



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مقياس: المقاولاتية

الإطار المفاهيمي للمقاولاتية

2020/2021

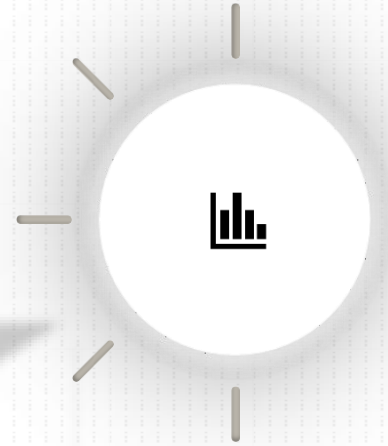
الأستاذة: ترغيني صباح



مقدمة

أصبح موضوع المقاولاتية من المواضيع الهامة والتي يُثار حولها الكثير من النقاش خاصة في ظل التغيرات السريعة التي تعرفها بيئة الأعمال المحلية والدولية من تطور تكنولوجي وتقني هائل، عولمة، ومنافسة حادة على المستويين المحلي والدولي، حيث أخذ هذا المفهوم في السنوات الأخيرة بعدا جديدا لا يقتصر فقط على إنشاء المؤسسات لكن بالإضافة إلى ذلك هي تمثل مشروع مجتمع في إطار هدف التنمية المستدامة التي تأخذ بعين الإعتبار جميع الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية للمجتمعات،

هذه الأهمية جعلت من المقاولاتية محور إهتمام الباحثين والحكومات من خلال وضع السياسات الآليات التي تعمل على تشجيع الفكر المقاولاتي من خلال توفير البيئة الملائمة لذلك من خلال القوانين والإجراءات، التعليم والتكوين المقاولاتي، هيئات الدعم والمرافقة المتخصصة.



الاقتصاد

الإدارة

المقاولاتية

الإجتماع

السياسة





عناصر المحاضرة:

- مفهوم المقاولاتية
- المقاربات الرئيسية للمقاولاتية
- تعريف بعض المصطلحات ذات الصلة بالمقاولاتية

01

مفهوم المقاولاتية

Share value



المقاولاتية: النشأة والتطور

المقاولاتية كغيرها من المفاهيم عرفت تعريف عدّة، كما عرفت تداخلا مع مفاهيم أخرى خاصة في المراحل الأولى لظهور المصطلح بالإضافة إلى أن الاتفاق على مصطلح المقاولاتية في حد ذاته عرف تجاذبات، وإن كان في اللغة الفرنسية يعرف بـ « **ENTREPRENEUR** » وفي الإنجليزية يعرف بـ « **ENTREPRENEURSHIP** » ، فإنه في اللغة العربية يشير إلى مصطلحات عدة كقيادة الأعمال، الريادية، والمقاولاتية.

كما يجب الإشارة إلى أن هناك تداخل كبير بين مصطلحي المقاولاتية والمقاول حتى أنه عند محاولة الفصل بينهما سيؤدي إلى تعريف أحدهما بالآخر.

تعتبر المقاولاتية مجال برز وتطور من خلال مختلف المجالات العلمية، حيث حلها الاقتصاديون، علماء الاجتماع، المؤرخون وعلماء النفس والمتخصصون في علوم السلوك أوز علوم التسيير، فحسب (FAYOLLE.1997) من أجل إمكانية تفسير ظاهرة المقاولاتية، هناك عدة مقاربات ساهمت في ذلك خاصة المقاربة الوظيفية للاقتصاديين (ماذا؟) المقاربة المرتكزة على الفرد من علماء السلوك (ماذا ومن؟) والمقاربة المرحلية لعلماء التسيير (كيف؟).



