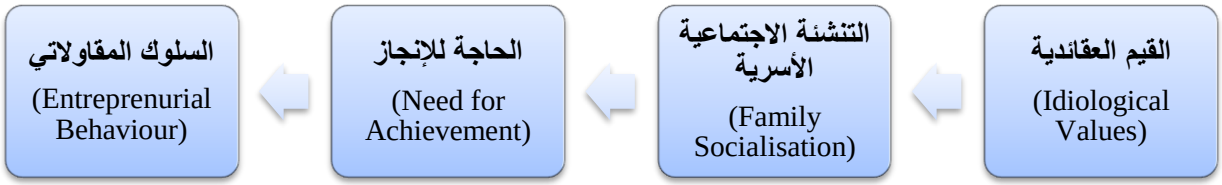
ت. **الحاجة إلى الانتماء (Affiation Needs):** تتمثل أساسا في رغبة الشخص في اكتساب حب الآخرين واحترامهم وتلقي القبول لديهم، يتميز الأشخاص ذوي المستوى المرتفع من هذه الحاجة بالرغبة في تكوين شبكة علاقات مع الآخرين للعمل والتعاون معهم في في تنفيذ مشاريع أو مهام مشتركة، فيفضلون التعاون مع الآخرين عوض التنافس معهم.

3. الحاجة للإنجاز وروح المقاولاتية

أشار McClelland (1961) إلى أنه من بين الدوافع النفسية التي تجعل الشخص يتوجه نحو المقاولاتية وتحفز المقاول هي الحاجة الكبيرة للإنجاز، حيث قاس النمو الاقتصادي من خلال تقدير النسبة المئوية للذكور البالغين في أي ثقافة معينة الذين حصلوا على 75 في المائة أو أكثر من دخلهم من أنشطة المقاولاتية، وتوصل إلى أن المقاول هو الرابط بين المستويات العالية للحاجة إلى الإنجاز في دولة ما والتطور الاقتصادي السريع (Stevenson, 1985, p. 42). وفي نفس السياق، يرى Brockhaus (1982) أن الأشخاص الذين يتميزون بالحاجة الكبيرة للإنجاز يفضلون المسؤولية التامة في حل مشاكلهم الشخصية وبذل الجهود الذاتية لتحقيق أهدافهم، وبذلك لديهم نوع من الميول المتوسط للمخاطرة (moderate risk-taking) (Anastasios, 1993, p. 43)، وهذا ما يؤكد نظرة McClelland إلى المقاول أنه يجب أن يتوفر على مستوى عال من الرغبة في الإنجاز.

إن التسلسل السببي للمقاولاتية كسلوك، الذي أوجده McClelland ، وضحه Kiby على الشكل التالي:

الشكل7 : التسلسل السببي للسلوك المقاولاتي



المصدر: (Shalley, 2003, p. 16)

ثالثا: الثقة بالنفس

1. تعريف الثقة بالنفس

الثقة تأتي على عدة معان لغوية من بينها الائتمان، واليقين، والثقة من الرجال الأمين ومن يعتمد عليه بالأقوال والأفعال، والثقة عند المحدثين هو العدل الضابط وبدون هذه الصفة لا تقبل رواية الراوي للحديث النبوي (عمرو، صفحة 19). الثقة لغة مصدر من قول وثق وثاقة وثقة أي ائتمنه، والوثيق هو الشيء المحكم وهو العهد وفي الأصل هو حبل أو قيد يشد به الأسير أو الدابة (ابن منظور، 2003، صفحة 447)

تشير الثقة بالنفس إلى "إحساس الناس بالكفاءة والمهارة، وقدرتهم المتصورة على التعامل بفعالية مع المواقف المختلفة" (Shrauger & Schohn, 1995, p. 256)، وعرف جرودون بيارون الثقة بالنفس أنها الاعتقاد في النفس والركون إليها والإيمان بها.

الثقة بالنفس هي أن يكون لدى الشخص شعور كاف بأنه قادر على النجاح في العمل الذي يريد القيام به، فيحس بقيمته بين من هم حوله، وكلما زادت ثقته بنفسه أصبح يتصرف بشكل طبيعي دون قلق أو رهبة، فهي نوع من الاطمئنان إلى إمكانية تحقيق النجاح والحصول على ما يريده الإنسان من أهداف، معتمدا على نفسه وعلى مواهبه وطاقاته الكامنة وقوته وكفاياته النفسية والاجتماعية مقارنة بغيره من الأفراد (عمرو، الصفحات 20-21)، إذن فالثقة بالنفس هي "اعتقاد المرء بقدرته على تحقيق الأهداف التي يريدها في كثير من المواقف أو في موقف معين" (Dubrin, 1994, p. 430).

الثقة بالنفس بالنسبة للمقاول هي اتجاهه نحو كفاءته الجسمية والنفسية والاجتماعية، وتؤكد على شعوره واعتقاده بأنه قادر على تحقيق حاجاته ومواجهته متطلبات البيئة وحل مشكلاته، وبلوغه أهدافه

لمواجهة الحياة، وحسن التوافق مع الآخرين والتعامل مع المواقف المختلفة بفعالية، وإدراكه لتقبل الآخرين له وثقتهم به (الديب و عبد السميع، 2000، صفحة 179).

رابعا: الاستقلالية

1. تعريف الاستقلالية

الاستقلالية في أصلها اللغوي هي مصدر صناعي من "استقلال" وهو مشتق من الفعل استقل، نقول استقل بالأمر أي انفرد بتدبيره، واستقل برأيه بمعنى لم يشاركه فيه أحد، واستقلت البلد استكملت أسباب سيادتها وانفردت في إدارة شؤونها الداخلية والخارجية (الباشا، 1992)، وتشير إلى حق الفرد (أو جهاز أو جماعة) في تنظيم شؤونه الداخلية بحرية مطلقة دون التأثر بعامل خارجي (المعاني، بلا تاريخ).

أما من الجانب الاصطلاحي، فهي "عدم خضوع الفرد لتحكم الآخرين، فالمستقل يكون قادرا على التصرف بمسؤوليته الشخصية ولا يعتمد على الآخرين ومستقلا عن السلطة، ولا استعداد عنده للتعلق بالآخرين (Wyld, 1957, p. 44)، فالاستقلالية (Autonomy) سمة تمثل استعدادات شخصية تظهر على شكل سلوك استقلالي إيجابي يميز الفرد عن غيره في كفايته الذاتية وحرية الرأي والتعبير واتخاذ القرارات (الحسني و التميمي، 2011، صفحة 399)، وبالتالي فالشخص يرغب في تسيير أموره وتنظيمها، والتصرف بمحض إرادته دون إكراه أو ضغط خارجي، معتقدا أنه سبب سلوكاته الشخصية (سدرة، 2011، صفحة 10). فهي تشير إلى الحاجة لاختيار السلوك الخاص بالفرد ذاتيا دون التأثر بالآخرين (Arshadi, 2010).

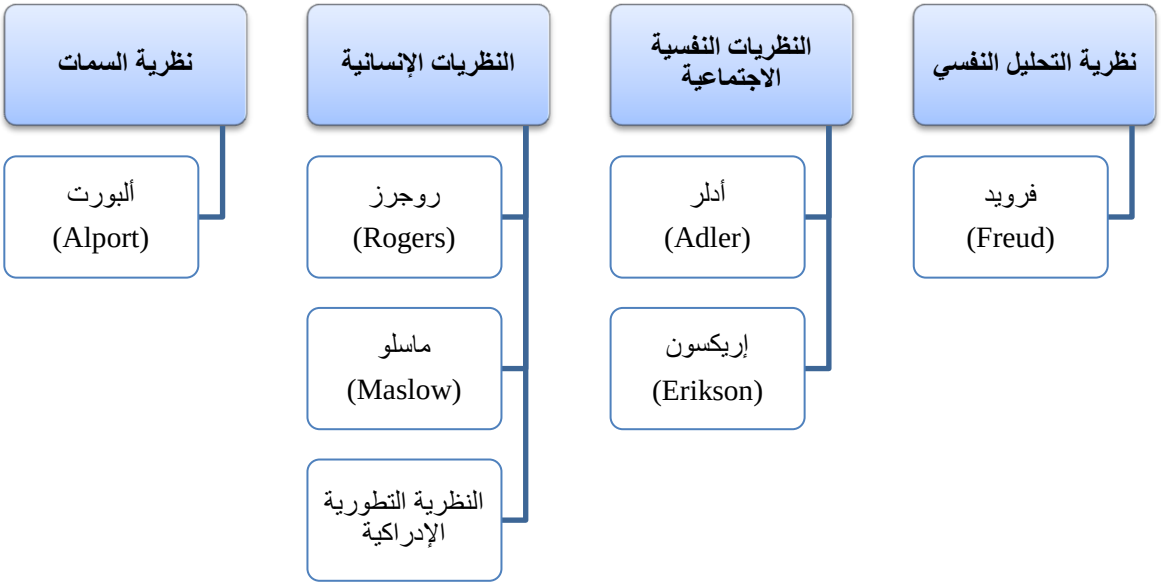
ولغرض نشر الاستقلالية، استعمل الباحثون مصطلح دعم الاستقلالية (Autonomy Support) الذي يعني تعزيز المساهمات المهنية المحددة ذاتيا لينظر الأشخاص إلى أنفسهم أنهم المنظمون لأفعالهم مما يعزز السلوك الموجه داخليا لديهم بدلا عن التحكم الخارجي (Gavin R, Kern, Patrick, & Richard, 2018)

تعني الاستقلالية بالنسبة للمقاول اعتماده على ذاته في تحقيق الغايات والأهداف والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوفر لديه الموارد المالية الكافية (بوميناد و سونساوي، 2019، صفحة 69).

2.النظريات المفسرة للاستقلالية

تعددت النظريات النفسية والسلوكية وحتى الاقتصادية التي حاولت تفسير الاستقلالية لدى الفرد، يمكن تلخيص أهمها في الشكل التالي (الحسني و التميمي، 2011، الصفحات 403-408):

الشكل 8: النظريات المفسرة للاستقلالية



المصدر: من إعداد الطالب

1.2. نظرية التحليل النفسي: وتشمل في الأساس نظرية Freud الذي يرى أن السنوات الخمسة الأولى هي التي تحدد ملامح الشخصية، ويركز على الحتمية البيولوجية، وبالتالي فإن جزءا من الشخصية يُبنى على أساس العلاقات المستقلة التي كانت لدى الفرد لمّا كان طفلا، فتتكون سمات شخصية وتصبح سلوكات دائما لديه.

2.2. النظريات النفسية الاجتماعية: يركز Adler على المتغيرات الاجتماعية والشخصية، معتقدا أن الإنسان لديه إرادة القوة بدرجة كافية لينظم حياته الخاصة والمستقلة. ويؤكد على الترتيب الوالدي الذي يختار فيه أسلوب الحياة، فالطفل الأول طفولته يتميز بالاتكالية والانانية واستخدام القوة، والطفل المدلل يحاول أن يكون مركز الاهتمام، والطفل المنبوذ يبتعد عن الأنظار، وهذا ما يحدد أسلوب الحياة. ويعتقد Erikson أن الإنسان ينمو وفق مراحل نفسية واجتماعية تتضمن سلسلة من الصراعات يمكن له أن يتجاوزها وهي: الشعور بالثقة مقابل عدم الثقة، الاستقلال مقابل الخجل والشك، المبادرة مقابل الشعور بالذنب، المثابرة مقابل الشعور بالنقص والدونية، الهوية مقابل خلط الأدوار، الألفة مقابل العزلة، الإنتاجية مقابل الركود، تكامل الذات مقابل اليأس والقنوط .

3.2. النظريات الإنسانية: إذ يعتقد Rogers أن الاستقلالية ناتجة عن تفاعل الفرد مع البيئة عبر مدة زمنية يتحقق فيها النضج والتعلم من خلال خبرات الفرد وتجاربه علاقاته مع ما حوله. بينما Maslow اقترح هرما ثانيا للحاجات، ووضع في أعلاه الحاجات الأساسية العليا، معتقدا أن إشباع هذه الحاجات على المستوى

الأعلى يحقق النمو الشخصي للفرد، ويتضمن هذا التدرج الهرمي الثاني الاستقلالية. ويهتم Piaget بدراسة التنشئة الاجتماعية، فيتميز الفرد الاتكاليّ بالتمركز حول ذاته ويتميز بالجمود الفكري ويستمد قدراته من الآخرين، بينما يتصف الفرد المستقل بالتعاون والقدرة على الابتكار والإبداع والمرونة واتخاذ القرار والمسؤولية، ويتميز بأن تحمه يكون ذاتيا داخليا.

4.2. نظرية السمات: إن الوحدة الأساسية في بناء شخصية الفرد هي السمات حسب Allport، فهي نظام عصبي خاص بالفرد، فاستجابته لأحداث مختلفة ترجع إلى سمات خاصة ينفرد بها وصفات عامة يشترك فيها مع جميع الناس. إن الفرد يملك مستويين مختلفين من الاستقلالية: الاستقلال الوظيفي المثابر، فهو مختلف أنواع السلوك المستمرة دون أي تعزيز خارجي مثل الحركات الاعتيادية وإنجاز الأعمال اليومية والإدمان، والنوع الثاني هو الاستقلال الوظيفي النفسي: والذي يعتبر أهم مؤشر لفهم دافعية الإنسان وهو مرتبط أساسا بمحور الشخصية، فهناك عالقة مباشرة بين اهتمامات الشخص وقدراته.

خامسا: تحمل المسؤولية

1. تعريف المسؤولية

المسؤولية لغة هي اسم مفعول، ومنه قوله تعالى: ﴿وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْؤُولًا﴾[1]، أي مطلوبا من المعاهد أن يفي بعهده ولا يضيعه، أو مسؤولا عنه بمعنى أن يفي بعهده ولا يضيعه، ويعاقب عليه. فالمسؤولية هي الأعمال التي يكون الإنسان مطالبا بها، وتعرف على أنها المقدرة على أن يُلزم الإنسان نفسه وأن يفي بهذا الالتزام بجهوده الخاصة. ويعرف مجمع اللغة العربية المسؤولية أنها حالُ أو صفةُ من يُسأل عن أمر تقع عليه تبعته، فتطلق أخلاقيا على التزام الشخص بما يصدر عنه قولا أو عملا، وتطلق قانونا على الالتزام بإصلاح الخطأ الواقع على الغير طبقا للقانون (دوزي، 2011).

تقسم المسؤولة إلى عدة أنواع حسب الجهات المستهدفة:

أ. **حسب طبيعة المسؤول وصفته:** المسؤولية الشخصية، المسؤولية الاعتبارية.

ب. **حسب حال المسؤول:** المسؤولية الفردية، المسؤولية الجماعية.

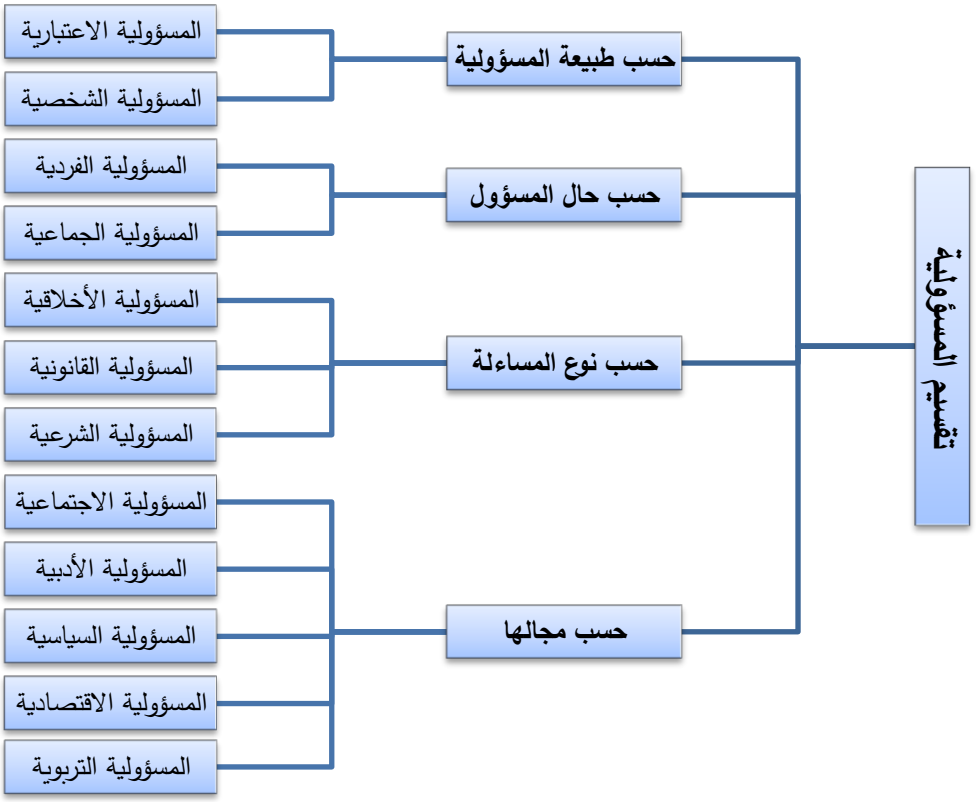
ت. **حسب نوع المساءلة:** المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الشرعية، المسؤولية القانونية.

[1] الآية 34 من سورة الإسراء

ث. حسب مجالها وامتدادها: المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية الأدبية، المسؤولية السياسية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية التربوية.

يلخص الشكل التالي هذه الأنواع:

الشكل 9: أنواع المسؤولية



المصدر: من إعداد الطالب

إن المسؤولية بالنسبة للمقاول هو أن يرجع المقاول نتائج عمله لنفسه، فلا يتهم الآخرين بأنهم سبب فشله أو نجاحه، ولا يتحجج بالظروف، فهو مستعد لتحمل تكاليف قرارته أيا كانت.

سادسا: الميل للمخاطرة

1. تعريف المخاطرة

بدأ الاهتمام بموضوع المخاطرة بشكل مبكر في المواقف الاقتصادية والمالية منها، في حين كان ظهوره متأخرا في المجالات التعليمية والنفسية والاجتماعية والصحية لأن العلاقة معقدة بين المخاطرة والمتغيرات المكونة لها (سروة، 2019، صفحة 14).

تَظهر المخاطرة كسلوك في المواقف الصعبة أو التي تحتاج إلى مهارة في التصرف واتخاذ القرار. حاولت عدة نظريات دراسة هذا السلوك الذي يتضمن نشاطا معرفيّا - دافعيا، فبدأ الاهتمام بهذا السلوك من

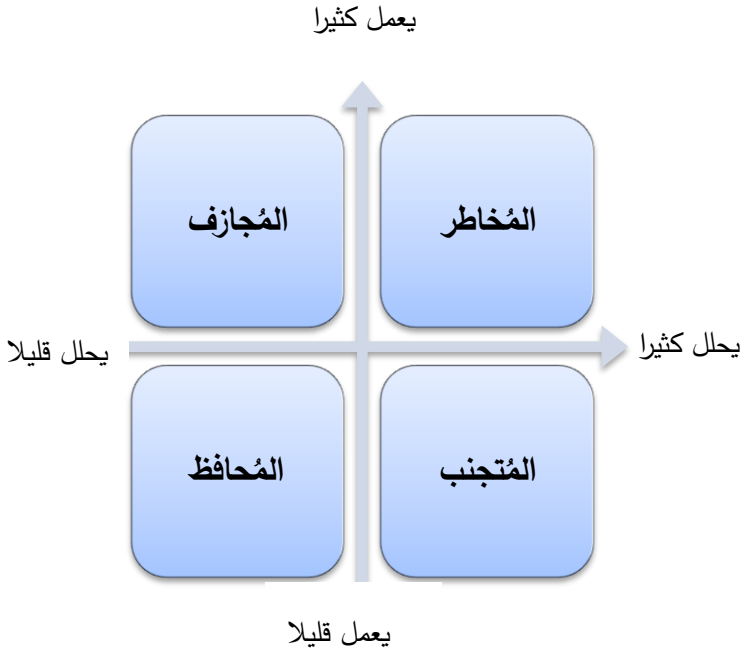
خلال دراسات Drawing (خاصة عند الحديث عن مستوى الطموح)، ثم تلاه Atinkson (1964)، لما طور مفهومه النظري حول دافعية الإنجاز الذي تقوم فكرته النظرية حول دافعي النجاح والفشل في المواقف الاجتماعية ودور المحددات الشخصية والنفسية على تنشيط على السلوك الإنجازيّ. ويعتبر Nihert (1999) المخاطرة أنها عندما يقوم الفرد بالقيام بسلوك اتجاه شيء ما لا تتضح فيه النتائج، ويمثل لذلك باندفاع الطفل الصغير لفعل سلوكيات مندفعة اتجاه بعض الأشياء والتي يطلق عليها بالخطورة (بن الشيخ، 2008، صفحة 65).

المخاطرة تعني إمكانية وجود خطر مستقبلي ناجم عن إجراء عمل ما، فهو يركز على النواحي السلبية المترتبة على القيام بذلك الفعل. كما قد تكون فرصة يمكن أن تأتي بنتائج إيجابية. تتم المخاطرة بعد دراسة وتقييم الموقف وفي الغالب يتطلب الأمر توفر جرأة في الشخص الذي يريد القيام بالمخاطرة. فهي مرتبطة بحدث مستقبلي، قد يحدث وقد لا يحدث، وفي حالة حدوثه، سيكون له تأثير إيجابي أو سلبي على المقاول، أي أن المقاول يقوم بفعل تكون نتائجه غير مضمونة ومتصفة بعدم اليقين، فقد تتحول المخاطرة إلى مشكلة أو إلى فرصة، لذلك فإن النتائج السلبية المحتملة لقرار ما لا تجعله يلغيه، فهو يسعى لتحقيق النتائج الإيجابية، وهذا لا يعني أنه يقوم بأي مخاطرة دون تخطيط، فهو يتميز بقدرته على إدارة المخاطر. وهذا ما يسمى بالمخاطرة المحسوبة.

المخاطرة المحسوبة هي إظهار الرغبة أو الميل للقيام بأعمالٍ غيرِ عاديةٍ وغيرِ مألوفةٍ ومحفوفةٍ بالمخاطر ومتصفةٍ بالغموض وعدمِ وضوح النتائج، فهو نشاطٌ معرفيٌّ يقوم به المقاول بعد التفكير في مختلف البدائل الممكنة واختيار الأنسب بينها، فقد يميل لخيارات ذات خطورة عالية، فقد أظهرت تحاليل الباحثين حول الاتجاه نحو المخاطرة إلى أنها تتحدد بثلاثة مظاهر: البدائل المتاحة، والشكوك التي تصاحب نتائج المخاطرة، والنتائج المتوقعة المرتبطة بهذه البدائل وتكون متوازية مع جاذبية البدائل (سروة، 2019، صفحة 7).

ترتبط المخاطرة أيضا بعاملين أسيين وهو التحليل والعمل، يوضح الشكل التالي هذه العلاقة:

الشكل 10: موقع المخاطرة بدلالة التحليل والعمل



المصدر: (سروة، 2019، صفحة 7)

يتضح من الشكل أن الشخص المخاطر يتصف بصفتين أساسيتين: القدرة العالية على التحليل والعمل، فإذا قّلت درجة هاتين الصفتين، أحدها أو كلاهما، يتغير وصفه ولا يكون مخاطرا. فإذا قّلت درجة العمل أصبح متجنبا، وإذا نقصت درجة التحليل أضحى مجازفا، أما إذا كانت درجة العمل والتحليل منخفضة لديه فحينئذ يعتبر محافظا.

أما المقاول، الراغب في إطلاق مشروع أو إنشاء منظمة، فإنه يتعرض إلى مخاطر مالية نتيجة استثمار الأموال، ومخاطر نتيجة استقالته من منصبه الذي كان يشغله، وإلى ضغط نفسي كبير (إبراهيم ع.، 2015، صفحة 140).

2. النظريات المُفسِّرة للمخاطرة

إن النظريات المفسرة للمخاطرة ترجع في أصلها إلى النظريات الاقتصادية، ابتداء من النصف الأول من القرن العشرين، التي هدفت إلى تحليل وفحص هذا السلوك الذي يتضمن نشاطا معرفيا داخليا. ومن بين النظريات المفسرة للمخاطرة ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل 11: أهم النظريات المُفسرة للمخاطرة

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: (سروة، 2019، صفحة 19)

سابعا: روح المبادرة

1. تعريف المبادرة

المبادرة هي الإسراع إلى فعل شيء معين بهدف التغيير، فالمقاول يكون سباقا إلى اتخاذ قرار أو حل مشكلة قبل الآخرين، فهي القدرة على إدراك المسؤولية واتخاذ الخطوات المناسبة والضرورية في وقت أقل. ويعتبر بعض الباحثين أن المبادرة هي اتباع البديهة والحدس في اتخاذ القرارات المفاجئة والسريعة، خاصة في ظل الأزمات بالاعتماد على المهارات والخبرات التي يملكها الفرد، وهذا لا يعني إهمال التفكير المنطقي والتحليلي والقدرة على حل المشكلات، ولكن المبادرة تقتضي الإسراع وليس التسرع، لكن هناك بعض المواقف التي تتطلب الخروج عن المألوف واستعمال الحدس والبديهة بدل التفكير والتحليل، لذلك يمكن القول إن روح المبادرة تتضمن الأمرين معا: التحليل والحدس في الوقت المناسب وبالقدر المناسب (الغرباوي، 2020، صفحة 139).

2. المبادرة والمقاولاتية

كثيرا ما يرتبط مفهوم المبادرة بروح المقاولاتية، وتشير Janrinou Leger(1999) إلى أن روح المقاولاتية تتمثل في الربط بين الفكرة والفعل، فالأشخاص من هذا النوع يتميزون بروح المبادرة، ويملكون إرادة تلقائية في تجريب أشياء جديدة، أو بفعل أشياء بطرق مختلفة. ويعتبر Marion & Albert (1997) أن روح المقاولاتية

تتمثل في إيجاد الفرص والموارد الكافية لتحويلها إلى مشاريع، إلا أن هذا السلوك يحتاج قدرا معتبرا من روح المبادرة، أما Block & stumpf (1992) فيؤكدان أن روح المبادرة جزء لا يمكن فصله عن روح المقاولاتية، فوجود الأفكار غير كاف دون توفر جرأة وشجاعة تدفع الفرد إلى التعامل مع الأخطار المجهولة وتجريب أفكاره والتعامل المرن مع التغيير (إبراهيمي، 2014، صفحة 92).

خلاصة الفصل

ازداد الاهتمام بالمقاولاتية في الآونة الأخيرة متأثرا بالتغيرات المتسارعة في العالم الحديث، وإن أهم ما يميز هذا المفهوم هو أنه ظاهرة متعددة التخصصات، فيمكن دراستها من الجانب الاقتصادي ومن الجانب الإداري، كما تُدرس من الناحية النفسية والسلوكية والاجتماعية، كما أن التحليل التاريخي لتطور المقاولاتية أظهر التغير في دلالات المفهوم بالنظر إلى تطور العلوم بمختلف أنواعها وإلى تغير تركيبة المجتمع وأسس الاقتصاد العالمي واختلاف احتياجات البشر بمرور السنوات وتعاقب الظواهر البحثية، ورغم ما قد ينسب للمقاولاتية من سلبيات نتيجة الأخطار التي تتميز بها، فهي تعتبر واحدة من الحلول الاقتصادية والاجتماعية الفعالة لبناء الثروة وتوفير فرص العمل وتقديم خدمات وسلع مفيدة للمجتمع.

إن الفوائد التي تقدمها المقاولاتية تجعل من الضروري العمل على نشرها، ولا يتم ذلك إلا عن طريق تنمية روح المقاولاتية لدى الأفراد، خاصة لدى الأشخاص ذوي الخصائص الريادية الذين يسهل توجيههم نحوها. من أبرز الصفات الشخصية التي تجع الفرد ذا روح مقاولاتية عالية: الحاجة للإنجاز والثقة بالنفس والإبداع والابتكار والاستقلالية وتحمل المسؤولية والمخاطرة والمبادرة، هذه الصفات وما يشابهها هي من تجعل المقاول يفضل المبادرة بإطلاق مشروع إبداعي مخاطرا برأس ماله من أجل تحقيق أهداف مختلفة ذات قيمة اقتصادية واجتماعية.

الفصل الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

الفصل الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تمهيد

إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال استحوذت على مختلف ميادين الحياة اليومية، فأصبحت تمثل الثورة المعرفية الثالثة، وغيرت من نمط حياة المجتمعات، فأصبح العصر يسمى عصر المعلومات، وكل تخلف عن هذا التطور يقود إلى فجوة رقمية بين الأمم، وإلى التخلف عن ركب التطور. فقد أصبحت تكنولوجيا الاتصال ونقل المعلومات ومعالجتها جزءا لا يتجزأ من العالم الحديث، فأصبحت الإنترنت والخدمات التي تقدمها وسيلة لتحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للدول، في هذا الفصل، سيتم التطرف إلى الجانب النظري لتكنولوجيا الإعلام والاتصال واستعمالها في مختلف مجالات الحياة.

المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأهميتها

أصبح لموضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال أهمية كبيرة في جميع المجالات ما أدى إلى زيادة اهتمام الباحثين به، ما طرح إشكالية التعريف الموحد لهذا المصطلح، تسبقها مسألة تعدد تسميات المصطلح نفسه، حيث ذكر الباحثون في هذا المجال عدة تسميات تعبر عن وجهه نظرهم واهتماماتهم، فبعض المراجع تستعمل كلمة المعلومات بدل الإعلام، (الإعلام هو تقديم المعلومات)، هذا التنوع في المصطلح العربي ناتج أيضا عن الاختلاف في الترجمة من اللغات الأجنبية إلى اللغة العربية، حيث نجد أصل المصطلح: (Technologies de L'Information et de La Communication) في اللغة الفرنسية واختصارا TIC. و(Information and Communication Technology) في اللغة الإنجليزية واختصارا ICT. ويستعمل الطالب في هذه الدراسة مصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال لأنه الأكثر استعمالا في البحوث والجامعات الجزائرية، وفي التشريعات والقوانين المحلية.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال

أولا: التكنولوجيا

يعتبر مفهوم التكنولوجيا (Technology) من أكثر الألفاظ استعمالا في العصر الحالي في مختلف التخصصات والميادين، وهذا ما جعل هناك اختلافا كثيرا في التعاريف التي ذكرها الباحثون، وذلك راجع لاختلاف تخصصاتهم ونظرتهم إليها وكذا إلى التطور العلمي المتسارع، فلفظ التكنولوجيا مستعمل في المجالات الاقتصادية والقانونية والفنية والتربوية، وهو مستعمل في الدراسات والأبحاث التي بهتم بجوانبها النفسية والاجتماعية والسياسية، لذلك فإن تحديد تعريف موحد ودقيق أمر غاية في التعقيد.

فمن ناحية أصل الكلمة، فإن أول ظهور لمصطلح Technology كان في ألمانيا عام 1770 وهو مركب من مقطعين: الأول هو Techno وتعني في اللغة اليونانية الفن أو صناعة يدوية وLogy تعني علم أو نظرية، أي علم التشغيل أو علم معرفة الصناعة النظامية في فنون الصناعة والعلم التطبيقي (فضيل، 2010، الصفحات 19-20)، ويرجع أصل كلمة Technology إلى الكلمة اليونانية Tech التي تعني الفن أو المهارة أو الحرفة أو الصنعة، والكلمة الثانية Logy التي تعني العلم أو الخطابة (قنديل، 2006، صفحة 2). إذن فكلمة Technology تشير إلى علم الحرفة أو علم المهارة.

غير أن بعض الباحثين مثل "ستلر" أورد أن أصل كلمة تكنولوجيا من الأصل اللاتيني Textere وتعني ينشئ أو ينسج، وتشير إلى تطبيق المعرفة العلمية، وقد انتقلت من الأصل اللاتيني إلى اللغة الفرنسية في صورة معدلة وهي Technique ثم انتقلت من أصلها اللاتيني إلى اللغة الإنجليزية وأصبحت Technology والتي ترجمت إلى العربية "تكنولوجيا" (زيتوني، 2004، صفحة 18).

ويترجم بعض الباحثين كلمة Technology إلى تقانة، والتقانة كما وردت في معجم ابن منظور هي "العلم التطبيقي لمصطلحات التقنية التي تستخدم العلم والفن، وهي تختلف عن التقنية التي هي العلم التطبيقي أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض علمي (ناصر و حكيم، 2017، صفحة 401).

أما من الناحية الاصطلاحية فيمكن اعتبارها "التنظيم والاستخدام الفعال والمؤثر لمعرفة الإنسان وخبرته، من خلال وسائل ذات كفاءة تطبيقية عالية، وتوجيه الاكتشافات والقوى الكامنة المحيطة بنا بغرض التطوير وتحقيق الأداء الأفضل" (قنديجلي و السامرائي، 2009، صفحة 35)، كما يعد تعريف جلبرت (Galbraith, 1976) من أبسط وأشمل التعاريف الموجودة، حيث يعرف التكنولوجيا بأنها "التطبيق النظامي للمعرفة العلمية، أو معرفة منظمة من أجل الأغراض العلمية".

فمفهوم التكنولوجيا مرتبط بثلاثة اتجاهات:

أ. **المعرفة العلمية:** من خلال استغلال المعرفة العلمية المنظمة والمهارات الفكرية والإبداعية للإنسان لتحقيق أهداف وتطبيقات عملية مفيدة له، كالتفكير في زيادة سرعة معالجة البيانات أو سعة التخزين.

ب. **الاكتشافات والاختراعات:** الأدوات والأجهزة وكل الاكتشافات والاختراعات التي نتجت عن التطبيق العلمي للمعرفة العلمية الناتجة من الاتجاه الأول، مثل اختراع الحاسوب أو الهاتف أو الساعات الذكية وغيرها.

ت. التطبيقات العملية: النتائج المتصل عليها عبر التطبيقات العلمية للاختراعات والاكتشافات المذكورة سابقا، ومن أجل تطوير الإنسان وتحسين أدائه، كاستعمالات الحاسوب في مختلف المجالات العلمية كالطب والهندسة والتعليم (قنديجلي و السامرائي، 2009، الصفحات 35-36)، فعلى سبيل المثال، فإن تكنولوجيا التعليم هي التطبيقات العلمية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال التربية والتعليم.

الشكل 12: التصور المتسلسل والمترابط لمفهوم التكنولوجيا

المصدر: (قنديجلي و السامرائي، 2009، صفحة 37)

كما يُلاحظ أن هناك خلطا في الاستعمال بين مصطلحي التقنية Technique والتكنولوجيا Technology، فالأول استعماله قديم والثاني حديث، فالتقنية هي الأسلوب أو الطريقة التي يستعملها الإنسان في إنجاز عمل ما أو عملية ما، أما التكنولوجيا فهي علم الفنون والمهن ودراسة خصائص المادة التي تصنع منها الآلات والمعدات، وظهر استعمال لفظ التكنولوجيا في العصور الحديثة وبالأخص بعد ظهور الثورة الصناعية حينما بدأت الآلة تأخذ مكانتها البارزة في الإنتاج الصناعي، والمراجع الإنجليزية تفرق بين التقنية والتكنولوجيا حتى العشرينات والثلاثينات من القرن العشرين (علم الدين، 1990، الصفحات 16-17).

فالتقنية هي أسلوب خاص يستعمل للقيام بعملية واقعية في أحسن الظروف، لأجل صناعة شيء مادي أو العمل على تغييره بشكل يتوافق مع وظيفته دون الاضطرار إلى حسن توظيف الفرد لمعارفه ومهاراته من أجل تلبية الحاجيات الإنسانية. أما التكنولوجيا فتتشكل من مجموع التقنيات التي لها علاقة بمجال معين، إذ أن هذا المجال المتميز لا يتضمن في الحقيقة تكنولوجيا واحدة فقط، ويعود السبب في ذلك إلى تعدد الدعائم

المادية المساهمة في معالجة المعلومات من حيث إنتاجها، تخزينها وبثها، ولذلك يطلق عليها لفظ " تكنولوجيات " (يحياوي م.، 2008، صفحة 72).

أما الفرق بين التكنولوجيا والعلم، فإن العلم هو "مجموعة المعارف المتكاملة والمبادئ والكليات العامة المتعلقة بحقيقة ظاهرة معينة، ويقوم على أساس الملاحظة والتجربة ولا يستند إلى الميول الفردية أو الآراء الشخصية، وأهم الخصائص التي يجب أن تتوفر في التفكير العلمي هي دقة المفاهيم والتعميم وإمكان اختبار الصدق وثبات الصدق والبناء النسقي والموضوعية" (علم الدين، 1990، صفحة 17)، "أما التكنولوجيا فهي بمعناها الواسع جانب الثقافة المتضمن المعرفة والأدوات التي يؤثر بها الإنسان في العالم الخارجي ويسيطر على المادة لتحقيق النتائج العلمية المرغوب فيها، وتعتبر المعرفة العلمية التي تطبق على المشاكل العلمية المتصلة بتقديم السلع والخدمات جانبا من التكنولوجيا الحديثة.

- فالعلم هو معرفة لماذا؟ (Know Why?)، والتكنولوجيا هي معرفة كيف؟ (Know How?).
- العلم يأتي بالنظريات والقوانين العامة والتكنولوجيا تحولها إلى أساليب وتطبيقات خاصة في مختلف أوجه النشاط الاقتصادية والاجتماعية.
- العلم يقوم على البحوث المبتكرة أما التكنولوجيا فتحول خلاصتها إلى ابتكارات عملية في ميادين الحياة المختلفة" (علم الدين، 1990، صفحة 17).
- العلم يمتلك صفة العمومة كإنتاج فكري، أما التكنولوجيا فتمتلك صفة الخصوصية فهي نتاج عملي تولده البنى الاجتماعية والاقتصادية والعلمية لحل المشاكل التي قد يواجهها المجتمع.
- العلم من حيث المبدأ يمكن أن يكون فرديا يتطور على يدي فرد أو مجموعة أفراد لإشباع رغبة ذاتية، بينما التكنولوجيا تكون إنتاجا جماعيا موجها لخدمة المجتمع، حتى ولو كانت إنتاجا فرديا فإنها ستكون موجهة لحل مشاكل المجتمع (علم الدين، 1990، صفحة 19).

وباختصار، التكنولوجيا هي تطبيق ما توصل إليه العلم. وهناك مفهومان للتكنولوجيا، المفهوم الواسع وهي تطبيق المعرفة لحل المشكلات التي تواجه البشرية، والمفهوم الضيق باعتبارها مجموعة من العمليات والأدوات والطرق والمعدات المستخدمة لإنتاج السلع والخدمات (ناصر و حكيم، 2017، صفحة 401)، ويعرف بعض الباحثين التكنولوجيا بعنصرين أساسين متمازجين ومتداخلين ومكملين لبعضهما البعض، إذ أن غياب أحدهما يستلزم غياب الآخر وهما (علم الدين، 1990، صفحة 17):

أ. **العنصر المادي:** يشمل الآلات والأجهزة والمعدات والمنشآت الهندسية والفنية المختلفة.

ب. **العنصر الفكري** (العلمي والمنهجي): يحتوي الأسس المعرفية والتقنية والمنهجية التي تؤدي إلى إنتاج العناصر المادية الجاهزة.

ثانيا: الإعلام والمعلومات

1. الإعلام

الإعلام لغة هو التبليغ والإيصال، والبلاغ هو ما يصلك أو وصلك، وفي الحديث النبوي الشريف: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها لغيركم وأعلموا الآخرين، والإعلام هو التعريف بقضايا العصر مع كيفية معالجتها في ضوء النظريات والأفكار والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة، أما من الناحية العلمية فالإعلام هو الأسلوب المنظم للدعاية السياسية أو ترويج الأفكار في وسط مهيأ نفسيا لاستقبال الأفكار التي تنشرها المصادر التي تتحكم بالرأي العام (خضر، 2015، صفحة 11)، فكلمة الإعلام تشير إلى الإخبار وتقديم معلومات على شكل رسالة إعلامية (أخبار أو معلومات أو أفكار أو آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، ويشمل الإشارات والأصوات وكل ما يمكن تلقينه أو تخزينه لاسترجاعه مرة أخرى عن الحاجة (خضر، 2015، صفحة 11)

فالإعلام هو كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية السلوكية، بطريقة معينة، عن طريق أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر ذلك موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها (خضر، 2015، صفحة 13).

2. المعلومات

في القرون الماضية، كانت الزراعة هي المهيمنة على النشاط الاقتصادي، ثم تلى ذلك الثورة الصناعية فأصبحت الصناعة محور الاقتصاد، وفي العصر الحالي تعتبر المعلومات هي عصب الاقتصاد الذي يبنى عليه، فأصبح تطور الدول مبنيا على مختلف أنواع وأشكال البيانات والمعلومات والإحصائيات. واعتبرت المعلومات الميزة الأساسية للقرن الواحد والعشرين، لا سيما ما تعلق بسرعة تداولها في كل الأوقات والظروف وهو ما يطلق عليه بالمد المعلوماتي للبيانات، خاصة بعد اتساع دائرة المعرفة والبحث والتطوير في شتى المجالات وظهور الأجهزة الإلكترونية المستخدمة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال من حيث طرق تجميعها ومعالجتها، وحفظها واسترجاعها بالسرعة والوقت المناسبين، لذلك أصبحت المعلومات ذات أهمية بالغة في المساعدة على اتخاذ القرارات في جل المؤسسات (يحياوي م.، 2008، صفحة 51).

هناك عدة ألفاظ مختلفة المعنى مرتبطة بمفهوم المعلومات، على غرار الحقائق، والبيانات، والمعرفة، والعلم، حيث إن العلاقة المنطقية بينها تكون على النحو التالي:

الحقائق ← البيانات ← المعلومات ← المعرفة ← العلم

فالحقيقة (Fact) هي شيء تبين صدقه عن طريق الملاحظة بقدر ما تسمح القدرة الإنسانية، وتشكل مجموعة من الحقائق ما يسمى بالبيانات (معطيات) (علم الدين، 1990، صفحة 17).

أما البيانات (Data) فهي مصطلح ظهر في القرن السابع عشر، وهي مشتقة من الكلمة اللاتينية Datum، والتي تعني الشيء المُعطى أو البيان، وهي مشتقة من البين أي ما بين الشيء من الدلالة وغيرها (علم الدين، 1990، صفحة 17) .وبشكل عام، تُعرَّف البيانات على أنها مجموعة من الأرقام والكلمات والرموز والحقائق والإحصاءات الخام التي لا علاقة لها ببعضها فلا يمكن الاستفادة منها في صورتها الحالية ولكن عن طريق المعالجة لاستخلاص المعنى أو المعلومات منها سواء بطريقة آلية أو يدوية (العيسى، 2014، صفحة 14)، فهي مفاهيم لغوية أو رياضية أو رمزية خالية من المعنى الظاهري، تستعمل لتمثيل الأشخاص أو الأحداث أو الأشياء، وتحتاج إلى عملية معالجة عن طريق الجمع أو الترتيب أو التصنيف أو الاختصار أو الترميز أو الترجمة إلخ. لتحويلها إلى مفاهيم ذات معنى للمساعدة على اتخاذ القرار وحل المشكلات (يحياوي م.، 2008، صفحة 52)، وتجرى في عصر التطور التكنولوجي بواسطة أجهزة قوية وسريعة مثل الحواسيب، وتأخذ البيانات شكل نصوص، أو أرقام، أو رسومات، أو أشكال، أو صور، أو تسجيلات صوتية، أو فيديو إلخ.

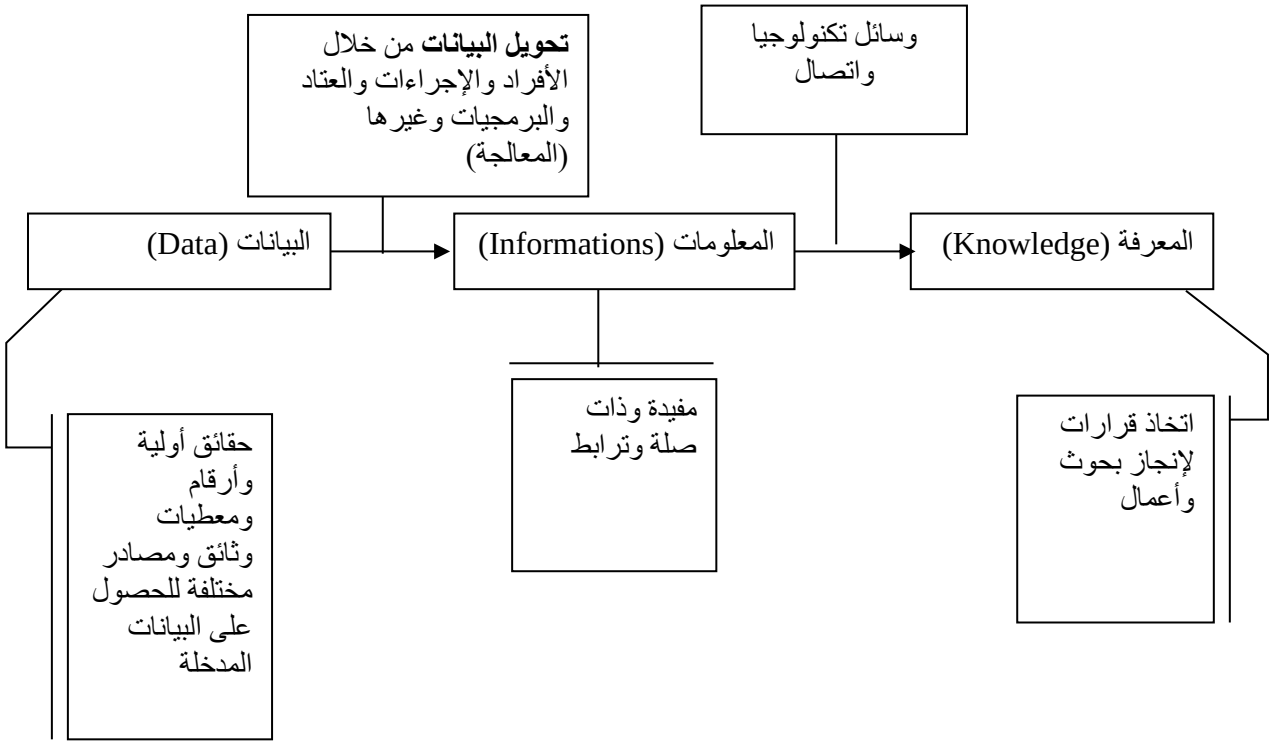
أما المعلومات (Informations) فهي البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف محدد أو استعمال لأجل اتخاذ القرار، فهي البيانات التي أصبح لها معنى بعد معالجتها أو تحليلها أو تفسيرها أو تجميعها ليصبح لها معنى مفيدا (العيسى، 2014، صفحة 14). وأصل كلمة معلومات هو informatio التي تعني العلم (ناصر و حكيم، 2017، صفحة 401)، فالمعلومات بيانات منظمة ومنسقة بطريقة ما لتشكل معنى خاصا وتركيبة متجانسة من المفاهيم والأفكار تساعد الانسان على الوصول إلى المعرفة (قنديجلي و السامرائي، 2009، صفحة 29)

والمعرفة (Knwoledge) هي "مجموعة المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التي تتكون عند الإنسان، وهي امتزاجٌ بين المعلومات والخبرات والمدركات الحسية والقدرة على الحكم" (رزوقي و محمد، 2018، صفحة 156)، وقد تكون علمية وقد تكون غير علمية، فالمعرفة العلمية هي التي يتوصل إليها الفرد باتباع المنهج العلمي السليم، والمعرفة غير العلمية هي التي لا تدخل في باب العلم (كالمعرفة الحسية والمعرفة العامية) (علم الدين، 1990، صفحة 25)، وقد تكون المعرفة جديدة لا نعرف عنها شيئا، أو تضيف إلى المعارف السابقة أو تصححها وتعدلها (قنديجلي و السامرائي، 2009، صفحة 29).

والعلم هو ترابط الحقائق المصنفة المتسقة، والتي يصل إليها الباحثون باتباع منهج علمي معترف به (مثل المنهج الوصفي أو التجريبي أو التاريخي)، ويرى باحثون آخرون أن المعرفة هي المعلومات التي طالت مدة حياتها وهي نتيجة للفهم وتبادل المعلومات (علم الدين، 1990، صفحة 25).

وبالنظر إلى أهمية المعلومات في اتخاذ القرار، يرى بعض المراقبين أن مجتمع المعلومات أصبح البديل الجديد للمجتمع الصناعي الذي انتشر خلال القرن العشرين، ودليلهم أن نسبة العمل في مجال المعلومات قد ازدادت في السنوات الأخيرة، ففي الولايات المتحدة الأمريكية ارتفع عدد العاملين في مجال المعلومات (Information Occupation) من 10% إلى حوالي 50% من حجم القوى العاملة، وتناقص حجم العمالة في المجال الصناعي إلى حوالي 20%، وانخفاضها في قطاع الزراعة إلى أقل من 4%، كما أن ربع الناتج القومي في الولايات المتحدة الأمريكية مصدره إنتاج سلع المعلومات وخدماتها وتوزيعها (خلف، 2017، صفحة 14). وقد ظهر مصطلح قواعد البيانات (DataBase) الذي يعني مجموعة من الملفات ذات العلاقة، تخزن في الحاسوب أو في أي ذاكرة متاحة، ومن ثم يتم الربط بينها للحصول على نتائج ومعلومات مفيدة (قنديجلي و السامرائي، 2009، صفحة 28). مما سبق يتضح أن المعلومات هي البيانات التي خضعت للمعالجة والتحليل والتفسير لاستخراج المؤشرات والمقارنات والعلاقات التي تربط الأفكار والحقائق والظواهر مع بعضها البعض، كما يوضح الشكل التالي:

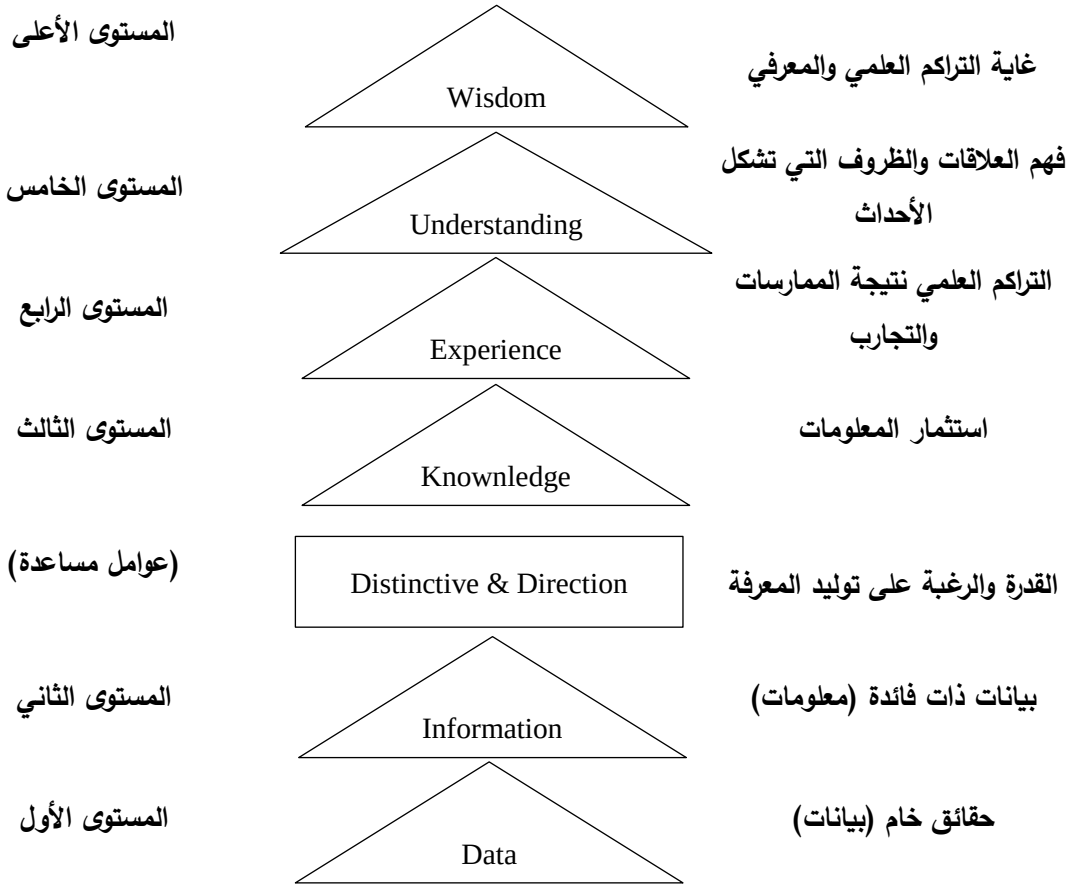
الشكل 13: العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة



المصدر: (قنديلجي و السامرائي، 2002، صفحة 29؛ عجام، 2007، صفحة 41)

يتضح من خلال الشكل أن البيانات التي تم الحصول عليها من مصادر مختلفة يتم توثيقها ومعالجتها عن طريق أجهزة وبرامج لتتحول إلى معلومات تحول إلى معرفة تساعد على اتخاذ القرارات، ويضيف بعض الباحثين مستويات أخرى للتراكم العلمي المبني على البينات:

الشكل 14: مستويات التراكم العلمي المبني على البيانات



المصدر: (البرزنخي و جمعة، صفحة 16)

ثالثا: الاتصال

تطورت أنظمة الاتصال في الحياة البشرية من خلال خمس ثورات:

1. الثورة الأولى: حيث استطاع الإنسان أن يتكلم ويتواصل مع الآخرين، من خلال الحديث والمشافهة، وقد ذكر ذلك في القرآن الكريم.

2. الثورة الثانية: بدأت عندما اخترع السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم منذ حوالي 3600 سنة قبل الميلاد، وهي الطريقة السومرية، فحفظت الألواح الطينية التي كتبوا عليها الأفكار الاجتماعية والسياسية والاجتماعية والفلسفية لتلك الحقبة التاريخية. وكانت الكتب غالية الثمن، وحكرا على الطبقات الغنية ورجال الدين. وكانت هاتان الثورتان قد استغرقتا معظم تاريخ البشرية، وتميزت بالفردية الاتصالية.

3. الثورة الثالثة: وفيها ظهرت الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، وتم اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة من طرف "يوحنا جوتمبريج" حوالي سنة 1436.

4. الثورة الرابعة: بدأت خلال القرن التاسع عشر بداية بظهور وسائل اتصال جديدة أثناء الثورة الصناعية نتيجة الحاجة إلى وجود أساليب جديدة لتبادل المعلومات التجارية في المجتمع الصناعي، وركزت على استغلال الكهرباء، كاكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية سنة 1824 من طرف "وليم ستيرجون"، واختراع التلغراف عام 1937 من طرف "صمويل مورس"، واختراع الهاتف سنة 1876 من طرف "جراهام بل"، واختراع الفونوغراف من طرف "توماس إديسون" سنة 1877، واستعمال الاتصال اللاسلكي سنة 1896 من طرف "جوجليمو ماركوني"، وظهور التلفاز.

5. الثورة الخامسة: بداية من النصف الثاني من القرن العشرين، وفيها ظهرت الكثير من أشكال التكنولوجيا نتيجة اندماج ثورة الاتصالات مع ظاهرة تفجر المعلومات، ومن أبرز ما أنتجته هذه الثورة الحاسوب بمختلف أجياله، واستعمال الأقمار الاصطناعية، وظهور الإنترنت (مكاوي، 1998، الصفحات 42-46).

رابعا: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تعددت التعريفات التي تهدف إلى تحديد وبلورة مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، يمكن حصرها في الاتجاهات التالية (الخناق، 2009، صفحة 6):

الاتجاه الأول: يصف تكنولوجيا الإعلام والاتصال من منظور المعرفة والفن والعلم.

الاتجاه الثاني: يصف تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالأساليب والأدوات والعمليات والأجهزة والآلات المستخدمة.

الاتجاه الثالث: يعتبرها العلاقة والتوافق بين الإنسان والآلة.

الاتجاه الرابع: يركز على الهدف منها، وأنها تحويل مدخلات إلى مخرجات.

عرف الاتحاد الأوربي تكنولوجيا الإعلام والاتصال سنة 1998 بأنها": قائمة النشاطات الشاملة لثلاثة قطاعات: المعلوماتية بما فيها من صناعة الحواسيب والبرمجيات والاتصالات عن بعد الشاملة للشبكة الإنترنت أساسا والإلكترونيك". وتعرف من طرف بعض الباحثين أنها "مجموع التقنيات والأدوات والنظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية... ثم تخزين هذه البيانات أو المعلومات، ثم استرجاعها

في الوقت المناسب، ثم نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان لأخر ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور (مسعي، 1999، صفحة 26).

وتعرف تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنها "التكنولوجيا المتعلقة بتخزين واسترجاع وتداول المعلومات ونشرها، وإنتاج البيانات الشفوية والمصورة والنصية والرقمية بالوسائل الإلكترونية، من خلال التكامل بين أجهزة الحاسوب الالكتروني ونظم الاتصالات المرئية" (العجلوني و الحمران، 2009). وإلى نفس المعنى يشير الناعبي (2010) الذي عرفها على أنها "تلك العمليات التي تستخدم في إنشاء ونقل، وتخزين، وعرض، وإدارة المعلومات باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة، وأهمها الحاسوب وملحقاته، كالطابعة والماسح الضوئي، والكاميرا الرقمية، والوسائط المتعددة، الأقراص المضغوطة، وشبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)". وعرفها المسروري (2013) أنها التكنولوجيا المتعلقة بالحصول على المعلومات واستخدامها وتخزينها ونقلها من خلال الاستخدام المشترك للحاسوب وشبكة الإنترنت.

كما عرفها معهد اليونيسكو للإحصاء (2013) بأنها مجموعة متنوعة من الأدوات والموارد التكنولوجية المستخدمة لإرسال المعلومات وتخزينها وانشائها وتبادلها. وتشمل هذه الأدوات والموارد الإلكترونية الحواسيب والإنترنت (المواقع الإلكترونية والمدونات والبريد الإلكتروني) وتقنيات البث المباشر (الإذاعة والتلفزيون والبث التلفزيوني عبر الإنترنت) تقنيات البث المسجل (البث المسجل على الإنترنت وأجهزة تشغيل الوسائط المسموعة والمرئية وأجهزة التخزين) والاتصال الهاتفي (الثابت أو المحمول وعبر الأقمار الصناعية ومؤتمرات الفيديو والاتصال المرئي إلخ).

إن ما كتبه الباحثون حول تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال لا يمكن الإلمام به وعرضه هنا، لكن يمكن تقسيمها إلى مجموعات كما يلي (واله، 2020، الصفحات 4-5):

المجموعة الأولى تعرفها على أساس المكونات التي تشملها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فهي المكونات المادية والبرمجية ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية وإدارة قواعد البيانات وتقنيات معالجة المعلومات.

أما المجموعة الثانية، فتركز على الأنشطة التي تقوم بها، فهي تمثل معالجة وتخزين وإرسال وعرض وإدارة وتنظيم واسترجاع البيانات.

والمجموعة الثالثة تركز على المكونات والأنشطة: فيتم تعريفها على أنها التقنيات ووسائل الإعلام والحواسيب وتكنولوجيا الإنترنت التي تستخدم لإنشاء المعلومات وتخزينها ونشرها ومشاركتها والوصول إليها.

