

تأثير الدوافع الريادية على الشغف الريادي  
"دراسة تطبيقية على طلاب الدراسات العليا في جامعة المنصورة"

شيماء عادل السيد الطنطاوي

مدرس إدارة الاعمال

## الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر وقوة العلاقة بين أبعاد الدوافع الريادية (الحاجة الي الانجاز، الحاجة الي الاستقلال، الدافع لتحقيق الثروة، السخاء البيئي) وأبعاد الشغف الريادي (شغف التأسيس، شغف الابتكار، شغف التطوير)، بالتطبيق على 384 مفردة من طلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة، تم إعداد قائمة استقصاء لجمع البيانات اللازمة لبحث هذا التأثير وقد تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد لاختبار فروض البحث عن طريق استخدام البرنامج الإحصائي (Spss Version 25) وقد تم تحليل الارتباط بين متغيرات الدراسة، واختبار فروض الدراسة لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

أظهرت النتائج وجود تأثير ايجابي معنوي لأبعاد الدوافع الريادية (الحاجة الي الانجاز، الحاجة الي الاستقلال، الدافع لتحقيق الثروة، التهيئة البيئية) على أبعاد الشغف الريادي (شغف التأسيس، شغف الابتكار، شغف التطوير)، وفي ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث تم اقتراح مجموعة من التوصيات لزيادة الدافع الريادية لدة طلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة، وزيادة مستوى الشغف لديهم.

الكلمات الرئيسية: (الدوافع الريادية، الشغف الريادي)

## Abstract:

This research aims to study the direction and strength of the relationship between the dimensions of Entrepreneurial motivations (Achievement Striving or Need for Achievement, Desire for Independence, Desire for Wealth, Environmental Munificence) and the dimensions of Entrepreneurial Passion (Passion for founding, Passion for inventing, Passion for developing), the number of correct lists reached 384. The multiple regression method was used to test the research hypotheses by using the statistical program (Spss Version 25), and the correlation between the study variables was analyzed. Test the study hypotheses to find out the relationship between the study variables based on the SPSS program.

There is positive and significant impact of the dimensions of entrepreneurial motives (Achievement Striving or Need for Achievement, Desire for Independence, Desire for Wealth, Environmental Munificence)

on the dimensions of entrepreneurial passion (Passion for founding, Passion for inventing, Passion for developing), and in light of the results of the research, a set of recommendations were proposed To increase the entrepreneurial motivation of postgraduate students at Mansoura University, and to increase the level of passion.

**Keywords:** (Entrepreneurial motivations, Entrepreneurial Passion).

## مقدمة

أصبحت ريادة الأعمال من الكلمات اليومية الشائعة الاستخدام التي يتناولها باستمرار صانعو القرار ورجال السياسة والاقتصاد والأكاديميون خلال فعاليتهم، ويتم بشأنها تنظيم العديد من المؤتمرات في كل بلدان العالم، وذلك نظراً لأهميتها ودورها الحيوي للتنمية سواء على مستوى المجتمع أو على مستوى الفرد (Chadhary, 2017)، وتعتبر ريادة الأعمال واحدة من أفضل استراتيجيات التنمية الاقتصادية التي تساهم في زيادة معدل النمو وزيادة القدرة التنافسية للبلاد في مواجهة تصاعد الاتجاهات نحو العولمة، وقد اتضح ذلك من خلال الآثار الإيجابية التي أحدثتها في العديد من البلدان حيث ساعدت على تحقيق الثروة وخلق العديد من فرص العمل، وبشكل أكثر تحديداً، تعد ريادة الأعمال محركاً رئيسياً يدفع النمو الاقتصادي والابتكار والقدرة التنافسية للعديد من الدول (Yasin, A. Y.M et al., 2011).

ولقد أظهرت معظم الدراسات أن هناك علاقة إيجابية بين ريادة الأعمال والنمو الاقتصادي من حيث خلق فرص العمل والبقاء المستقر والتغير التكنولوجي، وقد أدى هذا بدوره إلى زيادة ظهور الريادة كواحدة من أكثر مجالات البحث شيوعاً في الأوساط الأكاديمية لدراسة أهمية ومساهمات ريادة الأعمال، كما أصبحت الدورات التدريبية في ريادة الأعمال شائعة على مستوى الكليات والجامعات وزاد الاهتمام بدراسات ريادة الأعمال بين طلاب المرحلة الجامعية وطلاب الدراسات العليا خلال العقد الماضي (Weaver et al., 2005).

ويعد قلة الوظائف المعروضة والمتاحة لخريجي الجامعات سواء في القطاع العام أو الخاص أحد العوامل الرئيسية التي تفسر هذه الظاهرة، بالإضافة إلى أن الالتحاق بهذه

الوظائف لم يعد سهلاً كما كان بالماضي، ففي بيئة العمل التنافسية فإن فرص التوظيف أصبحت محدودة للغاية وبالتالي يجب أن يكون لدى الفرد القدرة التنافسية للحصول على الوظائف أو الاتجاه إلى إنشاء مشروعه الخاص به.

وفي سياق متصل الشغف الريادي قد يكون هو المحرك الرئيسي لريادة الأعمال فالشغف هو قلب روح المبادرة لإطلاق منتجات وخدمات جديدة أو تأسيس مشروعات بموارد محدودة فالشغف هو تحفيز الوقود، وتعزيز الفاعلية، والأبداع في العمل اليومي فدائماً ما يرتبط الشغف بقدرة رجال الأعمال على جمع الأموال من المستثمرين، وتوظيف، وتحفيز العاملين لذلك لا بد من دراسة واسعة وعميقة للشغف واعتباره عنصراً أساسياً من العناصر المؤثرة في ريادة الأعمال (Biraglia & Kadile, 2017)، وعلى ضوء ما سبق، يتمثل الهدف الأساسي لهذا البحث إلى التعرف على اتجاه وقوة العلاقة بين أبعاد الدوافع الريادية والشغف الريادي.

### أولاً: الإطار النظري وبناء الفروض

تناولت الباحثة في هذا الجزء عرضاً موجزاً لمفاهيم البحث كالتالي:

#### 1. الدوافع الريادية (Entrepreneurial motivations)

عرف (Carsrud & Brännback, 2011) الدوافع الريادية بأنها الغرائز التي تدفع سلوك رائد الأعمال نحو تحقيق الهدف.

كما حددها (Olomi et al., 2015) بأنها القوة الدافعة والأساسية وراء قيام العديد من أصحاب المشاريع ببعض السلوكيات وتدفعهم لاستغلال الفرص الموجودة بالبيئة المحيطة التي تعد أحد أهم المداخل في مجال ريادة الأعمال.

في حين أشارت دراسة (Alam et al., 2019) بأنها هي عوامل الدفع وعوامل الجذب التي تتحكم في قوة الدوافع طبقاً لنظرية القيادة والتي تدفع سلوك الأفراد.

كما تناولتها دراسة (Upadhaya & Chadha, 2019) أنها دافع البقاء في مجال ريادة الأعمال ويشير إلى الاحتياجات الملحة من أجل البقاء في مجال الأعمال فيضطر رائد الأعمال إلى البحث عن أفكار جديدة من أجل الاستمرار في النشاء والبقاء فيه.

كما أشار (Luan & Li, 2019) إلى أن دافع اقتناص الفرصة هو أحد الأسباب الرئيسية التي تدفع رائد الأعمال لقيامه بتشديد مشروع جديد أو ابتكار منتج جديد، حيث أنه يفعل ذلك في محاولة منه لتعقب هذه الفرص الموجودة واقتناصها، كما أن الدافع الاقتصادي هو أحد الدوافع الرئيسية التي تدفع الأفراد بدء مشاريعهم الخاصة التي تساعد على خلق العديد من الوظائف وفرص العمل وتكوين مناخ ريادي إيجابي.