المقاولاتية: النشأة والتطور

فمجال المقاولاتية قد تم حصره في بدايته بدرجة كبيرة في علم الاقتصاد، ويرجع ذلك إلى أن هذا الأخير قد إهتم بشكل كبير بنماذج التوازن على المستوى الكلي، الأمر الذي لم يترك فرصة لدراسة المقاولاتية، ويرجع ذلك أيضا إلى تحول إهتمام المجتمع في المرحلة التي تلت **SCHUMPETER** من محاولة تفسير ما يحدث في مجال المقاولاتية إلى تطوير مجال المقاولاتية في حد ذاته،

ففي المرحلة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية، كان الهدف الأساسي للدول هو تحقيق التنمية من خلال تحفيز الأفراد على إقامة المشاريع والمساهمة في تنمية المجتمع، وحتى يتحقق هذا الهدف كان من المهم أن يتم التعرف على الأفراد الذين يتمتعون بالمهارات المقاولاتية، فكانت الفرصة مواتية والمجال مفتوح أمام الباحثين في مجال العلوم السلوكية وبعدها علماء التسيير كي يسهموا في هذا المجال، وازدادت مسؤولياتهم مع الوقت لتحقيق إستمرارية التطور النظري والمفاهيمي في مجال المقاولاتية.

لقد تطور البحث في مجال المقاولاتية حسب ثلاث إتجاهات فكرية، فالى غاية الستينات من القرن الماضي عرف هذا المجال سيطرة الإتجاه الوظيفي الذي يدرس المقاولاتية من الجانب الاقتصادي، ليظهر بعدها إتجاه ثان إلى جانبه يركز على دراسة خصائص الأفراد وتأثيرها على المقاولاتية، ومع بداية التسعينيات ظهر إتجاه جديد يتزعمه المسكرون إهتم بسير العملية ككل.



تعريف المقاولاتية

ظهر مصطلح المقاولاتية في الأدبيات المتعلقة بالعلوم الاقتصادية في المقام الأول في كتابات **RICHARD CANTILLON** (1734-1680) وهو مصرفي إيرلندي عاش في فرنسا، حيث يعتبر أول من أعطى **البعد الاقتصادي لهذا المفهوم**، وأشار إلى **أهمية المقاول في التنمية الاقتصادية**، حيث ميز بين ملاك الأراضي، المقاولين والعمال داخل النظام الاقتصادي، ورأى أهمية الدور الذي يؤديه المقاول في المجتمع، وعبر عنه بنوع من الشخصية على استعداد لتأسيس مشروع جديد أو مؤسسة، وتقبل المسؤولية الكاملة عن النتائج الغير المؤكدة،

ويعود الفضل في وضع تعريف واسع لمفهوم المقاولاتية إلى الخبيرين الإقتصاديين **JOSEPH SCHUMPETER** و **FRANK KNIGHT** اللذين عرفا المقاولاتية بأنها: "عملية إبتكار وتطوير طرق وأساليب جديدة لإستغلال الفرص التجارية".

من جهة أخرى يعرف **FILLIS et RENTSHLER** المقاولاتية " عملية خلق قيمة مضافة للمؤسسات والمجتمعات من خلال الجمع بين مجموعات فريدة من الموارد العامة والخاصة لإستغلال الفرص الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، في البيئة المتغيرة"، ويرى هذين الباحثين أن مفهوم المقاولاتية يتضمن ثلاث أبعاد رئيسية هي:



الإستباقية أو المبادرة

تتعلق بعمل الأشياء من خلال المثابرة والقدرة على التكيف وعمل قطيعة مع الطريقة التي يتم بها القيام بعمل الأشياء

المخاطرة

تعني الطريقة التي يتم بها دمج الإبداع في المؤسسة، أو المجتمع، وترتبط كذلك بالرغبة في توفير موارد أساسية لإستثمار فرصة موجودة مع تحمل المسؤولية عن الفشل وتكلفته.

الإبداع

فالإبداع هو الطريقة التي يتبعها المقاول للبحث عن فرص جديدة، أو الطريقة التي يتم بها جلب الأفكار للحصول على نتيجة مربحة، فنجاح الإبداع يعتمد على النجاح في سوق الأفكار، وليس في حداثة الفكرة فقط.



تعريف المقاولاتية

01 يعرف **GARTNER** المقاولاتية بأنها عملية إنشاء منظمات جديدة أو مجموعة الأنشطة التي تسمح بإنشاء مؤسسة جديدة.

02 ويعرف **Peter Drucker** المقاولاتية على أنها الإبداع الذي يتضمن إعطاء الموارد المتاحة القدرة على خلق قيمة جديدة.

03 فيعرف **Hisrich** المقاولاتية على أنها: السيرورة التي تهدف إلى إنتاج منتج جديد ذو قيمة وذلك بإعطاء الوقت والجهد اللازمين، مع تحمل المخاطر الناجمة عن ذلك بمختلف أنواعها مالية، نفسية، اجتماعية، مقابل الحصول على إشباع مادي ومعنوي.

