

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية التوجهات المقاولاتية عند الطلبة الجامعيين

Social Media and its Role in Developing Directions University Student Contracting

حياة غياث^١، كلثوم عائشة صافي^٢

^١ جامعة محمد بن أحمد، وهران^٢

تاريخ الاستلام: 2022/06/22 تاريخ القبول: 2022/07/28 تاريخ النشر: 2022/09/30

Doi: 10.21608/SKJE.2022.262536

مستخلص البحث:

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية التوجهات والمهارات المقاولاتية، والى مدى وعي الطلبة الجامعيين في التفكير والتوجه نحو المقاولاتية. حيث تم استخدام على المنهج الوصفي، وتم اختيار العينة بطريقة قصدية، بحيث شملت على ٥٠ طالب وطالبة لكلية العلوم الاجتماعية، محمد بن أحمد، وهران^٢.

. وخلصت الدراسة الى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم وبشكل كبير في تنمية التوجهات المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين. وفي ضوء النتائج انتهت الدراسة الى عدد من الاقتراحات تتلخص في:

- ضرورة التوسع في تقديم مقررات المقاولاتية وموضوعا، بما يتناسب مع حاجة الطلبة في إنشاء وتطوير مؤسسات صغيرة خاصة.
كلمات مفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، المقاولاتية، الطلبة الجامعيين.

Abstract:

This study seeks to know the role that social media sites play in developing entrepreneurial orientations and skills, and to the extent of university students' awareness of thinking and entrepreneurship. Using the descriptive curriculum, the sample was chosen in a deliberate manner, to include 50 students of the Faculty of Social Sciences, Mohammed bin Ahmed, oran2,

The study concluded that social media sites significantly contribute to the development of university students' contractual orientations. In the light of the findings, the study concluded with a number of suggestions:

- The need to expand the provision of contracting courses and a subject, commensurate with students' need to establish and develop small private institutions.

Keywords: Social media sites; Entrepreneurship; University Students .

مقدمة:

شهدت الساحة الاقتصادية سلسلة من التغيرات والتحولات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين الاقتصاديين، وكذا دول العالم بمجال المقاولاتية الذي أصبح يلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادي، الأمر الذي جعله من أفضل وسائل الانعاش الاقتصادي نظرا لسهولة تكيفه ومرونته التي تجعله قادرا على الجمع بين التنمية الاقتصادية، وتوفير مناصب الشغل فضلا عن امكانية قدرته على الابتكار والابداع والتجديد، وتطوير منتجات جديدة. والمقاولاتية من أهم الأعمال التي تزداد الاهتمام بها في كل دول العالم، بحيث أصبحت أبرز منبع للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، والتي غالبا ما تقرن بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعتبر أهم قاطرات المجتمع، وكل ما يحدث في هذا العصر من تغيرات متسارعة في جميع المجالات، يمثل نقطة تحول مفاهيم جديدة و متميزة، تتيح للمشاريع فرص النمو والرقى.

وقد أخذ الاهتمام بالمشاريع المقاولاتية يتزايد يوما بعد يوم إدراكا لأهمية دورها في الاقتصاد الوطني، حيث تتمتع كل المشاريع بسمات وخصوصيات مميزة كالمرونة، القدرة على التغيير السريع، القدرة على الابتكار والتطوير...ومنه علينا غرس روح وثقافة

المقاولاتية للشباب خاصة لدى الشباب الجامعي، خاص مع زخم التطور التكنولوجي من الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي سهلت علينا نقل المعلومات، وقصرت المسافات، بحيث لم يعد استخدام الإنترنت محصوراً في جمع المعلومات والاطلاع على أبرز المواقع الاخبارية، بل تعدى استخدامها إلى التسويق والتجارة وعرض مشاريع وغيرها من الخدمات..