### 1/1. أبعاد الدوافع الريادية:

وبالنظر إلى الدراسات المتعلقة بالدوافع الريادية يتضح أن هناك مسارين هما الأكثر شيوعاً كما يلي:

**المسار الأول:** وهي الدراسات التي تدرس السمات الشخصية لرواد الأعمال مما يجعلها مختلفة عن باقي الأفراد ويسمى هذا المسار بـ (منهج السمات) حيث يتضمن بعض الخصائص السيكولوجية والتي تؤثر على نية رواد الأعمال وتشمل:

#### (أ) الحاجة إلى الإنجاز (Need for or Achievement Striving) (Achievement):

تشير إلى رغبة رائد الأعمال في إنجاز وتحقيق الأعمال الصعبة والتي تعتبر تحدي بالنسبة له (McClelland, 1961)، وأن هذه الرغبة هي السبب الرئيسي لقيام رائد الأعمال بإنشاء الأعمال والمشروعات الجديدة، حيث أن الروتين والملل الذي يصاحب الحياة الأكاديمية يعتبر من ضمن الأسباب التي تدفع بعض الأشخاص لبدء مشروعاتهم الجديدة، كما أشارت دراسة (Chiesa & Piccaluga, 2000) إلى أن السبب أن تحقيق النجاح على المستوى الشخصي كان من ضمن الأسباب وفقاً لدراسة أجريت على عدد من رواد الأعمال، حيث أوضحت النتائج إلى أن 18% من المشاركين في الدراسة إلى أن النجاح على المستوى الشخصي كان سبباً رئيسياً لقيامهم بتشديد بعض المشروعات الجديدة وبدء أعمالهم (Shi & Wang, 2021). ويستند هذا المفهوم إلى النظريات الكلاسيكية للحاجة باعتبارها محفزات للسلوك البشري (Maslow, 1970) وهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بنظرية (Murray's (1938)

للاحتياجات النفسية والتي تسمى بـ (press-needs)، التي تضغط على الشخص للعمل بطرق معينة تؤدي في النهاية لإشباع احتياجاته، حيث أقترح McClelland بأن الأشخاص الذين لديهم دافع قوى للإنجاز عادة ما يجدون طريقهم لريادة الأعمال وينجحون بشكل أفضل من غيرهم. كما أظهرت البحوث بأن الدافع للإنجاز يعتبر عامل تنبؤي قوى لريادة الأعمال وتحقيق النجاح (Cetin et al., 2022)، حيث أشار إلى أن دافع الإنجاز يعد من أكثر الخصائص النفسية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمجال ريادة الأعمال، الحاجة للإنجاز لها تاريخ طويل في مجال الدراسات الخاصة بريادة أعمال، حيث يمكن تعريف الدافع للإنجاز بأنه سلوك يدفع الفرد في اتجاه المنافسة لتحقيق معايير التمييز، كما أشارت العديد من الدراسات بأن رواد الأعمال لديهم حاجة عالية جداً تجاه الإنجاز، حيث أشارت 20 دراسة من بين 23 دراسة إلى أن هناك علاقة وثيقة بين الدافع للإنجاز وريادة الأعمال على الرغم من تباين هذه الدراسات من حيث العينات المستخدمة (Azahari et al., 2018).

#### **(ب) الحاجة إلى الاستقلال (Desire for Independence):**

هي سمه من سمات رواد الأعمال وتشير إلى رغبة الفرد في الاستقلالية فيما يتعلق بتخطيط عمله الخاص واتخاذ قراراته وقد قدمت كلا من (Cetin et al., 2007; Cassar, 2022)، تعد الحاجة للاستقلال إحدى السمات المميزة لرائد الأعمال حيث تشير الاستقلالية إلى رغبة الفرد في تخطيط أعماله الخاصة بنفسه واتخاذ القرارات الخاصة به، حيث توجد العديد من الأدلة النوعية والكمية التي تشير إلى أن دافع الاستقلالية لبدء مشاريعهم الخاصة برغم أنهم كان لديهم درجة عالية من الحرية والاستقلالية في وظائفهم السابقة (Morales-Gualdrón & Pineda Zapata, 2015; Duan & Sandhu., 2022).

#### **(ج) الدافع لتحقيق الثروة (Desire for Wealth):**

يعتبر الدافع الاقتصادي أحد الدوافع المرتبطة بظهور رجال الأعمال، ففي المجال الأكاديمي تظهر دورة الحياة الأكاديمية لدي البعض أن هؤلاء الأشخاص يميلون إلى تأسيس شركات في نهاية حياتهم المهنية من أجل الحصول على العوائد المالية وذلك في

محاولة للاستفادة من خبرتهم ومعرفتهم المتراكمة، حيث أشار (Rizzo, 2017) أن الرغبة في سد النقص في الأموال هو أحد الدوافع المهمة لرجل الأعمال الصغير من الطبقة المتوسطة وكذلك الرجل الريفي حيث أنه يلجأ لبدء مشروعة الخاص وذلك لتصفية الديون واستكمال دخل الأسرة، كما يبدو أن ميل العائلة المتعلمة هذه الأيام هو جعل الأسرة غنية والحصول على أفضل عوائد نقدية للأفراد الموهبين الذين يحصلون على فرصة للحصول على شهادة مهنية ويريدون تسلق السلم الاجتماعي، ولضمان الاستقرار المالي للأطفال دفع للآباء ذوي النوايا الحسنة الذين قرروا أن الدخول في أعمال خاصة وبدء المشاريع الجديدة على الرغم من المخاطر التي تنطوي عليها هي أفضل طريقة لكسب المال بشكل جيد (Li & Kang, 2022).

**المسار الثاني:** وهو يركز على الدوافع الخارجية (البيئية) والتي تحدث اختلاف بين العديد من الشركات بمرور الوقت.

**ويمكن قياس الدوافع الريادية من خلال مجموعة من المؤشرات، ومنها:**

- أرغب في بدء مشروع خاص لتعويض النقص في المال.
- أرغب في بدء مشروع خاص لإثراء عائلتي.
- أرغب في بدء مشروع خاص لتحقيق العائد المادي الذي يتفق مع موهبتي.
- أرغب في بدء مشروع خاص لتأمين مستقبل أطفالي.
- أرغب في بدء مشروع خاص لسداد ديوني.

**(د) التهيئة البيئية (Environmental Munificence)**

تشير التهيئة البيئية إلى المساعدات والتسهيلات والدعم التي تسهل من عملية بدء وتشغيل الأعمال التجارية وتشمل العوامل الاقتصادية والحكومية والاجتماعية والثقافية الشاملة والتي تؤثر على استعداد الناس وقدرتهم على القيام بالأنشطة الأعمال الريادية (Tang, 2008).

**ويمكن قياس التهيئة البيئية من خلال مجموعة من المؤشرات، ومنها:**

- ☞ يتم تشجيع الشباب على البدء لكي يصبحوا مستقلين ويبدأوا عملهم التجاري الجديد.
- ☞ قدمت الحكومة المحلية الدعم لهؤلاء الذين يبدأوا عملهم الجديد.
- ☞ تقدم البنوك والمستثمرون الدعم لأولئك الذين يبدأوا عملهم الجديد.
- ☞ تقدم مجموعات اجتماعيه أخرى الدعم لأولئك الذين يبدأوا عملهم الجديدة.
- ☞ هناك أمثله للناس المحترمين الذين نجحوا في بدأ أعمالهم الجديدة.
- ☞ الكثير من أصدقائي بدأوا عملهم الجديد.
- ☞ الكثير من عائلتي بدأوا أعمالهم الجديدة
- ☞ وسائل الإعلام المحلية تقوم بتغطية الأخبار المتعلقة ببدء أعمال تجاربه جديده.

