

الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي (دراسة في مستوى الإدراك المعرفي، والوعي بالأهداف، والتوجهات المستقبلية لدى مجموعة من طلبة قسم علم الاجتماع – جامعة الوادي)

**The mental image of social enterprise among university students
(A study on the level of cognitive awareness, awareness of goals, and future
directions among a group of students from the Department of Sociology -
University of the Valley)**

سايح بوقطيط¹ *، فيصل بوراس²

1 جامعة الوادي (الجزائر) bouguetit-sayah@univ-eloued.dz

2 جامعة الوادي (الجزائر) bouras-faissal@univ-eloud.dz

مخبر التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع

تاريخ الاستقبال: 2024/05/22؛ تاريخ القبول: 2024/10/16؛ تاريخ النشر: 2025/02/10

ملخص:

هدفت الدراسة الى معرفة الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي على مستوى الادراك المعرفي، والوعي بالأهداف، والتوجهات المستقبلية نحوها، ولتحقيق أهداف هاته الأخيرة، والاجابة عن سؤالها: ما هي الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي؟ اعتمد الباحث المنهج الوصفي، حيث كانت عينة الدراسة عرضية شملت 41 طالب من قسم علم الاجتماع من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الوادي، واستخدم الباحث الاستمارة كأداة أساسية في البحث حيث تم التعامل معها احصائيا وفق البرنامج الاحصائي SPSS، وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: لا توجد صورة ذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع، ليس لدى طلاب قسم علم الاجتماع أي إدراك معرفي بالمقاولاتية الاجتماعية، ولا وعي بأهدافها، وليس هناك توجه مستقبلي نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى هؤلاء الطلبة. في الأخير قدمت الدراسة جملة من التوصيات تحاول من خلالها التعريف بالمقاولاتية الاجتماعية وبناء توجه مستقبلي نحوها أبرزها: تنظيم ملتقيات وطنية وندوات علمية تعرف و تغرس روح الفكر المقاولاتي الاجتماعي، ضرورة إدراج مقياس المقاولاتية الاجتماعية في المناهج التعليمية، محاولة استدعاء مقاولين اجتماعيين ناجحين للإلقاء محاضرات ومشاركة تجاربهم مع الطلبة، ومحاولة تحفيزهم نحو هذا التوجه، ضرورة تبني ودعم الأبحاث العلمية التي تركز على المقاولاتية الاجتماعية، ضرورة اشراك الطالب الجامعي في ملتقيات دولية حول المقاولاتية الاجتماعية. الكلمات المفتاحية: صورة ذهنية؛ مقاولاتية اجتماعية؛ إدراك معرفي؛ وعي بالأهداف

Abstract:

The study aimed to know the mental image of social entrepreneurship among university students at the level of cognitive awareness, awareness of goals, and future directions towards them, and to achieve the latter's goals, and to answer the question: What is the mental image of social entrepreneurship among university students? The researcher adopted the descriptive approach, as the sample of the study was cross-sectional and included 41 students from the Department of Sociology from the Faculty of Social and Human Sciences, University of El Oued. The researcher used the questionnaire as a basic tool in the research, as it was dealt with statistically according to the statistical program SPSS. The study concluded with many results, the most important of which are: There is no mental image of social enterprise among the university student in the College of Humanities and Social Sciences, Department of Sociology. The students of the Department of Sociology do not have any knowledge of social enterprise, nor awareness of its goals, and there is no future orientation towards social enterprise among these students.

Finally, the study presented a number of recommendations through which it attempts to introduce social enterprise and build a future trend towards it, the most prominent of which are: organizing national forums and scientific symposiums that define and instill the spirit of social enterprise thought, the necessity of including the social enterprise scale in educational curricula, and an attempt to summon successful social entrepreneurs to give lectures and share their experiences. With students, and trying to motivate them towards this approach, the necessity of adopting and supporting scientific research that focuses on social entrepreneurship, and the necessity of involving university students in international forums on social entrepreneurship.

Keywords: mental image; Social entrepreneurship; Cognitive perception; Awareness of goals

I- تمهيد:

لقد كانت المقاولاتية محل اهتمام الكثير من الاقتصاديين خاصة في الآونة الأخيرة اين زاد الاهتمام بها، لما لها من دور في التنمية على المستويين الاقتصادي والاجتماعي، وارتباطها بالنتائج المحلي، وسوق العمل، اذ تعد واحدة من الاستراتيجيات الاولى التي اعتمدت عليها المجتمعات لتقليل معدلات الفقر والبطالة، الا ان زيادة التطور وتنوع مجالاته جعل من هذا النمط اسلوبا تقليديا، قد يعجز عن تقديم حلول شاملة للتحديات المستجدة، ومتطلبات الحياة التي يسعى فيها الافراد دائما الى تحقيق الجودة، هذا ما جعل مجال الاهتمام بالمقاولاتية يتسع ليكون التفكير في الأساليب الجديدة التي تعيد النبض للتنمية، في هذا السياق ظهرت المقاولاتية الاجتماعية كاستراتيجية توأمة بين المنفعة المادية، والأهداف الاجتماعية، حيث باتت توجهها يكمل المقاولاتية التقليدية ذات الرؤية الاقتصادية لمواجهة التحديات و بعث التنمية التشاركية والسير بها في طريق النجاح.

إن المقاولاتية الاجتماعية كفكرة وممارسة معترف بها تستقطب فئات اجتماعية مختلفة، لما لها من محفزات و خصائص تجعلها أداة قادرة على تطوير الحلول وانتاج الآليات الكفيلة بحل المشكلات الاجتماعية المعقدة والمزمنة، ووسيلة تلبي الاحتياجات الأساسية لأفراد المجتمع بطريقة مستدامة، إضافة إلى خلق قيمة مضافة للمجتمع، وتعزيز التغيير الاجتماعي و الثقافي من جهة، وتحقيق التوازن والانسجام والتماسك واستقرار المجتمع من خلال اسهاماتها في غرس القيم وتنميتها، وتنفيذ مشاريع خيرية واجتماعية ومن ثمة تعزيز قيم التضامن والانتماء من جهة ثانية. الامر الذي جعل الالتفاتة ذوي الاختصاص اليها واضحة من خلال بحث ودراسة اساليب تطويرها وارساء معالمها وترسيخ ثقافتها، وتفعيل دور المؤسسات الاكاديمية والتكوين في هذا المجال.

ان حداثة المصطلح ونقص المقالة الاجتماعية، وواقع ممارستها في المجتمع، اضافة الى شح وقلة البحوث والدراسات على علم حد الباحث التي تناولت هذا الموضوع كل هاته العوامل، كانت وراء طرح هذا المقال العلمي الذي يبحث في موضوع: **الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي على مستوى الادراك المعرفي والوعي بالأهداف والتوجهات المستقبلية لدى مجموعة من طلبة قسم علم الاجتماع جامعة الوادي) ، ويحاول الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما هي الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي؟**

1.1 الاسئلة الفرعية:

- ما مستوى الادراك المعرفي عند الطالب الجامعي عن المقاولاتية الاجتماعية؟
- ما مستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية؟
- ما مستوى التطلعات المستقبلية نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي؟

2.1 أهمية الدراسة:**الأهمية العلمية:**

ترتبط الاهمية العلمية للمقاولاتية الاجتماعية، كموضوع بحث خصب، بأهداف علم الاجتماع عامة، والتنمية المستدامة على وجه الخصوص من خلال ما يساهم به هذا النمط من الأنشطة السوسيواقتصادية في تجسيد بعض الحلول للمشكلات الاجتماعية المستمرة كمشكلات البطالة والفقر، والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

الأهمية التطبيقية:

يحاول هذا المقال المساهمة في بعث نمط المقاولاتية الاجتماعية كأحد اوجه النشاطات الاجتماعية التي تسعى الى تحقيق اهداف اجتماعية دون اهمال الأهداف الاقتصادية المادية.

- تقديم دراسة واقعية حول هذا النمط من الأنشطة، يمكن ان يكون نقطة انطلاق لدراسات اخرى
 - تساهم الدراسة الحالية في البحث عن التطلعات المستقبلية للطلاب الجامعي نحو مشاريع المقاولاتية الاجتماعية.
- 3.1 دوافع اختيار الموضوع: لكل دراسة في ميدان العلوم الانسانية والاجتماعية مجموعة من الدوافع التي توجه جهود الباحث. من هذا المنطلق تتمثل دوافع اختيار هذا الموضوع في النقاط التالية:

- الدوافع الذاتية
- محاولة تنبيه القارئ عامة والطالب الجامعي الى هذا النوع من المشاريع الخاصة واعادة بعثه من جديد.
- دعم جهود الجامعة في ترسيخ الفكر المقاولاتي عامة والفكر المقاولاتي الاجتماعي على وجه الخصوص.
- محاولة دعم جهود الدولة في هذا المسعى.
- الدوافع الموضوعية:
- المقال مطلب مكمل لقبول مناقشة اطروحة دكتوراه موسومة ب: المقاولاتية الاجتماعية ومتطلبات الوظيفة في سوق الشغل.
- اثاره الاهتمام الأكاديمي الى توأمة علم الاجتماع مع الاختصاصات الاخرى وطرح المواضيع المشتركة

4.1 أهداف الدراسة:

إن البحث العلمي باعتباره جهد مقصود يقوم به الباحث له مجموعة من الاهداف يحددها الموضوع، أو توجهات الباحث ولما كان موضوعنا الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية انحصرت الأهداف في النقاط التالية:

- الوقوف على الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي من خلال:
- محاولة الوقوف على مستوى الادراك المعرفي عند الطالب الجامعي عن المقاولاتية الاجتماعية.
- محاولة الوقوف على مستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية.
- محاولة الوقوف على مستوى التطلعات المستقبلية نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي.

