

دراسة ميدانية مقارنة للتوجهات والدوافع الريادية بين الطلاب والطالبات في الجامعات المصرية

عمرو علاء الدين زيدان

جامعة الزقازيق
جمهورية مصر العربية

الملخص

سعت هذه الدراسة الميدانية إلى اختبار الفروق النوعية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث توجهاتهم ودوافعهم الريادية من خلال اختبار ٦ فروض. وبلغت عينة الدراسة ٢٣٢١ طالباً وطالبة يمثلون (٦) جامعات حكومية. وقد توصلت الدراسة إلى اتفاق مجموعتي الدراسة في بعض الجوانب الريادية واختلافهما في بعض الجوانب الأخرى. فقد أثبتت الدراسة وجود فروق جوهرية بالنسبة لكل من الدوافع الريادية، واحتمالات إقامتهم لمشروعات جديدة بعد التخرج، واستعدادهم لإقامة هذه المشروعات بعد التخرج مباشرة، والتخصصات التي يفضلونها لمشروعاتهم، وإدراكهم لطبيعة رواد الأعمال، وإدراكهم للخصائص والسلوكيات السلبية لرجال الأعمال المصريين. في حين اختفت الفروق المعنوية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث: توجهاتهم الريادية، وإدراكهم لتأثير عوامل معينة على إعداد رواد الأعمال وتكوينهم، وإدراكهم للخصائص والسلوكيات الإيجابية التي يتمتع بها رجال الأعمال المصريين. وتشير نتائج الدراسة إلى أن مساحة الاختلاف المتوقعة بين رواد الأعمال ورائدات الأعمال في المجتمع المصري تعد أكبر من مساحة التشابه بينهما، وذلك على عكس ما أقرته بعض الدراسات الغربية التي أجريت على رواد الأعمال ورائدات الأعمال في الدول الصناعية المتقدمة. ولعل هذا الاستنتاج يؤكد ضرورة وأهمية اختبار المناهج والافتراضات التي قامت عليها دراسات ريادة الأعمال النسائية في المجتمعات الغربية في غيرها من المجتمعات النامية والاقتصادات الناشئة.

مصطلحات علمية

ريادة الأعمال النسائية،
رائدات الأعمال، رواد الأعمال،
التوجهات الريادية، الدوافع
الريادية، طلاب الجامعات.

المشروعات الجديدة، وترجمة هذه الأفكار إلى
كيانات اقتصادية ناجحة (Pines, Levy, Utasi
and Hill, 2005; Sarri and Trihopoulou, 2005;
Thurik and Wennekers, 2004).

وكان طبيعياً أن يصحب هذا الاهتمام
غير المسبوق بريادة الأعمال على مستوى
الدول والمجتمعات، اهتمام مماثل بالدراسات
الريادية. فعلى الرغم من أن بعض الباحثين
الاقتصاديين والإداريين (e.g. McClelland,
1961; Schumpeter, 1934) لفتوا الانتباه
لمفهوم ريادة الأعمال مبكراً، فإن الاهتمام
الأكاديمي المكثف بهذا المجال لم يعرف
طريقه إلى الكتب والدوريات العلمية إلا مع
بداية الثمانينيات من القرن العشرين
(e.g. Kuratko and Hodgetts, 2004;
Antoncic and Hisrich, 2003; Huefner and
Hunt, 1994; Bygrave and Hofer, 1991;
Bygrave, 1989; Brockhaus, 1987; Kets de
Vries, 1985; Stevenson and Gumpert, 1985).

وقد نبعت الدراسات السابقة في
مجال ريادة الأعمال من ثلاثة مصادر
رئيسة هي: (Pines et al., 2005)

- ١ - المدخل الاقتصادي، الذي يركز
على دور رواد الأعمال في تحقيق
التنمية الاقتصادية؛
- ٢ - المدخل الاجتماعي/البيئي، الذي
يركز على تأثير البيئة الاجتماعية
والثقافية على رواد الأعمال؛
- ٣ - المدخل النفسي، الذي يركز على
السمات والخصائص الشخصية
المميزة لرواد الأعمال.

شهد مجال ريادة الأعمال
Entrepreneurship - منذ الربع
الأخير من القرن العشرين - اهتماماً
ملحوظاً من جانب السياسيين
والاقتصاديين وصناع القرارات وواضعي
السياسات في أنحاء كثيرة من العالم. فقد
شهدت هذه الفترة ترويحاً مكثفاً للأفكار
والمفاهيم الريادية من ناحية، واهتماماً
بتوفير البنية الأساسية لتطبيقات ريادة
الأعمال من ناحية أخرى. وقد كان التشجيع
على إقامة المزيد من المشروعات الجديدة،
والعمل على إزالة الحواجز والعوائق التي
تقف أمام إقامة هذه المشروعات وتنميتها
ترجمة حقيقة لهذا الاهتمام. فقد أصبحت
الممارسات الريادية عاملاً أساسياً من
عوامل خفض معدلات البطالة وتحقيق
الازدهار والتنمية الاقتصادية في كثير من
دول العالم المتقدم والنامي على حد سواء.

من ناحية أخرى، أصبحت ريادة
الأعمال عاملاً حاسماً في ظل اقتصاد
المعرفة Economy of Knowledge الذي
أصبح السمة المميزة لكثير من الاقتصادات
العالمية في وقتنا الراهن. ولم تعد ريادة
الأعمال قاصرة على القيام بدورها بوصفها
قوة دافعة لتحقيق التنمية الاقتصادية وخلق
الفرص الوظيفية فحسب، وإنما تعدت ذلك
إلى الإسهام في التنمية الشخصية
والاجتماعية لأفراد المجتمع، وزيادة القدرة
الابتكارية والتنافسية للاقتصادات الوطنية.
وترتب على ذلك أن أصبح رواد الأعمال
Entrepreneurs قادة العهد الجديد وصناعه،
بل المصدر الرئيس لميلاد أفكار

الأخيرة، وأسهمت مشروعاتهن في نمو الاقتصاد العالمي وتطور مجتمعاتهن. فتقرر الإحصائيات أن هناك امرأة من بين كل ١٠ نساء تمتلك مشروعاً خاصاً. وتشير التقديرات أيضاً إلى أن النساء يملكن ويدرن ثلث المشروعات المسجلة في دول العالم المتقدم. وقد لاحظ بعض الباحثين هذا النمو في ريادة الأعمال النسائية منذ سبعينيات القرن العشرين (حيث ارتفعت نسبة المشروعات النسائية من ٥٪ إلى ٣٨٪ خلال ثلاثين سنة)، وعدّوه واحداً من أهم ثورات العصر وأكثرها هدوءاً. بل إن العشرين سنة الأخيرة شهدت زيادة في عدد الشركات التي تمتلكها النساء بمقدار الضعف مقارنة بعدد الشركات التي يمتلكها الرجال (McClelland, *at al.*, 2005; Coyle and Ellinger, 2003; Gundry, *et al.*, 2002; McKay, 2001).

وتؤكد الإحصائيات التفصيلية هذه الحقيقة. فقد تضاعفت نسبة النساء اللاتي يملكن المشروعات الصغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية من ١٩٪ من بداية الثمانينيات من القرن العشرين إلى ٣٨٪ في عام ١٩٩٢، إلى أن وصلت هذه النسبة إلى حوالي ٥٠٪ من المشروعات الصغيرة في عام ١٩٩٩ (Sarri and Trihopoulou, 2005). وتبلغ نسبة رائدات الأعمال الأمريكيات ٣٧٪ يملكن ١٠,١ مليون شركة (Petridou, Sarri and Kyrgidou, 2009). وفي أستراليا، تمتلك النساء أو تدير ثلث المشروعات الصغيرة والمتوسطة، في حين ينخرط معظم النساء الأستراليات في ملكية أو إدارة المشروعات متناهية الصغر (أقل

وأياً ما كان المدخل المستخدم، فقد ركزت الدراسات المبكرة في مجال ريادة الأعمال بصفة أساسية على رواد الأعمال الرجال Male Entrepreneurs، الذين كانوا الفئة السائدة والمسيطرة على المجتمع الريادي من حيث الكم (Moore, 1990). ولم تبدأ الدراسات الريادية في التوجه نحو دراسة ريادة الأعمال النسائية Female Entrepreneurship إلا في أواخر السبعينيات من القرن العشرين. وقد بدأت هذه الدراسات بدراسة السمات النفسية والاجتماعية لرائدات الأعمال Female Entrepreneurs (Schwartz, 1976). إلا أن فترة الثمانينيات لم تشهد اهتماماً مماثلاً بدراسة ريادة الأعمال النسائية. وفي حقبة التسعينيات، وعلى الرغم من الزيادة الكبيرة التي طرأت على أعداد الشركات التي تمتلكها النساء، فإن الدراسات التي تناولت صاحبات هذه الشركات - بصفة عامة - كان قليلاً، مقارنة بأعداد الدراسات التي تناولت الفئات الأخرى من النساء كالمرأة العاملة أو غير العاملة، أو حتى مقارنة بالدراسات التي تناولت الرجال (Brush, 1992). أما السنوات العشر الأخيرة، فقد شهدت اهتماماً ملحوظاً بمتغير النوع Gender في الدراسات الريادية، سواءً باعتباره متغيراً رئيساً أو مقارناً في هذه الدراسات (Verheul, 2005: 11).

ولاشك أن الاهتمام الحالي بدراسة ريادة الأعمال النسائية يتناسب مع ما تقرره الإحصائيات العالمية من زيادة ملحوظة في أعداد النساء اللاتي دخلن مجال ريادة الأعمال خلال العقود الثلاثة

2008; Knight, 2006; Still and Walker, 2006; Sarri and Trihopoulou, 2005; Hisrich and øztürk, 1999).

أما على مستوى الدول العربية، فيشير تقرير البنك الدولي إلى تفاوت نسبة الشركات التي تمتلكها النساء في هذه الدول. فبينما تبلغ نسبة الشركات التي تمتلكها النساء في لبنان ٢٨٪ من الشركات المسجلة، فإن هذه النسبة لا تتعدى ٤٪ في سلطنة عمان. وتتقارب هذه النسب في كل من المملكة العربية السعودية واليمن والمغرب، حيث تبلغ ١٢٪، و ١٠٪، و ٨٪ على الترتيب (World Bank, 2007).

وعلى مستوى الأقاليم الاقتصادية في العالم، تبلغ نسبة الشركات المملوكة للنساء في منطقة أوروبا ووسط آسيا ٢٤٪، في حين تصل هذه النسبة إلى ٢٠,٥٪ في منطقة شرق آسيا، وإلى ١٩,٥٪ في منطقة أمريكا اللاتينية والكاريبي. أما في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فتبلغ هذه النسبة ١٤,٥٪، تليها أفريقيا بنسبة ١٠٪. وتأتي منطقة جنوب آسيا في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣٪ (World Bank, 2007).

لقد أثارت الأرقام السابقة انتباه كثير من الباحثين. وحاولوا تفسير الزيادة المطردة في أعداد رائدات الأعمال في أنحاء كثيرة من العالم، كما اهتمت الدراسات المقارنة على مستوى الدول والتقارير الدولية والإقليمية بهذا الأمر. ومن النتائج المثيرة التي توصل إليها تقرير ريادة الأعمال العالمي Global Entrepreneurship

(من خمسة عمال) (Still and Walker, 2006; Sarri and Trihopoulou, 2005). أما في المملكة المتحدة، فقد تراوحت الشركات التي تمتلكها النساء ما بين ربع وثلاث الشركات المسجلة في منتصف التسعينيات. وفي فرنسا تمثل النساء ٢٦٪ من مجتمع رواد الأعمال. بالإضافة إلى ذلك، فإن الاتحاد الأوروبي يسعى إلى تشجيع ريادة الأعمال النسائية ودعمها من خلال العمل على رفع مؤشرات التوظيف الذاتي Self-employment بين النساء إلى ٦٠٪ بحلول عام ٢٠١٠ (Sarri and Trihopoulou, 2005).

ولا يختلف الأمر في الدول النامية والاقتصادات الناشئة عنه في الدول المتقدمة. ففي اليونان، تشارك واحدة من بين كل امرأتين في قوة العمل اليونانية. وتبلغ نسبة ملكية النساء للمشروعات ٢١,٣٪، في حين تتراوح نسبة رائدات الأعمال ما بين ١٠٪ - ١٥٪ من مجتمع رواد الأعمال، وهو معدل يقل عن نسبة رائدات الأعمال السائد في أوروبا (٢٠٪). أما في تركيا، فقد شهدت نهايات القرن العشرين زيادة عدد رائدات الأعمال أربع مرات، ووصلت نسبتهن إلى حوالي ٧,٥٪ من مجموع قوة العمل النسائية في تركيا. وفي فنزويلا، تبلغ نسبة النساء المشاركات في المراحل الأولى من النشاط الريادي ٢٣,٨٪. وفي كينيا، تمتلك رائدات الأعمال ٤٧,٧٪ من المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر. وفي تنزانيا، تمتلك المرأة حوالي ٣٦٪ من المشروعات الصغيرة والمتوسطة (Petridou et al., 2009; Singh and Belwal,

أخيراً، أشار بعض الباحثين (Jamali, 2009; Verheul, 2005) إلى أن زيادة الأعمال النسائية لا تسهم في تحقيق النمو الاقتصادي للدول فقط، وإنما تؤدي أيضاً إلى رفع مستويات التنوع Diversity في النشاط الريادي، وهو ما يؤدي إلى ارتفاع مستويات الأداء الاقتصادي للدول أو الأقاليم الاقتصادية. فإذا أخذنا في الاعتبار - طبقاً للإحصائيات الحالية - أن إسهام المرأة في النشاط الريادي لا يصل إلى ٥٠٪ في جميع الدول، فإننا نستطيع القول إنه إذا زاد عدد رائدات الأعمال (مقارنة برواد الأعمال) في نظام اقتصادي معين، فستكون هناك فرص أكبر لحدوث التنوع الريادي Entrepreneurial Diversity (بافتراض اختلاف خصائص كل من رواد الأعمال ورائدات الأعمال، وكذلك اختلاف خصائص ما يقيمونه من شركات). وبصفة عامة، لاحظ الباحثون أن الدول التي تتمتع بنشاط ريادي نسائي مرتفع، تميل أيضاً إلى التمتع بمعدل نشاط ريادي كلي مرتفع (Verheul, 2005).

