

العوامل التحفيزية لرياديات الأعمال: دراسة استكشافية لعينة من النساء بتبسة - الجزائر

Motivational factors for female entrepreneurs: an exploratory study of a sample of women in the Tebessa-Algeria

أمينة بوتواتة*¹ عبد الرزاق بن علي²

¹ أمينة بوتواتة، مخبر النمو والتنمية الاقتصادية في الدول العربية، جامعة الشهيد حمه

لخضر بالوادي ، boutouata-amina@univ-eloued.dz

² جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي ، abderrezeg-benali@univ-

eloued.dz

تاريخ التسليم: 2020/01/31، تاريخ المراجعة: 2020/07/10، تاريخ القبول: 2020/11/08

Abstract

الملخص

This paper aims to explore the factors that motivate women to become entrepreneurs. Initial data were collected from a sample of 44 women from Tebessa governorate who owns an existing project, using a structured questionnaire. The data were also analyzed using descriptive statistics and factor analysis.

The results of the study showed that there are six basic factors that have a direct impact on motivating women to become owners / entrepreneurs. The first and basic factor was the psychological factor, such as the realization of a dream, a love of risk and adventure, and self-realization. As for the other factors, which are represented in the desire for control and independence, the need for preoccupation, the economic factor, the social factor, and finally, the need to secure the necessary family needs.

Keywords : Motivational factors, women, entrepreneurs, choice, ownership

boutouata-amina@univ-eloued.dz

تهدف هذه الورقة إلى استكشاف العوامل المحفزة والدافعة لأن تصبح المرأة رائدة أعمال. تم جمع البيانات الأولية من عينة تتكون من 44 امرأة من ولاية تبسة تملك مشروعا قائما، باستخدام استبيان منظم. كما تم تحليل البيانات باستخدام الإحصاءات الوصفية والتحليل العاملي.

واظهرت نتائج الدراسة أن هنالك ستة عوامل أساسية لها تأثير مباشر في تحفيز النساء لأن يصبحن صاحبات/رياديات أعمال. فكان العامل الأول والأساسي هو العامل النفسي، كتحقيق الحلم وحب المخاطرة والمغامرة، وتحقيق الذات. أما بالنسبة للعوامل الأخرى فتتمثل في الرغبة في التحكم والاستقلالية، الحاجة إلى الانشغال، العامل الاقتصادي، العامل الاجتماعي، وأخيرا، كانت الحاجة لتأمين احتياجات الأسرة الضرورية.

الكلمات المفتاحية: عوامل تحفيزية، المرأة، رياديات، اختيار، ملكية

*المؤلف المراسل: أمينة بوتواتة،

1. مقدمة :

أصبحت زيادة الاعمال بمفهومها الواسع من أهم القضايا الملحة التي تحظى باهتمام عالمي واسع نظرا للدور الذي تؤديه في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. ونظرا للدور الحيوي للريادة، فإن غالبية الدول والحكومات تعمل على سن التشريعات والبرامج الداعمة لقطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة باعتبارها تمثل التجسيد الحقيقي للنشاط والعمل الريادي. وفي ظل ذلك النشاط الريادي المتزايد عرف الفرق الاجتماعي بين الرجل والمرأة، والمعروف باسم الفرق بين الجنسين تراجعاً في الاختلافات فيما يتعلق بالفرص الاقتصادية والاجتماعية وفرص العمل. إذ شهد نصف القرن الأخير تحسينات لم يسبق لها مثيل في تقدم المرأة في عالم العمل بشكل عام وريادة الأعمال بشكل خاص (Smith-Hunte, 2006, p. 2)، ونالت صاحبات الأعمال الصغيرة اعترافاً أكبر بصفتهن محركات النمو الاقتصادي. وهذا بدوره أدى إلى تزايد الدراسات والأبحاث لموضوعات كثيرة تتعلق بالخصائص الريادية للمرأة والعوامل التي دفعتها إلى ان تصبح رائدة أعمال، وكذا عوامل نجاحها والصعوبات والمشكلات التي تواجهها في البيئة المحيطة سواء المحلية والدولية وغيرها...

الإشكالية: في ظل تزايد وتنامي انخراط المرأة العربية المسلمة في السنوات الأخيرة في عالم الأعمال والمال، أصبح موضوع رياديات الأعمال، أو ما يسمى (المقاولاتية النسوية) مجالاً مهماً للنقاش السياسي والأكاديمي الحديث. بيد أنه لم يجري سوى القليل من البحث الدقيق والمتعمق بشأن قضايا تحفيز النساء نحو استعدادهن وانخراطهن في إنشاء مشاريع جديدة، لا سيما في البلدان النامية مثل الجزائر. وبالتالي، تهدف هذه الورقة إلى محاولة لفهم العوامل المحفزة للنساء في أن يكن/يصبحن رياديات أعمال في ولاية تبسة بالشرق الجزائري.

تأسيساً على ما تقدم يمكننا طرح التساؤل الرئيسي: **ماهي العوامل الدافعة والمحفزة للمرأة**

الجزائرية بولاية تبسة لتصبح ريادية أعمال؟

الأسئلة الفرعية: ينبثق عن السؤال الرئيس السابق عدة أسئلة فرعية وهي:

1. ما هي الخصائص الديموغرافية لرياديات الأعمال بولاية تبسة؟

2. ما هي العوامل التي تحفز المرأة بولاية تبسة لتصبح ريادية أعمال؟

فرضيات الدراسة

للإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة يمكننا وضع الفرضية التالية:

• عوامل الدفع (السلبية) مثل (البطالة، الركود والملل، دعم دخل الأسرة، عدم الرضا عن الوظيفة الحالية، الحاجة إلى كسب عمل معقول...الخ) هي السائدة أكثر لتحفيز النساء عينة الدراسة ليصبحن رياديات أعمال.

أهداف الدراسة

إن الغرض من هذا البحث هو إلقاء الضوء على الدوافع الكامنة وراء القرارات التي تتخذها المرأة في ولاية تبسة لإنشاء أعمالها التجارية.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة فيما يأتي:

1. دراسة الصورة الديموغرافية لرياديات الاعمال في ولاية تبسة.
2. تحليل العوامل التي تحفز رياديات الاعمال في ولاية تبسة.
3. تقديم اقتراحات بناءً على نتائج الدراسة.

منهجية الدراسة:

الدراسة متجذرة بعمق في نموذج البحث النوعي والذي يهدف إلى توفير الإضاءة وفهم الظاهرة المعقدة قيد الدراسة للحصول على إجابات مفيدة عن سبب وطبيعة أسئلة الظاهرة. وهذا يبرر أسس الدراسة في شكل نوعي للاستفادة من الأسباب التي تؤدي إلى مشاركة رياديات الأعمال بولاية تبسة. يتم جمع البيانات عن طريق استبيان وضع لذات الغرض. ثم يتم التحقيق فيها من خلال تحليل المحتوى النوعي من أجل التوصل إلى الاستنتاجات والتوصيات.

2. الخلفية النظرية لرياديات الأعمال والعوامل التحفيزية لها

1.2 ريادة الأعمال النسوية

1.1.2 تطور ريادة الأعمال النسوية

ينظر إلى صعود النساء كصاحب عمل في العقدين الأخيرين على أنه غير مسبوق ومثير للإعجاب. ومع ذلك، فإن النساء كرائدات أعمال ليست ظاهرة جديدة. في الواقع، يرجع تاريخ أقدم الوثائق الخاصة بامرأة تدير عملها التجاري إلى عام 1795. إذ بدأ انتشار الأعمال النسوية بجدية في سبعينيات القرن الماضي، وقد نما بشكل كبير منذ ذلك الحين، وكان يطلق عليه "واحد من أهم التطورات الاقتصادية والاجتماعية في العالم" (Smith-Hunte, 2006, p. 6)

أما اليوم، وعلى الصعيد العالمي فقد تزايد تنظيم الأعمال التجارية النسوية بشكل كبير جدا بالمقارنة بالقرن الماضي، فالإحصائيات العالمية المتاحة لعام 2016 تقدر بأن حوالي 163 مليون

امرأة تقريبا قد بدأت أو تدير أعمالا جديدة في 74 اقتصادا حول العالم. (Bosma & Kelley, 2017, p. 6)

وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية هي الأكبر عالميا من حيث وجود ونمو الاعمال التجارية النسوية، إذ تشير الإحصاءات خلال الفترة 2014 و 2019، إلى ارتفاع عدد الشركات المملوكة للنساء بنسبة 21% ليصل إجمالي ما يقرب من 13 مليون (129430)، كما نما التوظيف بنسبة 8% ليصل إلى 9.4 مليون. أما عن الإيرادات فقد ارتفعت بمقدار 21%، ليصل إلى 1.9 تريليون دولار. كما أظهرت معدلات نمو عديد من المقاييس الرئيسية للشركات المملوكة للنساء تقدما مستمرا مقارنةً بجميع الشركات على مدار السنوات الخمس الماضية:

-ارتفع عدد الشركات المملوكة للنساء بنسبة 21%، في حين زادت جميع الشركات بنسبة 9% فقط.