5.1 مفاهيم الدراسة

- مفهوم الصورة الذهنية:

- لغة: ينقسم مصطلح الصورة الذهنية في اللغة العربية إلى كلمتين " الصورة " و "الذهنية".
- الصورة في معجم لسان العرب لابن منظور على انها: هيئة الفعل أو الأمر وصفته، وتعني أيضا الشكل، والجمع الصور، وتصورت الشيء أي توهمت صورته فتصبح لي صورة عن ذلك الشيء في ذهني (حرز الله، 2020، ص 583).
 - تعني الصورة الشكل المميز للشيء، وتشير أيضًا تصورت الشيء يعني تخيلت صورته فتصور لي.
 - الذهنية إلى العقل، والإدراك، والتفكير الاستدلالي عن طريق انشاء العلاقات، وبجمع الكلمتين الصورة والذهنية نتحصل على مصطلح الصورة الذهنية
 - الصورة الذهنية:

- في اللغة: هي تصور العقل لشيء في هيئته وحقيقته وظاهره، حيث يتم تكوينه في الذهن على ضوء الإدراك والاستدلال.
- الصورة الذهنية هي انطباع ذهني أو صورة، أو وصف، يعكس الصورة. ويعني بأنه تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة، حيث يشير اتجاه هذه الجماعة نحو شخص أو شيء معين (باقر، 2014، ص 52).

- في الحقل السوسيولوجي:

الصورة الذهنية: صورة يحملها مجموعة من الأفراد في نفس الوقت، ويقع تشكيلها في إطار اجتماعي خارج إطار الفرد، ونستطيع أن نقول الصورة الذهنية بأبسط معانيها هي الصورة التي يشترك فيها مجموعة من الناس ينتمون إلى جماعة معينة أو كيان اجتماعي واحد (حرز الله، 2020، ص 586)

وتعرف الصورة الذهنية إجرائيا هي عبارة عن مجموعة من التصورات والانطباعات الإدراكات، الوعي بالأهداف التي تتكون لدى الفرد نحو شخص، مشروع، أو مؤسسة، أو نشاط، أو غيره، وتكون قابلة للتغير في أي لحظة.

- **المقاولاتية الاجتماعية:** بالرغم من الاهتمام المتزايد بمصطلح المقاولاتية في العلوم الاقتصادية، إلا أن العلوم الاجتماعية مازالت تعاني توأمة تعريف المقاولاتية الاجتماعية في هذا التخصص لا يزال يفتقر إلى مقاييس محددة، ولا يزال يكتنفه الغموض، وبالتالي في كثير من البلدان تعمل منظمات مختلفة عن بعضها البعض في سياق المقاولاتية الاجتماعية. وهذه الحقيقة تجعل من الصعب بمكان الوقوف على تعريف شامل ومحدد لها. (Raudsaar & Kaseorg, 2013).

- يعرف أسن **المقاولاتية الاجتماعية** (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006) على أنها: نشاط إبداعي ابتكاري يهدف إلى خلق قيمة اجتماعية وليس ثروة شخصية، وهي مزيج بين القطاع التجاري والقطاع غير تجاري .

- زهراء وآخرون (Zahra, Rawhouser, Bhawe, Neubaum, & Hayton, 2008) ترى أن المقاولاتية الاجتماعية تحتوي على مجموعة متنوعة من الأنشطة والعمليات التي تسعى لاستكشاف، واستغلال الفرص من أجل تعزيز الرفاهية الاجتماعية، من خلال تكوين مشاريع جديدة أو إدارة مشاريع قائمة بطريقة ابتكارية.

- ويشير بورزا (Borza, Nistor, Mitra, & Bordean, 2009) إلى المقاولاتية الاجتماعية، بأنها عملية مرنة تستطيع أن تقدم حلول ناجحة للمشكلات الاجتماعية، من خلال تحسين الخدمات الاجتماعية مثل (التعليم، الصحة، خلق فرص عمل)، وتخفيف الصعوبات التي تنتج عن عدم توفير فرص العمل في سوق الشغل.

- ويعرف دياسين (M. T. Dacin, Dacin, & Tracey, 2011) بأنها: «نشاط الغاية النهائية منه، خلق قيمة اجتماعية و المساهمة في حل مشكلة اجتماعية معينة.

- وعرفها ديفيد بورنشتاين (Bornstein & Davis, 2010) بشكل عمومي بأنها: العمليات التي يقوم بها الأفراد لإنشاء المؤسسات أو تحويلها لتقديم حلول للمشاكل الاجتماعية، والمحافظة على التوازن الاجتماعي، وتحقيق الرفاهية العامة للأفراد.

- الأكاديميين والممارسين وأصحاب الأعمال الخيرية، يصفون المقاولاتية الاجتماعية بأنماط متنوعة، فيقولون مهنة، مجال، حركة.

- مكتب القطاع الثالث في المملكة المتحدة (Sector, 2007, p. 1) ينظر للمقاولاتية الاجتماعية على أنها "شركات تجارية تهدف في المقام الأول لتحقيق أهداف اجتماعية".

- الفورد وآخرون (Alvord, Brown, & Letts, 2004) تخلق على إيجاد حلول مبتكرة للمشاكل الاجتماعية المستعجلة، وأيضاً تعظيم تبادل الأفكار والقدرات والموارد وترتيب الجهود الاجتماعية طويلة المدى والمستدامة.

حسب ما سبق ذكره أعلاه يمكن تحديد الخصائص الأساسية للمقاولاتية الاجتماعية وهي: التغيير الاجتماعي والتأثير الاجتماعي، وخلق القيمة الاجتماعية والرسالة والثرة الاجتماعية، بالإضافة الى ذلك الابتكار والاستدامة علاوة على ذلك والإبداع ونهج ريادة الأعمال (Omrane, 2013).

- وعرفها (الشميمري و الميريك، 2019، ص32) بأنها الأنشطة والعمليات التي تتم لاكتشاف الفرص وتحديدتها واستغلالها من أجل تعزيز الثروة الاجتماعية بإنشاء مشروعات جديد أو إدارة المنظمات القائمة بأساليب مبتكرة، وهي نتاج عمل المقاول الاجتماعي الذي يدرك الأبعاد الاجتماعية، ويستخدم المبادئ الريادية لإنشاء المشروعات الناشئة وإدارتها لإحداث التغيير الاجتماعي الإيجابي في حين يقوم المقاول التجاري بقياس الإنجاز بالعائد المادي والأرباح؛ فإن المقاول الاجتماعي يركز على إيجاد رأس المال المجتمعي، وبهذا فإن الغاية النهائية من المقاولاتية الاجتماعية هي : تعزيز الأهداف الاجتماعية والبيئية، بالرغم من ذلك فإن العمل الاجتماعي في كثير من الأحيان يتسم بالأعمال الخيرية وعدم الربح إلا أن المقاولاتية لا تعني التخلي عن النشاط الاقتصادي وتحقيق الأرباح.

- ويعرفها لأسيسي (Lasisi, 2023) هي عملية ديناميكية تسعى إلى خلق قيمة اجتماعية جديدة في السوق والمجتمع بشكل عام. ويقوم بها فرد أو فريق عمل يسعون للاستفادة من عقلية ريادية ورغبة قوية في التحقيق.

ويرى الباحث، من خلال ما سبق ذكره أن المقاولاتية الاجتماعية: هي مجموعة من الأنشطة والعمليات التي يسعى بها الأفراد لإنشاء مؤسسات اقتصادية اجتماعية لتقديم حلول مبتكرة لبعض المشكلات الواقعة والمستعجلة في المجتمع.

- المقولة الاجتماعية: هي شكل من اشكال تطوير فكرة في الأصل كانت موجودة مسبقا بأسلوب مبتكر ومستدام، من أجل رفاهية الناس وتلبية متطلباتهم، وتحقيق الأهداف الاجتماعية والتجارية في آن واحد وبطريقة مبتكرة.

إذاً المقاول الاجتماعي: هو الفرد الذي يقوم بإنشاء مشروع اجتماعي يهدف خلق قيمة اجتماعية، ويسعى الى إيجاد حلول ابتكارية لمشكلات الاجتماعية، ولديه مهارات عالية، علاوة على ذلك لا يركز على الجانب الاقتصادي، بل يهدف الى تحقيق الأثر الإيجابي والبصمة الاجتماعية للمشروع.

6.1 الدراسات السابقة: إذا كانت الدراسات السابقة نقطة انطلاقا لدى الباحث ومرآة عاكسة لنتائج البحث حيث يستخدمها الباحث في القراءة والتحليل، فقد راي الباحث ان يستند الى دراستين ذات صلة بإشكالية الدراسة وأهدافها

- أجرى باري جاي تيشلر (Tishler, 2018) دراسة بعنوان: استكشاف المعرفة والوعي بريادة الأعمال الاجتماعية، دراسة ميدانية في كلية إدارة أعمال في جنوب شرق الولايات المتحدة، حيث حاول تقييم الوضع الحالي لريادة الأعمال الاجتماعية في كلية إدارة الأعمال، ومعرفة ما إذا كانت هناك الحاجة إلى تطوير برامج جديدة في هذا المجال، ومعرفة مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية شائعا في كلية إدارة الأعمال ام لا، محاولا الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما هو مستوى معرفة وعي طلاب إدارة الأعمال بريادة الأعمال الاجتماعية؟ من خلال مجموعة من الأسئلة الفرعية هي :

- ما مدى فهم طلاب إدارة الأعمال ريادة الأعمال الاجتماعية؟
- ما مدى إدراك طلاب إدارة الأعمال ريادة الأعمال الاجتماعية؟
- ما مدى تمتع طلاب إدارة الأعمال بمعرفة بريادة الأعمال الاجتماعية؟
- ما هي نسبة طلاب الدراسات العليا في إدارة الأعمال الذين يرغبون في الالتحاق بدورات أو برنامج شهادة في ريادة الأعمال الاجتماعية؟

➤ ما هي نسبة طلاب الدراسات العليا في إدارة الأعمال الذين يخططون لدخول القطاع الخاص بعد التخرج؟
 ➤ ما هي نسبة طلاب الدراسات العليا في إدارة الأعمال الذين يخططون للعمل لحسابهم الخاص بعد التخرج؟
 استخدم الباحث في هذه الدراسة العينة القصدية، حيث كان حجم العينة 14 طالبا، واعتمد على المنهج الوصفي وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ انخفاض مستوى الوعي لدى طلاب إدارة الأعمال بريادة الأعمال الاجتماعية.
- ✓ هناك نقص في المعرفة لدى طلاب إدارة الأعمال بريادة الأعمال الاجتماعية.
- ✓ نقص التعرض للمفاهيم ريادة الأعمال الاجتماعية لدى طلاب إدارة الأعمال.
- ✓ اهتمام طلاب إدارة الأعمال بالالتحاق بدورات أو برامج ريادة الأعمال الاجتماعية إذا توفرت في الكلية.
- ✓ وضع استراتيجية وخطط لدى طلاب إدارة الأعمال للعمل في القطاع الخاص بعد التخرج، مع اهتمام ملحوظ بالوظائف ذات الهدف الاجتماعي.