بناءً على ما تقدم، فإن هذه الدراسة تسعى إلى إبراز أهم الفروق الجوهرية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث ميلهم إلى ممارسة النشاط الريادي بعد تخرجهم. وتبدأ الدراسة بمراجعة الدراسات السابقة في مجال زيادة الأعمال النسائية، وتعرف المجالات البحثية التي لاقت اهتماماً من الباحثين الرياديين في المجتمعات الغربية، ثم تحديد تساؤلات الدراسة، وأهدافها. أما القسم الثاني من

Monitor (GEM) في هذا الصدد أن معدلات زيادة الأعمال النسائية تميل إلى الارتفاع في الدول الفقيرة، حيث لا يتوافر للمرأة في هذه الدول بدائل أخرى للدخل. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء التفرقة بين نوعين رئيسيين من زيادة الأعمال هما:

(e.g.: Alstete, 2002; Orhan and Scott, 2001; Deakins and Whittam, 2000)

- زيادة الأعمال القائمة على استثمار الفرص Opportunity Entrepreneurship
- زيادة الأعمال القائمة على الضرورة Necessity Entrepreneurship الملحة

فلاشك أن النوع الأخير من زيادة الأعمال يرتبط بالنساء أكثر من ارتباطه بالرجال. بعبارة أخرى، عندما تجد المرأة نفسها مضطرة، فإنها تصبح أكثر ريادية من الرجال (Pines and Schwartz, 2005).

بالإضافة إلى ذلك، فقد توصلت دراسة أجريت على ١٧ دولة (Langowitz and Minniti, 2007) إلى أن المتغيرات الشخصية الإدراكية تتمتع بتأثير كبير على الميل الريادي لدى النساء، كما أنها تمثل سبباً رئيساً في التمييز بين ممارسة الرجال لزيادة الأعمال وزيادة الأعمال النسائية. فقد أظهرت الدراسة أن المرأة تؤمن بأن البيئة الريادية تعد بيئة مواتية للرجال أكثر من النساء، ومن ثم فإن الفرص الريادية المتاحة للمرأة تكون أقل من تلك المتاحة للرجال. ولاشك أن هذه النتائج تبين أن العوامل الشخصية يمكن أن تقوم بدور مؤثر على زيادة الأعمال النسائية (مذكور في: Pines and Schwartz, 2005).

بصفة عامة - أكثر وعياً بإمكانية وجود اختلافات وفروق نوعية Gender Differences، كما أصبح متغير النوع متغيراً حاكماً في الدراسات الريادية. لذلك، ركزت معظم دراسات ريادة الأعمال النسائية على مستوى الأفراد، وتناولت الموضوعات المرتبطة بهم مثل: الدوافع، والعوامل الديموجرافية، والخلفية التي تتمتع بها رائدات الأعمال (مثل: مستوى التعليم والخبرة). وحتى أوائل التسعينيات من القرن العشرين عمدت دراسات ريادة الأعمال النسائية إلى تحديد الاختلافات النوعية في الخصائص الفردية لرواد الأعمال ورائدات الأعمال. فقد توصل Brush (1992) إلى أن "صاحبات الأعمال يختلفن اختلافاً كبيراً عن أصحاب الأعمال على مستوى الخصائص الفردية مثل: مستوى التعليم، والخبرات الوظيفية، والدوافع، والظروف المحيطة بإقامة المشروعات". أما الدراسات الحديثة، فقد أوضحت أن مساحة التشابه بين الخصائص الفردية (بما في ذلك العوامل النفسية، والاتجاهات، والخلفية الشخصية) لكل من رواد ورائدات الأعمال، تفوق الاختلافات الموجودة بينهما (e.g.: Ahl, 2002).

إلا أن دراسات ريادة الأعمال النسائية لم تتوقف عند مستوى الأفراد فقط، وإنما اهتمت أيضاً بالبيئة الريادية، والمنظمات الريادية، والعمليات الريادية على التوالي (Ahl, 2002). وقد ارتفع عدد الدراسات التي تناولت البيئة الريادية - بشكل خاص - منذ أوائل التسعينيات من

الدراسة فيتناول منهجية الدراسة، وتتضمن عينة الدراسة ومتغيراتها وأسلوب وأداة جمع البيانات وأساليب تحليل البيانات. ويخصص القسم الثالث من الدراسة لتحليل البيانات واختبار فروض الدراسة. وتختتم الدراسة بمناقشة نتائج تحليل البيانات والدلالات العملية للدراسة والدراسات المستقبلية.

مراجعة الدراسات الريادية السابقة:

لقد كانت القضايا المتعلقة بالمساواة بين الجنسين هي الدافع الأول وراء الاهتمام بدراسة ريادة الأعمال النسائية؛ فقد افترض الباحثون أن رائدات الأعمال يُعانين من التمييز الجنسي Gender-related discrimination، كما يعانين كذلك من المزيد من الصعوبات المرتبطة بإقامة مشروعاتهن وإدارة هذه المشروعات بشكل يفوق معاناة نظرائهن من رواد الأعمال. وحتى عندما تثار الأفكار المتعلقة بالحوالجز والعوائق التي تواجهها رائدات الأعمال مقارنة برواد الأعمال، فإن مناقشة هذه الموضوعات تتم - عادة - من منطلق أن رائدات الأعمال يعدون أحد الموارد غير المستثمرة، وأنهن قادرات على الإسهام في الأداء الاقتصادي للدول التي ينتمين إليها (Verheul, 2005: 1).

من هذا المنطلق، نشطت الدراسات المتعلقة بريادة الأعمال النسائية خلال السنوات الأخيرة، واتخذ هذا الاهتمام عدة مظاهر. فعلى صعيد الدراسات الميدانية، أصبح الباحثون في مجال ريادة الأعمال -

القرن العشرين. وأوضحت هذه الدراسات أن عملية إقامة المشروعات وإدارتها، وكذلك المؤثرات البيئية على النشاط الريادي تتشابه نسبياً لدى كل من رواد الأعمال ورائدات الأعمال. أما على مستوى الخصائص التنظيمية، فقد اتضح اختلاف خصائص الشركات التي تمتلكها النساء عن تلك التي يمتلكها الرجال. وتوضح هذه الاختلافات في حجم المبيعات، وأنماط الإدارة، وأهداف الشركات، وفي أسلوب الحصول على التمويل اللازم (Brush, 1992). أما أكثر الاختلافات النوعية وضوحاً، فقد كانت بين حجم الشركة والقطاع الذي تنتمي إليه. فقد اتضح أن الشركات التي تمتلكها النساء أصغر حجماً - في المتوسط - من تلك التي يمتلكها الرجال (سواء تم قياسها طبقاً للمؤشرات المالية أو طبقاً لحجم العمالة)، كما اتضح أيضاً أن رائدات الأعمال يفضلن العمل في قطاع تجارة التجزئة والخدمات بشكل يفوق تفضيل رواد الأعمال (كما هو مذكور في: Verheul, 2005).

بالإضافة إلى ذلك، فقد اتجهت مجموعة أخرى من الدراسات إلى تناول أكثر من موضوع في وقت واحد. فعمدت بعض الدراسات إلى مناقشة العلاقة بين ملكية النساء للمشروعات وبين الأداء التنظيمي لشركاتهن. فعلى الرغم من أن معظم الباحثين افترضوا انخفاض معدلات أداء الشركات التي تمتلكها النساء مقارنة بتلك التي يمتلكها الرجال، فإن (Ahl, 2002:108) تقرر أن هذه الفرضية ليس لها سند من الواقع. إذ لا توجد اختلافات نوعية

نستطيع أن نستنتج من المراجعة السابقة أنه على الرغم من توصل كثير من الدراسات لوجود تشابه في الخصائص التي يتمتع بها كل من رواد الأعمال ورائدات الأعمال، فإن هذه الدراسات أثبتت أيضاً وجود كثير من الاختلافات والفروق الجوهرية (Petridou et al., 2009).

وعلى الرغم من أن الدراسات التي تناولت الخصائص الفردية لرائدات الأعمال كان لها تأثير واسع على مجال ريادة

العمل، وعلى الرغم من أن الدراسات التي تناولت الخصائص الفردية لرائدات الأعمال كان لها تأثير واسع على مجال ريادة

الريادي لكل من رواد الأعمال ورائدات الأعمال في المجتمع (Verheul and Thurik, 2003)، حيث توصلنا إلى تشابه العوامل المحددة للنشاط الريادي على المستوى الكلي لدى كل من رواد الأعمال ورائدات الأعمال.

بناءً على المراجعة السابقة للدراسات الريادية في مجال ريادة الأعمال النسائية يتضح أن هذه الدراسات انصبحت على المجالات الآتية: (Still and Walker, 2006; Bruni, et al., 2004).

- ١ - الخصائص والسمات المميزة لرائدات الأعمال ولمشروعاتهن مقارنة بتلك التي تميز رواد الأعمال ومشروعاتهم.
- ٢ - دوافع رائدات الأعمال مقارنة بدوافع رواد الأعمال.
- ٣ - قضية معدل نمو المشروعات المملوكة لرائدات الأعمال.
- ٤ - الأنماط السائدة لريادة الأعمال النسائية.
- ٥ - العوامل المحددة للنشاط الريادي النسائي على مستوى الدول.
- ٦ - الثقافة التنظيمية لدى رائدات الأعمال.

بالإضافة إلى ذلك، فإن نتائج هذه الدراسات لم تحسم الجدل السائد حول الفروق النوعية بين رواد الأعمال ورائدات الأعمال. وأن دراسة كثير من العوامل النفسية، والاتجاهية، والبيئية، تبين أن مساحة التشابه بين رواد الأعمال ورائدات

جوهريّة بين الأداء الريادي لكل من النساء والرجال.

كذلك اهتمت بعض الدراسات بدراسة مدى توافر بعض الخصائص الريادية لدى رائدات الأعمال. فناقشت (2005) Brindley دور المخاطرة Risk في تكوين الخبرة الريادية لدى النساء، وأشارت إلى ضرورة دراسة الجوانب النوعية لمفهوم المخاطرة حتى تستطيع النساء تخطي العقبات التي تقف في طريق طموحاتهن الريادية. وحاولت (2008) Idris التوصل إلى بروفيل لرائدات الأعمال المبتكرات بناءً على ما يتمتعن به من خصائص شخصية وتنظيمية. وتوصلت الباحثة إلى أن مستوى الابتكار الريادي لدى رائدات الأعمال يتأثر كثيراً بأعمارهن، ومستوى تعليمهن، كما يتأثر أيضاً بطبيعة شركاتهن وموقعها وحجمها.

أخيراً، فقد لاقت دراسة ريادة الأعمال النسائية على المستوى الكلي (مستوى الدولة) اهتماماً من قبل كثير من الباحثين، لاسيما الاقتصاديين منهم. فقد رأى كل من (2001) Verheul and Thurik أن رائدات الأعمال لا يسهمن فقط في خلق الفرص الوظيفية وتحقيق النمو الاقتصادي للدول، وإنما يسهمن أيضاً في إحداث التنوع الريادي في العمليات الاقتصادية. وهو ما قد يؤدي إلى تحقيق مستوى أعلى من ريادة الأعمال. من ناحية أخرى، فقد اهتمت مجموعة أخرى بدراسة محددات معدل ريادة الأعمال النسائية على مستوى الدول، ومقارنة العوامل المؤثرة في النشاط

النهاية - إلى التحيز في اتجاه رواد الأعمال والنظر إلى الفروق النوعية على أنها شيء طبيعي لا يستحق الدراسة.

إلا أن المداخل الحديثة - لاسيما تلك المعتمدة على نظرية الإدراك - أظهرت الفوائد المترتبة على دراسة الفروق النوعية إذا ما تم النظر إليها على أنها تعبر عن الهيكل الاجتماعية السائدة في المجتمعات الإنسانية، وباعتبارها أيضاً مجموعة من الثروات الدائمة التي تمكن كلاً من الرجل والمرأة من الترويج لشخصياتهما الريادية في مختلف المواقف (Nadin, 2007).

من ناحية أخرى، فإن مراجعة الدراسات السابقة في مجال ريادة الأعمال النسائية تبين انتشار هذه الدراسات وتعددتها في المجتمعات الغربية والدول الصناعية المتقدمة. وقد أدى تعدد هذه الدراسات وتنوعها إلى وجود تراكم معرفي أسهم في ظهور مجموعة من الافتراضات والمناهج والفروض العلمية التي تناولت الجوانب المختلفة لهذه الظاهرة في تلك المجتمعات. في حين أن الدراسات التي تناولت رائدات الأعمال وعملية التوظيف الذاتي بين النساء في الدول النامية والاقتصادات الناشئة مازالت تتسم بالندرة، على الرغم من الزيادة الملحوظة في أعداد النساء اللاتي يملكن و/أو يدرن الشركات الخاصة أو المشروعات الصغيرة في هذه المجتمعات مقارنة بمثيلاتها في الدول والمجتمعات المتقدمة (Hisrich and Öztürk, 1999).

إن ما تقدم يشي بوجود مشكلة في استيعاب ظاهرة ريادة الأعمال النسائية في

الأعمال تفوق مساحة الاختلاف بينهما. ويرى كثير من الباحثين (e.g.: Verheul, 2002; Ahl, 2005) أن الاختلافات يمكن أن توجد داخل مجموعات رائدات الأعمال وفئاتهن، أو بين الفئات المهنية المختلفة منهن مثل: رائدات الأعمال، والمديرات، أو بين رائدات الأعمال في الدول المختلفة.

بناءً على ذلك، فإن ريادة الأعمال النسائية لا تزال في حاجة إلى المزيد من الدراسات الميدانية لاستكشاف المزيد من جوانب هذه الظاهرة في مجتمعات مختلفة، وبين فئات مختلفة من النساء، وباستخدام متغيرات وعوامل متعددة، لا بهدف المقارنة بين رائدات الأعمال ورواد الأعمال فحسب، ولكن لإبراز السمات المميزة لهذه الفئة المؤثرة من المجتمع الريادي.

مشكلة الدراسة وأهدافها:

ذهبت الدراسات التقليدية في مجال ريادة الأعمال إلى تحييد تأثير النوع، وإبراز النموذج الذكوري المثالي في توصيف مجتمع رواد الأعمال. وقد أدى هذا التوجه إلى إشكالية على المستويين النظري والعلمي. فعلى المستوى النظري، لم تستطع هذه الدراسات التوصل إلى النماذج الريادية الواقعية التي يمارسها الرجال والنساء، ناهيك عن إمكانية تفسير هذه النماذج. وعلى المستوى التطبيقي، تم تكريس فكرة تهميش دور رائدات الأعمال، وتجاهل تأثير التغيرات الهيكلية التي تشهدها المجتمعات المختلفة على هذا الدور. ولاشك أن هذا التوجه قد أدى - في

التي تمتلكها النساء في مصر تبلغ ٤٤٪، وهي نسبة تفوق مثيلاتها في جميع الدول العربية، بل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (World Bank, 2007:18).

