

**فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في
تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة
الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية**

إعداد

أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

أستاذ مناهج وطرق تدريس الاقتصاد المنزلي المساعد
كلية التربية النوعية بقنا - جامعة جنوب الوادي

أ.م.د/ غادة " محمد حسنى " النوبي محمد

أستاذ مناهج وطرق تدريس الاقتصاد المنزلي المساعد
كلية التربية النوعية بقنا - جامعة جنوب الوادي

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة "محمد حسنى" النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية إعداد

أ.م.د/ غادة "محمد حسنى" النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

أستاذ مناهج وطرق تدريس الاقتصاد المنزلي المساعد
أستاذ مناهج وطرق تدريس الاقتصاد المنزلي المساعد
كلية التربية النوعية بقنا - جامعة جنوب الوادي
كلية التربية النوعية بقنا - جامعة جنوب الوادي

المستخلص :

هدفت الدراسة الحالية إلي التعرف علي فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إعداد قائمة بمجموعة من المهارات المصنفة كمهارات لريادة الأعمال ، كما تم تصميم مجموعة من الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي والتي يمكن أن تساعد في تنمية متغيرات الدراسة ، بلغت عينة الدراسة الإجمالية ٦٨ طالبة (١٨ عينة أساسية + ٥٠ عينة استطلاعية) من طالبات الفرقة الرابعة بقسم الاقتصاد المنزلي - كلية التربية النوعية ، واستخدمت الدراسة بعض أدوات القياس من إعداد الباحثين وهي: ١- بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال ، ٢- مقياس ثقافة التسويق الالكتروني ، وتم تطبيق الأدوات السابقة على الطلاب عينة البحث (قبلي وبعدي) ، تم تصحيح الدرجات ومعالجة البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS ver.20 وأظهرت النتائج ما يلي: وجود فروق دالة إحصائية عند مستوي (٠.٠١) بين متوسطات درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال لصالح التطبيق البعدي ، وجود فروق دالة إحصائية عند مستوي (٠.٠١) بين متوسطات درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس ثقافة التسويق الالكتروني لصالح التطبيق البعدي ، وفي ضوء النتائج السابقة تم تقديم مجموعة من التوصيات والدراسات المقترحة

الكلمات المفتاحية : الأنشطة التربوية - الذكاء العملي - مهارات ريادة الأعمال - ثقافة التسويق الالكتروني .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة "محمد حسنى" النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

The Effectiveness of Educational Activities in Home Economics based on Practical Intelligence to Develop Entrepreneurial Skills and E- Marketing Culture among Students of the HomeEconomics Division at the Faculty ofbSpecific Education

Dr. Ghada Mohamed Hosni El-Noubi Mohamed,
Associate Professor of Curricula and Teaching Methods of Home Economics,
Faculty of Specific Education in Qena - South Valley University

Dr. Fatma Abdelrazak Omar
Associate Professor of Curricula & Teaching Methods of Home Economics,
Faculty of Specific Education in Qena - South Valley University

Abstract:

The present study aimed to identify the effectiveness of Educational Activities in Home Economics based on Practical Intelligence to Develop Entrepreneurial Skills and E- Marketing Culture among Students of the HomeEconomics Division at the Faculty ofbSpecific. To achieve the objectives of the study, a list of a set of skills classified as entrepreneurship was prepared, and a set of educational activities in home economics based on practical intelligence were designed, which can help in developing the study variables. The total sample of the study amounted to 75 students (25 basic samples + 50 survey samples) from the fourth year students in the Department of Home Economics - Faculty of Specific Education, and the study used some measurement tools prepared by the researcher: 1- Entrepreneurship skills note card, 2- Culture scale E-marketing, and the previous tools were applied to the research sample students (before and after). The scores were corrected and the data were processed using the statistical program SPSS ver.20, and the results showed the following: There are statistically significant differences at the level of (0.01) between the mean scores of the study sample students in the two "pre – post" applications of the Entrepreneurship Skills Note Card in favor of the post application. There are statistically significant differences the level of (0.01) between the mean scores of the study sample students in the two "pre- post" applications of the e-marketing culture scale in favor of the post application. In light of the results, a set of recommendations and suggested studies were presented.

Keywords: Educational Activities, Practical Intelligence, Entrepreneurial Skills, E- Marketing Culture .

مقدمة :

تعد كلية التربية النوعية كأحد المؤسسات التعليمية بالجامعات المصرية واحدة من الكليات التي تؤهل الطلاب الملتحقين بها - في كافة التخصصات - للعمل بعد التخرج في مجالات عديدة ومختلفة إلي جانب العمل كمعلمين بمراحل التعليم قبل الجامعي ، فعلي سبيل المثال يمكن لخريجو قسم الاقتصاد المنزلي العمل في مجالات تخصصية كأخصائي تغذية أو العمل في المصانع المختلفة كتلك المرتبطة بالصناعات الغذائية أو الملابس والنسيج ، كما يمكنهم العمل في مراكز التأهيل المرتبطة بالأمومة والطفولة وإدارة شؤون الأسرة والمسكن ؛ ذلك لأن الطالب يدرس مجموعة من المقررات التخصصية والأنشطة ذات الصلة بتلك المجالات والتي تؤهله للعمل فيها بعد التخرج .

وقد زادت في السنوات الأخيرة فرصة عمل خريجو كليات التربية النوعية في المجالات التخصصية ؛ وذلك بسبب إلغاء نظام التكاليف للعمل كمعلمين في مراحل التعليم قبل الجامعي ، ومن هنا كان لابد للخريجين الاعتماد علي المهارات التي تدربوا عليها ومارسوها خلال سنوات الدراسة والاستفادة منها في إقامة مشروعات خاصة صغيرة أو متوسطة بما يعود عليهم وعلي المجتمع بالنفع .

وانطلاقاً من دور كليات التربية النوعية في إعداد ما يحتاجه المجتمع من طاقات بشرية مؤهلة ، وإعداد قيادات لمختلف المجالات فيه ، كان لابد من الاهتمام بمساعدة الطلاب خلال سنوات الدراسة في التعرف علي فرص العمل المختلفة التي تنتظرهم بعد التخرج وتؤهلهم لها الدراسة بمختلف التخصصات بالكلية وتدريبهم عليها والعمل علي تنمية المهارات المختلفة لديهم ليس فقط المهارات المرتبطة بالمقررات الدراسية وإنما أيضا المهارات التي تساعدهم علي تلبية متطلبات سوق العمل وتدريبهم علي كيفية اختيار وإقامة مشروعاتهم الخاصة التي تتناسب مع احتياجات البيئة والمجتمع وتتناسب مع التغيرات والتطورات التي تحدث في المجتمع بشكل مستمر .

وتعتبر مهارات ريادة الأعمال أحد المهارات التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورية ولازمة للمجتمع القائم علي المعرفة ، والتي نشأت منذ عام ٢٠٠٣ في أوروبا بعد أن أشارت المفوضية الأوروبية إلي أهمية تعليم ريادة الأعمال لتطوير القدرات الريادية للمواطنين والمؤسسات في أوروبا كأحد أهم أهداف سياسة الاتحاد الأوروبي والدول الأعضاء ، مما يؤدي إلى إحداث تطور شامل في العقلية والثقافة الريادية ويسهم في دعم الأفراد والمجتمعات ككل باعتبارها من المهارات التي تربط بين مخرجات التعليم ومتطلبات سوق العمل ، ثم أخذت في التطور حتي نجحت التقارير الصادرة عن " حركة الأعمال الصغيرة بأوروبا " عام ٢٠٠٨ ، و"بيان من أجل إعادة التفكير بالتعليم " عام ٢٠١٢ ، و" خطة ريادة الأعمال ٢٠٢٠ " والصادرة في عام ٢٠١٣ ، وأجندة المهارات الجديدة لأوروبا والتي صدرت عام ٢٠١٦ ، في تعزيز الوعي حول أهمية تعليم ريادة الأعمال والتعلم الريادي ووضع مهارات ريادة الأعمال تحت دائرة الضوء ، وهو ما أدى إلي انتشارها من أوروبا إلي أمريكا ثم أستراليا ثم جميع بلدان العالم ومنها الدول العربية حتي جاءت المملكة العربية السعودية في مقدمة الدول العربية التي اهتمت بريادة الأعمال. (مرجعيتنا باسيجالوبو وآخرون ، ٢٠١٦ : ٥)

ولم يختلف الأمر في جمهورية مصر العربية فشأنها شأن دول العالم الأخرى فقد بدأ الاهتمام بمجال ريادة الأعمال وظهرت في السنوات القليلة الماضية المقررات الدراسية والبرامج التعليمية والتدريبية التي تهتم بمجال ريادة الأعمال ، وتضمينها في المناهج الدراسية بالكليات المختلفة باعتبارها أحد متطلبات الدراسة الجامعية ، لتصبح بذلك ريادة الأعمال عنصراً من عناصر التعليم اليادي بالجامعات .

ويؤكد كلاً من نيك وجرين وبروش (Neck; Greene & Brush) (2014علي أن الدراسات الحديثة والمعاصرة في مجال المناهج قد أوصت بضرورة تضمين مقرر ريادة الأعمال كمقرر دراسي في جميع المراحل التعليمية وبالأخص في المرحلة الجامعية وبحيث لا تقتصر علي تخصص دون الآخر ، وأن

تكون أحد أهم أهداف ذلك المقرر وضع رؤية واضحة لتشجيع ممارسة الأعمال الريادية ونشر ثقافة ريادة الأعمال وتحويلها إلي واقع يتجسد في شكل مشروعات تتبنى الأفكار الجديدة والإبداعية وخاصة في ظل العولمة الاقتصادية المستمرة والمتزايدة .

وعلي مستوي كليات التربية النوعية فقد تم تضمين مقرر ريادة الأعمال لطلاب الفرقة الرابعة بجميع الشعب كمقرر إجباري يهدف إلي نشر ثقافة ريادة الأعمال حيث يتناسب ذلك المقرر مع طبيعة دراسات التخصصات النوعية ، ويؤكد موهان وآخرون (Mohan, Watson & Strobl, 2018) علي أهمية ريادة الأعمال في توفير فرص عمل جديدة ، وتعزيز الفكر الريادي لدى الشباب حيث يعمل علي تنمية قدراتهم يساعدهم علي تحويل أفكارهم الإبداعية إلي مشاريع هادفة وزيادة قدراتهم علي إحداث التغيير وحل المشكلات وتحمل المخاطر .

ولما كان تدريس ريادة الأعمال وتنمية مهاراتها المختلفة تهدف في المقام الأول إلي مساعدة الطلاب علي إقامة المشروعات الصغيرة وتطوير أفكار تلك المشروعات وقدراتها بحيث تصبح مشروعات ناجحة وتأخذ أبعاد وقدرات يتوفر فيها عنصري الاستمرارية والتطور وأن تكون نواة لمشروعات كبيرة بما يتناسب مع متطلبات السوق المحلي وهو ما أكدت عليه دراسة هيام سالم ومنال الشاعر (٢٠١٧) ، فكان لابد إلي جانب تنمية مهارات ريادة الأعمال الاهتمام بجوانب أخرى تساعد بدورها في نجاح واستمرارية تلك المشروعات .

