

جامعة غليزان
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مذكرة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

تحت عنوان:

دور الابداع في نمو المؤسسات الناشئة

دراسة لبعض المؤسسات الناشئة في الجزائر

تخصص: ادارة اعمال

تحت إشراف

د. عرابش زينة

من إعداد الطالبتين:

▪ بن عويبة رانية نور الهدى.

▪ بن قدور مليكة

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا

جامعة غليزان

د. بن حجوبة حميد

مشرفا

جامعة غليزان

د. عرابش زينة

مناقشا

جامعة غليزان

د. قروج يوسف

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وتقدير

قال الله تعالى: " لئن شكرتم لأزيدنكم ولئن كفرتم إن عذابي لشديد "

سور إبراهيم " الآية 08"

أولا وقبل كل شيء نشكر الله عزوجل ونحمده حمدا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه أن
أنعم علينا بمواصلة مشوارنا العلمي ووقفنا في إنجاز هذا العمل ونسأله ان يتقبله منا قبولا
حسنا.

ثم نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان والامتنان الى الأستاذة المشرفة "عرايش زينة" لما قدمته لنا
من نصح وارشادات فكانت لنا خير عون على تذليل كل المعوقات وخير معلمة ومشرفة
فشكرا لك على سعة صدرك وطيبة قلبك وتفانيك العلمي.

كما نتقدم بشكرنا هذا الى كافة الأسرة الجامعية من أعلى هرمها إلى قاعدتها

لمساندتهم الدائمة لنا.

والشكر موصول إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة تشجيع.

الإهداء

من قال انا لها "نالها "

و أنا لها ان أبت رغما عنها أتيت بها .

لم تكن الرحلة قصيرة و لا ينبغي لها أن تكون لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان مخفوفاً

بالتسهيلات لكنني فعلتها و نلتها

الى الذي زين اسمي بأجمل الالقاب ،من دعمني بلا حدود و اعطاني بلا مقابل

الى من علمني ان دنيا كفاح و سلاحها العلم و المعرفة ،الى من غرس في روحي

مكارم الاخلاق داعمي الاول في مسيرتي و سندي

و قوتي و ملاذي بعد الله ...

الى فخري و اعتزازي (والدي العزيز)

الى من جعل الله الجنة تحت أقدامها و احتضني قلبها قبل يدها وسهلت لي الشدائد

بدعائها الى القلب الحنون

و الشمعة التي كانت في الليالي المظلمات

سر قوتي و نجاحي و مصباح دربي الى وهج حياتي (والدي الحبيبة)

الى ضلعي الثابت و أمان أيامي الى ملهمي نجاحي الى من شددت عضدي بهم

فكانوا لي ينابيع أرتوي منها

الى خيرة أيامي و صفوتها الى قرّة عيني (اخواني و اخواني)

لكل من كان عوناً و سندا في هذا الطريق...لرفقاء السنين وأصحاب الشدائد

و الأزمات أهديكم هذا الانجاز و ثمرة نجاحي الذي لطالما تمنيته ها أنا اليوم أتممت

أول ثمراته ، راجية من الله تعالى أن ينفعني بما علمني و أن يعلمني ما أجهل

ويجعله حجة لي لا علي .

رانية

الإهداء

إلى من جعلت اللجنة تحت أقدامها، إلى من أنارت لي الطريق بدفئها وحنانها،

إلى من يجف القلم عند كتابة اسمها ويعجز اللسان عن التعبير عند ذكرها،

"أمي الحبيبة "

إلى من قدس العلم وعمل جاهدا لإتمام دراستي، إلى الذي منت أمله في الحياة، إلى من علمني العز

والكرامة ولم يلهه أي شيء في تحقيق سعادتني.

"أبي العزيز"

إلى إخوتي قرة عيني وأغلى ما أملك وأفضل إرث أبوي وأخواتي الغاليات على قلبي

إلى من شاركتني في مشواري هذا وتلبدت العناء معي زميلتي "بن عويينة رانيا"

إلى كل من تتوق نفسه إلى حدائق المعرفة وذوقه إلى نسائم العلم.

أهدي هذا الجهد المتواضع

مليكة

ملخص

هدفت هذه الدراسة الى محاولة معرفة مدى المساهمة الحقيقية للإبداع في نمو وازدهار المؤسسات الناشئة وتمكنها من ابتكار حلول جديدة وتقديم منتجات وخدمات مميزة واكتساب ميزة تنافسية في السوق . تم التطرق الى هذا الموضوع وفق منهج وصفي تحليلي وكذا وتناولنا كل من المفاهيم الأساسية و الرئيسية التي تتناسب مع الواقع. كما قمنا بتقسيم استبيان على 34 مؤسسة ناشئة موزعة على مختلف ولايات الوطن وتحليله احصائيا بواسطة برنامج SPSS. بحيث استخلصنا ان للإبداع قدرة على ابتكار افكار جديدة ومبتكرة وحل المشكلات بطرق غير تقليدية وابتكار فرص جديدة للنمو . يساعد الإبداع على تمييزها عن منافيسها من خلال تقديم منتجات أو خدمات فريدة تلي احتياجات العملاء بشكل افضل فعندما يتم دمج الإبداع في استراتيجية المؤسسة الناشئة يمكن ان يكون له تأثير كبير في ادارة المؤسسات الناشئة و يساعدها في تحقيق النجاح و تفتح الافق لفرص جديدة لنمو والتوسع واقامة مسابقات وتحديات لتحفيز الموظفين وحلق بيئة عمل مريحة وملهمة لتشجيعهم على التفكير الابداعي .

الكلمات مفتاحية: الابداع ، المؤسسات الناشئة ، ادارة المؤسسات الناشئة، الجزائر

Abstract :

This study aimed to try to know the extent of the real contribution of creativity to the growth and prosperity of emerging institutions and their ability to innovate new solutions and provide distinctive products and services and gain a competitive advantage in the market. This topic was addressed according to a descriptive analytical approach, and we also addressed all the basic and main concepts that are consistent with reality. We also divided a questionnaire on 34 emerging institutions distributed across the country's states and analyzed it statistically using the SPSS program. We concluded that creativity has the ability to innovate new and innovative ideas, solve problems in unconventional ways, and find new opportunities for growth. Creativity helps distinguish it from its competitors by providing unique products or services that better meet the needs of customers. When creativity is integrated into the strategy of the emerging institution, it can have a significant impact on the management of emerging institutions and helps them achieve success and open the horizon for new opportunities for growth and expansion and hold competitions and challenges to motivate employees and create a comfortable and inspiring work environment to encourage them to think creatively.

Keywords: Creativity, emerging institutions, emerging institution management, Algeria

فهرس المحتويات

أ الشكر والتقدير:
ب الإهداء
ج الملخص:
د فهرس المحتويات
هـ قائمة الجداول:
و قائمة الأشكال:
ح قائمة الملاحق:
2 الفصل الأول: مقدمة عامة
7 الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
40 الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية وتحليل البيانات
60 الفصل الرابع: الخاتمة، النتائج والمقترحات
63 قائمة المراجع:
67 قائمة الملاحق:

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
44	الجدول 01: المقياس المعتمد في تحديد درجة الموافقة على عبارات الاستبيان
44	الجدول 02: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالمتغير المستقل
45	الجدول 03: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالمتغير التابع
46	الجدول 04: معامل ثبات الاستبيان "ألفا كرونباخ"
46	الجدول 05: معامل ثبات الاستبيان "ألفا كرونباخ" للمتغير المستقل
47	الجدول 06: معامل ثبات "ألفا كرونباخ" للمتغير التابع
47	الجدول 07: معاملات الارتباط بين المتغير المستقل مع المتغير التابع
49	الجدول 08: المتوسطات الحسابية المرجحة والدرجات الموافقة لها
49	الجدول 09: ترتيب عبارات الإبداع حسب استجابات مفردات عينة الدراسة
51	الجدول 10: ترتيب عبارات المؤسسات الناشئة حسب استجابات مفردات عينة الدراسة
52	الجدول 11: توزيع أفراد العينة حسب الجنس
53	الجدول 12: توزيع أفراد العينة حسب السن
54	الجدول 13: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
55	الجدول 14: توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة
56	الجدول 15: نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير ثقافة الابداع ونمو المؤسسات الناشئة
56	الجدول 16: نتائج الانحدار المتعدد لتأثير ثقافة الابداع ونمو المؤسسات الناشئة

57	الجدول 17: نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير الممارسات الابداعية ونمو المؤسسات الناشئة
57	الجدول 18: نتائج الانحدار المتعدد لتأثير الممارسات الإبداعية ونمو المؤسسات الناشئة
58	الجدول 19: نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير مخرجات الابداع ونمو المؤسسات الناشئة
58	الجدول 20: نتائج الانحدار المتعدد لتأثير مخرجات الابداع ونمو المؤسسات الناشئة

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الجدول
25	الشكل 01: دورة حياة المؤسسات الناشئة.
41	الشكل 02: نموذج الدراسة
52	الشكل 03: تمثيل أفراد العينة حسب الجنس
53	الشكل 04: تمثيل أفراد العينة حسب السن
54	الشكل 05: تمثيل أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
55	الشكل 06: تمثيل أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

الفصل الأول

مقدمة عامة

1- تمهيد

يعتبر الإبداع جوهرًا حيويًا في عالم ريادة الأعمال، حيث يُعرف بأنه القدرة على توليد أفكار جديدة وتحويلها إلى منتجات أو خدمات مبتكرة تلبي احتياجات السوق بطرق مبتكرة وفعّالة. ويلعب الإبداع دورًا حاسمًا في تنمية المؤسسات الناشئة، حيث يساعدها على التميز في سوق المنافسة الشديدة وكسب اهتمام العملاء. يتيح لها الإبداع فرصة لاستكشاف فراغات السوق وتقديم حلول جديدة وفعّالة. كما يمكن تحفيز الإبداع في المؤسسات الناشئة من خلال بيئة داعمة ومحفزة تشجع على التجربة والتجديد. وتشمل هذه البيئة توفير الموارد اللازمة والدعم المالي والتقني، بالإضافة إلى تشجيع الثقافة التنافسية والمرونة. حيث توفر عمليات الإبداع الفرصة للمؤسسات الناشئة لتحقيق النمو والازدهار بشكل مستدام، حيث يمكن للأفكار المبتكرة أن تجذب المستثمرين وتزيد من قاعدة العملاء وتعزز مكانتها في السوق، وعلى الرغم من أهمية الإبداع في تطوير المؤسسات الناشئة، إلا أن هناك تحديات تواجه عملية الإبداع، مثل نقص التمويل والموارد، والمحاطر الفنية والقانونية، وضغوط الزمن والتنافس الشديد في السوق، ومقاومة التغيير داخل الشركة.

2- صياغة الإشكالية

الى أي مدى يساهم الإبداع في نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

3- الأسئلة الفرعية

- ماهي العلاقة بين الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة؟
- هل للثقافة دور في عملية الإبداع مما يساهم في نمو المؤسسات الناشئة؟
- ماهي الاساليب الإبداعية في المؤسسات الناشئة؟

4- صياغة الفرضيات

- هناك علاقة موجبة بين ثقافة الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة
- هناك علاقة موجبة بين الممارسات الإبداعية ونمو المؤسسات الناشئة

— هناك علاقة موجبة بين مخرجات الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة

5- أهداف الدراسة

- تحليل مدى تأثير الإبداع على نمو المؤسسات الناشئة وتحديد العلاقات السببية بينهما.
- فهم العوامل التي تسهم في تعزيز ثقافة الإبداع داخل المؤسسات الناشئة ودورها في تحفيز الإبداع.
- استكشاف كيفية تأثير توفر الموارد المالية والتقنية على قدرة المؤسسات الناشئة على تطبيق الإبداع بنجاح.
- تقديم توصيات عملية للمؤسسات الناشئة والجهات المعنية لتعزيز الإبداع كوسيلة للنمو والتطور.

6- أهمية الدراسة

- تعزيز الاقتصاد المحلي والعالمي: من خلال تعزيز قدرة المؤسسات الناشئة على الإبداع وتطوير منتجات وخدمات جديدة، يمكن أن تساهم الدراسة في تعزيز الاقتصاد المحلي والعالمي من خلال خلق فرص عمل جديدة وزيادة التنافسية.
- تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسات الناشئة: بفهم عميق لدور الإبداع، يمكن للمؤسسات الناشئة تحسين أدائها الاقتصادي وزيادة مستوى الإيرادات والأرباح.
- تعزيز الابتكار والتنمية الاقتصادية المستدامة: يمكن أن تساهم الدراسة في تعزيز ثقافة الإبداع والمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة عن طريق تعزيز الإبداع وتطوير حلول جديدة للتحديات الاقتصادية والاجتماعية.
- توجيه السياسات العامة والاستراتيجيات الحكومية: يمكن أن تساهم نتائج الدراسة في توجيه السياسات العامة والاستراتيجيات الحكومية لدعم وتعزيز الإبداع في المؤسسات الناشئة من خلال توفير المزيد من الموارد والدعم.

– تعزيز البحث العلمي والمعرفي: تساهم الدراسة في إثراء المعرفة والبحث العلمي في مجال ريادة الأعمال وتطوير الإبداع في سياق المؤسسات الناشئة.

7- أسباب ودافع اختيار الموضوع

هناك عدة أسباب ودوافع يمكن أن تدفع الباحثين إلى اختيار موضوع "دور الإبداع في تنمية المؤسسات الناشئة". من بين هذه الأسباب:

– أهمية الريادة الاقتصادية: يعتبر القطاع الصغير والمتوسط والمؤسسات الناشئة من أهم محركات الاقتصاد في العديد من البلدان. لذلك، يتناول هذا الموضوع قضية حيوية تتعلق بتعزيز الاقتصاد المحلي وتوفير فرص العمل وتحسين جودة الحياة.

– تأثير الإبداع على التنمية الاقتصادية: الإبداع يلعب دوراً حاسماً في تعزيز التنمية الاقتصادية، ويساهم في تحسين الإنتاجية وتعزيز التنافسية وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام.

– الحاجة إلى دراسات متعمقة: يعيش العالم اليوم في زمن يتسم بالتغيرات السريعة والتحول الاقتصادي والتكنولوجية. لذا، تتطلب هذه الظروف الاقتصادية التحديث والتطوير المستمر لفهم أفضل لدور الإبداع في تطوير المؤسسات الناشئة.

– الاهتمام المتزايد بريادة الأعمال: يشهد العالم اليوم اهتماماً متزايداً بثقافة ريادة الأعمال والإبداع، حيث يُعتبر رواد الأعمال محركاً للإبداع والتغيير الاجتماعي والاقتصادي.

– التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة: تواجه المؤسسات الناشئة تحديات متعددة مثل نقص التمويل والتنظيمات القانونية والتنافس الشديد. يمكن لفهم دور الإبداع في تنمية هذه المؤسسات أن يوفر رؤى قيمة لتخطي هذه التحديات.

– المساهمة في التطور العلمي والمعرفي: تقديم دراسة متعمقة حول دور الإبداع في تنمية المؤسسات الناشئة يساهم في إثراء البحث العلمي والمعرفي في مجال ريادة الأعمال والإبداع.

8- حدود الدراسة:

– الحدود المكانية للدراسة: وقع إختيارنا على المؤسسات الناشئة في الولايات التالية: غليزان، الجزائر ، وهران و سطيف

– الحدود الزمانية للدراسة: من 03 مارس 2024 إلى غاية 28 ماي 2024.

9- منهج الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والاحصائي التي يحلل دور الابداع في تنمية المؤسسات الناشئة باستعمال ادوات الإحصائية.

10- محددات الدراسة

تم إسقاط الجانب النظري على التطبيقي حيث تم تقسيم الموضوع الى شقين نظري وتطبيقي بحيث النظري يتناول الابداع واستراتيجياته الى جانب المؤسسات الناشئة ومراحل نموها الى جانب علاقة الابداع بنمو المؤسسات الناشئة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد:

تعيش المؤسسات اليوم في بيئة مليئة بالتحديات وشدة المنافسة، مما أدى إلى زيادة أهمية الإبداع وتنميته في المؤسسات، خاصة الصغيرة والمتوسطة، فالمؤسسات الناشئة التي تريد التميز والصدارة ومواجهة التغيرات يجب عليها الاعتماد بشكل رئيسي الإبداع وعلى ضوء ذلك، سيتم التعرض في هذا الفصل إلى الإطار المعرفي للإبداع وكذا الأداء بالمؤسسة وأيضا سيتناول الفصل أهم الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع البحث سواء العربية والأجنبية ومحاولة اشتقاق جوانب التشابه بينها وبين الدراسة الحالية واستخلاص ماذا يميز دراستنا عنها .

