



## تأثير التكوين الجامعي، الإعلام، المعايير الذاتية في نية إنشاء مشروع في المجال

### الرياضي (دراسة على عينة من طلبة بعض معاهد علوم الرياضة الجزائرية)

*The effect of university training, media, and subjective norms on the intention to establish a project in the sports field*

*(A study on a sample requested by some Algerian sports science institutes)*

د. محمد الشريف ناصري<sup>1</sup> / جامعة سوق اهراس (الجزائر)، [m.nasri@univ-soukahras.dz](mailto:m.nasri@univ-soukahras.dz)

د. فوزي تيايبية / جامعة سوق اهراس (الجزائر)، [f.tiaibia@univ-soukahras.dz](mailto:f.tiaibia@univ-soukahras.dz)

د. حسام الدين عبابسة / جامعة سوق اهراس (الجزائر)، [h.ababsa@univ-soukahras.dz](mailto:h.ababsa@univ-soukahras.dz)

تاريخ النشر: 2022/06/16

تاريخ القبول: 2022/02/18

تاريخ الإرسال: 2021/05/11

#### ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير كل من التكوين الجامعي، الإعلام، المعايير الذاتية في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة، ولهذا الغرض، تم اختيار عينة عشوائية طبقية قدرت بـ 156 طالبا موزعين على ثلاثة معاهد مختلفة وهي معهد المسيلة، الأغواط، أم البواقي، وهذا باستخدام استبيان أعد لهذا الغرض ويتكون من 21 عبارة. وقد تم تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي البسيط والمتعدد. وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل الثلاثة تؤثر في نية طلبة علوم الرياضة في إنشاء مشروع في المجال الرياضي، كما إن تأثيرها مجتمعاً يحسن قدرة النموذج أفضل من تأثير كل عامل على حدة، وكانت المعايير الذاتية أكثر العوامل تأثيراً يلها التكوين الجامعي ثم الإعلام.

الكلمات المفتاحية: التكوين الجامعي، الإعلام، المعايير الذاتية، نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي.

تصنيف JEL: L26 ; L83 ; M13.

#### **Abstract:**

*The study aimed to know the effect of university formation, media and subjective norms to create a project in the sports field within sports sciences students, therefore a sample of 156 students was arbitrarily and stratified chosen and distributed in three different institutes: M'sila, Laghouat and Oum El Bouaghi through a questionnaire of 21 expressions prepared for this purpose. Data were analyzed by a simple and multiple linear decline. this study reached to a result that the three factors have an effect on the intention of sports sciences students in creating a project in the sports field and its effect all together improve the ability of the model better than the effect of each factor alone and the most effective factor was the subjective norms then the university formation and finally the media.*

**Keywords:** the university formation, media, subjective norms, intent to establish a project in the field of sports.

**Jel Classification Codes :** L26 ; L83 ; M13.

<sup>1</sup> المؤلف المرسل: محمد الشريف ناصري، الإيميل: [m.nasri@univ-soukahras.dz](mailto:m.nasri@univ-soukahras.dz)

## I - تمهيد :

لقد اتخذت الجزائر في الآونة الأخيرة عديد الاستراتيجيات لامتنصاص البطالة بين الشباب عموما، وخريجي الجامعات خصوصا، حيث رافق تنامي ظاهرة البطالة في أوساط الشباب الجامعي تراجع قدرة مؤسسات التشغيل في القطاعين العام والخاص وطاقتهما على استيعاب المزيد من العاملين بأجر، مما دفع بالكثير من الدول وخاصة الجزائر في محاولة منها لامتنصاص البطالة إلى إنشاء هيئات للدعم والمرافقة تستهدف الشباب بصفة عامة، وخريجي الجامعات بصفة خاصة، بهدف تشجيع روح المقاوالتية (مدار وبوشارب، 2019). وهذا من خلال تبنيها سياسة تتجه أكثر فأكثر نحو توجيههم إلى فكرة إنشاء مؤسساتهم الخاصة، و من بين أهم هذه الطرق : نشر الفكر المقاوالتية وإنشاء المقاوالت التي هي ضرورة ملحة لإحداث التنمية بكل أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبشرية : حيث أصبح التوجه المقاوالتية اليوم مطلبا اجتماعيا كون المبادرات المقاوالتية توجه الاقتصاد لتلبية وإشباع حاجات المجتمع في مختلف الجوانب بهدف خلق العدالة الاجتماعية، بالرغم من ذلك تبقى نسبة إقبال الشباب الجزائري خريجي الجامعات على عالم المقاوالتية ضئيلة (بشطة و بورمانه، 2021). و لعل من بين أهم هذه الكيانات - و التي لم تُعَنَ بكثير من الدراسات - نجد طلبة علوم الرياضة في المعاهد المختلفة من الوطن، هذه الشريحة التي تعاني من شح في التشغيل داخل الوظيفة العمومي نتيجة انحسار الوظائف في الآونة الأخيرة بسبب عدم توفر فرص العمل نتيجة الارتفاع المتزايد في أعداد المتخرجين مقابل متطلبات سوق العمل مع عدم تحفيز بعض المناهج الدراسية على إنشاء المؤسسات الخاصة وضعف تأطيرهم من هذا الجانب (مدار و بوشارب، 2019، صفحة 120). ووفق هذا الواقع تبرز المقاوالتية كخيار مهني جيد بالرغم من أنه خيار محفوف بالمخاطر، ويتطلب الكثير من التفكير، ووفق هذا المنطلق لا يمكن الخوض في سلوك معين دون توفر نية مسبقة للفعل والتي أطلق عليها النية المقاوالتية والتي تعتبر حالة مركبة تتأثر بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية للفرد تجعله ينجذب نحو المسار المقاوالتية. ومن بين العوامل المؤثرة في تكوين النية المقاوالتية، يبرز دور المؤسسات الجامعية في ذلك، حيث قد تسعى إلى تحسين قدرة متلقي التعليم المقاوالتية على تحقيق الإنجازات الشخصية والمساهمة في تقدم مجتمعاتهم، و العمل على إعداد أفراد مقاوالتين من الفئة الطلابية لتحقيق النجاح عبر مراحل مستقبلهم الوظيفي ورفع قدراتهم على التخطيط للمستقبل، إضافة إلى إسهامه في دعم طموحات الشباب المقاوالتين، و تسهيل محاولات إقامة المشروعات المقاوالتية، العمل على تغيير اتجاهات جميع فئات المجتمع وغرس ثقافة العمل الحر في مختلف مجالاته (مسيخ، 2019). ولا يمكن للجامعة وحدها أن تعمل على تكوين النية المقاوالتية لدى الطلبة إذ لا تعتبر البيئة هي الوحيدة التي يعيش فيها الطالب فهو لديه مرجعيات أخرى تكون معاييرها الذاتية مثل العائلة والأصدقاء وغيرها من الكيانات. وفي المقابل أهملت عديد الدراسات الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في تنمية الثقافة المقاوالتية لمختلف شرائح المجتمع إذ تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا في رفع مستوى الرغبة والنية المستقبلية للانخراط في ريادة الأعمال (Levie & al, 2010). وتتفرع المشاريع المقاوالتية إلى عدة مجالات بتنوع مجالات الحياة ذاتها، إلا أنها تصبو دائما إلى الإبداع والابتكار وخلق القيمة، وتختلف باختلاف اتجاهات الأفراد ومواقفهم وقدراتهم الإبداعية، ودرجة تحملهم للمخاطر للخوض في مشروع معين، و لعل أكثر المشاريع التي قد تبدو منوطة باختصاص طلبة علوم الرياضة، بحكم تكوينهم، هي المشاريع في الجانب الرياضي و التي تعتبر مجالا خصبا للاستثمار والولوج الى عالم ريادة الأعمال.