## 2. الشغف الريادي (Entrepreneurial Passion):

تعددت وجهات نظر الباحثين حول تحديد تعريف الشغف الريادي حيث عرفه كلاً من (Laaksonen & Karjalainen, 2011; Newman & Chandan, 2021) بأنهم الأشخاص المتحمسين طواعيةً لعملهم.

وأتفق العديد من الباحثين (Cardon & Murnieks, 2017; Cardon & Mitteness, 2009; Drnovsek, 2009) بأنه تعبر عن المشاعر الإيجابية المكثفة المحملة بمشاعر الفرح والسعادة والبهجة والتي يستمدتها الفرد عند القيام بأنشطة محددة يمكن الوصول إليها بوعي عند الانخراط في أنشطة ريادة الأعمال وتساعد في الوصول إلى أن يصبح رجل أعمال والمرتبطة بأدوار ذات مغزى وملائمة للكفاءة / للهوية الذاتية للمستثمر.

كما أتفق كلاً من (Lee & Herrmann, 2021; Cardon & Kirk, 2015; Cardon & Patel, 2013) بأنه هو استغلال الفرص التجارية والحالة الذهنية المتعمدة التي تسبق الفعل وتدفع الفكر في اتجاه تأسيس مشاريع جديدة.

بينما حددها (Cardon et al., 2009) الشغف الريادي بأنه حالة عاطفية مكثفة لرجال الأعمال مصحوبة بمظاهر معرفية وسلوكية ذات قيمة شخصية عالية. كما عرفه (Jiatong et al., 2021) بأنه القدرة على تصور وتنفيذ الأفكار الجديدة التي ينتج عنها سلع وخدمات جديدة أو إنشاء مشروعات.

ومما سبق نستخلص أن مفهوم الشغف الريادي يجب أن يتضمن ثلاث جوانب وهي:

أ. العاطفة: مشاعر ايجابية.

ب. المشاعر: الخبرة والهوية الذاتية للفرد.

ج. أن يتضمن مفهوم الشغف الجزء العاطفي والمعرفي والسلوكي معاً.

ويجب التركيز على ثلاثة أدوار متميزة في عملية تنظيم المشاريع: (اختراع منتجات أو خدمات جديدة، تأسيس شركات جديدة، التطوير المستمر للمشروعات لضمان البقاء في السوق).

### **1/2 أبعاد الشغف الريادي:**

وقد تناولت العديد من الدراسات الشغف الريادي من خلال ثلاث أبعاد رئيسه وسيتم استعراضها كما يلي:

حددت دراسة (Cardon & Patel, 2013) أبعاد الشغف الريادي في ثلاثة أبعاد هي شغف الابتكار، وشغف التأسيس، والهوية الذاتية لريادة الأعمال.

وتناولت دراسة (Nasiru & Bhatti, 2015) أبعاد الشغف الريادي من خلال ثلاثة أبعاد الشغف الريادي في التأسيس، والشغف الريادي في الابتكار، والتصرف الإبداعي الملموس.

كما حددت دراسة (Moses et al., 2016) أبعاد الشغف الريادي ثلاثة أبعاد هي شغف التأسيس، شغف الابتكار، وشغف التطوير.

بينما حددت دراسة (Biraglia & Kadile, 2017) ثلاثة أبعاد للشغف الريادي البعد المؤسسي (الشغف للابتكار)، البعد التأسيسي (الشغف للتأسيس)، البعد السلوكي (نوايا ريادة الأعمال).



وأشارت دراسة (Zhao & Liu, 2023) أن أبعاد الشغف الريادي تتمثل في ثلاث أبعاد هي شغف الابتكار، وشغف التأسيس، وشغف التطوير، ويتضح من هذا أن معظم الدراسات اتفقت على ثلاثة أبعاد لمتغير الشغف الريادي وهي (شغف الابتكار، وشغف التأسيس، وشغف التطوير)، ولذلك تناولت الباحثة هذه الأبعاد نظراً للاتفاق عليها في العديد من الدراسات فضلاً عن حداقتها، ومناسبة هذا المقياس لمجال التطبيق.

#### (أ) شغف التأسيس : Passion for founding

عرفها (Cardon et al., 2009) بأنها فهم العوامل الحقيقية المسؤولة عن تشكيل النية لبناء مشروع جديد ويعرفها أيضاً بأنها التنبؤ بالسلوك الفعلي والشعور اتجاه الإجراءات المستقبلية نحو إنشاء مشروع معين. كما تناولتها دراسة (Lee et al., 2021) أن الشغف المؤسسي هو تجميع الموارد المالية والبشرية والاجتماعية اللازمة لإنشاء مشروع جديد.

#### (ب) شغف الابتكار : Passion for inventing

عرفه (Cardon et al., 2009) بأنه الفكرة الواسعة لريادة الأعمال ككل ولكنها تركز بشكل ضيق على المنتجات والخدمات أو الصناعات التنافسية فهي تتعلق بالأنشطة المرتبطة بخلق فرص جديدة للسوق.

#### (ج) شغف التطوير : Passion for developing

عرفه (Cardon et al., 2009) هو تطوير المنظمة إلى ما بعد إنشائها وبقائها ونجاحها الأولي. والتطوير المستمر للخدمات والمنتجات. كما يوضحها كل من (Murad et al., 2021) بأنها الابتكار في خلق فرص جديدة وافكار تتناسب مع الموارد المتاحة واكتشاف تصميمات وتطبيقات ملموسة.

#### • العلاقة بين الدوافع الريادية والشغف الريادي:

قامت دراسة (Saif & Ghania, 2020) للتعرف على مدى تأثير بُعد الحاجة إلى الإنجاز على الشغف الريادي كمتغير وسيط، علاوة على ذلك فقد أفترض أن

الخبرة السابقة تعمل على تعديل العلاقة بين كل من الشغف الريادي والحاجة إلى الإنجاز وهو بُعد من أبعاد متغير الدوافع الريادية وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة بين كل من الحاجة إلى الإنجاز وسلوك قيادة الأعمال مع توسيط الشغف الريادي، كما أكدت الدراسة على أن الخبرة السابقة تؤثر على العلاقة بين الحاجة إلى الإنجاز والشغف الريادي وكذلك العلاقة بين مصلحة قيادة الأعمال، الشغف الريادي بحيث يعزز الخبرة السابقة لتلك العلاقات.

كما أوضحت دراسة (Anjum et al., 2021) أن الشغف هو أساس البدء في أي عمل تجاري لأنه يحفز الدافع، ويحسن النشاط الفكري، وتبحث هذه الدراسة في دور شغف قيادة الأعمال كمقدمة لنية قيادة الأعمال والدوافع الريادية وقد استخدم نظرية السلوك المخطط كنظرية أساسية، تم تطوير واختبار إطار مفاهيمي لتحديد مساهماتهم في نوايا قيادة الأعمال. يتم تعديل العلاقة بين شغف قيادة الأعمال ونوايا قيادة الأعمال من خلال تصور الدعم الجامعي لتحديد ما إذا كان يعزز نية قيادة الأعمال لتصبح رائد أعمال ناجحًا، وقد أشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين دوافع ونوايا قيادة الأعمال وشغف قيادة الأعمال. كما أظهرت التحليل أن مفهوم الدعم الجامعي يخفف من العلاقة بين شغف قيادة الأعمال ودوافع ونية قيادة الأعمال. وتم التعرف في هذه الدراسة على تأثير الاعتدال لإدراك دعم الجامعة على الارتباط بين شغف قيادة الأعمال ونية قيادة الأعمال. وبالتالي، فقد دعا ذلك إلى استكشاف هذا التأثير المعتدل من جهات نظر أخرى. يجب على الهيئات الحكومية ضمان وصول الطلاب إلى جو قيادة الأعمال. على وجه التحديد، يمكن لوزارة التعليم والجامعات الباكستانية النظر في هذا من أجل تصميم المناهج الجامعية، مما يؤدي إلى تعليم أكثر تأثيرًا لقيادة الأعمال.