1- الإطار المفاهيمي للإبداع:

1-1- مفهوم الابداع وخصائصه:

1-1-1 مفهوم الإبداع:

يختلف المنظرون في تعريف الإبداع كل حسب وجهة نظره إلا أن ما يمكن التوصل إليه من التعاريف ما يلي:

- الإبداع هو مزيج من الخيال العلمي المرن، لتطوير فكرة قديمة، أو لإيجاد فكرة جديدة، مهما كانت

الفكرة صغيرة، ينبع عنها إنتاج متميز غير مألوف، يمكن تطبيقه واستعماله¹؛

- عرف Peter Drucker الإبداع على أنه: " أنه "تغيير في ناتج الموارد بلغة الاقتصاد تغيير في القيمة

والرضا الناتج عن الموارد المستخدمة من قبل المستهلك"².

- عرف Joseph Shumpeter الإبداع على أنه: " النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب

جديد في الإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه"³.

- الإبداع "عملية إنتاج أفكار أو أشياء حقيقية أو خيالية، ووضعها في طرق جديدة ومفيدة"⁴؛

- الإبداع هو "وحدة متكاملة لمجموعة من العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد

وأصيل وذو قيمة للفرد والجماعة، حيث يظهر هذا الإنتاج في شكل حلول جديدة لمشكلات أو مناهج

جديدة لإنجاز العمل

¹ جمال خير الله، الإبداع الإداري، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص: 8.

² بيتر دوكر، التجديد والمقاولة ترجمة الممارسات والمبادئ، ترجمة حسين عبد الفتاح مركز الكتب الأردني، الأردن، 1998، ص: 18

³ Jean Lachman, le financement des stratégies de l'innovation, édition economica, paris, 1993,p22

⁴ بلال خلف السكارنة، الإبداع الإداري، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011، ص: 18.

- الإبداع هو: "إدخال شيء جديد لهذا العالم لم يسبق له أن وجد أو سبق إليه أحد، ويسهم في إشباع بعض الحاجات الإنسانية
- ويعرف أيضا على أنه "القدرة على خلق وإيجاد أشياء جديدة ولم تكن موجودة، وقد تكون أفكار أو حلولاً وخدمات ومنتجات أو طرق وأساليب عمل سيستفاد منها في المؤسسة".¹
- من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج تعريف الإبداع على أنه : " إيجاد أو توليد أفكار أو أساليب أو طرق جديدة بهدف التحسين على المنتج أو الخدمة أو العملية أو الإجراءات داخل المؤسسة"؛ أو هو: "تبني أفكار أو أساليب أو طرق أو ممارسات جديدة بهدف إحداث التغيير على العمليات الإدارية أو المنتجات أو الخدمات التي تعمل بها المؤسسة".

1-1-2- خصائص الإبداع:

- لا يوجد اتفاق معين لدى العلماء حول خصائص محددة لعملية الإبداع بل أن هناك بعض الظواهر التي يستدل من خلالها على إمكانية تحقيق الإبداع وهي:²
- القدرة على التخيل والحس والتي لها علاقة بالترابط اللاشعوري حيث يتم ربط الأفكار مع بعضها البعض للوصول إلى أفكار جديدة أكثر تطوراً
- الشجاعة أو الثقة بالنفس وهي من الصفات الجيدة التي يتميز بها الأفراد؛
- الاستقلالية وعدم الانصياع للسلطة؛
- النزوع والقيام بالتجريب للتوصل إلى النتائج؛
- إن الإبداع يتطلب توجيه اللوم والنقد الذاتي للفرد عند الفشل

¹ مؤيد عبد الحسين الفضل، الإبداع في اتخاذ القرارات الإدارية، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 13-14

² زاهد محمد ديري، السلوك التنظيمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2011، ص: 303.

- القدرة على التحليل للمعلومات وتجميعها؛

- العقل المستنير والخلاق.

1-2- عوامل الابداع:

يُعدّ الإبداع ظاهرة معقدة تتأثر بتفاعل العديد من العوامل، بعضها ينبع من الفرد نفسه (العوامل الذاتية)،

بينما ينشأ البعض الآخر من البيئة المحيطة (العوامل البيئية).¹

1-2-1- العوامل الذاتية:

أ- الصفات الشخصية:

- الدفاع الذاتي: رغبة الفرد في التعلم واكتشاف أشياء جديدة.

- الفضول: الاستمتاع باكتشاف واستيعاب المعلومات الجديدة.

- الانفتاح على التجارب: الاستعداد لتجربة أشياء جديدة ومختلفة.

- المثابرة: القدرة على الاستمرار في العمل على الرغم من التحديات.

- الثقة بالنفس: الإيمان بقدرات الفرد على إنجاز أشياء عظيمة.

- الاستقلالية: القدرة على العمل بشكل مستقل واتخاذ القرارات الخاصة.

ب- القدرات المعرفية:

- الذكاء: القدرة على التعلم وفهم المعلومات الجديدة.

- التفكير الإبداعي: القدرة على ابتكار أفكار جديدة وحلول مبتكرة للمشكلات.

- التفكير النقدي: القدرة على تحليل المعلومات وتقييم الأفكار.

- حل المشكلات: القدرة على تحديد المشكلات ووضع حلول لها.

¹ أحمد الشميمري، أستاذ التسويق وريادة الأعمال - جامعة الملك سعود، الرياض، دس، ص75.

ج- السمات الشخصية:

- الإحساس: القدرة على الشعور بالعواطف والربط بينها وبين الأفكار.
- التخيل: القدرة على تصور أشياء غير موجودة في الواقع.
- الحدس: القدرة على فهم الأشياء دون دليل ملموس.
- الشغف: الشعور بالحب والاهتمام تجاه موضوع معين.

1-2-2- العوامل البيئية:**أ- الأسرة:**

- بيئة منزلية داعمة تشجع على التعبير عن الذات واستكشاف الأفكار الجديد
- آباء وأمّهات مبدعون يُشجعون أطفالهم على اتباع شغفهم.

ب- المدرسة:

- برامج تعليمية تُركز على تنمية مهارات التفكير الإبداعي وحل المشكلات.
- مُعلمين يُشجعون الطلاب على طرح الأسئلة والتفكير خارج الصندوق.

ج- المجتمع:

- ثقافة تُقدّر الإبداع والابتكار.

- فرص للتواصل مع أشخاص مبدعين وتبادل الأفكار.

د- الموارد المتاحة:

- إمكانية الوصول إلى الأدوات والموارد التي تدعم الإبداع، مثل الكتب والمواد الفنية والتكنولوجيا.
- من المهم ملاحظة أن الإبداع ليس سمة ثابتة، بل هو مهارة يمكن تنميتها وتطويرها من خلال الممارسة والتعلم.

1-3-3- مراحل الابداع:

غالبًا ما يتم تقسيم العملية الإبداعية إلى خمس مراحل رئيسية¹:

1-3-3-1- التحضير أو الإعداد:

- في هذه المرحلة، يبدأ الفرد بجمع المعلومات حول الموضوع الذي يهتم به.
- يُحدد المشكلة التي يريد حلّها أو الفكرة التي يريد تحقيقها.
- يبحث عن مصادر الإلهام من خلال قراءة الكتب، ومشاهدة الأفلام، والاستماع إلى الموسيقى، والتحدث مع أشخاص مبدعين.

1-3-3-2- الاحتضان:

- في هذه المرحلة، تُحفظ المعلومات التي تم جمعها في الذاكرة اللاواعية.
- يُفكر الفرد بشكل عميق في المشكلة أو الفكرة دون بذل جهدٍ واعٍ.
- قد يشعر الفرد بالارتباك أو عدم الوضوح في هذه المرحلة.

1-3-3-3- الإشراق:

- في هذه المرحلة، تظهر الحلول أو الأفكار الجديدة بشكلٍ مفاجئٍ.
- يُطلق على هذه اللحظة أيضًا اسم "لحظة الإلهام".
- يشعر الفرد بالسعادة والرضا عندما تظهر له هذه الأفكار.

¹حراز الأخضر، دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسي، دراسة حالة مؤسسة EGTت مركب حمام ربي (سعيدة نموذجًا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، مدرسة الدكتوراه، التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص : مالية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص ص 40-41.

1-3-4- التقييم:

- في هذه المرحلة، يقوم الفرد بتقييم الأفكار التي ظهرت في مرحلة الإشراف.
- يُحدد الأفكار التي تستحق المتابعة وتلك التي يجب التخلص منها.
- يُفكر في جدوى هذه الأفكار وقابليّة تطبيقها.

1-3-5- التحقيق:

- في هذه المرحلة، يُحوّل الفرد أفكاره إلى واقع.
- يضع خطة لتنفيذ هذه الأفكار.
- يتغلب على التحديات التي قد تواجهه.
- يُثابر حتى يحقق أهدافه.

من المهم ملاحظة أن هذه المراحل ليست ثابتة، فقد يعود الفرد إلى أيّ مرحلة من المراحل في أيّ وقت . كما أنّ بعض الأشخاص قد لا يمرون بجميع هذه المراحل أو قد يمرون بها بترتيب مختلف.

بالإضافة إلى هذه المراحل الخمس، هناك بعض العوامل الأخرى التي تؤثر على العمليّة الإبداعية، مثل:

- الدافع الذاتي: رغبة الفرد في التعلم واكتشاف أشياء جديدة.
- الثقة بالنفس: الإيمان بقدرات الفرد على إنجاز أشياء عظيمة.
- القدرة على حلّ المشكلات: القدرة على تحديد المشكلات ووضع حلول لها.
- التفكير الإبداعي: القدرة على ابتكار أفكار جديدة وحلول مبتكرة للمشكلات.
- المثابرة: القدرة على الاستمرار في العمل على الرغم من التحديات.

1-4- أنوع الابداع

يُعدّ الإبداع ظاهرة معقدة تأخذ أشكالاً متنوعة، ولذلك يصعب حصرها في تصنيف محدد. ومع ذلك،

يمكن تصنيف الإبداع بشكل عام إلى أنواع رئيسية:¹

1-4-1- الإبداع الفني:

هو نوع من الإبداع يُعبّر عن نفسه من خلال الأشكال الفنية مثل:

- الرسم والنحت
- الموسيقى والرق
- الأدب والمسرح
- السينما والتصوير الفوتوغرافي

يتميز هذا النوع من الإبداع بقدرته على إثارة المشاعر والتعبير عن الأفكار والتجارب الإنسانية بطريقة فريدة ومبتكرة.

1-4-2- الإبداع العلمي:

- هو نوع من الإبداع يُطبّق على مجالات العلوم والتكنولوجيا.
- يتميز هذا النوع من الإبداع بقدرته على اكتشاف حقائق جديدة وابتكار حلول مبتكرة للمشكلات التي تواجه البشرية.

¹ عماروش خديجة إيمان، مزيان أمينة، تجربة شركة يسير كنموذج واعد للشركات الناشئة في الجزائر - قراءة تحليلية، - مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 12 العدد، 02 جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، جويلية، 2022، ص.9

1-4-3- الإبداع التكنولوجي:

- هو نوع من الإبداع يُطبَّق على مجالات التكنولوجيا.
- يتميز هذا النوع من الإبداع بقدرته على تطوير تقنيات جديدة وابتكار منتجات وخدمات جديدة تُحسِّن من حياة الناس.

1-4-4- الإبداع الإداري:

- هو نوع من الإبداع يُطبَّق على مجالات الإدارة والأعمال.
- يتميز هذا النوع من الإبداع بقدرته على ابتكار أفكار جديدة وطرق جديدة لإدارة الأعمال وتحسين كفاءتها.

1-4-5- الإبداع الاجتماعي:

- هو نوع من الإبداع يُطبَّق على مجالات المجتمع.
- يتميز هذا النوع من الإبداع بقدرته على ابتكار حلول جديدة للمشكلات الاجتماعية وتحسين حياة أفراد المجتمع.

1-4-6- الإبداع الشخصي:

- هو نوع من الإبداع يُطبَّق على الحياة الشخصية.
 - يتميز هذا النوع من الإبداع بقدرته على إيجاد طرق جديدة للحياة وتحقيق الذات.
- من المهم ملاحظة أن هذه الأنواع من الإبداع ليست متباينة تمامًا، فقد يتداخل بعضها مع بعض. كما أنّ بعض الأشخاص قد يتمتعون بمهارات عالية في أكثر من نوع واحد من الإبداع.

بالإضافة إلى هذه الأنواع الرئيسية، هناك العديد من الأنواع الفرعية من الإبداع، مثل:

- الإبداع اللغوي: القدرة على استخدام اللغة بطرق جديدة ومبتكرة.
- الإبداع الحركي: القدرة على التعبير عن النفس من خلال الحركة الجسدية.
- الإبداع العاطفي: القدرة على التعبير عن المشاعر بطرق جديدة ومبتكرة.
- الإبداع الروحي: القدرة على التواصل مع الأشياء الروحية بطرق جديدة ومبتكرة.

يُعدّ الإبداع مهارة أساسية للتأقلم مع التغيرات والتحديات التي تواجهها في الحياة. كما أنّه يلعب دورًا هامًا

في التقدم العلمي والتكنولوجي والاجتماعي.

1-5- أهمية الإبداع:

يحظى الإبداع بأهمية كبيرة في منظمات الأعمال وهذا راجع إلى الأثر الذي يمكن أن يحدثه، وتتمثل الأهمية

في: ¹

- الإبداع يقود إلى التجديد والتطوير المستمر لذا يساعد منظمات الأعمال على مواكبة التطورات والتغيرات وقيادتها
- يعمل الإبداع على دعم التنمية الاقتصادية من خلال إيجاد الأساليب والتقنيات والتكنولوجيات الملائمة المدعومة للتنمية؛
- أصبحت المنافسة اليوم مبنية على أساس القدرة على الإبداع المستمر فمنظمات الأعمال التي لديها القدرة على تحقيق ذلك هي التي تستطيع البقاء والتنافس في السوق؛
- الإبداع هو أكثر المجالات أهمية لتعزيز علاقة التفاعل بين منظمات الأعمال وبيئتها؛

¹ سفيان بن عبد العزيز وآخرون، دور الإبداع في دعم الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية، مجلة البديل الاقتصادي، العدد 10، جامعة بشار،

- يعمل الإبداع على إيجاد الحلول للمشكلات الداخلية والخارجية التي تواجهها منظمات الأعمال؛
- يساهم الإبداع في تنمية وتطوير مهارات العاملين والتأثير على اتجاهاتهم وسلوكياتهم.

1-6-6- مستويات واستراتيجيات الإبداع:

1-6-1- مستويات الإبداع:

يُصنف الإبداع غالباً إلى خمسة مستويات رئيسية، تُشير إلى مدى أصالة وجدة وتأثير الأفكار أو الحلول المبتكرة:¹

أ- الإبداع التعبيري:

- يتميز هذا المستوى بتركيزه على التعبير عن الذات والأفكار والمشاعر بشكلٍ حرّ وعفويّ دون قيود أو تقييم.

- لا يُشترط في هذا المستوى أن تكون الأفكار جديدة أو أصلية، بل يكفي أن تكون صادقة ومعبرة عن مشاعر الفرد أو أفكاره.

ب- الإبداع الإنتاجي:

- ينطوي هذا المستوى على تحويل الأفكار والمشاعر إلى منتجات ملموسة أو أعمال فنية أو حلول لمشكلات محددة.

- تظل الأفكار في هذا المستوى تقليدية إلى حدّ ما، ولكنها تُنفذ بطرق جديدة أو مبتكرة.

ج- الإبداع الاكتشافي:

- يتميز هذا المستوى بقدرته على اكتشاف حقائق ومعلومات جديدة لم تكن معروفة من قبل.

¹ حراز الأخضر، دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسي، دراسة حالة مؤسسة EGTT مركب حمام ربي (سعيدة نموذجاً)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، مدرسة الدكتوراه، التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص : مالية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص ص 41-42.