من هذا المنطلق، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى اكتشاف التوجهات والدوافع الريادية لدى طالبات الجامعات المصرية مقارنة بتلك التي يتمتع بها الطلاب. ويمكن التعبير عن هذا الهدف بشكل أكثر تفصيلاً من خلال الأهداف الفرعية الآتية:

- ١ - اكتشاف الفروق الجوهرية بين التوجهات الريادية لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها.
- ٢ - اكتشاف الفروق الجوهرية بين الدوافع الريادية لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها.
- ٣ - تحديد احتمالات إقامة المشروعات الجديدة لدى كل من طلاب الجامعات المصرية وطالباتها.
- ٤ - تعرّف التخصصات التي يفضلها كل من طلاب الجامعات المصرية وطالباتها لمشروعاتهم الجديدة.
- ٥ - تعرّف وجهات نظر طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في طبيعة رواد الأعمال وتكوينهم.
- ٦ - تعرّف آراء طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في سلوكيات رواد الأعمال المصريين.

الدول النامية والاقتصادات الناشئة، حيث تختلف الهياكل الاجتماعية، وطبيعة الأسرة، وظروف العمل، اختلافاً كبيراً عن تلك السائدة في المجتمعات المتقدمة. لذلك، فإن الأمر يتطلب اختبار المداخل البحثية التي استخدمت في استكشاف الفروق النوعية بين رواد الأعمال ورائدات الأعمال في المجتمعات المتقدمة في البيئة العربية. ونظراً لأن اختبار الفروق النوعية بين الرجال والنساء لم يقتصر على رواد ورائدات الأعمال فقط، وإنما امتد إلى مجتمع طلاب الجامعات (e.g. Petridou, *et al.*, 2009; Pines and Schwartz, 2008; Pines *et al.*, 2005)، فإن توصيف واستكشاف الفروق الريادية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، سواء من حيث دوافع كل من الفئتين تجاه إقامة المشروعات الجديدة، أو من حيث الأسباب التي تقف وراء اختيار كل منهما لمستقبله الريادي، يعد بداية طبيعية لمزيد من الدراسات في المجتمع الريادي العربي. لذلك، نحاول في هذه الدراسة استكشاف هذه الجوانب في مجتمع طلاب الجامعات المصرية بوصفهم رواد الأعمال ورائدات الأعمال المرتقبين في المجتمع المصري. فالمجتمع المصري يأتي في مقدمة المجتمعات العربية المؤهلة لتحقيق مستويات ومعدلات أعلى من النشاط الريادي النسائي، إذ إن نسبة الشركات التي تمتلكها النساء في مصر تبلغ ٢٤٪، وهي بذلك تأتي في المرتبة الثانية عربياً بعد لبنان (٢٨٪). فضلاً عن ذلك، أن نسبة الشركات الصناعية الكبرى

فرضيات الدراسة:

حظيت الأسباب والتوجهات والدوافع التي تدفع الأفراد إلى إقامة مشروعات جديدة باهتمام كثير من الدراسات في مجال ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة (e.g.: Benzing and Chu, 2009; Kirkwood, 2009; Henderson and Robertson, 2000; Cromie, 1987) واتفقت نتائج هذه الدراسات على اختلاف وتنوع التوجهات والدوافع التي تخلق الطموحات الريادية لدى أفراد المجتمعات الإنسانية وتحفزهم إلى إقامة المشروعات الجديدة. لذلك عمد كثير من الباحثين (e.g.: Orhan and Scott, 2001; Reynolds, et al., 2001; Brush, 1999; Hansemark, 1998) إلى تصنيف دوافع إقامة المشروعات إلى قسمين أساسيين هما: الدوافع الجاذبة Pull Motivations والدوافع الضاغطة Push Motivations.

وتشير الدوافع الضاغطة إلى العوامل الملحة مثل: ارتفاع معدلات البطالة، وحالات التخلص من العمالة، وحالات الكساد السائدة في المجتمعات، وعدم كفاية دخول الأفراد، وعدم رضا الأفراد عن وظائفهم، ورغبة الأفراد في التوفيق بين التزاماتهم الوظيفية وواجباتهم العائلية. أما الدوافع الجاذبة، فتربط بحاجة الأفراد إلى الاستقلالية، ودوافعهم نحو الإنجاز، والرغبة في تكوين الثروة، وتحقيق الذات، والتمتع بأوضاع اجتماعية متميزة. وبصفة عامة، أثبتت الدراسات الريادية أن تأثير الدوافع الجاذبة على قرارات الأفراد بإقامة

مشروعات جديدة يعد أكبر وأكثر تأثيراً من الدوافع الضاغطة.

(Kirkwood, 2009; Sarri and Trihopoulou, 2005)

وفي الاتجاه نفسه، توصلت مجموعة أخرى من الدراسات (Butter and Moore, 1997; Gateway, et al., 1995; Shane, et al., 1991; Scott, 1986) إلى اختلاف كل من رواد الأعمال ورائدات الأعمال من حيث الأسباب والتوجهات والدوافع التي تحفز كلا من الفئتين على إقامة المشروعات. فمن الناحية التاريخية، يبدو أن هناك اتفاقاً بين بعض الدراسات الريادية على أن الرجال كانوا أكثر ميلاً إلى إقامة المشروعات لأسباب مالية، كما كانوا أكثر عرضة للتأثر بالعوامل والدوافع الجاذبة. وعلى العكس من ذلك، فقد كان النساء أكثر ميلاً لامتلاك المشروعات وإدارتها لأسباب تتعلق بالقضايا والأنماط الاجتماعية والحياتية المؤثرة عليهن، كما كن أكثر تأثراً بالعوامل والدوافع الضاغطة. وهناك دافع آخر خاص بالنساء يتعلق برغبتهم في تحقيق التوازن بين مسؤوليات العمل والالتزامات الأسرية (مذكور في: Walker and Webster, 2007).

بناءً على ذلك، أمكن صياغة الفرضية الأولى والفرضية الثانية للدراسة على النحو الآتي:

الفرضية الأولى:

"من المتوقع أن تختلف قوة التوجهات الريادية لدى طلاب الجامعات المصرية وطلقاتها، بحيث تكون مرتفعة لدى الطلاب ومنخفضة لدى الطالبات".

الفرضية الثانية:

"من المتوقع أن تختلف الدوافع الريادية المؤثرة على التوجهات الريادية لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، حيث:

- تكون الدوافع الريادية الجاذبة (الإيجابية) أكثر تأثيراً على التوجهات الريادية للطلاب،
- تكون الدوافع الريادية الضاغطة (السلبية) أكثر تأثيراً على التوجهات الريادية للطلابات."

بالإضافة إلى ذلك، فقد سعت مجموعة أخرى من الدراسات إلى التوصل إلى بروفيل ريادي Entrepreneurial profile لرائدات الأعمال، ومقارنته بالبروفيل الريادي لرواد الأعمال، من خلال دراسة خلفياتهن الاجتماعية والثقافية، والمستوى التعليمي، والخبرات السابقة، وغير ذلك من المتغيرات الموقفية والديموجرافية. ففي ما يتعلق بالمستوى التعليمي، فقد توصلت بعض الدراسات إلى ميل النساء إلى تفضيل دراسة الآداب والفنون عن دراسة إدارة الأعمال، أو الهندسة، أو العلوم التطبيقية. وفي ما يتعلق بالخبرات العلمية السابقة، ألقت الدراسات السابقة الضوء على تفضيل المرأة "المجالات التقليدية"، بمعنى المجالات الخدمية وتجارة التجزئة، والتعليم، وإدارة المكاتب والسكرتارية، أكثر من تفضيلهن للمناصب الإدارية أو العلمية أو الفنية. لذلك، يقرر (Birley 1989) أن معظم النساء يكتسبن خبراتهن الإدارية الأولى في مشروعاتهن، وغالباً ما ينقصهن الكثير من العلاقات التجارية المرتبطة بوظائفهن الإدارية السابقة (مذكور في: (McClelland et al., 2005).

كذلك اهتمت دراسات ريادة الأعمال النسائية بالتحديات التي تواجه رائدات الأعمال مقارنة بتلك التي تواجه رواد الأعمال. فقد لاحظ بعض الباحثين أن هناك مجموعة من العوامل التي تعوق توجه النساء نحو تحسين نشاطهن الريادي وتطويره، مثل: المستقبل الوظيفي غير المنتظم للمرأة، وميل النساء إلى الجمع بين تربية الأطفال وبين أدائهن لأعمالهن، واقتناع النساء بأن الرجال يتفوقون عليهن في القيام بالأنشطة الريادية، واختيار النساء لتخصصات علمية غير مناسبة ولا تساعد على إقامة المشروعات (Petridou, et al., 2009).

بناءً على ذلك، أمكن صياغة الفرضيات الثالثة والرابعة والخامسة للدراسة على النحو الآتي:

الفرضية الثالثة:

"من المتوقع أن تختلف احتمالات إقامة طلاب الجامعات المصرية لمشروعات خاصة بعد التخرج، حيث ترتفع هذه الاحتمالات لدى الطلاب مقارنة بالطلابات."

الفرضية الرابعة:

"من المتوقع أن يختلف طلاب الجامعات المصرية وطالباتها من حيث الفترة الزمنية المتوقع انقضاؤها بين التخرج وبين إقامة المشروعات الجديدة، بحيث:

- تقل هذه الفترة بين الطلاب،
- تزيد هذه الفترة بين الطالبات."

الفرضية الخامسة:

"من المتوقع أن تختلف مجالات العمل (التخصصات) التي يفضلها طلاب الجامعات المصرية لمشروعاتهم عن تلك التي تفضلها الطالبات، بحيث:

- يميل الطلاب إلى تفضيل مجالات العمل (التخصصات) الإنتاجية.

- تميل الطالبات إلى تفضيل المجالات التجارية والخدمية.

أخيراً، أثارت قضية تمتع رواد الأعمال ورائدات الأعمال بسمات وخصائص ريادية فطرية Innate Characteristics أو اكتسابهم لهذه السمات والخصائص من خلال التدريب والتعليم والتأهيل المتخصص Made or Born، اهتمام كثير من الباحثين الرياديين (e.g.: Henderson and Robertson, 2000). وقد اختلفت النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات، وتنوعت بدرجة ملحوظة بداية من الدراسات التي قام بها McClelland (1961). فعلى الرغم من أن هناك اتفاقاً على امتلاك رواد الأعمال لسمات فطرية تميزهم عن غيرهم من فئات المجتمع، فإن معظم الذين يؤمنون بهذه السمات الفطرية يفترضون ضرورة توافر محفزات بيئية لبلورة هذه السمات الفطرية وصقلها.

بناءً على ذلك، أمكن صياغة الفرضية السادسة للدراسة على النحو الآتي:

الفرضية السادسة:

"من المتوقع أن يختلف إدراك طلاب الجامعات المصرية وطالباتها لمجتمع رواد الأعمال من حيث:

- طبيعتهم الفطرية أو حاجتهم للتأهيل والتدريب،

- العوامل المؤثرة في إعداد وتكوين رواد الأعمال،

- تقييم دور رواد الأعمال في المجتمع المصري".

منهجية الدراسة:

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب الفرقة النهائية المسجلين بالكليات المختلفة بالجامعات المصرية الحكومية، والتي يبلغ عددها (١٧) جامعة حكومية. وقد اعتمدت الدراسة على سحب عينة عمدية من بين طلاب الفرقة النهائية المسجلين في (١٩) كلية مختارة من (٦) جامعات مصرية خلال العام الدراسي ٢٠٠٦-٢٠٠٧. ويبين الجدول (١) الجامعات التي شملتها العينة، وكذلك الكليات التي وقع عليها الاختيار في

جدول ١

توزيع عينة الدراسة طبقاً للجامعات والكليات

الجامعات	الكليات
القاهرة	الهندسة - التجارة - الحقوق
عين شمس	الهندسة - التجارة
حلوان	الفنون التطبيقية - التجارة الخارجية - الآداب
الزقازيق	الهندسة - التجارة - الحقوق - التربية النوعية - التربية - الآداب
المنصورة	الهندسة - التجارة - الحقوق
الأزهر (بنين)	الهندسة - التجارة

المتغيرات التابعة: تمثلت المتغيرات التابعة للدراسة في المتغيرات الآتية:

- التوجهات الريادية لدى طلاب الجامعات المصرية.
- الدوافع الريادية لدى طلاب الجامعات المصرية.
- احتمالات قيام طلاب الجامعات المصرية بإقامة مشروعات جديدة بعد التخرج.
- مجالات العمل (التخصصات) المفضلة لمشروعات طلاب الجامعات المصرية.
- الفترة الزمنية اللازمة لإقامة المشروعات بعد التخرج.
- إدراك طلاب الجامعات المصرية لطبيعة رواد الأعمال المصريين وتكوينهم وسلوكياتهم.

كل جامعة من هذه الجامعات. ويتضح من هذا الجدول أن عينة الدراسة شملت (٦) جامعات مصرية، وتم استقصاء الطلاب في (١٩) كلية من كليات هذه الجامعات الست. من ناحية أخرى، يوضح الجدول (٢) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأعداد الطلاب والطالبات الذين تم استقصاؤهم في جامعات عينة الدراسة. ويتضح من هذا الجدول أن حجم العينة بلغ (٢٣٣١) طالباً وطالبة، وأن عدد الطلاب في العينة بلغ (١٣٧٠) طالباً بنسبة (٥٩٪)، في حين بلغ عدد الطالبات (٩٦١) طالبة بنسبة (٤١٪) من عينة الدراسة.

قياس متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: تمثلت المتغيرات المستقلة للدراسة في:

- متغير النوع (طالب / طالبة) في الجامعات المصرية.

جدول ٢
توزيع عينة الدراسة طبقاً لأعداد ونسب الطلاب والطالبات

الجامعات	الطلاب		الطالبات		المجموع	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%
القاهرة	٣٥٢	١٥,١	٢٨٨	١٢,٤	٦٤٠	٢٧,٥
عين شمس	١٢٦	٥,٤	٨٠	٣,٤	٢٠٦	٨,٨
حلوان	٦٥	٢,٨	٢١٧	٩,٣	٢٨٢	١٢,١
الزقازيق	٤٠٧	١٧,٥	٢٥٢	١٠,٨	٦٥٩	٢٨,٣
المنصورة	١٤٤	٦,٢	١٢٤	٥,٣	٢٦٨	١١,٩
الأزهر (بنين)	٢٧٦	١١,٨	-	-	٢٧٦	١١,٨
المجموع	١٣٧٠	٥٨,٨٪	٩٦١	٤١,٢٪	٢٣٣١	١٠٠٪

أداة وطريقة جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الدراسة - بصفة أساسية - على البيانات الأولية التي تم جمعها من طلاب الجامعات المصرية وطالباتها لقياس متغيرات الدراسة.

