



واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري

إعداد

أ/ محمد فرح محمد متولي

المعيد في قسم أصول التربية – كلية التربية بنين (القاهرة) –

جامعة الأزهر

أ.د/ حسين محمد محمد نور أ.د/ محمد مجاهد زين الدين

أستاذ ورئيس قسم أصول التربية

أستاذ أصول التربية

في كلية التربية بنين (القاهرة) -

في كلية التربية بنين (القاهرة) -

جامعة الأزهر

جامعة الأزهر

واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري

محمد فرح محمد متولي¹، حسين محمد محمد نور، محمد مجاهد زين الدين

قسم أصول التربية، كلية التربية بنين (القاهرة)، جامعة الأزهر

¹البريد الإلكتروني للباحث الرئيس: mfarahmetwally@gmail.com

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء (من أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعات المصرية)، وكذا الكشف عن مدى الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين متوسطات استجابات الخبراء تعزى لمتغيري: التخصص، وموقع الجامعة. وعليه استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وكان مجتمع الدراسة هو كافة الخبراء من أعضاء الهيئة التدريسية من ذوي التخصصات في التربية والاقتصاد والتجارة بالجامعات المصرية في العاصمة والوجهين البحري والقبلي للعام الجامعي 2021/2022م. كما استعانت الدراسة بعينة قوامها (475) من أعضاء الهيئة التدريسية من مجتمع الدراسة الكلي تم اختيارهم بالطريقة العشوائية التطبيقية، كما اعتمدت الدراسة على الاستبانة والتي قام الباحث بإعدادها. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج لعل أبرزها: أن تقديرات أفراد عينة الدراسة حول درجة تحقق القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تعد متوسطة بوجه عام بمتوسط حسابي قدره (2.68). أما فيما يتعلق بالمحاور الثلاثة، فقد جاء محور "القيم الأخلاقية" في الرتبة الأولى بمتوسط قدره (2.78) ثم جاء محور "القيم المؤسسية" في الرتبة الثانية بمتوسط قدره (2.58)؛ يليه محور "القيم الاجتماعية والاقتصادية" في الرتبة الثالثة بمتوسط قدره (2.69). كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية حول واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعا لمتغيري التخصص وموقع الجامعة لصالح التربية والعاصمة.

الكلمات المفتاحية: القيم، ريادة الأعمال، قيم ريادة الأعمال، القيم الريادية، مؤسسات ريادة الأعمال.



Status of the prevailing values in the entrepreneurship institutions in the Egyptian society

Muhammad Farah Muhammad Metwally¹, Hussein Muhammad
Muhammad Nour, Muhammad Mujahid Zein al-Din

Department of Fundamentals of Education, College of Education for
Boys (Cairo), Al-Azhar University

¹Corresponding author E-mail: mfarahmetwally@gmail.com

Abstract:

The study aimed at identifying the status of the prevailing values in the entrepreneurship institutions in the Egyptian society from the perspective of experts (from the faculty members in Egyptian universities), as well as to reveal the extent of statistically significant differences between the averages of the experts' responses due to the two variables: specialization, and university location. Accordingly, the study used the descriptive method, and the community was all experts from faculty members with specializations in education, economics and commerce in the Egyptian universities in the capital, Lower Egypt and Upper Egypt for the academic year 2021/2022 AD. The study also used a sample of (475) faculty members from the total study community who were chosen by random stratified method, and the study relied on a questionnaire prepared by the researcher. The study reached a number of results, the most prominent of which are: The estimates of the study sample members about the degree of achievement of the prevailing values in the institutions of entrepreneurship in the Egyptian society are considered in mid-level in general. As for the three fields, the "moral values" field came in the first rank, then the "institutional values" field came in the second rank. It is followed by the "Social and Economic Values" field in the third rank. Additionally, the study found that there are statistically significant differences between the arithmetic averages about the reality of the prevailing values in the institutions of entrepreneurship in the Egyptian society, according to the variables of specialization and the location of the university in favor of education and the capital.

Keywords: values, entrepreneurship, entrepreneurship values, entrepreneurial values, entrepreneurship institutions.

مقدمة الدراسة:

يتراءى للنظر في الأوضاع الاقتصادية حول العالم -في هذا العصر- تدفقاً هائلاً للكثير من المتطلبات التي تفرضها التغيرات المتسارعة في مجال الاقتصاد، والتطورات المتتالية في وسائل الاتصالات، والتوسع في استخدام التكنولوجيا، وكذلك ما يطرأ من أزمات تؤثر في المناخ الاقتصادي، واحتداد النزعة التنافسية، وتلاحق الرغبة في التميز بين مؤسسات ريادة الأعمال. ومن هذه المتطلبات؛ حتمية توافر بعض القيم العصرية، مثل؛ الابتكار، والمخاطرة المحسوبة، والاستباقية، وإبراز القيمة في مجال المشاريع الاقتصادية. وقد برزت ريادة الأعمال بوصفها إحدى الصيغ الاقتصادية الحديثة في هذا المجال من أجل تحقيق هذا المزيج من القيم، كما يُنَاط بها أن تتواءم مع متطلبات العصر عند هيكلة المشاريع التجارية.

أضحت ريادة الأعمال محطّ اهتمام الكثير؛ إذ تُعد من أهم القوى الدافعة للنمو الاقتصادي لدى المجتمعات الحديثة، وذلك من خلال إكساب الشباب المهارات الضرورية لتطوير إمكاناتهم لقيادة النشاط الاقتصادي، الأمر الذي يستلزم إعداد جيل يتسم بصفات ومهارات وقدرات تمكنهم من التعامل معها على وجه جيد، والاستجابة إليها بشيء من المرونة (حرب، 2020: 6). ومؤخراً؛ اكتسبت ريادة الأعمال أهمية بالغة على خلفية التقدم التكنولوجي والثورة الرقمية، ورغم أن لفظ "الريادة" لا يعد مصطلحاً جديداً، إذ استخدم للمرة الأولى في القرن التاسع عشر، من قبل ريتشارد كنتيلون Richard Cantillon، وجان باتيست ساي Jean Baptiste Say، إلا أن التركيز قد وُجّه إليه بكتافة مؤخراً، نظرًا للدور التنموي الذي تؤديه الريادة، خاصة في الاقتصادات الصاعدة. إذ تسهم ريادة الأعمال في زيادة الدخل لدى أصحاب المشاريع، وكذلك الدخل القومي للمجتمع، مما يساعد في الحفاظ على النمو الاقتصادي والتنمية (خطاب، ومحمد، 2020: 476).

وتُعد ضرورة القيم للسلوك البشري كضرورة الماء لحياة البشر، فإذا كان عقل الإنسان قد سلّم بضرورة الماء لاستمرار الحياة منذ قديم الأزل؛ فإنه قد أدرك أهمية القيم في ضبط وتوجيه سلوك البشر. وفي ظل انعدام القيم لن يتمكن الفرد من ضبط سلوكه، ولا زينة أقواله، ولا إحكام أفعاله، ولن يفرق بين ما هو مرغوب وما هو مرفوض أخلاقياً ومجتمعيًا عند قيامه بأي عمل من الأعمال، بل لن تستقيم حياته كليةً. والقيم هي المحرك الأول والموجه الرئيس لسلوكيات وتصرفات البشر، وكما أنها توجه السلوك البشري وتضبطه، فإنها تمثل -أيضاً- ميزاناً أخلاقياً للحكم على هذا السلوك، فتعزز وتثمنه إذا اشتمل على خلق إيجابي، وتزجره وتقومه إذا احتوى خلُقاً سلبياً.

ويُنظر إلى القيم على أنها جوهر الكيان الإنساني، فهي المكون الأساس عند بناء الشخصية الإنسانية، فبالقيم يصير الإنسان إنساناً، وبدونها يفقد إنسانيته. والقيم الإنسانية تحقق للإنسان الرقي والتقدم في الجانب المادي والمعنوي، وتحفظ للمجتمع بقاؤه واستمراره، كما أنها تحظى بأهمية بالغة في حياة الأمم والشعوب، فالمجتمع الإنساني محكوم بمعايير تحدد طبيعة العلاقات القائمة بين أفرادها وأنماط التفاعل فيما بينهم في مختلف مجالات الحياة (السلبي، 2019: 86). ومن بين هذه المجالات: الأعمال الريادية التي من شأنها خدمة الأفراد والمجتمع.

كما تعد ثقافة المجتمع وعاءاً لقيمه التي تشكل سلوكه وتوجهه نحو الأفعال. وإن أجلاً فعل وأرقى سلوك يمكن للإنسان ممارسته هو؛ العمل والسعي نحو الحصول على الرزق، ولا يمكن بحال أن يستقيم عمل إنسان دون قيم توجهه، وتخطط له وتنظمه، وتضع له المبادئ

والأطر والقوانين، وإلا فقد يضيع جهد الإنسان هباءً، أو قد يُصَرَّف في منح غير أخلاقية ما دامت لا تحكمه قيم. ويمثل المجتمع المصري أيقونة بارزة يضرب بها المثل في السعي الحثيث للعمل وطلب الرزق، إذ إن طبيعة الأرض الزراعية المصرية جبلت المصري منذ القدم على العمل بجد ونشاط، لحرث الأرض وبذر البذور، وجني المحاصيل. وقديماً جاهد القدماء على أرض مصر للعمل على بناء تلك الحضارة المصرية بآثارها البراقة؛ دليلاً شاهداً على جِدِّيَّة المصري في العمل.

يمثل العمل بالنسبة للفرد دليلاً علي فهم رسالته في الحياة وتعمير الأرض، وإن أول ما يعود من ثمار العمل يعود على صاحبه، ثم على الذين ينتفعون بذلك العمل من أفراد المجتمع، كما أن الحياة بلا عمل لا تستقيم، ولا يمثل فيها الفرد فائدة ولا معنى، وإن قيمة العمل تكون على قدر اكتماله وإتقانه واتساع رقعة تأثيره، ومدى نفعه وفائدته على المستوى المجتمعي (البدوي، 2004: 41-42). وليس ثمة مؤشر يدل على التقدم الاقتصادي في مجتمع من المجتمعات أفضل من قيمة عمل الإنسان؛ فكلما ارتفعت قيمة العمل والاهتمام به في مجتمع ما، زاد التقدم الاقتصادي لديه قياساً على قيمة السلع والخدمات (أمين، 1998: 111). وكلما انخفضت أهمية العمل وغابت عنه القيم التي توجهه لدى مجتمع ما، ضعُف الإنتاج وقل التصدير وازداد الاستيراد؛ مما يؤدي إلى كثرة الأعباء وتضخم الديون، وهو ما يمثل دلالة واضحة على تأخر الاقتصاد، ويؤكد أهمية قيم العمل في هذا الشأن.

مشكلة الدراسة:

بالرغم من أهمية الاتجاه العالمي نحو زيادة الأعمال في دول العالم المختلفة، واهتمام عدد من الدراسات والبحوث بالحديث حول أخلاقيات ريادة الأعمال، كرافد تربوي ومنبع أخلاقي لرواد الأعمال، إلا أنه لا توجد دراسة -من خلال ما أُطِّع عليه الباحث- قد سعت بشكل مباشر نحو الكشف عن القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري.

ومن جانبٍ آخر، فإن التغير الذي نعيشه في العصر الحالي، وسيطرة الرأسمالية على غالب المشاريع الاقتصادية حول العالم، جعل الكثير من الباحثين يوصون بفحص الجوانب القيمية والخلقية لنشاط الفرد في المجال الاقتصادي بشكل عام، ولرواد الأعمال بشكل خاص، حيث أشارت إحدى الدراسات (Kirkley, 2016) إلى وجود مجموعة قيم مرتبطة بالسلوك الريادي مثل التركيز والاستقلال والطموح، وذلك من خلال الكشف عن الدوافع الأساسية التي تمهد لسلوك ريادة الأعمال، وتحديد القيم الأساسية التي يرنو إليها رائد الأعمال.

ووجهت دراسة (Al-Qatawenh, & Ghadi, 2018) الباحثين إلى فهم العلاقة غير المباشرة بين القيم الشخصية وتوجهات رواد الأعمال ودراسة أثر تلك القيم على توجهاتهم، كما أوصت الدراسة بإجراء بحوث تحاول إيجاد أساليب جديدة يمكن من خلالها تعزيز السلوكيات في مجال ريادة الأعمال، وهذا ما يرنو الباحث إلى تحقيقه في هذه الدراسة.

كما أكدت دراسة (Victoria, & Elena, 2013) أن هناك فجوة أخذت في الاتساع بين الروحية والمادية، وفراعاً أخلاقياً ملحوظاً لدى بعض رواد الأعمال، بحيث يطغى لديهم الجانب المادي على الجانب القيمي والأخلاقي. وقد دعت دراسة (Anderson, & Smith, 2007) إلى الكشف عن القيم المرتبطة بريادة الأعمال في الموروث الثقافي للمجتمع، تلك القيم التي ينبغي أن تتوافر لدى رواد الأعمال بشكل موسع، حيث تؤكد الدراسة أنه لكي يتم الحكم على شخص

ما بأنه "رائد أعمال" فلا بد من فحص كل من الوسائل والغايات الأخلاقية التي يرنو ذلك الشخص إلى تحقيقها من خلال العمل الذي يمارسه، حتى يتبين مدى استحقاقه مسعى "رائد أعمال" من عدمه، مما يؤكد أهمية الجانب الأخلاقي والقيمي في ريادة الأعمال. ومن ثم كانت هذه الدراسة التي سعت إلى الكشف عن واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري.

أسئلة الدراسة:

في ضوء ما سبق يمكن صوغ مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

- (1) ما واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء (من أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعات المصرية)؟
- (2) هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات استجابات الخبراء حول واقع تحقق القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تعزى لمتغيري: التخصص، موقع الجامعة؟

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى:

- التعرف على واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء (من أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعات المصرية).
- بيان مدى الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين متوسطات استجابات الخبراء حول واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تعزى لمتغيري: التخصص، موقع الجامعة.

أهمية الدراسة

نبعت أهمية الدراسة الحالية من خلال النقاط التالية:

- تُعد الدراسة الحالية استجابة لما نادى به بعض الدراسات بالكشف عن القيم المرتبطة بريادة الأعمال.
- يمكن أن تفيد نتائج هذه الدراسة المسؤولين القائمين على برامج تعليم ريادة الأعمال في استحداث مادة لقيم ريادة الأعمال.
- تعد هذه الدراسة من المحاولات النادرة في مجال ريادة الأعمال؛ سعياً نحو الكشف عن ما يتعلق بريادة الأعمال من قيم تسود مؤسساتها، تنبثق من ثقافة المجتمع المصري، وتوجه سلوك رائد الأعمال، ومن ثم تتفرد بتلك القيمة التي تُثري الأدب التربوي في المجال المذكور.
- كما أن هذه الدراسة تعد من الدراسات البيئية التي تتصل بأكثر من تخصص في آن واحد؛ فهي تتصل بريادة الأعمال بوصفها جانباً اقتصادياً له دوره الخدمي نحو المجتمع وما ينجم عنه من توسع اقتصادي وتنموي له، وتتصل أيضاً بالقيم بوصفها

الجانِب الفلسفي لريادة الأعمال، وكذلك بموضوع القيم بوصفه جانبًا تربويًا في هذا الشأن.

حدود الدراسة

اقتصرت الدراسة على القيم الأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية والمؤسسية الساندة في مؤسسات ريادة الأعمال داخل المجتمع المصري من منظور الخبراء من أعضاء الهيئة التدريسية من ذوي التخصصات في التربية والاقتصاد والتجارة بالجامعات المصرية في العاصمة والوجهين البحري والقبلي؛ للوقوف على مدى ملاءمة بنودها للضوابط الأخلاقية والقيمية من جانب، واتفاقها وفلسفة ريادة الأعمال من جانب آخر.

مصطلحات الدراسة

❖ القيم؛

وتعرف القيم بأنها: مضامين معرفية، وجدانية، سلوكية يعتنقها الفرد بحرية وقناعة عن تفكير وتفضيل لها عما سواها؛ ينتج عنها سلوك حر، ثابت ومتكرر (أبو العينين، 1988). ويمكن للباحث التوصل إلى مفهوم إجرائي للقيم، إذ يمكن تعريفها بأنها: "ضوابط للسلوك البشري، وأطر لتوجيهه، ومعايير للحكم عليه".

❖ ريادة الأعمال (Entrepreneurship)؛

تعرف ريادة الأعمال بأنها: عملية من خلالها يقوم شخص بنشاط أو ممارسة بغرض إنشاء مؤسسة جديدة لتحقيق أهداف اقتصادية. وهذا الشخص يعرف بالريادي الذي يبتكر شيئاً ذا قيمة (Eroglu, & Plcak, 2011: 146). وعرفت ريادة الأعمال أيضاً بأنها: المبادرة بتنظيم المشروعات من خلال استغلال الفرص داخل المنظمة لخلق قيمة جديدة أو منتج جديد (Huub L, 2015: 20). ويعرف الباحث ريادة الأعمال إجرائياً بأنها: "نشاط عملي، يهدف إلى إيجاد قيمة جديدة، يقوم على الإبداع والابتكار والاستباقية، واغتنام الفرص والتأهب لخوض المخاطر المحسوبة، دون التقيّد بظروف معينة أو أزمات من شأنها أن توقف استمرار العمل"، إذ يتميز رائد الأعمال باحترافية التفكير خارج الصندوق، ومهارات تحويل الأزمات إلى فرص.