والمجموعة الرابعة تركز على العنصر البشري إضافة إلى الأجهزة والأنشطة: فهي تتضمن جميع أنظمة المعلومات المبنية على تكنولوجيا المعلومات والمستفيدين منها والمعرفة العلمية والتكنولوجية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في معالجة المعلومات وتطبيقاتها.

من خلال استعراض التعريفات السابقة يمكن ملاحظة أن:

- تكنولوجيا الإعلام والاتصال عبارة عن أجهزة (حاسوب...) وشبكة اتصالات وبرامج.
- تكنولوجيا الإعلام والاتصال تهدف إلى تسهيل التعامل مع المعلومات.
- تكنولوجيا الإعلام والاتصال تستخدم لتخزين ومعالجة ونقل ونشر البيانات والمعلومات.

إذن، فمفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال يعبر عن مجموعة من المكونات المادية والبرمجية وشبكات الاتصال والأفراد والجوانب الفكرية المستخدمة في استقبال البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها.

ونظرا لتنوع التعريفات، فإن أهم المفردات المحددة لتعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال يمكن ذكرها فيما يلي (قنديجلي و السامرائي، 2009، صفحة 39؛ مسعي، 1999، الصفحات 39-40):

أ. كل ما هو جديد، أي الاكتشافات والاختراعات التي تسهل التعامل مع المعلومات من حيث:

ب. جمع المعلومات من المصادر المختلفة.

ت. تحليل وفرز وتصنيف وفهرسة المعلومات وإنشاء المستخلصات لها وتوثيق المعلومات.

ث. حفظ وتخزين المعلومات بالوسائل المناسبة وتهيئتها للاستخدام.

ج. بث واسترجاع المعلومات المطلوبة بالطريقة المناسبة للمستفيد المناسب في الوقت المناسب.

ح. تعامل تكنولوجيا الإعلام والاتصال مع مختلف أنواع المعلومات (المكتوبة والمطبوعة والمسموعة والمرئية والإلكترونية والليزرية إلخ).

خ. تبلور مصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال بظهور وتطور الحاسوب وقدراته الكبيرة في تخزين واسترجاع المعلومات.

د. ظهور مصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانتشاره على نطاق أوسع ببروز استعمال الحاسوب وملحقاته مع شبكات الاتصال وخاصة الاتصالات بعيدة المدى وانشار استعمال الإنترنت في العالم.

تجدر الإشارة أن التسمية الأولى التي كانت تطلق عليها هي "التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال NICT (New Information and Comunication Technology)، ثم أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال ICT فحذفت كلمة "حديثة" لاختفاء الحداثة عنها بعد ظهورها سنوات السبعينات وبداية استعمال الإنترنت في التسعينات، ثم بدأت بعض البحوث والدراسات تستعمل التسمية المختصرة تكنولوجيا المعلومات IT (Information Technology) (يحياوي م.، 2008، صفحة 72)، لأن شبكات المعلومات قد ترابطت مع شبكات الاتصال، وهو ما نلمسه في الحياة اليومية كالتواصل بالفاكس عبر شبكات الهاتف، مرورا بشبكات الأقمار الاصطناعية، أو الدخول إلى الإنترنت عبر شبكات الاتصال أو الأقمار الاصطناعية وبالتالي لا يمكن حاليا فصل نظم المعلومات عن نظم الاتصال.

المطلب الثاني: خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تتميز تكنولوجيا الإعلام والاتصال بخصائص تميزها من بينها (يحياوي إ.، 2016، الصفحات 58-61؛ عباس و حافظ، 2014، الصفحات 64-65):

1. التفاعلية: أي الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص المشارك ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل أو المستقبل يرسل ويستقبل في نفس الوقت، فيستطيع الفرد في هذه الحالة اختيار المعلومات التي يستقبلها على حسب إمكانياته وقدراته وتوجهاته الفكرية

2. اللاتزامنية: أي عدم الارتباط بعنصر الوقت، فمثلا يمكن إرسال واستقبال الرسائل في أي وقت ولا يجب أن يكون المشاركون مرتبطين مع النظام في نفس الوقت، كإرسال رسالة بالبريد الإلكتروني أو بتطبيقات التواصل الاجتماعي (Messenger, Wattsapp...) التي يمكن للشخص إرسال رسالة إلى أي شخص آخر بدون الحاجة لتواجد مستقبل الرسالة على الخط.

3. الوفرة: أي أن نظام تكنولوجيا الإعلام والاتصال يكون متاحا للمستعملين ومتوفرا في أي فترة زمنية، ويمكنهم من أداء الأنشطة المختلفة المكلفين بيها على مدار اليوم

4. المحمولية: أي التوجه نحو تصغير وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال وجعلها قابلة للنقل من مكان لآخر بسهولة، لا سيما والتطورات الحالية التي تجعل المستهلك دائم الحركة وكثير التنقل، كالهواتف والساعات الذكية والحواسيب المحمولة إلخ.

5. قابلية التحويل: وهي التقنيات التي تجعل تكنولوجيا الإعلام والاتصال قادرة على نقل المعلومات من وسط لآخر، كالتقنيات التي تحول الكتابة إلى صوت أو العكس.

6. قابلية التوصيل والتركيب: أي أن الشركات التكنولوجية ليست معزولة عن بعضها، فقد اتحدت في بعض الأشكال والوحدات التي تصنعها، فمثلا يمكن تركيب حاسوب من مكونات تصنعها شركات مختلفة، أو يمكن لطابعة أن تشتغل مع أي حاسوب ويمكن ربطها مع أي شبكة.

7. اللاجماهيرية: أي أن رسائل الاتصال قد يتم توجيهها إلى فرد بعينه أو إلى مجموعة من الأفراد أو الجماهير، فسمحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال للفرد أن يستقيل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها، فمثلا يمكن لمتابع برنامج تفزيوني أن يختار البرنامج الذي يشاهده أو يستطيع متصفح موقع YouTube أن يختار ما يشاهده حسب رغبته.

8. الانتشار: أي قابلية توسع استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ليشمل جميع طبقات المجتمع، وذلك نتيجة البيئة المتغيرة، فهي قادرة على التكيف مع الطلبات المتزايدة ومع التغيرات المستمرة في الحياة اليومية، فتكون بعض الوسائل في البداية غير ضرورية ومظهرا من مظاهر الترف، ثم تصبح ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنها كالتلفاز والهاتف،

9. السرعة: وهو ما يؤدي إلى اختصار الوقت، ذلك بسبب التطور الكبير في سرعة معالجة البيانات فأصبحت العمليات تتم آليا بسرعة كبيرة وبدقة عالية.

10. المرونة: أي قابلية تكنولوجيا الإعلام والاتصال على التغير السريع تبعا لتغير البيئة الداخلية والخارجية للمجتمع أو المنظمات والمؤسسات ويتكيف مع هذه التغيرات وبالتالي تجنب مشكل التقادم

11. سهولة الوصول: أي القدرة على توفير المعلومات المناسبة للمستعملين في الوقت المناسب والمكان المناسب، وبالتالي تقلل من الجهد والوقت والتكلفة، ويمكن على سبيل المثال تقسيم المعلومات إلى فئات مختلفة، وتحديد الأشخاص المسموح لهم بالوصول إليها.

12. انخفاض الأسعار: قد تكون أسعار الوسائل التكنولوجية في بداية ظهورها مرتفعة نوعا ما، لكن مع انتشارها تظهر شركات تتنافس على الحصول على أكبر حصة من السوق فتعمل على تخفيض الأسعار لأدنى حد

ممكن، إضافة إلى العمل على تطويرها ودعمها بمنتجات مختلفة، فتصبح اقتصادية وفعالة لإنجاز مهام مختلفة بتكلفة منخفضة.

13. اللامركزية: تسمح اللامركزية باستقلالية تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فمثلا لا توجد أي جهة تتحكم في الإنترنت أو يمكنها تعطيلها في كافة أنحاء العالم.

كما تسعى تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحقيق جملة من الوظائف، تم التطرق لها في التعاريف السابقة، يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

الشكل 15: وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال

المصدر: (سلامة، 2005، صفحة 20)

المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال باستمرار، وتزداد الفوائد والمزايا التي تتميز بها إلى درجة صعوبة الاستغناء عنها في الوقت الحالي، يقول كوربين أن المجتمع اليوم سوف ينهار في ساعات إذا اختفت أجهزة الحاسوب وشبكات الاتصالات والمعلومات فجأة، إذ تطورت تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل كبير، فقد انتظرت "ايليزابيث أوف كاستيل" ملكة اسبانيا ستة أشهر لتسمع عن اكتشاف كولومبس للعالم الجديد في سنة 1492، وسمعت الحكومة البريطانية بمقتل أبراهام لنكولن بعد 12 أسبوعا سنة 1865م (خلف، 2017، صفحة 7).

تساعد الثقافة المكتسبة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تغيير الطبيعة الأساسية للمعرفة والمعلومات والمجتمع، وتعمل على تطوير وتغيير أنماط الحياة والتعلم والعلم، وتساهم في تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بسبب كفاءتها واتساع انتشارها وتنوع المعلومات وتكلفتها المنخفضة (ناصر و حكيم، 2017، صفحة 406).

تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين عملية صنع القرار عبر معلومات دقيقة وتتميز بالسرعة والجودة، وتحقق الاستخدام الأمثل للموارد المادية والبشرية، وتعمل على تحسين العمل الجماعي ورفع المردودية والفعالية داخل المؤسسة. وتساعد على الاستجابة لرغبات المستهلكين المتغيرة. كما أن لتكنولوجيا المعلومات أدوارا استراتيجية أهمها ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 10: الأدوار الاستراتيجية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

الاستراتيجية	دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال
قيادة التكلفة الشاملة (Cost Leadership)	- المساهمة في تخفيض تكلفة العمليات والنشاطات. - المساهمة في خفض تكلفة الزبائن والموردين.
التمييز (Differentiate)	- تطوير أوجه جديدة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل تمييز المنتجات والخدمات. - تخفيض مزايا التميز باستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في منتجات وخدمات المنافسين. - التركيز في المنتجات والخدمات على القطاعات السوقية المختارة.
الإبداع والابتكار (Creativity and Innovation)	- إنتاج سلع وخدمات جديدة تتضمن تطبيقا لتكنولوجيا الإعلام والاتصال. - تغييرات جذرية في عمليات المنظمة والتي تؤدي إلى تقليل التكلفة وضمان الجودة. - الوصول إلى الفاعلية في خدمات المستهلكين وتقليل وقت الاستجابة للأسواق
النمو (Growth)	- استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لإدارة التوسع العالمي والإقليمي. - التفرع والتكامل اتجاه سلع وخدمات أخرى.
التحالف (Alliance)	- استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنشاء منظمات افتراضية. - استعمال الشبكات الداخلية والخارجية في تطوير نظم معلومات مشتركة مترابطة.

المصدر: (الشلبي و النسور، 2012، صفحة 23)

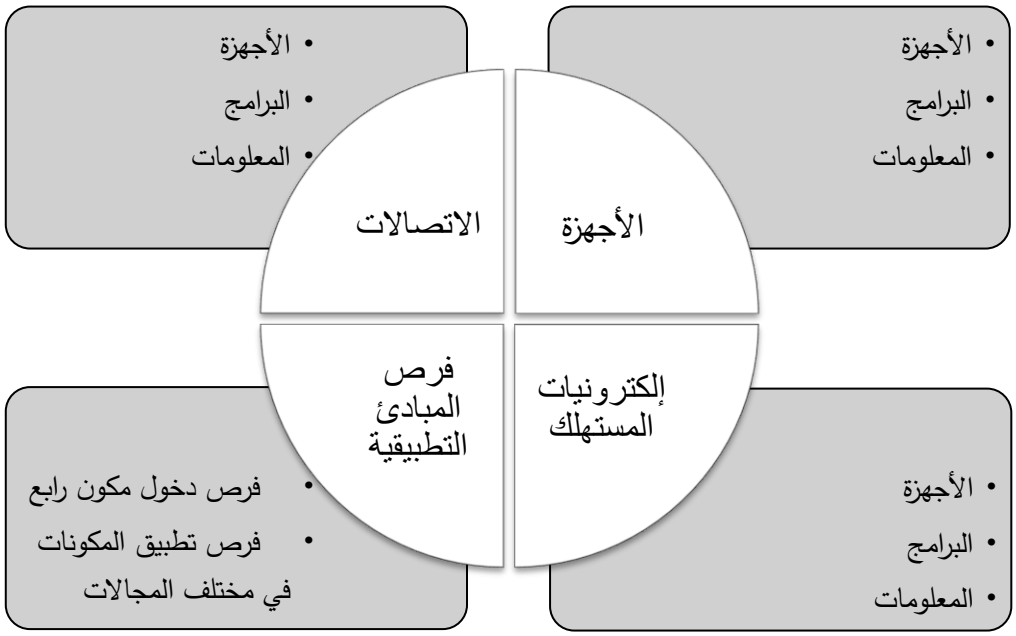
المبحث الثاني: مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

هناك تنوع لدى الباحثين في تحديد مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال باعتبارها نظاما للمعلومات (ICTS: Information and Comunication Technology System)، إذ هناك نماذج فلسفية مختلفة، وتكن أهمية هذا التقسيم إلى أنه ينعكس على دراسة الموضوع وقياسه، نذكر منها:

1. **أنموذج James. A (1998):** يقسم تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى خمسة أجزاء: الأجهزة والبرامج والمعلومات والأفراد العاملون والإجراءات.
2. **أنموذج Black & Porter (2000):** تتكون من المكونات المادية والمكونات البرمجية وشبكة الاتصالات.
3. **أنموذج Alter(2000):** تتكون حسبه من خمسة أجزاء: الأجهزة والبرامج والموارد البشرية وشبكات الاتصالات والبيانات.
4. **أنموذج Laudon & Laoudon (2004):** يقسمها إلى أربعة مكونات: المكونات المادية والمكونات البرمجية وشبكة الاتصالات وأجهزة التخزين.
5. **أنموذج اللامي (2008):** تتكون حسبه من أربعة مكونات: (المكونات المادية والمكونات البرمجية وقواعد البيانات والاتصالات بعيدة المدى.
6. **أنموذج الشوابكة (2011):** تتكون من خمس مكونات: الحاسوب ومكوناته المادية، المكونات البرمجية والأفراد والإجراءات وقواعد البيانات.

بالإضافة إلى أنه مع بداية القرن الواحد والعشرون، لم يعد تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال مقتصرا على الحواسيب ومكوناته (المادية والبرمجية) وأنظمة الاتصالات، بل توسعه ليشمل مكونا ثالثا وهو إلكترونيات المستهلك (الإلكترونيات الاستهلاكية) حسب ما يبينه النموذج التالي:

الشكل 16: مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

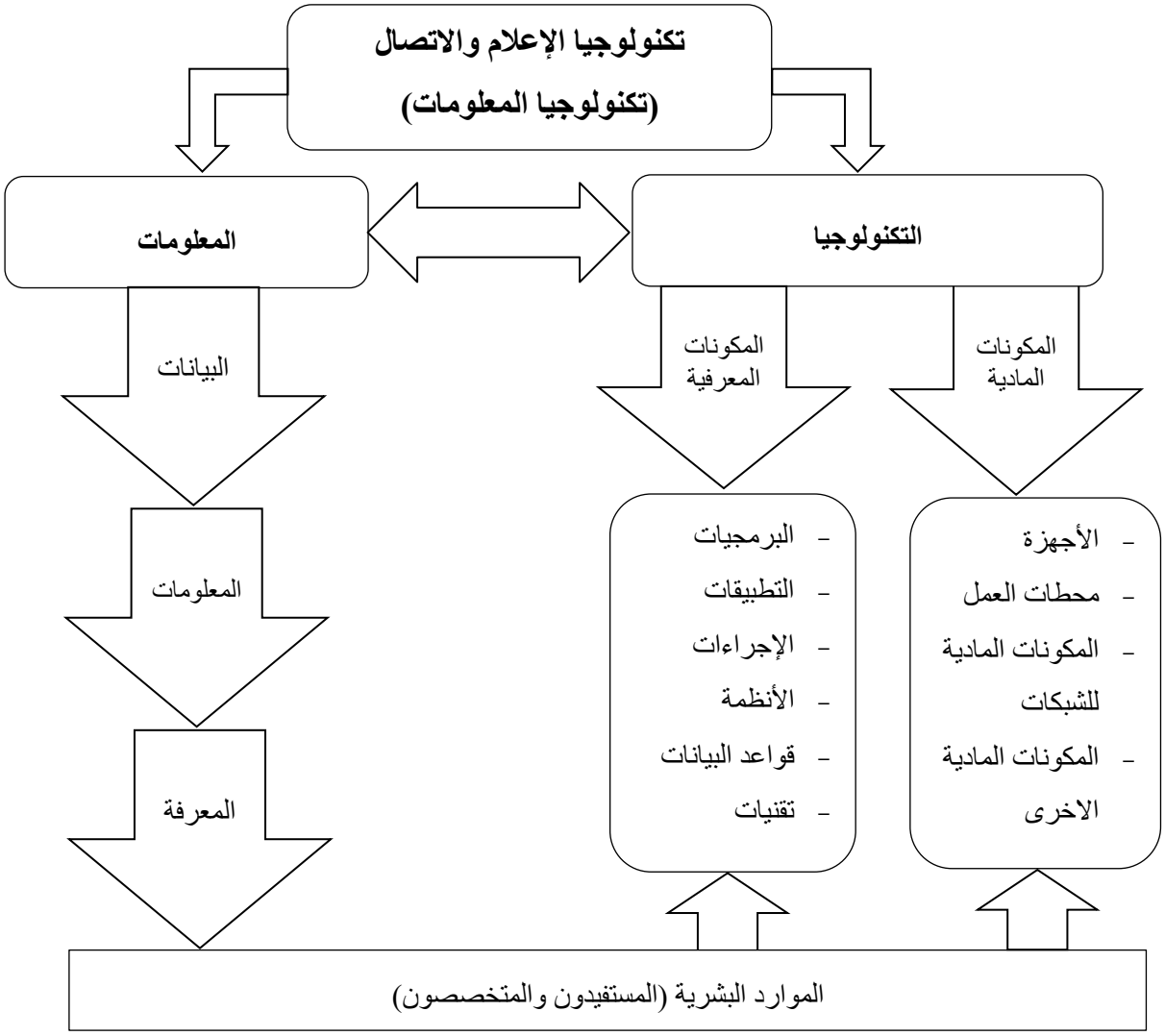


المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (السالمي، 2009، صفحة 19)

ومن خلال النماذج المختلفة، يمكن أن نحدد أهم مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في خمس أجراء رئيسية: المكونات المادية والبرمجيات وقواعد البيانات وشبكات الاتصال والإجراءات والمهارات البشرية.

كما يمكن أن نختصر مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، باعتباره مزيجا بين التكنولوجيا والمعلومات، وبين المكونات المادية والبرمجية، موجهة لمجموعة من المكونات البشرية، كما يبين ذلك الشكل الموالي:

الشكل 17: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال



المصدر: (الجبوري، 2008، صفحة 30)

ومن زاوية أخرى، يقسم بعض الباحثين تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى الأبعاد التالية (العزاوي و علي، 2019):

أ. **الحصول على المعلومات:** كما تم ذكره سابقا، المعلومات هي ناتج معالجة البيانات المتحصل عليها من البيئة المحيطة، فتم ترتيبها وتصنيفها وتنظيمها لتزويد المستخدم بمعلومات ذات معنى وقيمة متسقة ودقيقة بسرعة عالية.

ب. **معالجة المعلومات:** المعالجة هي تحويل البيانات إلى معلومات جاهزة للاستخدام ومفيدة، بواسطة أجهزة وبرامج، وبواسطة مكونات نظم المعلومات الأخرى وقد تكون بعد طرق كالمعالجة اليدوية بالطرق التقليدية والمعالجة الآلية بالطرق الحديثة التي تكون أكثر سرعة ودقة.

ت. **التخزين:** ويتم خزن المعلومات وتسجيلها في أجهزة خاصة، تتميز بقابلية الاسترداد والإزالة، تحتوي هذه الأجهزة على ذاكرة تحفظ المعلومات بشكل دائم على وسائط مختلفة كالأقراص الصلبة والمضغوطة والليزرية بطاقات الذاكرة والذاكرات الفلاشية[1].

المطلب الأول: المكونات المادية

تشمل كافة الأجهزة الملموسة المستعملة في إدخال البيانات وتخزينها ومعالجتها واسترجاع النتائج. ويعتبر الحاسوب بمكوناته المختلفة أهم هذه الأجهزة واللبنة الأساسية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والعنصر المحوري لها.

1. الحاسوب (Computer)

الحاسوب آلة لمعالجة البيانات والمعلومات، يمكنها تخزين كم هائل من البيانات والمعلومات في صور وأشكال متعددة، ولها القدرة على إجراء العمليات والتعديلات على البيانات والمعلومات بدقة وسرعة كبيرة، ومن ثم إخراجها بأشكال متعددة (أبو العزم، 2017، صفحة 9)، إذن فهو جهاز إلكتروني يستقبل البيانات عن طريق مكونات تسمى وحدات الإدخال ثم يخزنها ويعالجها داخل الوحدة المركزية ثم يخرج النتيجة عبر مكونات تسمى وحدات الإخراج. ويتكون أساسا من الوحدة المركزية التي تمثل أهم عنصر في الحاسوب، وأجهزة أخرى مرتبطة بها تسمى الملحقات.

1.1. الوحدة المركزية: وهي على شكل صندوق معدني به مكونات تحدد مواصفات وقوة الحاسوب بشكل كبير، وتتم بداخلها عملية التخزين والمعالجة، من أهم مكوناتها:

أ. **البطاقة الأم (Mother Board):** وهي لوحة إلكترونية تتكون من مجموعة من القطع الإلكترونية (مكثفات، صمامات، إلخ) ودورها الأساسي ربط مكونات الوحدة المركزية مع بعضها البعض ومع الملحقات الخارجية.

ب. **وحدة المعالجة المركزية (CPU) أو المعالج (Processor):** هو شريحة أو رُقاقة مدمجة تقوم بإجراء جميع العمليات الحسابية والمنطقية داخل الحاسوب، وتقاس سرعة المعالج بوحدة الهيرتز Hz.

ت. **الذاكرة الحية (RAM):** وهي وسيلة لحفظ المعلومات بشكل مؤقت أثناء تشغيل الحاسوب وتفقد محتواها عند إطفائه، تقاس سعتها بالبايت B.

ث. **الذاكرة الميتة (ROM):** وتحتوي على برامج ومعلومات ضرورية لإقلاع الحاسوب، ويتم برمجتها من قبل الشركة المصنعة، تقاس سعتها بالبايت B.

[1] Flash Memory

ج. **القرص الصلب (Hard Disk):** وهو الذي يتم داخله تخزين البيانات بشكل دائما، ويحفظ بداخله نظام التشغيل والبرامج المثبتة في الحاسوب وجميع ملفات المستخدم.

2.2. الملحقات: وهي تلك الأجهزة التي توصل بالوحدة المركزية، وتستعمل لإدخال المعلومات إليها أو إخراجها أو تخزينها.

أ. **وحدات الإدخال:** وهي أجهزة يتم من خلالها إدخال البيانات أو المعلومات إلى الحاسوب، منها: لوحة المفاتيح والفأرة والميكروفون والماسح الضوئي وكاميرا الويب وعصا الألعاب وقارئ الأعمدة...

ب. **وحدات الإخراج:** وهي الأجهزة التي تخرج البيانات أو المعلومات من الحاسوب، من بينها: الشاشة والطابعة ومكبر الصوت والسماعات وعارض البيانات والطابعة ثلاثية الأبعاد...

ت. **وحدات إدخال وإخراج:** وهي أجهزة يمكنها إدخال وإخراج البيانات فتقوم بالعملين معا، مثل الشاشة اللمسية والمودم ...

ث. **وحدات التخزين:** وهي الوسائل التي يتم فيها حفظ البيانات والمعلومات بشكل دائم إذ يمكن الرجوع إليها واسترجاعها في أي وقت، ومن أمثلة ذلك: القرص المضغوط وقرص الفيديو الرقمي وبطاقة الذاكرة والقرص فلاش...

المطلب الثاني: البرمجيات

أولا: تعريف البرمجيات (Software)

البرمجيات هي التعليمات أو البيانات أو البرامج المستخدمة لتشغيل الحواسيب وتنفيذ مهام محددة. بخلاف العتاد الذي يصف الجوانب المادية للحاسوب، البرمجيات مصطلح عام يستخدم للدلالة على التطبيقات والبرامج النصية والبرامج التي تعمل على الجهاز. يمكن اعتبارها الجزء المتغير من الحاسوب، بينما الأجهزة هي الجزء الثابت منه (Rosencrance, 2021). فهي التعليمات والإرشادات التي تُقدّم للحاسوب لأداء المهام المختلفة، ويتم ذلك بلغات تفهمها الآلة تسمى لغات البرمجة.

لم يُستخدم مصطلح البرمجيات حتى أواخر الخمسينيات من القرن الماضي. في تلك الفترة، ورغم إنشاء أنواع مختلفة من البرمجيات، غير أنها لم تكن متاحة تجاريا في الغالب، فكان على المستخدمين من العلماء والشركات الكبيرة كتابة برامجهم الخاصة. فيما يلي جدول زمني مختصر لتاريخ البرمجيات:

الجدول 11: جدول زمني لتاريخ البرمجيات

السنة	
21 يونيو 1948	كتب عالم الحاسوب Tom Kilburn، أول قطعة برمجية في العالم لجهاز كمبيوتر Manchester Baby في جامعة مانشستر في إنجلترا.
أوائل الخمسينيات.	قامت شركة General Motors بإنشاء أول نظام تشغيل لآلة معالجة البيانات الإلكترونية IBM 701. يطلق عليه نظام تشغيل جنرال موتورز، أو GM OS.
1958	الإحصائي John Tukey صاغ كلمة برمجيات في مقال عن برمجة الحاسوب.
أواخر الستينيات	تم تقديم الأقراص المرنة واستخدامها في الثمانينيات والتسعينيات لتوزيع البرامج.
3 نوفمبر 1971	أصدرت AT&T (American Telephone and Telegraph) الإصدار الأول من نظام التشغيل Unix OS.
1977	Apple تطلق Apple II وانطلقت برمجيات المستهلك.
1979	قامت VisiCorp بإصدار VisiCalc لـ Apple II ، وهو أول برنامج جداول بيانات للحواسيب الشخصية.
1981	مايكروسوفت تطلق MS-DOS، نظام التشغيل الذي تشتغل به العديد من حواسيب IBM القديمة. وبدأت شركة IBM في بيع البرامج ، وأصبحت البرمجيات التجارية متاحة للمستهلك العادي.
الثمانيات	أصبحت محركات الأقراص الثابتة قياسية على أجهزة الكمبيوتر، ويبدأ المصنعون في تجميع البرامج في أجهزة الكمبيوتر.
1983	تم إطلاق حركة البرمجيات الحرة مع مشروع Richard Stallman's (GNU is not Unix) لينكس لإنشاء نظام تشغيل شبيه بنظام يونكس مع شفرة مصدر يمكن نسخها وتعديلها وتوزيعها مجانًا.
1984	تم إصدار Mac OS لتشغيل خطوط Apple Macintosh.
1985	تم إصدار Microsoft Windows 1.0.
1989	أصبحت الأقراص المضغوطة موحدة ومعممة وتحتوي على بيانات أكثر بكثير من الأقراص المرنة.
1991	تم إصدار نواة Linux، وهي أساس نظام التشغيل Linux مفتوح المصدر.
1997	تم تقديم أقراص DVD وهي قادرة على الاحتفاظ ببيانات أكثر من الأقراص المضغوطة.
1999	استخدم موقع Salesforce.com الحوسبة السحابية لتسليم البرمجيات عبر الإنترنت.
2000	انتشر مصطلح البرمجيات كخدمة SaaS (Software as a service).
2007	إطلاق IPhone وبدء تطبيقات الهاتف المحمول في الانتشار.
2010 حتى الوقت الحاضر	أصبحت أقراص DVD قديمة حيث يقوم المستخدمون بشراء وتنزيل البرامج من الإنترنت والسحابة. ينتقل البائعون إلى النماذج القائمة على الاشتراك وأصبحت SaaS شائعة.

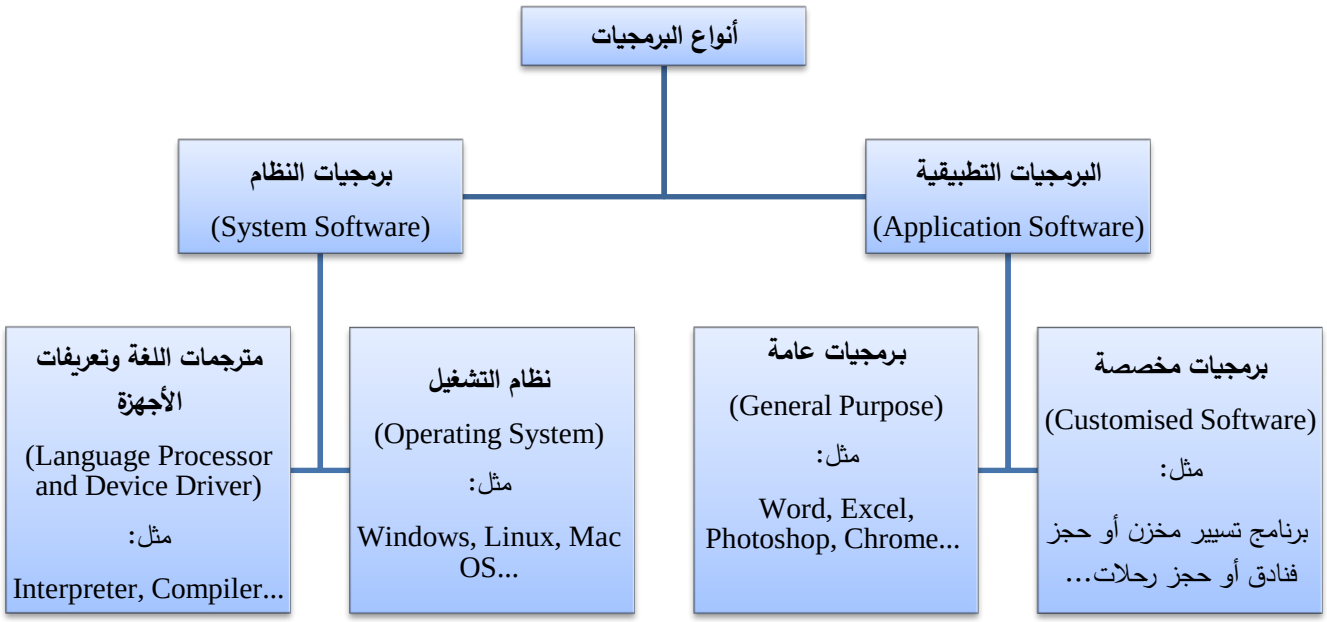
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (Rosencrance, 2021)

إن تطور البرمجيات لم يكن مستقلا عن تطور العتاد والمكونات المادية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فكلاهما مرتبط بالآخر، لأن تطوير البرمجيات يستلزم تطوير قوة وسرعة الأجهزة وزيادة السعة التخزينية لها.

ثانيا: أنواع البرمجيات

يتم تقسيم البرمجيات إلى عدة أنواع حسب المعيار المعتمد في ذلك. تُقسّم حسب وظيفتها بالنسبة للمكونات المادية إلى نوعين أساسيين: البرمجيات التطبيقية وبرمجيات النظام، يوضح الشكل التالي ذلك:

الشكل 18: أنواع البرمجيات



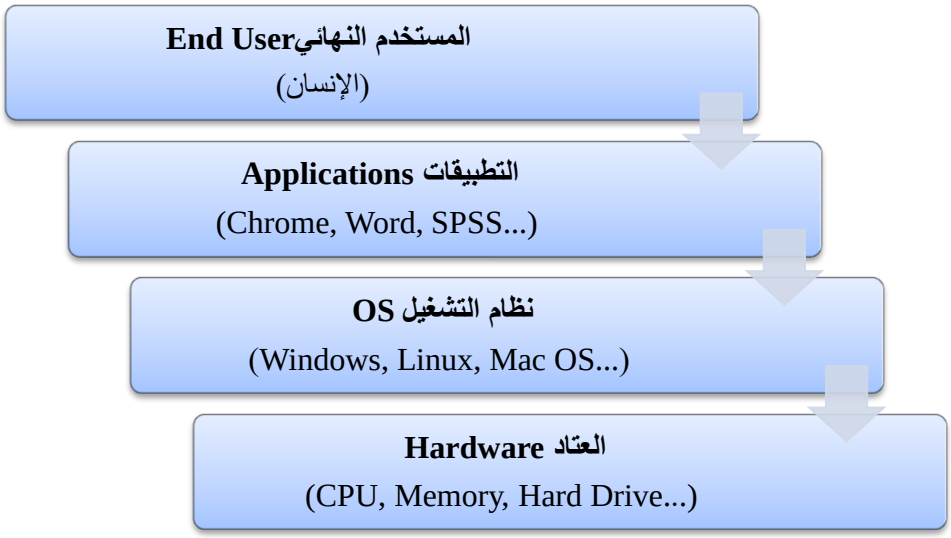
المصدر: (GeeksforGeeks, 2021)

1. برمجيات نظام التشغيل (Operating System Software):

وهي برامج النظام التي توجه المكونات المادية وتمكن من التحكم فيها، فهي برمجيات عامة دورها إدارة موارد الأجهزة المادية مثل المعالج والذاكرة الحية، فهي وسيط بين البرامج التطبيقية والعتاد، مثل نظام Windows وLinux وUnix وMac Os. نظام التشغيل (OS) للحاسوب عبارة عن مجموعة من البرامج التي تتحكم في طريقة تحكم المستخدم في الحاسوب والوصول إلى برامج التطبيقات. ويتحكم أيضا في طريقة وصول برامج التطبيقات إلى الحاسوب مثل ملحقات الإدخال والإخراج وأجهزة التخزين ومساحة الذاكرة (Science Teach Computer, 2022). نظام التشغيل هو برنامج قوي وشامل يتحكم في الأجهزة والبرامج الأخرى الموجودة على الحاسوب ويديرها. يجب توفره في جميع الأجهزة التي تشبه في عملها الحاسوب مثل الحاسوب اللوحي، والهاتف الذكي والساعة الذكية وجهاز التوجيه (Fisher, 2022)، ويعمل كواجهة بين مكونات الحاسوب

والمستخدم ليساعده على التواصل مع الجهاز دون معرفة كيفية التحدث بلغته (Lawrence, 2021)، كما يوضح الشكل التالي:

الشكل 19: دور نظام التشغيل في العلاقة بين المستخدم النهائي والعتاد

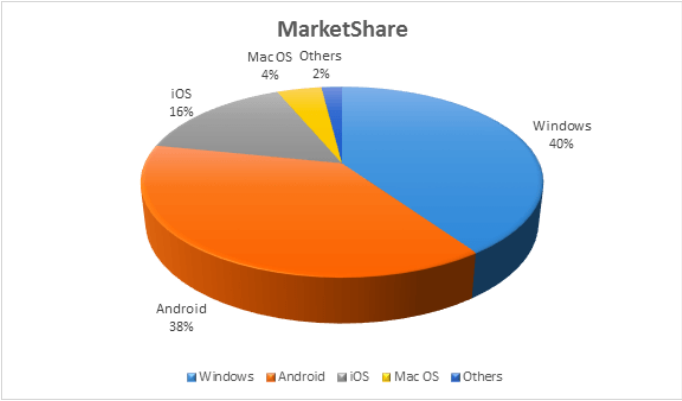


المصدر: (Lawrence, 2021)

إذن فنظام التشغيل يتوسط العلاقة بين استعمال المستخدم النهائي للبرمجيات التطبيقية والمكونات المادية، فلمّا يعطي المستخدم أمرا لمتصفح الإنترنت بحفظ صورة على سطح مكتب الحاسوب، فإن هذا يُترجم إلى أمر إلى نظام التشغيل ليفوم بمهمة التخزين على القرص الصلب.

هناك عدة أنظمة تشغيل منتشرة، لكن أشهرهم وأكثرهم انتشارا بالنسبة للحواسيب هو نظام التشغيل Windows الذي تنتجه شركة مايكروسوفت، يليه نظام Mac Os الخاص بشركة Apple للحواسيب التي تصنعها، أما بالنسبة للهواتف الذكية فينتشر نظام Android من شركة جوجل ونظام iOS لشركة Apple، الشكل البياني التالي يمثل الحصة السوقية لكل نظام:

الشكل 20: الحصة السوقية لأشهر أنظمة التشغيل



المصدر: (Lawrence, 2021)

2. البرامج التطبيقية (Application Software):

هي البرامج التي توجه عمل الأجهزة لأغراض محددة من المستخدم النهائي، يقوم مبدأ عملها على توجيه الحاسوب لتنفيذ الأوامر المقدمة من المستخدِم ومعالجة البيانات له، وتتضمن على سبيل المثال: معالجات النصوص برامج المُجدول ومتصفحات الويب وبرامج وإدارة قواعد البيانات وبرامج الجرد والرواتب والعديد من التطبيقات الأخرى (Editors of Encyclopaedia Britannica, n.d.).

تكون البرمجيات التطبيقية (GeeksforGeeks, 2021):

أ. **برمجيات عامة:** تستخدم لمهام مختلفة، ولا تقتصر على أداء مهمة محددة فقط. على سبيل المثال: Word وExcel وPowerPoint وغير ذلك.

ب. **برامج مخصصة:** تُصمَّم لأداء مهام أو وظائف محددة أو تكون موجهة لمؤسسات معينة.

ت. **برمجيات خدمات:** تُستخدم لدعم البنية التحتية للحاسوب. تم تصميمها لتحليل النظام وتكوينه وتحسينه وصيانته والاهتمام بمتطلباته. كمضادات الفيروسات والبرامج المستخدمة لتقسيم الأقراص وتجزئتها وفحصها، واختبار الذاكرة، وإصلاح وتنظيف الأقراص وغيرها.

المطلب الثالث: قواعد البيانات

أولا: تعريف قواعد البيانات

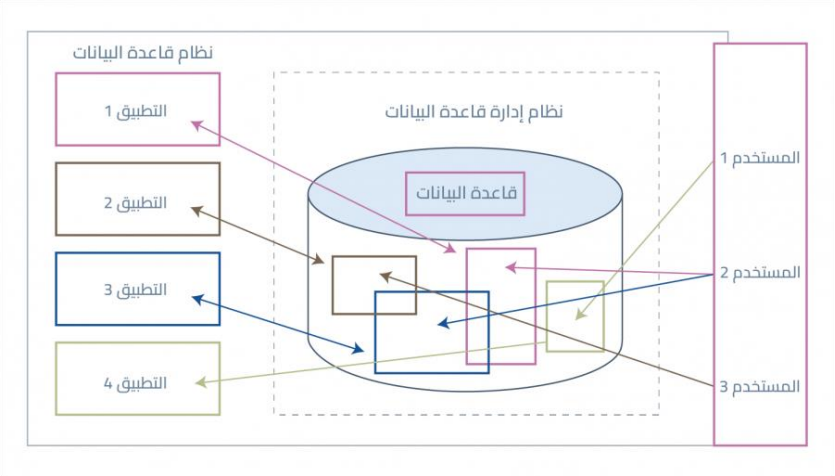
قواعد البيانات (DataBase) تُعد إحدى أهم البنى التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فهي وسيلة لجمع وتخزين البيانات في مكان واحد منظم لتسهيل إدارتها والتعامل معها، حيث تخزنها بطريقة تسمح بالوصول إليها وتعديلها واسترجاعها وإدارتها بسرعة. فهي مجموعة منتظمة من البيانات المخزنة في شكل إلكتروني. يمكن أن تكون البيانات كلماتٍ أو أرقاما أو صورا أو مقاطع فيديو أو ملفات بمختلف أنواعها (Amazon Web Services, n.d.).

قواعد البيانات هي مجموعة بينات منظمة ومترابطة، مخزنة في أجهزة مخصصة، وهي منظمة بالاعتماد على معايير محددة. تساعد في تقليص تكرار البيانات بسبب وجود علاقات منطقية بينها ضمن مفهوم أنظمة قواعد البيانات (DBMS[1])، وهذا ما يسرع من الحصول على المعلومات، إضافة إلى زيادة الأمن والحماية. وبذلك تشكل أحد أهم ركائز البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة مع زيادة حجم البيانات بشكل كبير (واله، 2020، صفحة 11).

[1] Database Management System.

إذن، ففي الغالب يتحكم في قاعدة البيانات نظام إدارة قاعدة بيانات (DBMS) (Amazon Web Services, n.d.)، الذي يتكون من مجموعة من البرامج تتعامل مع قاعدة البيانات. حيث يستقبل البيانات من أحد البرمجيات أو التطبيقات ويوجه نظام التشغيل لتوفير البيانات المحددة، ويشمل مصطلح DBMS مستخدمي قواعد البيانات وبرامج التطبيقات الأخرى إذ يوفر واجهة بين البيانات والبرمجيات. في الأنظمة الكبيرة، يساعد نظام إدارة قواعد البيانات المستخدمين في تخزين البرامج واسترداد البيانات التابعة لجهات خارجية (تسمى برمجيات الطرف الثالث: Third-Party Software) (Peterson, 2023). ويتم ترميز قاعدة البيانات في الأشكال والصور التوضيحية بمجسّم أسطواني وذلك لتشبيهه بالخزان لأنه يخزن البيانات، يُمكِّن نظام DBMS من إنشاء قاعدة البيانات وإدارتها والتحكم في إمكانية وصلاحية الوصول إليها وصيانتها، فهو وسيط بين المستخدمين وقاعدة البيانات (اليطقان، 2022)، يوضح الشكل التالي ذلك:

الشكل 21: نظام إدارة قواعد البيانات



المصدر: (اليطقان، 2022)

ثانيا: أنواع قواعد البيانات

تصنف قواعد البيانات حسب عدّة معايير: وفقا لحالة الاستخدام ونوع البيانات وطريقة تخزين البيانات:

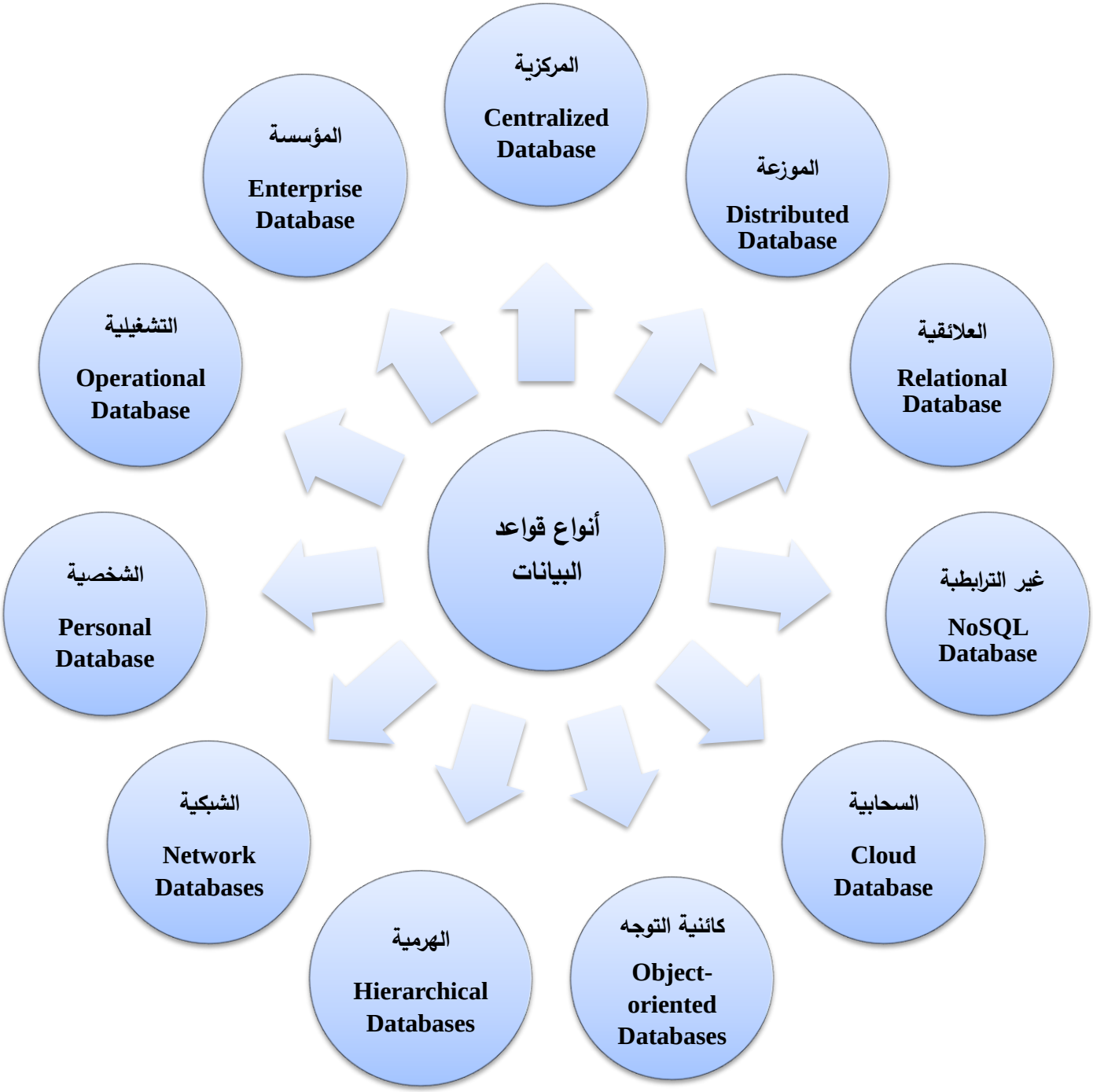
أ. **حسب المحتويات:** مثل النصوص أو الإحصائيات أو الوسائط المتعددة.

ب. **حسب مجال التطبيق:** مثل المحاسبة أو الأفلام أو التصنيع.

ت. **حسب الجوانب التقنية،** مثل بنية قاعدة البيانات أو الواجهة المستعملة في التعامل معها.

الشكل التالي يمثل بعض أنواع قواعد البيانات:

الشكل 22: أنواع قواعد البيانات



1. قواعد البيانات المركزية Centralized Database:

تخزن فيها البيانات في نظام قاعدة بيانات مركزية، يمكن المستخدمين من الوصول إلى البيانات من مواقع مختلفة من خلال التطبيقات التي تحتوي على عملية المصادقة للسماح لهم بالوصول إلى البيانات بأمان (DBMS, n.d.). تكون قاعدة البيانات المركزية بشكل عام في وحدة المعالجة المركزية للخادم أو الحاسوب

المكتبي أو الحاسوب الرئيسي (Main Frame) الذي يتم الوصول إليه من قبل المستخدمين من خلال الشبكات المعلوماتية مثل LAN أو WAN (Pedamkar, 2023)،

2. قواعد البيانات الموزعة (Distributed Database)

تكون قواعد البيانات الموزعة موجودة في عدة مواقع. ويمكن تخزينها على حواسيب متعددة موجودة في نفس الموقع أو توزع عبر شبكات مختلفة (Oracle, n.d.). لا يمكن في هذه الحالة الوصول إلى البيانات في مكان واحد ويتم توزيعها على مواقع أو أجهزة مختلفة ترتبط ببعضها عبر روابط تسمح بالوصول إلى البيانات الموزعة. ولهذا يوجد نوعان من قواعد البيانات الموزعة: النوع الأول هي قواعد البيانات التي تحتوي على أجهزة أساسية بها نفس أنظمة التشغيل والتطبيقات، وتسمى قواعد البيانات الموزعة المتجانسة (Homogeneous DDBs)، والنوع الثاني تكون فيه الأجهزة والأنظمة والتطبيقات مختلفة تسمى قواعد البيانات الموزعة المتجانسة (Heterogeneous DDBs)(Tawde, 2022).

3. قواعد البيانات العلائقية (Relational Database):

قاعدة البيانات العلائقية أو الترابطية هي مجموعة من البيانات يتم ترتيبها في شكل جداول وأعمدة وصفوف، مع خصائص العلاقة الخاصة بهم. ويميز كل جدول بقيمة محددة وفريدة تسمى المفتاح الأساسي، والتي تُربط بجداول أخرى لها علاقة بها عن طريق مفتاح خارجي من تلك الجداول (Pedamkar, 2022). تستخدم في الغالب لغة الاستعلام الهيكلية (SQL) لإنشاء البيانات أو قراءتها أو تحديثها أو حذفها (MongoDB., 2022).

4. قواعد البيانات غير الترابطية (NoSQL Database):

تستخدم في حالة البيانات الكبيرة. حيث تعالج وتحلل المعلومات كبيرة الحجم وغير المنظمة بكفاءة (Tawde, 2022)، تُصمم قواعد بيانات NoSQL أو غير العلائقية بوسائل أخرى تختلف عن العلاقات الجدولية المستخدمة في قواعد البيانات العلائقية. وتتميز بساطة التصميم ما يجعل بعض العمليات أسرع أكثر مرونة (GeeksforGeeks, 2021).

المطلب الرابع: الشبكات

أولا: تعريف الشبكة

الشبكة هي الوسيلة المستخدمة لإرسال واستقبال البيانات والمعلومات، تتكون من مجموعة من الأجهزة والمحطات المرتبطة فيما بينها تتيح للمستخدمين إرسال واستقبال البينات. تساعد الشبكة في رفع كفاءة وسرعة الاتصال وتسهيل تبادل المعلومات، والتشارك في الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات (واله، 2020، صفحة

8)، فهي غالبا مجموعة من الحواسب المتصلة ببعضها البعض بواسطة وحدات ربط (بطاقات الشبكة Network cards)، ووسائط (بمختلف أنواعها: أسلاك محورية، أسلاك مبرومة، ألياف ضوئية) وأجهزة ملحقة (أجهزة تقوية، مسارات توصيل)، فيمكن لكل حاسوب أن يستفيد من الخدمات التي تقدمها الأجهزة الأخرى المرتبطة بالشبكة (أحمد، 2016، صفحة 27). تستخدم هذه الأجهزة المتصلة بالشبكة نظامًا من القواعد يُسمى بروتوكولات الاتصال[1]، لنقل البيانات والمعلومات عبر الطرق السلكية أو اللاسلكية (AWS, n.d.). يمكن ربط أنواع مختلفة من الحواسيب، والأجهزة الأخرى مثل الهواتف الذكية والساعات الذكية ومتتبعات اللياقة البدنية وأنظمة إدارة محركات السيارات والثلاجات الذكية والمساعدات الشخصية الذكية وغيرها.

تتكون الشبكة أساسا من العُقد والروابط. عقدة الشبكة جهاز اتصال بيانات (DCE)[2]، مثل المودم أو الموزّع[3] أو المُبدِّل[4]، أو جهاز بيانات طرفيًا (DTE)[5]، مثل اثنين أو أكثر من الحواسيب والطابعات. ويعني الرابط وسيط النقل الذي يربط بين عقدتين، قد تكون الروابط مادية، مثل الأسلاك والألياف البصرية، أو مساحة فارغة تستخدم بواسطة الشبكات اللاسلكية. تتبع العُقد بروتوكولاتٍ تتحكم في كيفية إرسال واستقبال البيانات عبر الروابط. وتحدد بنية الشبكة تصميم هذه المكونات المادية والمنطقية (AWS, n.d.).

ثانيا: أهمية الشبكات

تم إنشاء الشبكات الحاسوبية في أواخر خمسينات القرن الماضي، لأغراض دفاعية وعسكرية. واستخدمت في البداية لنقل البيانات عبر الخطوط الهاتفية، وكانت تطبيقاتها التجارية والعلمية محدودة. ومع التقدم التكنولوجي، أصبحت ضرورة حتمية للمؤسسات، وتعتبر الخدمات التي تقدمها الشبكات أكثر من وسيلة للاتصال، فلها دور حاسم للتحوُّل الرقمي ونجاح الأعمال اليوم (AWS, n.d.). فأصبح استعمال الحاسوب بمعزل عن الأجهزة الأخرى أمرا نادرا، فطغت شبكات الاتصال على الاستعمال اليومي للإنسان. يمكن إبراز أهمية الشبكات فيما يلي (أحمد، 2016، الصفحات 29-31):

1. **التخفيض في التكلفة والجهد:** وذلك عن طريق الخدمات التي تقدمها، فعلى سبيل المثال يمكن مشاركة الملحقات كالطابعة مثلا بين عدة حواسيب، فعوض شرائها بعدد يساوي عدد الحواسيب الموجودة، يتم شراء واحدة فقط والتشارك فيها بين جميع الأجهزة الموجودة في الشبكة وبهذا يتم التقليل من التكلفة.

[1] Communication Protocols.
[2] Data Communications Equipment.
[3] Hub.
[4] Switch.
[5] Data Terminal Equipment.

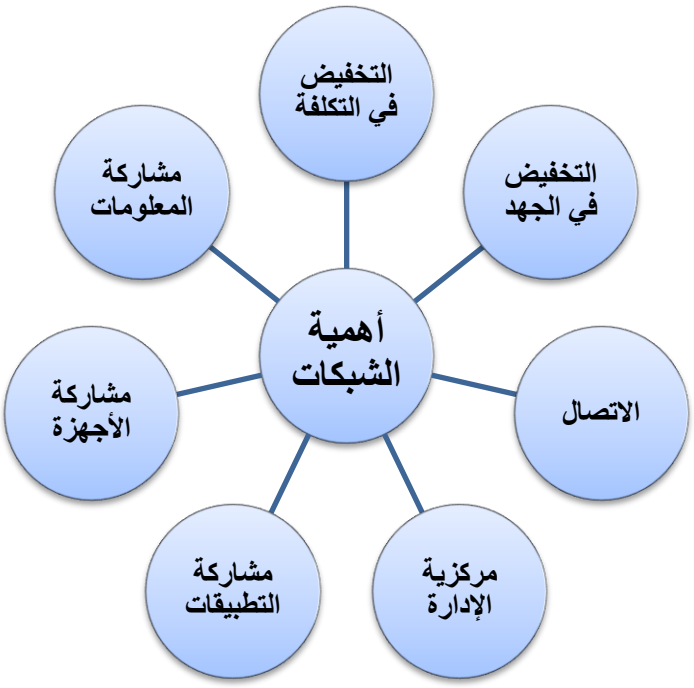
كما يمكن للمستخدم إرسال بيانات أو معلومات إلى مستخدم آخر في مكان بعيد دون عناء التنقل وبالتالي تقليل الجهد المبذول.

2. **الاتصال:** تسهل الشبكة على سرعة وسهولة التواصل بين المستخدمين بتبادل المعلومات بمختلف أشكالها (صورة، صوت، فيديو، صورة...) باستخدام الخدمات التي توفرها مثل البريد الإلكتروني ووسائط التواصل الاجتماعي والمهني، وغيرها من الخدمات الحديثة.
3. **مركزية الإدارة:** أي تمكين مدير الشبكة (مسؤول الشبكة) من التحكم في موارد وأجهزة الشبكة ومستخدميها، بوسطة الجهاز الخادم[1] (Server)، ويعمل على حماية البينات والمعلومات التي يتم تبادلها وتخزينها، كما يستطيع مسؤول الشبكة إعطاء صلاحيات للمستخدمين لاستعمال الأجهزة والتطبيقات والملحقات والإنترنت وغيرها من الموارد حسب الحاجة والضرورة ما يجعلها في منأى عن سوء الاستخدام.
4. **مشاركة التطبيقات:** فبدلا من تنزيل التطبيقات والبرامج على كل جهاز، يتم تنزيلها على الخادم الرئيسي فقط، وتوضع فيه جميع المعلومات والبيانات الضرورية، بينما يتم تثبيت واجهة بسيطة في أجهزة المستخدمين لاستعمال التطبيق الموجودة في الخادم الرئيسي والولوج إلى البيانات المتعلقة به.
5. **مشاركة الأجهزة:** فعوض شراء أجهزة لكل حاسوب مرتبط بالشبكة، أو نقلها من حاسوب لآخر، يتم التشارك في استعمالها عن طريق الشبكة المعلوماتية، وكأمثلة على ذلك: مشاركة الطابعة أو الماسح الضوئي أو مشاركة مختلف وسائط تخزين المعلومات.
6. **مشاركة المعلومات:** إذ أنه يمكن وضع حاسوب مركزي لمشاركة الملفات يسمى خادم الملفات (File Server)، وهو جهاز يسهل الحصول على المعلومات وتبادل الملفات بين الأجهزة المرتبطة بالشبكة، ويزود ببرامج للحماية من التهديدات الأمنية والاختراقات.

يمكن تلخيص أهمية الشبكات في الشكل التالي:

[1] هو جهاز ذو إمكانيات مادية وبرمجية كبيرة يمكن مسؤول الشبكة من مشاركة الموارد للمستخدمين والتحكم فيها.

الشكل 23: أهمية الشبكات



المصدر: من إعداد الطالب

ثالثا: أنواع الشبكات

إن تصنيف الشبكات يعتمد على المعيار المعتمد في التصنيف، فيمكن تصنيفها على أساس المدى الجغرافي، أو على أساس الطوبولجيا المستعملة في الربط، أو على أساس المدى الجغرافي الذي تتواجد فيه، أو حسب توزيع المهام بين الأجهزة في توفير الخدمات:

1. تصنيف الشبكات على أساس المدى الجغرافي

أي تصنيف الأجهزة باعتبار المسافة التي يمكن للأجهزة التواصل فيما بينها وتصنف إلى:

1.1. الشبكة المحلية (LAN)[1]: وهي شبكات محصورة بمكان معين مثل بناية أو مصنع أو قاعة أو غرفة، فالمسافة بين الحاسوب والجهاز المستخدم للربط[2] تكون قصيرة. تتصل الأجهزة في شبكة LAN ببعضها البعض عبر TCP/IP Ethernet [3] أو Wi-Fi. عادة ما تكون الشبكة المحلية حصرية لمنظمة، مثل مدرسة أو جامعة أو مكتب أو جمعية أو مؤسسة (CompTIA, n.d.).

تتكون الشبكة المحلية من الأسلاك ونقاط الوصول (Access Points) وأجهزة التوجيه (Routers) ومكونات أخرى تمكن الأجهزة من الاتصال بالخوادم الداخلية وخوادم الويب والشبكات المحلية الأخرى عن

[1] Local Area Network.
[2] Hub or Switch
[3] Transmission Control Protocol/Internet Protocol

طريق الشبكات الواسعة. كما أن التطورات الحديثة وظهور المحاكاة الافتراضية أدى إلى تعزيز تطوير الشبكات المحلية الافتراضية التي تمكن مسؤول الشبكة من تقسيم الشبكات بشكل منطقي دون الحاجة إلى تغيرات كبيرة في البنية التحتية (Cisco Systems, n.d.) ، فعلى سبيل المثال، يمكن لمسؤول الشبكة في كلية تحتوي على أقسام مثل قسم علوم التسيير وقسم العلوم التجارية وقسم علوم التسيير أن يجعل الحواسيب الخاصة بكل قسم متصلة بالمحول نفسه ولكنها مقسمة كما لو أنها منفصلة، فكل حواسيب قسم تشكل شبكة محلية افتراضية منفصلة.