وقد تم تصميم قائمة استقصاء للاستخدام في هذه الدراسة وتتضمن القائمة مجموعة من الأسئلة المعبرة عن البيانات المطلوبة، وذلك بهدف توحيد النوع والطريقة في الأسئلة الموجهة للمستقصى منهم في عينة الدراسة. وقد اشتملت قائمة الاستقصاء على سؤال رئيس يتعلق بالمجال الذي يرغب الطالب في العمل به بعد تخرجه. وقد اتخذ هذا السؤال شكل السؤال المغلق متعدد الإجابات، حيث تمثلت هذه الإجابات في: العمل في الحكومة أو قطاع الأعمال العام - العمل في القطاع الخاص - إقامة مشروع جديد أو المشاركة في مشروع قائم - السفر للعمل في الخارج - العمل في شركة العائلة - مجال عمل آخر. وتبع هذا السؤال سؤال عن الأسباب التي قد تدفع الطالب إلى التفكير في إقامة مشروع جديد بعد التخرج. واتخذ هذا السؤال أيضا شكل السؤال المغلق متعدد الإجابات (الأسباب).

بالإضافة إلى ذلك، فقد تضمنت قائمة الاستقصاء سؤالين عن احتمال إقامة طلاب الجامعات المصرية لمشروعات جديدة بعد تخرجهم. فاتخذ السؤال الأول شكل مقياس ليكرت المكون من (٥) نقاط لقياس مدى القوة أو الضعف في احتمالات إقامة المشروعات لدى الطلاب، حيث يشير

الرقم (١) إلى الإجابة "احتمال ضعيف جداً"، ويشير الرقم (٥) إلى الإجابة "احتمال قوي جداً". أما السؤال الثاني، فقد خصص للتعرف إلى النسب المئوية لاحتمالات إقامة الطلاب لمشروعات بعد خمس سنوات من التخرج. وتراوحت الإجابة على هذا السؤال بين (٠ - ١٥٪) و(٩١ - ١٠٠٪).

من ناحية أخرى، تضمنت قائمة الاستقصاء سؤالاً عن الفترة الزمنية التي يتوقع الطالب انقضاءها بين تخرجه وإقامته لمشروع جديد. واتخذ هذا السؤال أيضا شكل السؤال المغلق متعدد الإجابات، حيث تمثلت هذه الإجابات في الفترات الزمنية المختلفة التي يمكن أن تنقضي بين تاريخ التخرج وإقامة المشروع، بداية من "إقامة المشروع بعد التخرج مباشرة"، وانتهاءً "بإقامة المشروع بعد مرور عشر سنوات على التخرج". كذلك فقد تضمنت قائمة الاستقصاء سؤالاً عن مجال العمل الذي يفكر الطالب في التخصص فيه. واتخذ هذا السؤال أيضا شكل السؤال المغلق متعدد الإجابات، حيث تمثلت هذه الإجابات في مجالات العمل المختلفة التي يمكن أن يتخصص فيها المشروع مثل: التصنيع - التجارة - الزراعة - الخدمات.

أما فيما يتعلق بوجهات نظر الطلاب في طبيعة رواد الأعمال وتكوينهم وسلوكياتهم في المجتمع المصري، فقد تضمنت قائمة الاستقصاء ثلاثة أسئلة مغلقة متعددة الإجابات، تعلق السؤال الأول منها بما إذا كان الطالب يعتقد أن رواد الأعمال يحملون

واعتمد الباحث على طريقة المقابلات الشخصية مع مفردات عينة الدراسة لجمع بيانات الدراسة رغبة في رفع معدل استجابة المستقصى منهم، وضمان جديتهم في استيفاء قائمة الاستقصاء، بالإضافة إلى الإجابة على أية تساؤلات أو استفسارات تعن للمستقصى منهم.

وقد استطاع الباحث الاستفادة من تجمع الطلاب في أماكن إلقاء المحاضرات بكلياتهم (المدرجات- قاعات الدراسة). وقد أدى هذا الأسلوب إلى ارتفاع معدلات استجابة الطلاب، كما مكن الباحث من شرح أهداف الدراسة وطبيعتها وتشجيع الطلاب على التعاون في الإجابة عن أسئلة الدراسة. وقد سمح لمن لا يريد المشاركة في الدراسة أن يترك القاعة. هذا وقد تم جمع بيانات الدراسة على مدار العامين الدراسيين ٢٠٠٦-٢٠٠٧، و٢٠٠٧-٢٠٠٨.

ترميز البيانات وإعدادها للتحليل:

قبل القيام بإدخال البيانات على برنامج SPSS لتحليلها باستخدام الحاسب الآلي، قام الباحث بترميز قوائم الاستقصاء المكتملة، والتي تم استيفائها من قبل المستقصى منهم. وقد استبعدت قوائم الاستقصاء التي اكتشف الباحث عدم قيام المستقصى منهم بالإجابة عن أسئلتها كاملة، حيث لم تكن هناك فرصة للرجوع إلى المستقصى منهم لاستكمال هذه القوائم. وقد بلغ عدد القوائم المستبعدة (٩٠) قائمة.

هذه الصفة بالفطرة. واتخذت الإجابات على هذا السؤال صيغة (نعم - لا - لا أعرف). أما السؤال الثاني فتعلق بالعوامل التي يمكن أن تؤثر في إعداد رائد الأعمال أو تكوينه، وتمثلت الإجابات عن هذا السؤال في مجموعة من العوامل الشخصية، والمجتمعية، والعملية، والدراسية التي قد تؤثر في الإعداد الريادي لرائد/ رائدة الأعمال. أخيراً، فقد تعلق السؤال الثالث بنظرة طلاب الجامعات المصرية إلى رجال الأعمال الذين يتابعون أخبارهم في المجتمع. وجاءت الإجابات المتوقعة عن هذا السؤال في صورة مجموعة من وجهات النظر الإيجابية والسلبية التي قد تعبر عن آراء الطلاب المصريين.

وجاء في نهاية قائمة الاستقصاء قسم خاص بالخصائص الديموغرافية للطلاب محل الدراسة. وتضمن هذا القسم سبعة أسئلة عن: عمر الطالب ونوعه (ذكر/أنثى)، والجامعة التي ينتمي إليها، والكلية التي يدرس بها. وقد اتخذ السؤال عن النوع شكل السؤال المغلق (ذكر- أنثى). أما الأسئلة الخاصة بالعمر والجامعة والكلية، فقد اتخذت شكل السؤال المفتوح. وتضمنت مقدمة الاستقصاء تعريفاً بطبيعة الدراسة وأهدافها وبنوعية المستقصى منهم.

وقام الباحث بالتحقق من مدى صدق قائمة الاستقصاء وثباتها من خلال عرضها على بعض أساتذة إدارة الأعمال المتخصصين، بالإضافة إلى استيفائها بشكل مبدئي من عينة ممثلة من طلاب الجامعات المصرية وطلاباتها محل الدراسة.

تحليل البيانات في التعرف إلى التوجهات والدوافع الريادية لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها طبقاً للتقسيم الآتي:

التوجه الريادي لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها:

يبين الجدول (٣) الأهمية النسبية لمجالات (بدائل) العمل المختلفة المفضلة لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها.

ويتضح من الجدول السابق أن "إقامة أو المشاركة في إقامة المشروعات الخاصة" تحتل المرتبة الثانية في سلم تفضيلات طلاب الجامعات المصرية، حيث فضل (٢٨,٥٪) من هؤلاء الطلاب هذا البديل. بعبارة أخرى، يمكن القول إن (٧١,٥٪) من طلاب الجامعات المصرية لا يفكرون في إقامة مشروعات خاصة بعد تخرجهم. وأنهم يفضلون البديل التقليدي المتمثل في البحث عن وظائف لدى الغير،

وقد اتخذت بيانات الدراسة على برنامج SPSS شكل مصفوفة تعبر صفوفها عن بيانات الطلاب محل الدراسة في حين تمثل أعمدتها المتغيرات محل الدراسة. وبعد استكمال إدخال البيانات على برنامج SPSS قام الباحث بإعادة ترميز بعض المتغيرات Recoding، مثل: متغير التوجهات الريادية، ومتغير الدوافع الريادية، ومتغير احتمال إقامة مشروعات بعد التخرج، وذلك لتحويل قيم هذه المتغيرات من قيم مطلقة إلى قيم فئوية تتفق مع أغراض تحليل البيانات.

تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة:

اعتمد الباحث على أسلوب تحليل التباين البسيط أحادي الاتجاه One-way ANOVA، واختبار (t) في تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة. وقد بدأت إجراءات

جدول ٣
مقارنة بين تفضيل طلاب الجامعات المصرية وطالباتها
لمجالات العمل المختلفة في عام ٢٠٠٩

المجالات	الطلاب		الطالبات		المجموع	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١ - العمل في القطاع الخاص	٣٣٧	١٤,٥٪	٣٣١	١٤٪	٦٦٨	٢٨,٥٪
٢ - إقامة أو المشاركة في إقامة مشروع	٣٥٥	١٥,٢٪	٢٥٢	١٠,٨٪	٦٠٧	٢٦٪
٣ - السفر للعمل بالخارج	٤٥٦	١٩,٦٪	١١٦	٥٪	٥٧٢	٢٤,٥٪
٤ - العمل في الحكومة وقطاع الأعمال العام	١٨٦	٨٪	٢٢٩	١٠٪	٤١٥	١٨٪
٥ - العمل في شركة العائلة	٢٧	١,٣٪	١٥	٠,٧٪	٤٢	٢٪
٦ - مجالات أخرى	٩	٠,٣٪	١٨	٠,٧٪	٢٧	١٪
المجموع	١٣٧٠	٥٩٪	٩٦١	٤١٪	٢٣٣١	١٠٠٪

بلغت نسبة الطالبات (٠,٧٪)، مقابل (٠,٣٪) للطلاب.

وقد قام الباحث باختبار مدى معنوية الفروق بين مجموعتي الدراسة من حيث تفضيلهم لمجالات العمل المختلفة باستخدام اختبار (t) لعينتين مستقلتين. وأسفر الاختبار عن معنوية الفروق بين الطلاب والطالبات من حيث تفضيلهم للعمل في كل من: الحكومة والقطاع الخاص والسفر للعمل بالخارج ومجالات العمل الأخرى، في حين لم تثبت معنوية الفروق بين المجموعتين من حيث تفضيلهم لإقامة المشروعات والعمل في شركات عائلاتهم، طبقاً لما هو مبين بالجدول (٤).

وتشير النتائج الواردة في الجدول (٤) - بصفة مبدئية - إلى عدم اختلاف التوجهات الريادية لدى كل من طلاب

سواء كانت هذه الوظائف في شركات القطاع الخاص المصري، أو في الدول العربية المجاورة، أو في الحكومة والقطاع العام المصري. أي أن (٢٨,٥٪) من طلاب الجامعات المصرية تتوافر لديهم التوجهات الريادية Entrepreneurial Orientations، وأن (٧١,٥٪) منهم لا تتوافر لديهم مثل هذه التوجهات.

من ناحية أخرى، فإن الجدول السابق يبين أن نسبة الطلاب تفوق نسبة الطالبات من حيث تفضيلهم لمجالات العمل المختلفة، عدا مجال العمل في الحكومة والقطاع العام، حيث ارتفعت نسبة الطالبات اللاتي يفضلن العمل الحكومي (١٠٪) عن مثيلتها لدى الطلاب (٨٪). وتكرر النمط نفسه في "مجالات العمل الأخرى"، حيث

جدول ٤

نتائج اختبار (t) لتفضيل طلاب الجامعات المصرية وطالباتها لمجالات عمل معينة

المجالات	الطلاب (١٣٧٠)		الطالبات (٩٦١)		(t) Test	
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	P <
١ - العمل في الحكومة وقطاع الأعمال العام	٠,١٤	٠,٣٤	٠,٢٤	٠,٤٣	-٦,٤٢**	٠,٠٠١
٢ - العمل في القطاع الخاص	٠,٢٥	٠,٤٣	٠,٣٤	٠,٤٨	-٥,٢٠**	٠,٠٠١
٣ - إقامة أو المشاركة في إقامة مشروع	٠,٢٦	٠,٤٤	٠,٢٦	٠,٤٤	-٠,١٧	٠,٨٦٧
٤ - السفر للعمل بالخارج	٠,٣٣	٠,٤٧	٠,١٢	٠,٣٣	-١٢,٠٧**	٠,٠٠١
٥ - العمل في شركة العائلة	٠,٠٢	٠,١٤	٠,٠٢	٠,١٢	-٠,٧٣	٠,٤٦٤
٦ - مجالات عمل أخرى	٠,٠١	٠,٠٨	٠,٠٢	٠,١٤	-٢,٧٠*	٠,٠١

* مستوى معنوية إحصائية $> ٠,٠١$

** مستوى معنوية إحصائية $> ٠,٠٠١$

جدول ٥
تفضيل طلاب الجامعات المصرية وطالباتها
للوظائف الريادية في عام ٢٠٠٩

المجالات	الطلاب		الطالبات		المجموع	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%
الوظائف الريادية	٣٨٣	١٦,٥٪	٢٦٧	١١,٥٪	٦٥٠	٢٨٪
الوظائف غير الريادية	٩٨٧	٤٢٪	٦٩٤	٣٠٪	١٦٨١	٧٢٪

حيث توجهاتهم غير الريادية ($t = 0.091$, $P < 0.927$)

وهو ما يؤكد تساوي كل من طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في توجهاتهم الريادية. وبذلك، يتم رفض الفرضية الأولى للدراسة.

أسباب التوجه الريادي لطلاب الجامعات المصرية:

تضمنت قائمة الاستقصاء سؤالاً عن الأسباب التي قد تدفع طلاب الجامعات المصرية إلى تفضيل إقامة مشروعات خاصة بعد التخرج. وبتحليل هذه الإجابات، أمكن للباحث استنتاج ما يأتي:

أ - أن "حالة البطالة السائدة في المجتمع"، و"عدم جدوى العمل في وظائف حكومية حتى في حال توافرها"، و"صعوبة الحصول على وظيفة في شركات القطاع الخاص"، كانت كلها في مقدمة الأسباب التي يمكن أن تدفع طلاب الجامعات المصرية إلى التفكير في إقامة مشروعات خاصة بعد التخرج. فقد جاءت نسبة الطلاب

الجامعات المصرية وطالباتها. وللتأكيد على ما إذا كانت هناك فروق جوهرية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها من حيث توجهاتهم الريادية وغير الريادية، قام الباحث بتقسيم مجالات العمل السابقة إلى مجموعتين طبقاً لما هو مبين بالجدول (٥):

١ - مجموعة الوظائف الريادية، وتضم: إقامة أو المشاركة أو إقامة أحد المشروعات، والعمل في شركة العائلة.

