

مستوى الوعي بمفهوم ريادة الأعمال ومعوقات انتشاره بين الشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الاقتصاد بجامعة تشرين

د. علي يونس ميّ*

د. سومر ناصر**

يارا حكمت عيسى***

(تاريخ الإيداع ٢٥ / ٧ / ٢٠٢٢ . قبل للنشر في ٦ / ١١ / ٢٠٢٢)

□ ملخص □

هدف البحث للتعرف على مستوى الوعي بمفهوم ريادة الأعمال ومعوقات انتشاره بين الشباب الجامعي، وذلك بالتطبيق على عينة من طلبة كلية الاقتصاد في جامعة تشرين. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وشمل مجتمع البحث جميع طلاب السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين، والبالغ عددهم (١١٠٠) طالباً وطالبة، أما عينة البحث فهي عينة عشوائية بسيطة تمّ تحديدها باستخدام قانون العينة الإحصائي، حيث بلغ حجم العينة اللازم سحبه (٢٨٥) طالباً وطالبة، تمّ توزيع الاستبانة عليهم، وأعيد منها (٢٦٣) استبانة كاملة وصالحة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة بلغت (٩٢.٢٨%). أظهرت النتائج أنّ مستوى وعي أفراد العينة من طلبة السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمفهوم ريادة الأعمال كان بدرجة كبيرة جداً وبأهمية نسبية (٨٦.٥٤%)، أما مستوى الوعي بمواصفات رائد الأعمال، وبمعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال فكان بدرجة كبيرة وبأهمية نسبية على التوالي (٨٢.٧٤%، ٧٧.٤١%).

كلمات مفتاحية: ريادة الأعمال، رائد الأعمال، طلبة كلية الاقتصاد.

* أستاذ، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

** مدرّس، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

*** طالبة دراسات عليا (دكتوراه)، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

The Level of Awareness of the Concept of Entrepreneurship and the Obstacles to its Spread Among University Youth A Field Study on a Sample of Students of the Faculty of Economics at Tishreen University

*Dr. Ali Younes Maya

**Dr. Somar Naser

***Yara Hekmat Issa

(Received 25 / 7 / 2022 . Accepted 6 / 11 / 2022)

□ ABSTRACT □

The aim of the research is to identify the level of awareness of the concept of entrepreneurship and the obstacles to its spread among university youth, by applying it to a sample of students of the Faculty of Economics at Tishreen University.

The research relied on the descriptive analytical approach, and the research community included all the students of the fourth year in the Faculty of Economics at Tishreen University, who numbered (1100) male and female students. As for the research sample, it is a simple random sample that was determined using the statistical sampling law, where the sample size to be drawn was (285) male and female students. A questionnaire was distributed to them, and (263) complete and valid questionnaires were returned for statistical analysis, with a response rate of (92.28%).

The results showed that the level of awareness of the sample members of the fourth-year students in the Faculty of Economics at Tishreen University about the concept of entrepreneurship was very high and of relative importance (86.54%), As for the level of awareness of the specifications of the entrepreneur, and the obstacles to the spread of the concept of entrepreneurship, it was to a large degree and of relative importance, respectively (82.74%, 77.41%).

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, Students of the Faculty of Economics.

*Professor, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.

**Lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.

*** Postgraduate Student (PhD), Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.

المقدمة:

تُعتبر قيادة الأعمال من مقومات اقتصاديات كثير من الدول وخاصةً الدول النامية، فلقيادة الأعمال دور كبير في تأسيس العديد من الشركات الناشئة بمعدل متسارع في جميع أنحاء العالم، وقد أكدت العديد من المنظمات الدولية مثل منظمة اليونسكو ومنظمة التعاون والتنمية ومنظمات المجتمع المدني على أهمية قيادة الأعمال ونشر ثقافة قيادة الأعمال لإكساب الأفراد مهارات قيادة الأعمال، كما قيادة الأعمال تعتبر محور رئيس للتغلب على بطالة الشباب، حيث أنها تعمل على تحسين سبل العيش وتمكين الشباب اقتصادياً (علام، ٢٠٢٢، ص ١٢٥).

وتُعدّ القيادة سمة ضرورية من سمات منظمات الأعمال لنجاح وتطور أعمالها، حيث يسهم الأشخاص الرياديين في خلق المشروعات الجديدة الناجحة التي تثري الأفراد والاقتصاد وتحرك المجتمعات نحو مستويات أعلى من النشاط والرفاهية والأمل، فالقيادة والرواد يشكلون اليوم عصب التطور الاقتصادي والتكنولوجي والمعرفي في المجتمعات الحديثة، حيث أضحت قيادة الأعمال وسيلة لتحسين القدرة على اكتشاف واستغلال الفرص وخلق القيمة في بيئة تتصف بالتعقيد الشديد والتغيير المتسارع.

كما تُعدّ القيادة من الظواهر الجديرة بالاهتمام والرعاية؛ لأهميتها في التنمية التي تسعى إليها مختلف المجتمعات، للخروج بأجيال تمتلك روح الابتكار والإبداع، وتدرك الفرص وتبادر في تبنيها، وتستثمر الموارد المتاحة بطريقة منظمة للخروج بمشاريع ناجحة تحقق لهم أهداف الربح والنمو (الشيخ وآخرون، ٢٠٠٩، ص ٤٩٧).

بناءً على ما سبق، وانطلاقاً أهمية وجود طاقات شبابية ريادية في الجامعات، يسعى البحث الحالي للتعرف على مستوى الوعي بمفهوم قيادة الأعمال ومعوقات انتشار هذا المفهوم بين الشباب الجامعي، وذلك من خلال استطلاع آراء عينة من طلبة كلية الاقتصاد في جامعة تشرين.