❖ قيم ريادة الأعمال (Entrepreneurial Values)؛

تجدر الإشارة إلى أن مصطلح "قيم ريادة الأعمال" يعد من المصطلحات الحديثة في مجالي التربية والاقتصاد، إذ برز بعد ظهور مصطلح ريادة الأعمال، ولم يطلع الباحث على ذكر له في الكتب والدراسات العربية. ويمكن للباحث تحديد مفهوم إجرائي لقيم ريادة الأعمال؛ إذ يمكن القول أنها تمثل: "أطر حاكمة توجه العمل الريادي، ترتبط ارتباطاً محكماً بالأداء السليم والمتقن له، وتتصل اتصالاً وثيقاً بالضمير في الحكم على هذا الأداء، تسير في ضوءها مؤسسات ريادة الأعمال ورواد الأعمال، تحت مظلة المسؤولية الأخلاقية نحو كيانها ومجتمعها والبيئة".

الأدب النظري والدراسات السابقة

يمكن تصنيف الإطار النظري المتصل بموضوع البحث إلى ثلاثة محاور على النحو الذي يلي:
المحور الأول- ريادة الأعمال؛ تطورها التاريخي - أهميتها - وأوضاعها في مصر.
أولاً- التطور التاريخي لريادة الأعمال

يعود ظهور ريادة الأعمال -ضمنياً- إلى سنوات عديدة منذ القدم، عندما كان الناس يبادلون المواد الخام الصالحة للصناعة بأدوات مصنعة جاهزة، ولم يكن ثمة تبادل بالنقود بعد، بل كان تبادلاً خالصاً من أجل البقاء فقط، مع قليل من الخبرة والتخصصية. إلى أن بدأ الناس يتخصصون تدريجياً (Zsapka, 2021). ويرى البعض أن أول ظهور لمصطلح ريادة الأعمال Entrepreneurship؛ كان في القاموس الفرنسي "Dictionnaire Universel de Commerce"، لكاتبه جاك دي بروسلون Jacques des Bruslons، والذي نُشر عام (1723). بينما يعتقد بعض الباحثين أن أول استخدام لمفهوم ريادة الأعمال Entrepreneurship في الكتابات الاقتصادية؛ يعود إلى أعمال الاقتصادي الفرنسي ذي الأصل الأيرلندي ريتشارد كنتيلون Richard Cantillon، في كتابه "Essai Sur La Nature du Commerce en Général"، المنشور عام (1755) ، عن طبيعة العمل التجاري (Navale, 2013: 1). وتاريخياً؛ يعود استخدام مفهوم رائد الأعمال Entrepreneur -أو الريادي- إلى العصور الوسطى، حيث وُصف الشخص المبادر بالذي يدير مشاريع إنتاج كبيرة. وفي القرن 17؛ تم استخدام مصطلح الريادي ليدل على الشخص الذي يرمع عقوداً مشروطة مع الحكومة، متحملاً أية فروق مفاجئة في هذه الأسعار من خسارة أو ربح. وفي القرن 18؛ تم التمييز بين الشخص الذي يزود الآخرين برأس المال بوصفه مستثمراً Investor، وبين الشخص الذي هو في حاجة إلى رأس المال ليستخدمه بوصفه ريادياً. ومع دخول القرن 19؛ أصبح يُنظر إلى الريادي من الجانب الاقتصادي فقط، ولم يُفَرَّق بينه وبين المدير Manager، حيث عرف الريادي منظمًا للمشروع ومديرًا له -في الوقت ذاته- (العاني، وجواد، وإرشيد، وحجازي، 2010: 23-24). ويمكن القول أن مفهوم ريادة الأعمال قد تطور مع تطور نظرة الدول المختلفة إلى الأهداف الاقتصادية والاجتماعية التي تسعى إلى تحقيقها (النجار، والعلي، 2006: 7).

يتضح من خلال العرض السابق؛ تركيز كل مرحلة من مراحل التطور التاريخي لريادة الأعمال على مفهوم معين كان يُرى فيه ميدان الريادة في عصر هذه المرحلة، حيث كان التركيز في البداية مُنصباً على مفهوم المخاطرة، إذ كان يُرى أن المشاريع المتعلقة بالاقتصاد لا ترقى إلى الريادة إلا إذا تغلبت على المخاطر وتجاوزتها. ثم اتجه التركيز إلى مفهوم التنظيم والإدارة في المجال الاقتصادي، إذ عُرف الريادي بوصفه منظمًا للمشروع ومديرًا له -في الوقت ذاته-، وذلك من أجل الحصول على مكتسبات فردية، من خلال الإسهام في رأس المال، أو توظيف مهاراته وخبراته. ثم تركزت النظرة إلى ريادة الأعمال -مؤخرًا- إلى تمازج جميع ما سبق من مفاهيم، مع أخرى جديدة مثل؛ الإبداع، والابتكار، والاستباقية، والمبادرة، والمخاطرة المحسوبة.

ثانياً- أهمية ريادة الأعمال

تعد ريادة الأعمال من المجالات الاقتصادية المهمة دولياً؛ إذ تسهم في تحقيق منافع اقتصادية للملايين حول العالم، فهي تساعد على إيجاد فرص عمل، والاستثمار في الاقتصاد

المحلي، والتنوع بين الخدمات والمنتجات المتاحة للمستهلكين (Henama, 2021: 281-282). ويمكن إجمال بعض النقاط التي تبرز أهمية زيادة الأعمال على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي في أنها توفر معيارًا لجودة اقتصاد البلد وقوته يمكن المقارنة من خلاله مع البلاد الأخرى. وأنها تضيف قيمة إلى المنتج أو الخدمة من خلال إدخال أفكار وتقنيات جديدة على المجتمع. كما تشجّع التعلم الذاتي والنمو الشخصي والمهني لرواد الأعمال. ويُعد مستوى نشاط ريادة الأعمال في أي بلد مؤشرًا مهمًا لحركة وقوة الاقتصاد بها. كما تسجّر الموارد لإنتاج السلع والخدمات التي يحتاجها الناس ولديهم استعداد لشراؤها. وتسهم في إيجاد فرص عمل ووظائف جديدة، بالإضافة إلى زيادة الدخل (Hill, & Ionescu-Somers, & Coduras, & Guerrero, & Shay, & Bosma, & Roomi, 2022: 22).

يرى بعض الباحثين أن أهمية ريادة الأعمال تستدعي أهمية دراستها لتتوسع وتشمل الأسواق الدولية، وذلك لاستقصاء الظروف والخصائص التي تشجع نشاط ريادة الأعمال في مختلف المناطق والبلدان، حيث يعكس رواد الأعمال القيم السائدة لثقافتهم الوطنية في بلدهم، كما أن للثقافة الوطنية تأثير واضح على ريادة الأعمال (Eroglu, & Plcak, 2011: 146). ويمكن من خلال العرض السابق استخلاص بعض النقاط المهمة حول أهمية ريادة الأعمال، كما يلي:

- تمثل ريادة الأعمال مؤشرًا ملحوظًا لحركة وقوة اقتصادات البلدان ومعيارًا لجودتها. فهي تسهم في إعادة هيكلة الأسواق بما يتواءم مع متطلبات التغييرات الحادثة في العصر، من خلال الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا. كما تُوسّع نطاق الأفكار الناشئة المؤدية إلى نجاح اقتصادي مؤثر، في حين يشكل رواد الأعمال قوة اقتصادية هائلة لبلادهم.
- تسهم ريادة الأعمال في تدشين العديد من المشروعات المهمة لتنمية اقتصاد البلاد وتطويره، وإيجاد فرص العمل اللازمة من أجل تحقيق النمو الاقتصادي على المدى الطويل. وإحداث التجديد والتغيير من خلال الإبداع الذي يعمل على رفع مستوى الكفاءة إلى جانب التنافسية (العاني، وجواد، وإرشيد، وحجازي، 2010: 28).
- تشجع ريادة الأعمال التنمية المهنية والتعلم الذاتي. وتساعد في إحداث التنوع والتجديد المتنامي في الجودة والأداء والتنوع من خلال الإبداع والابتكار، ورفع مستوى الكفاءة في الإنتاج وأداء الخدمات، وإضافة قيمة حقيقية إليها.

ثالثًا- ريادة الأعمال في مصر

يعد نشاط ريادة الأعمال من أكثر أشكال الاستثمار التي نشطت في مصر خلال العقدين الأخيرين، خاصة بعد ثورة يناير ٢٠١١، إذ تمكنت من الوقوف أمام العواصف الاقتصادية التي مرت على الاقتصاد المصري خلال هذه الفترة. وتكمن أهمية ريادة الأعمال في ضوء احتياجات الاقتصاد المصري إلى تحرير الاقتصاد، وفتح المجال بصورة أكبر أمام المشاريع الخاصة والريادية. فبعد عقود طويلة من شيوع ثقافة التشبث بالعمل الحكومي، والحرص عليه وتفضيله على العمل الخاص، بات التوجه نحو تغيير الثقافات الحالية خاصة لدى فئات الشباب أحد أهم العناصر التي تزيد من الحاجة إلى نشاطات ريادة الأعمال (خطاب، ومحمد، 2020: 490-491).

وتُعد مصر من أوَّلِيَّات الدول العربية التي أنشأت حاضنات الأعمال (الشميمري، والمبيريك، 2019: 11). كما كانت أول منظمة غير حكومية قامت لرعاية حاضنات المشروعات الصغيرة هي الجمعية المصرية لحاضنات الأعمال، والتي أنشئت في يوليو عام 1995 (عبد الحميد، 2018). وتولي الدولة المصرية اهتمامًا بمجال ريادة الأعمال نظرًا لدورها الحيوي في توفير فرص العمل المتنوعة، والتحفيز على الابتكار والإبداع، وجوانب أخرى تسهم -بوجه مباشر- في الرخاء الاقتصادي للبلاد (خطاب، ومحمد، 2020: 492-493). لذا تسعى مصر نحو نشر ثقافة ريادة الأعمال، والتوسع في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وإنشاء المزيد من حاضنات الأعمال.

لكن ذلك يحتم على المجتمع المصري مواجهة بعض التحديات التي يمكن أن تعرقل الاهتمام بريادة الأعمال، ومن هذه التحديات ما يلي (الشريف، 2006: 287):

- قلة الوعي بأهمية المشاركة بين الأفراد في العمل.
- الجمود الإداري والأعباء القانونية؛ ويظهر ذلك في تعقد الإجراءات والاستغراق في الروتين.
- استعصاء إحداث تغيير في بعض أنماط الشخصية؛ مثل الانطوائية والانعزالية والتواكل والكسل.
- بعض الموروثات الثقافية القديمة كالأمثال الشعبية؛ إذ تحض الأفراد على التمسك بالوظائف الحكومية.
- التمسك بالقديم والخوف من التجديد؛ إذ يخاف بعض الأفراد -غالبًا- أن يتحملوا عبء تجارب جديدة.
- عدم توافر نوعية القادة المتمكنين القادرين على تحريك الأفراد والجماعات نحو تحقيق هدف ما.
- بعض القيم الاجتماعية السائدة؛ إذ إن القيم هي الإطار المرجعي لسلوك الفرد، ولها دورٌ في تكوين البناء الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي للمجتمعات، وتحتاج ثقافة ريادة الأعمال إلى أنماط سلوكية جديدة، ولذا فهي في حاجة إلى قيم جديدة تدفعها إلى طريق الريادة.
- وفي عام 2018: رصد موقع [egyentrepreneur](http://egyentrepreneur.com) أهم التحديات التي تواجه مؤسسات ريادة الأعمال في مصر، فجاءت على النحو الذي يلي (egyentrepreneur.com):
- المنافسة غير العادلة وغير الشريفة؛ إذ تواجه المشروعات الجديدة صعوبات كبيرة عندما ينافس خدمة أو منتج يقدمه غيره من المؤسسات الكبيرة، لكنها في نفس الوقت تتميز عنهم في قلة التكاليف الإدارية والمرونة، وهذا ما يمكن تسميته بالمنافسة غير المتكافئة، أما المنافسة غير الشريفة؛ فهي التي ينتهي فيها الأمر بأحد أصحاب المشاريع الصغيرة إلى إغلاق مشروعه بسبب منافسة أحد رواد الأعمال له.
- قلة الخبرة بمجال المبيعات والتسويق؛ إذ يرى نسبة كبيرة من رواد الأعمال حول العالم أن تحدي المبيعات والتسويق من أصعب التحديات التي يمكن أن تواجههم.

- ضيق الوعي بالإجراءات الحكومية والتسهيلات القانونية، مما قد يؤدي إلى ضياع بعض الفرص.
- عدم الدراية الكافية بإدارة المالية، وتخصيص الميزانيات للمهام المختلفة على وجه سليم.
- قصور الرؤية والتخطيط واستشراف المستقبل. وضعف المقدرة على اتخاذ القرارات الحاسمة.

وتعمل وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مصر على تنفيذ عدد من المبادرات والأنشطة التي تستهدف دعم منظومة الابتكار وتشجيع ريادة الأعمال، إلى جانب تنمية المهارات الرقمية في مجالات التكنولوجيا المختلفة في ضوء التحول الرقمي، وذلك في إطار دعم استراتيجية الدولة في تحقيق التنمية الاقتصادية، ومن بين المبادرات والجهود المبذولة في هذا الشأن مبادرة "شغلك من بيتك"، ومبادرة رواد النيل، ومشروع رواد 2030، والبرنامج المصري الإسباني للابتكار ESITIP، ومركز الإبداع التكنولوجي وريادة الأعمال TIEC، وبرنامج المساندة التصديرية Export-IT (egyentrepreneur.com).

المحور الثاني- قيم ريادة الأعمال؛ أهميتها - مصادرها - مبررات الاهتمام بها - وأهم القيم الريادية في كتاباتها.

أولاً- أهمية قيم ريادة الأعمال؛

على أن هناك عددًا كبيرًا من المشاريع الاقتصادية الجديدة على الساحة، وأطرافًا متعددة من الأفراد يمثلون أدوارًا متميزة في إدارة هذه المشاريع؛ إلا أن ثمة حاجة ملحة في المجتمع إلى مؤسسات ريادة أعمال ورياديين-وليس مجرد أفراد- يتمتعون بقيم أخلاقية واجتماعية واقتصادية تسهم في تحدي الوضع الراهن، والتعامل مع ظروف البيئة المربكة والطارئة من خلال التوجه نحو استدامة البيئة واستغلال مواردها مع المحافظة عليها (Kerr, & Kerr, 2019: 17712).

ليس ثمة اختلاف على أن القيم لها دورٌ أصيل في تشكيل سلوك الفرد ومن ثم المجتمع، فهي تمثل مرآة ثقافته، كما تكمن أهمية دراسة القيم -بوجه عام-، والبحث في قيم ريادة الأعمال -بالأخص- في مدى خطورة هذا الدور: تلك الخطورة المتمثلة في الآثار غير المحمودة التي قد تطرأ على سلوك أفراد المجتمع إن غابت القيم بدورها عن ضبطه وتوجيهه. وما يمكن أن ينتج عن غياب منظومة قيمية توجه ريادة الأعمال لن يكون في صالح المجتمع، إلى جانب المفاصل الأخلاقية والاجتماعية والبيئية التي قد تظهر ما لم تكن ثمة مجموعة من القيم تلتمز بها مؤسسات ريادة الأعمال.

ومما يؤكد أهمية قيم ريادة الأعمال: تباين المسؤولية القانونية والمسؤولية الأخلاقية، وغياب التوافق بينهما، حيث تتلاشى المسؤولية القانونية عندما لا يُقرّ بها أي نص قانوني، مما قد يؤثر على استرداد حقوق البعض. أما المسؤولية الأخلاقية فهي أوسع وأشمل من دائرة القانون، لأنها تتعلق بالضمير (عيسى، 2013). وثمة بعض الثمرات التي تدعم بناء مدونات السلوك والأخلاق في مجال الأعمال، وتحفز مؤسسات الأعمال على تبني قواعد سلوكية ومبادئ قيمية وأخلاقية تسير في ضوئها، فتسهم في تحسين أداء أعمالها، وتزيد فرص نموها وتوسعها،

ومن هذه الثمرات؛ تقليل المخاطر، وخفض التكاليف، وتحسين الأداء والإنتاجية والموقف التنافسي، والوقاية من الموظفين والوكلاء غير الأخلاقيين، وزيادة الأرباح والنمو المستدام على المدى الطويل، وزيادة الاحترام الدولي، وتحسين السمعة والنوايا الحسنة، وتوسيع فرص الحصول على رأس المال والائتمان والاستثمار الأجنبي (United States. International Trade Administration. 2004: 21).

ثانيًا- مصادر قيم ريادة الأعمال.

