

نحو تعليم أكاديمي أفضل في مجال حوكمة الشركات العائلية: دراسة تصورات الطلاب  
لريادة الشركات العائلية.

Received date :23/12/2018

Accepted paper :11/01/2020

عمام ريم

جامعة الأغواط

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

[rimammam@gmail.com](mailto:rimammam@gmail.com)

مخلص

تمثل الشركات العائلية مجموعة الشركات التي ستوظف الطلاب في المستقبل. لهذا التحدي ، استجابت الجامعات من خلال تطوير تعليم ريادة الشركات العائلية وبتزيادة الأبحاث حول هذا الموضوع. فإن ريادة الشركات الأكاديمية للعائلة هي مجرد نقطة انطلاق، ولكن الطبيعة المحددة لروح المبادرة العائلية تجذب المزيد من الباحثين والمدرسين والطلاب. لا تزال ريادة الأعمال العائلية ملتزمة بتخصصات الإقتصاد الأخرى مثل ريادة الأعمال والقيادة. وكان الغرض من هذه الدراسة هو تحليل آراء طلاب الجامعة حول حالة حوكمة الشركات العائلية. شارك (46) طالبا من جامعة الأغواط في الدراسة أثناء الدورة الأساسية لدراسات الأعمال. تم تحليل النتائج باستخدام SPSS.19. وبينت نتائج هذه الدراسة أن الشركات العائلية تفهم من مفهوم الأسرة: الأسرة هي المالك، ينظر إلى الشركات العائلية على أنها شركات صغيرة تستخدم محليا. إن حالة حوكمة الشركات العائلية تحفز الطلاب، لكي يكونوا ملاكا لنشاط تجاري عائلي.

الكلمات المفتاحية: الشركات العائلية ، تعليم ريادة الأعمال، التعليم الأكاديمي

لحوكمة الشركات العائلية

## Abstract

Family businesses represent the group of companies that will employ students in the future. To this challenge, universities have responded by developing family entrepreneurship education and increasing research on this subject. However, the academic entrepreneurship of the family is just a starting point, but the specific nature of the family entrepreneurial spirit attracts more researchers, trainers and students. Family entrepreneurship remains committed to other disciplines such as entrepreneurship and leadership. The purpose of this study was to analyze the views of university students on the status of family business governance. 46 students from Laghouat University participated in the course during the basic course of business studies. The results were analyzed using SPSS.19. The results of this study show that family businesses understand the concept of family: the family is the owner, family businesses are seen as small companies used locally. Entrepreneurship motivates students to be owners of family businesses.

**Keywords:** Family business, Entrepreneurship education, Academic education for family business governance.

## مقدمة

هناك حاجة إلى مزيد من الفهم حول كيفية تعليم مواضيع تنظيم الشركات العائلية. تقليدياً، تم تحليل الأعمال العائلية في سياقات إدارة الأعمال العائلية وملكية الأسرة، فهناك شركات عائلية تمتلك مساهمات عائلية و/ أو إدارة عائلية، يمكن للمساهمين الأسريين أن يكونوا أقوىاء في التأثير على صنع القرار الاستراتيجي للشركة.

وفي الوقت نفسه ، يمكن للشركات ذات إدارة عائلية أن تكون شركات عائلية ، على الرغم من أنها ليست مملوكة لأسرة. يمكن أن يختلف حجم الشركات العائلية من شركات صغيرة محلية إلى شركات وطنية متعددة الأجيال مدرجة في البورصة.

يستند تعليم الشركات العائلية على الموضوعات المهمة لحوكمة الشركات العائلية، تتميز دورات الأعمال العائلية بتأثير البعد الأسري للشركات العائلي، رأس المال العائلي هو مزيج فريد من القيم العائلية والمهارات الاجتماعية والمواقف وطرق التعامل مع المشاكل والتحديات. رأس المال المالي هو مزيج من الأسهم والقيمة المالية، رأس المال النفسي هو هوية وجدان الأجداد، والآباء والأمهات، والجيل القادم يمكن أن يبني في شركة عائلية، تؤثر العلاقات عبر الأجيال على بقاء الشركات العائلية وتحسينها واستمراريتها<sup>1</sup>.

وفقاً (Hoffman et al,2006) رأس المال العائلي هو مزيج من الأبعاد مثل "فنوات المعلومات، ومعايير الأسرة، والسمعة، والثقة الجماعية، والهوية والبنية التحتية

<sup>1</sup> . Moncrief-Stuart &al "Working with families in business: a content validity study of the Aspen Family Business Inventory ", Handbook of research on family business, Edward Elgar, 2006,p 217.

الأخلاقية"<sup>2</sup>. رأس المال العائلي ثقافي بطبيعته: إنه يعكس بشكل فريد قيم الأعمال العائلية والتراث الذي يمكن أن يتغير على المدى الطويل (مثل المعايير العائلية) أو في المدى القصير (السمعة وقنوات المعلومات)، يمكن تحويل رأس المال العائلي في شركة عائلية من خلال التنشئة الاجتماعية وعقود من العمل معاً.

قد يكون لحوكمة الشركات العائلية خصائص (المجالس العائلية، التجمعات العائلية، استشارات الأعمال العائلية) والتي تعتبر نموذجية للشركات العائلية وحدها.