### 1.I - إشكالية البحث :

- هل هناك تأثير لكل من التكوين الجامعي، الإعلام، المعايير الذاتية في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة؟

وتنطوي هذه الإشكالية على مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- هل يؤثر التكوين الجامعي في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة ؟

- هل يؤثر الجانب الاعلامي في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة؟

- هل تؤثر المعايير الذاتية في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة؟

### 2.I - فرضيات البحث :

ف1- يؤثر التكوين الجامعي في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة.

ف2- يؤثر الجانب الاعلامي في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة.

ف3- تؤثر المعايير الذاتية في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة.

### 3.I - أهداف البحث:

- التعرف على الأطر النظرية لكل من النية المقاولاتية، التكوين الجامعي، الإعلام، والمعايير الذاتية في المجال الرياضي.

- التعرف على أثر كل عامل من العوامل التالية على حدة " التكوين الجامعي، الإعلام، المعايير الذاتية " في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي من خلال تحليل الانحدار الخطي البسيط.

- التعرف على أثر العوامل السابقة مجتمعة في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة من خلال الانحدار الخطي المتعدد.

- التعرف على أكثر العوامل السابقة تأثيرا في نية الطلبة لإنشاء مشروع في المجال الرياضي.

- الخروج بتوصيات واقتراحات من شأنها تعزيز الفكر المقاولاتي وبعث النية المقاولاتية لدى طلبة علوم الرياضة.

### 4.I - أهمية البحث:

تبرز أهمية الدراسة في أنها تسلط الضوء على ثلاثة عوامل رئيسية و المتمثلة في التكوين الجامعي، الإعلام، المعايير الذاتية وكيف تؤثر في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي، وهذا لدى فئة لم تُعَنَ كثيرا بالدراسات المحلية المتخصصة في ريادة الأعمال وكذا فكرهم المقاولاتي وهم طلبة علوم الرياضة، وعمدت الدراسة الى التوجه إلى العمل الميداني من خلال تطبيق نماذج الانحدار لمعرفة وجود الأثر وكيف تؤثر هذه العوامل في نيتهم.

### 5.I - الدراسات السابقة:

- دراسة طلاس (2020) و التي تحمل عنوان " محددات التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين: اختبار نموذج "Ajzen

هدفت هذه الدراسة الى تبين تأثير متغيرات نظرية السلوك المخطط في التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، و قد تمت الدراسة على عينة من طلبة جامعة معسكر، شملت العينة 100 طالبٍ من كلية العلوم الاقتصادية، لاختبار فرضيات الدراسة باستخدام طريقة المعادلات الهيكلية باستخدام برنامج Smart PLS. و قد أثبتت النتائج التأثير الإيجابي لكل من الرقابة المدركة أولا ثم المعايير الذاتية و مواقف الطلبة نحو المقاولاتية على التوجه المقاولاتي .

- دراسة بودية و بن حبيب (2017) التي تحمل عنوان "النية المقاولاتية لدى طلبة الماجستير" تهدف الدراسة الى التعرف على النية المقاولاتية من خلال دراسة اهم النماذج المضرة للنية المقاولاتية، وهما نموذج الحدث المقاولاتي ونموذج السلوك المخطط، و شملت الدراسة عينة من طلبة ماجستير 1 و 2 من جامعة تلمسان بلغ عددها 215، تم تطبيق استبيان عليهم تم إعداده لهذا الغرض، وتوصلت الدراسة الى أن المعايير الذاتية بالإضافة الى المواقف المرتبطة بالسلوك لها تأثير إيجابي في النية المقاولاتية .

- دراسة خميس و محسن(2017) التي تحمل عنوان " دور التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة".

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة، وكذلك التعرف على ما إذا كانت المعارف والمؤهلات التي يقدمها التكوين الجامعي تسمح للطلاب بأن يشرع في تنفيذ مشروعه الخاص ؛ حيث تمت الدراسة على عينة مكونة من 113 طالباً مقبلاً على التخرج في تخصصات مختلفة على مستوى جامعة ورقلة ؛ حيث اعتمدت في جمع البيانات على الاستبيان الذي تم بناؤه لهذا الغرض ، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن التكوين الجامعي يسهم في تفعيل النية المقاولاتية، و لم يكن للسّمات الشخصية أي تأثير في النية المقاولاتية للطلاب، بالإضافة إلى وجود فروق في النية المقاولاتية بين التخصصات كما لم يحدث في كل من الجنس، المستوى الدراسي و الخبرة المهنية أية فروق في النية المقاولاتية .

- دراسة (Levie & al, 2010) والتي تحمل عنوان " تأثير وسائل الإعلام على النوايا والأعمال الريادية" هدفت الدراسة الى التعرف على تأثير وسائل الإعلام في المواقف والتطلعات والنشاط الريادي وذلك وفق دراسة استقصائية لـ 1250 مستجيباً في المملكة المتحدة لعام 2009 (GEM UK 2009) الذين منحوا الإذن بالاتصال بهم لإجراء البحث، وتوصلت الدراسة الى أن بعض البرامج التلفزيونية لها تأثير غير مباشر في النية المقاولاتية؛ حيث تؤثر إيجاباً في الأعراف والقيم الاجتماعية وبالتالي تؤثر في كل من الرغبة والجدوى في ريادة الأعمال. وبهذا المعنى، فإنهم يؤثرون، وإن كان بشكل غير مباشر، في الأنماط الفعلية لريادة الأعمال. تشير النتائج إلى وجود علاقة تآزرية بين التغطية الإعلامية الإيجابية لرواد الأعمال وحملات المشاريع مثل الأسبوع العالمي لريادة الأعمال. وهذا يتفق مع الرأي القائل بأن التغطية الإعلامية الإيجابية تكمل مبادرات السياسة المصممة لتوفير مهارات المؤسسات ودعم الشركات الناشئة. تتطلب الشركات الناشئة الفعلية كلاً من الطموح والقدرة على العمل. وبهذا المعنى، فإن التصوير الإعلامي الإيجابي للمؤسسة قد يساهم في فعالية هذه المبادرات الأكثر واقعية.