-ارتفع إجمالي العمالة في الشركات المملوكة للنساء بنسبة 8%، بينما كانت الزيادة في جميع الشركات 1.8%.

-بلغ إجمالي نمو إيرادات الشركات المملوكة للنساء نفس معدل نمو جميع الشركات: 21% و20% على التوالي. (American Express, 2019, p. 2)

أما في الجزائر، فإن ريادة الأعمال النسوية لا زالت في الركود. إذ تشير الإحصاءات إلى ركود في عدد صاحبات الأعمال التجارية على مدار العقد الماضي. على الرغم من الزيادة في عدد المشتغلات بالأعمال الحرة على مدى السنوات العشر الماضية، شهدت السنوات الخمس خلال الفترة (2010-2016) انخفاضا كبيرا في معدل رياديات الأعمال. وهكذا، ظل معدل ريادة الأعمال لدى الذكور أكثر تقدما إلى حد ما، في حين أن المعدل لدى النساء - بعد أن شهد زيادة طفيفة في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين - يتجه نحو الانخفاض ويتراجع بنحو 13%، ثم يتراجع حتى في عام 2016 لتبلغ النسبة حوالي 10.1%. بمعنى آخر، في الوقت الذي كانت فيه ريادية أعمال واحدة من بين كل خمسة ريادة أعمال في عام 2006، إلا أنها اليوم واحدة من بين كل ثمانية. لذلك يبدو أن النساء لديهن قيود إضافية ليصبحن رياديات أعمال، الأمر الذي من شأنه دفعهن نحو العمل مدفوع الأجر (التوظيف).

ووفقاً لمكتب الإحصاء الوطني (ONS)، فإن عدد النساء العاملات أو المشتغلات لحسابهن الخاص هو 394000 (ONS, 2006). أحد الاستنتاجات الأولى التي يتم استخلاصها هو أن جزء من صاحبات العمل المستقل هن حرفيات. والجزء الآخر من الأعمال الصغيرة (قطاعات "الخدمة أو التجارة") أو النساء العاملات في الزراعة. كذلك، فقط 0.3% من النساء يدرن شركات

ذات وضع قانوني. علما أن صاحبات الأعمال التجارية أكثر حضوراً في المناطق الحضرية بشمال الجزائر، وخاصة في المراكز الحضرية الكبيرة على غرار الجزائر العاصمة، وهران وقسنطينة. (Organisation internationale du Travail, 2017, p. 10)

الجدول (1) : توزيع ريادة الأعمال / المؤسسات الخاصة حسب التصنيف والجنس

| التصنيف | رجال | % | نساء | % | المجموع | % |
|-----------|---------|------|--------|------|---------|-------|
| شخص طبيعي | 1609114 | 47.9 | 134239 | 4.0 | 1743353 | 51.9 |
| شخص معنوي | 167515 | 5.0 | 10646 | 0.3 | 178161 | 5.3 |
| حرفي | 238978 | 7.1 | 138349 | 4.1 | 377727 | 11.2 |
| زراعي | 1005021 | 29.9 | 55677 | 1.7 | 1060698 | 31.6 |
| الإجمالي | 3020628 | 89.9 | 338911 | 10.1 | 3359939 | 100.0 |

المصدر:

Organisation internationale du Travail (2017), Évaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Première édition; p 11

2.1.2 تعريف ريادة الأعمال

قدم عديد الكتاب والباحثين مجموعة من التعريفات المختلفة والمتباينة، والتي تعبر عن وجهة نظر كل منهم. نورد بعضاً منها فيما يأتي:

-تعرف ريادة الأعمال على أنها: (هي ذلك النشاط الذي يشمل اكتشاف وتقييم واستغلال الفرص لإدخال سلع وخدمات جديدة، من خلال تنظيم العمليات وتحويل المواد الخام إلى منتجات لم يتم العثور عليها في السابق) (Mbhele, 2012, p. 94).

- ويعرف رائد الأعمال: بأنه الفرد الذي ينشئ ويدير شركة تجارية لغرض رئيسي يتمثل في تعزيز الأهداف الشخصية، إذ يجب أن يكون النشاط التجاري هو المصدر الرئيسي للدخل وسيستهلك معظم الوقت والموارد. كما ينظر المالك إلى العمل على أنه امتداد لشخصيته، مرتبط ارتباطاً وثيقاً باحتياجات ورغبات الأسرة. وعلى نفس المنوال، يمكن تعريف رجل الأعمال كفرد يدرك الفرصة ويشارك في الوظائف والأنشطة والإجراءات اللازمة المرتبطة بإنشاء منظمة لمتابعة تلك الفرصة. (Smith-Hunte, 2006, p. 21).

-تعريف آخر: رجل الأعمال هو شخص لديه رؤية الابتكار والقدرة على طرحه في السوق. وبهذا المعنى فإن معظم أصحاب الأعمال الصغيرة في الشارع الرئيسي في الولايات المتحدة أو في

أسواق معظم المدن حول العالم ليسوا رجال أعمال وفقا لهذا التعريف. (J, Szerb, & Lloyd, 2017, p. 17)

إن التعريفات المختلفة لرجل(سيدة) الأعمال التي تظهر في الأدب تقود القارئ إلى توقع أن يكون رجل الأعمال فردا لديه دافعا كبيرا للنجاح، وشخص ما على استعداد لتحمل المخاطر، ويمكن أن يتسامح مع الغموض وهو مستقل، عنيد ومتحفز جيدا. ومصمم أيضا على أنه متعدد الاستخدامات، وواثق، ومبدع، منظم، ومنافس، ويعمل بجد.

3.1.2 تعريف ريادية الأعمال (المرأة المقاولة):

لا يوجد تعريف خاص بالمرأة رائدة الأعمال يختلف عن الرجل، فهي تلك المرأة التي تملك خصائص ومميزات معينة تجعلها تتحمل خطر القيام بالأعمال التجارية لحسابها الخاص، وهي تلك المرأة التي تملك روح المبادرة والمخاطرة وتتحمل المسؤولية وتتعامل بمرونة وبمهارة في التنظيم والإدارة، واثقة من قدراتها وامكانياتها، هدفها النجاح والتفوق (شلوف، 2009، صفحة 12).

كما عرفها (Mardi and Oquafor, 2010) : النساء الرياديات هن صاحبات المشاريع اللواتي يشاركن في أنشطة وأعمال تجارية، ويتحملن المخاطر التي ينطوي عليها الجمع بين الموارد بطريقة فريدة لاغتنام الفرص الموجودة في بيئتهن المباشرة لأجل انتاج السلع والخدمات. (Ali & Ali, 2013, p. 59)

من خلال التعاريف السابقة نجد أن ريادية الأعمال هو كل امرأة تنشئ وتمتلك مؤسسة لحسابها الخاص وتتوفر فيها مجموعة من الخصائص والسمات التي تساعد على تطور مشروعها.