ويعد التسويق Marketing أحد الجوانب الهامة التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند إقامة المشروعات المختلفة حيث يجب وضع دراسة متكاملة لأساليب التسويق المختلفة ويجب أن تتمتع تلك الأساليب بالإبتكارية حتي تتناسب مع ثقافة ريادة الأعمال ، ويعتبر التسويق الالكتروني E-Marketing أحد الأساليب الحديثة والمعاصرة والتي انتشرت علي نطاق واسع في الآونة الأخيرة ولاقت نوعا من الاستحسان والقبول لدي قطاع كبير من رواد الأعمال والمستهلكين علي حد سواء .

ويعتمد التسويق الالكتروني علي استخدام الانترنت بشكل كامل ليس فقط في الاعلان عن المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات المختلفة ، وإنما أيضاً طرق البيع والشراء وكيفية توصيل المنتجات للمستهلك أينما كان والتكلفة ، فقد عرف عبد السلام أبو قحف وآخرون (٢٠٠٦ : ٤٣٧) التسويق الالكتروني بأنه: " عملية استخدام شبكة الانترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للشركات ، وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث " ، وبالتالي يمكن للمسوقين عبر الانترنت أن يقوموا بنشر المعلومات عن منتجاتهم وشركائهم بسهولة أكثر وحرية أكبر مقارنة بالتسويق التقليدي ، وبالتالي أصبحت المنافسة في عصر الانترنت أقوى وأشد بشكل لا يمكن تصديقه ، ولا يمكن التنبؤ به .

وتعتبر شركة أمازون *Amazon* والتي تأسست عام ١٩٩٤ سوق تجاري رائد تحقق أرباح هائلة وتمارس جميع أنشطتها في جميع أنحاء العالم من خلال الانترنت بالاعتماد علي التسويق الالكتروني .

ويمكن القول أننا حرفياً نعيش الآن في عصر التسويق الالكتروني ولم يعد هناك مجال لتجاهل تلك القوى التسويقية الهائلة ، والتي يمكن من خلالها تحقيق نتائج ربحية هائلة وأن السبب الرئيس وراء ذلك زيادة أعداد المستخدمين لأجهزة الهاتف المحمول ومواقع التواصل الاجتماعي التي سهلت الوصول إلي أكبر عدد من المستهلكين في وقت وجيز .

ويؤكد يوسف أبو فارة (٢٠٠٧ : ١١٨-١٢٣) علي بعض العوامل التي يجب توفيرها لكي يحقق التسويق الالكتروني النجاح المطلوب فهو يحتاج إلي أفراد يتوفر لديهم القدر المناسب من التعليم والمهارات اللازمة لتصميم موقع لعرض المنتجات والخدمات والإعلان عنها باحترافية عالية تسهل التواصل مع العملاء وتشجعهم علي الدخول والتصفح ، بالإضافة إلي طريقة استقبال طلبات العملاء والرد عليها بكفاءة والالتزام بتلبيتها وتنفيذها في مواعيدها دون تأخير.... وغيرها من الأمور التي

تساعد علي مواجهة التحديات المنافسين ، وهو ما أطلق عليه في الدراسة الحالية
ثقافة التسويق الالكتروني *E- Marketing Culture* .

وتري الدراسة الحالية أنه لكي يتم تنمية كلاً من مهارات ريادة الأعمال وثقافة
التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية فلا بد
من إتاحة الفرصة أمام الطالبات لتصميم وممارسة أنشطة متنوعة مستوحاة من
طبيعة دراستهن ومن مواقف الحياة الواقعية التي تعيشها الطالبات بما تتضمنه من
تحديات ومشكلات وصعوبات ، كما يجب مساعدتهن للتواصل مع المجتمع باختيار
الأفكار التي تتناسب مع متطلبات سوق العمل ؛ وذلك لرصد واقتناص الفرص
المختلفة التي يمكن أن تكون نقطة الانطلاق لفكرة أو مشروع ابداعي غير تقليدي ،
والبدء في اجراءات عمل دراسة جدوى لذلك المشروع بشكل عملي مصغر استعدادا
لتنفيذه وممارسته ان أمكن.

ولأن ممارسة المشروعات ونجاحها وتحقيق الريادة فيها ليس بالأمر السهل ،
وإنما يتطلب توافر مجموعة من الصفات والقدرات لدي الفرد منها - علي سبيل
المثال لا الحصر - التفكير بشكل مختلف ① - عدم الخوف ② - الاقدام ومواجهة
التحديات ③ - تحمل المخاطر ④ - التكيف مع التغيرات المستمرة ⑤ - الاستفادة من
الامكانيات المتاحة ⑥ - القدرة علي التخيل والاكتشاف ⑦ - القدرة علي تحليل
المواقف واتخاذ القرار ⑧ ، لذا يفضل عند الشروع في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي الأفراد الاعتماد علي الأنشطة العملية في ضوء
مكونات الذكاء العملي *Practical Intelligence* .

ويهدف الذكاء العملي بشكل رئيس إلي تدريب الفرد علي التصرف بحنكة
ودراية ، ويجعله يقبل علي التعلم بكل رغبة ونشاط وأن يشعر بضرورة تحمل
المسئولية فيما يتعلمه والتفكير في كيفية تطبيقه في الحياة العملية ، ويؤكد كلاً من
Sternberg & Grigorenko (2002) علي أن الذكاء العملي يتضمن مجموعة
من القدرات التي يحتاج إليها الفرد للنجاح في الحياة اليومية بما في ذلك النجاح في

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

الوظيفة أو إنشاء المشروعات المختلفة ، فالذكاء العملي يعتبر أحد أنواع الذكاءات التي زاد الاهتمام بدراستها في الآونة الأخيرة باعتباره مؤشر جيد لأداء الأفراد في شتى مجالات الحياة سواء كانت مرتبطة بالدراسة أو العمل أو الحياة بشكل عام .
(أبو زيد الشويقي، ٢٠١٠)

مشكلة الدراسة

تبلورت مشكلة الدراسة الحالية في ضوء عدة نقاط تم رصدها بحكم عمل الباحثين كأعضاء هيئة تدريس بكلية التربية النوعية - جامعة جنوب الوادي ويمكن توضيح تلك النقاط علي النحو التالي :-
١- قلة وعي وعدم معرفة الطلاب/الطالبات الملحقين بكلية التربية النوعية شعبة الاقتصاد المنزلي بفرص العمل المختلفة التي تؤهلهم دراستهم لعلم الاقتصاد المنزلي لمزاومتها بعد إنهاء الدراسة والتخرج وممارسة الحياة العملية.

وقد اتضح ذلك للباحثين من خلال تطبيق استبيان كدراسة استطلاعية * بهدف تحديد مدي المام الطلاب بالأنشطة المختلفة المرتبطة بكل مجال من مجالات الاقتصاد المنزلي ومدي قدرة كل طالب علي صياغة بعض الأفكار المشتقة من مجالات الاقتصاد المنزلي واعتبارها نقطة انطلاق لعمل مشروعات خاصة بعد التخرج كمصدر للعمل الحر بعد التخرج ، وقد تضمن الاستبيان مجموعة من الأسئلة المفتوحة والموجهة والتي تعبر عن آراء الطلاب وتم توزيعه علي طلاب/طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية جامعة جنوب الوادي ، وقد تم تطبيق عدد ٢٠٠ استبيان تقريبا ، وقد جاءت نتيجة الاستبيان بنسبة ٤٢.٧ % وهي تعتبر نسبة غير مرضية وتؤكد قلة وعي وعدم معرفة الطلاب/الطالبات الملحقين بكلية

* ملحق (١): استبيان مدي المام الطلاب بالأنشطة المختلفة المرتبطة بمجالات الاقتصاد المنزلي وكيفية تحويلها إلي أفكار مشروعات ريادية

التربية النوعية شعبة الاقتصاد المنزلي بفرص العمل المختلفة التي يمكن مزاولتها بعد إنهاء الدراسة .

٢- علي الرغم من وجود مقرر ريادة الأعمال باللانحة الداخلية لكلية التربية النوعية يتم تدريسها لطلاب الفرقة الرابعة جميع الشعب، إلا أنه يتم تقديم المقرر كمحتوي نظري فقط دون تقديم محتوى تطبيقي يدعم قدرة الطلاب علي إعطاء أفكار للمشروعات المختلفة والمشتقة من مجالات التخصص المختلفة والسير فيها بإجراءات تطبيقية فعالة تنمي فهم الطلاب لأهمية ريادة الأعمال في النهوض بحياة الفرد والأسرة والمجتمع .

وقد اتضح ذلك للباحثين من خلال عقد ورشة عمل مع مجموعة ممثلة لطلاب الفرقة الرابعة شعبة الاقتصاد المنزلي بعد إنهاء دراستهم لمقرر ريادة الأعمال ، واستمرت الورشة لمدة ٦ ساعات تم فيها تقسيم الطلاب إلي خمسة مجموعات بحيث تمثل كل مجموعة مجال واحد من مجالات الاقتصاد المنزلي وعلي طلاب المجموعة وضع أفكار لمشروعات غير تقليدية مرتبطة بالمجال ثم اختيار مشروع واحد يتم عمل دراسة جدوي كاملة له ووضع خطة للمشروع تتضمن الهيكل الإداري للمشروع وخطة التمويل والتسويق والتسهيلات التي سيقدمها المشروع للمستفيدين منه والتي تضمن بقاء المشروع واستمراره أطول فترة ممكنة وكيفية تنمية المشروع وتطويره، وقد جاءت النتيجة غير مرضية بالنسبة للباحثين ؛ حيث لم تقدم أي مجموعة خطة متكاملة للمشروع الذي تم الاستقرار عليه مما يدل علي عدم الفهم الكامل للهدف من ريادة الأعمال وعدم القدرة علي ممارستها وهو ما يؤكد ضرورة ممارسة الطلاب مجموعة من الأنشطة التي تساعد في فهم المعلومات من خلال تطبيقاتها العملية .

٣- نظمت الباحثتان ندوة لطلاب الفرقة الرابعة بعنوان " أساليب التسويق الحديث " تناولت الندوة مفهوم التسويق بشكل عام وأنواعه المختلفة وأهميته باعتباره أهم

العوامل التي يمكن من خلالها الحكم علي نجاح واستمرار خدمة أو مشروع وتحقيق الريادة من خلاله ، وقد تم فتح باب المناقشة حول التسويق الالكتروني ، وخلصت نتائج المناقشة إلي تفضيل الطلاب لاستخدام هذا النوع من التسوق وذلك لتوفره وانتشاره علي نطاق واسع نتيجة التطورات التكنولوجية ، ولكنهم يجهلون مهاراته وفنياته العديدة ، ومن هنا خلصت الباحثتان إلي ضرورة إعطاء الطلاب المنوط بهم إقامة المشروعات الريادية جانب تثقيفي عن التسويق الالكتروني وفنياته المختلفة.

مما سبق تأكد للباحثتين أن مجرد تقديم محتوى علمي لمقرر ريادة الأعمال للطلاب بالكليات المختلفة لا يعتبر كافياً لخلق رواد أعمال قادرين علي تقديم خدمات رائجة أو انشاء مؤسسات قادرة علي تحقيق أهداف اقتصادية ، وإنما يعتبر ذلك المقرر خطوة في تعزيز الفكر الريادي ونشر ثقافة ريادة الأعمال وهو ما يؤكد **Mohan, Watson, & Strobl (2018)** ، وأن ريادة الأعمال تتطلب تنمية مهارات خاصة وممارسة أنشطة معينة والتدريب عليها باستخدام أساليب تربوية مناسبة ، ومن هنا تبلورت فكرة البحث الحالي كمحاولة لتصميم وبناء مجموعة من الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي والتعرف علي فاعليتها في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية .

وبناءً علي ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة الحالية في السؤال الرئيس التالي: " ما فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟ " .

ويتفرع من السؤال الرئيس السابق مجموعة أسئلة فرعية وهي:

- السؤال الأول: ما مهارات ريادة الأعمال المطلوب تنميتها لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟
- السؤال الثاني: ما التصور المقترح لأنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟
- السؤال الثالث: ما فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟
- السؤال الرابع: ما فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية ثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى:

- ١- تصميم أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي يمكن أن تساعد في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية .
- ٢- التعرف علي فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟
- ٣- التعرف علي فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية ثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟

أهمية الدراسة

- تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من عدة نقاط يمكن توضيحها كما يلي:
- 1- سعي الدول إلي استحداث برامج تعليمية جديدة سواءً علي مستوي قطاع التعليم قبل الجامعي بوجه عام ، وقطاع التعليم العالي والجامعي بشكل خاص وبما يساعد علي تلبية رؤية مصر ٢٠٣٠ وتحقيق مقومات التنمية المستدامة ، وبحيث تتناسب تلك البرامج مع المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية وأن تقدم تلك البرامج المناهج والمقررات الدراسية التي تهتم بالممارسات العملية وتنمية المهارات المرتبطة بها ، ومن هنا فقد اكتسب مقرر ريادة الأعمال أهمية كبرى تنطلق من قدرتها علي مساعدة الكوادر البشرية المتميزة علي إنشاء وإدارة المشروعات الريادية التي تدفع بعجلة النمو الاقتصادي للمجتمع .
 - 2- المسؤولية التي تقع علي عاتق الجامعات تجاه منسوبيها من الطلاب - علي مختلف التخصصات - والتي تتمثل في توضيح أهم مجالات العمل التي يمكن ممارستها والتي ترتبط بطبيعة التخصص الدراسي وأن يتم ذلك من خلال تدريب وتأهيل الطلاب لتلك المجالات وبالأخص مجالات العمل الحر، فالدراسة الجامعية ليست لتلقي الجوانب المعرفية فقط ، وإنما هي بمثابة الحقل التدريبي لإعداد وتأهيل الكوادر البشرية للمشاركة المجتمعية ومزاولة الأعمال المختلفة التي لابد وأن تتناسب مع متطلبات سوق العمل .
 - 3- أهمية مجال التسويق وارتباطه الوثيق بنجاح المشروعات وتعدد طرق وأساليب التسويق وهو ما يجعل من التسويق علم له أهدافه ومجالاته وأدواته المختلفة التي يجب أن يلم بها القائم علي إنشاء مشروع ما، وبالأخص بعد تفشي ظاهرة المعاملات الالكترونية المرتبطة بوسائل التكنولوجيا الحديثة التي باتت لا يمكن الاستغناء عنها مما زاد من تأثيرها علي جميع الأنشطة الحياتية تقريبا ومنها حركات البيع والشراء ليظهر التسويق الالكتروني كأحد أقوى طرق تسويق المنتجات والخدمات في الوقت الحالي.

٤- الربط بين البحث العلمي واحتياجات سوق العمل.

متغيرات الدراسة:

اشتملت الدراسة الحالية على المتغيرات التالية:

- متغير مستقل: يتمثل في (أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي).
- متغيرات تابعة: تتمثل في (١- مهارات ريادة الأعمال ٢- ثقافة التسويق الالكتروني)

منهج البحث

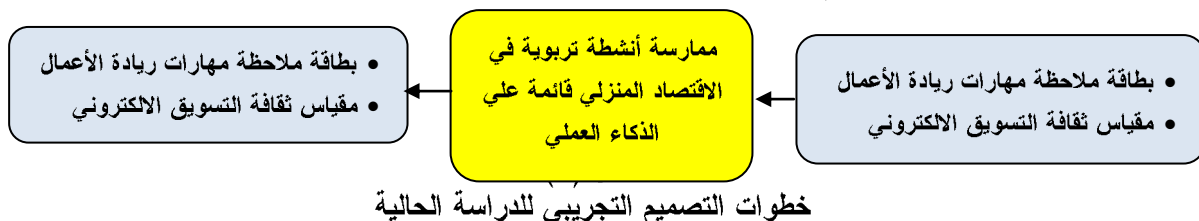
اتبعت الدراسة الحالية كلاً من:

١- المنهج الوصفي التحليلي وذلك عند عرض الاطار النظري لمتغيرات الدراسة وعند وصف اجراءات تصميم الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي والقائمة علي الذكاء العملي المستخدمة في الدراسة الحالية ، وكذلك عند إعداد قائمة مهارات ريادة الأعمال التي يفضل تنميتها لدى طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية.

٢- المنهج شبه التجريبي الذي يختبر فيه أثر السبب (المتغير المستقل) علي النتيجة (المتغيرات التابعة) والقائم على التصميم ذو المجموعة الواحدة حيث تم قياس المتغيرات التابعة (مهارات ريادة الأعمال - ثقافة التسويق الالكتروني) لدي طلاب الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة قبل وبعد ممارسة الأنشطة التربوية القائمة علي الذكاء العملي ، وذلك عند تطبيق أدوات الدراسة والمتمثلة في (بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال - مقياس ثقافة التسويق الالكتروني) قبلياً وبعدياً لتحديد مدى فعالية الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي والقائمة علي الذكاء العملي في تنمية متغيرات الدراسة .

• التصميم التجريبي:

يبين شكل (١) التالي التصميم التجريبي للدراسة الحالية وخطوات تطبيقه :
التطبيق القبلي التطبيق البعدي



• محددات الدراسة:

التزمت الدراسة الحالية بالمحددات التالية:

- ١- محددات موضوعية: وتشمل جميع متغيرات الدراسة والمتمثلة في (أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي - الذكاء العملي - مهارات ريادة الأعمال - ثقافة التسويق الالكتروني) .
- ٢- محددات بشرية: طالبات الفرقة الرابعة بقسم الاقتصاد المنزلي - كلية التربية النوعية وعددهم (١٨ طالبة) كعينة أساسية ، (٥٠ طالبة) كعينة استطلاعية.
- ٣- محددات مكانية: كلية التربية النوعية بقنا - جامعة جنوب الوادي .
- ٤- محددات زمنية: الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ٢٠٢١/٢٠٢٢ .

• عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة الحالية بشكل عشوائي من طلاب الفرقة الرابعة بقسم الاقتصاد المنزلي - كلية التربية النوعية ، وتقسيمهم كالتالي :
- عينة الدراسة الاستطلاعية: بلغ عددهم (٥٠ طالبة) وذلك لتطبيق التجربة الاستطلاعية وحساب الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة والتأكد من صلاحيتها وإمكانية تطبيقها علي عينة الدراسة الأساسية.

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة" محمد حسنى" النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

- عينة الدراسة الأساسية: بلغ عددهم (١٨ طالبة) ويتم تطبيق تجربة الدراسة عليهن مرتين الأولى قبل ممارسة الأنشطة التربوية والثانية بعد ممارسة الأنشطة التربوية ومقارنة النتائج .

• المواد التدريبية وأدوات القياس

أولاً : المواد التدريبية (إعداد الباحثان)

تمثلت المواد التعليمية للدراسة الحالية فيما يلي :

- ١- مجموعة من الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي وبحيث تغطي تلك الأنشطة جميع مجالات الاقتصاد المنزلي الخمسة وهي (الغذاء والتغذية - الملابس والنسيج - إدارة المنزل واقتصاديات الأسرة - الأمومة والطفولة والعلاقات الأسرية - تأثيث المسكن وتنسيقه) .
- ٢- قائمة بمهارات ريادة الأعمال التي يفضل تنميتها لدى طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية .
- ٣- محتوى علمي نصي يتضمن مفهوم التسويق الالكتروني وفنائه المختلفة .

ثانياً : أدوات القياس (إعداد الباحثان)

تمثلت أدوات القياس للدراسة الحالية في ما يلي :

- ١- بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال
- ٢- مقياس ثقافة التسويق الالكتروني
- ٣- اختبار معرفي خاص بالتسويق الالكتروني

• إجراءات الدراسة

للإجابة عن تساؤلات الدراسة الحالية والتحقق من مدي صحة الفروض يتم

عمل الإجراءات التالية:

- ١- الإطلاع على الأدبيات والبحوث والدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة الحالية وهي (الأنشطة التربوية - الذكاء العملي - مهارات ريادة

الأعمال - ثقافة التسويق الالكتروني) والاستفادة منها في إعداد الدراسة
الحالية.

٢- إعداد قائمة بمهارات ريادة الأعمال المراد تنميتها في الدراسة الحالية .

٣- تصميم مجموعة من الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء
العملي - في صورتها المبدئية - والتي يمكن أن تساعد في تنمية منغيرات
الدراسة .

٤- إعداد محتوى علمي نصي يتضمن مفهوم التسويق الالكتروني وفتياته المختلفة .

٥- إعداد الصورة المبدئية لأدوات القياس والمتمثلة في: (بطاقة ملاحظة مهارات
ريادة الأعمال - مقياس ثقافة التسويق الالكتروني) .

٦- عرض الصورة المبدئية لكلاً من الأنشطة التربوية وأدوات القياس على مجموعة
من السادة المحكمين والمتخصصين في الاقتصاد المنزلي ومناهج وطرق
التدريس ؛ وذلك لإبداء الرأي وإضافة بعض المقترحات في ضوء مجموعة من
المعايير ، ثم إجراء التعديلات اللازمة في ضوء آراء وتوجيهات السادة
المحكمين .

٧- صياغة الصورة النهائية لكلاً من الأنشطة التربوية وأدوات القياس بعد إجراء
التعديلات في ضوء اقتراحات السادة المحكمين .

٨- اختيار عينة الدراسة الاستطلاعية من طلاب وطالبات الفرقة الرابعة شعبة
الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية جامعة جنوب الوادي .

٩- تطبيق أدوات القياس (بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال - مقياس ثقافة
التسويق الالكتروني) علي عينة البحث الاستطلاعية وذلك لحساب الخصائص
السيكومترية لأدوات الدراسة .

١٠- اختيار عينة الدراسة الاساسية من طلاب وطالبات الفرقة الرابعة شعبة
الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية جامعة جنوب الوادي .

١١- تطبيق أدوات القياس (بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال - مقياس ثقافة
التسويق الالكتروني) قبلياً علي عينة الدراسة الاساسية .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

- ١٢- تقديم الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي وإعطاء الفرصة لطلاب عينة الدراسة الاساسية لممارستها ، وذلك خلال عدة لقاءات متفرقة يتم الاتفاق علي موعدها مع الطلاب.
- ١٣- تطبيق أدوات القياس (بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال - مقياس ثقافة التسويق الالكتروني) بعدياً علي عينة الدراسة الاساسية .
- ١٤- تحليل البيانات ومعالجتها إحصائياً باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS .
- ١٥- عرض النتائج وتفسيرها .
- ١٦- تقديم التوصيات والبحوث المقترحة المناسبة فى ضوء ما أسفرت عنه النتائج .

فروض الدراسة

- استنادا إلى نتائج البحوث والدراسات السابقة وبالرجوع إلى مشكلة وأهداف الدراسة الحالية تسعى الدراسة الحالية نحو التحقق من الفروض التالية:
- ١- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات طلاب الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال.
- ٢- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات طلاب الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس ثقافة التسويق الالكتروني .