- دراسة (Hindle & Klyver, 2007) التي تحمل عنوان " استكشاف العلاقة بين التغطية الإعلامية والمشاركة في ريادة الأعمال "

تهدف الدراسة إلى استكشاف تأثير وسائل الإعلام من خلال الثقافة الوطنية على معدلات مشاركة ريادة الأعمال الوطنية في 37 دولة على مدى 4 سنوات (2000 إلى 2003). حيث توصلت الدراسة إلى أن القصص حول رواد الأعمال الناجحين ، التي تم نقلها في وسائل الإعلام ، لم تكن مرتبطة بشكل كبير بمعدل النشاط الناشئ (البحث عن فرصة) أو معدل نشاط البدء الفعلي (الأنشطة التجارية التي بدأت حتى 3 أشهر) ، ولكن كان هناك ارتباط إيجابي مهم بين حجم القصص الإعلامية لريادة الأعمال وحجم الأفراد في الدولة الذين يديرون شركة صغيرة (أي في مصطلحات GEM ، شركة يزيد عمرها عن 3 أشهر ولكن أقل من 42 شهراً). وبشكل أكثر تحديداً، كان لمثل هذه القصص ارتباط إيجابي قوي مع مشغلي الفرص الموجودين في الشركات

الناشئة. تتوافق هذه النتائج مع ما يمكن تسميته في أدبيات نظرية الاتصال الجماهيري "نموذج التعزيز". ويؤكد هذا البحث بأن وسائل الإعلام قادرة فقط على تعزيز القيم الحالية لجمهورها وميول الاختيار ولكنها غير قادرة على تشكيل أو تغيير تلك القيم والخيارات.

## II- الإطار النظري للدراسة :

### II-1- النية المقاولاتية :

غالبًا ما يتم تعريف نوايا ريادة الأعمال بشكل مختلف من قبل الباحثين في بعض الدراسات، تم تعريف نية ريادة الأعمال على أنها النية في العمل لحسابك الخاص بينما في دراسات أخرى تم تعريف النية الريادية على أنها النية لبدء عمل تجاري. يمكن أن تختلف هذه المفاهيم عن بعضها البعض (Iakovleva & Kolvereid, 2009).

النية في سياق المقاولاتية، هي حالة ذهنية، توجه انتباه الشخص، وخبرته، وأفعاله، وأهدافه، نحو الالتزام والتنظيم و تسخير مختلف السلوكيات الأخرى نحو تفعيل سلوك المقاولاتية، وتعتبر النية نحو المقاولاتية ليست قرارًا ثنائيًا "بنعم أو لا"؛ بدلاً من ذلك، فهو يمتد على طول سلسلة متواصلة، تتراوح من مجرد تفضيل العمل الحر على العمل بأجر إلى الالتزام بمهنة ريادة الأعمال، وأخيرًا إلى ريادة الأعمال الناشئة (Vamvaka & al, 2020). وبالتالي فهي الرغبة الواعية والمتعمدة لإنشاء مشروع جديد وتعتبر النية المقاولاتية تمثيلًا إدراكيًا للإجراءات التي سيتم تنفيذها من قبل الأفراد إما لإقامة مشاريع مستقلة جديدة أو لخلق قيمة جديدة داخل الشركات القائمة لهذا يعبر عنها على أنها الوعي أو العزم المخطط الذي يؤدي للإجراءات الضرورية لإنشاء مؤسسة (بوسيف، تأثير المهارات المقاولاتية على النية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، 2018). فالنوايا تعتبر أفضل مؤشر منفرد للسلوك، بما في ذلك المقاولاتية، ويساعد فهم النوايا الباحثين والمنظرين على فهم الظواهر ذات الصلة، والتي تشمل استكشاف الفرص، ومصادر الأفكار لمشروع تجاري، وكيف يصبح المشروع حقيقة واقعة في نهاية المطاف. (Krueger Jr & al, 2000)

### II-2- مراحل نية ريادة الأعمال :

تمر نية ريادة الأعمال بعدة مراحل لتصبح سلوكًا مقاولًا حيث تنطلق من مرحلة التفضيل إلى ريادة الأعمال وهي تعكس ما أطلق عليه Aizen نية الاختيار، ويشار إليه أيضًا باسم "ريادة الأعمال الكامنة" التي تُعرف على أنها فرد يفضل أن يعمل لحسابه الخاص بدلاً من أن يكون موظفًا بأجر كونها المرحلة الأولى في عملية ريادة الأعمال، وتعد ريادة الأعمال الكامنة شرطًا ضروريًا ولكن ليس كافيًا للفرد للانخراط في نموذج ريادة الأعمال، نظرًا لأن رائد الأعمال الكامن قد يكون لديه الإرادة والدافع ليصبح رائد أعمال ولكنه لا يتخذ دائمًا إجراءات ملموسة من أجل بدء شركة جديدة، المرحلة الثانية في عملية ريادة الأعمال هي التزام الفرد بمساعي ريادة الأعمال وعملية البدء. يعكس الالتزام بريادة الأعمال بأن النية هي الاختيار مع الالتزام وتتميز بالعقلية القائلة بأن المرء يركز على إنشاء مشروع تجاري، والمرحلة الأخيرة في تكوين نية ريادة الأعمال، والتي يشار إليها باسم "ريادة الأعمال الناشئة"، هي الانتقال من الالتزام إلى مرحلة الحمل التي تتكون من الأنشطة المرتبطة بجهود البدء وتتضمن هذه الأنشطة جمع المعرفة من خلال حضور ندوات حول ريادة الأعمال، وبناء رأس المال الاجتماعي والمالي، والتخطيط للمرافق والمعدات، وتشكيل فكرة منتج أو خدمة جديدة هذه

النظرة الديناميكية لتكوين نية ريادة الأعمال ، كعملية تحدث بمرور الوقت وتتكون من مستويات متصاعدة من مشاركة رواد الأعمال ، وُصفت بأنها "سلم ريادة الأعمال (Vamvaka & al, 2020).

### II-3- الجامعة والمقاولاتية :

تعد المؤسسات الجامعية أحد الأطراف الفاعلة في نشر الفكر المقاولاتي بين طلبة الجامعات وكذا تأثيرها في نية الطلبة في الولوج الى عالم المقاولاتية، فقد ينتج عن ظهور وتطور النية للذهاب إلى ريادة الأعمال من برامج التعليم / التدريب (Fayolle & Lassas-Clerc, 2006) . كما إن للجامعة دوراً مهماً في بناء المعرفة الخاصة بالمقاولاتية ويمكنها نشر الثقافة المقاولاتية من خلال:

- تعميم مفهوم المقاولاتية لدى طلبة الجامعة وتحسيسهم بأن المقاولاتية اختيار وليس بديلاً في ظل عدم وجود فرص للتوظيف.
- تدريس مقاييس تعكس المقاولاتية لمختلف التخصصات وإدخالها في فكر الطالب الجامعي للمساهمة في الإنتاجية الوطنية من خلال مساهمة القطاع الخاص.
- تقريب هيئات الدعم والمرافقة من الجامعة، كما هو الحال بالنسبة إلى أعمال وبرامج دار المقاولاتية.
- زيادة الملتقيات والمحاضرات عن الفكر المقاولاتي في مختلف كليات ومعاهد الجامعة.
- فتح فروع لحاضنات الأعمال على مستوى الجامعة تعمل على التكفل بأفكار ومشاريع الطلبة.
- تحسيس الطالب بأنه على علاقة بالمحيط الاجتماعي والاقتصادي عن طريق توقيع الاتفاقيات مع مختلف المؤسسات وتفعيلها لفتح بحال التريصات الميدانية (بن قدور وبالخير، 2017).