الشغف له تأثير كبير على سلوك رواد الأعمال وأدائهم، ومن الضروري فهم كيفية تطور شغف قيادة الأعمال بمرور الوقت من خلال الدوافع الريادية، الشغف كقوة دافعة ومركزة تؤثر على أنشطة الأعمال والجهود، ويمكن أن تظهر ميزة فردية محددة، شغف قيادة الأعمال، دورًا مهمًا في صنع سياسة المساهمين، مع احتساب

أصحاب المصلحة الملائكة. هذا لأن الشغف يظهر مدى استعداد رواد الأعمال لقضاء الوقت والجهد لإنجاح العمل. يمكن أن يكون رواد الأعمال أكثر إقناعاً عندما يظهرون مستويات عالية عندما تكون إيجابية وثقة ( Anjum et al., 2018; Newman et al., 2019).

كان الهدف من دراسة (Anjum et al., 2021) هو فحص ما إذا كان الشغف الريادي يؤثر على تكوين الذكاء العاطفي داخل النوايا الريادية ودور الدوافع الريادية في العلاقة. وخلص إلى أن شغف ريادة الأعمال بالابتكار والتأسيس والتطوير له علاقة إيجابية كبيرة مع دوافع ونية ريادة الأعمال. علاوة على ذلك، فإن تصور الدعم الجامعي له تأثير معتدل إيجابي على شغف ريادة الأعمال (الابتكار والتأسيس والتطوير) ونية ريادة الأعمال.

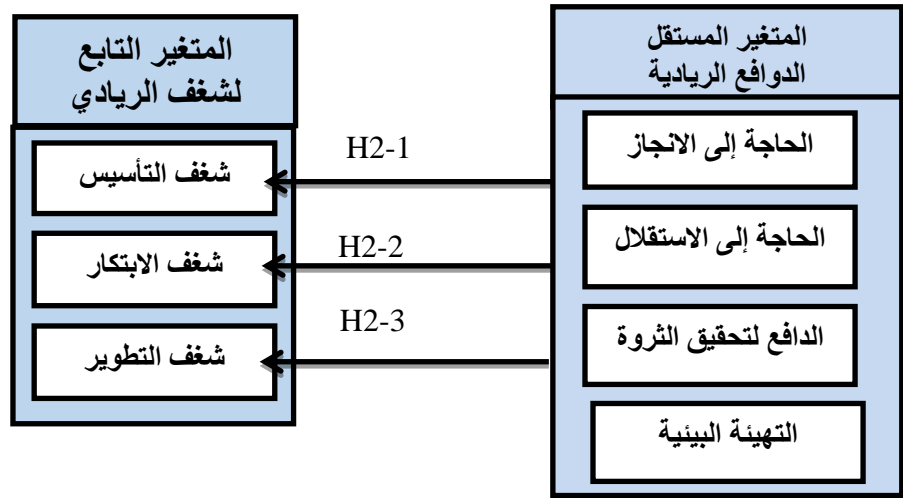
قامت دراسة (Nasiru & Bhatti, 2015) بتصميم العلاقة بين نية ريادة الأعمال وخمسة متغيرات أخرى، وتحليل تأثير تعليم الريادة الفعال المدروس، دعم الجامعة المتصورة، التصرف الإبداعي المبتكر، شغف الريادة في الابتكار والشغف الريادي في التأسيس على نية ريادة الأعمال، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية مهمة بين إدراك الدعم الجامعي والتخلص من الإبداع المدروس وشغف الريادة في الابتكار والشغف الريادي في التأسيس والنية الريادية. ومع ذلك، تم العثور على علاقة سلبية كبيرة بشكل غير متوقع بين تعليم ريادة الأعمال الفعال ونية المبادرة.

ومن خلال ما سبق ترى الباحثة أن الدوافع الريادية قد يكون لها تأثير على الشغف الريادي حيث أن هناك علاقة بين الدوافع الريادية والشغف الريادي ورغم ندرة الدراسات التي تناولت الدوافع الريادية بشكل مباشر إلا أنه تم دراستها بشكل غير مباشر وذلك من خلال الأبعاد.

وبالتالي من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة، يوجد تأثير معنوي ايجابي لدوافع الريادة على الشغف الريادي وهذا ما تم اثباته من خلال الفروض التالية:

وينقسم هذا الفرض إلى الفروض الفرعية التالية:

- H2.1: يوجد تأثير معنوي إيجابي لأبعاد الدوافع الريادية على شغف التأسيس.
- H2.2: يوجد تأثير معنوي إيجابي لأبعاد الدوافع الريادية على شغف الابتكار.
- H2.3: يوجد تأثير معنوي إيجابي لأبعاد الدوافع الريادية على شغف التطوير.
- وفي ضوء ما تم عرضه من دراسات سابقة تم اقتراح نموذج للعلاقة بين متغيرات البحث موضح بالشكل التالي رقم (1):



شكل (1)

النموذج المقترح للعلاقة بين متغيرات البحث

المصدر: إعداد الباحثة اعتماداً على الدراسات السابقة.

## ثانياً مشكلة البحث:

استكمالاً لما أسفرت عنه الدراسات السابقة، ولتحديد المشكلة قام الباحثون بإجراء دراسة استطلاعية، وذلك من خلال القيام بعدد من المقابلات الشخصية مع بعض طلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة (50 طالب وطالبة)، وقد شمل إطار المقابلة مناقشة المتغيرات محل البحث لاستطلاع آرائهم بشأنها، بهدف التعرف علي مدى شعور الطلاب بالشغف الريادي، وهل يرجع ذلك إلى وجود ظاهرة تشجيع الطلاب على الاستثمار في مشروعات صغيرة بدل من انتظار الوظيفة؟، وقد تمت الدراسة الاستطلاعية في الفترة من 6 / 25 – 2023/ 7 / 22م، وقد دارت المقابلات حول النقاط التالية:

## (1) الدافع الريادية

- ما مدى تشجيع الطلاب على البدء لكي يصبحوا مستقلين ويبدأوا عملهم التجاري الجديد؟
- ما مدى رغبة الطلاب في بدء مشروع خاص لإثراء عائلاتهم؟
- تقدم البنوك والمستثمرون الدعم لأولئك الذين يبدؤا عملهم الجديد؟

## (2) الشغف الريادي

- ما درجة رغبتك في إنشاء شركة جديدة؟
- ما مدي رغبتك في البحث عن أفكار جديدة للمنتجات / الخدمات التي يقدمها المشروع الحالي؟

وقد كشفت تلك المقابلات عما يلي:

- أشار 65% من الطلاب أن لديهم رغبة في البدء بمشروع جديد حتي يصبحوا مستقلين ويبدأوا عملهم التجاري الجديد الخاص بهم
  - كما أقر 50% من الطلاب أن لديهم رغبة في انشاء مشروع جديد لاثراء عائلاتهم، كما أشاروا ألي أن بعض البنوك والمستثمرين تقدم الدعم لهم.
  - أشار 45% برغبتهم في البحث عن أفكار جديدة للمنتجات / الخدمات التي يقدمها المشروع الحالي بالنسبة لهم.
- في ضوء كلاً من الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية يمكن بلورة مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤلات التالية:

1. هل يوجد علاقة ارتباط بين كلاً من الدوافع الريادية، الشغف الريادي بين طلاب كلية الدراسات العليا بجامعة المنصورة؟

2. إلى أي مدى يمكن أن تؤثر الدوافع الريادية لدى طلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة على ميولهم نحو ريادة الاعمال؟

**ثالثاً: أهداف البحث:**

انطلاقاً من عرض الباحثين لمشكلة وتساؤلات البحث فإنه يمكن عرض أهداف البحث كما يلي:

1. التعرف على نوع العلاقة بين الدوافع الريادية، الشغف الريادي لطلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة.
2. اختبار تأثير الدوافع الريادية على الشغف الريادي لطلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة.