مشكلة البحث:

من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين، والتي تخللها إجراء مقابلات مع (٢٥) طالباً وطالبة، تبين أنّ الطلبة عينة الدراسة الاستطلاعية يمتلكون أفكاراً إبداعية، لكن ينقصهم التمويل والخبرة والاستشارة والتدريب، حيث أنّ منظومة التعليم تعاني من ضعف من حيث عدم الاهتمام بتنظيم زيارات ميدانية إلى الشركات الريادية لتعزيز مفهوم قيادة الأعمال بشكل عملي، بالإضافة إلى عدم وجود حاضنات أعمال جامعية تعنى بتوفير بيئة استثمارية وتشغيلية للطلبة والخريجين، بناءً على ما سبق، تتبع مشكلة البحث من ضرورة زيادة الاهتمام بتوعية الطلبة الجامعيين بأهمية ثقافة قيادة الأعمال، واعتبار نشر ثقافة قيادة الأعمال للطلاب أولوية لقيادات الجامعة، واستثمار المقررات الدراسية لتعليم قيادة الأعمال، وتوجيه الأنشطة الطلابية لتعليم قيادة الأعمال للطلاب، وتحفيز الطلاب على الأفكار الإبداعية والابتكارية، وتوفير الاحتياجات المالية لنشر ثقافة قيادة الأعمال، وإقامة شركات مجتمعية لدعم رواد الأعمال من الطلاب.

ويمكن تحديد مشكلة البحث من خلال التساؤل الآتي: ما مستوى وعي الطلبة بثقافة قيادة الأعمال، وما هي المعوقات التي تحد من انتشار هذا المفهوم بين الشباب الجامعي؟

أهمية البحث وأهدافه:

تتمثل الأهمية النظرية للبحث من كونه يتعرض لأحد أهم القضايا المعاصرة في مجال التعليم الجامعي، والتي تمثل بعداً جديداً في مجال التعليم والتدريب يستهدف إثارة اهتمام الطلبة نحو تنمية اتجاهاتهم، وتوجيههم نحو خيار العمل الحر من خلال تأسيس مشروعاتهم الخاصة كبديل للعمل بأجر لدى الغير، حيث يعتبر تعزيز الوعي بثقافة قيادة

الأعمال وتحديد المعوقات التي تساهم في تنمية هذا المفهوم بين الشباب الجامعي من أولويات عمل الجامعات ويجب أن يلقى الاهتمام والدعم الكافيين. أما الأهمية العملية للبحث فتتمثل في تحديد مستوى الوعي بمفهوم ريادة الأعمال ومعوقات انتشاره بين الشباب الجامعي، حيث من الممكن أن تستفيد من نتائجه إدارة الجامعات في وضع استراتيجيات وخطط يتم من خلالها دعم ريادة الأعمال فلسفة وفكراً وثقافة وتطبيقاً. يهدف البحث الحالي للتعرف على مستوى الوعي بمفهوم ريادة الأعمال ومعوقات انتشاره بين الشباب الجامعي، وذلك بالتطبيق على عينة من طلبة كلية الاقتصاد في جامعة تشرين.

فرضيات البحث:

- ١- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمفهوم ريادة الأعمال وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع.
- ٢- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمواصفات رائد الأعمال وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع.
- ٣- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع.

منهجية البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي القائم على وصف الظاهرة وتحليلها، وتفسير المعلومات التي تم الحصول عليها، والاستفادة منها للوصول إلى تعميمات واستدلالات تشمل المجتمع محل البحث.

مجتمع البحث وعينته:

يشمل مجتمع البحث جميع طلاب السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين، والبالغ عددهم (١١٠٠) طالباً وطالبة، أما عينة البحث فهي عينة عشوائية بسيطة تم تحديدها باستخدام قانون العينة الإحصائي وفق الآتي:

$$n \geq \frac{N \cdot Z^2 \cdot R(1 - R)}{N \cdot d^2 + Z^2 \cdot R(1 - R)}$$

$$n \geq \frac{1100 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5(1 - 0.5)}{1100 \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.5(1 - 0.5)}$$

$$n \geq \frac{1056.44}{3.7104} \approx 285$$

بلغ حجم العينة اللازم سحبه (٢٨٥) طالباً وطالبة، تم توزيع الاستبانة "أداة البحث" عليهم، وأعيد منها (٢٦٣) استبانة كاملة وصالحة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة بلغت (٩٢.٢٨%).

حدود البحث:

الحدود المكانية: كلية الاقتصاد، جامعة تشرين.

الحدود البشرية: عينة عشوائية بسيطة من طلبة السنة الرابعة بكلية الاقتصاد في جامعة تشرين.

الحدود الزمانية: تم إجراء البحث خلال العام الدراسي ٢٠٢١-٢٠٢٢.

الدراسات السابقة:

١- دراسة كيم وآخرون (Kum, *etal*, 2013) بعنوان:

Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students in Albania.

خصائص ريادة الأعمال بين طلبة الجامعات في ألبانيا.

هدفت الدراسة إلى البحث في الميل نحو ريادة الأعمال بين طلبة الجامعات في السنة الجامعية الأخيرة في مجال الأعمال التجارية في ألبانيا، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الدراسة، فيما تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لغرض جمع البيانات، وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية من الطلبة والبالغ عددهم (٥١٩) طالباً من ثلاث جامعات ألبانية، وتوصلت الدراسة على أنّ هناك مستوى اهتمام نسبي في ريادة الأعمال بين الطلبة في ألبانيا، كما بينت أنّ التعرض لتعليم ريادة الأعمال له تأثير إيجابي على اتجاهات الطلبة نحو العمل في مجال ريادة الأعمال، وأكدت الدراسة على ضرورة قيام الجامعات ألبانية بإدخال أفكار التنمية المستدامة لتعليم ريادة الأعمال مع إعادة توجيه أهداف التعليم من حيث المحتوى ومنهجية التعليم الريادي.