4.1.2 خصائص وسمات ريادية الأعمال:

تشير الدراسات بشكل عام الى أنه لا توجد فروقات كبيرة بين المرأة الريادية والرجل الريادي في السمات الشخصية والممارسات السلوكية التي يتميز بها الرياديون عموما، والتي تتضمن المبادرة وحب الاستقلالية والتملك والسيطرة، حب الانجاز والمثابرة والاصرار على النجاح والميل لأخذ المخاطرة، لكن تبقى هناك فروقات قليلة في كيفية ادارة المشروع لكل منهما. فالمرأة تنسم بقدرة أكبر على التكيف مع الظروف وتفويض أكبر للصلاحيات وتعتمد على التخطيط طويل الأجل (وجدان، 2006، الصفحات 19-20)

5.1.2 انواع رياديات الاعمال:

وفقاً للمنظور الحديث، من الممكن التفكير في أربعة أنواع رئيسية من رياديات الأعمال:

1. الابتكار: إن نشاط ريادة الأعمال ينطوي على الابتكار في إدخال منتج أو منظمة أو عملية جديدة، مما يولد عملية انتاج. وهذا حسب رأي شومبيتر (1934) في أن رواد الأعمال هم القوة الدافعة وراء الاقتصاد، وأكدوا بشكل خاص على طبيعتهم الابتكارية.
2. اقتناص فرص الربح: رياديات الأعمال يحاولن الاستفادة من فرص الربح المتاحة والممكنة في السوق.
3. عدم اليقين: أن عدم اليقين عامل مهم لرياديات الأعمال، لأن عليهن أخذها في الاعتبار واتخاذ القرارات في عالم غير مؤكد.
4. الابداع: أن رياديات الأعمال مبدعات ومبتكرات، ويبحثن عن وسائل أكثر ملائمة لزيادة ثروتهن وقوتهن ومكانتهن، إذ تتأثر بالبيئة الحالية من حولهن. (Galindo & Editors, 2012, pp. 1-2)

2.2 العوامل المحفزة لرياديات الأعمال:

يعرّف علماء النفس السلوكي الدافع بأنه العملية النفسية التي تعطي الغرض من السلوك واتجاهه، ويفترض أن نية تنفيذ سلوك معين قد تتأثر بعدة عوامل مثل الاحتياجات والقيم والرغبات والعادات والمعتقدات (Ismail, Shamsudin, & Chowdhury, 2012, p. 3).

أما العوامل التحفيزية هي الخيط المشترك الذي يربط رياديات الأعمال والقوة الدافعة التي تجعلهن يرغبن في التغلب على المستكشف. إضافة إلى ذلك فهي أيضا وسيلة للتوفيق بين الاحتياجات المتعارضة أو التأكيد على حاجة واحدة على الأخرى بطريقة تمنح أولوية على الاحتياجات الأخرى (FOSIĆ, KRISTIĆ, & TRUS, 2017, p. 341).

ووفقا لـ (Burke and Nolan, 2002)، فإن العوامل التحفيزية لبدء مشروع تجاري جديد أكثر تعقيدا بالنسبة للنساء أكثر من الرجال، وأن المرأة تميل إلى أن تكون أكثر حساسية من الرجال لمجموعة متنوعة من الحوافز غير النقدية. وبالمثل، هناك فرق من حيث الدافع للنمو بين الرجال والنساء؛ النساء لديهن طموحات نمو أقل من الرجال. وقد لوحظت هذه النتيجة في البلدان المتقدمة في الولايات المتحدة والسويد. (PANDEY, RAMAN, & KAUL, 2013, p. 11)

تاريخيا، ما يمكن اعتباره أول مقال كتب عن إنشاء الأعمال من قبل النساء قد نشر في عام 1976 في مجلة الأعمال المعاصرة، من طرف المؤلف Eleanor Brantley Schwartz وعنوانه "ريادة الأعمال: حدود جديدة للإناث". وخلص هذا المؤلف إلى أن الدافع الرئيسي للمرأة لإنشاء الأعمال التجارية كان هو نفسه بالنسبة للرجال: الحاجة إلى النجاح والاستقلال والمكافأة الاقتصادية والرضا الوظيفي. ومع ذلك، فإن الدراسات التي تظهر قبل الثمانينات والتي تتناول

العلاقة بين الحاجة إلى النجاح ودوافع العمل تتجاهل النساء بشكل أساسي كموضوع بحثي (Akehurst, Simarrob, & Mas-Tur, 2012, p. 2490).

أما عن دوافع صاحبات المشاريع تجريبياً؛ فإنها ترتبط بعوامل مختلفة. إذ يختلف تصنيف هذه العوامل من مؤلف إلى مؤلف. وسنوجزها في الآتي:

(1) عوامل الجذب والدفع:

كثيراً ما تصنف العوامل على أنها شد وجذب أو سلبية وإيجابية بمثابة حوافز لبدء الأعمال التجارية، إذ ترتبط القوى الضاغطة أو السلبية بالضرورات التي تجبر الإناث على متابعة أفكارهن التجارية (Al-Ghazalia, Yusoffa, & Sadib, 2013, p. 140). فمثلاً صنف الباحثون Shapero and Sokol (1982) و Vasper (1982) العوامل التحفيزية بأنها عوامل شد وجذب. فقد كشفت النتائج التي توصلوا إليها، أن معظم النساء في دراستهم استشهدن بأن عوامل الدفع هي الدافع الرئيسي في العمل (Moses, Olokundun, & Mosunmola, 2014, p. 45).

كما قام كل من (Birds, 1988) و (Hughes, 2006) بتوثيق العوامل التي تؤثر على نية تنفيذ سلوك معين كما يأتي:

أ-عوامل الدفع: عوامل "الدفع" (أو السلبية)، وترتبط بالضروريات التي تجبر المرأة على متابعة خطة عملها، مثل: (1) البطالة، (2) الفصل من العمل، (3) الركود، (4) دخل الأسرة غير الكافي، (5) عدم الرضا عن الوظيفة الحالية، (6) الحاجة إلى كسب عمل معقول (8) الحاجة إلى جدول عمل مرن مما يعكس دور رعاية الأسرة.

ب-عوامل السحب: وتسمى عوامل "الجذب" (أو الإيجابية)، وهي تلك العوامل المرتبطة بعوامل الاختيار والتطلع لإقامة الأعمال. إذ إن قرار العمل للحساب الخاص، والذي ينبع من تأثيرات السحب الناجم عن اقتصاد مزدهر يمكن من انتاج فرص تنظيم أعمال تجارية تتعلق بعوامل مثل: (1) الحاجة إلى الاستقلال، (2) الحاجة إلى التحدي، (3) تحسين الفرص المالية، (4) تحقيق الذات، (5) الرغبة في أن يكون متحكماً خاصاً، (6) مرونة لتحقيق التوازن بين الأسرة والعمل، (7) القدرة على تطوير هواية، (8) تحقيق شخصي (يتم حسابه في المجتمع)، و (9) قدوة وتأثير الآخرين (الأصدقاء والعائلة). إضافة إلى ذلك فقد توصلت دراسات عديدة إلى أن النساء يحفظهن عوامل الجذب والشد (Ismail, Shamsudin, & Chowdhury, 2012, p. 3).

(2) ريادة الأعمال بالفرصة مقابل ريادة الأعمال بالضرورة

أ- **ريادة الأعمال بالفرصة:** وفي ريادة الاعمال القائمة على الفرص، تختار النساء أن يصبحن رياديات، لأنهن يدركن فرصاً أفضل، مثل: النمو، الاستقلال والرضا عن العمل في مشروع ريادي، حيث يبدأن العمل لاستغلال فرصة تجارية متصورة.

ومن الجدير ذكره هنا، أن ريادة الأعمال التي تعتمد على الفرص أكثر انتشاراً بين النساء في البلدان المتقدمة، كما أن ريادة الأعمال المدفوعة بالضرورة أكثر انتشاراً بين النساء في البلدان النامية. وفقاً لتقرير (GEM, 2007)، تعد نسبة الفرص المتاحة لريادة الأعمال الضرورية بين النساء أعلى بكثير في البلدان المتقدمة عنها في البلدان النامية. ومن المرجح أن تكون صاحبات الأعمال في أغلب البلدان المتقدمة تقريباً مدفوعة بالفرصة. (PANDEY, RAMAN, & KAUL, 2013, pp. 11-12)

ب- **رياديات الأعمال بالضرورة:** من ناحية أخرى، تضطر النساء لينخرطن في الأعمال التجارية المدفوعة بالضرورة ويصبحن رياديات أعمال، لأنهن لا يملكن أية وسيلة أخرى لكسب العيش. ففي البلدان النامية التي يعيش فيها الناس في فقر مدقع، واثاحة وسائل رزق أقل، وبالتالي فإن أي شكل من أشكال تنظيم الأعمال التجارية يعتبر الحل الوحيد لكسب عيشهم. ففي هذه البلدان ليس الطموح هو الذي يحولهن إلى سيدات أعمال ورياديات أعمال. فهن يباشرن هذه المهنة في غياب وسائل أخرى من أجل المساهمة في دخل الأسرة. فمعظمهم لا يبدأن العمل إلا بعد فشل محاولة تأمين وظيفة منتظمة براتب.