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

١- الأنشطة التربوية Educational Activities

يمكن تعريفها إجرائياً في الدراسة الحالية بأنها: " مجموعة المواقف التي تتيح الفرصة أمام الطلاب للعمل معا والتفاعل بهدف تطبيق المعلومات والمفاهيم التي يدرسونها وتحويلها بنوع من الايجابية إلى أفكار مفيدة تعتمد علي الممارسات العملية التي تلبي ميولهم ورغباتهم وتتناسب مع قدراتهم وإمكاناتهم ومواصلة تنمية تلك القدرات وتعزيزها باستمرار من خلال اكتساب خبرات مفيدة في الحياة الواقعية والتي يمكن أن تؤثر بشكل مباشر علي المجتمع " .

٢- الذكاء العملي *Practical Intelligence*

تتبنى الدراسة الحالية تعريف ستيرنبرغ وغريغورنكو (Sternberg & Grigorenko, 2001:2-3) للذكاء العملي وهو : " القدرة علي إيجاد تناسب وتوازن أمثل بين الفرد ومتطلبات البيئة من خلال التكيف مع البيئة ، وتشكيلها أو تغييرها ، أو اختيار بيئة جديدة في السعي نحو تحقيق أهداف قيمة شخصياً ."

٣- مهارات ريادة الأعمال *Entrepreneurial Skills*

يمكن تعريفها إجرائياً في الدراسة الحالية بأنها: " مجموعة القدرات والعمليات العقلية التي يمكن تنميتها لدي طالبات الاقتصاد المنزلي من خلال ممارسة بعض الأنشطة العملية والتي تساعد علي التعرف علي إمكاناتها المتاحة واكتشاف الفرص وتحويلها إلي أعمال ذات قيمة سواء للأفراد أو المجتمع وإدارة تلك الأعمال بشكل علمي سليم ينتج عنه تمكين اقتصادي وتحقيق مكاسب مادية ."

٥- ثقافة التسويق الالكتروني *Electronic Marketing Culture*

يمكن تعريفها إجرائياً في الدراسة الحالية بأنها: " الوعي والدراية الكاملة بجميع المعلومات والحقائق والأنشطة المرتبطة بعمليات العرض والإعلان عن المنتجات والخدمات المختلفة للمشروعات عبر شبكة الانترنت ووسائل التكنولوجيا الرقمية الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي وذلك للوصول إلي أكبر عدد ممكن من العملاء وتحقيق أعلى نسبة أرباح ممكنة ."

الإطار النظري للدراسة

يتضمن الإطار النظري للدراسة الحالية أربعة محاور رئيسة هي (الأنشطة التربوية - الذكاء العملي - مهارات ريادة الأعمال - ثقافة التسويق الالكتروني) وسيتم تناولها تفصيلاً في الجزء التالي:

• الأنشطة التربوية Educational Activities

تعتبر الأنشطة التربوية من الممارسات الهامة والضرورية والهادفة التي تساعد في بناء شخصية الطالب وإكسابه بعض المهارات والصفات البناءة ، لذا فقد حظيت الأنشطة التربوية باهتمام كبير من قِبل القائمين علي العملية التعليمية فهي لا تساعد فقط في بناء الفرد وإنما تسهم أيضاً في تنمية طاقاته وقدراته وإشباع ميوله ورغباته واكتشاف ما يمتلكه من مواهب وإمكانيات يمكن الاستفادة منها في أن يحيا ويعيش حياة كريمة .

وتعد الأنشطة التربوية جزءاً مكملاً للمناهج الدراسية ويتمثل هدفها الأسمى في تهيئة منهج تعليمي يساعد علي خلق جيل من الطلاب المبدعين كما يشكل عنصراً هاماً لبناء شخصية الطالب وصقل مواهبه ودعم قدراته وإعداده للتفاعل الإيجابي مع بيئته ومجتمعه. (وجيه الفرح وميشيل دبابنة ، ٢٠١١ : ٧)

وقد أشارت العديد من الدراسات بل وأكدت علي الدور الإيجابي الذي تلعبه الأنشطة التربوية نحو احترام الذات والرضا عن الحياة والعمل ومن تلك الدراسات: دراسة Helen ; Cullen & Jordan (2011) التي أشارت إلي أن الطلاب الذين يشاركون في ممارسة الأنشطة التربوية تزداد لديهم درجة احترامهم لذواتهم وتقتهم بأنفسهم.

ودراسة إخلاص عشرية (٢٠١١) والتي أكدت علي الدور الهام الذي تلعبه ممارسة الأنشطة التربوية في جميع مراحل التعليم المختلفة وخاصة في مراحل التعليم الأولي بدءاً من مرحلة رياض الأطفال حيث تساعد ممارسة تلك الأنشطة علي تنمية السلوك القيادي للطفل ورفع وعيه بذاته وبقيمته بالنسبة للمجتمع .

كما أكدت دراسة شمعة الشقري (٢٠٢٠) علي الدور الإيجابي لممارسة طلاب الجامعة الأنشطة التربوية المختلفة باعتبار أن الأنشطة الطلابية ما هي إلا أنشطة تعليم وتعلم تتم تحت إشراف وتوجيه الجامعة وتهدف إلي تحقيق أهداف الجامعة والمشتقة في أساسها من أهداف المجتمع ، وأن من ضمن أهداف ممارسة

الأنشطة التربوية الطلابية بالجامعات المختلفة تنمية سلوكيات المواطنة الفاعلة لدي الطلاب وتتمثل تلك السلوكيات في (المشاركة الايجابية - الشعور بالانتماء - الولاء للوطن - قبول العمل الجماعي والتطوعي - الاحساس بالمسئولية الشخصية والمجتمعية) وتعتبر تلك السلوكيات هي الركيزة الاساسية لتنمية أي مجتمع اجتماعياً واقتصادياً .

وتؤكد الدراسة الحالية علي أن الأنشطة التربوية تعتبر برامج متكاملة مع البرنامج التعليمي في أي مرحلة من مراحل التعليم المختلفة سواء التعليم الجامعي أو التعليم قبل الجامعي ، ولزماً علي المؤسسات التعليمية من رصد وتوفير كافة الامكانيات المادية وغير المادية من أجل ممارستها وتحقيق الأهداف المرجوة منها .

تعريف الأنشطة التربوية

من خلال اطلاع الباحثان علي الأدبيات التي تناولت مصطلح الأنشطة التربوية وُجد أن تعريف الأنشطة التربوية باختلاف يختلف نوع النشاط الذي يمارسه المتعلم حيث أن هناك الأنشطة الصفية والغير صفية والأنشطة خارج الفصل والأنشطة المضافة للمنهج بالإضافة إلي الأنشطة الطلابية الحرة .

وتهتم الدراسة الحالية بنوع الأنشطة التربوية المصاحبة لمقرر تعليمي معين باعتبار أن تلك الأنشطة تمثل الجانب العملي التطبيقي للمعلومات والحقائق والمفاهيم المتضمنة بذلك المقرر حيث تساعد ممارسة الطالب لتلك الأنشطة علي فهم كيفية الاستفادة من تلك المعلومات واكتشاف كيفية تحويلها إلي ممارسات فعلية في الحياة ، وتتفق الدراسة الحالية في ذلك مع وجيه الفرح وميشيل دبابنة (٢٠١١ : ١٢) حيث أكد علي أن هذا النوع من الأنشطة والذي أطلقا عليه مصطلح الأنشطة المدرسية يساعد في إثراء خبرة الطالب واكتسابه مهارات معينة واتجاهات مرغوبة تؤدي إلي تنمية شخصيته من جميع الجوانب بما يخدم مطالب النمو ومتطلبات تقدم المجتمع ورقية .

وبشكل عام عرف وليد جابر (٢٠٠٥:٣٧٧) الأنشطة التربوية بأنها: " مجموعة الممارسات التربوية التي يتم عن طريقها استغلال الطاقات الموجودة عند الطلاب ، بهدف تنمية وتطوير مواهبهم ، عن طريق تناول جميع ما يتصل ويرتبط بالحياة داخل المؤسسة التعليمية " ، وأضاف أن تلك الأنشطة التربوية قد ترتبط بالمقررات الدراسية ، أو الجوانب الاجتماعية ، أو كل ما له علاقة بالجوانب المهارية والفنية كالرياضة ، والموسيقى والرسم والهوايات المختلفة .
ويمكن تعريف الأنشطة التربوية إجرائيا في الدراسة الحالية بأنها: " مجموعة المواقف التي تتيح الفرصة أمام الطلاب للعمل معا والتفاعل بهدف تطبيق المعلومات والمفاهيم التي يدرسونها وتحويلها بنوع من الايجابية إلي أفكار مفيدة تعتمد علي الممارسات العملية التي تلبي ميولهم ورغباتهم وتتناسب مع قدراتهم وإمكاناتهم ومواصلة تنمية تلك القدرات وتعزيزها باستمرار من خلال اكتساب خبرات مفيدة في الحياة الواقعية والتي يمكن أن تؤثر بشكل مباشر علي المجتمع " .

أهمية الأنشطة التربوية

تعد ممارسة أوجه النشاط المختلفة في المؤسسات التعليمية سواء في التعليم الجامعي أو قبل الجامعي من الأمور الهامة والضرورية لكونها تساعد في تحقيق العديد من الأهداف التعليمية والثقافية والاجتماعية والنفسية والبدنية من أجل بناء شخصية الطلاب ، وإكسابهم بعض المهارات والصفات البناءة وإعداده وتجهيزه للخروج لمواجهة تحديات ومشاكل وصعوبات الحياة ، ويلخص كلاً من وليد جابر (٢٠٠٥) ، فهمي مقبل (٢٠١١: ١٦-١٧) أهمية ممارسة الأنشطة التربوية ودورها في حياة الطلاب، من خلال النقاط التالية:

١- تكوين شخصية متوازنة ومتكاملة للطلاب، عن طريق توظيف النشاط من أجل خدمة المادة العلمية المعنية ، فالنشاط التربوي يعتبر عن عنصر مكمل ومتمم للمقرر الدراسي، ومن غيره لا تكتمل العملية التربوية الفعالة والهادفة.

- ٢- تلعب الأنشطة التربوية دور كبير وفعال في تعديل السلوك الغير مرغوب فيه عند الطلاب وتحويله إلي سلوك مرغوب ومستقيم وبالأخص عند ممارسة الأنشطة الجماعية التفاعلية التي تساعد بدورها علي تنمية مهارات الاتصال الفعال من خلال تدريبهم على طريقة وأسلوب التعبير عن الرأي، واحترام وتقدير آراء الآخرين.
 - ٣- تعتبر الأنشطة التربوية وسيلة فعالة لقضاء وقت الفراغ ، وبالتالي تساعد الطلاب على استغلال أوقاتهم وتنظيمها وقضاءها في أشياء مفيدة .
 - ٤- تساعد في اكتشاف رغبات ومواهب وميول الطلاب .
 - ٥- يمكن من خلال الأنشطة التربوية تدريب الطلاب وإعدادهم لمواجهة مواقف الحياة والتصدي لها.
 - ٦- تسهم الأنشطة التربوية في تعزيز وتقوية ثقة الطلاب بأنفسهم، وتحملهم للمسؤولية.
 - ٧- تسهم في تنمية وتقوية الروابط والعلاقات الاجتماعية بين الطلاب وبعضهم البعض، وبينهم وبين معلميهم والعائلة والمجتمع ككل.
 - ٨- تنمي الأنشطة الطلابية القدرة لدي الطلاب علي الانجاز الأكاديمي كما تجعلهم يتمتعون بصفات القيادة والثبات الانفعالي .
 - ٩- احترام وتقدير قيمة العمل اليدوي والاستمتاع بممارسته .
- وتضيف عبير عثمان (٢٠١٨) أنه يمكن من خلال ممارسة الأنشطة التربوية تدريب الطلاب علي المهارات التي يحتاج إليها سوق العمل ، والربط بين الطابع النظري للمقررات والجانب التطبيقي لها من خلال توظيف وتطبيق الحقائق والمعلومات والمهارات الاساسية التي يكتسبها الطلاب في مواقف حياتية واقعية وبذلك يستطيع الطلاب الاحتكاك والتفاعل مع الحياة الواقعية بكل متطلباتها حتي لا يتم الاصطدام بها بعد التخرج .