٢- دراسة (عبد الفتاح، ٢٠١٦) 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 (٥١٠) طلاب، وأعد الباحث استبانة مكونة من (٧٢) 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 إحصائية بين استجابات الطلبة تبعاً لمتغيري الجنس والمسار (إنساني/علمي).

٣- دراسة (الرميدي، ٢٠١٨) 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 هدي الدراسة قام الباحث بتوزيع ١٢٠٠ استمارة استقصاء بشكل الكتروني وورقي على عينة عشوائية من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية المختلفة، وقد تمّ الاعتماد على تحليل ٨١ 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 تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب.

٤- دراسة مصطفى (٢٠٢١) بعنوان: ثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

وسبل تعزيزها من وجهة نظرهم.

هدفت الدراسة إلى الوقوف على واقع ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب وطالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وكذلك التعرف على سبل تعزيز تلك الثقافة لديهم من وجهة نظرهم، ولتحقيق أهدافها استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وذلك من خلال استبانة طبقت إلكترونياً على عينة بلغت (٣١٣) من طلاب وطالبات الجامعة، وتوصلت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها: أنّ واقع ثقافة الأعمال لدى طلاب وطالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كان بدرجة متوسطة، كما أشارت النتائج إلى أنّ سبل تعزيز ريادة الأعمال تتم من خلال دعم المشروعات الريادية للطلاب والطالبات مادياً ومعنوياً، وتوفير برامج تدريبية للطلاب والطالبات في مجال ريادة الأعمال، وتوفير برامج تدريبية لتعزيز ثقة الطلاب والطالبات بقدراتهم ومهاراتهم، وإطلاق جوائز جامعية ومجتمعية لأفضل مبادرات ريادة الأعمال من الطلاب والطالبات.

٥- دراسة إبراهيم علي (٢٠٢٢) بعنوان: ثقافة ريادة الأعمال والتخطيط لتدعيم المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب الجامعي، وتحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، وتحديد أكثر أبعاد ثقافة ريادة الأعمال ارتباطاً بتدعيم المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، وتحديد الصعوبات التي تواجه ثقافة ريادة الأعمال، وصولاً إلى آليات تخطيطية مقترحة لتفعيل ثقافة ريادة الأعمال. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وأسلوب المسح الاجتماعي لطلاب الفرقة الرابعة انتظام بكلية الخدمة الاجتماعية بجامعة حلوان وعددهم (٣٤٠) مفردة، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبيان للطلاب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنّ مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب الجامعي مرتفع، وإلى وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين ثقافة ريادة الأعمال وتدعيم المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

تعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استطلاع مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت ثقافة ريادة الأعمال في المنظمات بشكل عام، وفي الجامعات بشكل خاص، نلاحظ أنّ الدراسة الحالية هي امتداد للدراسات السابقة، لكنها تتميز بأنها تناولت ثلاثة محاور: الوعي بمفهوم ريادة الأعمال، والوعي بمفهوم رائد الأعمال، ومعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال، بينما ركزت الدراسات السابقة على الوعي بثقافة ريادة الأعمال وآليات تعزيزها، لذلك تتمتع الدراسة بأهمية من ناحية كونها جديدة في البيئة المحلية في حدود علم الباحثة، حيث استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تطوير أداة البحث الحالية (الاستبانة)، وفي بناء الإطار النظري للبحث.

الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم ريادة الأعمال:

تُشكّل الريادة نشاطاً فاعلاً تمارسه الجماعات والأفراد من خلال بذل الجهود الإدارية والتنظيمية نحو خلق القيم وتحقيق سبل النمو والتحسين في إشباع حاجات الأفراد والجماعات وتشجيعهم نحو العطاء المتميز من خلال الإبداع والتفرد في الأداء (حمود، ٢٠١٠، ص٤٦). وريادة الأعمال هي عملية ديناميكية هادفة، حيث تسعى إلى إدارة الأعمال والمشروعات وتتميتها بطرق مبتكرة وغير تقليدية وفق أفكار ورؤى وتصورات إبداعية تحقق الربح وتمنح المنظمات ميزة تنافسية (Roddic, 2007, p12).

وهي عملية متكاملة تسعى لتحقيق الربح من خلال البحث عن فرص ربح معقولة وفي الوقت نفسه تخفيض تكاليف الإنتاج باستخدام أفكار مبتكرة لتحقيق ميزات تنافسية وفق ظروف السوق المتاحة، لذلك تُعرّف

بأنها: إنشاء وإدارة وتشغيل المشروعات وفق أفكار خلاقة وطرق عمل مبتكرة بداية من اختيار نوعية النشاط الإنتاجي والخدمي، ومروراً بتحديد أسعار وكميات المنتجات والخدمات وأعداد العمالة ونفقات تشغيلها، ونهاية بتحديد التوسع أو الانكماش في الإنتاج (Nandan, 2007, p4-5).