تم تطوير الشبكات المحلية في الستينيات لتستخدمها الكليات والجامعات والمرافق البحثية (مثل وكالة ناسا)، في المقام الأول لتوصيل أجهزة الحاسوب بحواسيب الأخرى. لم يبدأ استخدام الشبكات المحلية على نطاق واسع حتى تطوير تقنية Ethernet سنة 1973 في Xerox PARC، وتسويقها سنة 1980، وتوحيدها سنة 1983 (Cisco Systems, n.d.). يمثل الشكل التالي مخططا زمنيا لتطور الشبكات المحلية:

الشكل 24: التطور الزمني للشبكات المحلية LAN

1973
- ظهور شبكة Ethernet عن طريق Dr. Robert Metcalfe
- تطوير فكرة Metcalfe بواسطة ARPANET وشبكة ALOHAnet ، التي كانت عبارة عن شبكة لاسلكية لتحويل الحزم لأجهزة الكمبيوتر التي طورتها جامعة هاواي.

1977
- قامت شركة Datapoint Corp بتركيب أول شبكة LAN تجارية في بنك Chase Manhattan Bank في نيويورك واستخدمت شبكة حاسوب الموارد المرفقة (ARC: Attached Resource Computer).
- تبنت شركات أخرى ، مثل IBM ، مخطط تمرير الرموز (token-passing) لمحاربة Ethernet من أجل تفوق LAN طوال الثمانينيات.

1979
- إتاحة Ethernet للجمهور
- بدأت Metcalfe شركة Com3 لتطوير وبيع منتجات Ethernet.

1985
- أصبحت IEEE هي المعيار للشبكات المحلية
- أصبحت Ethernet معيار معهد مهندسي الكهرباء والإلكترونيات (IEEE) للشبكات المحلية.

1990
- إيثرنت يفوز على الشبكة المحلية
- فازت Ethernet بمعركة LAN، جزئيًا عن طريق التبديل إلى كبل زوج مجدول wisted pair cable، مما يقلل من التشويش والحث الكهرومغناطيسي. بمعنى آخر ، كان إيثرنت أسرع.

1991
- بدأ العمل على الشبكة المحلية اللاسلكية
- بدأ IEEE العمل على الشبكة المحلية اللاسلكية (WLAN)، والتي تعتمد على النموذج الأولي ALOHAnet.

1997
- ظهور تقنية Wi-Fi
- أصدرت IEEE معيار 802.11 (Wi-Fi).

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (CompTIA, n.d.)

وعلى غرار مزايا الشبكات المعلوماتية بشكل عام، فإنه في الشبكات المحلية يمكن للأجهزة استخدام اتصال إنترنت واحد، ومشاركة الملفات مع بعضها البعض، واستعمال طابعات مشتركة، وإضافة إلى ذلك، فإن انتشار تقنية Wi-Fi على نطاق واسع جعل الشبكات المحلية أمرا منشرا اليوم في الشركات والمدارس والمطاعم والمقاهي والمتاجر والمنازل. وأدى ذلك إلى توسيع أنواع الأجهزة التي يمكن توصيلها بالشبكة المحلية فيمكن توصيل كل ما يمكن تخيله تقريبًا، بدءًا من أجهزة الحاسوب الشخصية والطابعات والهواتف إلى أجهزة التلفزيون الذكية ومكبرات الصوت والإضاءة وأجهزة الترموستات وأقفال الأبواب والكاميرات الأمنية وحتى أجهزة صنع القهوة والثلاجات والألعاب (Cisco Systems, n.d.).

2.1. الشبكة الإقليمية [1](MAN): أو شبكة المناطق الحضرية أو شبكة المدينة، هي شبكة تربط بين أجهزة داخل مدينة كبيرة أو منطقة بها مبان متعددة، يشير مصطلح شبكة المدينة إلى حجم الشبكة ولا علاقة له بالتعداد السكاني للمنطقة التي تغطيها (Cloudflare, n.d.)، فهي تغطي منطقة بحجم مدينة أو تكون داخل الجامعات والمؤسسات، وتقوم فكرة الشبكات الإقليمية على ربط عدة شبكات محلية من خلال اتصالات "نقطة إلى نقطة" وغالبا ما يتم ذلك عن طريق أسلاك الألياف الضوئية ما يزيد من سرعة نقل البيانات، وتعتمد أيضا على عدة تقنيات مخصصة لهذا النوع من الشبكات (Junaid, 2018).

تكمن أهمية شبكات MAN في أنها تساعد في تقليل التكلفة وتسهل إدارة البيانات والملفات بكفاءة أكبر وتقلل تكلفتها، حيث تتم إدارتها بطريقة مركزية، وتساعد في إرسال رسائل بريد إلكتروني محلية مجانية وسريعة وآمنة، كما تساعد على مشاركة الخدمات كاستعمال الإنترنت، فيمكن لعدة مستخدمين الحصول على التدفق العالي من الإنترنت عبرها، كما أنها تعتبر أكثر أمانا مقارنة بالشبكات الواسعة WAN (Junaid, 2018).

3.1. الشبكة الواسعة [2](WAN): هي شبكات تمتد عبر مناطق جغرافية كبيرة، وتتطلب عادة شركات اتصالات مشتركة، تختلف شبكات WAN عن الشبكات المحلية في أن هذه الأخيرة تربط بين الحواسيب والملحقات في مبنى واحد أو منطقة جغرافية صغيرة، أما شبكات WAN فتنقل البيانات لمسافات أكبر وعبر مناطق جغرافية أوسع، وعلى عكس الشبكات المحلية التي تكون مملوكة للجهة التي تستخدمها، يجب على المؤسسة الاشتراك لدى مزود الخدمة لاستعمال الخدمات التي توفرها شبكات WAN مثل الهاتف أو شركة أسلاك التوصيل لربط فروع مؤسسة ببعضها والخدمات الخارجية والمستخدمين البعيدين، ونقل البينات بمختلف أنواعها (الصوت والصورة والفيديو).

[1] MAN: Metropolitan Area Network
[2] WAN: Wide Area Network

تتميز شبكات WAN بأنه يمكنها توصيل أجهزة بعيدة جغرافيا، مستعملة خدمات شركات الاتصال مثل شركات الهاتف وشركات الكابلات وأنظمة الأقمار الاصطناعية وموفري الشبكات، وتستخدم اتصالات تسلسلية للوصل إلى النطاق الترددي[1] عبر مناطق جغرافية كبيرة (Lewis, 2008, pp. 4-5).

الجدول التالي يمثل مقارنة بين أنواع الشبكات

الجدول 12: مقارنة بين أنواع الشبكات LAN وMAN وWAN

LAN	WAN	MAN
LAN هي اختصار لـ local area network.	WAN هي اختصار لـ wide area network.	MAN هي اختصار لـ metropolitan area network.
يمكن أن يكون لديها مالك خاص.	لا يمكن أن تكون ملكية خاصة لمنظمة واحدة.	يمكن أن تكون ملكية خاصة أو عامة.
يتم نقل البيانات والمعلومات عبها بوتيرة أسرع بكثير.	يتم نقل البيانات والمعلومات عبها بوتيرة أبطأ.	يتم نقل البيانات والمعلومات عبها بوتيرة متوسطة.
تنتج أقل تأخيرات انتشار[2] نسبيا.	تستغرق تأخيرات الانتشار فترات زمنية أطول.	تأخيرات الانتشار معتدلة جدا.
أقل الشبكات ازدحاما.	أنظمة أكثر ازدحاما من شبكة LAN.	خودم مزدحمة في الغالب.
تمتلك أقل برتوكولات الصيانة والوظائف نسبيا.	تتميز بأعلى بروتوكولات الصيانة والوظائف.	صيانة الشبكات وتشغيلها ليست أصعب من WAN.
تتميز بدرجة عالية من التسامح مع الخطأ[3].	لديها أقل مستويات التسامح مع الخطأ.	مستويات الطموح مع الخطأ على هذه الشبكات معتدلة.

المصدر: (Edraw, n.d.)

2. تصنيف الشبكات حسب طريقة الربط:

كما هو معلوم، أن الشبكة عبارة عن اتصال أجهزة مع بعضها البعض، هذا الاتصال قد يكون باستعمال أسلاك توصيل أو بدونها، ولهذا فإنه يمكن تصنيف الشبكات حسب الوسيلة المستخدمة في الربط إلى نوعين: شبكات سلكية وشبكات لاسلكية.

1.2. الشبكات السلكية (Wired Networks): يستعمل هذا النوع من الشبكات وسائل مادية في الربط بن الأجهزة، تتمثل في الأسلاك التي لها عدة أنواع: الأسلاك النحاسية (Copper Wire)، الزوج الملتوي (Twisted Pair)، الألياف البصرية (Fiber Optic).

[1] Bandwidth.

[2] Propagatation التأخير الزمني للانتشار يعبر عن تغيير في حدود السرعة أو التردد التي تولدها دارة رقمية، كلما كان التأخير أقل كلما كانت السرعة والتردد أعلى.

[3] Fault Tolearance: يستخدم مصطلح تحمل الأخطاء في علم الحاسوب للتعبير عن الخاصية التي تمكن النظام من الاستمرار في العمل بشكل جيد في حال حدوث خطأ أو أكثر في أحد مكوناته.

2.2. الشبكات السلكية (Wireless Networks): هذا النوع يستعمل الموجات الكهرومغناطيسية أو موجات الأشعة تحت الحمراء، حيث تكون الهوائيات أو المستشعرات موجودة على جميع الأجهزة، مثل الحواسيب والهواتف وأجهزة الاستشعار اللاسلكية وأجهزة التحكم عن بعد وأجهزة استقبال الأقمار الاصطناعية، كما تستعمل موجات الراديو في نقل البيانات الصوتية بدلا من الأسلاك (Khandelwal, 2021). في الغالب يتم أخذ اتصال واحد باستخدام سلك أو أي وسيلة أخرى ثم يتم مشاركة هذا الاتصال عبر مفهوم الشبكة اللاسلكية (RF Wireless World, n.d.). ومن الأمثلة على الشبكات اللاسلكية:

أ. **التقنيات الخلوية في الهواء الطلق:** مثل GSM[1] و CDMA[2] و WIMAX[3] و LTE[4] والقمر الصناعي وما إلى ذلك.

ب. **التقنيات اللاسلكية الداخلية:** مثل الشبكة المحلية اللاسلكية (باستعمال Wi-Fi[5])، Bluetooth، IRDA[6]، Zigbee، ZwaveK، إلخ.

وللمقارنة بين الشبكات السلكية واللاسلكية، يمكن تقديم الجدول التالي:

[1] Global System for Mobile communication
[2] Code Division Multiple Access
[3] the Worldwide Interoperability for Microwave Access
[4] Long Term Evolution
[5] Wireless Fidelity
[6] Infrared Data Association

الجدول 13: الفرق بين الشبكة السلكية والشبكة اللاسلكية

المواصفات	الشبكة السلكية	الشبكة اللاسلكية
سرعة التشغيل **Speed of operation**	مرتفعة	عموما أقل من الشبكة السلكية، لكن التكنولوجيا اللاسلكية المتقدمة مثل LTE، LTE-A، WLAN-11ad، ستجعلها مساوية للشبكات السلكية.
عرض النطاق **System Bandwidth**	مرتفع	منخفض، حيث أن طيف التردد[1] قليل جدا.
التكلفة **Cost**	أقل، حيث أن تكلفة أسلاك التوصيل ليست مرتفعة.	تكلفة مرتفعة خاصة بالنسبة لمحطات المشتركين اللاسلكيين، وأجهزة التوجيه اللاسلكية، ونقاط الوصول اللاسلكية والمحولات باهظة الثمن.
التركيب **System Bandwidth**	مرهق ويأخذ جهدا ووقتا كبيرا.	سهل ويأخذ وقتا أقل.
المحمولية (قابلية التنقل) **Mobility**	محدودة، تعمل في المنطقة التي تغطيها الأنظمة المتصلة بالشبكة السلكية.	غير محدودة، لأنها تعمل في مجال تغطية الشبكة اللاسلكية بأكملها.
طريقة نقل البيانات **Transmission medium**	- أسلاك النحاس - أسلاك الألياف البصرية - إيثرنت	- موجات EM - Radiowaves - الأشعة تحت الحمراء
توسيع تغطية الشبكة **Network coverage extension**	تحتاج إلى موجهات ومحولات (hubs and switches) لتوسيع حدود تغطية الشبكة.	يتم تغطية المزيد من المساحة بواسطة محطات متصلة ببعضها
التطبيقات **Applications**	• LAN (Ethernet) • MAN	• WLAN • WPAN (Zigbee, Bluetooth) • Infrared • Cellular (GSM,CDMA, LTE)
تداخل القنوات وفقدان طاقة الإشارة **Channel Interference and signal power loss**	التداخل أقل لأن شبكة سلكية لن تؤثر على الأخرى	أعلى بسبب العقبات بين المرسل اللاسلكي والمستقبل على سبيل المثال الظروف الجوية، الانعكاسات من الجدران، إلخ.
جودة الخدمة **QoS (Quality of Service**	أحسن.	أقل، بسبب القيمة العالية للتقطع والتأخير في إعداد الاتصال
المصداقية **Reliability**	عالية مقارنة مع اللاسلكية، حيث تتمتع الكابلات المصنعة بأداء أعلى بسبب وجود التكنولوجيا السلكية منذ سنوات.	عالية بشكل مقبول، ويرجع ذلك إلى أن أي فشل في عمل جهاز التوجيه سيؤثر على الشبكة بأكملها.

المصدر: (RF Wireless World, n.d.)

[1] Frequency Spectrum

3. تصنيف الشبكات حسب طوبولوجيا الربط:

طوبولوجيا الشبكة هي الترتيب المادي والمنطقي للعقد والوصلات في الشبكة، أي كيفية ربط الأجهزة مع بعضها، العقد هي الأجهزة مثل المحولات وأجهزة التوجيه والبرامج التي تتميز بخصائصهم. تمثل طبولوجيا الشبكة على شكل رسم بياني (Techtarget, n.d.). إذن فقد يكون التصنيف على أساس البنية المادية (الفيزيائية) للشبكة أو على أساس البنية المنطقية. يمكن أن تتكون الطوبولوجيا لشبكة من طوبولوجيا مادية واحدة والعديد من الطوبولوجيات المنطقية (Indeed, 2022). فيما يلي الأنواع الأساسية لطوبولوجيا الشبكات:

1.3. نقطة إلى نقطة (Point-to-Point): طوبولوجيا الشبكة من نقطة إلى نقطة هي أبسط طريقة لربط الأجهزة، تستخدم عند اتصال حاسوبين فقط أو أجهزة شبكة أخرى ببعضها، باستخدام سلك واحد مثل توصيل حاسوب بآخر بواسطة منفذ RJ-45 بسلك مزدوج مجدول[1]. يُطلق على هذا النوع من ربط بطوبولوجيا P2P (Bose, 2020).

2.3. الشبكة الخطية (BUS): تشترك جميع الأجهزة في خط اتصال أساسي واحد، عادة يستخدم سلك RJ-58، وقد تحدث مشكلة أثناء إرسال عدة أجهزة للبيانات في نفس الوقت، لذلك تستخدم طوبولوجيا الناقل تقنية (CSMA/CD) وتتعرف على مضيف واحد باعتباره Bus Master لحل المشكلة. أجهزة الإنهاء عبارة عن أجهزة مثبتة على كل طرف من طرفي السلك الأساسي الذي يسمى سلك العمود الفقري لامتصاص الإشارات وتجنب عكس الإشارات مرة أخرى إلى الناقل (يؤدي عكس الإشارات إلى حدوث مشكلات خطيرة في الشبكة)، فهو اتصال متعدد النقاط، هذه الطوبولوجيا غير قوية لأنه إذا فشل العمود الفقري فإن الشبكة تتعطل. يتم اتباع بروتوكولات MAC[2] المختلفة بواسطة اتصالات LAN ethernet مثل TDMA وPure Aloha وCDMA وSlotted Aloha وما إلى ذلك (Bose, 2020).

3.3. الشبكة النجمية (Star): تعد البنية النجمية الأكثر استعمالا وشيوعا في الوقت الحالي، بسبب المزايا التي توفرها. يتطلب هذا النوع وجود جهاز مركزي يسمى المحول (switch)، ويتم توصيل جميع أجهزة الشبكة الأخرى بهذا المحول باستخدام سلك الشبكة الخاص أو بطريقة لاسلكية. يحتوي المحول على عدة منافذ (غالبا 4 أو 5 أو 8 أو 16 أو 24 أو 48، إلخ) (Bose, 2020).

من الناحية التقنية، لا يوجد حد لعدد الحواسيب التي يمكنها الاتصال في البنية النجمية. لكن يمكن أن ينخفض أداء الشبكة مع اتصال المزيد من الحواسيب، مما يؤدي إلى بطء سرعات الشبكة. تتميز الطوبولوجيا

[1] twisted pair cable.
[2] Media Access Control.

النجمية لإمكانية الإدارة مركزية للشبكة من خلال استخدام حاسوب مركزي أو الموزع hub أو المحول switch، كما أنه من السهل إضافة حواسيب أخرى إلى الشبكة. وفي حالة تعطل أحد الحواسيب في الشبكة، تستمر الشبكة في العمل بشكل عادي. لكن تكلفة هذا النوع من الشبكات قد تكون كبيرة، خاصة عند استخدام محول أو جهاز توجيه كجهاز شبكة مركزي، إضافة إلى أن جهاز الشبكة المركزية هو الذي يحدد الأداء وعدد العقد التي يمكن للشبكة التعامل معها. وفي حالة فشل الحاسوب المركزي أو الموزع أو المحول، تتعطل الشبكة بالكامل ويتم فصل جميع الأجهزة عنها (Computer Hope, 2017).

4.3. الشبكة الحلقية (Ring): في هذا النوع، لا تحتوي الشبكة على محول رئيسي أو موزع، فالأجهزة تتصل ببعضها على شكل حلقة مغلقة، وتنتقل البيانات في اتجاه واحد ويستقبل كل جهاز متصل بالشبكة هذه البيانات، هذا النموذج نادر الاستخدام في الوقت الحالي (Computer Hope, 2017). ويستعمل معيار IEEE 802.5. يعمل هذا النوع باستخدام النظام المستند إلى الرمز المميز[1]. Token ring هي التقنية التي قدمتها شركة IBM في عام 1984. وهو الإشارة التي تنتقل عبر الحلقة في اتجاه واحد. فقط العقدة التي تحتوي على الرمز يمكنها نقل البيانات. تصبح المحطة الأولى التي تبدأ العمل في الشبكة هي محطة المراقبة، وتتحكم في حالة الشبكة (Bose, 2020). في الشبكة الحلقية، تنتقل البيانات من جهاز إلى آخر حتى تصل إلى وجهتها في اتجاه واحد فقط، وهو ما يسمى بالشبكة الحلقية أحادية الاتجاه. بينما هناك نوع آخر يسمح للبيانات بالانتقال في أي اتجاه، يسمى الشبكة الحلقية ثنائية الاتجاه. ففي حالة انقطاع أي اتصال في الحلقة أو تعطل جهاز فإن الشبكة بأكملها تتأثر. يمكن استخدام طبولوجيا الحلقة في الشبكات المحلية LAN أو الشبكات الواسعة WAN. يتم استخدام السلك المحوري coaxial cable أو سلك شبكة RJ-45 لتوصيل الأجهزة والحواسيب.

5.3. الشبكة الشجرية (Tree أوStar-Bus Topology): الشبكة الشجرية هي مزيج بين الشبكة الخطية والنجمية، يتم تقسيم الأجهزة إلى مجموعات، توصل كل منها بموزِع (Hub)، ثم توصَل الأجهزة الموزِّعة مع بعضها بواسطة سلك واحد. ويمكن توسعتها بسهولة، ما يجعلها سهلة الإدارة والصيانة (Mitchell, 2019)، تشبه الطوبولوجيا الشجرية الشجرة، توجد عقدة مركزية واحدة ("الجذع")، وكل عقدة تتصل بالعقدة المركزية من خلال مسار واحد. تعتبر العقد فروعا تخرج من الجذع. تُستخدم طبولوجيا الشجرة لإنشاء شبكات كبيرة. أو شبكات محلية افتراضية VLANs[2] (Byjus, n.d.).

[1] token-based system
[2] Virtual Local Area Networks.

6.3. الطوبولوجيا المعشقة والمشطية (Mesh): تتصل كل عقدة بعُقد أخرى متعددة. وفي الطوبولوجيا الشبكية الكاملة، تتصل كل عقدة بكل عقدة أخرى في الشبكة. تتضمن بنية الشبكة المعشقة إنشاء ارتباط مخصص من نقطة إلى نقطة بين كل جهاز وجهاز آخر في الشبكة. يسمح ذلك بنقل البيانات مباشرة بين الجهازين المطلوبين دون المرور عبر الأجهزة الأخرى في نفس الشبكة. هناك نوعان أساسيان من هياكل الشبكات المتداخلة: الأول هو الشبكة المتداخلة الكاملة أين تتصل كل عقدة بكل عقدة أخرى داخل الشبكة. والثاني هو الشبكة الجزئية حيث قد لا تكون بعض العقد متصلة بكل عقدة واحدة داخل الشبكة. عادةً ما تكون الروابط بين العقد في كلا النوعين من هياكل الشبكات المتداخلة روابط بسيطة، مما يعني أن البيانات تتحرك في اتجاه واحد فقط. ومع ذلك، قد يستبدل بعض مسؤولي الشبكة ارتباطين مفردتين بروابط مزدوجة للسماح للبيانات بالتدفق بين عقدتين في كلا الاتجاهين في وقت واحد. يتميز هذا النوع بالتدفق السريع للبيانات وتوفير الخصوصية والأمان بشكل أفضل وتقليل الازدحام على القنوات (Indeed, 2022).

4. تصنيف الشبكات حسب توزيع المهام بين الأجهزة في توفير الخدمات

تصنيف الشبكة على أساس استخدام ودور كل جهاز إلى:

1.4. شبكة نظير إلى نظير (Peer-To-Peer Network): أو شبكة الند إلى الند (P2P): هي بنية تحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، يتصل نظامان أو أكثر من أنظمة الحاسوب من أجل التشارك في الموارد من أجهزة وبرمجيات، وقد يكون هذا الاتصال فعليا (ماديا) أو منطقية (افتراضيا) (AWS, n.d.). إضافة إلى ذلك، يتم مشاركة الموارد المتوفرة في الشبكة دون تدخل أي خادم مركزي، فيمكن التشارك في موارد مختلفة مثل المعالج، أو مساحة تخزين الأقراص، أو النطاق الترددي للشبكة (bandwidth)، أو مشاركة الملفات وقواعد البيانات لمساعدة الحواسيب والأجهزة الأخرى في التعاون لتقديم خدمة معينة، أو تنفيذ مهمة محدّدة (Madhuri, 2022).

وكمثال للفرق بين شبكات P2P وشبكات Client-Server، عند تنزيل ملف ما من موقع ويب على الحاسوب الشخصي، يعمل موقع الويب كخادم، ويعمل الحاسوب الشخصي كعميل يتلقى الملف. إذا تم تنزيل نفس الملف عبر شبكة P2P، باستخدام موقع يعتمد بروتوكول BitTorrent كنقطة بداية، سيتم تنزيل الملف على الحاسوب الشخصي على شكل أجزاء متعددة من العديد من الأجهزة الأخرى في شبكة P2P المرتبطة مع هذا الملف. في نفس الوقت، يتم إرسال الأجزاء المحملة من الملف على الحاسوب الشخصي إلى المستخدمين الآخرين الذين يريدون تحميله، إنّ هذا التركيب لشبكات P2P يجعل إيقافها أو تعطيلها أمرا صعبا، فحتى لو

تمّ إغلاق أو حجب أحد الأجهزة، تستمر الشبكة في العمل والأجهزة في والتواصل، فيجب إغلاق أو تعطيل جميع نظراء الشبكة للتوقف الشبكة كليا عن العمل (عطا الله، 2019).

2.4. شبكة عميل–خادم (Client/Server Network): هي نوع من شبكات الحاسوب يكون فيها أحد الحواسيب المركزية والقوية (الخادم) مركزا للحواسيب من أجهزة الكمبيوتر الشخصية الأقل قوة أو محطات العمل (العملاء) متصلة. حيث يتصل العملاء بالخادم لاستغلال الموارد المتاحة. هذا النوع من الشبكات أكثر استقرارا مقارنة بشبكة P2P، ويمكن توسيعه بسهولة (Madhuri, 2022).

تستخدم شبكة عميل/خادم في الشبكة المحلية (LAN) وفي الإنترنت. مثل متصفحات الويب وخوادم الويب وعملاء وخوادم FTP[1] وDNS[2] والبريد الإلكتروني. تكون أجهزة العميل عبارة عن حواسيب مثبتة عليها تطبيقات وبرامج شبكة ترسل وتستقبل البيانات والمعلومات عبر الشبكة، وتخزن الخوادم الملفات وقواعد البيانات والتطبيقات والمواقع المعقدة، ولذلك تكون الخوادم بمعالجات قوية وطاقة أكبر، وذات ذاكرة تخزين أكبر. ويمكن ربط عدة خوادم معا في مجموعة خوادم للتعامل مع أحمال المعالجة المتزايدة مع زيادة عدد العملاء (Mitchell, 2019).

ثالثا: شبكة الإنترنت

1. تعريف الإنترنت

الإنترنت (Internet) هي اختصار لكلمتين: International Network ومعناها الشبكة العالمية، ويطلق عليها أحيانا النت (Net)، وفي بعض الكتابات تسمى الويب (Web) وذلك أن الويب هو خدمة من خدماتها وهو أهمها، وهو من باب إطلاق اسم الجزء الأهم على الكل (خضر، 2015، صفحة 134).

تمت ترجمة كلمة Internet إلى عدة مصطلحات لغوية منها: الشابكة والمعمام والشبكة والشبكة الدولية، لكن التعريب الصوتي "الإنترنت" هو الأكثر استعمالا، ويرى بعض الكتاب أن ترجمة كلمة انترنت إلى "الشبكة الدولية للمعلومات" غير صحيح لأنه مرتكز على تفسير خاطئ لكلمة Internet الذي يعتبر أن المقطع inter هو اختصار كلمة International أي "دولي"، وهذا غير صحيح حسبهم سواء على المستوى اللغوي أو على المستوى البنيوي. فلغويا، يدخل المقطع inter في تكوين الكثير من الكلمات الإنجليزية مثل international لكنه لا يقتصر عليها ولا يمكن اعتباره اختصارا لها. أما على المستوى البنيوي للشبكة، أي تكوين الإنترنت، فشبكة الإنترنت ليس لها علاقة بالتقسيم السياسي للعالم المعاصر، ولا تتحكم فيها الدول فهي تختلف عن شبكات

[1] File Transfer Protocol
[2] Domain Name Server

أخرى تنظمها اتفاقات دولية ما بين الحكومات، كشبكة الهاتف، فشبكة الإنترنت تتألف من مجموع الشبكات المستقلة المتباينة التي تملكها وتديرها الكثير من الجهات المستقلة، بداية بالجامعات والمراكز البحثية، والمؤسسات الخاصة والمنظمات غير الحكومية والجمعيات، ومن هذا المنطلق، نُحِتَت كلمة Internet من كلمة inter وتعني "بينيّ" أو "ما بين" ومن كلمة net التي تعني "شبكة"، و تعابر الترجمة في هذه الحالة وصفا لشبكة الإنترنت بأنها "شبكة ما بين شبكات" أو "شبكة الشبكات" أو "شبكة من شبكات"، أي نظاما موحداً يصل ما بين شبكات مستقلة متباينة (ويكيبيديا، 2021).

"واختلفت تعاريف الإنترنت نظرا لضخامتها واتساعها وتعدد جوانبها، ولهذا يذكر "ريتشار سميث" و "مارك جيبس" أن تعريف الإنترنت يعتمد على عمل الشخص الذي يريد تعريفها تعريفا يختلف عن ذلك التعريف الذي يقدمه باحث آخر في مجال مهني معين" (خضر، 2015، صفحة 134)، فتعريف الإنترنت يختلف حسب المجال الذي يدرس الموضوع.

تعرف الإنترنت من الناحية المعلوماتية والثقافية أنها دائرة معارف عملاقة، يمكن للمشتركين فيها الحصول على معلومات حول أي موضوع معين في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو مخطوط أو التراسل عبر البريد الالكتروني لأنها تضم ملايين الحواسيب تتبادل الحواسيب فيما بينها فيما يعرف تقنيا بالبروتوكولات (Protocols) لنقل المعلومات والتحكم فيها وتأمين الاتصالات الشبكية (خضر، 2015، صفحة 135).

2. تاريخ الإنترنت

بدأت نشأة الإنترنت في بداية سنوات الستينات، حيث افترضت وزارة الدفاع الأمريكية وقوع كارثة نووية، وتصورت النتائج التي قد تنجم عنها للجيش الأمريكي خاصة في مجال الاتصالات، فكلفت باحثين لإيجاد طريقة لجعل الاتصالات الحربية مستمرة حالة حدوث حرب أو هجومات نووية، فاقترح الباحثون تكوين شبكة اتصالات لا تملك مركز تحكم رئيسي، تستمر بالعمل إذا دمر أحد أطرافها، فكانت هذه الشبكة خاصة بوزارة الدفاع للاستعمالات الحربية فقط، وأطلق عليها اسم شبكة وكالة الأبحاث المتقدمة[1]، وكانت في بدايتها تتكون من أربعة حواسيب متصلة بواسطة شبكة الاتصالات الهاتفية في مراكز بحثية تابعة للجامعات الأمريكية، ثم أتيح تطويرها لمراكز البحث والمنظمات العلمية الأخرى، وبدأت تنمو بشكل ملحوظ لتصبح نظامَ اتصالاتٍ فعّالٍ (أحمد، 2016، صفحة 9).

[1] وتعرف اختصارا بـ ARPANT وهي اختصار لـ (Advanced Research Project Agency Netwok).

فيما يلي ذكرٌ لمختصر تاريخ الإنترنت وأهم المحطات الزمنية منذ بداية ظهورها (Zimmermann & Emspak , 2022):

1961: يرجع الفضل في المفهوم الأولي الذي تطور إلى شبكة الويب العالمية إلى Leonard Kleinrock ففي عام 1961، كتب عن ARPANET في ورقة بحثية بعنوان "تدفق المعلومات في شبكات الاتصال الكبير".

1965: تمكن الباحثون في معهد MIT Lincoln Lab من ربط حاسوبين والتواصل مع بعضهما باستخدام تقنية تبديل الحزمة (Packet-Switching Technology).

1969: في 29 أكتوبر قام مركز قياس الشبكة بجامعة كاليفورنيا، ومعهد ستانفورد للأبحاث، وجامعة كاليفورنيا بسانتا باربرا وجامعة يوتا[1]، بتركيب العُقد[2] وحاول الطالب Charles Kline إرسال أول رسالة "LO" (أول حرفين من LOGIN) إلى حاسوب SRI من الجامعة، لكن تعذر إكمال الرسالة بسبب تعطل نظام SRI.

1973: أصبحت الشبكات العالمية حقيقة واقعة حيث تتصل كلية لندن الجامعية (إنجلترا) ومؤسسة رويال رادار (النرويج) بشبكة ARPANET وهنا ولد مصطلح الإنترنت.

1974: ظهر أول مزود خدمة إنترنت (ISP)[3] بإطلاق نسخة تجارية من ARPANET، سميت باسم Telenet.

1979: USENET تبدأ في استضافة مجموعات الأخبار والمناقشة.

1982: بروتوكول التحكم في الإرسال (TCP) وبروتوكول الإنترنت (IP)، المعروفة باسم TCP/IP تصبح كبروتوكول لـARPANET ومازال هو البروتوكول القياسي للإنترنت لحد الآن.

1983: ينشئ نظام اسم النطاق (DNS[4]) المألوف لتسمية مواقع الويب. هذا أسهل في التذكر من التسمية السابقة لمواقع الويب باستعمال عناوين IP، مثل 123.456.789.10.

1986: دخل NSFNET التابع لمؤسسة العلوم الوطنية عبر الإنترنت The National Science Foundation إلى مراكز الحواسيب العملاقة المتصلة بسرعة 56000 بت في الثانية وتوسعت الإنترنت في جميع أنحاء الولايات المتحدة. كانت NSFNET أساسًا عبارة عن شبكة من الشبكات التي تربط المستخدمين الأكاديميين جنبًا إلى جنب مع ARPANET.

[1] UCLA's Network Measurement Center, Stanford Research Institute (SRI), University of California-Santa Barbara and University of Utah.

[2] عقد الإنترنت هي نقاط اتصال الشبكة.

[3] Internet Service Provider

[4] Domain Name System مثل: gov. و com. و mil. و org. و net. و وint. وedu.

1987: تجاوز عدد الاستضافات على الإنترنت 20000. تطلق شركة Cisco أول جهاز توجيه لها.

1989: أصبح موقع World.std.com المزود التجاري الأول للاتصال الهاتفي بالإنترنت.

1990: طور العالِم في CERN [1](المنظمة الأوروبية للأبحاث النووية) Tim Berners-Lee لغة ترميز النص التشعبي (HTML)[2]. مازالت هذه اللغة تستعمل لحد الآن ولو أن البعض لا يعتبرها لغة برمجة بالمعنى المتفق عليه.

1991: قدمت CERN شبكة الويب العالمية للجمهور.

1992: تم توزيع أول صوت وفيديو عبر الإنترنت. وبدأت عبارة "تصفح الإنترنت" في الانتشار.

1993: وصل عدد المواقع إلى 600 موقع، وطور Marc Andreesen متصفح الويب Mosaic في جامعة Illinois, Champaign-Urbana. تطور عدد الحواسيب المتصلة بشبكة NSFNET من 2000 في عام 1985 إلى أكثر من 2 مليون في عام 1993.

1994: ظهور Netscape Communications. وقامت Microsoft بتصميم متصفح إنترنت لنظام التشغيل Windows 95.

1994: إنشاء ياهو! من طرف Jerry Yang and David Filo، كان الموقع يسمى في الأصل "Jerry and David's Guide to the World Wide Web." ثم تأسست الشركة لاحقًا في مارس 1995.

1997: تم تأسيس Netflix بواسطة Reed Hastings و Marc Randolph كشركة ترسل أقراص DVD للمستخدمين عن طريق البريد.

1998: تم إنشاء محرك بحث Google، ما أدى إلى تغيير طريقة تفاعل المستخدمين مع الإنترنت.

1999: AOL تشتري Netscape. أصبحت مشاركة الملفات من نظير إلى نظير حقيقة واقعة مع وصول Napster إلى الإنترنت.

2003: إطلاق منصة نشر المدونات WordPress.

2004: بداية موقع Facebook وبدء عصر الشبكات الاجتماعية. وكشف Mozilla عن متصفح Firefox.

2005: إطلاق موقع YouTube وموقع الأخبار الاجتماعية Reddit.

[1] European Organization for Nuclear Research,

[2] HyperText Markup Language

2006: إطلاق موقع Twitter.

2010: إطلاق مواقع التواصل الاجتماعي Pinterest و Instagram.

2011: تويتر وفيسبوك يلعبان دورًا كبيرًا في ثورات الشرق الأوسط.

2016: كشفت Google عن Google Assistant ، وهو برنامج مساعد شخصي يتم تنشيطه صوتيًا ، إيذانا بدخول عملاق الإنترنت إلى سوق المساعد المحوسب "الذكي". تنضم Google إلى Alexa من Amazon و Siri من Apple و Cortana من Microsoft.

2018: ارتفاع كبير في عدد الأجهزة التي تدعم الإنترنت. وزيادة إنترنت الأشياء (IoT)[1] حوالي سبعة مليارات.

2019: إطلاق شبكات الجيل الخامس (5G)

2021: وصل عدد الأشخاص المتصلين بالإنترنت إلى 4.66 مليار شخص. هذا هو أكثر من نصف سكان العالم.

2022: الإنترنت عبر الأقمار الصناعية في مدار أرضي منخفض أقرب إلى الواقع. بحلول أوائل يناير 2022، أطلقت SpaceX أكثر من 1900 قمر صناعي من Starlink بشكل عام.

المطلب الخامس: الموارد البشرية

إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي امتزاج بين العتاد (Hardware) والبرامج (Software) وشبكات الاتصالات، ويوجد في قلب هذه العناصر ما يسمى بـ (Brainware) وهو يمثل العقل الواعي المدرك الذي يمثل المستعملين والخبراء المختصين الذين يمثلون البنية الوظيفية والإنسانية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال (واله، 2020، صفحة 12).

هناك نوعان من الموارد البشرية من المتعاملين مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

أ. **المستعملون النهائيون:** هم الأشخاص الذين يستعملون النظام بطريقة مباشرة، ويستعملون مخرجاته المجهزة بالاعتماد على عمال المعرفة (Knowledge Workers) أي الأفراد الذين يقضون أكثر وقتهم في الاتصالات والتعاون من أجل خلق القيمة واستعمال وتوزيع المعرفة.

ب. **الفنيون والمتخصصون:** هم محللو النظم ومطورو البرامج ومشغلو الحواسيب (العادلي و عباس، 2016، صفحة 130)، وهم الذين يصممون التطبيقات ومواقع الويب ويعملون على صيانتها.

[1] Internet of Things

المبحث الثالث: بعض التطبيقات الميدانية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

المطلب الأول: التعليم الإلكتروني

أولا: تعريف التعليم الإلكتروني

إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد توسع استعمالها ليشمل التعليم فيما يسمى بالتعليم الإلكتروني (E-learning) الذي تعتبر طريقة جديدة لتقديم البرامج والمناهج التعليمية باستعمال الوسائل الإلكترونية.

التعليم الإلكتروني هو التعليم الذي يقدم فيه المحتوى التعليمي بوسائط إلكترونية مثل الإنترنت والانترانت والأقمار الاصطناعية والأقراص الليزرية والأشرطة السمعية البصرية وهو طريقة للتعلم باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة كالحاسوب والشبكات والوسائط المتعددة من أجل إيصال المعلومة للمتعلمين بأسرع وقت وبأقل تكلفة وبصورة تمكن من إدارة العملية التعليمية وقياس وتقييم أداء المتعلمين (مازن و العاني، 2015، صفحة 75). فهو طريقة للتعليم، تستخدم فيها التقنيات المتطورة للاتصال كالحواسيب والشبكات المعلوماتية وبتوظيف الوسائط المتعددة والصور والأصوات والرسومات وآليات البحث والمكتبات الإلكترونية والخدمات التي تقدمها الإنترنت سواء كان ذلك في الفصل الدراسي أو عن بعد (يحياوي إ.، 2016، صفحة 122)

وتطور استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التعليم على أربعة مراحل حتى وصوله إلى ما يسمى بالتعليم الإلكتروني على النحو التالي (العسيري و المحيّا، 2011، الصفحات 23-24):

1. **التعليم عن بعد (Distance Learning):** ويعني أن المتعلم يكون في مكان يختلف عن مكان وجود مصدر التعليم كالكتاب أو المعلم، ويمكن التواصل عبر أي وسيلة متاحة كالبريد أو الإنترنت، أو استغلال تقنيات الإعلام والاتصال عن بعد كالبرامج الإذاعية أو التلفزيونية والسينما والفيديو والتسجيلات الصوتية، واستعمال الحقائب التدريبية.
2. **التعليم المعتمد على الحاسوب CBT (Computer Based Training):** مع انتشار استعمال الحاسوب، ظهرت عدة استخدامات له في المجال التعليمي، منها التدريس بمساعدة الحاسوب (Computer Aided Instruction)، التعليم المعزز بالحاسوب (Computer Assisted Learning) والتعليم المدار بالحاسوب (Computer Managed Instruction) واستخدام الحاسوب كأداة (Compuer as a tool) واستعمال الحاسوب كمادة تعليمية.

3. **التعليم المعتمد على الإنترنت CBL (Web Based Learning):** استفاد التعليم من الخدمات التي تقدمها الإنترنت في تدعيم العملية التعليمية، كاستعمال البريد الإلكتروني Email (Electronic Mail) والقوائم البريدية (Mailing List) ونظام المجموعات الإخبارية (News Groups, Usenet, Net News) وبرامج المحادثة (Internet Relay Chat)، والتحاضر عن بعد (Video Conferencing)، والأبحاث المعززة بالحاسوب (Computer Assisted Research) والشبكة العنكبوتية العالمية WWW (World Wide Web)
4. **التعليم الإلكتروني E-learning (Electronic Learning):** يتشابه مفهومه مع مفهوم التعليم المعتمد على الإنترنت، فهو يستخدم الإنترنت غالبا ويضيف إلى ذلك أدوات تتحكم في تصميم وتنفيذ وإدارة وتقويم عملية التعليم والتعلم بواسطة برامج تسمى برامج إدارة المحتوى والتعلم LCMS (Learning Content Management System).

ثانيا: أنواع وأشكال التعليم الإلكتروني

يقسم التعليم الالكتروني إلى عدة أنواع حسب المعيار المعتمد:

1. أنواع التعليم الإلكتروني حسب معيار التزامن

1.1. التعليم الإلكتروني المتزامن: (Synchronous learning) : وهو التعليم على الخط أو عن طريق البث المباشر، ويشترط أن يجتمع المعلم والمتعلمين في نفس الوقت أمام الأجهزة الإلكترونية المستعملة، وقد يكونون في نفس القاعة الدراسية أو عن بعد باستعمال شبكات الاتصال كالإنترنت، وتتم المناقشة والتواصل بين المعلم والمتعلمين وبين المتعلمين فيما بينهم، وذلك عبر الأجهزة التي توفرها تكنولوجيا الإعلام والاتصال مثل الحاسوب، والإنترنت واللوحات الرقمية والهواتف الذكية التي توفر عدة أصوات يمكن استعمالها كالفصول الافتراضية والمؤتمرات عبر الفيديو أو الصوت وغرف الدردشة إلخ. يمكن التعليم الإلكتروني المتعلم من التعلم حتى بدون التنقل إلى المدرسة، ويمكنه من الحصول على تغذية راجعة فورية ويقلل من التكلفة، لكنه يحتاج إلى أجهزة حديثة وشبكة اتصال سريعة إذا كان عن بعد ويجبر المعلم والمتعلم على الوجود في نفس الوقت، كما أن عدم الوجود في صف دراسي واحد ووجود الأجهزة الإلكترونية قد يشتت ذهن المتعلم عن الدراسة (مازن و العاني، 2015، صفحة 75؛ العسيري و المحيّا، 2011، صفحة 24).

2.1. التعليم الإلكتروني غير المتزامن (Asynchrones e-Learning): هو تعليم لا يحتاج إلى وجود المعلم والمتعلم في وقت واحد، فيمكن التعلم في هذا النوع حسب الوقت المناسب للمتعلم، ويتم استعمال أجهزة تكنولوجيا الإعلام والاتصال والأدوات التي تقدمها مثل: الحواسيب والأقراص المدمجة والبريد الإلكتروني وشبكة الإنترنت

بما تقدمه من مواقع وتطبيقات تساعد على تلقي المادة التعليمية، فتواصل المعلم مع المتعلم متحرر من الزمن، فيمكن للمعلم أن يصمم مصادر للتعلم مع خطة التدريس والتقويم ثم يدخل إليها المتعلم متى شاء ويتبع التعليمات والإرشادات دون الحاجة لوجود المعلم معه، ولهذا يساعد التعليم غير المتزامن المتعلم في متابعة تعليمه حسب وقته وجهده، ويمكنه من تلقي المادة التعليمية والرجوع إليها في أي وقت. لكنه يجعل المتعلم مقيدا بما تلقاه من معلومات ويحرمه من التواصل المباشر مع المعلم، وقد يؤدي إلى الانطوائية فيعزل المتعلم عن المجتمع من خلال التعليم، ومن جهة أخرى، لا يسمح للمتعلم بالحصول على تغذية راجعة فورية، خاصة إذا لم يكن الدرس مصمما على ذلك (مازن و العاني، 2015، صفحة 75؛ العسيري و المحيّا، 2011، صفحة 24).

2. أنواع التعليم الإلكتروني حسب درجة استخدام التكنولوجيا

1.2. التعلم الإلكتروني الجزئي (Partially E-learning): أو التعليم الإلكتروني المدمج (Blended E-learning): ويتم استخدام التعليم الإلكتروني والتعليم التقليدي معا، فيستعمل التعليم التقليدي في القاعة الدراسية بنسبة محددة من زمن التعلم، وتستعمل شبكات الاتصال والإنترنت والأجهزة الإلكترونية في إكمال الأنشطة المتبقية، فيمزج بين التعليم الحضوري والتعليم عن بعد، وبين العليم المتزامن وغير المتزامن، بالاستعانة بوسائط يتم تصميمها بطريقة منهجية مثل برمجيات التعليم التعاوني الافتراضي الفوري والمقررات الإلكترونية ومقررات التعلم الذاتي وأنظمة دعم الأداء الإلكترونية، وإدارة نظم التعلم.

2.2. التعليم الإلكتروني الكلي (Fully E-learning): وفي هذا النوع، يستعمل التعليم الإلكتروني فقط في العملية التعليمة بنسبة 100%، بالاستعانة بأدوات ووسائل الاتصال الإلكترونية لتصميم مناهج تفاعلية تعزز من دافعية المتعلم، وتقدم تغذية راجعة وترفع من جودة التعليم.

3. أنواع التعليم الإلكتروني حسب Horton and Horton (2003)

1.3. التعليم الإلكتروني الموجه بالمتعلم (Learner-led e-learning): يهدف إلى توصيل العلم والمعرفة إلى المتعلم المستقل، عن طريق تصميم محتوى مختلف، ويشمل المحتوى على صفحات ويب، ووسائط متعددة، وتطبيقات تفاعليه على أجهزة الهاتف وعبر الويب، وهي امتداد للتعلم المعزز بالحاسب.

2.3. التعليم الإلكتروني الميسر (Facilitated e learning): وهو تعلم يوظف فيه شبكة الإنترنت والخدمات التي تقدمها، ويستخدم فيه المتعلم البريد الالكتروني والمنتديات للتعلم، ويوجد مساعد للتعلم (help)، مع عدم

وجود مدرس. ومثال ذلك استخدام قوائم المساعدة في برنامج معين على الحاسوب، لا يتم الانضمام إلى تدريس كامل، بل توظف الإنترنت في تسهيل التعلم البرنامج.

3.3. التعليم الالكتروني الموجه بالمعلم (Instructor-led e-learning): وهو تعليم إلكتروني يوظف فيه تكنولوجيا الإعلام والاتصال لإجراء عملية تدريس بالمفهوم التقليدي بحيث يجمع المعلم والطالب في فصل افتراضي يقدم فيه المعلم العديد من تقنيات الاتصال المباشر مثل مؤتمرات الفيديو والصوت، والمحادثة النصية والصوتية، والمشاركة الشاشة، والاختبارات الإلكترونية، ويمكن للمعلم أن يقدم عروضا تعليمية، وشروحات للدروس.

4.3. التعليم الالكتروني المضمن (Embedded e-learning): هو التعليم الالكتروني الذي يقدم في الوقت على الطلب ويكون مضمن في البرنامج، مثلا، لما يستعمل نظام التشغيل ويندوز، نجد في help and support معالجا يقدم أجوبة على أسئلة يتم اختيارها وقد يكون فيه آلية للكشف عن الأخطاء وإصلاحها. هذا التعلم هو لأجل حل مشكلة معينة، يمكن أن يكون مثبتا محليا أو عبر الاتصال بالإنترنت.

5.3. (Telementoring and e-coaching): هو امتداد لنمط التعليم الخصوصي Tutorial في الأقراص المضغوطة، حيث يتم استخدام الإنترنت مثل مؤتمرات الفيديو التفاعلي والتراسل الفوري (Horton, 2003).

المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية

أولا: تعريف التجارة الإلكترونية

يتشكل مصطلح التجارة الإلكترونية من مقطعين: الأول: التجارة (Commerce) ويقصد بها النشاطات الاقتصادية والتجارية التي يتم من خلالها تبادل السلع والخدمات وفق الأنظمة والقواعد المتعارف عليها. والثاني: الإلكترونية (Electronic) وتعني القيام بالنشاطات والتجارية باستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال كشبكة الإنترنت وغيرها من أنواع الشبكات المعلوماتية والأساليب الإلكترونية (كافي، 2010، صفحة 7).

التجارة الإلكترونية هي كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستعمال وسيلة إلكترونية وذلك حتى إتمام العقد (شيخ العشرة و ملكية، 2018، صفحة 5)، وبشكل أكثر تفصيلا هي "عمليات البيع والشراء والتحويل وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات باستعمال البيئة الإلكترونية من خلال شبكات الحاسوب والإنترنت" (العاني، 2016، صفحة 186). وتعرف منظمة التجارة العالمية (WTO) التجارة الإلكترونية على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية"، إذن فالتجارة الإلكترونية يمكن أن تستعمل أي وسيلة إلكترونية متاحة، ولا يشترط أن تتم عبر الإنترنت، فيمكن أن تكون عبر الهاتف

أو الفاكس مثلا، وهو ما يعني أن التجارة الإلكترونية موجودة حتى قبل ظهور الإنترنت (شيخ العشرة و ملكية، 2018، صفحة 6)، كما أن الوسائل الإلكترونية يمكن أن تستعمل في أي مرحلة من مراحل المعاملة التجارية، وهو ما يشير إليه تعريف مكتب مجلس الوزراء البريطاني الذي يعرف التجارة الإلكترونية أنها "تبادل المعلومات عبر شبكات الاتصال الإلكترونية في أي مرحلة من مراحل إتمام المعاملات التجارية التي تتم بين المؤسسات، أو بين المشاريع التجارية أو بين الشركات والزبائن أو بين القطاع العام والخاص، فهي لا تقتصر على عمليات البيع والشراء، بل تضم مراحل ما قبل البيع التي تتم بوسائل إلكترونية" (شيخ العشرة و ملكية، 2018، صفحة 6).

فالتجارة الإلكترونية هو نوع من التجارة تستخدم فيه تكنولوجيا الإعلام والاتصال سواء بشكل كلي في جميع مراحل البيع والشراء وحتى قبل ذلك أو بشكل جزئي في بعض مراحل العملية التجارية، ولعل أكثر هذه الوسائل استخداما في الوقت الحالي هي الإنترنت، ومنه فالتجارة عبر الإنترنت هي جزء من التجارة الإلكترونية. ويمكن تحديد مفهوم وطبيعة التجارة الإلكترونية باعتبارها عملية تتم بين طرفين باستعمال وسيط إلكتروني ويكون تسديد الالتزام الناتج عنها إلكترونيا، ويمكن أن تشمل العملية بيع وشراء السلع والخدمات (تعليمية أو صحية أو غيرها)، والتسويق للأفكار والمعتقدات، وتحويل الأموال، وأداء الأعمال المختلفة عنها وتبادل المعلومات ووجود سوق افتراضي لعرض السلع والخدمات واتمام مختلف العمليات من خلاله إلكترونيا (معروف، 2018، صفحة 11).

فالتجارة الإلكترونية في أوسع صورها تغطي جميع المجالات باستعمال الوسائل الإلكترونية وتشمل أنشطة الترويج والدعاية والإعلان وإبرام العقود الخاصة بالسلع والخدمات وتقديم أوامر البيع والشراء والمتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد وإبرام الصفقات واستلام السلع وعبر الشبكات أو خارجها وتسوية المدفوعات والالتزامات المالية وكل أشكال تبادل المعلومات عن السلع والخدمات (كافي، 2010، صفحة 12).

يمكن توضيح التجارة الإلكترونية من خلال المفاهيم التالية (العاني، 2016، الصفحات 186-187):

1. **منظور الاتصالات (Communications):** تؤدي التجارة الإلكترونية مهمة إيصال السلع والخدمات والمعلومات وعمليات الدفع عبر الوسائط الإلكترونية مثل شبكة الإنترنت.
2. **المنظور التجاري (Commercial):** تهدف التجارة الإلكترونية إلى بيع وشراء المنتجات وتبادل المعلومات عبر الوسائط الإلكترونية مثل الإنترنت.

3. **منظور عملية الأعمال (Business Process):** تعني التجارة الإلكترونية تمثيل الأعمال بشكل إلكتروني بتنفيذ مختلف الأعمال عبر الوسائط الإلكترونية وتبادل المعلومات بدل عمليات الأعمال المادية.

4. **منظور الخدمة (Service):** تعمل التجارة الإلكترونية على توفير متطلبات الحكومات والشركات والإدارة والمستهلين وتخفيض تكاليف الخدمة وتحسين نوعيتها وزادة سرعة تقديمها.

5. **منظور التعلم (Learning):** التجارة الإلكترونية من منظور التعلم هي تمكين القيام بالتدريب الإلكتروني والتعليم الإلكتروني في المدارس والجامعات والمؤسسات ومنظمات الأعمال.

6. **منظور المشاركة (Collaborative):** تعتبر التجارة الإلكترونية هي الإطار العام للمشاركة التنظيمية داخل خارج المنظمات.

7. **منظور المجتمع (Community):** تقلص التجارة الإلكترونية المسافات بين أفراد المجتمع لإجراء مختلف العمليات، وكذا التعلم والمشاركة.

ثانيا: تصنيفات التجارة الإلكترونية

نظرا لتوسع التجارة الإلكترونية لتشمل إنجاز الأعمال التجارية المختلفة وتبادل المعلومات عن طريق الوسائل الإلكترونية بين عدة أطراف تشمل الشركات والمستهلكين وحتى الحكومات، وفي هذا السياق تقسم الأدبيات النظرية التجارة الإلكترونية إلى أنواع، ولهذا الغرض وضع Coppel مصفوفة تحدد تسعة أنواع من الأنشطة التجارية الإلكترونية (كافي، 2010، صفحة 12):

الجدول 14: أنواع التجارة الإلكترونية حسب المتعاملين (مصفوفة Coppel)

المحور	حكومة	شركة (أعمال)	مستهلك
حكومة	حكومة لحكومة (G2G)	حكومة لشركة (G2B)	حكومة لمستهلك (G2C)
شركة (أعمال)	شركة لحكومة (B2G)	شركة لشركة (B2B)	شركة لمستهلك (B2C)
مستهلك	مستهلك لحكومة (C2G)	مستهلك لشركة (C2B)	مستهلك لمستهلك (C2B)

المصدر: (كافي، 2010، صفحة 12)

ويمكن شرح هذه الأنواع فيما يلي (العاني، 2016، الصفحات 186-187؛ كافي، 2010، الصفحات 5-13):

1. **بين الحكومات G2G (Gouvernement to Gouvernement):** يمكن أن تشمل التجارة الإلكترونية التعاملات بين الأجهزة الحكومية كتبادل المعلومات والتنسيق بنها وعقد صفقات كتأجير أراضي أو محلات وبيع وشراء بضائع أو خدمات بين الوزارات.
2. **بين الحكومة والأعمال G2B (Gouvernement to Business):** فالحكومة تستخدم وسائل إلكترونية كالإنترنت في إرسال المعلومات إلى الشركات كمعلومات الضرائب والجمارك والأوضا ع المالية وغيرها.
3. **بين الحكومة والمستهلك G2C (Gouvernement to Custumer):** تقوم الأجهزة الحكومية بتبادل المعلومات مع المستهلك كالمعلومات المتعلقة بحماية المستهلك وأة تقديم خدمات تعليمية أو صحية أو ثقافية على المستهلكين، أو بيع إحصائيات وبيانات للباحثين أو الإلعان عن توفر مناصب عمل إلخ.
4. **بين الأعمال والحكومة B2G (Business to Gouvernement):** يشمل هذا النوع المعاملات التجارية بين الشركات والأجهزة الحكومية كالإعلان عن المشتريات الحكومية من خلال شبكة الإنترنت، وتبادل الردود الإلكترونية بين الشركات والحكومة.
5. **بين الأعمال B2B (Business to Business):** يتم بين الشركات مع بعضها من خلال استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال كتقديم طلبات الشراء للموردين وتسليم الفواتير وإجراء عمليات الدفع وإجراء تبادل البيانات إلكترونيا عن طريق الشبكات الخاصة.
6. **بين الأعمال والمستهلك B2C (Business to Customer):** يمثل البيع بالتجزئة بين الشركات باستعمال الوسائط الإلكترونية، وقد انتشر هذا النوع بشكل كبير خاصة مع توسع استعمال الإنترنت، وظهر ما يسمى بمراكز التسوق (Shpping malls) التي تقوم بعرض السلع والخدمات إلكترونيا وتتم عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت ويتم الدفع بطرق إلكترونية كاستعمال الدفع الإلكتروني أو الصكوك الإلكترونية او الدفع عند الاستلام
7. **بين المستهلك والحكومة C2G (Custumer to Gouvernement):** كقيام المستهلك بتسديد فواتر الكهرباء والغاز والماء وتسديد الضرائب والرسوم عن طريق الإنترنت والتقدم لبعض الوظائف الحكومية.
8. **بين المستهلك والأعمال C2B (Custumer to Business):** كأن يقوم المستهلك بالبحث عن أفضل الخدمات والمنتجات والمقارنة بين جودتها وسعرها عن طريق تصفح مواقع الشركات أو المتاجر الإلكترونية والأسواق الافتراضية الموجودة على الإنترنت. كما يقوم بعض الأفراد ببيع المنتجات والخدمات التي تبحث عنها بعض الشركات

9. **بين المستهلك والمستهلك C2C (Custumer to Custumer):** يتم التعامل بين المستهلكين أنفسهم، فيمكنهم تبادل السلع والخدمات بينهم وبيع الخبرة والمعرفة إلكترونيا دون تدخل وسطاء بينهم.

ثالثا: خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بخصائص تميزها عن التجارة التقليدية، نذكر منها ما يلي (شيخ العشرة و ملكية، 2018، الصفحات 9-10؛ الجعفري و الحيالي، 2016، الصفحات 30-33):

1. **العالمية:** تنتشر التجارة الإلكترونية عبر العالم كله، بسبب الخصائص التي تقدمها الوسائل الإلكترونية المستعملة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تتيح الفرصة أمام المتعاملين بالتجارة الإلكترونية للقيام بأعمالهم بغض النظر عن الدول التي ينتمون إليها وانتماءاتهم الجغرافية وجنسياتهم، فهي تختصر المسافات والوقت والجهد وتتيح التفاوض عن بعد مهما كانت المسافة بينها.
2. **التطور:** تتناسب التجارة الإلكترونية مع متطلبات العصر لأنها تتطور بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتنوع الوسائل الإلكترونية المستعملة والتسارع التكنولوجي الكبير المميز للعصر الحالي.
3. **السرعة والسهولة:** تساعد الوسائل الإلكترونية المتطورة على تسهيل وتسريع التعاملات التجارية وتوفير الوقت والجهد، خاصة في ظل وجود شبكة الإنترنت وسهولة الوصول إليها والسرعة التي تقدمها في إبرام العقود التجارية وترويج السلع والخدمات. فيمكن للشركة تصميم موقع إلكتروني والإعلان عنه وشراء منتجاتها وعرضها وبيعا دون الحاجة لمقرات وعقارات
4. **عدم الحاجة للوجود المادي للأطراف:** تتم العملية التجارية بواسطة التواصل عبر الوسائل الإلكترونية كالإنترنت والهاتف بسرعة كبيرة دون الحاجة إلى عناء التنقل، كما أن هناك استمرارية للخدمة، حيث تعمل الأسواق الإلكترونية بشكل مستمر ويمكن للزبون الدخول إليها في أي وقت.
5. **مجال أوسع لاختيار السلع والخدمات:** فتتيح للزبون الاطلاع على عدد أكبر من السلع والخدمات بسبب الكفاءة والسرعة التي تقدمها في عرض المنتجات وتقديم عروض الأسعار وبالتالي تسهل إجراء المقارنات بين السلع والأسعار والجدودة وحرية الاختيار، وبالتالي تخفض تكلفة استعلام المبيعات وتزيد فرصة الشراء وترفع حجم المبيعات، كما تقلل من النفقات الإدارية والأعمال الروتينية كالإمداد وإعداد الفواتير والتأمينات، وتقلل قيود الدخول إلى السوق، وتساعد في الحصول على أكبر قدر من المعلومات.
6. **انخفاض أسعار المنتجات:** وذلك نتيجة المنافسة القوية بين الشركات والمتاجر العالمية، حيث أن الأسعار تكون ظاهرة للجميع وبالتالي يسهل المقارنة بينها وهذا ما يجعل الشركات تخفض السعر إلى

أقصى حد ممكن لجلب زبائن أكبر، إضافة إلى إمكانية البيع مباشرة إلى الزبون بدون وسائط، كما تجعل التجارة الإلكترونية الشركات تخفض التكاليف الثابتة والتكاليف الإعلانات بالوسائل التقليدية.

