



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص اتصال وعلاقات عامة



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

الموسومة بـ

مكانة الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي الجزائري

"دراسة ميدانية على الطلبة المقبلين على إنشاء مؤسسات ناشئة بجامعة ابن خلدون تيارت"

إشراف:

د. جناد إبراهيم

من إعداد الطالبتين

➤ خضار أمال

➤ دروش شيما

لجنة المناقشة			
الاسم واللقب	الرتبة	الرتبة	الجامعة
د. بلقاسم بن عودة	أ. محاضر	رئيسا	ابن خلدون - تيارت
د. جناد إبراهيم	أ. محاضر	مشرفا ومقررا	ابن خلدون - تيارت
د. بلبليلية نور الهدى	أ. محاضر	مناقشا	ابن خلدون - تيارت

السنة الجامعية: 1445 - 1446 هـ / 2024 - 2025 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

نؤمن بمقولة " لكل بداية نهاية" وها نحن نرى رحلتنا قد شارفت على الانتهاء بالفعل من تعب ومشقة لوقت طويل وها نحن نختتم مشروع تخرجنا بكل ما لدينا من همة ونشاط.

اول شكر لله سبحانه وتعالى على ما اسبغه علينا من نعم وعلى تيسير السبيل فله الحمد والشكر في كل وقت وحين.

لا يسعنا ان ننهي هذا الجهد العلمي الا ان نتقدم بفائق الشكر والامتنان الفى من مد لنا يد العون وساعدنا في انجاز مذكرتنا الدكتور " جناد ابراهيم" الذي اشرف بعناية فائقة على البحث وما قدمه من توجيهات.

اهراء

مهما كتبت من عبارات لن اجد اصدق من قوله تعالى ﴿...يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ

دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾ سورة المجادلة (11)

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، ها قد انطوت صفحة من صفحة الحياة كان فيها الجد والاجتهاد، بعد مسيرة دراسية دامت سنوات حملت في طياتها الكثير من الصعوبات و المشقة والتعب، ها انا اليوم اقف على عتبة

تخرجي اقطف ثمار تعبي وارفح قبعتي بكل فخر فاللهم لك الحمد

الى من علمني ان الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، الى من سعى لأجل راحتي ونجاحي الى أعظم واعز

رجل في الكون، ادامك الله لي طول العمر ابي الغالي

الى نبض قلبي ونور دربي الى من علمتني ان لا مستحيل مع الارادة، الى من كانت سندي في ضعفي وفرحتي في

نجاحي امي الغالية

الى داعمتي الاولى وسندي وقودتي "عمتي"

الى اخوتي الغاليين حفظهم الله ورعاهم

والى الذين افتخر واعتز بصدقتهم الذين لا تكفي كلماتي لوصفهم

شيماء

اهراء

الى من كلل العرق جبينه ومن علمني ان النجاح لا يأتي الا بالصبر والاصرار الى النور الذي انار دربي
والسراج الذي لا ينطفئ نوره ابدا من بذل الغالي والنفيس واستمدت منه قوتي واعتزازي بذاتي "ابي
الغالي" اطال الله عمره

الى من جعل الجنة تحت اقدامها وسهلت لي الشدائد بدعائها الى الانسانة العظيمة التي لطالما تمنيت
ان تفر عينها في يوم كهذا "امي الحبيبة" رحمها الله

الى الجواهر النادرة منبع حناني بعد امي "اخوتي واخواتي" حفظهم الله وجعلهم في اعلى المراتب
الى سندي و شريك حياتي "زوجي" حفظه الله واناار طريقه

الى اهل زوجي رزقت بكم عائلة اخرى لي فجمالكم يعادل جمال عائلتي حفظكم الله

ملخص الدراسة

تتناول الدراسة الحالية موضوع مكانة الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي الجزائري من خلال ابراز مدى مساهمة الاتصال التكويني في تطوير مهارات التي يحتاجها الطالب الجامعي لإنشاء مؤسسات ناشئة والدخول في بيئة ريادية بذلك فهي تهدف الى تحديد التحديات التي تواجه الطلاب في الاستفادة من الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة، تقديم توصيات واستراتيجيات لتحسين دور اتصال التكويني في تنمية قدرات الطلاب الجامعيين بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي من خلال تصميم استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة حيث تم ذلك من خلال استخدام العينة القصدية والمتمثل عددها في 116 طالب جامعي مقبل على انشاء مؤسسات ناشئة بحاضنة اعمال بجامعة تيارت، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج وهي ان الاتصال التكويني يساهم بشكل فعال في إطلاق وتطوير فكرة المؤسسات الناشئة كما ان التكوين والمرافقة على مستوى حاضنة الاعمال تمثل عاملا أساسيا في مساعدتهم على تحويل أفكارهم في شكل مؤسسات ناشئة.

الكلمات المفتاحية: الاتصال، التكوين، المؤسسات الناشئة، الطالب، حاضنات الاعمال، تنمية

القدرات

Summary:

The current study addresses the role of formative communication for startups in developing the capabilities of Algerian university students. It highlights the extent to which formative communication contributes to developing the skills university students need to establish startups and enter an entrepreneurial environment. It aims to identify the challenges students face in leveraging formative communication for startups and provide recommendations and strategies to improve the role of formative communication in developing university students' capabilities in line with labor market requirements.

In this study, we relied on a social survey approach by designing the study's questionnaire. This was done using a purposive sample of 116 university students considering establishing startups in a business incubator at the University of Tiaret. The study reached a set of results, namely that formative communication effectively contributes to launching and developing startup ideas. Furthermore, training and support at the business incubator level are key factors in helping students transform their ideas into startups.

Keywords: communication, training, startups, student, business incubators, capacity development.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرهان
	اهداءات
	ملخص باللغة العربية + الأجنبية
	المقدمة
	التعريف بموضوع البحث
الجاناب المنهجي	
16	الإشكالية
16	التساؤلات الفرعية
17	فرضيات البحث
17	أهمية الدراسة
17	أهداف الدراسة
18	أسباب اختيار الموضوع
18	المنهج المتبع
18	مجتمع البحث
20	المعاينة وعينة البحث
20	أدوات الدراسة
20	حدود الدراسة
21	مصطلحات الدراسة
24	الدراسات السابقة
27	الخلفية النظرية للبحث
الجاناب النظري	
34	تمهيد
الفصل الأول: مكانة الاتصال التكويني في المؤسسات	

35	المبحث الأول: الاتصال في مؤسسة
35	المطلب الأول: مفهوم واهداف الاتصال في المؤسسة
37	المطلب الثاني: وظائف وخصائص الاتصال في المؤسسة
39	المطلب الثالث: نماذج وأنماط الاتصال في المؤسسة
44	المطلب الرابع: استراتيجية الاتصال في المؤسسة
45	المبحث الثاني: استراتيجيات الاتصال الداخلي والخارجي
45	المطلب الأول: مفهوم وأهداف الاتصال الداخلي
46	المطلب الثاني: غايات ووسائل الاتصال الداخلي
50	المطلب الثالث: مفهوم وأهداف الاتصال الخارجي
52	المطلب الرابع: تقنيات الاتصال الخارجي
53	المبحث الثالث: التكوين في المؤسسات
53	المطلب الاول: مفهوم وأهمية التكوين
55	المطلب ثاني: أهداف ومكونات التكوين
56	المطلب ثالث: مبادئ وأنواع التكوين
58	المطلب الرابع: الوسائل المساعدة وأساليب التكوين
61	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دور المؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي	
64	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة
64	المطلب الأول: مفهوم وأهمية المؤسسات الناشئة
67	المطلب الثاني: خصائص المؤسسات الناشئة
68	المطلب الثالث: تطور المؤسسات الناشئة في الجزائر
70	المطلب الرابع: تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر
71	المبحث الثاني: دور حاضنات الاعمال في دعم المؤسسات الناشئة
71	المطلب الأول: مفهوم وأهمية حاضنات الاعمال
73	المطلب الثاني: الخدمات التي تقدمها حاضنات الاعمال

74	المطلب الثالث: شروط نجاح حاضنات الاعمال في الجزائر والتحديات التي تواجهها
76	المطلب الرابع: تجربة الجزائر في مجال المؤسسات الناشئة
77	المبحث الثالث: وسائل تنمية قدرات الطالب الجامعي
77	المطلب الأول: مفهوم القدرات
78	المطلب الثاني: اهداف تنمية القدرات
79	المطلب الثالث: وسائل تنمية القدرات
79	المطلب الرابع: التحديات المعرقة لتنمية القدرات
80	خلاصة الفصل
الجانب التطبيقي	
82	تمهيد
83	تحليل نتائج الدراسة.
83	أولا: عرض البيانات الشخصية لعينة الدراسة
87	ثانيا: عرض وتحليل نتائج المحور الأول
92	ثالثا: عرض وتحليل المحور الثاني
97	رابعا: عرض وتحليل نتائج المحور الثالث
102	مناقشة الفرضيات
105	النتائج العامة
الخاتمة	
قائمة المراجع	
الملاحق	

قائمة الجداول

83	الجدول رقم 01: توزيع العينة حسب الجنس
83	الجدول رقم 02: توزيع العينة حسب السن
84	الجدول رقم 03: توزيع العينة حسب المستوى الجامعي
85	الجدول رقم 04: توزيع العينة حسب الكليات والمعاهد
86	الجدول رقم 05: توزيع العينة حسب السكن
87	الجدول رقم 06: يوضح مدى الاطلاع على المؤسسات الناشئة في الوسط الجامعي
87	الجدول رقم 07: يوضح الحصول على المعلومات حول المؤسسات الناشئة
88	الجدول رقم 08: يوضح القابلية لإنشاء المؤسسات الناشئة
89	الجدول رقم 09: يوضح المؤسسة الذي تريد انشاؤها
89	الجدول رقم 10: يوضح تقديم الجامعة للبرامج التكوينية حول المؤسسات الناشئة
90	الجدول رقم 11: يوضح البرامج الكافية لدعم الطلاب الراغبين في تأسيس مؤسسة ناشئة
91	الجدول رقم 12: يوضح الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في حياة الطلبة الجامعيين
92	الجدول رقم 13: يوضح عملية التواصل بين موظفي الحاضنة والطلبة
92	الجدول رقم 14: يوضح مدى اهمية الاتصال التكويني في دفع الطلاب لتأسيس مؤسسات ناشئة
93	الجدول رقم 15: يوضح اطارات الحاضنة المتخصصة في تكوين الطلبة
94	الجدول رقم 16: يوضح مدى مساهمة الاتصال التكويني في تطوير مهارات الطلاب
95	الجدول رقم 17: يوضح المهارات التي يرغب الطالب في تطويرها لتحسين قدرته لانشاء مشروع
96	الجدول رقم 18: يوضح المواضيع التي تود ان تتناولها البرامج التكوينية ليستفيد منها الطلبة المهتمون بزيادة الاعمال
97	الجدول رقم 19: يوضح التحديات الرئيسية التي تواجه الطلبة عند التفكير في انشاء مؤسسات ناشئة
98	الجدول رقم 20: يوضح مدى سهولة الاجراءات القانونية والادارية لتأسيس مشروع ناشئ
98	الجدول رقم 21: يوضح مدى تقييم القدرة على التوفيق بين متطلبات الدراسة وتطوير المشروع
99	الجدول رقم 22: يوضح مدى صعوبة الحصول على رأس المال اللازم لبدء المشروع

مقدمة

في ظل التحولات العميقة التي يشهدها الاقتصاد العالمي، أصبح الاستثمار الرأسمالي البشري احد ابرز الرهانات الاستراتيجية التي تعتمد عليها الدول لبناء اقتصاد قائم على المعرفة والابتكار ويعد الطالب الجامعي محورا اساسيا في هذا الرهان لما له دور مستقبلي في تحريك عجلة التنمية بمختلف ابعادها خصوصا في المجتمعات التي تطمح الى التحول نحو الاقتصاد الرقمي والمعرفي كما هو الحال في الجزائر.

اصبحت المؤسسات الناشئة تمثل رافعة حقيقية للابتكار والتنمية، خاصة في دول الساعية لتعزيز قدرات شبابها ومهاراتهم، وفي هذا السياق يبرز الاتصال التكويني كأداة محورية تمكن هذه المؤسسات من لعب دور فعال في مرافقة الطالب الجامعي، ليس فقط عبر التكوين الاكاديمي، بل من خلال دمجها في بيئات مهنية مرنة ومحفزة على الابداع، وبالنسبة للجامعة الجزائرية فإن تفعيل هذا النوع من الاتصال بين المؤسسات الناشئة والطلبة يعد ركيزة استراتيجية لتعزيز الكفاءات، تشجيع ريادة الأعمال وتسهيل انتقال المعرفة من النظرية الى التطبيق.

ضمن هذا المسار تلعب الحاضنات دورا محوريا في توفير بيئة ملائمة لولادة ونمو هذه المؤسسات من خلال توفير الدعم اللوجستي والتقني، القانوني والمالي، فضلا عن التوجيه والمرافقة في المراحل المبكرة للمشروع، وتعد الحاضنات كذلك فضاء مهم لربط الطلبة الجامعيين بعالم ريادة الأعمال من خلال توفير لهم برامج تكوينية على مدار تبنيتهم للمشروع.

ومن هنا جاءت فكرة دراستنا وهي كالآتي:

الجانب المنهجي: وفيه تحديد اشكالية الدراسة وتساؤلاتها واهدافها واهمية الموضوع واسباب اختياره، منهج الدراسة، وتم التطرق الى مصطلحات الدراسة، وتحديد الإطار الزمني والمكاني للدراسة، كذا الدراسات السابقة ثم في الاخير النظرية المناسبة للدراسة .

الجانب النظري: وقد احتوى على فصلين الاول بعنوان الاتصال في المؤسسة حيث تناول المبحث الاول المفهوم واهداف اتصال المؤسسة، وظائف وخصائص ونماذج، انماط واستراتيجية الاتصال في المؤسسة، اما المبحث الثاني تمحور حول استراتيجيات الاتصال الداخلي والخارجي، المفهوم والاهداف اتصال الداخلي، وغايات والوسائل اتصال الداخلي، ومفهوم واهداف اتصال الخارجي، تقنيات اتصال الخارجي، اما المبحث الثالث تمحور حول التكوين في المؤسسات، مفهوم واهمية، اهداف ومكونات التكوين، ومبادئ وانواع والوسائل المساعدة وأساليب التكوين، اما الفصل الثاني بعنوان اطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة حيث تمحور حول، المفهوم والاهمية والخصائص وتطورها في الجزائر، تحديات، اما المبحث الثاني كان بعنوان دور حاضنات الأعمال في دعم

المؤسسات الناشئة، المفهوم والاهمية وخدماتها وشروط نجاح حاضنات الأعمال والتحديات التي تواجهها، تجربة الجزائر في مجال المؤسسات الناشئة، اما المبحث الثالث تضمن وسائل تنمية قدرات الطالب الجامعي، تناولنا فيه المفهوم والاهداف و وسائل التنمية القدرات والتحديات المعرقة .

الجانب التطبيقي: وهو عبارة عن دراسة ميدانية على عينة من الطلبة المقبلين على انشاء مؤسسات ناشئة في حاضنة الأعمال, Techno foster ابن خلدون، تيارت، بحيث اعتمدنا على أداة الملاحظة واستمارة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع دراستنا، كما قمنا بتفريغ البيانات وتحليلها في ضوء الفرضيات، كما استخلصنا بعض الاستنتاجات وقمنا بتقديمها في جملة من النقاط والاقتراحات.

الإطار المنهجي

التعريف بالموضوع

تمثل هذه الدراسة في مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة والموسومة بعنوان " مكانة الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي الجزائري " دراسة ميدانية على الطلبة المقبلين على انشاء مؤسسات ناشئة بجامعة ابن خلدون _تيارت_ وذلك خلال تسليط الضوء على مفهوم الاتصال والتكوين في المؤسسات الناشئة باعتبار ان المؤسسات الناشئة هي طموح العديد من الشباب خاصة الطلاب الجامعيين كونها حديثة النشأة وسهلة الانشاء ويمكن من خلالها تطوير مشاريعهم وافكارهم على ارض الواقع فلا بد من وجود اتصالات تكوينية تمكنهم من انشاء مختلف مشاريعهم وتوجههم على الشكل الصحيح ولا يمكن ذلك الا من خلال توجيههم نحو حاضنات الاعمال والتي هي بدورها توفر لهم برامج تكوينية على مدار السنة فالاتصال التكويني هو احد اهم اليات الدعم المعرفي حيث يلعب دور محوريا في ربط الطلبة الجامعيين بالواقع المهني والتقني، ومدى أهميته لتنمية قدرات الطلاب سواء بتطوير المهارات الشخصية، المهنية او تمكينهم من الاندماج في سوق العمل.

الإشكالية:

يعد الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني وهو احد السمات الإنسانية البارزة لان الانسان اجتماعي بطبعه حيث يلعب دورا حيويا في مختلف الجوانب سواء كانت اجتماعية او ثقافية او اقتصادية باعتبار ان الاتصال يعد النواة الرئيسية في حياتنا ومن خلال الوظائف الاتصالية قد يحدث تبادل أفكار والأراء التي من شأنها ان تنمي الفرد على اكتساب مهارات جديدة مما تفتح له فرص النجاح والتكيف مع الظروف المحيطة به يعتبر من المواضيع الهامة التي شغلت اهتمام العديد من العلماء و الباحثين في فروع المعرفة والاتصال هو عملية تبادل المعلومات والأفكار بين شخصين او اكثر في ظل التطورات السريعة في التكنولوجيا والابتكار اصبح الاتصال التكويني اكثر أهمية من أي وقت مضى اذ يوفر للطلاب الفرص اللازمة لتطبيق ما يتعلمونه في سياقات واقعية ويعزز من قدرتهم على منافسة في سوق العمل ولذا تعتبر المؤسسات التي تركز على الاتصال التكويني اكثر قدرة على تلبية احتياجات الطلاب وتهيئتهم لتحمل مسؤوليتهم المستقبلية بكفاءة، حيث يعد الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة الركيزة الحيوية في تنمية قدرات الطلاب الجامعيين في حيث يعكس التفاعل بين التعليم والابتكار فالالاتصال التكويني يشير الى عملية تبادل المعلومات والمعارف بين اطراف المعنية في سياق التعلم و يتعلق بشكل خاص بالبرامج التدريبية و التعليمية التي تهدف الى تطوير المهارات والقدرات.

تسعى المؤسسات الناشئة في تزويد الطلاب بالمعرفة والتقنيات الحديثة مما يمكنه من مواجهة التحديات كما تعزز هذه البرامج من ثقافة التعاون بين الطلاب والممارسين في الميدان، حيث تعد المؤسسات الناشئة بحكم انطباعها محورا أساسيا للتغيير والتطور خصوصا في مجال التعليم، تقدم هذه المؤسسات فرص فريدة للطلاب الجامعيين من خلال اتاحة بيئة تعليمية مبتكرة تركز على تنمية المهارات العلمية والقدرة على التكيف. وعلى هذا الأساس نطرح

الإشكالية التالية: ما مدى تأثير الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي؟

وانبثق عن السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات:

- أي دور للمؤسسات الناشئة في حياة الجامعة والطالب الجامعي؟
- أي تأثير للاتصال التكويني في دفع الطالب لخلق مؤسسة ناشئة؟
- ما التحديات التي تواجه تكوين الطالب الجامعي في تأسيس مؤسسة ناشئة؟

الفرضيات:

- للمؤسسات الناشئة دور حيوي في الرقي بالجامعة والطالب الجامعي من خلال بث روح اقتصادية ربحية
- للاتصال التكويني من قبل المؤسسات الناشئة تأثير إيجابي على الطالب الجامعي من خلال تجسيد تخصصه في بعث مشاريع حقيقية
- توجد تحديات كبيرة تواجه الطالب الجامعي أبرزها نقص التأطير والتكوين في هذا المجال من قبل المختصين، بالإضافة الى عدم فهم القوانين ونقص في التمويل

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع بحد ذاته كون الموضوع حديث وضروري والذي يتعلق بمكانة الاتصال التكويني في المؤسسات الناشئة ودوره في تنمية مهارات وقدرات الطالب الجامعي الجزائري. وتبرز أهمية الدراسة كون الاتصال أداة تعليمية تكوينية وتطويرية حيث يعتبر الاتصال التكويني أحد اليات الجديدة التي تعتمد عليها المؤسسات الناشئة لتعزيز كفاءة الطالب المهنية المهارية والتطبيقية ما يجعله أداة فعالة لتكوين الطالب وتحسين اندماجه في سوق العمل وتعزيز كفاءته الاكاديمية والعملية.

اهداف الدراسة:

جاءت دراستنا لتحقيق الأهداف الآتية:

- تحديد التحديات التي تواجه الطلاب في الاستفادة من الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة، واستكشاف الفرص المتاحة لتعزيز هذه الاستفادة.
- تقديم توصيات واستراتيجيات لتحسين دور اتصال التكويني في تنمية قدرات الطلاب الجامعيين بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل والتطورات الاقتصادية.
- تسليط الضوء على الأهمية موضوع المؤسسات الناشئة وضرورة الاهتمام به ولاستفادة منه قدر الإمكان.

أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب اختيار موضوع دراستنا الى أسباب ذاتية وموضوعية

أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي في دراسة هذا الموضوع والتعمق في مختلف جوانبه.
- قلة الدراسات والبحوث في ميدان الاتصال التكويني في المؤسسات الناشئة وأثره في تنمية قدرات الطالب الجامعي.
- الاهتمام في مجال التدريب والابتكار والريادة.
- محاولة معرفة مدى قدرتنا على توظيف المعارف وتطبيقها على ارض الواقع.

أسباب موضوعية:

- حداثة الموضوع واهمية الاتصال التكويني في المؤسسات الناشئة.
- النمو المتزايد للمؤسسات الناشئة في الجزائر ودورها في احتضان الكفاءات الشابة.
- الرغبة في ابراز نموذج الاتصال التكويني كرافد من روافد الابتكار والتطوير.
- السعي لتطور معارفنا ومهاراتنا البحثية من خلال التعمق في هذا المجال الابتكاري الحي.

المنهج المتبع:

لغة: "المنهجية مصدر مؤنث للفعل الماضي نَهَجَ، يَنْهَجُ، نَهَجًا وَمَنْهَجًا وهي لفظة مبتدعة أصلها النهج او المناهج ومنها لقوله تعالى ﴿لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمَنْهَاجًا﴾ سورة المائدة (48) أي طريقا واضحا في الدين يمشون عليه."¹ وفي حديث سيدنا مُحَمَّد عليه أفضل الصلاة والسلام " تكون النبوة فيكم ما شاء الله ان تكون ثم يرفعها إذا شاء ان يرفعها ثم تكون خلافة على مناهج النبوة ...، أي خلافة على منهج وسنة النبي ولقد اتفق المفسرون على شرحها بمعنى الطريق الواضح. " ²

¹ مُحَمَّد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة نور، د. ط، 2020م، ص 08

² بلخير سديد، منهجية البحث العلمي واصالتها عند المسلمين، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، د. ط، الجزائر 2013م، ص 100 101

اصطلاحاً: "هو الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة وهو فن التنظيم الصحيح للأفكار من اجل اكتشاف معلومات جديدة والبرهنة عليها." ¹

وبما ان دراستنا حول موضوع مكانة الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي فقد استعملنا منهج المسح الاجتماعي لأنه أكثر المناهج الموافقة مع موضوع الدراسة.

ومن أسباب اختيار منهج المسح الاجتماعي فهو يمثل الخيار الأنسب لتحقيق اهداف الدراسة، وتقديم نتائج موثوقة وقابلة للتعميم كذلك القدرة على جمع بيانات كمية واسعة النطاق حيث يتيح استقصاء عينة كبيرة من الطلاب والفاعلين في المؤسسات الناشئة مما يوفر صورة شاملة عن مستوى الاتصال التكويني وأثره على القدرات الطلابية، كذلك السرعة والفاعلية في التنفيذ.

ويعرف منهج المسح: بأنه تجميع منظم للحقائق عن جماعة معينة ومعظم المسوح تعتمد من الناحية العلمية استمارات الاستبيان المكتوبة من اجل جمع أنواع من البيانات الكمية التي يمكن تحليلها. ²

مجتمع البحث:

- ان المقصود بمجتمع البحث "انه مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث." ³

- ويعرف أيضاً: «هو مجموعة من المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة.» ⁴

وتتمثل دراستنا في كل الطلبة المقبلين على إنشاء مؤسسة ناشئة بجامعة ابن خلدون تيارت.

¹ ينال حمادي، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د.ط، 2024م، ص 23.

² - محمد الفاتح حمدي واخرون، مناهج البحث في علوم اعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، دار حامد، عمان ط.1 2019م، ص 130

³ - عمار بوحوش، "مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث" الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 1955م، ص29

⁴ نفس المرجع ص 30

المعاينة والعينة:

العينة: هي مجموعة جزئية من المجتمع لها نفس خصائص المجتمع، تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث عن مشقة دراسة المجتمع الأصلي.¹

وبالنسبة الى موضوع دراستنا تحت عنوان مكانة الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي الجزائري، فقد قمنا باختيار العينة القصدية كون ان مجتمع بحثنا معروف وهم مرتادي حاضنات الاعمال إضافة الى الطلبة المقبلين على إنشاء مؤسسات ناشئة بجامعة ابن خلدون تيارت وهذا بنية الحصول على معلومات مفصلة حول موضوع بحثنا.

ادوات الدراسة:

من اجل دراسة موضوع بحثنا قررنا جمع المادة العلمية من ميدان الدراسة عن طريق استخدام أداة الاستبيان.

مفهوم الاستبيان: هو "عبارة عن مجموعة من الأسئلة تعد اعدادا محددة وترسل بواسطة البريد او تسلم باليد الى اشخاص مختارين لتسجيل اجاباتهم على صحيفة الأسئلة الواردة ثم اعادتها ثانية"².

حيث تم التعامل مع الطلبة المقبلين على إنشاء مؤسسات ناشئة بحاضنة الاعمال بجامعة ابن خلدون تيارت، كما ان تم توزيع أكثر من 140 استبيان على العينات ليتم استرجاع 116 استبيانا.

حدود الدراسة الزمانية والمكانية

يتحدد مجال دراستنا في:

المجال الزماني: يقصد بها الفترة التي أجريت فيها الدراسة، حيث أنجزت خلال الموسم الدراسي 2024-2025

كما بدأنا في توزيع الاستمارة وجمع المعلومات بداية من شهر أبريل 2025 الى غاية نهاية نفس الشهر.

المجال المكاني: ان مكان اجراء دراستنا تم في ولاية تيارت تحديدا حاضنة الاعمال الجامعية تكنو فوستر

(techno Foster incubation Tiaert)، من خلال التعامل مع الطلبة المقبلين على انشاء

مؤسسات ناشئة.

¹ - وسام فاضل راضي، العينات في بحوث الاعلام، مكتب سنتر، بغداد، ط1، 2023م، ص8

² محمد عبد السلام، المرجع السابق ص 59.

الإطار المفاهيمي للدراسة:

تعتبر المفاهيم اللغوية أساسية في البحوث العلمية فلهذا تكتسي أهمية بالغة ولا يجب الاستغناء عنها، وعليه سنتطرق الى مفاهيم دراستنا كالاتي:

❖ الاتصال:

لغة: ذكر في معجم لسان العرب لابن المنظور الاتصال هو الوصلة والوصلة هي الرابطة التي تكون بين كل متصلين، كما يقول العرب وصلت الشيء وصلا والصلة فالوصل عكس الهجران والوصل مخالف للوصل، كما جاء في كتاب الله عز وجل " ولقد وصلنا لهم القول لعلهم يتذكرون" اي تابعناه ووصلناه، وانزلناه شيئاً¹.
اصطلاحاً: عرف الكثير من الكتاب الاتصال على انه عملية نقل المعلومات من شخص مرسل الى شخص مستقبل.

وفي هذا الصدد يعرف حسين حريم بانه " تبادل المعلومات والفهم من شخص لأخر" يعرف الاتصال بانه عملية تتم بين فردين او اكثر باستعمال الرموز على شكل حركة او كلمة او تعبير بهدف فهم المعلومات المحولة من الموصل الى المستقبل²
اجرائياً: هو عملية تبادل المعلومات بين طلبة جامعة ابن خلدون تيارت وبين مسؤولي ومكوبي حاضنة الأعمال الجامعية من أجل إنشاء مؤسسة ناشئة.

❖ التكوين:

لغة: كون الشيء بمعنى ركبه بالتأليف بين اجزائه او احداثه وتكون الشيء بمعنى حدث، ويقال كونه فتكون وتحرك.³

اصطلاحاً: هو عمليه تستهدف اجراء تغيير دائم نسبيا في قدرات الفرد مما يساعده على اداء الوظيفة بطريقة افضل ويتمثل التكوين في مجموعة من الوظائف المخططة مسبقا والتي تستهدف تزويد العمال بالمعارف، المهارات، المواقف والتصرفات التي تمكن من تسهيل اندماجهم في المنظمة ومن تحقيق اهداف الفاعلية فيها.⁴

¹ رحيمة الطيب، عيساني، "مدخل الى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية"، دار عالم الكتب الحديث، عمان، الأردن، دط، 2008م، ص 11_12

² فريد كورتل، "الاتصال واتخاذ القرارات"، دار الكنوز المغرفة العلمية، ط1، 1432هـ_2011م، ص 36_3

³ سامية بن رمضان، "التكوين الجامعي والبرامج التنموية البشرية في الجزائر"، العدد 24 جوان 2017م، ص 277

⁴ بالحاجي امينة، "التكوين والتدريب كمدخل لبناء راس المال البشري"، مجلة التنمية البشرية، جامعة الجزائر 3، العدد 11 نوفمبر 2018م

الإطار المنهجي

يعرف كذلك بأنه عملية تهدف إلى سد النقص في مهارات القديمة واكتساب العامل مهارات جديدة.¹
اجرائيا: هو تلك العملية التعليمية التي يتلقاها طلبة جامعة ابن خلدون تيارت من مكوي حاضنة الأعمال حول
كيفية إنشاء مؤسسة ناشئة .

