مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الاقتصاد بجامعة تشرين
اسم الكاتب: غفار أحمد سليمان
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5235
تاريخ الاسترداد: 2026/11/04 01:49 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (41) العدد (1) 2019
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (41) No. (1) 2019

Awareness of the Culture of Entrepreneurship University Youth Field Study on a Sample of Students of the Faculty of Economics, Tishreen University

Ghafar Ahmad Souliman*

(Received 18 / 11 / 2018. Accepted 10 / 2 / 2019)

□ ABSTRACT □

The aim of the research is to determine the awareness of the students of the Faculty of Economics at Tishreen University about the concept of the culture of entrepreneurship and to show the differences among them in the extent of awareness of the culture of entrepreneurship according to gender and specialization. The study was based on the descriptive approach. The research society included all students of the third and fourth years in the Faculty of Economics. A random sample of 200 students was selected. The questionnaires were distributed to them, 184 questions were retrieved, the number of questionnaires remaining and valid for analysis (178) was identified, with a response rate of (89%). The study reached a number of results, the most important of which was: The existence of a great awareness of the entrepreneurial culture among the students of the Faculty of Economics, the study sample, with relative importance corresponding to (75.57%). The results showed no significant differences between the average grade of the students of the Faculty of Economics in their awareness of the culture of entrepreneurship according to the gender variable, while differences were found according to the variable of specialization and in favor of the specialization of business administration compared to other disciplines.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Culture, University Youth.

***Researcher, MA, Department of Economics, Faculty of Economics, Damascus University, Damascus, Syria.**

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (41) العدد (1) 2019
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (41) No. (1) 2019

مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الاقتصاد بجامعة تشرين

غفار أحمد سليمان*

(تاريخ الإيداع 18 / 11 / 2018. قُبِل للنشر في 10 / 2 / 2019)

□ ملخّص □

يهدف البحث إلى تحديد مدى وعي طلبة كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمفهوم ثقافة ريادة الأعمال، وإظهار الفروق فيما بينهم في مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص الدراسي. اعتمد البحث على المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث جميع طلاب السنتين (الثالثة والرابعة) في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين، حيث تمّ اختيار عينة عشوائية شملت (200) طالب وطالبة تمّ توزيع الاستبانة أداة البحث عليهم، وتمّ استرجاع (184) استبانة، واستبعد الباحث (6) استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، وبذلك يكون عدد الاستبيانات المتبقية والصالحة للتحليل (178) استبانة، وبنسبة استجابة بلغت (89%). توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود وعي كبير بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب كلية الاقتصاد عينة الدراسة، وبأهمية نسبية تقابل (75.57%). كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات طلبة كلية الاقتصاد في مدى وعيهم لثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير الجنس، بينما تبين وجود فروق تبعاً لمتغير التخصص ولصالح تخصص إدارة الأعمال بالمقارنة مع التخصصات الأخرى.

الكلمات مفتاحية: ثقافة ريادة الأعمال، الشباب الجامعي.

* **باحث، حاصل على درجة الماجستير، قسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، دمشق، سورية.**

مقدمة:

تُعدّ الريادة من المواضيع الرئيسة في اقتصادات الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، حيث تساهم المشاريع الريادية في تحقيق التنمية الاقتصادية؛ ففي عصر المعلومات حدثت تغيرات مثيرة في بيئة العمل، حيث أدت التكنولوجيا إلى زيادة سرعة خطى التنافس بين المنظمات المحلية والعالمية والتي تعمل بأسلوب ابتكاري على نشر المعلومات من أجل إنتاج المنتجات وتقديم خدمات جديدة للعملاء.

يقع على عاتق المؤسسات التعليمية وخاصة الجامعات الاهتمام بفئات الشباب وإعدادهم بشكل سليم ومتوازن بهدف تحقيق المشاركة الإيجابية في تطوير مجتمعاتهم، ودفع عجلة عملية التنمية، بالإضافة إلى تعزيز الاتجاهات الإيجابية لديهم بهدف تنمية المجتمع، وتعريفهم على مصادر التنمية واستثمار الطاقات بما يحقق لهم النفع والفائدة. وفي هذا الصدد تُشكل الأنشطة الجامعية المتنوعة مصدراً يمكن الاعتماد عليه في توفير قدر كبير من الخبرات والقيم الاجتماعية التي تثري حياة الشباب الجامعي وتزودهم بوسائل وأساليب تساعدهم على التكيف مع مجتمعهم، وتُدرّبهم على مختلف الأعمال والحرف التي يحتاجونها في حياتهم.

يتطلب تعزيز نشاط الأعمال قبل كل شيء إنجاز برامج تُقدم الدعم والتشجيع لنشاط ريادة الأعمال كمهنة داعمة ممكنة للشباب الذين لديهم مبادرة، كما يتطلب إعداد موارد بشرية مؤهلة على المستويين التقني والإداري مما يؤدي إلى تطوير تنظيم وإدارة الأعمال؛ فالدور الذي يؤديه التعليم لإيجاد ثقافة وسلوك لريادة الأعمال وخاصة بين الشباب يتمتع بأهمية خاصة، حيث ينبغي اعتبار ريادة الأعمال واحدة من الكفاءات الأساسية التي يقدمها النظام التعليمي، كونه يساعد على تطوير المهارات والقدرات التي تشجع روح الريادة وتساعد على إيجاد صورة إيجابية لنشاط الأعمال.

انطلاقاً من ذلك اهتم البحث الحالي بتحديد مدى وعي الشباب الجامعي بثقافة ريادة الأعمال، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية من طلبة كلية الاقتصاد بجامعة تشرين.

مشكلة البحث:

يحظى الاهتمام بتنمية وعي الشباب الجامعي بثقافة ريادة الأعمال من خلال نشرها وربطها بالواقع العملي باهتمام الجامعات السورية، كون الشباب يشكلون نواة لقادة الفكر ورواد التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المستقبل، وهم المقبلون على سوق العمل وقيادة اقتصاد السوق؛ وفي هذا الصدد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث في كلية الاقتصاد في جامعة تشرين، والمقابلات التي أجراها مع (30) طالب وطالبة أنّ نسبة ضئيلة من أفراد العينة الاستطلاعية أظهرت توجهاً إلى العمل الريادي والرغبة في أن يصبحوا رواد أعمال في المستقبل، وأنّ أغلب قراراتهم بهذا الخصوص متأثرة بكون المواد الدراسية لا تثير الدافعية بشكل كاف للعمل الريادي، وما آثار انتباه الباحث أنّ نسبة قليلة من أفراد العينة الاستطلاعية كان لديهم توجه ريادي بفعل تأثرهم بتوجيه عدد من أفراد عائلاتهم، وهذا ما استدعى ضرورة التحقق من وعي هذه الشريحة المهمة من الشباب من امتلاك ثقافة ريادة الأعمال، وخصوصاً أنّ كلية الاقتصاد يجب أن تكون من الكليات الرائدة في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال بين الشباب الجامعي. ويمكن تجسيد مشكلة البحث في التساؤلين الآتيين:

1) ما مدى وعي طلاب كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بثقافة ريادة الأعمال؟

2) تحديد الفرق بين طلاب كلية الاقتصاد فيما يتعلق بوعيهم لثقافة ريادة الأعمال حسب متغيري الجنس والتخصص الدراسي؟

أهمية البحث وأهدافه:

تنبع أهمية البحث من ضرورة توعية طلاب الجامعات وشخذ فكرهم وتقوية همهم تجاه أهمية ريادة الأعمال ودورها في توفير فرص العمل وبناء الاقتصاد الوطني، حيث يمكن أن تفيد نتائج هذا البحث في لفت نظر القائمين على برامج التعليم الجامعي على لحظ ثقافة ريادة الأعمال وإدراجها كمقرر دراسي في برامج وأنشطة التعليم الجامعي بشكل عام، وفي برامج وأنشطة كليات الاقتصاد بشكل خاص.

يهدف البحث إلى تحديد مدى وعي طلبة كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمفهوم ثقافة ريادة الأعمال، وإظهار الفروق فيما بينهم في مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص الدراسي.

فرضيات البحث:

1- لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات طلبة كلية الاقتصاد حول مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال، وبين المتوسط الواجب توافره.

2- لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات كلية الاقتصاد حول مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير الجنس (ذكر، أنثى).

3- لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات كلية الاقتصاد حول مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير التخصص (إدارة أعمال، اقتصاد وتخطيط، محاسبة، علوم مالية ومصرفية، إحصاء).

منهجية البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث جميع طلاب السنوات الثالثة والرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين، حيث تمّ اختيار عينة عشوائية شملت (200) طالب وطالبة تمّ توزيع الاستبانة أداة البحث عليهم، وتمّ استرجاع (184) استبانة، واستبعد الباحث (6) استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، وبذلك يكون عدد الاستبيانات المتبقية والصالحة للتحليل (178) استبانة، وبنسبة استجابة بلغت (89%). تمّ تطوير استبانة بعد الإطلاع على عدد من الدراسات المتعلقة بموضوع البحث، حيث تمّ الاستفادة في تطوير أداة البحث من دراسة (عبد الفتاح، 2016) بعنوان: الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة السنة التحضيرية جامعة الملك سعود واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية.

تألفت الاستبانة من (25) بند تتضمن معلومات حول ثقافة ريادة الأعمال وصفات الريادي، حيث تمّ إخضاع هذه الاستبانة لاختبار الموثوقية من الناحية العلمية والإحصائية للتأكد من مدى صلاحيتها، حيث تمّ عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظتهم، وقد أجريت التعديلات اللازمة، كما تمّ اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وبلغت قيمة معامل الثبات (0.912). وهذا يدل على ثبات الأداة وصلاحيتها للقياس والدراسة. تمّ استخدام الأساليب الإحصائية الآتية: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري للعينة، الأهمية النسبية، اختبار (t) لعينة واحدة One- Sample t.test، اختبار (t) للفرق بين عينتين مستقلتين. اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA.

أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت:

طول الفئة = (درجة الاستجابة العليا – درجة الاستجابة الدنيا)/عدد فئات الاستجابة

طول الفئة = (5 – 1)/5 = 0.8

وبناءً عليه تمّ اعتماد التبويب المغلق، وتمّ تحديد المجالات الآتية:

الجدول (1) تبويب تدرجات سلم ليكرت الخماسي (تبويب مغلق)

المجال	الإجابة	الأهمية النسبية
1 – 1.8	غير موافق بشدة	%(20–36)
1.81 – 2.60	غير موافق	%(36.2–52)
2.61 – 3.40	محايد	%(52.2–68)
3.41 – 4.20	موافق	%(68.2–84)
4.21 – 5	موافق بشدة	%(84.2–100)

المصدر: من إعداد الباحث

الدراسات السابقة:

1- دراسة (Kirby et Ibrahim, 2011) بعنوان: تعليم ريادة الأعمال وخلق ثقافة المؤسسة: نتائج مؤقتة من تجربة مصر.

Entrepreneurship education and the creation of an enterprise culture: provisional results from an experiment in Egypt.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير برامج التعليم لريادة الأعمال على طلاب الجامعة البريطانية في مصر، وذلك من خلال إجراء دراسة مسحية مقارنة على عينة تجريبية من طلاب البكالوريوس في أقسام إدارة الأعمال وعلوم الحاسب في السنة الدراسية الأخيرة، وتعرض أفراد العينة التجريبية لدراسة مقررات ريادة الأعمال، ومقارنتها مع العينة الضابطة من طلاب الاقتصاد والعلوم السياسية الذين لم يتعرضوا لأي مقرر يتعلق بريادة الأعمال. وقد أظهرت النتائج أنّ الجامعات تقوم بدور مهم في تشجيع ريادة الأعمال بين طلبة الجامعة بحسب استجابات أغلبية طلاب إدارة الأعمال والحاسب، بينما لا يعتقد ذلك طلاب الاقتصاد والعلوم السياسية، وقد أبدى طلاب إدارة الأعمال والحاسب رغبتهم في تأسيس مشروعات خاصة بهم بعد التخرج.

2- دراسة (Hill, 2011) بعنوان: أثر التعليم لريادة الأعمال: دراسة استكشافية لخريجي ماجستير إدارة الأعمال في إيرلندا.

The impact of entrepreneurship education-an exploratory study of MBA graduates in Ireland.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التعليم لريادة الأعمال على توجهات الخريجين في برنامج ماجستير إدارة الأعمال نحو المبادرة لإطلاق مشروعات تجارية، وذلك من خلال فحص عينة عشوائية من خريجي الجامعات والمعاهد الايرلندية للفترة 1992–2004، والذين تعرضوا أثناء دراساتهم بالبرنامج لمقرر أو أكثر في ريادة الأعمال، وقد أشارت النتائج بأنه لا توجد علاقة ذات دلالة بين التعليم الريادي والسلوك الريادي للخريجين بعد مرورهم بالخبرة التعليمية في برنامج الماجستير في إدارة الأعمال.