رابعا: معوقات التجارة الإلكترونية

هناك بعض الصعوبات والعوائق التي تحول دون انتشار وتوسع آفاق التجارة الإلكترونية، يمكن أن تكون عوائق اقتصادية واجتماعية وإدارية وقانونية، نذكر منها (معروف، 2018، الصفحات 25-27؛ العاني، 2016، صفحة 23؛ شيخ العشرة و ملكية، 2018، الصفحات 10-11):

1. **البنية التحتية اللازمة:** تشمل البنية التحتية للتجارة الإلكترونية وسائل نقل المعلومات وأجهزة الاتصال وتوفر الشبكات بأنواعها المختلفة وتوفير التقنيات والتجهيزات اللازمة وبتكاليف مناسبة سواء للتاجر أو للمستهلك، خاصة ما تعلق بتوفر شبكة الإنترنت وسرعة تدفقها وسهولة الوصول إليها وكذلك الأسعار المنخفضة لها والتي تجعل الخدمات والسلع التي توفرها التجارة الإلكترونية في متناول الجميع.
2. **القوانين والتشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية:** فمرونة التنظيمات والقوانين المؤطرة لنشاط التجارة الإلكترونية تشكل عاملا مهما لانتشار وتسهيلها، فهي تشكل دورا فعالا في دعم نمو التجارة الإلكترونية أو إعاقتها خاصة في ظل خصوصية هذا النوع من التجارة، وحتى مع وجود قوانين، فإن هناك صعوبة في تطبيقه، كصعوبة تحديد القوانين الواجب تطبيقها على منازعات التجارة الإلكترونية والمحاكم المختصة في تطبيقها خاصة عند عدم وجود عقد بين الطرفين، ويزداد الأمر تعقيدا عند صعوبة تحديد مركبي الأفعال غير المشروعة، فقد ينتحل التاجر أو المستهلك هوية مزيفة لا يمكن اكتشافها، ومن بين المنظمات الدولية التي تهتم بضبط هذا النشاط: منظمة التجارة العالمية (WTO)، منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية (WIPO)، لجنة الأمم المتحدة لقوانين التجارة الدولية (UNCITRAL)، ومن بين التشريعات التي تهتم بها ضبط القوانين المتعلقة بالتوقيع الإلكتروني والتصديق الإلكتروني والبصمة الرقمية.
3. **تدريب وتنمية الموارد البشرية:** إن قلة الاختصاصيين في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعدم توفر الإطارات المؤهلين للعمل في مجال التجارة الإلكترونية يجعلها صعبة التطبيق، وبالتالي فإن إعداد برامج تدريبية مناسبة لتكوين الموارد البشرية وتأهيلها للتعامل مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال يعتبر ضرورة ملحة لنجاح التجارة الإلكترونية، وغيابه يعتبر عائقا، فالتكوين يشمل التجارة من جهة والتعامل مع الوسائل الإلكترونية القديمة والحديثة منها من جهة أخرى.

4. **الأمان والسريّة:** وهي عوائق متعلقة بالثقة في المعاملات التجارية، فبعض البيانات الإلكترونية قد تتعرض إلى التخريب والتشويش وإساءة الاستخدام، كمعلومات البطاقة الائتمانية وأرقام الحسابات المصرفية التي قد يتم اختراقها وتسريبها في حالة الدفع الإلكتروني وضعف حماية المواقع الإلكترونية وأنظمة الدفع، ما يجعل التاجر والمستهلك قلقين حيال ذلك.

5. **قلة الوعي المعلوماتي:** الثقافة المعلوماتية هي القاعدة الأساسية التي تنطلق منها التجارة الإلكترونية، فقلة الوعي المعلوماتي والثقافة المعلوماتية وقلة انتشار استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى المجتمع يمكن أن تكون عائقا لانتشار التجارة الإلكترونية في بعض الدول، فيجب أن تسعى إلى اللحاق بالركب الحضاري والتقدم التكنولوجي والمعرفي الذي يساهم في إرساء قواعد التجارة الإلكترونية.

6. **وسائل الدفع الإلكتروني:** فغياب وسائل الدفع الإلكتروني الآمنة والموثوقة قد يشكل عائقا لإتمام المعاملات التجارية، إضافة إلى مشروعية استخدام تلك الوسائل ووجود تشريعات وقوانين تنظم العلمية وتحفظ حقوق البائع والمشتري على حد سواء.

خامسا: معوقات التجارة الإلكترونية

هناك بعض الصعوبات والعوائق التي تحول دون انتشار وتوسع آفاق التجارة الإلكترونية، يمكن أن تكون عوائق اقتصادية واجتماعية وإدارية وقانونية، نذكر منها (معروف، 2018، الصفحات 25-27):

1. **البنية التحتية اللازمة:** تشمل البنية التحتية للتجارة الإلكترونية وسائل نقل المعلومات وأجهزة الاتصال وتوفر الشبكات بأنواعها المختلفة وتوفير التقنيات والتجهيزات اللازمة وبتكاليف مناسبة سواء للتاجر أو للمستهلك، خاصة ما تعلق بتوفر شبكة الإنترنت وسرعة تدفقها وسهولة الوصول إليها وكذلك الأسعار المنخفضة لها والتي تجعل الخدمات والسلع التي توفرها التجارة الإلكترونية في متناول الجميع.

2. **القوانين والتشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية:** فمرونة التنظيمات والقوانين المؤطرة لنشاط التجارة الإلكترونية تشكل عاملا مهما لانتشار وتسهيلها، فهي تشكل دورا فعالا في دعم نمو التجارة الإلكترونية أو إعاقتها خاصة في ظل خصوصية هذا النوع من التجارة، وحتى مع وجود قوانين، فإن هناك صعوبة في تطبيقه، كصعوبة تحديد القوانين الواجب تطبيقها على منازعات التجارة الإلكترونية والمحاكم المختصة في تطبيقها خاصة عند عدم وجود عقد بين الطرفين، ويزداد الأمر تعقيدا عند صعوبة تحديد مركبي الأفعال غير المشروعة، فقد ينتحل التاجر أو المستهلك هوية

مزيفة لا يمكن اكتشافها، ومن بين المنظمات الدولية التي تهتم بضبط هذا النشاط: منظمة التجارة العالمية (WTO)، منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية (WIPO)، لجنة الأمم المتحدة لقوانين التجارة الدولية (UNCITRAL)، ومن بين التشريعات التي تهتم بها ضبط القوانين المتعلقة بالتوقيع الإلكتروني والتصديق الإلكتروني والبصمة الرقمية.

3. **تدريب وتنمية الموارد البشرية:** إن قلة الاختصاصيين في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعدم توفر الإطارات المؤهلة للعمل في مجال التجارة الإلكترونية يجعلها صعبة التطبيق، وبالتالي فإن إعداد برامج تدريبية مناسبة لتكوين الموارد البشرية وتأهيلها للتعامل مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال يعتبر ضرورة ملحة لنجاح التجارة الإلكترونية، وغيابه يعتبر عائقا، فالتكوين يشمل التجارة من جهة والتعامل مع الوسائل الإلكترونية القديمة والحديثة منها من جهة أخرى.

4. **الأمان والسريّة:** وهي عوائق متعلقة بالثقة في المعاملات التجارية، فبعض البيانات الإلكترونية قد تتعرض إلى التخريب والتشويش وإساءة الاستخدام، كمعلومات البطاقة الائتمانية وأرقام الحسابات المصرفية التي قد يتم اختراقها وتسريبها في حالة الدفع الإلكتروني وضعف حماية المواقع الإلكترونية وأنظمة الدفع، ما يجعل التاجر والمستهلك قلقين حيال ذلك.

5. **قلة الوعي المعلوماتي:** الثقافة المعلوماتية هي القاعدة الأساسية التي تنطلق منها التجارة الإلكترونية، فقلة الوعي المعلوماتي والثقافة المعلوماتية وقلة انتشار استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى المجتمع يمكن أن تكون عائقا لانتشار التجارة الإلكترونية في بعض الدول، فيجب أن تسعى إلى اللحاق بالركب الحضاري والتقدم التكنولوجي والمعرفي الذي يساهم في إرساء قواعد التجارة الإلكترونية.

6. **وسائل الدفع الإلكتروني:** فغياب وسائل الدفع الإلكتروني الآمنة والموثوقة قد يشكل عائقا لإتمام المعاملات التجارية، إضافة إلى مشروعية استخدام تلك الوسائل ووجود تشريعات وقوانين تنظم العلمية وتحفظ حقوق البائع والمشتري على حد سواء.

المطلب الثالث: تطبيقات أخرى

أولا: الذكاء الاصطناعي

برمجيات الذكاء الاصطناعي هي برامج توفر على الانسان الكثير من الوقت والجهد وتقوم بمهام قريبة جدا لما يقوم به البشر مثل برامج الترجمة وبرامج أخرى تمتلك خاصية التعرف الصوتي (Speech Recognition)

التي تحول النصوص إلى أصوات والأصوات إلى نصوص، وهناك برامج تقوم بتخزين الخبرات البشرية في شتى المجالات كالتعليم والطب والزراعة والصناعة واسترجاعها عند الحاجة وهو ما يسمى بالأنظمة الخبيرة (Expers Systems)، وتقنيات التعرف على الحروف من الصور ويسمى (Recognition Optical Character)، والروبوتات الآلية وغيرها (خضر، 2015، صفحة 207).

ثانيا: الاقتصاد الرقمي

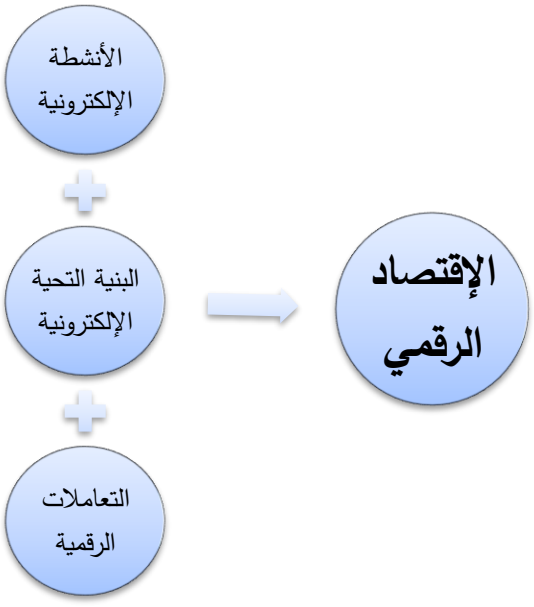
الاقتصاد الرقمي (Digital Economie) هو "ذلك الاقتصاد الذي يعتمد على التكنولوجيات الرقمية التي تتضمن شبكات الاتصالات الرقمية والإنترنت والانترانت والاكسترانت والشبكات الخاصة والعامة والمحلية والحواسيب والبرمجيات وكل ما يتعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال" (العاني، 2016، صفحة 23). ويطلق عليه أحيانا اقتصاد الإنترنت (Internet Economy) أو الاقتصاد الجديد (New Economy) أو اقتصاد الويب (Web Economy).

ويعتمد الاقتصاد الرقمي على ثلاثة أقسام أساسية:

- البنية التحتية الإلكترونية.
- الأنشطة الإلكترونية.
- التعاملات التجارية الإلكترونية.

كما يبين الشكل التالي ذلك:

الشكل 25: الاقتصاد الرقمي



المصدر: (العاني، 2016، صفحة 23)

المبحث الرابع: متطلبات وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

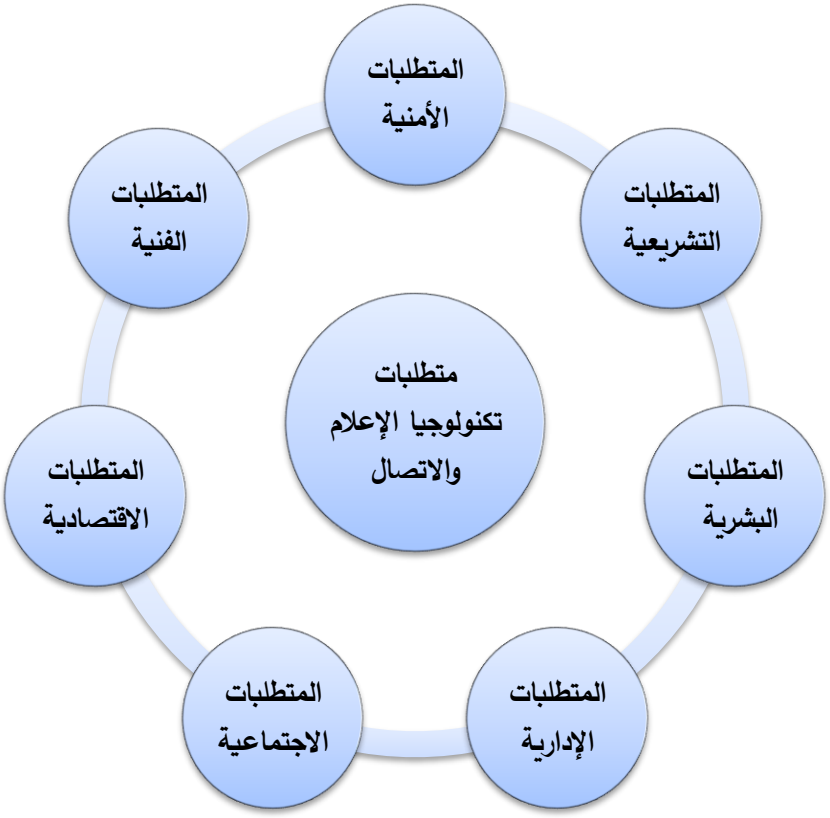
المطلب الأول: متطلبات تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال

لغرض تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مختلف المجالات، ينبغي توفير متطلبات، ذكرها بعض الباحثين فيما يلي (العادلي و عباس، 2016، صفحة 130؛ مسلم، 2015، الصفحات 226-227):

1. **المتطلبات الفنية:** وذلك بتحسين البنى التحتية والارتكازية من شبكات اتصالات ومواصلات، وتكوين الإطارات البشرية من ذوي الكفاءة والخبرة، وتوفير الأجهزة والمعدات المناسبة وتحديثها وتجديدها باستمرار، وبناء قاعدة معلوماتية مرتبطة محليا وإقليميا وعالميا.
2. **المتطلبات الاقتصادية:** وذلك بتخصيص أموال كافية لاقتناء الأجهزة والبرمجيات الضرورية وتوسيع شبكات الاتصالات وتمويل نشاطات البحث والتطوير، ودعم الصناعة المعلوماتية واقتصاد المعرفة، وتشجيع الاستثمار في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
3. **المتطلبات الاجتماعية والنفسية:** بتبني آليات لتشجيع الأفراد على تقبل التغير الفني والتطور التكنولوجي، والعمل على تغيير أنماط الثقافة التنظيمية السائدة لتلائم الثقافة المعلوماتية، ونشر عقلية العمل الجماعي وروح التعاون وتنمية الاتجاهات الإيجابية لدى الأفراد نحو ثقافة تنظيمية معتمدة على تكنولوجيا المعلومات من خلال التحسيس والتدريب المستمر.
4. **المتطلبات الإدارية:** باعتماد الهياكل اللامركزية والمرنة في التسيير وتعيين قيادات إدارية لها القدرة والقابلية للتغيير، وإنشاء وحدات تنظيمية لإدارة كل ما يتعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وإعادة تنظيم وهندسة الأعمال داخل المنظمات واعتماء إجراءات مرنة وذات شفافية والحد من البيروقراطية التي تقف عائقا أمام التطور.
5. **المتطلبات البشرية:** فيجب الاهتمام بالمورد البشري من الجانب النفسي والاجتماعي والتكويني، بداية بتحديد الاحتياجات الضرورية من الكفاءات وحسن اختيارها، والعمل على تحسين مستوى العاملين المتخصصين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحفيزهم للتدريب المستمر.
6. **المتطلبات التشريعية:** بإصدار نصوص قانونية وتشريعات لتنظيم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتنظيم تبادل المعلومات وحماية مصالح الأطراف المعنية، وتحديث ذلك باستمرار.
7. **المتطلبات الأمنية:** بتوفير أمن وخصوصية المعلومات المنقولة عبر الشبكات، وحمايتها من القرصنة والاختراق، أو سرقتها وإتلافها. إضافة إلى حماية حقوق الملكية الفكرية واحترام الخصوصيات.

يمكن تلخيص المتطلبات السابقة في الشكل التالي:

الشكل 26: متطلبات تكنولوجيا الإعلام والاتصال



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على ما سبق

المطلب الثاني: تحديات استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

رغم ما تكتسيه تكنولوجيا المعلومات من أهمية ومالها من فوائد على جميع المستويات، فإن ذلك يفرض على مستعمليها جملة من التحديات:

1. الفجوة الرقمية

ظهر مفهوم الفجوة الرقمية (Digital Divide) مع ثورة المعلومات والتطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتعني "الفجوة بين الذين لديهم الامكانية والقدرات على استخدام الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة بسبب امتلاكهم المهارات والتقنيات اللازمة مع امتلاك الإمكانيات المادية وبين اللذين ليس لديهم القدرة على استخدام الإنترنت والتكنولوجيات الحديثة" (العاني، 2016، صفحة 25)، وهو مصطلح استعمل لوصف التفاوت في النفاذ إلى مصادر المعلومات بين الدول المتقدمة والمتخلفة، ويتم قياسها بدرجة توفر أسس الاقتصاد

الرقمي وحجم الارتباط بشبكات الاتصالات وشبكة الإنترنت وتوفر خدمات التبادل الرقمي (واله، 2020، صفحة 24).

الفجوة الرقمية ليست مسألة تقنية فقط أو قضية امتلاك أجهزة متطورة واستخدام الإنترنت وتكنولوجيات الإعلام والاتصال بشكل كبير، بل تشمل الاستخدام الأمثل لها لتخزين وإنتاج المعلومات في مراكز الأبحاث والقدرة على التحكم فيها ووجود تشريعات لتنظيم التواصل والحصول على المعلومات وتبادلها ومحو الأمية المعلوماتية وتوفير الظروف المناسبة لامتلاك التكنولوجيا وتطبيقاتها لتحقيق التطور الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والفكري (العاني، 2016، صفحة 26)،

ونظرا لتعدد المجالات التي يمكن أن تشملها الفجوة الرقمية، فقد تعدد وجهات النظر حول لها (العاني، 2016، صفحة 25):

1.1. في المجال السياسي: يرى السياسيون أن الفجوة الرقمية جزء من الاقتصاد السياسي، وعليه يجب وضع تشريعات وقوانين لحماية المجتمع من التغيرات المعلوماتية الحاصلة في العالم.

2.1. في المجال الاقتصادي: يرى المختصون في الاقتصاد أن الفجوة الرقمية هي نتيجة للعجز عن مواكبة اقتصاد المعرفة، وعدم القدرة على استغلال الموارد لتوليد القيمة المضافة، فيجب تحرير الأسواق وفتح المجال لتدفق المعلومات والسلع والخدمات ورؤوس الأموال.

3.1. في المجال التربوي: يعتقد التربويون أن الفجوة الرقمية هي قضية تخص النظام التعليمي، بعجزه عن المساواة في الحصول على فرص التعليم، فالحل هو استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لإكساب المتعلم القدرة على التعلم الذاتي والمستمر.

وقد تكون الفجوة الرقمية على المستوى الداخلي، أي داخل نفس الدولة بين أفراد لهم الإمكانية والقدرة على امتلاك واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأفراد آخرين لا يستطيعون ذلك. وتكون على المستوى الخارجي بين الدول في استعمال وتطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ومن أسباب الفجوة الرقمية (واله، 2020، صفحة 24؛ العاني، 2016، الصفحات 27-28):

أ. **أسباب تكنولوجية:**

التطور السريع للتكنولوجيا الحديثة من حيث البرمجيات وتضاعف سرعة الأجهزة.

احتكار صناعة العتاد التكنولوجي من طرف بعض الدول.

ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ب. أسباب اقتصادية:

ارتفاع تكاليف شراء الأجهزة والبرمجيات.

تكاليف الملكية الفكرية في فاتورة التنمية المعلوماتية.

احتكار الشركات الكبيرة للأسواق التجارية في العالم.

ضعف خدمات الإنترنت وضعف تدفقها وارتفاع تكاليفها.

ت. أسباب سياسية:

سيطرة بعض الدول العظمى على المحيط الجيومعلوماتي وعلى خدمات الشبكات المعلوماتية الأساسية.

ث. أسباب اجتماعية وثقافية:

التخلف اللغوي والفجوة اللغوية.

نقص الثقافة العلمية والتكنولوجية.

تدني مستوى التعليم وانعدام فرصه للجميع.

ارتفاع نسبة الأمية.

انخفاض مستوى الدخل لدى الأفراد.

ارتفاع نسبة التخلف اللغوي وعدم الانفتاح على اللغات الأخرى.

قلة المحتوى المكتوب ببعض اللغات مثل اللغة العربية التي يقل فيها المحتوى في شتى المجالات.

وجد مقاومة للتغير لدى بعض المجتمعات نتيجة عاداتها وتقاليدها.

قلة الثقافة العلمية والتكنولوجية وغياب استراتيجية لنشرها.

خلاصة الفصل

يشمل مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال المكونات المادية والبرمجية وشبكات الاتصال والأفراد والجوانب الفكرية المستخدمة في استقبال البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها. وقدمت هذه الوسائل خدمة كبيرة للبشرية خاصة أنها تتطور بسرعة كبيرة، وتكتسي أهميتها من الدور الذي تلعبه المعلومةُ ونقلُها (مفهومي الإعلام والاتصال)، فانتشار الإنترنت وتحسن تدفقها هو أهم الأسباب التي أدت إلى توفير حلول تقنية حديثة ساهمت في تسهيل حياة الناس وتطوير التقنيات التقليدية التي كانت مستعملة، فظهرت مفاهيم جديدة كالتعليم الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل الاجتماعي التي طغت على حياة الناس. إضافة إلى انتشار الأجهزة التكنولوجية، ووفي مقدمتها الهاتف الذكي الذي أصبح يتوفر على خصائص برمجية متطورة وعتاد أسرع وسعات تخزينية عالية، والحاسوب الذي أصبح أسرع وأقل حجما. هذه التطورات جعلت الجامعة مجبرة على مواكبتها، سواء من حيث الاستعمال باعتبارها مؤسسة وجب عليها التكيف مع الظروف الخارجية، أو من حيث التكوين باعتباره النشاط الأساسي الذي تقوم به.

إن الطلبة الجامعيين الحاليين قد واكبوا هذه التكنولوجيا منذ صغرهم وألفوا استعمالها، فقد لا يتخيلون عالَما بدون إنترنت أو هاتف، على عكس الجيل السابق من الطلبة الذين عاش الفترة التي تسبق وجود الإنترنت وتلك التي تعقبه. ومع انتشار استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في أوساط الطلبة، يبرز الحديث عن دورها في تكوين شخصيته، ولهذا سيكون الفصل الموالي مخصصا لدراسة تطبيقية لدور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة عبر الدراسة الميدانية.

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية ونتائجها

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية ونتائجها

تمهيد

بعد استعراض أهم المحاور المرتبطة بالجانب النظري المتعلق بمتغيري الدراسة: تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمقاولاتية، سنتطرق في هذا الفصل إلى المنهج المتبع لجمع البيانات وتحقيق أهداف الدراسة، كما يتضمن وصفا لأفراد مجتمع الدراسة وطريقة اختيار العينة، وطرائق جمع البيانات وتصميم أداة الدراسة ودراسة خصائصها السيكومترية. واختبار الفرضيات بناء على استجابات أفراد عينة محل الدراسة الميدانية.

المبحث الأول: ميدان الدراسة التطبيقية

يتطرق هذا المبحث إلى التعريف بميدان الدارسة بشكل عام، حيث تستهدف الطلبة الجامعيين. فقد أدركت الجزائر خطورة التحديات الخارجية التي تفرض على الجامعة مسايرتها للحاق بركب الدول المتطورة، وسنحاول فيما يلي التعريف بالتعليم العالي وأوضاع الجامعة الجزائرية خاصة في الوقت الراهن الذي تعرف فيه الجامعة حركة إصلاحية واسعة في منظومتها التعليمية.

المطلب الأول: التعليم العالي في الجزائر

يعرف القانون رقم 99-05 التعليم العالي أنه "كل نمط للتعليم أو التكوين للبحث يقدم على مستوى ما بعد التعليم الثانوي من طرف مؤسسات التعليم والتكوين العاليين، ذات طابع عمومي أو خاص، معتمدة على هذا النحو من طرف السلطات المختصة في الدولة (القانون رقم 05-99، 1999).

أولا: تطور التعليم العالي بالجزائر

مر قطاع التعليم العالي في الجزائر بعدة مراحل بعد الاستقلال والخروج من مرحلة الاستعمار وبداية بناء مختلف أسس الدولة المستقلة، لاسيما في السنوات الأخيرة التي شهدت تطورات تكنولوجية كبيرة وانفتاحا اقتصاديا في ظل اقتصاد المعرفة وضرورة التكيف مع التغيرات المتسارعة، وتختلف الدراسات والكتب في تقسيم تطور التعليم العالي في الجزائر، تقسم وزارة التعليم العالي (2012، صفحة 18) تطور التعليم العالي ومؤسساته بالجزائر إلى أربع مراحل:

المرحلة الأولى: تشمل إرساء قواعد الجامعة الوطنية.

المرحلة الثانية: تميزت بإصلاح المنظومة التعليم العالي سنة 1971، ثم بعد ذلك وضع خريطة جامعية سنة 1982 وتحديثها سنة 1984.

المرحلة الثالثة: تم إصدار القانون رقم 05-99 المؤرخ في 04 أفريل 1999 والمتعلق بالتعليم العالي.

المرحلة الرابعة: وتم فيها تطبيق نظام ليسانس-ماستر-دكتوراه (LMD) بداية من سنة 2004.

1. المرحلة الأولى: إرساء قواعد الجامعة الوطنية

قبل استقلال الجزائر، كان هناك جامعة واحدة هي جامعة الجزائر المؤسسة سنة 1909، حيث كانت تسمى مدرسة الطب والعلوم الصيدلانية التي تم إنشاؤها سنة 1859، ثم أضيف لها كلية العلوم ثم كلية الآداب ثم كلية الحقوق، (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، صفحة 18).

ثم تم فتح جامعة وهران سنة 1966 وجامعة قسنطينة سنة 1967، وبالتالي أصبحت جامعة الجزائر تضم أربعة كليات و19 معهدا وثلاثة مراكز وأربعة مدارس عليا ومرصدا فلكيا، بينما جامعة وهران تضم أربع كليات تتمثل في كلية العلوم، وكلية الطب، وكلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، وكلية الآداب، وجامعة قسنطينة تحتوي على المدرسة الوطنية للطب، والمعهد العلمي، ومعهد الدراسات القانونية والمعهد الأدبي والجامعي. وشهدت هذه المرحلة استمرارا للنظام البيداغوجي الفرنسي، ويتشكل المسار من شهادة ليسانس تدوم مدة دراستها ثلاث سنوات، وشهادة الدراسات المعمقة تدوم سنة واحدة، وشهادة الدكتوراه الدرجة الثالثة تدوم سنتين على الأقل، وشهادة دكتوراه دولة تصل مدة تحضيرها إلى خمس سنوات (زرهوني، 1994، صفحة 21).

وكان النظام القديم الموروث من العهد الاستعماري يفرض سنة إعدادية يجب على الطالب النجاح فيها ليصبح طالبا جامعيا، ثم يدرس بعدها حسب نظام الشهادات الأربعة التي كانت متاحة (ركيبي، 1986، صفحة 157).

بلغ عدد الطلبة الجزائريين سنة 1961 في مؤسسات التعليم العالي 1317 طالبا مسجلا في جامعة الجزائر وملحقتيه في وهران وسكيكدة، وزاد العدد عن الضعف في الدخول الجامعي الموالي، وتضاعف 9.5 مرة بعد ذلك بأقل من 10 سنوات بالغا 12560 سنة 1969 (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، صفحة 32). وقد تأسست أول وزارة متخصصة في التعليم وهي وزارة التربية سنة 1962، وانبثقت عنها مديرية التعليم العالي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 65-208 المؤرخ في 12 أوت 1965 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التربية الوطنية.

2. المرحلة الثانية: إرساء قواعد الجامعة الوطنية (الإنجازات الأولى) (1971-1984)

في هذه المرحلة، بدأت تظهر ملامح رغبة الدولة في التخلي عن النظام الاستعماري في التعليم، والخروج من نموذج الاحتلال، تم إنشاء وزارة التعليم العالي سنة 1970، وبدأ بعد ذلك إطلاق عملية إصلاح التعليم العالي بداية من سنة 1971، عن طريق إعادة هيكلة منظومة التعليم العالي من خلال مخطط التصنيع بهدف تعبئة مجموع قدرات الجامعة لتكوين رجال خدمة للتربية، وذلك وفق أربعة محاور رئيسية:

أ. **إعادة صياغة برامج التكوين بشكل كلي:** بهدف تطوير تعليم التكنولوجيا عن طريق ما سمي بالثلاثية: تنويع–تخصص–احترافية، وتم استحداث مسارات دراسية جديدة، وظهرت شهادات جامعية جديدة كشهادة ليسانس وشهادة مهندس دولة، وشهادة التعليم العالي.

ب. **تنظيم بيداغوجي جديد للدراسة:** فتم تنظيم التعليم حسب نظام السداسيات وليس على أساس المعدل السنوي، واعتماد منطق المقاييس والمكتسبات القبلية، والاهتمام بالأعمال الموجهة بشكل أكبر في المناهج وفي التقييم النهائي للطلبة، والتشجيع على مشاركتهم الفعالة في الدراسة.

ت. **تكثيف النماء في التعليم العالي:** وكان الهدف آنذاك هو زيادة عدد الطلبة وتمكين أكبر عدد ممكن من الشباب من بلوغ مرحلة التعليم العالي والوصول إلى أعلى المستويات من منظومة التربية والتكوين لتزويد الاقتصاد الوطني بالإطارات السامية.

ث. **إعادة تنظيم شامل للهياكل الجامعية:** تم استحداث معاهد جامعية متخصصة كبديل عن المخطط التقليدي المعتمد على الكليات، لتطوير العلوم التطبيقية وإدراج التكنولوجيا ضمن مسارات التكوين، واستلهم هذا النمط من نموذج الجامعات الأنجلو–ساكسونية. وكان الهدف في هذه المرحلة هو ضمان الملائمة بين التكوين العالي والاحتياجات الاقتصادية، وتم لأول مرة تحديد أهداف كمية دقيقة لتكوين إطارات التعليم العالي حسب فروع وقطاعات النشاط من خلال الخريطة الجامعية لسنة 1982 (تم تحديثها سنة 1984) التي ضبطت الاحتياجات السنوية لحاملي الشهادات حسب اختصاصات وشعب التكوين، فكان العجز واضحا في المجالات التكنولوجية. وتم إعادة تنظيم الجذوع المشتركة وتصميم برامج خاصة بها لتحسين نوعيتها. ووضع نظام خاص بتوجه حاملي شهادة الباكالوريا الجدد من خلال القانون المتعلق بالتخطيط لتدفق الطلبة لتوجيههم نحو مختلف التخصصات. (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، الصفحات 20–22).

وتغيرت مراحل الدراسة الجامعية لتصبح:

- **مرحلة الليسانس:** وهي مرحلة التدرج، مدتها أربع سنوات، وتشكل الوحدات الدراسية ما يسمى بالمقاييس السداسية.

- **مرحلة الماجستير:** وهي مرحلة ما بعد التدرج الأولى، وتستمر لسنتين على الأقل، جزء منها للتكوين النظري والمنهجي، والجزء الآخر لإعداد بحث أكاديمي في شكل أطروحة تتم مناقشتها.

- **مرحلة الدكتوراه:** وهي مرحلة ما بعد التدرج الثانية، وتنتهي بمناقشة أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم.

وفي سنة 1990، تم انتداب الجانب العلمي تحت وصاية رئاسة الجمهورية لتصبح وزارة منتدبة للبحث والتكنولوجيا، ثم أصبحت تسمى وزارة الجامعات سنة 1991، ثم في سنة 1992 أصبحت تسميتها أمانة الدولة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وفي سنة 1994 أصبحت تسمى بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي (بن كيح، 2021، صفحة 177)

3. المرحلة الثالثة: تعزيز المنظومة وعقلنتها

تميزت هذه المرحلة بصدور القانون التوجيهي رقم 99-05 المؤرخ في 04 أفريل 1999 الذي يحدد أطرا تنظيمية وقانونية لإعادة هيكلة منظومة التعليم العالي ويحدد المبادئ الأساسية والأهداف الواجب تحقيقها، ويحدد القانون الأساسي للأساتذة والطلبة في كافة مستويات التعليم العالي، وهي مرحلة التدرج ومرحلة ما بعد التدرج والتكوين المتواصل (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، صفحة 24).

فأهم ما يميز هذه المرحلة هو وضع القانون التوجيهي للتعليم العالي الذي وافق عليه مجلس الحكومة في سبتمبر 1998، وتقرر العودة إلى تنظيم الجامعة في شكل الكليات، وإنشاء 13 مركزا جامعيا وتحويل 19 مركزا جامعيا إلى جامعات (طالبي و الزين، 2014، صفحة 156). وتضمن القانون التوجيهي المبادئ التالية:

- تحديد دقيق للإطار القانوني لقطاع التعليم العالي والبحث العلمي من خلال النصوص التنظيمية.
- تحديد الإطار المؤسساتي لنشاطات التعليم العالي من خلال:
  - جعل مؤسسات التعليم العالي مستقلة في التسيير.
  - المراقبة المالية البعدية لنفقات مؤسسات التعليم العالي.
  - إضفاء الطابع العلمي والثقافي والمهني على مؤسسات التعليم العالي.
  - إمكانية إنشاء مؤسسات فرعية ذات طابع اقتصادي لتحويل منتوج البحث إلى منتوج اقتصادي قابل للتسويق.

4. المرحلة الرابعة: اعتماد نظام LMD

ابتداء من السنة الجامعة 2004-2005، تم اعتماد ثلاث مستويات ضمن هندسة جديدة في التكوين يقابل كل مستوى منها شهادة: ليسانس وماستر ودكتوراه، داخل مجالات كبرى تحتوي اختصاصات متجانسة من حيث الكفاءات العلمية والتقنيات ومتطلبات سوق العم، وتم تعميمه بعد أقل من عشر سنوات من إطلاقه (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، صفحة 25).

ثانيا: مبادئ أساسية في قطاع التعليم العالي

1. الدمقرطة

تعني ديمقراطية التعليم أن الدولة تضمن حق التعلم لكل مواطن بلغ سن التعلم بغض النظر عن انتمائه الاجتماعي أو جنسه أو لونه أو معتقده، حيث كان التعليم قديما حكرا على بعض أبناء الطبقات الحاكمة أو المسيطرة على السلطة (كلبوسي، 2011). وهذا من أهم المبادئ التي ركزت عليها الجزائر، من خلال إسباغ الطابع الديمقراطي في الدخول إلى التعليم العالي، فحسب إحصائيات (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، صفحة 26) فإنه في سنة 1945، كانت نسبة من يمكنهم الدخول إلى الجامعة هو 07 طلبة لكل 000 100 نسمة، وبعد 50 سنة تجاوز العدد 000 3 طالب في كل 000 100 نسمة، من خلال ضمان مجانية التعليم وتوفير الخدمات الجامعية، وفتح أبواب الجامعة لكل المواطنين بتنوع فئاتهم الاجتماعية واختلاف مناطقهم وجنسهم.

فالإحصائيات تثبت مدى الجهد الذي يتم بذله لإعطاء الفرصة لكل أبناء الشعب، فالتعليم مجاني إلزامي وهذا يتيح الفرصة لأبناء الفلاحين والعمال في أن يدخلوا الجامعة، فمنذ تطبيق نظام التعليم الأساسي، أصبح كل من يملك شهادة الباكالوريا يمكنه دخول الجامعة، حيث لم يكن يشترط التفوق في مادة التخصص حتى بداية الإصلاح في السبعينات فأخذ بمبدأ التفوق في باشتراط الحصول على 12 على 20 في مادة التخصص (ركيبي، 1986، صفحة 156).

2. الجزأرة

ورثت الجزائر نظاما تعليميا مفرنسا لا يمت بصلة لمقومات الشعب الجزائري، "فالجامعة كانت فرنسية في روحها ولغتها وحتى في طلبتها بحيث كان عدد الطلبة الجزائريين لا يزيد عن 500 طالب رغم أن الجامعة الجزائرية تأسست في الثمانينات من القرن الماضي، فهي بذلك من أقدم الجامعات العربية، ولكنها كانت بالطبع للفرنسيين وأتباعهم" (ركيبي، 1986، صفحة 154)، ومن هذا المنطلق ظهر مصطلح الجزأرة، الذي يعني التدخل على مستوى البرامج التعليمية لتكييفها مع الاحتياجات الوطنية من الإطارات، واتباع سياسة تهدف إلى ولوج مكثف للجزائريين إلى وظيفة التعليم لاستخلاف المتعاونين الأجانب، فتشير الإحصائيات المقدمة من طرف (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، صفحة 27) أن عدد الأساتذة الجزائريين لم يكن يتجاوز الـ 82 أستاذا جلهم من المعيدين من بين أساتذة التعليم العالي العاملين الذين بلغ عددهم 298 أستاذا. وتم جزأرة سلك الأساتذة المساعدين والمعيدين بشكل كامل سنة 1987، وجزأرة العلوم الطبية سنة 1988 والعلوم الاجتماعية سنة 1989 والعلوم البيولوجية والعلوم الدقيقة والتكنولوجيا خلال السنوات 1990-2000، ولم يتبقى سوى 67 أستاذا أجنبيا خلال السنة الجامعية 2000-2001.

3. التعريب

إن استقلال الجزائر السياسي لا يمكن أن يكتمل إلا بالتحرر الاقتصادي والثقافي والتخلص من كافة أشكال التبعية والقضاء على مخلفات الاستعمار، ولكن أمام الفراغ الناجم عن رحيل الإطارات الفرنسية، كان لزاما على الدولة مواصلة تسيير إدارات الدولة، فاضطرت الى استخدام اللغة الفرنسية كلغة إدارة ومعاملات رسمة بشكل مؤقت، فكان لهذه الخطوة أثر كبير على اللغة العربية ولكن في ذلك الوقت كان الحل الوحيد والأنسب بالنظر للمشاكل التي كان يتخبط فيها النظام التربوي كنقص التأطير وقلة الهياكل التربوية من مدراس وجامعات، وقرى مدمرة وأراض محروقة، وأراكل وأبناء شهداء ومعطوبي حرب ولاجئين من بلدان أخرى إضافة إلى خزينة فارغة جراء نهب الثروات الوطنية (حالة، 2012، صفحة 315)

ولهذا، كان التعليم بعد الاستقلال يقدم باللغة الفرنسية، رغم أن إدراج اللغة العربية كان أحد مطالب التشكيلات السياسية والثقافية الموجدة آنذاك، فاللغة العربية كانت لغة أجنبية رغم اعتراف القانون الأساسي للجزائر سنة 1947 أنها تمثل إحدى لغات "مجموع أهل البلاد" (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، صفحة 27) ورغم هذا الوضع، بدأت الجزائر التعريب في التعليم العالي، بداية بتخصصات الأدب العربي والتاريخ والفلسفة، بينما كانت الدراسة باللغتين العربية والفرنسية في العلوم الإنسانية، ثم بدأ التعريب نتشر تدريجيا في بعض تخصصات العلوم والرياضيات، خاصة بعد تأسيس المجلس الأعلى لتعميم استعمال اللغة العربية في بداية الثمانينات برئاسة الشادلي بن جديد لواصلة التعريب في كافة المجالات (ركيبي، 1986، صفحة 154).

وكان التعريب في السنوات الأولى للاستقلال مقتصرا على معهد الدراسات الإسلامية بجامعة الجزائر وليسانس اللغة العربية، تم توسع إلى فتح أقسام معربة في مدرسة الصحافة سنة 1965 ثم في الفلسفة والتاريخ لتكوين أساتذة التعليم الثانوي ثم تعريب كلية الحقوق انطلاقا من سنة 1969، ثم بداية تعريب العلوم الاجتماعية وعلوم الأرض بداية من سنة 1989، هذه السنة تزامنت مع وصول أول دفعة من حاملي الباكالوريا معربة بالكامل، وفي السنة الجامعية 1996-1997 بلغت نسبة تعريب العلوم الاجتماعية والإنسانية 100% (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، صفحة 28)

4. التوجه العلمي والتقني

لطالما أثر التوجه العلمي والتقني على اتخاذ القرار في هذا المجال، فقد ساهمت الأولوية التي تم تحديديها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتوجه نحو التصنيع وتثمين الموارد الطبيعية في تعزيز التوجه العلمي والتقني في التكوين في قطاع التعليم العالي، خاصة مع زيادة الحاجة إلى إطارات تقنية مؤهلة في ظل تبني نظام الاقتصاد الموجه ابتداء من المخطط الثلاثي 1967-1969 والمخططين الرباعيين 1970-1973

و1974-1977 وبعدها المخططين الخماسيين (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2012، الصفحات 28-29)، ففرضت سياسة توجيهية للطلبة نحو الفروع العلمية ذات الصلة بالتكنولوجيا وجهلها ذات أولوية.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

يتناول هذا المبحث عرضا للمنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية ودراسة الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة المستعملة.

المطلب الأول: منهج الدراسة وجمع البيانات

أولا: ضبط المتغيرات وأنموذج الدراسة

انطلاقا مما تم تناوله في الجانب النظري واستقراء الأدبيات النظرية، وبالنظر لطبيعة الدراسة التي تضم متغيرين، أحدهما مستقل (تكنولوجيا الإعلام والاتصال) والآخر تابع (روح المقاولاتية)، فقد حاول الطالب تصميم نموذج للدراسة وفق المعطيات التالية:

1. المتغير التابع (روح المقاولاتية): اعتمدت الدراسة الحالية على مدرسة السمات للمقاول التي تبحث في السمات الشخصية له، وهو ما يحقق الأهداف المسطرة لهذه الدراسة، وتساعد في تحديد أبعاد روح المقاولاتية انطلاقا من السمات الشخصية التي يتميز بها الفرد المقاول. وهو ما يتوافق أيضا مع المقاربة السلوكية للمقاولاتية، يتكون المتغير التابع من الأبعاد التالية: الحاجة للإنجاز، الثقة بالنفس، الإبداع، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، الميل للمخاطرة، روح المبادرة.

2. المتغير المستقل (تكنولوجيا الإعلام والاتصال): نظرا لتعدد النماذج التي تطرق لمكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتشعب الموضوع وتعقده خاصة إذا تعلق الأمر بقياس المتغير لدى عينة الدراسة (الطلبة الجامعيين)، فقد تم تقسيمه إلى جانبين:

أ. تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطالب: وتتكون من الأبعاد التالية: الأجهزة المادية، الإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي.

ب. تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة: يتكون من الأبعاد التالية: المكونات المادية، المكونات البرمجية، الشبكات، الموارد البشرية.

ثانيا: منهج الدراسة

يعتبر اختيار منهج الدراسة مرحلة أساسية وضرورية في الدراسة، لأن اختيار المنهج المناسب هو الذي يحدد مدى مصداقية النتائج، وإمكانية تعميمها، ويتعلق الأمر بالهدف من الدراسة، ولذلك يعرف أنه "مجموعة منظمة من العمليات لبلوغ هدف معين" (أنجرس، 2010). ويتم اختيار المنهج حسب الظاهرة

المدروسة، وقد يستعمل أكثر من منهج لدراسة الظاهرة الواحدة، وبالنظر إلى طبيعة موضوع الدراسة، وأن أبعادها معروفة مسبقا باستقراء الأدبيات النظرية المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية، فإن المنهج الوصفي هو المناسب، فهو الذي يزود الباحث ببيانات ومعلومات تسهم في فهم الظاهرة محل الدراسة، ويعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيرا كيفيا أو كميا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة، ويبين خصائصها، بينما التعبير الكمي يعطينا وصفا رقميا لمقدار الظاهرة أو حجمها (عبيدات و آخرون، 2003)، ولا يقتصر على جمع البيانات وتبويبها فحسب، وإنما يمضي إلى ما هو أبعد من ذلك، لأنه يتضمن قدرا من التفسير لهذه البيانات (العساف، 2003)، فالمنهج الوصفي يهدف إلى جمع البيانات عن المشكلة محل الدراسة بالرجوع إلى الوثائق المختلفة كالكتب والمقالات المنشورة في المجلات العلمية المحكمة وتحليلها للوصول إلى فهم الظاهرة المدروسة وتحقيق أهداف الدراسة. أما بالنسبة لكيفية جمع البيانات، تم استعمال الطريقتين التاليتين:

أ. **البيانات الأولية:** قام الطالب بمراجعة الكتب والمقالات العلمية والمنشورات المتاحة التي لها علاقة بدراسة موضوعي المقاولاتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال لغرض التعرف على الأسس النظرية والأبعاد التي تم التطرق لها في الدراسات السابقة، ما يساهم في إثراء الدراسة الحالية.

ب. **البيانات الثانوية:** ويتعلق بالدراسة الميدانية، عن طريق توزيع استبانة على عينة الدراسة وتفريغ البيانات المتحصل عليها بالاستعانة ببرنامج SPSS وتطبيق الاختبارات الإحصائية المناسبة.

ثالثا: مجتمع وعينة الدراسة

1. مجتمع الدراسة

إن انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مطلع الألفية الثالثة جعلها تؤثر على سلوك الطالب الجامعي سواء على مستوى التكوين والمناهج التعليمية أو في الحياة اليومية، ومن جهة أخرى فإن توجه الجامعة من التركيز على التوظيف إلى التركيز على مبدأ تكوين طلبة قادرين على توفير فرص عمل والاستثمار في الأبحاث والأفكار والاختراعات. وقد تبنت الجامعات في الجزائر التوجه نحو المقاولاتية من خلال تدريسها كمقياس في بعض التخصصات، وإنشاء دار المقاولاتية في الكثير من الجامعات، فيمكن اعتبار الجامعة اللبنة الأساسية لزرع روح المقاولاتية لدى الطلبة.

مجتمع الدراسة هو مجموعة العناصر التي لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي (أنجرس، 2010)، فهو جميع الوحدات الإحصائية التي يتم دراستها من طرف الباحث (الأفراد أو الأشياء أو العناصر موضوع إجراء البحث الإحصائي) بشرط

أن يكون لهم خصائص واحدة أو مشتركة تميزها عن غيرها من المجتمعات ويمكن ملاحظتها، ويكون اختيار مجتمع الدراسة مستوفيا للشروط العلمية والمنهجية إذا توفرت فيه العناصر التالية: المحتوى، والوحدات، والمدى، والمرجع الزمني (زايري، 2020، صفحة 246)، ولأن الدراسة الحالية تستهدف حالة الجامعات الجزائرية، فإن مجتمع الدراسة يتحدد بما يلي:

أ. **المحتوى**: الطلبة الجامعيون.

ب. **الوحدات**: وحدة المعاينة هي الجزء أو الكيان الصغير الذي يعتبر مصدر الحصول على بيانات الدراسة (زايري، 2020، صفحة 246)، وهي في الدراسة الحالية وحدات طبيعية متعلقة بالجنس البشري وتتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يزاولون دراستهم في أحد الجامعات الجزائرية، ولا يشمل ذلك الطلبة الأجانب، أو المتخرجين من الجامعات أو الذين لم يصبحوا طلبة بعد (طلاب مراحل ما قبل الجامعة).

ت. **المدى**: طلبة جميع المؤسسات الجامعية تحت وصاية وزارة التعليم العالي الجزائرية (جامعات، مراكز جامعية، مدارس عليا).

ث. **المرجع الزمني**: سنة 2022، أي الذين لهم صفة طالب جامعي خلال هذه السنة.

وبالتالي يتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة في الجامعات الجزائرية خلال سنة 2022. أما بالنسبة للحدود الزمانية، فقد تمت الدراسة من شهر ماي إلى شهر نوفمبر 2022.

2. عينة الدراسة

عينة البحث في أبسط تعاريفها: "هي جزء يتم اختياره من كل"، ولكون الوصول إلى أفراد المجتمع صعبا بالنظر للعدد الكبير له من جهة، والإطار الزمني الضيق الخاص بالدراسة من جهة أخرى إضافة إلى الإمكانيات المتاحة لدى الطالب، ما يستوجب إمكانيات مادية وبشرية لا تتوفر لدى الطالب، ولتحقيق أهداف الدراسة بشكل أكثر دقة، اعتمد الطالب توزيع أداة الدراسة عبر شبكة الإنترنت على شكل استبانة إلكترونية، ولأجل ذلك وجب تحديد الطريقة المناسبة لاختيار عينة الدراسة. إذ يوجد نوعان أساسيان من العينات: العينات العشوائية (الاحتمالية): التي تعتمد على نظرية الاحتمالات بحيث تعطى كل مفردة من مفردات المجتمع نفس الاحتمال لتكون ضمن العينة من دون تحيز للباحث، وبالتالي يمكن تعميم نتائج الدراسة على المجتمع، والعينات غير العشوائية (غير الاحتمالية): التي يتحكم الباحث في اختيار مفرداتها وفق تقديرات معينة يضعها الباحث. وتستعمل العينات غير العشوائية في حالة عدم توفر إطار للمعاينة (قائمة تحتوي على جميع وحدات المجتمع الإحصائي وبعض المعلومات عنها) وهو ما ينطبق على الدراسة الحالية. فنظرا لاستعمال شبكة الإنترنت في

توزيع أداة الدراسة، فقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينات الملائمة التي تدخل ضمن صنف العينات غير الاحتمالية، التي تتميز بأن عناصر المجتمع الأصلي لا تعطى نفس الفرصة بالظهور في العينة، حيث يعطى لعناصر مجتمع الدراسة حرية الاختيار في المشاركة في الدراسة، ولا يكون هناك تحديد مسبق لمن سيدخل ضمن العينة، بل يتم الاختيار بناء على المجموعة التي يقابلها الباحث وتوافق على المشاركة في الدراسة (عبيدات، أبو نصار، و مبيضين، 1999، صفحة 95)، وهو ما ينطبق على هذه الدراسة حيث إن نتيجة الدراسة الميدانية تعتمد على إجابات أفراد العينة، ولا يمكن في هذه الحالة تعميمها على مجتمع الدراسة.

المطلب الثاني: أداة الدراسة

أولا: تصميم أداة الدراسة

من أجل تحقيق أهداف البحث، قام الطالب بتصميم استبانة موجهة للطلبة الجامعيين، حيث يرى أنها الأنسب نظرا لطبيعة الموضوع والإمكانيات المتاحة، باتباع المراحل التالية:

المرحلة الأولى: قام الطالب كخطوة أولى بمراجعة الأدبيات المتعلقة بالموضوع وتشمل المصادر والدراسات التي تطرقت إلى متغيري الدراسة، وإضافة إلى ذلك اطلع الطالب على بعض الأدوات التي صممها الباحثون والتي تقيس روح المقاولاتية: الجودي (2015)، ولفقير (2017)، وموسى (2018)، وأبو سمرة (2017)، وتم الاطلاع على الاستبانات التي تقيس متغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال: مثل استبانة الفاتح (الفاتح، 2017)، وقانة (2022)، وسكر (2019)، وعمامرة (2019)، وشناقر (2017)، وساكت (2018)، ومعدن (2022).

المرحلة الثانية: توصل الطالب من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة إلى تحديد وضبط متغيرات الدراسة والأبعاد المتضمنة فيها، وإعداد الاستبانة الدراسة وتقسيمها كالتالي:

مقدمة الاستبانة: توضح الغرض العلمي منها، وتشجيع المستجوبين على الإجابة بموضوعية وبصراحة، وتؤكد على بسرية الإجابة وأنها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط مع الإشارة إلى أهمية الإجابة في إتمام البحث.

القسم الأول: يتضمن البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة وهي (الجنس، والسن، والطور الدراسي، وميدان التكوين، واسم الجامعة، وطبيعة العمل، والمشاركة في دار المقاولاتية).

القسم الثاني: ويحتوي على متغيرات الدراسة: ويتكون من ثلاثة محاور: المحور الأول خاص بتكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطالب، والمحور الثاني خاص بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة، خاص أما المحور الثالث فيخص المتغير التابع روح المقاولاتية.

المرحلة الثالثة: صياغة بنود وفقرات الاستبانة المتعلقة بكل بعد بشكل واضح ودقيق، بالاعتماد على الدراسات السابقة وتصميمها في صورة أولية، كما يوضح الجدول التالي:

الجدول 15: الأبعاد والفقرات المكونة للاستبانة

المحور	الأبعاد	عدد الفقرات
تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطالب	الأجهزة المادية	05
	شبكة الإنترنت	11
	مواقع التواصل الاجتماعي	10
	المجموع	26
تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة	المكونات المادية	09
	المكونات البرمجية	07
	الشبكات	10
	الموارد البشرية	07
	المجمـــــــوع	33
الروح المقاولاتية	الحاجة للإنجاز	6
	الثقة بالنفس	6
	الإبداع	6
	الاستقلالية	6
	تحمل المسؤولية	6
	الميل للمخاطرة	6
	روح المبادرة	6
	المجمـــوع	42

المصدر: من إعداد الطالب

المرحلة الرابعة: بعد إعداد الاستبانة في صورتها الأولية، تم عرضها على عينة محدودة تم اختيارها بطريقة قصدية لاختبار المدلول اللفظي والتأكد من وضوح الأسئلة وبعدها عن الغموض وسلامة اللغة، وتم إجراء بعض التعديلات بناء على ملاحظات المستجوبين والصعوبات التي واجهتم في فهم العبارات والإجابة عليها.

المرحلة الخامسة: سيتم في هذه المرحلة إجراء دراسة استطلاعية لتحديد الخصائص السيكومترية قبل تقديمها لعينة الدراسة الأساسية.

ثانيا: الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة

يجب أن تتوفر في الاستبانة شروط الموضوعية التي يقصد بها عادة عدم اختلاف المصححين في تقدير الإجابات على بنودها، وأن تحمل هذه البنود نفس المعنى لدى أفراد العينة التي تطبق عليها، وتكون غير قابلة للتأويل، (بوحفص، 2016، صفحة 214) من خلال معرفة ما إذا كانت الاستبانة تقيس فعلا ما وضعت لقياسه (الصدق) ويعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقها عدة مرات على عينات من نفس المجتمع (الثبات)، وهو ما يسمى بدراسة الخصائص السيكومترية. تجدر الإشارة أن بعض الباحثين لا يفرق بين مفهومي الصدق والثبات، بل يتم اعتبارهم كمفهوم واحد يتم دراسته ضمن الخصائص السيكومترتية بالطرق المتاحة.

1. الصدق

يجب أن تتميز أداة الدراسة بقدرتها على قياس ما يريد الباحث قياسه، ويعتبر تحقيق صدق المقياس أكثر أهمية من ثباته لأنه قد يكون المقياس ثابتا ولكنه غير صادق وبالتالي لا يحقق الهدف المنشود (بوحفص، 2016، صفحة 214)، ويتم قياس الصدق بعدة طرق، تم استعمال الطريقتين التاليتين:

1.1. صدق المحكمين (Trustees Validity): ويعتمد على رأي الخبراء، وهو من أسهل الطرق وأكثرها استعمالا في قياس الصدق، "ويتم الحصول على صدق المحكمين عن طريق عرض الاختبار على مجموعة من المحكمين المختصين في المجال وذلك للتأكد من سلامة صياغة البنود من ناحية، ومدى مناسبتها للمجال المراد قياسه من ناحية أخرى" (المشهداني، 2019، صفحة 186)، ولذلك قام الطالب بعرض الاستبانة المصممة في صورتها الأولية على مجموعة من الأساتذة والمختصين في المنهجية وموضوع الدراسة (الملحق رقم 2)، لإبداء آراءهم وملاحظاتهم حول انتماء الفقرات للأبعاد الخاصة بها ومدى كفايتها، ووضوح العبارات وسلامتها اللغوية، وملائمة البدائل المقترحة، بتقديم استمارة تحكيم مصممة بحيث يمكن للمحكم إبداء رأيه وخبرته حول الاستبانة.

ولغرض حساب الدلالة الإحصائية لصدق المحكمين، تم استرجاع استمارات التحكيم، وحساب نسبة القبول لكل بند بحساب نسبة اتفاق المحكمين حولها، وكلما ارتفعت النسبة المئوية للبند كان مقبولا، وفق الطريقة التالية:

$$\text{نسبة قبول البند} = \frac{\text{عدد الأساتذة الموافقين على البند}}{\text{مجموع الأساتذة المحكمين}} \times 100\%$$

وبعد تفريغ النتائج على برنامج Microsoft Excel وحساب نسبة الاتفاق، تبين أنها تتراوح بين 77% إلى 100%، وبالتالي لم يتم حذف أي فقرة من الفقرات، حيث يعد هذا مؤشرا على الصدق الظاهري حيث يشير

Bloom إلى أن الباحث يمكن أن يشعر بالارتياح اتجاه أداة الدراسة عندما تتجاوز نسبة اتفاق المحكمين نسبة 75% (علي و حموك، 2014).

2.2. صدق الاتساق الداخلي (Internal Consistensy): بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة عن طريق رأي الخبراء (صدق المحكمين)، قام الطالب بإجراء ثان للتأكد من الصدق بطريقة الاتساق الداخلي، التي تعني أننا "نستخدم بنودا تتسق الإجابة عنها؛ لأنها جميعا تقيس الوظيفة نفسها، واتساقها يعني أنها لا تتناقض بل تتفق في قياس ما وضعت لقياسه" (فرج، 2007، صفحة 273)، حيث "يتم حساب الارتباط بين البنود منفردة والدرجة الكلية للأداة وكلما كان معامل الارتباط قويا وموجبا دل على أن البند يغطي بعدا من أبعاد السلوك أو الاتجاه أو المهارة محل الدراسة، كما تستخدم طريقة الاتساق الداخلي في اختبار العلاقة بين المقاييس الفرعية للأداة والدرجة الكلية لها" (بوحفص، 2016، صفحة 218). كما أن حساب الاتساق الداخلي يدخل أيضا ضمن مفهوم الثبات، حيث يقول (فرج، 2007، صفحة 283) أن "القاعدة العامة التي يجب أن تكون ماثلة في الذهن دائما هي أن كل أساليب الاتساق الداخلي تندرج أساس تحت مفهوم الثبات، فالاتساق الداخلي يعني أننا نستخدم على امتداد الاختبار بنودا تتسق الإجابة عنها لأنها تقيس الوظيفة نفسها، واتساقها يعني أنها لا تتناقض بل تتفق في قياسها لما نقيسه".