3.2 الدراسات السابقة:

1- دراسة (Ismail, Shamsudin, & Chowdhury, 2012)، بعنوان: دراسة استكشافية للعوامل التحفيزية في مشاريع ريادة الأعمال النسائية في ماليزيا بحثت هذه الدراسة استكشاف العوامل التحفيزية لرياديات الاعمال في ماليزيا. تم إجراء البحث على 80 من رياديات الأعمال من خلال تقنية أخذ العينات العشوائية. تم اختبار جميع الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار وارتباطات بيرسون ، والسيطرة على المتغيرات الديموغرافية للجنس والعمر والتعليم ، وسنوات الخبرة ، والتمويل المبتدئ. وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن هناك تأثيراً كبيراً لعوامل السحب لدى رياديات الأعمال في ماليزيا، كان هناك تأثير هامشي لعوامل الدفع لديهن. كما ناقشت هذه الدراسة تلك الآثار واقترحت عدداً من التوصيات.

2- دراسة (Sadi & Al-Ghazali, 2012) ، بعنوان: ديناميكيات الدافع التجاري بين النساء: دراسة مقارنة لرجال الأعمال في المملكة العربية السعودية والبحرين

تستكشف هذه الدراسة الديناميات الكامنة وراء التحفيز لدى رياديات الأعمال في المملكة العربية السعودية والبحرين، تم توزيع استبيان على عينتين من الرجال والنساء، لكل منها على التوالي: 165 في السعودية و40 في البحرين. وقد استُخدم في تحليل البيانات t-test و ANOVA. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود عوامل تحفيزية مختلفة في كلا البلدين. كان "تحقيق الذات" هو العامل الأبرز الذي حفز النساء السعوديات على بدء أعمالهن التجارية الخاصة. ومع ذلك، بالنسبة للمرأة البحرينية، كان "كسب الربح" هو العامل التحفيزي الأبرز.

3- دراسة (Sheikhali & Mahamud , 2013) بعنوان: العوامل التحفيزية والأداء

لرياديات الأعمال في الصومال.

هدفت هذه الورقة للبحث في العوامل التحفيزية لدى رياديات الأعمال الصوماليات، وزع الباحثان 125 استبيان على صاحبات مشروعات صغيرة ومتوسطة، تم معالجة البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (الإصدار 16.0). وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن: الاعتراف بالنفس، الوضع المالي والضروريات الاقتصادية هي العوامل الرئيسية التي تحفز صاحبات الأعمال لإقامة مشاريعهن، إضافة الى ذلك، دافع الحصول على قبول من الآخرين.

4- دراسة (Rathna, Badrinath, & Anushan , 2016) بعنوان: دراسة عن الدوافع

والتحديات التي تواجه رياديات الأعمال في منطقة Thanjavur بالهند.

تهدف هذه الورقة إلى إجراء تحليل تجريبي لهذه العوامل التي تلعب دور المحفز في تعزيز جانب ريادة الأعمال بين النساء، مع إشارة خاصة إلى منطقة Thanjavur. كما تركز هذه الورقة أيضًا على التحديات التي تواجهها المرأة في السعي وراء ريادة الأعمال. تم استخدام تصميم البحث الوصفي. كما تم جمع البيانات الأولية باستخدام استبيان منظم تم توزيعه على عينة تم الحصول عليها بمساعدة طريقة المسح وأخذ عينات كرات الثلج، وتتكون هذه العينة من 400 امرأة من المناطق الريفية والحضرية في منطقة Thanjavur. تم تحليل البيانات باستخدام الإحصاءات الوصفية والتحليل العاملي. وكشفت نتائج هذه الدراسة فيما يتعلق بنتيجة العوامل التحفيزية إلى أن الحاجة المالية تحفز النساء إلى أعلى درجة ليصبحن رياديات أعمال مقارنة بعوامل أخرى مثل استكمال دخل الأسرة، وتحسين الوضع الاجتماعي، إلخ. وتشير النتيجة أيضًا إلى أن ظروف السوق غير المواتية والظروف القانونية والتنظيمية الصارمة كانت أكثر تحدياً من المشاكل الأخرى. أخيرًا، تظهر النتائج كذلك إلى أن صاحبات الأعمال التجارية محل الدراسة قد واجهن كثيرًا من التحديات الشخصية بسبب نقص المعلومات وعدم التوازن بين العمل والحياة الأسرية.

5- دراسة (Zhu & Chu , 2010) بعنوان: الدوافع، عوامل النجاح والمشاكل التي تواجهها

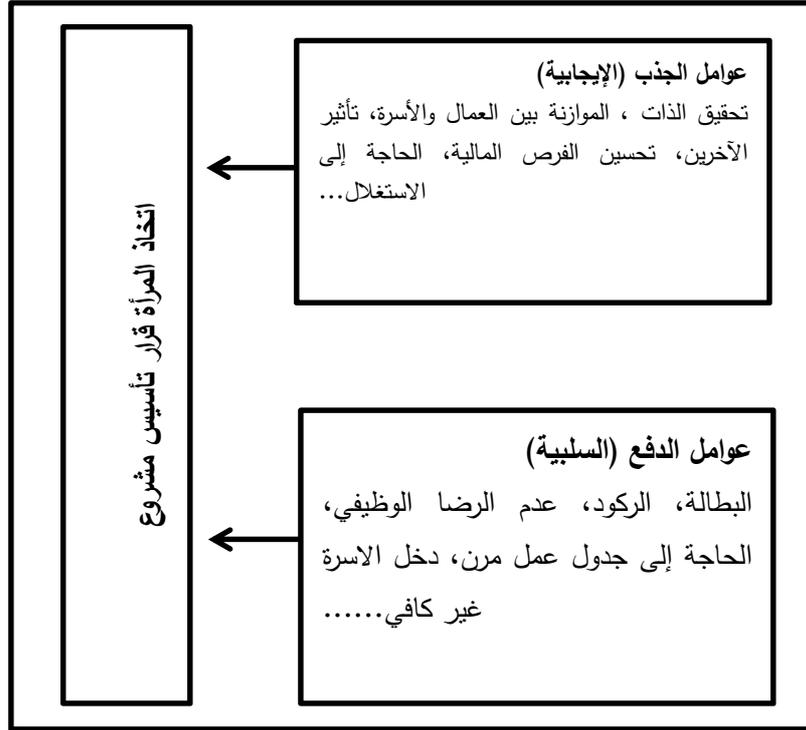
رياديات الأعمال الصينيات: باستخدام التحليل العاملي.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف الدوافع للنساء الصينيات ليصبحن رياديات أعمال، بالإضافة إلى عوامل النجاح والتحديات التي تواجههن. تم استخدام المنهج الاستكشافي والوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة، كما تم اختيار عينة عشوائية لجمع البيانات، إذ تتكون من مائة وثمانون سيدة أعمال صينية في بكين. كما تم استخدام التحليل العاملي في تحليل البيانات الأولية والاجابة على أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات. وتبين نتائج هذه الدراسة بأن الدوافع الرئيسية لتصبح المرأة ريادية أعمال هي: زيادة الدخل، إثبات قدرتها، الاستقلال، القدرة على استخدام خبراتها السابقة وتدريبها. كما تشمل العوامل التي تساهم في نجاح رياديات الأعمال محل الدراسة: سمعة الصديق، العمل الجاد والمهارات الإدارية. ومع ذلك، فقد تم تحديد الموظفين غير الموثوقين وغير الجادين، والمنافسة الشديدة، ونقص رأس المال على أنها مشكلات حرجة تواجه رياديات الأعمال الصينيات. من إجمالي 180 من المجيبات، كان منهن 70% متزوجات، و 30% كن عازبات. وكان متوسط عمر رياديات الاعمال اللاتي شملهن الاستطلاع حوالي 41 عامًا. وتفيد التقارير أن الوقت المخصص لأعمالهن يبلغ حوالي 54 ساعة في الأسبوع. إضافة إلى ذلك، تشير نتائج التحليل العاملي إلى أن اللوائح الحكومية وقيود السوق تشكل تحديات أكثر أهمية من افتقار رياديات الأعمال إلى المعرفة والمهارات الإدارية في مجال الأعمال التجارية.