أوجه الاستفادة من هذه الدراسة: ان تحديد أوجه الاستفادة يقودنا الى تحديد أوجه الشبه والاختلاف والفجوة المعرفية فالدراسة السابقة اهتمت بالبحث عن الوعي بالمفهوم، والاهتمام بها كمنشأ واتفقت مع دراستنا الحالية في طبيعة عينة الدراسة والأداة المستخدمة في جمع البيانات، والمنهج، واختلفت معها في الإطار المكاني والزمني والهدف ذاته حيث بحثت دراستنا في الصورة الذهنية للمقولة الاجتماعية على مستوى الادراك المعرفي بالمفهوم والممارسة، والوعي بالأهداف، والتوجه المستقبلي لدى الطالب نحوها وهو ما نعتبره فجوة معرفية.

- دراسة (جابر عباس محمد، 2017) الموسومة بـ: ريادة الأعمال الاجتماعية كأحد الآليات المبتكرة لتحقيق التنمية المستدامة بالمجتمعات المحلية :دراسة مطبقة على رواد الأعمال الاجتماعية بمدينة أسوان.

هدفت إلى التعرف على دور ريادة الأعمال الاجتماعية كأحد الآليات المبتكرة في تحقيق التنمية المستدامة بالمجتمعات المحلية بمدينة أسوان، مع ابراز العلاقة بين مشروعات ريادة الأعمال الاجتماعية وتحقيق التنمية المستدامة، والتعرف على واقع مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية محليا، إضافة إلى ذلك التعرف على مقدار استيعاب المجتمعات المحلية لمشروعات وأنشطة ريادة الأعمال الاجتماعية. محاولا الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما دور ريادة الأعمال الاجتماعية كأحد الآليات المبتكرة لتحقيق التنمية المستدامة بالمجتمعات المحلية بمدينة أسوان؟ الذي اندرجت تحته التساؤلات الفرعية التالية:

- ما واقع مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية؟
 - ما مقدار استيعاب المجتمعات المحلية لمشروعات وأنشطة ريادة الأعمال الاجتماعية؟
 - ما الجوانب الابتكارية لريادة الأعمال الاجتماعية؟
 - ما علاقة مشاريع ريادة الأعمال الاجتماعية بتحقيق التنمية المستدامة؟
 - ما المنظور المهني لريادة الأعمال الاجتماعية لتحقيق التنمية المستدامة بالمجتمعات المحلية؟
- حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، واستخدمت العينة القصدية، التي كان حجمها 20 مفردة من رواد الأعمال الاجتماعية في مدينة أسوان، فكانت نتائجها مايلي: مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية مفهوم حديث نسبيا في مدينة أسوان، تعتبر ريادة الأعمال الاجتماعية مدخل هام للنهوض بالمجتمعات المحلية، تتسم ريادة الأعمال الاجتماعية بالابتكار والتجديد.

أوجه الاستفادة من هذه الدراسة

مثلت هذه الدراسة جانباً مهماً في بناء هذا المقال من الناحية النظرية والمنهجية حيث كانت مرجعاً مهماً و دليلاً في طرح الأسئلة و بناء استمارة البحث و ان اختلفت في نوع العينة و أهدافها فاذا كانت هذه الدراسة تفترض وجود و ممارسة زيادة الأعمال الاجتماعية في شكل مقاولات و تبحث في دورها في تحقيق التنمية فان الحديث يختلف في الجزائر التي يعتبر فيها المقاول الاجتماعي مفهوماً حديثاً نسبياً و المقاولات الاجتماعية توجهها جديداً، وهي الفجوة المعرفية التي حاول ان ينطلق منها الباحث في داسته الاستكشافية عن الصورة الذهنية للمقاولات الاجتماعية على مستوى الادراك المعرفي، و الوعي بالأهداف و التوجهات المستقبلية.

7.1 الإطار النظري للدراسة

- التطور التاريخي للمقاولاتية الاجتماعية.

كان الاعتقاد السائد بين الباحثين في مجال الإدارة والاقتصاد على مرور السنين، وحتى وقت قريب، أن الدافع الأساسي لنجاح المقاولين هو تحقيق الربح التجاري. ولذلك، كانت أغلب الأبحاث في مجال المقاولاتية التقليدية تركز على السياقات المدعومة مالياً بالسوق وتحقيق الأرباح (P. A. Dacin, Dacin, & Matear, 2010).

إن روح المبادرة لا يجب أن يكون محركها الأساسي الأرباح، بل يمكن أن تكون المؤسسة العامة مبادرة مقاولاتية، وإن تاريخ المقاولاتية يعود إلى إنشاء الجامعات الحديثة، وخاصة الجامعات الأمريكية الحديثة لقد شرع العديد من الباحثين بدراسة المقاولاتية خارج المجال التجاري (Zerbinati & Souitaris, 2005).

يمكن أن نقول أن تاريخ المقاولاتية الاجتماعية محدود جداً، وقد ظهر هذا المصطلح في الأبحاث التي أجريت في مجال التغيير الاجتماعي عام 1972، حيث تؤكد معظم الآراء أن المقاولاتية الاجتماعية تعود إلى نهاية التسعينيات من القرن العشرين (Akar & Dogan, 2018, p. 83).

كانت بداية ظهور مصطلح المقاولاتية الاجتماعية في الثمانينيات من القرن العشرين، من قبل "بيل درايتون" Bill Drayton، مؤسس أشوكا. ومنذ ذلك الحين، اكتسبت المقاولاتية الاجتماعية باعتبارها مجالاً يهتم بمعالجة القضايا الاجتماعية الصعبة من خلال الابتكار، المثابرة والنتائج المستدامة المرتبطة بريادة الأعمال (Brock & Steiner, 2009, p. 2). على الرغم من أن المقاولاتية الاجتماعية، وإن كانت تحت تسميات مختلفة، اكتسبت أهمية عملية خلال فترة السبعينيات والثمانينيات، إلا أنها لم تلتفت انتباه الحكومات والأكاديمية حتى التسعينيات. أنشأت الحكومة الإيطالية نموذج الشركة الاجتماعية الأول من خلال اعتماد شكل قانوني محدد للتعاونيات الاجتماعية في عام 1991. تبعتها الحكومة البريطانية في عام 2004 بإدخال شركة المصلحة المجتمعية، وهي النموذج القانوني الثاني للمشاريع الاجتماعية في أوروبا (Braunerhjelm & Stuart Hamilton, 2012, p. 4).

قامت منظمة أشوكا Ashoka بعقد شراكة مع الكليات والجامعات في بداية 2005، وذلك من أجل تطوير المقاولين الاجتماعيين، ومن خلال هذه الشراكة، قامت أشوكا على تعزيز معارف ومهارات المقاولين الاجتماعيين، وتحفيز ثقافات الابتكار الاجتماعي على مستوى الجامعات، وقد شهدت أشوكا نمواً دراماتيكياً في الطلب على تعليم المقاولاتية الاجتماعية، من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، والعاملين (Joos & Leaman, 2014, p. 156).

صدرت العديد من المجالات العلمية التي تدور حول موضوع المقاولاتية الاجتماعية مثل: مجلة ستانفورد لمراجعة الابتكار الاجتماعي سنة 2003، ومجلة المشروع الاجتماعي سنة 2004، بالإضافة إلى مجلة الابتكار والمقاولاتية الاجتماعية سنة 2011.

وظهرت في هذه الحقبة أعداد خاصة حول المقاولاتية الاجتماعية، علاوة على ذلك عقدت مؤتمرات تناولت هذه القضية (Volkman, Tokarski, & Ernst, 2012, p. 11).

- خصائص المقاولاتية الاجتماعية

من خلال التعاريف السابق ذكرها، يمكن القول إن المقاولاتية الاجتماعية تتضمن الخصائص التالية:

- تهدف إلى إيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية.
- تسعى إلى تعزيز الرفاهية للناس.
- تعمل على إحداث تغيير اجتماعي، لا يعتمد على أساليب تقليدية، يتم استخدام مداخل ومبادرات جديدة غير تقليدية.
- الحافز الأساسي التي تنطلق منه إضافة قيمة اجتماعية، بعيدة كل البعد عن المنافع الشخصية.
- تدار من خلال أفراد يتمتعون بالصفات المقاولاتية مثل المخاطرة، والابتكار، إضافة الى ذلك الاستباقية، والقدرة على اتخاذ القرار.
- تسعى إلى معالجة التشوهات الاجتماعية التي نتجت عن الأولوية المفرطة لمفهوم الربحية على الممارسات والأنشطة البشرية. وتهدف هذه المقاولات إلى تحقيق الأرباح المالية بالإضافة إلى تحسين الظروف الاجتماعية والبيئية.
- تتميز المقاولاتية الاجتماعية بالعديد من الخصائص التي تجعلها تختلف عن المقاولاتية التقليدية، حيث تتركز هذه الخصائص في العناصر التالية:

✓ **الاستدامة:** نشاط المقاولاتية الاجتماعية تسعى لتقديم حلول مستدامة ومستمرة، ولا تكون مؤقتة وطارئة، بل تكون لها تأثير مستمر لفترات طويلة، وهذا إن دل إنما يدل أن المقاولين الاجتماعيين يركزون على إيجاد حلول مستدامة للمشكلات الاجتماعية (Abu-Saifan, 2012)

✓ **نشاط ذو قيمة اجتماعية:** تتميز المقاولاتية الاجتماعية بتحقيق مردود إيجابي على المجتمع، حيث تتمثل قيمته في حل مشكلة اجتماعية، أو تلبية متطلبات الأفراد أو الجماعات، أو تساهم في تعديل اتجاهات أو سلوكيات غير مرغوبة، أو تحسين المعرفة والمهارات الاجتماعية، أما النشاط التجاري يكون فيه تكوين ثروة اقتصادية (Martin & Osberg, 2007).