وكما يرى (Le Breton-Miller & Miller, 2006)<sup>3</sup> ، فإن التحكم العائلي يمكن أن يزيد من التخطيط طويل الأجل في الشركات العائلية، و يمكن أن تكون خطط الاستثمار طويلة الأجل وخصائص إدارة الشركات مثل انخفاض تكاليف والرصد جزءاً من استراتيجيات الأعمال العائلية.

بناءً على ما سبق، هناك حاجة إلى مزيد من الفهم بشأن تنظيم المشاريع العائلية. في الوقت نفسه ، هناك حاجة إلى مناقشة حول تعليم حوكمة الشركات العائلية كألية لتفعيلها، لتحليل فهم الطلاب لحوكمة الشركات العائلية ، تتمثل مشكلة الدراسة فيما يلي: **كيف ينظر طلاب**

### الجامعات إلى حوكمة الشركات العائلية؟

#### أهداف الدراسة

✓ تسعى هذه الدراسة إلى توليد المعرفة حول طرق التعلم المتقدمة وممارسات العمل الجيدة في مجال حوكمة الشركات العائلية.

<sup>2</sup> . Nyenze, M & al, " **Influence of Intellectual Asset on Competitive Advantage of Higher Institution of Learning in Kenya** ", The International Journal Of Business & Management, vol05,N°05,2017,p159.

<sup>3</sup> . Zonghui Li& Joshua J. Daspit, "**Understanding Family Firm Innovation Heterogeneity: A Typology of Family Governance and Socioemotional Wealth Intentions**", Journal of Family Business Management, vol 6, N°06,2016,p104.

✓ تبين التحسينات حيث يمكن نقل أساليب التعلم المتقدمة والممارسات العملية من الجامعات الأخرى إلى المنهج الدراسي.

✓ تطوير مناهج حوكمة الشركات العائلية، من أجل رفع مستوى التعليم في مجال الشركات العائلية، وربما يثير اهتمامًا أكبر بين الطلاب.

#### أهمية الدراسة

✓ نقل برامج التعليم والتدريب في مجال حوكمة الشركات العائلية مع مراعاة الاختلافات السياقية ذات الصلة.

✓ الأخذ في الاعتبار خصائص برامج التعليم في مجال تنظيم المشاريع في الجامعات الناجحة من أجل تحسين الوضع في جامعة الأغواط وكذلك في الجامعات الجزائرية الأخرى.

✓ مساعدة العمداء ومديري المناهج الذين يقبلون الأهمية الحاسمة لحوكمة الشركات العائلية كجزء من التعليم إدارة الأعمال.

#### فرضيات الدراسة:

✓ الفرضية 01: (الموقف اتجاه السلوك، نوايا الطلاب لإقامة الشركات

(العائلية)

H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف اتجاه السلوك و نوايا الطلاب لإقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف اتجاه السلوك و نوايا الطلاب لإقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

✓ الفرضية 02: (معايير شخصية، نوايا الطلاب لإقامة الشركات العائلية)

H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير شخصية و نوايا الطلاب لإقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير شخصية و نوايا الطلاب لإقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

✓ الفرضية 03: (السيطرة السلوكية المدركة، نوايا الطلاب لإقامة الشركات

العائلية)

H0: لا توجد علاقة مهمة بين السيطرة السلوكية المدركة و نوايا الطلاب لإقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

H1: توجد علاقة مهمة بين السيطرة السلوكية المدركة و نوايا الطلاب لإقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

المحور الأول: حوكمة الشركات العائلية كسياق للابحاث الاكاديمية

### 1. الشركات العائلية باعتبارها مجالاً للابحاث الأكاديمية

يمكن الافتراض أن الشركات العائلية موجودة منذ آلاف السنين. في أوروبا، وجدت الدراسة لمدة 15 سنة أو نحو ذلك<sup>4</sup>، ظهرت كتب سريعة النمو حول الشركات العائلية في البلدان الغربية منذ عام 1970، أولاً في الولايات المتحدة كان أول منشور في مجال دراسة الشركات العائلية "ما وراء البقاء: دليل لمالك الأعمال وأسرته"، كتبه L. Danco ونشر في عام 1975<sup>5</sup>.

تم نشر أول إصدار خاص في الشركات العائلية في عدد خاص من مجلة Organizational Dynamics في عام 1979<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> . Shelley Farrington & Elmarie Venter, "A historical overview of the study of family business as an evolving field", New Contree, N° 58 ,2009,p59.

<sup>5</sup> . Wendy C. Handler, " The Succession Experience of the Next Generation", *Family Business Review*, vol V, N° 03 , 199 2 ,p284.

<sup>6</sup> . Ernesto J. Poza & al, "Does the Family Business Interaction Factor Represent a Resource or a Cost?", *FAMILY BUSINESS REVIEW*, vol XVII, N° 2, 2004 ,p100.

على الرغم من أن معظم البحوث في مجال حوكمة الشركات العائلية يتم إجراؤها في الولايات المتحدة، إلا أن المعرفة متساوية تمامًا متاحة وموزعة من قبل الباحثين والمنشورات لجميع المهتمين بحوكمة الشركات العائلية.