ولغرض حساب صدق الاتساق الداخلي، تم توزيع الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من 36 مفردة، وبعد ذلك حساب الارتباط بين البنود والدرجة الكلية للبعد، كما يوضح الجدول التالي:

الجدول 16: ارتباط كل بند بمتوسط البعد في المحور الأول

المحور: تكنولوجيا الإعلام والاتصال				المحور: روح المقاولاتية			
البعد	رقم البند	درجة الارتباط مع البعد	القيمة الاحتمالية	البعد	رقم البند	درجة الارتباط مع البعد	القيمة الاحتمالية
المكونات المادية	01	0.796 **	0.000	الحاجة للإنجاز	01	0.445 **	0.000
	02	0.720 **	0.000		02	0.755 **	0.000
	03	0.761 **	0.000		03	0.609 **	0.000
	04	0.682 **	0.000		04	0.796 **	0.000
	05	0.657 **	0.000		05	0.701 **	0.000
	06	0.697 **	0.000		06	0.728 **	0.000
المكونات البرمجية	07	0.670 **	0.000	الثقة بالنفس	07	0.599 **	0.000
	08	0.540 **	0.001		08	0.614 **	0.000
	09	0.544 **	0.001		09	0.550 **	0.001
	10	0.683 **	0.000		10	0.352 *	0.035
	11	0.739 **	0.000		11	0.779 **	0.000
	12	0.851 **	0.000		12	0.522 **	0.001
	13	0.708 **	0.000	الإبداع والابتكار	13	0.680 **	0.000
	14	0.478 **	0.003		14	0.636 **	0.000
	15	0.710 **	0.000		15	0.523 **	0.001
	16	0.801 **	0.000		16	0.730 **	0.000
الشبكات	17	0.754 **	0.000		17	0.601 **	0.000
	18	0.530 **	0.001		18	0.775 **	0.000
	19	0.709 **	0.000	4.الاستقلالية	19	0.605 **	0.000
	20	0.643 **	0.000		20	0.728 **	0.000
	21	0.723 **	0.000		21	0.714 **	0.000
	22	0.589 **	0.000		22	0.736 **	0.000
	23	0.409 *	0.013		23	0.719 **	0.000
	24	0.670 **	0.000		24	0.488 **	0.000
	25	0.530 **	0.001	5.تحمل المسؤولية	25	0.636 **	0.000
	26	0.769 **	0.000		26	0.764 **	0.000

الموارد البشرية	27	0.824 **	0.000			27	0.504 *	0.002
	28	0.627 **	0.000			28	0.697 **	0.000
	29	0.858 **	0.001			29	0.579 **	0.000
	30	0.753 **	0.000			30	0.549 **	0.005
	31	0.798 **	0.000	6.المخاطرة		31	0.485 **	0.003
	32	0.866 **	0.000			32	0.638 **	0.000
	33	0.823 **	0.000			33	0.851 **	0.000
						34	0.851 **	0.000
						35	0.239 **	0.010
				7.روح المبادرة		36	.0532 **	0.001
						37	0.371 *	0.023
						38	0.776 **	0.000
						39	0.773 **	0.000
						40	0.376 *	0.024
						41	0.721 **	0.000

* دال إحصائيا عند مستوى 0.05
** دال إحصائيا عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن هناك علاقة ارتباطية بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والبعد الذي تنتمي إليه وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي نستنتج صدق أداة الدراسة وأنها تقيس فعلا ما وضع لقياسه.

2. الثبات

يشير مفهوم الثبات إلى الدرجة الحقيقية المعبرة عن استجابة الفرد لأداة الدراسة، بمعنى أنه سيحصل على نفس الدرجة في كل مرة يتكرر تطبيقها فيه، فيشير إلى نسبة التباين الحقيقي في الدرجة المستخلصة من الاختبار إلى التباين الكلي للدرجة على الاختبار (فرج، 2007، صفحة 296)، فهو يمثل درجة الثقة في أداة القياس، فالثبات يعني الاستقرار، فلو أعيدت عمليات قياس الفرد الواحد، لكان درجته مستقرة إلى حد كبير، والثبات دليل على الموضوعية، لأن المستجوب سيحصل على نفس النتيجة مهما اختلف الباحث المطبق للاختبار (المشهداني، 2019، صفحة 169)، ولغرض التأكد من ثبات الاستبانة، تم حساب معامل ألفا كرونباخ لكل محور، لنتائج الدراسة الاستطلاعية التي تكونت من 34 مفردة، كما يوضح الجدول التالي:

الجدول 17: معامل الثبات لمحاور الاستبانة باستعمال معامل ألفا كرونباخ

المحور	عدد البنود	معامل ألفا كرونباخ
تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة	33	0.952
روح المقاولاتية	41	0.881

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، يتضح أن قيم معامل الثبات (ألفا كرونباخ) كلها أكبر من 0.80 وهي قيم جيدة للحكم على مدى ثبات الأداة المستعملة ودرجة الثقة في نتائجها.

المطلب الثالث: إجراءات تطبيق الدراسة الميدانية والأساليب الإحصائية

أولا: إجراءات تطبيق الدراسة الميدانية

بعد إنجاز الاستبانة في شكلها النهائي (الملحق رقم 4)، تم تصميمها بشكل إلكتروني عن طريق خدمة Google Forms، ثم توزيعه عن طريق البريد الإلكتروني، ونشره في مجموعات فيسبوك التي يعتقد الطالب أنها موثوقة وتضم الطلبة الجامعيين من مختلف التخصصات والجامعات الجزائرية، كما تم الاستعانة ببعض الأساتذة والزملاء في التوزيع على أوسع نطاق.

ثانيا: الأساليب الإحصائية وطرق التصحيح

استعانت الدراسة الحالية بمجموعة من الأساليب والاختبارات الإحصائية في مختلف مراحل الدراسة الميدانية وهي: التكرار، النسبة المئوية، والمتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، Mann-Whitney، Kolomogrov-Siminrov، Two-Sample Kolomogrov-Siminrov Test، Kruskal-Wallis، Spearman، الانحدار الخطي.

ولمحاولة تحقيق أهداف الدراسة، تقيس الاستبانة اتجاهات الطلبة نحو العبارات الواردة في الاستبانة، وبالتالي تم استعمال نوعين من البدائل: رباعي وخماسي حسب مقياس ليكارت، حيث سيتم ترميز الإجابات كما يلي:

الجدول 18: ترميز الخيارات لبنود وفق مقياس ليكرت

الاختيار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجات الموجبة	1	2	3	4	5
الدرجات السالبة	5	4	3	2	1

الاختيار	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
الدرجات	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالب

المبحث الثالث: البيانات الوصفية لعينة الدراسة

المطلب الأول: البيانات الوصفية للمتغيرات الشخصية والوظيفية

نستعرض فيما يلي بالعرض الجدولي والبياني الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة حسب نتائج الدراسة:

أولا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

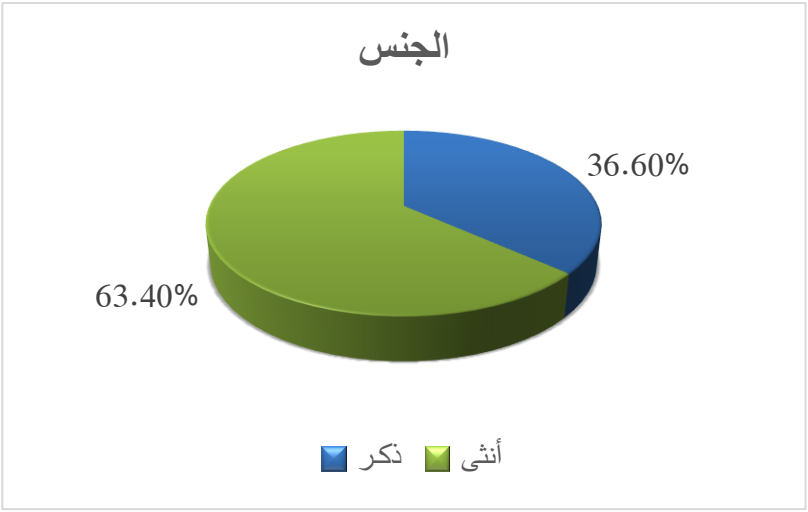
الجدول 19: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	230	%36.6
أنثى	399	%63.4
المجمـــوع	629	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أن حجم العينة يساوي 629 مستجيبا، حيث كانت نسبة الإناث هي الأكبر بعدد 399 ونسبة 63.4%، بينما شكل عدد الذكور 230 ما نسبته 36.6% من إجمالي عينة الدراسة، هذه النسبة المتفاوتة تعكس ما يلاحظ على الجامعة الجزائرية من تفوق عدد الإناث على الذكور في مختلف التخصصات، وتتضح هذه النتائج من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل 27: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

ثانيا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

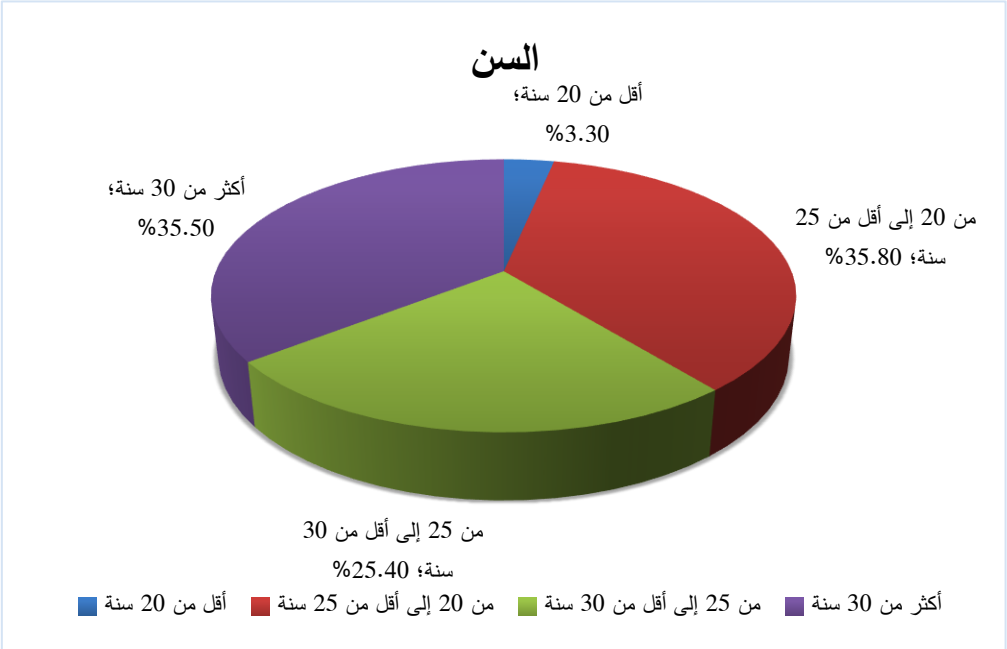
الجدول 20: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

السـن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	21	%3.3
من 20 إلى أقل من 25 سنة	255	%35.8
من 25 إلى أقل من 30 سنة	160	%25.4
أكثر من 30 سنة	223	%35.5
المجمـــوع	629	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تمثل الفئة العمرية المحصورة بين 20 و25 سنة، حيث بلغ عددهم 255 طالبا يمثلون نسبة 5.35% من العدد الإجمالي للعينة، يليهم فئة أكثر من 30 سنة بنسبة 35.5% ثم فئة من 25 إلى 30 سنة بنسبة 25.4%، بينما شكلت الفئة العمرية أقل من 20 سنة النسبة الأقل بـ 3.3%، ذلك أن السن العادي لدخول الطالب الجامعي في السنة الأولى يكون في حدود 18 إلى 19 سنة، وتتضح هذه النتائج من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل 28 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

ثالثا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الطور الدراسي

الجدول 21: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الطور

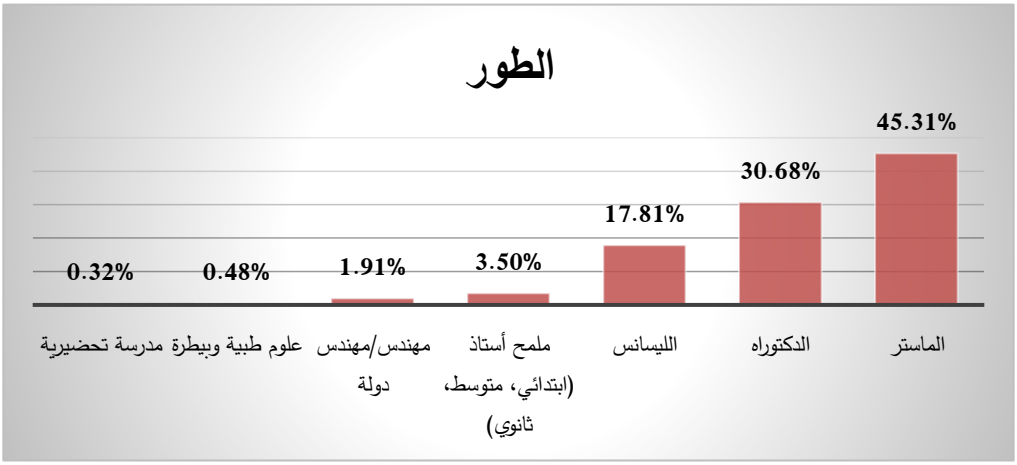
الطور الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
الليسانس	112	%17.81
الماستر	285	%45.31
الدكتوراه	193	%30.68
ملمح أستاذ (ابتدائي، متوسط، ثانوي)	22	%3.50
علوم طبية وبيطرة	3	%0.48
مدرسة تحضيرية	2	%0.32
مهندس/مهندس دولة	12	%1.91
المجمـــوع	629	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أن نسبة طلبة الماستر هي الأكبر بنسبة 45.31% يليهم طلبة الدكتوراه بنسبة 30.68%، ثم طلبة الليسانس بنسبة 17.81%، بينما شكلت بقية المسارات التكوينية التي شملتها الدراسة نسبة ضئيلة في المشاركة لم تتعد 4%، ويرجع ذلك إلى إمكانيات الطالب في الوصول إلى أفراد مجتمع الدراسة من جهة، وعزوف الكثير منهم عن الإجابة عن الاستبانة، في حين قد يرجع سبب النسبة الكبيرة لطلبة الماستر والدكتوراه في الاستجابة لأداة الدراسة بوصولها في المجموع إلى ما قدره 75.99% من إجمالي العينة إلى أن

هذه الفئة قد مرت بتجربة تحرير مذكرة التخرج في الليسانس والماستر وتدرك قيمة مساعدة الباحث في ملء الاستمارة، يمكن تمثيل هذه النتائج في الشكل البياني التالي:

الشكل 29: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الطور



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

رابعا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير ميدان التكوين

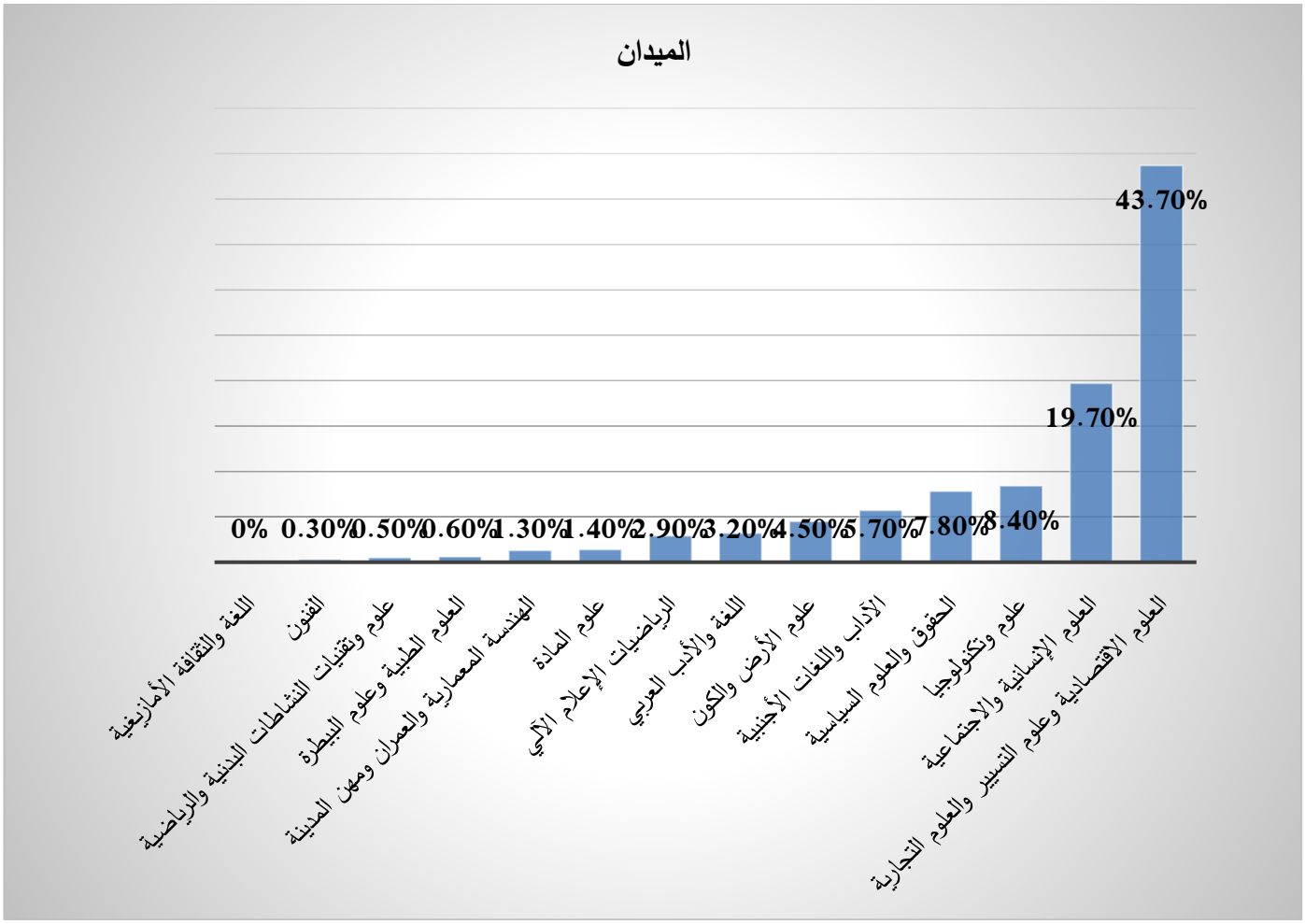
الجدول 22: توزيع أفراد العينة حسب ميدان التكوين

الطور الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
علوم وتكنولوجيا	53	%8.4
علوم المادة	9	%1.4
الرياضيات الإعلام الآلي	18	%2.9
العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية	275	%43.7
علوم الأرض والكون	28	%4.5
الهندسة المعمارية والعمران ومهن المدينة	8	%1.3
الحقوق والعلوم السياسية	49	%7.8
اللغة والأدب العربي	20	%3.2
الآداب واللغات الأجنبية	36	%5.7
العلوم الإنسانية والاجتماعية	124	%19.7
علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	3	%0.5
الفنون	2	%0.3
اللغة والثقافة الأمازيغية	0	%0
العلوم الطبية وعلوم البيطرة	4	%0.6
المجمـــوع	629	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أن النسبة الأكبر للطلبة المشاركين كانت من نصيب ميدان العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية بنسبة 43.7% من مجموع أفراد العينة يليهم ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية بنسبة 19.7%، ثم ميادين العلوم والتكنولوجيا والحقوق والعلوم السياسية والآداب واللغات الأجنبية بنسبة 8.4% و7.8% و5.7% على التوالي، فيم لم تتجاوز نسبة مشاركة بقية الميادين عتبة الـ 5%. وقد يرجع هذا الاختلاف في نسب المشاركة إلى أن التخصصات في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية وكذا العلوم الانسانية والاجتماعية لها خلفية أكاديمية حول موضوعي المقاولاتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، لذلك استجاب الطلبة بسهولة لأداة الدراسة، ومن جهة أخرى فهم متعودون على تصميم استمارات البحث ويدركون أهمية المساعدة في البحث العلمي. يمكن تمثيل هذه توزيع أفراد العينة في الشكل البياني التالي:

الشكل 30: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب ميدان التكوين



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

خامسا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجامعة

شملت الدراسة مختلف المؤسسات الجامعية على مستوى الجزائر، يمثل الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة الجامعية وعددها:

الجدول 23: توزيع أفراد العينة حسب الجامعة

نوع المؤسسة الجامعية	عدد المؤسسات المشاركة	التكرار	النسبة المئوية
جامعة	54	584	%92.8
مدرسة وطنية/مدرسة تحضيرية	10	14	%2.2
مدرسة عليا للأساتذة	7	16	%2.5
مركز جامعي	5	15	%2.4
المجمـــوع	76	629	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول، يلاحظ أن نسبة طلبة الجامعات شكلت أغلبية أفراد العينة بنسبة 92.8%، بينما توزعت النسبة المتبقية بين المدراس الوطنية والتحضيرية والمدراس العليا للأساتذة والمراكز الجامعية بنسبة 2.2% و2.5% و2.4% على الترتيب، في حين بلغ مجموع مؤسسات التعليم العالي المشاركة في الدراسة 76 مؤسسة من بين مؤسسة جامعية (انظر الملحق رقم 5).

سادسا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة العمل

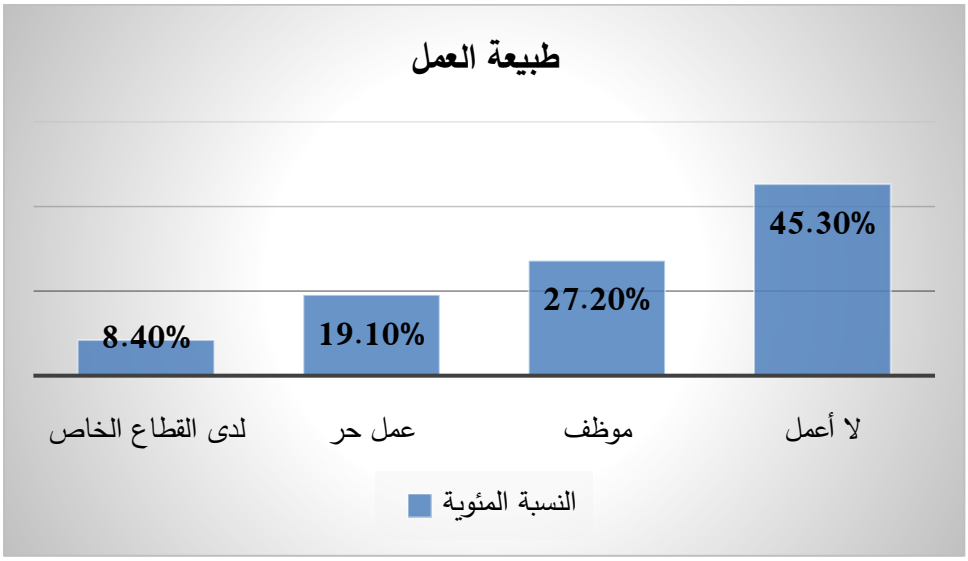
الجدول 24: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة العمل

طبيعة العمل	التكرار	النسبة المئوية
عمل حر	120	%19.1
موظف	171	%27.2
لدى القطاع الخاص	53	%8.4
لا أعمل	285	%45.3
المجمـــوع	629	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أن نسبة الطلبة الذي شملتهم الدراسة ولا يزولون أي نشاط بلغت 45.3%، بينما بقية الطلبة توزعت نسبتهم بين الموظفين بنسبة 27.2% وأصحاب الأعمال الحرة بنسبة 19.1%، يليهم في الأخير الذين يعملون لدى القطاع الخاص بنسبة 8.4%. يمكن تمثيل هذه النتائج في الشكل البياني التالي:

الشكل31 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة العمل



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

سابعا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المشاركة في دورات دار المقاولاتية

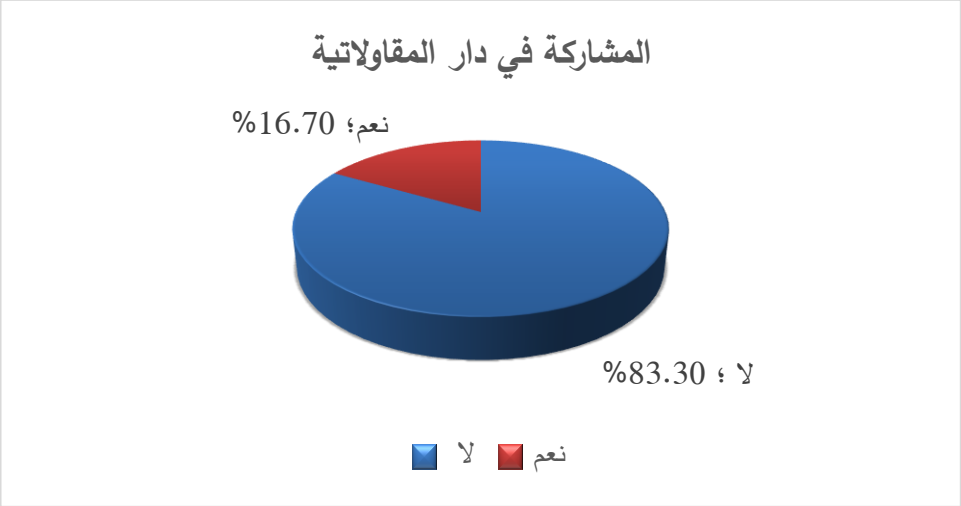
الجدول 25: توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في دورات دار المقاولاتية

المشاركة في دار دورات دار المقاولاتية	التكرار	النسبة المئوية
لا	524	%83.3
نعم	105	%16.7
المجمـــوع	629	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أن أغلبية الطلبة الذي شملتهم الدراسة لم يشاركوا في الدورات التي تقدمها دار المقاولاتية حيث بلغت نسبتهم 83.3%، في حين أن الطلبة الذين شاركوا فيها بلغت نسبتهم 16.7%، يمكن تمثيل هذه النتائج في الشكل البياني التالي:

الشكل 32: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المشاركة في دار المقاولاتية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

المطلب الثاني: استجابات أفراد العينة حول المحور الأول

في هذا الجزء، سيتم التطرق إلى وصف استجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة باستعمال أساليب وأدوات الإحصاء الوصفي.

أولا: الأجهزة التي تملكها عينة الدراسة

بهدف معرفة الأجهزة المملوكة من طرف الطلبة

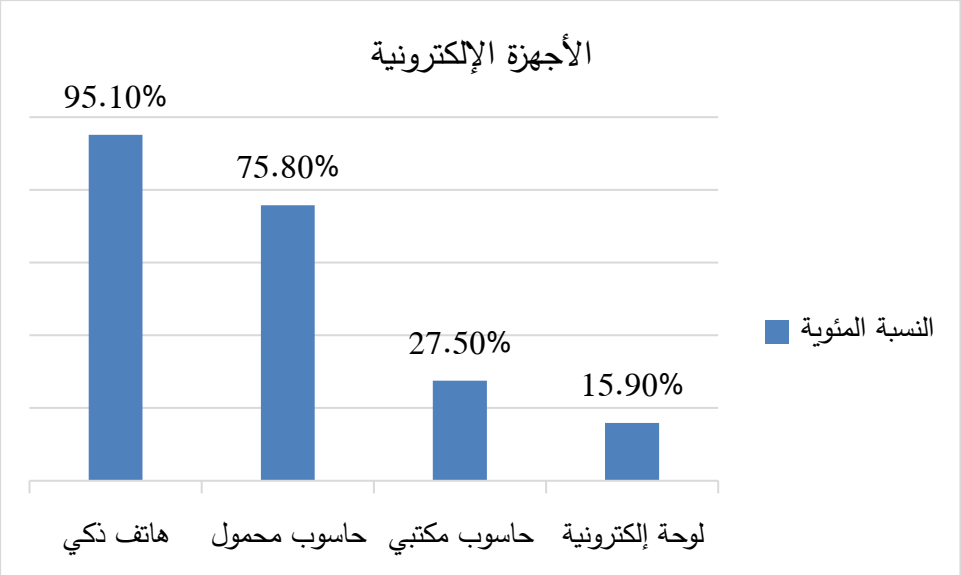
الجدول 26: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب امتلاك الأجهزة الإلكترونية

الجهاز	نعم		لا	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
حاسوب مكتبي	173	%27.5	456	%72.5
حاسوب محمول	477	%75.8	152	%24.2
هاتف ذكي	598	%95.1	31	%4.9
الجهاز اللوحي (Tablet)	100	%15.9	529	%84.1

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تبين نتائج الجدول أن الهاتف الذكي يحتل المرتبة الأولى في نسبة امتلاكه، حيث إن 95.1% من الطلبة المشاركين في الدراسة يملكون هاتفا ذكيا، يليه الحاسوب المحمول بنسبة 75.8%، ثم الحاسوب المكتبي بنسبة 27.5%، بينما في المرتبة الأخيرة كانت نسبة أفراد العينة الذين يمتلكون جهازا لوحيا 15.9%. الشكل التالي يمثل بيانيا هذه النتائج:

الشكل 33: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب امتلاك الأجهزة الإلكترونية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

ثانيا: معدل استخدام الحاسوب في اليوم

الجدول 27: توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام الحاسوب في اليوم

درجة الاستعمال	التكرار	النسبة المئوية
لا أستعمله	114	%18.1
أقل من ساعتين	140	%22.3
من 2 ساعة إلى أقل من 4 ساعات	192	%30.5
من 4 ساعات إلى أقل من 6 ساعات	93	%14.8
أكثر من 6 ساعات	90	%14.3
المجمـــوع	629	100
المتوسط الحسابي	2.67	
الانحراف المعياري	1.571	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أن نسبة 14.3% من أفراد عينة الدراسة يستعملون الحاسوب لمدة أثر من 6 ساعات يوميا، في حين أن نسبة 14.8% يستعملونه لمدة تتراوح بين 4 و6 ساعات يوميا، و30.5% يستعملونه لمدة بين الساعتين والأربع ساعات، بينما نسبة 18.1% من الطلبة الذين شملتهم الدراسة لا يستعملون الحاسوب إطلاقا و22.3% منهم لا يتجاوز استعمالهم اليومي الساعتين.

وبلغ معدل استعمال الإنترنت 2.67 بانحراف معياري قدر بـ 1.571 ولأن مستوى المقياس المستعمل في قياس هذا المتغير ليس نسبيا (Ratio)، فهو من النوع الفئوي (Scale) تم وضع ميزان تقديري لمعرفة الفئة التي ينتمي إليها المتوسط الحسابي كما يوضع الجدول التالي:

الجدول 28: ميزان تقديري لمعدل استخدام الحاسوب في اليوم

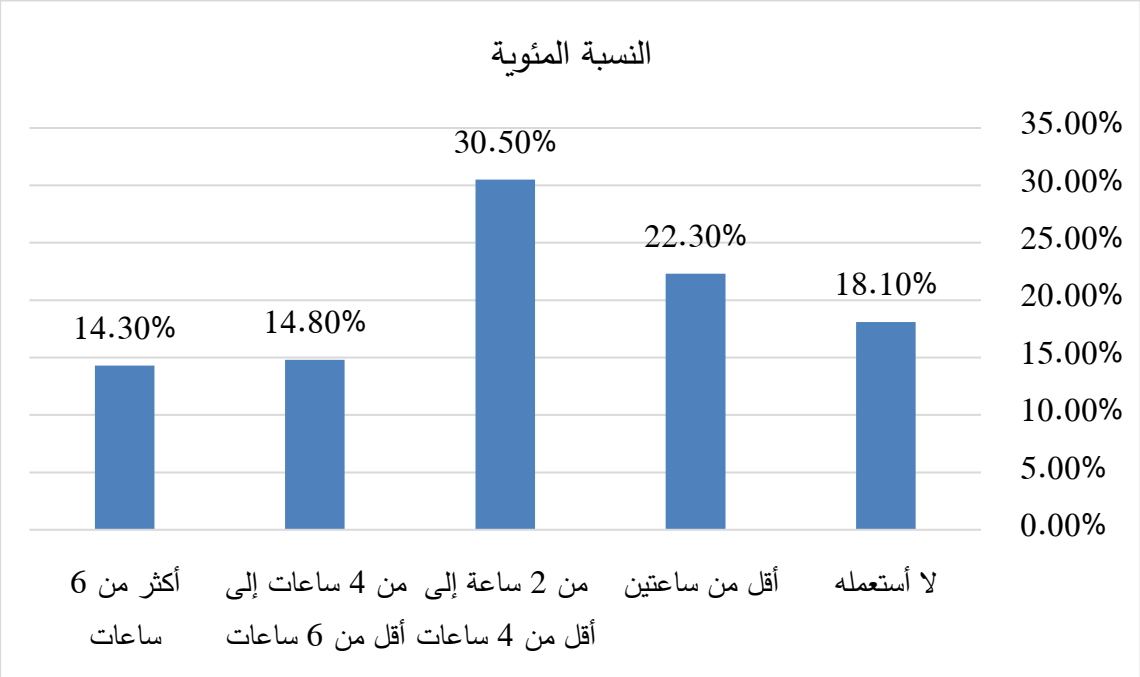
الاستجابة	المتوسط المرجح بالأوزان	طول الفترة
لا أستعمله	أقل من 0.80	0.8
أقل من ساعتين	من 0.80 إلى أقل من 1.60	0.8
من 2 ساعة إلى أقل من 4 ساعات	من 1.60 إلى أقل من 2.40	0.8
من 4 ساعات إلى أقل من 6 ساعات	من 2.40 إلى أقل من 3.20	0.8
أكثر من 6 ساعات	من 3.20 إلى أقل من 4	0.8

المصدر: من إعداد الطالب

من خلال الجدول، فإن المتوسط الحسابي لاستعمال الحاسوب في اليوم ينتمي إلى الفترة من 4 ساعات إلى أقل من 6 ساعات، وهو ما يعد مؤشرا على ارتفاع مستوى استعمال الحاسوب لدى أفراد عينة الدراسة.

الشكل البياني التالي يوضح النسب المئوية لاستعمال الحاسوب:

الشكل 34: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل استعمال الحاسوب



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

ثالثا: معدل استخدام الإنترنت في اليوم

الجدول 28: توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام الإنترنت في اليوم

مدة استعمال الإنترنت	التكرار	النسبة المئوية		التكرار المجمع الصاعد النسبي
أقل من ساعة	4	%0.6	**أقل من ساعة**	100.00%
من 1 ساعة إلى أقل من ساعتين	23	%3.7	**أقل من ساعتين**	99.40%
من 2 ساعة إلى أقل من 3 ساعات	81	%12.9	**أقل من 3 ساعات**	95.70%
من 4 ساعات إلى أقل من 6 ساعات	127	%20.2	**أقل من 6 ساعات**	82.80%
من 6 ساعات إلى أقل من 8 ساعات	156	%24.8	**أقل من 8 ساعات**	62.60%
من 8 ساعات إلى أقل من 10 ساعات	72	%11.4	**أقل من 10 ساعات**	37.80%
أكثر من 10 ساعات	166	%26.4	**أكثر من 10 ساعات**	26.40%
المجمـــوع	629	100		
معدل استعمال الإنترنت في اليوم	5.05	**الانحراف المعياري**		1.523

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أن نسبة استعمال الإنترنت لدى عينة الدراسة مرتفعة، حيث إن أكثر من ربع أفراد عينة الدراسة يستعملون الإنترنت لمدة تفوق العشر ساعات يوميا (بنسبة 26.41%)، وما يقارب الثلثين منهم يقضون أكثر من 6 ساعات في اليوم (بنسبة 62.6%)، بينما كانت نسبة الذين يستعملون الإنترنت لمدة أقل من ساعة يوميا منخفضة (بنسبة 0.6%). وبلغ معدل استعمال الإنترنت 5.05 بانحراف معياري قدر بـ 1.523، ولأن مستوى المقياس المستعمل في قياس هذا المتغير ليس نسبيا (Ratio)، فهو من النوع الفئوي (Scale)، تم وضع ميزان تقديري لمعرفة الفئة التي ينتمي إليها المتوسط الحسابي كما يوضع الجدول التالي:

الجدول 29: ميزان تقديري لمعدل استعمال الإنترنت في اليوم

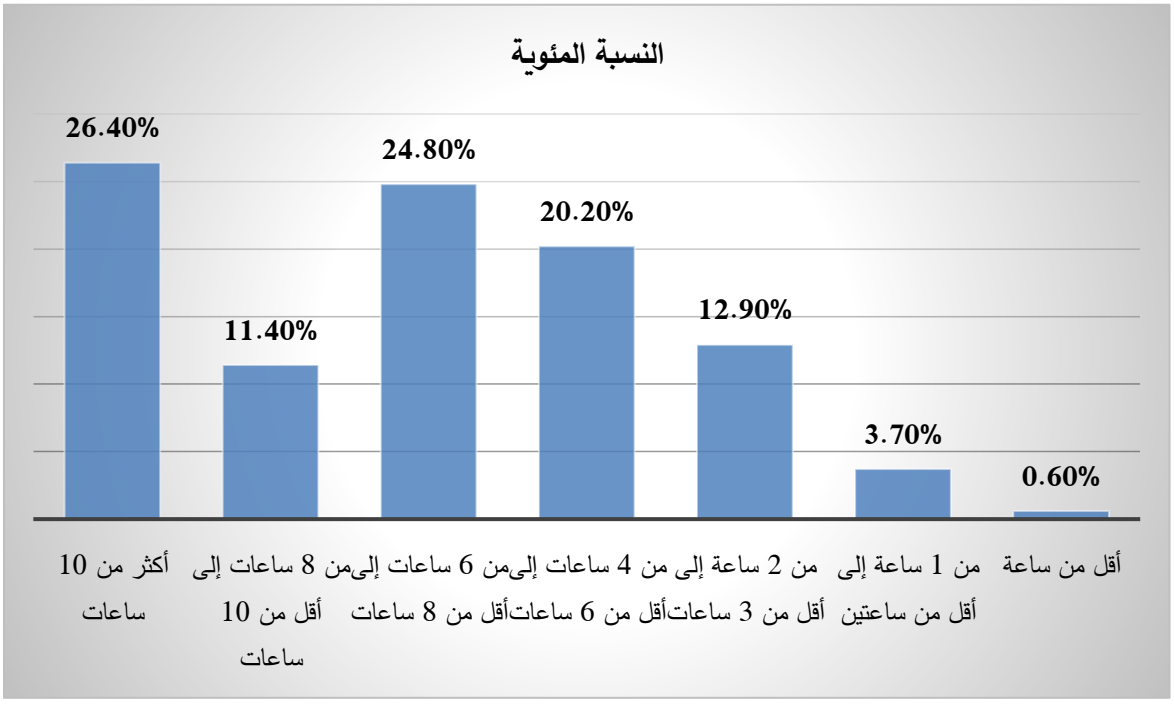
الاستجابة	المتوسط المرجح بالأوزان	طول الفترة
أقل من ساعة	من 1 إلى أقل من 0.86	0.86
من 1 ساعة إلى أقل من ساعتين	من 0.71 إلى أقل من 0.71	0.86
من 2 ساعة إلى أقل من 3 ساعات	من 0.71 إلى أقل من 2.57	0.86
من 4 ساعات إلى أقل من 6 ساعات	من 2.57 إلى أقل من 3.43	0.86
من 6 ساعات إلى أقل من 8 ساعات	من 3.43 إلى أقل من 4.29	0.86
من 8 ساعات إلى أقل من 10 ساعات	من 4.29 إلى أقل من 5.14	0.86
أكثر من 10 ساعات	من 5.14 إلى 6	0.86

المصدر: من إعداد الطالب

من خلال الجدول، فإن المتوسط الحسابي لاستعمال الإنترنت ينتمي إلى الفترة من 8 ساعات إلى أقل من 10 ساعات، وهو ما يعد مؤشرا على ارتفاع مستوى استعمال الإنترنت لدى أفراد عينة الدراسة.

الشكل البياني التالي يوضح النسب المئوية لاستعمال الإنترنت:

الشكل 35: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل استعمال الإنترنت في اليوم



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

رابعا: مجال استعمال الإنترنت

الجدول 31: تحليل استجابات أفراد العينة حول مجال استخدام الإنترنت

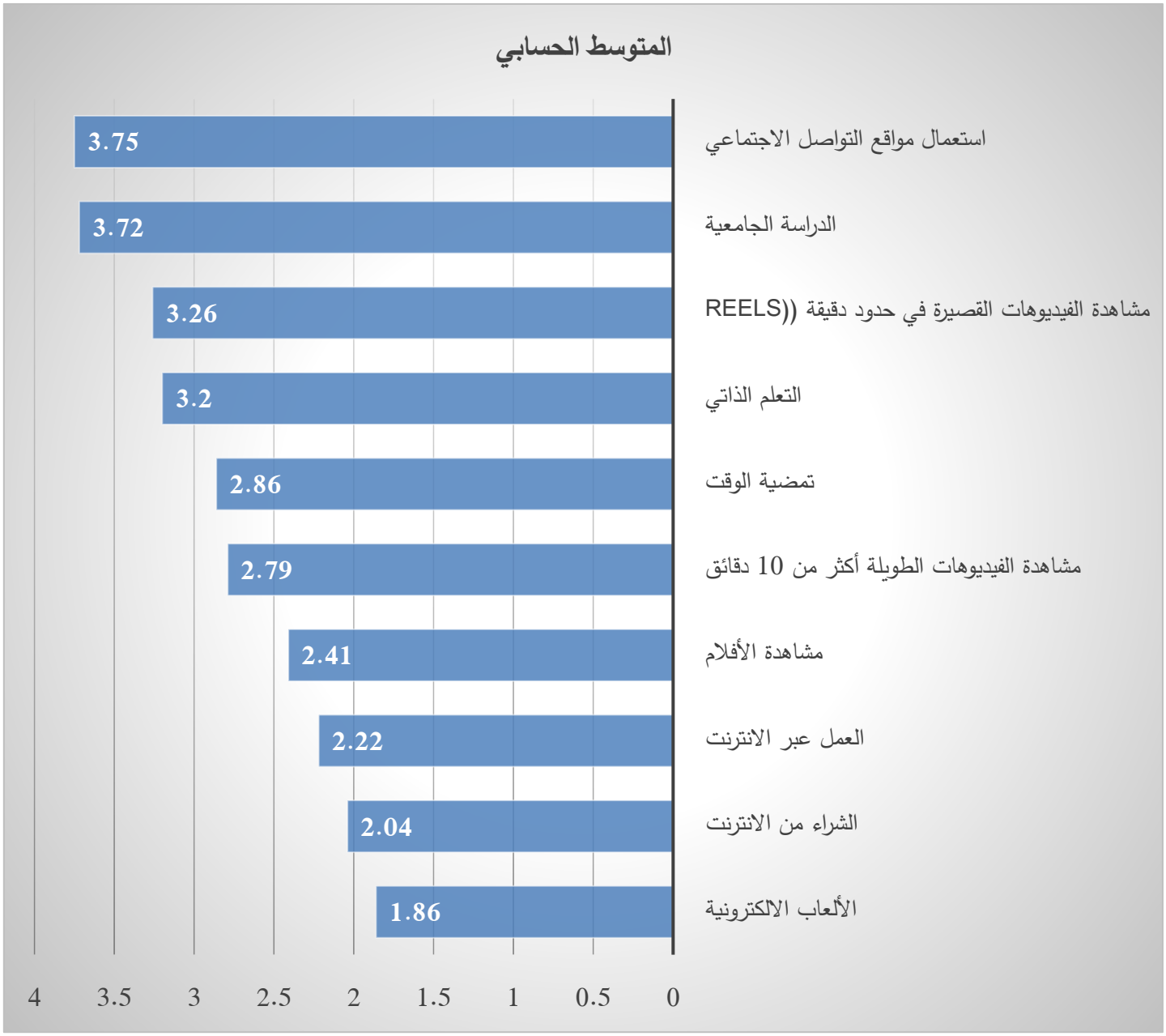
المجال	أبدا		نادرا		أحيانا		دائما		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
استعمال مواقع التواصل الاجتماعي	2	%0.3	13	%2.1	132	%19.6	491	%78.1	3.75	0.496
الدراسة الجامعية	5	%0.8	14	%2.2	136	%21.6	474	%75.4	3.72	0.544
مشاهدة الفيديوهات القصيرة في حدود دقيقة(Reels)	20	%3.2	78	%12.4	252	%40.1	279	%44.5	3.26	0.794
التعلم الذاتي	23	%3.7	68	%10.8	300	%47.7	238	%37.8	3.20	0.771
تمضية الوقت	63	%10.0	128	%20.3	272	%43.2	166	%36.4	2.86	0.922
مشاهدة الفيديوهات الطويلة أكثر من 10 دقائق	52	%8.3	162	%25.8	284	%45.2	131	%20.8	2.79	0.867
مشاهدة الأفلام	113	%18.0	217	%34.5	230	%36.6	69	%11	2.41	0.906
العمل عبر الإنترنت	266	%35.9	154	%24.5	134	%21.3	115	%18.5	2.22	1.121
الشراء من الإنترنت	210	%33.4	255	%35.8	154	%24.5	40	%6.4	2.04	0.913
الألعاب الإلكترونية	255	%40.5	245	%39.0	93	%14.8	36	%5.7	1.86	0.873
المتوسط									2.80	
الانحراف المعياري									0.387	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول رقم التكرارات والنسب المئوية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مجال استعمال الإنترنت، حيث جاء في المرتبة الأولى استعمال وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط 3.75 وانحراف معياري 0.496، حيث إن 78% من الطلبة محل الدراسة يستعملون الإنترنت في الولوج إلى وسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وجاء في المرتبة الثانية استعمال الإنترنت في الدراسة الجامعية بمتوسط 3.72 وانحراف معياري

0.544 بإجمالي 75% استعمال دائم، وجاء في المرتبة الأخيرة استعمال الألعاب الإلكترونية بمتوسط حساب 1.86 وانحراف معياري 0.873 حيث إن نسبة 40.5% من الطلبة محل الدراسة لا تستعمل الإنترنت في الألعاب الإلكترونية أبدا. الشكل التالي يوضح هذه النتائج بيانيا:

الشكل 36: متوسطات استجابات أفراد العينة حول مجال استخدام الإنترنت



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

خامسا: درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

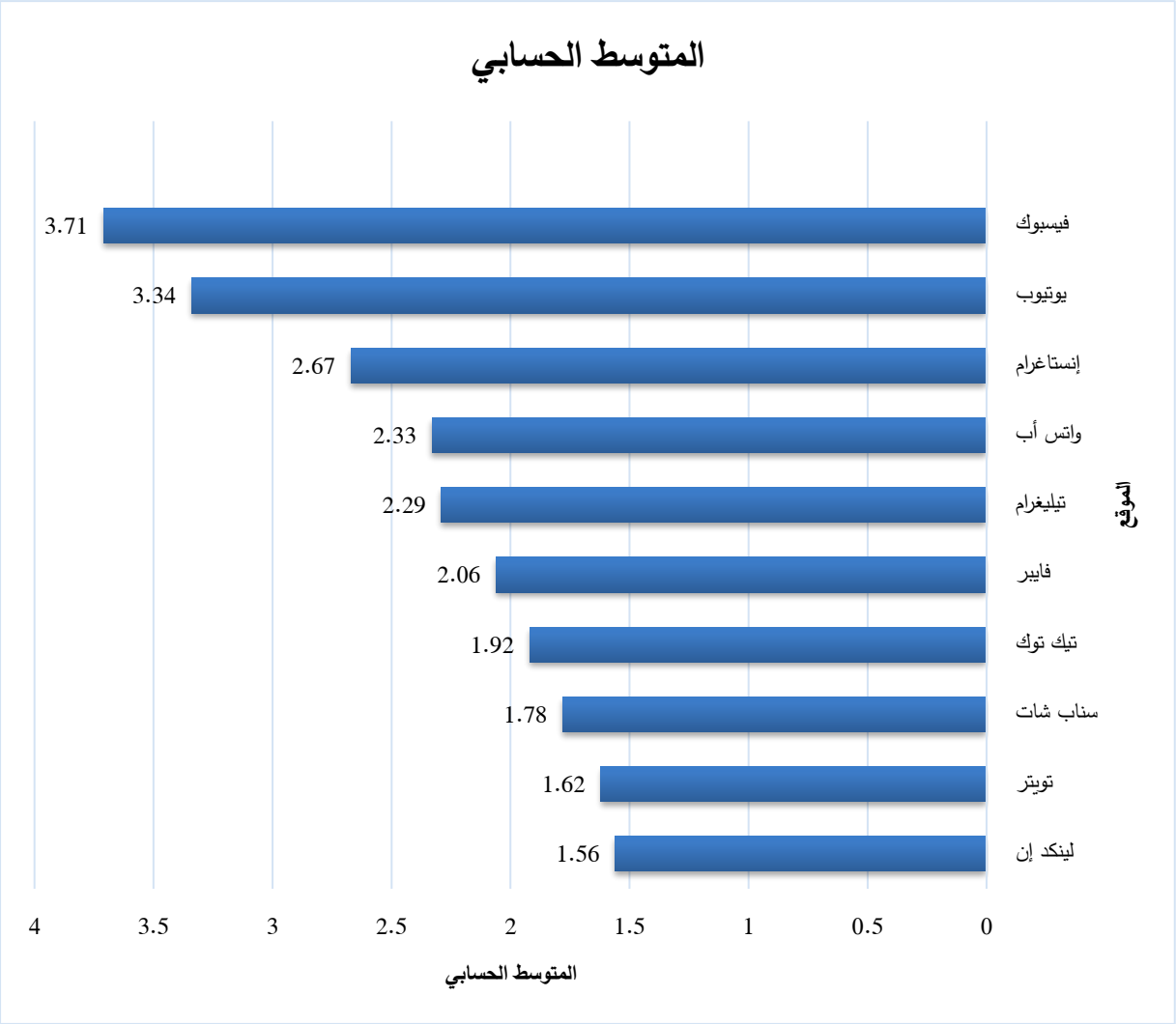
الجدول 30: تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المجال	أبدا		نادرا		أحيانا		دائما		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
فيسبوك	5	%0.8	30	%4.8	109	%17.3	485	%77.1	3.71	0.592	1
يوتيوب	9	%1.4	59	%9.4	268	%42.6	293	%46.6	3.34	0.707	2
إنستاغرام	139	%22.1	113	%18	194	%30.8	183	%29.1	2.67	1.117	3
واتس أب	165	%26.2	191	%30.4	176	%28.0	97	%15.4	2.33	1.027	3
تيليغرام	197	%31.3	154	%24.5	179	%28.5	99	%15.7	2.29	1.071	4
فايبر	209	%33.2	213	%33.9	170	%27.0	37	%5.9	2.06	0.914	5
تيك توك	320	%5.9	129	%20.5	88	%14.0	92	%14.6	1.92	1.109	6
سناب شات	321	%51.0	163	%25.9	106	%16.9	39	%6.2	1.78	0.939	7
تويتر	357	%56.8	180	%28.6	66	%10.5	26	%4.1	1.62	0.833	8
لينكد إن	424	%67.4	95	%15.1	75	%11.9	35	%5.6	1.56	0.906	9
							المتوسط		2.32		
							الانحراف المعياري		0.468		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول التكرارات والنسب المئوية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول استعمال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى موقع فيسبوك بمتوسط 3.71 وانحراف معياري 0.592، حيث إن 77.1% من الطلبة يستعملونه بشكل دائم، وجاء في المرتبة الثانية موقع يوتيوب بمتوسط 3.34 وانحراف معياري 0.707 بإجمالي 46.6% استعمال دائم، وجاء في المرتبة الأخيرة موقع لينكد بمتوسط حساب 1.52 وانحراف معياري 0.906 حيث يستعمله بشكل دائم ما نسبته 5.6% من الطلبة الشكل التالي يوضح هذه النتائج بيانيا:

الشكل 37: متوسطات استجابات أفراد العينة حول درجة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

سادسا: مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال من وجهة نظر الطالب

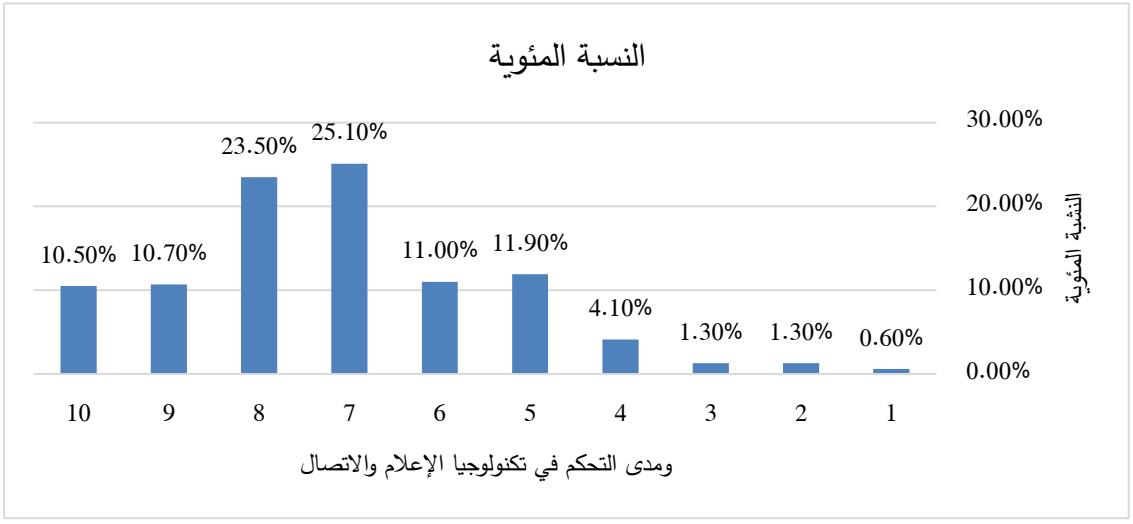
الجدول 31: تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى التحكم في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

المستوى	التكرار	النسبة المئوية
1	4	%0.6
2	8	%1.3
3	8	%1.3
4	26	%4.1
5	75	%11.9
6	69	%11.0
7	158	%25.1
8	148	%23.5
9	67	%10.7
10	66	%10.5
المجموع	629	%100
المتوسط الحسابي	7.14	
الانحراف المعياري	1.817	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول التكرارات والنسب المئوية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى التحكم في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث بلغ متوسط الاستجابات 7.14 بانحراف معياري 1.817، الشكل التالي يوضح هذه النتائج بيانيا:

الشكل 38: متوسطات استجابات أفراد العينة حول درجة التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

المطلب الثالث: استجابات عينة الدراسة حول استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة

سيتم في هذا المطلب تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة حول محور استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة، باستعمال الإحصاء الوصفي لعرض نتائج استجابة الطلبة ودرجة تبنيهم للعبارات والأبعاد المكونة للمحور. ولغرض تحديد اتجاهات الطلبة وفق مقياس ليكارت الخماسي، تم تحديد ميزان تقديري كما يوضح الجدول التالي:

الجدول 32: ميزان تقديري وفقا لمقياس ليكارت الخماسي

الاستجابة	المتوسط المرجح بالأوزان	طول الفترة	المستوى (درجة التبني)
غير موافق بشدة	من 1 إلى أقل من 1.80	0.80	منخفض جدا
غير موافق	من 1.80 إلى أقل من 2.60	0.80	منخفض
محايد	من 2.60 إلى أقل من 3.40	0.80	متوسط
موافق	من 3.40 إلى أقل من 4.20	0.80	مرتفع
موافق بشدة	من 4.20 إلى 5	0.80	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالب

وقد كانت نتائج استجابات أفراد العينة حول أبعاد المحور كما يلي:

الجدول 33: استجابة أفراد العينة حول أبعاد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة

البعد	عدد الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
المكونات المادية	09	2.25	0.702	4	منخفض
المكونات البرمجية	07	2.59	0.735	3	منخفض
الشبكات	10	2.83	0.659	2	متوسط
الموارد البشرية	07	2.94	0.792	1	متوسط
المتوسط الحسابي	31	2.64	0.619		متوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أن المتوسط المرجح للمحور كان متوسطا حيث بلغ 2.64 بانحراف معياري قدره 0.619، فكانت المرتبة الأولى للموارد البشرية بمتوسط حسابي 2.94 وانحراف معياري 0.792، يليه بعد الشبكات بمتوسط حسابي قدر 2.83 وانحراف معياري 0.659، ثم المكونات البرمجية بمتوسط حسابي 2.59 وانحراف معياري 0.735، ثم في المرتبة الأخيرة المكونات المادية بمتوسط حسابي 2.25 وانحراف معياري 0.702.

ولغرض التفصيل في هذه النتائج، سيتم عرض وتحليل نتيجة كل فقرة من فقرات الأبعاد المكونة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال فيما يلي:

الجدول 34: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد المكونات المادية

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1) الأجهزة الملحقة في الجامعة تناسب احتياجات الطلبة (أجهزة عرض البيانات (Data Show)، الطابعات، الماسح الضوئي...).	2.43	1.130	3	منخفض
2) الأجهزة الموجودة في الجامعة تتميز بالسرعة المناسبة.	2.28	1.033	5	منخفض
3) الأجهزة والحواسيب الموجودة في الجامعة قديمة	2.16	1.021	6	منخفض
4) تتوفر الجامعة على العدد الكافي من الحواسيب والأجهزة التكنولوجية لأداء الأعمال المطلوبة منا.	2.38	1.166	4	منخفض
5) تقوم الجامعة بشراء حواسيب وتجهيزات متطورة باستمرار.	2.13	1.004	7	منخفض
6) توجد في جامعتنا سبورات ذكية نستعملها في تلقي الدروس.	1.55	0.887	9	منخفض جدا
7) الحواسيب الموجودة في الجامعة كافية لتخزين المعلومات التي نحتاجها.	2.52	1.133	2	منخفض
8) نستخدم جهاز عرض البيانات (Data Show) في الدروس والبحوث.	3.31	1.238	1	متوسط
9) نستعمل الأجهزة اللوحية (Les tablettes) كوسيلة تعليمية في الجامعة التي ندرس بها.	1.56	0.909	8	منخفض جدا
المتوسط الحسابي (أو المتوسط الموزون/المرجح) والانحراف المعياري	2.2579	0.70216		منخفض

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد المكونات المادية، حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على استعمال جهاز عرض البيانات (Data Show) بمتوسط حسابي 3.31 وانحراف معياري 1.238، يليها في المرتبة الثانية العبارة التي تنص على أن الحواسيب الموجودة في الجامعة كافية لتخزين المعلومات التي نريدها بمتوسط حسابي 2.52 وانحراف معياري 1.133. بينما جاء في المرتبة الأخيرة العبارة المتعلقة باستعمال السبورات الذكية في التدريس بمتوسط حسابي 1.55 وانحراف معياري 0.887.