✓ **الابتكار:** النشاط المقاولاتي لا بد أن يقدم شيء جديد، لم يكن موجود من قبل، أو يكون على الأقل مقدما بطريقة جديدة، تختلف عما كان سائدا أو شائعا لتقديم خدمة (Weerawardena & Mort, 2006).

✓ **التغيير البيئي:** تتسم أنشطة المقاولاتية الاجتماعية بأنها تحقق تغييراً اجتماعياً وبيئياً مقصود في الواقع الحالي، من خلال ابتكار حلول مناسبة للتعامل معه، ويجب ان يكون لهذا التغيير تأثير ملموس على فئة أو فئات المجتمع، يساعد هذا التغيير في تحسين ظروف حياتهم المعيشية، وتغيير اتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية بما يحقق لهم مردود ايجابياً (Rantanen & Toikko, 2013)

✓ **الأثر الاجتماعي الإيجابي:** تتطلب المقاولاتية الاجتماعية إحداث أثر اجتماعي ملموس على المجتمعات، ويمكن تقييم هذا الأثر من خلال مقارنة حالة المجتمع قبل وبعد ظهور الحلول المبدعة لمشكلاته الصعبة. ويمكن قياس هذا الأثر على الدولة والمجتمع وفقاً للمستويات التالية (علي، 2021):

- **المدى القصير:** تحقيق تغيرات ملحوظة في اقتصاد المجتمع، مثل خلق فرص عمل، توليد القيمة والناتج، زيادة الادخار عن الإنفاق العام، أي ترشيد الإنفاق العام.
- **المدى المتوسط:** يقاس نجاح المقاولاتية الاجتماعية بقدرتها على زيادة الإنتاجية، وقيام مشروعات تنموية، وتظهر قيمتها في كونها نموذجاً يمكن أن يساهم في رفاهية الناس، وتحسين ظروفهم المعيشية.
- **المدى الطويل:** تُقاس المقاولاتية الاجتماعية من خلال قدرتها على إنشاء واستغلال رأس المال الاجتماعي، ومن خلالها تتحقق المساهمة الأكثر أهمية.

- أهمية المقاولاتية الاجتماعية:

اكتسبت المقاولاتية الاجتماعية في السنوات الأخيرة شهرة ومكانة متميزة في المشهد العالمي، تعد هذه الظاهرة إعادة ترتيب للطريقة التي نفكر بها حول القيمة الاجتماعية، ولقد التقط "بيتر دروكر" عملية خلق القيمة الاجتماعية، بقوله أن المقاولاتية الاجتماعية تغير قدرة الأداء بالمجتمع، بمعنى أن تأثير المقاولاتية الاجتماعية يتجاوز بكثير مجالات اهتمام المقاولون الاجتماعيون مثل التعليم، البيئة، وقضايا المرأة، وذلك بتمكين المجتمعات لتحسين أداؤها الشامل (مُجد، 2018، p. 1316).

تعتبر المقاولاتية الاجتماعية مدخل حديث يتسم بكفاءته في صناعة التغيير الاجتماعي، حيث يقوم بمساعدة تشكيل أفعال العملاء، وخلق القيمة الاجتماعية التي تعزز التنمية المستدامة، وذلك من خلال تطوير نماذج ابتكارية للمشاريع الاجتماعية التي تساعد في إيجاد حلول لمشكلات المجتمع في القرن الواحد والعشرين (Păunescu, Drăgan, Cantaragiu, & Filculescu, 2013).

تعد القيمة الاجتماعية والتغيير الاجتماعي هما المحور الأساسي لعمل أي مؤسسة اجتماعية؛ إذ يصبح الربح النقدي مجرد أداة تساعد المقاولين الاجتماعيين على تحقيق أهداف تركز على الأفراد بدون أدنى شك، فإن المقاولاتية الاجتماعية تتعدى مجرد نشاط اقتصادي، بل تقدم حلولاً إيجابية للمجتمع، بالإضافة الى ذلك تساهم في تغيير العالم في الوقت المناسب (Thiebaut, 2021). تتمثل الأهمية النظرية والعملية لتطوير وتطبيق المقاولاتية الاجتماعية في الحفاظ على التنمية الاجتماعية وتعزيز رفاهية الانسان في بيئات سريعة التغير، علاوة على ذلك أنها تؤدي الى انشاء مشاريع اجتماعية جديدة والابتكار المستمر في المشاريع القائمة من أجل خلق القيمة الاجتماعية المستدامة (Jiao, 2011).

تلعب المقاولاتية الاجتماعية دوراً هاماً في تلبية احتياجات المجتمع، حيث لا يمكن تجاهل المنتجات المستدامة بيئياً والمعتمدة على الأخلاق، حيث بدأت هذه الاحتياجات في الزيادة نتيجة الوعي الحقيقي بأهمية خلق القيمة الاجتماعية (Thiebaut, 2021) باختصار، يحظى المشروع الاجتماعي بأولوية كبيرة في القطاع التجاري، طالما هناك حاجة يجب تلبيتها وعمل تجاري قابل لتطوير. التواصل الاجتماعي له أهمية كبيرة في بناء العلاقات بين الأفراد في الشبكات الاقتصادية والاجتماعية على عكس القطاع التجاري، بالإضافة الى ذلك يساهم في تسير التبادلات والتعاون بين الأفراد والمؤسسات، حيث أن الدعم العاطفي المقدم للأشخاص المحتاجين والمقاولين يعتبر جزء من هذه العلاقات، علاوة على ذلك يمكن أن تكون مشاركة المعلومات والموارد بين المجتمعات مفيدة للمجموعات الاجتماعية المماثلة في أجزاء مختلفة من العالم (Grassl, 2012).

تكمن أهمية المقاولاتية الاجتماعية في أن المجتمع في الظرف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بحاجة ملحة إلى نهج واع ومسؤول لحل المشكلات الاجتماعية، يتم تحقيق ذلك من خلال الاستفادة من الكيانات التجارية وتعزيز الوعي اتجاه الفئات الاجتماعية الضعيفة والمجتمعات (Voronkova et al., 2019, p. 1048).

ويمكن للباحث، ان يستخلص أهمية المفاولاتية الاجتماعية من خلال ما سبق ذكره أعلاه، كونها تسعى إلى حل مشكلات اجتماعية بأساليب مبتكرة وحلول مستدامة، وتعمل على إحداث تغيير اجتماعي وأثر اجتماعي، علاوة على ذلك تجمع بين خلق القيمة الاجتماعية والاقتصادية معا، من خلال مشروعات تعمل على توفير وتطوير فرص العمل، بالإضافة إلى ذلك تحقق أثر اجتماعي، والتقليل من حدة الفقر خاصة الفئات المحرومة والمهمشة، وتقديم فرص التعليم والتدريب.

II - الطريقة والأدوات:

1.2 فرضيات الدراسة: انطلاقاً من التساؤلات إشكالية البحث التي تم استعراضها، قام الباحث بصياغة الفرضيات كالتالي:

- ليس للطلاب الجامعي أي إدراك معرفي عن المفاولة الاجتماعية.
- ليس هناك وعي بأهداف المفاولة الاجتماعية لدى الطالب الجامعي.
- لا يوجد توجه مستقبلي نحو المفاولة الاجتماعية لدى الطالب الجامعي
- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05% في إجابات افراد العينة على بنود كافة المحاور تعزى لمتغير الجنس

2.2 المنهج الدراسة:

إن اختيار المنهج المناسب يتطلب من الباحث فهم عميق لموضوعه، حتى يستطيع أن يختار المنهج المناسب، وبما أن هذه الدراسة تهدف الى الوصف، كان المنهج الوصفي باعتباره أسلوباً منتظماً لدراسة الحقائق كما هي في الواقع، بغرض اكتشاف حقائق جديدة، وآثارها، والعلاقات المتصلة بها، وكشف الجوانب المتحركة فيها (سلاطينة، الجيلاني، 2012، ص 133).

3.2 المجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في طلبة قسم علم الاجتماع بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي، الذي يضم 1384 طالب وطالبة يتوزعون على مجموعة من السنوات الدراسية في التدرج (أولى-ثانية-ثالثة ليسانس) وأولى وثانية ماستر في الاختصاصات (علم اجتماع التنظيم والعمل-علم اجتماع التربية-وعلم اجتماع الاتصال).

4.2 عينة الدراسة

نظراً لأكبر حجم المجتمع محل الدراسة وتعدد الطلبة والاختصاصات، إضافة الى قصر جهد الباحث وضيق الوقت لتغطية المجتمع ككل واستحالة الحضور الكلي لمجتمع الدراسة، وطبيعة الموضوع رأى الباحث استخدام أسلوب العينات أين اعتمد على العينة العرضية التي تدخل ضمن العينات الاحتمالية التي لا تعطي نفس الحظ لكافة عناصر المجتمع، حيث يختار الباحث مفرداتها عرضياً (سرحان، 2017، ص 185). وتعتمد على اختيار الأفراد الذين يتواجدون بالصدفة في مكان ما مثل السينما، الشارع ، ملعب كرة القدم في وقت معين، وذلك من أجل استطلاع آرائهم حول موضوع معين مثل ارتفاع الأسعار وجودة التعليم في المدارس مقارنة بالمدارس الحكومية أو ممارسة الرياضة، غير أن هذا الأسلوب من العينات ينطوي على مخاطر كثيرة وخاصة فيما يتعلق بتعميم النتائج والقيمة العلمية للبيانات التي تم جمعها، ويمكن استخدام العينة العرضية الأهداف محددة مثل مدى وضوح أسئلة استبيان البحث أو الحصول على فكرة عامة عن خصائص الجمهور الذي يحضر أفلام سينمائية معينة (سرحان، 2017، ص 185). حيث تم اختيار العينة العرضية من طلبة القسم محل الدراسة تقدر ب 41 طالب وطالبة على أساس الصدفة،

5.2 الإطار المكاني والزمني للدراسة

1.5.2 الإطار المكاني: أجرى الباحث الدراسة الميدانية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وبالضبط بقسم علم الاجتماع

كما هو موضح في عنوان المقال

2.5.2 الإطار الزمني: دامت الدراسة الميدانية 20 أبريل 2024 إلى 25 أبريل 2024.