٢ - مجموعة الوظائف غير الريادية، وتضم: العمل في الحكومة وقطاع الأعمال العام، والعمل في القطاع الخاص، والسفر للعمل بالخارج، ومجالات عمل أخرى.

ويبين الجدول (٥) أن نسبة الطلاب أصحاب التوجهات الريادية (١٦,٥٪) تزيد على نسبة الطالبات اللاتي يتمتعن بهذه التوجهات (١١,٥٪).

وقد أسفر اختبار (t) عن عدم معنوية الفروق بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها من حيث توجهاتهم الريادية ($t = 0.053$, $P < 0.958$)، وكذلك من

إقامة المشروعات الخاصة يمكن أن يرجع إلى نوعين رئيسيين من الدوافع:

- ١ - دوافع إيجابية (جاذبة).
- ٢ - دوافع سلبية (ضاغطة).

حيث تقرر أدبيات ريادة الأعمال

(Carter and Jones-Evans, 2000:118) أن

دوافع رواد الأعمال الجدد ترتبط - نظرياً

- بعوامل "إيجابية" أو "سلبية". وتتمثل

العوامل الإيجابية في تلك العوامل المتعلقة

بالرغبة في "تحقيق الطموحات الريادية"

لدى رواد الأعمال الناشئين مثل: الرغبة في

الاستقلالية، والرغبة في أن يكون رائد

الأعمال الناشئ "رئيساً لنفسه"، والرغبة

في إقامة مشروع قادر على البقاء والنمو،

والرغبة في التمتع بالعمل، والرغبة في

تحقيق الثروة، والرغبة في استخدام

المهارات الخلاقة والمبدعة. ويطلق على

هذه الدوافع أيضاً اسم "الدوافع الجاذبة"

Pull Motivations. أما العوامل السلبية

فتتعلق بالفرقة بين الفرص الوظيفية.

فالاختيار الأول هنا ليس أن يصبح الفرد

"رائداً للأعمال"، ولكن السبب في التفكير

في إقامة مشروع جديد يرجع إلى النقص

أو الانعدام في الفرص الوظيفية البديلة، أو

عدم كفاية الدخل الذي يحصل عليه الفرد

في الفرصة الوظيفية التي يشغلها. ويطلق

على هذه العوامل اسم "الدوافع الضاغطة"

Push Motivations. ومن المتوقع - نظرياً

- أن تتمتع مثل هذه العوامل السلبية بمزيد

من الأهمية لدى رواد الأعمال الذين ينتمون

لطبقة معينة في المجتمع، والتي قد تواجه

الذين نذكروا هذه الأسباب (٥٢٪)

و(٣٤٪)، و(٢٢٪) على الترتيب.

ب - هناك مجموعة من الأسباب

الإيجابية التي قد تدفع طلاب

الجامعات المصرية إلى إقامة

مشروعات خاصة بعد التخرج،

يأتي في مقدمتها: "الرغبة في

الإحساس بالاستقلالية في العمل"

(٣٨٪)، و"الإيمان بالعمل الحر"

(٣١٪) و"الرغبة في تحقيق

الثراء" (٢٩٪)، و"الإيمان بفكرة

مشروع معين" (٢٤٪)، و"امتلاك

رأس المال اللازم لإقامة مشروع

جديد" (٢١٪)، على الترتيب.

ج - هناك مجموعة أخرى من الأسباب

التي تحتل مكانة أو مرتبة منخفضة

لدى طلاب الجامعات المصرية،

وتشي بعدم تأثير المجتمع أو

السياسات الحكومية على توجهاتهم

الريادية، يأتي في مقدمتها:

"الاقتراء بأحد رجال الأعمال

الناجحين" (١٠٪)، و"المقررات

الدراسية التي تشجع على العمل

الحر وإقامة المشروعات" (٩٪)،

و"السياسات التي تتبناها الدولة

لتشجيع العمل الحر وإقامة

المشروعات" (٤٪)، و"انتماء

الطالب لإحدى عائلات الأعمال"

(٢٪).

إن التحليل السابق، يؤكد على

حقيقة مهمة، ألا وهي أن لجوء الأفراد إلى

جدول ٦
الدوافع الريادية الجاذبة لدى طلاب الجامعات المصرية
في عام ٢٠٠٩

م	الأسباب	تكرارات	%
١	امتلاك لرأس المال اللازم لإقامة مشروع جديد	٤٨٥	٢١٪
٢	إيمانك بالعمل الحر	٧٣٤	٣١٪
٣	إيمانك بفكرة مشروع معين	٥٦٧	٢٤٪
٤	رغبتك في الإحساس بالاستقلالية في العمل	٨٧٨	٣٨٪
٥	انتمائك لإحدى عائلات الأعمال التي تمتلك شركة/مجموعة شركات	٥٥	٢٪
٦	السياسات التي تتبناها الدولة لتشجيع إقامة مشروعات جديدة	١٠٤	٤٪
٧	دراستك لأحد المقررات الدراسية التي تشجع العمل الحر وإقامة المشروعات	٢٠٩	٩٪
٨	رغبتك في تحقيق الثراء	٦٦٦	٢٩٪
٩	الاعتداء بأحد رجال الأعمال الناجحين	٢٤٣	١٠٪

النوعين من الدوافع الريادية على كل من طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، وما إذا كانت هناك فروق جوهرية بين الطلاب والطالبات من حيث التأثير بكلا النوعين من الدوافع. وقد أسفر تحليل التباين البسيط أحادي الاتجاه One-way ANOVA عن النتائج الآتية:

١ - أن الدوافع الإيجابية المؤثرة على توجه طلاب الجامعات المصرية لإقامة مشروعات خاصة بعد التخرج جاءت أكثر تأثيراً على

نوعاً من التمييز العنصري، مثل: الأقليات العرقية، والشباب صغير السن، والنساء.

بناءً على ما تقدم، تم تقسيم الأسباب أو الدوافع الريادية لدى طلاب الجامعات المصرية إلى قسمين أساسيين هما:

١ - الدوافع الريادية الجاذبة، طبقاً لما هو مبين في الجدول (٦).

٢ - الدوافع الريادية الضاغطة، طبقاً لما هو مبين في الجدول (٧).

وقد تلا ذلك اختبار تأثير هذين

جدول ٧
الدوافع الريادية الضاغطة لدى طلاب الجامعات المصرية
في عام ٢٠٠٩

م	الأسباب	تكرارات	%
١	حالة البطالة السائدة في المجتمع	١٢٠٦	٥٢٪
٢	عدم جدوى العمل في وظيفة حكومية في حال توافرها	٧٩٣	٣٤٪
٣	صعوبة الحصول على وظيفة في شركات القطاع الخاص	٥٢٠	٢٢٪

الفئتين لمشروعات خاصة بعد التخرج. وبذلك يتم قبول الفرضية الثانية للدراسة.

اختلاف احتمالات إقامة المشروعات لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها:

تضمنت الدراسة التعرف إلى احتمالات إقامة طلاب الجامعات المصرية لمشروعات خاصة بعد التخرج مباشرة (خلال خمس سنوات من التخرج). وللتعرف إلى هذه الاحتمالات، قام الباحث بإعادة ترميز السؤالين المخصصين لهذا الغرض في قائمة الاستقصاء وذلك بضرب الإجابات على السؤال الأول $2 \times$ وجمع الناتج على إجابات الطلاب على السؤال الثاني وقسم الناتج $\div 2$. وترتب على ذلك الحصول على فئات الاحتمالات ونسب طلاب الجامعات المصرية في هذه الفئات كما يتضح من الجدول (٨).

فقد تباينت احتمالات إقامة المشروعات بعد التخرج لدى كل من الطلاب والطالبات. ففي حين تتساوى -

الطلاب منها على الطالبات ($F = 27.5, P < 0.001$) فقد ارتفعت متوسطات هذه الدوافع في اتجاه الطلاب، وانخفضت في اتجاه الطالبات (متوسط الطلاب = ١,٨١، ومتوسط الطالبات = ١,٥٢).

٢ - أن الدوافع السلبية المؤثرة على توجه طلاب الجامعات المصرية لإقامة مشروعات خاصة بعد التخرج جاءت أكثر تأثيراً على الطالبات مقارنة بالطلاب ($F = 6.8, P < 0.01$) فقد ارتفعت متوسطات هذه الدوافع في اتجاه الطالبات، وانخفضت في اتجاه الطلاب (متوسط الطلاب = ١,٠٤، ومتوسط الطالبات = ١,١٤).

مما تقدم يتضح وجود فروق جوهرية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها من حيث الدوافع الريادية المؤثرة على كل منهما، والمؤثرة على إقامة كل من

جدول ٨

احتمالات إقامة مشروعات خاصة بعد التخرج لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في عام ٢٠٠٩

المجموع		طالبات		طلاب		فئات الاحتمالات
تكرارات	%	تكرارات	%	تكرارات	%	
١٤٦	٦%	٧٩	٣,٢%	٦٧	٢,٨%	٠ > ٢,٥
٧٥٩	٣٣%	٣٦٣	١٦%	٣٩٦	١٧%	٢,٥ > ٥
٩٢١	٤٠%	٣٦٩	١٦%	٥٥٢	٢٤%	٥ > ٧,٥
٥٠٥	٢١%	١٥٠	٦%	٣٥٥	١٥%	٧,٥ - ١٠
٢٣٣١	١٠٠%	٩٦١	٤١,٢%	١٣٧٠	٥٨,٨%	المجموع

المتوسطات في اتجاه الطلاب (متوسط الطلاب = ٥,٧٠، ومتوسط الطالبات = ٥,٠٠). وبذلك يتم قبول الفرضية الثالثة للدراسة.

مجالات الأعمال المتوقعة لمشروعات طلاب الجامعات المصرية:

تناولت الدراسة أيضاً التعرف إلى مدى استعداد طلاب الجامعات المصرية لإقامة المشروعات بمجرد تخرجهم، وكذلك التعرف على مجالات العمل التي يفضلون أن تتخصص فيها مشروعاتهم. ويبين الجدول (٩) مقارنة بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث مدى استعدادهم للبدء في إقامة مشروعاتهم بعد التخرج مباشرة، أو تأجيل ذلك لفترات زمنية لاحقة.

ويتضح من هذا الجدول أن طلاب الجامعات المصرية يميلون إلى إقامة

تقريباً - نسبة الطلاب والطالبات (حوالي ١٩٪) عند الفئات الدنيا لاحتمالات إقامة المشروعات (الفئة ٠ > ٥)، نجد ارتفاعاً ملحوظاً في نسبة الطلاب (حوالي ٣٩٪) مقارنة نسبة الطالبات (حوالي ٢٢٪)، عند الفئات العليا لاحتمالات إقامة المشروعات (الفئة ٥-١٠). الأمر الذي يبين تمتع الطلاب بقدر أكبر من الثقة والاطمئنان إلى قدرتهم على إقامة المشروعات في السنوات التالية مباشرة للتخرج مقارنة بالطالبات.

ولاختبار مدى جوهرية الفروق في احتمالات إقامة المشروعات لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، أسفر تحليل التباين البسيط أحادي الاتجاه One-way ANOVA عن وجود فروق جوهرية بين تمتع طلاب الجامعات المصرية باحتمالات معينة لإقامة المشروعات بعد التخرج، مقارنة بالاحتمالات التي تتمتع بها الطالبات (F = 57.73, P < 0.001)، حيث ارتفعت

جدول ٩
استعداد طلاب الجامعات المصرية لإقامة المشروعات بعد التخرج

الفترات الزمنية	الطلاب		الطالبات		المجموع	
	تكرارات	%	تكرارات	%	تكرارات	%
١ - بعد التخرج مباشرة	١٢٦	٥,٤٪	١١٩	٥,١٪	٢٤٥	١٠,٥٪
٢ - من سنة إلى سنتين	٣٠٤	١٣٪	٢٥٤	١١٪	٥٥٨	٢٤٪
٣ - من ثلاث سنوات إلى أربع	٣١٢	١٣,٤٪	٢٣٧	١٠,١٪	٥٤٩	٢٣,٥٪
٤ - من خمس سنوات إلى ست	٢٤٨	١٠,٥٪	١٣٦	٦٪	٣٨٤	١٦,٥٪
٥ - من سبع سنوات إلى ثمانية	٩٢	٤٪	٦٢	٣٪	١٥٤	٧٪
٦ - من تسع سنوات إلى عشر	١٠٤	٤,٥٪	٥٣	٢٪	١٥٧	٦,٥٪
٧ - أكثر من عشر سنوات	١٨٤	٨٪	١٠٠	٤٪	٢٨٤	١٢٪
المجموع	١٣٧٠	٥٩٪	٩٦١	٤١٪	٢٣٣١	١٠٠٪

جدول ١٠
مجالات العمل المتوقعة لمشروعات طلاب الجامعات المصرية

مجالات العمل	الطلاب		الطالبات		المجموع	
	تكرارات	%	تكرارات	%	تكرارات	%
١ - التصنيع	٢٥٣	١١٪	١١٨	٥٪	٣٧١	١٦٪
٢ - التجارة	٤٤٠	١٩٪	٢٦٦	١١٪	٧٠٦	٣٠٪
٣ - الزراعة	٦٥	٢,٨٪	٣٥	١,٥٪	١٠٠	٤,٣٪
٤ - الخدمات	١٨١	٧,٨٪	١٢٧	٥,٤٪	٣٠٨	١٣,٢٪
٥ - تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	٢٠٧	٩٪	٢٠٨	٩٪	٤١٥	١٨٪
٦ - لا أعلم الآن	٢٢٤	٩,٦٪	٢٠٧	٨,٩٪	٤٣١	١٨,٥٪
المجموع	١٣٧٠	٥٩٪	٩٦١	٤١٪	٢٣٣١	١٠٠٪

مشروعات طلاب الجامعات المصرية. وبيين الجدول (١٠) مقارنة بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في هذا الصدد.

ويتضح من هذه المقارنة أن المجالات التجارية تأتي في مقدمة التخصصات التي يفضل طلاب الجامعات المصرية وطالباتها أن تتخصص فيها مشروعاتهم (٣٠٪). يليها مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (١٨٪)، ثم مجالات التصنيع والإنتاج (١٦٪). والمثير للدهشة في هذه النتائج أن المجالات الزراعية جاءت في مؤخرة اهتمامات طلاب الجامعات المصرية، حيث لم يقرر سوى (٤,٣٪) من العينة رغبتهم في التخصص في هذا النوع من المشروعات. ولعل هذا يرجع إلى أن عينة الدراسة لم تتضمن طلاب كليات الزراعة في الجامعات المصرية. أخيراً، فقد قرر (١٨,٥٪) من مفردات العينة عدم

مشروعاتهم الخاصة خلال فترة زمنية قريبة من سنة التخرج، تتراوح بين سنة واحدة، وست سنوات. فقد قرر حوالي (٧٥٪) من الطلاب إقامة مشروعاتهم الخاصة خلال هذه الفترة.