ويؤكد (البلعاوي، ٢٠١٥، ص١٥) على أنّ الريادة مجموعة من النشاطات المتعلقة ببداية الأعمال أو تطويرها والتخطيط لها وتنظيمها وتحمل المخاطر والإبداع في إدارتها، وضمان نموها واستمرارها. ويشير كل من (Mitchell & Mckcown, 2004, p1) إلى الريادة بأنها: عملية خلق قيمة سواء أكان من قبل الأفراد أم المنظمات، وتتضمن هذه العملية الفرص واستعمال المصادر وهي ليست عملية بسيطة بل تتطلب استخدام استراتيجيات تجارية للدخول في المغامرة، وقد ظهرت كقضية رئيسة وأداة سياسية للنمو الاقتصادي وإيجاد فرص العمل. بناءً على ما سبق، تمثل الريادة عملية إنشاء مشروع لإنتاج منتج أو خدمة جديدة أو مميزة أو غير جديدة، وتُعرّف على أنها التفرد والابتكار والإبداع في خلق وتقديم منتج أو خدمة أو ممارسة أو إجراء من خلال فن تحديد واقتناص الفرص واستغلالها.

ثانياً: دور الجامعات في نشر ثقافة ريادة الأعمال:

لكي تتجح الجامعات في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب، فيجب عليها اعتماد الآليات الآتية:

١- **التعليم الريادي:** أصبح التعليم الريادي أحد الاستراتيجيات المستخدمة للتعامل مع الضغوط الديموغرافية، وتقليل حجم البطالة بين خريجي 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، ٢٠١٤، ص٣٢١).

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 رضاء مجتمعاتهم، وذلك لعلاج مشكلات البطالة والفقر والعنف والتهميش الاجتماعي (السيد وإبراهيم، ٢٠١٤، ص٢٨٢).

كما يُعرّف التعليم الريادي بأنه: مقارنة تربية 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 مداركاتهم من خلال الدراسة (أبو الشعر، ٢٠١٦، ص١٧).

إنّ 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 (Arasti et al., 2012, P1-10).

٢- **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، ٢٠١٧، ص١٢١):

١- تطوير البيئة التحتية، وتوفير أحدث أنواع التكنولوجيا.

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

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

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

٥- 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 (مجد ومحمود، ٢٠١٤، ص٤٦٣).

٣- **حاضنات الأعمال الجامعية:** تُعرّف حاضنات الأعمال بأنها: منظومة عمل متكاملة تقدم الخدمات والتسهيلات والآليات المساندة والاستشارة لاستضافة مشروع وافد لفترة محدودة من الزمن تعمل خلالها على تنميته وتطويره من خلال توفير بيئة عمل صالحة متاحة وداعمة تتضمن مكاناً لاحتضان المشروع وتقديم خدمات إدارية وتسويقية لقاء أجر رمزي، مما يؤدي إلى تسريع نقل المبادرة من مرحلة الفكرة إلى واقع التطبيق (حسن، ٢٠١٣، ص٣٥).

هناك تشابه بين تعريفات حاضنات الأعمال مع حاضنات الأعمال المدعومة من الجامعة، إلا أن التوجه إلى النوع الثاني من الحاضنات يستفيد من إمكانات الجامعة والصناعة، حيث إن لها تاريخاً ناجحاً في توفير الموقع ورأس المال البشري والمالي والابتكار والتسويق؛ فهي تربط بين البحث والتسويق، وتسد الفجوة بين مختبر الجامعة والصناعة، وتوفر مساحات مكتبية وغيرها من الخدمات، ومنصة انطلاق لأعضاء هيئة التدريس والطلاب وأصحاب المشروعات الخارجية كمستأجرين، ومن ثم فإن حاضنات الأعمال أو حاضنات الأعمال الجامعية تمثل صناعة قائمة على تنمية الابتكار تعني تقديم كافة المساعدات لتنمية وتطوير الاستثمارات والأعمال وتقديمها نحو النجاح لكل من لديه روح المبادرة والابتكار وتقديم لهم كافة التسهيلات والخدمات (عباس علي، ٢٠١٩، ص١٠٥).

تساعد حاضنات الأعمال على توثيق التواصل بين الجامعات ومراكز البحث ومراكز التدريب من خلال تسويق الاختراعات للمستثمرين وتحفيز الباحثين وطلاب الدراسات العليا لاستخدام كفاءتهم وقدراتهم وتشجيع مبادراتهم في التنمية الاقتصادية (المشري، ٢٠١٠، ص٢٣٤). كما تُعد حاضنات الأعمال وسيلة لبناء القدرة التنافسية للجامعة من خلال وضع استراتيجيات جديدة، لتحقيق التميز في سوق العمل، وتوفير الموارد البشرية الدربة والماهرة، مما يسهم في اجتذاب الاستثمارات الأجنبية والمحلية، ولملاحقة الركب التكنولوجي والعلمي وإتاحة الفرصة للدخول إلى الأسواق العالمية على اعتبار أن معيار نجاح أي جامعة أصبح يقاس بوصول الجامعة إلى اكتشاف طرق جديدة، وإحداث إبداع كلي بمجالات العمل (أبو المجد، ٢٠١٥، ص٣٠٨). مما يقوي الترابط العضوي بين الجامعات والمؤسسات المجتمعية وأفراد المجتمع وبيئته لشرائح المجتمع الاستفادة من برامج الجامعة العلمية والنظرية، وإيجاد جيل من الشباب يمتلك المرونة والقدرة على الإبداع والابتكار.

النتائج والمناقشة:

لتحقيق أهداف البحث وبالاعتماد على الدراسات السابقة الواردة في متن البحث، تمّ تطوير "استبانة"، وقد تكونت الاستبانة من (٣٠) عبارة موزعة على ثلاثة محاور، المحور الأول: مستوى الوعي بمفهوم ريادة الأعمال، ويشمل العبارات (١-١٠)، المحور الثاني: مستوى الوعي بمواصفات رائد الأعمال، ويشمل العبارات (١١-١٩)، المحور الثالث: معوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال، ويشمل العبارات (٢٠-٣٠).