أنواع الأنشطة التربوية

تتعدد وتتوزع تصنيفات الأنشطة التربوية التي يمكن للطلاب ممارستها سواء داخل أو خارج المؤسسة التعليمية ، ومن تلك التصنيفات:

- أولاً: تصنيف الأنشطة علي أساس طبيعة الخبرة المكتسبة
- الأنشطة الحسية الواقعية وهي التي يكتسب من خلالها المتعلم الخبرات المباشرة التي تهدف التعامل مع الحياة والتي تتطلب منه المعيشة والاحتكاك المباشر بالواقع ، ويستخدم فيها النماذج الحقيقية الثابتة والمتحركة.
- الأنشطة المجردة وهي التي يكتسب من خلالها المتعلم الخبرات المجردة والتي تنتج من قدرة المتعلم علي التخيل والإدراك والتصور ، ويستخدم فيها المعارض والصور ووسائل الاعلام كالإذاعة والتلفزيون والرموز البصرية والرموز اللفظية.
- ثانياً: تصنيف الأنشطة من حيث مكان تنفيذها
- الأنشطة المقيدة وهي تلك التي يتم ممارستها في نطاق المؤسسة التعليمية وداخل الفصول الدراسية تحديداً ومنها المشاهدة والمناقشة والتجريب
- الأنشطة الحرة وهي التي يتم ممارستها في نطاق المؤسسة التعليمية ولكن خارج الفصول الدراسية مثل الأنشطة الرياضية والإذاعة المدرسية والصحافة وجماعة المكتبة وجماعة الرحلات .
- ثالثاً: تصنيف الأنشطة من حيث عدد المشاركين
- الأنشطة الفردية وهي تلك الأنشطة التي يقوم بها متعلم واحد مثل كتابة بحث أو تنفيذ مشروع أو برنامج فردي .
- الأنشطة الجماعية وهي تلك الأنشطة التي يقوم بها عدد من المتعلمين في مجموعة صغيرة أو كبيرة مثل مشاهدة فعاليات عمل ما وتقييمه أو تنفيذ خطة لمشروع جماعي .

- رابعاً: تصنيف الأنشطة حسب الحواس المستخدمة فيها
- الأنشطة السمعية كالاستماع الى تسجيل لمادة علمية أو تقارير تم إعدادها مسبقاً .
- الأنشطة البصرية كمشاهدة عرض أو صور أو معرض فني .
- الأنشطة الصوتية كالاشتراك في المسابقات الغنائية أو إلقاء الشعر أو الندوات .
- الأنشطة الحركية كالمسابقات الرياضية والحرفية وإجراء التجارب .
- خامساً: تصنيف الأنشطة حسب أهدافها
- الأنشطة المعرفية مثل قراءة الكتب المراجع والاستماع الى المحاضرات والندوات
- الأنشطة المهارية مثل صنع نماذج مصغرة أو مكبرة أو اعداد اشكال او رسوم
- الأنشطة الوجدانية مثل قراءة شعر للمتعة والتذوق أو قصة أو الاسهام في عمل
درامي أو انشاد
- سادساً: تصنيف الأنشطة حسب ارتباطها بالمقررات الدراسية
- الأنشطة الصفية المنهجية وهي مجموعة الأنشطة التي تصاحب المادة الدراسية
التي يدرسها الطلاب والتي تهدف إلي تعميق فهم الطلاب للمفاهيم والمبادئ
العلمية المرتبطة بالمادة الدراسية وتساعد في تحقيق أهدافه.
- الأنشطة اللاصفية الخارجية وهي مجموعة من الأنشطة الحرة الغير مرتبطة
بالمواد الدراسية والتي تهدف إلي تهيئة مواقف تربوية تشبع ميول ورغبات
 واحتياجات الطلاب وتساعدهم علي أن يكونوا أكثر قدرة علي مواجهة حياتهم
اليومية .

• **الذكاء العملي Practical Intelligence**

يعد الذكاء - منذ عصور قديمة - من أكثر الموضوعات التي استقطبت اهتمام العلماء في شتى المجالات والميادين ، مما أدى إلي ظهور العديد من النظريات التي تفسر الذكاء وظهور العديد من المسميات التي تطلق علي الذكاء ومنها الذكاء (العام - الاكاديمي - الحياتي - الاقتصادي - الروحي - الشخصي - الرياضي وغيرها) من المسميات الأخرى التي تفسر وتؤكد امتلاك كل فرد لقدرات معينة

تختلف في نسبة تواجدها من فرد لآخر وأن تلك القدرات تشير إلي نوع معين من الذكاء بالإضافة إلي نسبة الذكاء الطبيعي لديه .

وتهتم الدراسة الحالية — بالذكاء العملي **Practical Intelligence**

المشتق من نظرية ستيرنبرج (Sternberg, J., 2003) الثلاثية في الذكاء ، والتي تضم كلاً من (الذكاء العملي - الذكاء التحليلي - الذكاء الابداعي) والتي توضح أن الذكاء العملي يعد أحد أنواع الذكاء التي تدل علي قدرة الفرد علي توظيف ما يمتلكه من معلومات ومفاهيم والعمل علي وضعها حيز التنفيذ وتطبيقها في الحياة الواقعية اليومية ليتمكن بذلك من اكتساب الخبرات والتعامل مع المواقف المختلفة ، وبالتالي التكيف مع البيئة المحيطة بفاعلية .

ويؤكد Razali & Trevelyan (2012) علي أن امتلاك الفرد لقدرات الذكاء العملي يساعده في مواجهة المشكلات المختلفة التي تقابله في حياته اليومية سواء في الدراسة أو في العمل أو في المنزل ، كما تعتمد القدرات العملية علي المعرفة الكامنة التي يكتسبها الفرد خلال تفاعله واحتكاكه بالآخرين .

تعريف الذكاء العملي

هناك عدة تعريفات تناولت الذكاء العملي منها - علي سبيل المثال لا الحصر: يعرف Sternberg & Grigorenko (2001) الذكاء العملي بأنه: " القدرة علي إيجاد تناسب وتوازن أمثل بين الفرد ومتطلبات البيئة من خلال التكيف مع البيئة وتشكيلها أو تغييرها أو اختيار بيئة جديدة في السعي لتحقيق أهداف قيمة شخصياً " .

ويعرفه أيمن غانم (٢٠١٥ ، ٨) بأنه: " قدرة الأفراد علي استخدام قدراتهم الخاصة لمواجهة المشكلات المختلفة التي يمرون بها في حياتهم اليومية ، كما يتضمن القدرة علي تطبيق مكونات الذكاء في التجارب الشخصية وفي المواقف التي تتطلب الخبرة حيث يتمكن الفرد من التكيف مع البيئة أو تشكيلها أو اختيار البيئة المناسبة " .

وتتبنى الدراسة الحالية تعريف Sternberg & Grigorenko (2001)

السابق ذكره .

أهمية الذكاء العملي

- من خلال اطلاع الباحثين عي الأدبيات التي تناولت الذكاء العملي تم رصد أهمية الذكاء العملي من خلال عدة نقاط يمكن توضيحها علي النحو التالي:
- 1- يركز الذكاء العملي علي الخبرات التي تضمن النجاح في الحياة اليومية ، وحاجة الفرد الدائمة لتطوير ما يمتلكه من معارف وخبرات بالقدر الذي يلبي متطلبات السياق المحيط ، وهذا ما يؤكد عليه محمد طه (٢٠٠٦ ، ١٧٦) حيث يري أن الذكاء العملي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمتطلبات النجاح في المهن المختلفة وفي الحياة بوجه عام .
 - 2- يعد الذكاء العملي مؤشراً جيداً لأداء الأفراد في شتي مجالات الحياة سواء كانت مرتبطة بالدراسة أو الحياة العامة وهو بذلك يعد شكل من أشكال تطور الخبرة لدي الأفراد . (أبو زيد الشويقي، ٢٠١٠: ٦١)
 - 3- الذكاء العملي مسئول عن تحويل الامكانيات الكامنة لدي الفرد إلي إنجازات واقعية ، وهو الذي ينقل الفرد من إدارة الذات إلي إدارة المنظم والمهام. (مدحت أبو النصر، ٢٠٠٩: ١٠١)
- وفي هذا الشأن تضيف الدراسة الحالية علي ضرورة الاهتمام بالذكاء العملي ومحاولة تنميته لدي الأفراد الراغبين في القيام بأي دور ريادي في حياتهم العملية.
- 4- يساعد الذكاء العملي علي تكيف الأفراد مع البيئة ، حيث توصل (2001) Sternberg & Grigorenko - من خلال البحوث التي أجروها علي الطلاب حول مفهوم التكيف مع البيئة - إلي أن الطلاب الذين يتمتعون بالذكاء العملي المرتفع يسعون دائماً إلي محاولة التأقلم والتكيف مع الظروف المحيطة ، إلي جانب قدرتهم علي التعديل أو التغيير أو اختيار بيئة جديدة تكون أنسب بالنسبة لهم وذلك لمعرفتهم الجيدة بمواطن الضعف لديهم ومعرفة كيفية تلافي آثارها السلبية ومحاولة تحويلها إلي مواطن قوة من خلال العمل مع أفراد آخرين.

وتري الدراسة الحالية أن تلك الأهمية ضرورية جدا في مجال ريادة الأعمال ، حيث يحتاج النجاح والاستمرار في العمل الريادي إلي أفراد قادرين علي تحديد مواطن الضعف والصعاب والمخاطر التي من الممكن مواجهتها وضرورة العمل علي تحويل تلك المخاطر بنوع من التحدي إلي مناطق قوة من خلال اختيار فريق عمل متعاون .

قدرات الذكاء العملي

- حدد سترنبرغ ثلاثة جوانب رئيسة تمثل في مجملها قدرات الذكاء العملي وهي:
- ١- التكيف مع البيئة بحيث يحاول الفرد موازنة قدراته واحتياجاته مع متطلبات وخصائص البيئة التي يعيش فيها في سياق اجتماعي/ ثقافي معين .
 - ٢- تشكيل البيئة أي إحداث الفرد تغييرا في كل أو بعض عناصر البيئة من حوله بدلا من الانصياع لخصائص البيئة واحتياجاتها .
 - ٣- اختيار بيئة جديدة ويلجأ لها الفرد عندما يفشل في التكيف مع بيئته أو إحداث تغيير كلي أو جزئي فيها فيلجأ للبحث عن بيئة جديدة ومختلفة تتوافق مع شخصيته وتساعده في تحقيق أهدافه.