لم تعد المعرفة النظرية ذات حدود وطنية، ويمكن تثقيف العاملين ذوي المعرفة العالية في أي بلد<sup>7</sup>. يفصل الباحثون أربعة تقاليد بحثية مختلفة تمامًا عن المؤلفات المنشورة حول القضايا التي تهم حوكمة الشركات العائلية إلى حد كبير. هذه التقاليد هي ريادة الأعمال، والأعمال التجارية المدارة من قبل المالك، والشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم والأعمال العائلية.

لإدراك الأعمال يجب الحصول على المهارات التي يحتاج إليها، التعليم هو محرك لا غنى عنه لنمو الأعمال التجارية. في مجتمع المعرفة، أساس المعرفة هو أساس الاقتصاد. المساهمة الأساسية للتعليم في الأعمال التجارية هي قدرته على تحويل أعظم موارد الأعمال - الناس - إلى رأس المال البشري. إن جودة رأس المال البشري هذه تحدد مدى نجاح أي عمل تجاري في الابتكار والمنافسة. في الإسهام الكبير الثاني، يساعد تعليم الأعمال من خلال زيادة تطلعات الناس إلى تحسين الذات. هذا الوعي المتزايد يوسع فرص السوق<sup>8</sup>.

### 1.1. التعليم الأكاديمي في الشركات العائلية

تم تأسيس أول برنامج عمل عائلي في كلية وارتون بجامعة بنسلفانيا عام 1979<sup>9</sup> والآن بعد مرور 39 عامًا، تقدم دراسات حوكمة الشركات العائلية على المستوى الأكاديمي تقريبًا في جميع أنحاء العالم. تقارير Spector (2003) في مجلة Family Business

<sup>7</sup>. Harmon, F, "Business, Five forces that will reshape business – and how to make them work for you", Washington, DC: Kiplinger books, 2001, p14

<sup>8</sup>. Ibid. P04.

<sup>9</sup>. Aithal, Architha & Aithal, "How and Why Wharton Business School Became World Topper – A Case Study on Organizational Quest for Excellence of First US Business School", MPRA Paper, N° 85727, 2018, p04

التي تقدم أكثر من 100 كلية وجامعة الآن برامج ودورات في حوكمة الشركات العائلية. في أوروبا، هناك ما لا يقل عن 8 مدارس أكاديمية تقدم التعليم في مجال الشركات العائلية. عُرضت الشركات العائلية في مجال أكاديمي في البداية تحت فئة علم الاجتماع ثم تحت إدارة الأعمال الصغيرة، والتي لم تسمح بأن تصبح متميزة<sup>10</sup>. في الوقت الحاضر ينمو مقدار الدراسات التجارية العائلية الأكاديمية بسرعة. من المناهج الدراسية في الجامعات قد نرى أن الشركات العائلية لا تزال ملتزمة بقوة ببرامج أخرى مثل الأعمال التجارية الصغيرة والإدارة وريادة الأعمال.

## 2. النظرية المؤسسية لحوكمة الشركات العائلية

ووفقًا لنظرية حوكمة الشركات، فإن المدراء مستعدون للعمل لدى شركة عائلية لأنهم يريدون تعزيز حياتهم المهنية الخاصة بهم<sup>11</sup>. تفهم النظرية المؤسسية حوكمة الشركات كدراسة للتغيرات الهيكلية، والتحديات البيئية، والثقافة التنظيمية بالإضافة إلى تأثير تلك على إدارة الشركات العائلية. تحلل النظرية المؤسسية الدور الذي تلعبه العائلة في حوكمة الشركات وإدارتها. يمكن للعائلة كمؤسسة أن تفسر تحديد الأهداف التجارية العائلية وتحقيق الأهداف<sup>12</sup>. إنشاء شركات عائلية مؤسسية يوجد فرص العمل على المستوى الوطني فضلًا عن الإيرادات الضريبية للمناطق المحلية. بشكل براغماتي يشكل هذا تحديًا لإدارة التعاقب في نقل هذه الشركات العائلية من جيل إلى عائلة أخرى أو جيل غير عائلي من المديرين وأصحاب المصلحة<sup>13</sup>.

<sup>10</sup>. Bird, B & al, "Family Business Research: The Evolution of an Academic Field ", Family Business Review XV, N°04, 2002 , p337

<sup>11</sup>. Zonghui Li& Joshua J. Daspit, **op.cit**,p105.

<sup>12</sup>. Ethel Brundin & Caroline Wigren, "Where the two logics of institutional theory and entrepreneurship merge: Are family businesses caught in the past or stuck in the future? ", SAJEMS NS, vol 16 ,N°06,2013,p453

<sup>13</sup>. Lee, Jim , "Family firm performance: further evidence", Family Business Review, Vol XIX, N° 0 2, p107.



في معظم الشركات العائلية يكون دور المؤسس الأكثر أهمية في التأثير لأن لديه ثقافة الشركة العائلية، يؤثر بمركزية المؤسسة على عمليات الأعمال التجارية العائلية وصنع القرار، يؤثر تقاعد المؤسس وعمر المدير-المالك على ثقافة الأعمال العائلية والتبعية للمؤسس<sup>14</sup>.