تمّ الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وذلك بإعطاء الدرجة ٥/ للإجابة بدرجة كبيرة جداً، والدرجة ٤/ للإجابة بدرجة كبيرة، والدرجة ٣/ للإجابة بدرجة متوسطة، والدرجة ٢/ للإجابة بدرجة ضعيفة، والدرجة ١/ للإجابة بدرجة ضعيفة جداً، كذلك تمّ استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.25 في التحليل الإحصائي. تمّ التأكد من صدق الاستبانة وصلاحيتها للقياس، حيث تمّ عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظاتهم، وقد أجريت التعديلات اللازمة، كما تمّ اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وكانت النتائج وفق الجدول الآتي:

الجدول (١) اختبار الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث

المحاور	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
الوعي بمفهوم ريادة الأعمال	١٠	٠.٧٦٩
الوعي بمواصفات رائد الأعمال	٩	٠.٨١٧
معوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال	١١	٠.٨٠٣
الثبات الكلي	٣٠	٠.٨٢٢

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول (١) أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع المتغيرات تساوي (٠.٨٢٢)، وهي أكبر من ٠.٧٠، كذلك يلاحظ أنّ قيم معامل ألفا كرونباخ لكل محور من المحاور أكبر من ٠.٧٠، وهذا يدل على ثبات الأداة وصلاحيتها للقياس والدراسة.

تمّ الاعتماد على الأساليب الإحصائية الآتية: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري للعينة، الأهمية النسبية، اختبار (t) لعينة واحدة One- Sample T. test.

أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت:

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

$$\text{طول الفئة} = ٥ / (١ - ٥) = ٠.٨$$

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

الجدول (٢) تبويب تدرجات سلم ليكرت الخماسي (تبويب مغلق)

المجال	درجة الموافقة	الأهمية النسبية
١ - ١.٨	ضعيفة جداً	(٣٦-٢٠)%
١.٨١ - ٢.٦٠	ضعيفة	(٥٢-٣٦.٢)%
٢.٦١ - ٣.٤٠	متوسطة	(٦٨-٥٢.٢)%
٣.٤١ - ٤.٢٠	كبيرة	(٨٤-٦٨.٢)%
٤.٢١ - ٥	كبيرة جداً	(١٠٠-٨٤.٢)%

المصدر: من إعداد الباحثة

بناءً على نتائج تفريغ الاستبانة، نبين فيما يلي مستوى الوعي بمفهوم ريادة الأعمال ومواصفات رائد الأعمال، ومعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال بين الشباب الجامعي، حيث قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة حسب كل محور، ومن ثم حساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات المحور واخبار معنويته، وذلك وفق الآتي:

أولاً: مستوى الوعي بمفهوم ريادة الأعمال:

الجدول (٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج

اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمفهوم ريادة الأعمال

Test Value = 3			معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t					
دال	.000	38.989	13.11	87.6	0.574	4.38	١. تتطلب ريادة الأعمال المرنة والسعي للأفضل.
دال	.000	40.397	12.71	87.8	0.558	4.39	٢. تساعد ريادة الأعمال في فتح مجالات وأسواق جديدة للسلع والخدمات.
دال	.000	29.764	17.00	87.2	0.741	4.36	٣. في ريادة الأعمال لا ننتظر الفرصة بل نوجدها بأنفسنا.
دال	.000	31.470	15.07	84.8	0.639	4.24	٤. ريادة الأعمال عمر حر يتسم بالإبداع.
دال	.000	48.163	11.62	91.6	0.532	4.58	٥. تساعد ريادة الأعمال في الحد من البطالة وخلق فرص العمل.
دال	.000	22.218	17.83	79.4	0.708	3.97	٦. تعتمد ريادة الأعمال على الخبرة والمعرفة بالسوق.
دال	.000	20.129	21.03	81.2	0.854	4.06	٧. تهدف ريادة الأعمال إلى تحقيق الاكتفاء الذاتي في المجتمع.
دال	.000	23.565	20.47	85.4	0.874	4.27	٨. تعمل ريادة الأعمال على استثمار طاقات الشباب.
دال	.000	47.697	11.83	92	0.544	4.60	٩. تتطلب ريادة الأعمال توافر رأس المال.
دال	.000	33.426	14.51	85.6	0.621	4.28	١٠. تحقق ريادة الأعمال الرضا الوظيفي للشباب نتيجة قيامهم بالعمل المناسب.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (٣) أنّ قيم المتوسطات الحسابية للعبارات تدل على اتفاق أفراد العينة بدرجة كبيرة جداً وكبيرة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمفهوم ريادة الأعمال، حيث حصلت العبارة رقم (٩) والمتضمنة أنّ ريادة الأعمال تتطلب توفر رأس المال بأهمية نسبية (٩٢%)، تليها العبارة رقم (٥)، والمتضمنة أنّ ريادة الأعمال تساهم في الحد من البطالة وخلق فرص العمل بأهمية نسبية (٨٩١.٦%)، بينما جاءت العبارة رقم (٦) والمتضمنة أنّ ريادة الأعمال تعتمد على الخبرة والمعرفة بالسوق في المرتبة الأخيرة وبأهمية نسبية (٧٩.٤%).

اختبار الفرضية الأولى: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمفهوم ريادة الأعمال وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع.