3- دراسة (عبد الفتاح، 2016) بعنوان: الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة السنة التحضيرية جامعة الملك سعود واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى وعي طلبة السنة التحضيرية جامعة الملك سعود بثقافة ريادة الأعمال، واتجاهاتهم نحوها، وأبرز معوقات ريادة الأعمال من وجهة نظر الطلبة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت

عينة الدراسة من (510) طلاب، وأعد الباحث استبانة مكونة من (72) عبارة مقسمة على ثلاثة أبعاد البعد الأول يقيس الوعي، والبعد الثاني يقيس اتجاه الطلبة نحو ريادة الأعمال، والبعد الثالث يقيس معوقات ريادة الأعمال من وجهة نظر الطلبة. وأظهرت نتائج الدراسة أنّ استجابات الطلبة على بعد معارف الطلاب بريادة الأعمال جاءت بدرجة مرتفعة، وعلى بعد اتجاهات الطلبة نحو ريادة الأعمال جاءت بدرجة متوسطة، وعلى بعد معوقات ريادة الأعمال جاءت بدرجة مرتفعة. كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين استجابات الطلبة تبعاً لمتغيري الجنس والمسار (إنساني/علمي).

4- دراسة (الدبوسي، 2017) بعنوان: رؤية طلاب جامعة تبوك حول ثقافة ريادة الأعمال.

هدفت الدراسة إلى التعرف على رؤية طلاب جامعة تبوك حول ثقافة ريادة الأعمال، تمّ استخدام المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الإحصائي ومنهج دراسة الحالة للبيانات التي تمّ جمعها من طلاب جامعة تبوك خلال السنة الجامعية 2017/2016، وأبرزت النتائج أنّ طلاب جامعة تبوك يبحثون عن الأمان الوظيفي في القطاع العام بدلاً من المبادرات الشخصية والتشغيل الذاتي، كما تبين وجود علاقة متينة بين محيط الطالب وفكرة المشروع الزمع إنجازه، وأوضحت النتائج أيضاً وجود تركيز على مستوى منطقة تبوك في المشروعات المزمع إنجازها، ووجود توجه للمشروعات الفردية وتخوف من الشراكة.

5- دراسة (الرميدي، 2018) بعنوان: تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب: استراتيجية مقترحة للتحسين.

هدفت الدراسة إلى تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب، وكذلك التعرف على المعوقات التي تواجهها في ذلك، ولتحقيق هدفي الدراسة قام الباحث بتوزيع 1200 استمارة استقصاء بشكل الكتروني وورقي على عينة عشوائية من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية المختلفة، وقد تّم الاعتماد على تحليل 81 استمارة صالحة للتحليل. وتوصلت الدراسة إلى أنّ هناك قصور واضح في دور الجامعات في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب في كل المحاور التي شملت الرؤية والرسالة والاستراتيجية، والقيادة والحوكمة، والموارد والبنية التحتية، والتعليم للريادة، والدعم الجامعي، والتدويل، والعلاقات الجامعية الخارجية، وتقويم ريادة الأعمال. واختتمت الدراسة باستراتيجية مقترحة لتحسين دور الجامعات المصرية في تمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب.

بعد استطلاع مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع ثقافة ريادة الأعمال، نلاحظ أنّ الدراسة الحالية هي امتداد للدراسات السابقة، ولكنها جديدة في البيئة المحلية، حيث تمّ الاستفادة من الدراسات السابقة في الإطلاع على المفاهيم المختلفة لثقافة ريادة الأعمال، وفي تطوير أداة البحث (الاستبانة)، وخصوصاً دراسة (عبد الفتاح، 2016)، ودراسة (الدبوسي، 2017).

الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم الريادة وثقافة ريادة الأعمال:

تُعرّف الريادة بأنها: عملية بدء عمل تجاري وتنظيم الموارد الضرورية له مع افتراض المخاطر والمنافع المرتبطة به (Daft, 2010, p602). والشخص الريادي هو الشخص الذي ينهمك في الريادة وينشغل من خلال إدراكه لفكرة توفير منتج أو خدمة في الأعمال وحملها إلى التطبيق الفعلي. كما تُعرّف الريادة بأنها: إنشاء شيء جديد ذي قيمة، وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطر المصاحبة واستقبال المكافأة الناتجة (نصر والعمري، 2011، ص147). وتُعرّف أيضاً بأنها: استثمار الفرد لما يتوافر لديه من مهارات وقدرات تمكنه من بدء مشاريع عمل

خاصة، وإدارتها ومواصلة تطويرها (الحمالي والعربي، 2016، ص397). ومن التعريفات السابقة نجد أنّ الريادة هي إنشاء مشروع جديد بإمكانيات محدودة نسبياً، حيث تعتمد على الابتكار والإبداع، وتوفر فرصة عمل جديدة لرائد الأعمال ومن يعملون معه بربح جيد، وقد يكون المشروع الريادي تقنية جديدة أو خدمة أو منتج جديد يلبي رغبات لم تُلبى من قبل ومن ثمّ تخلق مكانها في السوق.

هناك فرق بين ريادة الأعمال وثقافة ريادة الأعمال؛ فريادة الأعمال يقصد بها الشخص أو الفرد الواحد الذي يتمتع ويتميز بروح المبادرة وتحمل المخاطرة، أما ثقافة ريادة الأعمال فيصد بها المجموعة أو المجتمع عندما تكون صفات روح المبادرة وتحمل المخاطرة تتكرر لدى مجموعة من الأشخاص أو يتقاسمها مجموعة من الأفراد في منطقة معينة. فثقافة ريادة الأعمال هي: الثقافة التي يحترم المجتمع فيها الإقدام ويكافئ أخذ المغامرة عبر الإتاحة للأفراد لتحقيق أرباح من خلال أنشطة شرعية (صالح، 2009، ص53). وهي الثقافة التي تكافئ المبادرات والابتكارات الفردية والجماعية لكل مواطنيها على حد سواء، وهي الثقافة التي لا يكون فيها الفشل وصمة وتبقى تكاليف الفشل عند مستويات متدنية، وهي الثقافة التي توفر بيئة من شراكة الريادة والتعاطف مع المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتعتبر هذه النقطة ذات أهمية خاصة لأن المشاريع الصغيرة والمتوسطة لا تتم في الفراغ وإذا افتقدت ثقافة الدولة والمؤسسات التعليمية، والهيئات التشريعية، والمصارف، وقطاع المهن والأعمال الكبيرة لروح التبني للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، سيكون من الصعب على الرياديين في هذا القطاع إقامة مشاريع صغيرة ومتوسطة، لذلك ينبغي أن تكون بيئة العمل داعمة ومشجعة للرياديين في قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ويعد وجود المنظمات الداعمة التي تسهل وتدعم الرياديين عنصر أساسي في تكوين إطار للتحرك وقاعدة صلبة لتعزيز ثقافة الريادة (الدبوسي، 2017، ص23).