### 1.2. تتشابه تحديات التعليم العالي مع الحياة المؤسسية:

يناقش (Robinson, 2001)<sup>15</sup> الجامعات بالادعاء بأن العديد من الخريجين لا يستطيعون التواصل بشكل جيد، ولا يمكنهم العمل في فرق ولا يفكرون بطريقة إبداعية. علاوة على ذلك، يفشل التعليم الأكاديمي في كثير من الأحيان في اكتشاف نقاط القوة لدى الطلاب. وقد وجد (Sanchez & Lerner, 2002) أبعاد رئيسية للمنظمات الجامعية التي تبرز معنى التعليم العالي وما يجب أن تصل إليه<sup>16</sup>:

- ✓ البعد الأول هو الاعتراف بالاستقلالية والدفاع عن التدريس والبحث.
- ✓ البعد الثاني هو تعزيز جودة العمل الأكاديمي عن طريق التقييم الذاتي والتقييم الخارجي والمناقشات والندوات.
- ✓ البعد الثالث هو تعزيز تقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة لدعم أنواع مختلفة من المهام الأكاديمية.
- ✓ البعد الرابع تحتاج الجامعات إلى الاعتراف بالتميز الأكاديمي.

<sup>14</sup> . Lucrezia Songini & al , "The Why and How of Managerialization of Family Businesses: Evidences from Italy ", Small Business / Small Business Magazine, N°01 ,2015,p92

<sup>15</sup> . Robinson, K. , "Out of our minds: Learning to be creative ", In Proceedings of the Family Firm Institute annual conference in London: The challenges facing the 21st century family business, October 10-12, USA, 2001,p01.

<sup>16</sup> . Sanchez-Sosa, & Lerner-Febres, " Academic freedom and social responsibility: the role of university organizations and possible instruments for international monitoring ", Higher Education Policy,N° 15 ,2002 , p385

✓ البعد الخامس نشر العمل الأكاديمي.

### 3. نماذج دور الأسرة

هذا النهج يحفز النقاش حول استخدام نماذج قدوة في تنظيم المشاريع التعليمية وعلم التربية. هناك العديد من العوامل المؤثرة التي تم العثور عليها للتأثير على الوقت الانتقالي الضروري بين التعليم والتطوير الوظيفي، أي النوع الاجتماعي، رأس المال الاجتماعي، المشهد الاقتصادي، صنع القرار الوظيفي، الخلفية التاريخية، شخصية السمات، المواقف والخبرات، نموذج دور الوالدين / الأسرة والاستثمار الحكومي في التعليم وبدء الأعمال<sup>17</sup>.

ووفقاً لنظرية التعلم الاجتماعي (Bandura, 1977)<sup>18</sup>، فإن نماذج القدوة توفر فرصاً لمن حولهم للتعلم من سلوكياتهم وإرشاداتهم وأن الأفراد ينجذبون إلى النماذج التي يعتقدون أنها تساعدهم في اكتساب تعلم جديد للمهام والمهارات<sup>19</sup>، فالمشاريع الإيجابية تعزز نشاط ريادة الأعمال في الآخرين<sup>20</sup>.

العملية ليست مجرد مالية أو قانونية (تخطيط وإدارة الضرائب، ورأس المال الثابت والثروة)، بل أيضاً إدارية (تنظيم هياكل الملكية والإدارة في الشركات العائلية)، والعاطفية (المشاعر والعواطف والثقافة في الشركات العائلية).

<sup>17</sup> . Wilson, F& al, " **Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education** ", Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 31, N° 03,2007, p389.

<sup>18</sup> . منال حسن رمضان، "استراتيجيات التعلم النشط : التعلم النشط، ضبط الذات، التفكير

الإيجابي، الإبداع و الشعور الإبداعي"، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 17.

<sup>19</sup> . Katharina Fellnhofner & Kaisu Puumalainen, "**Can role models boost entrepreneurial attitudes?**", Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management, Vol 21, N° 03, 2017,p275.

<sup>20</sup> . Fornahl & T. Brenner, "**Cooperation, Networks, and Institutions in Regional Innovations Systems** ", Cheltenham: Edward Elgar, 2003,p 40.

يبدو أن التعاقب في مجال حوكمة الشركات العائلية عملية يمكن دراستها في الأطر النظرية للقيم والثقافات والإستراتيجية وتحديد الأهداف وتحقيق الأهداف وقدرات الابتكار والإدارة والعلاقات بين المؤسس وخلفه وإدارة الموارد البشرية وصنع القرار<sup>21</sup>.

### الاحتياجات التعليمية لحوكمة الشركات العائلية

إن تعزيز نية إقامة الشركات العائلية أحد أهداف تعليم ريادة الأعمال، ويمكن ملاحظة ذلك في دورات الجامعة وخاصة على مستوى تخصص إدارة الأعمال حيث تكتسب الاهتمام، في صميم تعليم ريادة الأعمال. تؤثر الجدوى، والرغبة، والمواقف على النية<sup>22</sup> في الشركات العائلية، قد تنشأ نية إقامة الشركات العائلية من التفاعل بين العمل والملكية والإدارة. إن التوجه الريادي ليصبح مدير مالك الشركة العائلة هو جزء لا يتجزأ من العوامل الإقليمية والثقافية. الظروف المحلية، بالإضافة إلى السمات الشخصية والرغبة في اختيار ريادة الأعمال كمهنة في شركة عائلية، لها أيضاً تأثير على التحفيز<sup>23</sup>

### المحور الثاني: منهجية الدراسة

تم تقييم إجابات الطلاب من خلال تحليل الاستبيان الذي يهدف إلى تفسير النتائج. تم جمع الإجابات من دورة مقدمة إلى ريادة الأعمال والعمليات التجارية، تم توزيع استبيان على عينة من 46 طالباً من كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الأغواط.