الجدول (٤) نتائج اختبار الفرضية الأولى

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%
263	4.3270	.47001	.02898	86.54%	10.86%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (٢-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
45.787	.000	1.32700	1.2699	1.3841

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (٤) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات محور الوعي بمفهوم ريادة الأعمال ترتفع عن متوسط المقياس (٣)، وبفرق معنوي بلغ (١.٣٢٧)، وتقع ضمن المجال (٤.٢١-٥)، وتقابل شدة الإجابة "بدرجة كبيرة جداً" على مقياس ليكرت، ومعامل اختلاف (١٠.٨٦%) يدل على تجانس إجابات أفراد العينة، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نرفض الفرضية الأولى ونقبل الفرضية البديلة، ويمكن القول أنّ مستوى وعي أفراد العينة من طلبة السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمفهوم ريادة الأعمال كان بدرجة كبيرة جداً، وبأهمية نسبية (٨٦.٥٤%).

ثانياً: مستوى الوعي بمواصفات رائد الأعمال:

الجدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج

اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمواصفات رائد الأعمال

Test Value = 3							العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال	.000	27.975	17.81	86.6	0.771	4.33	١١. الدافعية إلى النجاح والإنجاز.
دال	.000	24.456	16.95	80.6	0.683	4.03	١٢. القدرة على التميز والمنافسة في السوق.
دال	.000	38.067	12.39	84.6	0.524	4.23	١٣. رؤية وقدرة على وضع الأهداف لتحقيقها.

دال	.000	32.971	15.26	87	0.664	4.35	١٤. مستوى عال من الالتزام والمثابرة.
دال	.000	21.035	18.24	78.6	0.717	3.93	١٥. بناء علاقة قوية بينه وبين كل من يتعامل معه.
دال	.000	45.031	12.16	90.6	0.551	4.53	١٦. القدرة على المخاطرة المدروسة.
دال	.000	19.328	18.01	76.4	0.688	3.82	١٧. يمتلك القدرة على القيادة.
دال	.000	15.398	21.95	75.8	0.832	3.79	١٨. يمتلك مهارات اتصالية عالية.
دال	.000	33.571	14.13	84.8	0.599	4.24	١٩. يفضل الاعتماد على الذات والاستقلالية.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (٥) أنّ قيم المتوسطات الحسابية للعبارة تدل على اتفاق أفراد العينة بدرجة كبيرة جداً وكبيرة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمواصفات رائد الأعمال، حيث حصلت العبارة رقم (١٦) والمتضمنة أنّ رائد الأعمال يجب أن يمتلك القدرة على المخاطرة المدروسة بأهمية نسبية (٩٠.٦%)، تليها العبارة رقم (١٤)، والمتضمنة أنّ رائد الأعمال يجب أن يكون لديه مستوى عال من الالتزام والمثابرة بأهمية نسبية (٨٧%)، بينما جاءت العبارة رقم (١٨) والمتضمنة أنّ رائد الأعمال يجب أن يمتلك مهارات اتصالية عالية في المرتبة الأخيرة وبأهمية نسبية (٧٥.٨%).

اختبار الفرضية الثانية: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمواصفات رائد الأعمال وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع.

الجدول (٦) نتائج اختبار الفرضية الثانية

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف %
263	4.1372	.39115	.02412	82.74%	9.45%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (٢-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
47.150	.000	1.13722	1.0897	1.1847

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (٦) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارة محور الوعي بمواصفات رائد الأعمال ترتفع عن متوسط المقياس (٣)، وبفارق معنوي بلغ (١.١٣٧٢٢)، وتقع ضمن المجال (٣.٤١-٤.٢٠)، وتقابل شدة الإجابة "بدرجة كبيرة" على مقياس ليكرت، ومعامل اختلاف (٩.٤٥%) يدل على تجانس إجابات أفراد العينة، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نرفض الفرضية الثانية ونقبل الفرضية البديلة، ويمكن القول أنّ مستوى وعي أفراد العينة من طلبة السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمواصفات رائد الأعمال كان بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (٨٢.٧٤%).

ثالثاً: معوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال:

الجدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج

اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بوعيهم بمعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال

Test Value = 3			معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t					
دال	.000	42.620	13.18	91.8	0.605	4.59	٢٠. عدم توافر الإمكانيات المادية لدى الكثير من الشباب.
دال	.000	6.356	23.90	66.2	0.٧91	٣.٣1	٢١. عدم وجود خبرة كافية لدى الخريج للقيام بالمشروع الريادي.
دال	.000	12.292	21.06	71.4	0.752	3.57	٢٢. انخفاض الربح من المشروعات الريادية في بداية تشغيلها.
دال	.000	5.218	24.79	65.2	0.808	3.26	٢٣. قلة وعي الشباب وتدريبهم على ثقافة ريادة الأعمال.
دال	.000	14.259	20.76	73.4	0.762	3.67	٢٤. نقص المعلومات المتاحة لدى الشباب عن كيفية إنشاء مشروع بصفة قانونية.
دال	.000	34.392	14.78	87.4	0.646	4.37	٢٥. الروتين وتعقد إجراءات البدء في تنفيذ المشروع الريادي.
دال	.000	15.743	22.32	76.6	0.855	3.83	٢٦. نقص الخبرة بكيفية تسويق المنتجات والوصول للمستهلك أو العميل.
دال	.000	30.760	17.34	89.4	0.775	4.47	٢٧. عدم توفر الدعم المادي والتقني والإداري لإقامة المشروع الخاص.
دال	.000	29.425	16.93	86.6	0.733	4.33	٢٨. عدم توافر الدعم الفني لإقامة المشروع الريادي الخاص.
دال	.000	9.999	25.13	71	0.892	3.55	٢٩. عدم وجود مؤسسات ترعى الرياديين وتتابع مشاريعهم.
دال	.000	5.718	21.82	65	0.709	3.25	٣٠. ضعف روح المبادرات الفردية للشباب.
دال	.000	31.388	15.79	86.4	0.682	4.32	٣١. عدم وجود حاضنات أعمال في الجامعة.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (٧) أنّ قيم المتوسطات الحسابية للعبارات تدل على اتفاق أفراد العينة بدرجة كبيرة جداً وكبيرة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال، حيث حصلت العبارة رقم (٢٠) والمتضمنة أنّ عدم توافر الإمكانيات المادية لدى كثير من الشباب يعرقل انتشار مفهوم ريادة الأعمال بأهمية نسبية (٩١.٨%)، تليها العبارة رقم (٢٧)، والمتضمنة أنّ عدم توفر الدعم المادي والتقني والإداري لإقامة المشروع الخاص يعرقل انتشار مفهوم ريادة الأعمال بأهمية نسبية (٨٩.٤%)، بينما جاءت العبارة رقم (٣٠) والمتضمنة أنّ ضعف روح المبادرات الفردية للشباب يعرقل انتشار مفهوم ريادة الأعمال في المرتبة الأخيرة بأهمية نسبية (٦٥%).