أما عن البعد الثاني المتعلق ببعد المكونات البرمجية، فكانت النتائج كالتالي:

الجدول 35: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد المكونات البرمجية

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
10) الجامعة تزودنا ببرمجيات مناسبة تتلاءم مع احتياجات الطلبة من مختلف التخصصات.	2.24	1.095	6	منخفض
11) توجد برامج لحماية المعلومات في الجامعة (مضاد الفيروسات Anti-Virus**).**	2.60	1.143	3	متوسط
12) تقوم الجامعة بتحديث البرمجيات المستخدمة باستمرار.	2.45	1.084	4	منخفض
13) توفر الجامعة تطبيقات خاصة بها للهاتف الذكي.	2.17	1.095	7	منخفض
14) البرمجيات المتوفرة مفعلة بطرق غير قانونية (مقرصنة Piraté ou Cracké**).**	3.31	0.948	1	متوسط
15) يتم عرض البحوث الجامعية والدروس بواسطة برامج أكثر تطورا من PowerPoint**.**	2.41	1.210	5	منخفض
16) تستعمل البرامج المكتبية في الجامعة بكفاءة عالية Word, Excel, PowerPoint..	2.97	1.203	2	متوسط
المتوسط الحسابي	2.59	0.735		منخفض

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول رقم 35 أن الوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد المكونات البرمجية كانا منخفضا إذ بلغ 2.59 بانحراف معياري 0.73، حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على أن البرمجيات المتوفرة في الجامعة متوفرة بطرق غير قانونية[1] بمتوسط حسابي بلغ 3.31 وانحراف معياري 0.984، يليها العبارة التي تنص على استعمال البرامج المكتبية بكفاءة عالية بمتوسط حسابي 2.97 وانحراف معياري 1.203، ثم العبارة الثالثة التي تشير إلى وجود برامج لحماية المعلومات كمضادات الفيروسات بمتوسط حسابي 2.60 وانحراف معياري قدر بـ 0.143، وكل استجابات هذه العبارات الثلاث كانت في المستوى المتوسط، بينما بقية العبارات كانت درجة الاستجابة لها منخفضة، حيث جاء في الترتيب الأخير توفر الجامعة على تطبيقات خاصة بها للهاتف الذكية بمتوسط حسابي 2.17 وانحراف معياري 1.095.

وبالنسبة لبعد الشبكات، يوضح الجدول التالي نتائج استجابات الطلبة حوله:

[1] وهي عبارة سلبية تم أخذ ذلك بعين الاعتبار أثناء عملية ترميز الاستجابات.

الجدول 36: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الشبكات

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
17) شبكة الإنترنت موجودة في كامل محيط الجامعة.	1.81	1.008	10	منخفض
18) تمتلك الجامعة شبكة داخلية خاصة بها (Intranet).	2.88	1.183	5	متوسط
19) شبكة الإنترنت الموجودة تتميز بالسرعة المناسبة للعمل والبحث.	2.03	1.080	8	منخفض
20) تملك الجامعة حسابات نشطة على مواقع التواصل الاجتماعي.	3.73	0.949	1	مرتفع
21) تحرص الجامعة على توفير أمن الشبكات وحمايتها من الاختراق.	2.84	1.029	7	متوسط
22) نواجه صعوبات أثناء الاتصال بالإنترنت في الجامعة.	2.01	1.075	9	منخفض
23) تستعمل الجامعة البريد الالكتروني للتواصل مع الطلبة.	3.25	1.208	4	متوسط
24) تستعمل الجامعة وسائط التواصل الاجتماعي للتواصل مع الطلبة.	3.68	1.006	2	مرتفع
25) تستعمل الجامعة شبكة الإنترنت في التعليم عن بعد بشكل جيد.	2.86	1.185	6	متوسط
26) الموقع الالكتروني للجامعة يقدم خدمات مفيدة للطلبة.	3.27	1.101	3	مرتفع
المتوسط الحسابي	2.83	0.659		متوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أعلاه نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد الشبكات الذي بلغ متوسطه الحسابي 2.83 بانحراف معياري 0.659، حيث كانت الاستجابة مرتفعة في عبارات المراتب الثلاث الأولى، فكانت المرتبة الأولى للعبارة التي تنص على امتلاك الجامعة لحسابات نشطة على مواقع التواصل الاجتماعي، بمتوسط حسابي يقدر بـ 3.73 وانحراف معياري 0.949، يليها عبارة استعمال الجامعة لوسائط التوصل الاجتماعي للتواص مع الطلبة بمتوسط حسابي 3.68 وانحراف معياري 1.006، ثم عبارة "الموقع الإلكتروني للجامعة يقدم خدمات مفيدة للطلبة" بمتوسط حسابي 3.27 وانحراف معياري 1.101، بينما جاءت العبارات الثلاث الأخيرة في الترتيب متعلقة بتوفر وسرعة شبكة الإنترنت في الجامعة، حيث إن العبارة التي تنص على أن شبكة الإنترنت متوفرة في كامل محيط الجامعة قد تحصلت على متوسط مقدر بـ 1.81 وانحراف معياري 1.008.

وبالنسبة لبعد الموارد البشرية، يوضح الجدول التالي نتائج استجابات الطلبة حول هذا البعد:

الجدول 37: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الموارد البشرية

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
30) يوجد بالجامعة إطارات (أساتذة، موظفون..) ذوو كفاءة عالية في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.	3.48	1.053	1	مرتفع
27) يوجد عمال مختصون في تسيير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة.	3.32	0.995	2	متوسط
33) يقوم عمال الجامعة بصيانة أي خلل في الحواسيب والشبكات في الجامعة.	2.99	1.036	3	متوسط
29) تهتم الجامعة بتوظيف أفراد متخصصين في مجال التكنولوجيا.	2.94	0.985	4	متوسط
32) يساعدنا المكلفون بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في أي استفسار متعلق بها.	2.74	1.071	5	متوسط
28) يتم تقديم إرشادات للطلبة عن كيفية استعمال أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة.	2.60	1.118	6	متوسط
31) يمكننا التواصل مع المسؤول عن الأجهزة والشبكات في الجامعة بشكل مباشر.	2.53	1.095	7	منخفض
المتوسط الحسابي	2.94	0.792		متوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول، نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد الموارد البشرية كانت متوسطة، فقد بلغ المتوسط الحسابي للبعد 2.94 بانحراف معياري 0.792، فجاء في المرتبة الأولى العبارة التي تنص على أنه "يوجد بالجامعة إطارات ذوو كفاءة عالية في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمتوسط حسابي 3.48 وانحراف معياري 1.053، تليها عبارة "يوجد عمال مختصون في تسيير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة" بمتوسط حسابي قدر بـ 3.32 وانحراف معياري 0.995، بينما جاء في المرتبة ما قبل الأخيرة العبارة المتعلقة بتقيد إرشادات للطلبة عن كيفية استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمتوسط حسابي 2.60 وانحراف معياري 1.095، وفي المرتبة الأخيرة العبارة التي تنص على إمكانية التواصل مع المسؤول المباشر عن الأجهزة والشبكات في الجامعة بمتوسط حسابي 2.53 وانحراف معياري 1.095.

المطلب الرابع: إجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية

يتطرق هذا الجزء إلى تحليل استجابات عينة الدراسة حول المتغير التابع في الدراسة الحالية، حيث سيتم استعمال الإحصاء الوصفي لعرض نتائج استجابة الطلبة لمحور روح المقاولاتية ودرجة تبنيهم للعبارة والأبعاد المكونة للمحور.

والبداية بالنتائج المتعلقة بالمحور ككل وبالأبعاد الخاصة به كما يوضح ذلك الجدول التالي:

الجدول 38: استجابة أفراد العينة حول أبعاد روح المقاولاتية

البعد	عدد الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
الحاجة للإنجاز	6	3.88	0.539	3	مرتفع
الثقة بالنفس	6	3.88	0.568	4	مرتفع
الإبداع والابتكار	6	4.02	0.526	1	مرتفع
الاستقلالية	6	3.93	0.573	2	مرتفع
تحمل المسؤولية	6	3.84	0.505	5	مرتفع
المخاطرة	5	3.59	0.663	7	مرتفع
روح المبادرة	6	3.61	0.562	6	مرتفع
المجمـوع	41	3.83	0.383		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أن متوسطات الأبعاد كانت عموما مرتفعة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، فالطلبة بشكل عام يبدون موافقتهم على العبارات التي تقيس روح المقاولاتية، وقد حيث بلغ المتوسط المرجح للمحور ككل 3.83 بانحراف معياري 0.383، وهو يقع ضمن المستوى المرتفع. أما بالنسبة للأبعاد فقد كانت متقاربة في المتوسط وقد جاء في المرتبة الأولى بعد الإبداع والابتكار بمتوسط حسابي بلغ 4.02 وانحراف معياري 0.526، يليه الاستقلالية بمتوسط حسابي 3.93 وانحراف معياري 0.573، ثم على التوالي الأبعاد التالية: الحاجة للإنجاز ثم الثقة بالنفس ثم تحمل المسؤولية ثم روح المبادرة، بينما جاء في المرتبة الأخيرة المخاطرة بمتوسط حسابي قدره 3.59 وانحراف معياري 0.665.

ولأجل التفصيل في هذه النتائج، سيتم عرض وتحليل نتيجة كل فقرة من فقرات الأبعاد المكونة لروح المقاولاتية.

يوضح الجدول التالي تحليل استجابات أفراد العينة حول بعد الحاجة للإنجاز:

الجدول 39: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الحاجة للإنجاز

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1) تقل حاجتي للراحة عندما أكون مهتما بعمل معين.	4.00	0.845	4	مرتفع
2) عندما تواجهني أي مشكلة فإنني أستمر بالعمل إلى أن أقوم بحلها.	4.07	0.811	3	مرتفع
3) أتأخر في إنجاز الأعمال المطلوبة مني.	3.17	1.143	6	متوسط
4) لدي الاستعداد الكامل لتقديم التضحيات مقابل ما سأحصل عليه من عوائد مستقبلية.	4.12	0.818	2	مرتفع
5) ينتابني الشعور بالفرح عند إنجاز الأعمال المطلوبة في الوقت المحدد.	4.63	0.546	1	مرتفع جدا
6) أنجز أعمالي قبل أن يطلب مني ذلك.	3.33	1.079	5	متوسط
المتوسط الحسابي	3.88	0.539		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أن متوسط بعد الحاجة للإنجاز بلغ 3.88 بانحراف معياري 0.539، وهو مستوى مرتفع من وجهة نظر الطلبة حول العبارات التي استجابوا لها، فكانت العبارة التي جاءت في المرتبة الأولى تلك تنص على "ينتابني الشعور بالفرح عند إنجاز الأعمال المطلوبة في الوقت المحدد" بمتوسط حسابي 4.63 وانحراف معياري 0.546، بينما جاءت عبارة "أتأخر في إنجاز الأعمال المطلوبة مني في الوقت المحدد"[1] في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.17 وانحراف معياري 1.143.

أما بخصوص بعد الثقة بالنفس فكانت النتائج كالتالي:

الجدول 40: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الثقة بالنفس

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
7) أعتقد أنني أمتلك كل القدرات لتحقيق كل ما أريد.	4.16	0.848	2	مرتفع
8) أوقن بأنني سأنجح في أي عمل جديد أقوم به.	4.18	0.784	1	مرتفع
9) لدي مشكل في الدفاع عن أفكاري بالحجة والبرهان.	3.04	1.186	6	متوسط
10) يصعب التثبيط من عزيمتي.	3.72	0.987	5	متوسط
11) أصر دائما على مواجهة العقبات.	4.04	0.851	4	متوسط
12) لدي الاستعداد الكامل لاستعادة ما فقدته في العمل بمفردي.	4.16	0.783	3	مرتفع
المتوسط الحسابي	3.88	0.568		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

[1] وهي عبارة سلبية، تم أخذ ذلك بعين الاعتبار أثناء الترميز.

يتضح من الجدول أن متوسط بعد الثقة بالنفس بلغ 3.88 بانحراف معياري 0.539، وهو مستوى مرتفع، حيث كان متوسط جميع العبارات في المستوى المتوسط أو المرتفع، فجاء في المرتبة الأولى العبارة التي تنص على أن الطلب يوقن أنه سينجح في أي عمل جديد يقوم به بمتوسط حسابي 4.18 وانحراف معياري 0.784، بينما جاءت عبارة "لدي مشكلة في الدفاع عن أفكاري بالحجة والبرهان"[1] في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.04 وانحراف معياري 1.186.

أما بالنسبة لبعد الإبداع والابتكار فكانت النتائج مبينةً في الجدول التالي:

الجدول 41: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الإبداع والابتكار

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
13) أسعى دوما إلى تبني أساليب جديدة في حياتي.	4.08	0.813	4	مرتفع
14) استفيد من التطورات العلمية كلما كان ذلك ممكنا لي.	4.24	0.718	1	مرتفع جدا
15) أتجنب القواعد التي تحد من التغيير.	3.81	0.912	6	مرتفع
16) أعتقد أنه يمكنني أن أقدم شيئا جديدا للمجتمع.	4.19	0.743	5	مرتفع
17) أناقش أفكاري مع الآخرين بشكل مستمر.	3.63	1.017	3	مرتفع
18) لدي الرغبة في الخروج عن المألوف والإتيان بالجديد.	4.21	0.768	2	مرتفع جدا
	4.02	0.526		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أن متوسط بعد الإبداع والابتكار بلغ 4.02 بانحراف معياري 0.526، وهو مستوى مرتفع، حيث كان متوسط جميع العبارات في المستوى المرتفع أو المرتفع جدا طبعا من وجهة نظر الطالب المشارك في الدراسة، فجاء في المرتبة الأولى العبارة التي تنص على أنه يستفيد من التطورات العلمية كلما كان ذلك ممكنا له. بمتوسط حسابي 4.24 وانحراف معياري 0.718، بينما جاءت عبارة "أتجنب القواعد التي تحد من التغيير"[2] في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.81 وانحراف معياري 0.912.

أما بالنسبة لبعد الاستقلالية فكانت النتائج مبينةً في الجدول التالي:

[1] وهي عبارة سلبية، تم أخذ ذلك بعين الاعتبار أثناء الترميز.

[2] وهي عبارة سلبية، تم أخذ ذلك بعين الاعتبار أثناء الترميز.

الجدول 42: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد الاستقلالية

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
19) أفضل القيام بعملي لوحدي دون الاعتماد على غيري.	4.14	0.995	2	مرتفع
20) أفضل أن أكون أنا الرئيس في العمل.	3.80	1.072	5	مرتفع
21) أتمتع بحرية اتخاذ القرار في تحديد طريقة أداء عملي.	4.23	0.766	1	مرتفع جدا
22) نتائج العمل تكون دائماً أفضل عندما تكون تحت إشرافي الشخصي.	4.08	0.850	4	مرتفع
23) أستثمر وقت العمل فيما أحب وبالطريقة التي تناسبني.	4.10	0.822	3	مرتفع
24) احتاج إلى الآخرين في تدبر أموري.	3.24	1.037	6	متوسط
المتوسط الحسابي	3.93	0.573		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أن متوسط بعد الاستقلالية بلغ 3.93 بانحراف معياري 0.573، وهو مستوى مرتفع، فجاء في المرتبة الأولى العبارة التي تنص على أن الطالب يتمتع بحرية اتخاذ القرار في تحديد طريقة أداء عمله، بمتوسط حسابي 4.23 وانحراف معياري 0.766، بينما جاءت عبارة "أحتاج إلى الآخرين في تدبر أموري"[1] في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.24 وانحراف معياري 0.573.

أما بالنسبة لبعد تحمل المسؤولية فكانت النتائج مبينةً في الجدول التالي:

الجدول 43: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد تحمل المسؤولية

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
25) أقوم بتقدير فرص النجاح أو الفشل قبل أن أقرر فعل شيء.	3.98	0.833	3	مرتفع
26) أشعر أنني أتصرف بعشوائية.	3.31	1.062	5	متوسط
27) أعرف ماذا أفعل عندما أتعرض للفشل.	3.66	0.874	4	متوسط
28) أتحمل المسؤولية عن قراراتي مهما كانت النتائج.	4.37	0.676	2	مرتفع
29) أرى أن الآخرين هم السبب في قرارتي الخاطئة.	3.29	1.135	6	متوسط
30) أنا مستعد لتقديم المزيد من الوقت والجهد للوصول إلى هدفي.	4.44	0.637	1	مرتفع جدا
المتوسط الحسابي	3.84	0.505		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أن متوسط بعد الاستقلالية كان مرتفعا من وجهة نظر عينة الدراسة، فبلغ 3.84 بانحراف معياري 0.505، فجاء في المرتبة الأولى عبارة "أنا مستعد لتقديم المزيد من الوقت والجهد للوصول

[1] وهي عبارة سلبية، تم أخذ ذلك بعين الاعتبار أثناء الترميز.

إلى هدفي"، بمتوسط حسابي 4.44 وانحراف معياري 0.637، بينما جاءت عبارة "أرى أن الآخرين هم السبب في قرارتي الخاطئة"[1]، في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.24 وانحراف معياري 0.573.

أما بالنسبة لبعد تحمل المسؤولية فكانت النتائج مبينةً في الجدول التالي:

الجدول 44: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد المخاطرة

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
31) أعتقد أن أعظم المكاسب تكمن خلف المخاطرة.	4.10	0.903	1	مرتفع
32) مستعد للمخاطرة برأس مالي إذا كان الربح غير مضمون.	2.76	1.108	5	متوسط
33) أنفذ الأعمال التي قد يعتبرها الآخرون خطيرة.	3.37	1.032	4	متوسط
34) أرغب بتحقيق الأهداف الصعبة رغم وجود الخطر.	3.70	1.011	3	مرتفع
35) أؤمن بضرورة مواجهة تغيرات البيئة الفجائية.	4.07	0.724	2	مرتفع
المتوسط الحسابي	3.59	0.663		متوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أن متوسط بعد المخاطرة كان متوسطا من وجهة نظر عينة الدراسة، فبلغ 3.59 بانحراف معياري 0.663، وجاء في المرتبة الأولى عبارة "أعتقد أن أعظم المكاسب تكمن خلف المخاطرة المحسوبة"، بمتوسط حسابي 4.10 وانحراف معياري 0.903، بينما جاءت عبارة "مستعد للمخاطرة برأس مالي إذا كان الربح غير مضمون"، في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.76 وانحراف معياري 1.108.

أما بالنسبة للبعد الأخير المتمثل في روح المبادرة، كانت النتائج كالآتي:

الجدول 45: استجابة أفراد العينة حول فقرات بعد روح المبادرة

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
36) أفضل أن أكون سباقًا في الحديث مع الآخرين.	3.17	1.113	5	متوسط
37) أسارع نحو الاستفادة من التطورات العلمية والاختراعات.	4.00	0.809	2	مرتفع
38) أمتلك القدرة على تقديم مبادرات فردية.	3.94	0.852	3	مرتفع
39) أبادر لبناء علاقات جيدة مع الناس الذين أتعرف عليهم.	3.85	1.001	4	مرتفع
40) تضيع مني الكثير من الفرص بسبب تماطلي في اقتناصها.	2.54	1.074	6	منخفض
41) أسعى نحو استثمار الفرص الجديدة في حياتي.	4.18	0.757	1	مرتفع
المتوسط الحسابي	3.61	0.562		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

[1] وهي عبارة سلبية، تم أخذ ذلك بعين الاعتبار أثناء الترميز.

يبين الجدول أن متوسط بعد روح المبادرة كان مرتفعا من وجهة نظر عينة الدراسة، فبلغ 3.61 بانحراف معياري 0.562، وجاء في المرتبة الأولى العبارة التي محتواها "أسعى نحو استثمار الفرص الجديدة في حياتي"، بمتوسط حسابي 4.10 وانحراف معياري 0.903، بينما جاءت عبارة "تضيع مني الكثير من الفرص بسبب تماطلي في اقتناصها"، في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.54 وانحراف معياري 1.074.

المبحث الرابع: اختبار صحة الفرضيات

المطلب الأول: الفروق الإحصائية في الروح المقاولاتية لدى لطلبة

سيتم في هذا المطلب، اختبار الفرضيات باستعمال الأساليب الإحصائية المناسبة حسب طبيعة البيانات:

الفرضية الرئيسة الأولى (H_{01}): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى للمتغيرات الشخصية.

تحتوي هذه الفرضية على الفرضيات الجزئية التالية:

H_{11}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير الجنس.[1]

يعتمد اختيار الأسلوب الإحصائي المناسب لاختبار صحة الفرضية على طبيعة البيانات ومراد الباحث، ومن منطلق أن بيانات المتغير التابع لا تتوزع حسب فئات المتغير المستقل طبيعيا[2]، سيستعمل اختبار Mann-Whitney، وهو اختبار لا معلمي[3].

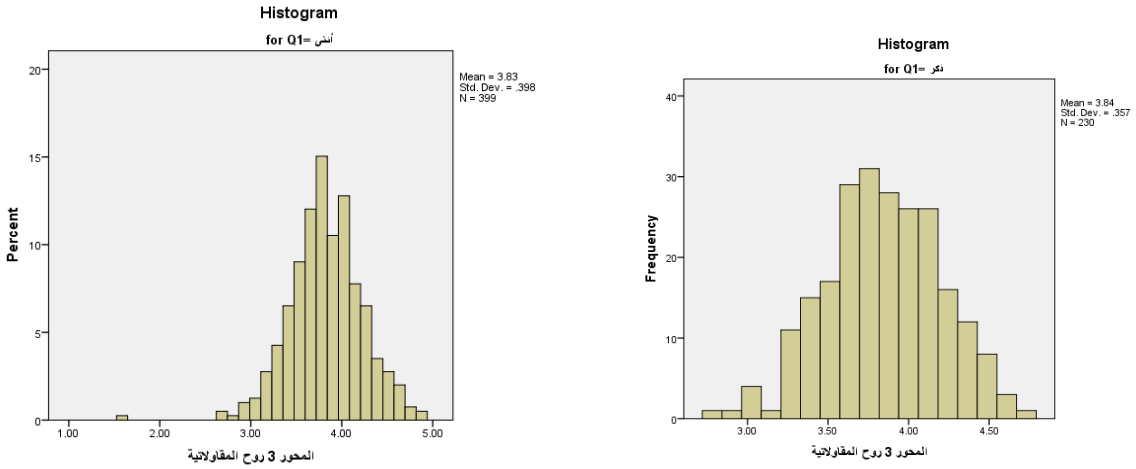
[1] للتأكد من صحة الفرضية، تم صياغتها كما يلي: **الفرضية الصفرية: (H0)** لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **الجنس**. **الفرضية البديلة (Ha):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **الجنس**.

[2] باستخدام اختبار كولومجروف–سيمنروف حيث إذا كان حجم العينة أكبر من 50 فإن الفرضية الصفرية: البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، والفرضية البديلة: البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي. انظر الملحق رقم (5). كما أنه يعتقد في نظرية النهاية المركزية أنه كلما زاد حجم العينة اقتربت المتوسطات من التوزيع الطبيعي.

[3] من شروط استخدامه: يجب أن يكون مستوى قياس المتغير التابع ترتيبيا أو كميا، والمتغير المستقل متكونا من مجموعتين مستقلين، وأن تكون هناك استقلالية المشاهدات.

بالنسبة لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس، فقد شكلت نسبة الإناث الأغلبية بنسبة 63.4%، وشكلت نسبة الذكور 34.6%. يبين الشكل التالي توزيع استجابات أفراد العينة لمحور روح المقاولاتية حسب متغير الجنس:

الشكل 39: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير الجنس



المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الشكل، يتضح أن هناك تساويا في الوسيط والمتوسط الحسابي واختلافا في متوسط الرتب كما يتضح التشابه في شكل التوزيع[1]، لكن هذه الملاحظات لا تكفي للحكم على مدى مساهمة متغير الجنس في إحداث فروق ذات دلالة إحصائية في روح المقاولاتية، ولهذا وجب تطبيق اختبار Mann-Whitney، الجدول التالي يوضح نتائجه:

الجدول 46: نتائج اختبار مان وتني للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة الجنس

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الرتب	الوسيط	قيمة U	قيمة Z	القيمة الاحتمالية
روح المقاولاتية	ذكر	230	3.84	0.356	318.62	3.82	45052.500	0.379-	0.704
	أنثى	399	3.83	0.397	312.91	3.82			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

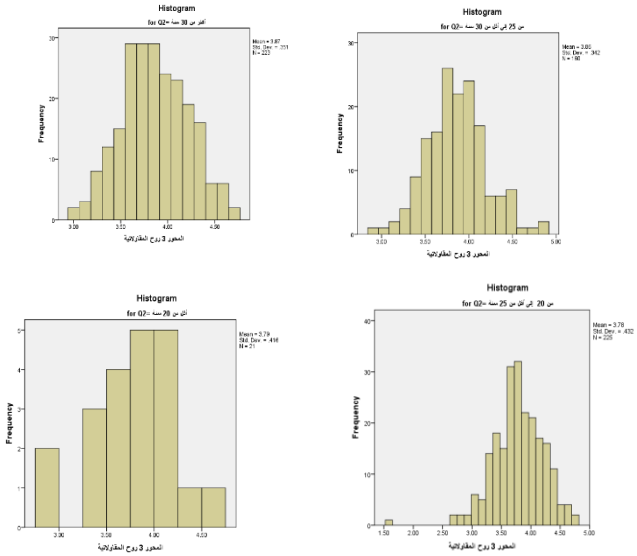
[1] يمكن التأكد من ذلك إحصائيا عن طريق اختبار Two-Sample Kolomogrov-Siminrov Test الملحق رقم (5).

تظهر نتائج الجدول أن القيمة الاحتمالية لاختبار مان ويتني Sig. = 0.704 وهي أكبر من قيمة الدلالة الإحصائية المقدرة بـ 0.05، وبالتالي لا يمكن رفض الفرضية الصفرية للاختبار[1] (H0)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في روح المقاولاتية بناء على جنس الطلبة المشاركين في الدراسة.

H_{12}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير السن[2].

بما أن توزيع بيانات متغير روح المقاولاتية حسب مجموعات متغير السن لا يتبع التوزيع الطبيعي[3]، سيتم استخدام اختبار Kruskal-Wallis[4] الذي هو تعميم لاختبار Mann-Whitney وبديل للاختبار المعلمي لتحليل التباين (Annova)، وقبل إجراء الاختبار، وجب عرض شكل توزيع المتغير التابع حسب مجموعات المتغير المستقل كما يوضح الشكل التالي:

الشكل 40: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير السن



المصدر: مخرجات برنامج SPSS

[1] في اختبار Mann-Whitny، عندما يكون التوزيعان لهما نفس الشكل فإنه يدرس الفروق في الوسيط: الفرضية الصفرية هي "توزيع المجموعتين متساو" والفرضية البديلة: "وسيط المجموعتين medians غير متساو"، أما إذا كان التوزيعان ليس لهما نفس الشكل فإن الاختبار يدرس **الفروق في التوزيعات:** الفرضية الصفرية هي توزيع المجموعتين متساو" والفرضية البديلة: متوسط رتب المجموعتين mean ranks غير متساوين"

[2] للتأكد من صحة الفرضية، تم صياغتها كما يلي: **الفرضية الصفرية: (H0):** لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq$ 0.05 بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **السن. الفرضية البديلة: (Ha):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **السن.**

[3] الملحق رقم (5)

[4] له نفس شروط اختبار Mann-Whitney.

إن الشكل السابق يوضح الاختلاف في شكل التوزيع، لكنه لا يعطي صورة واضحة عن طبيعة العلاقة، فالملاحظة غير كافية للحكم على دلالة الفروق في روح المقاولاتية حسب السن، الجدول التالي يوضح نتيجة اختبار Kruskal-Wallis:

الجدول 47: نتائج اختبار كروسكال والاس للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة السن

المتغير	السن	العدد	المتوسط الحسابي	متوسط الرتب	الوسيط	درجة الحرية	قيمة كاي مربع Chi-Square	القيمة الاحتمالية
روح المقاولاتية	أقل من 20 سنة	21	3.79	301.60	3.78	3	4.192	0.241
	من 20 إلى أقل من 25 سنة	255	3.78	269.19	3.75			
	من 25 إلى أقل من 30 سنة	160	3.85	324.28	3.82			
	أكثر من 30 سنة	223	3.86	328.59	3.85			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تظهر نتائج الجدول أن قيمة كاي مربع بلغت 4.192 بدرجة حرية 3، وبلغت القيمة الاحتمالية Sig. = 0.241 وهي أكبر من قيمة الدلالة الإحصائية 0.05، وبالتالي لا يمكن رفض الفرضية الصفرية للاختبار (H0)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في روح المقاولاتية بناء على سن الطلبة المشاركين في الدراسة.

H_{13}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير ميدان التكوين[1].

تظهر النتائج الإحصائية أن توزيع عينة الدراسة حسب الميادين الموجودة حاليا بالمؤسسات الجامعية في الجزائر متباعدة بدرجة كبيرة (الجدول السابق)، وبتطبيق اختبار Kruskal-Wallis، تكون النتائج كما يلي:

[1] للتأكد من صحة الفرضية، تم صياغتها كما يلي: **الفرضية الصفرية: (H0):** لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **ميدان التكوين. الفرضية البديلة: (Ha):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **ميدان التكوين**.

الجدول 48: نتائج اختبار كروسكال والاس للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة الميدان

المتغير	الميدان	العدد	المتوسط الحسابي	متوسط الرتب	الوسيط	درجة الحرية	قيمة كاي مربع Chi-Square	القيمة الاحتمالية
روح المقاولاتية	علوم وتكنولوجيا	53	3.80	300.44	3.80	12	16.884	0.154
	علوم المادة	9	3.66	250.56	3.73			
	الرياضيات الإعلام الآلي	18	3.73	277.67	3.79			
	العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية	275	3.81	304.09	3.80			
	علوم الأرض والكون	28	3.96	365.71	3.94			
	الهندسة المعمارية والعمران ومهن المدينة	8	3.79	296.69	3.80			
	الحقوق والعلوم السياسية	49	3.97	379.91	3.93			
	اللغة والأدب العربي	20	3.90	343.83	3.93			
	الآداب واللغات الأجنبية	36	3.80	291.99	3.76			
	العلوم الإنسانية والاجتماعية	124	3.84	326.23	3.84			
	علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	3	3.88	349.67	3.90			
	الفنون	2	3.43	88.50	3.43			
	العلوم الطبية وعلوم البيطرة	4	3.73	259.88	3.71			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تظهر نتائج الجدول أن القيمة الاحتمالية 0.154 = .Sig وهي أكبر من 0.05، وبالتالي لا يمكن رفض الفرضية الصفرية للاختبار(H0) [1]. وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في روح المقاولاتية بناء على ميدان تكوين الطلبة المشاركين في الدراسة.

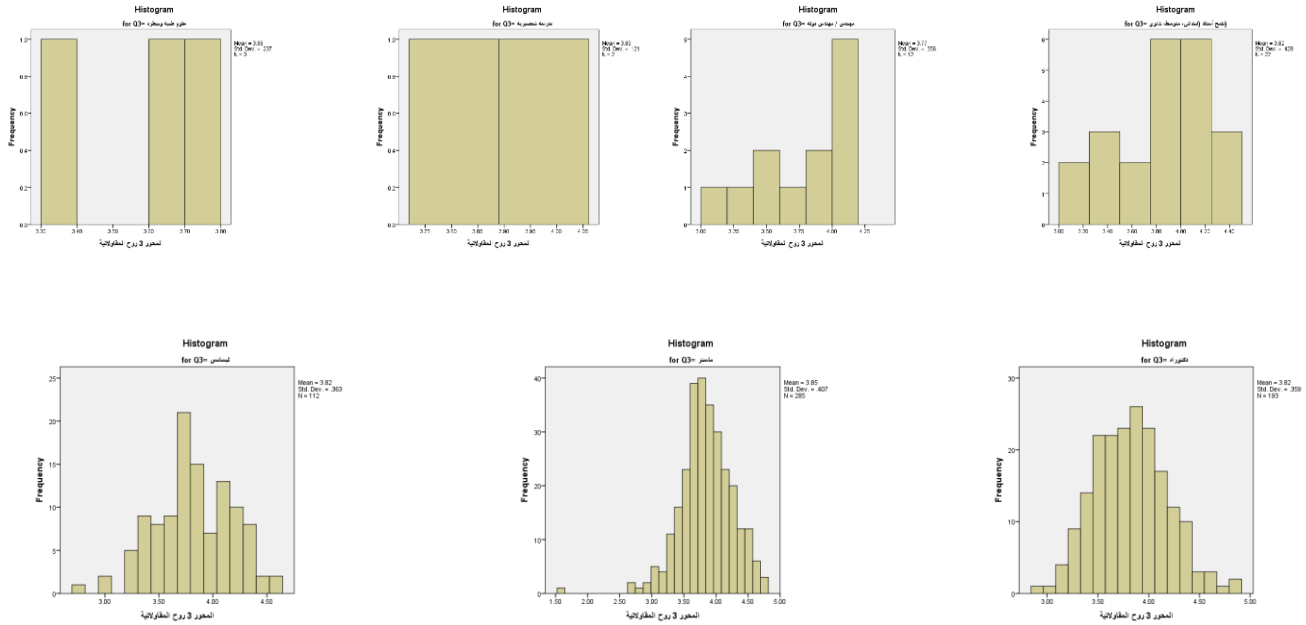
H_{14}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير الطور[2].

[1] تنص الفرضية الصفرية على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير ميدان التكوين"،

[2] للتأكد من صحة الفرضية، تم صياغتها كما يلي: **الفرضية الصفرية: (H0):** لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **الطور**. **الفرضية البديلة: (Ha):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **الطور**.

بما أن توزيع بيانات متغير روح المقاولاتية حسب مجموعات متغير الطور لا يتبع التوزيع الطبيعي[1]، سيتم استخدام اختبار Kruskal-Wallis،[2] يمثل الشكل التالي شكل توزيع المتغير التابع في كل مجموعة من مجموعات متغير الطور:

الشكل 41: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير الطور



المصدر: مخرجات برنامج SPSS

إن الشكل السابق يوضح الاختلاف في شكل التوزيع، هو لا يعطي صورة واضحة عن طبيعة العلاقة ووجود فروق بين روح المقاولاتية والطور، الجدول التالي يوضح نتيجة الاختبار Kruskal-Wallis:

[1] الملحق رقم (5)

[2] له نفس شروط اختبار Mann-Whitney.

الجدول 49: نتائج اختبار كروسكال والاس للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة الطور

المتغير	الطور	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الرتب	الوسيط	درجة الحرية	قيمة كاي مربع Chi-Square	القيمة الاحتمالية
روح المقاولاتية	ليسانس	112	3.82	0.36	311.91	3.80	6	3.275	0.774
	ماستر	285	3.85	0.41	323.68	3.83			
	دكتوراه	193	3.82	0.36	305.73	3.83			
	ملمح أستاذ (ابتدائي، متوسط، ثانوي)	22	3.82	0.43	324.07	3.94			
	علوم طبية وبيطرة	3	3.58	0.24	171.83	3.63			
	مدرسة تحضيرية	2	3.89	0.12	353.00	3.89			
	مهندس / مهندس دولة	12	3.77	0.36	299.71	3.85			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

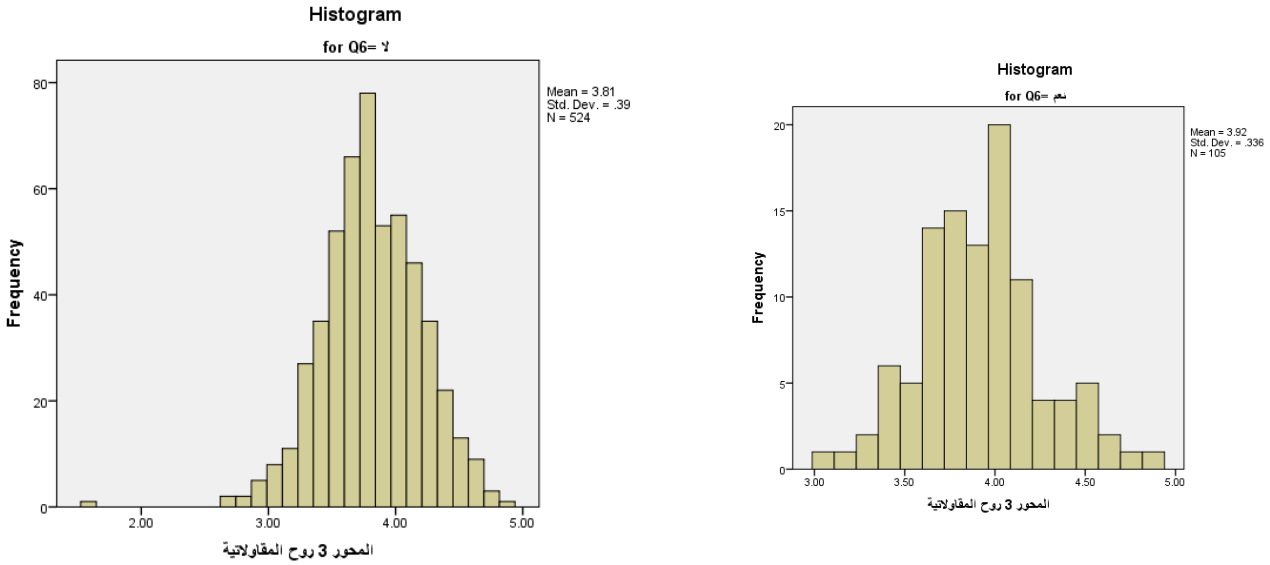
تظهر نتائج الجدول أن القيمة الاحتمالية *0.774* = .Sig وهي أكبر من 0.05، وبالتالي لا يمكن رفض الفرضية الصفرية للاختبار (H0) التي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير الطور"، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في روح المقاولاتية بناء على طور الطلبة المشاركين في الدراسة.

H_{15}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير المشاركة في دار المقاولاتية[1].

بالنسبة لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب المشاركة في دار المقاولاتية، فإن أغلبية أفراد العينة لم يشاركوا في الدورات التي تقدمها دار المقاولاتية بنسبة 83.46%. يمثل الشكل التالي توزيع استجابات الطلبة حول روح المقاولاتية حسب المشاركة:

[1] للتأكد من صحة الفرضية، تم صياغتها كما يلي: **الفرضية الصفرية: (H0):** لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **المشاركة في دار المقاولاتية. الفرضية البديلة: (Ha):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **المشاركة في دار المقاولاتية.**

الشكل 42: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير المشاركة في دار المقاولاتية



المصدر: مخرجات برنامج SPSS

إن الشكل السابق يوضح التشابه في شكل التوزيع [1]، بين المتغيرين، وسيتم استخدام اختبار Maan-Whitney، الجدول التالي يوضح هذه نتيجة الاختبار:

الجدول 50: نتائج اختبار مان ونتي للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة المشاركة في دار المقاولاتية

المتغير	المشاركة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الرتب	الوسيط	قيمة U	قيمة Z	القيمة الاحتمالية
روح المقاولاتية	نعم	105	3.92	0.34	306.70	3.90	23158.500	2.561-	0.010
	لا	524	3.81	0.3	356.44	3.80			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

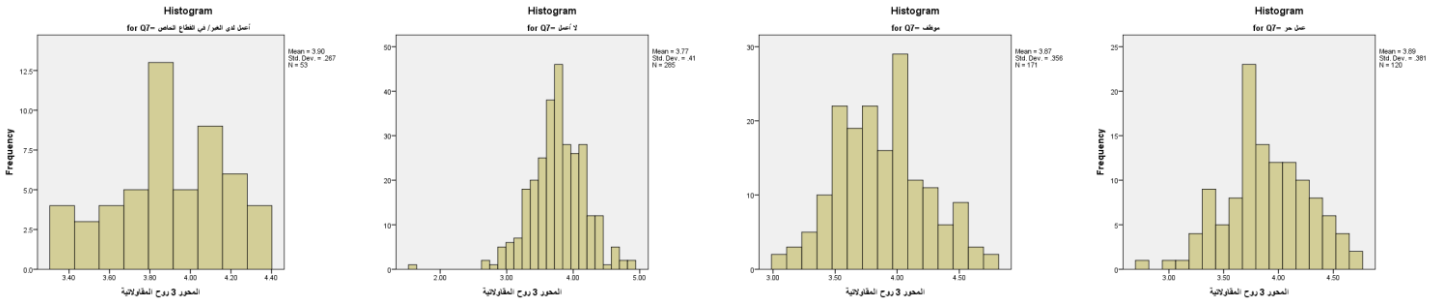
تظهر نتائج الجدول أن القيمة الاحتمالية Sig. = 0.010 وهي أقل من 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية للاختبار (H0) التي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير المشاركة في دار المقاولاتية"، وعليه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في روح المقاولاتية بناء على المشاركة في دار المقاولاتية للطلبة المشاركين في الدراسة.

[1] يمكن التأكد من ذلك إحصائيا عن طريق اختبار Two-Sample Kolomogrov-Siminrov Test الملحق رقم (5)

H_{16}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير طبيعة العمل[1].

لاختبار صحة الفرضية، سيتم استخدام اختبار Kruskal-Wallis، يمثل الشكل التالي شكل توزيع المتغير التابع في كل مجموعة من مجموعات متغير طبيعة العمل:

الشكل 43: توزيع روح المقاولاتية حسب متغير طبيعة العمل



المصدر: مخرجات برنامج SPSS

إن الشكل السابق يوضح الاختلاف في شكل التوزيع، هو لا يعطي صورة واضحة عن طبيعة العلاقة ووجود فروق بين روح المقاولاتية والطور، الجدول التالي يوضح نتيجة الاختبار Kruskal-Wallis:

الجدول 51: نتائج اختبار كروسكال والاس للكشف عن دلالة الفروق في روح المقاولاتية بدلالة طبيعة العمل

المتغير	الطور	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الرتب	الوسيط	درجة الحرية	قيمة كاي مربع Chi-Square	القيمة الاحتمالية
روح المقاولاتية	عمل حر	120	3.89	0.38	342.73	3.87	3	12.626	0.006
	موظف	171	3.87	0.36	329.30	3.85			
	أعمل لدى الغير /في القطاع الخاص	53	3.90	0.27	353.02	3.88			
	لا أعمل	285	3.77	0.41	287.67	3.76			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تظهر نتائج الجدول أن القيمة الاحتمالية Sig. = 0.006 وهي أقل من 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية للاختبار (H0) التي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$

[1] للتأكد من صحة الفرضية، تم صياغتها كما يلي: **الفرضية الصفرية: (H0):** لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير طبيعة العمل. **الفرضية البديلة: (Ha):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير طبيعة العمل.

بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير طبيعة العمل"، وعليه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في روح المقاولاتية بناء طبيعة العمل.

ولمعرفة لمن تعود الفروق، نجري اختبار المقارنات البعدية " مان ويتني" بين الثنائيات، كما يوضح الجدول التالي:

الجدول 52: نتائج اختبارات مان ونتي للكشف عن مصدر الفروق في روح المقاولاتية بدلالة طبيعة العمل

المتغير	طبيعة العمل	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الرتب	الوسيط	قيمة U	قيمة Z	القيمة الاحتمالية
روح المقاولاتية	عمل حر	120	3.89	0.38	149.61	3.87	9827.00	0.613-	0.540
	موظف	171	3.87	0.36	143.47	3.85			
روح المقاولاتية	عمل حر	120	3.89	0.38	86.55	3.87	3125.50	0.180-	0.858
	لدى الخواص	53	3.90	0.27	88.03	3.88			
روح المقاولاتية	عمل حر	120	3.89	0.38	227.58	3.87	14150.50	2.743-	0.006
	لا أعمل	285	3.77	0.41	182.65	3.76			
روح المقاولاتية	موظف	171	3.87	0.36	110.50	3.85	4189.00	0.831-	0.406
	لدى الخواص	53	3.90	0.27	118.96	3.88			
روح المقاولاتية	موظف	171	3.87	0.36	147.34	3.85	21146.50	2.365-	0.018
	لا أعمل	285	3.77	0.41	217.20	3.76			
روح المقاولاتية	لدى الخواص	53	3.90	0.27	200.03	3.88	5934.50	2.478-	0.013
	لا أعمل	285	3.77	0.41	163.82	3.76			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أن أقل متوسط حسابي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول روح المقاولاتية كان لصالح الطلبة الذين لا يزولون أي عمل خارج أوقات الدراسة في الجامعة، ويتضح من الجدول السابق أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية في روح المقاولاتية بين الطلبة الذين لا يعملون والذين يعملون أعمالا حرة، وبين الطلبة الموظفين، وبين الطلبة الذين يعملون عند الخواص.

المطلب الثاني: علاقة الارتباط بين روح المقاولاتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال

الفرضية الرئيسية الثانية (H_2): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطالب وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

ويندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الجزئية التالية:

H_{21} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الأجهزة التكنولوجية التي يمتلكها الطالب وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

للتأكد من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام اختبار سبيرمان (Spearman)، لاختبار العلاقة بين روح المقاولاتية وكل مجال من مجالات استخدام الإنترنت المحددة في الدراسة الميدانية كما يوضح الجدول التالي:

الجدول 53: نتائج اختبار Spearman للكشف عن العلاقة بين الجهاز المملوك وروح المقاولاتية

الجهاز المملوك	معامل سبيرمان	مستوى المعنوية Sig
الحاسوب المكتبي	0.030	0.457
الحاسوب المحمول	*0.105	0.008
الهاتف الذكي	0.065	0.103
الجهاز اللوحي	*0.102	0.010

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين امتلاك الحاسوب المحمول وروح المقاولاتية، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين امتلاك الجهاز اللوحي وروح المقاولاتية لدى أفراد عينة الدراسة.

H_{22} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استخدام الحاسوب في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين[1].

بما أن البيانات التي تقيس المتغيرين لا تتبع التوزيع الطبيعي (الملحق رقم 5)، وأن متغير معدل استعمال الحاسوب ليس من النوع الكمي المتصل (هو من النوعي الرتبي)، فإن الاختبار اللامعملي المناسب لقياس الارتباط هو اختبار سبيرمان (Spearman)، يمكن تلخيص نتائج الاختبار في الجدول التالي:

[1] **الفرضية الصفرية (H0):** لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ بين معدل استخدام الحاسوب في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين. **الفرضية البديلة (Hn):** توجد علاقة ذات دلالة ارتباطية إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استخدام الحاسوب في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

الجدول 54: نتائج اختبار Spearman للكشف عن العلاقة بين استخدام الحاسوب في اليوم وروح المقاولاتية

معامل سبيرمان	مستوى المعنوية Sig
0.158**	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى المعنوية Sig=0.000 أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية 0.05، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، وبالتالي فإن هناك علاقة ارتباطية دلالة إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استخدام الحاسوب في اليوم وروح المقاولاتية .

H_{23} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استخدام الإنترنت في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين[1].

مثل الفرضية السابقة، سيتم استخدام اختبار سبيرمان (Spearman)، يمكن تلخيص نتائج الاختبار في الجدول التالي:

الجدول 55: نتائج اختبار Spearman للكشف عن العلاقة بين استخدام الإنترنت في اليوم وروح المقاولاتية

معامل سبيرمان	مستوى المعنوية .Sig
0.111**	0.006

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بما أن مستوى المعنوية Sig.=0.000 أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية 0.05، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، وبالتالي فإن هناك علاقة دلالة ارتباطية إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استخدام الإنترنت في اليوم وروح المقاولاتية .

H_{24} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين مجال استخدام الإنترنت وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

للتأكد من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام اختبار سبيرمان (Spearman)، لاختبار العلاقة بين روح المقاولاتية كل مجال من مجالات استخدام الإنترنت المحددة في الدراسة الميدانية كما يوضح الجدول التالي:

[1] **الفرضية الصفرية (H0):** لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استخدام الانترنت في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين. **الفرضية البديلة (Hn):** توجد علاقة ذات دلالة ارتباطية إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استخدام الانترنت في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

الجدول 56: نتائج اختبار Spearman للكشف عن العلاقة بين مجال استخدام الإنترنت وروح المقاولاتية

المجال	معامل سبيرمان	مستوى المعنوية Sig
الدراسة الجامعية	**0.185	0.000
استعمال مواقع التواصل الاجتماعي	0.052-	0.194
الألعاب الإلكترونية	0.062	0.117
تمضية الوقت	**0.146-	0.000
مشاهدة الأفلام	*0.109-	0.006
العمل عبر الإنترنت	**0.218	0.000
التعلم الذاتي	**0.320	0.000
الشراء من الإنترنت	*0.095	0.017
مشاهدة الفيديوهات القصيرة في حدود دقيقة (Reels)	0.050-	0.213
مشاهدة الفيديوهات الطويلة أكثر من 10 دقائق	0.067-	0.095
متوسط درجة الاستعمال	0.071	0.073

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أن معامل ارتباط سبيرمان دال إحصائيا عند كل من الدراسة الجامعية وتمضية الوقت ومشاهدة الأفلام والعمل عبر الإنترنت والتعلم الذاتي والشراء من الإنترنت، وبالتالي فإن هناك علاقة ارتباطية إحصائيا بين روح المقاولاتية وهذه المتغيرات.

H_{25} : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

للتأكد من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام اختبار سبيرمان (Spearman)، لاختبار العلاقة بين روح المقاولاتية وكل موقع من مواقع التواصل الاجتماعي المحددة في الدراسة الميدانية كما يوضح الجدول التالي:

الجدول 57: نتائج اختبار Spearman للكشف عن العلاقة بين مجال استخدام الإنترنت وروح المقاولاتية

الموقع	معامل سبيرمان	مستوى المعنوية Sig
فيسبوك	-0.003	0.947
يوتيوب	0.020	0.610
تويتر	0.002-	0.961
انستاغرام	0.054-	0.260
فايبر	*0.090	0.023
تيك توك	0.005	0.910
واتس آب	**0.186	0.000
تيليغرام	0.044	0.266
سناب شات	0.024-	0.551
لينكد إن	0.008-	0.850
المتوسط الحسابي	0.059	0.141

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أن هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين روح المقاولاتية واستعمال فايبر وبين روح المقاولاتية وموقع واتس أب لأن مستوى المعنوية أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية، فيما جاءت العلاقة بين روح المقاولاتية وبقية المتغيرات غير دالة إحصائيا.

H_{26}: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين [1].

وللتأكد من صحة الفرضية، سيتم استخدام اختبار سبيرمان (Spearman)، الجدول التالي يلخص تنتائج الاختبار:

الجدول 58: نتائج اختبار Spearman للكشف عن العلاقة بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية

معامل سبيرمان	مستوى المعنوية Sig
**0.279	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

[1] **الفرضية الصفرية (H0):** لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين. **الفرضية البديلة (Hn):** توجد علاقة ذات دلالة ارتباطية إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

نلاحظ من النتائج الوضحة في الجدول أن مستوى المعنوية Sig=0.000 أقل من مستوى الدلالة الإحصائية 0.05، وبالتالي فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، إذن فهناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية .

الفرضية الرئيسية الثالثة (H_3): توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

يستخدم اختبار Spearman لحساب قوة واتجاه العلاقة بين متغيرين بإيجاد معامل الارتباط بينهما، حيث سيتم اعتماد التقسيم التالي لنوع العلاقة:

الجدول 59: نوع العلاقة حسب معامل ارتباط Spearman

قيمة الارتباط	نوع العلاقة
أقل من 0.20	علاقة ضعيفة جدا
من 0.20 إلى أقل من 0.40	علاقة ضعيفة
من 0.40 إلى أقل من 0.60	علاقة متوسطة
من 0.60 إلى أقل من 0.80	علاقة قوية
أكبر من 0.80	علاقة قوية جدا

المصدر: (Lehaman, 2005, p. 123)

يعرض الجدول التالي معامل الارتباط بين أبعاد تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأبعاد روح المقاولاتية:

الجدول 60: قيم معاملات ارتباط Spearman بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية

			ت.إ.إ				
			المكونات المادية	المكونات البرمجية	الشبكات	الموارد البشرية	المحور 1 ت.إ.إ
روح المقاولاتية	الحاجة للإنجاز	R	0.083*	0.126*	0.093*	0.125**	0.119*
		Sig.	0.038	0.001	0.020	0.002	0.003
	الثقة بالنفس	R	0.048	0.067	0.092*	0.118**	0.094*
		Sig.	0.229	0.095	0.020	0.003	0.003
	الإبداع والابتكار	R	0.08*	0.079*	0.100*	0.124**	0.110**
		Sig.	0.027	0.048	0.012	0.002	0.006
	الاستقلالية	R	0.091-*	110-**	0.032-	0.054-	0.084-*
		Sig.	0.023	0.006	0.428	0.179	0.035
	تحمل المسؤولية	R	0.034	0.019	0.055	0.050	0.044
		Sig.	0.393	0.640	0.167	0.210	0.276
	المخاطرة	R	0.042-	0.037-	0.013-	0.007-	0.035-
		Sig.	0.297	0.356	0.741	0.862	0.378
	روح المبادرة	R	0.106**	0.0.76	0.123**	0.129**	0.128**
		Sig.	0.008	0.058	0.002	0.001	0.001
	المحور 3 روح المقاولاتية	R	0.049	0.055	0.087*	0.099*	0.081*
		Sig.	0.221	0.168	0.029	0.013	0.042

R: معامل الارتباط .Sig: مستوى المعنوية

*: دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 **: دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أن هناك علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائيا بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة وروح المقاولاتية، لكنه ارتباط ضعيف جدا حيث بلغ معامل الارتباط 0.081.

كما يبين الجدول أن هناك علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين كل توفيقة من التوفيقات بين المتغيرات التالية:

تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة والحاجة للإنجاز.

تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة والثقة بالنفس.

تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة والإبداع والابتكار.

تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة والاستقلالية.

تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة وروح المبادرة.

المكونات المادية والحاجة للإنجاز.

المكونات المادية والإبداع والابتكار.

المكونات المادية والاستقلالية

المكونات المادية وروح المبادرة.

المكونات البرمجية والحاجة للإنجاز.

المكونات البرمجية والإبداع والابتكار.

المكونات البرمجية والاستقلالية.

الشبكات والحاجة للإنجاز.

الشبكات والثقة بالنفس.

الشبكات والإبداع والابتكار.

الشبكات وروح المبادرة.

الشبكات وروح المقاولاتية.

الموارد البشرية والحاجة للإنجاز.

الموارد البشرية والثقة بالنفس.

الموارد البشرية والإبداع والابتكار.

الموارد البشرية وروح المبادرة.

الموارد البشرية وروح المقاولاتية.

المطلب الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية

الفرضية الرئيسية الرابعة (H_4): يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

سيتم استعمال الانحدار الخطي المتعدد لدراسة تأثير المتغيرات المستقلة المكونة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية لدى عينة الدراسة[1]، يمثل الجدول التالي ملخصا لنتائج الاختبار:

[1] **فرضيات الاختبار** هي: الفرضية الصفرية: لا يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع (الانحدار غير معنوي بين المتغيرات)، الفرضية البديلة: يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع (الانحدار معنوي بين المتغيرات).
الافتراضات: العلاقة الخطية بين المغيرات المستقلة والمتغير التابع، عدم وجود الارتباط الذاتي بين المتغيرات المستقلة، اختبار تضخم التباين، اعتدالية التوزيع، التوزيع الطبيعي للبواقي وعدم وجود قيم متطرفة.

الجدول 61: نتائج الانحدار الخطي المتعدد لاختبار أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية

المتغير التابع (Y): روح المقاولاتية								
المتغيرات المستقلة (X) (المفسرة أو المتنبئة)	المعامل B	قيمة t	مستوى الدلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	قيمة F	مستوى الدلالة	معامل تضخم التباين VIF
الثابت	2.763	15.538	0.000					
X_1: المكونات المادية	0.000	-0.007	0.994					2.313
X_2: المكونات البرمجية	0.018	0.573	0.567					2.893
X_3: الشبكات	0.015	0.425	0.671					2.884
X_4: الموارد البشرية	0.008	0.287	0.774					2.586
X_5: امتلاك حاسوب مكتبي	-0.013	-0.408	0.683					1.189
X_6: امتلاك حاسوب محمول	0.051	1.444	0.149					1.287
X_7: امتلاك هاتف ذكي	0.069	1.074	0.283					1.090
X_8: امتلاك جهاز لوحي.	0.035	0.913	0.362					1.099
X_9: معدل استخدام للحاسوب في اليوم	-0.007	-0.604	0.546					1.588
X_{10}: معدل استخدام الإنترنت في اليوم	0.036	3.459	0.001					1.377
X_{11}: الدراسة الجامعية	0.059	2.140	0.033					1.267
X_{12}: استعمال مواقع التواصل الاجتماعي	-0.011	-0.352	0.725					1.425
X_{13}: الألعاب الإلكترونية	-0.008	-0.467	0.641	0.517	0.267	7.007	0.000	1.343
X_{14}: تمضية الوقت	-0.027	-1.428	0.154					1.637
X_{15}: مشاهدة الأفلام	-0.048	-2.665	0.008					1.497
X_{16}: العمل عبر الإنترنت	0.045	3.220	0.001					1.349
X_{17}: التعلم الذاتي	0.100	4.842	0.000					1.420
X_1: الشراء من الإنترنت.	0.003	0.166	0.868					1.341
X_{19}: مشاهدة الفيديوهات القصيرة في حدود دقيقة	-0.021	-1.045	0.296					1.383
X_{20}: مشاهدة الفيديوهات الطويلة أكثر من 10 دقائق	-0.023	-1.244	0.214					1.455
X_{21}: فيسبوك	0.020	0.748	0.455					1.442
X_{22}: يوتيوب	-0.004	-0.173	0.863					1.271
X_{23}: تويتر	-0.025	-1.394	0.164					1.237
X_{24}: انستاغرام	-0.008	-0.512	0.609					1.649
X_{25}: فايبر	-0.004	-0.218	0.828					1.417
X_{26}: تيك توك	0.015	1.099	0.272					1.339
X_{27}: واتس أب	0.038	2.379	0.018					1.473

X_{28}: تيليغرام	-0.012	-0.849	0.396					1.332
X_{29}: سناب شات	8.268×10^{-5}	0.005	0.996					1.542
X_{30}: لينكد إن.	-0.021	-1.262	0.208					1.246
X_{31}: درجة التحكم في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال	0.052	6.537	0.000					1.168

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

أظهرت نتائج الجدول أن نموذج الانحدار معنوي وذلك من خلال قيمة F التي بلغت 7.007 بدلالة إحصائية قدرت بـ 0.000 وهي أصغر من القيمة المعنوية 0.05، وتفسر هذه النتائج أن المتغيرات المفسرة تفسر 26.7% من التباين الحاصل في الروح المقاولاتية (بالنظر لمعامل التحديد R^2).

يوضح الجدول نتائج التعددية الخطية من خلال نتائج عامل تضخم التباين للنموذج الذي بلغ قيما أقل من 3 بالنسبة لجميع المتغيرات، وهو ما يشير إلى عدم وجود مشكلة التعددية الخطية بين متغيرات النموذج.