يمكن إجمال بعض المصادر المختلفة التي تمثل أصولاً يمكن أن تُستقى منها قيم ريادة الأعمال على الوجه الذي يلي؛

أ- مصادر دينية، وتتمثل فيما يلي؛

- توجيهات القرآن الكريم من مبادئ وقيم وأخلاقيات، خصوصاً فيما يتعلق بمجال العمل، ومن ذلك قول الله تعالى: "وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ.." [التوبة: 105].
- أحاديث النبي -صلى الله عليه وسلم- التي توجه إلى قيم العمل، ومنها حديث عائشة -رضي الله عنها-، عنه -صلى الله عليه وسلم- أنه قال: "إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَحُبُّ إِذَا عَمَلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يَتَّقَنَهُ" [السيوطي: 1855].
- تعاملات الصحابة والتابعين والمواقف المنقولة عنهم، هذه التي تبرز قيماً أخلاقية في ممارساتهم العملية.
- سير الصالحين في التاريخ الإسلامي من المهتمين بأمر التجارة، وما تتضمنه من مبادئ وقيم.

ب- مصادر اجتماعية، خاصة فيما يتعلق بأبواب التجارة والبيع والشراء.

ب- مصادر اجتماعية، ويمكن تلخيصها في ما يلي؛

- الأعراف الاجتماعية الحسنة، هذه التي تنطوي على مبادئ ذات قيمة عملية.
- مضامين الموروث الثقافي، من الأمثال الشعبية والحكم والفنون والفلكلور الشعبي وغيره.
- العادات والتقاليد الحميدة التي يتبناها المجتمع، والمبادئ الصالحة التي يقدسها ولا يسمح بمخالفتها.
- السياق المجتمعي السائد المستند إلى عدد من القيم، تسترعي الاهتمام بها عند إرساء أي منظومة قيمية.

ويضيف البعض مصادر أخرى يمكن استمداد قيم ريادة الأعمال وصياغتها في ضوءها، يتيسر توضيحها في السطور التالية (8-10: Sullivan, & Shkolnikov, 2006):

ج- المسؤولية الوطنية؛ وذلك من جهة المؤسسات الريادية وروادها نحو الوطن والمجتمع (مواطنة الشركات).

د- قوانين ولوائح البلاد؛ هذه التي تحتضن مؤسسات ريادة الأعمال، أو ينتمي إليها رواد الأعمال.

هـ- مجموعة الإعلانات والاتفاقيات والمواثيق والإرشادات الدولية، ومن أمثلتها؛ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، واتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد، ومبادئ أعمال

المنظمة الدولية للشفافية، والإعلان العالمي لحقوق الملكية الفكرية، ومواثيق الأخلاق ومدونات السلوك في العمل للمؤسسات الريادية حول العالم. بينما يرى آخرون أن ركائز ثقافة القيم والأخلاق داخل مؤسسات الأعمال تنطوي على أربعة مصادر يمكن مراعاتها عند صياغة منظومة القيم للمؤسسات والتعامل بها، وهي كما يلي (Flynn, & Werhane 2022: 9):

- أ- **القيم الصريحة (Explicit Values)**؛ وهي تهدف إلى إبقاء قيم المؤسسة واضحة تمامًا في أذهان الموظفين.
- ب- **التربيت أثناء الحكم (Thoughts During Judgment)**؛ ويهدف إلى تقديم الاعتبارات الأخلاقية والإنسانية.
- ج- **الحوافز (Incentives)**؛ إذ تعد مواءمة المكافآت مع النتائج الأخلاقية حل واضح لأكثر المشكلات الأخلاقية.
- د- **الأعراف الثقافية (Cultural Norms)**؛ وتهدف إلى بناء معايير أخلاقية راسخة وفق ثقافة المجتمع.

ثالثًا- مبررات الاهتمام بقيم ريادة الأعمال

أشارت دراسات عديدة إلى بعض الجوانب التي لها قصورًا يتعلق بالقيم الموجهة للعمل داخل مؤسسات ريادة الأعمال، والتي تؤيد الاهتمام بدراسة هذه القيم، فقد ألححت دراسة (Oladunni, 2000) إلى أن هناك العديد من الشركات التجارية تتباهى بتطبيق اللوائح التنظيمية والأخلاقية والبيئية لمكافحة الاحتكار، في حين أنها تمارس مثل هذا السلوك غير الأخلاقي. كما أفادت دراسة (Guillén, & Melé, & Murphy, 2002) أن بعض المؤسسات قد لا تبدي أية رغبة في إيلاء أي اهتمام عند تحصيل مبالغ مالية ضخمة باستخدام أساليب سيئة، أو سلوك غير أخلاقي. وذكرت دراسة (Johnson, & Scholes, 2002) أن بعض المنظمات والمؤسسات التي يشار إليها على أنها رأسمالية في أنقى صورها؛ ليس لها هم ولا هدف سوى جني الأموال. وترى دراسة (Khuntia, & Suar, 2004) أن أخلاقيات العمل يجب أن تقضي على الاستغلال، والذي من صورته: عمالة الأطفال، وسرقة أجور بعض الموظفين، وكذلك قطع الأشجار غير المقنن لصنع الورق وما في ذلك من إضرار بالبيئة.

بينما تشير دراسة (Treviño, & Weaver, & Reynolds, 2006) إلى أن هناك عددًا كبيرًا من مؤسسات الأعمال تفتخر بتطبيق قيم وأخلاقيات العمل الجيدة، إلا أن نسبة هذه المؤسسات تتضاءل بسرعة نتيجة لاحتداد المنافسة -فيما بينها- يومًا بعد يوم. وتؤكد بعض الدراسات مثل دراسة (Brown, & Mitchell, 2010) أن ثمة العديد من العلامات التجارية الكبرى قد تم تغريمها ملايين الدولارات لخرقها لوائح العمل الأخلاقية. ووجدت الدراسة أن هدف جمع المال ونهم الحصول على الربح -فقط- هو العامل الرئيس والحاسم لدى بعض الشركات التجارية. كما أشارت دراسة (Collins, 2010) إلى أن كسب المال وتحصيل الأرباح في الأعمال التجارية ليس فيه ثمة مشكلة أخلاقية مطلقًا، ولكن تكمن المشكلة في الطريقة التي تديرها بعض المؤسسات أنشطتها، وهذا هو الذي يثير مسألة المشكلات الأخلاقية في مؤسسات الأعمال. ومن أهم مبررات الاهتمام بقيم ريادة الأعمال؛ أن القيمة الاقتصادية ليست هي القيمة الوحيدة التي ينبغي أخذها في الحسبان في الحياة العملية اليومية، بل القيم الأخلاقية -أيضًا-. ولا يقتصر دور القيم والأخلاق في العمل على وصف المواقف فحسب؛ بل ينبغي أن تدمج في

قواعد العمل وأفعال الأشخاص المسؤولين وقراراتهم. كما أن أخلاقيات العمل هي الأساس لاتخاذ القرارات المسؤولة. ولا تتعارض قيم العمل عادة مع أهداف العمل طويلة الأجل، فهي أمرٌ لا مفر منه. والأعمال المسؤولة أخلاقياً تعزز النجاح إذا تم فهمها وتنفيذها بشكل جيد. (Meinhold, 2021: 11-12)

رابعاً- أهم القيم الريادية في كتابات ريادة الأعمال

تشير دراسة (Lackéus, 2018) إلى أن ثمة خمسة أنواع نموذجية لبناء القيمة في ريادة الأعمال، هي قيم المتعة، والقيمة الاقتصادية، والقيمة الاجتماعية، وقيمة التناغم والانسجام، وقيمة التأثير (22). ومن القيم التي يؤكد عليها البعض في مجالات الأعمال؛ قيمة التفاوض، فتمتد تيقن الفرد من أهمية التفاهم وتبادل الحوار والآراء والأفكار؛ أدرك حينئذ أن قيمة التفاوض هي السبيل إلى تحقيق التوافق والتقارب بين جميع الأطراف في العمل (الشافعي، 2010: 8). وقد أشار الميثاق العالمي للأمم المتحدة إلى تحديد بعض المبادئ الأخلاقية، بتأييد من المؤسسات التي توقع على اتفاقيات الأمم المتحدة، وبالموافقة على التمسك بهذه المبادئ في كل ممارستها لأنشطتها التجارية في أي بلد من بلدان العالم. وجاءت هذه المبادئ تحت أربعة محاور: محور حقوق الإنسان، والعمالة، والبيئة، ومكافحة الفساد (unglobalcompact.org). أظهرت دراسة (Kerr, S.P. & Kerr, W.R. & Dalton, 2019) أن رواد الأعمال لديهم أعلى درجات تحمل المخاطر، كما أنهم أكثر تقبلاً لها من غيرهم، ويتمتعون ببعض القيم مثل؛ الابتكار، والزعامة الداخلية للتحكم والرقابة، والحاجة إلى الإنجاز، والكفاءة الذاتية (17714). وثمة قيم بارزة في ريادة الأعمال منها؛ استشعار الفرص، والمثابرة والتصميم، وكذلك قيمة استثمار موارد البيئة الطبيعية، والمواءمة بين الموارد Aligning resources وتعظيم إمكانات السوق Maximizing market potential، وأيضاً قيمة مواجهة التغيير، واستقطاب الإمكانيات الكامنة في الأعمال businesses Identified latent potential in businesses (Leavy, 2022: 118). كما تسلط كتابات ريادة الأعمال الضوء على قيمة الاستدامة البيئية، إذ إنها من القيم ذات المحك الذي يصعب تصور أي عمل ريادي بدونها (Fanea-Ivanovici, & Baber, 2022: 11). وتحدث كتابات ريادة الأعمال عن قيمة تكوين ونشر المعرفة Creation and dissemination of knowledge (Zahra, 2015: 728)، وقيمة التخطيط الذي يساعد على ضمان تنسيق جميع الأعمال التي يقوم بها الأعضاء داخل المؤسسة (Astrini, & Rakhmawati, & Sumaedi, & Bakti, & Yarmen, & Damayanti, 2020: 8).

على أن هناك قيماً في مجال المال والأعمال يمكن إدراكها بالحدس، قياساً على مجالات أخرى مختلفة من مجالات الحياة؛ كأن يُتعرّف على الصدق والموثوقية في التعامل بوصفها سلوكيات صحيحة، ومثل ذلك تماماً؛ الكذب والغش والسرقة وانعدام المسؤولية، إذ يُتعرّف عليها بوصفها سلوكيات غير صحيحة؛ إلا أن ثمة قيم أخرى لها صلة وثيقة بعالم المال والأعمال والمعاملات التجارية، منها؛ الآداب العامة Common Decency، والعدالة Justice، والقنوة المسؤولية والموثوقية Stewardship or Trusteeship (Smith, & Drudy, 2022: 235-237). ويضيف بعض الباحثين إلى قيم ريادة الأعمال قيمة التكافل والتضامن، إذ تعد هذه القيمة ذات أثر كبير على نجاح ريادة الأعمال؛ فبناء شبكات التضامن والتكافل القائمة على إرساء ثقافة الثقة بين مؤسسات الأعمال وبين الأطراف الأخرى في المجتمع يمكن أن يكون لها مردوداً مفيداً على نجاح العمل (Poespowidjojo, & mohd shariff, & Musa, 2013: 11). ويضيف

البعض ضمن القيم المهمة في بيئة العمل؛ قيم التدعيم الاجتماعي (الخزاعي، 1998: 95). مثل؛ التعاطف، والاهتمام، والتقبل والمودة، والألفة، والمحبة، والتشجيع، وبذل النصيحة، والرعاية، وتقديم يد العون -مادياً أو معنوياً-.

وثمة منظومة للقيم تعد من أبرز الدلائل التي تبرهن تقدم المجتمعات على المستوى الاقتصادي بوجه عام، وعلى مستوى مجال ريادة الأعمال بوجه خاص، يشير إليها (حجي، 2001) تحت عنوان قيم العمل الحديث، وهي كما يلي (20-75):

- أ- احترام الوقت؛ ويستلزم الانتظام والدقة والانضباط.
- ب- ثقافة النظم (لا ثقافة الأشخاص)؛ أي الإيمان بفاعلية النظام كاملاً، وليس بموهبة >
- ج- الإتقان؛ ويتطلب الجودة، والتميز، وتوخي الكمال، ثم مجابهة العشوائية.
- د- التعددية؛ وتستلزم الانفتاح على العالم، وتقبل واحترام الآخرين (Otherness)، والإبداع والابتكار.
- هـ- نقد الذات والتجويد المستمر؛ وبقتضي بناء النفس، وتطوير العقل، وتنقيح الفكر.
- و- عالمية المعرفة؛ وتستلزم التوسع في البحث العلمي، والإبداع الذي يقوم عليه التعليم وليس التلقين.
- ز- العمل الجماعي (روح الفريق)؛ ويتطلب التشارك والتعاون. ونبذ الفردية، ومواجهة الأنا.
- ح- الاهتمام البالغ بالموارد البشرية (الإنسان)؛ باختيار العاملين وتدريبهم وتقييمهم، واكتشاف قدراتهم.
- ط- التفويض؛ وذلك من خلال تجزيء المهام ثم توزيعها.
- ي- الاهتمام الفائق بالتسويق؛ من خلال التنافسية، والتوافق بين تطلعات واهتمامات متلقي المنتج/الخدمة.
- ك- التسليم المطلق بفاعلية الإدارة؛ بالتخطيط والتنظيم، وتهيئة المناخ الجيد للعمل، والتحكم في سيره.

المحور الثالث- أهم قيم العمل السائدة في ثقافة المجتمع المصري

تعددت دراسات الباحثين حول الشخصية المصرية عبر العصور المختلفة، حيث تزخر المكتبة التربوية بدراسات متنوعة تناولت تحليل الشخصية المصرية باختلاف جوانبها، وفي فترات زمنية متفاوتة؛ منها دراسة (Ammar, 1954)، ودراسة (عويس، 1963)، ودراسة (فؤاد، 1967)، ودراسة (حمدان، 1980)، ودراسة (رافع، 1996)، ودراسة (حبيب، 1997)، ودراسة (زايد، 2005)، وغيرها من الدراسات. ومن خلال البحث والاطلاع ومراجعة الكتابات حول المجتمع والشخصية المصرية، يمكن الإشارة إلى أبرز قيم العمل التي يتحلّى بها المجتمع المصري، على الوجه التالي:

- أ- **الاتكال على الله (الاتكالية)؛** من دلائل هذه القيمة في التراث الشعبي: "رزق يوم بيوم والنصيب على الله" (تيمور، 2011: 226)، "اللي على الله ما يتحمل له هم"، "اللي اتكل على الله عمره ما خاب"، "خد من عبد الله واتكل على الله" (شعلان، 2004: 213-216).
- ب- **الفهولية؛** وتعني التوهم بالقدرة على التعامل مع الناس -وكذلك مع النفس- في جميع الظروف وفي أي وقت (خلاف، 1986: 47-48). وينظر (عمار، 1964) إلى قيمة

- الذهولية لدى المجتمع المصري من زاوية بعيدة، حيث يرى أنها تتسم بعدة سمات أساسية مختلفة، لخصها (زايد، 2005) في: الرغبة في بلوغ الهدف بأقصر الطرق، وتفضيل العمل الفردي على العمل الجماعي، والقدرة على التكيف السريع في المواقف المختلفة (22).
- ج- **الإيمان بالقضاء والقدر (القدريّة)؛** ومما يدلّ عليها في الموروث الثقافي؛ "اللي في علم الله هو اللي يكون"، "اللي فيه الخير يقدمه ربنا"، "اللي يريد ربنا هو اللي يكون" (شعلان، 2004: 213-214)، "المكتوب على الجبين لازم تشوفه العين" (أبو سنة، 1968: 14).
- د- **الخيرية؛** ومما يشير إلى هذه القيمة في التراث الشعبي؛ "خير الناس من فرح للناس بالخير" (بوركهارت، 1997: 85). وقولهم: "إعمل طيب تلقاه طيب"، "الدنيا لسه فيها خير" (شعلان، 2003: 428-429/ج3).
- هـ- **المخاطرة؛** ومن دلائل هذه القيمة؛ "اللي سترها في الأول يسترها في الثاني"، "اللي يستر ربه ما يفضحهاوش مخلوق"، "اللي ساتره المولى ما يفضحهاوش مخلوق"، "الرب واحد والعمر واحد" (شعلان، 2004: 217-219).
- و- **الصبر وشدة البأس؛** من مؤشرات هذه القيمة قولهم: "إن صبرتم نلتم وأمر الله نافذ، وإن ما صبرتم قيرتم وأمر الله نافذ" (أبو سنة، 1968: 14)، "الصبر خير"، "الصبر طيب بس اللي يرضى" (تيمور، 2011: 293)، "طولة البال ما تخسّرش" (شعلان، 2004: 306).
- ز- **التسويق؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "العينة بينة يا زباين"، "اللي ما يعجبكش خد غيره"، "اللي ما يشتري يتفرج"، "اللي ما يدل على بضاعته تبور" (شعلان، 2004: 346). "على عينك يا تاجر" (بوركهارت، 1997: 125).
- ح- **التخطيط؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "المفرط أولى بالخسارة" (بوركهارت، 1997: 59)، أي: من لم يخطط للأمور الطارئة فهو مفرط يستحق الخسارة، وقولهم: "احسب حساب المربسي وإن جاء طياب من الله" (تيمور، 2011: 13)، "القرش الأبيض ينفع في اليوم الأسود" (خلاف، 1986: 34)، "المال السايب يعلم السرقة" (شعلان، 2004: 330)، "ازرع كل يوم تاكل كل يوم" (تيمور، 2011: 21)، "اللي يحسب الحسابات في الهنا بيات" (تيمور، 2011: 73).
- ط- **الاسترشاد بأهل الخبرة والتجربة؛** إذ يُعلي المجتمع المصري من شأن التجربة والخبرة ويُجلّ أهلها، ويحث على مشورتهم والاسترشاد بخبرتهم، قال الله -تعالى-: "وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ.." [آل عمران: 159]. ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "اسأل مجرب ولا تسأل طيب" (عبد الصمد، 2013: 183). ويرويه بعضهم: "اسأل مجرب ولا تنس الطيب" (تيمور، 2011: 21)، "لسان التجربة أصدق" (بوركهارت، 1997: 169).
- ي- **إقامة العلاقات العامة؛** حيث أكدت دراسة (زايد، 2005) على قيمة إقامة العلاقات العامة والتفاعل مع الآخرين لدى الشخصية المصرية، حيث أفادت أن الذي يحكم سلوك المصري في هذا الأمر ليس الشك، وإنما التروّي والحذر قبل التفاعل المباشر مع الآخر (66). ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "اللي ح يعرف ناس ما يعرفش فلوس" (تيمور، 2011: 49)، "معرفة الناس كنوز" (شعلان، 2003: 438-ج3).