اختبار الفرضية الثالثة: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى وعيهم بمعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع.

الجدول (٨) نتائج اختبار الفرضية الثالثة

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف %
263	3.8707	.58481	.03606	٧٧.٤١%	١٥.١١%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (٢-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
24.146	.000	.87072	.7997	.9417

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (٨) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات محور الوعي بمعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال ترتفع عن متوسط المقياس (٣)، وبفرق معنوي بلغ (٠.٨٧٠٧٢)، وتقع ضمن المجال (٤.٢٠-٣.٤١)، وتقابل شدة الإجابة "درجة كبيرة" على مقياس ليكرت، ومعامل اختلاف (١٥.١١%) يدل على تجانس إجابات أفراد العينة، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نرفض الفرضية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة، ويمكن القول أنّ مستوى وعي أفراد العينة من طلبة السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال كان بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (٧٧.٤١%).

الاستنتاجات والتوصيات:

أ- الاستنتاجات:

١- أظهرت النتائج أنّ مستوى وعي أفراد العينة من طلبة السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمفهوم ريادة الأعمال كان بدرجة كبيرة جداً، وبأهمية نسبية (٨٦.٥٤%)، ويتجلى ذلك من خلال معرفتهم بأنّ ريادة الأعمال تتطلب المرونة والسعي للأفضل، وتساعد في فتح مجالات وأسواق جديدة للسلع والخدمات، وهي عمر حر يتسم بالإبداع، حيث تساعد في الحد من البطالة وخلق فرص العمل، وتعتمد على الخبرة والمعرفة بالسوق، وتهدف إلى تحقيق الاكتفاء الذاتي في المجتمع، وتستثمر طاقات الشباب، وتتطلب توافر رأس المال، وتحقق الرضا الوظيفي للشباب نتيجة قيامهم بالعمل المناسب.

٢- أظهرت النتائج أنّ مستوى وعي أفراد العينة من طلبة السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمواصفات رائد الأعمال كان بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (٨٢.٧٤%)، ويتجلى ذلك من خلال معرفتهم بأنّ رائد الأعمال يجب أن يمتلك الدافعية إلى النجاح والإنجاز، ورؤية وقدرة على وضع الأهداف لتحقيقها، ومستوى عالٍ من الالتزام والمثابرة، والقدرة على التميز والمنافسة في السوق، وبناء علاقة قوية بينه وبين كل من يتعامل معه، والقدرة على المخاطرة المدروسة، والقدرة على القيادة، ومهارات اتصالية عالية، والاعتماد على الذات والاستقلالية.

٣- أظهرت النتائج أنّ مستوى وعي أفراد العينة من طلبة السنة الرابعة في كلية الاقتصاد بجامعة تشرين بمعوقات انتشار مفهوم ريادة الأعمال كان بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (٧٧.٤١%)، ويتجلى ذلك من خلال معرفتهم بأنّ (عدم توافر الإمكانيات المادية لدى الكثير من الشباب، وانخفاض الربح من المشروعات الريادية في بداية تشغيلها، ونقص المعلومات المتاحة لدى الشباب عن كيفية إنشاء مشروع بصفة قانونية، والروتين وتعقد إجراءات البدء في تنفيذ المشروع الريادي، ونقص الخبرة بكيفية تسويق المنتجات والوصول للمستهلك أو العميل، وعدم توفر الدعم المادي والتقني والفني والإداري لإقامة المشروع الخاص، وعدم وجود

مؤسسات ترعى الرياديين وتتابع مشاريعهم، وعدم وجود حاضنات أعمال في الجامعة) تعرقل انتشار مفهوم ريادة الأعمال.

ب- التوصيات:

- ١- تطوير الهياكل التنظيمية في الجامعات؛ بما يحقق وجود جهة مختصة في الكليات تنظم العمليات والأنشطة التي تدعم ريادة الأعمال، كإنشاء مركز لريادة الأعمال يتولى مهمة الإشراف والمتابعة والتقييم لأنشطة ريادة الأعمال على مستوى كليات الجامعة.
- ٢- إنشاء حاضنة أعمال جامعية مجهزة بكافة الوسائل المساعدة لنجاح المشاريع الريادية.
- ٣- عقد الدورات والندوات ورش العمل بشكل مستمر في الجامعات، لتوعية الطلبة بأهمية ريادة الأعمال، وإكسابهم الخصائص والمهارات الريادية التي تمكنهم من أن يصبحوا رواد أعمال.
- ٤- توفير الإمكانيات المادية والمالية والبشرية اللازمة لدعم المشروعات الريادية في الجامعات، وذلك من خلال عقد شراكات مع جهات خارجية ورجال الأعمال لدعم مثل هذه المشروعات.
- ٥- ادخال مقرر متخصص في ريادة الأعمال لمختلف التخصصات والمستويات الدراسية لطلبة الجامعة، واستخدام طرق تدريس حديثة تركز على الجانب التطبيقي في مجال ريادة الأعمال، كتنظيم زيارات ميدانية إلى الشركات الريادية الناجحة لاطلاع الطلبة على تجاربها وسبل نجاحها.
- ٦- إجراء المزيد من الدراسات تتعلق بتعميق ثقافة ريادة الأعمال على اختصاصات أخرى، ومتغيرات ذات صلة بريادة الأعمال.