ومن بين الكيانات المهمة داخل المحيط الجامعي والتي تعنى أساساً بالمقاولاتية دار المقاولاتية إذ تسعى إلى تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين، وتشجيع الطلبة على الاستثمار وولوج عالم الأعمال وخلق أفكار جديدة وإبداعية، بالإضافة إلى توجيه الطلبة وتعريفهم بمختلف هيئات الدعم والاستثمار، كما تعمل على تنظيم الأبواب المفتوحة على المؤسسات الاقتصادية، وخرجات للطلبة إلى المؤسسات الاقتصادية ، وتمكن الطالب من فهم أكثر لإجراءات إنشاء المؤسسة الاقتصادية، وضع قاعدة معطيات لمختلف الأنشطة والمشاريع ذات القيمة المضافة لفائدة الطلبة (بوظورة وآخرون، 2019).

### II-4- الإعلام والمقاولاتية :

يعد الإعلام مؤسسة اجتماعية وسياسية وثقافية قوية للغاية، حيث يمكن أن تؤثر بشكل مباشر في سلوك وتفكير الجماهير ومواقفهم، حيث تمارس درجة معينة من التأثير على المستويات الوطنية للخوض في المقاولاتية كمسار مهني، حيث لم يُحظَ هذا الجانب المهم بكثير من الدراسات في أدبيات ريادة الأعمال على الرغم من أن المعرفة المكتسبة من نظرية وسائل الإعلام تظهر أن وسائل الإعلام تؤثر في الثقافة والسلوك الاجتماعيين (Hindle & Klyver, 2007). وبشكل عام، توفر حملات المشاريع الرائدة وبرامج الواقع التلفزيوني للواقع التجاري مدخلات مفيدة لتوليد ثقافة صديقة لريادة الأعمال، وتلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في رفع مستوى الرغبة والنية المستقبلية للانخراط في "ريادة الأعمال" والتي يمكن ترجمتها بسهولة أكبر إلى نتائج ريادية من خلال المبادرات المصممة لتطوير المهارات وبناء القدرات الهادفة في بدء العمل. (Levie & al, 2010) . ويلعب الإعلام دوراً رئيساً في نشر الثقافة والمعرفة، والإشهار بخصوص المقاولاتية وإنشاء المشاريع، ويعمل بمختلف أشكاله على توجيه وتكوين المواقف والاتجاهات نحو العمل المقاولاتي، وزيادة الثقافة والمعلومات



حول دور المقاولاتية في المجتمع، بالإضافة الى التعرف على الأفكار والتجارب المبتكرة والناجحة محليا وعالميا. (الجودي، 2016).

### II-5- المعايير الذاتية :

تعد المعايير الذاتية (subjective norm) والتي تشير إلى الضغط الاجتماعي المتصور لأداء السلوك أو عدم القيام به أي الضغط الاجتماعي المتصور لأداء السلوك أو عدم القيام به و المتوقع من جماعة الأفراد المحيطين بالطالب أحد العوامل الرئيسية التي وضحها Ajzen في نظريته للسلوك المخطط ، و اعتبرها عاملا اجتماعيا مهما يمكننا من التنبؤ بنية السلوك المقاولاتي (Ajzen, 1991; Fishbein & Ajzen, 2011) و بالتالي فهي تمثل الاعتقاد المعياري حول زيادة الأعمال كخيار مهني و بالتالي فهو أحد الدوافع المحتملة للامتثال لهذه المعتقدات المعيارية (Yousaf & Al, 2015). وتعتمد النية المقاولاتية على كيفية إدراك الأفراد لآراء الأشخاص أو المجموعات الاجتماعية التي تهمهم، تجاه السلوك المتصور. ماذا ستفكر عائلتي وأصدقائي وأساتذتي في فكري لإنشاء شركة، هل يعتقدون أنها فكرة جيدة بالنسبة إليّ، وهي خطوة مهنية جيدة؟ تأتي هذه المعايير الاجتماعية المتصورة بشكل أساسي من البيئات المذكورة أعلاه وتتأثر أيضًا بالمتغيرات المجتمعية والثقافية. (Fayolle & Lassas-Clerc, 2006) . فمثلا، إذا ما اخذنا البيئة الأسرية، فإن لها تأثيرا كبيرا وإيجابيا في نية زيادة الأعمال. البيئة الأسرية هي الوسيلة الأولى والأهم التي تؤثر في سلوك الطفل أثناء نموه. يطلق عليه البيئة الرئيسية ، لأن معظم حياتهم تكون في الأسرة ، وبالتالي فإن التعليم الأكثر قبولا على نطاق واسع هو من الأسرة. (Herdjiono & all, 2017) . ولا بد من الإشارة الى أن المعايير الذاتية تركز أكثر على درجة الضغط المتوقعة في قبول أو رفض السلوك بينما يشير الدعم الاجتماعي إلى تصور الفرد لمساعدة الآخرين في أداء هذا السلوك (Rhodes & al, 2013) . وعلى هذا ، فإن المقاول قد لا يتوقع ضغطا من المقربين إليه في حالة خوضه غمار مشروع معين وفق مفهوم المعايير الذاتية ، في المقابل فلا يتوقع أن يكون هناك دعم اجتماعي له بمعنى انه لا يتوقع ان يساعده في هذا المشروع ، كما إنه قد يتلقى نوعا من عدم القبول للمشروع في حين أنه قد يتلقى الدعم رغم المعارضة و بالتالي فإن الواقع يعكس العديد من الوضعيات التي تكون مؤثرة في السلوك (ناصرى، 2021).

### III- الإجراءات والأدوات :

#### III-1- عينة الدراسة :

تم اختيار عينة عشوائية طبقية من طلبة علوم الرياضة قدر عددهم بـ 156 طالبا موزعة على ثلاثة معاهد من معاهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، وهي معهد محمد بوضياف بالمسيلة بـ 64 طالبا بنسبة 41.00 % من العينة الاجمالية، و 41 طالبا من معهد عمار تلجي بالأغواط بنسبة 26.30 % من عينة الدراسة، و 51 طالبا من معهد جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي وهذا بنسبة 32.70 %.

#### III-2- أداة الدراسة :

تم تصميم أداة الدراسة من طرف الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة والادبيات النظرية المختلفة، وهذا باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث يتكون الاستبيان من 21 عبارة مقسمة ضمن 4 أبعاد رئيسية، البعد الأول يمثل تأثير التكوين الجامعي ويتكون من 5 عبارات، والبعد الثاني يمثل تأثير الجانب

الإعلامي ويتكون من عبارات 5، أما البعد الخاص بتأثير المعايير الذاتية فيتكون من 5 عبارات، في حين يمثل البعد الأخير نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي ويتكون من 6 عبارات.