- تظهر في هذا المستوى مهارات التفكير النقدي وحلّ المشكلات بشكل واضح.
 - د- الإبداع التجديدي:
 - يُركز هذا المستوى على ابتكار أفكار وحلول جديدة تمامًا لم تكن موجودةً من قبل.
 - تتطلب الأفكار في هذا المستوى قدرًا كبيرًا من الخيال والإبداع والابتكار.
 - ه- الإبداع التحويلي:
 - يُعدّ هذا المستوى أعلى مستويات الإبداع، ويهدف إلى إحداث ثورة في المجالات والنماذج والأفكار الموجودة.
 - تتطلب الأفكار في هذا المستوى قدرًا هائلًا من الإبداع والرؤية والجرأة.
- 1-6-2- استراتيجيات تعزيز الإبداع:**

- يُمكن تعزيز مهارات الإبداع وتطويرها من خلال اتباع استراتيجيات وممارسات مختلفة، منها:
- أ- التحفيز الذاتي:
- الشغف: البحث عن مجالات تُثير الشغف والاهتمام والعمل على مشاريع تُحفّز الإبداع.
- الدافع الداخلي: السعي لتحقيق الذات وإتقان المهارات والمعرفة دون الاعتماد على عوامل خارجية.
- ب- مهارات التفكير:
- التفكير النقدي: تحليل المعلومات وتقييم الأفكار وتحديد نقاط القوة والضعف.
- حلّ المشكلات: ابتكار حلول جديدة وإبداعية للتحديات والمواقف المختلفة.
- التفكير الإبداعي: القدرة على النظر إلى الأشياء من وجهات نظر مختلفة وابتكار أفكار جديدة.
- ج- مهارات التواصل:
- التعبير عن الذات: التواصل بوضوح وفعالية مع الآخرين لشرح الأفكار والمشاريع.

- العمل الجماعي: التعاون مع الآخرين لتبادل الأفكار والتعلم من تجاربهم.
- التواصل مع المُلهمين: التواصل مع أشخاص مبدعين وخبراء في مجالات مختلفة للاحتفاء بإلهامهم وتجاربهم.
- د- تهيئة البيئة المناسبة:
- الخروج من منطقة الراحة: تجربة أشياء جديدة والتعرّف على ثقافات مختلفة والتحدّي لإفتراضات المسبقة.

2- المؤسسات الناشئة:

2-1-1- ماهية المؤسسات الناشئة:

تسعى المؤسسات الناشئة startup في طبيعتها إلى تقديم حلول وطرح خدمات رائدة في السوق وهيمن أحد سمات العصر الحديث حيث أنها تعمل على إيجاد حل لمشاكل ليس لها حلول وإيجاد حلول أفضل من الموجودة في الوقت الحالي، حيث تتسم بالإبداع والقدرة على إحداث تأثير كبير ولا يكون الحل فيها واضحاً ولا يمكن ضمان النجاح، كما تتميز هذه المؤسسات بكونها شركات شابة يافعة وأمامها خياران: إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة وامكانية نموها ، أو إغلاق أبوابها والخسارة، كما يعتمد مؤسسو المؤسسات الناشئة على التكنولوجيا للنمو والتقدم، والعثور على التمويل من خلال المنصات على الإنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال. وهي تتطلب بالمقارنة مع الأرباح التي تكاليف صغيرة جداً تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء

2-1-1- مفهوم المؤسسة الناشئة:

الشركة الناشئة startup company هي شركة ذات تاريخ تشغيلي قصير والتي غالباً ما تكون حديثة الإنشاء، وتكون في طور النمو والبحث عن الأسواق وأصبح هذا المصطلح متداولاً على نطاق عالمي بعد فقاعة

الدوت كوم عندما تم تأسيس عدد كبير من شركات الدوت كوم. يقوم المؤسسون بتصميم الشركات الناشئة لتطوير نموذج أعمال قابل للتطوير بشكل فعال وبالتالي فإن مفاهيم الشركات الناشئة وريادة الاعمال متشابهة ومع ذلك تشير روح ريادة الأعمال إلى جميع العمال الجديدة بما في ذلك العمل الحر والاعمال التجارية التي لا تنوي أن تنمو بشكل كبير أو أن تصبح مسجلة في حين تشير الشركات الناشئة إلى الشركات الجديدة التي تنوي أن تتخطى المؤسس المنفرد، ولديها موظفون وتنوي أن تنمو بشكل كبير.¹

كما لم تحظى بعد بتعريف موحد من قبل الباحثين حيث وفي هذا المطلب سوف نتطرق لمجموعة من التعريفات اختلفت في تعريف المؤسسات الناشئة.

يعرفه القاموس الفرنسي la rousse هي المؤسسات الشابة entreprise jeune المبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة، تمثل المؤسسات الناشئة startups بشكل خاص الاقتصاد الجديد " في الولايات المتحدة، الذي يسير تطوره جنبًا إلى جنب مع تطور الإنترنت. وبما أن استدامة ونمو هذه المؤسسات لا تزال غير مؤكدة، فإنها تستفيد من مصادر محددة للتمويل. هذه هي شركات رأس المال الاستثماري التي تجمع الأموال اللازمة لتطوير الأعمال، يرتبطون بإدارتها ويتقاضون أجورهم عندما يصلوا إلى مرحلة النضج. يمكن للأشخاص الطبيعيين الذين يمتلكون موارد كبيرة أن يدعموا هذه المؤسسات الصغيرة يمكن إدراج المؤسسات التي اكتسبت مصداقية معينة في الأسواق المالية، ولا سيما في ناسداك أو في الحالة الفرنسية، في سوق الأسهم الجديدة.²

¹ هشام، بروال جهاد، خلوط 2017، التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة مجلة معهد العلوم الاقتصادية مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة ، المجلد 20 العدد 03 ، ص 20.

² LAROUSSE. (2022). [http : //www.larousse.fr](http://www.larousse.fr). Consulté le 05/03/2022, sur <http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/start-up/93701>.

حسب القاموس الإنجليزي تعرف المؤسسة الناشئة Start-up: هي مشروع صغير في بداية مهده، وتتكون كلمة Start-up من جزئين Start وهو الإشارة إلى فكرة الانطلاق و up والذي يشير لفكرة النمو القوي.

بدأ استخدام المصطلح start-up مباشرة بعد الحرب العالمية الثانية، مع بداية ظهور شركات رأس مال المخاطر capital-risque ليتم استخدام هذا المصطلح بعد ذلك.¹

كما عرفها Paul Graham في مقاله حول النمو growth على أنها شركة صممت للنمو بسرعة أي (growth start-up) ولكونها تأسست حديثا لا يجعل منها شركة ناشئة (company Startup) في حد ذاتها

غير أنه ليس من الضروري أن تكون هذه المؤسسات تعمل في مجال التكنولوجيا، أو أن يكون تمويلها من قبل مخاطر أو مغامر (Venture funding) الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو، وأي شيء آخر يرتبط بالمؤسسات الناشئة startups يتبع النمو.

حسب Eric Ries أحد المنظرين لهذا المفهوم في كتابه The lean startup المؤسسة الناشئة هي كيان بشري صمم لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة.

وبحسبه أيضا فإن النمو الجيد يكون بنسب أسبوعية بين 5% و 7%، وأحيانا بشكل استثنائي 10%.

وبحسب باتريك فريدسن Fridenson Patrick أن تكون الشركة الناشئة لا تتعلق بالعمر ولا بالحجم ولا بقطاع النشاط، ويجب أن تتضمن وتستوفي الشروط الأربع التالية:

- نمو قوي محتمل.

¹cambridgedictionary.(2020).Consultéle05/03/2022,surhttp://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/startup.

- استخدام تكنولوجيا حديثة.

- تحتاج لتمويل ضخم.

- سوق جديد مع صعوبة تقييم المخاطرة.

ومن خلال هذه التعريفات استخلصنا تعريف للمؤسسات الناشئة وهي متمثلة في شركات حديثة النشأة تم

بنائها من فكرة مبتكرة وريادية إبداعية ولديها احتمالات كبيرة للنمو في وقت وجيز جدا.

2-1-2 خصائص ومميزات المؤسسات الناشئة:

تتميز المؤسسات الناشئة بعدة خصائص نذكر أهمها:

- هي شركات شابة هدفها البقاء على قيد الحياة بالإضافة إلى النمو السريع. النمو السريع والقدرة على

إدخال مردود كبير في وقت قصير.

- الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير.

- تحتاج إلى رأس مال صغير للتأسيس ومردود عالي.

- تمتاز بنمو السريع والمفاجئ وبمزايا مفاجئة.

تتحلى المؤسسات الناشئة بعدة صفات ومميزات نذكر أهمها:

أ- شركات حديثة العهد: نعم هي كذلك، يرتكب الكثير من الناس أخطاء في تصنيف المؤسسات الصغيرة

وقبولتها على أنها شركات ناشئة، لكن ليس عن هذا النوع ما نتحدث اليوم. كما تتميز المؤسسات الناشئة

startups بكونها شركات شابة يافعة وأمامها خياران: إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق

أبوابها والخسارة.

ب- شركات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد: من إحدى السمات التي تحدد معنى الشركة الناشئة Startup هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل. بكلمات أخرى، إن الشركة الناشئة هي الشركة التي تتمتع بإمكانية الارتقاء بعملها التجاري بسرعة أي زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف، كنتيجة على ذلك، ينمو هامش الأرباح لديها بشكل يبعث على الدهشة. وهذا يعني أن المؤسسات الناشئة startups لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس، هي شركات قادرة على توليد أرباح كبيرة جدا.

ج- شركات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها: تتميز startups بأنها شركة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة Innovative، لحاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية.

وإشباع يعتمد مؤسسو المؤسسات الناشئة startups على التكنولوجيا للنمو والتقدم والعثور على التمويل من خلال المنصات على الإنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

د- شركات تتطلب تكاليف منخفضة: يشمل معنى الشركة الناشئة Startup على أنها شركة تتطلب تكاليف صغيرة جدا بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء.

2-2- مراحل نمو المؤسسات الناشئة

إن ما يميز المؤسسات الناشئة Startup هو النمو المستمر، إلا أن الواقع هو غير ذلك، فهذه المؤسسات كثيرا ما تتعثر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة.¹

¹ قادري سيد أحمد ومولاي ناجم، مراد أهمية حاضنات الاعمال في مرافقة المؤسسات الناشئة، مرجع سبق ذكره ، ص14.

2-2-1- مرحلة قبل الانطلاق

طرح نموذج أولي لفكرة إبداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، من طرف شخص ما، أو مجموعة من الأفراد وخلال هاته المرحلة يتم التعمق في البحث ودراسة الفكرة جيدا ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل، والبحث عن التمويل، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات سواء من طرف الحكومة أو من طرف الأفراد.

2-2-2- مرحلة الانطلاق

في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، وربما أصعب شيء يمكن أن يواجهه صاحب الفكرة في هاته المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها ماديا، فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على تمويل من قبل الأشخاص المستعدين للمغامرة بأموالهم عند البداية حيث تكون درجة المخاطرة عالية. في هذه المرحلة يكون المنتج بحاجة إلى الكثير من الترويج كما يكون مرتفع السعر، ويبدأ الإعلام بالدعاية للمنتج.

2-2-3- مرحلة الحماس

يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هاته المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكره الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد المعارضين للمنتج ويبدأ الفشل أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.

2-2-4- مرحلة الانزلاق التدريجي والتسلق

بالرغم من استمرار الممولين المغامرين برأس المال بتمويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها مرحلة التحور من المستقبل للمشروع، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة.

2-2-5- مرحلة النمو والصعود

في هاته المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار وطرحه في السوق، وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20 إلى 30% من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار، لتبدأ مرحلة الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

الشكل رقم (01) دورة حياة المؤسسات الناشئة.



المصدر: (شريفة، 2016، صفحة 126) حاضنات الأعمال التقنية ودورها في دعم المؤسسات الناشئة الابتكارية في الجزائر.

2-3- إدارة المؤسسات الناشئة:

تُعدّ إدارة المؤسسات الناشئة مهمة صعبة تتطلب مهارات ومعرفة وخبرة كبيرة في مختلف المجالات، من التخطيط الاستراتيجي إلى التسويق والعمليات والتمويل ولكن مع الجدية والعزيمة واتباع الخطوات الصحيحة، يمكن تحويل هذه المؤسسات إلى مشاريع ناجحة تُحقق أهدافها وتُساهم في تنمية الاقتصاد فيما يلي بعض الخطوات الأساسية لإدارة المؤسسات الناشئة بفعالية:¹

أ- تكوين فكرة قوية:

- يجب أن تستند المؤسسة الناشئة إلى فكرة مبتكرة وقابلة للتطبيق وتلبي احتياجات السوق.
- يجب دراسة الجدوى الاقتصادية للفكرة وتحديد الجمهور المستهدف والمنافسين.

ب- بناء فريق متميز:

- يعد الفريق من أهم عناصر نجاح أي مؤسسة.
- يجب اختيار أفراد مُؤهلين ومُتحمسين ولديهم مهارات مكملة لبعضهم البعض.

ج- وضع خطة عمل شاملة:

- تحدد خطة العمل أهداف المؤسسة واستراتيجيات تحقيقها.
- تتضمن خطة العمل جوانب مختلفة مثل:

- التسويق
- العمليات
- التمويل
- الإدارة

¹ بن شواط سمية و قادري رياض. (2021). المؤسسات الناشئة و نموذج تطوير العمل -دراسة حالة بعض المؤسسات الناشئة بسيدي بلعباس. مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09، العدد .

د- تأمين التمويل اللازم:

- تحتاج المؤسسات الناشئة إلى تمويل كاف لبدء نشاطها وتغطية نفقاتها.

- يمكن الحصول على التمويل من مصادر مختلفة مثل:

■ المستثمرون

■ البنوك

■ الحاضنات

■ البرامج الحكومية

هـ- بناء علامة تجارية قوية:

- تُعد العلامة التجارية هوية المؤسسة في السوق.

- يجب أن تكون العلامة التجارية قوية ومميزة وسهلة التذكر.

و- التسويق الفعال:

- يجب على المؤسسة الناشئة التسويق لمنتجاتها وخدماتها بشكلٍ فعالٍ للوصول إلى جمهورها المستهدف.

- يمكن استخدام قنوات تسويقية مختلفة مثل:

■ الإنترنت

■ الإعلانات

■ العلاقات العامة

ز- إدارة العمليات بكفاءة:

يجب على المؤسسة الناشئة إدارة عملياتها بشكلٍ كفءٍ

ح- إدارة المخاطر بذكاء:

- تواجه المؤسسات الناشئة مخاطر مختلفة يجب إدارتها بشكلٍ ذكاء.

- من أهم المخاطر التي تواجهها المؤسسات الناشئة:

■ النقص في التمويل

■ المنافسة الشديدة

■ التغيرات في السوق

■ فقدان الموظفين الأساسيين

ط- التكيف مع التغيرات:

- تتغير السوق واحتياجات العملاء بشكلٍ سريع.

- يجب على المؤسسة الناشئة التكيف مع هذه التغيرات للحفاظ على تنافسيتها.

ي- التعلم المستمر:

- يجب على أصحاب المؤسسات الناشئة وموظفيها التعلم بشكلٍ مستمرٍ لتطوير مهاراتهم ومعارفهم.

- يمكن التعلم من مختلف المصادر مثل:

■ الكتب

■ الدورات التدريبية

■ المؤتمرات

■ التجارب الخاصة

بالإضافة إلى الخطوات الأساسية لمذكورة أعلاه، هناك بعض العوامل الأخرى التي تساهم في نجاح

المؤسسات الناشئة، مثل:

- الشغف والالتزام من أصحاب المؤسسة
- الثقافة الإيجابية والرائدة داخل المؤسسة
- الدعم من العائلة والأصدقاء والمستثمرين

إن إدارة المؤسسات الناشئة مهمة صعبة ولكنها مجزية في نفس الوقت. باتباع الخطوات الصحيحة والعمل بجدّ ومثابرة، يمكن تحويل أيّ فكرة مبتكرة إلى مشروع ناجح يُحقق أهدافه ويُساهم في تنمية الاقتصاد.

2-4- الفرق بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يتمثل الفرق بين المؤسسات الناشئة startups والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في: عادة ما يتم الخلط بين ريادة الأعمال وبين امتلاك الأعمال التجارية الصغيرة المدرة للدخل. فالأولى تقود إلى تأسيس المؤسسات الناشئة Start-up وهو تعريب قاصر ل (startups)، أما الثانية فهي تؤدي إلى إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (Small and Medium Business)، والفرق بينهما هو ذاته الفرق بين امتلاك محل بقالة وتأسيس شبكة اجتماعية على الإنترنت.¹

الشركة الناشئة هي شركة حديثة الإنشاء تكون في طور التنمية والبحث عن الأسواق.