٢. الإشكالية:

عرف العالم في مجال العولمة والثقافة التكنولوجية، في مختلف مجالات التنمية، مستجدات كثيرة، مما جعل الدول النامية تأخذ مجرى تشجيع أفرادها خاصة الشباب والاطارات على خوض مشاريع ريادة الأعمال، والمقاولاتية، والعمل على تكوين المقاولين يدخلون اقتصاد السوق من باب واسع يسهل فيه التكيف والمرونة وتتيح لهم فرص الابتكار، والابداع، وتطوير وخلق منظمات جديدة، تساهم بشكل كبير في التنمية الاقتصادية والانتعاش الاقتصادي، فضلاً على امكانية توفير مناصب شغل والمساهمة في الحد من البطالة.

ومن أبرز الوسائل التي تعول عليها الدول في التشجيع على المقاولاتية هي الشبكة العنكبوتية، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن سيادة النظام الاقتصادي الجديد القائم على العولمة وتحرير تجارة السلع والخدمات و تزامنا مع ظهور ثورة المعلومات وتطور الاتصالات برزت وتنامت التجارة الالكترونية وبشكل متزايد خاصة مع استخدام الانترنت التي تعتبر الدعامة الأساسية للبنية التحتية للتجارة الالكترونية، حيث أصبحت من أهم الأدوات التسويقية التي تحقق العديد من الزوايا، وإنتاج الأفكار والعمل على أداء مشاريع صغيرة وتطويرها. ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

- ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية التوجهات المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟

٣. أهمية الدراسة:

. تتمثل أهمية الدراسة في مجموعة من النقاط التالية:

- التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في بث روح الثقافة المقاولاتية لدى الطلاب الجامعيين.
- التعرف على المقاولاتية في ظل عالم متغير.

- تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بالمشاريع المقاولاتية الجديدة ودورها في التنمية الاقتصادية.

٤. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى دراية ووعي الطلبة الجامعيين في التفكير والتوجه نحو المقاولاتية، كما تهدف الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية التوجهات والمهارات المقاولاتية. بالإضافة إلى وصول إلى نتائج هذه الدراسة من أجل تعزيز السبل والطرق من أجل خلق شباب مقاول، وبالتالي إلقاء الضوء على أهمية وحاضرات الأعمال في تشجيع المشاريع المقاولاتية ومدى الأهمية التي تكتسبها على المقاولين والمجتمع.

٥. المفاهيم الإجرائية

تم تحديد المفاهيم الإجرائية كما يلي:

☒ مواقع التواصل الاجتماعي: هي عبارة عن مجموعة من البرامج و التطبيقات

على الأنترنت، يستخدمها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى، والآراء والأفكار والخبرات، ووجهات النظر عبر الإنترنت (قندلجي، ٢٠١٢:٣٤١).

☒ المقاولاتية: هي مجموعة من الأعمال الريادية، والأنشطة التي تهدف إلى تشكيل

مؤسسة تجارية أو خدمية ربحية من خلال خلق نشاط معين.

☒ الطالب الجامعي: هو شاب أو شخص سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من

مرحلة الثانوية إلى الجامعة تبعاً لتخصصه بواسطة شهادة مؤهلة.

٦. الدراسات السابقة:

اعتمدت الباحثان في هذه الدراسة على مجموعة من الدراسات تمثلت أهمها في

الدراسات التالية:

دراسة حدة عابد(٢٠١٦-٢٠١٧)، بعنوان: دور حاضرات الأعمال في دعم وتمويل المشاريع المقاولاتية. توصلت هذه الدراسة إلى النتائج إلى أن للمشاريع المقاولاتية دور هام في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والبيئية، لما لها من أهمية بالغة، كما أصبحت تحظى بدعم كبير من جميع الهيئات، ولحاضرات الأعمال دور فعال في دعم وترقية المشاريع المقاولاتية لدى الشباب، وزيادة قدرتها التنافسية في ظل إستراتيجية وطنية واسعة للتنمية الاقتصادية.