04 أما **Alain Fayolle** فقد حددها على أنها "حالة خاصة يتم من خلالها خلق ثروات إقتصادية وإجتماعية وخصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر والتي تندمج فيها أفراد ينبغي أن تكون سلوكياتهم ذات قاعدة تخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي".



تعريف المقاولاتية

- وقد توصل **THIERRY VERSTAETE** إلى أن ظاهرة المقاولاتية هي عبارة عن تواصل بين مقاول ومنظمة محرّكة من طرفه، وقد ميزها بثلاث أبعاد: معرفي، تنسيقي، وهيكلية.
- **البعد المعرفي:** وهو نتيجة رؤية مقاولاتية عند المقاول وتتميز بفكر استراتيجي، يفسر أيضا بسرعة رد الفعل، والتعلم، معارف، استعدادات، مكتسباته، خبراته، استراتيجياته..
 - **البعد التنسيقي:** الناتج عن الفعل المقاولاتي وتعني تموضعه ضمن النسيج الاقتصادي والاجتماعي حيث يقوم معهم بالتحكم في الشكل المنظماتي.
 - **البعد الهيكلي:** مدى الارتباط بين المقاول ومقاولته والتأثيرات المتبادلة بينهما، بمعنى ما يسعى إليه وما يحققه فعلا.
 - ويمكن تعريف المقاولاتية بأنها مجموع النشاطات التي تسمح بإنشاء مؤسسة جديدة من خلال اكتشاف وتأمين واستغلال الفرص المتاحة في السوق وذلك بتوفير مختلف الموارد الضرورية بهدف تقديم قيمة تخلق الثروة والمنفعة.



دور المقاولاتية في الاقتصاد



entrepreneurship.

المساهمة في زيادة الناتج والدخل القوميين
ورفع مستوى الإنتاجية.

01

02

الإسهام في تنويع الإنتاج وبالتالي تنويع الاقتصاد
الوطني والمساهمة في التنمية المستدامة.

توفير مناصب عمل جديدة والمساهمة في التقليل من
البطالة.

03

04

المساهمة في تنمية روح المبادرة وتشجيع
الابتكارات

التجديد وإعادة الهيكلة الاقتصادية وإيجاد أسواق
جديدة أو قنوات توزيع جديدة

05

06

زيادة القدرة التنافسية على مختلف المستويات:
المؤسسات، القطاعات، الدول



02

المقاربات الرئيسية
للمقاولاتية

المقاربات الرئيسية للمقاولة لانتية

1

الظهور التنظيمي

2

تحديد أو التعرف على الفرص

3

خلق القيمة: الازدواجية بين الثنائية الفرد - القيمة

4

المقاولة لانتية ابتكار

الظهور التنظيمي

من بين مختلف الأعمال التي درست المقاولاتية توجد أربع توجهات فكرية رئيسية ذات أهمية كبيرة تعرّف المقاولاتية حسب تصورات مختلفة ووجهات نظر متعددة.

الإتجاه الأول الظهور التنظيمي يتزعمه **GARTNER** والذي يرى بأن المقاولاتية هي عملية **إنشاء مؤسسات جديدة** ، وبالتالي لا بد من دراسة العمليات التي تؤدي للإنشاء، بمعنى آخر دراسة وتحليل النشاطات التي تسمح بإنشاء مؤسسة جديدة، التي تنطلق بالأساس من الأفكار التي تتأتى من الخبرة والمعارف.

كما يرى هذا الإتجاه أن عملية إنشاء مؤسسة جديدة هي ظاهرة تنتج عن التأثير المتبادل للعديد من العوامل المختلفة مثل الأفكار، الخبرة والتي يصبح لها معنى بواسطة تنظيم جديد، ويركز GARTNER أساسا على مسألة ظهور هذه المنظمة، وكيف تتمكن هذه الأخيرة من البروز والتحول إلى كيان موجود حقا بعدما كانت مجرد فكرة، ويُشيد أيضا بقدرة المقاول الكبيرة على تحويل الأحلام أو الرؤية إلى حقيقة ملموسة مجسدة في شكل مشروع جديد.