### III-3- صدق وثبات أداة الدراسة :

— ثبات الاستبيان: تم التأكد من الثبات باستخدام معامل ماكدونالد أوميغا ( McDonald's  $\omega$ ) للثبات المركب وهذا انطلاقاً من مخرجات برنامج JASP v0.11.1، حيث بلغ ثبات البعد الأول: التكوين الجامعي 0.786، أما البعد الثاني: تأثير الجانب الإعلامي فقد بلغ حوالي 0.884، أما البعد الثالث ك تأثير المعايير الذاتية فقد بلغ ثباته 0.854 أما البعد الأخير المتمثل في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي فقد بلغ ثباته 0.854 أيضاً، وكل هذه المعاملات تعتبر مرتفعة وتعتبر عن ثبات عالٍ للمقياس.

— صدق الاستبيان: قام الباحث بالتأكد باستخدام صدق المحتوى عن طريق المحكمين ، وكذا صدق الاتساق الداخلي كمؤشر عن الصدق وقد بلغ ارتباط معاملات ارتباط العبارات بأبعادها حيث بلغ ارتباط العبارات الخاصة ببعد تأثير التكوين الجامعي ببعد الكلي ما بين 0.46 و 0.69 هي دالة إحصائياً عند 0.01 ، أما العبارات الخاصة ببعد تأثير الجانب الإعلامي ببعد الكلي ما بين : 0.65 و 0.79 هي دالة إحصائياً عند 0.01 ، كما بلغ ارتباط العبارات الخاصة ببعد تأثير المعايير الذاتية ببعد الكلي ما بين : 0.63 و 0.072 هي دالة إحصائياً عند 0.01 ، وفي الأخير بلغ ارتباط العبارات الخاصة ببعد نية انشاء مشروع في المجال الرياضي ببعد الكلي ما بين : 0.54 و 0.69 وهي دالة إحصائياً عند 0.01.

### IV- الإجراءات والأدوات :

#### IV-1- نتائج الدراسة :

ف1- يؤثر التكوين الجامعي في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة.

من أجل التأكد من الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط القياسي والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول (01): معامل الارتباط، ومعامل وتحليل التباين لنموذج الانحدار (تأثير التكوين الجامعي على نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة).

المتغير التابع	المتغير المستقل	R	R <sup>2</sup>	F	دلالة F
نية انشاء مشروع في المجال الرياضي	التكوين الجامعي	0.674	0.455	128.395	0.00

المصدر: من انجاز الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS v26

من خلال الجدول يتبين ان هناك علاقة ارتباطية بين المتغيرين المستقل والتابع قدرت بـ 0.674، وقيمة معامل التحديد يساوي 0.455، وهذا يعني ان المتغير المستقل (متغير التكوين الجامعي) يفسر ما نسبته 45.50% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (نية انشاء مشروع في المجال الرياضي) و الباقي يرجع الى عوامل أخرى.



كما يبين الجدول ان قيمة F تقدر ب 128.395 وهي دالة إحصائية عند 0.01 وبالتالي فان نموذج الانحدار معنوي

جدول (02): يوضح معنوية معاملات الانحدار للنموذج (تأثير التكوين الجامعي على نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة) .

Sig	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج 01
		Beta	Std. Error	B	
0.00	5.040	0.646	0.200	1.009	الثابت ( $\beta_0$ )
0.00	11.331		0.062	0.699	معامل الانحدار ( $\beta_1$ )

المصدر: من انجاز الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS v26

- بالنسبة لمعامل الانحدار  $\beta_1$  فهو يساوي 0.699 و القيمة الاحتمالية المقابلة له P. Value تساوي 0.00 و هي أقل من مستوى الدلالة 0.01، وهذا يعني أن تغير وحدة واحدة في متغير التكوين الجامعي يؤدي إلى تغير يقدر ب 0.699 وحدة في متغير نية انشاء مشروع في المجال الرياضي، اما بالنسبة للمقدار الثابت في نموذج الانحدار  $\beta_0$  فهو يساوي 1.009 و القيمة الاحتمالية المقابلة له P. Value تساوي 0.00 و هي اقل من مستوى الدلالة 0.01، وبالتالي نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل بان المقدار الثابت في نموذج الانحدار دال احصائيا.

- ومنه فان معادلة الانحدار لنموذج تأثير التكوين الجامعي في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة تكون كما يلي:

$$Y=1.009+0.699 (X)$$

نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي = 1.009 + 0.699 (التكوين الجامعي)

ف2- يؤثر الجانب الإعلامي في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة.

جدول (03): معامل الارتباط، و معامل التحديد و تحليل التباين لنموذج الانحدار (تأثير الجانب الاعلامي في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة) .

المتغير التابع	المتغير المستقل	R	R <sup>2</sup>	F	دلالة F
نية انشاء مشروع في المجال الرياضي	الجانب الاعلامي	0.646	0.417	110.341	0.00

المصدر: من انجاز الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS v26

من خلال الجدول يتبين ان قيمة معامل الارتباط تقدر ب 0.646، ومعامل التحديد يساوي 0.417، وهذا يعني ان المتغير المستقل (الجانب الاعلامي) يفسر ما نسبته 41.70 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (نية انشاء مشروع في المجال الرياضي) والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

كما يبين الجدول ان قيمة F تقدر ب 110.341 وهي دالة إحصائية عند 0.01 وبالتالي فان نموذج الانحدار معنوي.

جدول (04): يوضح معنوية معاملات الانحدار للنموذج (تأثير الجانب الاعلامي في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة) .

Sig	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج 02
		Beta	Std. Error	B	
0.000	7.544	0.646	0.182	1.373	الثابت ( $\beta_0$ )
0.000	10.504		0.055	0.577	معامل الانحدار ( $\beta_1$ )

المصدر: من انجاز الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS v26

بالنسبة لمعامل الانحدار  $\beta_1$  فهو يساوي 0.577 و القيمة الاحتمالية المقابلة له P. Value تساوي 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.01، وهذا ما يعني ان تغير وحدة واحدة في متغير الجانب الاعلامي يؤدي الى تغير يقدر ب 0.577 وحدة في متغير نية انشاء مشروع في المجال الرياضي، اما بالنسبة للمقدار الثابت في نموذج الانحدار  $\beta_0$  فهو يساوي 1.373 و القيمة الاحتمالية المقابلة له P. Value تساوي 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.01، وبالتالي نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل بان المقدار الثابت في نموذج الانحدار دال احصائيا. ومنه فان معادلة الانحدار لنموذج تأثير الجانب الاعلامي على نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة تكون كما يلي :

$$Y=1.373+0.577 (X)$$

نية انشاء مشروع في المجال الرياضي = 1.373 + 0.577 (الجانب الاعلامي)

ف3- تؤثر المعايير الذاتية في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة.

جدول (05): معامل الارتباط، ومعامل التحديد، وتحليل التباين لنموذج الانحدار البسيط (تأثير المعايير الذاتية في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة) .

المتغير التابع	المتغير المستقل	R	R <sup>2</sup>	F	دلالة F
نية انشاء مشروع في المجال الرياضي	المعايير الذاتية	0.670	0.449	125.618	0.000

المصدر: من انجاز الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS v26

من خلال الجدول يتبين ان قيمة معامل الارتباط تقدر ب 0.670، ومعامل التحديد يساوي 0.449، وهذا يعني ان المتغير المستقل (المعايير الذاتية) يفسر ما نسبته 44.90% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (نية انشاء مشروع في المجال الرياضي) و الباقي يرجع الى عوامل أخرى .