(Fetsco & McClure, 2005)

كما يذكر عبد الحليم زاهر (٢٠١٩) أن أهم قدرات الذكاء العملي تتمثل في قدرة الفرد علي حل المشكلات بشكل عملي ويتم الاستدلال عليها من خلال طريقة استجابته لأراء وأفكار الآخرين بصورة عقلانية وطرحه للقضايا بصورة مثلي من خلال تحديد الترابطات بين الأفكار ورؤيته لكل جوانب المشكلة ، كما تتضمن قدرة الفرد علي معايشة المواقف الحياتية اليومية وبحيث يكون لديه مجموعة من البدائل والاختيارات التي تمثل طرقاً مختلفة لمعالجة تلك المواقف وعليه اختيار أحد تلك البدائل التي تساعده في التعامل مع ذلك الموقف والتكيف معه .

• مهارات ريادة الأعمال Entrepreneurial Skills

انتشر مصطلح ريادة الأعمال في السنوات الأخيرة انتشاراً سريعاً ؛ ذلك لأنه من المصطلحات التي تتضمن مجموعة من المهارات التي يساعد توافرها عند الفرد علي التكيف مع مستجدات ومتطلبات الحياة في القرن الحادي والعشرين .
وقد جاء الاهتمام بتنمية مهارات ريادة الأعمال باعتبارها أحد مهارات المستقبل التي يجب علي المهتمين بالعملية التعليمية العمل علي تمتيتها لدي المتعلمين وبالأخص في مراحل التعليم الجامعي ، حيث أوصت العديد من المؤتمرات مثل المؤتمر الدولي " مصر تستطيع بالتعليم " ١٧-١٨ ديسمبر ٢٠١٨ ، ومؤتمر " التعليم في مصر " في دورته الثانية ٢٠١٩ بضرورة تنمية مهارات ريادة الأعمال لدي الشباب من طلاب الجامعات لإعداد خريج متميز ذو مواصفات عصرية بما يمتلكه من مهارات ومعارف تساعده علي خلق وإيجاد فرصة عمل مناسبة ، وتؤهله للمنافسة فس سوق العمل المحلي أو الأقليمي أو العالمي ، ويؤكد فلورين وآخرون (Florian, et al. 2007) علي أن ريادة الأعمال أصبحت هي المحرك الرئيسي للابتكار والنمو الاقتصادي والاجتماعي .

مفهوم مهارات ريادة الأعمال

يعرف كلاً من (Eton, Mwirumubi, & Edaku, 2017, 88) ريادة الأعمال بأنها : " العملية التي يتم من خلالها اكتشاف الفرص وتقييمها واستثمارها باستقلالية " .
ويمكن تطبيق ريادة الأعمال كمهارة في حد ذاتها في مختلف مجالات الحياة إذ أنها تسهم في تمكين الفرد من تعزيز مهارات التنمية الذاتية ، والمساهمة في تطوير مجتمعه الخاص بشكل فعال ، ودخول سوق العمل كموظف أو العمل لحسابه الخاص ، وإقامة المشروعات لتحقيق أهداف ثقافية ، أو اجتماعية ، أو تجارية .

ويشير (Florian, ; Karri, & Rossiter, 2007) إلي أن مهارات ريادة الأعمال هي: " عملية إيجاد الفرص وتوليد وصياغة أفكار جديدة وترجمتها إلي قيمة مضافة للمجتمع مما يجعلها عاملاً رئيسياً للنمو الاقتصادي والاجتماعي " .
كما يعرف حامد وأرشيد (٢٠٠٧ ، ٦-٧) ريادة الأعمال بأنها : " استثمار الفرد لما يتوافر لديه من مهارات وقدرات تمكنه من بدء مشاريع عمل خاصة وإدارتها ومواصلة تطويرها " .

وبالنظر للتعريف السابق نجد أن ريادة الأعمال من الممكن أن يمارسها أي فرد ما دام يمتلك مجموعة من المهارات والقدرات الشخصية والإدارية ، وبذلك يمكن تعريف مهارات ريادة الأعمال إجرائياً في الدراسة الحالية بأنها: " مجموعة القدرات والعمليات العقلية التي يمكن تنميتها لدي طالبات الاقتصاد المنزلي من خلال ممارسة بعض الأنشطة العملية والتي تساعد علي التعرف علي إمكاناتها المتاحة واكتشاف الفرص وتحويلها إلي أعمال ذات قيمة سواء للأفراد أو المجتمع وإدارة تلك الأعمال بشكل علمي سليم ينتج عنه تحقيق مكاسب مادية " .

تصنيفات مهارات ريادة الأعمال

يتفق كلاً من زايد مراد (٢٠١٠) ، وهایتون (Hayton, 2015) علي تصنيف مهارات ريادة الأعمال في ثلاث أنواع رئيسة هي:

- المهارات التكنولوجية الفنية : وتتمثل في القدرة علي الاتصال والتنظيم ومراقبة البيئة الخارجية وإدارة الأعمال وبناء العلاقات والشبكات باستخدام الوسائل التقنية.
- المهارات الإدارية: ومنها تحديد الأهداف والتخطيط والتنفيذ والرقابة والتفاوض واتخاذ القرار بالإضافة إلي وضع الميزانية والتسويق وعرض المنتج .
- المهارات الريادية الشخصية: كالالتزام والمثابرة والمخاطرة وضبط النفس والتركيز علي التغيير والقدرة علي الابداع .

كما يتفق كلاً من (Scott-Kemmis, Griffin & Fowler, 2017) ، وأسامة

عبد السلام (٢٠١٦: ٥٤) علي تصنيف مهارات ريادة الأعمال في نوعين هما:

- مهارات رئيسية: وتشمل الابداع وتوليد أفكار جديدة - المخاطرة - المرونة
والقدرة علي التكيف مع المواقف - الاعتماد علي الذات - القدرة علي حل
المشكلات .

- مهارات إضافية: وتتضمن القدرة علي التخطيط وإطلاق وتنمية مشروعات
جديدة.

ويمكن توضيح التصنيف السابق من خلال شكل (٢) التالي



شكل (٢)

مهارات ريادة الأعمال

(Scott-Kemmis, Griffin & Fowler, 2017)

وحدد كلاً من Costin Brien & Slattery (2018, 136) مهارات ريادة
الأعمال في القدرة علي اتخاذ القرار وإدارة المخاطر وحل المشكلات والتواصل
والعمل الجماعي .

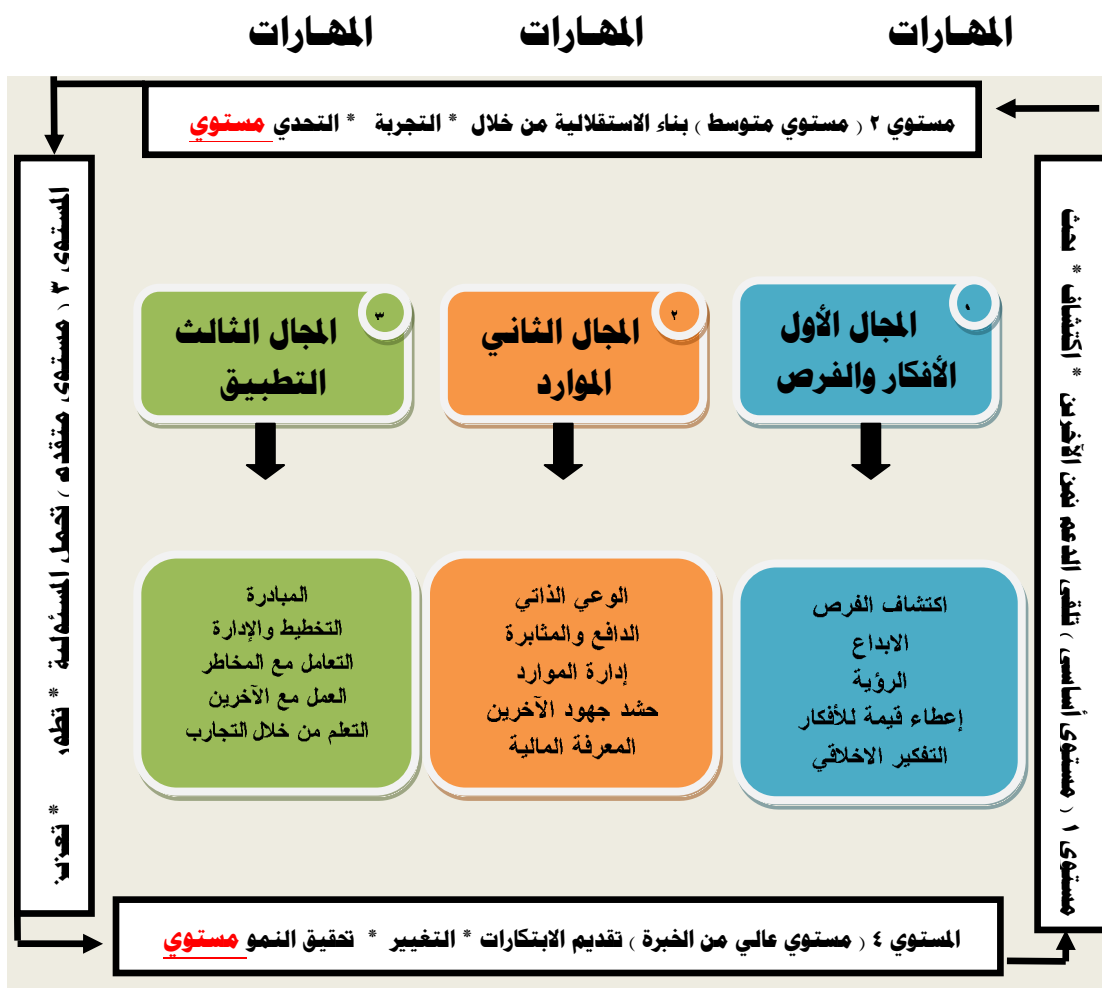
فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة" محمد حسنى" النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

كما أطلق مركز البحوث المشتركة بالنيابة عن المديرية العامة للتشغيل والشؤون
الاجتماعية والإدماج الاجتماعي بالمجلس الأوروبي تقرير (EnterComp) في يناير
٢٠١٥ والذي يحدد الإطار المرجعي العام لمهارات ريادة الأعمال والذي يتضمن ٣
مجالات هي: الأفكار والفرص ①، الموارد ②، التطبيق العملي ③ ، وتتداخل تلك
المجالات الثلاث وتترابط فيما بينها بشكل وثيق ، ويتضمن كل مجال مما سبق ٥
مهارات فرعية ليكون بذلك مجموع مهارات ريادة الأعمال كما جاء بالتقرير ١٥
مهارة ، كما وضح التقرير عن وجود ٤ مستويات متدرجة للكفاءة والتطور ويتكون
كل مستوي من مستويين أساسيين ليكون العدد النهائي ٨ مستويات.

(Komarkova, I. ; Conrads. J. & Colado, A., 2015)

وتتبنى الدراسة الحالية التصنيف الوارد بتقرير (EnterComp) لأنه مفصل
ولتسهيل العمل بذلك التصنيف يمكن توضيح مهارات ريادة الأعمال المستخدمة في
الدراسة الحالية من خلال المخطط الموضح بالشكل (٣) التالي:

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة " محمد حسنى " النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر



شكل (٣)

تصنيف مهارات ريادة الأعمال في الدراسة الحالية (إعداد الباحثان)

أهمية تنمية مهارات ريادة الأعمال

يري كلاً من مزهر العاني، شوقي ناجي وهيثم علي (٢٠١٠) أن الريادة بشكل عام تعني الاستحداث والسبق في شتي ميادين الحياة وبذلك يشير مصطلح الريادة إلي ضرورة البحث عن كل ما هو جديد ويحمل صفة الابتكار في كل منتج أو خدمة يتم تقديمها للأفراد شرط أن يكون فيها فائدة تضمن بقائها وزيادة الطلب عليها .