❖ المؤسسة:

لغة: ورد في معجم لسان العرب لابن منظور في فعل(أسس) الأسس والأسس كل مبتدأ الشيء، والاسس والاساس
اصل البناء والاسيس اصل كل شيء.

اصطلاحا: المؤسسة بصورة عامة هي تركيبة يتدتها الانسان بالتعاون مع افراد اخرين في المجتمع، والمؤسسة هي منظمة
تجمع اشخاص ذوي كفاءات متنوعة رؤوس الاموال وقدرات لإنتاج سلعة ما، والتي يمكن ان تباع بسعر اعلى مما
تكلف.²

اجرائيا: هي تلك المؤسسة الموجود بولاية تيارت وتنتمي إلى جامعة ابن خلدون تيارت والتي أنشأت خصيصا لتكوي
الطلبة حول كيفية إنشاء مؤسسات ناشئة.

❖ المؤسسات الناشئة:

حسب قاموس الانجليزي على انها مشروع صغير بدا للتو وكلمة Startup تتكون من جزئين start وهو ما يشير
الى فكرة الانطلاق "up" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي، وبدا استخدام مصطلح بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة.³
وكذلك والمؤسسات الناشئة تعتبر مؤسسات حديثة النشأة تبتكر منتج او خدمة جديدا كليا او في شكل صيغة فريدة
لمنتج قديم تمتلك الطموح بالشكل الكبير.⁴

❖ التنمية:

لغة: لفظ النمو من نما ينمو نميا والنماء فانه يعني الزيادة، ومنه ينمو نموا"
اصطلاحا: هي الرفع المستدام للمجتمع ككل والنظام الاجتماعي نحو حياة انسانية أفضل والتنمية تعمل على
توزيع الحقوق والقدرات.⁵

¹ يزيد قادة، طلحة عبد القادر، "التكوين وأثره على اداء الموظفين بمديرية الضرائب"، مجلة البحوث الاقتصادية والادارية، المجلد 16، العدد 01
2022م، ص 112

² جمال العيفة، "مؤسسات الاعلام والاتصال الوطائف، الهياكل، الأدوار"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2010م، ص 5

³ مغاري خيرة، صدوقي حميد، "المؤسسات الناشئة بالجزائر واليات دعمها وتمويلها"، مجلة الريادة الاقتصادية الاعمال، شلف الجزائر، المجلد
08 العدد 02 جوان 2022م، ص 83

⁴ بوعكة كاملة، "المؤسسات الناشئة في الجزائر"، المجلة الجزائرية لقانون الاعمال، المجلد 3، العدد 01 جولية 2022م، ص 41

⁵ احمد بن المختار منيرة، "من اجل التبيء مفهوم التنمية" قلعة السراغنة، ط1، 2023م، ص16

الإطار المنهجي

وكذلك تعرف التنمية باعتبارها عملية اقتصادية واجتماعية وثقافية والسياسية الشاملة تستهدف التحسين المستمر لرفاه جميع افراد والشعوب على اساس مشاركتهم في التنمية وفي التوزيع العادل لفوائدها.¹

اجرائيا: هي عملية مجتمعية تشاركية واعية تمس جميع طلبة جامعة ابن خلدون تيارت، تهدف لتحسين مستواهم في ابتكار مؤسسة ناشئة في جميع الميادين الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية.

❖ القدرة:

لغة: مأخوذة من فعل (قدر) والاسم(القدرة) والفاعل(قادر) والشيء المقدر عليه وقدرت على الشيء اي قويس عليه وتمكنت منه.²

اصطلاحا: يرى الباحث بيتر مورغان ان القدرة التنظيمية والتقنية والعلاقات والمهارات والقيم التي تمكن البلاد والمنظمات والمجموعات والافراد في اي مستوى على اداء الوظائف، وتحقيق اهداف الانمائية مع مرور الوقت.³

إجرائيا: هي الكفاءة او الامكانية التي يمتلكها الطالب لأداء مهمة أو تحقيق هدف إنشاء مؤسسة ناشئة.

❖ الطالب:

اجرائيا: هو الطالب الجامعي الذي ينتمي لجامعة ابن خلدون- تيارت والذي يحمل مشروع مؤسسة ناشئة.

¹مدحت القرشي، " التنمية الاقتصادية نظريات وسياسات وموضوعات " دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2007م، ص122

²حسيني ليلي، " الحكم الراشد وبناء القدرات الإدارية المحلية الجزائرية " مجلة الفكر المتوسطي، جامعة الجزائر 3، المجلد 10 العدد 01، 2021م ص 83

³بالحسن حسان " بناء وتعزيز القدرات الإدارية المحلية من منظور الحكومة " جامعة أبو بكر بالقعيد، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، 2003م ص871

الدراسات السابقة:

نظرا لقلّة البحوث والدراسات في الموضوع، وباعتباره موضوع لم يتطرق اليه جموع الباحثين، فإن الدراسات السابقة تعدّ جد قليلة ان لم نقل منعدمة، لكن سنحاول التطرق لمجموعة من الدراسات تتشابه مع متغيرات بحثنا والتي سنقدمها كالاتي دراستين حول الاتصال، دراستين حول التكوين، دراستين حول المؤسسات الناشئة:

الدراسة الأولى:

✓ دراسة **بوهلة شهيرة** تحت عنوان استراتيجية الاتصال ودورها في الاداء التنافسي للمؤسسة "دراسة حالة مؤسسة اتصال الجزائر "موبيليس" مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص الاتصال استراتيجي.

حيث تمحورت اشكالية الدراسة حول "كيف تساهم استراتيجية الاتصال في تفعيل الاداء التنافسي لمؤسسة موبيليس؟ وما هي الابعاد التي يمكن ان تحققها في ظل البيئة التنافسية؟" تفرعت تحتها مجموعة من التساؤلات:

- ما هي اهمية استراتيجية الاتصال في مؤسسة موبيليس؟
 - كيف تستطيع مؤسسة موبيليس ان تنجح في اعداد استراتيجية اتصالية لمواجهة المنافسة؟
 - ما مدى مساهمة عملية تحليل البيئة التنافسية في التخطيط الاستراتيجية للاتصال لمؤسسه موبيليس؟
 - ما هو دور استراتيجية الاتصال في رسم صورة مؤسسه موبيليس في بيئة تنافسية؟
- ولالإجابة على هذه الاسئلة اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي ومنهج دراسة حالة الذي يتجهان الى جمع البيانات العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة حيث اعتمدت على استمارة الاستبيان لجمع المعلومات والمقابلة لاستقاء بعض المعلومات المهمة للمؤسسة من طرف موظفيها اما عينتها فكانت قصدية.

تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي:

- ان عدد الاطارات يمثل النسبة الاكبر مقارنة بفتنه الاعوان يشكلون مع بعضهم البعض منظومه اتصاليه من خلال تكاتف الجهود بين فئتين من اجل صياغة استراتيجية اتصاليه من بداية التخطيط لها وصوله الى مرحلة تنفيذها.

الإطار المنهجي

- ان اهتمام مؤسسه موبيليس بالجانب الاتصال ادى بها الى التركيز في كفاءة مواردها البشرية حيث استعانت بالعديد من الافراد المختصين في علوم الاعلام والاتصال بهدف الاستفادة من معارفهم العلمية وتكويناتهم التي تعود الى المؤسسة بالنتائج الايجابية من خلال استراتيجيات اتصالية.
- ضرورة تكوين الموظفين في مجال الاتصال وتدريبهم في وفسح المجال لهم لتحمل بعض المسؤوليات وتقديم الاقتراحات واصدار القرارات المناسبة مراقبة ما تنفقه المؤسسات المنافسة في تنفيذ استراتيجيتها الاتصالية مع الحرص على تحقيق الاهداف والمصالح.

الدراسة الثانية

✓ دراسة اسماعيل حماني تحت عنوان: التخطيط الاستراتيجي للاتصال ومواجهة الازمات تجربة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز "سونلغاز" كنموذج الدراسة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال جامعه الجزائر 3.

حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة التعرف على دور التخطيط الاستراتيجي للاتصال في مواجهة الازمات في المؤسسة.

حيث كانت الاشكالية الدراسة: ما هي طبيعة التخطيط الاستراتيجي للاتصال الازمات في شركة الوطنية للكهرباء والغاز "سونلغاز" من حيث الاجراءات التنظيم وطرق الممارسة؟

كانت تساؤلات هذه الدراسة حول:

- ما هي مكانه وموقع الاتصال على مستوى الهيكل التنظيمي للشركة؟
- ما هو التصور السائد بالشركة لأهمية التخطيط الاستراتيجي للاتصال الازمات؟
- هل توجد يقظة استراتيجية اتصالية لدى الشركة قبل وقوع الازمات؟
- ما هي الاجراءات والاهداف تخطيط الاتصال بالشركة عبر مراحل الازمة؟

اعتمدت الباحثة على منهج دراسة حالة وكذلك اعتمدت على ادوات الدراسة الملاحظة مقابلة استمارة استبيان كما اعتمدت على العينة القصدية لطبيعة الدراسة في حد ذاتها لان تلك المفردات اخترت عمدا.

ولقد توصلت الدراسة الى مجموعة نتائج :

- اهمية التخطيط الاستراتيجي للاتصال الازمات بالمؤسسة.
- اهم الاسس التي تلتزم بها المؤسسة في عملية التخطيط لاتصال الازمات هي الحفاظ على صورة ايجابية للمؤسسة كأساس اول.

الإطار المنهجي

- المؤسسة غالبا ما تنتهج الاستراتيجية التحفظية في معالجة ازمتها وقليلًا ما تبني الاستراتيجية التبرير والاعتذار وشفافية.
- المؤسسة في مرحلة ما قبل الازمة في إطار الاستعداد لمواجهة الازمات المحتملة يوضح دليل ارشادي يحتوي على التعليمات الواجبة الالتزام بها واداره الاتصال على مستوى المؤسسة تقوم اثناء الازمات لتقديم المعلومات واتاحتها للجمهور وعبر وسائل الإعلام.

الدراسة الثالثة:

✓ دراسة عمارة حسبية تحت عنوان: تكوين موظفي ومنتخبي الجماعات المحلية في الجزائر، دراسة حالة بعض البلديات ولاية الجزائر: الدورية بابا حسن الداربية والعاشور (2008,2017), مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول شهادة الماجستير في علوم السياسية والعلاقات الدولية في تخصص ادارة الجماعات المحلية جامعه الجزائر 3.

وقد هدفت هذه الدراسة الى التطرق الى اشكالية التالية: الى اي مدى يؤثر التكوين في تحسين اداء الموظفين والمنتخبين على مستوى الجماعات المحلية؟ وهل تراعي البلديات محل الدراسة الاحتياجات التكوينية لموظفيها ومنتخبها؟

واندرجت تحت هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات التالية :

- ما المقصود بالتكوين؟ ما هي مراحلها واهدافه واهميته؟
- كيف تناول الإطار القانوني التكوين على مستوى الجماعات المحلية؟
- هل تلبى البرامج التكوينية احتياجات الموظفين والمنتخبين على مستوى الجماعات المحلية؟ وما هو دور الاحزاب السياسية في تكوين المنتخبين المحليين؟
- ما هي الاستراتيجيات الواجب اتباعها من اجل تحسين وظيفة التكوين في الجماعات المحلية؟

واعتمدت الباحثة مجموعة من المناهج والمقاربات

منها المنهج الوصفي ومنهج دراسة حالة اضافة الى المنهج التحليل مضمون اما المقاربات اعتمدت الباحثة على المقرب النسقي ومقرب المؤسسة وكذلك اعتمدت على ادوات الدراسة الملاحظة والمقابلة والاستبيان والمستندات والوثائق ويبدو من منهجية اختيار البلديات والافراد ان الباحثة استخدمت العينة القصدية رغم انها لم تصرح بذلك.

توصلت الدراسة بمجموعة من النتائج:

الإطار المنهجي

- _ غياب سياسة تكوين فعلية رغم الإيجابية الظاهرة لقوانين التكوين التي تظهر في الصياغة انها لا تنطبق.
- _ الاهتمام السطحي بعملية التكوين وذلك بقياس نجاحها بحصر عدد من الذين تم تكوينهم خلال سنة.
- _ احتكاك مع الموظفين نجد اكثرهم يشتكى من نقص التكوين خاصة اولئك الذين يملكون ذهنية اكتساب المعارف وتحسين مستواهم.
- _ ضعف التنسيق بين المؤسسات التكوينية.
- _ عدم الاهتمام بالتكوين ما بعد التوظيف.
- _ ضعف التأطير البيداغوجي نقص في الكفاءات المتخصصة في التدريب الإداري المحلي.
- _ ضعف التأطير البيداغوجي نقص في الكفاءات المتخصصة في التدريب اداري المحلي.

الدراسة الرابعة:

- ✓ دراسة الدكتورة **مخانشة امينة** تحت عنوان "المؤسسات الناشئة في الجزائر الإطار المفاهيمي والقانوني" مجلة صوت القانون بجامعة محمد الأمين دباغين سطيف 2 الجزائر.
- حيث تمحورت اشكالية الدراسة حول مجموعة من تساؤلات الهامة:
- ما مفهوم مؤسسات الناشئة؟
 - ما مدى تأطيرها من الناحية التنظيمية فعليا في ظل المراسم التنفيذية السارية التطبيق؟
 - هل سيتحقق المسعى التنظيمي للمؤسسات الناشئة التنمية والتطوير والتنوع للاقتصاد الوطني؟
- حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي للإجابة على التساؤلات.
- وقد تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي:

- غياب ثقافة المؤسسات الناشئة لدى الشباب الجزائري خاصة مع نقص التكوين وجانب الاعلام والاشهار بخصوصها ما دام ان هذا النوع من المؤسسات لا يزال في طور التعريف والانشاء.
- توفر المؤسسات الناشئة على مجموعة من الميزات التي تجعلها مصدر جذب العديد من رجال ورواد الاعمال والذين يمثلون المؤسسين لها ذاتيا من خلال افكارهم الابداعية وبتكاليف بسيطة.
- تحتل المؤسسات الناشئة مكانة هامة في الاطر القانونية التنظيمية التي وفرها المشروع الجزائري بصورة منقوصة حيث اصدرت منها ما يهدف لضبط هذا النوع من المشاريع والمؤسسات بصفه مباشرة ومنها ما هو موجه للهيئات الداعمة المؤسسات الناشئة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة بحثنا في عدة أمور أهمها:

- ساعدتنا في الإطار النظري.
- ساعدتنا في معرفة المصادر والمراجع التي اعتمدنا عليها في دراستنا.
- ساعدتنا في مناقشة فرضياتنا

الخلفية النظرية

نظرية انتشار المبتكرات: Innovation Theory Diffusion

تعتبر نظرية روجرز لانتشار المبتكرات أحد النظريات الأساسية في العصر الحديث لظاهرة تبني المجتمعات للمخترعات الجديدة، ويمكن تعريف الانتشار بأنه: العملية التي يتم من خلالها المعرفة بالابتكار او اختراع ما من خلال عدة قنوات اتصالية بين افراد النسق الاجتماعي.¹

فروض النظرية:

تفترض هذه النظرية ان قنوات وسائل الاعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة. يكون لقادة الرأي دورا في انتقال المعلومات المتعلقة بالمبتكرات الجديدة للجماهير، حيث ان مفهوم قادة الرأي في مدخل انتشار المبتكرات لا يختلف كثيرا عن مدخل انتقال المعلومات على مرحلتين غير انه يضيف تفاصيل أكثر حول شخصية قادة الرأي²

عناصرها:³

اقتبس الباحث روجرز هذه العناصر من نموذج **ديفيد بيرلو** كما يلي:

➤ **المصدر:** المخترعون وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي.

➤ **الرسالة:** الابتكار الجديد.

➤ **الوسيلة:** قنوات ووسائل الاعلام وقنوات الاتصال الشخصي.

¹ منال قدارج "اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة متنوري قسنطينة 2007، 2008م، ص86

² ر. سدار "نظرية انتشار المبتكرات" مطبوعة بيداغوجية في مقياس نظريات الاعلام والاتصال، موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، سداسي السادس جامعة محمد بوضياف المسيلة 2023 2024م، ص1

³ نفس المرجع السابق ص2

➤ **المستقبل:** أعضاء الجمهور.

➤ **الأثر:** تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

مراحلها:¹

عرف روجرز عملية تبني افكار الجديدة والمستحدثة بوجه عام انها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت او عمله بالفكرة او الابتكار حتى ينتهي به الامر الى ان يتبناها وتمر هذه العملية بخمس مراحل:

مرحلة الوعي بالفكرة: في هذه المرحلة يسمع الافراد او يعلم بالفكرة الجديدة لأول مره لا يمكن الجزم ان كان هذا الوعي عفويا او مقصودا ويتفق العلماء على ان اهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق الى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني.

مرحلة الاهتمام: تتولد هذه في هذه المرحلة رغبة لدى الفرد في التعرف على الواقع الفكرة وجمع المزيد من المعلومات عنها ليصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة والابتكار لهذا يصبح سلوكه هادفا بشكل كبير.

مرحلة التقييم: وفي هذه المرحلة يجري الفرد عملية موازنة ومطابقه بين ما جمعه من معلومات عن الفكرة المبتكرة في ضوء موقفه وسلوكه والاحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا لينتهي به الامر الى اتخاذ قرار يرفض الفكرة او اخضاعها للتجريب العلمي.

مرحلة التجريب: وفيما يستخدم الفرد المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة كي يحدد فائدتها وفق ظروف خاصة ف اذا اقتنع بفائدتها فانه يقرر تبنيها وتطبيقها على نطاق اوسع او العكس في حاله عدم جدواها.

مرحلة التبني: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي فالفرد قد انتهى الى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد اقتناعه بجدواها غير انه يجب تذكر انه في بعض الحالات قد يتملص الفرد من التنفيذ تاركا الفكرة المستحدثة لأسباب عديدة ومتنوعة.

¹ ريم بوش " نظرية انتشار المبتكرات" مطبوعة بيداغوجية في مقياس نظريات الاعلام والاتصال"، موجه لطلبة تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة، جامعة الجزائر 3، 2020، ص8_9

اسقاط على النظرية

تعتبر نظرية انتشار المبتكرات مفيدة لفهم موضوع دراستنا ويعود ذلك لعدة أسباب أهمها ان الفكرة الأساسية لدراستنا تدور حول دور الاتصال التكويني في تنمية قدرات الطالب المقبل على انشاء مؤسسات ناشئة، حيث تشهد فئة من الطلاب ترددا في تبني الابتكارات الجديدة و هنا يأتي دور الاتصال التكويني في توفير توعية إضافية ودعم متواصل حيث يمكن تنفيذ حملات توعوية تركز على الفوائد التي تقدمها ريادة الاعمال وعادة ما يتم توجيه هؤلاء الطلاب الى الحاضنات او الى منصات التعليم الالكتروني ، مجموعات واتساب، تلغرام او عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتخفيف المخاوف وتعزيز الثقة في فائدة الابتكار.

بعد ذلك تأتي فئة صغيرة من الطلاب الذين لديهم استعداد للمخاطرة والابتكار لكنهم يؤثرون بشكل كبير على نشر فكرة ريادة الاعمال داخل الجامعات الجزائرية هؤلاء الطلاب هم أوائل المشاركين في الأنشطة لعرض تجاربهم وابتكاراتهم ثم يتم تحفيزهم من خلال عرض تجارب حية والذين يعملون كقادة راي في نشر ثقافة الابتكار في البيئة الجامعية من خلال برامج الاتصال التكويني الذي يمكنهم من نقل تجاربهم الناجحة والتأثير على الطلاب الاخرين مما يسهم في رغبة تنمية قدراتهم وتوجيههم نحو تطوير مشاريعهم الخاصة، ثم تتبنى حاضنة الاعمال أفكارهم وتعطي لمشاريعهم الاهتمام اللازم بعد ان تثبت نجاح المشروع اذ توفر التدريب والتكوين والدعم الذي سيوسع دائرة الابتكار لديهم واشراك الأساتذة اذ ين لديهم كفاءات عالية في ريادة الاعمال، ليتم بعد ذلك تقييمهم واعطائهم علامة مؤسسة ناشئة ليتم تنفيذ مشروعهم.

وعند تطبيق نظرية انتشار المبتكرات على موضوع دراستنا يمكننا ان نرى كيف يؤثر هذا الاتصال التكويني على قرارات الطلاب وتفاعلهم مع المؤسسات الناشئة فعندما يكون اتصال فعال بين قادة الرأي (أساتذة، طلاب لديهم تجارب ناجحة، إطارات مختلفة....) والطلاب يمكن ان يؤدي ذلك الى زيادة الوعي بريادة الاعمال وتأسيس مؤسسات ناشئة.

الجانب النظري

الفصل الأول:

مكانة الاتصال التكويني في المؤسسات

الفصل الأول: مكانة الاتصال التكويني في المؤسسات

المبحث الأول: الاتصال في مؤسسة

المطلب الأول: مفهوم وأهداف الاتصال في المؤسسة

المطلب الثاني: وظائف وخصائص الاتصال في المؤسسة

المطلب الثالث: نماذج وأنماط الاتصال في المؤسسة

المطلب الرابع: استراتيجية الاتصال في المؤسسة

المبحث الثاني: استراتيجيات الاتصال الداخلي والخارجي

المطلب الأول: مفهوم وأهداف الاتصال الداخلي

المطلب الثاني: غايات ووسائل الاتصال الداخلي

المطلب الثالث: مفهوم وأهداف الاتصال الخارجي

المطلب الرابع: تقنيات الاتصال الخارجي

المبحث الثالث: التكوين في المؤسسات

المطلب الأول: مفهوم وأهمية التكوين

المطلب الثاني: أهداف ومكونات التكوين

المطلب الثالث: مبادئ وأنواع التكوين

المطلب الرابع: الوسائل المساعدة وأساليب التكوين

تمهيد

مكانة الاتصال التكويني في المؤسسات تعتبر من المواضيع المهمة التي ترتبط مباشرة بجوهر تطور الأداء التنظيمي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية يعد الاتصال التكويني من المكونات الأساسية في أي مؤسسة تربوية أو تعليمية انه يساهم في تعزيز الفهم والتواصل بين المعلمين والطلاب مما يؤثر بشكل مباشر على التعليم والتعلم، وهو عنصر حيوي يساهم في فهم مهام المطلوبة وتنسيق العمل بين مختلف الأقسام ويساهم هذا النوع من الاتصال في تطوير البيئة تفاعلية تعتمد على تبادل المعلومات المستمر يتمثل دور الاتصال التكويني في توفير بيئة تعليمية تفاعلية ومن الجوانب المهمة للاتصال التكويني هو التركيز على التغذية الراجعة التي تساعد الطلاب في تطوير مهاراتهم وتحديد نقاط القوة والضعف لديهم، كما يعزز الاتصال التكويني من الانخراط والمشاركة الفعالة للطلاب في عملية التعليمية، وأيضا يساعد الاتصال التكويني في تسهيل التوجيه والإرشاد من القيادة في المؤسسة كما يعزز من قدرات الموظفين على التكيف مع التغيرات المستمرة في بيئة العمل.

المبحث الاول: اتصال في المؤسسة

المطلب الاول: مفهوم واهداف الاتصال في المؤسسة

الفرع الاول: مفهوم الاتصال في المؤسسة

الاتصال في المؤسسة هو وسيلة تبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات بين أعضاء وذلك يساعد على الارتباط والتماسك ومن خلاله يحقق الرئيس الأعلى ومعاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف.¹

تعرفه ماري أيلان واستبنا لن " مجموع عمليات اتصالية سارية تحت مفعول القوانين من اجل تعريف بها وتحسين صورتها" هو قاعدة ثابتة في ميدان المؤسسة فهو يتميز عن الانشطة الاتصالية الأخرى حسب طبيعة المؤسسة مبادئها شخصيتها مشروعها اختيارها أهدافها أفعالها نتائجها الانشطة الاتصالية في مجال التجاري المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات غير منطق اتصال المؤسساتي في المنظمات أخرى مثل مؤسسات العمومية، المجالات العمومية للوزارة، الإدارات، الجماعات المحلية أو في ميدان غير إنتاجي مثل جمعيات، أحزاب، منظمات أخرى.²

يعد الاتصال المؤسسات وظيفة الادارة التي توفر إطار التنسيق الفعال لجميع الاتصالات الداخلية والخارجية مع الهدف العام من إنشاء ومحافظة على سمعة المنظمة الموازية مع مجموعات أصحاب المصالح التي تقوم عليها منظمه تابعة.³

وردت العديد من التعاريف في هذا الآن حيث يعرفه روجر 1976 بأنه الاتصال الذي يحدث في إطار منظمة ما، وهو عملية هادفة بين طرفين أو أكثر وذلك لتبادل المعلومات والآراء والتأثير في المواقف والاتجاهات.⁴

¹ - سامية عواج، اتصال في المؤسسة المفاهيم المحددات الاستراتيجية، دار الكنوز المعرفة العلمية، عمان، 1، 2019م، ص 60 61.

² - كمال فار، اتصال المؤسساتي والخدمة العمومية في الادارة المحلية الجزائرية، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام واتصال جامعة الجزائر، 2018، 2017م، ص 03

³ -حنان منصور، الاتصال المؤسساتي كرافد حسين صورة المؤسسة، طالبة دكتوراه في المدرسة الوطنية للصحافة علوم اعلام، الجزائر، ص

⁴ صيرينة رماش الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، فرع التنمية وتسير الموارد البشرية، جامعة منتوري قسنطينة، 2009، 2008م، ص 18

الفرع الثاني: اهداف الاتصال في المؤسسة

- يركز الاتصال الرسمي على عمليات الإدارة اليومية التي تعني بتسيير الشؤون اليومية للمؤسسة وحتى الحالات الطارئة أين تكثف عملية الاتصال وتكون اغراضه إصدار القرارات العادية أو الهامة أو أوامر أو توضيح مواقف أو أزاله الغموض أو شرح النصوص أو بيان طريقه العمل ما لأجل التنسيق..... إلى غيرها من العمليات الإدارية التي يصعب حصرها ومن أهداف الاتصال البحث عن آليات تنشيط المؤسسة وتوجيهها نحو أهدافها المختلفة، وضمن هذا المسار يقوم الاتصال بربط قنواته الفرعية داخل مؤسسه ضمن انساق المهام المختلفة بحيث تنظم شبكات الاتصال الفرعية بناء على طبيعة المهام، ليعاد ربط هذه الأنساق الفرعية ضمن النسق الاتصالي الكلي للمؤسسة، وهذا تماشياً مع منطق الأهداف الكلية والفرعية للمؤسسة، فتحقيق أهداف كبرى للمؤسسة يكون من خلال تحقيق الجملة من المتناسقة والمتكاملة فيما بينها.
 - لتحقيق هذه الأهداف يعمل الاتصال على تسهيل سير المعلومات وتبادلها وحل مشكلات الاتصال في أوانها وحل مشاكل التسيير عن طريق مختلف أنماط الاتصال التي منها الاجتماعات وحل الاختلافات الآراء وكل إشكال الصراع في الدرجات السلمية المختلفة.
 - يهدف أيضاً إلى إشراك العاملين في كل ما يجري داخل المؤسسة واستشارتهم بطريقه تبنى علاقات الثقة والتفاهم وتزليل الشكوك والعوائق النفسية التي يمكن إن تكون بين درجات السلمية المختلفة التي يمكن إن تؤثر في مستوى الإنتاج في وقت لاحق.¹
 - يهدف الاتصال إلى متابعه ومراقبه العمل واحترام تنفيذ المهام والبحث عن خطط الجديدة وعن تحسين من خلال متابعة عملية الرجوع، التي تتضمن تقييماً مستمراً لخطط الإدارة.
- لمساهمة في تحقيق الانسجام بين كافة اشكال الاتصال الداخلي والخارجي بناء علاقات متينة تتأسس على مبدأ الثقة المتبادلة بين مختلف أطراف المتعاملة مع المؤسسة واستغلال جميع الفرص للجوء الى

المؤسسة وخدماتها.²

¹ ناصر قاسمي، الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية" ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، ط2، 2016، ص 17.

² - فضيلة سبع، "الحقول العلمية الاتصال الشامل" دراسة نظرية حول الاتصال الشامل، مجلة معارف، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 16، العدد

1 جوان 2021م، ص 836

المطلب الثاني: وظائف وخصائص الاتصال في المؤسسة

الفرع الأول: وظائف الاتصال في المؤسسة

يسعى المسؤولون الاتصال في مؤسسات الى تحقيق اهداف التالية:

✓ "بناء وادارة صورة وسمعة المؤسسة تقديم النصح لمتخذ القرار، وضع وتطوير سياسة اتصالية تتوافق مع

الاهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

ولتحقيق هذه الأهداف المسؤولون بالاتصال المؤسساتي الذي له ثلاث وظائف:

✓ وظيفة إصدار النشر: بان يكون الاتصال المؤسساتي مصدر المعلومات حول المؤسسة للعاملين بها

والمعاملين معها وحتى مع المجتمع.