الظهور التنظيمي

وكنقد لهذه المقاربة فهذا الاتجاه يشوبه بعض الغموض

- فالبرجوع إلى طريقة الاستغلال المعتمدة لتتمين فرصة أو إبتكار ما يمكننا الإعتماد على مؤسسة قائمة بدل اللجوء إلى إنشاء مؤسسة جديدة، فهل هذه الحالة تعتبر حالة مقاولاتية أم لا؟
- إن إنشاء منظمة جديدة لا يعني بالضرورة إنشاء منظمة جديدة، بل يمكن تقليد أو تغيير النشاط.
- من جهة أخرى ومثلما بينه BRUYAT لا يمكن أن تؤدي جميع المؤسسات المقامة لإحداث حالات تكون فيها شدة التغيير بالنسبة للفرد بالإضافة الى أهمية القيمة المقدمة ذات مستوى عال، حيث يمكن للمؤسسات أن تنشأ عن طريق التقليد أو إعادة الإنتاج، هنا توجد منظمة جديدة لكن لا توجد أي قيمة جديدة أضافتها للمحيط وبالتالي التقليد ليس في صلب المقاولاتية.
- الظهور التنظيمي تيار فكري خاص بالمقاولاتية ، لكنه يشبه التيار الخاص بنظرية المنظمات.



تحديد أو التعرف على الفرص

حسب هذا الإتجاه يعرف **VENKATARAMAN SHANE** المقاولاتية بأنها العملية التي يتم من خلالها **إكتشاف وتثمين وإستغلال** الفرص التي تسمح بخلق منتجات وخدمات مستقبلية.

والفرصة حسب **CASSON** "الحالات التي تسمح بتقديم منتجات ، خدمات ومواد أولية جديدة في التنظيم، وبيعها بسعر أعلى من تكلفة إنتاجها، ويتم ذلك عن طريق المقاول الذي يعتبر شخصا قادرا على إكتشاف موارد غير مثمثة والتي يقوم بشرائها وتنظيمها من أجل إعادة بيعها في شكل سلع ومنتجات مثمثة بشكل أفضل من طرف المستهلكين، وتفطن المقاول لمثل هذه الفرص يولد لديه رؤية مقاولاتية تدفعه لإنشاء مؤسسة بهدف إستغلالها.

كما يوجد حسب **DRUCKER** مصادر أخرى للفرصة والتي تتمثل في النقاط التالية:

- الفرص المتواجدة في الأسواق كثيرة لعدم الكفاءة الناتجة عن تنافر المعلومة، أو عدم إمتلاك التكنولوجيا اللازمة لتلبية الحاجات غير المشبعة.

- الفرص الناتجة عن التغيرات الخارجية في المجالات الاجتماعية، السياسية، الديمغرافية والإقتصادية.

- الفرص الناتجة عن الإبتكارات والاكتشافات والتي تولد أيضا معارف جديدة.



تحديد أو التعرف على الفرص

في سنة 1990 ظهر تعريف المقاولاتية بأنها سيرورة تحويل الفرص إلى انطلاق أعمال،

فالمقاولاتية كمجال بحث يتمثل في البحث عن فهم كيف يتم إكتشاف الفرص لإنتاج مواد وخدمات لا توجد حالياً، ولكن كيف يتم تحقيقها وإستغلالها؟ ومن طرف من؟ وما آثار ذلك؟ فالشيء المهم هنا هو الإلتقاء بين الفرص والمقاولين الذين يكتشفونها ويستغلونها، فالفرص لا تصل كمفتاح في اليد في سوق إنشاء المؤسسة، ومن جهة أخرى فالأشخاص لا يحصلون بشكل متساو على المعلومات الضرورية لإقتنائها، وإن تحصلوا عليها فلا يستغلونها بنفس الطريقة.

مما سبق واستناداً إلى مفهوم الفرصة المقاولاتية، فالمقاولاتية هي عملية خلق وحياسة الفرصة ومتابعتها بغض النظر عن المصادر المسيطر عليها حالياً، وإن المنهج المطبق (اكتشاف، تقييم، واستغلال الفرصة) والأفراد (مكتشفون، مقيمون، ومستغلون) محاولة الملائمة تطرح ثلاث أسئلة:

1- لماذا، متى وكيف يتم إيجاد فرص السلع والخدمات؟

2- لماذا، متى وكيف يقوم بعض الأشخاص دون غيرهم بإكتشاف واستغلال هذه الفرص.