- ك- **الانفتاح على العالم؛** حيث كانت مصر -بحكم موقعها الجغرافي الفريد- معبرًا مختلف الشعوب والحضارات التي مرت عليها، مما جعلها تعيش في حالٍ من اثنين؛ إما في حالة تلاقٍ وتلاقحٍ بين ثقافتها وثقافة من ورد إليها، وإما في حالة صراعٍ وجهادٍ ضده. وبالرغم مما هو معروف عن المصري من روح الأصالة والمحافظلة على تراث الأجداد، إلا أنه لم يخش لقاء الوافد الحضاري، بل كان لموقع مصر الجغرافي دورًا مهمًا في الاحتكاك بالحضارات الأخرى والانفتاح عليها دون المساس بالأصالة (عبد الرحيم، 2014: 111-112).
- ل- **الابتكار؛** إذ يمكن القول أن الذي يتأمل الآثار المصرية القديمة وما تتضمنه من فنون وتصاوير جدارية ومنحوتات؛ يدرك بوضوح أن أي عمل يرتبط كثيرًا بمهارة وقدرة الإنسان على الابتكار والإبداع، وهذا ما برعت فيه الشخصية المصرية منذ القدم (كمال، 1987: 56).
- م- **التنافسية؛** حيث حرص المجتمع المصري على هذه القيمة في مجال العمل، وما ورد من مآثورات قولية في التراث الثقافي يؤكد ذلك، فيقولون: "الأرزاق تيجي بالمزاحمة" أي: بالمنافسة، ويقولون: "حط رجلك مطرح رجل السعيد تسعد"، أي: نافسه، ويقولون: "التجارة شطارة" (شعلان، 2004: 348). وقديمًا قالوا: "إن لم تزاحم لم يقع في الخرج شيء" (الميداني، 2004: 88). وكذلك قولهم: "إن سبقك جارك بالحرت اسبقه بالمحاياه" (تيمور، 2011: 96) أي: نافسه واسبقه بالسقي.
- ن- **الإخلاص في العمل؛** ومن مؤشرات قيمة الإخلاص في العمل قولهم: "اتق الله في صنعتك ولو كنت حرامي" (شعلان، 2004: 305). "اخلف النية ويات في البرية" (تيمور، 2011: 15)، أي: ليس ثمة خوف من أي شيء حتى لو بتَّ وحيدًا ما دام سلاح الإخلاص موجود.
- س- **الفكاهة والمرح (التنكيث)؛** حيث يرى البعض أن المصري كثيرًا ما يوصف بأنه يعشق الفكاهة وتتسم روحه بالمرح وحب الضحك (زايد، 2005: 177). وذلك لأجل الترويح عن النفس والتهوين من ضغوط العمل، أو لإشغال الوقت. ومن دلائل ذلك قولهم: "اضحك وانشرح واوعى صبعك لينجرح" (شعلان، 2003: 104-ج1)، "اضحك والضحك رخيص قبل ما يغلى ويبقى بتلاليس" (تيمور، 2011: 26).
- ع- **التكيف والتواؤم؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "على قد حصيرتك مد رجلك" (أبو سنة، 1968: 42). "لبس خف واقلع خف لما يجيلك خف" (تيمور، 2011: 39). "افتع بالحاضر على ما يبجي الغايب" (تيمور، 2011: 34).
- ف- **تفضيل رأس المال الفردي على الشراكة؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "قطع الشرك ولو في الغدا" (شعلان، 2004: 335)، "شريكك خصيمك" (تيمور، 2011: 284)، "داهية تاخذ الشرك حتى ولو كان في الغدا" (عبد الصمد، 2013: 297). كما ينصحون المتشاركين: "الشركة مع الأجاويد ولا عدمها" (تيمور، 2011: 283)، "الشرك زي اللبن أقلها حاجة تعكره" (تيمور، 2011: 283)، فهي لا تحتل أدنى خلاف.
- ص- **المبادرة؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "خير البر عاجله" (بوركهارت، 1997: 85)، "من دق الباب سمع الجواب" (بوركهارت، 1997: 171)، "المبدر رزقه أكثر" (عبد الصمد، 2013: 303)، "اضرب الطاسة تجيلك ألف لحاسة" (تيمور، 2011: 26).

- ق- **الاستباقية؛** ومن دلائلها قولهم: "كل أكل الجمال وقوم قبل الرجال" (تيمور، 2011: 396)، "اللي وراه المشي احسن له الجري" (تيمور، 2011: 68)، "اللي سبق أكل النبق"، "اللي سبق قعد ع الطبق" (شعلان، 2003: 130-ج1).
- ر- **التحفيز للعمل؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "إعمل بخمسة وحاسب البطال" (تيمور، 2011: 29)، "بيع واشتري ولا تنكري" (شعلان، 2004: 340)، "اللي بيشتغل أحسن من الواقف"، "حجر داير ولا سبع نايم" (شعلان، 2004: 299).
- ش- **التأهب للعمل؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "اكنس بيتك ورشه ما تعرف مين يخشه" (تيمور، 2011: 38)، أي: كن مستعدًا في كل الأحوال. وقولهم: "العيش مخبوز والماية في الكوز" (تيمور، 2011: 339)، يدل على التأهب والاستعداد لإكرام الضيوف.
- ت- **حب وتقدير العمل؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "الزرع إن ما غني ستر" (شعلان، 2004: 276)، "يا طالب المال لوقف الحال العمل عمال والمال همال" (شعلان، 2004: 298).
- ث- **توزيع المهام؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "إن اتفرقت الحملة انشالت"، "فرق شمله يخف حملة" (تيمور، 2011: 355)، "إن كتر الشغل فرقه على الأيام"، "حط قبل ما تتعب وشيل قبل ما تستريح" (شعلان، 2004: 305).
- خ- **الإتقان في العمل؛** ومن دلائل هذه القيمة قولهم: "اللي يعمل جميل يتمه" (تيمور، 2011: 79)، "عمل من طب لمن حب" (تيمور، 2011: 333)، "قيراط في اللحمة ولا فدان في الليّة" (تيمور، 2011: 388)، أي: القليل الجيد والمُتقن خير من الكثير الرديء.

المحور الرابع: الدراسات السابقة

أولاً- الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (Afifah, 2022)؛

هدفت هذه الدراسة إلى وصف مفهوم قيم ريادة الأعمال التي يمتلكها رواد الأعمال في الصناعات المنزلية، في إحدى مناطق مدينة سيدوارجو في إندونيسيا، ولإجراء هذه الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في عملية جمع البيانات، واستعانت بأداتي المقابلة والملاحظة ميدانيًا، وباستخدام أسلوب التحليل الوصفي للبيانات؛ انتهت الدراسة إلى جملة من النتائج لعل أبرزها: أن المفاهيم التي يمتلكها رواد الأعمال في تنمية قيم ريادة الأعمال لدى العاملين في الصناعات المنزلية تشمل؛ مفهوم الاستقلال، ومفهوم الإبداع، ومفهوم الجرأة (على تحمل المخاطر)، ومفهوم الدافع القوي للنجاح.

2- دراسة (Flores-Yeffal, & Sparger, 2022)؛

هدفت الدراسة إلى اقتراح مفهوم جديد يستخدمه رواد الأعمال الأخلاقيون، هو: تحوّل الأخلاق (Shifting Morals). حيث تُبين الدراسة أن تعقيد تجارب حياة رواد الأعمال الأخلاقيين يوفر لهم مجموعة لا حصر لها من المعايير الاجتماعية والأخلاقية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مستعينة بإحدى أدوات التحليل المنهجية، وهي؛ أداة تحليل المحتوى. وكشفت نتائج الدراسة أن تقنية تحوّل القيم أو الأخلاق هي أداة يستخدمها رواد الأعمال الأخلاقيون لزيادة نفوذهم في المجتمع من أجل إحداث التغيير الاجتماعي. كما يقوم رواد الأعمال الأخلاقيون بتعديل معتقداتهم من خلال التوافق مع القيم الأخرى، ويستطيع

رواد الأعمال الأخلاقيون زيادة نفوذهم وسن أنظمة أخرى تمكنهم من تعزيز هيمنتهم على المجتمع.

3- دراسة (Li, & Chen, 2022):

هدفت هذه الدراسة إلى البحث المتعمق حول تأثير روح ريادة الأعمال الحديثة على تنمية قيم ريادة الأعمال والقدرة على تنظيم المشاريع لدى طلاب الجامعات. واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي. واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة المصممة في أربعة جوانب، هي: القيم الريادية، والكفاءة الريادية، ومخاطر ريادة الأعمال، والأخلاقيات الريادية. وشملت عينة الدراسة عددًا من طلاب إحدى الجامعات في سيتشوان، وهي إحدى مقاطعات جمهورية الصين الشعبية. وانتهت الدراسة إلى جملة من النتائج والمؤشرات، لعل أبرزها؛ فيما يتعلق بالقيم الريادية؛ يعتقد طلاب الجامعات أن ريادة الأعمال هي الأهم في التنمية الشخصية بالنسبة للأفراد، لإدراك قيمتها في الحياة. وفيما يتعلق بالأخلاقيات الريادية؛ فإنهم يرون أن القانون هو الأكثر أهمية أثناء ممارسة نشاط ريادة الأعمال. مما يعني أن طلاب الجامعات لا تزال لديهم معرفة قانونية محدودة.

4- دراسة (Brieger, & De Clercq, & Meynhardt, 2021):

هدفت هذه الدراسة البحث في كيفية ارتباط معتقدات إيجاد القيمة الاجتماعية لرواد الأعمال برفاهيتهم المتعلقة بالعمل (الرضا الوظيفي، والمشاركة في العمل، وقلّة الإرهاق في العمل). وكذلك البحث في كيفية إمكان تأثير هذه العملية بالاهتمامات الاجتماعية فيما يتعلق بالصالح العام. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. واستعانته بأدوات بحثية تحليلية متعمقة في المسح الدقيق لبيانات شملت أطلس القيمة العامة الألماني لعامي 2015م و2019م، وأطلس القيمة العامة السويسري 2017م، وقامت الدراسة بتحليل تصميم من ثلاث دراسات شمل ثلاث عينات من رواد الأعمال في ألمانيا وسويسرا. وكشفت نتائج الدراسة الأولى؛ أن رواد الأعمال يصلون إلى درجة عالية من الرضا الوظيفي عندما يعتقدون أن مؤسستهم تخلق قيمة اجتماعية. وأشارت نتائج الدراسة الثانية إلى أن هذه المعتقدات ترتبط سلبًا بالإرهاق أثناء العمل.

5- دراسة (Harvey, & Gordon, & Maclean, 2021):

هدفت هذه الدراسة الكشف عن أخلاق العمل الخيري (قيمة الخيرية) لريادة الأعمال وأثارها عليها، من خلال المقارنة المنهجية مع ما يسمى بالعمل الخيري العرفي، والذي يدعم المؤسسات والممارسات الاجتماعية القائمة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستعينة بأداة المقابلة مع عينة الدراسة التي تمثلت في (24) من نخبة من الخيّرين في المملكة المتحدة، وعدد (12) من أصحاب الأعمال العرفية، وعدد (12) من رواد الأعمال. خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، لعل أبرزها؛ أن العمل الخيري، أو قيمة الخيرية في ريادة الأعمال تلتزم أيديولوجيًا بالليبرالية الجديدة، وتتماشى مع عدم المساواة، وتدعم الاتجاهات الحالية لريادة الأعمال.

6- دراسة (Hueso, & Jaén, & Liñán, 2021):

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في القيم الشخصية والرغبة في ريادة الأعمال، وذلك من خلال تحليل ومراجعة الأدبيات المنهجية في هذا الشأن. واستخدمت الدراسة منهجية بحثية

مسححية في ثلاث قواعد بيانات مستخدمة على نطاق واسع، هي: (Scopus& ABI-INFORM & Web of Science). وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج لعل أهمها: أن النهج السائد في أغلب الأبحاث المهمة بهذا الشأن هو اعتماد القيم والرغبات الشخصية سابقاً على تكوين الاتجاه نحو ريادة الأعمال. وأن نظرية القيم الإنسانية الأساسية للقيم والرغبات الشخصية، وكذلك نظرية السلوك المخطط لهذه الرغبات؛ هي الأطر السائدة. بينما بينت الدراسة اختلاف تأثير القيم والرغبات الشخصية بشكل ملحوظ اعتماداً على السوابق التحفيزية للاتجاهات لدى رواد الأعمال.

7- دراسة (Lévesque, & Stephan, 2020)؛

هدفت هذه الدراسة إلى البحث حول قيمة الوقت في ريادة الأعمال، والوقوف على القدر اللازم منه للنهوض بأبحاث ريادة الأعمال، من خلال التركيز على جانبين من جوانبه هما: منظور الوقت، وإدارة الوقت. وسعت الدراسة إلى توضيح كيف أن أخذ قيمة الوقت على محمل الجد في أبحاث ريادة الأعمال يفتح آفاقاً جديدة للبحث. وباستخدام منهجية بحثية مختلطة؛ انتهت الدراسة إلى جملة من النتائج لعل أبرزها؛ أن التدريب الاستباقي على الوعي بأهمية قيمة الوقت واحترامه يدعم رواد الأعمال لتبني منظور زمني أكثر توجهاً نحو المستقبل، من خلال تطوير أهداف وخطط طموحة لكيفية الوصول إلى هذه الأهداف بناءً على تقييم الوسائل الحالية لدى رواد الأعمال. مما يؤكد على أهمية قيمة الوقت في ريادة الأعمال وإجراء البحوث حولها.

8- دراسة (Esqueda H., & Csohan, & Felipe Prat, 2019)؛

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد الخصائص الشخصية والقيم الفردية لرواد الأعمال الفنزويليين ذوي الدخل المنخفض، وذلك وفقاً لأربع قيم مختارة من الإطار النظري لنموذج شوارتز للقيم الأساسية، وهي: قيم القوة، والتوجيه الذاتي، والتحفيز، والإنجاز. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واختارت الدراسة عينة احتمالية طبقية من (416) فرداً من قاعدة بيانات عملاء Bangente، وانتهت الدراسة إلى عدد من النتائج لعل أهمها؛ أن كل من قيم شوارتز المختارة (القوة، والتوجيه الذاتي، والتحفيز، والإنجاز)، ومراكز السيطرة، وكذلك الخصائص الشخصية (مثل: المستوى التعليمي، والعمر، والجنس) جميعها أثبتت فعاليتها في التمييز بين أربع فئات من رواد الأعمال من منخفضي الدخل، وهم: الذين يركزون على التقدم من خلال الجهد، والشباب المستقل والطموح، والذين يركزون على القوة والإنجاز، وأولئك الذين يتصفون بأنهم على الحياد بين بذل الجهد والطموح والإنجاز. وتسهم نتائج الدراسة في تكامل القيم الفردية في وصف السيرة الذاتية لرواد الأعمال منخفضي الدخل.

9- دراسة (Kaptein, 2019)؛

وهدفت الدراسة إلى مناقشة عنصر ذي صلة بالقيادة الأخلاقية هو: رائد الأعمال الأخلاقي (Moral Entrepreneur)، وباستخدام منهجية بحثية مسحية لعدد من الدراسات السابقة؛ تمكنت الدراسة من الكشف عن مجموعة من النتائج لعل أبرزها؛ أن روح ريادة الأعمال الأخلاقية لها تأثير إيجابي على التنمية الأخلاقية للمجتمع؛ أي أن رواد الأعمال الأخلاقيين يمكنهم إصلاح المجتمع من خلال تغيير الأخلاق العامة وإثارة الاختلافات في الآراء المجتمعية حول ما هو صواب أو خطأ. وبينت الدراسة أن الدافع نحو التغيير، والقدرة على اكتساب السلطة والنفوذ لهم تأثير إيجابي على احتمالية توفير ريادة الأعمال الأخلاقية؛ إذ يمكن

لرواد الأعمال الأخلاقيين ذوي النفوذ إبراز وضع القضايا الأخلاقية من خلال استخدامهم لوسائل الإعلام والضغط الإعلامي.