✓ وظيفة الإنصات: بحيث يسمح الاتصال المؤسسات للمؤسسة ليس فقط بمكانه الرأي العام والتوجيهات

الإطراف الفاعلة بل أيضا يسمح بالكشف عن هذه التوجيهات والتنبؤ بتا.

✓ وظيفة الواجهة: يسمح الاتصال المؤسساتي بإدارة العلاقة مع المتعاملين الخارجين ومع الموظفين كما

يساعد على تنظيم الرسالة الاتصالية وأجابه على تطلعات الأطراف الفاعلة.¹

الفرع الثاني: خصائص الاتصال في المؤسسة:

■ "الاستمرارية والديمومة: الاتصال المؤسساتي يجب أن يكون مستمرا ودائما ويعني هذا إن المؤسسة يجب

أن تحافظ على قنوات التواصل الفعالة بين جميع أفرادها وإطرافها المعنية بصفه مستمرة لضمان تدفق

المعلومات بشكل منتظم.

■ الاستراتيجية والهدف: اتصال داخل مؤسسه يجب إن يكون موجها وفق استراتيجيات واضحة ومحددة

تحديد الأهداف اتصال المؤسساتي بناء على الرسالة المؤسسة وأهدافها العامة.

¹ خالد قاشي، رابع درام، أثر اتصال المؤسساتي على صورة المؤسسات الجزائرية في الخارج، مجلة اقتصاد المال والاموال، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، العدد السابع سبتمبر 2018م، ص 421.

- المرونة والتكيف: نظرا للتغيرات السريعة في البيئة المؤسساتية يجب إن يكون الاتصال المؤسساتي مرنا وقادرا على التكيف مع الظروف الجديدة والتحديات الطارئة.¹
- " الشمولية والتكامل: اتصال في المؤسسات يجب إن يكون شاملا ويغطي كافة الجوانب (داخليه وخارجية) يشمل جميع قنوات الاتصال مع جميع أطراف الموظفين، العملاء الشركاء والمجتمع.
- اللشفافية والمصادقية: الاتصال في المؤسسات يجب إن يتصنع بشفافية والمصادقية مما يساعد على بناء الثقة بين المؤسسة والجمهور الداخلي والخارج.
- تقييم والمراجعة: يجب إن يشمل الاتصال المؤسسي إليه لتقييم فعالية التواصل ونجاحه هذا يساعد في تعديل استراتيجيات والرسائل لتحقيق أفضل النتائج.
- استخدام وسائل الاتصال المتنوعة: اتصال المؤسساتية يستفيد من استخدام وسائل تكنولوجية وتقليدية متعددة، يشمل ذلك وسائل الإعلام، الانترنت، البريد الالكتروني، اجتماعات، وسائل التواصل وسائل التواصل الاجتماعي.²
- الفاعلية يتعين ان تكون ادارة التغيير فعالة اي تمتلك القدرة على الحركة بحرية مناسبة، وتمتلك القدرة على التأثير على الآخرين وتوجيه قوى الفعل في الانظمة والوحدات الادارية المستهدف تغييرها.
- الواقعية يجب ان نربط التغيير التنظيمي بالواقع العلمي الذي تعيشه المنظمة، وان يتم في إطار إمكانياتها ومواردها وظروفها التي تمر بها.³

المطلب الثالث: نماذج وانماط الاتصال في المؤسسة

الفرع الاول: نماذج الاتصال في المؤسسة

النموذج هو عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات، ويمكن تقديم النماذج في اشكال عديدة لفظية احصائية رياضية، وتختلف النماذج في احجامها كما تختلف المتغيرات التي تظهرها او تؤكدتها ولكن هذه الاختلافات تقع بشكل عام تحت فئتين هما:

¹ سامية مجد جابر ونعمات احمد عثمان، اتصال واعلام وتكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2003م، ص3

² سامية مجد جابر، نعمت أحمد عثمان، مرجع السابق ص 403

³ هشام كرمي، حورية شريط، اتصال المؤسسة ودوره في ادارة التغيير التنظيمي المخطط في المنظمات، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة

باتنة 1، 1، المجلد 23، العدد 1، جوان 2022م، ص1

النماذج البنائية: أركز على بناء الظاهرة من حيث مكوناتها وعدد تلك المكونات وترتيبها وخصائصها، اي تحلل الظاهرة الى وحدات صغيرة.

النماذج الوظيفية: تركز على عمل الظاهرة وتشرح طبيعة العلاقة والقوة والمتغيرات التي تؤثر في الظاهرة محل الدراسة.¹

اولا: النماذج الخطية:

نموذج ارسطو: يرى ارسطو ان البلاغة الاتصال هي البحث عن جميع الوسائل اقناع المتاحة، فتحدث الخطيب المرسل والخطية الرسالة، والمستمع المتلقي.²

نموذج شانون: من النماذج المعروفة النموذج الذي وصفه شانون عام 1948، ويعتمد على مفاهيم الرياضيات تعكس وجه الشبه بين الاتصال وعمل الآلات أو الوسائل التي تنقل المعلومات، ويحوي النموذج المذكور عناصر التالية: المصدر، المرسل الاشارة والمستقبل و الهدف، اضافة الى التداخل أو التشويش الذي يجري على العملية نقل الرسالة، واشر شانون الى امكانية دراسة الاتصال من ناحية الدلالية بالإشارة الى مشاكل المعني، ودراستهم من الناحية التأثير عبر تأكيد على النتائج السلوكية، واكد شانون ايضا على دراسة الاتصال.

عبر تجاوز وسائل الاتصال الشخصي أو اتصال بين نقطة ونقطة، باعتباره هذه المرة اتصالا جماهريا بمعنى الوصول الرسالة اعلامية الى ملايين عديدة من الناس.³

نموذج هارولد لا زويل: يعتبر هذا النموذج من أقدم وأشهر نماذج الاتصال، بين فيه لا زويل المفهوم الهندسي للعملية الإعلامية مطلع الخمسينات ومضمون هذا النموذج يتأسس على خمسة اركان وهي: من يقول؟ وماذا يقول؟ وعن أي طريق؟ ولمن يقول؟ وماذا أثر ذلك؟، فقط ساعد هذا النموذج الباحثين والدارسين الاعلاميين على ادراك مدام تعقد وتشابك العملية الاعلام، وفي ذلك يبرز لا زويل فضل نمودجه الاتصالي بقوله "ان العلماء الذين يدرسون من؟ اي المرسل يتفحصون العوامل التي تتسبب في اتصال وتوجهه، اما الخبراء الذين يركزون بحثهم

¹ بارعة شقير، نظريات اتصال، منشورات الجامعة دمشق، ط1، 2020م، ص 37-38

² الدكتور كمال الحاج: نظريات الاعلام واتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020م، ص 25

³ - مصطفى يوسف كافي، محمود عزت اللحام، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، دار الأعصر العلمي، الاردن، عمان، ط1 1436هـ 2016م، ص 141

على ماذا يقول؟ فينصرفون الى تحليل محتوى، وعندما يتركز الاهتمام على الاشخاص الذين يتصلوا مادة الاعلامية فإننا نتحدث حين ذلك عن تحليل الجمهور.¹

نموذج جرنبر: ويتضمن نموذج "جرنبر" العناصر التالية:

- ✓ شخص.
- ✓ يدرك حدثا.
- ✓ ويستجيب.
- ✓ في موقف ما
- ✓ عبر وسائل
- ✓ يصنع مواد مناسبة
- ✓ ينقل محتوى.
- ✓ له نتائج.

فيبدأ النموذج "جرنبر" بالاستجابة الى المثير ما في البيئة المحيطة به، وتأتي هذه الاستجابة في الرسالة هادفة يختار لها الشكل والرموز المناسبة لنقل المعنى أو الفكرة التي تحقق نتائج المستهدف، ويهتم جرنبر في هذا النموذج في المشكلات الاتصالية والادراكية للفرد فالاتصال مواجهي، وقد قدم جرنبر هذا النموذج بعنوان نموذج شامل الاتصال وقدمه في بناء لفظي بجانب الرسم التخطيطي لعناصر النموذج واتجاه حركتها.²

نموذج برلو: يتضمن أربع عناصر رئيسية:

- ✓ الرسالة.
- ✓ الوسيلة.
- ✓ المتلقي.³

¹ - احمد عيساوي، "منهجية البحث في عملية الإتصال الدعوي"، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 1433هـ2012م، ص47

² بارعة شقير مرجع السابق، 40

³ - احمد عيساوي، المرجع السابق، ص47

ويحتوي هذا النموذج على عنصرين فرعيين هما الرمز الي يصنع الرسالة في شكل رموز مثل الجهاز الصوتي في حالة اتصال الشفوي أو الالة الكرتونية في حالة الاتصال المطبوع أو المسموع المرئي، وعنصر ثاني هو جهاز فك الرموز مثل الاذن في الاتصال الشفوي اللفظي او العين في حالة الاتصال الغير لفظي.

ثانيا: النماذج الثنائية

يعتمد نموذج روس على ستة عناصر:

- ✓ المرسل.
- ✓ الرسالة
- ✓ الوسيلة.
- ✓ المتلقي.
- ✓ رجوع الصدى.
- ✓ السياق.¹

نموذج شرام: لقد طور حاول شرام ان يطور اطارا نظريا يصف في ضوئه عملية الاتصال ويحللها موجهها ذلك بالمعنى المتضمن في الاصل اللاتيني للكلمة Communication، والذي يعني اشتراكا في موضوع معين او فكرة او اتجاهها او رايها سياسيا، وهو بذلك يستهدف تحليل فكرة التي مؤداها ان اساس الاتصال هو الخلق نوع من الاتحاد بين المرسل و المستقبل حول رسالة معينة، وارى الشرام ان عناصر عملية الاتصال تتمثل في ثلاث عناصر هي: المصدر source، رسالة message، الوجهة او المقصد او الهدف destination، المصدر قد يكون في شخص يتحدث او يكتب او يرسم او يوميء، اما الرسالة فإنها قد تكون في صورة كلمات مكتوبة على الورق او موجات صوتية عبر الاثير، والوجهة قد تتمثل في شخص ينصت او يراقب او يشاهد او يقرأ.²

¹ بارعة شقير، مرجع السابق، ص 40

² عماد فاروق محمد صالح، "الاتصال الانساني في الخدمة الاجتماعية"، دار الكتاب الجامعي، امارات العربية المتحدة، ط1، 1430هـ/2010م، ص

الفرع الثاني: انماط الاتصال في المؤسسة

أنماط الاتصال في المؤسسة انقسم الى قسمين رئيسيين اتصال الرسمي والغير الرسمي يرتبط الاتصال الرسمي بنسق المؤسسة الرسمي رباطا وثيقا ولهذا يعتبر المحور الرسمي وما يتضمنه من علاقات وادوار ومراكز أراضيا باعتبار أن المؤسسة تحدد هيكلتها التنظيمية ونظامية على خلاف المحور الغير رسمي الذي يتسم الغموض.¹

الاتصال الرسمي: قنوات الاتصال الرسمي للمؤسسة مثل إصدار تعليمات والأوامر والقرارات والتوجيهات من الإدارة العليا إلى مستويات الإدارية الوسطى والدنيا أو مثل شكاوى واقتراحات وطلب الإجازات وطلب الترقيات التي تتم من مستويات الدنيا إلى الأعلى ثم العليا وهكذا الاتصال يتم من خلال قنوات التي حدتها المؤسسة باعتبارها قنوات رسميه يجب إتباعها وهي تحدد الخطوط السلطة والواجبات والمسؤوليات وكافه التعليمات والإجراءات الواجب.

اتصال غير رسمي: وهي تلك الاتصال التي تتم بين العاملين في المؤسسة نتيجة لتكوين علاقات واتصالات بين هؤلاء الأفراد يهدف تحقيق الرغبات أو الحاجات الاجتماعية أو الاقتصادية ويمكن التغلب أو تطويع الاتصال الغير رسمي سياسة الاتصالات تتسم بالمرونة والفاعلية، وذلك عبر تطبيق نظام المشاركة في عمله صنع القرارات والسياسات، لاسيما تلك القرارات التي تؤثر بشكل مباشر على حياه الوظيفية أو المالية ويذكر أن الاتصال غير رسمي هي جزء من واقع حياه في المنظمات ومن العيب أن تحاول الإدارة القضاء عليها وقد تلحق الضرر بالمنظمة إن أصبحت مصدرا ثابت للإشاعات والأقاويل²

الاتصال ذو اتجاه واحد: يعني مدلول اتصال في اتجاه واحد أنا مسئولين يلقون بياناتهم شفويا أو كتابيا، إلى العمال من دون أي تكون لهم فرصه المناقشة والاستفسار مما يؤثر سلبا على هؤلاء العمال، فمن خلال إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت عام 1965 على 18 مجموعه من العمال لبيان ماذا تأثير هذا النوع من الاتصال، تبين أن 90% من العينة كانوا يعانون الإحباط نتيجة اتجاه الذي اتجاه واحد، وكانوا أيضا يفتقرون إلى الثقة في قدراتهم وعدم الدقة في إنجاز أعمالهم

¹ محمد مزيان، اتصال المؤسساتي، الأنواع وانماط، حوليات الجامعة، الجزائر، 1998م، ص 102

² وفاء محمد الزبيدي، أنماط الاتصال وعلاقته باتخاذ القرار الإداري لدى قادة مدارس التعليم العام، مجلة البحث العلمي في التربية، بمدينة مكة المكرمة، العدد 19، 2017م، ص 222-223-225

الاتصال الثنائي: اتصال ثنائي وأكثر دلالة على فكرة الاتصال في اتجاهين، حيث لا يتضمن حالة الاحتكار الوظيفية الإرسال، ومدلول ذلك أن المسئول يعطي بيانات للعمال ويتيح لهم فرصة مناقشته، والاستفسار كما يريدونه وينقلون له آراءهم واتجاهاتهم.

الاتصال الرأسي: هذا النوع الاتصال من أبرز الأنواع الاتصالية وأكثرها انتشارا في المؤسسات الانتقالية، حيث تنقل بواسطته المعلومات والبيانات والحلول والبدائل من أعلى سلم الهرم الإداري أو السلطوي إلى المستويات الدنيا بغيات توضيح أهداف المؤسسة وسياساتها ونظمها التفصيلية للعمال وإعطاء الأوامر المرتبطة بتطبيقها ويرى بعض الباحثين أن هذا النوع الاتصال يمكن أن يؤدي دورا بارزا في بث شعور بتكامل النشاطات وتكوين اتجاهات ايجابية.¹

الاتصال الصاعد: يكون الاتصال الصاعد من أسفل الى اعلى الهرم، مروراً بمختلف المستويات الادارية، فهو يبدأ من المستويات الادارية الدنيا وينتهي بالمستويات الدارسة العليا ويعتبر اتصال الصاعد مكملا للاتصال الهابط ويساعد اتصال الصاعد في انجاز الكثير من مهام بحيث يبحث العاملون من خلاله عن اشباع الكثير من الحاجات الاقتصادية والاجتماعية.²

يتم الاتصال في هذا نوع بين مستويات الادارة المتماثلة بين ادارات أو اقسام أو وحدات ادارية متشابهة ان التعامل افقيا على نفس المستوى يتيح فرصة التفاعل و التكامل الجماعي مع التحرر من بعض القيود التي ترتبط بالاتصال الصاعد و النازل، ويمكن استخدام عدة وسائل في هذا النوع ، الاجتماعات ، اللقاءات المباشرة، الهاتف والمذكرات المكتوبة ، التقارير... الخ.³

المطلب الرابع: استراتيجية اتصال في المؤسسة

إن تحسين جودة الاتصالات ومستوياتها وفعاليتها ومعالجة المشاكل وتذليل الصعوبات يصعب في مصلحة الأفراد والمؤسسة والمجتمع بصفة عامة لأن الاتصال في الحقيقة أمر يلعب دورا محوريا في تحميل المعلومات وربط

¹ فاطمة دريدي، امال زرقاوي، نماذج اتصال التنظيمي في ضوء الفكر الإداري والمعاصر، مجلة روى للدراسات المعرفية والحضارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 7 العدد 02، 2021م، ص 133

² سليمان عائشة، اهمية اتصال الداخلي بالمؤسسة اقتصادية، مجلة المالية والاسواق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 9، العدد 1، 2022م، ص 490

³ أم الخير ميلودي، نرجس فرجوه، اثر نماط اتصال الداخلي على مستوى الدافعية المورد البشري في مؤسسة خدمية، مجلة الباحث، جامعة بليدة 2، الجزائر، 2019/1/19، ص 501

الإفراد ومزاولة المهام وتحقيق الأهداف على اختلاف إبعادها ومستوياتها، ذلك نجد اجتهادات لبعض الخبراء في مجال الاتصال تتمثل في استراتيجيات قابلة للتجسيد على أرض الواقع هدفها رفع فعالية الاتصال وأحكام ألقابه على أنشطته وعملياته.¹

تعريفها: مجموعة من الخطابات العلمية المدروسة والمنظمة ذات الطبيعة الخاصة تتكامل مع خطوات التخطيط الاستراتيجي الإداري لكل القطاعات المجتمع لتخفيف غايات متكاملة تخدم الاتجاه المستقبلي لكل من المؤسسة و جماهيرها معا ليكون التطور والتقدم امنا و مستقرا و متوازنا.²

خصائصها:

- ✓ " الحرص على التطور والابتكار السبل المناسبة لذلك توفى السرعة في عملية تطبيق الإجراءات الضرورية
- ✓ أن تكون على نطاق واسع وتأثير كبير
- ✓ قابلة للتعديل بما يناسب ردود الأفعال
- ✓ أن طبيعة المؤسسة سواء كانت تجاربه أو خدمية ه أو خاصة باعتبارها نسقا منتجا على المحيط الاجتماعي، فإنها المذكورة تتعامل مع هذا الأخير بمختلف معطياته والمتمثلة في :
- ✓ حاجات المستهلك ورغباته، وضعية السوق، البشرية والمادية والتنظيمية، وعلى هذا الأساس تعمل المؤسسة على وضع استراتيجية اتصالية وتأخذ بعين الاعتبار هذه المعطيات متعلقة بالمحيط الخارجي، بالإضافة إلى المعلومات والوسائل المؤسسة الخاصة من الهياكل والمنتجات والخدمات وحتى الأفراد.
- كمصادر معلوماتية تساهم في بناء أرضية اتصالية فعالة وبالتالي يمكن الاعتبار أن المؤسسة مؤسسه بحكم تفاعلها الداخلي والخارجي تتحرك ضمن أبعاد متعددة(اقتصادي، ثقافية، والتكنولوجية)³

¹ ياسين مسيلي، واقع الاتصال في المؤسسة الجزائرية الإنتاجية والخدمية، أطروحة مقدمه لنيل شهادة الدكتوراه علوم كليه علوم الإعلام والاتصال سمعي البصري، جامعه قسن طينة 2024/2023م، ص 103

² بن قيلة امنة، سعيد سبعون " استراتيجية الاتصال وواقع العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية " مجلة التنمية وادارة الموارد البشرية، جامعه البلدة 2 لونسسي علي، المجلد 10، العدد 01، 2023م، ص 114

³ حاج احمد كريمة، العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في مؤسسات اتصالية، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في المدرسة الدكتورالية، للعلوم اجتماعية والانسانية، جامعه وهران، 2018/2017م، ص 122

المبحث الثاني: إستراتيجيات اتصال الداخلي والخارجي

المطلب الأول: مفهوم وأهداف الاتصال الداخلي

الفرع الأول: مفهوم الاتصال الداخلي

في نظرة التيار التفسيري للاتصال داخلي من وجهة نظر Nicole فهو تنظيم يعمل على خلق اتصال جماعي في المنظمة، ورغم اختلاف توجه تعاريف السابقة الذكر للاتصال الداخلي بين التركيز الاتصال المنتج على المهمة والاتصال الشامل على العلاقات واتصال تنظيم ركز على عمليات، إلى أنها وحسب Nicole تشترك الاتصالات المثمرة والتواصل الشامل في أنها تقدم المنظمة كما كان يحدث فيه الاتصال لأنها تحدث من منظور وظيفي وكلاهما إلزامي¹

كما يعرف بأنه له عده جوانب تعرض على المحتوى الذي من اجله تبرز غايتين هما، الانتقال البسيط والعامل للمعلومة من جهة وخلق الإحساس والتحفيز من جهة أخرى²

كما يقصد بالاتصال الداخلي للإدارة عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة داخلها وخارجها وهو وسيلة تبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات والآراء بين أعضاء التنظيم ويحقق الاتصال التعاون الذهني العاطفي بين أعضاء التنظيم وبذلك يساعد على الارتباط والتماسك ومن خلاله يحقق الرئيس الأعلى أو معاونوه ويهتم بدراسة العلاقة بين التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف وكما إن الاتصال أداة هامة لإحداث التغيير في السلوك البشري.³

¹ كروك خولة، دور اتصال الداخلي في تفعيل الأداء الوظيفي بالمؤسسات الجامعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه للطور ثالث Lmd في علوم

إعلام واتصال، جامعة محمد أمين دباغين، سطيف2، 2022/2021 م، ص72

² مصطفى الحجازي، اتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطلبة ببيروت، ط1، 1998م، ص160

³ منال طلعت محمود، مدخل إلى علم اتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، سنة 2002م، ص22

كما يعرف أيضا بأنه عملية تبادل المعلومات والرسائل بين الأفراد والأقسام داخل منظمه, بغرض تحقيق أهداف المشتركة وتحسين فاعليه الأداء التنظيمي, يتضمن الاتصال الداخلي كافة الانشطة التي تساهم في تنسيق الجهود بين مختلف العناصر داخل المنظمة, سواء كانت هذه الأنشطة رسميه أو غير رسميه¹

الفرع الثاني: اهداف الاتصال الداخلي

- ✓ خلق بيئة العمل الأفضل للعاملين بالمنظمة
- ✓ بناء قنوات اتصال تحقق الانسجام بين مختلف الموظفين بالمنظمة
- ✓ ربط العاملين بالمنظمة بالبيئة الداخلية والخارجية التي تعمل فيها المنظمة
- ✓ القيام بالدور الإعلام الداخلي لتوعية موظفين وإخبارهم بشؤون المنظمة
- ✓ تهيئة بيئة العمل لأي تطورات ومستجدات تؤثر في مسيرة المنظمة
- ✓ الدعم وتقوية شبكة الاتصال الداخلي الرسمية²

المطلب ثاني: غايات ووسائل الاتصال الداخلي

الفرع الاول: غايات الاتصال الداخلي

- **الغاية الأولى: الفهم Compréhension:** يستطيع كل فرد بفضل الاتصال الداخلي تحسين المعرفة التي يمتلكها عن عمله ومؤسسته، والمرتكزة على مستويين: مستوى المادي: يتعلق بمجموعه عناصر الكمية للمؤسسة ومكوناتها المادية والبشرية.
- **الغاية الثانية:** مستوى المعنوي ويتمثل في الاساليب الادارية المتبعة، وثقافة المؤسسة. تحقيق غاية الفهم بشكل جيد لابد ان تطور المؤسسة قدرتها على الاستماع واليقظة فبفضل الاستماع يتمكن مسيرون من المعرفة ما يفكر، وغاية الفهم اساسية وتشمل أربع مكونات رئيسية:
- ✓ مكون الادمج تسعى المؤسسة لإدمج الموظف الجديد باستقباله ومنحه الوسائل الضرورية للتطور، وبذلك يجب استخدام اداتين للفهمهما:
- أداة الاستقبال

¹ فضيل دليو، اتصال المنظمة، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، ط1، 1446هـ 2025م، ص83،84

² الدكتور محمد بدير الجلب، العلاقات العامة الداخلية التطبيقية اتصال الداخلي نماذج برامج، سلسلة دليل العلاقات العامة التطبيقية، 2011، ص6.

• اداة الإثراء المهني

✓ مكون الاعلام: يتعلق بفحص مجموع أدوات هادفة لتشجيع فهم الموظف للنشاط الذي يؤديه ويتكون من اداة فهم مزدوجة:

• أداة الإعلام القانوني

• أداة الإعلام العام

✓ مكون الاستماع، مكون الانتباه واليقظة. السير وحركة المعلومات Circulation: تعبر عن قدره نسق الاتصال على تسهيل تدفق المعلومات، بفضلها يمكن توجيه ومراقبه المهام على مستوى التنظيم اما

تحقيقها فيتم بتطوير حلقات نقل المعلومات، ازاله العوائق قلت لي التنظيمية، بالشفافية.

➤ الغاية الثالثة: المواجهة confrontation بفضلها يتسنى لكل فرد ايجاد مكانه المناسب، وتحديد دوره الخاص، حسب الفضاء الذي يوجد فيه وانتظاران الاخرين منه.¹

➤ الغاية الرابعة: التنسيق والانسجام Cohésion في اطارها يحقق الاتصال الداخلي للتنسيق بين جميع الافعال, على مستوى التنظيم, بإرسال قواعد اللغة المشتركة.²

الفرع الثاني: وسائل الاتصال الداخلي

يتفق الكثير من المؤلفين على ان الاتصال داخل مؤسسة يعتمد على مجموعة من الوسائل المختلفة وهو المتباينة بتباين المؤسسات ومكانتها فمنهما قسمها حسب صيغه الاتصال الاتصالات الشفهية المكتوبة غير لفظية الى وسائل السمعية بصرية

➤ الاتصال الشفهي: وهو الاتصال الذي يتم عن طريق تبادل الحديث والمعلومات بين طرفي الاتصال

بطريقة مباشرة وهو يعود من بين رسائل أكثر استعمالا بشكل رسمي وغير رسمي نظرا لقدرته الإدارية للمؤسسة ولذلك تصنف الوسيلة الشفهية كإحدى وسائل الاتصال الأكثر سرعة و تأثيرا.

1- الاجتماع: تتمثل الاجتماعات في لقاء عدد من الافراد في مكان ما يهدف للوصول الى نتائج معينة

تخدم الموضوع وتحقيق الهدف من الاجتماع وتميز الاجتماعات الدورية وهي التي تعقد في مواعيد محدد

¹ باية بووزة، "الاتصال الداخلي فيه تحسين انتاجيه الموارد البشرية"، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3 2012/2013 م، ص 29-30

² باية بووزة، المرجع السابق، ص 30

وثابته على مدار العام والاجتماعات الغير دورية وهي التي تعقد بمواعيد غير ثابتة وغير دورية كلما دعت اليه الحاجة

2- **المؤتمرات:** في عبارة عن مناقشة وتبادل الفكر بين اعضاء حول قضية او موضوع او مشكلة او مشروع او ظاهرة يهتمون بها او مرتبطة بطرفهم بقصد التوصل الى التوصيات او قرارات المناسبة والعمل على الالتزام بها، فالمؤتمر من وسائل الاتصال التي تتيح الفرصة لمجموعة من الاعضاء للتبادل الفكري فيما بينهما حول موضوع يهتمون به¹

3- **المراسلات:** تعد من الوسائل الخاصة والمقروءة، بحيث تهدف الى احاطة الجماهير الداخلية بالمعلومات والبيانات في شكل خطابات أو رسائل.²

4- **الندوة:** هي عبارة عن مناقشة متكاملة من مجموعة من المتخصصين في موضوع معين وجمهور معين المتعددة بحيث تناوله كل منهم من زاوية معينة لذلك تعد من وسائل الاتصال التي تتيح التفاعل بين المرسل وبين المستقبل حول موضوع معين

5- **الدعوة:** هي وسيلة من وسائل الاتصال الداخلي قد تربط بنشاط اخر كالاتحاد والمؤتمرات لابد من اعداد الجيد لها مثل دعوات الفطور مثلا³

6- **المقابلات:** نقصد بالمقابلة الرسمية التي يتم من خلالها تخفيف الضغوطات النفسية في العمل وتبادل المعلومات وجها ووجه، ويجب الاخذ بعين الاعتبار، قصد الفهم الجيد.

7- **الهاتف:** ويعتبر من الوسائل الهامة التي تتميز بانخفاض التكلفة فهو سيد الاتصالات الشفوية بلا منازع، يعتبر قناة اتصال غير مباشرة بين المرسل و المستقبل عند مزاوله عملية اتصالية.⁴

➤ **الاتصال الكتابي:** وهو الذي يجعل من المستطاع نقل نفس المعلومات بالضبط الى عدد كبير من الافراد، هذا مع امكان الرجوع اليها في المستقبل ويمكن شرح المعلومات والبيانات بعدة الطرق مختلفة.

¹نعيمه بوكثوم دور اتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير قسم علوم تسير، جامعة دحلب، بليدة، اكتوبر 2008م، ص 24

²ركوك خولة، المرجع السابق، ص 99

³نعيمه بوكثوم، المرجع السابق، ص 25

⁴محمد علي فوزي، "نشأة وسائل الاتصال وتطورها" دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007م، ص 49-50

1- لوحة إعلانات: تفيد في البث ونشر الاعلانات الرسمية للمنظمة وإخبار بالأمور العاجلة والهامة وبالتغيرات التي تحدث في قواعد الأنظمة العمل وتعتبر جريده الحائط أحد اشكال لوحه الاعلانات وهي تمثل وجهه نظر وتعليق العاملين.