المراجع:

أ- المراجع العربية:

- ١- إبراهيم علي، شيماء فوزي (٢٠٢٢). ثقافة ريادة الأعمال والتخطيط لتدعيم المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، العدد (٥٨)، الجزء الأول، ١٩٣-٢٣٢.
- ٢- أبو الشعر، حنين (٢٠١٦). مدى توافر النية الريادية والعوامل المؤثرة فيها لدى طلبة الجامعات الحكومية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، ١٧.
- ٣- أبو المجد، مها (٢٠١٥). حاضنات الأعمال البحثية وتنمية القدرة التنافسية للجامعة، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، السعودية، العدد (٦٦)، ٣٠٥-٣٣١.
- ٤- البلعاوي، صالح خيرى (٢٠١٥). أثر الخصائص القيادية للإدارة العليا على نمو شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع غزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، ١٥.
- ٥- حسن، صلاح (٢٠١٣). التطورات والمتغيرات الاقتصادية الدولية: دعم وتنمية المشروعات الصغيرة لحل مشاكل البطالة والفقر، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ٣٥.
- ٦- حمود، خضير كاظم (٢٠١٠). منظمة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ٤٦.
- ٧- الرميدي، بسام سمير (٢٠١٨). تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب: استراتيجية مقترحة للتحسين، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد السادس، جوان، ٣٧٢-٣٩٤.

- ٨- السيد، لمياء؛ وإبراهيم، غيمان (٢٠١٤). 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 ٥٣، ٢٧٥-٣٤٩.
- ٩- الشيخ، فؤاد نجيب؛ وملحم، يحيى؛ والعاليك، وجدان محمد (٢٠٠٩). صاحبات الأعمال الرياديات في الأردن: سمات وخصائص، المجلة الأردنية في إدارة العمال، الجامعة الأردنية، المجلد (٥)، العدد (٤)، ٤٩٧-٥٢٢.
- ١٠- عباس علي، شيماء علي (٢٠١٩). تطوير حاضنات الأعمال الجامعية في مصر على ضوء خبرة حاضنة *SET Squared* بالمملكة المتحدة، مجلة العلوم التربوية، كلية التربية بالغرندقة، جامعة جنوب الوادي، العدد الخامس، ٨٩-١٣٢.
- ١١- عبد الفتاح، محمد زين العابدين (٢٠١٦). الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة السنة التحضيرية جامعة الملك سعود واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد السابع عشر، ٦٢٣-٦٥٤.
- ١٢- علام، وليد كامل محبين كامل (٢٠٢٢). نشر ثقافة ريادة الأعمال وأثره على تنمية الدوافع الريادية لدى الشباب: دراسة ميدانية بالتطبيق على جهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر بمحافظة أسوان، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد (١٣)، العدد الأول، ١٢٢-١٨٥.
- ١٣- محمد، عوض الله؛ ومحمود، أشرف (٢٠١٤). قياس مستوى ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة الطائف ودور الجامعة في تنميتها، مجلة البحث العلمي في التربية، مصر، المجلد ١٥، العدد الأول، ٢٠١٤، ٥٤٩-٥٩٩.
- ١٤- المخيزيم، حسام (٢٠١٧). واقع تنمية ثقافة ريادة الأعمال لطلاب جامعة محمد بن سعود الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٢١.
- ١٥- المشري، صالح (٢٠١٠). دور حاضنات الأعمال والابتكار التقني في تنمية الإبداع وتشجيع المبدعين، أعمال ملتقيات وندوات (بناء القدرات البشرية العربية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، ٢٢٧-٢٤٢.
- ١٦- مصطفى، جمال مصطفى محمد (٢٠٢١). ثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وسبل تعزيزها من وجهة نظرهم. المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، المجلد (٤)، العدد الأول، ١٠٩-١٥٥.
- ١٧- مهناوي، أحمد (٢٠١٤). دور التعليم الثانوي الفني المزدوج في إكساب طلابه ثقافة ريادة الأعمال لمواجهة مشكلة البطالة في مصر، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، السعودية، العدد ٥٢، ٣١٣-٣٦١.

ب- المراجع الأجنبية:

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

19- Kume, Anisa. (2013). *entrepreneurial Characteristics amongst university students in Albania*. European Scientific Journal, 9(16),206-225.

20- Mitchell P., & Mckeown A. (2004). *Importance of Peer Support and Tutor Involvement in Entrepreneurship Education for Overseas Bioscience Students*, <http://bio.166n.ac.uk/Journal/vol1/beeJ-3.2.htm>, 1.

21- Nandan, H. (2007). *Fundamentals of Entrepreneurship*. New Delhi: Prentice-Hall of India Private Limited, 4-5.

22- Roddic. Dame Anita (2007). *Exceptional Entrepreneurship*. European Innovation Centre. London: Global Professional Publishing Limited, 12.