أما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فهي أعمال تجارية ذات إيرادات وعدد موظفين ضمن سقف محدد قد يختلف بين دولة وأخرى. التعريف صحيح لكنه يبقى قاصراً نوعاً ما عن الإحاطة الكاملة بمعنى المؤسسات الناشئة startups الفرق الجوهرى بين المؤسسات الناشئة start up (ستارت أب) والمؤسسات الصغير والمتوسطة، هو أن الأولى تقوم على التغيير والثورة أما الثانية فتقوم على الحفاظ والثبات. صاحب العمل التجاري الصغير لا يتجاوز طموحه تطوير الشركة قليلاً لتصل إلى مستوى المؤسسات المتوسطة. فهدفه الأساسي هو أن يعيش حياة مستقرة مع دخل معقول يلي متطلباته اليومية.

¹ بن شواط سمية و قادري رياض. (2021). المؤسسات الناشئة و نموذج تطوير العميل -دراسة حالة بعض المؤسسات الناشئة بسيدي بلعباس. مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09، العدد .

هذا النوع من المؤسسات عادة ما يكون فرديا (يؤسسه شخص واحد) وخصوصا (لا يشترك فيه أي مستثمر خارجي) سواء كان محل بقالة في حي شعبي أو سلسلة أسواق ممتازة (سوبر ماركت) متواجدة في أكثر من مدينة. أما المؤسسات الناشئة startups فهي مسكونة كلياً بحاجس التوسع الكبير ومواصلة النمو بلا حدود، ويوجهها هدف رئيسي يتمثل في التغيير، وجعل العالم مكاناً أفضل للعيش. يعتبر المال دافعا مهما لبدء الأعمال التجارية، لكنه يعتبر هدفاً نهائياً لدى صاحب الشركة الصغيرة أو المتوسطة، في حين أنه مجرد وسيلة لدى مؤسس الشركة الناشئة لتحقيق مزيد من النمو والتوسع.

الفارق الأساسي الآخر وهو أيضاً يندرج ضمن مبدأ الحفاظ والتغيير أو الثابت والمتحول) هو: الإبداع والابتكار. صاحب العمل التجاري الصغير لا يقدم على المخاطرة إلا بشكل محدود جداً. هو يبحث عن فكرة ناجحة تجارياً ويقلدها ابتداءً من محلات تصوير المستندات وانتهاءً بمشاريع حقوق الامتياز (Franchise) مروراً بشركات خدمات استضافة وتصميم مواقع الإنترنت. أما المؤسسات الناشئة startups فهي تقوم على الإبداع والابتكار، فدونها لا يمكنها أن تحقق أي نجاح يذكر.

3- علاقة الإبداع في نمو المؤسسة الناشئة:

الإبداع يلعب دوراً حاسماً في نمو المؤسسات الناشئة عندما تكون لديك فكرة إبداعية ومبتكرة يمكن أن تمنحك ميزة تنافسية وتجعل منتجك وخدمتك مميزة في سوق الأعمال. الإبداع يمكن أن يساعد في تطوير حلول جديدة وفعالة للمشاكل الموجودة ويمكن أن يفتح أبواباً لفرص جديدة وشركات استراتيجية كما يمكن أن يساهم في تحسين عمليات الإنتاج وتقليل التكاليف وكذلك بناء هوية قوية للعلامة التجارية وزيادة الانتشار والتأثير في السوق. -العلاقة بين الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة لهما علاقة وثيقة. عندما يتم تطبيق الإبداع في عملية تأسيس وتطوير مشروع ناشئ، يتم تعزيز فرص نجاحه ونموه. الإبداع يمكن أن يساهم في تطوير منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة تلي احتياجات السوق وتجذب العملاء. كما يمكن أن يساعد في

تحسين عمليات الإنتاج والتسويق وتعزيز الكفاءة والتنافسية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يسهم الإبداع في ابتكار طرق جديدة لجذب التمويل والشراكات وتوسيع نطاق النمو والتوسع. في النهاية، يمكن أن يكون الإبداع عاملاً حاسماً في تحقيق النجاح والاستدامة للمؤسسات الناشئة.

3-1- العلاقة بين الممارسات الإبداعية ونمو المؤسسات الناشئة

عندما يتم تطبيق الممارسات الإبداعية في المؤسسات الناشئة، يمكن أن يكون لها تأثير كبير على نموها. الممارسات الإبداعية تشمل استخدام العقلية المفتوحة والمرونة في التفكير، وتشجيع التجارب والابتكار، وتخفيف العمل الجماعي وتبادل الأفكار. من خلال تبني هذه الممارسات، يمكن للمؤسسات الناشئة تحقيق تطور ونمو مستدام. فهي تساعد على توليد أفكار جديدة وتحسين المنتجات والخدمات، وتعزز الكفاءة والابتكار في عمليات العمل والتسويق، وتسهم في جذب العملاء والاستثمارات. بالإضافة إلى ذلك، الممارسات الإبداعية تشجع على التعلم المستمر والتطوير المهني، مما يعزز قدرات الفريق ويساهم في تحقيق النجاح والنمو المستدام للمؤسسة الناشئة.

3-2- العلاقة بين مخرجات الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة

عندما تتمكن المؤسسات الناشئة من إنتاج مخرجات إبداعية، يمكن أن يكون لها تأثير كبير على نموها. مخرجات الإبداع تشمل المنتجات والخدمات الجديدة والمبتكرة، والحلول الإبداعية للمشاكل والتحديات. هذه المخرجات تساعد المؤسسات الناشئة على تمييز نفسها في السوق، وزيادة جاذبيتها للعملاء والمستثمرين. بالإضافة إلى ذلك، تساهم المخرجات الإبداعية في تعزيز سمعة المؤسسة وبناء قاعدة عملاء ودية. وبمجرد أن تحقق المؤسسة الناشئة نجاحاً ونموً من خلال مخرجاتها الإبداعية، فإنها قد تتمكن من جذب المزيد من الاستثمارات وتوسيع نطاق عملها، مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق نمو مستدام ونجاح للمؤسسة الناشئة.

4- الدراسات السابقة وتميز الدراسة الحالية

تعتبر الدراسات السابقة الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها الباحث في كتابة ورقته البحثية لن العلم تركمي يعتمد على البدء من حيث انتهى الآخرون من هنا قمت بإجراء مسح شامل للدراسات التي تمس بشكل مباشر أو غير مباشر موضوع الذي اعالجه في هذه الورقة البحثية وبطبيعة الحال شمل الكتب واطروحات الدكتوراه والمجستير ومذكرات الماستر والمجلات والمقالات التي أعدها الدكاترة وناقشوها سواء في ملتقيات او غيرها التي سوف استعرضها بشكل تنازلي فيما يلي.

4-1- الدراسات السابقة:

4-1-1- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى الدراسات باللغة العربية: مقال علمي ل: دراسة حسن يوسف و صديقي إسماعيل 2020 دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر(تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعريف ب. "المؤسسات الناشئة" وعرض أهم خصائصها وما يميزها عن المؤسسات التقليدية، إضافة إلى أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة في الجزائر من خلال دراسة ميدانية لست 0 ناشئة بولاية تلمسان، ومن بين نتائج الدراسة المتواصل إليها أن أكثر ما يميز المؤسسات الناشئة عن غيرها هو الابتكار والنمو وهي معرضة للفشل أكثر من مرة ولهذا جاءت النماذج الجديدة لتفادي هذا الأخير، أكثر عقبة بطريق المبتكر التجسيد مؤسسته الناشئة يتمثل في خوفه من سرقة أفكاره ويليها مشكل التمويل وأكثر ما يساهم بفشل المؤسسة الناشئة انغماس المقاول بفكرته وتطويرها بدون التأكد من وجود سوق أو خلقه لسوق جديد لها.

أهم النتائج :

- تحديد أطراف قانونية وتنظيمية للمؤسسات الناشئة.
- السهر على وضع منظومة مندمجة للمؤسسات الناشئة تتشكل من كافة الفاعلين بمختلف فئاتهم.

- الاهتمام و ترقية دور حاضنات المؤسسات على مستوى هذه المنظومة المندجة مثل الجامعات، الحاضنات المتخصصة، الوسطاء المساعدون أو المسهلون.... إلخ.
- الاعتماد على وكالات تسهر على التنسيق لهذا النظام، و كذا ترقية و مرافقة المؤسسات الناشئة و حاضنات المؤسسات.
- خلق فضاءات التبادل و التشاور بين مختلف الفاعلين في المنظومة و تحديد الأطراف الأساسية لهذه المنظومة.
- تطوير تجربة نقاط الاتصال على مستوى 10 والية من أجل ضمان دور المسهل والوسيط بين المؤسسات الناشئة من جهة، و الجماعات المحلية من جهة أخرى.
- تشجيع المؤسسات الناشئة على التكتل في شكل جمعيات محلية أو وطنية و خلق شبكات تعاون قصد توحيد جهودها.

الدراسة الثانية: مقال علمي ل: رمضاني مروى و بوقرة كريمة، 2020 (بعنوان "تحديات المؤسسات

الناشئة في الجزائر -) نماذج لشركات ناشئة ناجحة عربيا .

هدفت الدراسة إلى تقديم أهم المفاهيم الأساسية حول المؤسسات الناشئة والتجارب العربية الناجحة في تجسيدها، ومن ثم التطرق إلى واقعها في الجزائر، حيث توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات الناشئة أصبحت أحد ركائز التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمساهمتها في امتصاص البطالة وتحقيق القيمة المضافة، على الجهة الأخرى حققت العديد من الشركات الناشئة العربية إنجازات أهلتها للحصول على جولات تمويلية كبرى ومن ثم تنفيذ خطط طموحة من التوسع الإقليمي خارج الإطار المحلي من خلال تصنيفها وفقا لمعيار حجم التمويل لذلك يمكن القول إلى حد ما أنها الشركات العربية الناشئة الأكثر تمويلا، وليست الشركات العربية الأفضل نشاطا وتأثيرا في سوق العمل الريادي العربي، أما بالنسبة للجزائر وبالرغم من وجود بعض المبادرات في إنشاء المؤسسات الناشئة إلا

أنه ولحد الآن لا توجد تجربة رائدة ناجحة، كما أن أغلب المؤسسات الناشئة مازالت تواجه العديد من الصعوبات ومشاكل لعدم قدرتها على مواكبة متطلبات وتغيرات السوق وقلة الخبرة في التسيير. ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- وتعتبر المؤسسة الناشئة منظمة تبحث عن نموذج اقتصادي يسمح بالنمو، مريح بشكل متكرر ويمكن قياسه.
- وتتصف المؤسسات الناشئة بمجموعة من الخصائص جعلتها قادرة على التأقلم مع الأوضاع الاقتصادية لمختلف الدول سواء المتقدمة أو النامية. وتساهم المؤسسات الناشئة في التنمية المحلية وترقية الاقتصاد الوطني. الدراسة الثالثة مقال علمي لـ مصطفى بورنان، علي صولي، 2020 بعنوان "الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة: حلول إنجاح المؤسسات الناشئة": هدفت هذه الدراسة إلى معالجة إشكالية مدى مساهمة القروض المصرفية في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة من أجل استدامتها وذلك من خلال التعريف بالمؤسسات الناشئة وتوضيح أهداف تمويلها، كذلك المشاكل والعوائق التمويلية وأسفرت نتائج الدراسة وإيجاد إطار قانوني ملائم لعملها، والتوسيع في إنشاء هيئات على العمل على إزالة المعوقات التشريعية والإدارية وإيجاد إطار قانوني ملائم لعملها، والتوسيع في إنشاء هيئات ضمان القروض الممنوحة من طرف المؤسسات المالية لتمويل هذه المؤسسات.

4-1-2- الدراسات الأجنبية

الدراسة الاولى : مقال علمي لـ TAIBI -BENYAHIA Ghalia ,RAHMANI

Yamina Les start- up un levier de développement du tourisme saharien

en Algérie: cas de "start- up تعدد الجزائر من الدول التي تملك المقومات السياحية بامتياز

فتاريخها و موقعها الجغرافي خاصة الصحراء التي تعد أهم هذه المقومات السياحية لكن ثروتها الطبيعية في حالتها

الخام غير كافية لوحدها لتوليد التنمية السياحية لذا يجب تحويل هذه الإمكانيات إلى منتجات سياحية على أرض الواقع، فالشركات الناشئة في هذا المجال تعد من احد الركائز التي يجب أخذها بعين الاعتبار من اجل دفع عجلة التنمية للقطاع السياحي من هذا المنطلق ارتأينا دراسة التجربة الجزائرية من خلال إنشاء مؤسسات ناشئة للنهوض بالقطاع السياحي و خاصة الصحراوية منها . وتعتبر الشركة الناشئة أحسن مثال في هذا المجال .ومن أهم النتائج المتوصل إليها :

- الجزائر لديها إمكانات سياحية كبيرة ومتنوعة للغاية مما يمنحه مستقبلا واعداد جدا
 - قطاع السياحة يعرف بعض أوجه القصور التي ترجع إلى التأخير الذي يعاني منه هذا القطاع في الجزائر حيث يعتبر السكن من أهم أوجه القصور خاصة في منطقة الصحراء
- تشكل السياحة رافعة حقيقية لتنمية السياحة بشكل عام و السياحة الصحراوية خاصة الدراسة الثانية :

مقال علمي لـ Dalal ADJALI The relationship between business plan and

the success of startups : an empirical study on algerian startups

المهدف من هذا البحث هو توضيح العالقة بين خطة الأعمال ونجاح الشركات الناشئة الجزائرية، و قد اجريت هذه الدراسة بناء على عينة عشوائية من 16 مدير في 10 شركة ناشئة جزائرية. وكان معدل الاستجابة ، استخدمنا الأساليب الإحصائية لتحليل الفرضيات الرئيسية الأربعة التي تم اعتمادها، ووجدنا أن:

- خطة الأعمال لها وجود هام في الشركات الناشئة الجزائرية.
- الشركات الناشئة الجزائرية لها مؤشرات نجاح يرتبط استخدام خطة الأعمال بقوة مع نجاح الشركات الناشئة الجزائرية.
- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين الشركات الجزائرية الناشئة بسبب المحددات الشخصية للمؤسسين (الجنس والعمر، المستوى التعليمي).

أهم النتائج:

- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين "خطة المنتج/ الخدمة" و نجاح الشركات الجزائرية الناشئة،
- توجد علاقة بين "خطة التسويق" و نجاح الشركات الناشئة الجزائرية، -
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخطة التنظيمية و نجاح الشركات الجزائرية الناشئة

4-2- تميز الدراسة الحالية

تميز الدراسة الحالية: تتميز الدراسة الحالية عن غيرها من الدراسات السابقة في أنها تركز على دراسة دور الإبداع في نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر وبعد ألقاء النظر على مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية المتشابهة إلى حد كبير لدراستنا تمكنا من أخذ فكرة عن ما سنتطرق إليه في هذه الدراسة.

من حيث المنهج :

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري وهذا شابه لكل الدراسات السابقة أما في الجانب التطبيقي فقد استخدمنا الأدوات الإحصائية من خلال الاعتماد على الاستبيان والبرامج الإحصائية SPSS لاستخراج النتائج وتحليلها وهذا ما شابه دراسة الدراسات العربية والدراسات الأجنبية سابقة الذكر.

من حيث الهدف:

أردنا تسليط الضوء على أهمية الإبداع ودوره في نمو المؤسسات الناشئة خصوصا في الأونة الاخيرة ، نعيش في عالم زيادة الأعمال والمشاريع و ابراز دوره الفعال في تحسين و انجاح الشركات الناشئة وتوسعها . و يعد من أهم الدوافع الرئيسية للتغيير و البحث عن فرص جديدة و تطوير المنتجات و الخدمات ، و يعتبر الابداع المحرك الفعال لهذه الشركات ،وإذا تم استخدامها بشكل جيد فالنتيجة تكون تحسين الأداء و زيادة الربحية و زيادة فرص جديدة في السوق.

من حيث المجتمع:

تناولنا المجتمع الجزائري لولاية غليزان وبعض ولايات الوطن الجزائر العاصمة وهران سطيف لدراسة دور الإبداع في نمو المؤسسات الناشئة الذي صار اليوم عامل اساسي لازدهارها وتطورها وله أهمية بالغة في تحسين صورة المؤسسات الناشئة في الجزائر وكذلك الاختلاف الشامل الذي تغير من السنوات الماضية الى الوقت الحالي الذي نعيشه.