2- المحاضرات: وهو لقاء تنظمه الادارة بمشاركة اطارات من المؤسسة او شخصيات خارجها وتطور حول مواضيع تتعلق بالحياة المهنية او غيرها وايجابياتها انها تساعد على ثقافة العامة كالأعضاء المؤسسة وتساهم على تكوينهم.

3- المجلة: تستخدم المجلة او الجريدة كوسيلة لإخبار العاملين بما على الانشطة التي تجري بداخلها¹

4- رفوف القراءة: يمكن للمنظمة ان تخصص رفوفاً، كرفوف المكتبة يوضع عليها كتيبات ونشرات تمس موضوعات تمم العاملين تشمل على مجموعة عريضة من المعلومات عن سياسات الافراد مثل نظام الحوافر، نظام الترفيه لائحة التأمينات والمعاشات وغيرها.

5- التقارير؛ وهي تحتوي معلومات ترفع من الاسفل الى الاعلى لتسير المستوى الاداري الاعلى لمتابعه الاعمال المرؤوسين في مختلف مستويات الادارة.

6- المذكرات: وهي مكاتبات يعدها المرؤوسين لرؤسائهم او الزملاء لبعضهم لتوضيح بعض الامور وتميل المذكرات للتعامل مع موضوع واحد كما انها وسيله غير شخصيه لأنها توجه لأكثر من شخص.

7- البرقيات الإعلامية: عبارة عن معلومات مدونة على الورق تهدف اعلام الموظفين بطريقة سريعة ومختصرة عن امور تخصهم وتخص مؤسستهم.²

8- صندوق الإقتراحات: وهي صناديق موضوعة في مكان أو عدة اماكن في المؤسسة لتلقى الشكاوى والاقترحات وردود افعا العمال، والتي يمكن من خلالها ان يعبر كل فرد من العمال مباشرة وبحرية عن افكاره فيما يتعلق تسير وحياة المؤسسة.

➤ **الإتصال الغير اللفظي:** وهي وسائل تعتمد على الحركات الجسدية والاشارات في ايصال الرسالة للمستقبل.

¹ ديانا مجد رضوان موصلي، أثر الاتصال الداخلي على اداء العاملين، بحث لنيل درجة الماجستير التأهيل والتخصص في ادارة الاعمال، الجامعة الافتراضية السورية، 2023م، ص 29

² ديانا مجد رضوان موصلي المرجع السابق ص 30

• وسائل الاتصال السمعية البصرية:

- 1- الفيديو: والذي يعتبر كمكمل عصري لمجمله المؤسسة مهمة الاساسية كاداة المراقبة جد مسموعة.
- 2- الأنترنت: وهي من الوسائل الداخلية والخارجية في نفس الوقت، وهي الشبكة الاكثر اهمية والابعد تأثيرا في مجال المعلوماتية، والتي تخدم العالم بأسره، وقد ساعدت الدول والمؤسسات بتقديم أفضل الخدمات لمواطنيها.¹

المطلب الثالث: مفهوم وأهداف الاتصال الخارجي

الفرع الاول: مفهوم الاتصال الخارجي

الاتصال الخارجي: يعرفه مصطفى الحجاجي انه يمثل حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها، ففي كل مجتمع تتواجد هيئات ومؤسسات مختلفة قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة لها صلة مع افراد المجتمع وتعامل معهم من خلال عمالها واطاراتها، وبذلك تبني علاقات ايجابية مع الفاعلين في هذا المحيط الجماعات المحلية، اصحاب المؤسسات الخ، ولن تأتي هذه العلاقات الايجابية دون وجود ثقة متبادلة بينها وبين الجماهير، وهي الثقة التي تبني على اسس متينة وفق خطط مدروسة تضمن لها البقاء والدوام.²

يعرف الاتصال الخارجي بانه وسيلة حديثة بواسطتها تستطيع المؤسسات تطوير نفسها ولهذا نجد الاتصال الخارجي يخص كل الاتصالات التي تهدف الى ترويج سمعة المؤسسة وصورتها لدى جمهور مستهدف او زبائنها.³

تبنى كل مؤسسة على مجموعة من الاستراتيجيات التواصلية بغرض التواصل مع محيطها الخارجي، والانفتاح على المجتمع والشركاء والصحافة ومختلف الفاعلين وتهدف هذه الاستراتيجيات الى تحسين صورة المؤسسة والتعريف بنشاطاتها واعمالها فضلا عن الترويج لمشاريعها ومنجزاتها قصد رسم صورة معينة لدى الاخرين عن المؤسسة.⁴

¹ محمد دويس، أثر اتصال الداخلي في تفعيل اداء العنصر البشري بالمؤسسات، بحث لنيل شهادة الدراسات العليا المتخصصة في القانون فرع الاجتماعي جامعة الجزائر، 2010/2011م، ص 37-40-44

² ياسمين بويض، الاتصال الخارجي في المؤسسات الجزائرية، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 7، العدد 2، ديسمبر 2018م، ص 4

³ اسمهان مومني، استراتيجية الاتصال الخارجي في شركات متعددة الجنسيات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام واتصال، جامعة الجزائر3، 2013/2012م، ص 8

⁴ الطيب عيسوي، اهمية وسائل الاتصال في تعزيز الاتصال المؤسسي الخارجي مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة، 2021م، ص 18

يعرفه مُجدّ سليمان طماوي الاتصال الخارجي على انه "هو الاتصال الذي يتم بين المنظمة الادارية الواحدة وبين غيرها من المنظمات الاخرى الادارية كانت او غيرها وكذلك بينها وبين الجمهور".¹

الفرع الثاني: اهداف الاتصال الخارجي

تمثل الاتصالات الخارجية في تبادل المعلومات والبيانات والتغذية العكسية بين المنظمة وذوي المصالح الذين ترتبط بهم المنظمة بعلاقات متبادلة مثلاً عملاء والموردين والموزعين وحمله الأسهم والهيئات الرسمية مثل الوزارات والدوائر الدولة المختلفة نذكر منها بعض الأهداف :

- ✓ إشباع حاجات العملاء وغاياتهم من خلال توفير السلع أو الخدمات تستجيب لهذه الحاجات والرغبات
- توطيد العلاقات وتعزيزها لبلوغ الأهداف
- ✓ تزويد الجمهور بالحقائق حول أنشطتها وفعاليتها والحصول على التغذية العكسية منها
- ✓ إبرام اتفاقيات ومعاهدات بين الاطراف ذات العلاقة كافة لتحقيق منافع متبادلة
- ✓ التوفيق بين مصالح كافة الاطراف ذات الصلة بأنشطة المنظمة والتي تتمثل في إشباع رغبات المستهلكين وحاجاتهم، والارباح لأصحاب المنظمة ثم رفاه المجتمع.²
- ✓ إقامة علاقات استراتيجية مع أطراف الخارجية
- ✓ تحقيق الشفافية
- ✓ دعم الاستجابة للالزمات
- ✓ تعزيز الحوار مع الجمهور

أهداف العامة: تتمثل في إيصال المعلومات والبيانات انطلاقاً من أسلوب الاقناعي

أهداف الخاصة: إي الوصول بالعملية الاتصالية واكتساب الزبون وبيتلي تحقيق المنفعة الخاصة³

¹ خبيزي سامية مكانة الاتصال الداخلي والخارجي في مؤسسة الجزائري، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 1، 2020م ص 162

² بشير علاق، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية و الممارسة، دار اليازوري، عمان الاردن، د.ط، 2009م، ص 162

³ بوهدة شهرزاد، الاتصال الخارجي اداة لتعزيز العلاقات المؤسسات التعليم العالي مع محيطها الخارجي، مجلة العلوم الإنسانية، مُجدّ خيضر، بسكرة

الجزائر، العدد 1، 2020م، ص 3-2-1

المطلب الرابع: تقنيات الاتصال الخارجي في المؤسسة:

العلاقات العامة: أصبحت العلاقات العامة اليوم دعامة رئيسية هامة لمختلف المؤسسات بهدف الحصول على ثقة الرأي العام وتأييده، فنجاح أي مؤسسة يتوقف على إقامة علاقات التفاهم والثقة المتبادلة بينها وبين جمهورها، كما يعرفها غريب عبد السميع على أنها نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة ومفسره لجمهورها. المؤسسة .

التسويق: في اللغة العربية يستعمل المصطلح استنادا إلى أصل كلمة (السوق) كما يعرف على انه مجموع أساليب والخطوات والتقنيات القائمة على معرفة السوق والهادفة إلى دراسة الجمهور، الإشهار والترويج حسب الغرفة التجارية الدولية فان التسويق هو مجموع عناصر المتعلقة بطرق التوزيع البيع الإشهار والترويج. ترويج المبيعات: هي مجموعة الأنشطة الترويجية التي تستهدف أثاره طلب المستهلك من ناحية، وتحسين أداء التسويق من ناحية أخرى، كما يعد الترويج من أهم محركات الفعالة للعمل التسويقي وانتشاره وتطوره لأي مؤسسة.¹

الرعاية هي كفالة او تكفل مالي او مادي تقوم به المؤسسة تجارية بمناسبة حدث ما, بهدف توجيه صورة علامتها التجارية من جهة, ومن جهة اخرى لتعديل الانعكاسات العشوائية لهذا الحدث لصاحبها, وبالتالي فالرعاية هب اداة تلجا اليه المؤسسات و المنظمات على المستوى العمومي او خاص لتحقيق اهداف اتصالية.² لعلاقات مع الصحافة هي وسيلة اتصالية تقوم بتمرير رسائل المؤسسات عبر الجرائد, التلفاز, الإذاعة.³

لمسئنا: هو نوع من أنواع الإشهار المناسب الذي يسمح للمؤسسة في إطار سياستها الاتصالات بتخطيط ظاهره ثقافيه أو علميه أو انسانية عن طريق إنتاج سمعي البصري أو فيلم، وذلك بدعم مالي أو مادي، فاللمسئنا هي

¹ ياسمين بويضي، المرجع السابق، ص 6-7-8

² خبيزي سامية، "استراتيجيات الاتصال الحديث كآلية لتفعيل الاتصال المؤسسي الخارجي"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، جامعة الجزائر 3، المجلد 8 العدد 4، 2024م، ص 276

³ بوهدة شهرزاد، "المرجع السابق" ص 7

رعاية دون مقابل بحيث تمول المؤسسة نشاط ثقافي أو اجتماعي دون مقابل والغرض منها هو خدمه لصالح العام أوالمساعدة العامة¹

الانترنت: تقدم لمهنة العلاقات العامة التكنولوجيا اللازمة لإشباع حاجتها الى الاتصالات التفاعلية والمزدوجة والمتكافئة بين المنظمة وجمهورها، وتفيد العلاقات العامة من التكنولوجيا سواء في انشاء موقع للمنظمة ولإثراء المواقع الخاصة اثناء الازمات لشرح وجهات نظر المنظمة والعمل المبكر لاحتواء الازمة ولتحقيق اهداف المؤسسة.²

المبحث الثالث: التكوين في المؤسسات

المطلب الاول: مفهوم واهمية التكوين

الفرع الاول: مفهوم التكوين

تم تعريف التكوين على انه الوسيلة التي من خلالها يتم اكتساب الافراد العاملين المعارف والافكار الضرورية لمزاولة العمل والقدرة على استخدام وسائل جديدة بأسلوب فعال او استخدام نفس الوسائل بطرق أكثر كفاءة، مما يؤدي الى تغيير السلوك واتجاهات الافراد في التصرف نحو المواقف بطريقه جديدة.³

عرفه Sekiou سنة 1986 على انه مجمل نشاطات والوسائل وطرق والدعاء التي تساعد في تحفيز العمال لتحسين معارفهم وسلوكياتهم وقدراتهم الفكرية الضرورية في ان واحد لتحقيق اهداف المنظمة من جهة، وتحقيق اهدافهم الشخصية والاجتماعية من جهة اخرى، بدون ان ننسى الاداء الجيد لوظائفهم الحالية او مستقبلية.⁴

كما يعرف التكوين كما يلي: هو مجموع العمليات والوسائل والمنهجيات والدعائم المخططة التي يمكن من خلالها تحفيز المؤجرين على تحسين معارفهم سلوكهم، تصرفاتهم اللازمة لتحقيق اهداف المؤسسة واهدافهم الخاصة للتكيف مع محيطهم وانجاز مهامهم الحالية المستقبلية⁵

¹ ياسمين بويضي، المرجع السابق، ص 8

² قندلز كريم، امال حمو زروقي تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، مجلة إضافات اقتصادية جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 8، العدد 2، 2024م، ص 511

³ راضية صايم، التكوين كأداة لتطوير الكفاءات في المؤسسة، اطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه، في علوم التسيير جامعة وهران2، 2021، 2022م، ص 3

⁴ ساسي فضيلة، دور التكوين في تطوير كفاءات العمال في المؤسسة، مجلة مجتمع تربية عمل، جامعة تيزي وزوو، الجزائر، المجلد 5، العدد 2، 2020م، ص 31

⁵ جنيدي جميلة، سياسة التكوين المهني ودورها في تحقيق الامن الاجتماعي للمتكونين، مجلة سيسيولوجيا، الجزائر، 2019م، ص 111.

يعرفه بعض الكتاب على انه: هو عملية تعلم سلسلة من السلوك المبرمج او مجموعة متتابعة من التصرفات المحددة مسبقا.¹

الفرع الثاني: اهمية التكوين

تتمثل أهمية التكوين فيما يلي:

بالنسبة للمؤسسة:

- يؤدي الى ارتفاع الارباح او الحالات الملائمة للبحث عن الارباح.
- يحسن المعارف والمهارات اللازمة للعمل على كل مستويات التنظيم.
- يحسن المناخ التنظيمي والاجتماعي.
- يساعد مزيدا من الافراد على اعتبار الاهداف المؤسسة من اهدافهم.
- يدعم انشاء أحسن صوره على المؤسسة، يشجع الصدق، الانفتاح والثقة.
- يحسن العلاقات بين اطارات والمرؤوسين، ويساعد على تطور التنظيمي.
- يساعد على فهم ووضع سياسات التنظيمية.
- يضمن امكانيات الحياة للسياسات وللنظم والاجراءات.
- ينمي التلاحم بين المجموعات كما يشكل مناخا جيدا من اجل التمهين والتنسيق.
- يرسم اتجاهها للمؤسسة.²

للتكوين اثار ايجابية عديدة و متنوعة تساهم مباشرة في تحقيق الاهداف الموضوعة من قبل الادارة العامة ,وتعدادها الى ضمان استمرار المؤسسة واستقرارها ورفع مؤشر من مؤشرات التنمية البشرية على مستوى المجتمع ,ومن جهة اخرى يعد التكوين نشطا ذا مردودية عبر الزمن لأجل بقاء ودوام المؤسسة.³

¹ جمال كريشو، معيزي جزيرة، مساهمة التعليم الالكتروني في تحسين التكوين بجامعة التكوين المتواصل، مجلة الاقتصاد و التنمية المستدامة، جامعة 8 ماي 1945، قالمة جزائر، المجلد5، العدد2، 2021م، ص 464

² ابراهيمي عبد الله، دور التكوين في تامين وتنمية الموارد البشرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعه مجد خيضر بسكرة، العدد07، 2005، ص 246

³ كسور اسيا، اهمية التكوين والتدريب داخل المؤسسات، مجلة التنمية وادارة الموارد البشرية، جامعة الجزائر2، العدد 03 والخاص بفعاليات المؤتمر الدولي، 2015م، ص 186

المطلب ثاني: اهداف ومكونات التكوين

الفرع الاول: اهداف التكوين

➤ اعداد الفرد مهنيا وتدريبه على مهنة معينة قصد رفع كفايته الانتاجية واكسابه معارف ومهارات جديدة وتمكينه من حسن استغلالها واستثمارها في مواقع عملية مختلفة وفي اقل وقت ممكن، مع مساعدة الفرد على إدراك وفهم العلاقة بين عمله وعمل اخرين من جهة، وهدف المؤسسة المستخدمة له من جهة اخرى.

➤ رفع الروح المعنوية للفرد، لان معرفته بكيفية انجازه لعمله واتقانه يعتبر ميزة نفسية وبالتالي زيادة الاهتمام بالعمل والتقليل من المعدلات الغياب.

➤ تقليل الحاجة الى الاشراف بتخفيض العاب على المشرفين والمدربين لان التكوين الفرد يؤدي الى تعميق معلوماته وتكثيف مهاراته وتعزيز اتجاهاته الايجابية نحو العمل والزملاء، وبالتالي التقليل من حاجته للإشراف والمتابعة المستمر.¹

➤ تحضير او اعداد لمهام خاصة في نظام التربوي

➤ تمكين الموظف من تكوين التخصص²

الفرع الثاني: مكونات التكوين

➤ المكون المعرفي: يوفر هذا المكون، الاسس والنظريات والقواعد والقوانين المرتبطة بمواضيع التكوين مستهدفا ايقاظ وبعث القديم منها، وتوفير كل جديد من المعارف في المجال التكويني.

➤ المكون المهاري: اكتساب وتنمية وتطوير الكيفيات الادائية للقدرات المتاحة والكفاءة الفردية والتنظيمية.

¹ رباب أقطي، التكوين الجامعي وعلاقته بكفاءة الإطار في المؤسسة الاقتصادية، مذكره لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنظيم عمل، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2008، 2009م، ص 34

² كروجه الشارف، التكوين اثناء الخدمة، الاليات والاهداف، مجلة الحوار الثقافي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 6، العدد 2، 31 ديسمبر 2017 م ص 2

➤ المكون الاتجاھي: توفير الخبرات المباشرة، التي تعمل على امتصاص الآراء والافكار والمعتقدات او تعديلها

او تغييرها بما يحقق الاهداف التغيير السلوكية، التي ساعدت اليها العملية التدريبية¹

وكذلك نذكر ثلاث مكونات رئيسية وهي:

__ انه نشاط لنقل المعرفة من اجل تنمية وتطوير نماذج التفكير وانماط الاتصال لأفراد التنظيم.

__ انه محاولة لتغيير السلوك لسد الثغرة بين الاداء الفعلي ومستوى الاداء المرجو.

__ انه اكتساب الفاعلية في الاعمال الافراد الحالية والمستقبلية.

يتطلب التكوين من الفهم والاستبصار وفهم العلاقة بين عناصر وربط الاسباب بالمسببات، لهذا على المكونين ان

يوفروا الظروف المناسبة، وان يوجهوا المتكويين الى احسن التقنيات والطرق الواجب اتباعها من اجل الاقتصاد في

الوقت والجهد والمصاريف²

مطلب الثالث: مبادئ وأنواع التكوين

الفرع الاول: مبادئ التكوين

المبدأ الاول: يجب تحديد حاجة المؤسسة من الموارد البشرية كما ونوعا ويكون حسب الاحتياجات التكوينية

للمؤسسة ويمكن ابرازها في سؤالين التاليين:

- من هم الافراد الواجب تكوينهم؟

- ما هي الاساليب المطلوبة لتكوين الافراد عليها؟

المبدأ الثاني: التكوين يعتبر عملية ليس لها نهاية اي عملية غير محدودة فهي مستمرة حيث يبدأ تكوين العامل

منذ انخراطه اي منذ دخوله في المؤسسة او في العمل ويقصد بهذا المبدأ هو المواظبة وحسن التكوين حتى يدفعه الى

تطوير مهاراته وقدراته.

¹ نجاة بزايد، التكوين و استراتيجية تسير المهارات التفسيرية لدى اطارات شركة السوناطران، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه، في علم نفس العمل

والتنظيمي، جامعة وهران، 2010/2011م، ص 90

² نجاة بزاي، المرجع السابق، ص 91

المبدأ الثالث: شمولية التكوين ونقصد بها هنا بان التكوين يجب ان يكون بالشكل العام حتى يشمل جميع فئات العاملين اي من القاعدة الى القمة ولا تقتصر على التخصص واحد او مجموعة معينة من الافراد او مصلحة واحد

1

المبدأ الرابع: الاستمرارية على المسؤولين عن التكوين في المنظمة وضع استراتيجيات تكوينية تراعي التحول والتغير المستمرين في جميع الجوانب خاصة في اساليب العمل وادواته والافكار والمعلومات المتصلة به بمساعدة العاملين على تكيف المستمر معها، فالعملية التكوينية من المتوقع ان تبدأ مع العاملين في بداية حياتهم الوظيفية وتستمر معهم.

المبدأ الخامس: التدريجية والواقعية يبدأ التكوين بمعالجة القضايا البسيطة ثم يتدرج بصورة مخططة الى الاكثر تعقيدا. المبدأ السادس: مرونة التكوين يجب ان يتطور نظامه وعملياته مع التطورات الحاصلة على صعيد الوسائل والادوات و الاساليب , وضرورة تكوين المتكويين على استيعاب هذه التطورات و توظيفها في الخدمة العملية التكوينية.²

الفرع الثاني: أنواع التكوين

التكوين الأول (إعداد الطالب المعلم قبل الخدمة): ان انواع التكوين او البرامج التكوينية تختلف من حيث الاسلوب والطريقة، والهدف من برنامج التكويني يكون وفقا للظروف والمواقف قائمة والمحيطه به واختلاف المستويات الادارية وعدد متكويين، والزمان ومكان التكوين، وامكانيات المتوفرة له وحجم المؤسسة ومجال عملها. والبرنامج التكويني هو " جملة من الخطوات التي تهدف الى تخطيط وتنظيم العمليات التكوينية وبشكل مبرمج لإشباع حاجات تكوينية لكل من العامل والمؤسسة" والتكوين يتخذ صور وانواعا مختلفة تتباين في اسلوب والهدف حسب المواقف التكوينية المحددة، وسنقوم هنا بتصنيف انواع التكوين وفقا للأسس والمعايير التالية:

التكوين من حيث المكان: وهو من أكثر انواع التكوين شيوعا وانتشارا في الواقع العملي، وينقسم الى نوعين:

التكوين الداخلي (داخل المؤسسة): وهي البرامج التي يتم عقدها داخل مراكز التكوينية للمؤسسة، حيث يكون مكون موظفا من داخل المؤسسة ويعمل لديها، ويتميز التكوين الداخلي بميزة اساسية هي ان تكوين يتم وفقا لتخطيط الادارة وتحت رقبتها ومن ثم تصبح عملية التكوين جزءا مكملا لخطة تنمية.

¹ أنجاة بزايدي، المرجع السابق ص92

² مريم زعييط، "مبادئ اعداد و تقييم عملية التكوين المهني في الجزائر"، مجلة العلوم الانسانية، جامعة قسنطينة2، الجزائر، مجلد ب، العدد42، ديسمبر2014م، ص 326-327

التكوين الخارجي (خارج المؤسسة): يكون المكون في هذا النوع عادة من خارج المؤسسة، ويتضمن التكوين المؤسسة عملها الى مراكز التكوين المتخصصة كالجامعات والمعاهد التكوينية الخاصة والى الشركات الاستشارية المتخصصة في مجال التكوين، ومن مميزات هذا التكوين هو اتاحة الفرصة للمتكونين التقاء بعمال من جهات عمل مختلفة.¹

التكوين حسب مدة: هناك تربص طويل المدى ويدوم من ستة اشهر الى سنة ونصف وفي غالب الاحيان يكون خارج الوطن بالنسبة للجامعة، وهناك ايضا قصير المدى الممتد من اسبوع الى شهر يشمل تربصات خارج الوطن.²

التكوين من حيث الزمان: ويشمل هذا النوع من التكوين نوعين وهما:

1- التكوين قبل الالتحاق بالعمل: يهدف الى اعداد العمال عمليا وسلوكيا على النحو السليم وتأهيلهم للقيام بالأعمال التي سوف توكل إليهم عند التحاقهم بوظائفهم وكذلك التعرف على الحدود والاحتياجات وبيئة القوانين ولوائح والوظيفة حتى يتحقق للعامل الاحاطة بعمله.

التكوين التمهيدي (التوجيهي): عبارة عن مقدمة او توجيه عام يشمل المعلومات التي يحتاجها موظف الجديد او التي يصح ان يعرفها عن المؤسسة التي سيلتحق بها.³

المطلب الرابع: اساليب والوسائل المساعدة للتكوين

الفرع الاول: اساليب التكوين

➤ اسلوب المحاضرة: التكوين من حيث الزمان: ويشمل هذا النوع من التكوين:

التكوين قبل الالتحاق بالعمل: يهدف الى اعداد العمال عمليا وسلوكيا على النحو السليم وتأهيلهم للقيام بالأعمال التي سوف توكل إليهم عند التحاقهم بوظائفهم وكذلك التعرف على الحدود والاحتياجات وبيئة القوانين ولوائح والوظيفة حتى يتحقق للعامل الإحاطة بعمله.

¹ عمر بالخير جواد، دور التكوين الموارد البشرية في تطوير ونجاح المؤسسة الاقتصادية الحديثة، مجلة الدراسات الاقتصادية العميقة، سعيدة، 2017، ص 49

² شافية بن حفيظ واقع التكوين في المؤسسات الجامعية الجزائرية، مجلة الاكاديمية الدولية للعلوم النفسية و التربوية و الارطفونيا، المدرسة العليا للأساتذة ورقلة، الجزائر، المجلد 3، العدد4، 2023م، ص 10

³ عمر بأخير جواد، المرجع السابق، ص 50

التكوين التمهيدي(التوجيهي): عبارة عن مقدمه او توجيه عام يشمل المعلومات التي يحتاجها موظف الجديد او التي يصح ان يعرفها هل المؤسسة التي سيلتحق بها.

➤ اسلوب النموذج العملي:¹

يعد هذا الاسلوب عملية توضيح للمتكونين ما يجب القيام به وكيفية القيام به اي الاداء ويقصد بالنموذج البيان او توضيح العملي اي نشاط يقوم به المحاضر او اي فرد ينوب عنه امام الدارسين ليوضح لهم هذا النشاط من حيث فنياته و إجراءاته و تفاصيل ادائه...

➤ أسلوب دراسة الحالات: يتمثل هذا الاسلوب في مجموعة معلومات جمعت من الواقع عن مشكلة تواجه مؤسسة من المؤسسات يراد اتخاذ القرار بشأنها ويطلب من الحاضرين او مشاركين مناقشه هذه البيانات وتحديد او تقديم اقتراحاتهم بالنسبة للمشكلة موضوع الدراسة.

➤ اسلوب الندوات والمناقشات: يعتبر هذا الاسلوب تدريبياً ذهنياً للأفراد، حيث يتبادلون الآراء ويناقشون الحجج ويؤيدون ويعارضون ويدافعون ويقنعون، وهم في كل ذلك يستعملون خبراتهم ويستعينون بالمعلومات التي بحوزتهم، ومن مميزات المناقشة انها تثير الافكار وتنشطها، وتنمي عندهم مدرسة التحليل والمقارنة، لذلك يجب ان تكون موضوعية بطريقة تحفز المتكونين على التفكير والإدلاء بالآراء والاستماع للآراء الغير.

➤ أسلوب تمثيل الأدوار: ويقوم بعض الاشخاص وفقا لهذه الطريقة بتمثيل ادوار الاشخاص الذين تشملهم الحالة المعروضة للبحث، فمثلا اذا كانت الحالة هي المقابلة شخصية فيقوم احد الحاضرين بتمثيل دور المقابل، ويقوم شخص اخر بتمثيل الضوء الشخص الذي تتم مقابله، ويعطي لكل منهم فكرة عن موضوع المقابلة، ثم يتصور كل منهما انه في حياة العملية ويقوم بإدارة المقابلة على هذا الاساس بمعنى انه لا تعطي لمتكونين كلمات يحفظونها ثم يرددونها على مسمع الحاضرين، بل يعتمد ذلك على طريقة التفكير كل منهما في موقف اثناء تمثيله.²

الفرع الثاني: الوسائل المساعدة للتكوين

¹ حمزة هدا، عمار رواب، " التكوين اثناء الخدمة في الحقل المدرسي الرياضي "، مجلة الدفاتر المخبر، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، بسكرة، الجزائر، المجلد15، العدد2، 2020م، 71-72

² بوقطف محمود، التكوين اثناء الخدمة ودوره في تحسين اداء الموظفين بالمؤسسة الجامعية، مذكرة لنيل شهادة للماجستير في علم اجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2014م، ص 34

الزيارات الميدانية: تعرف بانها عبارة عن قيام مجموعة من المتدربين مع مشرفيهم بزيارة جهاز معين ,وذلك بغرض الوقوف على نشاطه ,وربط تلك المعلومات التطبيقية مع المفاهيم المكتسبة من التدريب ,وتكون الزيارة محدودة بزمن معين.

سلسلة القرارات: مجموعة من الملفات والاوراق، والرسائل تعطى للمتدربين، تشبه تلك التي سيطلب منهم مستقبلا التعامل معها في مكان عملهم. ثم يقوم المتدربون باتخاذ الاجراءات المناسبة لتنفيذ عملهم خطوة خطوة, وبعده تتم مقارنة النتائج ببعضها البعض.¹

¹ مخلوفي كنزة، ثابتي حبيب، "الاساليب التكوينية الحديثة كأداة لترقية مستوى التكوين"، مجلة التنظيم والعمل، معسكر، المجلد6، العدد3، 2017، ص 119

الخلاصة:

يعد الاتصال داخل المؤسسة عنصراً أساسياً لضمان التنسيق بين مختلف الفاعلين، وتحقيق الانسجام في تنفيذ المهام والأنشطة. يشمل الاتصال الداخلي تحسين العلاقة بين العاملين، أما الاتصال الخارجي فيهدف إلى تعزيز صورة المؤسسة لدى الأطراف الخارجية. تتنوع وظائف الاتصال بين نقل المعلومات، التحفيز، واتخاذ القرار، وتختلف أنماطه بين الرسمي وغير الرسمي، الشفهي والمكتوب. ومن خلال تبني استراتيجيات اتصال فعالة، يمكن للمؤسسة أن تحقق تواصلاً أكثر تأثيراً داخلياً وخارجياً. أما التكوين، فهو أداة حيوية لتطوير الكفاءات وتحسين الأداء المهني. يساعد على تكييف العاملين مع متطلبات العمل المتغيرة، ويشمل أهدافاً معرفية وسلوكية، كما يعتمد على أساليب وتقنيات متنوعة تتماشى مع طبيعة المتكويين والمواضيع المطروحة. في المجمل، يشكل كل من الاتصال والتكوين ركيزتين أساسيتين في نجاح المؤسسة، ويساهمان في رفع مستوى الأداء وتحقيق الأهداف الاستراتيجية والتنظيمية.