التعليق على الدراسات السابقة:

كشفت الدراسات السابقة تباينا واضحا في العوامل المحفزة لدى النساء ليصبحن رياديات أعمال في بيئات مختلفة ما بين تحقيق الذات أو الربح وتكوين الثروة، وعوامل سحب وجذب. وعليه فإن الدراسة الحالية في بيئة تختلف عن بيئات الدراسات السابقة المذكورة آنفا، فكيف يا ترى تكون العوامل المحفزة لرياديات الأعمال في الجزائر وفق عينة الدراسة المحددة.

4-2 نموذج الدراسة:



المصدر: من اعداد الباحثين بناء على الجانب النظري

2 الدراسة التطبيقية:

1.3 منهج وإجراءات الدراسة:

1.1.3 تصميم عينة الدراسة:

شملت عينة الدراسة 44 امرأة تملك عملا تجاريا في ولاية تبسة، إذ تمكنت الباحثة من الحصول على موافقة واستجابة هذه العينة الصغيرة للمشاركة في جمع بيانات الدراسة الميدانية بصعوبة كبيرة جدا، إذ أن كثيرا من رياديات الاعمال بالمنطقة كن يتوجسن من المشاركة والادلاء بأية بيانات عن اعمالهن التجارية الخاصة. وقد تم توزيع استبيانات عليهن وملئها بمرافقة الباحثة.

2.1.3 أداة الدراسة

تضمنت أداة الدراسة جزأين رئيسيين، فأما الجزء الأول فيتعلق بالخصائص الديمغرافية للمستجيبية صاحبة العمل التجاري القائم. فقد تناولت البيانات الشخصية ما يلي: (الحالة الاجتماعية

العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة السابقة، من يملك مشروع من العائلة أو الأقارب أو الاصدقاء؟). أما البيانات حول العمل التجاري القائم للمستجيبة فتتعلق بـ : (مجال النشاط، عمر المشروع، نوع الملكية، مصدر التمويل، عدد العاملين).

أما الجزء الثاني فيتعلق بالعوامل المحفزة لتصبح المرأة ريادية أعمال، وقد شملت 17 فقرة كما هي مذكورة في الجدول (6) موزعة بين كل من عوامل الدفع (السلب أو الضرورة) (Q₁.Q₃.Q₆.Q₁₀.Q₁₁.Q₁₂.Q₁₄) وعوامل السحب (الجدب أو الفرصة) (Q₂.Q₄.Q₅.Q₇.Q₈.Q₁₅.Q₁₆.Q₁₇).

وقد تم استخدام مقياس ليكرت Likert Scale لقياس العبارات الـ (17) وفق: موافق بشدة/5، موافق/4، محايد/3، غير موافق/2، غير موافق بشدة/1 .

3.1.3 صدق وثبات أداة الدراسة:

صدق أداة الدراسة: تم تصميم الاستبيان من طرف الباحثين وبالاستناد إلى مراجعة عديد الدراسات السابقة في الموضوع محل الدراسة.

حساب ثبات الاستبيان: من خلال استخدام طريقة معامل الفا كرونباخ، تم الحصول على البيانات التالية:

جدول (2) حساب قيمة معامل Cronbach's Alpha لعبارات الاستبيان

| عدد فقرات الاستبيان | معامل الفا كرونباخ | حجم العينة |
|---------------------|--------------------|------------|
| 17 | 0.729 | 44 |

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات Spss

من خلال الجدول (2) نجد أن قيمة معامل الفا كرونباخ حسنة وبقيمة (0.729)، وهي أكبر من الحد الأدنى (0.6)، مما يدل على ثبات أداة الاستبيان في مجموع عباراتها الـ (17).

4.1.3 الأدوات الإحصائية والمقاييس المستخدمة:

تم الاعتماد في تحليل بيانات هذه الدراسة على مجموعة من الأدوات الإحصائية، ومنها: النسب المئوية، التكرارات، الانحراف المعياري، الفا كرونباخ، اختبار المعلمية، KMO and Bartlett's Test ، Principle Factor Method ، Principle Factor Analysis ، Principle Component .

5.1.3 استكشاف نوع توزيع البيانات:

من خلال الجدول (3) المتعلق باختبار المعلمية تظهر قيم المعنوية في اختبائي Kolmogorov-Smirnov و Shapiro-Wilk أكبر من 0.05 وهذا يعني ان بيانات الاستبيان لجميع فقراته تتبع التوزيع الطبيعي. وبذلك يتحقق أحد الشروط الأساسية لاستخدام التحليل العاملي.

جدول (3) اختبار معلمية التوزيع للبيانات

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|---------------|---------------------------------|----|--------------------|--------------|----|-------|
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| ALL QUESTIONS | 0,098 | 44 | 0,200 [*] | 0,981 | 44 | 0,666 |

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات Spss

2.3 وصف عينة الدراسة:

جدول (4) سمات ريادة الاعمال النسائية والخصائص الديموغرافية

لسيدات الأعمال لعينة الدراسة

| النسبة % | التكرار | الفئة | المتغير | النسبة % | التكرار | الفئة | المتغير |
|----------|---------|------------------------|---------------------------|----------|---------|--------------------------|-------------|
| 20,5 | 9 | احد الوالدين /الوالدين | من يملك مشروعاً من هؤلاء؟ | 22,7 | 10 | تجارة عامة | مجال النشاط |
| 15,9 | 7 | أقارب | | 27,3 | 12 | خياطة وتفصيل | |
| 13,6 | 6 | صديقات | | 15,9 | 7 | حلاقة وتجميل | |
| 2,3 | 1 | زميلات | | 9,1 | 4 | خدمات طرز | |
| 40,9 | 18 | لا أجد من هؤلاء | | 20,5 | 9 | تجارة قماش/ ألبسة نسائية | |
| 6,8 | 3 | أولاد | | 4,5 | 2 | صناعة حلويات/ أطعمة | |
| 29,5 | 13 | مستوى الثانوية فاقل | المؤهل العلمي | 11,4 | 5 | أقل من سنة | عمر المشروع |
| 2,3 | 1 | دراسات عليا | | 40,9 | 18 | سنوات 1-3 | |
| 52,3 | 23 | جامعية | | 27,3 | 12 | سنوات 4-7 | |
| 15,9 | 7 | شهادة تكوين | | 20,5 | 9 | أكثر من 7 سنوات | |
| 9,1 | 4 | اقل من 25 سنة | العمر | 72,7 | 32 | ملك خاص | نوع الملكية |
| 9,1 | 4 | 26-30 سنة | | 4,5 | 2 | ملك الاسرة | |
| 52,3 | 23 | 31-40 سنة | | 20,5 | 9 | شراكة | |

| | | | | | | | |
|------|----|------------------|-------------------|------|----|--------------|--------------|
| 25 | 11 | 41-50 سنة | | 2,3 | 1 | شركة ذ م م | |
| 45,5 | 20 | متزوجة | الحالة الاجتماعية | 38,6 | 17 | المال الخاص | مصدر التمويل |
| 45,5 | 20 | عزباء | | 45,5 | 20 | الاسرة | |
| 9,1 | 4 | مطلقة | | 15,9 | 7 | هيئات حكومية | |
| 45,5 | 20 | ماكئة بالمنزل | الوظيفة السابقة | 9,1 | 4 | لا أحد | عدد العاملين |
| 13,6 | 6 | طالبة | | 45,5 | 20 | عامل واحد | |
| 18,2 | 8 | عاملة بدوام جزئي | | 45,5 | 20 | عمال 2-5 | |
| 22,7 | 10 | باحث عن عمل | | | | | |
| 100 | 44 | المجموع | | 100 | 44 | المجموع | |

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات Spss

1.2.3 وصف حالة المستجيبات:

شملت عينة الدراسة 44 ريادية أعمال بولاية تبسة، أغلب اعمارهن فوق الثلاثين سنة بنسبة 77.3%. منهم 52.3% من الفئة العمرية الوسطى 31-40 سنة. أما فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية، فكانت نسبة رياديات الأعمال المتزوجات مساو لنسبة العازبات لكل منهما 45.5%. أما عن المستوى التعليمي لهن فكانت نسبة الجامعيات الأكثر 52.3%، و 15.9% نوات شهادات التكوين. وتظهر الاحصائيات أن الوظيفة السابقة لرياديات الاعمال أغلبهن لم يكن يعملن بنسبة 68.2% منهن 22.7% كن يبحثن عن عمل فلم يجدن فكانت الضرورة هي التي دفعتهن خلافا للأخريات التي ربما دفعتهن الفرصة. أما فيما يتعلق بمن كان يملك مشروعا من بعض المقربين منهن، فكانت إجابة 40.9% منهن لا أحد مقرب أو قريب كان يملك عملا تجاريا، في حين أن 20.5% كان من الوالدين، وبنسبة أقل للأصدقاء والزملاء 19.9%.