ولاختبار مدى معنوية الفروق بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث مدى استعدادهم لإقامة المشروعات بعد التخرج مباشرة أو تأجيل هذا القرار إلى فترات لاحقة، تم إجراء تحليل التباين البسيط أحادي الاتجاه One-way ANOVA. وتبين من نتائج التحليل وجود فروق معنوية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها ($F = 18.93, P < 0.001$)، حيث ارتفعت المتوسطات في اتجاه الطلاب (متوسط الطلاب = ٤,٦٧، ومتوسط الطالبات = ٤,٣٤). وبذلك يتم قبول الفرضية الرابعة للدراسة.

وقد تلا ذلك التعرف إلى مجالات العمل التي من المتوقع أن تتخصص فيها

قدرتهم على تحديد المجالات التي يمكن أن تتخصص فيها مشروعاتهم.

وللتعرف إلى مدى معنوية الفروق بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث تفضيلهم لمجالات عمل معينة لمشروعاتهم المتوقعة بعد التخرج، تم إجراء تحليل التباين البسيط One-way ANOVA. وقد أسفر التحليل عن وجود فروق معنوية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها ($F = 33.57, P < 0.001$) في هذا الصدد، حيث ارتفعت المتوسطات في اتجاه الطالبات (متوسط الطلاب = ٣,٤٠، ومتوسط الطالبات = ٣,٩٠). وبذلك يتم قبول الفرضية الخامسة للدراسة.

اختلاف إدراك طلاب الجامعات المصرية وطالباتها لرواد الأعمال:

تعد آراء الطلاب والطالبات وتوجهاتهم نحو رواد الأعمال الذين يتابعون تصرفاتهم وسلوكياتهم وإنجازاتهم في المجتمع مؤشراً على التوجه الريادي لهؤلاء الطلاب، وما إذا كان هذا التوجه إيجابياً أو سلبياً. وقد تضمن التعرف إلى

توجهات طلاب الجامعات المصرية وطالباتها نحو رواد الأعمال ثلاثة جوانب:

- أ - ما إذا كان طلاب الجامعات المصرية يعتقدون أن رواد الأعمال يعدّون رواد أعمال بالفطرة.
- ب - العوامل المؤثرة على إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم.
- ج - نظرة طلاب الجامعات المصرية لرواد الأعمال في المجتمع المصري.

ويبين الجدول (١١) آراء طلاب الجامعات المصرية في ما إذا كان رواد الأعمال يولدون بالفطرة متمتعين بالسمات والخصائص المميزة لرواد الأعمال، أم أنهم يصبحون رواد أعمال من خلال التأهيل والتعليم والتدريب.

ويتضح من الجدول السابق أن حوالي نصف طلاب الجامعات المصرية يعتقدون في ضرورة تأهيل رواد الأعمال وتدريبهم، في حين أن (٣٦٪) منهم يرون أن رواد الأعمال يولدون رواداً للأعمال بالفطرة، ولم يستطع (١٥٪) من هؤلاء

جدول ١١

آراء طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في طبيعة رواد الأعمال

طبيعة رواد الأعمال		آراء الطلاب		آراء الطالبات		المجموع	
تكرارات	%	تكرارات	%	تكرارات	%	تكرارات	%
٥١٠	٢٢٪	٣٣٥	١٤٪	٨٤٥	٣٦٪	١ - يولدون بالفطرة	
٦٨٤	٢٩,٥٪	٤٥٣	١٩,٥٪	١١٣٧	٤٩٪	٢ - يؤهلون ويتدربون	
١٧٦	٧,٥٪	١٧٣	٧,٥٪	٣٤٩	١٥٪	٣ - لا أعرف	
١٣٧٠	٥٩٪	٩٦١	٤١٪	٢٣٣١	١٠٠٪	المجموع	

جوهريّة بين آراء طلاب الجامعات المصريّة وطالباتها ($F = 6.83, P < 0.01$)، حيث ارتفعت المتوسطات في اتجاه الطالبات (متوسط الطلاب = ٠,٦٣، ومتوسط الطالبات = ٠,٧١).

من ناحية أخرى، تباينت أيضاً وجهات نظر طلاب الجامعات المصريّة وطالباتها في العوامل المؤثرة في إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم. ويتضح من الجدول (١٢) أن أهم العوامل المؤثرة في إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم من وجهة نظر طلاب الجامعات المصريّة وطالباتها هي - على الترتيب:

- ١ - تعود الفرد على تحمل المسؤولية منذ الصغر (٥٢٪).
- ٢ - الخبرة العملية في مجال معين (٤٩٪).

الطلاب تحديد طبيعة رواد الأعمال في المجتمع المصري.

واتضح أيضاً وجود اختلاف في تقييم طلاب الجامعات المصريّة وطالباتها لطبيعة رواد الأعمال. فقد قرر حوالي (٣٠٪) من طلاب الجامعات المصريّة ضرورة تأهيل رواد الأعمال وتدريبهم، في مقابل حوالي (٢٠٪) من الطالبات. واعتقد حوالي (٢٢٪) من طلاب الجامعات المصريّة أن رواد الأعمال يولدون رواداً للأعمال بالفطرة، مقابل (١٤٪) من الطالبات.

وللتأكد من وجود اختلافات جوهريّة في آراء كل من طلاب الجامعات المصريّة وطالباتها تجاه طبيعة رواد الأعمال، قام الباحث بإجراء تحليل التباين البسيط أحادي الاتجاه One-way ANOVA. وقد تبين من نتائج التحليل وجود فروق

جدول ١٢

العوامل المؤثرة في إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم

العوامل المؤثرة	آراء طلاب		آراء الطالبات		المجموع	
	تكرارات	%	تكرارات	%	تكرارات	%
١ - تأثير الأصدقاء المقربين	٣٠٩	١٣,٣٪	١٤٥	٦,٢٪	٤٥٤	١٩,٥٪
٢ - الانتماء لإحدى عائلات الأعمال	٤٢٧	١٨,٣٪	٢٦٦	١١,٤٪	٦٩٣	٢٩,٧٪
٣ - تعود الفرد على تحمل المسؤولية منذ الصغر	٦٨٩	٢٩,٦٪	٥٢٥	٢٢,٥٪	١٢١٤	٥٢,١٪
٤ - الخبرة العملية في مجال معين	٦٦٠	٢٨,٣٪	٤٧٦	٢٠,٤٪	١١٣٦	٤٨,٧٪
٥ - الدراسة الجامعية والتخصص العلمي	٤٦٠	١٩,٧٪	٣١٤	١٣,٥٪	٧٧٤	٣٣,٢٪
٦ - ثقافة تشجيع العمل الحر السائدة في المجتمع	٣١٣	١٣,٤٪	٢٣٩	١٠,٣٪	٥٥٢	٢٢,٧٪
٧ - وجود نماذج ناجحة يمكن الاقتداء بها من رجال الأعمال	٤٧٤	٢٠,٣٪	٣٠٨	١٣,٢٪	٧٨٢	٣٣,٥٪
٨ - المجتمع الذي ينشأ فيه الفرد	٤٣٢	١٨,٥٪	٢٦٩	١١,٥٪	٧٠١	٣٠٪

الطلاب = ٠,٥٠، ومتوسط الطالبات = ٠,٥٥.

أخيراً، تباينت آراء طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث نظرتهم وتقييمهم لرجال الأعمال المصريين. وبيّن الجدول (١٣) هذه الآراء، ومنه يتضح ما يأتي:

١ - على الرغم من اختلاف آراء طلاب الجامعات المصرية حول سلوكيات رجال الأعمال المصريين، فإنهم اتفقوا على الصفات المميزة لرواد الأعمال بصفة عامة أنهم "أناس مغامرون يتمتعون بقدر كبير من الجرأة". فقد اتفق حوالي (٤١٪) من الطلاب على هذه الصفة.

٢ - أن طلاب الجامعات المصرية انقسموا فيما بينهم من حيث نظرتهم لرجال الأعمال المصريين. ففي حين قرر (٣٥٪) من الطلاب أنهم "يستغلون ثروات المجتمع وموارده لتحقيق مصالحهم"، فإن حوالي (٣٣٪) من الطلاب يرون "أنهم أناس مجتهدون ومخلصون". وفي حين يرى (٣٤٪) من الطلاب أن "رجال الأعمال المصريين ينافقون أصحاب السلطة والنفوذ"، فإن حوالي (٢٦٪) من الطلاب يرون "أنهم قادة يسهمون في التطوير والتنمية الاقتصادية للمجتمع".

أي أن طلاب الجامعات المصرية قد تباينت آراؤهم من حيث الصفات

٣ - وجود نماذج ناجحة يمكن الاقتداء بها من رجال الأعمال (٣٣,٥٪).

٤ - الدراسة الجامعية والتخصص العلمي (٣٣٪).

على الجانب الآخر، فإن العوامل المجتمعية والثقافية جاءت في مرتبة متأخرة لدى طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث تأثيرها على تكوين شخصية رواد الأعمال. وقد جاء "تأثير الأصدقاء المقربين" أضعف هذه العوامل (١٩,٥٪)، يليه "ثقافة تشجيع العمل الحر السائدة في المجتمع"، حوالي (٢٤٪). ثم "الانتماء إلى إحدى عائلات الأعمال"، (حوالي ٣٠٪). ويدل ذلك على عدم إحساس طلاب الجامعات المصرية وطالباتها بالتأثير الذي يمارسه المجتمع والسياسات الحكومية في تشكيل الشخصيات الريادية في المجتمع.

وقد أظهرت نتائج تحليل التباين البسيط أحادي الاتجاه One-way ANOVA عدم وجود فروق جوهرية بين آراء طلاب الجامعات المصرية وطالباتها حول تأثير عوامل معينة على إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم. فلم تثبت هذه الفروق سوى في عاملين اثنين فقط هما: "تأثير الأصدقاء المقربين" ($F = 20.23, P < 0.001$)، حيث ارتفعت المتوسطات في اتجاه الطلاب (متوسط الطلاب = ٠,٢٣، ومتوسط الطالبات = ٠,١٥)، و"تعود الفرد على تحمل المسؤولية منذ الصغر" ($F = 4.26, P < 0.05$)، حيث ارتفعت المتوسطات في اتجاه الطالبات (متوسط

جدول ١٣

تقييم طلاب الجامعات المصرية لرجال الأعمال المصريين في عام ٢٠٠٩

الآراء	الطلاب		الطالبات		المجموع	
	تكرارات	%	تكرارات	%	تكرارات	%
١ - اعتبرهم من قادة المجتمع المحترمين.	٢٣٤	٪١٠	١٤٣	٪٦	٣٧٧	٪١٦
٢ - اعتبرهم أناساً محظوظين.	٢٢٢	٪٩,٥	١٩٧	٪٨,٥	٤١٩	٪١٨
٣ - أرى أنهم أناس مجتهدون ومخلصون.	٤٢٧	٪١٨	٣٣٦	٪١٤,٥	٧٦٣	٪٣٢,٥
٤ - أعتقد أنهم كاذبون ومخادعون.	١٣٦	٪٦	٦٧	٪٣	٢٠٣	٪٩
٥ - اعتقد أنهم أناس مغامرون يتمتعون بقدر كبير من الجرأة.	٥٥٧	٪٢٤	٣٨٨	٪١٦,٥	٩٤٥	٪٤٠,٥
٦ - اعتبر الكثيرين منهم انتهازيين وأنانيين.	٢٩٨	٪١٣	١٥١	٪٦,٥	٤٤٩	٪١٩,٥
٧ - أرى أنهم ينقصهم الكثير من الصدق والأمانة.	٤٣٠	٪١٨,٥	٢٤٢	٪١٠,٥	٦٧٢	٪٢٩
٨ - أرى أنهم قادة يسهمون في التطوير والتنمية الاقتصادية للمجتمع.	٣١٥	٪١٣,٥	٢٨٠	٪١٢	٥٩٥	٪٢٥,٥
٩ - أعتقد أنهم ينافقون أصحاب السلطة والنفوذ.	٥٤٠	٪٢٣	٢٥٥	٪١١	٧٩٥	٪٣٤
١٠- أرى أنهم يستغلون ثروات المجتمع وموارده لتحقيق مصالحهم.	٥٥٤	٪٢٤	٢٥١	٪١١	٨٠٥	٪٣٥

الجامعات المصرية وطالباتها نحو هاتين المجموعتين من الصفات والسلوكيات.

وقد أسفرت نتائج التحليل عن عدم وجود فروق جوهرية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث آراؤهم بخصوص الصفات والسلوكيات الإيجابية لرجال الأعمال المصريين ($F = 2.53, P < 0.112$)، وكذلك من حيث إنهم "أناس مغامرون يتمتعون بقدر كبير من الجرأة" ($F = 0.019, P < 0.891$) في حين أثبت التحليل وجود فروق جوهرية بين طلاب

والسلوكيات الإيجابية (٤ صفات/سلوكيات)، والصفات والسلوكيات السلبية (٦ صفات/سلوكيات) لرجال الأعمال المصريين. لذلك، قام الباحث بتصنيف هذه الصفات والسلوكيات إلى مجموعتين: مجموعة الصفات والسلوكيات الإيجابية، ومجموعة الصفات والسلوكيات السلبية. وذلك تمهيداً لإجراء تحليل التباين البسيط أحادي الاتجاه One-way ANOVA لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق جوهرية بين طلاب

طالبات الجامعات المصرية، فقد أشارت - في الوقت نفسه - إلى وجود فروق جوهرية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث الدوافع التي تحث كل منهما على إقامة المشروعات بعد تخرجهم. وفي حين أشارت نتائج الدراسة إلى عدم اختلاف كل من طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في إدراكهم للخصائص والسلوكيات الإيجابية لرجال الأعمال المصريين، فقد أشارت أيضاً إلى اختلاف طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في إدراكهم للخصائص والسلوكيات السلبية لرجال الأعمال المصريين. وفي الوقت الذي أثبتت فيه الدراسة اختلاف طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في إدراكهم لطبيعة رواد الأعمال (يولدون بالفطرة/ يؤهلون ويدربون)، فقد أشارت النتائج أيضاً إلى اتفاق طلاب الجامعات المصرية وطالباتها على تأثير عوامل معينة على إعداد رواد الأعمال في المجتمع المصري وتكوينهم.