خلاصة الفصل:

تم من خلال هذا الفصل تم التطرق إلى أهم المفاهيم الأساسية للمؤسسات الناشئة حيث تعرف على أنها مؤسسات حديثة التأسيس بمعنى أنها شابة ويافعة في عالم الأعمال وهو ما يؤكد اللفظ باللغة الأجنبية Startup، وتعتبر لبنة اقتصاد كل دولة حيث أن دورها يتزايد باستمرار لذا يحتاج إلى دراستها دراسة معمقة ومتابعة أنشطتها لمعرفة كل الجوانب المساهمة في تأسيسها ونموها وضمان استمراريتها واحتلال مكانة في الأسواق المحلية والعالمية حيث أصبح التوجه إلى المؤسسات الناشئة ضرورة ال بد منها نظرا للنتائج الكبيرة المحققة.

الفصل الثالث

الدراسة التطبيقية وتحليل البيانات

تمهيد:

بعدها تم التطرق في الجانب النظري إلى معرفة المفاهيم الأساسية للابداع و مدى مساهمته في نمو المؤسسات الناشئة، حاولنا فيه الربط بين الفصل النظري والفصل التطبيقي ومن خلال الاستبيان (استمارة الاستبيان) الموجه لمجموعة من المؤسسات الناشئة ، والهدف منها هو إثراء ما جاء في القسم النظري و تدعيم هذا البحث بدراسة تطبيقية وذلك لأجل معرفة مدى تطابق ما هو موجود في الواقع، حيث تم تحليل كل المعلومات المرتبطة بموضوعنا.

1- عرض وتحليل الاستبيان

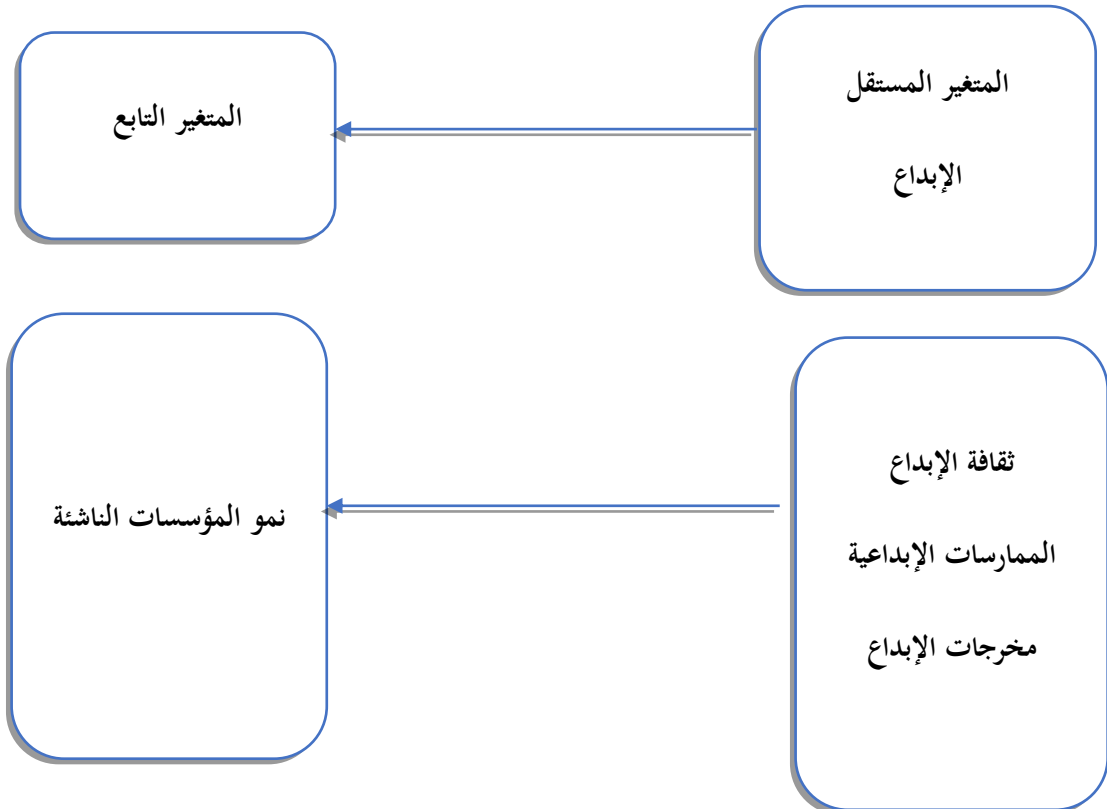
من أجل تحديد الإطار العام للدراسة الميدانية والإجابة عن الإشكالية المطروحة وكذا التعرف على أدوات جمع البيانات "الاستبيان" من حيث تصميمه وتوزيعه على عينة الدراسة وصدقه وثباته بالإضافة إلى أهم الأساليب الإحصائية المتبعة في الدراسة.

1-1- الإطار المنهجي للدراسة الميدانية:

في هذا الصدد سوف نقوم بعرض أنموذج الدراسة ثم نتطرق إلى مصادر وطرق جمع البيانات بالإضافة إلى تحديد عينة الدراسة.

1-1-1- عرض أنموذج الدراسة:

الشكل 02: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين.

حيث تم بناء الاستبيان المستخدم في الدراسة اعتماداً على المراجع التالية:

- برفاين جوبتا ترجمة. د أحمد المغربي الإداري في القرن الحادي والعشرين - دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة مصر، الطبعة الأولى 2008
- خضير كاظم حمود، هايل يعقوب فاحوري - ادارة الانتاج و العمليات - دار صفاء عمان الأردن الطبعة الأولى 2009

1-1-2- عينة، أدوات جمع البيانات:

أولاً: عينة الدراسة:

- العينة: هي جزء أو شريحة من المجتمع تتضمن خصائص المجتمع الأصلي الذي ترغب في التعرف على خصائصه ويجب أن تكون تلك العينة ممثلة لجميع مفردات هذا المجتمع تمثيلاً صحيحاً.¹

تمثلت عينة الدراسة في مجموعة من المؤسسات حيث تم اختيار عينة غير عشوائية وتوزيع 34 استبيان على أفراد العينة وتم استرجاع جميع الاستثمارات الموزعة وهي قابلة للدراسة.

ثانياً: أدوات جمع البيانات

يتطلب إعداد أي دراسة جمع المعلومات التي تحيط بالموضوع وتصب في فحواه، وتم الاستعانة بمجموعة من الأدوات للحصول على البيانات المطلوبة وتمثل فيما يلي:

الاستبيان: يمكن تعريف الاستبيان على أنه " عبارة عن مجموعة من الأسئلة تتوافق مع محاور الظاهرة قيد الدراسة وتكون ملمة بما والتي يمكن التوصل من خلالها إلى حقائق تلامس الواقع ، ويعرف أيضاً على أنه "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيداً للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها."²

¹ مهدي محمد القصاص، "الاحصاء والقياس الاجتماعي"، دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة 01، العراق، 2014، ص:64.

² أحمد ر. ح. (2008). العلم والبحث العلمي في مناهج العلوم. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

ومن أجل تيسير إجراءات الدراسة الميدانية والحصول على البيانات وجمعها وتحليلها لاستكمال الجانب الميداني للدراسة تم إعداد استبيان بشكل يساعد على جمع البيانات ودقة في تصميمه ما تم تناوله في الجانب النظري وأيضاً الدراسات السابقة ومدى الوضوح الأسئلة والعبارات الاستبيان لتمكين أفراد العينة المستجوبين من الإجابة عنه بكل موضوعية وأنه خلصنا إلى بناء الاستبيان مكون من 32 عبارة وتضمن الاستبيان جزئين على النحو التالي:

- الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة)

- الجزء الثاني: يشتمل على متغيرات الدراسة، وبدورها تم تقسيمها إلى متغيرين كما يلي:

المتغير الأول: يتعلق بالمتغير المستقل للدراسة المتمثل في أبعاد الإبداع والذي احتوى على (15) عبارة. وقسمت على (03) أبعاد كما يلي:

☞ البعد الأول: ويمثل ثقافة الإبداع والذي احتوى على (04) عبارات.

☞ البعد الثاني: ويمثل الممارسات الإبداعية والذي احتوى على (04) عبارات.

☞ البعد الثالث: ويمثل مخرجات الإبداع والذي احتوى على (04) عبارات.

المتغير الثاني: يتعلق بالمتغير التابع للدراسة المتمثل في المؤسسات الناشئة والذي احتوى على (15) عبارة

1-2- عرض الأساليب الإحصائية:

من أجل شرح منهجية الدراسة التطبيقية سوف نتطرق إلى كيفية إعداد القائمة الاستقصائية الموجهة لعينة الدراسة وإلى شرح الأساليب الإحصائية.

1-2-1- تصميم الاستبيان:

من أجل تصميم القائمة الاستقصائية للدراسة الميدانية تم التركيز على بساطة الكلمات والعبارات المستخدمة من أجل تسهيل على المحيب الفهم وتقديم إجابات دقيقة والعبارات المستخدمة من أجل تسهيل المحيب الفهم وتقديم إجابات دقيقة من أجل الخروج بنتائج موثوقة، كما قامت الباحثة بتقصير القائمة الاستقصائية خاصة وأنها موجهة لأصحاب المؤسسات الناشئة.

وتضمن الاستبيان بتمهيد يتم توضيح بأن الدراسة هي ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير مع تقديم وعد بالتعامل مع المعلومات التي يتحصل عليها الباحث تتم بالسرية ولأغراض البحث العلمي كما تم الاعتماد على سلم ليكارت الخماسي "Likert Scale" في محوري الاستبيان والتي كانت على النحو التالي:

الجدول 01: المقياس المعتمد في تحديد درجة الموافقة على عبارات الاستبيان:

الإجابة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين.

ويحتوي الاستبيان على جزئين أساسيين هما:

- **الجزء الأول:** يتضمن البيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة).
- **الجزء الثاني:** يحتوي على محور الاستبيان، المحور الأول والذي يشمل أبعاد المتغير المستقل "الإبداع" المتمثل في (ثقافة الإبداع، الممارسات الإبداعية، مخرجات الإبداع) والمحور الثاني المتغير التابع "المؤسسات الناشئة".

وتم توزيع عبارات المتغير المستقل كما هو موضح في الجدول:

الجدول 02: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالمتغير المستقل

رقم البعد	أبعاد المتغير المستقل	توزيع العبارات	عدد العبارات
1	ثقافة الإبداع	5 - 1	5
2	الممارسات الإبداعية	10 - 6	5
3	مخرجات الإبداع	15 - 11	5

المصدر: من إعداد الطالبتين

وتم توزيع عبارات المتغير التابع كما يلي:

الجدول 03: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالمتغير التابع

رقم البعد	المتغير التابع	توزيع العبارات	عدد العبارات
1	المؤسسات الناشئة	16 - 30	15

المصدر: من إعداد الطالبتين

1-2-2- عرض الأسلوب الإحصائي المستخدم:

لتحليل الاستبيان قمنا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS النسخة 26 وذلك بعد تفرغ الاستمارات وترميز البيانات في البرنامج، ثم عرض النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية التالية.

✓ الإحصاء الوصفي: تبويب البيانات وعرضها جدولياً وتمثيلها بيانياً وبالأخص المتغيرات الديموغرافية.

✓ الإحصاء الاستدلالي: عن طريق تحليل وتفسير النتائج لقياس العلاقة التأثيرية والارتباطية بين المتغيرات.

1-3-1- تحليل البيانات واستخلاص النتائج:

بعد كتابة الاستبيان وتحديد أسئلته تم عرضه على الأستاذة ومجموعة الأساتذة المحكمين والموافقة عليه بعد إجراء التعديلات اللازمة.

1-3-1- ثبات وصدق الاستبيان:

من أجل معرفة وتأكيد من درجة الاتساق الداخلي وثبات أداة الدراسة المتمثلة في العبارات المستخدمة في الاستبيان، سنقوم بحساب معامل الثبات "ألفا-كرونباخ".

• حساب معامل الثبات "ألفا-كرونباخ":

هو معامل يأخذ قيمة محصورة بين 0 و 1، بحيث كلما اقترب من الواحد كلما كانت عبارات الاستبيان أكثر ثباتاً، وتتمثل قواعد الحكم على درجة الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان كما يلي:

- ✓ إذا كان معامل الثبات "ألفا كرونباخ" أقل من "0.6"، فهذا يدل على أن العبارات لها ثبات ضعيف، مما يستوجب إعادة النظر في عبارات الاستبيان عن طريق تعديلها أو حذفها أو إلغائها نهائياً.
- ✓ إذا كان معامل الثبات "ألفا كرونباخ" يتراوح ما بين [0.6 - 0.7] فهذا يدل على أن عبارات الاستبيان لها ثبات مقبول.
- ✓ إذا كان معامل الثبات "ألفا كرونباخ" يتراوح ما بين [0.7 - 0.8] فهذا يدل على أن عبارات الاستبيان لها ثبات جيد.
- ✓ إذا كان معامل الثبات "ألفا كرونباخ" أكبر من "0.8" فهذا يدل على أن عبارات الاستبيان لها ثبات ممتاز وكلها تخدم موضوع الدراسة.
- وبالاعتماد على تحليل نتائج إجابات العينة والبالغ عددها 34، تم استخراج معامل ارتباط ألفا كرونباخ لكل من أبعاد المتغير التابع والمستقل وكانت قيمة معامل الثبات لمحاور الاستبانة جيدة، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 04: معامل ثبات الاستبيان "ألفا كرونباخ"

عدد الأسئلة	معامل ألفا كرونباخ
25	0.953

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

- نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة ألفا كرونباخ تساوي 0.953 فهي أكثر من 0.8 وبالتالي فإن درجة الاتساق ممتازة مما يدل على أن أسئلة الاستبيان في ثبات ممتاز.

الجدول 05: معامل ثبات الاستبيان "ألفا كرونباخ" للمتغير المستقل

عدد الأسئلة	معامل ألفا كرونباخ
15	0.996

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

- نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للمتغير المستقل تساوي 0.996 فهي ممتازة وبالتالي فإن درجة الاتساق ممتازة مما يدل على أن أسئلة الاستبيان ممتازة.

الجدول 06: معامل ثبات "ألفا كرونباخ" للمتغير التابع:

عدد الأسئلة	معامل ألفا كرونباخ
15	0.6284

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معامل "ألفا كرونباخ" للمتغير التابع تساوي 0.6842 فهي مقبولة وبالتالي فإن درجة الاتساق مقبولة مما يدل على أن أسئلة الاستبيان في ثبات مقبول.

• معاملات الارتباط بين عبارات المحور:

يستخدم معامل ارتباط بيرسون لحساب قيمة معامل الارتباط عندما يكون المتغيران المراد قياس الارتباط بينهما متغيرات كمية ويشترط تساوي عدد الحالات كلا من المتغيرين، نستخدمه في الدراسة لتأكيد الصدق الاتساق الداخلي وإثبات أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه.¹

يكون ذلك بحساب درجة ارتباط كل عبارة بالدرجة الكلية لعبارات المحور الذي ينتمي إليه، وذلك من خلال حساب معامل الارتباط "بيرسون Pearson" بين درجة كل عبارة من عبارات المحور مع الدرجة الكلية لعبارات هذا المحور:

ومنه سوف نقوم بوضع الفرضيات التالية:

• الفرضية H0: لا يوجد ارتباط بمعنى $r \neq]-1, 1]$

• الفرضية H1: يوجد ارتباط بمعنى $r =]-1, 1]$

الجدول 07: معاملات الارتباط بين المتغير المستقل مع المتغير التابع

الإبداع	المؤسسات الناشئة		
معامل بيرسون	1	- 1**	الإبداع
قيمة sig	-	0.000	

¹ مهدي محمد القصاص، مرجع سابق، ص: 258.

34	34	N	المؤشرات الناشئة
1	- 1**	معامل بيرسون	
-	0.000	قيمة sig	
34	34	N	
** دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01			

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين المتغير الإبداع والمتغير التابع المؤسسات الناشئة قيمة مرتفعة وقريبة من الـ 1 حيث بلغت القيمة -1 أي عند مستوى دلالة 0.00 مما يدل على وجود ارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع مع المجال المنتمي إليه وبما أن القيم محصورة بين -1 و 1 وبالتالي نرفض الفرضية H0 ونقبل الفرضية H1.