كما يبين الجدول كذلك ان قيمة F تقدر بـ 125.618 و هي دالة إحصائية عند 0.01 و بالتالي فان نموذج الانحدار معنوي .

جدول(06): يوضح معنوية معاملات الانحدار للنموذج (تأثير المعايير الذاتية في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة) .

Sig	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج 03
		Beta	Std. Error	B	
0.000	7.681	0.670	0.174	1.337	الثابت ( $\beta_0$ )
0.000	11.208		0.054	0.600	معامل الانحدار ( $\beta_1$ )

المصدر: من انجاز الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS v26

بالنسبة لمعامل الانحدار  $\beta_1$  فهو يساوي 0.600 و القيمة الاحتمالية المقابلة له P. Value تساوي 0.00 و هي اقل من مستوى الدلالة 0.01 ، وهذا ما يعني ان تغير وحدة واحدة في متغير المعايير الذاتية يؤدي الى تغير يقدر بـ 0.600 وحدة في متغير نية انشاء مشروع في المجال الرياضي ، اما بالنسبة للمقدار الثابت في نموذج الانحدار  $\beta_0$  فهو يساوي 1.337 و القيمة الاحتمالية المقابلة له P. Value تساوي 0.00 و هي اقل من مستوى الدلالة 0.01 ، وبالتالي نرفض الفرض العدمي و نقبل الفرض البديل بان المقدار الثابت في نموذج الانحدار دال احصائيا.

- و منه فان معادلة الانحدار لنموذج تأثير الجانب الإعلامي في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة تكون كما يلي :

$$Y=1.337+0.600 (X)$$

نية انشاء مشروع في المجال الرياضي = 0.600 + 1.337 (المعايير الذاتية)

- وللتعرف على تأثير جميع العوامل المستقلة (التكوين الجامعي، الجانب الإعلامي، المعايير الذاتية) على المتغير المستقل المتمثل في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي قام الباحث باستخدام الانحدار الخطي المتعدد القياسي والجدول التالية توضح ذلك:

جدول 07: معامل الارتباط، ومعامل التحديد وتحليل التباين لنموذج الانحدار المتعدد القياسي (تأثير العوامل المستقلة في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة).

المتغير التابع	المتغير المستقل	R	R <sup>2</sup>	F	دلالة F
نية انشاء مشروع في المجال الرياضي	العوامل المستقلة	0.762	0.580	70.046	0.00

المصدر: من انجاز الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS v26

من خلال الجدول يتبين ان قيمة معامل الارتباط تساوي 0.762، و معامل التحديد يساوي 0.580 ، وهذا يعني ان المتغيرات المستقلة تفسر ما نسبته 58.00 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (نية انشاء مشروع في المجال الرياضي) و الباقي يرجع الى عوامل أخرى وهنا نلاحظ التحسن الكبير في النسبة التفسيرية

للمنموذج مقارنة بالنماذج السابقة التي تم معالجة كل متغير مستقل على حدى و التي بلغت على التوالي 45.50 % في النموذج الأول، و 41.70 % في النموذج الثاني، و 44.90 % في النموذج الثالث. كما يبين الجدول كذلك ان قيمة F تقدر ب 70.046 وهي دالة إحصائية عند 0.01 وبالتالي فان نموذج الانحدار معنوي.

جدول (08): يوضح معنوية معاملات الانحدار لنموذج (تأثير العوامل المستقلة مجتمعة في نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة).

VIF	Sig	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج 04
			Beta	Std. Error	B	
	0.001	3.296		0.186	0.614	الثابت ( $\beta_0$ )
2.182	0.000	4.311	0.335	0.080	0.347	معامل الانحدار ( $\beta_1$ )
2.394	0.030	2.193	0.178	0.073	0.159	معامل الانحدار ( $\beta_2$ )
1.813	0.000	5.048	0.357	0.063	0.320	معامل الانحدار ( $\beta_3$ )

المصدر: من انجاز الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS v26

بالنسبة لمعامل الانحدار  $\beta_1$  لمتغير التكوين الجامعي فهو يساوي 0.347 وهو دال عند مستوى الدلالة 0.01 وهو ما يعني ان تغير وحدة واحدة في متغير التكوين الجامعي يؤدي الى تغير يقدر ب 0.347 وحدة في متغير نية انشاء مشروع في المجال الرياضي ، اما معامل الانحدار  $\beta_2$  لمتغير الجانب الإعلامي فتقدر ب 0.159 وهو دال عند مستوى الدلالة 0.05 وهو ما يعني أن تغير وحدة واحدة في متغير الجانب الإعلامي يؤدي إلى تغير يقدر ب 0.159 وحدة في متغير نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي ، كما إن معامل الانحدار  $\beta_3$  لمتغير المعايير الذاتية فتقدر ب 0.320 وهي دالة عند 0.01 ، وهو ما يعني ان تغير وحدة واحدة في متغير المعايير الذاتية يؤدي الى تغير يقدر ب 0.320 وحدة في متغير نية انشاء مشروع في المجال الرياضي.

أما بالنسبة للمقدار الثابت في نموذج الانحدار  $\beta_0$  فهو يساوي 0.614 والقيمة الاحتمالية المقابلة له P. Value تساوي 0.00 وهي اقل من مستوى الدلالة 0.01، وبالتالي نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل بان المقدار الثابت في نموذج الانحدار دال احصائيا.

كما ويبين الجدول رقم 08 ان تأثير المعايير الذاتية تفوق بقية العوامل حيث تحتل المرتبة الأولى وتقدر بيتا المعيارية لها 0.357، تليها تأثير التكوين الجامعي بقيمة بيتا معيارية تقدر ب 0.335، ثم الجانب الإعلامي أخيرا بقيمة بيتا معيارية تقدر ب 0.157.

كما يبين الجدول انه لا توجد هناك مشكلة الازدواجية الخطية بين المتغيرات حيث ان جميع قيم معاملات تضخم التبيان (VIF) أقل من 3.

و منه فان معادلة الانحدار لنموذج تأثير المتغيرات المستقلة مجتمعة على نية انشاء مشروع في المجال الرياضي لدى طلبة علوم الرياضة تكون كما يلي:

$$Y=0.614+0.347 (X_1)+0.159 (X_2) + 0.320 (X_3)$$

نية انشاء مشروع في المجال الرياضي = 0.614 + 0.347 (التكوين الجامعي) + 0.159 (الجانب الإعلامي) + 0.320 (المعايير الذاتية)

#### 2-IV- مناقشة النتائج :

- مناقشة نتائج الفرضية الأولى: من خلال الجدول رقم (02) يتبين أن التكوين الجامعي له أثر في نية طلبة علوم الرياضة في إنشاء مشروع في المجال الرياضي ، و تتفق نتائجنا مع ما توصلت إليه دراسة خميس و محسن (2017) التي بين فيها أن هناك أثرا للتعليم الجامعي على النية المقاولاتية لدى الطلبة. كما أشارت دراسة مسيخ (2019) إن الجامعة هي الوعاء الأساسي للطلبة من خلال فاعلية التكوين ودور المقاولاتية فيها حيث تعد المكونات الأساسية لأدوار الجامعات في الوقت الراهن، وهذا من خلال برامجها الهادفة لتعزيز الروح المقاولاتية بين طلبتها، كما إن إنشاء الحاضنات المرتبطة بالجامعة قصد خلق دور جديد وحساس لها يساهم في التنمية الاقتصادية، فعلاوة عن الأدوار التقليدية للجامعة فهي تقوم بتوفير فرص استثمارية وتشغيلية لمخرجاتها النهائية وعلى رأسها البحث العلمي عن طريق هذا النوع من الحاضنات .