ثانياً: أهمية ريادة الأعمال:

إنّ السلوك الريادي هو الذي يحدد المنظمة بشكل هادف ومستمر، ويشكل مجال عملياتها بتمييز واستغلال الفرص الريادية الموجهة نحو الإبداع، وهو المعيار في المنظمات التي تستخدم إستراتيجية الريادة والتي تطور وتحسن منتجاتها وخدماتها استجابةً للتغيرات البيئية التنافسية (Studdard,2009,P243). وتطمح أي منظمة، في الوصول الى الريادية في مجال أعمالها، وعندما تصل إلى مستوى الريادية تكون قادرة على الوقوف أمام المنظمات دون منافس لأنها فريدة بمنتجاتها وخدماتها المبتكرة في السوق؛ فهي غاية مهمة لمنظمات الأعمال لتلبيه طموحها في الحصول على التمايز في مجال عملها لجذب أكبر حصة سوقية.

لريادة الأعمال أهمية كبيرة ليس على مستوى المنظمة فقط، وإنما ينعكس على مستوى الاقتصاد الكلي ويمكن الإشارة إلى بعض النقاط التي تبين أهمية الريادة بما يأتي (McFadzean *et al.*,2005,P351):

1- النشاط الريادي كآلية للتغيير والتطوير والتجديد الإستراتيجي.

2- تعد أحد مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستعمال الأفضل للموارد المتاحة للوصول إلى إطلاق المنتج أو الخدمة الجديدة، وكذلك الوصول إلى تطوير طرائق وأساليب جديدة للعمليات.

3- تستعمل أساسيات الإدارة في الوقت الذي يتم فيه تحديد نمط سلوك الريادي، إذ يتحدى البيروقراطية ويشجع على الإبداع.

4- تكون مسؤولة أيضاً عن تحفيز وتشجيع الإبداع داخل المنظمة بوساطة اختيار الفرص الجديدة وتنفيذها واستغلال واكتساب الموارد لأجل إنتاج سلع وخدمات جديدة.

5- تتضمن ريادة المنظمة مجموعة من المواقف والإجراءات المتنوعة والتي تعزز قدرتها على تبني المخاطرة والتمسك بالفرص والإبداع.

6- ريادة منظمات الأعمال ذات أثر ايجابي على الاقتصاد وعلى المجتمع.

7- تعد الريادية، سمه هامة كإستراتيجية للنمو والميزة التنافسية (Tan &Tan, 2009,P5).

8- تكون فرصه لجني الأرباح والمساهمة في المجتمع من خلال ما تقدمه المنظمة من خدمات لها (Zimmerer& Scaborough, 2008, P5).

ثالثاً: الصفات الواجب توافرها في الشخص الريادي:

يجزم الكثير من الخبراء بضرورة توافر مجموعة من الصفات في الشخص الريادي، وهذه الصفات تتمثل في الآتي (الحمالي والعربي، 2016، ص401-402):

1- القدرة على التحكم في المخاطرة المدروسة: مُخاطر ويقبل التحدي، ويقيم البدائل ويتخذ الإجراءات اللازمة للحد من المخاطر أو التحكم في النتائج.

2- المبادرة: يقوم من تلقاء نفسه بأفعال تتجاوز متطلبات العمل، وينجز الأعمال قبل أن تفرضها الأحداث، ويعمل على توسيع العمل ليغطي منتجات جديدة.

3- الانتباه للفرص واقتناصها: يبحث عن الفرص ويتحمل المسؤولية الشخصية، ويستثمر الفرص غير العادية للحصول على مساعدة أو توسيع للمنظمة.

4- الإصرار والمثابرة والالتزام بالعمل والمتابعة: يتخذ قرارات لمواجهة العوائق والتحديات، ويضع أولوية قصوى لتأدية العمل على أكمل وجه، ويتحمل المسؤولية كاملة عن المشاكل المتعلقة بالتزامات العمل، ويشارك العمال أعمالهم لإنجاز العمل، ولا يدخر جهداً في إرضاء الزبائن، ويوفي بالتزاماته حتى وإن قام بجهد إضافي، ويطور ويستخدم إجراءات العمل لضمان إكمال العمل وحصوله على الجودة المطلوبة، ويشرف شخصياً على كل جوانب العمل، ولديه الرغبة الشديدة في الإنجاز والنمو.

5- البحث عن المعلومات اللازمة للعمل: يسعى للحصول على معلومات لتحقيق الأهداف أو توضيح المشاكل وتحليلها، ويتولى البحث والتحقيق والتحليل بنفسه فيما يتعلق بتقييم المنتج أو الخدمة، ويستعمل وسائل الاتصال وشبكات المعلومات للحصول على المعلومات، ويسعى للحصول على آراء الآخرين، والاستجابة للاقتراحات والانتقادات، ويبحث بنفسه عن المعلومات اللازمة لمنشأته ويستشير الخبراء.

6- الاهتمام بالجودة والنوعية: يقوم بأعمال تطابق المواصفات أو تفوقها، ويقارن عمله أو عمل منظمته بأعمال المنظمات الناجحة.

7- الفاعلية والتخطيط المنظم: يحدد أهدافه، ويضع خطط الوصول إليها، ويعدل الخطط في ضوء تقييم الأداء، وينجز أعماله بسرعة ودقة، ويستخدم معلومات وأدوات لتحسين الكفاءة في العمل.

8- حل المشكلات: يسعى إلى تحويل المشكلة إلى فرصة، ويحدد استراتيجيات بديلة للوصول للهدف، ويولد أفكاراً جديدة وإبداعية للوصول للهدف، ويتعلم من الأخطاء والتجارب ويكون قادراً على التعامل مع الفشل.

9- الإقناع واستخدام استراتيجيات التأثير: يستطيع إقناع الآخرين لشراء منتجاته وتقديم التمويل لمنشأته، ويتمكن من إقناع الآخرين وقيادتهم وتوجيههم، ويستخدم استراتيجيات مدروسة للتأثير على الآخرين وإقناعهم، ويستخدم الأشخاص المؤثرين كوسطاء لإنجاز أهدافه.