#### رابعاً: أهمية البحث

تم تقسيم أهمية البحث إلى جانبين هما:

##### أ- الأهمية النظرية:

- التأسيس العلمي لإطار نظري جديد سعياً لفهم العلاقة بين أبعاد الدوافع الريادية، وأبعاد الشغف الريادي.
- يقدم هذا البحث نموذج شاملاً يساهم في فهم أثر الدوافع الريادية على الشغف الريادي.
- المساهمة في سد الفجوة في المكتبة العربية بصفة عامة والتي تعاني من نقص في الدراسات المتعلقة بالدوافع الريادية والشغف الريادي.
- دراسة العوامل الداخلية والدوافع التي تؤثر على اتجاه وميول الأفراد نحو ريادة الأعمال.
- المساعدة في فتح المجال أمام الباحثين لمزيد من الدراسة والتحليل في مجال ريادة الأعمال.

##### ب- الأهمية التطبيقية:

- تأتي أهمية الدراسة تماشياً مع توجه الدولة المصرية نحو ريادة الأعمال وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتحقيقاً لرؤية 2030.
- مساعدة المسؤولين في الجامعات والكليات في التعرف على الدوافع التي تؤثر على توجيه الخريجين نحو ريادة الأعمال وإنشاء المشروعات الجديدة.

- لفت نظر المسؤولين في الجامعات إلى أهمية الممارسات التعليمية والأنشطة التي من الممكن أن تساعد على تكوين واستثارة الشغف الريادي لدى الطلاب.

#### **خامساً: حدود البحث**

أ- حدود زمانية: تم تطبيق هذا البحث في الفترة من 2023/2/1 : 2023/ 8/2  
ب- حدود بشرية: تم تطبيق هذا البحث على طلاب الدراسات العليا جامعة المنصورة.

#### **سادساً: طريقة البحث**

##### **أ- منهج البحث:**

يقوم الإطار النظري أو فروض البحث على أساس النظريات، فضلا عن القيام بمحاولة شرح العلاقات بين المتغيرات في إطار هذه النظريات والدراسات السابقة التي نهجتها، وفي ضوء ذلك يتم استخدام ما يطلق عليه نموذج المعادلة البنائية لاختبار الفرضيات والتعرف على صحتها أو رفضها ومن ثم فإن المنهج الاستنتاجي هو المنهج المناسب للدراسة الحالية (Saunders et al., 2016).

##### **ب- أنواع البيانات ومصادر الحصول عليها:**

اعتمدت الباحثة على نوعين من البيانات هما:

1- **بيانات أولية:** وتم الحصول عليها من خلال أولاً: الدراسة الاستطلاعية التي سبق الإشارة إليها، ثانياً: اعتمد البحث على أسلوب الاستقصاء لتجميع بيانات الدراسة من طلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة الذكور والإناث.

2- **بيانات ثانوية:** وتم الحصول عليها من خلال اطلاع الباحثون على المراجع العربية والأجنبية من الكتب والدوريات والبحوث والرسائل العلمية المرتبطة بكل من الدوافع الريادية، والشغف الريادي، وكذلك الاطلاع على السجلات والدوريات والإحصائيات الخاصة بالقطاع محل البحث.

- قامت الباحثة بتصميم أداة قائمة الاستقصاء اللازمة لجمع البيانات، وذلك بالإضافة إلى مجموعة من التساؤلات التي أفادت الباحثين في وصف متغيرات الدراسة.

### ج- مجتمع وعينة البحث:

- 1- **مجتمع البحث:** يتمثل مجتمع البحث في جميع طلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة عددهم (33790) طالب وطالبة.  
جدول رقم (1)

إحصائية بأعداد طلاب الدراسات العليا جامعة المنصورة لعام 2023م

النسبة	عدد الطلاب	طلاب الجامعة
%	32130	طلاب مصريين
%	1660	طلاب وافدين
%100	33790	إجمالي عام 2023

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات موقع جامعة المنصورة.

### 2- عينة البحث:

تم الاعتماد على العينة العشوائية الطبقية، حيث تستخدم العينة العشوائية الطبقية عندما يكون المجتمع غير متجانسا من حيث الغرض أو الصفة التي تتناولها الدراسة، وتم تحديد حجم عينة الدراسة وفقاً لـ (Saunders & Townsend, 2016) عند نسبة الخطأ 5% وهي النسبة المستخدمة في البحوث الاجتماعية، وحيث أن حجم المجتمع 33790 مفردة، يتطلب ذلك حجم عينة يتراوح بين 384 مفردة، وقد تم توزيع 390 استمارة لضمان زيادة نسبة استجابة مفردات العينة للإجابة على القوائم وقد تم الحصول على 384 استمارة صحيحة من طلاب الدراسات العليا.

### 2 قياس متغيرات البحث

ستعتمد الباحثة في تجميع بيانات البحث الميدانية من مصادرها الأولية على قائمة استقصاء قاموا بإعدادها خصيصاً لهذا الغرض بالاعتماد على مراجعة الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث مع تطوير الأسئلة لكي تناسب أهداف



البحث. وتم التعامل مع المتغير المستقل الدوافع الريادية من خلال أربعة أبعاد تتمثل في دافع الإنجاز، دافع الاستقلالية، الدافع لتحقيق الثروة، تهيئة بيئة الأعمال وفقاً لـ (Fritsch & Wyrwich, 2018; Locke & Baum, 2014; de Guimarães et al., 2018; Shi & Wang, 2021) في حين تتمثل أبعاد الشغف الريادي في (الشغف بالتأسيس، الشغف بالتطوير، الشغف بالابتكار) وفقاً لـ (Chen & Bu, 2016).

تم عرض بنود المقياس على بعض المحكمين من أساتذة إدارة الأعمال بكلية التجارة جامعة المنصورة، وذلك للتأكد من صلاحيتها من الناحية العلمية، وبغرض مراجعتها والتعليق عليها، وإبداء مجموعة من الملاحظات على العبارات الواردة بقائمة الاستقصاء.