وترى الدراسة الحالية أن عملية التجديد والابتكار تعتبر من المهارات الضرورية التي يجب تدريب الأفراد عليها في كل وقت حتي يمكن التكيف مع المتغيرات المستحدثة يوماً بعد يوم .

وبذلك أصبحت مهارات ريادة الأعمال من المهارات الأساسية التي تولي بها جميع الدول اهتمامها في الوقت الحالي حتي أنها أصبحت تمثل أحد الأهداف التعليمية والحقول الدراسية التي تنمي لدي المتعلمين القدرات التطبيقية وتحويل العلم إلي عمل حيث تؤكد دراسة كلاً من Katz (2002) ودراسة (2004) Landstr أن الريادة تتضمن مجموعة عديد من المهارات بالإضافة إلي الابتكار ومن تلك المهارات (المبادرة والتنظيم – قبول الفشل والمخاطرة ومحاولة الاستفادة منها – تحديد الموارد والإمكانات – امتلاك القدرات الادارية المختلفة كالخطيط والتنفيذ والمراقبة والتقييم – القدرة علي القيادة والعمل الجماعي) وتصنف تلك المهارات في الوقت الحالي علي أنها مهارات الحياة الأساسية والتي تساعد الأفراد وخاصة الشباب منهم علي التمكين الاقتصادي والقدرة علي إيجاد فرصة عمل لهم .

دور الجامعات في تنمية مهارات ريادة الأعمال

أثبتت العديد من الدراسات منها علي سبيل المثال لا الحصر دراسة مهند حامد وفوزي أرشيد (٢٠٠٧) ، ودراسة Hayton (2015) ، ودراسة Scott- Kemmis, Griffin & Fowler (2017) أن ريادة الأعمال في حد ذاتها يعد من الأمور التي يمكن لأي فرد أن يمارسها بشرط أن يمتلك مجموعة من المعارف والمهارات والقدرات الشخصية والإدارية التي تمكنه من الريادة في أي مجال .

وأن تنمية مهارات ريادة الأعمال ليست بالأمر المستحيل أو الصعب حيث يمكن لتلك المهارات من النمو والتطور لدي أي فرد شأنها شأن أي نوع من المهارات بشرط أن يتم تعلمها والتدريب عليها مع توفير البيئة التعليمية والتدريبية الداعمة التي تساعد علي نمو وتطور تلك المهارات . (Jorge, A., 2008)

لذا ولكي يتم تنمية مهارات ريادة الأعمال فلا بد من تدريب الأفراد بشكل عملي ، وأن يتم ذلك من خلال التعليم إما بشكل رسمي داخل المدارس والجامعات أو من خلال مؤسسات غير رسمية كالبرامج التدريبية الخاصة أو حاضنات الأعمال ، وأن تهتم عملية التدريب علي تلك المهارات بالتعرف علي كيفية اختيار أفكار المشروعات التي تتناسب ومتطلبات سوق العمل وكيفية وضع دراسة الجدوى وأساليب الإدارة المختلفة ومصادر التمويل والتسويق . (Fred, M. 2007, 61-69)

وتعتبر الجامعات أحد الأطراف والمؤسسات الرئيسة والمعنية بتنمية مهارات ريادة الأعمال لدي الطلاب في الوقت الحالي ، ويقع عليها مسئولية أداء عدد من المهام النوعية في هذا الشأن ، وقد حدد مصطفى أبو بكر (٢٠١٤) أهم تلك المهام في النقاط التالية:

- توفير رأس المال البشري الموجه للعمل الحر والرغبة في المخاطرة والمبادأة .
- التدريب علي توليد الأفكار الابداعية الابتكارية القابلة لتحويلها إلي منتجات اقتصادية .
- التدريب علي تأسيس وإدارة المشاريع الريادية الصغيرة .
- الارشاد والتوجيه وتقديم الدعم الفني والمهني في التنظيم والإدارة والتسويق .
- إجراء البحوث العلمية والدراسات التطبيقية وتقديم الاستشارات الفنية .

ثقافة التسويق الالكتروني *Electronic Marketing Culture*

من المسلم به أن عملية تسويق السلع والخدمات تستهدف العميل في المقام الأول ، وبتطبيق القاعدة التسويقية الأساسية التي تقول: " قم بالتسويق في المكان الذي يتواجد به عملاؤك المحتملين " ؛ لذا كان لا بد علي صاحب كل سلعة أو خدمة من تتبع أثر العميل وتحديد أماكن تجمعه وتواجهه لعرض وتوصيل تلك السلع والخدمات عليه .

وبما أن _ في زمننا الحالي _ الإنترنت أصبح عنصراً أساسياً في حياة الأفراد ،
ومعظم الأفراد حول العالم يستخدمونه طوال الوقت تقريباً فلم يعد من السهولة
الاستغناء عن التعامل مع الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي ؛ لذا فقد بدأت فكرة
ظهور التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني للسلع والخدمات وأخذت في
الانتشار يوماً بعد يوم حتي أصبح التسويق الالكتروني جزء لا يتجزأ من الأنشطة
التي يمارسها الأفراد والشركات من خلال الوسائل الالكترونية والتكنولوجية المختلفة
التي تعتمد علي استخدام شبكة الانترنت لإتمام عملية بيع وشراء السلع والخدمات .
وقد أكدت الدراسات على أن التسويق الالكتروني أدي إلي توسيع الأسواق
وزيادة الحصة التسويقية للشركات مقارنة بأساليب وطرق التسويق التقليدية بنسبٍ
تتراوح من 3: ٢٢ % بسبب الانتشار العالمي لمستخدمي التجارة الالكترونية من خلال
شبكة الانترنت. (عبد الجبار الظفري، ٢٠٢٠)

ولما كانت عملية التسويق ترتبط ارتباطاً مباشراً بإقامة المشروعات المختلفة
التي توفر السلع والخدمات للعملاء ؛ لذا فكان لابد لأصحاب تلك المشروعات من
التعرف علي وسائل وأساليب التسويق المختلفة ومنها التسويق الالكتروني لضمان
نجاح واستمرارية مشروعاتهم وتحقيق أرباح كبيرة .

مفهوم التسويق الإلكتروني E-marketing

هناك العديد من التعريفات التي تناولت مصطلح التسويق الإلكتروني منها:
يعرفه حميد الطائي (٢٠٠٦ ، ٣٣٨) بأنه : " الاستخدام الامثل للتقنيات الرقمية
، بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل انتاجية التسويق وعملياته
التمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة، لتحديد حاجات
الاسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء وأصحاب المصلحة في
المنظمة.

ويعرفه يوسف أبو فارة (٢٠٠٧، ١٣٥) بأنه: " إدارة التفاعل بين المنظمة والعميل في فضاء البيئة الافتراضية ، من اجل تحقيق المنافع المشتركة وتعتمد تلك البيئة الافتراضية للتسويق الالكتروني علي تكنولوجيا الانترنت بصورة أساسية " ، ويضيف بأن عملية التسويق الالكتروني لا تركز فقط على بيع المنتجات للعميل وإنما تركز أيضاً على إدارة العلاقات بين المنظمة من جانب والعميل وعناصر البيئة الخارجية من جانب آخر .

وتعرف سمرة صبرة (٢٠١٠ ، ٤٣) التسويق الالكتروني بأنه: " تعامل تجاري قائم على تفاعل أطراف التبادل إلكترونيا بدلا من الاتصال المادي المباشر، وهو بذلك يعد عملية بيع وشراء للسلع والخدمات عبر شبكة الانترنت " .

كما يعرف كلاً من آرمسترونج وكوتلر (Armstrong & Kotler, 2017) (548) التسويق الالكتروني بأنه: " استعمال الأدوات الإلكترونية مثل المواقع ووسائل التواصل الاجتماعية التفاعلية وتطبيقات الهواتف والإعلانات والفيديوهات عبر الإنترنت والبريد الالكتروني من أجل إشراك الزبائن في أي وقت وأي مكان عن طريق الأجهزة الرقمية.

مفهوم ثقافة التسويق الالكتروني Electoronic Marketing Culture

اتفقت التعريفات المختلفة التي تناولت مفهوم التسويق الالكتروني علي أن التسويق الالكتروني يعتمد بشكل أساسي على استخدام شبكة الانترنت والتكنولوجيا المرتبطة به ، وذلك بهدف تطوير طرق التسويق التقليدية وجعلها تتناسب مع التغيرات الطارئة علي المجتمعات ، وانتشار استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة علي نطاق واسع بين الأفراد ، وهكذا أصبح التسويق الالكتروني من أساسيات الحياة ، ومن أساسيات البيع والشراء ، الذي فرضه علينا هذا العصر (عصر الانترنت والشبكة العنكبوتية) .

وبتحليل التعريفات السابق عرضها رصدت الدراسة الحالية أن تلك التعريفات تحمل في طياتها بعض الأمور التي يجب توافرها والإلمام بها ؛ حتي يحقق التسويق الالكتروني الهدف منه والمتمثل في تحقيق أعلى نسبة مبيعات وأرباح ممكنة والوصول لأكبر عدد من العملاء والمستفيدين ، ولكي يتم ذلك فلا بد أن يتوافر لهذا النوع من التسويق مجموعة من الفنيات والمتطلبات والأنشطة فأصبح من المهم والضروري تعريف كل فرد صاحب نشاط تجاري أو خدمي أو شركة بأساسيات التسويق الالكتروني للوصول الي العميل في أي مكان في العالم لتسويق منتجاتها وخدماتها ، وقد أطلق علي تلك الفنيات والمتطلبات في الدراسة الحالية بـ ثقافة التسويق الالكتروني .

ويمكن تعريف ثقافة التسويق الالكتروني إجرائياً في الدراسة الحالية بأنها: " الوعي والدراية الكاملة بجميع المعلومات والحقائق والأنشطة المرتبطة بفنيات العرض والإعلان عن المنتجات والخدمات المختلفة للمشروعات عبر شبكة الانترنت ووسائل التكنولوجيا الرقمية الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي وذلك للوصول إلي أكبر عدد ممكن من العملاء وتحقيق أعلى نسبة ممكنة من الأرباح " .

العوامل التي أدت إلي انتشار التسويق الالكتروني :

- 1- انتشار أجهزة الكمبيوتر الشخصي في المنازل وما تحمله من إمكانات هائلة من أهمها توفير المعلومات والوقت والجهد .
- 2- تزايد أعداد أجهزة الكمبيوتر المزودة بأجهزة المودم ذات السرعات الفائقة والتي تتيح سهولة الاتصال بشبكات الخدمات المتصلة بالانترنت للاستفادة منها ، وكذلك المزودة بأقراص صلبة لتشغيل الاسطوانات المدمجة مما يسهل فرص استخدام العروض المصورة والأفلام في عمليات التسويق.