2.2.3 وصف حالة ريادة الأعمال المملوكة بالعينة:

من الجدول (4) يتبين أن ريادة الاعمال المملوكة للسيدات عينة الدراسة أن مجال الخياطة والتفصيل هو الأكثر من كل المجالات الأخرى بنسبة 27.3%، ثم التجارة العامة 22.7%، تجارة القماش/الألبسة 20.5%. كذلك كانت الملكية الخاصة والصرفة هي السائدة أكثر (72.7%) مقابل 20.5% مملوكة بالشراكة مع آخرين، و 4.5% ملك للأسرة، و 2.3% ملكية خاصة كشركة ذات مسؤولية محدودة.

أما عن مدة تشغيل العمل التجاري إلى وقت الادلاء بهذه المعلومات للدراسة الحالية، فكان أكثرها عمرا من 1-3 سنة (40.9%)، يليها الذي عمره بين 4-7 سنة (27.3%)، أما الأعمال

الناشئة دون سنة واحدة فكان الأقل (11.4%). أما فيما يتعلق بالتمويل، فكانت المصادر الأبرز هي من طرف كل من طرف الأسرة (45.0%) والتمويل الذاتي (38.6%)، بينما كان تمويل الهيئات الحكومية قليل (15.9%). إضافة إلى ذلك، فإن تلك المشروعات تشغل عمالة قليلة جدا تتراوح بين عامل واحد فقط بنسبة (45.5%)، و 2-5 عمال بنسبة (45.5%).

4. تحليل النتائج ومناقشتها

لمعرفة العوامل المحفزة للمرأة رائدة الأعمال محل الدراسة باستخدام التحليل العاملي، وبعد التأكد من ان البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، من خلال اجراء اختبار (KMO and Bartlett's Test) لقياس مدى مناسبة عينة الدراسة لأجراء التحليل العاملي. ومن الجدول (5) نجد أن قيمة إحصائية Kaiser تساوي (0.577)، مما يعني أن حجم العينة المسحوب يعتبر كافيا جدا، حيث أشترط Kaiser بأن الحد الأدنى المقبول به للإحصائية هو 0.50 لكي يكون حجم العينة كافيا.

جدول (5) : اختبار KMO لحجم عينة الدراسة

| KMO and Bartlett's Test ^a | | |
|--|--------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | 0,577 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 336,054 |
| | df | 136 |
| | Sig. | ,000 |
| a. Based on correlations | | |

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات Spss

ففي بداية خطوات التحليل العاملي نستكشف قيم الاشتراكيات لجميع المتغيرات (أسئلة الاستبيان حول العوامل المحفزة)، فيمكن استعراضها كما في الجدول (6)

جدول (6) المتوسط الحسابي، المتوسط الحسابي والقيم الأولية

والمستخلصة للاشتراكيات لعبارات الاستبيان

| Extraction | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الفقرة | الرمز |
|------------|-------------------|-----------------|--|-------|
| 0,769 | 1,107 | 3,73 | تكوين ثروة وزيادة مداخيل مالية للأسرة | Q1 |
| 0,845 | 0,624 | 4,73 | تأمين احتياجات الأسرة الضرورية | Q2 |
| 0,873 | 1,371 | 3,43 | حاجة السوق لنوع النشاط التجاري الخاص بي | Q3 |
| 0,713 | 1,144 | 3,75 | أنشأت عملي الخاص إذ لا أقبل بالعمل عند الآخرين | Q4 |
| 0,796 | 1,389 | 3,48 | أنشأت عملي الخاص هروبا من البطالة | Q5 |
| 0,743 | 1,033 | 4,16 | أحب التمتع بالاستقلالية والحرية | Q6 |

| | | | | |
|-------|-------|------|---|-----|
| 0,808 | 1,189 | 3,93 | التخلص من وقت الفراغ والملل | Q7 |
| 0,823 | 1,382 | 3,36 | تناسي الهموم والمشكلات الاجتماعية المختلفة | Q8 |
| 0,820 | 1,200 | 4,05 | المساهمة في أن يكون لي دور ايجابي في المجتمع | Q9 |
| 0,818 | 0,605 | 4,77 | تحقيق حلم يرادوني في أن يكون مشروع تجاري خاص | Q10 |
| 0,838 | 1,173 | 4,14 | الرغبة في أن أكون رئيسة ومتحكمة | Q11 |
| 0,841 | 0,632 | 4,70 | تحقيق الذات | Q12 |
| 0,740 | 1,040 | 4,18 | حب للمخاطرة والمغامرة | Q13 |
| 0,619 | 0,347 | 4,86 | توظيف وتطوير مهاراتي وخبراتي ومعرفتي | Q14 |
| 0,795 | 1,280 | 3,39 | التأثر بقصص نجاح لرياديات أعمال اخريات | Q15 |
| 0,425 | 1,460 | 2,91 | الاستفادة من دعم وتشجيع المؤسسات الحكومية | Q16 |
| 0,639 | 0,695 | 4,43 | التشجيع من أفراد عائلتي دفعني للانخراط في العمل الحر. | Q17 |

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات Spss

وبصورة عامة نلاحظ من خلال الجدول (6) أن العوامل المشتركة تفسر نسبة عالية من تباين المتغيرات، حيث أن أكبر نسبة هي 0,873 للمتغير Q3، وفي حالة الحصول على قيمة صغيرة لاشتراكية أحد المتغيرات فهذا يشير إلى عدم أهمية المتغير، ويوصى باستبعاده من التحليل. وعليه فسيتم استبعاد المتغير Q16 (الاستفادة من دعم وتشجيع المؤسسات الحكومية) من التحليل، الذي حصل على قيمة 0,425، ومن ثم إجراء التحليل العاملي للمتغيرات ذات الاشتراكيات أعلى من 60%. وبعد استبعاد المتغير Q16، فإن نتائج التحليل العاملي يستظهرها الجدول (7) ويبين الجدول (7) مصفوفة المكونات بعد تدوير عوامل التحليل لكل متغير على كل عامل من العوامل، وذلك باستخدام Varimax with Kaiser (وهي طريقة للتدوير المتعامد لمحاور العوامل لزيادة تباين مربع تشعبات العوامل على كافة المتغيرات).

وبالاعتماد على مخرجات التحليل العاملي بعد التدوير، يمكننا القول أن هنالك ستة عوامل أساسية لها تأثير مباشر في تحفيز النساء بولاية تبسة لأن يصبحن صاحبات أعمال رياديات تم استخلاصها من 17 متغيراً مستقلاً، والعوامل هي:

العامل الأول: وهو العامل الأساسي الذي يفسر أسباب انخراط المرأة لتصبح ريادية أعمال في عينة الدراسة، ويفسر حوالي 23,416% من إجمالي التباين، ويضم المتغيرات (Q10، Q13، Q12، Q14، Q17)، والتي تمثل أعلى وزن من بين جميع المتغيرات وأكثر ارتباطاً بهذا العامل، وبالتالي لهم نسبة مساهمة عالية في إحداث التغيرات، وهذه المتغيرات هي: (تحقيق حلم يرادوني في

أن يكون مشروع تجاري خاص، حب المخاطرة والمغامرة، تحقيق الذات، توظيف وتطوير مهاراتي وخبراتي ومعرفتي، التشجيع من أفراد عائلتي)، حيث يمكننا أن نسمي هذه المتغيرات جميعا بالعامل النفسي.