10- دراسة (Al-Qatawenh, & Ghadi, 2018):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر القيم الشخصية على توجهات ريادة الأعمال بين العاملين في المؤسسات الممولة للمشاريع الريادية في محافظة الكرك بالأردن. ولتحقيق ذلك الغرض اختبرت الدراسة نموذجاً افتراضياً بناه مؤلفا الدراسة، ويتكون هذا النموذج من مجموعة من القيم الشخصية، هي: الاقتصادية، والاجتماعية، والفكرية، والجمالية، بوصفها متغيرات مستقلة، وكذلك الاتجاه نحو السلوكيات الريادية بوصفها متغيراً تابعاً. وقد شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في المؤسسات الممولة للمشاريع الريادية في محافظة الكرك. واستعانت الدراسة بالمنهج الوصفي التحليلي. معتمداً على أداة استبانة مكونة من (29) فقرة، وزعتها على عينة الدراسة المكونة من (162) موظفاً. وكان ما مجموعه (152) من الاستبانات صالحاً لعملية التحليل. وقد كشفت نتائج الدراسة عن أن هناك تأثيراً إيجابياً ذا دلالة إحصائية لأبعاد القيم الشخصية (الاقتصادية، والاجتماعية، والفكرية، والجمالية) تجاه السلوكيات الريادية.

11- دراسة (Lackéus, 2018):

هدفت هذه الدراسة إلى الإجابة على سؤال محدد هو: إذا كانت النظرة إلى ريادة الأعمال تؤكد على أنها تهدف إلى إيجاد قيمة جديدة، خاصة في مجال تعليم ريادة الأعمال؛ إذن فما هذه القيمة؟ وطرحنا الدراسة بوجه مباشرٍ إيجابياً مكوناً من خمسة أنواع مختلفة من القيم كان هذا الإطار هو أبرز نتائجها، وشمل هذا الإطار القيمي؛ القيم الاقتصادية، وقيم المتعة، والقيم الاجتماعية، وقيم الانسجام والتناغم، وقيم التأثير. ويعد هذا الإطار إفادة في الممارسة العملية للمعلمين الذين يعملون في مجال تعليم ريادة الأعمال.

12- دراسة (Sánchez-Báez, & Fernández-Serrano, & Romero, 2018):

وهدفت الدراسة إلى تحليل آثار القيم الشخصية لرواد الأعمال ومواقفهم من ريادة الأعمال -بوصفها إحدى صور رأس المال الفكري- على قيم الابتكار والسلوك المبتكر لدى المؤسسات الصغيرة. وبالاعتماد على منهجية بحثية تحليلية؛ فحصت الدراسة تأثير القيم الشخصية، وحللت المواقف من خلال التقييمات المرتبطة بالمخاطرة والاستقلالية الشخصية. ومن ثم طبقت الدراسة نموذج المعادلات الهيكلية باستخدام تقنية المربعات الصغرى الجزئية على قاعدة بيانات عينة الدراسة، هذه التي تكونت من (191) من أصحاب الأعمال الصغيرة في باراجواي. وقد انتهت الدراسة إلى عدد من النتائج، لعل أهمها: أن القيم الشخصية مثل: الحماية الذاتية والتعزيز الذاتي لدى رائد الأعمال لها تأثير سلبي مباشر على قيمة الابتكار. كما لاحظت الدراسة أن المواقف والقيم الريادية، مثل: الانفتاح على التغيير، والسمو الذاتي، لها دور وسيط في التأثير الإيجابي للقيم على الابتكار.

13- دراسة (Kirkley, 2016):

وهدفت الدراسة إلى تحديد القيم الأساسية التي يؤمن بها الأفراد وتفسيرهم لها في سياق سلوك ريادة الأعمال، اعتماداً على الفرضية: أن المعتقدات العميقة تدعم تشكيل المفاهيم، واتخاذ القرارات، وكذلك السلوك الريادي اللاحق. كما هدفت إلى الكشف عن

الدوافع الأساسية التي تسبب السلوك الريادي. واستعانته الدراسة بالمنهج الاستقرائي ضمن نموذج بنائي. واستخدمت (54) قيمة لاكتشاف مجموعة القيم الأساسية المرتبطة بسلوك ريادة الأعمال. واعتمدت الدراسة أداة المقابلة المتعمقة مع عينة الدراسة التي شملت (30) رائد أعمال. وانتهت الدراسة إلى عدد من النتائج لعل أهمها؛ أن الأفعال البشرية المصيرية تستند تلقائيًا إلى مجموعة محددة من القيم التي يستخدمها الفرد لاتخاذ قرارات حول كيفية التصرف في المواقف ذات المغزى بالنسبة له. وأن الانخراط في ريادة الأعمال يعد صورة متصور السلوك الذاتي الذي يمكن الفرد من التعبير عن مجموعة متنوعة من الاحتياجات الأساسية المختلفة وتبليتها. كما تعتقد الدراسة أن ثمة أربع قيم محددة حاسمة لتحفيز سلوك ريادة الأعمال، هي؛ الاستقلال والإبداع والطموح والجسارة. وأن المعنى المنسوب لكل من هذه القيم يتوافق مع المعنى المنسوب إلى الحتمية والكفاءة الذاتية وهوية المشاركين المرتبطتين بريادة الأعمال. كما تشير نتائج الدراسة بقوة إلى وجود مجموعة قيم محددة مرتبطة بسلوك ريادة الأعمال.

ثانيًا- الدراسات العربية

14- دراسة (زياده، 2021)؛

هدفت الدراسة الوقوف على مفهوم وأهداف وأبعاد المسؤولية المجتمعية، وآليات تفعيلها، وتفعيل الدور الاجتماعي لمؤسسات ريادة الأعمال في تحقيق التنمية والرفاهية المجتمعية وتشخيص أولويات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، والدوافع والأهداف التي تحققها منها. واستخدمت الدراسة المنهج الاستقرائي لتحديد الإطار النظري للدراسة، واعتمدت المنهج الوصفي لدراسة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، مستعينة باستبانة للإجابة على تساؤلات الدراسة. وشملت عينة الدراسة (60) مؤسسة من المؤسسات التي تعمل في منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية ولها نشاط في مجال المسؤولية الاجتماعية في مدينة أبها. وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج لعل أبرزها؛ تعدد الآليات التي تتبعها المؤسسات للوفاء بمسؤوليتها الاجتماعية.

15- دراسة (مطالي، وشيخاوي، 2019)؛

واستهدفت الدراسة إبراز أهمية التحلي بقيم المسؤولية الاجتماعية من قبل مؤسسات الأعمال خاصة الصغيرة والمتوسطة منها، واعتداد المسؤولية الاجتماعية التزامًا من قبل المؤسسات، يجعلها مسؤولة عما تقوم به من أعمال من الناحية القانونية والأخلاقية معًا، مما يسهم في تحسين صورتها، وتعزيز سمعة ما تقدمه من منتجات أو خدمات. ومن خلال اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، وجمع البيانات والمعلومات المتوفرة من مصادرها ومعالجتها بطريقة علمية موضوعية للوصول إلى النتائج؛ خلصت الدراسة إلى جملة من المؤشرات لعل أبرزها؛ أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتميز ببعض الخصائص التي تحد من تبنيها مفهوم وبرامج المسؤولية الاجتماعية، مثل؛ ارتباطها بقيم وقناعات المديرين. كما تنظر الدراسة إلى قيم المسؤولية الاجتماعية بوصفها التزامًا أخلاقيًا بين المؤسسة والمجتمع، تسعى من خلاله إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع الذي تنشط فيه، والذي ينعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها المستقبلي، كما ترى أنه يوجد تداخل وترابط وثيق بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية.

ثالثاً- تعليق عام على الدراسات السابقة:

بعد العرض الأنيّف للدراسات السابقة أمكن للباحث الانتهاء إلى بعض الملحوظات، وهي كما يلي:

- أوّلت الدراسات الأجنبية والعربية اهتماماً ملحوظاً بالقيم وأهميتها بالنسبة للمجتمع، وأكدت على ضرورة توفر منظومة قيمية توجه المجتمع وتحدد مساره في جميع شؤون ومجالات الحياة، لا سيما مجالات الأعمال على تنوعها. وعلى هذا تعد الدراسة الحالية امتداداً للدراسات السابقة؛ وذلك من حيث التأكيد على أهمية القيم في مجالات العمل، وفي مجال زيادة الأعمال بوجه خاص.
- ناقشت بعض الدراسات قيماً ريادية بصورة محددة ومستقلة، وتأثيرها في ريادة الأعمال، مثل قيمة المسؤولية الاجتماعية التي ناقشتها دراسة (زياده، 2021)، ودراسة (مطالي، وشيخاوي، 2019). وقيم القوة، والتوجيه الذاتي، والتحفيز، والإنجاز؛ في دراسة (Esqueda H., & Csoban, & Felipe Prat, 2019)، وقيمة الوقت، في دراسة (Lévesque, & Stephan, 2020)، وقيمة الابتكار؛ في دراسة (Sánchez- Bález, & Fernández-Serrano, & Romero, 2018).
- بحثت بعض الدراسات التأثير الذي تحدثه القيم -بوجه عام- في ريادة الأعمال. والتأثير الذي تحدثه القيم الشخصية -بوجه خاص- في ريادة الأعمال، مثل دراسة (Hueso, & Jaén, & Liñán, 2021)، ودراسة (Al-Qatawenh, & Ghadi, 2018). وكذلك التأثير الذي تحدثه قيم ريادة الأعمال في نشاطها، مثل دراسة (Li, & Chen, 2022).

أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة على تأكيد دور القيم في التأثير على أفراد المجتمع، وأهميتها بالنسبة له، وكذلك التأكيد على دور المنظومة القيمية في توجيه سلوك المجتمع.
- اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في اختيار المنهج الوصفي التحليلي لإجراء الدراسة؛ مثل دراسة (Afifah, 2022)، ودراسة (Hueso, & Jaén, & Liñán, 2021)، ودراسة (Kaptein, 2019)، ودراسة (Al-Qatawenh, & Ghadi, 2018). بينما اختار بعضها المنهج التجريبي؛ مثل دراسة (Li, & Chen, 2022).
- اتفقت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في اختيار أداة الاستبانة، بوصفها أداة منهجية لتحقيق الغرض من الدراسة، مثل دراسة (Li, & Chen, 2022)، ودراسة (Esqueda H., & Csoban, & Felipe Prat, 2019)، ودراسة (Al-Qatawenh, & Ghadi, 2018). بينما استخدمت أداة تحليل المحتوى دراسة كل من؛ (Hueso, & Jaén, & Liñán, 2021)، ودراسة (Kaptein, 2019). في حين جمعت دراسة (Afifah, 2022) بين أداتي المقابلة والملاحظة معاً.

أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة؛

- اختلفت الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة من حيث استهدافها موضوع القيم المتعلقة بريادة الأعمال، والسائدة في مؤسساتها بالمجتمع المصري، وهذا ما لم تقم به أية دراسة من الدراسات السابقة المعروضة سلفًا.
- اختلفت الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة في العينة المستهدفة؛ إذ اختارت الدراسة الحالية عينة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية، المتخصصين في التربية والتجارة والاقتصاد، بينما لم تختبر دراسة واحدة نفس العينة.
- اختلفت الدراسة الحالية عن بعض الدراسات السابقة في تناول موضوع قيم ريادة الأعمال من جهة الإجمال والتفصيل؛ إذ تناول بعضها قيمًا محددة على وجه التفصيل؛ قيمة أو مجموعة من القيم في كل دراسة، بينما أجملت الدراسة الحالية في هدفها؛ وهو الكشف عن القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال، إذ تشمل قيم ريادة الأعمال على وجه العموم.

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج الدراسة:

لما كانت الدراسة الحالية تبحث عن واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري، عليه فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، والذي يحاول "الحصول على معلومات تتعلق بالحالة الراهنة لظاهرة موضوع الدراسة، لتحديد طبيعة تلك الظاهرة والتعرف على العلاقات المتداخلة في حدوثها ووصفها وتحليلها" (حافظ، والغالب، والسريجي، والسعد، والضمران، 1430: 105).

مجتمع وعينة الدراسة:

بناء على موضوع وأهداف ومشكلة الدراسة الحالية، فإن مجتمع الدراسة هو كافة الخبراء من أعضاء الهيئة التدريسية في الدرجات العلمية المختلفة من ذوي التخصصات في التربية والاقتصاد والتجارة بالجامعات المصرية في العاصمة والوجهين البحري والقلي للعام الجامعي 2021/2022م. وحيث إن عينة الدراسة جزء ممثل لمجتمع البحث الأصلي، فقد استعان الباحث باختيار عينة قوامها (475) من أعضاء الهيئة التدريسية من مجتمع الدراسة الكلي، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية خلال العام الجامعي 2021/2022م. والجدول التالي يبين خصائص عينة الدراسة حسب متغيري (التخصص، وموقع الجامعة).



جدول رقم (1)

التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة حسب المتغيرين المستقلين (التخصص، وموقع الجامعة)

م	المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
1	التخصص	التربية	211	44.42
		الاقتصاد	152	32
		التجارة	112	23.58
2	موقع الجامعة	العاصمة	157	33.05
		وجه بحري	240	50.53
		وجه قبلي	78	16.42
		المجموع	475	%100

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة الاستبانة والتي قام الباحث بإعدادها، وقد تم إعداد وجمع محاور ومجالات وفقرات الاستبانة بعد مراجعة البحوث والدراسات والأدبيات التي تركز على القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري، وذلك لربطها بهذه الدراسة. وتجدر الإشارة إلى أن الباحث قد قام بتصميم استبانة الدراسة بالشكل المغلق، حيث حددت الاستجابات المحتملة عن كل فقرة وفقا لمقياس خماسي الأبعاد، وقد أعطي كل احتمال درجة محددة تتراوح بين (1-5). وقد احتوت الاستبانة في صورتها المبدئية على (60) عبارة.

صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من مدى صدق أداة الدراسة من خلال عرضها في صورتها الأولية على (16) من المحكمين تم اختيارهم من ذوي المعرفة والخبرة والاختصاص من الأساتذة في مجالات أصول التربية والتربية الإسلامية وعلم النفس التربوي والمنهاج وطرق التدريس والإدارة التربوية، والاقتصاد والتجارة.

هذا وقد تم الأخذ بما اتفق عليه أكثر المحكمين لتصبح عدد عبارات الأداة في صورتها النهائية (46) عبارة موزعة على ثلاثة محاور على النحو التالي: المحور الأول: قيم أخلاقية، وتكون من (16) فقرة، والمحور الثاني: قيم اجتماعية واقتصادية، وتكون من (12) فقرة، المحور الثالث: قيم مؤسسية، وتكون من (18) فقرة.

كما تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة قوامها (30) من أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الأزهر، واستخدمت استجاباتهم في تحليل فقرات الأداة باستخراج معامل ارتباط بيرسون على كل فقرة من فقرات الأداة في المجال الذي تنتهي إليه، وحساب مصفوفة معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الأداة مع المحاور الأخرى كما هو موضح بالجدول التالي:

معامل الارتباط	المحور	رقم المحور
** 0.929	قيم أخلاقية	الأول
** 0.931	قيم اجتماعية واقتصادية	الثاني
** 0.921	قيم مؤسسية	الثالث

**** الارتباط دال عند مستوى (0.01).**

يتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات ارتباط كل محور من محاور أداة الدراسة مرتفعة ومناسبة لأغراض الدراسة، وتعتبر هذه النتائج ذات دلالة على صدق الأداة المستخدمة في هذه الدراسة.

ثبات أداة الدراسة:

تم التحقق من ثبات استبانة الدراسة بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test Retest) بتطبيق الاستبانة وإعادة تطبيقها بعد أسبوعين على (30) من الخبراء من أعضاء الهيئة التدريسية من خارج عينة الدراسة المستهدفة، وتم استخراج معامل ثبات أداة الدراسة بطريقة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، وقد بلغ الثبات الكلي لجميع محاور أداة الدراسة (0.955) كما تم حساب معاملات الثبات لمحاور أداة الدراسة، والجدول رقم (3) يوضح ذلك:

جدول رقم (3)

معاملات ثبات أداة الدراسة بطريقة كرونباخ ألفا

معامل الثبات	عدد العبارات	اسم المحور	رقم المحور
0.818	16	قيم أخلاقية	الأول
0.770	12	قيم اجتماعية واقتصادية	الثاني
0.832	18	قيم مؤسسية	الثالث
0.955	46	الكلي	

ويشير هذا إلى ارتفاع قيمة معامل الثبات لهذه العبارات، مما يدل على ثبات الإجابة لعينة البحث، وهو بدوره يدعم الثقة في أداة جمع البيانات وفي صحة اختيار العبارات ومدى فهم الطالب لها.