من ناحية أخرى، فإن نتائج الدراسة جاءت مخالفة لما توصلت إليه الدراسات الغربية (e.g.: Verheul, 2005; Ahl, 2002) من أن مساحة التشابه بين رواد الأعمال ورائدات الأعمال تفوق مساحة الاختلاف بينهما. فقد أشارت نتائج الدراسة إلى اتفاق طلاب الجامعات المصرية وطالباتها حول ثلاث قضايا فقط هي: التوجهات الريادية لكل منهما، وإدراكهم لتأثير عوامل معينة على إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم، وإدراكهم للخصائص والسلوكيات الإيجابية التي يتمتع بها رجال

الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث آراؤهم بخصوص الصفات/ السلوكيات السلبية لرجال الأعمال المصريين ($F = 37.13, P < 0.001$) حيث ارتفعت المتوسطات في اتجاه الطلاب (متوسط الطلاب = ١,٥٩، ومتوسط الطالبات = ١,٢١).

أي أن الاتفاق بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها جاء حول الصفات/ السلوكيات الإيجابية لرجال الأعمال المصريين. وأن الاختلاف بين الفريقين كان حول الصفات/ السلوكيات السلبية لرجال الأعمال المصريين. وأن الطلاب كانوا أكثر إحساساً بهذه الصفات/ السلوكيات السلبية من الطالبات. وعلى ذلك، يمكن قبول الفرضية السادسة للدراسة جزئياً.

مناقشة نتائج الدراسة ودلالاتها:

بناءً على التحليل السابق لبيانات الدراسة، نستطيع القول إن نتائج هذه الدراسة جاءت متسقة مع نتائج الدراسات الغربية من حيث عدم حسمها للجدل الدائر حول وجود فروق نوعية جوهرية بين رواد/ رائدات الأعمال (e.g. Petridou *et al.*, 2009). فقد أثبتت نتائج الدراسة وجود فروق جوهرية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها في بعض الجوانب، كما أشارت أيضاً إلى عدم وجود مثل هذه الفروق الجوهرية في جوانب أخرى. ففي حين توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق جوهرية بين التوجهات الريادية لطلاب الجامعات المصرية وتلك التي تتمتع بها

الذين يرغبون في إقامة المشروعات بعد التخرج، فإن هذه النتيجة تدل أيضاً على أن (٧٤٪) من هؤلاء الطلاب مازالوا يفضلون الوظائف التقليدية على إقامة المشروعات ويدل ذلك على أن صانعي القرارات وواضعي السياسات في المجتمع المصري مازال أمامهم طريق طويل لإقناع شباب الخريجين بضرورة التوجه الريادي، وتطوير مناخ ريادي مناسب في المجتمع. ولاشك أن ذلك الهدف يتطلب المزيد من المبادرات الحكومية وغير الحكومية لإحداث هذا التغيير الجوهرى في عقلية الشباب المصري.

أما من حيث الفروق النوعية بين طلاب الجامعات المصرية وطالبتها في هذا الصدد، فقد فاقت نسبة الطلاب الذين يرغبون في إقامة المشروعات نسبة الطالبات الراغبات في إقامة المشروعات. وتكرر النمط نفسه بصورة أكثر وضوحاً مع بديل "السفر للعمل بالخارج"، وبصورة أقل وضوحاً مع بديل "العمل في القطاع الخاص". والبديل الوحيد الذي فاقت فيه نسبة الطالبات نسبة الطلاب كان "العمل في الحكومة أو القطاع العام".

ولاشك أن هذه النتائج تعد نتائج متوقعة في المجتمع المصري الذكوري، فهو على الرغم من التغيير الملحوظ في منظومة قيمه خلال السنوات الثلاثين الأخيرة، مازال محافظاً في التمييز بين الرجل والمرأة في مجالات العمل. فهذه النتائج تعكس - مبدئياً - ميل طلاب الجامعات المصرية إلى تحمل قدر أكبر من

الأعمال المصريين. وعلى الجانب الآخر، توصلت نتائج الدراسة إلى وجود اختلافات معنوية بين طلاب الجامعات المصرية وطالبتها حول ست قضايا هي: الدوافع الريادية التي يتمتع بها كل من الفريقين، وارتفاع احتمالات إقامة المشروعات بعد التخرج لدى كل منهما، واستعداد كل منهما لإقامة المشروعات بعد التخرج مباشرة، والتخصصات المهنية (مجالات العمل) المتوقعة للمشروعات التي يمكن أن يقيموها، وإدراك كل من المجموعتين لطبيعة رواد الأعمال، وإدراك كل منهما للخصائص والسلوكيات السلبية لرجال الأعمال المصريين.

ونورد في السطور التالية مقارنة أكثر عمقاً بين بعض النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، ونتائج بعض الدراسات الريادية التي أجريت على المجتمعات الغربية. فقد أوضحت نتائج الدراسة أن رغبة طلاب الجامعات المصرية في "إقامة المشروعات أو المشاركة في إقامة المشروعات" تأتي في المرتبة الثانية "للعمل في القطاع الخاص"، حيث عبر (٢٦٪) من الطلاب عن هذه الرغبة. في حين قرر Henderson and Robertson (2000) في دراستهما لطلاب إحدى الجامعات البريطانية، أن (٥٪) من طلاب العينة عبروا عن رغبتهم في امتلاك مشروعات بعد التخرج، وأن هذه النسبة ارتفعت إلى (٧٪) لدى الطلاب الذين يدرسون مقررراً في ريادة الأعمال. وعلى الرغم من ارتفاع نسبة الطلاب المصريين

النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسات الريادية السابقة. فعلى الرغم من أن Cromie (1987) ألمح إلى اختلاف الدوافع المؤثرة على إقامة كل من رواد الأعمال ورائدات الأعمال لإقامة المشروعات، وإلى أن الدوافع الضاغطة (السلبية) هي الأكثر تأثيراً على رائدات الأعمال، فقد أشار إلى ضرورة تفسير هذه النتائج في ضوء ظروف التنشئة الاجتماعية المحيطة بكل من هاتين الفئتين. وفي الاتجاه نفسه قرر Orhan and Scott (2001) أن النتائج التي توصلوا إليها لا تدعم الافتراض القائل بأن معظم النساء يصبحن رائدات أعمال تحت ضغط الضرورة، وأن تعميم نموذج "العوامل الجاذبة / الضاغطة" يتطلب توافر مجموعة من العوامل، وأشار أيضاً إلى الدور الذي تقوم به "السيطرة الذكورية" وتفاعلها من العوامل الضاغطة في دفع النساء إلى مجال ريادة الأعمال.

من ناحية أخرى، أكد كل من Sarri (2005) and Trihopoulou أن الاتجاه السائد في معظم الدول الأوروبية هو اتجاه "العوامل الجاذبة" باعتباره اتجاهًا مضاداً لاتجاه "ليس لدي بديل آخر". لذلك، يمكن القول إن رائدات الأعمال في هذه الدول لا يمكن اعتبارهن رائدات أعمال "بالمصادفة" "Accidental Entrepreneurs" تم دفعهن إلى مجال ريادة الأعمال تحت ضغوط البطالة أو الاستغناء عنهن أو عدم الأمان الوظيفي.

أما من حيث المجالات التي يفضلها طلاب الجامعات المصرية وطالباتها

المخاطر والمغامرة في العمل مقارنة بالطالبات. فتفضيل معظم الطالبات للعمل الحكومي، وميل معظم الطلاب للعمل الخاص، والسفر للخارج، وإقامة المشروعات الخاصة، يعكس الفكر والسلوكيات المحافظة لدى المرأة المصرية والأسرة المصرية - بصفة عامة - مقارنة بالفكر والسلوكيات الذكورية التحررية المسيطرة على المجتمع المصري.

وعلى الرغم من هذه الفروق الواضحة بين الطلاب والطالبات، أثبت التحليل عدم جوهريتها، سواء بالنسبة للوظائف الريادية أو غير الريادية المفضلة لدى الطلاب والطالبات. في حين قرر Pines (2008) and Schwartz وجود فروق معنوية بين طلاب جامعة بن جوريون وطالباتها الذين يفضلون أو يرغبون في امتلاك مشروعات بعد التخرج. فقد أظهر الطلاب رغبة أكبر من الطالبات في هذا الصدد.

أما فيما يتعلق بالدوافع أو الأسباب التي تقف وراء الاختيارات الريادية لطلاب الجامعات المصرية وطالباتها، فقد جاءت نتائج الدراسة غير متسقة مع ما توصلت إليه الدراسات الغربية، إذ توصلت الدراسة إلى وجود فروق جوهريّة بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، من حيث الدوافع الريادية المؤثرة على كل من الفريقين. فقد جاءت الدوافع الجاذبة (الإيجابية) أكثر تأثيراً على الطلاب منها على الطالبات، في حين كانت الدوافع الضاغطة (السلبية) أكثر تأثيراً على الطالبات منها على الطلاب. وتختلف هذه

من الطلاب أن رواد الأعمال يحملون هذه الصفة بالفطرة. بالإضافة إلى ذلك، فقد أثبتت الدراسة الحالية اختلاف طلاب الجامعات المصرية وطالبتها بصورة جوهرية حول طبيعة رواد الأعمال. فقد كانت الطالبات أكثر اقتناعاً بضرورة تدريب رواد الأعمال وتأهيلهم من الطلاب.

أما من حيث تأثير عوامل معينة على إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم، فقد اختلفت الفروق النوعية الجوهرية بين طلاب الجامعات المصرية وطالبتها جزئياً. فقد اتفق الطلاب والطالبات على أغلبية العوامل المؤثرة في إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم عدا عاملين اثنين هما: "تعود الفرد على تحمل المسؤولية منذ الصغر"، و"تأثير الأصدقاء المقربين". وكانت الطالبات أكثر ميلاً إلى أهمية "تعود الفرد على تحمل المسؤولية منذ الصغر"، في حين كان الطلاب أكثر إحساساً بتأثير الأصدقاء المقربين على إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم.

ومرة أخرى، تعكس هذه النتيجة تأثير المجتمع الذكوري على آراء الطلاب المصريين واقتناعاتهم. فميل الطالبات إلى ترجيح أهمية تعود الفرد على تحمل المسؤولية منذ الصغر على إعداد رواد الأعمال في المجتمع وتكوينهم، يعكس إحساسهن بتأثير الأسرة ودورها ونمط التربية المتبع على تكوين شخصية رائد الأعمال. في حين أن ميل الطلاب إلى ترجيح أهمية تأثير الأصدقاء المقربين على تكوين شخصية رواد الأعمال يعكس

لمشروعاتهم المرتقبة، فقد توصلت الدراسة إلى أن المجالات التجارية تأتي في مقدمة مجالات العمل المفضلة لدى كل من الطلاب والطالبات، يليها مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ثم مجال التصنيع، في حين احتل مجال الخدمات المركز الرابع بين مجالات العمل المفضلة. وعلى الرغم من ذلك، فقد أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق معنوية بين الطلاب والطالبات بالنسبة لمجالات العمل المفضلة لمشروعاتهم. فقد اتضح ميل الطالبات للمجالات التجارية بدرجة تفوق تفضيل الطلاب. وتتفق هذه النتيجة مع ما أبرزته الدراسات الريادية السابقة، فقد اتضح أن رائدات الأعمال يفضلن العمل في قطاع تجارة التجزئة وقطاع الخدمات بشكل يفوق تفضيل رواد الأعمال (Ahl, 2002: 109).

ولعل من أكثر نتائج الدراسة إثارة تلك المتعلقة بالآراء ووجهات النظر التي أبداهها طلاب الجامعات المصرية وطالبتها في طبيعة رواد الأعمال بصفة عامة، وفي سلوكيات رواد الأعمال المصريين وصفاتهم على وجه الخصوص. فقد توصلت الدراسة إلى أن طلاب الجامعات المصرية يرون أن رواد الأعمال يحتاجون إلى التأهيل والتدريب، وأنهم لا يحملون هذه الصفة بالفطرة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Henderson and Robertson (2000) التي أجريها على طلاب جامعة ليدز ميتروبوليتان بالمملكة المتحدة، حيث اتفق (45%) من الطلاب على ضرورة تأهيل رواد الأعمال، في حين رأى (33%)

قدرة على انتقاد الأوضاع السلبية لرجال الأعمال من الطالبات.

إن التحليل المتقدم يؤكد ما أشرنا إليه في مقدمة الدراسة من ضرورة اختبار المناهج والافتراضات والنتائج التي توصلت إليها الدراسات التي تناولت ريادة الأعمال النسائية في الدول الصناعية المتقدمة، وفي الدول النامية والاقتصادات الناشئة. فلاشك أن اختلاف الهياكل الاجتماعية والاقتصادية، ومنظومة القيم، والظروف الثقافية والعوامل الديموجرافية له دوره في التوجهات الريادية لأفراد هذه المجتمعات.

الدلالات العملية للدراسة:

تشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة، إلى أن الفهم والاستيعاب الجيد للدوافع والتوجهات الريادية لكل من رواد الأعمال ورائدات الأعمال عند إقامة المشروعات الجديدة، يساعد صانعي السياسات على صياغة السياسات المشجعة لإقامة المشروعات الجديدة، لاسيما في المجتمعات التي تشهد تحولاً جذرياً في نظمها الاقتصادية متجهة نحو الاقتصادات الحرة، والاعتماد على قوى السوق في تنمية اقتصادياتها. من ناحية أخرى، فإن التعرف إلى هذه الدوافع - سواء بين طلاب وطالبات الجامعات أو بين غيرهم من شباب الخريجين - يساعد صانعي السياسات على اختيار الأساليب المناسبة للترويج لمفهوم العمل الحر والثقافة الريادية Entrepreneurial Culture

مساحة الحرية الممنوحة للذكور في تكوين صداقات، وتفعيل هذه الصداقات بشكل يفوق المساحة الممنوحة للإناث. هذا على الرغم من أن "تأثير الأصدقاء المقربين" جاء في المرتبة الأخيرة بين العوامل المؤثرة على تكوين شخصيات رواد الأعمال، من وجهة نظر طلاب الجامعات المصرية وطالباتها.

أخيراً، فقد تباينت آراء طلاب الجامعات المصرية وطالباتها حول صفات رجال الأعمال المصريين وسلوكياتهم. فعلى الرغم من أنهم اتفقوا على "أنهم أناس مغامرون يتمتعون بقدر كبير من الجرأة"، وهي السمة المميزة لرجال الأعمال بصفة عامة، فقد اختلفوا حول صفاتهم وسلوكياتهم الإيجابية والسلبية؛ إذ اختلفت الفروق الجوهرية بين طلاب الجامعات المصرية وطالباتها فيما يتعلق بالصفات / السلوكيات الإيجابية لرجال الأعمال المصريين. في حين ظهرت الفروق الجوهرية بين الفريقين فيما يتعلق بالصفات / السلوكيات السلبية لرجال الأعمال المصريين، حيث كان الطلاب أكثر إدراكاً لهذه الصفات / السلوكيات السلبية من الطالبات.