<sup>21</sup> . Miller, & al, " Lost in time: intergenerational succession, change, and failure in family business ", Journal of Business Venturing, Vol. 18,2003, p 514.

<sup>22</sup> . Krueger & al, "Competing models of entrepreneurial intentions ", Journal of Business Venturing, Vol 15,2000, p423

<sup>23</sup> . Pistrui & al, "Entrepreneurial orientation and family forces in the New Germany: Similarities and differences between East and West German entrepreneurs ", Family Business Review, Vol. XIII, N° 3, 2000 ,p254.

بما أن أفراد العينة لديهم مؤهل أساسي واحد للمشاركة في المسح الذاتي. يجب أن يكون العضو عينة في الجامعة وأن يكون لديه معرفة كافية بالشركات. الهدف الرئيسي من جمع البيانات النموذجية هو طلاب إدارة الأعمال. تستند خيارات هؤلاء الطلاب على برنامج تعليم ريادة الأعمال.

### 1. تطوير الاستبيان

لقد تم تطوير الاستبيان في عدة خطوات. كنقطة انطلاق تمت مراجعة الأدبيات لتحديد المقاييس التي تم استخدامها في الدراسات السابقة. كانت البنى الرئيسية لنظرية السلوك المخطط ونوايا تنظيم المشاريع موضوع دراسات سابقة في مقالة Linan & Chen, (2009)<sup>24</sup>، طور المؤلفان مقياسًا لاختبار نوايا ريادة الأعمال. من خلال استخدام نظرية السلوك المخطط.

وبالتالي، تم اعتبار الاستبيان ذات صلة بأسئلة البحث وتكيف مع السياق المحدد لهذه الدراسة.

### 2. صدق الأداة وثباتها

ولغايات التأكد من صدق الأداة الظاهري والصدق المنطقي تم عرضها على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص والمتخصصين في مجال الدراسة لمعرفة آرائهم وملاحظاتهم حول مدى صلاحية المحتوى والفقرات وملائمتها لمحاور وبيئة الدراسة، وفي ضوء ملاحظاتهم التي حصلت 89% تم اعتماد الإستبانة بفقراتها ومحاورها بعد إجراء تعديل طفيف على بعض

<sup>24</sup> . Francisco Liñán & Yi-Wen Chen , "Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions ", Entrepreneurship Theory and Practice, vol 33,N°03,2009,p600.

الصياغات اللغوية، ولمعرفة ثبات الأداة واتساقها الداخلي سنقوم بإيجاد معاملات كرونباخ ألفا لفقرات الإستبانة ومتغيراتها المستقلة، والمتغير التابع، والجدول رقم (01) يوضح نتائج هذا الاختبار. يشير الجدول رقم (01) إلى أن قيم معامل كرونباخ ألفا قد تجاوزت 60% وتعتبر عالية إحصائياً حيث تدل على أن المقياس المستخدم يتصف باتساق داخلي عالي.

جدول 01: "معاملات كرونباخ ألفا لإختبار ثبات أداة الدراسة"

الأبعاد	الفقرات	Alpha de Cronbach
الموقف تجاه السلوك	04	,687
المعيار شخصي	04	,804
السيطرة السلوكية المدركة	06	,755
نية الطلاب لاقامة الشركات العائلية	08	,641

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد لمخرجات SPSS.19

### 3. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لأغراض التحليل واختبار الفرضيات التي حددتها الدراسة، فقد تم اعتماد بعض المؤشرات الإحصائية باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.19) حيث تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لبيان خصائص مفردات عينة الدراسة، والوسط الحسابي لمعرفة مستوى إجابة أفراد العينة على فقرات متغيرات الدراسة. والانحراف المعياري لمعرفة مدى

تركز وتشنت الإجابات عن وسطها الحسابي، أما لاختبار فرضيات الدراسة فقد تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد لاختبار أثر المتغير المستقل (الكلي) وتفرعاته على المتغير التابع.

#### 4. عرض نتائج التحليل الإحصائي ومناقشتها

##### 1.4. خصائص أفراد العينة :

يتضح من التحليل الإحصائي أن 10 من أفراد العينة كانوا من الذكور، وبنسبة 21.7% بينما بلغ عدد الإناث 36 وبنسبة 78.3%، بينما كانت أعمار النسبة الأكبر من أفراد العينة بين 20 - 26 سنة، حيث بلغ عددهم 45 وبنسبة 97.8%، ويتناسب التوزيع العمري مع خصائص الدراسة.

##### 2.4. اختبار الفرضيات

على الرغم من التقدم الذي تم إحرازه في هذا المجال، ما زالت هناك أسئلة ذات صلة دون إجابة تتعلق بالنوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية لكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير. على وجه الخصوص.

كان الغرض الرئيسي من هذه الدراسة هو تحليل أي من المتغيرات التي تؤثر على النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية لكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير.