تصحيح الأداة:

لتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي تم حساب المدى (5-1=4) وتقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (4 ÷ 5 = 0.80)، ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (الواحد الصحيح)، وأصبحت أطوال الخلايا كما يلي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (4)

المحك المستخدم في تصحيح أداة الدراسة

معيار الاستجابة	قيمة المتوسط الحسابي
منخفض جداً	من (1) إلى أقل من (1.80)
منخفض	من (1.80) إلى أقل من (2.60)
متوسط	من (2.60) إلى أقل من (3.40)
مرتفع	من (3.40) إلى أقل من (4.20)
مرتفع جداً	(4.20) إلى (5)

متغيرات الدراسة:

احتوت الدراسة الحالية على المتغيرات التالية:

- المتغيرين المستقلين، وهي:

أولاً: التخصص: وله ثلاثة مستويات: (التربية، الاقتصاد، التجارة).

ثانياً: موقع الجامعة: ولها ثلاثة مستويات: (العاصمة، وجه بحري، وجه قبلي).

- المتغير التابع: (واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري).

المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

- استخدم الباحث برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات ومعالجتها، كما يلي:
- أ- للتأكد من صدق الاتساق الداخلي وثبات أداة الدراسة ووصف عينة الدراسة، استخدم الباحث المعالجات الإحصائية التالية:
 - معامل ارتباط بيرسون (Pearson): للتأكد من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة؛ وذلك بإيجاد معامل ارتباط بيرسون بين كل محور والدرجة الكلية للاستبانة.
 - معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha): للتأكد من ثبات أداة الدراسة.
 - التكرارات والنسب المئوية: لوصف عينة الدراسة.
 - ب- استخدم الباحث المعالجات الإحصائية التالية لتحليل نتائج الدراسة:
 - 1) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ودرجة التحقق للإجابة عن السؤال الأول.
 - 2) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، واختبار تحليل التباين الأحادي، بالإضافة إلى اختبار (LSD) للمقارنات البعدية من أجل تحديد الفروق الدالة إحصائياً؛ للإجابة عن السؤال الثاني.

نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً- النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول

للإجابة عن السؤال الأول؛ تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبية، ودرجة تحقق القيم لاستجابات أفراد العينة لمجالات أداة الدراسة، كما هو موضح بالجدول رقم (5).

جدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبية ودرجة تحقق القيم لاستجابات أفراد عينة الدراسة على كل محور من محاور الدراسة وعلى المحاور ككل:

رقم المحور	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبية	درجة تحقق القيم
1	قيم أخلاقية	2.78	0.73	1	متوسط
2	قيم اجتماعية واقتصادية	2.58	0.76	3	منخفض
3	قيم مؤسسية	2.69	0.82	2	متوسط
	الدرجة الكلية	2.68	0.67		متوسط

يتضح من الجدول رقم (5) أن تقديرات أفراد عينة الدراسة حول درجة تحقق منظومة القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء تعد متوسطة بوجه عام بمتوسط حسابي مقداره (2.68) وانحراف معياري (0.67). أما فيما يتعلق بالمحاور الثلاثة، فقد جاء محور "القيم الأخلاقية" في الرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.78) وانحراف معياري (0.73)؛ ثم جاء محور "القيم المؤسسية" في الرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (2.69) وانحراف معياري (0.82)؛ يليه محور "القيم الاجتماعية والاقتصادية" في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مقداره (2.58) وانحراف معياري (0.76).
وأما فيما يتعلق بترتيب الفقرات ضمن كل محور من محاور الدراسة فيمكن عرضها على النحو التالي:

المحور الأول- القيم الأخلاقية:

للكشف عن واقع القيم الأخلاقية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبية ودرجة تحقق القيم لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات المحور الأول ذي الرتبة الأولى "القيم الأخلاقية" من محاور الدراسة، والجدول رقم (6) يوضح ذلك:

جدول رقم (6)

المتوسّات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة تحقق القيم لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات المحور الأول ذي الرتبة الأولى وعلى المحور ككل:

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التحقق
1	ترفض مؤسسات الأعمال أي فرصة غير أخلاقية للظفر بمكاسب على حساب مؤسسات أصغر منها.	2.57	0.983	13	منخفض
2	تهتم ببناء سياسة عمل لإرساء ثقافة المصادقية بينها وبين أطراف المجتمع.	2.91	1.010	5	متوسط
3	تحافظ على سرية البيانات الخاصة بعملائها.	3.22	1.114	2	متوسط
4	تحافظ على أسرار الصناعة وحقوق براءات الاختراع طبقاً للأعراف والتقاليد المهنية.	3.23	1.024	1	متوسط
5	تُبرز أصالتها الثقافية من خلال تعاملاتها وتحافظ عليها.	3.00	0.909	3	متوسط
6	تسعى إلى تفعيل المواد القانونية حتى لو تعارضت مع مصالحها.	2.56	1.003	15	منخفض
7	تحرص على الاستماع إلى آراء الجمهور عنها وتلبي مطالبهم.	2.90	1.007	6	متوسط
8	يتميز قادتها بصفات الكفاءة والثقة.	2.99	0.902	4	متوسط
9	ترفض سياسة احتكار السلع وتكثيف العمليات الصعبة.	2.34	0.972	16	منخفض
10	تلتزم بمطابقة منتجاتها للمواصفات القياسية الموصى بها من قبل الجهات المعنية.	2.67	0.932	10	متوسط
11	تخضع سياسة وضع الأسعار بها إلى معايير تنسم بالمعقولة.	2.66	0.947	11	متوسط
12	يتماشى محتوى إعلاناتها الترويجية مع المنظومة الأخلاقية للمجتمع.	2.77	1.065	8	متوسط
13	تنطبق ذات الخصائص التي تُعلن عنها لمنتج ما والواقع الفعلي له عند تسليمه.	2.79	0.942	7	متوسط
14	تسعى إلى مواجهة كافة أشكال الفساد مثل	2.59	0.960	12	منخفض

الابتزاز والرشوة واستغلال النفوذ.				
15	تؤدي إجراءاتها المختلفة بطرق واضحة وعلنية.	2.70	0.899	9 متوسط
16	تساعد المحتاجين في حدود قدراتها الممكنة.	2.57	0.946	14 منخفض
الدرجة الكلية للمجال		2.78	0.73	متوسط

يتضح من الجدول رقم (6) أن تقديرات أفراد عينة الدراسة حول واقع القيم الأخلاقية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء جاءت متوسطة بوجه عام؛ إذ سجلت متوسط حسابي قدره (2.78) وانحراف معياري (0.73)؛ فلقد سجلت الفقرة رقم (4) ذات الرتبة (1) أعلى درجة بمتوسط حسابي (3.23)، وانحراف معياري (1.024). كما جاءت الفقرات من ذوات الرتب من (2-11) ضمن درجة (متوسطة) بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.66-3.22)، وانحرافات معيارية تراوحت بين (1.11-0.90). بينما جاءت الفقرات ذات الرتب من (12-15) ضمن درجة (منخفضة) بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.59-2.56)، وانحرافات معيارية تراوحت بين (0.95-1). بينما سجلت الفقرة ذات الرتبة الأخيرة متوسط حسابي مقداره (2.34) وانحراف معياري مقداره (0.97).

المحور الثاني- القيم الاجتماعية والاقتصادية؛

حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ومستوى الدور لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات المحور الثاني ذي الرتبة الثالثة "قيم اجتماعية واقتصادية" من محاور الدراسة، وذلك للكشف عن واقع القيم الاجتماعية والاقتصادية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء، والجدول رقم (7) يبين ذلك؛

جدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة تحقق القيم لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات المحور الثاني ذي الرتبة الثالثة وعلى المحور ككل؛

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التحقق
17	تلتزم مؤسسات الأعمال بتقديم المساعدة إلى أعضائها في أوقات حاجتهم إليها.	2.73	0.965	2	متوسطة
18	تولي اهتمامًا بالعاملين لديها وتقيم أدائهم باستمرار.	2.77	0.999	1	متوسطة
19	تسعى إلى تقديم المنفعة العامة للمجتمع على المنفعة الخاصة.	2.38	0.962	10	منخفضة
20	تفتح مجالات للتوظيف وفق قدراتها الاستيعابية.	2.56	0.942	8	منخفضة



21	تحرص على دعم كل ما يفيد المجتمع من خدمات ومشروعات.	2.62	0.881	7	متوسطة
22	يتسم أفرادها بمرونة التعامل من خلال الحوار البناء دون التحجر لرأي معين.	2.68	0.967	3	متوسطة
23	تنشر ثقافة التشارك والتعاون في العمل.	2.67	0.945	4	متوسطة
24	تهتم بكل ما يطرحه العقل من فكر أو رأي من خلال الانتفاع بالجيد منه واستغلاله.	2.66	0.881	5	متوسطة
25	تتميز بنظام عمل مرن يسمح للعاملين بأداء واجباتهم الاجتماعية.	2.64	0.922	6	متوسطة
26	تدعم سياسة تقليل النزعة الشرائية من خلال صناعة منتجات مستدامة تُغني عن إعادة شرائها مدة أطول.	2.30	0.963	12	منخفضة
27	تشجع تطوير التقنيات صديقة البيئة وتسهم في انتشارها.	2.37	0.992	11	منخفضة
28	تستخدم المواد الخام الطبيعية دون إسراف أو تبذير.	2.53	0.992	9	منخفضة
الدرجة الكلية للمجال		2.58	0.76		منخفضة

يبين الجدول رقم (7) أن تقديرات أفراد عينة الدراسة حول "واقع تحقق القيم الاجتماعية والاقتصادية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء" سجلت درجة منخفضة بوجه عام؛ إذ حققت متوسط حسابي قدره (2.58) وانحراف معياري (0.76)؛ فلقد سجلت الفقرة ذات الرتبة (1) أعلى درجة بمتوسط حسابي (2.77)، وبانحراف معياري (0.99). كما دخلت الفقرات من ذوات الرتب من (2-7) ضمن درجة (متوسطة) بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.73-2.62)، وبانحرافات معيارية تراوحت بين (0.88 - 0.99)، إلا أنه جاءت الفقرات من ذوات الرتب من (8-11) ضمن درجة (منخفضة) بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.56-2.37)، وبانحرافات معيارية تراوحت بين (0.94 - 0.99). في حين جاءت الفقرة ذات الرتبة الأخيرة (12) وضمن درجة منخفضة أيضًا بمتوسط حسابي مقداره (2.30) وانحراف معياري مقداره (0.96).

المحور الثالث- القيم المؤسسية؛

للكشف عن واقع القيم المؤسسية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة تحقق القيم لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات المحور الثالث ذي الرتبة الثانية "القيم المؤسسية" من محاور الدراسة، والجدول رقم (8) يوضح ذلك:

جدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة تحقق القيم لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات المحور الثالث ذي الرتبة الثانية وعلى المحور ككل؛

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التحقق
29	تنتهج مؤسسات الأعمال سياسة "فاعلية النظام تأتي قبل فاعلية الأفراد".	2.75	0.986	6	متوسطة
30	تَدَّخر من الخُطط والاستراتيجيات ما يعينها على مواجهة الأزمات المحتملة في المستقبل.	2.75	1.054	7	متوسطة
31	تعمل على تنسيق وترتيب الأعمال التي يقوم بها الأعضاء.	2.90	0.967	1	متوسطة
32	تُحوّل بعض المرؤوسين لإنجاز مهام تناسب مع قدراتهم.	2.88	0.997	3	متوسطة
33	تتسم مواعيدها بالدقة والانضباط.	2.80	1.026	4	متوسطة
34	تترك أثرًا ملحوظًا لدى المجتمع في كل عمل تقوم به.	2.66	0.994	14	متوسطة
35	تطور كيانها بمرور الوقت وتحسن سياساتها الخاصة بغير انحياز للوضع السائد.	2.73	0.926	9	متوسطة
36	تتسم قراراتها بالاعتزان والبعد عن المجازفة غير المحسوبة.	2.72	1.078	11	متوسطة
37	تخوض غمار بعض التجارب ذات المغامرة بعد دراسة ملائمتها دراسة وافية.	2.60	1.119	15	متوسطة
38	تمتلك من المميزات والخواص ما	2.72	0.972	12	متوسطة



يجعلها تتفوق على نظيراتها من المؤسسات الأخرى.					
39	تأهب لاغتنام الظروف والأوقات المناسبة للقيام بعملٍ موثوق من فاعليته.	2.74	0.949	8	متوسطة
40	تتجمل تبعات ما تستقر عليه من آراء فاصلة.	2.69	1.067	13	متوسطة
41	تتبادل خبراتها مع الآخرين دون أن يفقدها ذلك تميزها التنافسي.	2.37	1.026	17	منخفضة
42	تتضمن مساحات عمل محفزة تتيح لأفرادها إطلاق العنان في التفكير والإبداع.	2.37	0.949	18	منخفضة
43	تُبادر إلى الشروع في تنفيذ أفكار المشاريع الموثوق من نجاحها.	2.88	1.054	2	متوسطة
44	تُداوم العمل على فتح المشاريع الناجحة التي ترقى بكيانها.	2.73	1.095	10	متوسطة
45	تمتلك حرية اتخاذ القرارات التي تحقق طموحاتها.	2.80	1.084	5	متوسطة
46	تخلو أجواؤها من المشاحنات والتوتر بين العملاء والعاملين.	2.40	0.972	16	منخفضة
الدرجة الكلية للمحور		2.69	0.82	متوسطة	

يلاحظ من الجدول رقم (8) أن تقديرات أفراد عينة الدراسة حول واقع القيم المؤسسية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري من منظور الخبراء سجلت درجة متوسطة بوجه عام؛ إذ حققت متوسط حسابي قدره (2.69) وانحراف معياري (0.82)؛ فلقد سجلت الفقرة رقم (31) ذات الرتبة الأولى أعلى درجة بمتوسط حسابي (2.90)، وبانحراف معياري (0.96). كما دخلت الفقرات ذوات الرتب من (2-15) ضمن درجة (متوسطة) بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.60-2.88)، وبانحرافات معيارية تراوحت بين (0.93-1.12). إلا أنه جاءت الفقرة من ذوات الرتب من (16-17) ضمن درجة (منخفضة) بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.37-2.40)، وبانحرافات معيارية تراوحت بين (0.95-0.97). بينما جاءت الفقرة ذات الرتبة الأخيرة (18) ضمن درجة منخفضة بمتوسط حسابي مقداره (2.37) وانحراف معياري مقداره (1.02).

وقد يرجع عدم ارتفاع درجة تحقق القيم السائدة لدى مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري إلى جملة من الأسباب؛ لعل أهمها ما يلي:

- ضعف وازع المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق مؤسسات ريادة الأعمال بأنواعها نحو المجتمع، وكذا المسؤولية الوطنية تجاه الوطن، وأيضًا المسؤولية الأخلاقية حيال النفس وأمام الضمير.
- لجوء بعض مؤسسات ريادة الأعمال إلى استخدام بعض الجيل غير الأخلاقية التي تستهدف جذب العملاء، مثل الإعلانات المرئية ذات المحتوى غير اللائم، بهدف جذب انتباه المشاهد.
- قد تنحاز بعض مؤسسات ريادة الأعمال بقوة إلى الاهتمام بتحصيل الأرباح دون التفكير في القضايا الأخلاقية. والحرص على المكاسب المالية الشخصية لأصحابها، حتى على حساب حقوق الآخرين.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما أشارت إليه دراسة كل من: (Harvey, & Gordon, & Maclean, 2021) من غياب للقيم الأخلاقية لدى بعض مؤسسات ريادة الأعمال، إذ ترى أن بعض رواد الأعمال يستغلون قيمة الخيرية في محاولة الظهور بمظهر النقاء الأيديولوجي أمام المجتمع. وهو ما يمكن أن يسميه الباحث؛ النفاق الأخلاقي. كما تشابهت نتائج الدراسة الحالية مع ما أشارت إليه دراسة كل من: (Flores-Yeffal, & Sparger, 2022)؛ أن بعض رواد الأعمال يسعون لزيادة نفوذهم في المجتمع من أجل إحداث التغيير الاجتماعي، وسن أنظمة تمكّنهم من تعزيز هيمنتهم على المجتمع من خلال تقنية تحول الأخلاق. وهذا ما يؤكد وجود خلل في منظومة القيم الاجتماعية والاقتصادية لدى مؤسسات ريادة الأعمال. كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما كشفت عنه دراسة (Afifah, 2022)؛ أن ثمة افتقار إلى بعض القيم المؤسسية لدى بعض مؤسسات ريادة الأعمال، مثل؛ ضعف قدرة العمال على العمل، وافتقارهم إلى الانضباط الزمني فيه.