الفصل الثاني:

دور المؤسسات الناشئة في تنمية قدرات

الطلاب الجامعي

الفصل الثاني: دور المؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة

المطلب الأول: مفهوم واهمية المؤسسات الناشئة

المطلب الثاني: خصائص المؤسسات الناشئة

المطلب الثالث: تطور المؤسسات الناشئة في الجزائر

المطلب الرابع: تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر

المبحث الثاني: دور حاضنات الاعمال في دعم المؤسسات الناشئة

المطلب الأول: مفهوم واهمية حاضنات الاعمال.

المطلب الثاني: الخدمات التي تقدمها حاضنات الاعمال

المطلب الثالث: شروط نجاح حاضنات الاعمال في الجزائر والتحديات التي تواجهها

المطلب الرابع: تجربة الجزائر في مجال المؤسسات الناشئة

المبحث الثالث: وسائل تنمية قدرات الطالب الجامعي

المطلب الأول: مفهوم القدرات

المطلب الثاني: اهداف تنمية القدرات

المطلب الثالث: وسائل تنمية القدرات

المطلب الرابع: التحديات المعرقة لتنمية القدرات

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة وأهميتها

الفرع الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة

"إن مفهوم المؤسسات الناشئة حرفيا وكمصطلح انجليزي الاصل هو Start up والذي يتكون من كلمتين مجزئتين الى start والذي تحت الانطلاق و up بمعنى النمو وهو ما يفيد عند تركيب المعنى ان هذه المؤسسة عبارة عن مشروع مصغر بدأ للحظة او للتو وانطلق نموه"¹ و"بدأ استخدام المصطلح start up بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة وذلك مع بداية ظهور الشركات رأس مال المخاطر ليشيع استخدام مصطلح بعد ذلك على انها على انها المؤسسات الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة"²

المؤسسات الناشئة هي "مشروع مصغر فتي يهدف الى تحقيق الابداع والابتكار في المنتجات التي يعرضها ويحيط بهذه المؤسسات عدد هائل من المخاطر هذا والمؤسسات الناشئة هي مؤسسات نشأة بالأساس من فكره ريادية ابداعيه تنمو وتزدهر بسرعة وتعد من الوسائل المهمة للاستثمار عدد العمال فيها قليل مقارنة بالمؤسسات الأخرى"³

وهناك من عرف المؤسسات الناشئة "بانها كيان صمم لخلق منتج جديد او خدمة جديدة في ظل ظروف عدم التأكد الشديد."⁴

وكما عرفها ferret بأنها "تعتبر كمرحلة بادئه لتكوين المشروع ومن المفروض انها مؤسسة تتمهن النمو بحيث يبين التعريف ان المؤسسات الناشئة ما هي الى مرحلة مؤقتة تمثل المرحلة المبدئية للمشروع."⁵

¹مخائشة أمينة، "المؤسسات الناشئة في الجزائر الإطار المفاهيمي والقانوني"، مجلة صوت القانون، المجلد 8، العدد 1، 2021، ص 770

² بن حيمه مريم واخرون، "البات دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر"، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2020م، ص 521

³ امينة عثمانية، منال بالعايد، "المؤسسات الناشئة في الجزائر بين جهود التنظيم وهياكل الدعم" حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2020م، ص 360

⁴مخائشة أمينة، نفس المرجع السابق، ص 771

⁵ حسين يوسف، صديقي إسماعيل، "دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر" حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 8، العدد 1، 2021م ص 70

اما Paul graham مؤسس حاضنه الاعمال y.combinator فيعرف المؤسسة الناشئة انها "مؤسسة مصممة للنمو بسرعة وحادثة تأسيسها لا تجعل منها مؤسسة ناشئة، كما انه ليس شرطا ان تعمل المؤسسات الناشئة بمجال التكنولوجيا او يتم تمويلها عن طريق رأس المال المخاطر الشيء الاساسي الوحيد هو النمو، كل شيء اخر نربطه مع المؤسسات الناشئة يتبع النمو."¹

ويرى (الساحلي) ان المؤسسة الناشئة " تتميز بالطموح نحو التوسع الكبير والاجتهاد في الابداع والابتكار والحلم بأحداث ايجابية في المجتمع مما يعزز ظاهره لجوء المؤسسات العملاقة الى الاستحواذ على المؤسسات المبتكرة، تأكيد بان الاسلوب الابتكاري سهل التطبيق في المؤسسات الصغيرة، فأصبحت معظم الشركات العملاقة تفضل الاستثمار في شركات ناشئة كطريقه أفضل اقل مخاطرة من الاستثمار داخليا في الابتكار المؤسسي."²

والملاحظة من خلال تعريف الباحثين تم التركيز على مجموعة من النقاط المشتركة فيما بينهم على ان المؤسسة الناشئة حديثة النشأة وخدماتها جديدة في ظل ظروف المخاطرة

في حين هناك تعريف اخر " بانها مؤسسة شابة وديناميكية مبنية على التكنولوجيا والابتكار والذي يحاول مؤسسها الاستفادة من تطوير منتج او خدمة غير معروفة من اجل إنشاء سوق جديدة."³

اما معايير اعتبار مؤسسة ناشئة فقد حددتها المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 254/20 وفق ما يلي:

- "خضوع المؤسسة للقانون الجزائري.
- يجب ان لا يتجاوز عمر المؤسسة (08) سنوات.
- يجب ان يعتمد نموذج اعمال المؤسسة على منتجات او خدمات او نموذج اعمال وأي فكرة مبتكرة.
- يجب الا يتجاوز رقم اعمالها السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية.
- ان يكون رأس مال الشركة مملوكا بنسبة 50% على الأقل من قبل اشخاص طبيعيين او من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة "مؤسسة ناشئة".

¹المرجع السابق ص71

²بلحاج حبيبة، " حاضنات الاعمال التكنولوجية كآلية لتحفيز الابداع في المؤسسات الناشئة في الجزائر " منشورات مخبر اقتصاد مالية، جامعة 20 اوت 1955م، ص98

³حورية سويقي، " المؤسسات الناشئة وحاضنات الاعمال وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي 254/20 " المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة بلحاج بوشعيب تموشنت، المجلد 6، العدد 2، 2021م، ص4

- يجب ان تكون إمكانية نمو المؤسسات كبيرة بما فيه الكفاية.
- يجب الا يتجاوز عدد العمال 250 عاملاً.¹

مما سبق يمكن القول ان المؤسسات الناشئة هي تلك المؤسسات التي كانت فكرة إبداعية مبتكرة تم تجسيدها على ارض الواقع لتسويق خدمة او منتج اما بالربح او الخسارة حيث تمتلك هذه المؤسسات خاصية النمو السريع المستمر.

الفرع الثاني: أهمية المؤسسات الناشئة

للمؤسسات الناشئة أهمية جد كبيرة والتي من بينها ما يلي:

- " توفير فرص عمل كبيرة للشباب لا سيما في ظل ارتفاع معدلات البطالة.
- تطوير الاقتصاد المحلي وزيادة تنافسيته.
- تطوير وتنمية قدرات الموارد البشرية المتميزة.
- تشجيع الطلاب والباحثين على تجسيد أفكارهم على ارض الواقع.²
- مستقبل للمؤسسات الكبيرة باعتبار المؤسسات الناشئة مغذي النمو الاقتصادي ومن الصعب الاغفال عن تأثيره.
- إعادة توزيع الدخل وجذب المستثمرين ورأس مال الأجنبي.
- دعم المؤسسات الكبرى من خلال توفير المنتجات الوسيطة.³

المطلب الثاني: خصائص المؤسسات الناشئة

تتصف المؤسسات الناشئة بمجموعة من الخصائص التي تجعلها قادرة على التأقلم مع الأوضاع الاقتصادية لمختلف الدول ومن هنا سنحاول ابراز اهم تلك الخصائص:

¹ المرجع السابق، ص 4

² خداج ربيع، شوقي قبطان " واقع المؤسسات الناشئة عرض تجارب دولية وعربية " مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 6، العدد 2، 2023م، ص 120

³ نفس المرجع السابق، ص 121

مؤسسات حديثة العهد: " معظم المؤسسات نجدها في السوق التجريبية بحيث من المعروف ان تبدأ بأفكار مفترضة من صاحب المشروع وتتميز المؤسسات الناشئة بكونها مؤسسات شابة ويافعة وامامها خياران إما التطور والتحول الى مؤسسة ناجحة او إغلاق أبوابها والخسارة¹

سرعة النمو: من احدى السمات التي تحدد معنى المؤسسة الناشئة start up هي امكانية نموها السريع و توليد ايراد اسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل حيث ان المؤسسة الناشئة تتمتع بإمكانية الارتقاء بعملها التجاري بسرعة اي زيادة الإنتاج و المبيعات من دون زيادة التكاليف كنتيجة على ذلك ينمو هامش الارباح لديها بشكل يبعث على الدهشة و هذا يعني انها لا تقتصر بالضرورة على ارباح أقل لأنها صغيرة بل على العكس هي مؤسسات قادرة على توليد الارباح بشكل كبير جدا.²

معنى ذلك ان المؤسسات الناشئة تهدف الى التوسع بسرعة غير معتادة عبر استراتيجيات مبتكرة ونماذج اعمال قابلة للتكرار لتضخيم الانتاجية والاستحواذ على حصة سوقية كبيرة

3 الاعتماد على التكنولوجيا: " تتميز المؤسسات الناشئة بانها مؤسسة تقوم اعمالها التجارية على افكار رائدة واشباع لحاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية حيث تعتمد المؤسسات الناشئة على التكنولوجيا للنمو والتقدم والعتور على التمويل من خلال منصات الانترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنه الاعمال"³

معنى ذلك ان المؤسسات الناشئة تبني نموذج عملها ومنتجاتها على أدوات رقمية وبرمجيات حديثة لتقديم منتجات مبتكرة بكفاءة عالية وسرعة غير تقليدية مما يميزها عن المؤسسات التقليدية.

4 شركات تتطلب تكاليف منخفضة: "يشمل معنى المؤسسات الناشئة على انها تتطلب تكاليف صغيرة جدا بالمقارنة مع الارباح التي تحصل عليها وعادة ما تأتي هذه الارباح بشكل سريع ومفاجئ بعض الشيء"⁴

-روح المبادرة وبإمكانها انشاء العديد من الوحدات الصناعية التي تقوم بإنتاج تشكيلة متنوعة من السلع خاصة استهلاكية منها.

¹ بشير محمودي، " دور الشركات الرأسمالية في تمويل المؤسسات الناشئة " المجلة الاكاديمية للبحث والقانون، العدد 1، 2021 ص 248

² بوسبح منى واخرون، " واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر " حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2020 ص 405

³ نفس المرجع السابق، ص 406

⁴ بلحاج حبيبة، المرجع السابق ص 98

- تتميز المنشآت الصغيرة بقدرتها العالية على توفير فرص العمل اضافة الى ان تكلفة فرص العمل المتولدة في المنشأة الصغيرة تكون عالية في استيعاب وتوظيف العمال الماهرة او غير الماهرة.
- قدرتها على الابتكار وتطوير منتجات جديدة نظرا لانخفاض تكلفة ذلك ب 24 مره مقارنة بالمؤسسات الكبيرة¹.

المطلب الثالث: تطور المؤسسات الناشئة في الجزائر

"يعتبر موضوع المؤسسات الناشئة من أكثر المواضيع التي تسلطت عليها الأضواء في بيئة الاعمال الجزائرية مؤخرا، وتجدر الإشارة ان الجزائر تأخرت قليلا في اطلاق هذا النوع من المشاريع، خاصة في ظل التأخر التكنولوجي على مختلف الأصعدة، بإضافة الى ضعف الإنفاق الحكومي على البحث العلمي و التطور الذي لم يتجاوز 7% من اجمالي الناتج المحلي سنة 2016"²

"ففي الآونة الأخيرة زاد الاهتمام بالمؤسسات الناشئة و دعمها خاصة مع وجود إدارة سياسية حقيقية من طرف السلطات العمومية لتتوجه نحو تنويع الاقتصاد و البحث عن بدائل حقيقية للمحروقات، ان بوادر هذا الاهتمام تتجسد في انشاء وزارة خاصة مكلفة بالشركات الناشئة و اقتصاد المعرفة و أوكلت لها مهام وضع خارطة طريق تصب في تشجيع حاملي الأفكار على خلق مؤسساتهم و توفير كل الدعم سواء من ناحية التمويل و توفير البيئة القانونية لمثل هذا النوع من المؤسسات و من اهم الإجراءات المتخذة في سبيل دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر نذكر ما يلي:

-وضع إطار قانوني وتنظيمي ووظيفي لبدء العمل وكذلك لتحديد الطرق والوسائل لتقييم أدائها.

-وضع خارطة طريق لتمويلها، يشمل هذا التمويل سوق الأسهم ورأس مال الخاطر.

-إنشاء صندوق خاص بتمويل المؤسسات الناشئة بالتعاون مع البنوك العمومية.

-وضع خارطة طريق لتمويل هذا النوع من المؤسسات بإشراك البورصة ورأس المال الاستثماري وتحديد كيفية مساهمة المغتربين، وتطبيق اليات إعفاء ضريبي "شبه كلي"، لتمكين الشباب من الاسهام بفعالية في خلق ارتباط الاقتصاد الوطني بالمحروقات.

¹ رمضان مروة، بوقرة كريمة " تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر " حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2020م، ص 279

² حسين يوسف، صديقي إسماعيل، المرجع السابق، ص 77

-إنشاء مدينة المؤسسات الناشئة، التي ستكون بمثابة مركز تكنولوجي متعدد الخدمات بجاذبية عالية ما يسمح بتعزيز مكانة الجزائر كقطب إفريقي للإبداع والابتكار والتكنولوجيات الجديدة وذلك من خلال اعفائها من الضريبة على الأرباح والرسم على القيمة المضافة بهدف تطوير أدائها مما يسمح بتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة لبلادنا على المدى المتوسط.¹

"ففي سنة 2023 شهدت المؤسسات الناشئة في الجزائر تطورا ملحوظا يجعل منها قطاعا واعدة بفضل جملة من التدابير المتخذة من طرف السلطات العليا والنصوص التشريعية التي تم اعتمادها لدعم ومرافقة هذا المجال، مما أعطى دافعا قويا لإنشاء نظام بيئي مقاولاتي مبني على المبادرة والابتكار والمعرفة.

وقد حفزت هذه التدابير الشباب الجزائري على الانخراط في رحلة المقاولاتية أحيانا حتى قبل تحصله على الشهادة الجامعية حيث تم وضع هذه القرارات بكل حكمة من طرف وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة التي انشأها رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد تبون، سنة 2020 ليتمج بها لاحقا قطاع المؤسسات المصغرة.

وبفضل هذه القرارات صارت الجزائر تتوسط الترتيب القاري في مجال المؤسسات الناشئة بعدما كنا اخر دولة في افريقيا في هذا المجال حسب تصريحات رئيس الجمهورية في خطابه لامة الذي القاها مؤخرا امام غرفتي البرلمان، والذي ذكر خلاله بان السلطات العمومية قد اولت اهتماما خاصا بإنشاء نظام بيئي وطني للمؤسسات الناشئة".²

وفي الأخير يمكننا القول ان هذا القطاع يشهد تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة مع زيادة الاهتمام بالريادة والابتكار لتحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي حيث تساهم في خلق فرص عمل جديدة وتحفيز الابتكار والتنافسية ومعا ذلك تواجه المؤسسات العديد من التحديات التي سنعرضها فيما بعد.

¹ بوسيح منى واخرون، المرجع السابق ص 412 413

² وكالة الانباء الجزائرية "المؤسسات الناشئة، تطور ملحوظ لقطاع واحد" 30 ديسمبر 2023 [dz/ar/economie/15390-2023](http://www.dz/ar/economie/15390-2023) سا 18:05 اطلع عليه يوم 5 فيفري 2025م

-المطلب الرابع: التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر

تعد المؤسسات الناشئة من أبرز محركات النمو الاقتصادي في العديد من البلدان، حيث تسهم في خلق فرص العمل وتعزيز الابتكار والتنمية وهدفها الأساسي هو تحقيق النجاح والريادة وإحداث تغيير حقيقي وملمووس، حيث هذه الشركات تواجه العديد من التحديات التي تعوقها في نجاحها وقد تتسبب في فشلها.

حيث تعتبر الشركات الناشئة الجزائرية من بين الشركات العربية التي واجهت العديد من العقبات والتحديات نذكر منها:

1-التمويل: " تتفق كل الشركات الناشئة بان أبرز تحدي امامها هو الحصول على التمويل بمختلف اشكاله سواء كان تمويل بذرة للبدء بإطلاق الشركة او تمويل نمو لتوسيع اعمالها او تمويل تسريع لزيادة النمو بمعدل أسرع، ولحسن الحظ بدأت تظهر مبادرات وشركات استثمار مخاطر وحتى مسرعات نمو ولو بشكل تدريجي لتسهيل الحصول على التمويل الا انه لا يكفي".¹

" حيث قامت الوزارة في سنة 2024 بدراسة والتي استنتجت ان أكثر من 79% من أصحاب المشاريع المبتكرة وخاصة على مستوى الجامعات يعانون من نقص المعلومات الكافية حول كيفية الحصول على التمويل المتاحة وكيفية الحصول عليها".²

2-رواد اعمال بدون خبرة: تأسيس شركة ناشئة يحتاج لخبرات متنوعة من رواد اعمال حيث "أعلن وزير المؤسسات الناشئة السيد وليد ياسين انه تم الاتفاق مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لإعادة النظر في برامج التكوين والمرافقة على مستوى حاضنات الاعمال بهدف توجيهها بشكل أفضل حول مواضيع متعلقة بتسيير الشركات حيث أظهرت الدراسة ان 22,9 من أصحاب المشاريع يشكون من ضعف قدراتهم في مجال تسيير الشركات وان 70% منهم يواجهون مشاكل تتعلق بتسويق منتجاتهم او نماذج أعمالهم".³

¹ ديناوي انغال وزرواط فاطمة" المؤسسات الناشئة قاطرة الجزائر الجديدة للنهوض بالاقتصاد الوطني" حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية

2021م، المجلد 7، العدد 3

اطلع عليه يوم 09 مارس 2025م سا 23:10

https://radioalgerie.dz .news/2

³ نفس المرجع السابق

3- السوق الصغير: "مع ان الشركات الناشئة الجزائرية عددها قليل الا ان هذا له تبريره بصغر حجم السوق العربي عموما والجزائر خصوصا، هناك عدة عوامل تلعب دور يجعله صغيرا سواء عدد السكان، نسبة انتشار الانترنت، تسهيل الدفع الالكتروني الخ."¹

4- فريق العمل: " تعاني المؤسسات الناشئة التقنية تحديدا من عدم قدرتها على الحصول على موظف مناسب بسرعة لإنجاز مشروع مستعجل

5- تقديم المنتج المناسب في الوقت المناسب: يجب اختيار الوقت المناسب لتقديم منتج يتناسب مع احتياجات المستهلكين وتطلعاتهم وتوقعاتهم، ويجب ان يحل مشكلة لا تعالجها المنتجات التي في السوق"²

من خلال ذلك يمكن القول ان الجزائر تواجه تحديات فيما يخص المؤسسات الناشئة وهذا يدل على إعادة النظر في برامج تكوين والمرافقة المستمرة على مستوى حاضنات الاعمال بهدف توجيه الطالب بشكل أفضل حول المواضيع المتعلقة بالتمويل وتسيير الشركات الناشئة.

المبحث الثاني: دور حاضنات الاعمال في دعم المؤسسات الناشئة

المطلب الأول: مفهوم حاضنات الاعمال واهميتها

الفرع الأول: مفهوم حاضنات الاعمال

يعد موضوع المؤسسات الناشئة من المواضيع التي تتلقى اهتماما كبيرا في الجزائر نظرا للدور الأساسي الذي تلعبه في تحقيق التنمية الاقتصادية، لذا تسعى الحكومة الجزائرية لتكريس بيئة عمل مناسبة من خلال توفير اليات الدعم ومرافقة المؤسسات الناشئة والمتمثلة في حاضنات الاعمال وهذا ما سنتطرق اليه بالتفصيل:

تعرف الجمعية الوطنية الأمريكية لحاضنات الاعمال بأنها " هيئات تهدف الى مساعدة المؤسسات المبدعة والناشئة ورجال الاعمال الجدد، وتوفر لهم وسائل الدعم اللازمة (تكوين، الأماكن، الدعم المالي) لتخطي أعباء ومراحل الانطلاق والتأسيس كما تقوم بعمليات التسويق ونشر منتجات هذه المؤسسة.

¹ لعمامرة سارة وفاء تباينات " المؤسسات الناشئة نماذج عالمية ناجحة وواقع المؤسسات الناشئة في الجزائر تحديات وعراقيل"، مجلة الاقتصاد والتجارة الدولية، المجلد3، العدد1، 2021م ص 13

² نفس المرجع السابق، ص 14

الحاضنة هيكل لاستقبال ومساندة مشروع ابتكاري ذي صلة مباشرة بالبحث، تساعد صاحب المشروع على تحقيق فكرته، اثبات إمكانية تطبيقها في المدى البعيد، وتقديم الدعم لأصحاب المشاريع في مجال التكوين والاستشارة مع مرافقتهم حتى انشاء مؤسسة¹.

تعرف أيضا بأنها "منظومة عمل متكاملة توفر كل السبل لاستضافة مشروع لفترة محدودة، تنميه تطوره من خلال توفير بيئة عمل صالحة متاحة وداعمة، وتتضمن مكان لاحتضان المشروع وتوفير كافة الخدمات."²

تعرف حاضنات الاعمال بأنها "مؤسسة تنموية لها كيانها القانوني والإداري والمالي، مخصصة لمساعدة رواد الاعمال في تأسيس وإدارة وتنمية المشروعات الجديدة من خلال تأمين لهم حزمة متكاملة من الخدمات والاستشارات والتسهيلات واليات الدعم والمساندة لفترة زمنية محددة تسمى فترة الاحتضان، ليتمكنوا بعدها من الاعتماد على أنفسهم والخروج الى سوق العمل وإقامة مشروعاتهم التنموية الصغيرة خارج الحاضنة"³

كما يمكن تعريفها انها " بناء مؤسسي حكومي او خاص تمارس مجموعة من الأنشطة التي تستهدف تقديم المشورة والنصح والخدمات المساعدة، والمساعدات المالية والإدارية والفنية لمنشآت الاعمال والصناعات الصغيرة سواء في المراحل الأولى لبدء النشاط او اثناء ممارسته او من خلال مراحل النمو التي تمر بها المنشآت المختلفة."⁴

تعرف كذلك حاضنة الاعمال " الالية المعتمدة لدعم المنظمات الصغيرة المبتدئة فهي مؤسسة قائمة بذاتها، تتمتع بالشخصية الاعتبارية، وتوفر مجموعة من الخدمات والتسهيلات للمنظمات الصغيرة لتتجاوز أعباء مرحلة الانطلاق."⁵

من خلال التعاريف يمكن تلخيص مفهوم حاضنات الاعمال كالآتي: تعتبر حاضنات الاعمال في الجزائر مؤسسات تهدف الى دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة ورواد الاعمال الجدد، من خلال توفير بيئة عمل مناسبة

¹ احمد نور الدين، طاهر بعداش "واقع حاضنات الاعمال في الجزائر الأطر والتحديات" المجلة الشاملة للحقوق، الاغواط، المجلد 03 العدد 1، 2022م، ص 11

² هيثم علي: ماذا تعرف عن حاضنة الاعمال؟ www.esyria.sy/edaraa/index.php.fevrie اطلع عليه يوم 10 مارس 2025م ص 22:19

³ نفس المرجع السابق.

⁴ هاشيم مريم نبيلة، مومني عبد القادر "الخدمات التي تقدمها حاضنات الاعمال لدعم المؤسسات الناشئة" مخر تقييم واستشراف السياسات الاقتصادية واستراتيجيات المؤسسات، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، المجلد 4، العدد 1، 2022م، ص 51

⁵ أمينة بن زارة، "مطبوعة بيداغوجية في مقياس المقاولاتية" تخصص الاتصال والعلاقات العامة، للسنة الثانية ماستر، جامعة قالم، 2023/2022 ص 87

وخدمات متنوعة تشمل التكوين الاستشارات، التسهيلات حيث تسهم هذه الحاضنات في تحويل الأفكار الابتكارية الى مشاريع اقتصادية قابلة للتطبيق مما يعزز التنمية الاقتصادية في البلاد.

الفرع الثاني: أهمية حاضنات الاعمال

تكمن أهمية حاضنات الاعمال فيما يلي:

- " كونها تساهم في توظيف نتائج البحث العلمي والابتكارات والابداعات في شكل مشروعات تجعلها قابلة للتحويل الى نتائج.
- تعمل على إقامة ودعم مشروعات إنتاجية او خدماتية صغيرة ام متوسطة تعتمد على تطبيق تقنية مناسبة وابتكارات حديثة.
- توفر المناخ المناسب والامكانيات والمتطلبات لبداية المشروعات الصغيرة¹.
- ربط المشروعات الناشئة والمبتكرة بالقطاعات الإنتاجية وحركية السوق ومتطلباته.
- مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مواجهة الصعوبات الإدارية والفنية والتسويقية التي عادة ما تواجه مرحلة التأسيس.
- تحويل البحوث والدراسات الى مشاريع حقيقية ومنتجات او خدمات يمكن تسويقها.
- تقديم المشورة العلمية ودراسات الجدوى للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الناشئة².

المطلب الثاني: الخدمات التي تقدمها حاضنة الاعمال

تعرف حاضنة الاعمال بأنها الوسيلة المعتمدة لدعم المؤسسات الناشئة حيث توفر مجموعة من الخدمات والتي سنحددها كالآتي:

- " توفير الخدمات الاستشارية المتعلقة بدراسة جدوى المشاريع، اختيار المواد، الآلات، المعدات وطرق العمل.
- توفير المساندة والاستشارات المالية، الإدارية والتسويقية.

¹ بسمة فتحي عوض برهوم، " دور حاضنات الاعمال والتكنولوجيا في حل مشكلة البطالة " دراسة حالة مشاريع حاضنة حاضنة اعمال الجامعة الإسلامية بغزة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2015م، ص 80

² أحمد ميلي سمية، "أهمية انشاء حاضنات الاعمال بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة " مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، جامعة مجد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2020م، ص 18-19

- ربط المؤسسة المحتضنة بمختلف الجهات الحكومية وغير الحكومية.¹
 - الحصول على مصدر التمويل الملائم ودعم رأسمال المنظمة.
 - توفر الحاضنات منافع ملموسة الى الشركات الناشئة كالدعم المعنوي والاستشارة وتسهيل التشغيل والخدمات فضلا الحصول على المعلومات وخلق فرص عمل.
 - الحصول على مختلف أنواع الدعم والعون الإداري والفني.²
 - التدريب الإداري والتقني لعاملي المؤسسة.
 - متابعة وتقييم المشروعات الجديدة بشكل مستمر بالتعاون مع المستشارين.
 - الخدمات المتخصصة: استشارات تطوير المنتجات، التعبئة والتغليف، التسعير وإدارة المنتج خدمات تسويقية الخ.
 - الخدمات العامة: الامن، أماكن تدريب، المكتبة، الحاسب الالي، الخ.³
 - الخدمات التحتية: وتشمل توفير المكان المناسب والاثاث وخدمات الانترنت والفاكس والهاتف وقاعات الاجتماعات وغيرها.⁴
- في الختام، يمكن القول ان حاضنة الاعمال تمثل شريكا رئيسيا للمؤسسات الناشئة حيث توفر لها مجموعة من الخدمات من توجيه وارشاد من قبل المختصين في مجال المؤسسات الناشئة والمقاولاتية إضافة الى المساعدات المالية المادية التي تسهل على انشاء مؤسسات بشكل سريع ويزيد من فرص نجاحها في السوق.