بناءً على تنبؤات الـ TPB والأدبيات السابقة، تم تعريف الفرضيات التالية:

##### الفرضية 01: (الموقف تجاه السلوك، نوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية)

H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف تجاه السلوك و النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

H1: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف اتجاه السلوك و النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

##### الجدول (02): نتائج الفرضية الأولى

العلاقة	Sig	R <sup>2</sup>	البعد التابع	البعد المستقل
الموقف اتجاه السلوك الطلاب لاقامة الشركات العائلية	0.00	0.511	نوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية	الموقف اتجاه السلوك

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد لمخرجات SPSS.19

**التعليق:** نلاحظ أن  $\alpha$  هو 0.05، وأن معامل التحديد  $R^2$  هو 0.511 مما يعني أن الاتجاه نحو البعد الموقف تجاه السلوك قد فسر 51.1% من التباين الموجود في النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية.

نلاحظ أيضاً أن قيم نموذج الانحدار أقل من قيمة  $\alpha$  وتعطي نموذج الانحدار في الصيغة التالية:

$$Y = 1.345 + 0.662X$$

بحيث يمثل  $Y$  بعد نوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية ،  $X$  بعد الموقف تجاه السلوك ، في حين أن القيمة (1.345) تمثل ثابت هذه المعادلة.

**الفرضية 02:** (معايير شخصية، نوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية)

$H_0$ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير شخصية و النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

$H_1$ : هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معايير شخصية و النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

## الجدول (03): نتائج الفرضية الثانية

البعد المستقل	البعد التابع	R <sup>2</sup>	Sig	نموذج العلاقة
معايير شخصية	نوايا الطلاب	0.238	0.01	معايير شخصية
العائلية	لاقامة الشركات			$0.506+2.099=$ نوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد لمخرجات SPSS.19

**التعليق:** نلاحظ أن ( $Sig = 0.01, R = 0.238$ ) وهذا يعني أن المعايير الذاتية تساهم بأكثر من 23.8٪ في نوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية. وبالتالي نقبل الفرضية الثانية، أي أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين معايير شخصية و النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5٪.

**الفرضية 03:** (السيطرة السلوكية المدركة، نوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية)

H0: لا توجد علاقة مهمة بين السيطرة السلوكية المدركة و النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5٪.

H1: توجد علاقة مهمة بين السيطرة السلوكية المدركة و النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5٪.

## الجدول (04): نتائج الفرضية الثالثة

البعد المستقل	البعد التابع	R <sup>2</sup>	Sig	نموذج العلاقة
السيطرة السلوكية المدركة	نوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية	0.238	0.01	السيطرة السلوكية المدركة
				$0.408+1.442=$ نوايا الطلاب لاقامة



الشركات العائلية				
------------------	--	--	--	--

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد لمخرجات SPSS.19

**التعليق:** وفقاً لنتيجة الدراسة ، لدى السيطرة السلوكية المدركة ارتباط إيجابي مهم مع النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية (Sig = 0.01،R = 0.238) وهذا يعني أن المعايير الذاتية تساهم بأكثر من 23.8٪ في النوايا المهنية لريادة الأعمال. لذا ، نحن نقبل الفرضية الثالثة، أي أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين السيطرة السلوكية المدركة و النوايا الطلاب لاقامة الشركات العائلية عند مستوى المعنوية 5%.

#### الخاتمة

الممارسات الأكاديمية هي طريقة بناءة للتعلم على مستوى الجامعة، وإيجاد فرص جديدة ، التحرر من طرق التعلم التقليدية. على الأرجح، تختلف الممارسات الأكاديمية بين البلدان وحتى داخل الجامعات، وبالتالي قد يتبع كل منها قواعده الخاصة عند اتخاذ قرار بشأن هذه القضايا. من خلال المقارنة يمكن لمؤسسة الحفاظ على ميزة تنافسية مستمرة وتعزيز سمعتها الوطنية. لإجراء مقارنة دولية يتطلب الاخذ بالاعتبار، على سبيل المثال، الاختلافات الثقافية مثل الاختلافات في المناهج واللغة المستخدمة. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون من الصعب العثور على شركاء مناسبين يشاركون في عملية وضع المعايير. ومع ذلك، تعطي المقارنات الدولية معلومات مفيدة حول مستوى التعليم في البلدان الأخرى وكذلك في بلد ما، بالإضافة إلى أفكار لتطوير عملية الأداء الخاص بها مثل الممارسات المتقدمة وبيئات التعلم الجديدة.

#### مناقشة النتائج

لا يزال تعليم الأعمال الأكاديمي العائلي في بدايته. وكخطوة متنامية، فإنها تهتم الباحثين والمعلمين والطلاب. بالإضافة إلى ذلك، فإن الأشخاص المشاركين في الشركات العائلية من خلال العمل في الشركات العائلية أو التفكير في البدء، لديهم المعرفة المتاحة من خلال الباحثين والمنشورات ومراكز الأعمال العائلية<sup>25</sup>.