3.5.2 الإطار البشري: يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة قسم علم الاجتماع في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

بجامعة الوادي.

6.2 أداة الدراسة وطريقة إعدادها للتحليل

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على الاستمارة كأداة رئيسية للوقوف على الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، حيث أعدت اعتمادا على دراسات سابقة قريبة من الموضوع، فشملت ثلاثة محاور بالإضافة الى البيانات الشخصية حيث تضمنت 33 سؤالاً موزعة كالتالي:

المحور الاول مجموعة من الاسئلة تقدر ب: 11 سؤالاً بينما تضمن المحور الثاني: 09 اسئلة ليبقى 13 سؤالاً للمحور الثالث.

اعداد الاستمارة لعملية التحليل الاحصائي وفق spss

تم اعداد الاستمارة للتحليل الاحصائي وفق نظام spss الاحصائي الذي يأخذ 05 درجات وفق الخطوات التالية:

- أعطي لكل بند من بنود الاستمارة وزناً مدرجاً وفق لسلم ليكرت الخماسي حيث يأخذ الاتجاه موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، غير موافق (2 درجات)، غير موافق بشدة (1 درجة واحدة)
- ولتحديد مساحة المقياس كالتالي:

للرقم 1 اقل من (20%)

للرقم 2 اقل من (40%)

للرقم 3 اقل من (60%)

للرقم 4 أقل من (80%)

للرقم 5 أقل من (100%)

- تحديد خلايا المقياس بعد حساب المدى الذي يساوي $5-1=4$ وقسمة النتيجة على أكبر قيمة يعني $5/4=0.8$ ومن ثمة إضافتها للرقم 1 نتحصل على خلايا المقياس (أنظر الجدول رقم 01 قائمة الملاحق) (العمر، 2004، ص126):

7.2 الطرق الإحصائية المستخدمة: اقتصرت الدراسة على إظهار:

- التكرارات والنسب المئوية لكل متغير من المتغيرات الأولية لعينة الدراسة على اعتبار الجنس متغير مستقل تعزى له فروقات الدلالة الإحصائية لمتوسطات اتجاهات الاساتذة نحو الاجابة عن بنود الاستمارة.
- لاختبار الفرضيات والوقوف على الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي تم حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل بند من بنود الاستمارة وحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل محور.
- حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للاستمارة كاملة
- لمعرفة وجود فروقات ذات الدلالة الإحصائية في متوسط اجابات الطلبة عن بنود الاستمارة التي تعزى لمتغير الجنس تم حساب معامل التباين الأحادي وان واين انوف one way anova لكل محور وللاستمارة كاملة (بوراس، 2019).

8.2 عرض البيانات الأولية لعينة الدراسة

- الجدول رقم (02): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

يتضح من خلال الجدول رقم 02 أن عدد الإناث يقدر بـ 26 فرد، وهو ما يمثل نسبة تقدر بـ 63.4% من المجموع الكلي وتعد النسبة الأكبر في العينة، بينما بلغ عدد الذكور 15 طالبا بنسبة مئوية قدرت بـ 36.6%، وبذلك تكون نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور لدى طلبة قسم علم الاجتماع، ولعل مرد هذه النتيجة إلى نتائج البكالوريا في السنوات السابقة التي كان للإناث حظ كبير فيها خاصة في الشعب الأدبية، وميل الإناث نحو الاختصاصات الأدبية التي في نظرهم توفر مناصب عمل مستقبلية أكثر من الاختصاصات الأخرى. (أنظر قائمة الملاحق)

- الجدول رقم (03): توزيع عينة الدراسة حسب العمر

يتبين من خلال الجدول رقم 03 توزيع أعمار عينة الدراسة، حيث كانت الفئة العمرية (من سنة 18 إلى سنة 23) هي الفئة المتوالية الأكثر تكرارا الذي قدر بـ: 29 و هو ما يقابل نسبة (70.7%)، ثم يكون فارقا كبيرا بين الفئات في تكرارها حيث تنخفض إلى 5 و 3 و 2 على التوالي لتعتمد فئة الكهول، ولعل هذه الأرقام تعطي صورة واقعية لأعمار الطلبة الجامعيين، و تفسير القيم الأخرى التي تخرج عن الفئة المتوالية ربما نرجعه إلى تحصل بعض الطلبة على شهادة البكالوريا و التحاقهم بالجامعة مؤخرا إضافة إلى سياسة الدولة و وزارة التعليم العالي في السنوات الأخيرة التي تقرر فيها ادماج كبار السن و خرجي النظام الكلاسيكي و قبول ما يسمى الشهادة الثانية (دوزيام ديبلوم)

- الجدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى

يلاحظ من خلال الجدول رقم 04 الخاص بتوزيع عينة حسب المستوى الدراسي، ان مجموعة الطلبة المتدربين سنة ثالثة ليسانس كان عددهم 23 طالبا و طالبة بنسبة 56.1% من المجموع، ثم يليها (ثانية ليسانس) بنسبة قدرت بـ 17.1%، ثم يليهم أولى ماستر بنسبة 14.6%، بينما بلغت نسبة أولى ليسانس بـ 9.8%، وتأتي في الأخير ثانية ماستر بنسبة 2.4%، وربما ارجاع هذه النتيجة مرتبط بزمَن توزيع الاستمارة و الجدول الزمني للدراسة في القاعات الموجودة في الكلية، وربما يرجع هذه النتائج إلى الرحمة التي استحدثت مقاييس عن بعد وإلى تعديل قانون الاقصاء من المواد التدريسية الأمر الذي ساهم في عزوف الطالب الجامعي عن الحضور الواقعي .

- الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب صفة طالب العامل

يتبين من الجدول رقم (05) أن العدد الأكبر من المبحوثين كانوا طلبة لا يمارسون أي نشاط إلا الدراسة، حيث بلغ عددهم 36 طالب ونسبة تقدر بـ 87% وهي أكبر نسبة في عينة الدراسة، بينما نلاحظ فئة الطلبة العاملة كانت أقل بكثير، فبلغ عددهم 05 طلبة فقط و قدرت نسبتهم بـ 12.2% من حجم العينة، ولعل هذه النتائج تنطبق مع نتائج الجدول رقم 2 والجدول رقم 1، وهي إجابة منطقية لفئة عمرية شابة تعتبر الجامعة أول مراحل بناء المستقبل المهني.

ومن هنا يتبين لنا أن أغلب الطلبة هم الطلبة الغير العاملة، أما فئة الطلبة العاملة فهي قليلة جدا، ويرجع سبب تغلب فئة الطلبة الغير العاملة على فئة طلبة العاملة في قسم علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الوادي قد يكون عامل كثافة المواد الدراسية وعدم قدرة الموازنة بين العمل والدراسة سبب رئيسي وتستلزم الحضور بالإضافة إلى ذلك صعوبة التوفيق بين مسؤولية عملهم والالتزام الحضور في الجامعة، أم نسبة الطالبة العاملة التي قدرت بنسبة 12.2% في قسم علم الاجتماع، يمكن ارجاعه بشغفهم وحبهم لهذا التخصص.

- **الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة نشاط الطلبة العاملين**
يبين الجدول رقم 06 ان النشاط المهني للطلبة العاملين من العينة المدروسة يتوزع بين التعليم والإدارة وهي نتيجة متقاربة ومنطقية يمكن رد طبيعة العمل الى الفرص التي يتيحها هذين النشاطين امام الطالب لمزاولة الدراسة، إضافة الى قانون الوظيف العمومي الذي يمنح فرص التعلم من خلال تخصص ساعات مدفوعة الاجر.
- **صدق وثبات الأداة:** لمعرفة صدق وثبات أداة البحث اتبع الباحث الخطوات التالية:
 - لمعرفة الصدق الخارجي للاستمارة تم عرضها على مجموعة أساتذة علم الاجتماع لتصويبها وتحكيمها، حيث تم الاخذ برأيهم،
 - تم حساب معامل ارتباط بيرسون لكل محور مع الدرجة الكلية للاستمارة لمعرفة الصدق الداخلي فكانت النتيجة موضحة في الجداول التالية:
- **الجدول رقم (07): معاملات الارتباط بيرسون لبنود المحور الأول مع الدرجة الكلية للمحور الخاص بمستوى الادراك المعرفي بالمقاولة الاجتماعية لدى الطالب الجامع**
من خلال الجدول السابق رقم (07) يتبين أن قيمة معامل ارتباط العبارة رقم (07) مع الدرجة الكلية للمحور غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 % فأقل، ويمكن القول درجة الارتباط ضعيفة، لكن معظم قيم معامل ارتباط بيرسون دالة لكافة بنود المحور الأول مع الدرجة الكلية للمحور دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 % فأقل، مما يدل أن المحور الأول المتعلق بمستوى الادراك المعرفي بالمقاولة الاجتماعية لدى الطالب الجامعي من الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي.
- **الجدول رقم (08): معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد الثاني**
من خلال الجدول السابق رقم (08) يتبين أن قيمة معامل ارتباط العبارة رقم (19) مع الدرجة الكلية للمحور غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 % فأقل، ويمكن القول درجة الارتباط ضعيفة، لكن معظم قيم معامل ارتباط بيرسون دالة لكافة بنود المحور الأول مع الدرجة الكلية للمحور دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 % فأقل، مما يدل أن المحور الثاني المتعلق بمستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولة الاجتماعية من الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي.
- **الجدول رقم (09): معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد الثالث**
من خلال الجدول السابق رقم (09) يتبين أن قيمة معامل ارتباط العبارة رقم (21) و(28) مع الدرجة الكلية للمحور غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 % فأقل، ويمكن القول درجة الارتباط ضعيفة، لكن معظم قيم معامل ارتباط بيرسون دالة لكافة بنود المحور الأول مع الدرجة الكلية للمحور دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 % فأقل، مما يدل أن المحور الثالث المتعلق بمستوى التوجه المستقبلي نحو المقاولة الاجتماعية لدى الطالب الجامعي من الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي.
- **الجدول رقم (10): معامل ارتباط بنود المحاور مع كامل الاستمارة**
نلاحظ من الجدول رقم (10) الذي يوضح أن قيم معاملات ارتباط كل محور مع الدرجة الكلية للاستمارة موجب ودال احصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل ما عد المحور الأول دال عند مستوى الدلالة 0.05، مما يدل على أن جميع محاور الاستمارة تتمتع بدرجة عالية من صدق، تبين النتائج المتحصل عليها من خلال الجداول السابقة إلى صحة وثبات عبارات ومحاور أداة الدراسة وصلاحياتها للتحليل، وهذا يؤكد من اتساقها الداخلي.
- **ثبات الاستمارة:** تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ cronbach alpha لمعرفة مستوى ثبات الأداة للتحليل الإحصائي وفق spss فكانت النتائج كالتالي:

- الجدول رقم (11): معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستمارة

من خلال معطيات الجدول رقم 11 يتضح أن قيمة ألفا كرونباخ في كامل المحور الاستمارة تتعدى 0.5 وهي القيمة المقبولة احصائيا لقبول ثبات الاستمارة للتحليل الاحصائي وفق نظام spss.

- الجدول رقم (12): حساب معامل ألفا كرونباخ الكلي لأداة الاستبيان

يوضح الجدول السابق رقم 12 أن قيمة ألفا كرونباخ تساوي (0.69) وهي أكبر من 0.5 مما يدل الاستبيان قابل للتحليل الاحصائي وفق البرنامج المستخدم.

III- النتائج ومناقشتها:

1.3 عرض النتائج على ضوء الفرضيات

1.1.3 عرض نتائج المحور الأول على ضوء الفرضية الأول

- الجدول رقم (13): إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور العبارات الخاصة بمستوى الإدراك المعرفي بالمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

يتضح من خلال الجدول رقم 13 الإجابات الخاصة من قبل المبحوثين حول مستوى الإدراك المعرفي بالمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، حيث كانت أغلب تكرارات الإجابات عند المبحوثين عن بنود المحور الأول تتركز نحو الإجابة (غ موافق بشدة)، إضافة الى قيم المتوسط الحسابي الظاهرة في الجدول و التي تنتمي الى المجال المفتوح من 1 الى 1.8 الذي يقابله إجابة المبحوث ب (غير موافق بشدة) وفي الأخير تظهر النتائج الكلية للمحور ان المتوسط الحسابي بلغ 1.67 من أصل 5 درجات أي بنسبة تقارب 33.4 %، وانحراف معياري منخفض 0.18، ، يدل على أن درجة التجانس في إجابات طلاب قسم العلوم الاجتماعية عالية. متجهة نحو اختار الإجابة (غير وافق بشدة) ، ومن هنا يصل الباحث الى الجابة عن السؤال الفرعي الأول و يؤكد ان الطالب الجامعي تخصص علم الاجتماع ليس لديه أي مستوى ادراكي بالمقاولاتية الاجتماعية، ولعل هذه النتائج ترجع الى حداثة هذا المفهوم على المستوى الاكاديمي على الرغم من ممارسته في الواقع الاجتماعي، إضافة الى غياب المقاييس التدريسية التي تهتم بالمقاولاتية الاجتماعية في المقررات الوزارية للتكوين ، هذا و يمكن ان نرجع هذه النتائج الى قصر نظرة الطالب لمثل هاته المشاريع و تسويقها على انها اعمال تطوعية فقط.

- الجدول رقم (14) يوضح مقياس وان واي أنوفا (ANOVA) للتباين الأحادي للمحور الأول الخاص بمستوى الإدراك المعرفي بالمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي.

تشير نتائج الجدول رقم 14 إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين حول المحور الأول، حيث كانت قيمة P تقدر بـ 0.766 أي بنسبة 76.6% حيث كانت أكبر من مستوى المعنوية 0.05 في جميع فقرات المحور، ويمكن القول في هذه الحالة نقبل الفرضية الصفرية القائلة ليس للطلاب الجامعي أي إدراك معرفي عن المقاولاتية الاجتماعية.

2.3 عرض نتائج المحور الثاني على ضوء الفرضية الثانية

- الجدول رقم (15) إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور العبارات الخاصة بمستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية

يتبين من خلال الجدول رقم (15) الإجابات الخاصة من قبل المبحوثين حول مستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية ، حيث كانت أغلب تكرارات الإجابات عند المبحوثين عن بنود المحور الثاني تتركز نحو الإجابة (غ موافق)، إضافة الى قيم المتوسط الحسابي الظاهرة في الجدول و التي تنتمي الى المجال المفتوح من 1.8 الى 2.6 الذي يقابله إجابة المبحوث ب (غير موافق)

و في الأخير تظهر النتائج الكلية للمحور ان المتوسط الحسابي بلغ 2.29 من أصل 5 درجات أي بنسبة تقارب 45.8 %، وانحراف معياري منخفض 0.28، يدل على أن درجة التجانس في إجابات طلاب قسم العلوم الاجتماعية عالية. متجهة نحو اختار الإجابة (غير موافق) ، ومن هنا يصل الباحث الى الجابة عن السؤال الفرعي الثاني و يؤكد ان الطالب الجامعي تخصص علم الاجتماع ليس لديه أي مستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية ، ولعل هذه النتائج ترجع الى حداثة هذا المفهوم على المستوى الأكاديمي على الرغم من ممارسته في الواقع الاجتماعي، وقد يرجع أيضا إلى المفهوم الخاطئ للمصطلح، إضافة الى غياب المقاييس التدريسية التي تهتم بالمقولة الاجتماعية في المقررات الوزارية للتكوين ، هذا و يمكن ان نرجع هذه النتائج الى قصر نظرة الطالب لمثل هاته المشاريع و تسويقها على انها اعمال تطوعية فقط، وهذا ماكدته دراسة باري جاي تيشلر (Tishler, 2018) حيث تتفق نتائجها مع الدراسة الحالية، على رغم من التوافق في النتائج قد توجد هناك بعض الاختلافات في النتائج بين الدراسة الحالية ودراستين السابقتين وقد يكون ذلك بسبب الاختلاف في الإطار المكاني وزماني.

- الجدول رقم (16) يوضح مقياس وان واي أنوفا (ANOVA) للتباين الأحادي للمحور الثاني الخاص بمستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية

تظهر نتائج الجدول رقم (16) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات الباحثين حول المحور الثاني، ترد لمتغير الجنس، حيث كانت قيمة P تساوي 0.108 أي بنسبة 10.8 % والتي كانت أكبر من قيمة المستوى المعنوية 0.05 في جميع فقرات المحور، وبذلك نقبل الفرضية الصفرية القائلة ليس هناك وعي بأهداف المقولة الاجتماعية لدى الطالب الجامعي.

3.3 عرض نتائج المحور الأول والثاني: الصورة الذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

- الجدول رقم (17) إجابات أفراد عينة الدراسة حول محورين (1 و 2) الخاصة بمستوى الادراك المعرفي بالمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي ومستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية.

تشير نتائج الجدول رقم (17) الخاص بالمحور الأول والثاني، حيث يكشف عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 و 0.01 فأقل، بين تكرارات استجابات الباحثين، حيث بلغ متوسط توفره 1.98 من أصل 5 درجات، أي ما يقارب 39.6 % من الدرجة القصوى للمقياس، وهو ما يقابل اتجاه المبحوث نحو اختيار (غير موافق)، حيث تتركز معظم الإجابات حول هذا الاختيار لان قيمة الانحراف المعياري منخفضة وقدرت بـ 0.127، مما يدل على درجة التجانس مرتفعة في إجابات الباحثين، كما تبين من خلال الجدول أن هناك اتزان في الإجابات بين المحورين الأول والثاني، واتجهت إجابات الباحثين نحو غير موافق، حيث كانت قيمة p دالة احصائيا عند 0.05 في المحور الأول، أما فيما يخص المحور الثاني دالة احصائيا عند 0.01 و 0.05، أما نتائج المحورين معا غير دالة إحصائيا.

من خلال الجدول نستنتج أنه لا يوجد إدراك معرفي وعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الاجتماعية، ويمكن إرجاعه تركيز المناهج التعليمية في الجامعة حول المقاولاتية تجارية واهمال الجوانب الاجتماعية والبيئية، وقد يكون هناك نقص في حملات التوعية في مجال المقاولاتية الاجتماعية.

- الجدول رقم (18) يوضح مقياس وان واي أنوفا (ANOVA) للتباين الأحادي للمحور الأول والثاني.

تشير نتائج الجدول رقم (18) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات الباحثين حول المحورين (1.2) ترد لمتغير الجنس، وكانت قيمة مستوى الدلالة (sig) تساوي 0.111، بما أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05 % في هذه الحالة نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات في المحور الأول والثاني.

4.3 عرض نتائج المحور الثالث على ضوء الفرضية الثالثة:

- الجدول رقم (19) إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور عبارات الخاصة بمستوى التوجه المستقبلي نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى طالب الجامعي.