أما دراسة بالقاسي (2019) فقد توصلت الى أن روح المقاولاتية للطلاب الجامعي عالية، لكن إن لم تلق الدعم الكافي ، فإنها قد تتلاشى تدريجيا لتختفي في مرحلة ما، خاصة أن غالبية أصحاب الروح المقاولاتية لم تتولد لديهم من المحيط الجامعي وهو ما بينته دراستنا أيضا في مستويات التأثير إذ تحتل المرتبة الثانية بعد المعايير الذاتية وفق ما تبينه نتائج الجدول رقم (08) ، و يؤكد بالقاسي أن التدريس المقاولاتي في الجامعة والمكتب المقاولاتي للجامعة لم يصل ، بعدُ ، إلى المستوى المطلوب الذي يسمح بتحقيق الهدف الأساسي منها وهذا ما قد يؤثر في الرأي الحالي للطلاب الجامعي في المستقبل، فكما سبق أن رأينا أن هناك رغبة كبيرة من قبل الطلاب في إنشاء مشروعاتهم الخاصة إلا أن الفئة القليلة التي كانت تعلم بوجود مكتب للمقاولاتية مثلت نسبة جد ضئيلة منهم من اتصل بالمكتب وهذا راجع للمحيط الجامعي الذي لا يزال يحتاج إلى الكثير من الإصلاحات حتى يكون كدعم كافٍ للروح المقاولاتية للطلاب الحالي، بل وينبغي أن تصل لدرجة تسمح له من أن يستمد تلك الروح من خلال الجامعة أكثر من أي سبب آخر حتى يمكن التفريق بين مقال خريج من الجامعة ومقال آخر.

- مناقشة الفرضية الثانية: من خلال الجدول رقم (04) يتبين أن الجانب الإعلامي يؤثر في نية طلبة علوم الرياضة في إنشاء مشروع في المجال الرياضي حيث تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا في رفع مستوى الرغبة والنية المستقبلية للانخراط في "ريادة الأعمال" والتي يمكن ترجمتها بسهولة أكبر إلى نتائج ريادية من خلال المبادرات المصممة لتطوير المهارات وبناء القدرات الهادفة في بدء العمل (Levie & al, 2010) .

و في دراسة اجراها الياس و آخرون سنة (2018) حول تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على النوايا الريادية لطلبة الجامعة في الأعمال التجارية و التي استندت إلى نموذج Shapero و Sokol لنية ريادة الأعمال ونظرية Ajzen للسلوك المخطط في قياس نية ريادة الأعمال ، حيث اكدت الدراسة تأثير مواقع التواصل

الاجتماعي على ادراك الجدوى لدى الطلاب وتدعم جزئيًا تأثيرهم على الرغبة المتصورة لدى الطلاب (Alayis & al, 2018).

كما وتشير نتائج دراستنا و التي يبينها الجدول رقم (08) أن تأثير الجانب الإعلامي في نية إنشاء مشروع لدى طلبة علوم الرياضة يحتل المرتبة الأخيرة خلف المعايير الذاتية و تأثير التكوين الجامعي، وهذه النتيجة تؤكدتها دراسة ليفي وآخرون سنة (2010) حيث توصلوا إلى أن التأثيرات الملحوظة للإعلام على الأعمال الريادية أقل بكثير من تلك الخاصة بالعائلة والأصدقاء وزملاء العمل أي المعايير الذاتية والتعليم والتدريب في الجامعة أو الكلية أي تأثير المؤسسات الجامعية. (Levie & al, 2010).

- مناقشة نتائج الفرضية الثالثة: من خلال الجدول رقم (06) يتبين ان المعايير الذاتية تؤثر في نية طلبة علوم الرياضة في انشاء مشروع في المجال الرياضي ، و تتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة بوسيف (2018) حيث توصل إلى أن المعيار الشخصي (العائلة والأصدقاء) يؤثر بالإيجاب في موقف الطلبة وإدراكهم لتحكمهم في السلوك المقاوالاتي، حيث يعد متغير المعيار الشخصي مهما بشكل خاص في دراسة نوايا الطلبة الجامعيين بما أنهم يفتقدون للثقة والخبرة اللازمتين لاختيار المهنة المستقبلية، فبإمكان كل من الوالدين والأصدقاء أن يؤثر بشكل أسهل في قراراتهم (بوسيف، 2018).

وأشارت الدراسات السابقة إلى أن الموقف يرتبط بشكل كبير بالمعايير الذاتية وجدوا في دراساتهم أن هناك مسارًا سببيًا مهمًا بين المعايير الذاتية والموقف المؤدي إلى السلوك النية ، أن تأثير البيئة الاجتماعية على تشكيل موقف الأفراد يجب أن يُدرس بدقة. (Al-Swidi & al, 2014). و تبين نتائج دراستنا أيضا ان المعايير الذاتية وللجامعة تؤثران في نية الطلبة نحو انشاء مشروع وهو ما يتطابق مع ما اشرت اليه دراسة بالميمون وآخرون (2017) ، وكذا دراسة بودية و بن حبيب (2017) و التي توصلت إلى أن المعايير الذاتية و يضاف اليها متغير التكوين المقاوالاتي في الجامعة تؤثر كلها في نوايا الطلبة نحو العمل المقاوالاتي .

## V - الخاتمة :

من خلال دراستنا حاولنا التركيز على بعض العوامل المؤثرة في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي على طلبة علوم الرياضة والمنوط بهم حمل مشعل المؤسسات الناشئة ذات التوجه الرياضي في الإنتاج، وهذا من خلال معرفة تأثير ثلاث عوامل رئيسية في تكوين النية وهي التكوين الجامعي، لما تحمله من طابع تكويني توعوي توجيبي، وكذا الجانب الإعلامي لما له أثر على جماهير المتلقين من خلال أشكاله المختلفة، وأخيراً من خلال المعايير الذاتية و التي تمثل درجة الضغط المسلط على الطالب من خلال المقربين كالأهل والأصدقاء.. الخ.

### 1.1.V نتائج البحث:

- جميع العوامل التي تم تناولها بالدراسة تحمل في طياتها تأثيرا ع في نية إنشاء مشروع في المجال الرياضي، إلا أنها تختلف في شدتها.
- بينت الدراسة أن تأثير العوامل مجتمعة لها قدرة تفسيرية أفضل من تأثير كل عامل على حدة.