دراسة الجدوي محمد(٢٠١٤-٢٠١٥)، بعنوان:نحو تطوير المقاولاتية من خلال

التعليم المقاولاتي. وتم استخلاص مجموعة من النتائج والتي مفادها ما يلي:
التعليم المقاولاتي يعدل أنماط التفكير التقليدي للطلبة للبحث عن وظائف، وينمي طموحاتهم بأن يصبحوا مستثمرين، وخالقين لمناصب شغل بدلا من طالبين لها. كما يجب خلق حاضنات أعمال على مستوى الجامعات بالتنسيق مع أجهزة الدعم وذلك للمشاريع الابداعية التي تكون من تصميم الطلبة قصد تنمية روح المقاولاتية.

دراسة مولخلوة أحمد (٢٠١٥-٢٠١٦) بعنوان: سياسات دعم المقاولاتية في

الجزائر. وقد توصلت النتائج لإلى الدراسات التالية:

- تساهم المقاولاتية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية..
- المقاولاتية تلعب دورا مهما لتصعيد التشغيل، من خلال توفير فرص العمل، والمساهمة في الناتج الخام والقيمة المضافة.
- دراسة كاتب فارس، وعقون دنيا (٢٠١٥-٢٠١٦)، بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشعب الجزائري. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- تساهم مضامين الشبكات الاجتماعية في خلق سلوكات جديدة لدى الشباب من خلال المواقع الشهيرة المفضلة لاكتساب سلوكات متنوعة، وزيادة الرصيد المعرفي والفتح على العالم.
- إن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر، هي الشريحة العمرية ما بين ٢٠-٢٤، وغالبيتهم ذو المستوى الجامعي.
- دراسة زينة بوشوارب وزياد جباري(٢٠١٤-٢٠١٥)، بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين. وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:
- دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، كان مقسما بنفس الدرجة إلى التسلية والترفيه، من جهة، والتزود بخبرات جديدة من جهة أخرى كأولى الأسباب لاستخدام هذه المواقع.
- الخدمات التي يقدمها تطبيق الفيس بوك من أهم العناصر التي تجذب الطلبة، وتليه سهولة استخدامه.

٧. الإجراءات المنهجية

١.٧ منهج الدراسة:

اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الأسلوب الاحصائي وهو أحد الطرق المعتمدة للتحليل والتفسير بشكل علمي.

٢.٧ الحدود الزمانية والمكانية:

أجريت الدراسة في الفترة الممتدة من فيفري الى مارس ٢٠٢٢ بكلية العلوم الاجتماعية جامعة وهران ٢ (الجزائر).

٣.٧ عينة الدراسة:

تم اختيار عينة البحث بطريقة قصدية، بحيث شملت الطلبة الجامعيين لكلية العلوم الاجتماعية، محد بن أحمد، وهران ٢. وتحتوي العينة على ٥٠ طالب وطالبة.

٤.٧ أداة الدراسة:

ولجمع البيانات والمعلومات المختلفة لهذا البحث، تم الاعتماد على الاستبيان والذي تم بناءه من قبل الباحثين، يحتوي الاستبيان على ١٣ سؤال.
٨. عرض ومناقشة النتائج:

الجدول رقم ١: يمثل توزيع العينة حسب الجنس.

النسب المئوية	التكرارات	الجنس
٣٢%	١٦	ذكور
٦٨%	٣٤	إناث
١٠٠%	٥٠	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم ١: أن أغلبية عينة الدراسة هم إناث بنسبة ٦٨%، تقابلها نسبة ٣٢%، وتمثل نسبة الذكور.

الجدول رقم ٢: يمثل توزيع العينة حسب السن.

%	التكرارات	السن
١٠%	٥	أقل من ٢٠ سنة
٨٤%	٤٢	٢٠-٢٥ سنة
٠%	٠	٢٦-٣٠
٦%	٣	٣١ فما فوق
١٠٠%	٥٠	المجموع

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية التوجهات المقاولاتية عند الطلبة الجامعيين

من خلال الجدول رقم ٢: نلاحظ أن أغلبية الطلبة يتراوح سنهم ما بين ٢٠- ٢٥ سنة بنسبة ٨٤ %، تقابلها نسبة ٠.٦ % والتي تمثل سن ٣١ فما فوق.
الجدول رقم ٣: توزيع العينة حسب المستوى الدراسي.