#### د – أداة البحث وقياس المتغيرات:

اعتمدت الباحثة في تجميع بيانات الدراسة الميدانية من مصادرها الأولية على قائمة استبيان تم إعدادها خصيصاً لهذا الغرض، وتم الإجابة عنها بمعرفة المستقضي منه وبنفسه، بحيث تشمل مجموعة من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة وتعتمد على مقياس ليكرت الخماسي والتي تقع في مستويات تتراوح بين موافق تماماً (5) إلى غير موافق تماماً (1)، وتم قياس المتغيرات على النحو الآتي:

#### جدول (2)

##### مقاييس متغيرات الدراسة

المتغيرات	أبعاد المتغيرات	العبارات	مصدر المقياس
الدوافع الريادية	الحاجة إلى الانجاز	5	(Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. 2018)
	الحاجة إلى الاستقلال	5	(Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. 2018)
	الدافع لتحقيق الثروة	4	(Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. 2018)

(Tang, 2008)	8	التهيئة البيئية	
(Cardon et al., 2013)	9	الشغف بالتأسيس	الشغف الريادي
(Cardon et al., 2013)	6	الشغف بالابتكار	
(Cardon et al., 2013)	9	الشغف بالتطوير	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الدراسات السابقة

#### ه- اختباري الصدق والثبات :

- قام الباحثون في هذا الجزء باستخدام نموذج المعادلة الهيكلية Structural Equation Modeling (SEM) للتأكد من الصدق البنائي لمقياس البحث، ومن صحة النموذج وصلاحيته والتأكد من مطابقته لبيانات البحث قبل إجراء اختبار الفروض وذلك من خلال اتباع الخطوات التالية:
- 1- تحديد اعتمادية معاملات التحميل (Loadings) ويتضح من الجدول (3) أن جميع معاملات التحميل مقبولة، حيث يرى (Hair et al., 2010) أن قيم معاملات التحميل المقبولة لا بد أن تكون مساوية أو أكبر من 0.50.
  - 2- حساب معامل الثبات المركب (Composite Reliability) ومعامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) للتعرف على ثبات الاتساق الداخلي للمقياس، وكما هو موضح بجدول (3) أظهرت نتائج أن جميع معاملات ألفا لكرونباخ ومعاملات الثبات المركب مقبولة حيث يرى (Hair et al., 2010) أن قيم ألفا المقبولة تكون أكبر من 0,7 . يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة.
  - 3- صدق التقارب Convergent Validity ويشير إلى المدى الذي تتقارب فيه العبارات التي تقيس البعد أو المتغير، ويتم قياسها عن طريق متوسط التباين المستخرج (AVE) Average variance extracted والذي لا بد أن تزيد قيمته عن 0,50 لكل بعد أو متغير يتم قياسه. وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي والتي يوضحها الجدول رقم (3) أن جميع القيم مقبولة (AVE).
  - 4- صدق التمايز Discriminant Validity: ويشير إلى المدى الذي يكون فيه كل بعد أو كل متغير مختلف عن البعد أو المتغير الآخر، ويتم قياسه عن طريق الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (square root of AVE)، حيث يتضح في الجدول رقم (4) أن مصفوفة الارتباط بين أبعاد الاستقصاء تدل على أن معاملات الارتباط معنوية عند مستوى ثقة أكبر من (95%) وبالنظر إلى قيم الجذر

التريبيعي لمتوسط التباين المستخرج يتضح أن جميعها أكبر من 5، وذلك يؤكد على جودة صدق التمايز للاستقصاء المستخدم في الدراسة.

جدول رقم (2): معاملات التحميل المعيارية ومعاملات الثبات والصدق التقاربي.

الصدق التقاربي (AVE)	الثبات المركب (CR)	معامل ألفا ( $\alpha$ )	معاملات التحميل المعيارية (loadings)	كود العبارة (Item Code)	البعد (Dimension)	المتغير (Construct)
0.571	0.869	0.810	0.781	Item1	الحاجة إلى الإنجاز	أ) الدوافع الريادية
			0.778	Item2		
			0.755	Item3		
			0.810	Item4		
			0.741	Item5		
0.737	0.918	0.881	0.811	Item1	الحاجة إلى الاستقلال	
			0.887	Item2		
			0.863	Item3		
			0.871	Item4		
			.872	Item5		
0.590	0.851	0.766	0.702	Item1	الدافع لتحقيق الثروة	
			0.764	Item2		
			0.827	Item3		
			0.798	Item4		
0.716	0.805	0.890	0.844	Item1	التهيئة البيئية	
			0.870	Item2		
			0.850	Item3		
			0.860	Item4		
			0.724	Item5		
			0.863	Item6		
			0.956	Item7		
			0.741	Item8		
0.642	0.812	0.896	0.852	Item1	الشغف بالتأسيس	ب) الشغف الريادي
			0.755	Item2		
			0.703	Item3		
			0.885	Item4		
			0.820	Item5		

المتغير (Construct)	البعد (Dimension)	كود العبارة Item (Code)	معاملات التحميل المعيارية (loadings)	معامل ألفا ( $\alpha$ )	الثبات المركب (CR)	الصدق التقاربي (AVE)
	الشغف بالابتكار	Item6	0.722			
		Item7	0.892			
		Item8	0.877			
		Item9	0.741			
		Item1	0.825	0.821	0.936	0.852
		Item2	0.915			
		Item3	0.811			
		Item4	0.952			
		Item5	0.883			
	الشغف بالتطوير	Item6	0.723			
		Item1	0.810	0.88	0.825	0.825
		Item2	0.832			
		Item3	0.771			
		Item4	0.962			
		Item5	0.759			
		Item6	0.831			
		Item7	0.961			
		Item8	0.785			
Item9	0.883					

المصدر: إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

جدول رقم (4): الصدق التمييزي باستخدام الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (AVE).

المتغير	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1) الحاجة إلى الإنجاز	0.856						
(2) الحاجة إلى الاستقلال	0.546	0.860					
(3) الدافع لتحقيق الثروة	0.581	0.656	0.868				
(4) التهيئة البيئية	0.487	0.716	0.693	0.891			
(5) الشغف بالتأسيس	0.483	0.531	0.584	0.575	0.780		
(6) الشغف بالابتكار	0.479	0.537	0.651	0.582	0.629	0.721	
(7) الشغف بالتطوير	0.474	0.543	0.574	0.599	0.650	0.533	0.720

المصدر: إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

و- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

اعتمدت الباحثة على تحليل الارتباط وتحليل الانحدار المتعدد باستخدام برنامج  
. AMOS V.25

سابعاً : نتائج البحث

التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء تحليل وصفي للبيانات باستخدام البرنامج الإحصائي  
(SPSS Version 25) للتعرف على طبيعة البيانات وقيم المتوسطات  
والانحراف المعياري لمتغيرات البحث، ويوضح الجدول رقم (4) نتائج التحليل  
الإحصائي الوصفي لمتغيرات البحث على أساس قيم المتوسطات الحسابية  
والانحرافات المعيارية.

جدول رقم (5)

نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة بالوسط الحسابي والانحرافات المعيارية

الإحصاءات الوصفية		المتغيرات وأبعادها
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
1.36	3.21	الحاجة الي الانجاز
1.15	3.62	الحاجة الي الاستقلال
1.28	3.82	الدافع لتحقيق الثروة
1.19	3.21	التهيئة البيئية
1.28	3.25	الدوافع الريادية
1.30	3.81	الشغف بالتأسيس
1.21	3.73	الشغف بالابتكار
1.35	3.68	الشغف بالتطوير
1.12	3.17	الشغف الريادي

المصدر: إعداد الباحثة اعتماداً علي نتائج التحليل الوصفي

ومن الجدول (5) يتضح ما يأتي:

1. الدوافع الريادية: بلغ الوسط الحسابي (3.25) وهو أعلى من المتوسط (3)،  
بانحراف معياري مرتفع مقداره (1.28). وفيما يتعلق بأبعاد الدوافع الريادية،  
ووفقاً للوسط الحسابي لكل منها فقد حققت الدوافع لتحقيق الثروة أعلى  
متوسط حسابي (3.82)، وحققت الحاجة الي الانجاز والتهيئة البيئية (3.21) أقل  
متوسط حسابي من بين أبعاد الدوافع الريادية.