العامل الثاني: ويفسر حوالي 18,562 % من إجمالي التباين، ويضم المتغيرات: (Q11)، (Q4، Q6)، والتي تمثل أعلى وزن من بين جميع المتغيرات وأكثر ارتباطا بهذا العامل، وبالتالي لهم نسبة مساهمة عالية في إحداث التغيرات. وهذه المتغيرات هي: (الرغبة في أن أكون رئيسة ومتحكمة، أنشأت عملي الخاص إذ لا أقبل بالعمل عند الآخرين سواء في المؤسسات العمومية او الخاصة، أحب التمتع بالاستقلالية والحرية)، حيث يمكننا أن نسمي هذه المتغيرات جميعا بعامل التحكم والاستقلالية.

-العامل الثالث: ويفسر حوالي 12.211 % من إجمالي التباين، ويضم المتغيرات: (Q7)، (Q8) ، والتي تمثل أعلى وزن من بين جميع المتغيرات في هذا العامل وأكثر ارتباطا به ، وهذه المتغيرات هي: (التخلص من وقت الفراغ والملل، تناسي الهموم والمشكلات الاجتماعية المختلفة)، حيث يمكننا أن نسمي هذه المتغيرات جميعا بعامل الانشغال.

جدول (7) نتائج التحليل العاملي

| العوامل | | | | | | المتغيرات |
|---------|---|-------|-------|-------|-------|-----------|
| 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| | | | | | 0,775 | Q10 |
| | | | | | 0,772 | Q13 |
| | | | | | 0,770 | Q12 |
| | | | | | 0,763 | Q14 |
| | | | | | 0,523 | Q17 |
| | | | | 0,898 | | Q11 |
| | | | | 0,750 | | Q4 |
| | | | | 0,719 | | Q6 |
| | | | 0,858 | | | Q7 |
| | | | 0,773 | | | Q8 |
| | | 0,904 | | | | Q3 |
| | | 0,823 | | | | Q5 |
| | | 0,615 | | | | Q1 |

| | | | | | | |
|-------|-------|--------|--------|--------|--------|-----------------|
| | 0,912 | | | | | Q ₉ |
| | 0,654 | | 0,546 | | | Q ₁₅ |
| 0,899 | | | | | | Q ₂ |
| 6,920 | 8,071 | 10,053 | 12,211 | 18,562 | 23,416 | نسبة التباين |
| 1,107 | 1,291 | 1,609 | 1,954 | 2,970 | 3,747 | الجذر الكامن |

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات Spss

-العامل الرابع: ويفسر حوالي 10,053 % من إجمالي التباين، ويضم المتغيرات: (Q₃، Q₅، Q₁)، والتي تمثل أعلى وزن من بين جميع المتغيرات في هذا العامل وأكثر ارتباطا به، وهي تتمثل في: (حاجة السوق لنوع النشاط التجاري الخاص بي، أنشأت عملي الخاص هروبا من البطالة، تكوين ثروة وزيادة مداخيل مالية للأسرة)، حيث يمكننا أن نسمي هذه المتغيرات جميعا بالعامل الاقتصادي.

-العامل الخامس: ويفسر حوالي 8,071 % من إجمالي التباين، ويضم المتغيران: (Q₃، Q₁)، واللذان يمثلان أعلى وزن من بين جميع المتغيرات في هذا العامل وأكثر ارتباطا به، حيث إن هذين المتغيرين يتمثلان في: (المساهمة في أن يكون لي دور ايجابي في المجتمع، التأثير بقصص نجاح لرياديات أعمال اخريات)، حيث يمكننا أن نسمي هذه المتغيرات جميعا بالعامل الاجتماعي.

-العامل السادس: ويفسر حوالي 6,920 % من إجمالي التباين، ويضم متغير واحد فقط (Q₂)، وهو يمثل أعلى وزن من بين جميع المتغيرات في هذا العامل وأكثر ارتباطا به، حيث إن هذا المتغير هو (تأمين احتياجات الأسرة الضرورية)، كما يمكننا أن نسمي هذه المتغير بعامل الأمن المعيشي.

يتضح من النتائج السابقة أن هذه العوامل الستة مهمة في اتخاذ القرارات لبدء النساء أعمالهن التجارية.

5. خاتمة:

لا تتمتع المرأة تاريخيا بممارستها للشكل التقليدي للأعمال التجارية، خلافا لما هي عليه هذه الأيام، فريادة الأعمال النسوية هي محل اهتمام كبير في كل مكان، وفي كل جزء من العالم. إذ أصبحت المرأة شريكة ومنافسة للرجل في توليد الدخل والتنمية الاقتصادية في أي بلد. مما استدعى الباحثين لدراسة هذه الظاهرة المتنامية وتحديد العوامل التي تحفز النساء على مباشرة الأعمال التجارية الحرة. وبالتالي، هدفت هذه الدراسة في الأساس إلى تحديد العوامل التحفيزية لرياديات

الأعمال في منطفة ولاية تبسة (أحدى ولايات الشرق الجزائري). وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عديدة تتلخص في:

أ- فيما يتعلق بخصائص والسمات لكل من ريادة الاعمال والعمل التجاري الذي تملكه:

-أغلب اعمار رياديات الاعمال فوق الثلاثين سنة بنسبة 77.3%.

-الحالة الاجتماعية لرياديات الأعمال من المتزوجات والعازبات بشكل متساو.

-يسود التعليم الجامعي أكثر بين رياديات الأعمال بنسبة 52.3%.

-أغلب رياديات الاعمال محل الدراسة لم يسبق لهن العمل من قبل، وبنسبة 68.2%.

-أكثر رياديات الأعمال 40.9% لم يكن لهن قريب او صديق كان يملك عملا تجاريا، في

حين أن 20.5% كان من الوالدين.

-تتركز مجالات أنشطة ريادة الأعمال النسوية في الخياطة والتفصيل 27.3%، ثم التجارة

العامة 22.7%، تجارة القماش/الألبسة 20.5%.

-الملكية الخاصة والصرافة للأعمال النسوية هي السائدة أكثر (72.7%) مقابل 20.5%

مملوكة بالشراكة مع آخرين.

-أغلب الأعمال الريادية النسوية حديثة 3 سنوات فأقل (52.3%).

-أهم مصادر تمويل ريادة الاعمال النسوية كان من طرف الأسرة (45.0%) والتمويل

الذاتي.

-تشغل الاعمال الريادية النسوية عمالة قليلة جدا تتراوح بين عامل واحد فقط بنسبة

(45.5%)، و 2-5 عمال بنسبة (45.5%).

ب- أما فيما يتعلق بتحليل العوامل التحفيزية للانخراط في العمل التجاري، فبالاعتماد على مخرجات التحليل العاملي في تحليل البيانات الأولية لعينة الدراسة. توصلت النتائج إلى أن هنالك ستة عوامل أساسية لها تأثير مباشر في تحفيز النساء بولاية تبسة لأن يصبحن صاحبات/رياديات أعمال:

- فكان العامل الأول والأساسي هو العامل النفسي، فقد دفعن إلى ان يكن رياديات أعمال هو اشباع حاجة نفسية واروائها لتحقيق حلم في أن يكون لهن مشروع تجاري خاص، وحب للمخاطرة والمغامرة، وتحقيق الذات، إضافة إلى توظيف وتطوير المهارات والخبرات والمعارف، والاستجابة لتلبية التشجيع من أفراد العائلة.
- أما العامل الثاني فيتعلق بالرغبة في التحكم والاستقلالية. كالرغبة في أن تكون المرأة رئيسة ومتحكمة، وتعمل عند نفسها لأنها غير راضية عن العمل لدى الآخرين، والتمتع

- بالاستقلالية والحرية في اتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل. ووجود العاملين السابقين يمكن أن يساعد في بدء الأعمال التجارية الصغيرة وتطويرها بنجاح.
- أما الحاجة إلى الانشغال في المرتبة الثالثة، كالسعي للتخلص من وقت الفراغ والملل، إضافة إلى تناسي الهموم والمشكلات الاجتماعية المختلفة.
 - أما العامل الاقتصادي فكان في المرتبة الرابعة، ويتمثل ذلك في طلب السوق المحتمل على منتجات المشروع، والهروب من البطالة، وتحصيل الأرباح وتكوين ثروة. وهو ترتيب يختلف عن نتائج دراسات عديدة إذ أن العامل الاقتصادي غالبا ما يكون في المرتبتين الأولى.
 - كما احتل العامل الاجتماعي المرتبة قبل الأخيرة، إذ ان انخراط المرأة في ريادة الأعمال من أجل أن يكون لها دور ومساهمة ايجابية في المجتمع، وأيضا من خلال تأثرها بقصص نجاح لصاحبات مشاريع تجارية من المجتمع المحيط بها. وأخيرا، كانت الحاجة لتأمين احتياجات الأسرة الضرورية، كحافز أقل أهمية يحفز ويدفع النساء ليصبحن ربيديات أعمال في ولاية تبسة.