رابعاً: دور الجامعات في تنمية ثقافة الريادة بين الشباب:

لكي تستطيع الجامعات القيام بدورها بنجاح في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب، فعليها أن تُركّز على الآليات الآتية:

1- التعليم للريادة أو التعليم الريادي: أصبح التعليم الريادي أحد الاستراتيجيات المستخدمة للتعامل مع الضغوط الديموغرافية، وتقليل حجم البطالة بين خرجي الجامعات والشباب، حيث يوفر هذا التعليم المعارف والمهارات التي تساعد هؤلاء الشباب على مواجهة الظروف الاقتصادية والاجتماعية، بجانب تأهيلهم لخلق فرص وظيفية لأنفسهم، وعمل مشروعات ريادية تساهم في تحقيق دخل مناسب لهم، وتخفيف حدة الفقر، وتحسين مستوى المعيشة (مهناوي، 2014). ويُعرّف التعليم الريادي بأنه: إكساب طلاب الجامعة اتجاهات ومهارات العمل الحر، وذلك لزيادة الوعي بإدراك الفرص الوظيفية، وتدريبهم على مهارات الإبداع والابتكار، وتنمية الرغبة للمبادرة بإطلاق وممارسة العمل الحر والتوظيف الذاتي، وجعل الخريجين خالقين لفرص العمل لا باحثين عنها، وتزويدهم بالقدرة على إدراك الطرق التي يستطيعون من خلالها المساهمة في التنمية، وفي رخاء مجتمعاتهم، وذلك لعلاج مشكلات البطالة والفقر والعنف والتهميش الاجتماعي (السيد وإبراهيم، 2014، ص282). كما يُعرّف التعليم الرادي بأنه: مقارنة تربوية تهدف إلى تعزيز التقدير الذاتي، والثقة بالنفس عن طريق تعزيز وتغذية المواهب والابداعات الفردية، وفي الوقت نفسه بناء القيم والمهارات ذات العلاقة، والتي ستساعد الدارسين في توسيع مدركاتهم من خلال الدراسة (أبو الشعر، 2016، ص17). إنّ نشر التعليم الريادي في المجتمع له نتائجه الإيجابية في التنمية المستدامة، حيث يخلق قاعدة كبيرة من الأشخاص الرياديين في مختلف التخصصات، وإعداد أجيال تتسم بالإبداع والابتكار والإنجاز (مبارك، 2014). كما أنّ تنمية ودعم التعليم الريادي داخل الجامعات يتطلب وجود استراتيجية داعمة للتعليم الريادي بالجامعات، واستخدام أساليب تعليم ريادية في مختلف التخصصات، وتعديل لوائح مختلف الكليات وإدراج مقررات دراسية خاصة بريادة الأعمال، وإنشاء مراكز للتعليم الريادي داخل الجامعات، وتحسين القدرات المؤسسية في ريادة الأعمال، وتدريب أعضاء هيئة التدريس على التعليم الريادي وأنشطته (Arasti *et al.*,2012).

2- البيئة الداعمة: مع ازدياد دور المعرفة في جميع المؤسسات ومنها الجامعات، ومع التحول من الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد المعرفة، كان لزاماً على الجامعات هي الأخرى التحول إلى اقتصاد المعرفة، حتى تتمكن من تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها، كما يجب التركيز على توفير المتطلبات الآتية (المخيزيم، 2017):

1- تطوير البينة التحتية، وتوفير أحدث أنواع التكنولوجيا.

2- زيادة وعي الطلاب بأهمية ريادة الأعمال ودورها مما يؤدي إلى سيادة مفهوم الثقافة الريادية.

3- تشجيع الشراكات والتعاون بين الجامعات ومؤسسات القطاع الخاص لربط المقررات التدريسية بالواقع العملي.

4- السماح لأعضاء هيئة التدريس للعمل بعض الوقت في مؤسسات القطاع الخاص، لاكتساب خبرات من القطاع الخاص ونقلها إلى الطلاب.

5- تطوير مرافق الجامعة.

وهناك عدة جوانب تتطلبها تنمية الثقافة الريادية داخل الجامعات، مثل تشجيع التعاون بين الجامعة والقطاع الخاص في دعم ريادة الأعمال بالجامعة، ووضع استراتيجية قائمة على توافق الآراء لتعزيز روح المبادرة بين الطلاب، ودعم النظام البيئي الريادي وتعزيز مشاركة أصحاب المصلحة، واستخدام التعليم للريادة كأداة لدعم ريادة الأعمال، والاتجاه بشكل كبير إلى ريادة الأعمال في الصناعات المهمة (محمد ومحمود، 2014).

3- حاضنات الأعمال: تواجه الأعمال والمشروعات الصغيرة الكثير من المشكلات في بداية تنفيذها مثل المشكلات الخاصة بضعف التمويل، وضعف الخبرة في مجال العمل، بجانب عدم وجود مهارات إدارية أو فنية لدى القائمين على المشروعات مما يتسبب في توقفها أحياناً في الأشهر الأولى، وبالتالي يكون أصحاب هذه المشروعات في موقف صعب سواء بضياع الموارد المحدودة التي يملكها أو ضياع فرصة العمل، ونتيجة لذلك ظهرت الحاجة إلى وجود مؤسسات تقدم الدعم لهذه المشروعات، ودعمها بالخبرات والاستشارات والتمويل اللازم حتى تستطيع البقاء والاستمرار والنجاح لأطول فترة ممكنة، حيث أنّ بعض هذه المشروعات يعتبر مشروعات واعدة وتمتلك الروح الريادية، ولديها القدرة على الاستمرار والمنافسة إذا ما توفرت لها الظروف المنافسة، ومنها ظهرت الحاجة الماسة لما يسمى بحاضنات الأعمال (نوفل، 2015). وتُعرّف حاضنات الأعمال على أنها: مؤسسات تعمل على دعم المبادرين الذين تتوافر لهم الأفكار الطموحة والدراسة الاقتصادية السليمة، وبعض الموارد اللازمة لتحقيق طموحاتهم، بحيث توفر لهم بيئة عمل مناسبة خلال السنوات الأولى الحرجة من عمر المشروع، وزيادة فرص النجاح من خلال استكمال النواحي الفنية والإدارية بكلفة رمزية، ودفع صاحب المشروع إلى التركيز على جوهر العمل، وذلك لفترة محدودة تتضاءل بعدها العلاقة لتتحول إلى مبادر جديد (مهدي، 2015، ص89). ويرتكز دور حاضنات الأعمال على تقديم الدعم والمساعدة للمشروعات الريادية مثل تقديم القروض والإعانات، والتسهيلات مثل الآلات والمعدات والأجهزة والأدوات المطلوبة في المشروع، والخدمات التي تأخذ شكل استشارات فنية وقانونية واقتصادية وتسويقية.