المستوى الدراسي	التكرارات	%
السنة ١	٣	٦%
السنة ٢	٢٧	٥٤%
السنة الثالثة	١٠	٢٠%
ماستر	١٠	٢٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ٣: نلاحظ أن أكبر نسبة تمثلت في طلبة السنة الثانية ب ٥٤ %، تليها السنة الثالثة و الماستر بنسب متساوية وتمثل ٢٠ %، أما السنة الأولى فتمثلت ٠.٦ %.

الجدول رقم ٤: يمثل توزيع العينة حسب التخصص:

التخصص	التكرارات	%
علم النفس التربوي	٧	١٤%
الإرشاد والتوجيه	٦	١٢%
أرطوفونيا	٢	٤%
صيدلة	١	٢%
علم النفس المدرسي	٨	١٦%
تربية خاصة	٢٦	٥٢%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ٤: نلاحظ أن أكبر نسبة لطلبة تخصص التربية الخاصة بنسبة ٥٢ %، تليها تخصص علم النفس التربوي بنسبة ١٤ %، بالإضافة إلى الإرشاد والتوجيه والذي يقدر ب ٢ %، تليها تخصص الأرطوفونيا وتمثل ٠.٤ %، وفي الأخير تخصص صيدلة بنسبة ٠.٢ %.

الجدول رقم ٥: يمثل مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

المدى	التكرارات	%
غالبًا	٣٥	٧٠%
أحيانًا	١٤	٢٨%
ناذرا	٠١	٢%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ٥: نلاحظ أن غالبية الطلبة بنسبة ٧٠% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل ٢٠% تمثل نسبة الطلبة الذين يستخدمون ناذرا مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم ٦: يمثل مدى تصفح الطلبة لكل ما هو متعلق بالتجارة الالكترونية على شبكات التواصل الاجتماعي.

المدة	التكرارات	%
أقل من سنة	١٥	٣٠%
من سنة إلى سنتين	٩	١٨%
أكثر من سنتين	٢٦	٥٢%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ٦: نلاحظ أن ٥٢% من الطلبة يتصفحون المواقع التجارية منذ أكثر من سنتين.

الجدول رقم ٧: يوضح المواقع الأكثر استعمالا من قبل الطلبة:

الموقع	التكرارات	%
الفيسبوك	٢٨	٥٦%
اليوتوب	٧	١٤%
الانستغرام	١٢	٢٤%
التيليجرام	٣	٦%
مواقع أخرى	٠	٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ٧: نلاحظ أن غالبية الطلبة يتصفحون مواقع البيع والشراء والخدمات، من خلال تطبيق الفيس بوك بنسبة ٥٦ بالمائة، يليها موقع الأنستغرام بنسبة ٢٤%، ويلها ٦% وتمثل التلغرام.

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية التوجهات المقاولاتية عند الطلبة الجامعيين

الجدول رقم ٨: يمثل مدى اهتمام الطلبة بالبيع والشراء الإلكتروني.

الآراء	التكرارات	%
نعم	١٩	٣٨%
لا	٣١	٦٢%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ٠٨: نلاحظ أن ٦٢% من الشباب لا يهتمون بالبيع والشراء الإلكتروني، مقابل ٣٨% من الطلبة يهتمون بالتسويق الإلكتروني باضطلاعهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم ٠٩: يمثل هل سبق وأن تعامل الطالب في صفقة بيع وشراء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

الآراء	التكرارات	%
نعم	٢٤	٤٨%
لا	٢٦	٥٢%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ٠٩: نلاحظ أن ٥٢% لم يسبق لهم التعامل في صفقة شراء أو بيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تقابلها ٤٨% شاركوا عدة مرات في صفقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم ١٠: يبين أهداف الطلبة بالنسبة للتوظيف مستقبلا بعد التخرج من الجامعة.