2. الشغف الريادي: بلغ الوسط الحسابي للشغف الريادي (3.17) وهو أعلى من  
المتوسط (3)، بانحراف معياري مقداره (1.12). وفيما يتعلق بأبعاد الشغف  
الريادي، ووفقاً للوسط الحسابي لكل منها فقد حقق الشغف بالتأسيس أعلى

متوسط حسابي (3.81)، وحقق الشغف بالتطوير (3.68) أقل متوسط حسابي من بين أبعاد الشغف الريادي. ومما سبق يتضح ارتفاع مستوي كل من الدوافع الريادية والشغف الريادي بدرجة أعلى من المتوسط لدى مفردات عينة البحث. أ- تحليل علاقة الارتباط بين متغيرات البحث: لاختبار الفرض الرئيسي الأول يوجد ارتباط معنوي بين أبعاد الدوافع الريادية وأبعاد الشغف الريادي"، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لتحديد قوة ونوع العلاقة بين متغيرات البحث كما هو موضح بالجدول رقم (6) التالي:

#### جدول رقم (6)

#### معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغير	الحاجة إلى الانجاز	الحاجة إلى الاستقلال	الدافع لتحقيق الثروة	السخاء البيئي	الشغف بالتأسيس	الشغف بالابتكار	الشغف بالتطوير
الحاجة إلى الانجاز	(1)						
الحاجة إلى الاستقلال	0.546	(1)					
الدافع لتحقيق الثروة	0.581	0.656	(1)				
التهنية البيئية	0.487	0.716	0.693	(1)			
الشغف بالتأسيس	0.483	0.531	0.584	0.575	(1)		
الشغف بالابتكار	0.479	0.537	0.651	0.582	0.629	(1)	
الشغف بالتطوير	0.474	0.543	0.574	0.599	0.650	0.533	(1)

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي \*\* معنوية عند 0.01

ن=(385)

ويتضح من جدول (6) وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين المتغيرات التي يفحصها البحث، حيث يوجد ارتباط معنوي إيجابي قوي بين كل من الحاجة الانجاز والحاجة الي الاستقلال والدافع لتحقيق الثروة والتهنية البيئية والشغف بالتأسيس والشغف بالابتكار والشغف بالتطوير، وبالتالي تم قبول الفرض الرئيسي الأول " يوجد ارتباط معنوي بين أبعاد الدوافع الريادية وأبعاد الشغف الريادي".

ج-تأثير الدوافع الريادية على أبعاد الشغف الريادي:

ولمعرفة تأثير أبعاد الدوافع الريادية على أبعاد الشغف الريادي، قام الباحثون بصياغة الفرض الرئيسي الثاني من فروض البحث " تؤثر أبعاد الدوافع الريادية بشكل معنوي إيجابي على أبعاد الشغف الريادي". وينقسم هذا الفرض إلى الفروض الفرعية التالية:

جدول رقم (7): معاملات المسار الخاصة بالتأثيرات المباشرة بين متغيرات الدراسة.

نتيجة اختبار الفرض	P-value	معامل المسار المباشر	المتغير التابع	المتغير المستقل	الفرض
قبول	0.001>	0.285	الشغف الريادي	الدوافع الريادية	H2
قبول	0.001>	0.347	الشغف بالتأسيس	الدوافع الريادية	H2.1
قبول	0.001>	0.245	الشغف بالابتكار	الدوافع الريادية	H2.2
قبول	0.002	0.188	الشغف بالتطوير	الدوافع الريادية	H2.3

\*\*\*معنوية عند 0.001 ، \*\*معنوية عند 0.01 ، \*معنوية عند 0.005 . ns غير معنوي.

المصدر: إعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي.

من الجدول (7) السابق، يوجد تأثير معنوي إيجابي لأبعاد الدوافع الريادية على كل من (الشغف بالتأسيس، الشغف بالابتكار) عند مستوي معنوية (0.01)، كما يوجد تأثير معنوي لأبعاد الدوافع الريادية على الشغف بالتطوير عند مستوي معنوية (0.05)، وبالتالي مما سبق اتضح صحة الفرض الثاني.

#### سابعاً: مناقشة النتائج:

كشفت نتائج البحث عن وجود ارتباط معنوي إيجابي قوي بين كل من أبعاد الدوافع الريادية وأبعاد الشغف الريادي، حيث يوجد ارتباط معنوي إيجابي قوي بين كل من الحاجة الا الانجاز والحاجة الي الاستقلال والدافع لتحقيق الثروة والتهيئة البيئية والشغف بالتأسيس والشغف بالابتكار والشغف بالتطوير، وبالتالي تم قبول الفرض الرئيسي الأول " يوجد ارتباط معنوي بين أبعاد الدوافع الريادية وأبعاد الشغف الريادي"، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Saif & Ghania, 2020) والتي توصلت الي وجود تأثير ايجابي معنوي للحاجة الي الانجاز كمتنبئ لريادة الأعمال على الشغف الريادي.

وأظهرت نتائج البحث وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد الدوافع الريادية على كل من (الشغف بالتأسيس، الشغف بالابتكار، الشغف بالتطوير)، وترجع الباحثة ذلك إلى أن زيادة ريادة الأعمال والنمو الاقتصادي من خلال خلق فرص العمل والبقاء المستقر والتغير التكنولوجي، أدى إلى زيادة زيادة الشغف الريادي بين طلاب المرحلة الجامعية وطلاب الدراسات العليا خلال العقد الماضي، وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Cetin et al., 2022) والتي أشارت الي أن دوافع ريادة الأعمال ونجاح ريادة الأعمال تؤدي الي زيادة الشغف الريادي.

#### ثامناً: توصيات البحث:

أظهرت نتائج البحث وجود تأثير معنوي ايجابي الدوافع الريادية على الشغف الريادي، لذلك توصي الباحثة بضرورة تطبيق مجموعة من الآليات التي من شأنها

تعزز تطبيق ريادة الاعمال لزيادة الشغف لدى طلاب الدراسات العليا بجامعة المنصورة، وذلك على النحو التالي:

1. الحرص على عقد ندوات وورش عمل للتشجيع على العمل الحر والامداد بالمعلومات الكافية لذلك.
2. تدريب طلاب الدراسات العليا على التخطيط والتفكير الابداعي لاكتساب مهارات ريادة الاعمال.
3. مرونة الاجراءات المتبعة لدى الجهاز لتمويل وتنفيذ المشروعات الريادية وتذليل العقبات.
4. المتابعة والمساعدة المستمرة للطلاب الراغبين في ممارسة العمل الحر ومساعدتهم في حل المشكلات.

تاسعاً: مقترحات لبحوث مستقبلية:

تقترح الباحثة مجموعة من الأفكار التي قد تفيد في إجراء المزيد من البحوث المستقبلية، وذلك كما يلي:

- (1) تطبيق الدراسة على قطاعات أخرى مثل البنوك أو شركات السياحة.
- (2) أثر الدوافع الريادية على الاداء الوظيفي
- (3) أثر النوايا الادارية على الدوافع الريادية.

## المراجع

Abaho, E., Olomi, D. R., & Urassa, G. C. (2015). Students' entrepreneurial self-efficacy: does the teaching method matter?. *Education+ Training*, 57(8/9), 908-923.