النتائج والمناقشة:

لتحديد مدى وعي طلاب كلية الاقتصاد عينة الدراسة بثقافة ريادة الأعمال، قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف واختبار الوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات الاستبانة وحسب كل متغير من متغيراتها، ومن ثمّ حساب الدرجات الخام على كامل العبارات بالنسبة لكل متغير وحساب الوسط الحسابي العام واختبار معنويته، وذلك وفق الآتي:

الجدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية

ومعاملات الاختلاف ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال

ثقافة ريادة الأعمال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
					tمؤشر الاختبار	احتمال الدلالة	القرار
1. يحتاج رائد الأعمال إلى درجة عالية من الالتزام لنجاح العمل.	3.770	0.618	75.39	16.39	16.621	.000	دال
2. يزيد الطموح من مستوى الحياة الاقتصادية والاجتماعية.	3.697	0.473	73.93	12.80	19.645	.000	دال
3. ريادة الأعمال عمل حر يتسم بالإبداع.	3.803	0.510	76.07	13.42	20.998	.000	دال
4. يحتاج رائد الأعمال إلى تعزيز الثقة بالنفس لكسب المزيد من العملاء.	3.798	0.491	75.96	12.94	21.665	.000	دال

5. تؤدي المنافسة بين الأشخاص إلى رفع الكفاءة الفردية.	3.764	0.476	75.28	12.64	21.419	.000	دال
6. يحتاج رائد الأعمال إلى مستوى عال من المثابرة.	3.792	0.407	75.84	10.73	25.971	.000	دال
7. تعتمد ريادة الأعمال على الخبرة والمعرفة بالسوق.	3.832	0.418	76.63	10.91	26.531	.000	دال
8. تساعد ريادة الأعمال في الحد من البطالة بسبب خلف فرص جديدة لتوظيف العمالة الوطنية.	3.815	0.633	76.29	16.59	17.174	.000	دال
9. يسعى رواد الأعمال إلى اختيار الأفراد المناسبين للعمل.	3.775	0.847	75.51	22.44	12.211	.000	دال
10. تساعد ريادة الأعمال على فتح أسواق جديدة للسلع والمنتجات.	3.730	0.725	74.61	19.44	13.438	.000	دال
11. تتطلب ريادة الأعمال كلاً من رأس المال والتكنولوجيا.	3.697	0.913	73.93	24.70	10.177	.000	دال
12. يتميز رواد الأعمال بالمشاركة الإيجابية.	3.938	0.500	78.76	12.71	25.015	.000	دال
13. تتطلب ريادة الأعمال اعتماداً على الذات.	3.792	0.407	75.84	10.73	25.971	.000	دال
14. تهدف ريادة الأعمال إلى استثمار ما لدى السباب من الطاقات والإمكانيات الكامنة.	3.736	0.565	74.72	15.13	17.365	.000	دال
15. تحقق ريادة الأعمال الرضا الوظيفي للفرد نتيجة قيامه بالعمل المناسب.	3.753	0.516	75.06	13.75	19.465	.000	دال
16. يتسم رائد الأعمال بالدافعية لإشباع حاجته إلى الإنجاز.	3.876	0.446	77.53	11.52	26.19	.000	دال
17. تتسم ريادة الأعمال بالمرونة والتغيير للأفضل.	3.983	0.557	79.66	13.99	23.541	.000	دال
18. يتسم رائد الأعمال بالقدرة على تمييز المنتج أو الخدمة التي سيقدمها للتغلب على مخاطر المنافسة في السوق.	3.685	0.489	73.71	13.28	18.687	.000	دال
19. تساعد ريادة الأعمال على تنوع مصادر الاقتصاد الوطني.	3.714	0.489	74.27	13.18	19.452	.000	دال

20. يتسم رائد الأعمال بالقدرة على التكيف مع احتياجات السوق المتغيرة.	3.747	0.485	74.94	12.94	20.557	.000	دال
21. يحتاج رائد الأعمال إلى الدافعية الذاتية.	3.787	0.601	75.73	15.87	17.466	.000	دال
22. يتسم رائد الأعمال بالقدرة على المخاطرة المدروسة.	3.866	0.211	77.32	5.46	54.723	.000	دال
23. تتجنب ريادة الأعمال الإجراءات الروتينية في العمل.	3.656	0.216	73.13	5.90	40.608	.000	دال
24. تهدف ريادة الأعمال إلى تحقيق الاكتفاء الذاتي في المجتمع.	3.787	0.391	75.73	10.32	26.863	.000	دال
25. يحتاج رائد الأعمال إلى الاستقلالية في العمل.	3.666	0.219	73.32	5.98	40.535	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (2) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع العبارات الواردة في الجدول تقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "موافق" على مجالات سلم ليكرت، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبأهمية نسبية مرتفعة على أنّ رائد الأعمال يحتاج إلى درجة عالية من الالتزام لنجاح العمل، وإلى تعزيز الثقة بالنفس لكسب المزيد من العملاء، وإلى الاستقلالية في العمل، والمثابرة، والاعتماد على الذات. كما يوافقون على أنّ رائد الأعمال يتسم بالدافعية لإشباع حاجته إلى الإنجاز، وبالمرونة والتغيير للأفضل، وبالقدرة على تمييز المنتج أو الخدمة التي سيقدمها للتغلب على مخاطر المنافسة في السوق، وبالقدرة على التكيف مع احتياجات السوق المتغيرة، وحاجته إلى الدافعية الذاتية، وبالقدرة على المخاطرة المدروسة. أيضاً يرون وبأهمية نسبية مرتفعة أنّ ريادة الأعمال تساعد على تنوع مصادر الاقتصاد الوطني، وتتجنب الإجراءات الروتينية في العمل، وتهدف ريادة الأعمال إلى تحقيق الاكتفاء الذاتي في المجتمع، وإلى استثمار ما لدى الشباب من الطاقات والإمكانيات الكامنة، وتساعد في الحد من البطالة بسبب خلف فرص جديدة لتوظيف العمالة الوطنية، كما تساعد على فتح أسواق جديدة للسلع والمنتجات، وتتطلب ريادة الأعمال كلاً من رأس المال والتكنولوجيا، وتعتمد على الخبرة والمعرفة بالسوق، وتحقق ريادة الأعمال الرضا الوظيفي للفرد نتيجة قيامه بالعمل المناسب.

وبملاحظة قيم معامل الاختلاف لجميع العبارات يتبين أنّ أدنى قيمة لهذا المعامل بلغت $CV = 5.46\%$ وأعلى قيمة له بلغت $CV = 24.7\%$ وهذا يدل على أنّ هناك تجانس في إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمدى وعيهم لثقافة ريادة الأعمال.

ولتحديد مدى وعي طلاب كلية الاقتصاد بشكل عام بمفهوم ثقافة ريادة الأعمال قام الباحث بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل العبارات واختبار معنويته:

اختبار الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات طلبة كلية الاقتصاد حول مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال، وبين المتوسط الواجب توافره.

الجدول (3) نتائج اختبار الفرضية الأولى

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
178	3.7783	.19077	.01430	5.05%	75.57%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
54.434	.000	.77833	.7501	.8065

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (3) أنّ قيمة المتوسط الحسابي لعبارات الاستبانة ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.77833)، وتقع ضمن المجال (3.41–4.20)، وتقابل شدة الإجابة "**موافق**" على مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نستنتج وجود فروق بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الافتراضي المقابل لتدرجات مقياس ليكرت الخماسي، وهذا يدل على أنّ طلبة كلية الاقتصاد عينة الدراسة لديهم وعي كبير بثقافة ريادة الأعمال، وبأهمية نسبية تقابل (75.57%).