الأهداف	التكرارات	%
العمل في القطاع العام	١٤	٢٨%
العمل في القطاع الخاص	٦	١٢%
الدخول في مجال المقاولاتية	٢٠	٤٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ١٠: نلاحظ أن ٤٠% من الطلبة يطمحون في زيادة الأعمال والعمل الحر، تقابلها نسبة ٢٨% ممن يودون العمل في القطاع العام، وتليها نسبة ١٢% ممن يودون العمل بالقطاع الخاص.

الجدول رقم ١١: يمثل وجهة نظر الطلبة لمستقبل التسويق الالكتروني.

النظرة	التكرارات	%
تفاؤل	٣٩	٧٨%
تشاؤم	١	٠.٢%
غير واضح	١٠	٢٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ١١: نلاحظ أن ٧٨% يتوقعون نجاح كبير ومتزايد في مجال التسويق الالكتروني، تليها حالة واحدة والتي عبرت تشاؤمها بالنسبة لمستقبل التجارة الالكترونية.

الجدول رقم ١٢ يوضح وجهة نظر الطلبة إلى سياسة تشغيل الشباب:

النظرة	التكرارات	%
أسمع كثيرا عن ظهور مقاولين ناجحين	٢١	٤٢%
لا أعرف أحدا نجح في عمله المقاولاتي	١٣	٢٦%
في ضوء التسويق الالكتروني لم يعد الشباب بحاجة الى رأس مال كبير من أجل إنشاء مشروع	٧	١٤%
سوف أسعى للحصول على دعم لونسج لإنشاء مشروع خاص	٤	٠.٨%
خلق مشاريع صغيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي سهلت الأعمال المقاولاتية	٥	١٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ١٢: غالبية العينة بنسبة ٤٢% من الطلبة سمعوا عن نجاح العديد من المقاولين، تقابلها ٢٦% من الطلبة لم يسمعوا عن مشاريع مقاولاتية ناجحة لدى الشباب، تليها اقتناع الطلبة بفكرة أن رأس المال ليس ضروري لفتح مشروع والنجاح فيه بنسبة ١٤%. تليها فكرة أن مواقع التواصل الاجتماعي سهلت على الشباب بالقيام بأعمال مقاولاتية بنسبة ١٠%.

الجدول رقم ١٣: يبين مدى استعداد الطلبة لإنشاء مؤسسة خاصة.

المدى	التكرارات	%
توقع النجاح في حال إنشاء مشروع خاص	٢٥	٥٠%
الأمر صعب وليس من السهل خوض تجربة العمل المقاولاتي	٢٥	٥٠%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية التوجهات المقاولاتية عند الطلبة الجامعيين

من خلال الجدول رقم ١٣، نلاحظ أن ٥٠ بالمائة من الشباب الجامعي يتوقعون النجاح فيحال إنشاء مشروع صغير، تقابله نسبة ٥٠ بالمائة من الشباب يرون أن الأمر صعب وليس من السهل خوض تجربة إنشاء مشروع خاص.

الجدول رقم ١٤: يوضح هل سبق للطلاب بفتح مشروع صغير على مستوى الجامعة.

هل سبق العمل في مشروع خاص	التكرارات	%
نعم	١٠	٢٠%
لا	٤٠	٨٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ١٤: نلاحظ أن ٢٠% فقط هم من بادروا في بدأ مشاريع مقاولاتية بسيطة في المرحلة الجامعية، تقابلها ٨٠% لم يفكروا في فتح مشاريع صغيرة على مستوى الجامعة.

الجدول رقم ١٥: يبين هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تنمية فكرة إنشاء

مشروع صغير بعد التخرج.

دور مواقع التواصل في تنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة	التكرارات	%
نعم	٣٥	٧٠%
لا	١٥	٣٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%

من خلال الجدول رقم ١٥: نلاحظ أن ٧٠% من الطلبة ظهرت عندهم بوادر المقاولاتية من خلال تنمية فكرة انشاء مشروع صغير بسبب مواقع التواصل الاجتماعي، تقابلها ٣٠% ليس لديهم أي دافع من أجل العمل المقاولاتي ولم تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المقاولاتية عندهم.