3- لماذا، متى وكيف اعتادت مختلف طرق العمل على استغلال الفرص المقاولاتية؟



تحديد أو التعرف على الفرص

نقد:

- يركز هذا الإتجاه على دراسة ظهور نشاط اقتصادي جديد والذي ليس بالضرورة مرتبط بظهور مؤسسة جديدة.
- يطرح أيضا هذا الاتجاه بعض المشاكل الرئيسية في تصويره للمقاولاتية، حيث يفترض أن الفرص توجد في الطبيعة كما هي ويكفي إمتلاك القدرة على معرفتها حتى تتمكن من امتلاكها وتحويلها لحقيقة ملموسة، لكن في الحقيقة يمكن أن تتشكل الفرص المقاولاتية من خلال عملية إنشاء النشاط وليست هي بذاتها نقطة الإنطلاق.
- كما يركز هذا الإتجاه فقط على دراسة طريقة استغلال أو تجسيد الفرصة التي تسمح بخلق منتج أو خدمة، في حين أنه يتوجب علينا دراسة ما يحدث فعلا في المقاولاتية من أجل فهم الظاهرة بصورة أفضل.
- الفرصة بطبيعتها موضوعية، لكن المقاول هو الذي يجعلها ذاتية.
- الفرصة لا تكون هي نقطة بداية إنشاء المؤسسة، بل الفرصة تكون عبر مسار اكتشاف، تقييم، واستغلال.



خلق القيمة: الازدواجية بين الثنائية الفرد - القيمة

حسب هذا الإتجاه تتمحور المقاولاتية حول دراسة العلاقة التي تربط بين الفرد والقيمة التي أنشأها ، ويتزعمه **BRUYAT** بالنسبة إليه يتمثل الموضوع العلمي المدروس في مجال المقاولاتية في الثنائية (الحوارية) الفرد وخلق القيمة والثنائية هنا هي عبارة عن مبدأ إقترح من طرف MORIN وهو يندرج ضمن ديناميكية للتغيير ، ويعرف من منظورين:

الأول ينطلق من الفرد ويعتبره الشرط الأساسي في خلق القيمة فهو العامل الرئيس في الثنائية، إذ يقوم بتحديد طرق الإنتاج وكل الطرق المتعلقة بالقيمة المقدمة، وبالتالي فالمقاول هو ذلك الشخص أو المجموعة في صدد خلق قيمة كإنشاء مؤسسة جديدة والذي بدونها لم يكن لهذه القيمة أن تقدم.

الفرد ← خلق القيمة



خلق القيمة: الازدواجية بين الثنائية الفرد - القيمة

أما المنظور الثاني فهو يعتبر أن خلق قيمة من خلال المؤسسة التي أنشأها هذا الفرد، تؤدي إلى جعل هذا الأخير مرتبطاً بالمشروع الذي أنشأه إلى درجة أنه يصبح معرّفاً به، وتحتل القيمة التي قدمها مكانة كبيرة في حياته، كما أنها تؤثر بشكل كبير عليه، إذ تدفعه لتعلم أشياء جديدة لتعديل شبكة علاقاته بما يتماشى مع متطلباته وهي قادرة على تغيير صفاته وقيمه، وعندما يقوم الفرد بإنشاء مؤسسة أو تقديم إبتكار ما فإنه بالمقابل يصبح مقيداً بالمشروع الذي أقامه، لدينا:

خلق القيمة ← الفرد

أما عن القيمة المقدمة فهي تتمثل في مجموع النتائج التقنية، المالية و الشخصية التي تقدمها المؤسسة والتي تولد رضا المقاول والأطراف الفاعلة أو المهمة.