إن مجموعة المعارف في مجال حوكمة الشركات العائلية ليست واسعة النطاق ولكنها تتوسع في كل الأوقات. تعتمد الجامعات في تعليمها على الأبحاث ومن المهم أن توفر أحدث الأبحاث لدراسات الشركات العائلية أيضاً. يلاحظ أن هناك حاجة لاستثمار أكثر في الجمع بين البحث والتدريس والتعلم. يمكن أن يتم أخذ الطلاب بشكل أكثر نشاطاً في المشاريع البحثية بالإضافة إلى تشجيعهم على القيام بأطروحاتهم في موضوع خاصة بعمل العائلة.

#### مقترحات الدراسة

يهتم اختصاصيو التوعية بتحسين وتطوير التعليم والإمداد بالتعليم العائلي في مجال حوكمة الشركات العائلية:

- توفير المزيد من الدورات التدريبية، ذات الجودة الجيدة بوجه خاص.
- الإعلان عن وجود دورات في الشركات العائلية بشكل منتظم في التعليم ما بعد التخرج (الدكتوراه).
- الترويج لدراسات الدكتوراه متعددة التخصصات مسألة مهمة في المناقشة التعليمية اليوم لأن دراسات حوكمة الشركات العائلية تحتاج للدعم ، والتي يمكن الحصول

<sup>25</sup> . Harmon, F, op.cit.p14.

عليها ، على سبيل المثال ، من برامج العلوم الاجتماعية وإدارة الأعمال والقانون والدراسات الأسرية للحصول على نهج متعدد التخصصات لقضايا الأعمال العائلية.

➤ إقامة العلاقات مع برامج الشركات العائلية الأخرى على أساس دولي سوف

تدعم بقوة نمو التعليم الأكاديمي في مجال الشركات العائلية.

➤ يحتاج أصحاب الشركات العائلية إلى مجموعة واسعة من المهارات والمعرفة ، حيث أن

الشركات العائلية هي شكل من أشكال ريادة الأعمال تتطلب الكثير بسبب دينامياتها. في

سياق الأعمال التجارية العائلية، لا ينظر للعمل والأسرة كإطارين مؤسسين منفصلين

ومستقلين. بل كيانان معا.

### توصيات الدراسة

➤ تقديم المزيد من المعرفة الحديثة للطلاب حول حوكمة الشركات العائلية.

➤ ضمان توفر المعلومات، على سبيل المثال، كتب وكتيبات عن دورات تدريبية سابقة على

مستوى المكتبة.

➤ جعل التعليم أقرب إلى الممارسة - زيارات الشركات، وحالات ناجحة لشركات عائلية.

➤ تقديم طرق بديلة للعمل في الأعمال التجارية العائلية ( على سبيل مثال ، الاعتماد على

التكنولوجيا).

➤ المزيد من الروابط مع الكليات الأخرى والمجتمع والصناعة.

### أفاق الدراسة:

كانت النقطة التي تفتح أفاق لدراسات أخرى في هذه الدراسة هي أن كليات جامعة الأغواط

وخاصة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لم تقدم برامج دكتوراه في الشركات

العائلية. في مكان آخر يتم إجراء ما يقرب من واحد إلى ثلاث أطروحة دكتوراه سنويا.

## قائمة المراجع

## أ. المراجع باللغة العربية

1. منال حسن رمضان، استراتيجيات التعلم النشط : التعلم النشط ، ضبط الذات، التفكير الإيجابي، الإبداع و الشعور الإبداعي، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

## ب. المراجع باللغة الأجنبية

1. ***Aithal, Architha & Aithal, How and Why Wharton Business School Became World Topper – A Case Study on Organizational Quest for Excellence of First US Business School, MPRA Paper ,N° 85727, 2018.***

2. Bird, B & al, **Family Business Research: The Evolution of an Academic Field**, Family Business Review XV, N°04, 2002 .
3. Ernesto J. Poza & al, **Does the Family Business Interaction Factor Represent a Resource or a Cost?**, FAMILY BUSINESS REVIEW, vol XVII, N° 2, 2004 .
4. Ethel Brundin & Caroline Wigren, **Where the two logics of institutional theory and entrepreneurship merge: Are family businesses caught in the past or stuck in the future?**, SAJEMS NS, vol 16 ,N°06,2013.
5. Fornahl & T. Brenner ,**Cooperation, Networks, and Institutions in Regional Innovations Systems**, Cheltenham: Edward Elgar, 2003.
6. Francisco Liñán & Yi-Wen Chen ,**Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions**, Entrepreneurship Theory and Practice, vol 33,N°03,2009.

7. Harmon, F, **Business , Five forces that will reshape business – and how to make them work for you.** Washington, DC: Kiplinger books, 2001.
8. Katharina Fellnhofer & Kaisu Puumalainen, **Can role models boost entrepreneurial attitudes?**, Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management, Vol 21, N° 03, 2017.
9. Krueger & al, **Competing models of entrepreneurial intentions**, Journal of Business Venturing, Vol 15,2000
10. Lee, Jim ,**Family firm performance: further evidence**, Family Business Review, Vol XIX, N° 0 2.
11. Lucrezia Songini & al , **The Why and How of Managerialization of Family Businesses: Evidences from Italy**, Small Business / Small Business Magazine, N°01 ,2015.
12. Miller, & al, **Lost in time: intergenerational succession, change, and failure in family business**, Journal of Business Venturing, Vol. 18,2003.
13. Moncrief-Stuart &al **Working with families in business: a content validity study of the Aspen**