يتضح من خلال الجدول رقم (19) الإجابات الخاصة من قبل الباحثين حول مستوى التوجه المستقبلي نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى طالب الجامعي ، حيث كانت أغلب تكرارات الإجابات عند الباحثين عن بنود المحور الثالث تتركز نحو الإجابة (غ موافق)، إضافة الى قيم المتوسط الحسابي الظاهرة في الجدول و التي تنتمي الى المجال المفتوح من 1.8 الى 2.6 الذي يقابله إجابة الباحث بـ (غير موافق) وفي الأخير تظهر النتائج الكلية للمحور ان المتوسط الحسابي بلغ 2.17 من أصل 5 درجات أي بنسبة تقارب 43.4 %، وانحراف معياري منخفض 0.30، يدل على أن درجة التجانس في إجابات طلاب قسم العلوم الاجتماعية عالية. متجهة نحو اختار الإجابة (غير موافق)، ومن هنا يصل الباحث الى الإجابة عن السؤال الفرعي الثالث و يؤكد ان الطالب الجامعي تخصص علم الاجتماع ليس لديه أي توجهات مستقبلية نحو المقاولاتية الاجتماعية ، ولعل هذه النتائج ترجع الى حداثة هذا المفهوم على المستوى الأكاديمي على الرغم من ممارسته في الواقع الاجتماعي، إضافة الى غياب المقاييس التدريسية التي تهتم بالمقاولاتية الاجتماعية في المقررات الوزارية للتكوين، هذا و يمكن ان نرجع هذه النتائج الى قصر نظرة الطالب لمثل هاته المشاريع و تسويقها على انها اعمال تطوعية فقط، وهذا ماكدته دراسة (جابر عباس محمد، 2017) التي وصلت إلى عدم وجود وعي لدى رواد الأعمال الاجتماعيين بمدينة أسون بمفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية.

- **الجدول رقم (20)** يوضح مقياس وان واي أنوفا (ANOVA) للتباين الأحادي للمحور الثالث الخاص بمستوى التوجه المستقبلي نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى طالب الجامعي

تبين نتائج الجدول رقم (20) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات الباحثين حول المحور الثالث، وكانت قيمة (sig)p التي قدرت حوالي 0.493 أي بنسبة 49.3 % وتعتبر أكبر من مستوى المعنوية 0.05 أي بنسبة 5% في جميع فقرات المحور، وبذلك نقبل الفرضية الصفرية أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في إجابات الباحثين حول مستوى التوجه المستقبلي نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى طالب الجامعي، وهنا نسجل اتفاق ملحوظ في الإجابات على هذا المحور.

IV- الخلاصة

خلصت الدراسة إلى بعض النتائج التي يتم من خلالها تقديم اقتراحات يمكن أن تزيد من وعي وإدراك معرفي لدى طلاب قسم العلوم الاجتماعية بالمقاولاتية الاجتماعية في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

1.5 . نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

توصلت الدراسة من خلال اختبار الفرضيات إلى العديد من النتائج أهمها:

- أفصحت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية عن عدم وجود أو تكون صورة ذهنية للمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الاجتماعية.
- أظهرت نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى أن طلبة قسم العلوم الاجتماعية ليس لديهم أي إدراك معرفي بالمقاولاتية الاجتماعية
- أكدت نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية على عدم وجود وعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية لدى طلاب قسم العلوم الاجتماعية
- كشفت نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة أنه ليس هناك توجه مستقبلي نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى طلاب قسم العلوم الاجتماعية.

2.5 . توصيات الباحث

إن نتائج هذه التي أثبتت الفرضيات الصفرية دفعت الباحث إلى التفكير في بعث الفكر المقاولاتي الاجتماعي بنا صورة ذهنية لمثل هذا النوع من الأنشطة أو تنظيم السوسيو اقتصادي وتعزيزه وتوجيهه للخدمة التنموية الشاملة من خلال جملة من الاقتراحات: ضرورة تنظيم حملات توعية من خلال المنتديات وطنية وندوات علمية.

- ضرورة إدراج المقاولاتية الاجتماعية في المناهج التعليمية.
- محاولة استدعاء مقاولين اجتماعيين ناجحين للإلقاء محاضرات ومشاركة تجاربهم مع الطلاب.
- ضرورة دعم الأبحاث العلمية التي تركز على المقاولاتية الاجتماعية.

- ضرورة مشاركة طلاب في ملتقيات دولية حول المقاولاتية الاجتماعية.
- بناء توجهات مستقبلية نحو مشاريع المقاولاتية الاجتماعية
- ادماج مشاريع المقاولاتية الاجتماعية ضمن المشاريع الصغيرة والمؤسسات الناشئة في سياسة الدولة

- الإحالات والمراجع:

1. أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، ووفاء بنت ناصر المبيريك. (2019). ريادة الأعمال (المجلد 1). الرياض، المملكة العربية السعودية: العبيكان.
2. أمل خيري أمين. (2019). تجارب في الريادة الاجتماعية - فنون الإبداع المجتمعي - (الإصدار 2). مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية جامعة أكاي.
3. بلقاسم سلاطين، وحسان الجيلاني. (2012). المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية. بسكرة، الجزائر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
4. موسى باقر. (2014). الصورة الذهنية في العلاقات العامة (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
5. محمد جابر عباس محمد. (2017). ريادة الأعمال الاجتماعية كأحد الآليات المبتكرة لتحقيق التنمية المستدامة بالمجتمعات المحلية: دراسة مطبقة على رواد الأعمال الاجتماعية بمدينة أسوان. مجلة الخدمة الاجتماعية، 6(57)، الصفحات 339-384.
6. بدران العمر. (2004). تحليل بيانات البحث العلمي من خلال برنامج SPSS. الرياض، السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
7. شوشة حرز الله. (2020). الصورة الذهنية للمؤسسة - قراءة مفاهيمية نظرية. - المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، 5(2)، الصفحات 581-606.
8. باسم سرحان. (2017). طرائق البحث الاجتماعي الكمية (الإصدار 1). بيروت، لبنان: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
9. فيصل بوراس. (2019). وسائل الاتصال الجماهيري ودورها في إحداث التغير الثقافي في المجتمع في عصر العولمة - أطروحة دكتوراه. - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
1. Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: definition and boundaries. *Technology innovation management review*, 2.(2)
2. Akar, H., & Dogan, Y. B. (2018). The Role of Personal Values in Social Entrepreneurship. *Universal Journal of Educational Research*. 90-83, (1)6, doi: 10.13189/ujer.2018.060107
3. Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral science*, 40(3), 260-282. doi: 10.1177/0021886304266847
4. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22 .
5. Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: What everyone needs to know®*. Oxford University Press.
6. Borza, A., Nistor, R., Mitra, C., & Bordean, O. (2009). Social enterprise and competitiveness. *Management & Marketing*, 4(3), PP.19-34 .
7. Braunerhjelm, P., & Stuart Hamilton, U. (2012). *Social entrepreneurship-a survey of current research*. Paper presented at the Swedish Entrepreneurship Forum Working Papers.
8. Brock, D. D., & Steiner, S. (2009). Social entrepreneurship education: is it achieving the desired aims? *Available at SSRN 1344419* .
9. Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization science*, 22(5), 1203-1213 .
10. Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of management perspectives*, 24(3), 37-57 .
11. Grassl, W. (2012). Business models of social enterprise: A design approach to hybridity. *ACRN Journal of entrepreneurship Perspectives*, 1(1), 37-60 .
12. Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal*, 7(2), 130-149 .
13. Joos, K., & Leaman, M. (2014). Teaching social entrepreneurship. *Annals of entrepreneurship education and pedagogy*, 152-176 .
14. Lasisi, J. (2023). Nexus between social entrepreneurship and sustainable development goals. *Journal of Business and Economic Analysis*, 05. doi: 10.1142/S2737566823500019

15. Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition: Stanford social innovation review Stanford.
16. Omrane, A. (2013). Social Entrepreneurship and Sustainable Development: The Role of Business Models. *SSRN Electronic Journal*. doi: 10.2139/ssrn.2232438
17. Păunescu, C., Drăgan, D., Cantaragiu, R., & Filculescu, A. (2013). Towards a conceptualization of social entrepreneurship in higher education. *The International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*(10-(Dec)), 51-69 .
18. Rantanen, T., & Toikko, T. (2013). Social values, societal entrepreneurship attitudes and entrepreneurial intention of young people in the Finnish welfare state. *Economics and Business Review*, 13(1), 7-25 .
19. Raudsaar, M., & Kaseorg, M. (2013). An exploration of social entrepreneurship in Estonia. *International Journal of Business and Management Studies* .29-19 ,(2)2 ،
20. Sector, O. o. t. T. (2007). Social Enterprise action plan One year on, Social Enterprise Day. Available at: . doi: <https://bit.ly/3uqDiUx>
21. Thiebaut, R. (2021). Building Up the Concept of Responsible Entrepreneurship within the Digital Silk Road (pp. 1-15).
22. Tishler, B. J. (2018). *Exploring knowledge and awareness of social entrepreneurship*. Nova Southeastern University .
23. Volkmann, C., Tokarski, K., & Ernst, K. (2012). Social entrepreneurship and social business. *An Introduction and Discussion with Case Studies*. Gabler. Wiesbaden .
24. Voronkova, O. Y., Nikishkin, V., Frolova, I. I., Matveeva, E., Murzagalina, G., & Kalykova, E. (2019). Importance of the process of teaching the basics of social entrepreneurship for the sustainable development of society. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 1048 .
25. Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), 21-35 .
26. Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N .,Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic entrepreneurship journal*, 2(2), 117-131 .
27. Zerbinati, S., & Souitaris, V. (2005). Entrepreneurship in the public sector: a framework of analysis in European local governments. *Entrepreneurship & regional development*, 17(1), 43-64 .