المقاولاتية ابتكار

نموذج الابتكار ناتج بشكل أساسي من أعمال SCHUMPETER وما جاء به من "نظرية التدمير الخلاق" والتي تفسر أهمية المقاولاتية ودور الابتكار في تحقيق ذلك، ومنذ أعمال SCHUMPETER اتفق الكتاب على أن الابتكار هو محرك النمو الاقتصادي،

ومع ذلك لم يكن هناك اجماع حول مفهومه، فهناك مفهوم ضيق ومفهوم واسع للابتكار، المفهوم الضيق يتمثل في تعريف الابتكار على أنه مرتبط بالجوانب التكنولوجية، حالياً هذا المنظور الضيق يسيطر على عدد كبير من الإجراءات العمومية في مجال المقاولاتية والابتكار، وهناك باحثين آخرون اهتموا بشكل واسع بالابتكار في كل شيء أو جزء من سلسلة القيمة، هذا المفهوم الواسع للابتكار يعتبر فتي لدى الباحثين والميدانيين، فهو يسمح بإدماج بعد مهمل في المقاربة الضيقة: يتمثل في الاستفادة من الابتكار، وبالتالي أصبح الابتكار بهذا المنظور ضمن مساحة واسعة للتغيير، إذ يرجع إلى قدرة المقاولين على اقتراح أفكار جديدة من أجل منح أو إنتاج سلع أو خدمات جديدة من أجل إعادة تنظيم المؤسسة، الابتكار هو "إنشاء مؤسسة مختلفة عن تلك التي نعرفها من قبل، إنه اكتشاف أو تحويل منتج، إنه اقتراح طريقة جديدة للعمل، التوزيع، أو البيع".



يميز SCHUMPETER بين خمسة أنواع من التوافقات الجديدة

تقديم منتج جديد

01

تقديم طريقة أو أسلوب إنتاجي جديد

02

افتتاح أو دخول سوق جديد

03

الحصول على مصدر توريد جديد للمواد الخام

04

تنفيذ وإنشاء منظمة جديدة أو صناعة جديدة

05



يحدد DRUCKER 1985 سبعة مصادر للابتكار

غير المتوقع، النجاح، الفشل، الحدث الخارجي غير المنتظر

01

المتناقض بين الحقيقة كما هي وكما يجب أن تكون أو كما نتصورها

02

الابتكار المرتكز على الحاجة الهيكلية

03

التغيير في التركيبة السكانية والتغيرات في الإدراك والمعرفة الجديدة

04

التغيير الذي يقلب هيكل الصناعة أو السوق يأخذ الجميع بشكل مفاجئ

05

المعارف الجديدة، علمية أو غيرها

06





03

تعريف بعض
المصطلحات ذات
الصلة بالمقاولاتية

الثقافة المقاولاتية:

تعرف على أنها مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة أفراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال، من خلال إيجاد أفكار مبتكرة جديدة، وهناك ثلاث أماكن يمكن أن تترسخ فيه هذه الثقافة هي كل من العائلة والمدرسة والمؤسسة



النية المقاولاتية:

عرف BIRD النية المقاولاتية بأنها إدراك واعتقاد فردي، يعتزم فيه الفرد إقامة مشروع تجاري جديد، وتعرف أيضا بأنها درجة الميل نحو السلوكيات المقاولاتية وبعبارة أخرى فهي تعني سلوك الأفراد وتوجهاتهم في تحقيق وانشاء المشاريع، والتي تعتمد على توجهاتهم والقدرة على التنبؤ بها، وحسب THOMPSPN فإن القصد بالنية المقاولاتية هو الاعتراف الذاتي من قبل شخص اعترامه إقامة مشروع جديد والتخطيط بوعي للقيام به في مرحلة ما من المستقبل.



الروح المقاولاتية

ترتبط الروح المقاولاتية بالدرجة الأولى بالمبادرة والنشاط والإتقان في التطبيق، فالأفراد الذين يمتلكون هذه الروح تكون لهم العزيمة والإرادة لتجربة الأشياء الجديدة، أو القيام بأشياء بشكل مختلف لوجود إمكانية التغيير لإختيار وتجربة الأفكار الجديدة لإكتساب مهارات جديدة



التعليم المقاولاتي

• التعليم المقاولاتي هو مجموع الأنشطة والأساليب التعليمية التي تهدف إلى غرس روح المقاولاتية لدى الطلبة و تزويدهم بالمهارات اللازمة لتأسيس مشاريعهم الخاصة.

• كتعريف مشترك للتعليم المقاولاتي يشمل عنصرين أساسيين هما:

- مفهوم أوسع للتعليم يشمل الإستعدادات و المهارات و الكفاءات المقاولاتية التي تشمل تطوير بعض الصفات الشخصية ولا تركز على إنشاء مؤسسات جديدة.
- ومفهوم أكثر خصوصية يتعلق بالتعليم لإنشاء مؤسسات جديدة.