حسب ما جاء في ترتيب العوامل الستة يتضح أن العامل النفسي وعامل التحكم والاستقلالية وهما عوامل جذب هما الأكثر تأثيرا في اتخاذ القرارات لبدء النساء لمشاريعهن التجارية بولاية تبسة، وهذا ما ينفي صحة الفرضية السابقة (عوامل الدفع/ السلبية مثل (البطالة، الركود والملل، دعم دخل الأسرة، عدم الرضا عن الوظيفة الحالية، الحاجة إلى كسب عمل معقول...الخ) هي السائدة أكثر لتحفيز النساء عينة الدراسة ليصبحن ربيديات أعمال). حيث أن النساء بولاية تبسة يتأثرن بعوامل الجذب أكثر من عوامل الدفع وينشأن مشاريعهن بدافع الفرصة وليس الضرورة.

عموما، لا يمكننا تعميم نتائج هذه الدراسة، فتؤخذ نتائجها ضمن العينة المحدودة والمكان والزمان الذي تمت فيه الدراسة، وعليه يوصي الباحثان بأجراء دراسات معمقة أكثر لتشمل عينات أكبر ومناطق أوسع للحصول على نتائج أجود وأعمق في معرفة العوامل التحفيزية للمرأة الجزائرية رائدة الأعمال.

وتقترح هذه الدراسة عددا من التدابير لتمكين وتحسين انخراط النساء في تنظيم أعمال تجارية خاصة بهن منها:

- ضرورة إيلاء السياسات الحكومية التشجيع والدعم الخاص لريادة الأعمال النسوية، تلبية لتطلعاتها وحماسها (العامل النفسي) في تنمية الأعمال التجارية والاستفادة من هذا المورد الضخم المحتمل في التنمية الاقتصادية.

- تعزيز ريادة الاعمال النسوية في الجزائر من خلال وضع وتنمية برامج تدريب وتوجيه مصممة بعناية، للدعم النفسي والمعرفي لتلبية الاحتياجات الأساسية لإدارة وتشغيل أعمالهن بما يحقق لهن النجاح والتطور.
 - تكوين شبكات/ منصات / منظمات تكون بمثابة ملتقى وتواصل لرياديات الاعمال فيما بينهن سواء في الولايات أو على المستوى الوطني من أجل دعم بعضهن وكذا الاستفادة من الخبرات وتدارس المشكلات والعقبات وكيفية التغلب عليها.
- كما توصي الدراسة ببعض الموضوعات البحثية انطلاقا من موضوعها الحالي:
- دراسة هل الأسرة عامل تحفيز لتصبح المرأة رائدة أعمال في الجزائر.
 - دراسة تقييم البرامج والسياسات الحكومية كعامل محفز لتصبح المرأة ريادية أعمال في الجزائر.

6. قائمة المراجع:

1. شلوف، فريدة. (2009). المرأة المقاتلة في الجزائر ، مذكر ماجستير. ، الجزائر: جامعة الاخوة منتوري قسنطينة.
2. وجدان، محمد رشيد. (2006). الرياديات في بيئة الأعمال الأردنية: سمات وخصائص، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير. الأردن: كلية الاقتصاد والعلوم الادارية.
3. Akehursta, G., Simarrob , E., & Mas-Tur, A. (2012, November). Women entrepreneurship in small service firms: motivations, barriers and performance. The Service Industries Journal, Vol. 32, No. 15, pp. 2489-2505.
4. Al-Ghazalia, B. M., Yusoffa, R., & Sadib, M. (2013). Women Entrepreneurs in Bahrain: Motivations and Barriers. Jurnal Teknologi (Social Sciences) 64:2, pp. 139-143.
5. Ali, A. H., & Ali, A. Y. (2013). Motivational factors of somali entrepreneurs in Benadir Region. Sudan: Journals SAVAP international, faculty of business study, University of science and technology.
6. American Express. (2019). THE 2019, STATE OF WOMEN-OWNED BUSINESSES REPORT. Summary of Key Trends.
7. Bosma, N., & Kelley, D. (2017). Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017,. Report on Women's Entrepreneurship.
8. FOSI?, I., KRISTI?, J., & TRUS, A. (2017). MOTIVATIONAL FACTORS: DRIVERS BEHIND WOMEN ENTREPRENEURS' DECISION TO START AN

ENTREPRENEURIAL VENTURE IN CROATIA. Scientific Annals of Economics and Business, Vol. 64, Issue 3, pp. 339-357.

9. Galindo, M.-A., & Editors, D. (2012). Women's Entrepreneurship and Economics; New Perspectives, Practices, and Policies. London: Springer New York Dordrecht Heidelberg London.

10. Ismail, H. C., Shamsudin, M., & Chowdhury, M. (2012). An Exploratory Study of Motivational Factors on Women Entrepreneurship Venturing in Malaysia,. Business and Economic Research, Vol. 2, No. 1.

11. J, Z., Szerb, ?, & Lloyd, A. (2017). The Global Entrepreneurship Index 2018. Washington, D.C., USA: The Global Entrepreneurship and Development Institute.

12. Mbhele, T. P. (2012). The study of venture capital finance And investment behavior in small and medium-sized enterprises. School of Management, IT and Governance, University of KwaZulu-Natal, SAJEMS NS, 15, No 1.

13. Moses, C. L., Olokundun, M., & Mosunmola, A. (2014). DETERMINING WOMEN ENTREPRENEURIAL MOTIVATION: A REVIEW OF THEORETICAL MODELS. International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research, Vol.2, No.3, pp. 43-54.

14. Organisation internationale du Travail. (2017). ?valuation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Organisation internationale du Travail, Première édition.

15. PANDEY, A., RAMAN, A., & KAUL, V. (2013, JUNE). Women entrepreneurship from a global perspective. INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN COMMERCE, ECONOMICS & MANAGEMENT, VOLUME NO. 3, ISSUE NO. 06.

16. PANDEY, A., RAMAN, A., & KAUL, V. (2013, JUNE). Women entrepreneurship from a global perspective. INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN COMMERCE, ECONOMICS & MANAGEMENT, VOLUME NO. 3, ISSUE NO. 06.

17. Rathna, C., Badrinath, V., & Anushan , S. (2016). A Study on Entrepreneurial Motivation and Challenges faced by Women Entrepreneurs In Thanjavur District. Indian Journal of Science and Technology, Vol 9(27),.

18. Sadi, M. A., & Al-Ghazali, B. M. (2012, January). AMONG WOMEN: A COMPARATIVE STUDY OF BUSINESSWOMEN IN

SAUDI ARABIA AND BAHRAIN. Asian Academy of Management Journal, Vol. 17, No. 1, , pp. 97-113.

19. Sheikhalı , A., & Mahamud , H. (2013). Motivational Factors and performance of women entrepreneurs in somalia. Journal of education and practice, vol.4, No. 17.

20. Smith-Hunte, A. E. (2006). Women entrepreneurs across racial lines : issues of human capital, financial capital and network structures. USA: Edward Elgar Publishing, Inc.

21. Zhu, L., & Chu , H. (2010). Motivations, Success Factors and Problems Encountered by Chinese Women Entrepreneurs: A Factor Analysis,. International Review of Business Research Paper, Volume 6. Number 5. November, pp. 164 - 180.