٩. مناقشة النتائج:

من خلال نتائج الدراسة تبين لنا أن هناك اهتمام كبير للطلبة بالتجارة الالكترونية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٨ بالمائة بحيث تم شراء وبيع السلع عدة مرات من خلال مواقع متعددة أهمها(واد كنيس، بيع وشراء وهران (marka teplac)، synnara، jumia، kiko، ali express، وهذا ما أكدته (دراسة بن وارث حكيمه) بأن التجارة الالكترونية مؤشر هام ونمط جديد من المعاملات يشهد إقبالا متزايدا من طرف

الأفراد والمنشآت، لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في التجارة التقليدية، كاختصار الزمن والمسافة. في حين ٦٠ بالمائة يتصفحون هذه المواقع من أجل الاستطلاع، وهذا ما يبين إلحاحهم على الاستكشاف والمعرفة وإمكانية التوجه والتفكير في عمل مقاولاتي.

أما فيما يتعلق بطموح الطلبة بالنسبة لطبيعة العمل، توضح النتائج أن ٤٠ بالمائة يفضلون إنشاء مؤسسات صغيرة و العمل الحر ودخول مجال المقاولاتية خاصة وأن الطلبة تحمسوا للأعمال الحرة بعد دراستهم لمقياس (المقاولاتية) وهو مقياس يحفز الشباب والطلاب إلى الخوض في الأعمال الحرة، هي فكرة أكتتها (حدة عابد) في دراستها بأن المشاريع المقاولاتية أصبح لها دور مهم في الاقتصاد لما لها من أهمية بالغة وأصبحت تخطى بالدعم من طرف جميع الهيئات، وعملت الدولة الجزائرية على إرساء مبادئ الاقتصاد الحر بتشجيع المبادرات المقاولاتية. كما أن ٧٨ بالمائة من الطلبة ما يمثل أغلبية الطلبة مقتنعون بأن للتسويق الالكتروني والصفقات التي تتم عبر الأنترنت لها شأن كبير، لأنه عامل مساعد ومحفز للريح في المشاريع المقاولاتية الصغيرة، كما بالإضافة إلى أنه قد يكون مجاني وغير مكلف.

أما فيما يتعلق بنظرة الشباب في سياسة تشغيل الشباب، فأغلبية الطلبة ما يمثل ٤٢ بالمائة يسمعون كثيرا عن ظهور مقاولين ناجحين، كما توصل حدة عابد في نتائج دراسته بأن المشاريع المقاولاتية أصبحت لها دور هام في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

كما أن ١٤ بالمائة من الشباب يؤكدون أن في ضوء التسويق الالكتروني لم يعد الشباب بحاجة إلى رأس مال كبير من أجل إنشاء مشروع. أما فيما يخص استعداد الطلبة للدخول في عالم المقاولاتية ف٢٥ بالمائة متحمسين لإنشاء مؤسسات صغيرة و هم متأكدين من النجاح خاصة بعد رؤيتهم لنجاح العيد من المقاولين الجدد. كما أن نسبة لا بأس بها من الطلبة عملوا على مشاريع تجارية بسيطة أثناء مرحلة الدراسة بالجامعة بنسبة ٢٠ بالمائة، وتمثلت العالمية مشاريعهم في البيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، الخياطة، بيع السندويشات في الشارع، شراء ملابس بنقود المنحة الجامعية وإعادة بيعها للطلبة والطالبات، صناعة الحلويات والشكلاطة وبيعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.....