1-3-2- النتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة:

في هذا الجزء سيتم عرض نتائج الدراسة الوصفية للمتغير المستقل والتابع، كما سيتم وصف مفردات عينة الدراسة من حيث المعلومات الخاصة بها (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى المهني وسنوات الخبرة).

أولاً: حساب المتوسطات الحسابية المرجحة لسلم ليكارت:

يعرف المتوسط الحسابي: هو خارج قسمة مجموع المفردات أو القيم في المجموعة التي تجري عليها على عدد هذه القيم، ويرمز للمتوسط الحسابي (س)¹، استخدمناه لإجابات عينة الدراسة على الاستبيان يعبر عن مدى أهمية الفقرة عند أفراد العينة.

يعرف الانحراف المعياري: من أكثر مقاييس التشتت شيوعاً وأهمية، وهو الجذر التربيعي لمتوسط مربعات انحرافات القيم عن متوسطها الحسابي، وان الانحراف المعياري هو الجذر التربيعي للتباين²، ونستخدمه في الدراسة لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات عينة الدراسة حول وسطها الحسابي.

¹ عايد كريم عبدعون الكناي، "مقدمة في الاحصاء وتطبيقات spss"، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، الأردن، 2014، ص 23.

² نبيل جمعة صالح النجار، "الاحصاء التحليلي مع تطبيقات برمجية spss"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2015، ص 30.

حساب المدى: ($5 - 1 = 4$) ثم نقوم بتقسيمه على درجات سلم ليكارت المستعمل (05) أي (0.8) $4 \div 5 =$ وبهذا نتحصل على طول الخلية، ثم نقوم بإضافة هذه القيمة إلى أدنى درجة في المقياس (الدرجة 1 في سلم ليكارت) من أجل تحديد الحد الأصغر للخلية، ثم نضيف في كل مرة "0.8" وصولاً إلى أعلى درجة في المقياس (الدرجة 5 في سلم ليكارت المستخدم)، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 08: المتوسطات الحسابية المرجحة والدرجات الموافقة لها.

المتوسط المرجح	درجة الموافقة في سلم ليكارت
[1.8 - 11.8]	غير موافق تماماً
[1.80 - 12.60]	غير موافق
[2.60 - 13.40]	محايد
[3.40 - 14.20]	موافق
[4.20 - 5.00]	موافق تماماً

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

ثانياً: ترتيب عبارات الاستبيان:

سنقوم بترتيب العبارات الخاصة بأبعاد كل من المتغير التابع والمتغير المستقل ترتيباً تنازلياً وفقاً لقيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارات على النحو التالي:

أ- ترتيب عبارات المتغير المستقل:

الجدول 09: ترتيب عبارات الإبداع حسب استجابات مفردات عينة الدراسة

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة العبارة	مستوى الموافقة	ترتيب العبارة
ثقافة الإبداع -1	2.59	0.856	2	غير موافق	1
ثقافة الإبداع -2	2.18	3.422	2	غير موافق	3
ثقافة الإبداع -3	2.59	0.856	3	محايد	2
ثقافة الإبداع -4	1.88	1.925	2	غير موافق	4

5	غير موافق	2	1.925	1.88	ثقافة الإبداع-5
غير موافق		2	1.8028	2.224	بعد ثقافة الإبداع
2	غير موافق	2	1.925	2.88	الممارسات الإبداعية-1
3	محايد	3	0.856	2.59	الممارسات الإبداعية-2
4	محايد	3	0.856	2.59	الممارسات الإبداعية-3
1	غير موافق	2	1.925	2.88	الممارسات الإبداعية-4
5	محايد	3	0.856	2.59	الممارسات الإبداعية-5
غير موافق		2	1.2836	2.706	بعد الممارسات الإبداعية
1	محايد	3	0.856	3.59	مخرجات الإبداع-1
2	محايد	3	0.856	3.53	مخرجات الإبداع-2
3	غير موافق	2	1.925	2.88	مخرجات الإبداع-3
4	غير موافق	2	1.925	2.88	مخرجات الإبداع-4
5	غير موافق	2	1.925	2.88	مخرجات الإبداع-5
غير موافق		2	1.4974	2.576	بعد مخرجات الإبداع
غير موافق		2	1.5279	2.502	المجموع الكلي

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يمكن شرح أبعاد الدراسة كما يلي:

- **البعد الأول "ثقافة الإبداع":** يبين أن عبارات المتوسط الحسابي لمجمل عبارات ثقافة الإبداع بلغ 2.224 بانحراف معياري يقدر بـ 1.8028 وهو ما يشير إلى مستوى غير موافق، في حين تظهر معطيات الجدول بأن المتوسطات الحسابية تراوحت ما بين 1.88 - 2.59 وقد احتلت العبارة الأولى المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر بـ 2.59 بانحراف معياري قدر بـ 0.856 أي في مستوى "غير موافق"، في حين جاءت العبارة الخامسة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر بـ 1.88 وبانحراف معياري يقدر بـ 1.925 أي في مستوى "غير موافق".
- **البعد الثاني "الممارسات الإبداعية":** يبين الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمجمل عبارات الممارسات الإبداعية بلغ 2.706 بانحراف معياري يقدر بـ 1.2836 وهو ما يشير إلى مستوى غير موافق، في حين تظهر معطيات الجدول بأن المتوسطات الحسابية تراوحت ما بين 2.59 - 2.88، وقد احتلت العبارة الرابعة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر بـ 2.88 وبانحراف معياري قدر بـ 1.925 أي في

مستوى "غير موافق" في حين احتلت العبارة الخامسة المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر بـ 2.59 وبانحراف معياري قدر بـ 0.856 أي في مستوى "محايد".

• **البعد الثالث "مخرجات الإبداع":** بينت نتائج الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمجمل عبارات مخرجات الإبداع بلغت 2.576 بانحراف معياري يقدر بـ 1.4974 وهو ما يشير إلى مستوى غير موافق، في حين تظهر معطيات الجدول بأن المتوسطات الحسابية تراوحت ما بين 2.88 – 3.59 وقد احتلت العبارة الأولى المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر بـ 3.59 بانحراف معياري قدر بـ 0.856 أي في مستوى "محايد"، في حين جاءت العبارة الخامسة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر بـ 2.88 وبانحراف معياري يقدر بـ 1.925 أي في مستوى غير موافق.

ب- ترتيب عبارات المتغير التابع:

الجدول 10: ترتيب عبارات المؤسسات الناشئة حسب استجابات مفردات عينة الدراسة

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة العبارة	مستوى الموافقة	ترتيب العبارة
المؤسسات الناشئة-1	4.71	0.214	5	موافق تماما	3
المؤسسات الناشئة-2	3.71	0.214	4	موافق	8
المؤسسات الناشئة-3	4.71	0.214	5	موافق تماما	4
المؤسسات الناشئة-4	4.94	0.118	5	موافق تماما	1
المؤسسات الناشئة-5	4.94	0.118	5	موافق تماما	2
المؤسسات الناشئة-6	4.65	0.296	5	موافق تماما	5
المؤسسات الناشئة-7	4.65	0.296	5	موافق تماما	6
المؤسسات الناشئة-8	3.35	0.296	3	محايد	10
المؤسسات الناشئة-9	3.59	0.856	4	موافق	9
المؤسسات الناشئة-10	4.00	0.000	4	موافق	7
المؤسسات الناشئة	4.325	0.2622	5	موافق تماما	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

بينت أن عبارات المتوسط الحسابي لمجمل عبارات المؤسسات الناشئة بلغت 4.325 بانحراف معياري يقدر بـ 0.2622 وهو ما يشير إلى موافق تماما، في حين تظهر معطيات الجدول بأن المتوسطات الحسابية تراوحت ما بين 3.35 – 4.94، وقد احتلت العبارة الرابعة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر بـ 4.94 بانحراف معياري

قدر بـ 0.118 أي في مستوى "موافق تماما"، في حين جاءت العبارة الثامنة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر بـ 3.35 وبانحراف معياري يقدر بـ 0.296 أي في مستوى "محايد"، مما يدل على أنّ عبارات بعد المؤسسات الناشئة في اتجاه موافق تماما.

ثالثا: خصائص عينة الدراسة:

من أجل التعمق في الدراسة الوصفية، سيتم التعرف على مميزات العينة المختارة من خلال تشخيصها من ناحية المعلومات الخاصة بها والمتحصل عليها من الاستبيان، كما يلي:

1. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس:

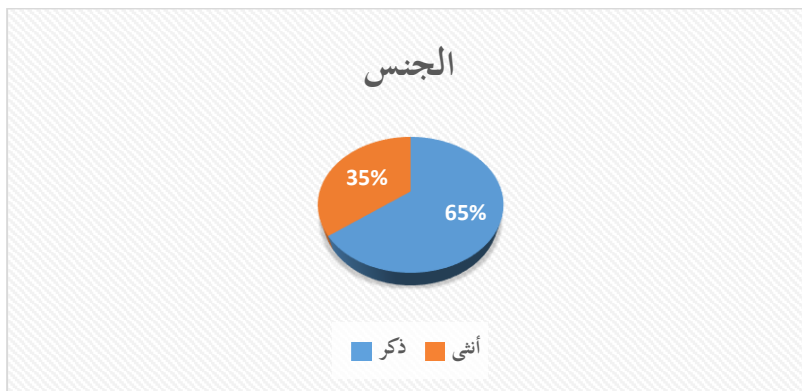
الجدول 11: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
64.7	22	ذكر
35.3	12	أنثى
100	34	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

أما التمثيل البياني لنتائج الجدول يوضحه الشكل التالي:

الشكل 03: تمثيل أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

من خلال الشكل والجدول أعلاه نرى بأن فئة الذكور هي الغالبة بنسبة تقدر بـ 64.7% في حين كانت فئة الإناث النسبة الأقل والتي قدرت بـ 35.3%.

2. توزيع عينة الدراسة حسب السن:

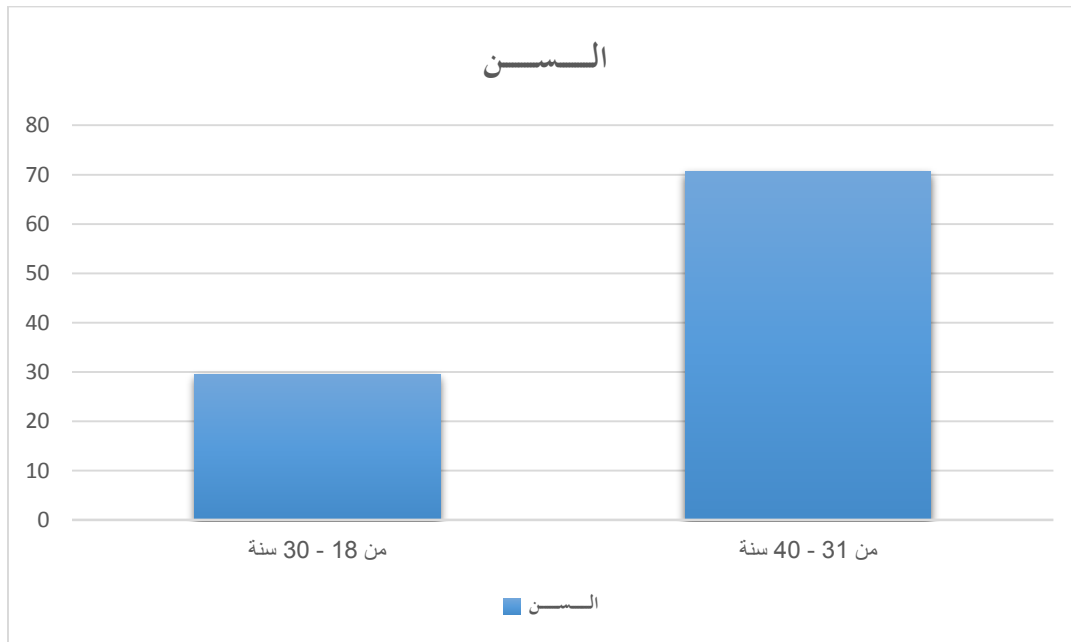
الجدول 12: توزيع أفراد العينة حسب السن:

النسبة المئوية	التكرارات	السن
29.4	10	من 18 - 30 سنة
70.6	24	من 31 - 40 سنة
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

أما التمثيل البياني لنتائج الجدول يوضحه الشكل التالي:

الشكل 04: تمثيل أفراد العينة حسب السن:



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب إجابات العينة كانت من فئة [31 - 44 سنة] بنسبة تقدر بـ 64.7% ثم تليها فئة [من 18 - 30 سنة] بنسبة تقدر بـ 29.4%.

3. توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

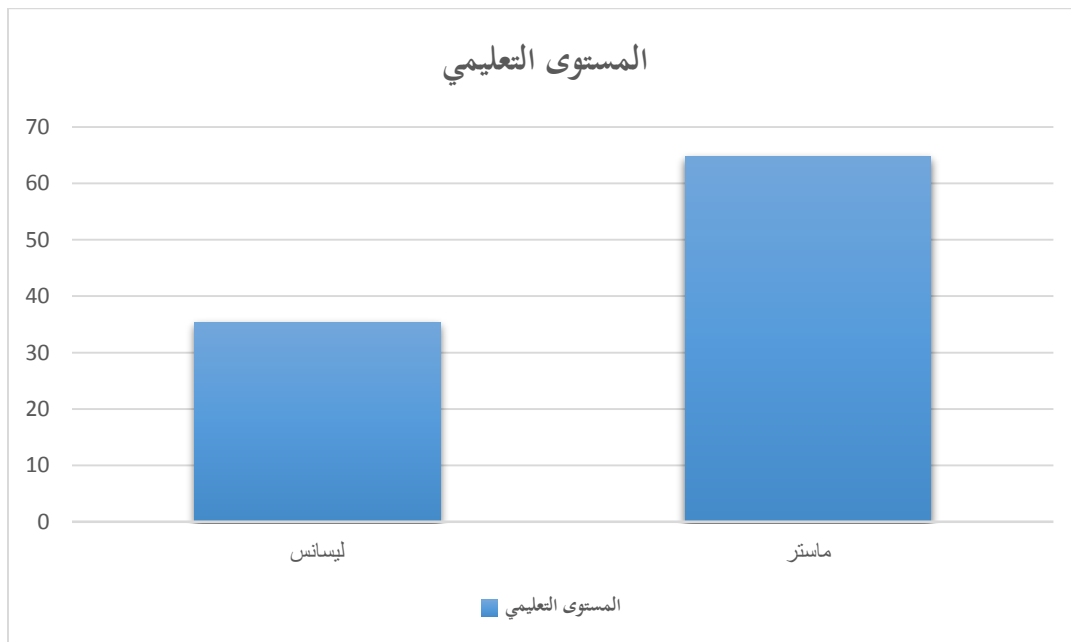
الجدول 13: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
35.3	12	ليسانس
64.7	22	ماجستير
100	34	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

أما التمثيل البياني لنتائج الجدول يوضحه الشكل التالي:

الشكل 05: تمثيل أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب إجابات العينة كانت من فئة ماستر بنسبة تقدر بـ 64.7% ثم تليها فئة ليسانس بنسبة والتي قدرت بـ 35.3%.

4. توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة:

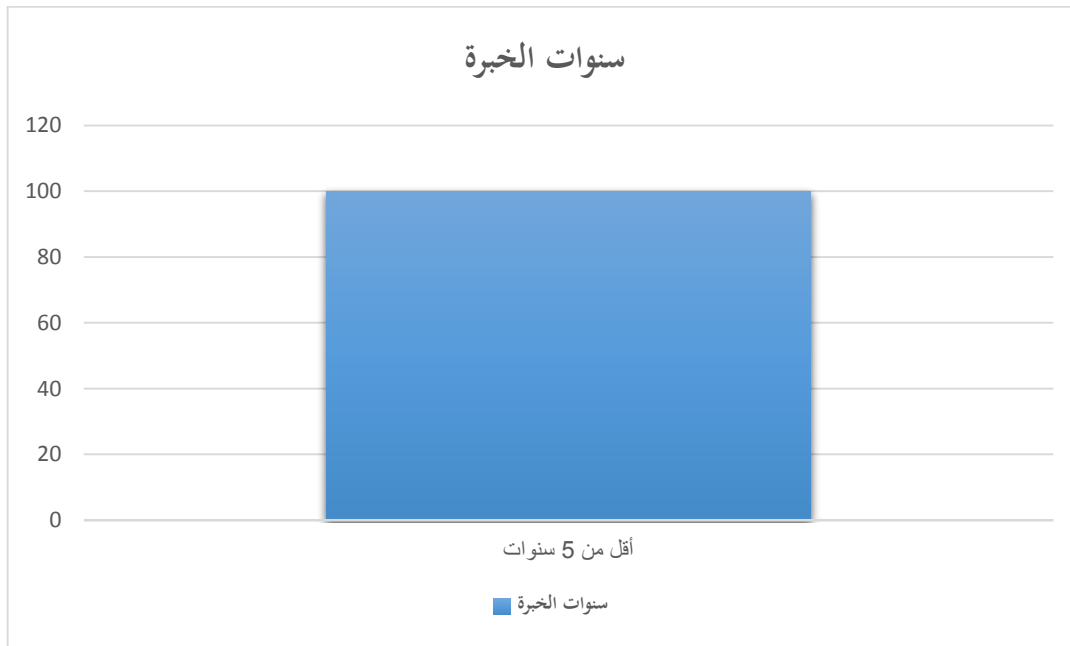
الجدول 14: توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة:

سنوات الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	34	100
المجموع	34	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

أما التمثيل البياني لنتائج الجدول يوضحه الشكل التالي:

الشكل 06: تمثيل أفراد العينة حسب سنوات الخبرة:



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن إجابات العينة كانت من فئة أقل من 5 سنوات بنسبة تقدر بـ 100%.

2- اختبار الفرضيات

سيتم في هذا المبحث الإجابة عن إشكالية الدراسة وذلك بتوضيح العلاقة التأثيرية بين أبعاد المتغير المستقل وأبعاد المتغير التابع، عبر إجراء اختبارات قبول أو رفض فرضيات الدراسة.

2-1- اختبار الفرضية الأولى

تنص الفرضية على: هناك علاقة موجبة بين ثقافة الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة

الجدول 15: نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير ثقافة الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
ثقافة الإبداع	الانحدار	1	0.292	85.418	0.000
	البواقي	32	0.003	/	/
	المجموع	33	/	/	/
R= 0.853 R ² = 0.727					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

تبين نتائج الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط قوية بين ثقافة الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون $R= 0.853$ ، في حين بلغت معامل التحديد $R^2= 0.727$ ، أي بتفسير نسبته 72.7% من التباين الحاصل في المتغير التابع، أما قيمة F المحسوبة فقد بلغت 85.418 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) مما يؤكد معنوية التأثير الحاصلة بين ثقافة الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة

الجدول 16: نتائج الانحدار المتعدد لتأثير ثقافة الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة

النموذج	B	الخطأ المعياري	β	قيمة t	مستوى الدلالة
الثابت	4.485	0.020	/	222.661	0.000
ثقافة الإبداع	- 0.073	0.008	- 0.853	- 9.424	0.000
معادلة نموذج الانحدار: $Y= 4.485 - 0.583x$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

بيّنت نتائج الجدول أعلاه وجود تأثير معنوي بين ثقافة الإبداع ونمو المؤسسات الناشئة في حين بلغت قيمة t - 9.424 وكلها معنوية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وبالتالي الفرضية محققة.

2-2- اختبار الفرضية الثانية

تنص الفرضية على: هناك علاقة موجبة بين الممارسات الابداعية ونمو المؤسسات الناشئة
الجدول 17: نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير الممارسات الابداعية ونمو المؤسسات الناشئة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
الممارسات الابداعية	الانحدار	1	0293	85.415	0.000
	البواقي	32	0.003	/	/
	المجموع	33	/	/	/
R= 0.853 R²= 0.728					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

تبين نتائج الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط قوية بين الممارسات الابداعية ونمو المؤسسات الناشئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون $R= 0.853$ ، في حين بلغت معامل التحديد $R^2= 0.728$ ، أي بتفسير نسبته 72.7% من التباين الحاصل في المتغير التابع، أما قيمة F المحسوبة فقد بلغت 85.418 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) مما يؤكد معنوية التأثير الحاصلة بين الممارسات الابداعية ونمو المؤسسات الناشئة

الجدول 18: نتائج الانحدار المتعدد لتأثير الممارسات الإبداعية ونمو المؤسسات الناشئة

النموذج	B	الخطأ المعياري	β	قيمة t	مستوى الدلالة
الثابت	4.485	0.020	/	222.661	0.000
الممارسات الابداعية	- 0.073	0.008	- 0.853	- 9.424	0.000
معادلة نموذج الانحدار: $Y = 4.485 - 0.583x$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

بيّنت نتائج الجدول أعلاه وجود تأثير معنوي بين ثقافة الابداع ونمو المؤسسات الناشئة في حين بلغت قيمة t - 9.424 وكلها معنوية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وبالتالي الفرضية محققة.

2-3- اختبار الفرضية الثالثة

تنص الفرضية على: هناك علاقة موجبة بين مخرجات الابداع ونمو المؤسسات الناشئة

الجدول 19: نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير مخرجات الابداع ونمو المؤسسات الناشئة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	0.290	1	0.290	85.415	0.000
البواقي	0.111	32	0.003	/	/
المجموع	0.401	33	/	/	/
R= 0.853 R²= 0.728					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

تبين نتائج الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط قوية بين مخرجات الابداع ونمو المؤسسات الناشئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون $R= 0.853$ ، في حين بلغت معامل التحديد $R^2= 0.727$ ، أي بتفسير نسبته 72.8% من التباين الحاصل في المتغير التابع، أما قيمة F المحسوبة فقد بلغت 85.418 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) مما يؤكد معنوية التأثير الحاصلة بين مخرجات الابداع ونمو المؤسسات الناشئة

الجدول 20: نتائج الانحدار المتعدد لتأثير مخرجات الابداع ونمو المؤسسات الناشئة

النموذج	B	الخطأ المعياري	β	قيمة t	مستوى الدلالة
الثابت	0.290	0.020	/	222.661	0.000
مخرجات الابداع	- 0.073	0.008	- 0.853	- 9.424	0.000
معادلة نموذج الانحدار: $Y = 4.485 - 0.583x$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التحليل الإحصائي SPSS.

بيّنت نتائج الجدول أعلاه وجود تأثير معنوي بين مخرجات الابداع ونمو المؤسسات الناشئة في حين بلغت قيمة t - 9.424 وكلها معنوية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وبالتالي الفرضية محققة.

خلاصة الفصل:

دار هذا الفصل حول وضع حجر الأساس للانطلاق في الحصول على نتائج الدراسة فحاولنا من خلاله الإمام لإطار المنهجي للدراسة من خلال تحديد الطرق المنهجية ومختلف الخطوات المتبعة من أداة الاستبيان وأهم مصادر جمع المعلومات، والتعريف بمجتمع وعينة دراستنا " التي تمثلت في 34 مؤسسة ناشئة موجودة في بعض الولايات، وتحديد ، أسلوب معالجة البيانات المتمثل في البرمج الإحصائي SPSS، ومن ثم التطرق لمدى صدق وثبات أداة الدراسة والاستمارات المعتمدة وتقييم درجة استجابة المبحوثين في الموافقة على عبارات ومحاور الاستبيان ، وأخيرا مناقشة النتائج وتحليل الفرضيات.

الفصل الرابع

الخاتمة العامة

1- الخاتمة:

إستنادا لما تطرقنا إليه في موضوع بحثنا المتعلق بدراسة دور الإبداع في نمو المؤسسات الناشئة وهذا من خلال تناول كل ما يخص المؤسسات الناشئة من مراحل نموها وكيفية إدارتها حيث تمثل المؤسسات الناشئة حاضنة للإبداع فهي بيئة خصبة لتنمية الافكار المبتكرة وتحويلها إلى مشاريع تجارية ناجحة ويرتكز إزدهار هذه المؤسسات على قدرتها على إيجاد حلول جديدة لمشاكل حقيقة تواجهها المجتمعات وذلك من خلال اتباع نهج. ابداعي في جميع مراحل عملها بدءا من تحديد الفكرة ووصول الي التوسع والنمو. وكل هذا يجب توفر بيئة عمل ابداعية في المؤسسات الناشئة كالشغف وكذلك الثقافة التعاونية أي تعزيز ثقافة العمل الجماعي وكذلك القدرة على التكيف مع المتغيرات والتحديات التي تواجهها مستقبلا واستخدامها كفرصة لإطلاق العنان للإبداع وايجاد حلول مبتكرة وهذا مما استخلصناه باستعمال كل من الادوات الإحصائية في تحليل الاستبيانات المسترجعة دون ان ننسى الملاحظات التي اخذناها بعين الاعتبار في اطار الموضوع الذي نحن بصدد دراسته عن أهمية الإبداع التي تلعب دور اساسي في تبني افكار تكون مميزة على ارض الواقع و كما كانت لنا الفرصة في التعرف على عدة مؤسسات ناشئة مختلفة كل واحدة منها تسعى الى حل مشكلة اجتماعية والتخلص منها بطريقة إبداعية من أجل الخوض في بحر رواد الأعمال وكل منها تريد اكتساح القمة لوضع علامة تجارية ودخول المنافسة

2- نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا تبين لنا:

- هناك زيادة في الوعي بأهمية ريادة الأعمال.
- توفر المزيد من الموارد والمساحة للشباب لتنمية أفكارهم وتحويلها إلى مشاريع ناجحة. الاستفادة من التكنولوجيا والوسائل الرقمية أيضًا تلعب دورًا مهمًا في تعزيز نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر.

- تشجيع الإبداع في إدارة المؤسسات الناشئة في الجزائر يمكن أن يتم عبر عدة طرق منها توفير بيئة ملائمة للإبداع والتفكير المبتكر.
- تشجيع التعاون والتفاعل بين أعضاء الفريق وتحفيزهم على تقديم الأفكار الجديدة .
- تنظيم جلسات عمل وورش عمل تهدف إلى تنمية مهارات التفكير الإبداعي وتحفيز الابتكار
- توفير فرص للتعلم والتطوير المستمر من خلال التدريب والتثقيف في مجالات الإبداع والابتكار .
- تجربة الأفكار الجديدة وتقديم المساحة اللازمة للفشل والتعلم منه.
- الإبداع يحتاج إلى مرونة واستعداد للتجربة والتغيير.

3- مقترحات الدراسة:

- من خلال ما سبق يمكن اقتراح عدة نقاط والتي تتمثل في:
- الاهتمام بالابداع وتأسيس ثقافته داخل المؤسسات
- توفير فرص التعلم والتدريب للموظفين لتعزيز مهاراتهم الإبداعية
- الاستفادة من تجارب الدول الأخرى التي سارت خطوات عملاقة في مجال الإبداع
- تنظيم جلسات العصف الذهني عبر جلسات للتفكير الجماعي لتوليد أفكار جديدة وحلول مبتكرة
- في سوق العمل الاطلاع الدائم بأحدث التطورات التقنية والابتكارات الجديدة

قائمة المراجع

1. أحمد الشميمري، أستاذ التسويق وريادة الأعمال - جامعة الملك سعود، الرياض، دس
2. بلال خلف السكارنة، الإبداع الإداري، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011
3. بوبعة عبد الوهاب دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس) مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة 2011-2012
4. بيتر دوكر، التجديد والمقاولة ترجمة الممارسات والمبادئ، ترجمة حسين عبد الفتاح مركز الكتب الأردني، الأردن، 1998
5. جمال خير الله الإبداع الإداري، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009
6. خراز الأخضر، دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسي، دراسة حالة مؤسسة EGTت مركب حمام ربي (سعيدة) نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، مدرسة الدكتوراه، التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص : مالية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، ، 2011
7. زاهد محمد ديري، السلوك التنظيمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، ، 2011
8. سفيان بن عبد العزيز وآخرون، دور الإبداع في دعم الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية، مجلة البديل الاقتصادي، العدد ، 10 جامعة بشار، 2018
9. عايد كريم عبدعون الكنان، "مقدمة في الاحصاء وتطبيقات spss"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، الأردن، 2014

10. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، "أساليب البحث العلمي والتحليل الاحصائي التخطيطي للبحث وجمع وتحليل البيانات يدويا واستخدام برنامج SPSS"، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة العربية 01، عمان، 2007.
11. مهدي محمد القصاص، "الاحصاء والقياس الاجتماعي"، دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة 01، العراق، 2014.
12. مؤيد عبد الحسين الفضل، الإبداع في اتخاذ القرارات الإدارية، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، ، 2009.
13. نبيل جمعة صالح النجار، "الاحصاء التحليلي مع تطبيقات برمجية spss"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2015.
14. هشام، بروال جهاد، خلوط 2017، التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة مجلة معهد العلوم الاقتصادية مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة ، المجلد 20 العدد 03
15. Jean Lachman, le financement des stratégies de l'innovation, édition economica, paris, 1993
16. LAROUSSE. (2022). [http : //www.larousse.fr](http://www.larousse.fr). Consulté le 05/03/2022, sur [http //www.larousse.fr/encyclopedie/divers/start-up/93701](http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/start-up/93701).
17. <https://academy.hsoub.com/entrepreneurship/>. Consulté le 16/03/2022.

18. cambridgedictionary.(2020).Consultéle05/03/2022,sur<http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/startup>.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أحمد زبانة - غليزان

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

رقم الاستبيان /

استمارة الاستبيان

تحية طيبة وبعد؛

في إطار هذه الدراسة البحثية بعنوان: "دور الإبداع في نمو المؤسسات الناشئة" وبغرض إعداد مذكرة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي

نرجو من امن سيادتكم الإجابة على فقرات الاستبيان الذي بين أيديكم من خلال وضع العلامة (x) أو (√) في الخانة المناسبة التي تتوافق مع وجهة رأيكم (غير موافق بشدة، أو غير موافق، أو محايد، أو موافق، أو موافق بشدة) وبكل دقة وموضوعية ومصداقية، وذلك فضلا منكم لأجل المساعدة على إثراء وإتمام هذه الدراسة بنجاح.

ونعلم حضرتكم أن المعلومات المقدمة من طرفكم (إجاباتكم) ستعامل بكل أمانة وسرية تامة، وستستغل لأغراض البحث العلمي فقط. راجين من سيادتكم إعطاء الأهمية اللازمة في الإجابة على الاستبيان، وشاكرين لكم جهدكم ووقتكم وتفضلكم علينا.

من تقديم: بن قدور مليكة

الأستاذة المشرفة: عرابش زينة

بن عوينة رانية نور الهدى

السنة الجامعية: 2023- 2024

الجزء الأول: البيانات الشخصية

ضع إشارة على يسار الإجابة المناسبة لكل بند:

1. الجنس

- ذكر

- أنثى

2. السن

- من 18 إلى أقل من 30 سنة

- من 31 إلى أقل من 40 سنة

- من 41 إلى أقل من 60 سنة

3. المستوى الدراسي

- ثانوي

- ليسانس

- ماجستير

- أخرى

4. لديك خبرة في العمل في مؤسسة ناشئة؟

- أقل من خمسة سنوات

- من 5-10 سنوات

- خمسة عشرة سنة

- أكثر من خمسة عشرة

الجزء الثاني: الرجاء وضع إشارة على الإجابة المناسبة لكل عبارة

المحور الأول: ثقافة الابداع

درجة الموافقة					العبارة
موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	
					1 تتيح مؤسستنا للموظفين الوقت والموارد الكافية لاستكشاف أفكار جديدة.
					2 تكاثف مؤسستنا الموظفين على أفكارهم الإبداعية، حتى لو لم تُنفذ.
					3 تشجع مؤسستنا الموظفين على التعبير عن أفكارهم الإبداعية بحرية.
					4 يُشجع القادة في مؤسستنا السلوكيات الإبداعية ويُقدرونها.
					5 تسود ثقافة التعلم من الأخطاء في مؤسستنا.

المحور الثاني: الممارسات الإبداعية

درجة الموافقة					العبارة	
موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما		
					1 تستخدم مؤسستنا أدوات وعمليات لتحفيز الإبداع	
					2 تُشجع مؤسستنا التعاون بين الموظفين من مختلف الأقسام لتوليد أفكار جديدة.	
					3 تُتيح مؤسستنا للموظفين المشاركة في برامج التدريب على مهارات التفكير الإبداعي.	
					4 تُراقب مؤسستنا وتقيم فعالية ممارساتها لتحفيز الإبداع.	
					5 تُعدّل مؤسستنا ممارساتها لتحفيز الإبداع بناءً على التعليقات من الموظفين.	