إن هذه النتيجة تدل على تقدير طلاب الجامعات المصرية وطالباتها للأدوار الإيجابية التي يقوم بها رجال الأعمال، إلا أنهم ينكرون عليهم قيام بعضهم باقتراف السلوكيات والممارسات التي تضر بمجتمعهم وتفسد صورتهم أمام الرأي العام المصري. وكالعادة كان الطلاب أكثر

البحث عن الوظائف بالطرق التقليدية. فعلى سبيل المثال، يقوم الصندوق الاجتماعي للتنمية بدور ملحوظ في هذا الصدد، ويشاركه في ذلك كثير من المراكز المتخصصة والجامعات الحكومية والوكالات الأجنبية المانحة. إلا أن كل جهة من هذه الجهات تعمل بشكل منفرد وبدون تنسيق مع غيرها من الجهات، على رغم توحيد أهدافهم، وهو ما يضر بتحقيق هذا الهدف بالمعدلات المنتظرة أو المرجوة.

الدراسات المستقبلية:

تعد النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة الاستكشافية مدخلاً جيداً للقيام بالمزيد من الدراسات الريادية بهدف التوصل إلى توصيف دقيق وشامل لظاهرة ريادة الأعمال النسائية في الوطن العربي. فقد ألفت هذه الدراسة الضوء على عدد من المجالات والفجوات البحثية التي تتعلق بريادة الأعمال النسائية، وهي ظاهرة تتطلب المزيد من الدراسة. وتأتي الدوافع الريادية لرواد الأعمال ورائدات الأعمال في مقدمة هذه المجالات البحثية. فهناك حاجة إلى استكشاف الدوافع المؤثرة في اختيارات رواد الأعمال ورائدات الأعمال العرب، ومقارنتها بتلك التي تتحكم في اختيارات نظرائهم في الدول الصناعية المتقدمة. كذلك، مازالت السمات والخصائص الريادية المميزة لرائدات الأعمال العرب في حاجة إلى دراسات تسهم في إبرازها، واكتشاف ما إذا كانت هناك فروق معنوية بينها وبين تلك المميزة

بين أفراد المجتمع، ويأتي في مقدمتها ضرورة تغيير المقررات الدراسية على مستوى الجامعات بحيث تتضمن مسارات دراسية في مجال ريادة الأعمال. فتغيير المقررات الدراسية على مستوى الجامعات هو من عناصر البنية الأساسية لإقامة المشروعات الجديدة بصفة عامة، والمشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر والمتوسطة على وجه التحديد.

بالإضافة إلى ذلك، فإن نتائج الدراسة تبين أيضاً ضرورة التأكيد على اختلاف إستراتيجيات تحفيز رواد الأعمال الجدد من الطلاب وشباب الخريجين بين الدول المتقدمة والدول الآخذة في النمو أو الاقتصادات الناشئة. فالإستراتيجيات والسياسات التي تصلح للتطبيق في الدول المتقدمة قد لا تؤتي ثمارها في الدول النامية أو الأقل تقدماً. لذلك، فإن على المسؤولين في الدول النامية تحديد أولويات الأفراد وتوجهاتهم في مجتمعاتهم حتى يستطيعون اختيار أكثر الحوافز الريادية تأثيراً في هؤلاء الأفراد، ويأتي في مقدمة هذه العوامل الفروق الجوهرية بين الرجال والنساء من حيث توجههم إلى إقامة المشروعات الجديدة.

كذلك، فإن هناك حاجة إلى توحيد البرامج الموجهة لتشجيع ثقافة العمل الحر ونشرها في المجتمع المصري. فالمجتمع المصري يشهد منذ حوالي عشرين عاماً جهوداً وتحركات متنوعة وفي اتجاهات متعددة لتشجيع الأجيال الجديدة على تبني ثقافة إقامة المشروعات بدلاً من ثقافة

اعتماد الباحث على هذا النوع من العينات إلى ظروف جمع بيانات الدراسة. فقد أدت طبيعة المجتمع الطلابي، الذي يوجد فيه الطلاب في مجموعات كبيرة العدد عادة، إلى استثمار الباحث لهذه الخاصية في جمع البيانات بشكل جماعي في أثناء وجود الطلاب في قاعات الدراسة. وقد أدى ذلك إلى عدة مزايا منها: رفع معدل استجابة المستقصى منهم، وتمكن الباحث من الإجابة عن استفسارات الطلاب في حينها. إلا أن هذه الظروف لم يتوافر معها الشروط المطلوبة لسحب عينات عشوائية من مجتمع الدراسة. بناء على ذلك، يجب على كل من يستعين بنتائج الدراسة أن يتوخى الحذر في تفسير نتائجها، وفي تعميم هذه النتائج على مجتمعات أخرى غير مجتمع الدراسة.

لرائدات الأعمال في الدول الصناعية من جهة، وبينهما وبين تلك المميزة لرواد الأعمال العرب من جهة أخرى.

من ناحية أخرى، فإن الدراسة الحالية التي ألفت الضوء على مجتمع طلاب الجامعات المصرية وطالباتها، وعلى توجهاتهم ودوافعهم الريادية، تفتح الباب أمام التوصل إلى بروفيل ريادي Entrepreneurial Profile لرائدات الأعمال العرب من خلال دراسة رائدات الأعمال في عينة من الدول العربية. وتفتح الباب كذلك أمام التعرف إلى العوامل التي قد تعوق انتشار ظاهرة ريادة الأعمال النسائية في الدول العربية، ومقارنتها بمثيلاتها في الدول والاقتصادات الغربية المتقدمة.

محددات الدراسة:

يتمثل المحدد الرئيس للدراسة في اعتمادها على عينة غير عشوائية. ويرجع

المراجع

- Ahl, A. J. 2002. The Making of the Female Entrepreneur: A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship, JIBS Dissertation Series 015, Jönköping University.
- Alstete, J. W. 2002. On Becoming an Entrepreneur: An Evolving Typology, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 8 (4): 222-234.
- Antonic, B. and R. D. Hisrich 2003. Clarifying the Entrepreneurship Concept, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10 (1): 7-24.
- Benzing, C. and H. M. Chu 2009. A comparison of the motivations of small business owners in Africa, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16 (1): 60- 77.
- Brindley, C. 2005. Barriers to Women Achieving Their Entrepreneurial

- Potential; Women and Risk, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11 (2): 44-161.
- Brockhaus, R. H. 1987. Entrepreneurial Folklore, *Journal of Small Business Management*, July, 7 (1): 1-6.
- Bruni, A., S. Gherardi and B. Poggio 2004. Entrepreneur-mentality, Gender and the Study of Women Entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17 (3): 256-268.
- Brush, C. G. 1992. Research on Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16 (4): 5 - 30.
- Bygrave, W. D. 1989. The Entrepreneurship Paradigm I: A Philosophical Look at Its Research Methodologies. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 14 (14): 1-26.
- Bygrave, W. D. and C. W. Hofer 1991. Theorizing About Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16 (2): 13-22.
- Carter, S. 2000a. Improving the Numbers and Performance of Women-Owned Business: Some Implications for Training and Advisory Services. *Education + Training*, 42 (4/5): 326-334.
- Carter, S. 2000b. Gender and Enterprise, In Carter, S. and D. Jones-Evans Eds, Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy, Financial Times Prentice-Hall, London.
- Coyle, H. E. and A. Ellinger 2003. On Their Own: The Meaning of Change Experienced by Female Entrepreneurs as They Initiate New Business Ventures. *PAACE Journal of Life Learning*, (12): 31-45.
- Cromie, S. 1987. Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs. *Journal of Occupational Behavior*, 8 (3): 251-261.
- Deakins, D. and G. Whittam 2000. "Business Start-up: Theory, Practice and Policy", In Carter, S. and D. Jones-Evans, Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy, Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, England.
- Farr-Wharton, R. and Y. Brunetto 2009. Female Entrepreneurs As Managers: The Role of Social Capital In Facilitating a Learning Culture. *International Journal of Gender In Management*, 24 (1): 14-31.
- Henderson, R. and M. Robertson 2000. Who wants to be an Entrepreneur? Young Adult Attitudes to Entrepreneurship as a Career. *Career Development International*, 5 (6) 279-287.
- Heufner, J. C. and H. K. Hunt. 1994. Broadening the Concept of Entrepreneurship: Comparing Business and Consumer Entrepreneurs. *En-*

- trepreneurship Theory & Practice*, 18 (3): 61-75.
- Hisrich, R. D. 1990. Entrepreneurship/ Intrapreneurship. *American Psychologist*, 45 (2) 209-222.
- Hisrich, R. D. and M. Drnovsek. 2002. Entrepreneurship and Small Business Research: An European Perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9 (2): 172-222.
- Hisrich, R. D. and S. A. Öztürk 1999. Women Entrepreneurs In A Developing Economy. *The Journal of Management Development*, 18 (2): 114 - 124.
- Jamali. D. 2009. Constraints and Opportunities Facing Women Entrepreneurs In Developing Countries: A Relational Perspective. *International Journal of Gender In Management*, 24 (4): 232-251.
- Jones, P., A. Jones, G. Packham and C. Miller 2008. Student Attitudes towards Enterprise Education in Poland: A Positive Impact. *Education + Training*, 50 (7): 597-614.
- Kets de Vries, M. F. R. 1985. The Dark Side of Entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 63 (6): 160-167.
- Kirkwood, J. 2009. Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *International Journal of Gender in Management*, 24 (5): 346-364.
- Kuratko, D. F. and R. M. Hodgetts 2004. Entrepreneurship: Theory, Process and Practice, 6th Ed., South-western, Mason, Ohio, U.S.A.
- Marlow, S. and S. Carter 2004. Accounting for Change: Professional Status. Gender Disadvantage and Self-Employment. *Women In Management Review*, 19 (1): 5-17.
- McClelland, E., J. Swail, J. Bell and P. Ibbotson. 2005. Following The Pathway of Female Entrepreneurs: A Six-country Investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (2): 84 - 107.
- Mckay, R. 2001. Women Entrepreneurs: Moving Beyond Family and Flexibility. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 7 (4): 148-165.
- Moore, D. P. 1990. An Examination of Present Research on The Female Entrepreneur-Suggested Research Strategies for the 1990s. *Journal of Business Ethics*, 9 (4/5): 275 - 281.
- Nadin, S. 2007. Entrepreneurial Identity in the Care Sector: Navigating the Contradictions. *Women in Management Review*, 22 (6): 456 - 467.
- Orhan, M. and D. Scott 2001. Why Women Enter Into Entrepreneurship: An Explanatory Model. *Women In Management Review*, 16 (5): 232-243.

- Petridou, E., A. Sarri and L. P. Kyrgidou. 2009. Entrepreneurship Education In Higher Educational Institutions: The Gender Dimension. *International Journal of Gender In Management*, 24 (4): 286-309.
- Pines, A. M. and D. Schwartz 2008. Now you see them, now you don't: Gender Differences in Entrepreneurship. *Journal of Managerial Psychology*, 23 (7): 811-832.
- Pines, A. M., H. Levy, A. Utasi and T. L. Hill. 2005. Entrepreneurs as Cultural Heroes: A Cross-Cultural, Interdisciplinary Perspective. *Journal of Managerial Psychology*, 20 (6): 541-555.
- Politis, D. 2008. Does Prior Start-up Experience Matter for Entrepreneurs' Learning? A Comparison between Novice and Habitual Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (3): 472-489.
- Sarri, K. and A. Trihopoulou. 2005. Female Entrepreneurs' Personal Characteristics and Motivation: A Review of the Greek Situation. *Women In Management Review*, 20 (1): 24 - 36.
- Schwartz, E. B. 1976. Entrepreneurship: A New Female Frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5 (1): 47-76.
- Singh, G. and R. Belwal 2008. Entrepreneurship and SMEs In Ethiopia: Evaluating the Role, Prospects and Problems Faced by Women in This Emergent Sector. *International Journal of Gender In Management*, 23 (2): 120-136.
- Stevenson, H. H. and D. E. Gumpert. 1985. The Heart of Entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 63 (2): 85-94.
- Still, L. V. and E. A. Walker. 2006. The Self-Employed Women Owner and Her Business: An Australian Profile. *Women In Management Review*, 21 (4): 294 - 310.
- Thurik, R. and S. Wennekers. 2004. Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11 (1): 140-149.
- Verheul, I. 2005. *Is there a Female Approach: Understanding Gender Differences in Entrepreneurship*, PhD. Dissertation, Erasmus University, Rotterdam.
- Walker, E. A. and B. J. Webster. 2007. Gender, Age and Self-Employment: Some Things Change, Some Stay the Same, *Women In Management Review*, 22 (2): 122-135.
- World Bank. 2007. *Middle East & North Africa: Gender Overview*, Washington DC.

ABSTRACT

ENTREPRENEURIAL ORIENTATIONS AND MOTIVATIONS AMONG MALE AND FEMALE STUDENTS IN THE EGYPTIAN UNIVERSITIES: AN EMPIRICAL COMPARATIVE STUDY

AMR A. ZEDAN

Zagazig University

This exploratory study examines the gender-based entrepreneurial differences among Egyptian universities male and female students. Using a sample of 2331 undergraduate students, the researcher tried to test 6 hypotheses. Using one-way ANOVA and t-test, the research results identified that there are many more differences between male and female students (potential entrepreneurs) than there are similarities, which is in contradiction with western based studies. Results indicate that there are significant differences between male and female students in the following areas: the entrepreneurial motivations, the probability of business start-up, the readiness to start-up business after graduation, the preferred business sectors, their perceptions towards the nature of entrepreneurs' personality, and their perception of the negative behaviours of the Egyptian entrepreneurs. On the other hand, there are insignificant differences between the two groups in the following areas: the entrepreneurial orientations, their perceptions of the factors affecting the preparation of the entrepreneurs, and their perception of the positive behaviours of the Egyptian entrepreneurs. The research results support the rationale that the constructs, theories and approaches which-actually-postulated in the developed countries, must be examined in the developing countries and the emergent economies.

عمرو علاء الدين زيدان (دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال، جامعة عين شمس، ٢٠٠٠)، مدرس إدارة أعمال، معهد الكفاية الإنتاجية، جامعة الزقازيق، له اهتمامات بحثية في مجال ريادة الأعمال، وإدارة وتنمية الشركات العائلية، وريادة الأعمال النسائية، وإدارة وتنمية المشروعات الصغيرة، وحوكمة الشركات، خصوصاً ما يتعلق بحوكمة الشركات العائلية وعائلات الأعمال العربية، وتكوين مجالس الإدارة المحترفة في الشركات المساهمة العربية.