اختبار الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات كلية الاقتصاد حول مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير الجنس (ذكر، أنثى).

الجدول (4) نتائج اختبار الفرضية الثانية

Group Statistics

الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ذكر	69	3.7630	.19422	.02338
أنثى	109	3.7880	.18881	.01808

Independent Samples Test

t-test for Equality of Means						
t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
-.850	176	.396	-.02497	.02937	-.08294	.03299

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (4) أنّ المتوسط الحسابي لكل من إجابات الذكور والإناث يدل على موافقة وبأهمية نسبية كبيرة كون قيمة المتوسط الحسابي لكل منهما تقع ضمن المجال (3.41–4.20). كما يبين الجدول أنّ قيمة احتمال الدلالة

$P = 0.396$ أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وبناءً عليه نقبل الفرضية الثانية، أي لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات طلبة كلية الاقتصاد في مدى وعيهم لثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير الجنس.

اختبار الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات كلية الاقتصاد حول مدى الوعي بثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير التخصص (إدارة أعمال، اقتصاد وتخطيط، محاسبة، علوم مالية ومصرفية، إحصاء).

لاختبار الفرضية تمّ استخدام تحليل التباين الأحادي ANOVA:

الجدول (5) الإحصاءات الوصفية لفئات متغير الاختصاص

التخصص	N	Mean	Std. Deviation
إدارة أعمال	74	3.8824	.17181
اقتصاد وتخطيط	34	3.6688	.15032
محاسبة	30	3.7759	.13895
علوم مالية ومصرفية	31	3.7377	.10733
إحصاء	9	3.4844	.27322
Total	178	3.7783	.19077

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (5) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع فئات متغير الاختصاص تشير إلى موافقة وبأهمية كبيرة لأفراد العينة تدل على وعيهم لثقافة ريادة الأعمال، ولكن كانت أعلاها في قسم إدارة الأعمال، وأدناها في قسم الإحصاء.

الجدول (6) نتائج تحليل التباين الأحادي للفرق بين متوسطات درجات أفراد العينة في مدى وعيهم بثقافة إدارة الأعمال حسب التخصص

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.038	4	.510	20.018	.000
Within Groups	4.403	173	.025		
Total	6.441	177			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول أنّ قيمة احتمال الدلالة $P = 0.000$ أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، وبناءً عليه نرفض الفرضية الثالثة، ونقبل الفرضية البديلة، أي توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات طلبة كلية الاقتصاد في مدى وعيهم لثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير التخصص، ولمعرفة مصادر هذه الفروق تمّ استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية وفق الآتي:

الجدول (7) نتائج اختبار شيفيه لتحديد مصادر الفرق بين متوسطات درجات أفراد العينة في مدى وعيهم بثقافة إدارة الأعمال حسب التخصص

(I)تخصص	(J)تخصص	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
إدارة أعمال	اقتصاد وتخطيط	.21358*	.03305	.000	.1483	.2788
	محاسبة	.10656*	.03453	.002	.0384	.1747
	علوم مالية ومصرفية	.14475*	.03413	.000	.0774	.2121
	إحصاء	.39797*	.05632	.000	.2868	.5091
اقتصاد وتخطيط	إدارة أعمال	-.21358-*	.03305	.000	-.2788-	-.1483-
	محاسبة	-.10702-*	.03996	.008	-.1859-	-.0281-
	علوم مالية ومصرفية	-.06883-	.03962	.084	-.1470-	.0094
	إحصاء	.18439*	.05981	.002	.0663	.3024
محاسبة	إدارة أعمال	-.10656-*	.03453	.002	-.1747-	-.0384-
	اقتصاد وتخطيط	.10702*	.03996	.008	.0281	.1859
	علوم مالية ومصرفية	.03819	.04086	.351	-.0425-	.1188
	إحصاء	.29141*	.06063	.000	.1717	.4111
علوم مالية ومصرفية	إدارة أعمال	-.14475-*	.03413	.000	-.2121-	-.0774-
	اقتصاد وتخطيط	.06883	.03962	.084	-.0094-	.1470
	محاسبة	-.03819-	.04086	.351	-.1188-	.0425
	إحصاء	.25322*	.06041	.000	.1340	.3725
إحصاء	إدارة أعمال	-.39797-*	.05632	.000	-.5091-	-.2868-
	اقتصاد وتخطيط	-.18439-*	.05981	.002	-.3024-	-.0663-
	محاسبة	-.29141-*	.06063	.000	-.4111-	-.1717-
	علوم مالية ومصرفية	-.25322-*	.06041	.000	-.3725-	-.1340-

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

يبين الجدول رقم (7) أنّ هناك فرقاً دالاً احصائياً بين تخصص إدارة الأعمال، وبقية الاختصاصات الأخرى، وهذا الفرق لصالخ تخصص إدارة الأعمال.. وهذا يعود من وجهة نظر الباحث إلى أنّ المقررات التي يدرسها الطلاب في

هذا التخصص تركز على العمل الريادي وريادة المشروعات، مما يُكسب الطلاب ثقافة تفوق ثقافة التخصصات الأخرى.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

1- أظهرت النتائج أنّ طلبة كلية الاقتصاد عينة الدراسة لديهم وعي كبير بثقافة ريادة الأعمال، وبأهمية نسبية تقابل (75.57%)، حيث يوافق أفراد العينة على أنّ رائد الأعمال يحتاج إلى درجة عالية من الالتزام لنجاح العمل، وإلى تعزيز الثقة بالنفس لكسب المزيد من العملاء، وإلى الاستقلالية في العمل، والمثابرة، والاعتماد على الذات. كما يوافقون على أنّ رائد الأعمال يتسم بالدافعية لإشباع حاجته إلى الإنجاز، وبالمرونة والتغيير للأفضل، وبالقدرة على تمييز المنتج أو الخدمة التي سيقدمها للتغلب على مخاطر المنافسة في السوق، وبالقدرة على التكيف مع احتياجات السوق المتغيرة، وحاجته إلى الدافعية الذاتية، وبالقدرة على المخاطرة المدروسة.