- ملاحق:

الجدول رقم 02: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس			
النوع	الترميز	تكرار	النسبة المئوية
ذكر	1	15	%36.6
أنثى	2	26	%63.4
المجموع		41	%100
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)			

الجدول رقم (01): طول الخلية لمقياسي الدراسة وفقاً لمقياس Likert	
طول الخلية	
من 1 إلى أقل من 1.8	غير موافق بشدة
من 1.8 إلى أقل من 2.6	غير موافق
من 2.6 إلى أقل من 3.4	محايد
من 3.4 إلى أقل من 4.2	موافق
من 4.2 إلى أقل من 5	موافق بشدة

الجدول رقم 04: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى		
المستوى	تكرار	النسبة المئوية
1 ليسانس	4	%9.8
2 ليسانس	7	%17.1
3 ليسانس	23	%56.1
1 ماستر	6	%14.6
2 ماستر	1	%2.4
المجموع	41	%100
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)		

الجدول رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب العمر		
الفئة	تكرار	النسبة
من سنة 18 إلى سنة 23	29	%70.7
من سنة 24 إلى سنة 29	5	%12.2
من سنة 30 إلى سنة 35	2	%4.9
من سنة 36 إلى سنة 41	3	%7.3
من سنة 42 إلى سنة 47	1	%2.4
من سنة 48 إلى سنة 53	0	%00
من سنة 54 إلى سنة 59	1	%2.4
المجموع	41	%100
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)		

الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة نشاط الطلبة العاملين		
المستوى	تكرار	النسبة المئوية
إدارة	3	%7.3
تعليم	2	%4.9
ليس له وظيفة	36	%87.8
المجموع	41	%100
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)		

الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب صفة طالب العامل		
صفة الطالب	تكرار	النسبة المئوية
طالب غير عامل	36	%87.8
طالب عامل	5	%12.2
المجموع	41	%100
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)		

الجدول رقم (07): معاملات الارتباط بيرسون لبنود المحور الأول مع الدرجة الكلية للمحور الخاص بمستوى الادراك المعرفي بالمقولة الاجتماعية لدى الطالب الجامعي			
رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط
01	0.258**	07	0.029
02	0.095*	08	0.350**
03	0.159**	09	0.388**
04	0.089*	10	0.581**
05	0.339**	11	0.254**
06	0.386**	-	-

**دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.01 فأقل.

*دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.05 فأقل

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

الجدول رقم (08): معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد			
رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط
12	0.698**	17	0.635**
13	0.812**	18	0.465**
14	0.745**	19	0.006
15	0.376**	20	0.591**
16	0.778**	-	-
** دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.01 فأقل.			
* دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.05 فأقل.			
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS).			

الجدول رقم (10): معامل ارتباط بنود المحاور مع كامل الاستمارة		
المحور	عدد العبارات	معامل الارتباط
مستوى الإدراك المعرفي بالمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي.	11	0.79*
مستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي	09	0.309**
مستوى التوجه المستقبلي نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي	13	0.660**
**دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.01 فأقل.		
*دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.05 فأقل		
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS).		

الجدول رقم (09): معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد الثالث			
رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط
21	0.068	28	0.087
22	0.174**	29	0.136**
23	0.397**	30	0.198**
24	0.127**	31	0.471**
25	0.335**	32	0.274**
26	0.124**	33	0.335**
27	0.434**	-	-
**دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.01 فأقل.			
*دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.05 فأقل			
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS).			

الجدول رقم (12): حساب معامل ألفا كرونباخ الكلي لأداة الاستبيان	
قيمة ألفا كرونباخ	عدد الفقرات (العبارات)
0.69	41
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS).	

الجدول رقم (11): معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستمارة			
المحاور	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ	الترتيب
المحور الأول	11	0.66	02
المحور الثاني	09	0.63	03
المحور الثالث	13	0.76	01
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS).			

الجدول رقم (13) إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور العبارات الخاصة بمستوى الادراك المعرفي بالمقاولاتية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي											
الرقم	خيارات الاجابة					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	كا ²	اتجاه المبحوثين	sig	الترتيب
	غ. موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة						
01	تكرار	26	12	3	0	0.63	1.44	19.659 ^a	غ موافق بشدة	0.000	1
	نسبة	63.4	29.3	7.3	0						
02	تكرار	22	17	2	0	0.59	1.51	15.854 ^a	غ موافق بشدة	0.000	2
	نسبة	53.7	41.5	4.9	0						
03	تكرار	21	16	4	0	0.67	1.59	11.171 ^a	غ موافق بشدة	0.04	3
	نسبة	51.2	39	9.8	0						
04	تكرار	19	15	7	0	0.75	1.71	5.463 ^a	غ موافق بشدة	0.065	6
	نسبة	46.3	36.6	17.1	0						
05	تكرار	10	22	9	0	0.68	1.98	7.659 ^a	غ موافق بشدة	0.022	9
	نسبة	24.4	53.7	22	0						
06	تكرار	15	13	13	0	0.83	1.95	0.195 ^a	غ موافق بشدة	0.907	8
	نسبة	36.6	31.7	31.7	0						
07	تكرار	17	16	8	0	0.75	1.78	3.561 ^a	غ موافق بشدة	0.169	7
	نسبة	41.5	39	19.5	0						
08	تكرار	24	9	8	0	0.80	1.61	11.756 ^a	غ موافق بشدة	0.003	4
	نسبة	58.5	22	19.5	0						
09	تكرار	22	14	5	0	0.70	1.59	10.585 ^a	غ موافق بشدة	0.005	3
	نسبة	53.7	34.1	12.2	0						
10	تكرار	22	11	8	0	0.79	1.66	7.951 ^a	غ موافق بشدة	0.019	5
	نسبة	53.7	26.8	19.5	0						
11	تكرار	23	9	9	0	0.82	1.66	9.561 ^a	غ موافق بشدة	0.008	5
	نسبة	56.1	22	22	0						
	المحور رقم 2					0.18	1.67	16.293 ^a	غ موافق بشدة	0.038	
** دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.01 فأقل.											
* دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.05 فأقل.											
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)											
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)											

الجدول رقم (16) يوضح مقياس وإن واي أنوفا (ANOVA) للتباين الأحادي للمحور الثاني الخاص بمستوى وعي الطالب الجامعي بأهداف المقاوالاتية الاجتماعية

مستوى دلالة sig				قيمة F		متوسط المربعات		درجة الحرية DF		مجموع المربعات			
0.766				0.090		0.003		1		0.003		داخل المجموعات	
						0.037		39		1.436		بين المجموعات	
								40		1.44		المجموع	
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)													
بشدة موافق													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													
نسبة													
تكرار													

المحاور	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	كا ²	اتجاه المبحوثين	مستوى دلالة sig
	0.18	1.67	16.293 ^a	غير موافق بشدة	**0.038
	0.28	2.29	33.512 ^b	غير موافق	**0.000
	0.127	1.98	14.829	غير موافق	0.786

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

الجدول رقم (18) يوضح مقياس وان واي أنوفا (ANOVA) للتيارين الأحادي للمحور الأول والثاني.					
مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى دلالة sig	
0.042	1	0.042	2.665	0.111	داخل المجموعات
0.610	39	0.016			بين المجموعات
0.652	40				المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

الجدول رقم (19) إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور العبارات الخاصة بمستوى التوجه المستقبلي نحو المقاولاتية الاجتماعية لدى طالب الجامعي.											
الرقم	خيارات الاجابة					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	كا ²	اتجاه المبحوثين	sig	الترتيب
	غ. موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة						
21	تكرار	26	0	0	15	0	2.10	2.951 ^a	غ موافق	0.086	2
	نسبة	63.4	0	0	36.6	0					
22	تكرار	25	1	0	15	0	2.12	21.268 ^b	غ موافق	0.000	3
	نسبة	61.0	2.4	0	36.6	0					
23	تكرار	24	1	0	16	0	2.20	19.951 ^b	غ موافق	0.000	4
	نسبة	58.5	2.4	0	39.0	0					
24	تكرار	23	1	0	17	0	2.27	18.927 ^b	غ موافق	0.000	6

						0	41.5	0	2.4	56.1	نسبة	
2	0.086	غ موافق	2.951 ^a	2.10	1.463	0	15	0	0	26	تكرار	25
						0	36.6	0	0	63.4	نسبة	
3	0.160	غ موافق	1.976 ^a	2.17	1.482	0	16	0	0	15	تكرار	26
						0	39.0	0	0	61.0	نسبة	
5	0.274	غ موافق	1.195 ^a	2.24	1.496	0	16	0	0	24	تكرار	27
						0	41.5	0	0	58.5	نسبة	
3	0.160	غ موافق	1.976 ^a	2.17	1.482	0	16	0	0	25	تكرار	28
						0	39	0	1	61.0	نسبة	
3	0.000	غ موافق	21.268 ^b	2.12	1.452	0	15	0	2.4	25	تكرار	29
						0	36.6	0	0	61.0	نسبة	
7	0.876	غ موافق	0.024 ^a	2.46	1.518	0	20	0	0	21	تكرار	30
						0	48.8	0	0	51.2	نسبة	
5	0.274	غ موافق	1.195 ^a	2.24	1.496	0	17	0	0	24	تكرار	31
						0	41.5	0	0	58.5	نسبة	
1	0.019	غ موافق	5.488 ^a	1.95	1.413	0	13	0	0	28	تكرار	32
						0	31.7	0	0	68.3	نسبة	
2	0.086	غ موافق	2.951 ^a	2.10	1.463	0	15	0	0	26	تكرار	33
						0	36.6	0	0	63.4	نسبة	
	0.001	غ موافق	24.049 ^a	2.17	0.30	المحور رقم 03						
** دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.01 فأقل.												
* دال إحصائيا عند مستول الدلالة 0.05 فأقل.												
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)												

الجدول رقم (20) يوضح مقياس وان واي أنوفا (ANOVA) للتباين الأحادي للمحور الثالث الخاص بمستوى التوجه المستقبلي نحو المقاومة الاجتماعية لدى طالب الجامعي					
مستوى دلالة sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية DF	مجموع المربعات	
0.493	0.479	0.047	1	0.047	داخل المجموعات
			39	3.797	بين المجموعات
			40	3.844	المجموع
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)					