- 
- Family Business Inventory**, Handbook of research on family business, Edward Elgar, 2006.
14. Nyenze, M & al, **Influence of Intellectual Asset on Competitive Advantage of Higher Institution of Learning in Kenya**, The International Journal Of Business & Management, vol05,N°05,2017.
15. Pistrui & al, **Entrepreneurial orientation and family forces in the New Germany: Similarities and differences between East and West German entrepreneurs**, Family Business Review, Vol. XIII, N° 3, 2000 .
16. Robinson, K. , **Out of our minds: Learning to be creative**, In Proceedings of the Family Firm Institute annual conference in London: The challenges facing the 21st century family business, October 10-12, USA, 2001.
17. Sanchez-Sosa, & Lerner-Febres , **Academic freedom and social responsibility: the role of university organizations and possible instruments for international monitoring**, Higher Education Policy,N° 15 ,2002.

18. Shelley Farrington & Elmarie Venter, **A historical overview of the study of family business as an evolving field**, *New Contree*, N° 58 ,2009.
19. Wendy C. Handler, **The Succession Experience of the Next Generation**, *Family Business Review*, vol V, N° 03 , 199 2.
20. Wilson, F& al, **Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education**, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 31, N° 03,2007.
21. Zonghui Li& Joshua J. Daspit, **Understanding Family Firm Innovation Heterogeneity: A Typology of Family Governance and Socioemotional Wealth Intentions**, *Journal of Family Business Management*, vol 6, N°06,2016.

الملاحق

إستبيان

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته



علمية بعنوان " نحو تعليم أكاديمي أفضل في إستبانة دراسة أتشرف بأن أضع بين أيديكم  
مجال حوكمة الشركات العائلية: دراسة تصورات الطلاب لريادة الشركات العائلية "

- قبل استعمال هذا الاستبيان، نرجو منكم قراءة العبارات الواردة في الاستبيان بعناية ووضع رقم (من 1 حتى 5) أمام العبارة والذي يناسب درجة موافقتكم.
  - أعد هذا الاستبيان وفق سلم التقييم يدعى "سلم ليكارت" وفيه خمس درجات من 1 معبرة عن عدم موافقة تامة للمجيب وينتهي بدرجة 5 معبرة عن موافقة تامة للمجيب. توجد في وسط هذا السلم درجة 3 والتي تعبر عن حيادية المجيب اتجاه عبارة معينة.
  - ليس من الضروري كتابة اسمك على الاستبيان (الاستبيان عام وغير مشخص).
  - سوف تستعمل البيانات لأغراض البحث العلمي فقط.
- البيانات الشخصية: ضع علامة (√) في المكان المناسب:

1. الجنس: ذكر (.....) ، أنثى (.....)

2. العمر: 20-26 سنة (.....)، 26-30 (.....)، 30 سنة فأكثر (.....).

4. المستوى التعليمي: ليسانس (.....)، ماستر (.....)، ماجستير (.....)، دكتوراه (.....).

نشكركم كثيرا لتعاونكم على إعداد هذه الدراسة

درجة الموافقة	الأبعاد				
	غير موافق تماما	موافق قليلا	محايد	موافق	موافق تماما
	①	②	③	④	⑤
المواقف	1. مهنة رجل أعمال تنطوي على مزايا أكثر من العيوب بالنسبة لي.				

	2. مهنة رجل أعمال جذابة بالنسبة لي.	
	3. إذا كان لي الفرصة والموارد، أود أن بدء بالأعمال التجارية الخاصة بي.	
	4. بين مختلف الخيارات، أود أن أكون رجل أعمال.	
	5. إذا قررت إنشاء شركة، فهل ستوافق عائلتك المقربة على هذا القرار.	معايير شخصية
	6. إذا قررت إنشاء شركة، فهل سيوافق أصدقائك المقربين على هذا القرار.	
	7. إذا قررت إنشاء شركة، فهل سيوافق أصدقائك المقربين من الجامعة على هذا القرار.	
	8. إذا قررت إنشاء شركة، فهل سيوافق الأشخاص الآخرين الذين هم مهمون بالنسبة لك على هذا القرار.	
	9. البدء بشركة والحفاظ على العمل فيها سيكون من السهل بالنسبة لي.	السيطرة السلوكية المدركة
	10. أنا على استعداد لبدء شركة قابلة للحياة.	
	11. يمكنني التحكم في عملية إنشاء شركة جديدة.	
	12. أعرف التفاصيل العملية اللازمة لبدء شركة.	
	13. أنا أعرف كيفية تطوير مشروع ريادة الأعمال.	
	14. إذا حاولت أن أبدأ بتأسيس شركة، سيكون لدي احتمال كبير للنجاح.	
	15. أنا على استعداد للقيام بأي شيء لأكون رجل أعمال.	نوا

	16. هدفني المهني أن أصبح رجل أعمال.	
	17. سأبذل كل جهد لبدء وتشغيل شركتي الخاصة.	
	18. أنا مصمم على إنشاء شركة في المستقبل.	
	19. لقد فكرت جدياً في بدء شركة.	
	20. لقد حصلت على نية لبدء شركة في العامين المقبلين.	
	21. لدي نية لبدء شركة في 2 إلى 5 سنوات القادمة.	
	22. لدي نية لبدء شركة في يوم من الأيام.	