المطلب الثالث: شروط نجاح حاضنات الاعمال في الجزائر والتحديات التي تواجهها

الفرع الأول: شروط نجاح حاضنات الاعمال

يتطلب ضمان نجاح الحاضنة في الجزائر توفر مجموعة من الشروط والتي سنتطرق اليها كالاتي:

➤ " يجب ان تتوافق الخدمات والتسهيلات التي تقدمها الحاضنة مع الاحتياجات الحقيقية للمؤسسات كما ان اختيار موقع المؤسسات له دور هام في نجاح الحاضنة بحيث يجب ان تكون قريبة من مجتمع

¹ بسمة فتحي عوض برهوم، المرجع السابق ص 83

² بن زارة امينة، المرجع السابق، ص 87-88

³ كلاخي لطيفة، " واقع حاضنات الاعمال في بعض الدول العربية "، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، دراسات اقتصادية، المجلد 7، العدد 2، جامعة

زيان عاشور بالجلفة، 2013م ص 299-300

⁴ هاشيم مريم نبيلة، مومني عبد القادر، المرجع السابق، ص 58

الاعمال والجامعات ومراكز البحوث ومنطقة تتوفر على الهياكل القاعدية من طرقات ووسائل نقل وخطوط الهاتفية... الخ.

➤ تشجيع انظمة التمويل خارج نظام القروض المصرفية بهدف دعم وتطوير القدرة التمويلية وتوفير مصادر جديدة للتمويل امام الصناعات الصغيرة والمتوسطة مثل مشروعات شركات توظيف الاموال وشركات راس مال المخاطر وشركات تأجير البنوك الإسلامية.¹

➤ ضرورة القيام بدراسات قبل الشروع في أي مشروع وملاحظة مدى إمكانية تطبيقه على ارض الواقع.

➤ إقامة علاقات تعاونية بين الجهات المعنية بالتجديد التكنولوجي على الصعيد الإقليمي والدولي لتوفير الموارد واستغلال المزايا والبني التحتية المتوفرة.

➤ توفير المناخ المناسب لعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.²

➤ ان تكون للحاضنة القدرة على توفير مصادر التمويل اللازمة للمؤسسات الجديدة التي تستضيفها.

➤ باعتبار ان مدير الحاضنة يؤدي دورا رئيسيا في نجاح الحاضنة فيجب ان تتوفر فيه بعض المهارات في مجال التخطيط للأعمال والإدارة والتسويق.³

الفرع الثاني: التحديات التي تواجه حاضنات الاعمال:

رغم الأهمية الكبيرة لحاضنة الاعمال الا انها تواجه العديد من التحديات، ومن بين هذه التحديات ما يلي:

➤ قد يعتبر مستوى طموح المؤسسات المحتضنة عالي في حين تكون قدرات الحاضنة المالية والبشرية محدود عائقا امام هذه الحاضنات.

¹ بوراس بودالية، صحراوي جليبة، " واقع حاضنات الاعمال في الجزائر وسبل ترقيتها "، الاعمال الكاملة للمؤتمر العلمي الثاني عشر بعنوان " التدريب من اجل التشغيل والتنمية " 9 10 ديسمبر 2018م، ص1945.

² نورالدين احمد حسام الدين، بعداش طاهر " واقع حاضنات الاعمال في الجزائر الأطر والتحديات "، مخبر دراسات التنمية الاقتصادية، المجلة الشاملة للحقوق، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، 2022م، ص 8-9

³ بوعدلة سارة " حاضنات الاعمال كألية لدعم وتنمية المؤسسات الناشئة " مخبر إدارة الافراد والمنظمات، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، المجلد 4، العدد 1، 2022م، ص134

- اما المشكلة الثانية تتعلق بوجود ونوعية الاتصالات ورد فعل الأطراف التي تستهدفها الحاضنة لتسهيل عمل المؤسسة المحتضنة.
- الاعتمادية وهي اعتماد المؤسسات المحتضنة على الحاضنات في مختلف المجالات.
- اختلاف اهداف المؤسسة المحتضنة والحاضنة خاصة فيما يتعلق بدرجة الخطر التي ستحملة الحاضنة عند تقديم المساعدات المالية او حتى ضمانها امام المؤسسات المالية التي تمنح القروض.¹

المطلب الرابع: تجربة الجزائر في مجال المؤسسات الناشئة:

الفرع الأول: شركة يسير:

تأسست شركة يسير سنة 2017 على يد مهدي يطو ونور الدين طيبي، تعتبر من الشركات السياقة في استخدام التكنولوجيات المتطورة لتقديم خدمات متنوعة لا سيما في مجال النقل، حيث تم انتخابها في عام 2019 من قبل المنتدى الاقتصادي العالمي من بين 100 شركة ناشئة عربية والخامسة في المنطقة المغاربية التي تشكل الثروة الصناعية، من بين افضل 12 شركة ناشئة في افريقيا²

تقدم شركة يسير خدمة نقل مبتكرة يمكن استخدامها عن طريق الهاتف الذكي في أي مكان وفي أي وقت حيث تسمح للجميع بحجز سائق والتحرك بأمان وترفع شعار "سائق سعيد، راكب سعيد"³ و تركز الشركة على عدة مبادئ أهمها:

- بساطة الاستخدام: يحتاج الزبائن والسائقين فقط لتحميل تطبيق يسير على هواتفهم الذكية كل من الزبون والسائق لديهم نسخة خاصة
- الخدمة متوفرة دائما أي شركة يسير متاحة دائما وعلى مدار 24 ساعة
- تقديم أفضل تسعيرة حيث يتم أخذ بعين الاعتبار كثافة حركة السير نوعية الخدمة، مسافة والتوقيت

¹ أمل هاشم علي " حاضنات الاعمال ودورها في دعم رواد الاعمال ودعم التنمية الاقتصادية "باحثة دكتوراه اقتصاد دولي، المجلد 11 العدد 1، جامعة حلوان 2020م، ص 275

² عما روش خديجة ايمان، مزيان امينة، "تجربة شركة يسير كنموذج واعد للشركات الناشئة في الجزائر" مجلة الاستراتيجية والتنمية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر المجلد12، العدد 02، 2022م، ص 91

³ نفس المرجع السابق ص92

➤ تقديم خدمة ذات جودة وهذا بتقليص وقت الانتظار لكل من الزبون والسائق وتوفير الأمان¹

الفرع الثاني: موقع: SIAMOIS QCM:

هي اول منصة الكترونية جزائرية موجهة لطلبة الطب المقبلين على اجتياز امتحان التخصص، أنشأت في 10 جوان 2017 تتيح للطلبة توفير الوقت والجهد والمال من خلال تقديم أكثر من 50.000 سؤال وحالة طبية مصنفة حسب المصدر والتخصص ودرجة الصعوبة، كما تمكنهم المنصة من إضافة ملاحظاتهم، وتصنيفهم للأسئلة والحالات مما يوفر لهم بيانات تحليلية حول أدائهم وتعتبر الوحيدة في مجالها في الجزائر ما يجعلها فكرة ابتكارية.² تعتبر siamois QCM مثالا على المؤسسات الناشئة في الجزائر التي تستخدم التكنولوجيا لتوفير حلول مبتكرة في مجال معين. تعكس رؤية الشركة التزامها بتطوير الحلول التقنية المتقدمة وتعزيز الابتكار في المجالات الرقمية.³

المبحث الثالث: وسائل تنمية قدرات الطالب الجامعي:

المطلب الأول: مفهوم تنمية القدرات:

القدرة Ability هي القوة او الطاقة التي تمكن الفرد من القيام بعمل او مهمة محددة ويمكن ان تكون عقلية مثل القدرة على التكيف او جسدية مثل القدرة على تصنيع منتج ما يدويا⁴ يقصد بالقدرة خاصية توجد عند فرد معين ، تمكنه من إنجاز فعل أو شيء أو حل مشكلة ، وتمثل مصادر القوة في طاقة الانجاز الكاملة في الفرد التي تظهر في ادائه بطريقة محددة او تعلم مهارة معينة او اكتساب معارف جديدة⁵ تعد القدرة مفهوما غير قابل للملاحظة، بل هي طاقة كامنة لدى الفرد تظهر من خلال الإنجاز الفعلي، سواء كان حسيا او ذهنيا، حيث تستدعي في سبيل تحقيقها مهارة او أكثر⁶.

¹ خداج ربيع، شوقي قبطان " واقع المؤسسات الناشئة عرض تجارب دولية وعربية" مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة يحيى فارس بالمدينة ، المجلد 06 العدد02، 2023م، ص120 123

² جبار عبد الجليل، جباري لطيفة " واقع وافاق تطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر " المجلد 16، العدد 02، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر 2022م، ص600

³ نفس المرجع السابق، ص 601

⁴ <https://hbrarabic.com> اطلع عليه يوم 8 افريل 2025 سا 19:20

⁵ أسماء حسن عمران حسن " الأندية الطلابية كألية لبناء قدرات الشباب الجامعي " مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 11 جامعة الفيوم ص 413

⁶ دوجلاس براون، عبد الراجحي، علي احمد شعبان، "أسس تعلم اللغة وتعليماتها" دار النهضة للطباعة والنشر، دط، بيروت لبنان، 1994م، ص44

القدرات هي مجموعة من الاستعدادات والمواقف والعمليات والقدرات العقلية. تسمح لنا بالإدراك والانتباه والمعالجة والاختيار والتفسير والتحليل والاستجابة لكل ما يحيط بنا، مما يساعدنا في التكيف المناسب مع بيئتنا ومع مختلف السياقات والمواقف التي نتعرض لها.¹

والقدرات جمع القدرة تعتبر صفة يقال ان الانسان لديه القدرة على فعل الشيء نتيجة العزيمة والثقة بالنفس لتقديم الأداء المميز فكلما كان للمتعلم القدرة على عمل معين فعلى مستوى هذه القدرة سيظهر مستوى تميز كفاءة السلوك الادائي لعمله.²

اما تنمية القدرات فنقصد بها تنمية قدرات الطلاب الفكرية واتساع مدركاتهم بالمعرفة والعمل والتكيف مع المجتمع ليكون لهم دور في تنمية وطنهم بفكرهم وثقافتهم وعملهم ومالهم وروحهم وخبرتهم العلمية.³

المطلب الثاني: اهداف تنمية القدرات:

جاءت أهداف تنمية القدرات الطلابية كما يلي:

- تحسين مخرجات التعليم الأساسية
- تحسين ترتيب المؤسسات التعليمية
- بناء رحلة تعليمية متكاملة
- تحسين جاهزية الشباب لدخول سوق العمل
- تحسين فرص الحصول على التعليم
- التوسع في التدريب المهني لتوفير احتياجات سوق العمل
- ضمان الموازنة بين مخرجات التعليم واحتياجات سوق العمل⁴

¹ <https://heuronup.com/> اطلع عليه يوم 9 افريل 2025 سا 18.23

² حسن بن عبد القادر حسن البار " ثقافة قدرات الطلاب الفكرية " فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، ط1، 2010م، ص 11

³ نفس المرجع السابق، ص 09

⁴ <https://ajel.sa/thehour/e7j6biohiw> اطلع عليه يوم 09 ماي 2025م سا 19:58

المطلب الثالث: وسائل تنمية القدرات:

يمكن تلخيص وسائل تنمية القدرات فيما يلي:

1. الأنشطة التخيلية: وهي التي تساهم في توسيع الخيال عند الطلاب، ويمكن ان يكون ذلك من خلال العديد من الأنشطة التعليمية والتدريبية مثل: يتخيل الطالب ان لكي شيء يعرفه شكلا اخر.
2. التركيز: ويعني عدم التشتت وتوجيه التفكير والاهتمام على نقطة معينة¹
3. الالتحاق بدورات تدريبية: وهي أفضل طريقة تعين على تعزيز المهارات، ومن خلال حضور الدورات التدريبية يصبح الطالب مهيمئ للتعامل مع مختلف التحديات التي تظهر له خلال عمله او مشروعه²
4. الممارسة والتطبيق: تعد الممارسة والتطبيق ضرورية لتنمية المهارات واثقانها وبنبغي البحث عن فرص لممارسة المهارات في الحياة اليومية او في الجامعة.
5. الأنشطة الخطابية: تعد الخطابة او الطلاقة اللفظية من العوامل المؤثرة في التفكير الإبداعي اذ ان الكثير من الأفكار الإبداعية تتولد لدى الطالب ولكن لا يستطيع التعبير عنها فتولد ميتة لذا ركز المختصون في هذا الميدان على ضرورة تنمية الطلاقة لدى من يتوقع له مستقبل ابداعي³

المطلب الثالث: التحديات المعرقة لتنمية قدرات الطالب:

- الشعور بالخوف من الفشل والخوف من النقد خلال دول الذات في التفكير الإبداعي
- عدم الثقة بالنفس خلال التفكير الإبداعي او مصارحة الاخرين عن ان تفكيري محدود او لا يمكن ان اغير الواقع او لا أستطيع التصدي للتيار السلبي المعيق للتنمية المستديمة وهكذا من التحديات التي تواجه التفكير الإبداعي
- عدم وجود خطط واضحة او اهداف طويلة الأمد يجعل تنمية القدرات غير منظمة او مشتتة.
- الإصرار على الاعتياد على نمط معين روتيني عقيم دون التفكير في التطوير للأفضل بصورة مستمرة⁴

¹ محمود شعبان عبد البديع "الأنشطة الطلابية ودورها في تنمية القدرات الإبداعية للطلاب الجامعيين من منظور الخدمة الاجتماعية " المجلة العلمية

للخدمة الاجتماعية، المجلد 1 العدد 10 جامعة أسبوت 2019م، ص 407

² <https://bakkah.com> اطلع عليه يوم 09 افريل 2025م سا 20:15

³ محمود شعبان عبد البديع، المرجع السابق ص 408

⁴ حسن بن عبد القادر حسن البار، المرجع السابق ص 67

خلاصة الفصل

تعتبر المؤسسات الناشئة مؤسسات هشة تبنى على الابتكار في مختلف المجالات من طرف مقاولين قد لا تكون لهم الخبرة الكافية لذا فهي تحتاج الى المرافقة والمساعدة من طرف حاضنات الاعمال والتي هي بدورها تقوم بتوفير دورات وورشات تكوينية في مجالات ريادة الاعمال التسويق ادارة المشاريع ومرافقة الطلبة من قبل الخبراء ومختصين في ريادة الاعمال وتوجيههم في صياغة فكرة المشروع وزرع الطموح وانشاء المشروع الخاص بدل الانتظار التوظيف التقليدي.

الجانبة التطبيقي

تمهيد

سنقوم في هذا الجانب التطبيقي على تحليل وتفسير النتائج الذي توصلنا عليها من عملية جمع البيانات عن طريق توزيع الاستمارات على عدد معين من الطلبة المقبلين على انشاء مؤسسات ناشئة حيث قمنا بوضع جداول تم تحليلها والمعبر عنها بالأرقام والنسب المئوية.

فاستخدمنا في هذه الاستمارة مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة كما قمنا بتوزيعها على عينة عدده (116) مفردة على الطلبة المقبلين على انشاء مؤسسات ناشئة بجامعة ابن خلدون تيارت (حاضنة اعمال techno foster حيث كانت مقسمة على ثلاث محاور:

- ✓ أي دور للمؤسسات الناشئة في حياة الجامعة والطالب الجامعي؟
- ✓ أي تأثير للاتصال التكويني في دفع الطالب لخلق مؤسسة ناشئة؟
- ✓ ما التحديات التي تواجه تكوين الطالب الجامعي في تأسيس مؤسسة ناشئة؟

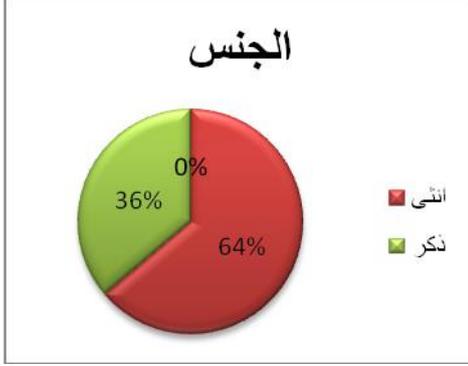
صدق المحكمين:

الجامعة	تخصص	استاذ
ابن خلدون . تيارت .	أستاذ الاعلام والاتصال	جلولي مختار
ابن خلدون . تيارت .	أستاذ الاعلام والاتصال	ذبيح يوسف
ابن خلدون . تيارت ،	أستاذة الاعلام والاتصال	علاق مفيدة

البيانات الشخصية

■ الجنس:

الجدول رقم 01: توزيع العينة حسب الجنس



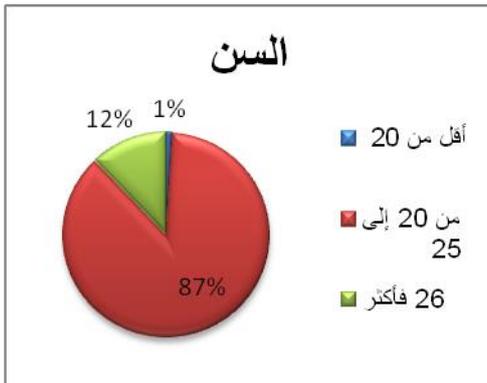
الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	42	36,2
انثى	74	63,8
المجموع	116	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات الاستبيان الالكتروني

يوضح الجدول رقم (01) توزيع العينة حسب الجنس وموزعين كما يلي 116 تشير البيانات إلى أن العينة المدروسة مكونة من اناث 74 وذكور 42، حيث تظهر الإحصائيات أن نسبة الذكور في العينة 36,2% والتي عددها 42 ذكر بينما بلغ عدد الإناث 74 انثى والتي تقدر بنسبة 63,8% حيث تشير البيانات ان نسبة الاناث هي الفئة الاكبر وهذا مؤشر ايجابي على اقبالهن على ريادة الاعمال وإنشاء مؤسسات ناشئة واهتمامهن في هذا القطاع، بينما الذكور ففتحهم قليلة مقارنة بالإناث.

■ السن:

الجدول رقم 02: توزيع العينة حسب السن



السن	التكرار	النسبة %
20 اقل من	1	0,9
20 من إلى 25	101	87.1
26 فأكثر	14	12.1
المجموع	116	100

وضح الجدول رقم (02) توزيع العينة حسب متغير السن، الأشخاص الذين تقل أعمارهم من 20 سنة يمثلون 0,9% من العينة بينما تشكل الفئة العمرية بين 20_ 25 سنة نسبة 87% و الفئة العمرية اكثر من 26 سنة

الجانب التطبيقي

12%، فقد لاحظنا ان الفئة العمرية 20_25 سنة تمثل نسبة الأكثر مشاركة والتي عددها 101 عينة وهي الغالبية الساحقة مما يدل على انهم مهتمين بزيادة الاعمال وتأسيس مؤسسات ناشئة

■ المستوى الجامعي:

الجدول رقم 03: توزيع العينة حسب المستوى الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الجامعي
0	0	سنة اولى
1.7	2	سنة الثانية
14.7	17	سنة الثالثة
8.6	10	ماستر 1
75	87	2ماستر
100	116	المجموع

المستوى الجامعي	حضري	ريفى	شبه حضري	الإجمالي
سنة ثالثة	14	1	2	17
سنة ثانية	2	0	0	2
ماستر 1	9	0	1	10
ماستر 2	58	5	24	87
الإجمالي	83	6	27	116

يوضح الجدول رقم (03) ان طلبة السنة أولى ليسانس نسبتهم منعدمة تماما وهذا يشير الى ان الطلبة في بداية مشوارهم الجامعي لا يفكرون بعد في زيادة الاعمال او ليس لديهم أفكار حول المؤسسات الناشئة، بينما طلبة السنة الثانية ليسانس فنسبة انخراطهم 1,7% فقط وهي نسبة ضعيفة جدا لكن بداية ظهور بعض الاهتمام بزيادة الاعمال، اما السنة الثالثة ليسانس فهي بداية الارتفاع مقارنة بالسنوات السابقة فقد تقدر نسبتها ب 14,7% ، طلبة ماستر 1 فهي نسبة اقل من السنة الثالثة فتقدر ب 8,6% ما قد يشير الى ان بعض الطلبة يفضلون

الجانب التطبيقي

الدراسات العليا او غيرها من الأسباب اما الفئة الأكثر انخراطا فهي طلبة الماجستير 2 والتي تقدر نسبتها بـ 75% مما يعكس النضج الفكري والمهني للطلبة او الاستعداد للدخول الى بيئة عمل او تلقيهم للدورات التدريبية طيلة السنوات الماضية مما ولد لهم رغبة في الانخراط في مجال ريادة الاعمال.

■ الكليات والمعاهد

الجدول رقم 04: توزيع العينة حسب الكليات والمعاهد

النسبة %	التكرار	الكليات و المعاهد
26,7	36	علوم انسانية واجتماعية
12,1	14	علوم اقتصادية والتجارية و علوم التسيير
5,20	6	الحقوق والعلوم السياسية
12,6	3	كلية الآداب و اللغات
12,1	14	العلوم التطبيقية
16.4	19	علوم الطبيعية والحياة
15,5	18	كلية الرياضيات و الإعلام الآلي
2,6	3	كلية علوم المادة
0,9	1	معهد علوم البيطرة
0	0	ملحق الطب
1,7	2	ملحق قصر الشلالة
4,3	5	ملحق السوق
100	116	المجموع

يوضح الجدول رقم (04) توزيع الأفراد حسب الكليات والمعاهد، بحيث نلاحظ كليه العلوم الإنسانية والاجتماعية تمثل أعلى نسبة استقطاب بـ 26.7% من مجموع الطلبة، ما يدل على اهتمام كبير بالتخصصات النظرية والاجتماعية تليها كليه علوم الطبيعية والحياة بنسبه 16.4%، وكليه الرياضيات والإعلام الآلي بنسبه 15.5% مما يدل على إقبال جيده على التخصصات العلمية.

الجانب التطبيقي

ولدينا الكليات ذات إقبال متوسط :العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير والعلوم التطبيقية بنسب متساوية تقريبا 12.1 %كلية الآداب واللغات بنسبه 12.6% مما قد يدل على توازن بين الإقبال على العلوم الإنسانية واللغوية.

الكليات والمعاهد ذات الإقبال الضعيف :الحقوق والعلوم السياسية 5.2%، ملحق السوق 4.3%، ملحق قصر الشلالة 1.7%، معهد علوم البيطرة وكلية علوم المادة تمثلان اقل نسب 0.9% و 2.6% على التوالي

■ السكن

الجدول رقم 05: توزيع العينة حسب السكن:

النسبة %	التكرار	السكن
71.6	83	حضري
5.2	6	ريفي
23.3	27	شبه حضري
100	116	المجموع

يبين الجدول رقم (05) عدد افراد السكن الحضري و التي تقدر نسبتها ب71,6 بينما عدد افراد السكن الريفي فنسبتها تقدر ب5,2 اما الشبه الحضري فتقدر ب23,3

نستنتج ان الافراد الذين يعيشون في المناطق الحضرية هم الذين لديهم رغبة في انشاء مؤسسات ناشئة و هذا راجع الى سهولة تنقلهم الى حاضنة الاعمال مما يمكنهم من حضور جميع الدورات التكوينية بسهولة تامة، بينما سكان الريف فئة قليلة مقارنة بسكان مناطق الحضرية ما قد يدل على محدودية انتشار المؤسسات الناشئة في هذه المناطق او ربما بسبب ضعف الخدمات او البنية التحتية، سكان شبه الحضري هو رقم لا يمكن تجاهله وقد يشير الى التوسع للمؤسسات الناشئة خارج مراكز الحضرية.

المحور الأول: دور المؤسسات الناشئة في حياة الجامعة والطالب الجامعي
الجدول رقم 06: تحليل السؤال الأول

1. لك الاطلاع على المؤسسات الناشئة في الوسط الجامعي؟

النسبة %	التكرار	مدى استخدام
57.8	67	دائما
31	36	أحيانا
11.2	13	نادرا
100	116	المجموع

يوضح الجدول رقم (06) تحليل السؤال الذي يتعلق بالاطلاع على المؤسسات الناشئة في الوسط الجامعي حيث يشير التوزيع الى ان 57,8 من العينة لديهم الاطلاع على المؤسسات الناشئة "دائما" هذه النسبة تعتبر مرتفعة ما يدل على اهميتها و فاعلية المؤسسات الناشئة من وجهة نظر المستخدمين، في حين يتردد 31 منهم "أحيانا" تمثل فئة المستخدمين المتقطعين او غير المنتظمين قد يعود ذلك الى عدم الحاجة المستمرة او وجود بدائل, ويتردد 11,2 منهم "نادرا" هذه النسبة منخفضة تشير الى ان هناك قلة من الافراد لا يطلعون بشكل متكرر،

الجدول رقم 07: تحليل السؤال الثاني

2. من أين حصلت على معلوماتك حول المؤسسات الناشئة؟

النسبة %	التكرار	من أين حصلت على معلوماتك
42.70	82	الأساتذة
7.29	14	ورشات العمل و التكوين
17.7	34	مواقع التواصل الاجتماعي
17,18	33	أصدقاء وزملاء
8.33	16	الموقع الرسمي للجامعة

الجانب التطبيقي

6.77	13	صفحة دار المقاولاتية
100	192	المجموع

يوضح الجدول (07) المعلومات التي حصلوا عليها الطلبة من طرف أفراد العينة بحيث نلاحظ أن أغلبهم اشارو الى الاساتذة بنسبة 42,70 % كمصدر أول والأكثر اعتمادا من قبل الطلبة للحصول على المعلومات وهذا يشير إلى وجود ثقة عالية في الأساتذة كمصدر للمعلومة، مواقع التواصل الاجتماعي 17,7% وأصدقاء والزملاء 17,8% يدل على اعتماد الشريحة معتبرة من الطلبة على قنوات غير رسمية للمعلومة وهو امر ذو وجهين سرعة الوصول للمعلومة ولكن أحيانا على حساب الدقة، الموقع الرسمي للجامعة 8,33% تمثيل ضعيف مقارنة بما يفترض أن يكون مصدر رسميا وموثوقا ربما يعود ذلك على ضعف التحديث أو صعوبة التصفح أو نقص في المحتوى، ورشات العمل والتكوين 7,29% وصفحة دار المقاولاتية 6,77% نسب ضعيفة رغم أن هذه الجهات تلعب دورا رئيسيا في التوعية ونقل المعلومة خصوصا في المجال المقاولاتي،

الجدول رقم 08: تحليل السؤال الثالث

لك القابلية لإنشاء مؤسسات ناشئة؟

3.

النسبة %	التكرار	
99,1	115	نعم
0,9	1	لا
100	116	المجموع

يوضح الجدول رقم (08) ان اغلبية العينة 99,1% أكدوا أنهم يملكون القابلية لإنشاء مؤسسة ناشئة بينما وجود عينة واحدة فقط صرح بعدم امتلاكه القابلية لإنشاء مؤسسة ناشئة، وهذا يدل على وعى الطلبة حول ريادة الاعمال مما يعكس تأثيرا إيجابيا محتملا للبرامج التكوينية والمحيط الأكاديمي الداعم لثقافة ريادة الاعمال.

الجدول رقم 09: تحليل السؤال الرابع

4. المؤسسة الناشئة التي تريد انشائها من خلال:

النسبة %	التكرار	مؤسسة ناشئة تريد إنشائها
61.34	73	التخصص الذي تناولته في الجامعة
31,93	38	لديك أفكار أخرى غير التخصص
6.72	8	بسبب دخول المجال الاقتصادي
100	119	المجموع

وضح الجدول (09) النسبة %61,34 من المشاركين يفضلون تأسيس المؤسسة الناشئة في نفس مجال تخصصهم الجامعي, هذا يعكس إيمانه بارتباط التعليم بالتطبيق العملي أو شعورهم بالثقة والمعرفة في هذا المجال, نسبة ليست بالقليل تفضل دخول ريادة الأعمال خارج مجال دراستها %31,93 ما قد يشير إلى التنوع الاهتمامات أو ربما عدم الرضا عن التخصص أو الانفتاح على مجالات جديدة، نسبة صغرى ترى بسبب دخول المجال الاقتصادي %6,72 وأن الدافع الأساسي هو الربح أو فرص الاقتصادية ما يدل على أن الحافز المالي ليس المحرك الأساسي لأغلب مشاركين رغم أهمية الاقتصاد كحافز عام لإنشاء المشاريع.

نستنتج أن هناك ميل واضح للربط بين الدراسة الأكاديمية والمشاريع الريادية، مع ذلك ثلث المشاركين يظهرون استعداداً للتجريب خارج تخصصهم والدافع الاقتصادي موجود لكنه ليس العامل الحاسم لدى الأغلبية.

الجدول رقم 10: تحليل السؤال الخامس

5. هل تقدم جامعتك برامج أو دورات تدريبية تتعلق بريادة الأعمال وتأسيس مؤسسات ناشئة؟

النسبة %	التكرار	مدى تقديم جامعتك لبرامج و دورات التدريبية
23.3	27	دائما
49.1	57	أحيانا
27,6	32	نادرا
100	116	المجموع

الجانب التطبيقي

يوضح الجدول رقم (10) ان أعلى نسبة 49,1% من المشاركين يرون أن الجامعات تقدم برامج ودورات تدريبية "أحيانا" مما يدل على تذبذب أو عدم انتظام في تنظيم هذه البرامج، نسبة قليلة فقط 23,3% تعتقد أن الجامعة تقدم هذه الدورات "دائما" وهو مؤشر على وجود قصور في استمرارية أو الانتظام 27% يرون أن الجامعة تقدم دورات "نادرا" وهي النسبة ليست بسيطة وتدل على وجود تجارب سلبية أو نقص في الوعي أو الإعلان عن هذه الدورات.

نستنتج أن الجامعة بحاجة إلى تعزيز دورها في تقديم برامج والدورات التدريبية بشكل منتظم وواضح للطلبة ومن الأفضل إجراء دراسة تفصيلية حول أسباب انخفاض نسبة إيمان والعمل على تحسين الجوانب التنظيمية والإعلامية.