ثانيًا- النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني

للإجابة عن السؤال الثاني من أسئلة الدراسة والذي نصه: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات استجابات الخبراء حول واقع تحقق القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تعزى لتغيري التخصص، موقع الجامعة؟ وتم تقسيم الإجابة عن هذا السؤال طبقاً لتغيري الدراسة على النحو التالي؛

أ- متغير التخصص؛ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعاً لتغيري التخصص، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعا لمتغير التخصص

المحور	التخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
قيم أخلاقية	التربية	211	2.77	0.790
	الاقتصاد	152	2.85	0.610
	التجارة	112	2.70	0.786
	المجموع	475	2.78	0.737
قيم اجتماعية واقتصادية	التربية	211	2.66	0.768
	الاقتصاد	152	2.74	0.541
	التجارة	112	2.21	0.882
	المجموع	475	2.58	0.762
قيم مؤسسية	التربية	211	2.87	0.753
	الاقتصاد	152	2.81	0.626
	التجارة	112	2.22	0.991
	المجموع	475	2.69	0.822
الكلي	التربية	211	2.7639	0.70189
	الاقتصاد	152	2.7975	0.35896
	التجارة	112	2.3767	0.83386
	المجموع	475	2.6834	0.67188

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير التخصص، وللتحقق من أن الفروق بين المتوسطات الحسابية ذات دلالة إحصائية جرى تطبيق نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way-ANOVA) ومستوى الدلالة لتقديرات أفراد عينة الدراسة حول واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري" على محاور الدراسة تبعا لمتغير التخصص، والجدول التالي يوضح ذلك؛

جدول رقم (10)
نتائج تحليل التباين الأحادي ومستوى الدلالة لتقديرات أفراد عينة الدراسة حول واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعاً لمتغير التخصص

م	المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف) الدلالة	مستوى الدلالة
1	قيم أخلاقية	بين المجموعات	1.405	2	.703	1.297	.274
		داخل المجموعات	255.759	472	.542		
		الكلية	257.164	474			
2	قيم اجتماعية واقتصادية	بين المجموعات	20.463	2	10.231	18.971	.000
		داخل المجموعات	254.552	472	.539		
		الكلية	275.015	474			
3	قيم مؤسسية	بين المجموعات	33.479	2	16.739	27.513	.000
		داخل المجموعات	287.178	472	.608		
		الكلية	320.657	474			

يتضح من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعاً لمتغير التخصص في المحورين الثاني والثالث: (القيم الاقتصادية والاجتماعية، القيم المؤسسية) استناداً إلى قيم (ت) المحسوبة؛ إذ بلغت (18.971) لمحور القيم الاقتصادية والاجتماعية بمستوى دلالة (0.000)، و(27.513) لمحور القيم المؤسسية بمستوى دلالة (0.000). ولبيان الفروق الزوجية بين المتوسطات الحسابية حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعاً لمتغير التخصص، تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD)، وبين الجدول رقم (11) اتجاهات الفروق بين المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة، تبعاً لمتغير التخصص.

جدول رقم (11)
المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للفروق الزوجية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعاً لمتغير التخصص

المحور	متغير التخصص	الفرق بين المتوسطات	القيمة الاحتمالية
القيم الاجتماعية والاقتصادية	الاقتصاد	-0.080	.308
	التربية	.449	.000
	التجارة	.080	.308



			القيم المؤسسية
.000	.529*	التجارة	
.000	-.449*	التربية	التجارة
.000	-.529*	الاقتصاد	
.478	.059	الاقتصاد	التربية
.000	.647*	التجارة	
.478	-.059	التربية	الاقتصاد
.000	.588*	التجارة	
.000	-.647*	التربية	التجارة
.000	-.588*	الاقتصاد	

(* ذودلالة احصائية عند مستوى (0.05).

يتضح من الجدول السابق أن الفروق بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير التخصص كانت على النحو التالي:

- لصالح تخصص التربية عند مقارنتهم بتخصص التجارة وذلك في المحورين الثاني والثالث.

- لصالح تخصص الاقتصاد عند مقارنتهم بتخصص التجارة وذلك في المحور الثاني والثالث.

وقد يرجع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بحسب متغير التخصص لصالح فنّي (التربية)، و(الاقتصاد) على حساب فئة (التجارة) إلى جملة من الأسباب، لعل أهمها ما يلي:

• يمكن تعليل ذلك بأن أغلب المشكلات المتعلقة بجميع صور البيع والشراء والتداول في مؤسسات الأعمال عموماً، ومؤسسات ريادة الأعمال بالأخص؛ هي في الأساس اقتصادية في توصيفها - إذا كانت مشكلات مالية-، وتربوية في أسبابها - إذا كانت مشكلات أخلاقية-، لذا كان بديهيًا أن تكون الفروق لصالح فنّي (التربية) و(الاقتصاد).

• يعد موضوع "الريادة" في ريادة الأعمال أقرب إلى تخصصي (التربية) و(الاقتصاد) من تخصص (التجارة)، إذ إن من أهداف ريادة الأعمال؛ تحقيق القيمة المضافة مع المنتج أو الخدمة، وهذه تتعلق (بالاقتصاد)، وكذلك تحقيق القيمة الأخلاقية، وهذه تتعلق (بالتربية).

• الترابط الكبير بين تخصصي (التربية) و(الاقتصاد) وتشعب المجالات المتفرعة التي يشتركان فيها معاً؛ أدى إلى توجه الفروق لصالحهما فيما يتعلق بتحقيق المنظومة القيمية لدى مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري.

• يعد تخصص (التربية) أصلاً لأغلب التخصصات النظرية وخاصة فيما يتعلق بالعلوم الإنسانية، وثمة فرع في العلوم التربوية اسمه؛ الأصول الاقتصادية للتربية. لذا كان

أهل تخصصي (التربية) والاقتصاد) هما أنسب من تتجه الفروق لصالحهم فيما يتعلق بتحقيق المنظومة القيمية لدى مؤسسات ريادة الأعمال.

ب- متغير موقع الجامعة:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعا لمتغير موقع الجامعة، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعا لمتغير موقع الجامعة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الدرجة العلمية	المجال
.619	2.81	157	العاصمة	قيم أخلاقية
.766	2.88	240	بحري	
.749	2.40	78	قبلي	
.737	2.78	475	المجموع	
.609	2.78	157	العاصمة	قيم اجتماعية واقتصادية
.844	2.49	240	بحري	
.689	2.43	78	قبلي	
.762	2.58	475	المجموع	
.558	2.91	157	العاصمة	قيم مؤسسية
.968	2.54	240	بحري	
.675	2.74	78	قبلي	
.822	2.69	475	المجموع	
.51307	2.8335	157	العاصمة	الكلي
.77015	2.6378	240	بحري	
.57059	2.5215	78	قبلي	
.67188	2.6834	475	المجموع	

يتضح من الجدول السابق؛ وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير موقع الجامعة، وللتحقق من أن الفروق بين

المتوسطات الحسابية ذات دلالة إحصائية جرى تطبيق نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way-ANOVA) ومستوى الدلالة لتقديرات أفراد عينة الدراسة حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري، على محاور الدراسة تبعا لمتغير موقع الجامعة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (13)

نتائج تحليل التباين الأحادي ومستوى الدلالة لتقديرات أفراد عينة الدراسة حول واقع القيم السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعا لمتغير موقع الجامعة

م	المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
1	قيم أخلاقية	بين المجموعات	13.785	2	6.893	13.367	.000
		داخل المجموعات	243.379	472	.516		
		الكلية	257.164	474			
2	قيم اجتماعية واقتصادية	بين المجموعات	10.313	2	5.156	9.195	.000
		داخل المجموعات	264.702	472	.561		
		الكلية	275.015	474			
3	قيم مؤسسية	بين المجموعات	12.896	2	6.448	9.889	.000
		داخل المجموعات	307.761	472	.652		
		الكلية	320.657	474			

يتضح من الجدول أعلاه؛ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعا لمتغير موقع الجامعة محاور الدراسة الثلاثة: (القيم الأخلاقية، القيم الاقتصادية والاجتماعية، القيم المؤسسية) استناداً إلى قيم (ت) المحسوبة؛ إذ بلغت (13.367) لمحور القيم الأخلاقية بمستوى دلالة (0.000)، كما بلغت (9.195) لمحور القيم الاقتصادية والاجتماعية بمستوى دلالة (0.000)، وسجلت (9.889) لمحور القيم المؤسسية بمستوى دلالة (0.000). ولبيان الفروق الزوجية بين المتوسطات الحسابية حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعا لمتغير موقع الجامعة، تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD)، ويبين الجدول رقم (14) اتجاهات الفروق بين المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة " تبعا لمتغير موقع الجامعة.

جدول رقم (14)
المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للفروق الزوجية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة
حول واقع المنظومة القيمية السائدة في مؤسسات ريادة الأعمال بالمجتمع المصري تبعا لمتغير
موقع الجامعة

القيمة الاحتمالية	الفرق بين المتوسطات	متغير موقع الجامعة	المحور
.328	-.072	بحري	العاصمة
.000	.408*	قبلي	
.328	.072	العاصمة	بحري
.000	.480*	قبلي	
.000	-.408*	العاصمة	قبلي
.000	-.480*	بحري	
.000	.293*	بحري	العاصمة
.001	.359*	قبلي	
.000	-.293*	العاصمة	بحري
.503	.065	قبلي	
.001	-.359*	العاصمة	قبلي
.503	-.065	بحري	
.000	.366*	بحري	العاصمة
.131	.169	قبلي	
.000	-.366*	العاصمة	بحري
.062	-.197	قبلي	
.131	-.169	العاصمة	قبلي
.062	.197	بحري	

(*) ذو دلالة احصائية عند مستوى (0.05).

يتضح من الجدول السابق؛ أن الفروق بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد
عينة الدراسة تبعا لمتغير موقع الجامعة كانت على النحو التالي؛

- لصالح موقع العاصمة وبحري عند مقارنتهما بموقع قبلي وذلك في الأول.
- لصالح موقع العاصمة عند مقارنتها بموقعي بحري وقبلي وذلك في المحور الثاني.

- لصالح موقع العاصمة عند مقارنتها بموقع بحري وذلك في المحور الثالث. وقد يرجع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بحسب متغير الموقع لصالح فئتي (العاصمة)، (ووجه بحري) على حساب فئة (وجه قبلي) إلى عدة أسباب، أهمها ما يلي:
- أن العاصمة والوجه البحري هما أكثر المواقع على مستوى الجمهورية استحوادًا على مؤسسات ريادة الأعمال في مصر.
 - انغلاق مجتمع الوجه القبلي بدرجة كبيرة مقارنة بالعاصمة والوجه البحري، إذ تقل لديه المؤسسات الريادية في مقابل غيرها من المؤسسات.
 - قد تعد الصرامة التي يتمتع بها أهل الوجه القبلي، والتمسك ببعض العادات والتقاليد سببًا في صعوبة الحكم بتحقيق القيم السائدة فيما لدى الوجه القبلي من مؤسسات ريادية. ويتفق هذا مع ما أشارت إليه دراسة (Kirkley, 2016)؛ أن ثمة اختلافات بين السياقات الحضرية والريفية في الحكم على القضايا المتعلقة بريادة الأعمال، وأن السياق الحضري -الذي تمثله العاصمة- يعد أكثر تسامحًا مع نشاطات وقيم ريادة الأعمال، بسبب تنوع خلفيته الثقافية.

توصيات الدراسة:

- ضرورة التأكيد على أهمية القيم الأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية والمؤسسية في تعليم رواد الأعمال المحتملين لزيادة اتجاهاتهم نحو الريادة المستدامة.
- إجراء المزيد من البحوث المستقبلية حول تنمية قيم ريادة الأعمال والقدرة على تنظيم المشاريع لدى طلاب الجامعات.
- ضرورة اهتمام منظومة التعليم الجامعي بقيم مؤسسات ريادة الأعمال، واستثمار المقررات الدراسية لتنميتها.
- ضرورة الاهتمام بدور التعليم الأساسي في مصر في غرس قيم ريادة الأعمال لدى التلاميذ.

قائمة المراجع

أولاً- المراجع العربية

- أبو العينين، علي خليل. (1988). "منهجية البحث في التربية الإسلامية"، مجلة رسالة الخليج العربي، مكتب التربية العربية لدول الخليج العربي، الرياض. ع 24.
- أبو سنة، محمد إبراهيم. (1968). فلسفة المثل الشعبي. المكتبة الثقافية جامعة حرة. العدد 193. دار الكاتب العربي للطباعة والنشر. القاهرة.
- أمين، جلال. (1998). ماذا حدث للمصريين؟ تطور المجتمع المصري في نصف قرن 1945/1995. كتاب الهلال. ع565. دار الهلال. القاهرة.
- البدوي، سعد الدين. (2004). أيام الضياع في أمريكا: صراع القيم (ط.2). دار الحوار العربي. القاهرة
- بوركهارت، جونلويس. (1997). العادات والتقاليد المصرية. ترجمة: إبراهيم أحمد شعلان. الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة.
- تيمور، أحمد. (2011). الأمثال العامية (ط.6). مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع. القاهرة.
- حافظ، عبد الرشيد. والغالب، ليلى. والسريحي، حسن. والسعد، صالح. والضerman، فالح. (1430). التفكير والبحث العلمي. جدة: مركز النشر العلمي.
- حبيب، رفيق. (1997). الشخصية المصرية والتطور النفسي في خمسين قرناً. مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر. القاهرة.
- حجي، طارق. (2001). قيم التقدم. دار المعارف. القاهرة.
- حرب، محمد خميس. (2020). دور كليات التربية في نشر ثقافة ريادة الأعمال لدي طلابها وسبل تعزيزه. المجلة التربوية، ج71، 915 - 1002. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1087293>
- حمدان، جمال. (1980). شخصية مصر مج1، عالم الكتب. القاهرة.
- الخزامى، عبد الحكم أحمد. (1998). آفة العصر ضغوط العمل والحياة بين المدير والخبير. مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع والتصدير. القاهرة.
- خطاب، أحمد جمال. ومحمد، حازم حسنين. (2020). فاعلية ريادة الأعمال في تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر 2030. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج11، ع1، 473 - 517. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1064130>
- خلاف، هاني عبد المنعم. (1986). المستقبلية والمجتمع المصري. كتاب الهلال. ع424. مؤسسة دار الهلال. القاهرة.

- رافع، علياء رضاه. (1996). الشخصية المصرية: دراسة أنثروبولوجية للمدرسة المصرية للفن والحياة. دار صادق للنشر. الإسكندرية.
- زايد، أحمد. (2005). المصري المعاصر مقارنة نظرية وإمبيريقية لبعض أبعاد الشخصية القومية المصرية. الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة.
- زياده، رانيه محمد محمود. (2021). دور زيادة الأعمال في تحقيق المسؤولية المجتمعية " دراسة تطبيقية على الشركات بإقليم عسير". المجلة المصرية للدراسات التجارية، 45(4). 1-18. doi: 10.21608/alat.2021.240071
- السلي، أحلام عتيق مغلي. (2019). مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية وتطبيقاتها السلوكية من منظور إسلامي. مجلة العلوم التربوية والنفسية. مج. 3، ع. 2، يناير 2019. DOI : 10.26389/AJSRP.A160918.94-79.
- الشافعي، محمود. (2010). فنون ومهارات التفاوض وأساليب الإدارة الحديثة. مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات. القاهرة.
- الشريف، مختار. (2006). برنامج تحليل سوق العمل وثقافة العمل الحر. مجلة البحوث الإدارية. مصر، 24(4)، 286-292.
- شعلان، إبراهيم أحمد. (2003). موسوعة الأمثال الشعبية المصرية والتعبيرات السائدة، ج 3. دار الأفاق العربية. القاهرة.
- شعلان، إبراهيم أحمد. (2004). الشعب المصري في أمثاله العامية. الهيئة العامة لقصور الثقافة. القاهرة.
- الشميمري، أحمد والمبيريك، وفاء. (2019). زيادة الأعمال، العبيكان، الرياض.
- العاني، مزهر شعبان. و جواد، شوقي ناجي. وإرشيد، حسين عليان. وحجازي، هيثم علي. (2010). إدارة المشروعات الصغيرة منظور ريادي تكنولوجي. دار صفاء للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- عبد الحميد، سمر الأمير غازي. والجزار، فاروق فتحي السيد. (2021). دور زيادة الأعمال في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (مع الإشارة إلى الواقع المصري). التجارة والتمويل، 40 (عدد خاص (مؤتمر الكلية 2020 - الجزء الثاني))، 109-144. doi: caf.2021.154771/10.21608
- عبد الحميد، منال السيد. (2018). دور حاضنات الأعمال ودورها في تدعيم ريادة الأعمال للشباب في الوطن العربي، مصر نموذجاً. المركز العربي للدراسات والبحوث. متاح على الموقع: <http://www.acrseg.org/40703> آخر دخول: 2022/29/4 PM 6:32
- عبد الرحيم، أحمد قوشتي. (2014). أثر الخصائص الشخصية على ظهور الاتجاهات الفكرية (مصر نموذجاً). مركز التأصيل للدراسات والبحوث. المملكة العربية السعودية.

عبد الصمد، محمد أمين. (2013). القيم في الأمثال الشعبية بين مصر وليبيا (في مجتمعي البيضاء الليبي والغرق المصري): دراسة مقارنة في الأنثروبولوجيا الثقافية. الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة.

عويس، سيد. (1963). من ملامح المجتمع المصري المعاصر. المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية. القاهرة.

عيسى، حنا. (1 يوليو، 2013). المسؤولية الأخلاقية هي أوسع وأشمل من دائرة القانون. موقع دنيا الوطن. <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/298806.html>
آخر دخول: 01:28 2022/03/13 م

فؤاد، نعمات. (1967). شخصية مصر. الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة.