ويمكن كتابة معادلة الانحدار كالتالي:

$$Y = 2.763 + 0.036X_{10} + 0.059X_{11} - 0.048X_{15} + 0.045X_{16} + 0.100X_{17} + 0.038X_{27} + 0.052X_{31}$$

حيث:

Y: روح المقاولاتية

X_{10}: معدل استخدام الإنترنت في اليوم

X_{11}: الدراسة الجامعية

X_{15}: مشاهدة الأفلام

X_{16}: العمل عبر الإنترنت

X_{17}: التعلم الذاتي

X_{27}: واتس أب

X_{31}: درجة التحكم في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل التطبيقي، تم التعرض للجوانب الميدانية للدراسة، التي ارتكزت على أداة الاستبانة التي قدمت لعينة الدراسة المكونة من الطلبة الجامعيين من مختلف الجامعات الجزائرية، وهذا بعد عرض طريقة تصميمها ودراسة الخصائص السيكومترية لجعلها قابلة للتطبيق. ومن ثم تحليل النتائج في برنامج SPSS، واختبار صحة فرضيات الدراسة كما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الطلبة في روح المقاولاتية تعزى لمتغير **الجنس**.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الطلبة في روح المقاولاتية تعزى لمتغير **السن**.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الطلبة في روح المقاولاتية تعزى لمتغير **ميدان التكوين**.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **الطور**.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **طبيعة العمل**.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول روح المقاولاتية تعزى لمتغير **المشاركة في دار المقاولاتية**.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطالب وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الأجهزة التكنولوجية المملوكة وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استعمال الحاسوب في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استعمال الإنترنت في اليوم وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين استعمال الإنترنت وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ لاستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

الخاتمة العامة

الخـاتمـة العامـة

تناولت هذه الدراسة إشكاليّة الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة، وقسمت إلى ثلاثة فصول، فصلين نظريين وفصل تطبيقي، وتم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من الطلبة من عدة جامعات جزائرية في تخصصات مختلفة، وتوصلت إلى جملة من النتائج تصب في محاولة إيجاد أجوبة عن الإشكالية المطروحة من خلال اختبار صحة الفرضيات الرئيسية والفرعية، فتم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتي من خلالها تم تقديم اقتراحات الدراسة، وانبثقت عنها مجموعة من الآفاق كما يلي:

1. نتائج الدراسة

الجانب النظري: من خلال عرض الجانب النظري المتعلق بمتغيري الدراسة، يمكن تلخيص أهم النتائج فيما يلي:

المقاولاتية هي أي نشاط إبداعي حر محفوف بالمخاطر، يسعى لتحقيق هدف ذي قيمة مضافة، عن طريق استغلال الفرص، ولا يؤدي بالضرورة إلى إنشاء منظمة جديدة، بل قد يكون نشاطا يوميا داخل العمل أو الجامعة أو الأسرة أو في المجتمع. تكمن أهمية المقاولاتية تحقيق الربح والمساهمة في تنمية الاقتصاد والمجتمع ومسايرة التقدم التكنولوجي وتحقيق القفزات في مجال التطور التقني وتساهم في حل المشاكل والصعوبات التي تواجه الإنسان ولها أهمية اقتصادية متمثلة في رفع الكفاءة الإنتاجية وزيادة الفائض الاقتصادي وتنويع الهيكل الصناعي ودعم التنمية الإقليمية والمحلية ومعالجة الاختلالات الاقتصادية وزيادة حجم الصادرات وزيادة الإنتاج المحلي وجذب المدخرات وتحقيق أرباح معتبرة وتحقيق الميزة التنافسية وإعادة هيكلة النسيج الاقتصادي وتجديد حظيرة المؤسسات، كما لها أهمية اجتماعية كزيادة فرص العمل تحقيق العدالة الاجتماعية وتسهيل حياة الأفراد ومحاربة الفقر والترقية الاجتماعية وترقية روح المبادرة ومحاربة الآفات الاجتماعية والحد من الهجرة، كما تساعد المقاولاتية في المحافظة على البيئة من خلال تحقيق مفهوم التنمية المستدامة.

إن روح المقاولاتية مصطلح عام ولا يجب أن يرتبط فقط بإنشاء مؤسسة أو مشروع. فيجب النظر إليها كموقف عام يمكن استعماله بفائدة من طرف كل فرد في حياته اليومية في كل النشاطات المهنية، ولهذا لا يجب حصرها في الوسائل والتقنيات التي تسمح بالانطلاق في نشاط تجاري أو إنشاء مؤسسة، فهي تتعلق قبل كل شيء بالمبادرة والعمل، وترتبط بالدرجة الأولى بأخذ المبادرة والعمل أو الانتقال للتطبيق، فالأفراد الذين لهم روح مقاولاتية عالية، يملكون الإرادة على تجريب أشياء جديدة، أو إنجاز الأعمال المعتادة بطريقة مختلفة، وليس ضروريا أن تكون لهم إرادة في إنشاء مؤسسة.

يمكن تحديد الروح المقاولاتية من خلال توفر مجموعة من الخصائص والمؤهلات والقدرات التي تميز شخصية المقاول أو شخصية الفرد الذي لديه استعداد ليكون مقاولا، فهي حالة ذهنية وعقلية تجعل الشخص يوظف صفاته الشخصية (الاستقلالية والإصرار والمثابرة وحب المخاطرة...إلخ) وقدراته ومهاراته الحياتية والمكتسبة (Savoir-être, Savoir faire) في تحديد مختلف الفرص وجمع الوسائل لاستغلالها وتحقيق مختلف أهدافه. إن من أبرز الصفات الشخصية التي تجع الفرد ذا روح مقاولاتية عالية: الحاجة للإنجاز والثقة بالنفس والإبداع والابتكار والاستقلالية وتحمل المسؤولية والمخاطرة والمبادرة، هذه الصفات وما يشابهها هي من تجعل المقاول يفضل المبادرة بإطلاق مشروع إبداعي مخاطرا برأس ماله من أجل تحقيق أهداف مختلفة ذات قيمة اقتصادية واجتماعية. تتغير هذه الصفات وتختلف من شخص لآخر كما يمكن أن تتغير باختلاف الظروف الاقتصادية والاجتماعية والتطورات العلمية والتكنولوجية.

الجانب التطبيقي:

تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة متكونة من 629 طالبا جامعيا، من 76 مؤسسة جامعية في الجزائر وتم التوصل إلى النتائج التالية:

إن أغلبية الطلبة الذي شملتهم الدراسة لم يشاركوا في الدورات التي تقدمها دار المقاولاتية حيث بلغت نسبتهم 83.3%، في حين أن الطلبة الذين شاركوا فيها يمثلون ما نسبته 16.7%، وهذا يدل على الدور المحدود الذي تلعبه دار المقاولاتية في الجامعة من الجانب الكمي.

بلغت نسبة الطلبة الذين يملكون هاتفا ذكيا 95.1% والذين يملكون حاسوبا محمولا 75.8%، في حين أن المالكين للحاسوب المكتبي بلغت نسبتهم 27.5%، وما نسبته 15.9% فقط لهم لوحات إلكترونية، وهذا ما يلاحظ في الحياة اليومية في الآونة الأخيرة، فلا تكاد تجد طالبا جامعيا ليس في جيبه هاتف ذكي، وتختلف أسباب عدم امتلاكه فقد تعود للظروف المادية للطالب أو قناعته الشخصية أو لأسباب أخرى، كما أن ارتفاع نسبة امتلاك الحاسوب المحمولة قد ترجع لاحتياجات الطالب الجامعي له وخفة وزنه وسهولة حمله مقارنة بالحاسوب المكتبي، فأصبح ضرورة ملحة يستعمل للدراسة والبحث الأكاديمي خاصة في ظل التوجه نحو التعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد وتوفير الخدمات والمنصات الرقمية لفائدة الطالب.

يستعمل الطلبة الحاسوب في اليوم لمدة تتراوح بين 4 و6 ساعات، وهو ما يعد مؤشرا على ارتفاع مستوى استعمال الحاسوب لدى أفراد عينة الدراسة. وأظهرت النتائج أن متوسط استعمال الإنترنت لدى الطلبة يتراوح بين 8 ساعات و10 ساعات، أي أن الطالب الجامعي يقضي ثلث يومه في استعمال الإنترنت سواء

بواسطة الهاتف أو الحاسوب أو غيرها من الأجهزة، ويستعمل الطلبة الإنترنت بدرجة كبيرة للولوج إلى شبكات التواصل الاجتماعي والدراسة الجامعية ثم مشاهدة الفيديوهات القصيرة، بينما تقل درجة استعمالهم لها في مشاهدة الأفلام والعمل عبر الإنترنت والتسوق الإلكتروني والألعاب الإلكترونية. كما أن موقع فيسبوك يعتبر أكثر موقع يزوره الطلبة يليه موقع يوتيوب ثم انستاغرام.

تبين النتائج أن استجابات الطلبة حول تكنولوجيا الإعلام في الجامعة متوسطة سواء من ناحية التوفر أو الاستعمال. تبين النتائج أن متوسط استجابات الطلبة حول روح المقاولاتية مرتفعة حسب وجهة نظرهم

بالنسبة للفرضية الرئيسية الأولى القائلة: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الطلبة في روح المقاولاتية تعزى للمتغيرات الشخصية"، فقد بينت نتائج الاختبارات الإحصائية عدم وجود فروق ذات دالة إحصائيا في روح المقاولاتية تعزى للجنس أو السن أو لميدان التكوين أو الطور. بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائيا في روح المقاولاتية تعزى لطبيعة العمل. فتوجد فروق دالة إحصائيا في روح المقاولاتية بين الطلبة الذين لا يعملون والذين يعملون أعمالا حرة، وبين الطلبة لا يعملون والموظفين، وبين الطلبة الذين يعملون والعاملين عند الخواص، وكانت أقل متوسط حسابي لاستجابات حول روح المقاولاتية لدى الطلبة غير العاملين، وقد يكون هذا بسبب أن الطلبة الذين يعملون عملا أيا كان نوعه قد احتكوا بمجال الأعمال ولديهم فكرة واقعية عن العمل والوظيفية والمؤسسات، فالذين يعملون أعمالا حرة يرغبون في امتلاك مشروعه الخاص، والموظفون يرغبون في التخلص من قيود الوظيفة ومحدودية الأجر أو الراتب.

إن الطلبة الذين شاركوا في الدورات التي تقدمها دار المقاولاتية كانت لديهم روح مقاولاتية أكبر من الذين لم يشاركوا فيها، وكانت الفروق بين المجموعتين دالة إحصائيا، وذلك لما لدار المقاولاتية من أهمية في نشر الثقافة المقاولاتية وتعليم الطلبة سبل إيجاد الفرص وحل المشكلات وتدريبهم على إنشاء مخططات الأعمال ما يساهم في تعزيز الروح المقاولاتية لديهم، حتى ولو لم ينشئوا مشاريع الخاصة على أرض الواقع.

أما الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطلبة وروح المقاولاتية لديهم. فقد بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية دلالة إحصائيا بين امتلاك كل من الحاسوب المحمول والجهاز اللوحي وروح المقاولاتية وعدم وجود علاقة بين امتلاك الهاتف الذكي والحاسوب المكتبي وروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين روح المقاولاتية وبين استعمال الإنترنت في الدراسة الجامعية، فالطلبة الذين يزيد استعمالهم للإنترنت في الدراسة تزداد روح المقاولاتية لديهم، ونفس الأمر بالنسبة

لاستعمال الإنترنت في العمل الحر والتعلم الذاتي والشراء من الإنترنت، بينما هناك علاقة ارتباط سالبة بين روح المقاولاتية ومشاهدة الأفلام، فكلما زادت مشاهدة الأفلام لدى الطالب قلت روح المقاولاتية لديه. كما بينت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائيا بين روح المقاولاتية واستعمال فايبر وبين روح المقاولاتية واستعمال موقع واتس أب، وفي الأخير، أظهرت الاختبارات الإحصائية وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية لدى الطلبة.

أما الفرضية الرئيسية الثالثة، فقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة (بأبعادها: المكونات المادية، المكونات البرمجية، الشبكات، والموارد البشرية) وروح المقاولاتية (بأبعادها: الجادة للإنجاز، الثقة بالنفس، الإبداع والابتكار، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، المخاطرة، المبادرة) لدى الطلبة الجامعيين.

وأخيرا، بالنسبة لفرضيات التأثير، فقد خلصت الدراسة إلى أنه يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لاستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال على روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين من خلال نموذج الانحدار المعنوي، حيث إن المتغيرات المفسرة تفسر 26.7% من التباين الحاصل في الروح المقاولاتية (بالنظر لمعامل التحديد R^2). وبالتالي يمكن كتابة معادلة الانحدار على النحو التالي:

$$Y = 2.763 + 0.036X_{10} + 0.059X_{11} - 0.048X_{15} + 0.045X_{16} + 0.100X_{17} + 0.038X_{27} + 0.052X_{31}$$

حيث:

Y: روح المقاولاتية

X_{10}: معدل استخدام الإنترنت في اليوم

X_{11}: الدراسة الجامعية

X_{15}: مشاهدة الأفلام

X_{16}: العمل عبر الإنترنت

X_{17}: التعلم الذاتي

X_{27}: واتس أب

X_{31}: درجة التحكم في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

2. المقترحات

على ضوء النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة، يقدم الطالب الاقتراحات التالية:

- استعمال مصطلح ريادة الأعمال لأنه الأقرب للمعنى المقصود، فمفهوم المقاولاتية لا يزال مرتبطا لدى الأذهان بإنشاء مؤسسات البناء والأشغال العمومية.

- استعمال مصطلح تكنولوجيا المعلومات عوض تكنولوجيا الإعلام والاتصال لسهولة استعماله ولكونه كافيا للدلالة على المعنى المراد، فحاليا لا يمكن فصل الإعلام عن الاتصال فكلاهما يستعمل الأدوات نفسها للتعامل مع البيانات والمعلومات.

- توعية وتحسيس الطلبة بكل الطرق الممكنة لأجل المشاركة في النشاطات المقاولاتية في الجامعة.

- استعمال البرامج المجانية والبرامج مفتوحة المصدر عوضا البرامج المدفوعة تجنبا للتكاليف المرتفعة والمخاطر الأمنية.

- وضع برامج تدريبية وفق مخطط استراتيجي ابتداء من المرحلة الابتدائية وحتى مراحل الدراسات العليا المتقدمة لنشر الثقافة المقاولاتية وزرع روح المقاولاتية لدى الشباب، وخاصة أن مخرجات المراحل السابقة للجامعة ستصبح مدخلات للجامعة، فجودة مخرجات الجامعة تعتمد على جودة مدخلاتها.

- استعمال التعليم الإلكتروني في تنمية روح المقاولاتية لما يوفره من مزايا وخصائص يصعب الاستغناء عنها في هذا العصر الذي يسمى بعصر المعلومات خاصة مع تغير طبيعة تفكير الطلبة عن الماضي ما يحتم تغيير طرائق وأساليب تحقيق الأهداف.

- استغلال ما يوفره الذكاء الاصطناعي من إمكانيات لتعزيز روح المقاولاتية، فعلى سبيل المثال يمكن تطوير خوارزميات لتحديد درجة الروح المقاولاتية لدى الطلبة وتقديم تدريبات عملية لهم وتوجيههم نحو المشاريع المناسبة لأفكارهم.

- استغلال وسائل التواصل الاجتماعي باعتبار الطالب يقضي وقتا كبيرا في استعمالها في إضاعة الوقت، وإجراء دراسات علمية في الجانب السلوكي والنفسي حول كيفية تأثيرها واستعمال الإعلانات الممولة للوصول إلى الفئات المستهدفة بسهولة.

- العمل على جعل الجامعة همزة وصل بين الطالب وعالم المقاولاتية، لاسيما وأن الدراسة الحالية توصلت إلى أن الطلبة يقضون جزءا كبيرا من وقتهم في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والإنترنت، هذا

الوقت الكبير ينبغي استغلاله في زرع روح المقاولاتية لدى الطلبة باستعمال الخدمات المميزات التي توفرها.

- إشراك المتخصصين في تخصصات الإعلام الآلي في تصميم البرامج التكوينية وجعلها تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال سواء من حيث التصميم أو من حيث المحتوى.
- إيلاء الأهمية المناسبة للجانب النفسي والاجتماعي في تصميم برامج تعليم المقاولاتية في المقررات الدراسية وفي دور المقاولاتية وحاضنات الأعمال، فروح المقاولاتية عبارة عن صفات شخصية وعناصر سلوكية هي الدافع الذي يجعل الطالب يتجه نحو المقاولاتية وإنشاء المشاريع الإبداعية ..
- دمج الإبداع والابتكار في المقررات الجامعية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في جميع التخصصات، فالطريقة المباشرة بتدريس مفاهيم الإبداع والابتكار وجعلها ضمن المحتوى التعليمي، والطريقة غير المباشرة بجعل الدروس تشجع على الإبداع من خلال طريقة عرضها وتقديمها باستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال من جهة، ومن جهة أخرى الابتعاد عن الطرق التقليدية في التقييم والتقويم البيداغوجي التي تعتمد على تلقين المعلومات ثم مطالبة الطالب بردّها أثناء الامتحان.
- استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التعليم المقاولاتي بطريقة علمية وبيداغوجية ليؤدي دوره بشكل أحسن. على سبيل المثال، فإن إرسال ملفات نصية إلى الطلبة ليقوموا بقراءتها لا يعد استعمالا بيداغوجيا حقيقيا خاصة إذا لم تكون هناك طرق للتقييم والتوجيه.
- التنويع في وسائل التواصل مع الطلبة باستعمال جميع وسائط التواصل الاجتماعي المتاحة، ومنصات التعليم الإلكتروني والمدونات والبريد الإلكتروني.
- إنشاء منصات وقواعد بيانات لتوفير معلومات للطلبة حول المقاولاتية وإنشاء المؤسسات، وتوفير معلومات لسبل الدعم والمرافقة بطريقة مبسطة ودون تعقيد، ذلك بتصميم مواقع ويب سريعة وذات استخدام سهل وتصميم بسيط وتطبيقات للهاتف الذكي.
- اعتماد المقاربة بالمشاريع في مذكرات التخرج وأطروحات الدكتوراه التي ينجزها الطلبة. ووضع آليات للأساتذة الجامعيين للدخول في عالم المقاولاتية ليكونوا قدوة لطلبتهم في النجاح.

3. آفاق الدراسة

حاول الطالب من خلال هذه الدراسة معالجة موضوع روح المقاولاتية والدور الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنميتها من وجهة نظر الطلبة في حدود الإشكالية المطروحة والإمكانيات المتوفرة والمعلومات التي أمكنه الاطلاع عليها، وكذلك المدة الزمنية المتاحة للبحث، ومن منطلق أن المجهود البشري لا يرقى إلى الكمال وأن البحث العلمي هو حصيلة تراكمات مبنية على دراسات سابقة، يقترح الطالب المواضيع التالية آفاقا للدراسة:

- تصميم برنامج تكويني مبني على تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة.
- دور التعليم الإلكتروني في تنمية روح المقاولاتية.
- دراسة تجريبية لدور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية روح المقاولاتية.
- المقاولاتية الرقمية لدى الطلبة الجامعيين، العوائق والتحديات.
- دراسة تحليلية لاستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دور المقاولاتية في الجزائر
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة.
- دور برامج التكوين المقاولاتي في دعم التوجه نحو المقاولاتية الرقمية
- كما يقترح الطالب إجراء دراسة مستقلة لكل بعد من أبعاد المتغير المستقل (تكنولوجيا الإعلام والاتصال) وتحديد تأثيره على روح المقاولاتية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. Editors of Encyclopaedia Britannica. (n.d.). *application software Facts*. Retrieved 2023, from Encyclopedia Britannica: https://www.britannica.com/facts/application-software

2. Junaid, R. (2018, May 06). *Advantages and disadvantages of metropolitan area network (MAN)*. Retrieved April 01, 2022, from itrelease: https://www.itrelease.com/2018/09/advantages-and-disadvantages-of-metropolitan-area-network-man/

3. Amazon Web Services. (n.d.). *What is a database?* Retrieved Febraury 22, 2021, from Amazon Web Services: https://aws.amazon.com/what-is/database/

4. Anastasios, D. (1993). Entrepreneurship and the transition from socialism to a free market economy. *International Journal Of New Ideas Entrepreneurship, 2*(2), pp. 42-54.

5. Arshadi, N. (2010). Basic need satisfaction, work motivation, and job performance in an industrial company in Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 5*, pp. 1267-1272.

6. AWS. (n.d.). *What Is Computer Networking?* Retrieved March 07, 2022, from Amazon Web Services (AWS): https://aws.amazon.com/what-is/computer-networking/

7. Bentouim, S. (2020). The difference between creativity and innovation. *The Innovation Industry Virtual Week from April 9 to April 23* (pp. 11-22). Virtual facility support center.

8. Bose, M. (2020, March 25). *Types of Network Topology Explained*. Retrieved Ferbruary 12, 2022, from Official NAKIVO Blog: https://www.nakivo.com/blog/types-of-network-topology-explained/

9. Byjus. (n.d.). *Tree Topology notes*. Retrieved April 01, 2022, from Byjus: https://byjus.com/gate/tree-topology-notes/#:~:text=of%20Tree%20Topology-,What%20is%20Tree%20Topology%3F,coming%20off%20of%20the%20trunk.

10. Cambridge. (n.d.). *spirit*. Retrieved March 04, 2022, from Cambridge Dictionary: https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/spirit

11. Cisco Systems. (n.d.). *What Is a LAN?* Retrieved March 05, 2022, from Cisco: https://www.cisco.com/c/en/us/products/switches/what-is-a-lan-local-area-network.html

12. Cloudflare. (n.d.). *What is a metropolitan area network (MAN)?* Retrieved March 05, 2022, from cloudflare: https://www.cloudflare.com/learning/network-layer/what-is-a-metropolitan-area-network/

13. CompTIA. (n.d.). *What Is a Local Area Network? LAN Definition, History and Examples*. Retrieved May 03, 2022, from CompTIA: https://www.comptia.org/content/guides/what-is-a-local-area-network

14. Computer Hope. (2017, October 27). *Star topology*. Retrieved January 5, 2022, from Computer Hope: https://www.computerhope.com/jargon/s/startopo.htm

15. DBMS. (n.d.). *https://www.javatpoint.com/types-of-databases*. Retrieved March 22, 2022, from Javatpoint: https://www.javatpoint.com/types-of-databases

16. De Jong, J., & Wennekers, S. (2008). *Intrapreneurship; conceptualizing entrepreneurial employee behaviour.* A report published under the SCALES-initiative (Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs), as part of the 'SMEs and Entrepreneurship program financed by the Netherlands Ministry of Economic Affairs.

17. Dubrin, A. (1994). *Leadership, Research findinfd, practice & skills.* Boston: Houghton Miffin company.

18. Edraw. (n.d.). *MAN Diagram Complete Guide*. Retrieved January 2, 2023, from Edrawsoft: https://www.edrawsoft.com/article/man-network-diagram.html

19. Filion , L. (2008). *Definig the entrpreneur complexity and multi-dimentional systems some reflexions.* HEC Montréal, Chaire d'entrepreneuriat Rogers - J.-A.-Bombardie.

20. Fisher, T. (2022, January 24). *Lifewire*. Retrieved March 16, 2021, from Operating System (OS) Definition & Examples: https://www.lifewire.com/operating-systems-2625912

21. Gavin R, S., Kern, M., Patrick, K., & Richard, M. (2018). Leader autonomy support in the workplace: A meta-analytic review. *Motivation and Emotion, 42*(5), pp. 706–724.

22. GeeksforGeeks. (2021, June 6). *Software and its Types*. Retrieved March 3, 2022, from GeeksforGeeks: https://www.geeksforgeeks.org/software-and-its-types/

23. GeeksforGeeks. (2021, September 13). *Types of Databases*. Retrieved January 12, 2022, from GeeksforGeeks: https://www.mongodb.com/databases/types

24. Gerhard, P. (2002). *Handbook of International Mergers and Acquisitions: Preparation, Implementation, and Integration. Palgrave Macmillan.* London: Palgrave Macmillan.

25. Hadj Slimane, H., & Bendiabdellah, A. (2010). L'enseignement de l'entrepreneuriat : pour un meilleur développement de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants. *Premières journées scientifiques internationales sur l'entreprenariat :entreprenariat : Formation et Opportunités d'affaires.* Biskra: université de Biskra.

26. Havinal, V. (2009). *Management and entrepreneurship.* New Delhi: New Age International.

27. Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

28. Indeed. (2022, June 25). *7 Network Topology Types (Plus Definitions and Key Features)*. Retrieved March 06, 2023, from Indeed: https://www.indeed.com/career-advice/starting-new-job/network-topology-types

29. Khandelwal, S. (2021, June 24). *Wired and Wireless Networking*. Retrieved March 6, 2022, from Geeks For Geeks: https://www.geeksforgeeks.org/wired-and-wireless-networking/

30. Larousse. (n.d.). *Définitions: entrepreneur - Dictionnaire de français Larousse*. Retrieved April 12, 2020, from https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/entrepreneur/30066

31. Lawrence, W. (2021, January 31). *What is Operating System? Explain Types of OS, Features and Examples*. Retrieved February 2022, from Guru99: https://www.guru99.com/operating-system-tutorial.html

32. Le Robert. (2021, August 2). *entrepreneur, définitions, synonymes, conjugaison, exemples*. Retrieved February 11, 2022, from Le Robert Dico en ligne: https://dictionnaire.lerobert.com/definition/entrepreneur

33. Lehaman, A. (2005). *Jump for basic univariate and multivariate statistics: a step by step guide* . Cary: SAS Press.

34. Lewis, W. (2008). *Accessing the WAN,CCNA Exploration Companion Guide.* Indianapolis: Cisco Press.

35. Madhuri, H. (2022, July 13). *Classification of Computer Network on basis of Architecture*. Retrieved January 5, 2023, from Geeks For Geeks: https://www.geeksforgeeks.org/classification-of-computer-network-on-basis-of-architecture/

36. Mitchell, B. (2019, September 18). *Computer Network Topology, Illustrated*. Retrieved February 18, 2022, from Life Wire: https://www.lifewire.com/computer-network-topology-illustrated-4064043

37. MongoDB. (2022, March 25). *Types Of Databases*. Retrieved from MongoDB.: https://www.mongodb.com/databases/types

38. Oracle. (n.d.). *What is database*. Retrieved from Oracle: https://www.oracle.com/database/what-is-database

39. Pedamkar, P. (2022, December 9). *Relational Database*. Retrieved from EDUCBA: https://www.educba.com/relational-database/?source=leftnav

40. Pedamkar, P. (2023, February 27). *Centralized Database*. Retrieved from EDUCBA: https://www.educba.com/centralized-database

41. Peterson, R. (2023, February 25). *What is DBMS (Database Management System)? Application, Types & Example*. Retrieved February 2, 2023, from Guru99: https://www.guru99.com/what-is-dbms.html

42. RF Wireless World. (n.d.). *Wired network vs Wireless network-Difference between Wired and Wireless network types*. Retrieved September 8, 2022, from RF Wireless World: https://www.rfwireless-world.com/Terminology/wired-network-vs-wireless-network.html

43. Rogers, S. (2009). *Entrepreneurial Finance: Finance and Business Strategies for the Serious Entrepreneur* (2nd ed.). New York: y The McGraw-Hill Companies.

44. Rosencrance, L. (2021, March 4). *Software*. Retrieved from App Architecture: https://www.techtarget.com/searchapparchitecture/definition/software

45. Science Teach Computer. (2022, January 17). *Software and Operating Systems | What, Functions & Types*. Retrieved from Teach Computer Science: https://teachcomputerscience.com/software-and-operating-systems/

46. Shalley, J. (2003). *Entrepreneurs of Kerala: A Study on the Socio-psychological Background of the Entrepreneur-managers of Small-scale Industrial Units in Ernakulam District, Kerala.* Delhi: Northen book centre.

47. Shrauger, J. S., & Schohn, M. (1995). elf-confidence in college students: Conceptualization measurement, and behavioral implications. Assessment. *Assessment, 2(3)*, pp. 255-278.

48. Stevenson, L. (1985). The study of entrpreneurship. *Journal of Small Business - Canada*, *2*(4), pp. 40-49.

49. Tawde, S. (2022, September 16). *Types of Database*. Retrieved from EDUCBA: Tawdehttps://www.educba.com/types-of-database/

50. Techtarget. (n.d.). *network topology*. Retrieved March 06, 2022, from Techtarget: https://www.techtarget.com/searchnetworking/definition/network-topology

51. Thompsonn, J., & Bolto, W. (2013). *Entrepreneurs Talent temperament technique* (2nd ed.). Routledge.

52. Wood, E. (2022). *Zero to Mastery in ENTREPRENEURS.* New Delhi: Vayu Education of India.

53. Wyld, H. (1957). *The Universal Dictionary of the English Language* (9th ed.). The Waverley Book Company Ltd.

54. Zimmermann, K., & Emspak , J. (2022, April 8). *Internet history timeline: ARPANET to the World Wide Web*. Retrieved March 17, 2023, from Livescience: https://www.livescience.com/20727-internet-history.html

55. إبراهيم بن محمد العسيري، و عبت الله بن محمد المحيّا. (2011). *التعلم الإلكتروني المفهوم والتطبيق للإدارة المدرسية والمعلمين والطلاب*. الرياض، السعودية: مكتب التربية العربي لدول الخليج.

56. إبراهيم عمر يحياوي. (2016). *تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر*. عمان: دار اليازوري العلمية.

57. ابراهيم محمد حسن عجام. (2007). تقانة المعلومات وإدارة المعرفة وأثرهما في الخيار الاستراتيجي. أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد: الجامعة المستنصرية.

58. أحمد ابراهيم قنديل. (2006). *التدريس بالتكنولوجيا الحديثة*. القاهرة: علم الكتب.

59. أحمد بن عبد الرحمن الشميري، و وفاء بنت ناصر المبيريك. (2019). *ريادة الأعمال*. الرياض: شركة العبيكان للتعليم.

60. أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، و وفاء بنت ناصر المبيريك. (2018). *مبادئ ريادة الأعمال المفاهيم والتطبيقات الأساسية لغير المتخصصين* (الطبعة الثانية). الرياض: شركة العبيكان للتعليم.

61. الطاهر زرهوني. (1994). *التعليم في الجزائر قبل وبعد الاستقلال*. الجزائر: المؤسسة الوطنية لمفنون المطبعية.

62. القانون رقم 05-99. (04 أفريل, 1999). القانون رقم 05-99 المؤرخ في 04 أفريل 1999 والمتعلق بالتعليم العالي.

63. المعاني. (بلا تاريخ). *تعريف و معنى الإبداع*. تاريخ الاسترداد 06 أوت, 2021، من قاموس ومعجم المعاني متعدد اللغات والمجالات: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9/

64. المعاني. (بلا تاريخ). *تعريف و معنى حاجة*. تاريخ الاسترداد 07 أوت, 2021، من قاموس ومعجم المعاني متعدد اللغات والمجالات: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%AD%D8%A7%D8%AC%D8%A9/

65. المعاني. (بلا تاريخ). *تعريف و معنى ريادة في معجم المعاني الجامع – معجم عربي عربي*. تاريخ الاسترداد 22 أوت, 2021، من قاموس ومعجم المعاني متعدد اللغات والمجالات: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9/

66. المعاني. (بلا تاريخ). *تعريف و معنى مَقاوِلٌ في معجم المعاني الجامع – معجم عربي عربي*. تاريخ الاسترداد 1 أوت, 2021، من قاموس ومعجم المعاني متعدد اللغات والمجالات: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%85%D9%8E%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%90%D9%84%D9%8F/

67. المعاني. (بلا تاريخ). *تعريف ومعنى استقلالية*. تاريخ الاسترداد 31 أوت, 2021، من قاموس ومعجم المعاني متعدد اللغات والمجالات: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%82%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A9/

68. المهايرة محمد سلامة. (2005). تكنولوجيا المعلومات ودورها في حل المشكلات باستخدام منهج الفريق دراسة تطبيقية على شركات تكنولوجيا المعلومات (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن.

69. اليمين فالتة، و لطيفة برني. (2010). البرامج التكوينية وأهميتها في تعزيز روح المقاولاتية دراسة إستطلاعية عند طلاب كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر بسكرة. *الملتقى الدولي المقاولاتية:التكوين وفرص الأعمال 06/07/08 /أفريل 2010*.

70. أم السعود إبراهيمي. (2014). ثقافة المبادرة و الإبتكار بين الأسرة و المدرسة (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر 2، بوزريعة، الجزائر.

71. آية اليطقان. (1 ديسمبر, 2022). *دليلك الشامل إلى قواعد البيانات DataBase*. تاريخ الاسترداد 1 مارس, 2023، من أكاديمية حسوب:

72. https://academy.hsoub.com/devops/servers/databases/%D9%82%D9%88%D8%A7%D8%B9%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-database/

73. ايهاب أبو العزم. (2017). *الرخصة الدولية لقيادة الحاسب الآلي ICDL، مفاهيم تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات*. طرابس: دار الحكمة.

74. أيوب صكري، سمير محمد جلاب، و علي شطة. (ديسمبر, 2017). واقع التعليم المقاولاتي في الجزائر الإنجازات والطموحات. *مجلة إقتصاديات المال والأعمال*.

75. أيوب مسيخ. (2017). دور الروح المقاولاتية في ديمومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (المقاولين) في ولاية سكيكدة. جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر.

76. أيوب مسيخ. (2019). الجامعة كحاضنة طبيعية ومرجعية حقيقية لبعث الروح المقاولاتية جامعة طيبة نموذجا. *مجلة البشائر الاقتصادية، 4*(3)، الصفحات 13-28.

77. بسام شيخ العشرة، و حنان ملكية. (2018). *التجارة الالكترونية*. سوريا: منشورات الجامعة الالفتراضية السورية.

78. بلال يخلف السكارنة. (2010). *الريادة وإدارة المنظمات* (الطبعة الثانية). عمان، الأردن: دار المسيرة.

79. بلقاسم زايري. (2020). *منهجية البحث العلمي كيف تكتب بحثا جامعيا ناجحا في العلوم الاقتصادية؟* تلمسان، الجزائر: النشر الجامعي الجديد.

80. جمال الدين ابن منظور. (2003). *لسان العرب*. بيروت: دار الكتب العلمية.

81. حازم خميس أبو سمرة. (2017). دور الخصائص الريادية في تحسين مستوى الأداء المؤسسي دراسة تطبيقية على الجامعات الفمسطينية الخاصة (رسالة ماجستير غير منشورة). أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى، غزة، فلسطين.

82. حذيفة عبد المجيد مازن، و مزهر شعبان العاني. (2015). *التعليم الإلكتروني التفاعلي*. عمان، الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي.

83. حسن عماد مكاوي. (1998). *تكنولوجيا الاتصال الحديثة* (الطبعة الثانية). القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.

84. حسين قانة. (2022). دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير أداء العاملين في الأجهزة الحكومية دراسة على العاملين في الجهاز الإداري بكلية الاقتصاد بجامعة الجزائر (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر 3، الجزائر.

85. حسين وليد حسين عباس، و عبد الناصر علك حافظ. (2014). *نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة*. عمان، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.

86. حليمة خراز. (2019). آليات الدعم والمرافقة للمقاولاتية في الجزائر. *مجلة قانون العمل والتشغيل*.

87. حمزة لفقير. (2017). روح المقاولة وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة حالة مقاولي ولاية برج بوعريريج (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر.

88. حمزة محمد كاظم الجبوري. (2008). أثر تكولوجيا المعلومات في إدارة سلسلة التجهيز (رسالة ماجستير غير منشورة). الكلية التقنية الإدارية، بغداد، العراق.

89. حيدر شاكر البرزنخي، و محمود حسن جمعة. (بلا تاريخ). *تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة منظور إداري تكنولوجي*.

90. خالد العجلوني، و محمد الحمران. (2009). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تنمية التفكير الإبداعي عند طلبة المدارس الاستكشافية في الأردن. *مجلة العلوم التربوية والنفسية، 10*(1).

91. خالد كلبوسي. (25 ديسمبر, 2011). *التعليم والديمقراطية: الإصلاح المنشود . خالد كلبوسي*. تاريخ الاسترداد 21 جويلية, 2022، من أنفاس: https://www.anfasse.org/2010-12-30-16-04-13/2010-12-05-17-19-19/4620-2011-12-25-13-18-27

92. خالد يونس موسى. (2018). واقع تنمية المهارات الريادية لدى خريجي الجامعات الفلسطينية دراسة مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). برنامج الدراسات العليا المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى، غزة، فلسطين.

93. خديجة حالة. (2012). تعريب المدرسة في الجزائر بعد الاستقلال 1962–2008. *الحوار الفكري، 13*(16)، الصفحات 309–331.

94. دليلو فضيل. (2010). *التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال المفهوم، الاستعمالات، الآفاق* (الطبعة الأولى). دار الثقافة للنشر والتوزيع.

95. رابح شرقي. (2010). النمط القيادي للمديرين وعلاقته بدافعية الإنجاز لدى معلمي المرحلة الابتدائية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

96. ربيعة عقباني. (2016). علاقة سمات الشخصية حسب نموذج العوامل الخمسة الكبرى بالذكاء الانفعالي لدى الممرضين بولاية وهران (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد بن أحمد، وهران، الجزائر.

97. رشيد بوحجر. (2020). إشكالية تنمية روح المقاولاتية في الجزائر دراسة ميدانية لعينة من طلاب الجامعات الجزائرية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر 3 كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، الجزائر.

98. رعد مهدي رزوقي، و نبيل رفيق محمد. (2018). *سلسلة التفكير وأنماطه*. بيروت: دار الكتب العلمية.

99. رمضان علي السيد معروف. (2018). *التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى استفادة مصر منها* (الطبعة الثانية). القاهرة: مكتبة جزيرة الورد.

100. رينهارت دوزي. (2011). *تكملة المعاجم العربية*. (محمد سليم النعيمي، المحرر) بيروت، لبنان: الدار العربية للموسوعات.

101. سالم عبد الله الناعبي. (2010). واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعوائق الإستخدام لدى عينة من معلمي ومعلمات مدارس المنطقة الداخلية بسلطنة عمان. *مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة البحرين، 11(3)*، الصفحات 41–74.

102. سعد سلمان المشهداني. (2019). *منهجية البحث العلمي* (الطبعة الأولى). عمان: دار أسامة.

103. سعيد أوكيل. (2017). *ريادة الاعمال أو المقاولاتية مقاربة شاملة وعملية*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

104. سعيد عطا الله. (27 جانفي, 2019). *ما هي شبكة نظير لنظير peer-to-peer*. تاريخ الاسترداد 22 فيفري, 2022، من Arageek: https://www.arageek.com/l/%d9%85%d8%a7-%d9%87%d9%8a-%d8%b4%d8%a8%d9%83%d8%a9-peer-to-peer

105. سمير جمال العيسى. (2014). *إدارة مصادر المعلومات و البيانات*. عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع.

106. سناء عبد الرحمان الخناق. (2009). العلاقة بين مصادر المعرفة وتقانة المعلومات وهندسة المعرفة وأثرها في تحقيق عناصر ومتطلبات استهحداث المنظمة الافتراضية. الجامعة المستنصرية: كلية الادارة والاقتصاد.

107. سيف الدين بومناد، و عكاشة بشير سونساوي. (2019). الرغبة المقاولاتية والإبداع لدى الشباب الجزائري. *مجلة العلوم الغدارسة والمالية، 3*(1)، الصفحات 65-68.

108. شعيب بونوة، و عواطف خلوط. (2011). أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة. *الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية 18 و 19 ماي 2011*. جامعة سعد دحلب، البليدة.

109. شفاء محمد علي حسون العزاوي، و حسين عبد الأمير علي. (2019). الدور الوسيط لتكنولوجيا المعلومات في العلاقة بين التوجه الريادي وعوامل نجاح المشروع بحث استطلاعي تحليلي في شركة الزوراء العامة. *جامعة بغداد كلية الإدارة و الاقتصاد، 25*(112)، الصفحات 108-132.

110. شهدان عادل الغرباوي. (2020). *القيادة الإدارية كوسيلة لتحسين أداء العاملين في المؤسسات الاقتصادية*. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.

111. صلاح الدين طالبي، و بركة الزين. (10 12, 2014). التعليم العالي و البحث العلمي في الجزائر (1962-2014. *المجلة الجزائرية للمالية العامة، المجلد 1*(العدد 4)، الصفحات 151-171.

112. صندرة سايبي. (2014). محاضرات في إنشاء المؤسسة (مطبوعة جامعية). جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري، الجزائر.

113. طارق محمد السويدان، و محمد أكرم العدلوني. (2004). *مبادئ الإبداع* (الطبعة الثالثة). قرطبة للنشر والتوزيع.

114. عادل مجيد عيدان العادلي، و حسين وليد حسين عباس. (2016). *الاقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية*. عمان، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.

115. عامر ابراهيم قنديجلي، و إيمان فاضل السامرائي. (2009). *تكنولجيا المعلومات وتطبيقاتها* (الطبعة الأولى). عمان: الوراق للنشر والتوزيع.

116. عامر ابراهيم قنديلجي، و إيمان فاضل السامرائي. (2002). *تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها* (الطبعة الأولى). مؤسسة الوراق للنشر.

117. عامر خربوطلي. (2018). *ريادة الاعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة*. الجامعة السورية الافتراضية. تم الاسترداد من https://pedia.svuonline.org/

118. عامر عبد اللطيف كاظم. (2017). العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والتسويق الابتكاري وأثرها في ريادة الأعمال دراسة تحليلية مقارنة بين عينة من المصارف الحكومية والخاصة العاملة في بغداد. *مجلة الإدرة والاقتصاد*(112)، الصفحات 47-71.

119. عائشة واله. (2020). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة العلاقة مع الزبون دراسة حالة مؤسسة موبيليس فرع وكالة بودواو (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر 3، الجزائر.

120. عبد الباقي ميساوي. (2020). عوامل تطوير ريادة الاعمال في الجزائر دراسة ميدانية من وجهة نظر مسيري أجهزة الدعم والمرافقة (أطروحة دكتوراه غير منشورة). الجلفة، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر.

121. عبد الحليم محمود السيد. (1977). *الإبداع*. دار المعارف.

122. عبد الحميد محمود سروة. (2019). استخدام استراتيجية التدريس التبادلي لتنمية الإقدام على المخاطرة المحسوبة والاتجاه نحو مادة التربية الفنية لتلاميذ المرحلة الإبتدائية. *مجلة كلية التربية بأسيوط، 35*(7)، الصفحات 1-32.

123. عبد القادر هاملي، و مصطفى حوحو. (2019). إشكالية التعليم المقاولاتي ودوره في خلق النية المقاولاتية دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي. *مجلة البشائر الاقتصادية، 5*(1)، الصفحات 628-644.

124. عبد الكريم بوحفص. (2016). *أسس ومناهج البحث في علم النفس* (الطبعة الثانية). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

125. عبد الله حسن مسلم. (2015). *إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات* (الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار المعتز للنشر والتوزيع.

126. عبد الله ركيبي. (1986). التعليم العالي في الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. *حوليات جامعة الجزائر، 1*(1)، الصفحات 152-164.

127. عبد المحسن إبراهيم الفاتح. (2017). تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الإبداع الإداري في القطاع المصرفي السوداني (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الدراسات العليا والبحث العلمي ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

128. عبدالحميد مصطفى أبو ناعم. (2020). *ريادة الأعمال*. القاهرة، مصر: منظمة الإدارة العربية.

129. عرب ديكت. (بلا تاريخ). *معنى إنجاز في قواميس اللغة العربية*. تاريخ الاسترداد 07 أوت, 2021، من قاموس عرب ديكت: https://www.arabdict.com/ar/%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A/%D8%A5%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%B2

130. عصام سيد أحمد السعيد إبراهيم. (2015). التعليم الريادي مدخل لدعم توجو طلبة الجامعة نحو الريادة والعمل الحر. *مجلة كلية التربية جامعة بور سعيد*(18)، الصفحات 132-177.

131. علاء حاكم ناصر، و سيف علي حكيم. (2017). رؤية مستقبلية للتطوير الإداري لكليات التربية في جامعة بغداد باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. *مجلة كلية التربية الأساسة، 3*(97).

132. علاء عبد الرزاق السالمي. (2009). *تكنولوجيا المعلومات* (الطبعة الثانية). عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

133. علي رحال، و آمال بعيط. (2011). واقع المقاولاتية في الجزائر دراسة تحليلية. *مجلة الاقتصاد الصناعي*(11)، الصفحات 165-188.

134. علي عبد الرحمن صالح. (2014). *المعجم العربي لتحديد المصطلحات النفسية*. عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

135. عمرو علاء الدين زيدان. (2007). *ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية*. الشارقة: ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية.

136. عياش بن الشيخ. (2008). المسؤولية الإجتماعية وعلاقتها بسلوك المخاطرة لدى السائقين دراسة ميدانية على عينة من السائقين بالجزائر العاصمة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

137. فاطمة الزهراء ساكت. (2018). دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير جودة الخدمات في القطاعات العمومية دراسة حالة قطاع التعليم العالي بالجزائر (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس، الجزائر.

138. فاطمة الصيفي، و علياء محمود جراد. (2019). *ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة*. الاسكندرية: كلية التجارة مجمع العلوم الانسانية والاجتماعية.

139. فراس سليمان الشلبي، و مروان محمد النسور. (2012). دور تكنولوجيا المعلومات في التحول نحو مفهوم المنظمات المتعلمة. *مركز البصيرة للبحوث و الاستشارات و الخدمات التعلمية*.

140. فرج عبد القادر طه، محمود السيد أبو النيل، شاكر عطية قنديل، حسين عبد القادر محمد، و مصطفى كامل عبد الفتاح. (بلا تاريخ). *معجم علم النفي والتحليل النفسي* (المجلد الطبعة الأولى). بيروت: دار النهضة العربية.

141. فطيمة سايح. (2017). دور الدافع والمهارات المقاولاتة في تعزيز روح المقاولاتية لدى خريجات الجامعات دراسة مدانة لعنة من طالبات الماستر لجامعة وهران. *مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، 20*(03)، الصفحات 73-93.

142. فهد بن سالم بن سيف المسروري. (2013). درجة توافر كفايات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى معلمي الدراسات الاجتماعية بمرحلة التعليم ما بعد الأساسي بسلطنة عمان (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية التربية جامعة السلطان قابوس، عمان.

143. فوت فرج. (2007). *القياس النفسى* (الطبعة السادسة). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

144. قشقوش إبراهيم، و منصور طلعت. (1979). *فعية الإنجاز و قياسها* (الطبعة الاولى). القاهرة: الأنجلو المصرية.

145. قيس محمد علي، و وليد سالم حموك. (2014). *الدافعية العقلية رؤية جديدة* (الطبعة الأولى). عمان، الأردن: مركز ديبونو لتعليم التفكير.

146. كريم عمامرة. (2019). دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل أداء المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة من مؤسسات القطاع الصناعي في الجزائر (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

147. كمال عبد الحميد زيتوني. (2004). *تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات*. القاهرة: عالم الكتب.

148. كنزة سكر. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترشيد القرارات التجارية في العمليات التجارية درايى على عينة من المؤسسات الجزائرية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر 3، الجزائر.

149. لخضر بن أحمد. (2017). أثر تطبيق تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على تحقيق ريادة منظمات الأعمال الحديثة. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، العدد السادس، 3*(2)، الصفحات 68-82.

150. ليلى سدرة. (2011). أثر كل من الشعور بالكفاءة و الاستقلالية و القدرة على ربط علاقات اجتماعية في الدافعية للتعلم لدى تلاميذ مرحلة التعليم المتوسط (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر 2، الجزائر.

151. مجدي أحمد السيد الجعفري، و وليد ناجي الحيالي. (2016). *الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية*. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.

152. مجدي عوض مبارك. (2010). *الريادة في الأعمال المفاهيم والنماذج والمداخل العلمية*. إربد، الأردن: عالم الكتب الحديث.

153. مجدي عوض مبارك. (2011). *التربية الريادية والتعليم الريادي* (الطبعة الأولى). إربد، الأردن: عالم الكتب الحديث.

154. محمد الجمني. (2010). دراسة حالة عن تونس. تأليف منذر المصري، محمد الجمني، و أبو بكر بدوي، *مشروع مشترك بين اليونسكو ومؤسسة StratREAL البريطانية* (الصفحات 43-62). بيروت: منظمة اليونيسكو للتربة والعلوم والثقافة.

155. محمد الحلو. (1999). *علم النفس التربوي*. غزة: مكتبة الأمل للطباعة والنشر.

156. محمد الديب، و صلاح عبد السميع. (2000). الثقة بالنفس ومستوى التحصيل عند طلاب وطالبات القسم العلمي والأدبي بالمرحلة الثانوية. *مجلة البحوث النفسية والتربوية*(3)، الصفحات 175-231.

157. محمد عبد الوهاب الصيرفي، عصام عطية عبد الفتاح، و رحاب السيد علام. (2020). ريادة الأعمال المفهوم والنشأة والأهمية دراسة تحليلية. *مجلة كلية التربية بكلية التربية، جامعة العريش، 8*(22)، 124-170.

158. محمد عبيدات، محمد أبو نصار، و مقلة مبيضين. (1999). *منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات* (الطبعة الثالثة). عمان: دار وائل للنشر.

159. محمد علام اعتماد، و دينا مفيد على حسن علام. (2019). *ريادة الاعمال والمشروعات الصناعية الصغيرة فى الريف دراسة حالة قرية ريفية*. القاهرة، مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.

160. محمد علي الجودي. (2015). نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

161. محمد محمود أحمد. (2016). *مدخل إلى عالم الشبكات*. عمان، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.

162. محمد ياسر عمرو. (بلا تاريخ). *الثقة بالنفس مفهومها مبادئ غرسها نظريات بنائها سمات الواثقين من أنفسهم اختبارات الثقة بالنفس*.

163. محمود خضر. (2015). *الإعلام والمعلومات والإنترنت*. عمان، الأردن: دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع.

164. محمود علم الدين. (1990). *تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

165. محمود محمد زينة. (2006). درجة ممارسة تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بالإبداع الإداري لدى مديري الثانويات الخاصة بالأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). كل، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن.

166. محي محمد مسعي. (1999). *ظاهرة العولمة الأوهام والحقائق*. مصر: مطبعة ومكتبة الشعاع.

167. مراد زايد. (2010). الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة. *الملتقى الدولي حول المقاولاتية التكوين وفرص الأعمال 06 و 07 و 08 أفريل 2010*. بسكرة: جامعة محمد خيضر.

168. مزهر شعبان العاني. (2016). *الأعمال الإلكترونية منظور إداري- تكنولوجي*. عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

169. مصطفاي فاطمة صافر. (2018). نظام المقاولاتية كآلية لامتصاص البطالة في الجزائر. أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم، جامعة وهران 2017-2018.

170. مصطفى حسين باهي، و أمينة إبراهيم شلبي. (1999). *الدافعية نريات وتطبيقات* (الطبعة الأولى). القاهرة: مركز الكتاب للنشر.

171. مصطفى عشوي. (2010). *مدخل إلى علم النفس المعاصر*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

172. مصطفي يوسف كافي. (2010). *التجارة الإلكترونية*. دمشق، سوريا: دار رسلان.

173. معهد اليونسكو للإحصاء. (أفريل, 2013). تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم في خمس دول عربية تحليل مقارن لدمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والجاهزية الإلكترونية في المدارس في مصر والأردن وعمان وفلسطين وقطر. كويبيك، كندا.

174. مفروم برودي. (2021). المؤسسات الناشئة في الجزائر الواقع والمأمول. *حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 7*(3)، الصفحات 341-356.

175. مفيدة يحياوي. (2008). فاعلية دورات دمج التكنولوجيا في التعليم من حيث اكساب المتدربين الكفايات المتعلقة باستخدام الحاسوب وشبكة المعلومات (الانترنت) وتوافقها مع المناهج المعتمدة في الفترة بين 2006–2011 (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

176. منذر المصري. (2010). دراسة حالة عن الأردن. تأليف منذر المصري، محمد الجمني، و أبو بكر بدوي، *مشروع مشترك بين اليونسكو ومؤسسة StratREAL البريطانية* (الصفحات 17–39). بيروت: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة.

177. موريس أنجرس. (2010). *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (ترجمة بوزيد وآخرون)*. الجزائر: دار القصبة للنشر.

178. نادية دباح. (2012). دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها 2000–2009 (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

179. نجاة شادلي. (2018). قراءات تاريخية في تطور الفكر المقاولاتي. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، *11*(01)، الصفحات 287–300.

180. نجوى أحمد علي معيقل، و حسين محمد سعد الدين الحسيني. (2017). الحاجة للإنجاز لدى الابناء. *المجلة العلمية لمجلة كلية رياض الاطفال*، *4*(1)، الصفحات 436–459.

181. نسرين بن كيح. (2021). أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على تدريب الموارد البشرية في المؤسسة دراسة حالة وزارة التعليم العالي و البحث العلمي (أطروحة دكتوراه غير منشورة). كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير جامعة الجزائر 3، الجزائر.

182. نصيرة معدن. (2022). دور تكنولوجيا التعليم الإلكتروني في ضمان جودة التعليم العالي بالجزائر (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر.

183. نور عبد الله عويض العتيبي. (2015). دراسة تقويمية لمشروع التعليم للريادة من منظور تربوي إسلامي (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة أم القرى، السعودية.

184. هالة محمد حبيب عنبة. (2017). *المشروعات الصغيرة للشباب ما بعد عصر ريادة الأعمال*. القاهرة: مؤسسة الأمير بن فهد للتنمية الإنسانية والمنظمة العربية للتنمية الإدارية.

185. وردة شناقر. (2017). دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية البنوك دراسة تطبيقية لعينة من البنوك الجزائرية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

186. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. (2012). *التعليم العالي والبحث العلمي في بالجزائر 50 سنة في خدمة التنمية*. الجزائر: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

187. وفاء شاكر الحسني، و محمود كاظم محمود التميمي. (2011). الاستقلالية لدى طالبات المرحلة الاعدادية. *مجلة جامعة بابل، 19*(9)، الصفحات 395-426.

188. وفاء شاكر الحسني، و محمود كاظم محمود التميمي. (2011). الاستقلالية لدى طالبات المرحلة الاعدادية. *مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، 19*(3)، الصفحات 395-426.

189. ويكيبيديا. (12 أوت, 2021). *إنترنت*. تاريخ الاسترداد 28 جوان, 2022، من من ويكيبيديا: https://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D oldid=54830916&8%AA

190. ياسر عبد الرحمن خلف. (2017). *تكنولوجيا الإعلام والإتصالات*. عمان: دار الجنادرية للنشر و التوزيع.

191. يوسف عثمان، و عبد الخالق داليا. (2008). معنى الحياة وعلاقته بدافعية الانجاز الأكاديمي و الرضا عن الدراسة لدى طلاب الجامعة. مصر: جامعة الزقازيق مذكرة ماجستير منشورة.