الجدول رقم 11: تحليل السؤال السادس

6. هل تعتقد ان هذه البرامج كافية لدعم الطلاب الراغبين في تأسيس مؤسسات ناشئة؟

النسبة %	التكرار	
25	29	دائما
53.4	62	أحيانا
21.6	25	نادرا
100	116	المجموع

الجنس	أحيانا	دائما	نادرا	الإجمالي
أنثى	39	17	18	74
ذكر	18	10	14	42
الإجمالي	57	27	32	116

يوضح الجدول رقم (11) ان اغلب الطلبة يعتبرون ان البرامج التكوينية المقدمة من طرف الجامعة غير كافية لدعم وتأسيس المؤسسات الناشئة حيث أجاب 53,4% من العينة ان هذه البرامج تدعمهم "أحيانا"، بينما يرى 25% بأنها تقدم الدعم "دائما" وهذه نسبة ضئيلة في سياق الطموح لبناء منظومة ريادية قوية، اما "نادرا" فقدرت بنسبة 21,6% فقط وهذا ما يعكس وجود فجوة واضحة في التكوين.

الجانب التطبيقي

نستنتج من خلال ذلك حاجة الطلبة الى التكوين المستمر ولا تقتصر هذه البرامج على المعلومات النظرية فقط بل تتعداها الى اعمال تطبيقية ومرافقة عملية ليكون الطالب مجهز فنيا وعمليا لإنشاء المؤسسة الخاصة به.

جدول رقم 12: تحليل السؤال السابع

7. ما هو الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في حياة الطلبة الجامعيين؟

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
0.0521	52	دعم البحث العلمي
30.36	75	دعم ريادة الاعمال
11.74	29	تقديم دورات تدريبية علمية
11.74	29	تحقيق التعاون بين الجامعة و الصناعة
25.10	62	دعم التوظيف
100	247	المجموع

يوضح الجدول رقم (12) ان نسبة من المشاركين %30,36 ترى ان دعم ريادة الأعمال هو الأكثر أهمية حيث حصل على أعلى تكرار بمعنى اغلب الطلبة تريد دعم ريادة الأعمال من اجل التحفيز والابتكار، دعم التوظيف يأتي في المرتبة الثانية بنسبه %21,05 والتكرار 52 وهو مؤشر وجود على اهتمام بالأبحاث ولكن ليس بالمستوى الأول بمعنى فئة من المشتركين يريدون دعم التوظيف والاهتمام به، تقديم دورات تدريبية علمية وتحقيق التعاون بين الجامعة والصناعة حصل كل منهما على توافق في النسبة %11,74/11,74. والتكرار 29 مما يدل على أن المشاركين يعتبرونها اقل أولوية نسبيا رغم أهميتها في تطوير الكفاءات وتعزيز الاقتصاد المعرفي.

نستنتج أن هناك اولوية واضحة لدعم ريادة الأعمال والتوظيف مما يشير إلى الرغبة في تعزيز فرص العمل والتنمية

الاقتصادية

المحور الثاني: اي تأثير الاتصال التكويني في دفع الطالب لخلق مؤسسة ناشئة

الجدول رقم 13: تحليل السؤال الثامن

8. نجد ان عملية التواصل بين موظفي الحاضنة والطلبة

النسبة %	التكرار	التقييم
.956	66	جيدة
36.2	42	متوسطة
6.9	8	ضعيفة
100	116	المجموع

يوضح الجدول رقم (13) الاغلبية ترى أن الأداء موظفي الحاضنة جيد 56,9% حيث قيموا أداء موظفي الحاضنة بأنه جيد ما يدل على رضا العام عن كفاءة الموظفين ومستوى خدماتهم وعملية تواصلهم الجيدة، نسبة مقبولة ترى إن الأداء متوسط حوالي ثلث المشاركين 36,2% وصفوا الأداء بالمتوسط مما يشير إلى وجود جوانب قابلة لتحسين ولكن لا تعتبر سلبية تماما

نسبه ضعيفة ترى الأداء غير مرضي فقد قدرت ب 6.9% ما يشير أن الأداء ضعيف وهي نسبه منخفضة وتدل على أن التقييمات السلبية قليلة جدا.

نستنتج أن مستوى الرضا العام مرتفع مما يعني ان عملية التواصل فعالة بشكل عام، بينما فئة المتوسطة أكثر من ثلث العينة مما يدل على وجود خلل في عملية التواصل.

الجدول رقم 14: تحليل السؤال التاسع

9. هل تجد ان الاتصال التكويني مهم في دفع الطلاب لتأسيس مؤسسة ناشئة؟

النسبة المئوية	التكرار	
59.5	69	مهم جدا
37.9	44	مهم
2.6	3	غير مهم
100	116	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) أن هناك ميلا قويا نحو التقدير العالي لأهمية الاتصال حيث يرى أن أكثر من نصف 59,5% انه مهم جدا، بينما يرى قراب 37,9 انه مهم بشكل عام، وجود اجماع شبه تام بين أفراد العينة على اهمية الموضوع مع تباين بسيط فقط في درجه الأهمية "مهم جدا" مقابل "مهم"، النسبة الصغيرة جدا التي أحسبت الموضوع غير مهم 2,6% والتحكي إما اختلافا في الخلفية أو التجربة أو ربما ضعفا في الوعي أو الإدراك لأهمية الاتصال التكويني

نستنتج أن هناك توافق غالبا بين المشاركين على أهمية الاتصال التكويني مما قد يعني انه ذو أهمية كبيرة بالنسبة للطلبة المقبلين على تأسيس مؤسسة ناشئة مما يدل على وعي عال بقيمته وأثره وهذا يشير إلى ضرورة اخذ الاتصال بعين الاعتبار في اتخاذ القرارات أو وضع السياسات المستقبلية.

الجدول رقم 15: تحليل السؤال العاشر

10. لدى الحاضنة إطارات متخصصة في تكوين الطلبة

النسبة المئوية	التكرار	الفتة
71.1	82	إطارات ذات كفاءة عالية
28,9	34	إطارات ذات كفاءة متوسطة
0	0	إطارات ذات كفاءة ضعيفة
100	611	المجموع

الجانب التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) أن الغالبية العظمى من الإطارات 71,1% تصنف ضمن فئة الكفاءة العالية وهو مؤشر ايجابي على جود الكوادر بشرية لها كفاءات عالية في ميدان المؤسسات الناشئة وريادة الاعمال، اما ما يقارب من ثلث 28,9% يصنف ضمن فئة الكفاءة المتوسطة وهي نسبة لا يستهان بها ويمكن تطويرها، لا يوجد أي إطار يصنف ضمن كفاءة الضعيفة مما يعكس خلو المؤسسة من الكوادر ذات الأداء المنخفض وهو أمر يحسب لها.

نستنتج أن المؤسسة تعتمد على إطارات ذات كفاءة عالية مما يعزز قدرة الطالب على الانجاز وتحقيق الأهداف بفاعلية، كما أن عدم وجود إطارات ضعيفة الكفاءة يدل على وجود سياسة انتقاء وتقييم فعالة، وجود نسبة من الكفاءات المتوسطة ومع ذلك لا يمكن ان نقيس كفاءة الشخص متوسطة لكن ان كان ذلك فيمكن تحسين الأداء من خلال التدريب والتطوير المستمر.

الجدول رقم 16: تحليل السؤال الحادي عشر

11. هل تعتقد ان الاتصال التكويني ساهم في تطوير مهاراتك الشخصية؟

التقييم	التكرار	النسبة %
نعم بشكل كبير	59	51,8
نعم بشكل متوسط	46	40,4
لم يساهم	9	7,9
المجموع	114	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) أن أكثر من نصف العينة ترى أن الاثر كان كبيرا مما يدل على وجود قناعة قوية بفاعلية الاتصال التكويني كذلك على مساهمته بشكل كبير في تطوير مهاراتهم الشخصية، نسبة لا يستهان بها 40,4% تعتقد إن الاتصال التكويني ساهم بالدرجة متوسطة مما يدل على أن التأثير موجود لكن بدرجات متفاوتة فقط 7,9% من العينة يرون انه لم يساهم وهي نسبة ضئيلة تظهر أن التأثير السلبي أو غياب شبه معدوم او يعكس طريقة تفاعلهم مثلا او عدم تلبية احتياجاتهم لهم في البيئة الريادية.

نستنتج ان نسبة كبيرة من العينة يرون ان الاتصال التكويني ساهم في تطوير مهارتهم الشخصية والتي تقدر بنسبة 92,2% سواء كانت بشكل كبير او بشكل متوسط مما يعكس من جعل الاتصال التكويني أداة تعليمية مؤثرة في تعزيز القدرات البشرية، وعلى أهمية توسيع مثل هذه الاتصالات ضمن المنظومة الجامعية.

الجدول رقم 17: تحليل السؤال الثاني عشر

12. ما هي المهارات التي ترغب في تطويرها لتحسين قدرات الطلبة في الاتصال لإنجاح مشروعك؟

المهارات	التكرار	النسبة المئوية
التواصل الكتابي	18	10.40
التواصل الشفهي	53	30.63
العمل الجماعي	44	25.43
القيادة	58	33.52
المجموع	173	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) المهارات التي يرغب في تطويرها الطلبة لتحسين قدراتهم في الاتصال من اجل إنجاح مشروعهم نرى أن مهارة القيادة 33,52% جاءت في المرتبة الأولى مما يدل على أن المشاركين يرون ان القدرة على القيادة تعد من أهم المهارات المطلوبة أو الممارسة لديهم وقد يرتبط هذا ببيئة عمل تتطلب المبادرة واتخاذ القرار وتحمل المسؤولية، التواصل الشفهي 30,63% حل ثانيا بالنسبة مرتفعة ايضا مما يبرز أهمية القدرة على نقل الأفكار والتفاعل مع الآخرين بفاعلية، سواء في فرق العمل أو في المواقف المهنية المختلفة، العمل الجماعي 25,43% جاء ثالثا وهذا يعكس وعيا جيدا بضرورة التعاون والتنسيق بين الأفراد لكنه اقل حضورا من القيادة والتواصل، مما قد يشير إلى حاجة لتعزيز الثقافة الفريق أو توزيع الأدوار بشكل أكثر توازنا التواصل الكتابي 10,40% جاء في المرتبة الأخيرة وهي نسبة منخفضة نسبيا مما قد يدل على أن هذه المهارة إما غير مستخدمة بكثرة أو لا تعد أولوية في بيئة العمل.

نستنتج أن المهارات القيادية والتواصل الشفهي تحظى بأعلى درجات الأهمية والاهتمام بين المشاركين، مما يعكس طبيعة بيئة تعتمد على التفاعل والمبادرة في مقابل فان ضعف التركيز على مهارة التواصل الكتابي قد يمثل فجوة

الجانب التطبيقي

تحتاج إلى التطوير، خاصة في الوظائف التي تتطلب التوثيق المهني والتواصل الرسمي، ويوصى بتعزيز التدريب في المهارات الكتابة المهنية لتكامل المهارات الأخرى وتحقيق التوازن في القدرات الوظيفية.

الجدول رقم 18: تحليل السؤال الثالث عشر

13. ما هي المواضيع التي تود ان تتناولها البرامج التكوينية ليستفيد منها الطلبة المهتمون بزيادة الاعمال؟

النسبة	التكرار	مواضيع البرامج التكوينية
46,01	75	إعداد خطة عمل
20,24	33	ادارة الموارد البشرية
33,74	55	تسويق المنتجات
100	163	المجموع

يبين الجدول رقم (18) المواضيع التي تود ان تتناولها البرامج التكوينية ليستفيد منها الطلبة المهتمون بزيادة الاعمال حيث كانت أكبر نسبة منهم اختاروا موضوع خطة العمل حيث شكل حوالي 46% من مجموع البرامج التكوينية ما يدل على التركيز الكبير على تنمية المهارات التخطيط والعمل استراتيجي بينما نجد تسويق المنتجات جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 33,74% مما يعكس اهتماما واضحا بمساعدة الطلبة على تطوير قدراتهم في ترويج وبيع منتجاتهم، اما ادارة الموارد البشرية حصل على اقل نسبة 20,24% ما يشير انه اقل اولوية لدى الطلبة . نستنتج ان أغلب الطلبة تركيزهم على الجوانب الاستراتيجية والعملية للمشاريع كخطة العمل والتسويق أكثر من الجوانب الإدارية.

المحور الثالث: التحديات التي تواجه تكوين الطالب الجامعي في تأسيس مؤسسة ناشئة

الجدول رقم 19: تحليل السؤال الرابع عشر

14. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهك عند التفكير في تأسيس مؤسسة ناشئة خلال فترة دراستك الجامعية؟

النسبة	التكرار	التحديات عند التأسيس
41,47	73	نقص في التمويل والدعم المالي
17,04	30	غياب الدعم الأكاديمي والاستشارة
22,72	40	صعوبة في بناء شبكة علاقات مهنية
18,75	33	صعوبة في ادارة الوقت بين الدراسة والمشروع
100	176	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (19) التحديات الرئيسية التي تواجه الطلبة عند التفكير في تأسيس مؤسسة ناشئة، بحيث نرى ان اكبر تحدي يواجه الطلبة هو نقص التمويل والدعم المالي حيث يمثل 41,77% من التحديات ما يدل أن الجانب المالي هو العائق الأكبر في مرحلة التأسيس، بينما ثاني أكبر تحدي هو بناء شبكة علاقات مهنية يمثل نسبة 22,72% ما يدل على صعوبة بناء شبكة علاقات مهنية، اما غياب الدعم الأكاديمي والاستشارة يمثل نسبة 17,04% وصعوبة التوفيق بين الدراسة والمشروع يمثل نسبة 18,75% مما يشير الى ان هذه الفئة من الطلبة يفتقرون الى التأطير المعرفي والتوازن الشخصي المطلوب.

نستنتج ان نقص التمويل هو العائق الأكبر عند تأسيس المشاريع، يليه ضعف التشبيك المهني مما يشير الى ان الرواد الاعمال في حاجة ماسة الى الدعم المالي والى منصات للتواصل وبناء علاقات بالإضافة الى حاجتهم لمواكبة الاكاديمية والاستشارات تساعد في تجاوز العقبات المعرفية والتنظيمية.

الجدول رقم 20: تحليل السؤال الخامس عشر

15. كيف تقيم سهولة الإجراءات القانونية والإدارية لتأسيس مشروع ناشئ؟

النسبة %	التكرار	سهولة الإجراءات
15,5	18	الاجراءات سهلة للغاية ولا توجد تعقيدات
69	80	الاجراءات تتطلب بعض الجهد والوقت لكن ليست صعبة للغاية
15,5	18	الاجراءات صعبة جدا وتتطلب جهدا ووقتا اضافة الى وجود بعض التعقيدات
100	116	المجموع

يبين الجدول رقم (20) الغالبية ترى ان الإجراءات القانونية تتطلب الجهد والوقت لكنها ليست صعبة فقد قدرت نسبتها ب69% مما يشير الى وجود إجراءات إدارية ضرورية رسمية لكن يمكن تجاوزها بينما نرى 15,5% من العينة ترى ان الإجراءات سهلة ولا توجد فيها أي تعقيدات حيث تمثل هذه النسبة فئة الطلبة الذين وجدوا ان هذه القوانين واضحة وفهمها بشكل صحيح وهذا يشير الى وجود نوع من التحسن في بيئة ريادة الاعمال، في مقابل ذلك فئة من الطلبة اشارت ان الإجراءات صعبة جدا فقدرت ب 15,5% ما قد يدل على هذه العينة مدى تعقيد الوثائق المطلوبة او نقص في الارشاد والدعم القانوني المناسب.

الجدول رقم 21: تحليل السؤال السادس عشر

16. كيف تقيم قدرتك على التوفيق بين متطلبات الدراسة وتطوير المشروع؟

النسبة	التكرار	التقييم
68,96	80	استطيع مع بعض الصعوبات
16,37	19	استطيع التوفيق بسهولة
14,65	17	اجد صعوبة كبيرة
100	116	المجموع

الجانب التطبيقي

يوضح الجدول رقم (21) ان اغلبية المشاركين أفادو بأنهم يستطيعون التوفيق مع بعض الصعوبات بنسبة مقدرة ب 68,96 مما يدل على وجود تحديات واقعية في الجمع بين الدراسة وتطوير مشروع المؤسسات الناشئة لكنها ليست مستحيلة، بينما نسبة قليلة 16,37 أفادت انها تستطيع التوفيق بسهولة ما يشير الى ان الظروف مثالية للتوفيق بين متطلبات الدراسة وتطوير المشروع، في المقابل 14,65 من العينة أفادو انهم يجدون صعوبة كبيرة في التوفيق بين متطلبات الدراسة وتطوير المشروع ما يشير الى ضرورة تقديم دعم او برامج تنظيم الوقت.

الجدول رقم 22: تحليل السؤال السابع عشر

17. الى أي مدى تجد صعوبة في الحصول على رأس المال اللازم لبدء مشروعك؟

النسبة	التكرار	صعوبة في حصول على رأس المال
57,8	67	صعوبة كبيرة
41,4	48	صعوبة متوسطة
0,9	1	سهلة
100	116	المجموع

يبين الجدول التالي مدى صعوبة الحصول على رأس مال اللازم لبدء المشروع، حيث تمثل أكثر من نصف العينة انهم يواجهون صعوبة كبيرة والمقدرة بنسبة 57,8، حيث نجد ان الأخرى تواجه صعوبة متوسطة في الحصول على رأس مال والمقدرة ب 41,4 اما الفئة القليلة والمقدرة ب 0,9 فيجدون سهولة في الحصول على رأس مال اللازم لبدء مشروع المؤسسات الناشئة.

نستنتج من خلال ذلك ان ما يقارب 2,99 من العينة يجدون صعوبة (كبيرة، متوسطة) في الحصول على رأس مال اللازم وهو ما يشير الى تعزيز برامج التمويل والدعم المالي للمشاريع الناشئة إضافة الى تقديم تسهيلات من قبل الجهات الحكومية والقطاع الخاص، اعداد برامج تكوينية تتمحور على كيفية الحصول على بدائل تمويلية (رأس مال المخاطر، التمويل الجماعي، الحاضنات)

تحليل السؤال الثامن عشر: برأيك ما هي أفضل طريقة لتحفيز الطلاب الجامعيين على تأسيس مؤسسات ناشئة؟

يتضح من مجمل الآراء ان هناك ادراك قويا لدى الطلبة بأهمية زيادة الاعمال ووجود الحماس لتأسيس مؤسسات ناشئة لكنه يقابله عجز في الموارد ونقص التكوين وضعف في الدعم المؤسسي، واغلب الطلبة اكدت على ضرورة التكوين والمرافقة المستمرة من مختصين في مجال المقاولات منذ السنوات الجامعية الاولى وكذلك هناك فئة اخرى من الطلبة يرون ضرورة التقريب بين الطلبة وبيئة الاعمال من خلال فتح قنوات التواصل مع دار المقاولاتية، رواد الاعمال وحاضنات الأعمال، كذلك اكدوا على ضرورة بالوسط الاقتصادي من خلال شركات مع مؤسسات اقتصادية، وكذلك اجمع الطلبة على ان الاطلاع على التجارب الناجحة لزملائهم الذين اسسوا مؤسسات ناشئة يعد مصدر الهام حقيقي، كما المعتبرين ان تسهيل الاجراءات الادارية ضرورة ملحة لدعم روح المبادرة، ويشير العديد من الطلبة الى اهمية الجانب النفسي والتحفيزي في كسر حاجز الخوف من الفشل وبناء الثقة في فكرة المشروع

تظهر اراء الطلبة ان التحدي الاكبر امام ريادة الاعمال الجامعية لا يكمن في نقص الافكار او غياب الرغبة، بل في غياب بيئة متكاملة تحتضن هذه المبادرات، نستنتج ان تشجيع الطلبة على إنشاء مؤسسات ناشئة يتطلب توفير منظومة متكاملة للدعم تشمل التكوين، التمويل، المرافقة وتسهيل الإجراءات.

مناقشة الفرضيات

الفرضية الأولى:

للمؤسسات الناشئة دور حيوي في الرقي بالجامعة والطالب الجامعي من خلال بث روح اقتصادية ربحية.

اذ يؤكدون على ان المؤسسات الناشئة تمثل رافعة حقيقية لتطوير التعليم الجامعي من خلال ترسيخ ثقافة ريادة الاعمال والربح المادي مما يعزز العلاقة بين الحاضنة والمحيط الاقتصادي وتظهر البيانات المقدمة في جدول رقم (6 7 8 9 12) حيث يوضح الجدول رقم 08_06 مدى اطلاع الطلبة على المؤسسات الناشئة في الوسط الجامعي حيث اظهرت ان اكثر من الاكثر من نصف العينة لديهم الاطلاع والاقبال على انشاء مؤسسات الناشئة مما يدل على اهميتها واهتمام الطلبة لتحريك عجلة اقتصاد الوطني في حين الجدول رقم 07_09 يوضح ان المعلومات المتحصلة عليها حول المؤسسات الناشئة هي من الدرجة اولى مقدمة من طرف الاساتذة ويظهر ان هناك وعيا متزايدا داخل الجامعة بأهمية المؤسسات الناشئة في تنمية المنظومة التعليمية اما الجدول رقم 12 فيمثل دور المؤسسات الناشئة في حياة الطلبة الجامعيين اذ لها ترسيخ مباشر لثقافة ريادة الاعمال ودعم البحث العلمي وخلق فرص للتوظيف وبالتالي فان المؤسسات الناشئة ساهمت بفعالية في الارتقاء بالمستوى الأكاديمي والاقتصادي للطلاب والجامعة على حد سواء.

وهذا ما وضحته نتيجة دراسة مخانشة امينة والتي كانت متمحورة " توفر المؤسسات الناشئة على مجموعة من الميزات التي تجعلها مصدر جذب العديد من رجال ورواد الاعمال والذين يمثلون المؤسسين لها ذاتيا من خلال أفكارهم الإبداعية وبتكاليف بسيطة" تعكس نتيجة مخانشة امينة ان المؤسسات الناشئة تبنى في الأساس على أفكار إبداعية قابلة للتطبيق بتكاليف بسيطة وهي بذلك تمثل نموذجا حيا للابتكار وروح الريادة، هذه النتيجة تتقاطع بوضوح مع فرضيتنا اذ تحول الجامعة من الفضاء النظري الى بيئة الإنتاج والاقتصاد حيث يشارك الطالب في مشاريع حقيقية يتعلم من خبرات رواد الاعمال، وهذا ما يدعم فرضيتنا في هذه الدراسة حيث ان اندماج الطالب الجامعي في مثل هذه البيئات التكوينية يسهم في بناء عقلية اقتصادية علمية ومن هذا المنطلق ، تعد المؤسسات الناشئة احدى الوسائل الحيوية التي ترقى الطالب الجامعي وتمنح الجامعة مكانة جديدة كفضاء حاضن للابتكار وخصوصا في ظل وجود اتصال تكويني.

الفرضية الثانية:

للاتصال التكويني من قبل المؤسسات الناشئة تأثير ايجابي على الطالب الجامعي من خلال تجسيد تخصصه في بعث مشاريع حقيقية.

مناقشة الفرضيات

يمثل الاتصال التكويني بين الطالب الجامعي والمؤسسات الناشئة وسيلة فعالة لتحويل المعارف النظرية الى التطبيقات عملية، مما يعزز من مهاراته المهنية وريادة الاعمال، هذا النوع من التعاون يساهم في ادماج الطالب في بيئة العمل ويجفزه على انشاء مشاريع واقعية تنسجم مع تخصصه، غير ان نجاح هذه التجربة يتطلب تنسيقا فعالا بين الجامعة والمؤسسات الناشئة، تظهر البيانات المقدمة في الجداول رقم (13-14--15-16-18)، ومن خلال نتائج الجدول رقم 13، تشير النتائج الى ان اغلبية الطلبة يقيمون اداء موظفي الحاضنة على انه جيد وفئة قليلة تراه متوسط وهذه المعطيات تعكس مستوى الرضا الملحوظ على اداء موظفي الحاضنة، ويوضح الجدول رقم 14 ان هناك اتفاق واسع بين الطلبة على ان الاتصال التكويني مهم في دفع الطلاب لتأسيس مؤسسات ناشئة، ومن خلال نتائج جدول رقم 15 تشير المعطيات الى ان اغلبية الاطارات المصنفة تتمتع بكفاءة عالية وعدم وجود اي فئة ضمن الكفاءة الضعيفة وهذا يعني ان الحاضنة تمتلك إطارات ذات كفاءة عالية ومستوى جيد، وكما جاء في نتائج جدول رقم 16 ان اغلب الطلبة يرون ان الاتصال التكويني ساهم بدرجات متفاوتة في تطوير المهارات الشخصية مما يعكس فاعلية ايجابية، وبناء على نتائج جدول رقم 18 تشير المعطيات على ان اولوية البرامج التكوينية بالنسبة للطلبة تركز على الجوانب العملية والتخطيطية للمشروع مما يستدعي تصميم برامج تدريبية تركز على هذه الجوانب، مع تعزيز الوعي بأهمية الموارد البشرية كمكون اساسي في نجاح اي مؤسسة.

هذا ما ذهبت اليه نظرية انتشار المبتكرات في احد مبادئها " مبدأ الوسيلة" والذي يشير الى الأداة او القناة التي يتم من خلالها تمرير المحتوى التكويني سواء كان معرفيا، مهاريا او توجيهيا وفي سياق المؤسسات الناشئة تأخذ هذه الوسائل شكل قنوات اتصال متعددة: ورشات تكوينية ، الاجتماعات الدورية، التواصل مع الخبراء والمختصين حيث تمثل قنوات الاعلام والاتصال حجر الأساس في التأثير الإيجابي على الطلبة حيث هذه الوسائل الاتصالية التكوينية بما توفره من تفاعل ومرافقة وتطبيق تسهم بشكل مباشر في تمكين الطالب من تجسيد تخصصه الاكاديمي ضمن مشروع حقيقي فالاتصال التكويني هنا لا يختزل في نقل المعلومات فقط بل يتعداه الى بناء قدرات داخل بيئة تطبيقية فعالة.

الفرضية الثالثة:

توجد تحديات كبيرة تواجه الطالب الجامعي أبرزها نقص التأطير والتكوين في هذا المجال من قبل مختصين بالإضافة الى عدم فهم القوانين المنظمة للعملية.

يتبين ان الطالب الجامعي يواجه صعوبات حقيقية تتمثل في غياب التأطير والتكوين المناسب، الى جانب ضعف الامام بالقوانين الجامعية ، مما يؤثر سلبا على تجربته الاكاديمية ولتجاوز هذه العقبات من الضروري توفير

مناقشة الفرضيات

اليات دعم فعالة تشمل التوجيه المتخصص والتوعية القانونية، لضمان تكوين شامل ومتوازن للطالب، وتظهر البيانات المقدمة في الجداول رقم (19-20-21-22)، تشير نتائج جداول رقم (19_20_22) أن التحدي الأكبر الذي يواجه الطلبة عند تأسيس المشاريع يتمثل في نقص التمويل والدعم المالي، كما تبرز النتائج الحاجة الى تعزيز الدعم الاكاديمي والاستشاري وتسهيل بناء علاقات مهنية اضافة الى تمكين الطلبة من مهارات إدارة الوقت، وكما جاء في نتائج جدول رقم 21 ان رغم التحديات تظهر المعطيات ان معظم الطلبة يمتلكون القدرة على التوفيق بين الدراسة والتطوير المشروع مما يعكس روح التكيف والمرونة لديهم رغم العراقيل والصعوبات.

تدعم نتائج مخاضة امينة فرضيتنا التي تشير الى وجود تحديات فعلية تواجه الطالب الجامعي فيما يخص نقص التكوين في مجال المؤسسات الناشئة من خلال نتيجة التالية" هناك غياب لثقافة المؤسسات الناشئة لدى الشباب الجزائري خاصة مع نقص التكوين، وجانب الاعلام والاشهار بخصوصها" وهي عوامل تعيق ترجمة الطالب تخصصه الى مشروع واقعي ويجعل من المؤسسات الناشئة مجالا غير مفضل بالشكل المطلوب لدى الطلبة.

النتائج العامة

النتائج العامة للدراسة

النتائج العامة للدراسة

من بين اهم النتائج التي توصلنا اليها من خلال دراستنا ما يلي:

- يعد الاتصال التكويني الية ناجحة لإطلاق المؤسسات الناشئة وتطويرها.
- يعد التكوين والمرافقة العامة من بين اهم العوامل لتعزيز ونجاح الفكر المقاوالاتي لدى الطلبة.
- تسعى حاضنة الاعمال الى مرافقة حاملي المشاريع ودعمهم الى غاية تحقيق هدفهم في تجسيد أفكارهم في شكل مؤسسات ناشئة.
- يعد الاتصال التكويني وسيط بين الجامعة والمؤسسات الناشئة ويجعل الطالب أكثر استعدادا للانخراط في بيئة ريادية وسوق العمل.
- يعد اتصال التكويني مع المؤسسات الناشئة عاملا حاسما في تعزيز المهارات التطبيقية لدى الطالب الجامعي.
- ساهمت بيئة المؤسسات الناشئة في ترسيخ ثقافة المبادرة والابتكار لدى الطالب الجامعي.
- الاتصال مع المؤسسات الناشئة يوفر للطلاب فرصة لبناء شبكة من العلاقات المهنية، هذا التواصل يعزز فرص التوظيف بعد التخرج ويساعد الطلاب على التعرف على خبرات العملية في مجالات متنوعة.
- رغم الفوائد العديدة يواجه الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة تحديات، تتعلق بنقص التمويل وقلة البرامج التكوينية التي تتناسب مع احتياجات الطلاب.