كمال، صفوت. (ديسمبر، 1987). العمل كقيمة إنسانية في الأمثال الشعبية المصرية. مجلة الفنون الشعبية. الهيئة المصرية العامة للكتاب، (21). 48-56.

مطالي، ليلي. وشيخاوي، سهام. (2019). "المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة". مجلة المنهل الاقتصادي، مج2، ع2، 49-62. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1131846>

الميداني، أبو الفضل أحمد بن محمد. (2004). مجمع الأمثال، ج2. دار المعرفة. بيروت.

النجار، فايز جمعة صالح. والعلي، عبد الستار محمد (2006). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. دار الحامد للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.

ثانياً- المراجع العربية مترجمة إلى الإنجليزية

Abu Al-Ainen, Ali Khalil. (1988). "Research Methodology in Islamic Education", Arabian Gulf Message Journal, Arab Education Bureau for the Arab Gulf States, Riyadh. No. 24

Abu Senna, Muhammad Ibrahim. (1968). Philosophy of folk proverb. The Cultural Library is a free university. No. 193. Dar Al-Kateb Al-Arabi for Printing and Publishing. Cairo.

Amin, Jalal. (1998). What happened to the Egyptians? The development of Egyptian society in the middle of a century, 1945/1995. Crescent Book. No. 565. Crescent House. Cairo.

Al-Bedwihi, Saad Eddin. (2004). Lost Days in America: The Struggle of Values (2nd ed.). Arab Dialogue House. Cairo

Burckhardt, JohnLouis. (1997). Egyptian customs and traditions. Translation: Ibrahim Ahmed Shaalan. Egyptian General Book Authority. Cairo.



- Taymour, Ahmed. (2011). Colloquial Proverbs (6th ed.). Al-Ahram Center for Publishing, Translation and Distribution. Cairo.
- Hafez, Abdul Rashid. Al-ghaleb, Lila. Al-Serihi, Hassan. Al-Saad, Saleh. And Alderman, Faleh. (1430). Thinking and scientific research. Jeddah: Scientific Publishing Center.
- Habib, Rafeeq. (1997). The Egyptian character and psychological development in fifty centuries. El Mahrousa Center for Research, Training and Publishing. Cairo.
- Hejji, Tariq. (2001). Progress values. Knowledge House. Cairo.
- Harb, Muhammad Khamis. (2020). The role of faculties of education in spreading the culture of entrepreneurship among its students and ways to enhance it. Educational Journal, Vol. 71, 915 - 1002. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1087293>
- Hamdan, Jamal. (1980). The Personality of Egypt. Vol. 1, The World of Books. Cairo.
- Al-khuzamy, Abdul Hakam Ahmed. (1998). The scourge of the times the pressures of work and life between the manager and the expert. Ibn Sina Library for publication, distribution and export. Cairo.
- Khattab, Ahmed Gamal. and Muhammad, Hazem Hassanein. (2020). The effectiveness of entrepreneurship in promoting sustainable development strategy in light of Egypt's vision 2030. The Scientific Journal of Business and Environmental Studies, Vol. 11, No. 1, 473 - 517. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1064130>
- Khallaf, Hani Abdel Moneim. (1986). future and Egyptian society. Crescent Book. p 424. Dar Al Hilal Foundation. Cairo.
- Rafea, Aliaa Redah. (1996). The Egyptian Character: An Anthropological Study of the Egyptian School of Art and Life. Sadiq Publishing House. Alexandria.
- Zayed, Ahmed. (2005). The Contemporary Egyptian: A theoretical and empirical approach to some dimensions of the Egyptian national character. Egyptian General Book Authority. Cairo.

- Ziadah, Rania Mohamed Mahmoud. (2021). The role of entrepreneurship in achieving social responsibility "An applied study on companies in the Asir region". The Egyptian Journal of Business Studies, 45(4). 1-18. doi: 10.21608/alat.2021.240071
- Al-Sulami, Ahlam Ateeq. (2019). The concept of values and their importance in the educational process and their behavioral applications from an Islamic perspective. Journal of Educational and Psychological Sciences. Vol. 3, no. 2. January, 2019. 79-94. DOI: 10.26389/AJSRP.A160918
- El-Shafei, Mahmoud. (2010). Negotiation arts and skills and modern management methods. El Mahrousa Center for Publishing, Press Services and Information. Cairo.
- Al-Sharif, Mukhtar. (2006), Labor Market Analysis and Entrepreneurship Culture Program. Journal of Management Research. Egypt, 24(4), 286-292.
- Shaalan, Ibrahim Ahmed. (2003). Encyclopedia of Egyptian Folk Proverbs and Prevalent Expressions, Vol. 3. Arab Horizons House. Cairo.
- Shaalan, Ibrahim Ahmed. (2004). The Egyptian people in their colloquial parables. The General Authority for Cultural Palaces. Cairo.
- Al-Shamimri, Ahmed & Al-Mubarik, Wafa. (2019). Entrepreneurship, Obeikan, Riyadh.
- Al-Ani, Mazhar Shaaban. & Gawad, Shawqi Nagy. & Irsheed, Hussein Alyan. Hegazy, Haitham Ali. (2010). Small business management a technological entrepreneurial perspective. Dar Safaa for Publishing and Distribution. Amman. Jordan.
- Abdel Hamid, Samar Al-Amir Ghazi. & Al-gazar, Farouk Fathi Al-Sayed. (2021). The role of entrepreneurship in achieving sustainable development goals (with reference to the Egyptian reality). Commerce and Finance, 40 (special issue (College Conference 2020 - Part Two)), 109-144. doi: 10.21608/caf.2021.154771



- Abdel Hamid, Manal El-Sayed. (2018). The role of business incubators and their role in supporting youth entrepreneurship in the Arab world, Egypt as a model. Arab Center for Studies and Research. Available at: <http://www.acrseg.org/40703> Last accessed: 4/29/2022 6:32 PM
- Abdul Rahim, Ahmed Quashti. (2014). The impact of personal characteristics on the emergence of intellectual trends (Egypt as a model). Rooting Center for Studies and Research. Kingdom Saudi Arabia.
- Abdel Samad, Mohamed Amin. (2013). Values in popular proverbs between Egypt and Libya (in the Libyan communities of Al-Bayda and the Egyptian drowning): a comparative study in cultural anthropology. Egyptian General Book Authority. Cairo.
- Owais, sayed. (1963). One of the features of contemporary Egyptian society. National Center for Social and Criminological Research. Cairo.
- Issa, Hanna. (July 1, 2013). Moral responsibility is broader and more comprehensive than the circle of law. Homeland website. <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/298806.html> Last accessed: 3/13/2022 01:28 PM
- Fouad, Neamat. (1967). Egypt character. Egyptian General Book Authority. Cairo.
- Kamal, Safwat. (1987, December). Work as a human value in Egyptian folk proverbs. Popular Arts Magazine. The Egyptian General Book Authority, (21). 48-56.
- Matali, Laila. And Chikhaoui, Siham. (2019). Social responsibility and business ethics in small and medium enterprises. Al-Manhal Al-Eqtisadi Magazine, Vol. 2, no. 2, 49-62. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1131846>.
- Al-Maydani, Abu Al-Fadl Ahmed bin Mohammed. (2004). Synod of Proverbs, Volume 2. Knowledge House. Beirut.

Al-Nagar, Fayez Juma Saleh. And Al-Ali, Abdul Sattar Muhammad (2006). Entrepreneurship and Small Business Management. Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution. Amman. Jordan.

ثالثاً- المراجع الأجنبية

Afifah, N. (2022). Strategi pengusaha dalam menumbuhkan nilai-nilai kewirausahaan pada pekerja tas home industri Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Undergraduate thesis. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Al-Qatawenh, A.S. & Ghadi, M.Y. (2018). Personal Values and Their Impact on Entrepreneurial Orientations: A Field Study from the Perspective of Workers in Funding Organizations for Entrepreneurial Projects in Karak Province .. مؤنة للبحوث والدراسات - سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية مج33, ع1 ، 13 - 32. <http://search.mandumah.com/Record/887324>.

Ammar, H. (1954). Growing Up in an Egyptian Village (1st ed.). Routledge & Kegan Paul. London DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315006758>.

Anderson, A. & Smith, R. (2007). The moral space in entrepreneurship: An exploration of ethical imperatives and the moral legitimacy of being enterprising. Entrepreneurship & Regional Development. 19. 10.1080/08985620701672377.

Astrini, N & Rakhmawati, Tri & Sumaedi, Sik & Bakti, Gede & Yarmen, Medi & Damayanti, Sih. (2020). Innovativeness, Proactiveness, and Risk-taking: Corporate Entrepreneurship of Indonesian SMEs. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. 722. 012037. 10.1088/1757-899X/722/1/012037.

Betta, M. (2016). Entrepreneurial Ethics. In: Ethicmentality - Ethics in Capitalist Economy, Business, and Society. Issues in Business Ethics, vol 45. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-017-7590-8_8



- Brieger, S. & De Clercq, D. & Meynhardt, T. (2021). Doing good, feeling good? Entrepreneurs' social value creation beliefs and work-related well-being. *Journal of Business Ethics*, 172. pp. 707-725. ISSN 0167-4544
- Brown, M.E., Mitchell, S.M. (2010), Ethical and unethical leadership: Exploring new avenues for future research. *Business Ethics Quarterly*, 20(04), 583-616.
- Collins, D. (2010), Designing ethical organizations for spiritual growth and superior performance: An organization systems approach. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 7(2), 95-117.
- Dabor, A.O., Isiauwe, D.T., Ajagbe, M.A., Oke, O.A. (2015), Impact of corporate governance on firm performance in Nigeria. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. United Kingdom, 3(6), 634-653.
- Desientrepreneurs. (2 July, 2018). "Entrepreneur Ethics And Importance Of Ethics In Key Areas Of Business". Desientrepreneurs.
<https://desientrepreneurs.com/entrepreneur-ethics-importance/> Last seen: 26/3/2022 01:55 PM
- Eroglu, O., & Plcak, M. (2011). Entrepreneurship, National Culture and Turkey. *International Journal of Business and Social Science*. 2(16).
- Esqueda H., S., & Csoban, E. & Felipe Prat, J. (2019). "A profile of the popular entrepreneur: a value-based approach". *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. Vol. 32 No. 2. pp. 267-281. <https://doi.org/10.1108/ARLA-03-2018-0055>.
- Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2022). Sustainability at Universities as a Determinant of Entrepreneurship for Sustainability. *Sustainability*, 14(1), 454. <https://doi.org/10.3390/su14010454>
- Flores-Yeffal, N. & Sparger, K. (2022). The Shifting Morals of Moral Entrepreneurs. *Social Media + Society*. 8. 205630512210954. 10.1177/20563051221095444.

- Flynn G., Werhane P.H. (2022). A Framework for Leadership and Ethics in Business and Society. In: Flynn G. (eds) Leadership and Business Ethics. Issues in Business Ethics, vol 60. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-024-2111-8_1
- Gartner, W. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship?. *Journal of Business Venturing*. 5. 15-28. [doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90023-M](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90023-M).
- Guillén, M., Melé, D., Murphy, P. (2002), European vs. American approaches to institutionalization of business ethics: The Spanish case. *Business Ethics: An European Review*, 11(2), 167-177.
- Harvey, C. & Gordon, J. & Maclean, M. (2021). The Ethics of Entrepreneurial Philanthropy. *Journal of Business Ethics*. 171. [10.1007/s10551-020-04468-7](https://doi.org/10.1007/s10551-020-04468-7).
- Henama, U.S. (2021). eCommerce Within the Tourism Industry in the Global South: The Case of the Sharing Economy in South Africa. In: Martínez-López, F.J., López López, D. (eds) *Advances in Digital Marketing and eCommerce*. DMEC 2021. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-76520-0_30
- Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, A., Guerrero, M., Roomi, M. A., Bosma, N., ... & Shay, J. (2022, February). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption. In Expo 2020 Dubai.
- Hueso, J. A., & Jaén, I. & Liñán, F. (2021). "From personal values to entrepreneurial intention: a systematic literature review". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 27 No. 1. pp. 205-230. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2020-0383>.
- Huub L .M. Mudde. (2015). "Entrepreneurship Education in Ethiopian universities : Institutional assessment, Synthesis Report." The Maastricht School of Management. Education Strategy Center. July. p.20
- Johnson, G., & Scholes, K. (2002). *Exploring corporate strategy text and cases* (6th ed.). Prentice Hall-Financial Times.



- Kaptein, M. (2019). The Moral Entrepreneur: A New Component of Ethical Leadership. *Journal of Business Ethics*. 156. 1135-1150. 10.1007/s10551-017-3641-0 .
- Kerr, S.P., Kerr, W.R., & Dalton, M. (2019). Risk attitudes and personality traits of entrepreneurs and venture team members. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116, 17712 - 17716.
- Khomba, J.K., Bakuwa, R.C., & Kangaude-Ulaya, E.C. (2013). Shaping Business Ethics and Corporate Governance: An Inclusive African Ubuntu Philosophy. *Global Journal of Management and Business Research*, 13.
- Khuntia, R., Suar, D. (2004), A scale to assess ethical leadership of indian private and public sector managers. *Journal of Business Ethics*, 49, 13-26.
- Kirkley, W. W. (2016). Entrepreneurial behaviour: the role of values. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Kungu, E. (26 April, 2018). Difference Between Small Business and Entrepreneurship. Difference Between Similar Terms and Objects.
<http://www.differencebetween.net/business/difference-between-small-business-and-entrepreneurship/>
Last seen: 25/4/2022 12:28 PM
- Lackéus, M. (2018). "What is Value?" – A Framework for Analyzing and Facilitating Entrepreneurial Value Creation. *Uniped*. 41(1). 10-28. 10.18261/issn.1893-8981-2018-01-02.
- Leavy, B. (2022). Inspirational Leadership in Business and Other Domains. In: Flynn G. (eds) *Leadership and Business Ethics*. Issues in Business Ethics, vol 60. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-024-2111-8_7
- Lévesque, M. & Stephan, U. (2020). It's Time We Talk About Time in Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 44. 163-184. 10.1177/1042258719839711.

- Li, P., & Chen, X. (2022). The Impact of New Entrepreneurial Spirit on Cultivating Entrepreneurial Values and Entrepreneurial Ability of College Students. *Frontiers in Psychology*. 2022 Jun 24;13:870455. doi: 10.3389/fpsyg.2022.870455. PMID: 35814072; PMCID: PMC9263541.
- Meinhold, R. (2021). *Business Ethics and Sustainability* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003127659>
- Morris, M. & Schindehutte M. (2005). "Entrepreneurial Values and the Ethnic Enterprise: An Examination of Six Subcultures." *Journal of Small Business Management* 43: pp. 453 - 479.
- Navale, A. B. (2013). *Developing Entrepreneur Skills for Corporate Work*. Research Directions. 1(4). ISSN 2321-5488.
- Oladunni, S.A. (2000), Ethics in business as Leverage for National development. *Journal Nigeria Institute of Management*, 36(1&2), 16.
- Poespowidjojo, Donny Abdul Latief & Mohd Shariff, Mohd Noor & Musa, Muhammad Muhaizam (2013) Solidarity factor in cultivating entrepreneurial culture among the Minangkabau's sub-ethnic group, West Sumatera, Indonesia. In: *The 2nd International Conference on Rural Development and Entrepreneurship (ICORE 2013)*, 2nd to 4th November 2013, Purwokerto, Java, Indonesia. (Unpublished).
- Sánchez-Báez, E.A., Fernández-Serrano, J., Romero, I. (2018). "Personal values and entrepreneurial attitude as intellectual capital: Impact on innovation in small enterprises". *Amfiteatru Economic Journal*. ISSN 2247-9104, The Bucharest University of Economic Studies. Bucharest. Vol. 20. Iss. 49. pp. 771-787. <http://dx.doi.org/10.24818/EA/2018/49/771>.
- Smith D., Drudy L. (2022). *Corporate Culture and Organizational Ethics*. In: Flynn G. (eds) *Leadership and Business Ethics*. Issues in Business Ethics, vol 60. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-024-2111-8_14
- Sullivan, J. d. & Shkolnikov, A. (2006). *Business Ethics: The Essential Component of Corporate Governance*. Center for International Private Enterprise; January 12, 2006



-
- Treviño, Linda & Weaver, Gary & Reynolds, Scott. (2006). Behavioral Ethics in Organizations: A Review. *Journal of Management - J MANAGE*. 32. 951-990. 10.1177/0149206306294258.
- United States. International Trade Administration. (2004). Business ethics: A manual for managing a responsible business enterprise in emerging market economies. U.S. Dept. of Commerce, International Trade Administration.
- Victoria, D. & Elena, L. (2013). Moral and Ethical Conceptions of Entrepreneurs: Cross-cultural Aspects. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 86. 318-322. 10.1016/j.sbspro.2013.08.571.
- Zahra, S. A. (2015). Corporate entrepreneurship as knowledge creation and conversion: The role of entrepreneurial hubs. *Small Business Economics*, 44(4), 727-735.
- Zsapka, A. (5 February, 2021). "The history of Entrepreneurship and how we can use history in business". LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/history-entrepreneurship-how-we-can-use-business-andrea-zsapka>.

Last seen: 18/4/2022 8:44 AM