الملاحـق

قائمة الملاحق

الملحق 1: الشبكة الجامعية بالجزائر

الجامعات

ناحية الشرق	ناحية الوسط	ناحية الغرب
1. جامعة جيجل – محمد الصديق بن يحي	1. جامعة البويرة – آكلي محند أولحاج	1. جامعة طاهري محمد بشار
2. جامعة تبسة – العربي التبسي	2. جامعة الجلفة – زيان عاشور	2. جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر
3. جامعة برج بوعريريج – محمد البشير الابراهيمي	3. جامعة غرداية	3. جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة
4. جامعة الطارف – الشاذلي بن جديد	4. جامعة خميس مليانة – الجيلالي بونعامة	4. جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان
5. جامعة خنشلة – عباس لغرور	5. جامعة المدية – يحي فارس	5. جامعة احمد دراية أدرار
6. جامعة أم البواقي – العربي بن مهيدي	6. جامعة الجزائر هواري بومدين للعلوم والتكنولوجيا	6. جامعة بن خلدون تيارت
7. جامعة الوادي – حمة لخضر	7. جامعة بجاية – عبد الرحمان ميرة	7. جامعة جيلالي ليابس سيدي بلعباس
8. جامعة سوق أهراس – محمد الشريف مساعدية	8. جامعة بومرداس – محمد بوقرة	8. جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم
9. جامعة عنابة – باجي مختار	9. جامعة تيزي وزو – مولود معمري	9. جامعة احمد بن بلة وهران 1 السانية
10. جامعة سكيكدة – 20 أوت 1955	10. جامعة الأغواط – عمار ثليجي	10. جامعة محمد بوضياف العلوم والتكنولوجيا– وهران
11. جامعة قالمة – 08 ماي 1945	11. جامعة البليدة 1 – سعد دحلب	11. جامعة وهران 2 محمد بن أحمد المدعو الرائد سي موسى
12. جامعة باتنة 1 – الحاج لخضر	12. جامعة البليدة 2 – لونيسي علي	12. جامعة الشلف – حسيبة بن بوعلي
13. جامعة بسكرة – محمد خيضر	13. جامعة الجزائر1 – بن يوسف بن خدة	13. جامعة تيسمسيلت
14. جامعة المسيلة – محمد بوضياف	14. جامعة الجزائر 2 – أبوالقاسم سعد الله	14. جامعة عين تموشنت
15. جامعة ورقلة – قاصدي مرباح	15. جامعة الجزائر3 ابراهيم سلطان شيبوط	15. جامعة غليزان

16. جامعة قسنطينة للعلوم الإسلامية الأمير عبد القادر	16. جامعة التكوين المتواصل	
17. جامعة سطيف1 – فرحات عباس	17. جامعت تمنغست	
18. جامعة سطيف2 – لمين دباغين		
19. جامعة قسنطينة1 – الإخوة منتوري		
20. جامعة قسنطينة 2 – عبد الحميد مهري		
21. جامعة قسنطينة 3– المجاهد صالح بوبنيدر		
22. جامعة باتنة 2 – مصطفى بن بولعيد		

المدارس

ناحية الشرق	ناحية الوسط	ناحية الغرب
1. المدرسة الوطنية العليا للمناجم والمعادن –المجاهد عمار العسكري	1. المدرسة الوطنية المتعددة التقنيا الجزائر	1. المدرسة الوطنية المتعددة التقنيات بوهران – موريس أودان
2. المدرسة الوطنية المتعددة التقنيات بقسنطينة–المفكر مالك بن نبي	2. المدرسة الوطنية العليا للري– المجاهد عرباوي عبد الله	2. المدرسة العليا للإعلام الآلي بسيدي بلعباس– 08 ماي1945
3. المدرسة الوطنية العليا في البيوتكنولوجيا بقسنطينة – الشهيد توفيق خزندار	3. المدرسة الوطنية العليا للأشغال العمومية – فرانسيس جونسون–	3. المدرسة العليا في علوم التطبيقية بتلمسان سابقا– ق. ت. ع. ت.– تلمسان
4. المدرسة العليا علوم التسير بعنابة سابقا– ق. ت.ع.ا.ت.ع.ت – عنابة	4. المدرسة الوطنية العليا للبيطرة– الشهيد الربيع بوشامة	4. المدرسة العليا لإدارة الأعمال بتلمسان سابقا– ق. ت.ع.ا.ت.ع.ت – تلمسان
5. المدرسة العليا التكنولوجيات الصناعية بعنابة سابقا–ق. ت. ع. ت.– عنابة	5. المدرسة المتعددة العلوم للهندسة المعمارية والعمران –المجاهد حسين آيت أحمد	5. المدرسة العليا للإقتصاد بوهران سابقا– ق. ت.ع.ا.ت.ع.ت – وهران
6. المدرسة العليا المحاسبة والمالية بقسنطينة سابقا– ق. ت.ع.ا.ت.ع.ت – قسنطينة	6. المدرسة الوطنية العليا للفلاحة – المجاهد خالف عبد الله المدعو قاصدي مرباح	6. المدرسة العليا في الهندسة الكهروبائية والطاقوية بوهران سابقا–ق. ت. ع. ت.– وهران

7. المدرسة الوطنية العليا للغابات – خنشلة	7. مدرسة الدراسات العليا التجارية	7. المدرسة العليا في علوم الفلآحة بمستغانم سابقا–ق. ت. ع.ط.ح. – مستغانم
8. المدرسة الوطنية العليا للطاقات المتجددة والبيئة والتنمية المستدامة	8. المدرسة الوطنية العليا للإعلام الآلي	8. المدرسة العليا للعلوم البيولوجية بوهران سابقا–ق. ت. ع.ط.ح. – وهران
	9. المدرسة الوطنية العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي	
	10. المدرسة العليا للتجارة– المجاهد مولود قاسم نايت بلقاسم	
	11. المدرسة الوطنية العليا لعلوم البحر و تهيئة الساحل	
	12. المدرسة الوطنية العليا للمناجمنت	
	13. المدرسة الوطنية العليا للتكنولوجيا	
	14. المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام	
	15. المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	
	16. المدرسة العليا في علوم الغذاء والصناعات الغذائية الفلاحية بالجزائر سابقا– ق. ت. ع.ط.ح –الجزائر	
	17. المدرسة العليا للعلوم التطبيقية – الجزائر سابقا– ق. ت. ع.ت – الجزائر	
	18. المدرسة العليا للتسيير و الاقتصاد الرقمي	
	19. المدرسة العليا في علوم وتكنولوجيات الإعلام الآلي ببجاية	
	20. المدرسة الوطنية العليا للذكاء الاصطناعي	
	21. المدرسة الوطنية العليا للرياضيات	

المدارس العليا للأساتذة

ناحية الشرق	ناحية الوسط	ناحية الغرب
المدرسة العليا للأساتذة الآداب والعلوم الانسانية قسنطينة الكاتبة آسيا جبار	1. المدرسة العليا للأساتذة بوزريعة الشيخ مبارك بن محمد إبراهيمي الميلي الجزائري	1. المدرسة العليا للأساتذة بمستغانم
المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي بسكيكدة	2. المدرسة العليا للأساتذة القبة الشيخ محمد البشير الإبراهيمي	2. المدرسة العليا للأساتذة بوهران
المدرسة العليا للأساتذة سطيف المجاهد مسعود زغار	3. المدرسة العليا للأساتذة بالأغواط – طالب عبد الرحمان	3. المدرسة العليا للأساتذة ببشار
المدرسة العليا للأساتذة بوسعادة المجاهد الفريق احمد قايد صالح		
المدرسة العليا للأساتذة ورقلة		
المدرسة العليا للأساتذة الآداب والعلوم الانسانية قسنطينة الكاتبة آسيا جبار		

المراكز الجامعية

ناحية الشرق	ناحية الوسط	ناحية الغرب
المركز الجامعي لميلة – عبد الحفيظ بوالصوف	المركز الجامعي بتيبازة – عبد الله مرسلي	المركز الجامعي بالنعامة – صالحي أحمد المدعو علي
المركز الجامعي بريكة – أحمد حمودة بن عبد الرزاق المدعو سي الحواس	المركز الجامعي إليزي المقاوم الشيخ آمود بن مختار	المركز الجامعي بالبيض – نور البشير
	المركز الجامعي آفلو	المركز الجامعي بتندوف – المجاهد علي كافي
		المركز الجامعي لمغنية

الملحق 2: قائمة المحكمين لأداة الدراسة

الرقم	اللقب والاسم	الدرجة العلمية	التخصص	مؤسسة الانتماء
01	مهديد فاطمة الزهراء	استاذ محاضر أ	علوم التسيير	جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج
02	بوبكر عميروش	أستاذ محاضر	علوم التسيير	جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج
03	دشاش محمد الصالح	أستاذ	علوم التسيير	جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج
04	براهيمي نادية	أستاذ محاضر أ	علوم التسيير	جامعة محمد بوضياف المسيلة
05	فارس إيمان	أستاذ مساعد أ	اقتصاد كمي	جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج
06	زميت فؤاد	أستاذ محاضر أ	تقنيات كمية للتسيير	جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج
07	سي ناصر هاجر	أستاذ مساعد أ	إدارة الأعمال والتنمية المستدامة	جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج
08	نسيمة عبد الواحد	أستاذ محاضر ب	علوم تجارية	جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج
	بن قايد فاطمة زهرة	أستاذ محاضر أ	العلوم الاقتصادية	جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج

الملحق 3: نتائج دراسة الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة

1. نتائج صدق الاتساق الداخلي

المحور الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

بعد المكونات المادية

Correlations

		المكونات_المادية
1. تتوفر الجامعة التي أدرس بها على العدد الكافي من الحواسيب والأجهزة التكنولوجية لأداء الأعمال المطلوبة منا.	Pearson Correlation	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
2. الأجهزة الموجودة في الجامعة تتميز بالسرعة المناسبة.	Pearson Correlation	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
3. الحواسيب الموجودة في الجامعة كافية لتخزين المعلومات التي نحتاجها.	Pearson Correlation	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
4. الأجهزة الملحقة المتوفرة في الجامعة تناسب احتياجات الطلبة :مثل أجهزة عرض البيانات(الداتاشو)، الطابعات، الماسح الضوئي، كاميرات تصوير...	Pearson Correlation	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
5. تقوم الجامعة بشراء حواسيب وتجهيزات متطورة باستمرار.	Pearson Correlation	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
6. الأجهزة والحواسيب الموجودة في الجامعة قديمة.	Pearson Correlation	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
7. نستعمل الأجهزة اللوحية كوسيلة تعليمية في الجامعة التي ندرس بها(Les tablettes).	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
8. توجد في جامعتنا سبورات ذكية نستعملها في تلقي الدروس.	Pearson Correlation	.540**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	36
9. نستخدم جهاز عرض البيانات في عرض الدروس والبحوث(Data Show)	Pearson Correlation	.544**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد البرمجيات

Correlations

		البرمجيات
10.الجامعة تزودنا ببرامج مناسبة تتلاءم مع احتياجات الطلبة(Des Logiciels).	Pearson Correlation	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
11.توجد برامج لحماية المعلومات في الجامعة).مضاد الفيروسات.(Anti-Virus	Pearson Correlation	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
12. تقوم الجامعة بتحديث البرامج المستخدمة باستمرار.	Pearson Correlation	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
13. توفر الجامعة تطبيقات خاصة بها للهاتف الذكي	Pearson Correlation	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
14. البرمجيات المتوفرة في الجامعة مفعلة بطرق غير قانونية) مقرصنة Piraté ou Cracké).	Pearson Correlation	.478**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	36
15. يتم عرض البحوث الجامعية والدروس بواسطة برامج أكثر تطورا من.PowerPoint	Pearson Correlation	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
16. يتم استعمال البرامج المكتبية في الجامعة بكفاءة عالية ,Word, Excel PowerPoint..	Pearson Correlation	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد الشبكات

Correlations

		الشبكات
17. شبكة الإنترنت موجودة في كامل محيط الجامعة.	Pearson Correlation	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
18. تمتلك الجامعة شبكة داخلية خاصة بها.(Intranet)	Pearson Correlation	.530**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	36
19. شبكة الإنترنت الموجودة في الجامعة تتميز بالسرعة المناسبة للعمل والبحث.	Pearson Correlation	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
20. تملك الجامعة حسابات نشطة على مواقع التواصل الاجتماعي.	Pearson Correlation	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36

21. تحرص الجامعة على توفير أمن الشبكات وحمايتها من الاختراق.	Pearson Correlation	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
22. نواجه صعوبات في الاتصال بالإنترنت داخل الجامعة.	Pearson Correlation	.589**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
23. تستعمل الجامعة البريد الالكتروني للتواصل مع الطلبة.	Pearson Correlation	.409*
	Sig. (2-tailed)	.013
	N	36
24. تستعمل الجامعة وسائط التواصل الاجتماعي للتواصل مع الطلبة.	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
25. تستعمل الجامعة شبكة الإنترنت في التعليم عن بعد بشكل جيد.	Pearson Correlation	.530**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	36
26. الموقع الالكتروني للجامعة يقدم خدمات مفيدة للطلبة.	Pearson Correlation	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد الموارد البشرية

Correlations

		الموارد_البشرية
27. يوجد عمال مختصون في تسيير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة.	Pearson Correlation	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
28. يتم تقديم إرشادات للطلبة عن كيفية استعمال أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة.	Pearson Correlation	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
29. تهتم الجامعة بتوظيف أفراد مختصين في مجال التكنولوجيا.	Pearson Correlation	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
يوجد بالجامعة إطارات) أساتذة، موظفون (30. ذوو كفاءة عالية في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.	Pearson Correlation	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
31. يمكننا التواصل مع المسؤول عن الأجهزة والشبكات في الجامعة بشكل مباشر.	Pearson Correlation	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
32. يساعدنا المكلفون بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في أي استفسار متعلق بها.	Pearson Correlation	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
33. يقوم عمال الجامعة بصيانة أي خلل في الحواسيب والشبكات في الجامعة.	Pearson Correlation	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

المحور الثاني: روح المقاولاتية

بعد الحاجة للإنجاز

Correlations

		الحاجة_للإنجاز
1. تقل حاجتي للراحة عندما أكون مهتما بعمل معين.	Pearson Correlation	.445**
	Sig. (2-tailed)	.006
	N	36
2. عندما تواجهني أي مشكلة فإنني أستمر بالعمل إلى أن أقوم بحلها.	Pearson Correlation	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
3. أتأخر في إنجاز الأعمال المطلوبة مني.	Pearson Correlation	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
4. لدي الاستعداد الكامل لتقديم التضحيات مقابل ما سأحصل عليه من عوائد مستقبلية.	Pearson Correlation	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
5. ينتابني الشعور بالفرح عند إنجاز الأعمال المطلوبة في الوقت المحدد.	Pearson Correlation	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
6. أنجز أعمالي قبل أن يطلب مني ذلك.	Pearson Correlation	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد الثقة بالنفس

Correlations

		بالنفس_الثقة
7. أعتقد أنني أمتلك كل القدرات لتحقيق ما أريد.	Pearson Correlation	.599**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
8. أوقن بأنني سأنجح في أي عمل جديد أقوم به.	Pearson Correlation	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
9. لدي صعوبة في الدفاع عن أفكاري بالحجة والبرهان.	Pearson Correlation	.550**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	36
10. يصعب التثبيط من عزيمتي.	Pearson Correlation	.352*

	Sig. (2-tailed)	.035
	N	36
11. أصر دائما على مواجهة العقبات.	Pearson Correlation	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
12. لدي الاستعداد العميق لاستعادة ما فقدته بمفردي.	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد الإبداع والابتكار

Correlations

		الإبداع والابتكار
13. أسعى دوما إلى تبني أساليب جديدة في حياتي.	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
14. استفيد من التطورات العلمية كلما كان ذلك ممكنا لي.	Pearson Correlation	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
15. أتجنب القواعد التي تحد من التغيير.	Pearson Correlation	.523**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	35
16. أعتقد أنه يمكنني أن أقدم شيئا جديدا للمجتمع.	Pearson Correlation	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
17. أناقش أفكاري مع الآخرين بشكل مستمر.	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
18. لدي الرغبة في الخروج عن المألوف والإتيان بالجديد.	Pearson Correlation	.775
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد الاستقلالية

Correlations

19. أفضل القيام بعملي لوحدي دون الاعتماد على غيري.	Pearson Correlation	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
20. أفضل أن أكون أنا الرئيس في العمل.	Pearson Correlation	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	36
21. أتمتع بحرية اتخاذ القرار في تحديد طريقة أداء عملي.	Pearson Correlation	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
22. نتائج العمل تكون دائماً أفضل عندما تكون تحت إشرافي الشخصي.	Pearson Correlation	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
23. أستثمر وقت العمل فيما أحب وبالطريقة التي تناسبني.	Pearson Correlation	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
24. أحتاج إلى الآخرين في تدبر أموري.	Pearson Correlation	.488**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد تحمل المسؤولية

Correlations

		تحمل_المسؤولية
25. أقوم بتقدير فرص النجاح أو الفشل قبل أن أقوم بفعل أي شيء.	Pearson Correlation	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
26. أشعر أنني أتصرف بعشوائية.	Pearson Correlation	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
27. أعرف ما ذا أفعل عندما أتعرض للفشل.	Pearson Correlation	.504**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	36
28. أتحمل مسؤولية قراراتي مهما كانت النتيجة.	Pearson Correlation	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
29. أرى أن الآخرين هم السبب في الكثير من قرارتي الخاطئة.	Pearson Correlation	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
30. أنا مستعد لتقديم المزيد من الجهد والوقت للوصول إلى هدفي.	Pearson Correlation	.459**
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد المخاطرة

Correlations

	المخاطرة

31. أعتقد أن أعظم المكاسب تكون عند المخاطرة.	Pearson Correlation	.485**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	36
32. مستعد للمخاطرة برأس مالي إذا كان الربح غير مضمون	Pearson Correlation	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
33. أنفذ الأعمال التي يعتبرها الآخرون خطيرة.	Pearson Correlation	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
34. أرغب بتحقيق الأهداف الصعبة رغم وجود الخطر.	Pearson Correlation	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
35. أؤمن بضرورة مواجهة تغيرات البيئة الفجائية.	Pearson Correlation	.239
	Sig. (2-tailed)	.160
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

بعد روح المبادرة

Correlations

		روح_المبادرة
36. أفضل أن أكون سباقًا في الحديث مع الآخرين.	Pearson Correlation	.532**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	36
37. أسارع نحو الاستفادة من التطورات العلمية والاختراعات.	Pearson Correlation	.379*
	Sig. (2-tailed)	.023
	N	36
38. أمتلك القدرة على تقديم مبادرات فردية.	Pearson Correlation	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
39. أبادر لبناء علاقات جيدة مع الناس الذين أتعرف عليهم.	Pearson Correlation	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36
40. تضيع مني الكثير من الفرص بسبب تماطلي في اقتناصها.	Pearson Correlation	.376*
	Sig. (2-tailed)	.024
	N	36
41. أسعى نحو استثمار الفرص الجديدة في حياتي.	Pearson Correlation	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. معامل الثبات: ألفا كرومباخ

المحور الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	36	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	36	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	33

المحور الثاني: روح المقاولاتية

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	36	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	36	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	41

الملحق 4: الاستبانة النهائية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد البشير الإبراهيمي– برج بوعريريج–
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

University Of Mohamed El Bachir El Ibrahimi Bordj Bou Arreridj
Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences
Department of Management Sciences

أخي الفاضل، أختي الفاضلة. السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

بين يديك استبانة تم تصميمها من أجل إنجاز بحث علمي ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه، بعنوان **"دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة"**، لذا أرجوا منك التكرم بملء الاستبانة بدقة وموضوعية لما لهذا الأمر من أهمية في إنجاز الدراسة، وأؤكد أن إجابتك سوف تحاط بالسرية التامة، وتستعمل لأغراض البحث العلمي فقط.

الطالب: عبد الغني صالحي **إشراف:** د. أحمد بن قطاف.

يمكنك الإجابة على الاستبانة بشكل إلكتروني من خلال رمز الاستجابة السريع QR Code التالي:

معلومات شخصية

1. **الجنس:** ذكر ☐ أنثى ☐
2. **السن:**

أقل من 20 سنة ☐ من 20 إلى أقل من 25 سنة ☐ 25 إلى أقل من 30 سنة ☐ أكثر من 30 سنة ☐

3. **الطور الدراسي (مسار التكوين)**

ليسانس ☐ ماستر ☐ توراه ☐ أستاذ (ابتدائي، متوسط، ثانوي) ☐

علوم طبية وبيطرة ☐ مدرسة التحضيرية ☐ مهندس/مهندس دولة ☐

4. ميدان التكوين:

علوم وتكنولوجيا ☐ علوم المادة ☐

رياضيات وإعلام آلي ☐ علوم اقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ☐

علوم الأرض والكون ☐ هندسة معمارية، عمران ومهن المدينة ☐

حقوق وعلوم سياسية ☐ لغة وأدب عربي ☐

آداب ولغات أجنبية ☐ علوم إنسانية واجتماعية ☐

علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ☐ فنون ☐

لغة وثقافة أمازيغية ☐ علوم طبية علوم البيطرة ☐

5. اسم الجامعة / المركز الجامعي / المدرسة العليا / المدرسة العليا للأساتذة:

.....

6. هل شاركت في الدورات التي تقدمها دار المقاولاتية في الجامعة؟ نعم ☐ لا ☐

7. ما طبيعة عملك خارج الجامعة؟

عمل حر ☐ موظف ☐ لدى القطاع الخاص ☐ لا أ☐

المحور الأول: استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطالب:

1. ما هي الأجهزة التكنولوجية التي تملكها؟

حاسوب مكتبي (ثابت) ☐

حاسوب محمول ☐

هاتف ذكي ☐

جهاز لوحي **(Tablet)** ☐

2. ما هو معدل استخدامك للحاسوب في اليوم؟

أقل من ساعة ☐

من 1 سا إلى أقل من ساعتين ☐

من 2 سا إلى أقل من 4 ساعات ☐

من 4 سا إلى أقل من 6 ساعات ☐

أكثر من 6 ساعات ☐

3. ما هو معدل استخدامك للانترنت في اليوم؟

أقل من ساعة ☐

من 1 سا إلى أقل من ساعتين ☐

من 2 سا إلى أقل من 4 ساعات ☐

من 4 سا إلى أقل من 6 ساعات ☐

من 6 سا إلى أقل من 8 ساعات ☐

من 8 سا إلى أقل من 10 ساعات ☐

أكثر من 10 ساعات ☐

4. ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟

المجال	درجة الاستعمال			
	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
الدراسة الجامعية				
استعمال مواقع التواصل الاجتماعي				
الألعاب الإلكترونية				
تمضية الوقت				
مشاهدة الأفلام				
العمل عبر الإنترنت				
التعلم الذاتي				
الشراء من الإنترنت				
مشاهدة الفيديوهات القصيرة في حدود دقيقة (Reels)				
مشاهدة الفيديوهات الطويلة أكثر من 10 دقائق				

5. ما درجة استخدامك للمو اقع أو التطبيقات التالية:

المجال	درجة الاستعمال			
	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
فيسبوك				
يوتيوب				
تويتر				
انستاغرام				
فايبر				
تيك توك				
واتس أب				

المجال	درجة الاستعمال			
	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
تيليغرام				
سناب شات				
لينكد إن				

6. كيف تقيم درجة تحكمك في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال (من 1 إلى 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

المحور الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة

الإجابة تكون بوضع علامة X أمام العبارة التي تعبر عن درجة موافقتك للعبارة.

الأبعاد	العبـــــارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المكونات المادية	1) تتوفر الجامعة على العدد الكافي من الحواسيب والأجهزة التكنولوجية لأداء الأعمال المطلوبة منا.					
	2) الأجهزة الموجودة في الجامعة تتميز بالسرعة المناسبة.					
	3) الحواسيب الموجودة في الجامعة كافية لتخزين المعلومات التي نحتاجها.					
	4) الأجهزة الملحقة في الجامعة تناسب احتياجات الطلبة (أجهزة عرض البيانات (DataShow)، الطابعات، الماسح الضوئي...).					
	5) تقوم الجامعة بشراء حواسيب وتجهيزات متطورة باستمرار.					
	6) الأجهزة والحواسيب الموجودة في الجامعة قديمة					
	7) نستعمل الأجهزة اللوحية (Les tablettes) كوسيلة تعليمية في الجامعة التي ندرس بها.					
	8) توجد في جامعتنا سبورات ذكية نستعملها في تلقي الدروس.					
	9) نستخدم جهاز عرض البيانات (Data Show) في الدروس والبحوث.					
المكونات البرمجية	10) الجامعة تزودنا ببرمجيات (Des Logiciels) مناسبة تتلاءم مع احتياجات الطلبة من مختلف التخصصات.					
	11)توجد برامج لحماية المعلومات في الجامعة (مضاد الفيروسات -Anti Virus).					
	12) تقوم الجامعة بتحديث البرمجيات المستخدمة باستمرار					
	13) توفر الجامعة تطبيقات خاصة بها للهاتف الذكي.					

الأبعاد	العبـــــارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	14) البرمجيات المتوفرة مفعلة بطرق غير قانونية (مقرصنة Piraté ou Cracké).					
	15) يتم عرض البحوث الجامعية والدروس بواسطة برامج أكثر تطورا من PowerPoint					
	16) يتم استعمال البرامج المكتبية في الجامعة بكفاءة عالية Word, Excel, PowerPoint..					
الشبكات	17) شبكة الإنترنت موجودة في كامل محيط الجامعة.					
	18) تمتلك الجامعة شبكة داخلية خاصة بها (Intranet).					
	19) شبكة الإنترنت الموجودة تتميز بالسرعة المناسبة للعمل والبحث.					
	20)تملك الجامعة حسابات نشطة على مواقع التواصل الاجتماعي.					
	21)تحرص الجامعة على توفير أمن الشبكات وحمايتها من الاختراق.					
	22)نواجه صعوبات أثناء الاتصال بالإنترنت في الجامعة.					
	23)تستعمل الجامعة البريد الالكتروني للتواصل مع الطلبة.					
	24)تستعمل الجامعة وسائط التواصل الاجتماعي للتواصل مع الطلبة.					
	25)تستعمل الجامعة شبكة الإنترنت في التعليم عن بعد بشكل جيد.					
	26)الموقع الالكتروني للجامعة يقدم خدمات مفيدة للطلبة.					
الموارد البشرية	27)يوجد عمال مختصون في تسيير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة.					
	28) يتم تقديم إرشادات للطلبة عن كيفية استعمال أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة.					
	29) تهتم الجامعة بتوظيف أفراد مختصصين في مجال التكنولوجيا.					
	30)يوجد بالجامعة إطارات (أساتذة، موظفون..) ذوو كفاءة عالية في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.					
	31)يمكننا التواصل مع المسؤول عن الأجهزة والشبكات في الجامعة بشكل مباشر.					
	32)يساعدنا المكلفون بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في أي استفسار متعلق بها.					
	33)يقوم عمال الجامعة بصيانة أي خلل في الحواسيب والشبكات في الجامعة.					

المحور الثالث: روح المقاولاتية لدى الطلبة

البعد	العبـــارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.الحاجة للإنجاز	1) تقل حاجتي للراحة عندما أكون مهتما بعمل معين.					
	2) عندما تواجهني أي مشكلة فإنني أستمر بالعمل إلى أن أقوم بحلها.					
	3) أتأخر في إنجاز الأعمال المطلوبة مني.					
	4) لدي الاستعداد الكامل لتقديم التضحيات مقابل ما سأحصل عليه من عوائد مستقبلية.					
	5) ينتابني الشعور بالفرح عند إنجاز الأعمال المطلوبة في الوقت المحدد.					
	6) أنجز أعمالي قبل أن يطلب مني ذلك.					
2.الثقة بالنفس	7) أعتقد أنني أمتلك كل ال قدرات لتحقيق كل ما أريد.					
	8) أوقن بأنني سأنجح في أي عمل جديد أقوم به.					
	9) لدي مشكل في الدفاع عن أفكاري بالحجة والبرهان.					
	10) يصعب التثبيط من عزيمتي.					
	11) أصر دائما على مواجهة العقبات.					
	12) لدي الاستعداد الكامل لاستعادة ما فقدته في العمل بمفردي.					
3.الإبداع والابتكار	13) أسعى دوما إلى تبني أساليب جديدة في حياتي					
	14) استفيد من التطورات العلمية كلما كان ذلك ممكنا لي.					
	15) أتجنب القواعد التي تحد من التغيير.					
	16) أعتقد أنه يمكنني أن أقدم شيئا جديدا للمجتمع.					
	17) أناقش أفكاري مع الآخرين بشكل مستمر.					
	18) لدي الرغبة في الخروج عن المألوف والإتيان بالجديد.					
4.الاستقلالية	19) أفضل القيام بعملي لوحدي دون الاعتماد على غيري.					
	20) أفضل أن أكون أنا الرئيس في العمل.					
	21) أتمتع بحرية اتخاذ القرار في تحديد طريقة أداء عملي.					
	22) نتائج العمل تكون دائماً أفضل عندما تكون تحت إشرافي الشخصي.					
	23) أستثمر وقت العمل فيما أحب وبالطريقة التي تناسبني.					
	24) احتاج إلى الآخرين في تدبر أموري.					
5	25) أقوم بتقدير فرص النجاح أو الفشل قبل أن أقرر فعل شيء.					

البعد	العبـــارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	26) أشعر أنني أتصرف بعشوائية.					
	27) أعرف ماذا أفعل عندما أتعرض للفشل.					
	28) أتحمل المسؤولية عن قراراتي مهما كانت النتائج.					
	29) أرى أن الآخرين هم السبب في قرارتي الخاطئة.					
	30) أنا مستعد لتقديم المزيد من الوقت والجهد للوصول إلى هدفي.					
6.المخاطرة	31) أعتقد أن أعظم المكاسب تكمن خلف المخاطرة.					
	32) مستعد للمخاطرة برأس مالي إذا كان الربح غير مضمون.					
	33) أنفذ الأعمال التي قد يعتبرها الآخرون خطيرة.					
	34) أرغب بتحقيق الأهداف الصعبة رغم وجود الخطر.					
	35) أؤمن بضرورة مواجهة تغيرات البيئة الفجائية.					
7.روح المبادرة	36) أفضل أن أكون سباقًا في الحديث مع الآخرين.					
	37) أسارع نحو الاستفادة من التطورات العلمية والاختراعات.					
	38) أمتلك القدرة على تقديم مبادرات فردية.					
	39) أبادر لبناء علاقات جيدة مع الناس الذين أتعرف عليهم.					
	40) تضيع مني الكثير من الفرص بسبب تماطلي في اقتناصها.					
	41) أسعى نحو استثمار الفرص الجديدة في حياتي.					

شكرا لك على حسن تعاونك

الملحق 5: نتائج الدراسة الميدانية (مخرجات برنامج Spss)

1.5. المؤسسات الجامعية التي شملتها الدراسة

5.المؤسسة الجامعية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	01.جامعة احمد دراية أدرار	4	.6	.6	.6
	02.جامعة الشلف - حسيبة بن بوعلي	43	6.8	6.8	7.5
	03.جامعة الأغواط - عمار ثليجي	8	1.3	1.3	8.7
	04.جامعة أم البواقي - العربي بن مهيدي	8	1.3	1.3	10.0
	05.جامعة باتنة - 1 الحاج لخضر	13	2.1	2.1	12.1
	05.جامعة باتنة - 2 مصطفى بن بولعيد	10	1.6	1.6	13.7
	06.جامعة بجاية - عبد الرحمان ميرة	7	1.1	1.1	14.8
	07.جامعة بسكرة - محمد خيضر	21	3.3	3.3	18.1
	08.جامعة طاهري محمد بشار	5	.8	.8	18.9
	09.جامعة البليدة - 1 سعد دحلب	7	1.1	1.1	20.0
	09.جامعة البليدة - 2 لونيسي علي	14	2.2	2.2	22.3
	10.جامعة البويرة - آكلي محند أولحاج	33	5.2	5.2	27.5
	11.جامعت تمنغست	3	.5	.5	28.0
	12.جامعة تبسة - العربي التبسي	14	2.2	2.2	30.2
	13.جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان	14	2.2	2.2	32.4
	14.جامعة بن خلدون تيارت	7	1.1	1.1	33.5
	15.جامعة تيزي وزو - مولود معمري	3	.5	.5	34.0
	16.جامعة الجزائر هواري بومدين للعلوم والتكنولوجيا	8	1.3	1.3	35.3
	16.جامعة الجزائر - 1بن يوسف بن خدة	11	1.7	1.7	37.0
	16.جامعة الجزائر - 2 أبوالقاسم سعد الله	14	2.2	2.2	39.3
	16.جامعة الجزائر 3ابراهيم سلطان شيبوط	19	3.0	3.0	42.3
	16.جامعة التكوين المتواصل	15	2.4	2.4	44.7
	17.جامعة الجلفة - زيان عاشور	23	3.7	3.7	48.3
	18.جامعة جيجل - محمد الصديق بن يحي	6	1.0	1.0	49.3
	19.جامعة سطيف - 1فرحات عباس	12	1.9	1.9	51.2
	19.جامعة سطيف - 2لمين دباغين	11	1.7	1.7	52.9
	20.جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة	3	.5	.5	53.4
	21.جامعة سكيكدة 20 - أوت1955	38	6.0	6.0	59.5
	22.جامعة جيلالي ليابس سيدي بلعباس	4	.6	.6	60.1
	23.جامعة عنابة - باجي مختار	10	1.6	1.6	61.7
	24.جامعة قالمة 08 - ماي1945	7	1.1	1.1	62.8
	25.جامعة قسنطينة للعلوم الإسلامية الأمير عبد القادر	2	.3	.3	63.1
	25.جامعة قسنطينة - 1الإخوة منتوري	13	2.1	2.1	65.2
	25.جامعة قسنطينة - 2 عبد الحميد مهري	10	1.6	1.6	66.8

.25جامعة قسنطينة -3 المجاهد صالح بوبنيدر	3	.5	.5	67.2
.26جامعة المدية - يحي فارس	30	4.8	4.8	72.0
.27جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم	4	.6	.6	72.7
.28جامعة المسيلة - محمد بوضياف	16	2.5	2.5	75.2
.29جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر	7	1.1	1.1	76.3
.30جامعة ورقلة - قاصدي مرباح	9	1.4	1.4	77.7
.31جامعة محمد بوضياف العلوم والتكنولوجيا -وهران	5	.8	.8	78.5
.31جامعة أحمد بن بلة وهران 1 السانية	3	.5	.5	79.0
.31جامعة وهران 2 محمد بن أحمد المدعو الرائد سى موسى	5	.8	.8	79.8
.34جامعة برج بوعريريج - محمد البشير الابراهيمى	17	2.7	2.7	82.5
.35جامعة بومرداس - محمد بوقرة	7	1.1	1.1	83.6
.38جامعة تيسمسيلت	7	1.1	1.1	84.7
.39جامعة الوادي - حمة لخضر	5	.8	.8	85.5
.40جامعة خنشلة - عباس لغرور	3	.5	.5	86.0
.41جامعة سوق أهراس - محمد الشريف مساعدية	6	1.0	1.0	87.0
.44جامعة خميس مليانة - الجيلالي بونعامة	11	1.7	1.7	88.7
.46جامعة عين تموشنت	4	.6	.6	89.3
.47جامعة غرداية	3	.5	.5	89.8
.48جامعة غليزان	18	2.9	2.9	92.7
.2المدرسة الوطنية المتعددة التقنيات الجزائر	1	.2	.2	92.8
.10المدرسة العليا علوم التسير بعنابة سابقا -ق . ت.ع.ا.ت.ع.ت – عنابة	1	.2	.2	93.0
.16المدرسة العليا المحاسبة والمالية بقسنطينة سابقا -ق . ت.ع.ا.ت.ع.ت – قسنطينة	1	.2	.2	93.2
.17المدرسة الوطنية العليا للفلاحة- المجاهد خالف عبد الله المدعو قاصدي مرباح	1	.2	.2	93.3
.26المدرسة العليا للتجارة -المجاهد مولود قاسم نايت بلقاسم	4	.6	.6	94.0
.28المدرسة الوطنية العليا للمناجمنت	2	.3	.3	94.3
.29المدرسة الوطنية العليا للتكنولوجيا	1	.2	.2	94.4
.31المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	1	.2	.2	94.6
.33المدرسة العليا للعلوم التطبيقية - الجزائر سابقا -ق .ت . ع.ت- الجزائر	1	.2	.2	94.8
.34المدرسة العليا للتسيير و الاقتصاد الرقمي	1	.2	.2	94.9
.1المدرسة العليا للأساتذة الآداب والعلوم الانسانية قسنطينة الكاتبة آسيا جبار	1	.2	.2	95.1
.2المدرسة العليا للأساتذة بوزريعة الشيخ مبارك بن محمد إبراهيمي الميلي الجزائري	7	1.1	1.1	96.2
.3المدرسة العليا للأساتذة بمستغانم	1	.2	.2	96.3
.5المدرسة العليا للأساتذة القبة الشيخ محمد البشير الإبراهيمي	3	.5	.5	96.8
.6المدرسة العليا للأساتذة بوهران	1	.2	.2	97.0

.8المدرسة العليا للأساتذة بالأغواط - طالب عبد الرحمان	8	1.3	1.3	98.3
.11المدرسة العليا للأساتذة ورقلة	1	.2	.2	98.4
.1المركز الجامعي لميلة - عبد الحفيظ بوالصوف	3	.5	.5	98.9
.5المركز الجامعي إليزي المقاوم الشيخ آمود بن مختار	1	.2	.2	99.0
.6المركز الجامعي بالبيض - نور البشير	2	.3	.3	99.4
.7المركز الجامعي آفلو	1	.2	.2	99.5
.9المركز الجامعي لمغنية	3	.5	.5	100.0
Total	629	100.0	100.0	

2.5. التحليل الإحصائي المتعلق بالمتغيرات الشخصية لعينة الدراسة

1.2.5. متغير الجنس

Tests of Normality

	.1الجنس	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المحور 3 روح المقاولاتية	أنثى	.044	399	.062	.980	399	.000
	ذكر	.047	230	.200*	.996	230	.824

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Two-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Test Statistics[a]

		روح 3 المحور المقاولاتية
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.043
	Negative	-.021
Kolmogorov-Smirnov Z		.517
Asymp. Sig. (2-tailed)		.952

a. Grouping Variable: 1. الجنس

Ranks

	.1الجنس	N	Mean Rank	Sum of Ranks
المحور 3 روح المقاولاتية	أنثى	399	312.91	124852.50
	ذكر	230	318.62	73282.50
	Total	629		

Test Statistics[a]

	المحور 3 روح المقاولاتية
Mann-Whitney U	45052.500
Wilcoxon W	124852.500
Z	-.379
Asymp. Sig. (2-tailed)	.704

a. Grouping Variable: 1. الجنس

2.2.5. متغير السن

Tests of Normality

	.2السن	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المحور 3 روح المقاولاتية	أقل من 20 سنة	.090	21	.200*	.973	21	.804
	من 20 إلى أقل من 25 سنة	.063	225	.029	.973	225	.000
	من 25 إلى أقل من 30 سنة	.070	160	.050	.990	160	.301
	أكثر من 30 سنة	.048	223	.200*	.994	223	.487

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	.2السن	N	Mean Rank
المحور 3 روح المقاولاتية	أقل من 20 سنة	21	301.60
	من 20 إلى أقل من 25 سنة	225	296.19
	من 25 إلى أقل من 30 سنة	160	324.28
	أكثر من 30 سنة	223	328.59
	Total	629	

Test Statistics[a,b]

	المحور 3 روح المقاولاتية
Chi-Square	4.192
df	3
Asymp. Sig.	.241

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: 2. السن

3.2.5. الطور

Tests of Normality

	.4ميدان التكوين :إلى أي ميدان ينتمي تخصصك الجامعي الحالي؟	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المحور 3 روح المقاولاتية	علوم وتكنولوجيا	.092	53	.200*	.986	53	.781
	علوم المادة	.209	9	.200*	.928	9	.466
	رياضيات وإعلام آلي	.144	18	.200*	.970	18	.796
	علوم اقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية	.043	275	.200*	.993	275	.244
	علوم الأرض والكون	.101	28	.200*	.966	28	.481
	هندسة معمارية وعمران ومهن المدينة	.116	8	.200*	.972	8	.917
	حقوق وعلوم سياسية	.085	49	.200*	.986	49	.809
	لغة وأدب عربي	.110	20	.200*	.967	20	.697
	آداب ولغات أجنبية	.082	36	.200*	.979	36	.711
	علوم إنسانية واجتماعية	.096	124	.007	.930	124	.000
	علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	.253	3	.	.964	3	.637
	فنون	.260	2	.			
	علوم طبية وعلوم البيطرة	.197	4	.	.989	4	.951

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Ranks

	.4ميدان التكوين :إلى أي ميدان ينتمي تخصصك الجامعي الحالي؟	N	Mean Rank
المحور 3 روح المقاولاتية	علوم وتكنولوجيا	53	300.44
	علوم المادة	9	250.56
	رياضيات وإعلام آلي	18	277.67
	علوم اقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية	275	304.09
	علوم الأرض والكون	28	365.71
	هندسة معمارية وعمران ومهن المدينة	8	296.69
	حقوق وعلوم سياسية	49	379.91
	لغة وأدب عربي	20	343.83
	آداب ولغات أجنبية	36	291.99
	علوم إنسانية واجتماعية	124	326.23
	علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	3	349.67
	فنون	2	88.50
	علوم طبية وعلوم البيطرة	4	259.88

Total	629	

Test Statistics[a,b]

	المحور 3 روح المقاولاتية
Chi-Square	16.884
df	12
Asymp. Sig.	.154

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: 4. ميدان التكوين :إلى أي ميدان ينتمي تخصصك الجامعي الحالي؟

4.2.5. الطور الدراسي

Tests of Normality

	3. الطور الدراسي (التكوين مسار)	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المقاولاتية روح 3 المحور	ليسانس	.066	112	.200*	.989	112	.473
	ماستر	.056	285	.030	.968	285	.000
	دكتوراه	.040	193	.200*	.993	193	.545
	(ثانوي متوسط، ابتدائي،) أستاذ ملمح	.144	22	.200*	.943	22	.225
	وبيطرة طبية علوم	.262	3	.	.957	3	.600
	تحضيرية مدرسة	.260	2	.			
	دولة مهندس / مهندس	.159	12	.200*	.912	12	.224

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	3.الطور الدراسي) مسار التكوين(	N	Mean Rank
المحور 3 روح المقاولاتية	ليسانس	112	311.91
	ماستر	285	323.68
	دكتوراه	193	305.73
	ملمح أستاذ) ابتدائي، متوسط، ثانوي(	22	324.07
	علوم طبية وبيطرة	3	171.83
	مدرسة تحضيرية	2	353.00
	مهندس / مهندس دولة	12	299.71
	Total	629	

Test Statistics[a,b]

	روح 3 المحور المقاولاتية
Chi-Square	3.275
df	6
Asymp. Sig.	.774

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: 3. الطور (التكوين مسار) الدراسي

5.2.5. المشاركة في دار المقاولاتية

Tests of Normality

	.6هل شاركت في الدورات التي تقدمها دار المقاولاتية في الجامعة؟	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المحور 3 روح المقاولاتية	لا	.036	524	.152	.985	524	.000
	نعم	.060	105	.200*	.991	105	.710

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Mann-Whitney Test

Ranks

	.6هل شاركت في الدورات التي تقدمها دار المقاولاتية في الجامعة؟	N	Mean Rank	Sum of Ranks
المحور 3 روح المقاولاتية	لا	524	306.70	160708.50
	نعم	105	356.44	37426.50
	Total	629		

Test Statistics[a]

	المحور 3 روح المقاولاتية
Mann-Whitney U	23158.500
Wilcoxon W	160708.500
Z	-2.561
Asymp. Sig. (2-tailed)	.010

a. Grouping Variable: 6. هل شاركت في الدورات التي تقدمها دار المقاولاتية في الجامعة؟

6.2.5. طبيعة العمل

Tests of Normality

	7.ما طبيعة عملك خارج الجامعة؟	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المحور 3 روح المقاولاتية	عمل حر	.053	120	.200*	.989	120	.452
	موظف	.051	171	.200*	.990	171	.299
	أعمل لدى الغير /في القطاع الخاص	.072	53	.200*	.973	53	.269
	لا أعمل	.050	285	.081	.975	285	.000

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Ranks

	7.ما طبيعة عملك خارج الجامعة؟	N	Mean Rank
المحور 3 روح المقاولاتية	عمل حر	120	342.73
	موظف	171	329.30
	أعمل لدى الغير /في القطاع الخاص	53	353.02
	لا أعمل	285	287.67
	Total	629	

Test Statistics[a,b]

	المحور 3 روح المقاولاتية
Chi-Square	12.626
df	3
Asymp. Sig.	.006

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: 7.ما طبيعة عملك خارج الجامعة؟

3.5. نتائج اختبار الفرضيات الارتباط

علاقة الارتباط بين امتلاك الأجهزة وروح المقاولاتية

Correlations

			روح 3 المحور المقاولاتية	مكتبيا حاسوبا املك
Spearman's rho	المقاولاتية روح 3 المحور	Correlation Coefficient	1.000	.030
		Sig. (2-tailed)	.	.457
		N	629	629
	مكتبيا حاسوبا املك	Correlation Coefficient	.030	1.000
		Sig. (2-tailed)	.457	.
		N	629	629
	محمولا حاسوبا أملك	Correlation Coefficient	.105**	-.101*
		Sig. (2-tailed)	.008	.011
		N	629	629
	ذكيا هاتفا أملك	Correlation Coefficient	.065	.009
		Sig. (2-tailed)	.103	.828
		N	629	629
	لوحيا جهازا أملك	Correlation Coefficient	.102*	.141**
		Sig. (2-tailed)	.010	.000
		N	629	629

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

علاقة الارتباط بين معدل استعمال الحاسوب وروح المقاولاتية

Correlations

			معدل هو ما .2 في للحاسوب استعمالك اليوم؟	روح 3 المحور المقاولاتية
Spearman's rho	2. معدل هو ما في للحاسوب استعمالك اليوم؟	Correlation Coefficient	1.000	.158**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	629	629
	المقاولاتية روح 3 المحور	Correlation Coefficient	.158**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	629	629

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

علاقة الارتباط بين معدل استعمال الإنترنت وروح المقاولاتية

Correlations

			معدل هو ما .3 في للانترنت استخدامك اليوم؟	روح 3 المحور المقاولاتية
Spearman's rho	في للانترنت استخدامك معدل هو ما .3 اليوم؟	Correlation Coefficient	1.000	.111**
		Sig. (2-tailed)	.	.006
		N	629	629
	المقاولاتية روح 3 المحور	Correlation Coefficient	.111**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.006	.
		N	629	629

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

علاقة الارتباط بين مجال استعمال الإنترنت وروح المقاولاتية

			المحور 3 روح المقاولاتية
Spearman's rho	المحور 3 روح المقاولاتية	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] الدراسة الجامعية[	Correlation Coefficient	.185**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] استعمال مواقع التواصل الاجتماعي[	Correlation Coefficient	-.052
		Sig. (2-tailed)	.194
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] الألعاب الإلكترونية[	Correlation Coefficient	-.062
		Sig. (2-tailed)	.117
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] تمضية الوقت[	Correlation Coefficient	-.146**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] مشاهدة الأفلام[	Correlation Coefficient	-.109**
		Sig. (2-tailed)	.006
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] العمل عبر الإنترنت[	Correlation Coefficient	.218**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	629
		Correlation Coefficient	.320**

	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] التعلم الذاتي[	Sig. (2-tailed)	.000
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] الشراء من الإنترنت[	Correlation Coefficient	.095*
		Sig. (2-tailed)	.017
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] مشاهدة الفيديوهات القصيرة في حدود دقيقة[(Reels)	Correlation Coefficient	-.050
		Sig. (2-tailed)	.213
		N	629
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] مشاهدة الفيديوهات الطويلة أكثر من 10دقائق[	Correlation Coefficient	-.067
		Sig. (2-tailed)	.095
		N	629
	استخدام الإنترنت	Correlation Coefficient	.071
		Sig. (2-tailed)	.073
		N	629

علاقة الارتباط بين استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وروح المقاولاتية

			المحور 3 روح المقاولاتية
Spearman's rho	المحور 3 روح المقاولاتية	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	629
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :فيسبوك[	Correlation Coefficient	-.003
		Sig. (2-tailed)	.947
		N	629
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :يوتيوب[	Correlation Coefficient	.020
		Sig. (2-tailed)	.610
		N	629
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :تويتر[	Correlation Coefficient	-.002
		Sig. (2-tailed)	.961
		N	629
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :انستاغرام[	Correlation Coefficient	-.045
		Sig. (2-tailed)	.260
		N	629
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :فايبر[	Correlation Coefficient	.090*
		Sig. (2-tailed)	.023
		N	629
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :تيك توك[	Correlation Coefficient	.005
		Sig. (2-tailed)	.910

		N	629
		Correlation Coefficient	.186**
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :واتس أب[	Sig. (2-tailed)	.000
		N	629
		Correlation Coefficient	.044
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :تيليغرام[	Sig. (2-tailed)	.266
		N	629
		Correlation Coefficient	-.024
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :سناب شات[	Sig. (2-tailed)	.551
		N	629
		Correlation Coefficient	-.008
	.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :لينكد إن[	Sig. (2-tailed)	.850
		N	629
		Correlation Coefficient	.059
	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	Sig. (2-tailed)	.141
		N	629

علاقة الارتباط بين مدى التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وروح المقاولاتية

Correlations

			.6كيف تقيم مدى تحكمك في تكنولوجيا الإعلام والاتصال)التعامل مع مختلف الأجهزة والبرامج(، ضع تقويما لنفسك من 1إلى.10	المحور 3 روح المقاولاتية
Spearman's rho	.6كيف تقيم مدى تحكمك في تكنولوجيا الإعلام والاتصال) التعامل مع مختلف الأجهزة والبرامج(، ضع تقويما لنفسك من 1 إلى.10	Correlation Coefficient	1.000	.279**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	629	629
	المحور 3 روح المقاولاتية	Correlation Coefficient	.279**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	629	629

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

علاقة الارتباط بين مدى استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة وروح المقاولاتية

Correlations

			الحاجة للإنجاز	الثقة بالنفس	الإبداع والابتكار	الاستقلالية	تحمل المسؤولية	المخاطرة	روح المبادرة
Spearman's rho	المكونات المادية	Correlation Coefficient	.083*	.048	.088*	-.091*	.034	-.042	.106**
		Sig. (2-tailed)	.038	.229	.027	.023	.393	.297	.008
		N	629	629	629	629	629	629	629
	المكونات البرمجية	Correlation Coefficient	.126**	.067	.079*	-.110**	.019	-.037	.076
		Sig. (2-tailed)	.001	.095	.048	.006	.640	.356	.058
		N	629	629	629	629	629	629	629
	الشبكات	Correlation Coefficient	.093*	.092*	.100*	-.032	.055	-.013	.123**
		Sig. (2-tailed)	.020	.020	.012	.428	.167	.741	.002
		N	629	629	629	629	629	629	629
	الموارد البشرية	Correlation Coefficient	.125**	.118**	.124**	-.054	.050	-.007	.129**
		Sig. (2-tailed)	.002	.003	.002	.179	.210	.862	.001
		N	629	629	629	629	629	629	629
	المحور 1 تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة	Correlation Coefficient	.119**	.094*	.110**	-.084*	.044	-.035	.128**
		Sig. (2-tailed)	.003	.019	.006	.035	.276	.378	.001
		N	629	629	629	629	629	629	629

*. Correlation is significant at the 0.0

**. Correlation is significant at the 0.0

علاقة التأثير بين مدى استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجامعة وروح المقاولاتية

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.517[a]	.267	.229	.33656

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.605	31	.794	7.007	.000[b]
	Residual	67.623	597	.113		
	Total	92.228	628			

a. Dependent Variable: المحور 3 روح المقاولاتية

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.763	.178		15.538	.000
	المكونات المادية	.000	.029	.000	-.007	.994
	المكونات البرمجية	.018	.031	.034	.573	.567
	الشبكات	.015	.035	.025	.425	.671
	الموارد البشرية	.008	.027	.016	.287	.774
	املك حاسوبا مكتبيا	-.013	.033	-.016	-.408	.683
	أملك حاسوبا محمولا	.051	.036	.057	1.444	.149
	أملك هاتفا ذكيا	.069	.065	.039	1.074	.283
	أملك لوحة إلكترونية	.035	.038	.034	.913	.362
	.2ما هو معدل استعمالك للحاسوب في اليوم؟	-.007	.011	-.027	-.604	.546
	.3ما هو معدل استخدامك للانترنت في اليوم؟	.036	.010	.142	3.459	.001
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] الدراسة الجامعية[	.059	.028	.084	2.140	.033
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] استعمال مواقع التواصل الاجتماعي[	-.011	.032	-.015	-.352	.725
	.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] الألعاب الالكترونية[	-.008	.018	-.019	-.467	.641

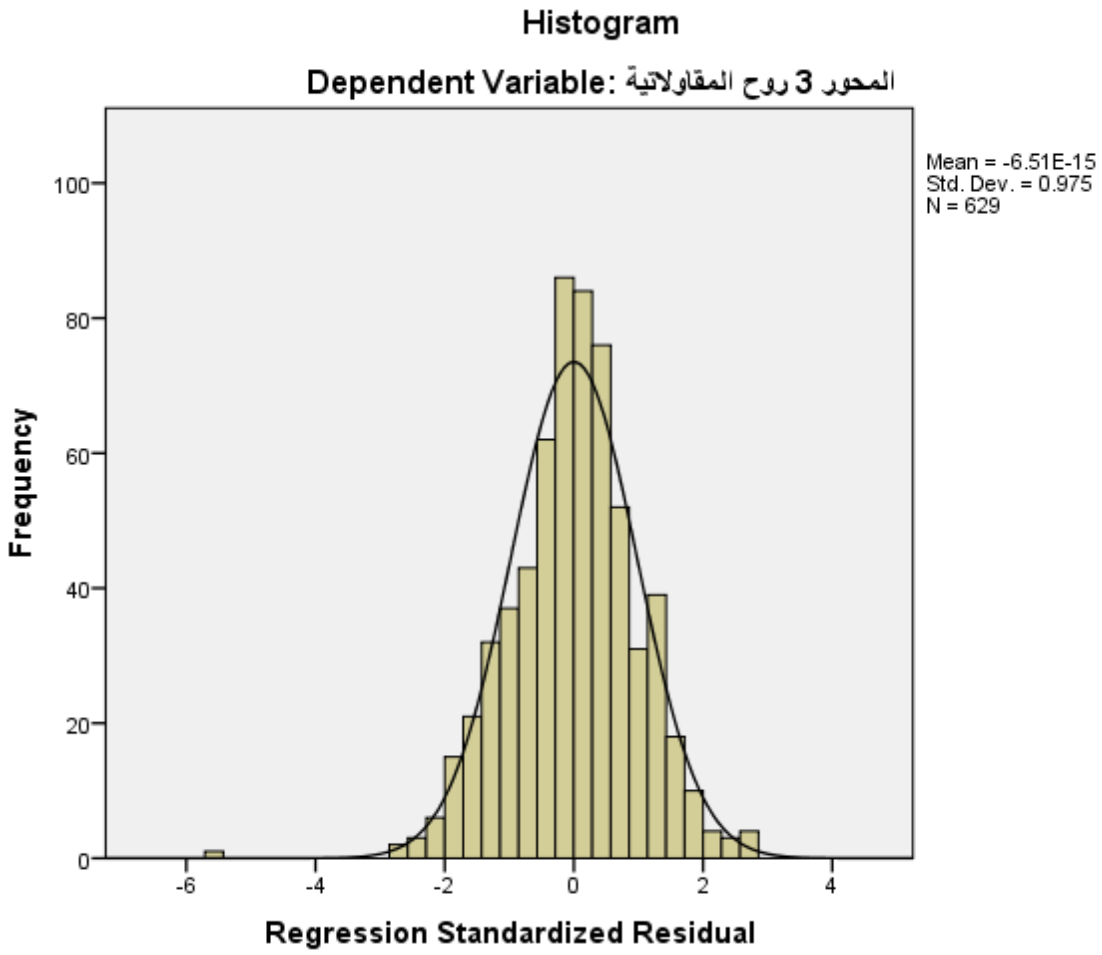
.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] تمضية الوقت[	-.027	.019	-.064	-1.428	.154
.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] مشاهدة الأفلام[	-.048	.018	-.114	-2.665	.008
.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] العمل عبر الانترنت[	.045	.014	.131	3.220	.001
.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] التعلم الذاتي[	.100	.021	.202	4.842	.000
.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] الشراء من الانترنت[	.003	.017	.007	.166	.868
.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] مشاهدة الفيديوهات القصيرة في حدود دقيقة[(Reels)	-.021	.020	-.043	-1.045	.296
.4ما درجة استخدامك للانترنت في المجالات التالية؟] مشاهدة الفيديوهات الطويلة أكثر من 10 دقائق[	-.023	.019	-.053	-1.244	.214
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :فيسبوك[	.020	.027	.031	.748	.455
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :يوتيوب[	-.004	.021	-.007	-.173	.863
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :تويتر[	-.025	.018	-.054	-1.394	.164
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :انستاغرام[	-.008	.015	-.023	-.512	.609
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :فايبر[	-.004	.017	-.009	-.218	.828
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :تيك توك[	.015	.014	.045	1.099	.272
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :واتس أب[	.038	.016	.101	2.379	.018
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :تيليغرام[	-.012	.014	-.034	-.849	.396
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :سناب شات[	8.268E-005	.018	.000	.005	.996
.5ما درجة استخدامك للمواقع والتطبيقات التالية] :لينكد إن[	-.021	.017	-.049	-1.262	.208
.6كيف تقيم مدى تحكمك في تكنولوجيا الإعلام والاتصال) التعامل مع مختلف الأجهزة والبرامج(، ضع تقويما لنفسك من 1 إلى.10	.052	.008	.248	6.537	.000

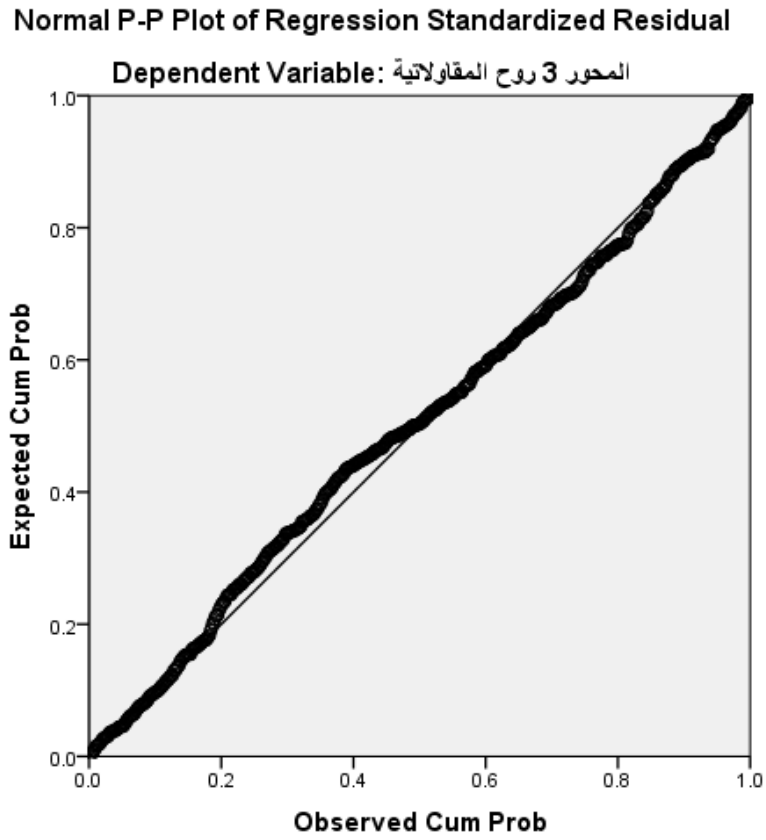
a. Dependent Variable: المحور 3 روح المقاولاتية

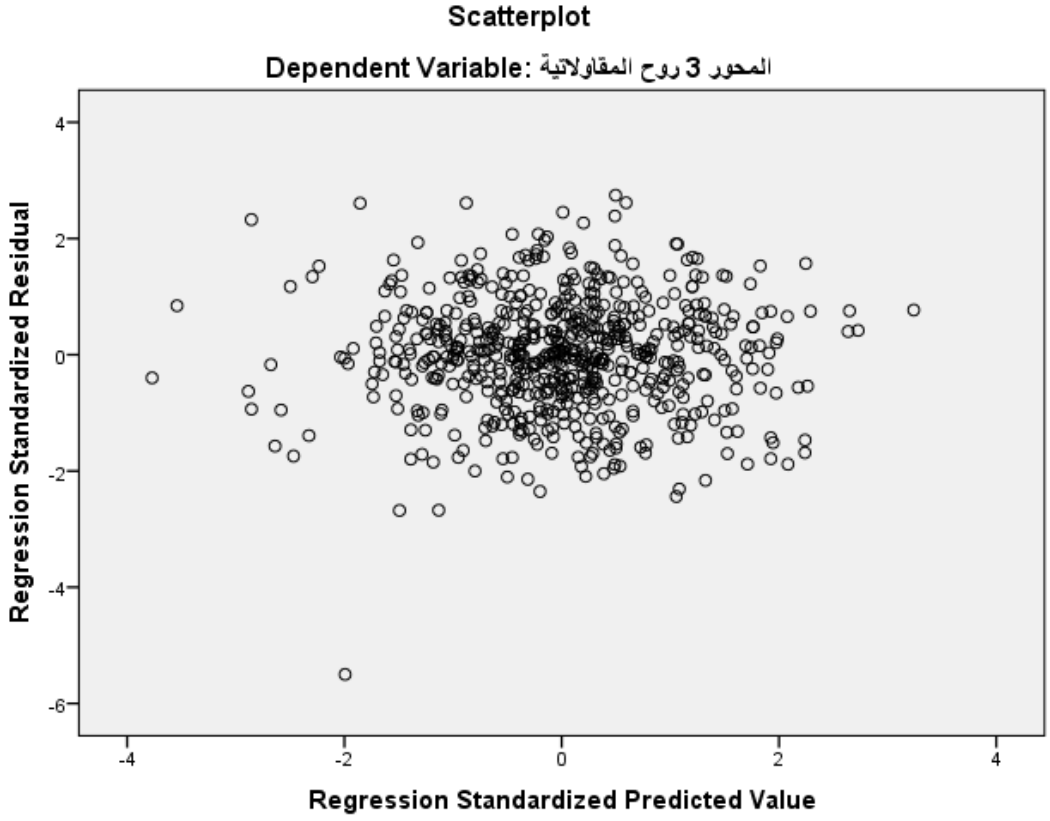
Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.0850	4.4728	3.8314	.19794	629
Residual	-1.85124	.92407	.00000	.32815	629
Std. Predicted Value	-3.771	3.240	.000	1.000	629
Std. Residual	-5.501	2.746	.000	.975	629

a. Dependent Variable: المحور 3 روح المقاولاتية




Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: المحور 3 روح المقاولاتية
Expected Cum Prob
Observed Cum Prob
0.0
0.2
0.4
0.6
0.8
1.0


Scatterplot
Dependent Variable: المحور 3 روح المقاولاتية
Regression Standardized Residual
Regression Standardized Predicted Value
4
2
0
-2
-4
-6

تم بحمد الله