2- يرى أفراد العينة أيضاً أنّ ريادة الأعمال تساعد على تنوع مصادر الاقتصاد الوطني، وتتجنب الإجراءات الروتينية في العمل، وتهدف ريادة الأعمال إلى تحقيق الاكتفاء الذاتي في المجتمع، وإلى استثمار ما لدى الشباب من الطاقات والإمكانيات الكامنة، وتساعد في الحد من البطالة بسبب خلف فرص جديدة لتوظيف العمالة الوطنية، كما تساعد على فتح أسواق جديدة للسلع والمنتجات، وتتطلب ريادة الأعمال كلاً من رأس المال والتكنولوجيا، وتعتمد على الخبرة والمعرفة بالسوق، وتحقق ريادة الأعمال الرضا الوظيفي للفرد نتيجة قيامه بالعمل المناسب.

3- أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات طلبة كلية الاقتصاد في مدى وعيهم لثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير الجنس.

4- أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات طلبة كلية الاقتصاد في مدى وعيهم لثقافة ريادة الأعمال تبعاً لمتغير التخصص، حيث تبين وجود فرقاً دالاً احصائياً بين تخصص إدارة الأعمال، وبقية الاختصاصات الأخرى، وهذا الفرق لصالخ تخصص إدارة الأعمال، وهذا يعود من وجهة نظر الباحث إلى أنّ المقررات التي يدرسها الطلاب في هذا التخصص تركز على العمل الريادي وريادة المشروعات، مما يُكسب الطلاب ثقافة تفوق ثقافة التخصصات الأخرى.

التوصيات:

1- ضرورة العمل على عقد البرامج التدريبية والندوات وورش العمل داخل الجامعة وضمن الكليات للتوعية المستمرة بثقافة ريادة الأعمال، وسمات ومهارات ومميزات العمل الريادي.

2- ضرورة تضمن برامج وأنشطة كليات الجامعات وبالأخص كلية الاقتصاد بمقرر يدعم ثقافة ريادة الأعمال وفي كل التخصصات، علماً أنّ هناك كتب متخصصة تبحث في مجال إدارة المشروعات وبالأخص الصغيرة والمتوسطة.

3- ضرورة العمل على إنشاء مركز تدريب مهني بالتنسيق مع مديرية ممارسة المهنة في الجامعة، مهمته تدريب الطلاب على المهن ذات الطابع الريادي والتي يتطلبها سوق العمل، وذلك لتكون حافزاً لهم بعد التخرج للبدء بمرحلة جديدة وبمعرفة مسبقة عن آليات وطرق إدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة الريادية بما يسهم في دعم الاقتصاد الوطني ويحل من أزمة البطالة.

المراجع:

1- أبو الشعر، حنين. *مدى توافر النية الريادية والعوامل المؤثرة فيها لدى طلبة الجامعات الحكومية في الأردن*، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، 2016، 17.

2- الحمالي، راشد بن محمد؛ العربي، هشام يوسف مصطفى. *واقع ثقافة ريادة الأعمال بجامعة حائل وآليات تفعيلها من وجهة الهيئة التدريسية*، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد السادس والسبعون، أغطس، 2016، 387-442.

3- الدبوسي، سامي الأخضر. *رؤية طلاب جامعة تبوك حول ثقافة ريادة الأعمال*، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد الأول، العدد الثامن، أكتوبر، 2017، 20-41.

4- الرميدي، بسام سمير. *تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب: استراتيجية مقترحة للتحسين*، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد السادس، جوان، 2018، 372-394.

5- السيد، لمياء؛ وإبراهيم، غيمان. *سياسات وبرامج التعليم الريادي وريادة الأعمال في ضوء خبرة كل من سنغافورة والصين وإمكانية منها في مصر*، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، السعودية، العدد 53، 2014، 275-349.

6- صالح، إدريس محمد. *المشاريع الصغيرة والمتوسطة في ليبيا ودورها في عملية التنمية*، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2009، 53.

7- عبد الفتاح، محمد زين العابدين. *الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة السنة التحضيرية جامعة الملك سعود واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية*، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد السابع عشر، 2016، 623-654.

8- مبارك، مجدي. *التربية الريادية والتعليم الريادي*، مجلة رسالة المعلم، المجلد 51، العدد الثاني، الأردن، 2014، 30-33.

9- محمد، عوض الله؛ ومحمود، أشرف. *قياس مستوى ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة الطائف ودور الجامعة في تنميتها*، مجلة البحث العلمي في التربية، مصر، المجلد 15، العدد الأول، 2014، 549-599.

10- المخيزيم، حسام. *واقع تنمية ثقافة ريادة الأعمال لطلاب جامعة محمد بن سعود الإسلامية*، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2017.

11- مهدي، جابر. *أثر حاضنات المشروعات في تعزيز ريادة الأعمال بمدينة عنابة*، مجلة دراسات، الجزائر. العدد 35، 2015، 85-110.

12- مهناوي، أحمد. *دور التعليم الثانوي الفني المزدوج في إكساب طلابه ثقافة ريادة الأعمال لمواجهة مشكلة البطالة في مصر*، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، السعودية، العدد 52، 2014، 313-361.

13- نصر، محمد جودت؛ والعمري، غسان. *قياس خصائص الريادة لدى طلبة الدراسات العليا في إدارة الأعمال وأثرها في الأعمال الريادية: دراسة مقارنة*، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد الرابع، دمشق، 2011، 147.

14- نوفل، صبري. *ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة: الطريق إلى التنمية المستدامة*، مجلة المال والتجارة، مصر، العدد 556، 2015، 7-13.

15- Arasti, Z.; Falavarjani, M. and Imanipour, N. *A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students*, Higher Education Studies, 2012, 2(1), 1-10.

16- Daft, Richard. *New ara of management, 9th Edition, South- Western*, Cengage. Australia, 2010, 602.

17- Hill, E, S. *The impact of entrepreneurship education-an exploratory study of MBA graduates in Ireland*. Thesis for degree of master of business studies. University of Limerick, 2011.

18- Kirby, D, A., & Ibrahim, N. *Entrepreneurship education and the creation of an enterprise culture: provisional results from an experiment in Egypt*. International Entrepreneurship and management journal, 7 (2), 2011, 181-193.

19- Studdard, L. Nareatha & Munchus, George. *Entrepreneurial firms' acquisition of knowledge using proactive help-seeking behaviour*, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Vol. 15 No. 3, 2009, 242-261.

20- Zimmerer .Thomas .W. , Scarborough .Norman. M ,Wilson Doug. *Essentials of Entrepreneurship &small Business management*, 5ed prentice-Hall, 2008, 5.

21-McFadzean, Elspeth & O. Loughlin, Andrew & Shaw, Elizabeth. *Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link*, European Journal of Innovation Management,Vol.8, No.3, 2005, 350-372.

22-Tan, Wee Liang & Tan ,Teck, Meng, *The Impact of Corporate Governance on Value Creation in Entrepreneurial Firms*, Reseach assistance and to the SMU Entreprise Development Growth and Expansion Program, 2009, 1-7.