المحور الثالث: مخرجات الإبداع

درجة الموافقة					العبارة	
غ. موافق ت.	غ. موافق	محايد	موافق	موافق. ت.		
					1	طوّرت مؤسستنا منتجات أو خدمات جديدة ناجحة تعتمد على أفكار إبداعية.
					2	حصلت مؤسستنا على جوائز أو تقدير لابتكاراتنا.
					3	تمتدّ مؤسستنا رائدة في مجالها من حيث الإبداع والابتكار.
					4	تلهم أفكار مؤسستنا الإبداعية الشركات الأخرى في نفس المجال.
					5	لديّ ثقة بأنّ مؤسستنا ستستمر في تطوير أفكار إبداعية في المستقبل.

المحور الرابع: نمو المؤسسات الناشئة

درجة الموافقة					العبارة	
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					نمو مؤسستنا راجع الى وفاء زبائننا لمنتجاتنا و خدماتنا	1
					نمو مؤسستنا راجع الى اقتناص فرص استثمارية جديدة	2
					نمو مؤسستنا راجع الى تحقيق ميزة تنافسية	3
					نمو مؤسستنا راجع الى الإدارة الجيدة	4
					نمو مؤسستنا راجع الى القدرة على تكيف مع المتغيرات البيئية	5
					نمو مؤسستنا راجع الى بناء استثمارات قوية	6
					نمو مؤسستنا راجع الى التفكير في التنمية المستدامة	7
					نمو مؤسستنا راجع الى قدرتها على التوسع في أسواق اخرى	8
					نمو مؤسستنا راجع الى تبني استراتيجية الابتكار	9
					نمو مؤسستنا راجع الى تعزيز ثقافة الابتكار	10

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	34	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	34	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,953	25

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
a1	81,29	262,032	1,000	,947
a2	81,71	232,941	1,000	,947
a3	81,29	262,032	1,000	,947
a4	82,00	247,273	1,000	,946
a5	82,00	247,273	1,000	,946
b1	81,00	247,273	1,000	,946
b2	81,29	262,032	1,000	,947
b3	81,29	262,032	1,000	,947
b4	81,00	247,273	1,000	,946
b5	81,29	262,032	1,000	,947
c1	80,29	262,032	1,000	,947
c2	80,29	262,032	1,000	,947
c3	81,00	247,273	1,000	,946
c4	81,00	247,273	1,000	,946
c5	81,00	247,273	1,000	,946
w1	79,18	308,877	-1,000	,960
w2	80,18	308,877	-1,000	,960
w3	79,18	308,877	-1,000	,960
w4	78,88	292,834	,000	,954

w5	78,88	292,834	,000	,954
w6	79,18	308,877	-1,000	,960
w7	79,18	308,877	-1,000	,960
w8	80,59	277,219	1,000	,950
w9	80,29	262,032	1,000	,947
w10	79,88	292,834	,000	,954

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	34	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	34	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,996	15

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
a1	37,88	292,834	1,000	,996
a2	38,29	262,032	1,000	,997
a3	37,88	292,834	1,000	,996
a4	38,59	277,219	1,000	,995
a5	38,59	277,219	1,000	,995
b1	37,59	277,219	1,000	,995
b2	37,88	292,834	1,000	,996
b3	37,88	292,834	1,000	,996
b4	37,59	277,219	1,000	,995
b5	37,88	292,834	1,000	,996
c1	36,88	292,834	1,000	,996
c2	36,88	292,834	1,000	,996

c3	37,59	277,219	1,000	,995
c4	37,59	277,219	1,000	,995
c5	37,59	277,219	1,000	,995

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	34	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	34	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	34	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	34	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach ^a	Nombre d'éléments
0,684	10

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
w1	38,53	,560	,639	-3,712 ^a
w2	39,53	,560	,639	-3,712 ^a

w3	38,53	,560	,639	-3,712 ^a
w4	38,29	,941	,236	-1,866 ^a
w5	38,29	1,184	-,115	-1,254 ^a
w6	38,59	,492	,561	-4,190 ^a
w7	38,59	,492	,561	-4,190 ^a
w8	39,88	2,531	-,931	,092
w9	39,65	3,811	-,956	,604
w10	39,24	1,216	,000	-1,300 ^a

a. La valeur est négative en raison d'une covariance moyenne négative parmi les éléments. Par conséquent, les hypothèses du modèle de fiabilité ne sont pas respectées. Vous pouvez vérifier les codages des éléments.

Corrélations

Corrélations

		X	Y
X	Corrélation de Pearson	1	-1,000**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	34	34
Y	Corrélation de Pearson	-1,000**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	34	34

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Descriptives

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Variance
a1	34	2,59	,856
a2	34	2,18	3,422
a3	34	2,59	,856
a4	34	1,88	1,925
a5	34	1,88	1,925
b1	34	2,88	1,925
b2	34	2,59	,856
b3	34	2,59	,856
b4	34	2,88	1,925
b5	34	2,59	,856
c1	34	3,59	,856
c2	34	3,59	,856
c3	34	2,88	1,925
c4	34	2,88	1,925

c5	34	2,88	1,925
N valide (liste)	34		

```
DESCRIPTIVES VARIABLES=w1 w2 w3 w4 w5 w6 w7 w8 w9 w10
  /STATISTICS=MEAN VARIANCE.
```

Descriptives

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Variance
w1	34	4,71	,214
w2	34	3,71	,214
w3	34	4,71	,214
w4	34	4,94	,118
w5	34	4,94	,118
w6	34	4,65	,296
w7	34	4,65	,296
w8	34	3,35	,296
w9	34	3,59	,856
w10	34	4,00	,000
N valide (liste)	34		

```
FREQUENCIES VARIABLES=sexe
  /PIECHART FREQ
  /ORDER=ANALYSIS.
```

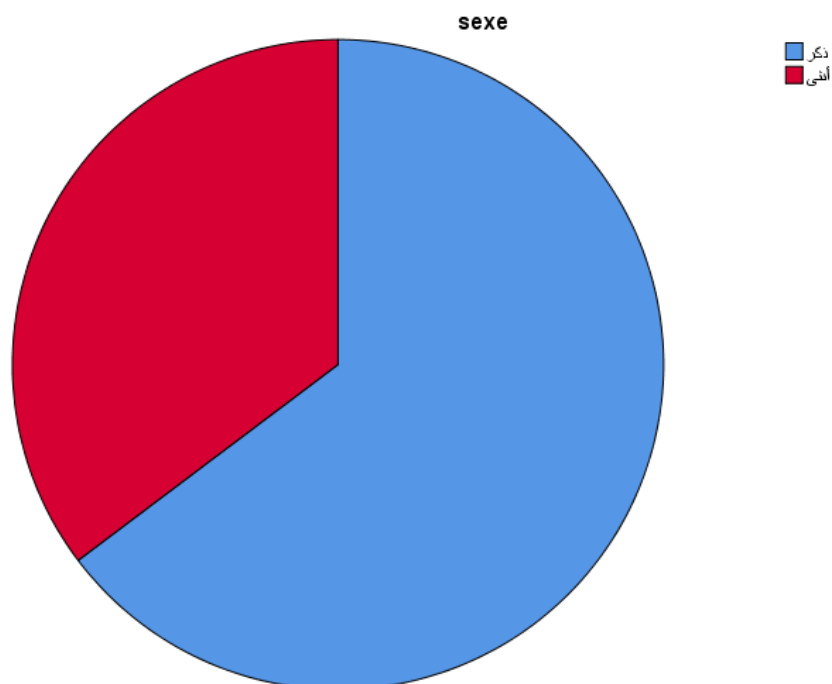
Fréquences

Statistiques

sexe

N	Valide	34
	Manquant	0

		sexe			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	22	64,7	64,7	64,7
	أنثى	12	35,3	35,3	100,0
	Total	34	100,0	100,0	



Fréquences

Statistiques

		age	niveau	exprience
N	Valide	34	34	34
	Manquant	0	0	0

Table de fréquences

age

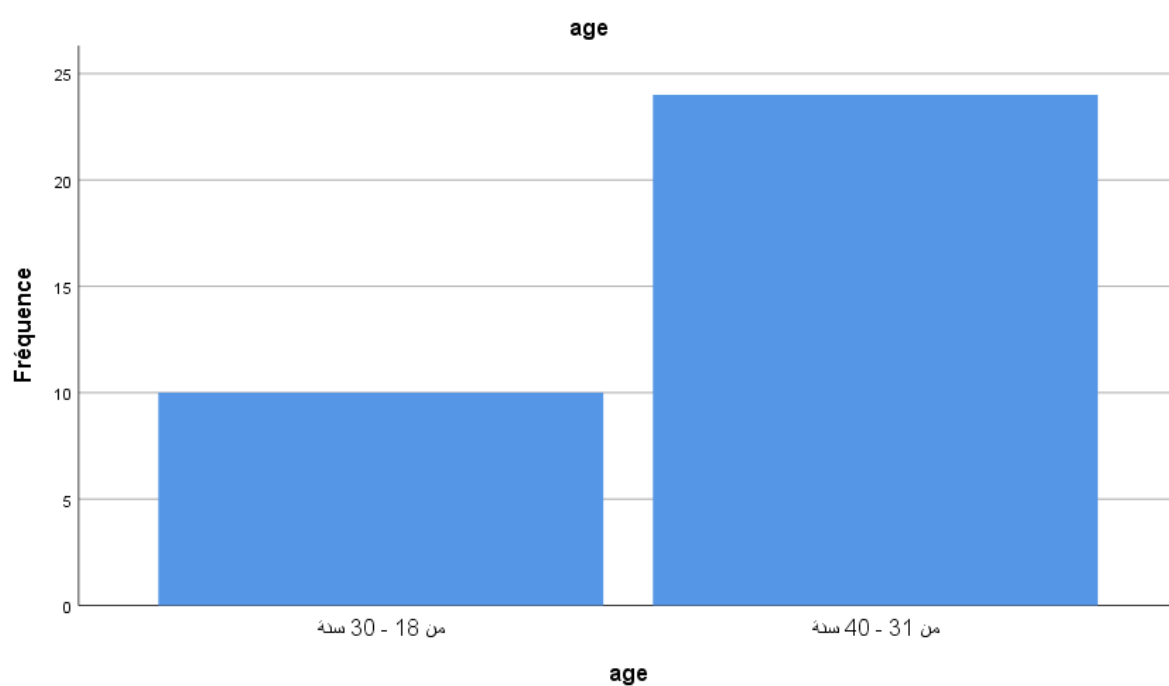
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 18 - 30 سنة	10	29,4	29,4	29,4
	من 31 - 40 سنة	24	70,6	70,6	100,0
Total		34	100,0	100,0	

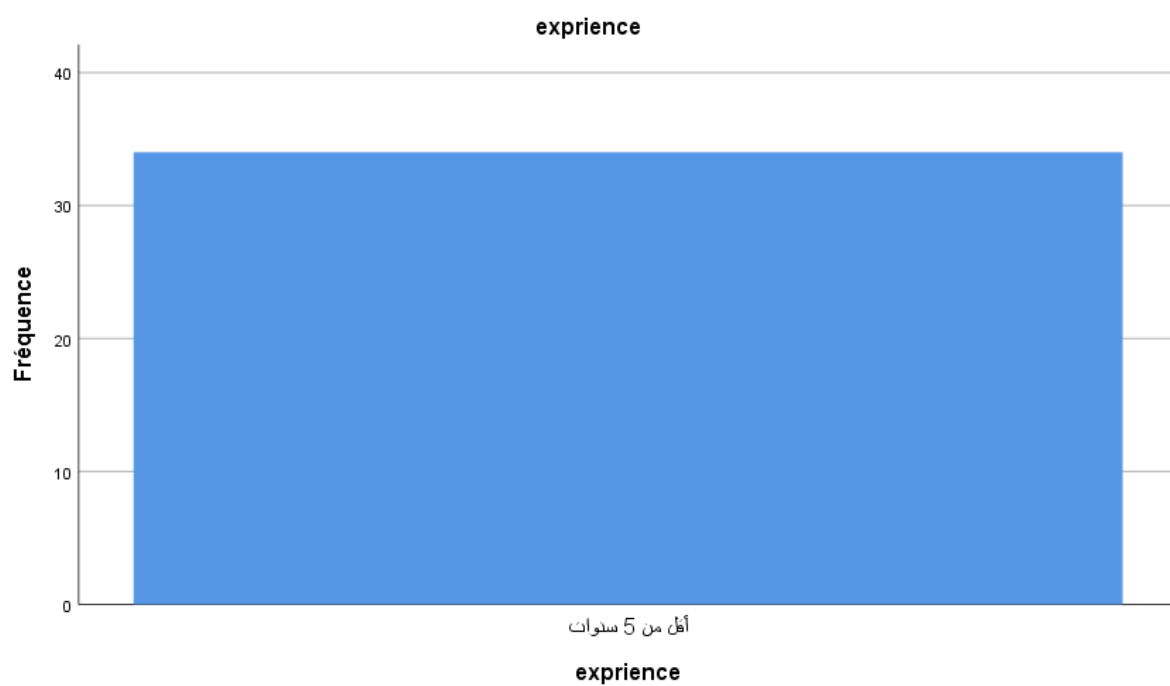
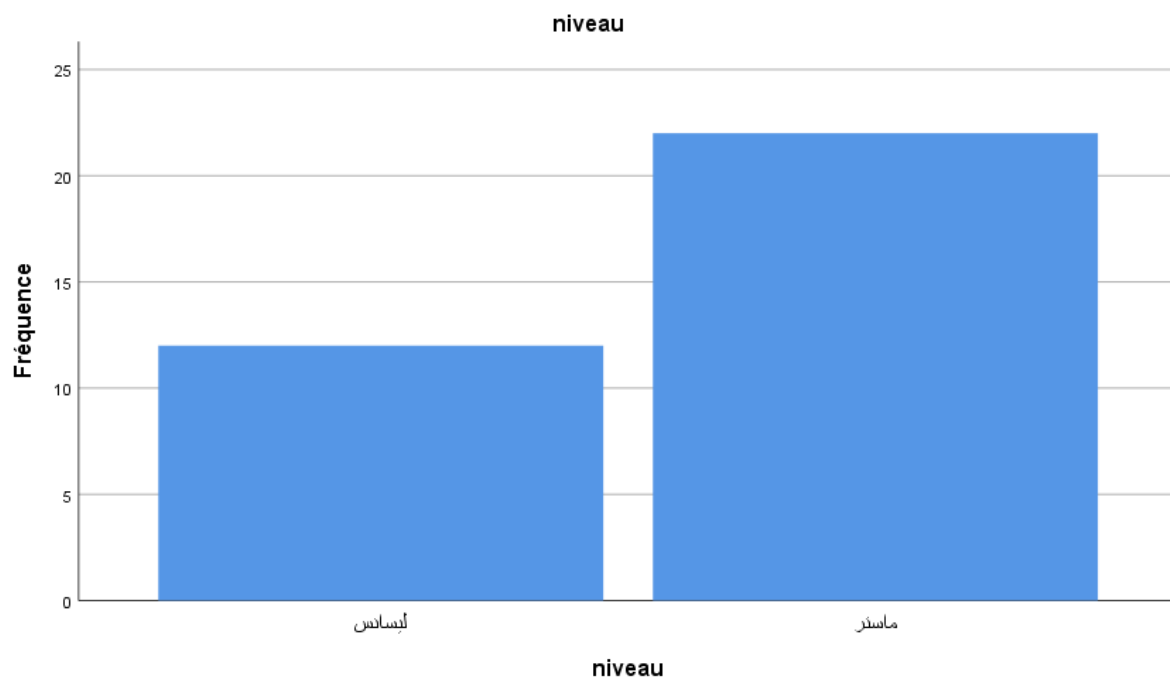
niveau

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ليسانس	12	35,3	35,3	35,3
	ماستر	22	64,7	64,7	100,0
Total		34	100,0	100,0	

		expiience			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 5 سنوات	34	100,0	100,0	100,0

Graphique à barres





Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
x1	34	2,2235	1,29499	,22209

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0						
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
x1	10,012	33	,000	2,22353	1,7717	2,6754

Test T**Statistiques sur échantillon uniques**

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
x2	34	2,7059	1,10999	,19036

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0						
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
x2	14,214	33	,000	2,70588	2,3186	3,0932

Test T**Statistiques sur échantillon uniques**

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
x3	34	3,1647	1,20249	,20623

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0						
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
x3	15,346	33	,000	3,16471	2,7451	3,5843