أما عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية فكرة فتح مشروع مصغر، ٧٠ بالمائة يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في فتح عدة أفكار متعلقة بالمشاريع، وهي محفزة للشباب والطلاب. أما عن نوع المشاريع التي يحلمون بها فتمثلت في فتح روضة للأطفال بالنسبة للفتيات بحكم تخصصهم الدراسي والمتمثل في علم النفس التربوي، أو ورشة خياطة، أما بالنسبة للشباب فغالبيتهم يفضلون المشاريع التجارية من فتح محلات الملابس أو محل أكل خفيف.....

ومن خلال كل ما سبق نستنتج تأكيد الفرضية والتي مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي، تساهم وبشكل كبير في تنمية التوجهات المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

١٠. خاتمة وتوصيات:

تستخدم اليوم مواقع التواصل الاجتماعي في عمليات التسويق الإلكتروني وتعد الوسيلة الأفضل لإنشاء مشاريع صغيرة باعتبار أن فئة الشباب والطلاب هم أهم فئة في المجتمع الأكثر استقلالية خاصة في عصر العولمة، والقادرين على تكوين الآراء واتخاذ القرارات المناسبة. وهذا ما سعت إليه الجامعة كذلك من خلال الاهتمام بشبابها الجامعي بتدعيمهم في مساهمهم الدراسي بمقياس المقاولاتية، مما يجعلها أيضا مؤهلة بالارتقاء بالتعليم المهني لتلبية حاجات سوق العمل، واندماجهم في الأعمال المهنية مما يحقق في ذلك توافق بين حاجات السوق، وبين الإعداد الذي تقدمه للشباب خريجي الجامعة، والذين يعتبرون الشريحة الأكثر تعرضا للبطالة. ومن هنا نعرض مجموعة من التوصيات التالية:

- ضرورة التوسع في تقديم مقررات المقاولاتية وموضوعا، بما يتناسب مع حاجة الطلبة في إنشاء وتطوير مؤسسات صغيرة خاصة.
- عدم الاكتفاء بفتح مسارات تكوينية في المقاولاتية على مستوى قسم واحد من الأقسام، وتعميم ذلك مع جميع الكليات والتخصصات في الجامعة، أو على الأقل إدراج مقرر مقياس أو مقياسين في المقاولاتية في كل تخصص
- التفكير في إنشاء برامج خاصة مستقلة بالمقاولاتية على مستوى الجامعة، تعني بتكوين الطلبة في المقاولاتية وتكون تحت إشراف دار المقاولاتية مثلا.

- العمل على خلق حاضنات أعمال ومشاتل على مستوى الجامعات بالتنسيق مع أجهزة الدعم وذلك للمشاريع الإبداعية التي تكون من تصميم الطلبة، قصد تنمية روح المقاوالتية لديهم.
- التنوع في طرق وأساليب التدريس للتعليم المقاوالتية باستخدام طرق معمول بها في الجامعات العالمية وعدم الاقتصار على الطرق الكلاسيكية.
- نشر ثقافة العمل الحر لدى الطلبة وذلك بالاعتماد على الزيارات الميدانية وكذلك مناهج دراسة الحالة للأعمال الحرة الناجحة.

١١. قائمة المراجع:

- عابد حاجة (٢٠١٦-٢٠١٧) دور الحاضنات في دعم وتمويل المشاريع المقاوالتية، مذكرة نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
- قنديلجي عامر ابراهيم (٢٠١٠) شبكة المعلومات والاتصال، ط٢، دار الميسرة للنشر.
- مولخلوة أحمد (٢٠١٥-٢٠١٦) سياسات دعم المقاوالتية في الجزائر، رسالة لنيل شهادة الماستر تخصص علوم التسيير، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، الجزائر.
- الجدوي محمد علي (٢٠١٤-٢٠١٥) نحو تطوير المقاوالتية من خلال التطوير المقاوالتية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر.
- كاتب فارس وعقون دنيا (٢٠١٥-٢٠١٦) أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المجتمع الجزائري، رسالة لنيل الماستر تخصص الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- زينة بوشوارب وزياد جبري (٢٠١٤-٢٠١٥) دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة لنيل شهادة الماستر، تخصص الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، الجزائر.