Alam, M. Z., Kousar, S., & Rehman, C. A. (2019). Role of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions and behaviour: theory of planned behaviour extension on engineering students in Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-20.

Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. (2021). The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of university support. *Administrative Sciences*, 11(2), 45.

Anjum, T., Ramzani, S. R., Farrukh, M., Raju, V., Nazar, N., & Shahzad, I. A. (2018). Entrepreneurial intentions of Pakistani students: The role of entrepreneurial education, creativity disposition, invention passion & passion for founding. *Journal of Management Research*, 10(3), 76-100.

Azahari Ramli, D., Shabbir, M. S., Bakar, M. S. B., Mohd, M. N., Shariff, D., Yusof, M. S., & Ahmad, I. (2018). Mediating role of E-learning resources in developing entrepreneurial inclinations amongst undergraduate students at Universiti Utara Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.7), 51-56.

Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. *Journal of small business management*, 55(1), 170-188.

Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European research on management and business economics*, 24(1), 53-61.

Cardon, M. S., & Kirk, C. P. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(5), 1027-1050.

Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of management Review*, 34(3), 511-532.

Cardon, M. S., Glauser, M., & Murnieks, C. Y. (2017). Passion for what? Expanding the domains of entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 24-32.

Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of business venturing*, 28(3), 373-396.

Cardon, M. S., Sudek, R., & Mitteness, C. (2009). The impact of perceived entrepreneurial passion on angel investing. *Frontiers of entrepreneurship research*, 29(2), 1.

Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of management Review*, 34(3), 511-532.

Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know?. *Journal of small business management*, 49(1), 9-26.

Cassar, G. (2007). Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth. *Entrepreneurship and regional development*, 19(1), 89-107.

Cetin, G., Altinay, L., Alrawadieh, Z., & Ali, F. (2022). Entrepreneurial motives, entrepreneurial success and life satisfaction of refugees venturing in tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(6), 2227-2249.

Chaudhary, R. (2017). Demographic factors, personality and entrepreneurial inclination: A study among Indian university students. *Education+ Training*, 59(2), 171-187.

Chen, C., Zhang, J., Tian, H., & Bu, X. (2022). The impact of entrepreneurial passion on entrepreneurial success and psychological well-being: a person-centered investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

Cheng, C. C., & Huizingh, E. K. (2014). When is open innovation beneficial? The role of strategic orientation. *Journal of product innovation management*, 31(6), 1235-1253.

Chiesa, V., & Piccaluga, A. (2000). Exploitation and diffusion of public research: the case of academic spin-off companies in Italy. *R&D Management*, 30(4), 329-340.

de Guimarães, J. C. F., Severo, E. A., & de Vasconcelos, C. R. M. (2018). The influence of entrepreneurial, market, knowledge management orientations on cleaner production and the sustainable competitive advantage. *Journal of cleaner production*, 174, 1653-1663.

Dickson, P. H., Solomon, G. T., & Weaver, K. M. (2008). Entrepreneurial selection and success: does education matter?. *Journal of small business and enterprise development*, 15(2), 239-258.

Duan, C., Kotey, B., & Sandhu, K. (2022). Towards an analytical framework of dual entrepreneurial ecosystems and research agenda for

transnational immigrant entrepreneurship. *Journal of International Migration and Integration*, 23(2), 473-497.

Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2018). Regional knowledge, entrepreneurial culture, and innovative start-ups over time and space—an empirical investigation. *Small Business Economics*, 51, 337-353.

Harrington, L. E., Hatton, R. D., Mangan, P. R., Turner, H., Murphy, K. M., & Weaver, C. T. (2005). Interleukin 17-producing CD4+ effector T cells develop via a lineage distinct from the T helper type 1 and 2 lineages. *Nature immunology*, 6(11), 1123-1132.

Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12, 724440.

Laaksonen, L., Ainamo, A., & Karjalainen, T. M. (2011). Entrepreneurial passion: an explorative case study of four metal music ventures. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 13(1), 18-36.

Lee, Y., & Herrmann, P. (2021). Entrepreneurial passion: A systematic review and research opportunities. *Journal of Small Business Strategy*, 31(3), 122-147.

Lee, Y., Cortes, A. F., & Joo, M. (2021). Entrepreneurship education and founding passion: the moderating role of entrepreneurial family background. *Frontiers in Psychology*, 12, 743672.

Levesque, M., & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of business venturing*, 21(2), 177-194.

Li, L., & Kang, K. (2022). Impact of opportunity and capability on e-entrepreneurial motivation: a comparison of urban and rural perspectives. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.

Locke, E. A., & Baum, J. R. (2014). Entrepreneurial motivation. In *The psychology of entrepreneurship* (pp. 125-144). Psychology Press.

Luan, Z., & Li, B. (2019, June). An empirical study on the effect of entrepreneurship motivation and entrepreneurship ability on entrepreneurial performance. In *2nd International Conference on Economy, Management and Entrepreneurship (ICOEME 2019)* (pp. 778-781). Atlantis Press.

Maslow, A. H. (1970). New introduction: Religions, values, and peak-experiences. *Journal of Transpersonal Psychology*, 2(2), 83-90.

McClelland, D. C. (1961). Entrepreneurial behavior.

Morales-Gualdrón, S. T., & Pineda Zapata, U. (2015). Factors of the entrepreneur's profile and the service quality management that influence firm survival: cases from eastern Antioquia (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, (38), 176-207.

Moses, C. L., Olokundun, M. A., Akinbode, M., Agboola, M., & Inelo, F. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: The moderating role of passion. *The Social Sciences*, 11(5), 645-653.

Murad, M., Li, C., Ashraf, S. F., & Arora, S. (2021). The influence of entrepreneurial passion in the relationship between creativity and entrepreneurial intention. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 16(1), 51-60.

Nasiru, A., Keat, O. Y., & Bhatti, M. A. (2015). Influence of perceived university support, perceived effective entrepreneurship education, perceived creativity disposition, entrepreneurial passion for inventing and founding on entrepreneurial intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 88.

Newman, A., Obschonka, M., Moeller, J., & Chandan, G. G. (2021). Entrepreneurial passion: A review, synthesis, and agenda for future research. *Applied Psychology*, 70(2), 816-860.

Rizzo, U. (2017). 10. Entrepreneurial opportunity recognition and exploitation in academic spin-offs. *Exploring the Entrepreneurial society: Institutions, behaviors and Outcomes*, 131.

Saif, H. A., & Ghania, U. (2020). Need for achievement as a predictor of entrepreneurial behavior: The mediating role of entrepreneurial passion for founding and entrepreneurial interest. *International Review of Management and Marketing*, 10(1), 40.

Shi, B., & Wang, T. (2021). Analysis of entrepreneurial motivation on entrepreneurial psychology in the context of transition economy. *Frontiers in Psychology*, 12, 680296.

Saunders, M. N., & Townsend, K. (2018). Choosing participants. *The Sage handbook of qualitative business and management research methods*, 480-494.

Tang, J. (2008). Environmental munificence for entrepreneurs: entrepreneurial alertness and commitment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(3), 128-151.

Upadhaya, G., & Chadha, P. (2019). Entrepreneurial Motivations and Barriers Among Management Students in Himachal Pradesh: An Empirical Study. *Journal of Commerce and Accounting Research*, 8(2), 48.

Yasin, A. Y. M., Mahmood, N. A. A. N., & Jaafar, N. A. N. (2011). Students' Entrepreneurial Inclination at a Malaysian Polytechnic: A Preliminary Investigation. *International Education Studies*, 4(2), 198-207.

Zhao, H., & Liu, Q. (2023). Entrepreneurial passion: a meta-analysis of three measures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(2), 524-552.