- تأثير العوامل الذاتية كان الأعلى في حين أن الجانب الإعلامي كان أقلها تأثيراً في طالب علوم الرياضة
- كما إنه لا يمكن حصر العوامل المؤثرة في نية إنشاء مشروع فقط في العوامل السابقة مثل ما أشارت إلى ذلك أدبيات الدراسة فهناك العديد العوامل الأخرى التي تؤثر جنباً إلى جنب مع هذه العوامل مثل المواقف وإدراك الجدوى والكفاءة المدركة والمهارات... الخ.

### 2.V. مقترحات البحث:

- ضرورة إدخال مواد دراسية في برنامج تكوين الطلبة تعنى بريادة الأعمال والمؤسسات الناشئة عموماً وفي المجال الرياضي خصوصاً.
- تفعيل دور دار المقاولاتية وتنوع أساليبها في العمل، وتنوع أعمالها لتشمل كافة أنواع المقاولاتية بما تحمله الجامعة الجزائرية من مكونات من بينهم طلبة علوم الرياضة.
- خلق منصة على مستوى مواقع الجامعات تعنى المقاولاتية وتوجيه الطلبة والإجابة عن تساؤلاتهم.
- توجيه عمل حاضنات الاعمال والمشاتل بما يضمن نجاح الأفكار الرياضية للطلبة عموماً وطلبة علوم الرياضية خصوصاً والذي يعتبر سوقاً خصباً للمشاريع المبتكرة.
- ضرورة تبني الإعلام الجزائري لاستراتيجية إعلامية تنشر الوعي المقاولاتي بين الشباب، وهذا من خلال حصص تثقيفية حول ريادة الأعمال والمؤسسات الناشئة ورفع اللبس عن هذا المسار المهني.
- تبني الجهات الوصية لنموذج إعلامي حديث من خلال استغلال مختلف الوسائط الحديثة والتي أصبحت أكثر رواجاً بين الشباب مثل وسائل التواصل الاجتماعي.
- خلق صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تعنى بنشر الثقافة المقاولاتية بين الشباب، ورفع من الثقافة الجماهيرية في هذا المجال.
- إجراء دراسات تعنى بريادة الأعمال لدى طلبة علوم الرياضة من خلال تطبيق نماذج تتنبأ بالسلوك المقاولاتي.

### 3.V. آفاق البحث:

- دراسة النية المقاولاتية لدى طلبة علوم الرياضة وفقاً لبعض النماذج الأساسية مثل نموذج الحدث المقاولاتية ونموذج السلوك المخطط.
- دراسة تحليلية لمستوى البطالة لدى خريجي معاهد علوم الرياضة ومتابعة مساراتهم المهنية بعد التخرج.
- نقائص المؤسسات الجامعية في تدعيم الفكر المقاولاتي لدى طلبة علوم الرياضة.

### VI- قائمة المراجع :

1. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), pp. 179-211.

2. al2014The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption *British Food Journal*
3. Alayis, M. M., & al. (2018). Impact of social networking sites' use on entrepreneurial intention among undergraduate business students: the case of Saudi Arabia. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(4), pp. 1-18.
4. Fayolle, A., & Lassas-Clerc, N. (2006). Essay on the nature of entrepreneurship education. *In International Conference Entrepreneurship in United Europe-Challenges and Opportunities*.
5. Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Taylor & Francis.
6. Herdjiono, I., & all. (2017). The factors affecting entrepreneurship intention. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 5(2), pp. 5-15.
7. Hindle, K., & Klyver, K. (2007). Exploring the relationship between media coverage and participation in entrepreneurship: Initial global evidence and research implications. *International entrepreneurship and management journal*, 3(2), pp. 217-242.
8. Iakovleva, T., & Kolvereid, L. (2009). An integrated model of entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Globalisation*, 3(1), pp. 66-80.
9. Krueger Jr, N. F., & al. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), pp. 411-432.
10. Levie, J., & al. (2010). *Impact of media on entrepreneurial intentions and actions*. Retrieved from [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/32243/11-773-impact-of-media-entrepreneurial-intentions-actions.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32243/11-773-impact-of-media-entrepreneurial-intentions-actions.pdf)
11. Rhodes, R. E., & al. (2013). Extending the theory of planned behavior in the exercise domain: A comparison of social support and subjective norm. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 33(5), pp. 193-199.
12. Vamvaka, V., & al. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences., 9, p. Journal of Innovation and Entrepreneurship.
13. Yousaf, U., & Al. (2015). Studying the influence of entrepreneurial attributes, subjective norms and perceived desirability on entrepreneurial intentions. *Journal of entrepreneurship in emerging economies*.

1. أشواق بن قدور، و محمد بالخير. (2017). أهمية نشر ثقافة المقاولة وإنعاش الحس المقاوالاتي في الجامعة. *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، 6(1)، ص ص 343-356.
2. أيوب مسيخ. (2019). الجامعة كحاضنة طبيعية ومرجعية حقيقية لبعث الروح المقاوالاتية.

3. بلال بشطة، و عبد القادر بورمانه. (2021). حاضنات الأعمال كأداة لتعزيز المرافقة المقاولاتية وتحقيق التنوع الاقتصادي في الجزائر. *مجلة الإقتصاد الجديد*، 12 (1)، ص ص 106-127.
4. سامية طلاس. (2020). محددات التوجو المقاولاتي للطلبة الجامعيين: اختبار نموذج Ajzen. *مجلة مجاميع المعرفة*، 6 (2)، ص ص 93-108.
5. سيد احمد بوسيف. (2018). تأثير المهارات المقاولاتية على النية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين. تلمسان، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، اطروحة دكتوراه غير منشورة.
6. عبد النور بالميمون، وآخرون. (2017). دور نظرية السلوك المخطط في دراسة التوجه المقاولاتي لخريجات الجامعات دراسة حالة طالبات كلية العلوم الاقتصادية لجامعة معسكر. *حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية*، 4 (2)، ص ص 130-148.
7. فضيلة بالقاسي. (2019). المقاولاتية و الجامعة الجزائرية. *مجلة دراسات اقتصادية*، 13 (3)، الصفحات 299-312.
8. فضيلة بوطورة، و آخرون. (2019). دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية بين الضرورة والأهمية. *مجلة الإبداع*، 9 (1)، ص ص 195-176.
9. محمد الشريف ناصري. (2021). النية المقاولاتية بين نموذج الحدث المقاولاتي ونظرية السلوك المخطط. *مجلة البحوث والدراسات التجارية*، 5 (1)، ص ص 240-255.
10. محمد علي الجودي . (2016). الإعلام المقاولاتي ودوره في تحفيز روح المقاولاتية لدى الشباب الجزائري. *مجلة دفاتر اقتصادية*، 7 (2)، ص ص 163-171.
11. محمد فوزي بودية، و عبد الرزاق بن حبيب. (2017). النية المقاولاتية لطلبة الماستير. *les cahiers du mecas*، 13 (1)، ص ص 195-207.
12. نفيسة خميس، و عواطف محسن. (2017). دور التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة ورقلة). *مجلة رؤى اقتصادية*، 7 (2).
13. هدى مدار، و حياة بوشارب. (2019). المقاولاتية و الفكر المقاولاتي الضرورية الحتمية للتقليل من حدة البطالة في الجزائر. *مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية*، 1 (2)، ص ص 111-132.