خاتمة

خاتمة

يعتبر الاتصال من الركائز الأساسية التي يقوم عليها نجاح أي مؤسسة لذلك كان لا بد من التعرف على أهمية الاتصال في المؤسسة فالعمليات الإدارية في أي مؤسسة كانت تقوم على نقل وتبادل البيانات والمعلومات وبذلك فإن العمل يحتاج إلى اتصال لتحقيق أهداف المؤسسة ومن خلال الدراسة التي قمنا بها على مستوى المؤسسات الحديثة النشأة تم إلقاء الضوء على دور الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي الجزائري حيث يعد الاتصال التكويني ركيزة الأساسية في دعم المؤسسات الناشئة وتعزيز ادائها كما يسهم في تطوير مهارات الطالب الجامعي الجزائري إذ لا يقتصر بدوره على نقل المعرفة بل يتعداها إلى بناء قدرات تحليلية تواصلية تؤهل الطالب للانخراط في عالم ريادة الأعمال وتطوير الكفاءات الابتكارية القيادية وعليه فإن تعزيز ثقافة الاتصال التكويني داخل هذه المؤسسات وبالتنسيق مع الجامعة يمثل خطوة استراتيجية نحو إعداد جيل طلابي أكثر كفاءة وابتكاراً وبناء على ما جاء في دراستنا فإننا نقدم مجموعة من التوصيات والتي هي كالآتي:

التوصيات:

- تنظيم ورشات تكوينية تدريبية داخل الجامعات من طرف المؤسسات الناشئة وحاضنة الأعمال.
- التركيز على تكوين حاملي المشاريع بحاضنات الأعمال لضمان كفاءة أكثر في التدريب وفق استراتيجية اتصالية واضحة للوصول إلى الأهداف المسطرة.
- تقديم التمويل لأصحاب المشاريع الممتازة واستقطاب الكفاءات واستغلالها.
- إصدار أوامر للقطاعات التابعة للدولة على ترقية الشراكة مع الشركات الناشئة والشباب حاملي المشاريع المبتكرة.
- إدماج الاتصال التكويني ضمن البرامج الأكاديمية.
- العمل على توعية مسؤولي المؤسسات الناشئة بأهمية دورهم في تكوين الجامعي.
- تحديد أطر قانونية وتنظيمية للمؤسسات الناشئة.
- التسهيلات المقدمة من طرف الدولة من أجل ولوج المؤسسات الناشئة للطلب العمومي عبر تكييف دفتر الشروط الذي يلتزم بضرورة اللجوء إلى المناولة مع المؤسسات الناشئة للمؤسسات الناشئة.

قائمة المراجع

القرآن الكريم:

- سورة المائدة الآية (48)
- سورة المجادلة الآية (11)

قائمة المراجع:

الكتب:

1. احمد بن المختار منيرة، من اجل التبيء مفهوم التنمية قلعة السراغنة، ط1، 2023،
2. احمد عيساوي، منهجية البحث في عملية الاتصال الدعوي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 1433هـ/2012.
3. بارعة شقير، نظريات اتصال، منشورات الجامعة دمشق، ط1، 2020.
4. بشير علاق، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، دار اليازوري، عمان الاردن، د.ط، 2009.
5. بلخير سديد، منهجية البحث العلمي واصالتها عند المسلمين، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر 2013.
6. جمال العيفة، "مؤسسات الاعلام والاتصال الوظائف، الهياكل، الأدوار"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2010.
7. حسن بن عبد القادر حسن البار " ثقافة قدرات الطلاب الفكرية " فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، ط1، 2010.
8. دوجلاس براون، عبد الراجحي، علي احمد شعبان، "أسس تعلم اللغة وتعليماتها" دار النهضة للطباعة والنشر، د.ط، بيروت لبنان، 1994.
9. رحيمة الطيب، عيسائي، "مدخل الى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية"، دار عالم الكتب الحديث، عمان، الأردن، 2008.
10. سامية عواج، اتصال في المؤسسة المفاهيم المحددات الاستراتيجية، دار الكنوز المعرفية العلمية، عمان، الطبعة الاولى، 2019،
11. سامية مُجد جابر ونعمات احمد عثمان، اتصال واعلام و تكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2003
12. عماد فاروق مُجد صالح ، "الاتصال الانساني في الخدمة الاجتماعية " ، دار الكتاب الجامعي ،امارات العربية المتحدة ، الطبعة الاولى ، 1430هـ/2010:

13. عمار بوحوش، "مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث" الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 1955
14. فريد كورتل، "الاتصال واتخاذ القرارات"، دار الكنوز المعرفية العلمية، الطبعة الأولى، 1432هـ_2011
15. فضيل دليو " البحوث الكيفية إجراءات تطبيقية " الفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2023، ص22
16. فضيل دليو، اتصال المنظمة، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، 1446هـ 2025 صفحة 83،84، edition lura،
17. مُجّد الفاتح حمدي واخرون، مناهج البحث في علوم اعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، دار حامد، عمان ط.1 2019
18. مُجّد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة نور، د. ط، 2020.
19. مُجّد علي فوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
20. مدحت القريشي، " التنمية الاقتصادية نظريات وسياسات وموضوعات " دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2007.
- مصطفى الحجازي، اتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطلبة بيروت، 1998.
21. مصطفى يوسف كافي، محمود عزت اللحام، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، دار الأعمار العلمي، الاردن، عمان، الطبعة الاولى 1436هـ 2016
22. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم اتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، سنة 2002
23. ناصر قاسمي، الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، ط2، 2016.
24. وسام فاضل راضي، العينات في بحوث الاعلام، مكتب سنتر، بغداد، ط1، 2023
25. ينال حمادي، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2024 ص23.

1- رسائل الدكتوراه:

26. اسمهان مومني، استراتيجية الاتصال الخارجي في شركات متعددة الجنسيات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام واتصال، جامعة الجزائر 2012/2013.
27. باية بووزة، الاتصال الداخلي فيه تحسين انتاجيه الموارد البشرية، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعه الجزائر 2012 2013 .
28. بسمة فتحي عوض برهوم، " دور حاضنات الاعمال والتكنولوجيا في حل مشكلة البطالة " دراسة حالة مشاريع حاضنة اعمال الجامعة الإسلامية بغزة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2015
29. بوقطف محمود، التكوين اثناء الخدمة ودوره في تحسين اداء الموظفين بالمؤسسة الجامعية، مذكرة لنيل شهادة للماجستير في علم اجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013, 2014,
30. حاج احمد كريمة، العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في مؤسسات اتصالية، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في المدرسة الدكتورالية، العلوم اجتماعية والانسانية، جامعة وهران 2017, 2018/2،
31. حنان منصور، الاتصال المؤسسي كرافد حسين صورة المؤسسة، طالبة دكتوراه في المدرسة الوطنية للصحافة علوم اعلام، الجزائر،
32. ديانا محمد رضوان موصللي، أثر الاتصال الداخلي على اداء العاملين، بحث لنيل درجة الماجستير التاهيل والتخصص في ادارة الاعمال، الجامعة الافتراضية السورية، 2023،
33. راضية صايم، التكوين كاداة لتطوير الكفاءات في المؤسسة ،اطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه ،في علوم التسيير جامعة وهران2، 2021, 2022 ,
34. رباب أقطي، التكوين الجامعي وعلاقته بكفاءة الإطار في المؤسسة الاقتصادية، مذكره لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنظيم عمل، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2008, 2009.
35. صبرينة رماش الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، فرع التنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري قسنطينة ،2008, 2009،
36. عادل مانع " تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الطالب الجامعي الجزائري " أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة قسنطينة 2021_2022.

37. كروك خولة، دور اتصال الداخلي في تفعيل الأداء الوظيفي بالمؤسسات الجامعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه للطور ثالث Lmd في علوم إعلام واتصال، جامعة مُجّد لمين دباغين، سطيف 2022/2021.
38. كمال فار، اتصال المؤسساتي والخدمة العمومية في الادارة المحلية الجزائرية، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام واتصال جامعة الجزائر، 2018/2017.
39. مُجّد دويس، أثر اتصال الداخلي في تفعيل اداء العنصر البشري بالمؤسسات، بحث لنيل شهادة الدراسات العليا المتخصصة في القانون فرع الاجتماعي جامعة الجزائر، 2011/2010،
40. مزيش مصطفى " مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية، "رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم المكتبات والمعلومات، جامعة المنتوري قسنطينة، 2009/2008.
41. منال قداوج " اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية " مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة 2008 /2007
42. نجاة بزايد، التكوين واستراتيجية تسيير المهارات التسييرية لدى اطارات شركة السوناطران ،اطروحة لنيل شهادة دكتوراه ،في علم نفس العمل والتنظيمي،جامعة وهران ،سانيا، 2011،2010.
43. نعيمة بو كلثوم دور اتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير قسم علوم تسيير، جامعة دحلب بليدة، اكتوبر 2008.
44. ياسين مسيلي، واقع الاتصال في المؤسسة الجزائرية الإنتاجية والخدمية، أطروحة مقدمه لنيل شهادة الدكتوراه علوم كليه علوم الإعلام والاتصال سمعي البصري، جامعه قسن طينة 2023 /2024/

2- محاضرات:

45. أمينة بن زارة، "مطبوعة بيداغوجية في مقياس المقاولاتية" تخصص الاتصال والعلاقات العامة، للسنة الثانية ماستر، جامعة قالمة، 2023/2022.
46. ر. سدار "نظرية انتشار المبتكرات" مطبوعة بيداغوجية في مقياس نظريات الاعلام والاتصال، موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، سداسي السادس جامعة مُجّد بوضياف المسيلة 2023 /2024.
47. ريم بوش " نظرية انتشار المبتكرات" مطبوعة بيداغوجية في مقياس نظريات الاعلام والاتصال"، موجه لطلبة تخصص اتصال جماهيري ووسائل جديدة، جامعة الجزائر3، 2020.

3- مجلات:

48. ابراهيمي عبد الله، دور التكوين في تثمين وتنمية الموارد البشرية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السابع، 2005.
49. احمد ميلي سمية، "أهمية انشاء حاضنات الاعمال بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة " مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2020.
50. احمد نور الدين، طاهر بعداش "واقع حاضنات الاعمال في الجزائر الأطر والتحديات " المجلة الشاملة للحقوق، الاغواط، المجلد 03 العدد 1، 2022.
51. أسماء حسن عمران حسن " الأندية الطلابية كألية لبناء قدرات الشباب الجامعي " مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 11 جامعة الفيوم، 2018.
52. ام الخير ميلودي، نرجس فرجوه، إثر انماط اتصال الداخلي على مستوى الدافعية المورد البشري في مؤسسة خدمية، مجلة الباحث، جامعة بليدة2، الجزائر، 2019/1/19.
53. امل هاشم علي " حاضنات الاعمال ودورها في دعم رواد الاعمال ودعم التنمية الاقتصادية " باحثة دكتوراه اقتصاد دولي، المجلد 11 العدد 1، جامعة حلوان 2020.
54. امينة عثمانية، منال بالعباد، "المؤسسات الناشئة في الجزائر بين جهود التنظيم وهياكل الدعم " حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2020.
55. بالحاجي امينة، "التكوين والتدريب كمدخل لبناء راس المال البشري"، مجلة التنمية البشرية، جامعة الجزائر 3، العدد 11 نوفمبر 2018.
56. بالحسن حسان " بناء وتعزيز القدرات الإدارة المحلية من منظور الحكومة " جامعة أبو بكر بالقائد، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، 2003.
57. بشير محمودي، " دور الشركات الرأسمالية في تمويل المؤسسات الناشئة " المجلة الاكاديمية للبحث والقانون، العدد 1، 2021.
58. بلحاج حبيبة، "حاضنات الاعمال التكنولوجية كألية لتحفيز الابداع في المؤسسات الناشئة في الجزائر " منشورات مخبر اقتصاد مالية، جامعة 20 اوت 1955.
59. بن جيمة مريم واخرون، "اليات دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر"، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2020.
60. بن قبلة امينة، سعيد سبعون " استراتيجية الاتصال وواقع العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية " مجلة التنمية وادارة الموارد البشرية، جامعة البليدة 2 لوئيسي علي، المجلد 10، العدد 01، 2023.

61. بوسيح منى واخرون، " واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر " حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2020.
62. بوعدلة سارة " حاضنات الاعمال كألوية لدعم وتنمية المؤسسات الناشئة " مخبر إدارة الافراد والمنظمات، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، المجلد 4، العدد 1، 2022.
63. بوعدة كاملة، "المؤسسات الناشئة في الجزائر"، المجلة الجزائرية لقانون الاعمال، المجلد 3، العدد 01 جولية 2022.
64. بوهدة شهرزاد، الاتصال الخارجي اذاه لتعزيز العلاقات المؤسسات التعليم العالي مع محيطها الخارجي، مجله العلوم الانسانيه، مُجد خيضر، بسكرة الجزائر، العدد 1، 2020.
65. جبار عبد الجليل، جباري لطيفة " واقع وفاق تطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر " المجلد 16، العدد 02، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر 2022.
66. جمال كريشو، معيزي جزيرة، مساهمة التعليم الالكتروني في تحسين التكوين بجامعة التكوين المتواصل، مجلة الاقتصاد و التنمية المستدامة، جامعة 8 ماي 1945، قلمة جزائر، المجلد 5، العدد 2، 2021.
67. جنيدي جميلة، سياسة التكوين المهني ودورها في تحقيق الامن الاجتماعي للمتكونين، مجلة سوسيولوجيا، الجزائر، 2019.
68. حسين يوسف، صديقي إسماعيل، "دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر " حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 8، العدد 1، 2021.
69. حسيني ليلي، " الحكم الراشد وبناء القدرات الإدارة المحلية الجزائرية " مجلة الفكر المتوسطي، جامعة الجزائر 3، المجلد 10 العدد 01، 2021.
70. حمزة هداچ، عمار رواب، " التكوين اثناء الخدمة في الحقل المدرسي الرياضي "، مجلة الدفاتر المخبر، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، بسكرة، الجزائر، المجلد 15، العدد 2، 2020، 12، 31.
71. حورية سويقي، " المؤسسات الناشئة وحاضنات الاعمال وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي 254/20 " المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة بلحاج بوشعيب تموشنت، المجلد 6، العدد 2، 2021.
72. خالد قاشي، رابح درام، أثر اتصال المؤسسات على صورة المؤسسات الجزائرية في الخارج، مجلة اقتصاد المال والاموال، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، العدد السابع سبتمبر 2018.

73. خبيزي سامية مكانة الاتصال الداخلي والخارجي في مؤسسة الجزائري، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 1, 2020.
74. خبيزي سامية، "استراتيجيات الاتصال الحديث كالية لتنفيذ الاتصال المؤسسي الخارجي"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، جامعة الجزائر 3، المجلد 8 العدد 4، جانفي 2024،
75. خدواج ربيع، شوقي قبطان " واقع المؤسسات الناشئة عرض تجارب دولية وعربية" مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 06 العدد 02، 2023.
76. خدواج ربيع، شوقي قبطان " واقع المؤسسات الناشئة عرض تجارب دولية وعربية " مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 6، العدد 2، 2023.
77. الدكتور كمال الحاج: نظريات الاعلام واتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020.
78. ديناوي انفال وزرواط فاطمة" المؤسسات الناشئة قاطرة الجزائر الجديدة للنهوض بالاقتصاد الوطني" حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2021.
79. رمضان مروة، بوقرة كريمة " تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر " حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2020.
80. ساسي فضيلة، دور التكوين في تطوير كفاءات العمال في المؤسسة، مجلة مجتمع تربية عمل، جامعة تيزيوزو، الجزائر، المجلد 5، العدد 2، 2020.
81. سامية بن رمضان، "التكوين الجامعي والبرامج التنموية البشرية في الجزائر"، العدد 24 جوان 2017.
82. سليمان عائشة، اهمية اتصال الداخلي بالمؤسسة اقتصادية، مجلة المالية والاسواق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 9، العدد 1، 2022.
83. شافية بن حفيظ، واقع التكوين في المؤسسات الجامعية الجزائرية، مجلة الاكاديمية الدولية للعلوم النفسية والتربوية والارطفونيا، المدرسة العليا للاساتذة ورقلة، الجزائر، المجلد 3 العدد 4، 2023.
84. الطيب عيساوي، اهمية وسائل الاتصال في تعزيز الاتصال المؤسسي الخارجي مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة، 2021/12.
85. عما روش خديجة ايمان، مزيان امينة، "تجربة شركة يسير كنموذج واعد للشركات الناشئة في الجزائر" مجلة الاستراتيجية والتنمية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر المجلد 12، العدد 02، 2022.

86. عمر بالخير جواد، دور التكوين الموارد البشرية في تطوير ونجاح المؤسسة الاقتصادية الحديثة، مجلة الدراسات اقتصادية المعمقة، سعيده، 2017.
87. فاطمة دريدي، امال زرقاوي، نماذج اتصال التنظيمي في ضوء الفكر الإداري والمعاصر، مجلة روى للدراسات المعرفية والحضارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 7 العدد 02، 2021.
88. فضيلة سبع، الحقول العلمية الاتصال الشامل دراسة نظرية حول الاتصال الشامل مجلة معارف جامعة البويرة ن الجزائر، المجلد 16، العدد 1 جوان 2021.
89. قندز كريم، امال محو زروقي تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، مجلة اذافات اقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 8، العدد 2، 2024.
90. كروجة الشارف، التكوين اثناء الخدمة، الاليات والاهداف، مجلة الحوار الثقافي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 6، العدد 2، 31 ديسمبر 2017.
91. كسور اسيا، اهمية التكوين والتدريب داخل المؤسسات، مجلة التنمية وادارة الموارد البشرية، جامعة الجزائر 2، العدد 3 والخاص بفعاليات المؤتمر الدولي، 2015.
92. كلاخي لطيفة، " واقع حاضرات الاعمال في بعض الدول العربية "، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، دراسات اقتصادية، المجلد 7، العدد 2، جامعة زيان عاشور بالجلفة، 2013.
93. لعمامرة سارة وفاء تباينات " المؤسسات الناشئة نماذج عالمية ناجحة وواقع المؤسسات الناشئة في الجزائر تحديات وعراقيل"، مجلة الاقتصاد والتجارة الدولية، المجلد 3، العدد 1، 2021.
94. محمد بدير الجلب، علاقات العامه الداخليه التطبيقية اتصال الداخلي نماذج برامج، سلسلة دليل العلاقات العامه التطبيقية، 2011.
95. محمد مزبان، اتصال المؤسسات، الأنواع وانماط، حوليات الجامعة، الجزائر، 1998.
96. محمود شعبان عبد البديع "الأنشطة الطلابية ودورها في تنمية القدرات الإبداعية للطلاب الجامعيين من منظور الخدمة الاجتماعية" المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية، المجلد 1 العدد 10 جامعة أسيوط 2019.
97. محانشة أمينة، "المؤسسات الناشئة في الجزائر الإطار المفاهيمي والقانوني"، مجلة صوت القانون، المجلد 8، العدد 1، 2021.
98. مخلوفي كنزة، ثابتي حبيب، الاساليب التكوينية الحديثة كأداة لترقية مستوى التكوين، مجلة التنظيم والعمل، معسكر، المجلد 6، العدد 3، 2017.
99. مريم زعيبط، مبادئ اعداد وتقييم عملية التكوين المهني في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية، جامعة قسنطينة 2، الجزائر، مجلد ب، العدد 42، ديسمبر 2014.

100. مغاربي خيرة، صدوقي حميد، "المؤسسات الناشئة بالجزائر واليات دعمها وتمويلها"، مجلة الريادة الاقتصادية الاعمال، شلف الجزائر، المجلد 08 العدد 02 جوان 2022.
101. نورالدين احمد حسام الدين، بعداش طاهر "واقع حاضنات الاعمال في الجزائر الأطر والتحديات"، مخبر دراسات التنمية الاقتصادية، المجلة الشاملة للحقوق، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، 2022.
102. هاشيم مريم نبيلة، مومني عبد القادر "الخدمات التي تقدمها حاضنات الاعمال لدعم المؤسسات الناشئة" مخبر تقييم واستشراف السياسات الاقتصادية واستراتيجيات المؤسسات، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، المجلد 4، العدد 1، 2022.
103. هشام كرمي، حورية شريط، اتصال المؤسسة ودوره في ادارة التغيير التنظيمي المخطط في المنظمات، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 23، العدد 1، جوان 2022.
104. وفاء نُجْدُ الزبيدي، أنماط الاتصال وعلاقته باتخاذ القرار الإداري لدى قادة مدارس التعليم العام، مجلة البحث العلمي في التربية، بمدينة مكة المكرمة، العدد التاسع عشر 2017.
105. ياسمين بويض، الاتصال الخارجي في المؤسسات الجزائرية، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 7، العدد 2، ديسمبر 2018.
106. يزيد قادة، طلحة عبد القادر، "التكوين وأثره على اداء الموظفين بمديرية الضرائب"، مجلة ابحاث الاقتصادية والادارية، المجلد 16، العدد 01 السنة 2022.

4- المؤتمرات:

107. بوراس بودالية، صحراوي جلييلة، " واقع حاضنات الاعمال في الجزائر وسبل ترفيتها"، الاعمال الكاملة للمؤتمر العلمي الثاني عشر بعنوان " التدريب من اجل التشغيل والتنمية" 9 10 ديسمبر 2018 ص 1945.

5- المواقع الإلكترونية:

- radioalgerie.dz .news://https 23:10 سا 09 مارس 2025 اطلع عليه يوم
- <https://ajel.sa/thehour/e7j6biohiw> اطلع عليه يوم 09 ماي 2025 سا 19:58
- <https://bakkah.com> اطلع عليه يوم 09 افريل 2025 سا 20:15
- <https://hbrarabic.com> اطلع عليه يوم 8 افريل 2025 سا 19:20
- <https://heuronup.com> اطلع عليه يوم 9 افريل 2025 سا 18.23
- وكالة الانباء الجزائرية "المؤسسات الناشئة، تطور ملحوظ لقطاع واحد" 30 ديسمبر 2023
- <http://www.dz/ar/economie/15390-2023.aps> سا 18:05 اطلع عليه يوم 5 فيفري 2025

هيشم علي: ماذا تعرف عن حاضنة الاعمال؟ www.esyria.sy/edaraa/index.php.fevrie

اطلع عليه يوم 10 مارس 2025 سا 22:19

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال علاقات عامة

عنوان المذكرة

مكانة الاتصال التكويني للمؤسسات الناشئة في تنمية قدرات الطالب الجامعي

(دراسة ميدانية على الطلبة المقبلين على إنشاء مؤسسات ناشئة بجامعة ابن خلدون - تيارت)

من إعداد الطالبين:

خضار أمال

دروش شيماء

الأستاذ:

إشراف

جناد إبراهيم

هذه الاستمارة استبيان لمذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة حيث هذه الاستمارة تتضمن مجموعة من الاسئلة ارجو منكم الإجابة عليها بكل صدق وموضوعية، مع العلم أن المعلومات المقدمة ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

الإجابة تكون بوضع علامة ✓

الملاحق

البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

العمر: أقل من 20 20-25 26 فأكثر

المستوى الجامعي: سنة أولى سنة ثانية سنة ثالثة ماجستير 1. ماجستير 2

الكلية والمعاهد: علوم إنسانية واجتماعية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير الحقوق والعلوم

السياسية كلية الأداب واللغات العلوم التطبيقية علوم الطبيعة والحياة كلية الرياضيات والإعلام

والآلي كلية علوم المادة معهد علوم البيطرة ملحق الطب ملحق قصر الشلالة ملحق السوقر

السكن: حضري ريفي شبه حضري

المحور الأول: دور المؤسسات الناشئة في حياة الجامعة والطالب الجامعي

1. لك الاطلاع على المؤسسات الناشئة في الوسط الجامعي؟

دائما أحيانا نادرا

2. من أين حصلت على معلوماتك حول المؤسسات الناشئة؟

الأساتذة

ورشات العمل والتكوين

مواقع التواصل الاجتماعي

أصدقاء وزملاء

الموقع الرسمي للجامعة

صفحة دار المقولاتية

3. لك القابلية لإنشاء مؤسسة ناشئة

نعم لا

4. المؤسسة الناشئة التي تريد إنشاءها من خلال:

التخصص الذي تناولته في الجامعة

لديك أفكار أخرى غير التخصص

بسبب دخول المجال الاقتصادي

الملاحق

أخرى أذكرها

5. هل تقدم جامعتك برامج أو دورات تدريبية تتعلق بريادة الأعمال وتأسيس مؤسسات ناشئة؟

دائما أحيانا نادرا

6. هل تعتقد أن هذه البرامج كافية لدعم الطلاب الراغبين في تأسيس مؤسسات ناشئة؟

دائما أحيانا نادرا

7. برأيك، ما هو الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في حياة الطلبة الجامعيين؟

دعم البحث العلمي

دعم ريادة الأعمال

تقديم دورات تدريبية علمية

تحقيق التعاون بين الجامعة والصناعة

دعم التوظيف وريادة الأعمال

..... أخرى أذكرها

المحور الثاني: أي تأثير الاتصال التكويني في دفع الطالب لخلق مؤسسة ناشئة

8. نجد أن عملية التواصل بين موظفي الحاضنة والطلبة؟

جيدة متوسطة ضعيفة

9. في رأيك، هل تجد أن الاتصال التكويني مهم في دفع الطلاب لتأسيس مؤسسة ناشئة؟

مهم جدًا

مهم

غير مهم

10. لدى الحاضنة إطارات متخصصة في تكوين الطلبة

إطارات ذات كفاءة عالية

إطارات ذات كفاءة متوسطة

إطارات ذات كفاءة ضعيفة

11. هل تعتقد أن الاتصال التكويني ساهم في تطوير مهاراتك الشخصية؟

نعم، بشكل كبير

الملاحق

نعم، بشكل متوسط

لم يساهم

12. ما هي المهارات التي ترغب في تطويرها لتحسين قدراتك في الاتصال لإنجاح مشروعك؟

التواصل الكتابي

التواصل الشفهي

العمل الجماعي

القيادة

أخرى أذكرها

13. ما هي المواضيع التي تود أن تتناولها البرامج التكوينية ليستفيد منها الطلبة المهتمون بزيادة

الأعمال؟

إعداد خطة عمل

إدارة الموارد البشرية

تسويق المنتجات

مهارات أخرى أذكرها

المحور الثالث: التحديات التي تواجه تكوين الطالب الجامعي في تأسيس مؤسسة ناشئة

14. ما هي التحديات الرئيسية التي واجهتك عند التفكير في تأسيس مؤسسة ناشئة خلال فترة

دراستك الجامعية؟

نقص في التمويل والدعم المالي

غياب الدعم الأكاديمي والاستشارة

صعوبة في بناء شبكة علاقات مهنية

صعوبة في إدارة الوقت بين الدراسة والمشروع

أخرى أذكرها

15. كيف تقيم سهولة الإجراءات القانونية والإدارية لتأسيس مشروع ناشئ؟

الاجراءات سهلة للغاية ولا توجد أي تعقيدات

الاجراءات تتطلب بعض الجهد والوقت ولكنها ليست صعب للغاية

الملاحق

الاجراءات صعبة جدا وتتطلب جهدا ووقتا اضافة الى وجود بعض التعقيدات

16. كيف تقيم قدرتك على التوفيق بين متطلبات الدراسة وتطوير المشروع؟

أستطيع التوفيق بين متطلبات الدراسة وتطوير مشروع لكن مع بعض الصعوبات

أستطيع التوفيق بين متطلبات الدراسة وتطوير المشروع بسهولة تامة

اجد صعوبة كبيرة في التوفيق بين المتطلبات الدراسة وتطوير المشروع

17. إلى أي مدى تجد صعوبة في الحصول على رأس المال اللازم لبدء مشروعك؟

صعوبة كبيرة

صعوبة متوسطة

سهلة

18. برأيك، ما هي أفضل طريقة لتحفيز الطلاب الجامعيين على تأسيس مؤسسات ناشئة؟

.....

.....

.....



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
الاعلام والاتصال وعلم المكتبات



نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد التصريح العلمية لإنجاز بحث
(ملحق بالقرار رقم 1082 المؤرخ في ديسمبر 2020)

نحن الموقعون ادناه كل من:

الطالب (ة): خصار جمال الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم ك.ك.ك. 25.25.25.25.25

الصادرة في بجاية بتاريخ

الطالب (ة) ذري ساس الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم 2.82.44.69

الصادرة في جدة بتاريخ 14/09/2020

الطالب (ة): الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم

الصادرة في بتاريخ

المسجلين بقسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات تخصص البحوث والدراسات العامة

والمكلفين بإنجاز مذكرة ماستر موسومة ب: مكافحة الإتصال التكنولوجي للمؤسسات

التأتميمية في تسمية قدرات الطالب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية

على الطلبة المقبولين بالتمهيد من سنوات تأتميمية

نصرح بشرفنا أننا التزمنا بمراعاة المعايير العلمية، المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع الطالب الثالث

X

رئيس القسم

توقيع الطالب الثاني

توقيع الطالب الأول

رئيس المصلحة



السيد: جنتان
رئيس قسم الاعلام والاتصال
لدى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
جامعة البليدة



عن رئيس المجلس العلمي
والمجلس الأعلى
أمضاء هواري
ششوار