- ٣- ابتكار أجهزة الكمبيوتر الشخصية المزودة ببرامج تتيح الدخول المباشر على الانترنت وشبكات الخدمات المتصلة وابتكار البرامج الجديدة التي تسهل عملية الاتصال بالخدمات المتصلة بشبكة الانترنت .
- ٤- تزايد أعداد الشباب المولع باستخدام الكمبيوتر والتكنولوجيا الحديثة إذ أن جميع خريجي الجامعات والمدارس تقريباً أصبحوا على دراية كاملة بأجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية الحديثة .
- ٥- تطوير أساليب الأمان والحفاظ على السرية ، واستحداث بعض القوانين لحماية مقدمي الخدمات والناشرين العاملين في مجال الخدمات الالكترونية .
- ٦- تطوير تكنولوجيا الاتصالات وسهولة ربط جميع بلدان العالم بشبكة متكاملة من خطوط الاتصالات مما يسهم في تزايد حركة التجارة الدولية وفتح الأسواق العالمية للتبادل المشترك.
- ٧- إزالة الحواجز والقيود أمام من يرغب في التعامل عبر الاسواق الالكترونية إذ يستطيع أي إنسان مهما كانت إمكاناته المالية الاستفادة من نظم التسويق الالكتروني وممارسة الأعمال التي تناسبه من خلاله.
- ٨- انخفاض تكلفة استخدام إمكانات التسويق الالكتروني عن استخدام نظيرها من أساليب التسويق التقليدية.

أهمية التسويق الالكتروني

يوفر التسويق الالكتروني بعض المزايا والإمكانيات التي أعطته أهمية قصوي ، والتي جعلت معظم الشركات تتجه إلي السوق الالكترونية للاستفادة من تلك المزايا والإمكانيات ، والتي من أهمها خلق بيئة تسوق متطورة تحقق للعملاء مزيد من الرفاهية والمتعة في البحث عن احتياجاتهم وإشباعها .

ويمكن تلخيص أهمية التسويق الالكتروني في النقاط التالية:

١- إمكانية الوصول إلي الأسواق العالمية

ساعد التسويق الالكتروني علي توسيع الأسواق وزيادة الحصة السوقية للشركات بنسب تتراوح ما بين ٣- ٢٢% بسبب الانتشار العالمي ، كما يتيح التسويق الالكتروني للعملاء الحصول علي احتياجاتهم والاختيار من بين منتجات الشركات العالمية بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية ، فالتسويق الالكتروني لا يعترف بالفواصل والحدود الجغرافية . (عبد الجبار الظفري، ٢٠٢٠)

٢- استمرارية البيع في كافة الأوقات

يدعم التسويق الالكتروني خاصية البيع والشراء في كافة الأوقات على عكس التسويق التقليدي المحدد بساعات معينة حسب المنظومة أو الشركة المسوقة حيث بالإمكان التسويق في كافة الأوقات دون توقف وهذا يساعد على الحصول على أكبر عدد من العملاء والمستهلكين ويتضمن أوقات فراغهم وأوقات عملهم .

٣- تقديم السلع والخدمات وفقا لحاجات العملاء

يوفر التسويق الالكتروني أساليب مختلفة لإرضاء وإشباع رغبات العملاء الخاصة ، وبذلك يجد المسوقون فرصة أكبر لتكييف منتجاتهم طبقا لحاجات العملاء إلكترونيا *E- Cutomization* بشكل يلبي توقعات العملاء ويتلاءم مع خصوصيات كل عميل . (Kotler, & Keller, 2009: 679)

٤- إمكانية تطوير المنتجات بشكل مستمر

من خلال التسويق الالكتروني يمكن التعرف علي التغييرات التي تحدث في الأسواق بشكل سريع والاستجابة لتلك التغييرات بتطوير السلع والخدمات بما يحقق دمج حاجات العملاء مع التطورات التكنولوجية ، وذلك من خلال ما يعرف بالعملية المرنة لتطوير المنتج ، والتي تعتمد علي استشعار السوق *Sensing the market* بواسطة الآليات التفاعلية للتسويق الالكتروني . (رضوان العمر، ٢٠٠٥ ، ٤٣)

٥- تخفيض التكاليف واستخدام التسعير المرن

لا يحتاج التسويق الالكتروني لوجود متجر للتعامل معه، وبالتالي تختفي بعض أنواع المصروفات المرتبطة بوجود متجر مثل (الإيجار، والكهرباء ، وأجور العاملين،... الخ) وهو ما يعود بالفائدة في النهاية علي العملاء في شكل تخفيض تكاليف السلع والخدمات ، بالإضافة إلي توفير بعض البرامج التي تمكن العميل من البحث والعثور علي أفضل الأسعار الممكنة للسلعة أو الخدمة التي يحتاج إليها ، وبذلك فإن عملية التسعير في ظل التسوق الالكتروني تأخذ بمفهوم التسعير المرن الذي يهتم بجميع العوامل والمتغيرات الداخلية والخارجية للأسواق المختلفة التي تقدم نفس السلع والخدمات والتي تحقق مزايا تنافسية .

(عبد السلام أبو قحف واخرون، ٢٠٠٦ : ٤٣١-٤٣٣)

٦- استخدام أساليب ترويج تفاعلية مع العملاء

يعتبر الإعلان الالكتروني عبر الانترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشارا في ظل الاتجاه نحو التسويق الالكتروني ، ويتم تلك الاعلانات من خلال مواقع إلكترونية محددة يستطيع العملاء تمييزها والتعرف عليها . Adegbuyi, et (al. 2015)

٧- دعم وتفعيل إدارة العلاقات مع العملاء

يستند التسويق الالكتروني إلي مجموعة من الاعتبارات التي تهتم بالعميل والأخذ برأيه واعتباره شريكا مهما ، ومن هنا يهتم التسويق الالكتروني ببناء ودعم علاقات قوية مع العملاء ، وذلك من خلال تفعيل ديناميكية واستمرارية الاتصال المباشر معهم والتعرف علي آرائهم ومقترحاتهم والحصول على تغذية مرتدة حول السلع والخدمات . (عبد الله فرغلي وموسي علي، ٢٠٠٧ : ١٢٩-١٣٠)

٨- توفير خدمات أفضل للعملاء

يهتم التسويق الالكتروني بتوفير احتياجات العملاء والرد علي جميع تساؤلات واستفسارات العملاء حول السلع المقدمة أو الخدمات ، وتساعد في اختصار عملية التسويق وتقليل الأعمال الورقية ووقت إتمام المعاملات ، كما يساعد العملاء الذين

لا يتوافر لديهم الوقت الكافي في الوصول إلى ما يرغبونه من منتجات بأسرع وأسهل وسيلة . (عبد السلام أبو قحف وآخرون، ٢٠٠٦ : ٤٣١-٤٣٣)

٩- تحقيق ميزة تنافسية وموقع استراتيجي في السوق

تمر المنافسة في الأسواق الالكترونية بمرحلة انتقالية نتيجة إلي التحول إلي المنافسة المستندة للقدرات ، ولاشك أن التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات المرتبطة بالتسويق الالكتروني قد خلقت فرصا غير مسبوقه في دعم الاستراتيجيات المميزة وتحسين الوضع التنافسي للشركات . (محمد سالم، ٢٠١٨)

أهم قنوات التسويق الالكتروني

تتعدد قنوات التسويق الالكتروني والتي منها ما يلي:

١- التسويق عبر الهاتف Mobile Marketing

يتم استهداف العميل عن طريق الهاتف المحمول إما عن طريق الموقع على الفيسبوك ، او صفحة على الانترنت، او من خلال تطبيق خاص لتلك المنتجات ، وأثبتت بعض الدراسات أن ٤٥% من عمليات البيع والشراء أصبحت تتم عبر الهواتف الذكية ومن المتوقع زيادة تلك النسبة بحيث سيصبح التسويق عبر الهاتف المحمول أكبر منصة إعلانية متجاوزاً بذلك التلفزيون والانترنت ؛ وذلك بسبب أن الأشخاص يقضون معظم أوقاتهم على الهاتف المحمول او التابلت ، كما ان الهواتف المحمولة تمتلك تطبيقات محمية تسهل عملية الدفع الالكتروني.

(Reichhart, et al. 2013)

٢- التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي Social media Marketing

يتم جذب انتباه العملاء عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إنشاء محتوى جذاب يشجعهم على المشاركة ؛ وذلك لأن معظم الأفراد - في الوقت الحالي - يمتلكون حساب خاص علي أحد تلك المواقع مثل (فيس بوك - انستجرام - تويتر - لنكد إن - بنترست) ، فعلي سبيل المثال يستخدم فيس بوك يوميا ١.٥ مليار شخص وهو ما يقرب من خمس سكان العالم تقريبا ، ويعني ذلك أنه يمكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الوصول إلي عدد كبير من العملاء بطريقة تلقائية

دون الحاجة المستمرة لتحديث أو نشر المحتوى بطريقة يدوية ولذلك فإن ٤٢% من الشركات علي مستوي العالم تخطط لزيادة إنفاقها التسويقي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، وأن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في التسويق هي: فيسبوك بنسبة ٦٥% ، تويتر بنسبة ٤٩% ، يوتيوب بنسبة ٣٩% ، لينكدان بنسبة ٣٨% . (Kietzman, et al. 2011)

٣- التسويق عبر المواقع الإلكترونية

تتيح بعض المواقع الإلكترونية فرصة عرض مساحات إعلانية داخل الصفحة بمقابل مادي يتم تحديده وفقاً لحجم الموقع وطبيعة المحتوى المتخصص به ، وتتعدد وسائل الاعلان عن المنتجات والخدمات في تلك المواقع منها: (عمل كتالوج للمنتجات - رفع مجموعة من الصور ومقاطع الفيديو والنصوص المتعلقة بالمنتج) ثم يتم ارسال رسائل تتضمن بعض المعلومات الهامة والضرورية بالنسبة للعميل والتي يمكن من خلالها التعرف علي نشاط الشركة وما تعرضه من منتجات او خدمات ، وحتى يستطيع أخذ قرار التعامل مع تلك الشركة والشراء مما تعرضه من منتجات .

٤- التسويق بالبريد الإلكتروني

يعتبر التسويق بالبريد الإلكتروني من أقدم أنواع التسويق الإلكتروني ، ويتم من خلال جمع قائمة بريدية تضم مجموعة من العملاء لهم نفس الاهتمامات وإرسال رسائل تسويقية لهم عبر بريدهم الإلكتروني ، تشير الإحصائيات إلى أن التسويق بالبريد الإلكتروني يأتي في المرتبة الأولى بين طرق التسويق الإلكتروني المختلفة حيث يحقق أعلى عائد استثماري سنوي يقدر بـ ١ : ٤٤ بمعنى أن كل دولار يتم إنفاقه يحقق عائداً مضاعفاً ٤٤ مرة ، وعادة ما تعمل هذه الطريقة تحت مظلة المواقع والمدونات الإلكترونية التابعة لبعض الشركات.

عوامل نجاح التسويق الإلكتروني

حدد كلاً من (Varsha & Ganesh (2014) خمس استراتيجيات أساسية يمكن اعتبارها عوامل نجاح التسويق الإلكتروني ويمكن توضيح تلك الاستراتيجيات علي النحو التالي:

١- تحديد فئة العميل المستهدف بدقة من حيث نوع العميل ومستواه الاقتصادي/ الاجتماعي ومستوي تعليمه وطبيعة المنتجات والخدمات التي يفضل استخدامها ومواصفات تلك الخدمات والمنتجات .

٢- تحليل السوق بهدف التعرف علي المنافسين وتحديد نشاطهم ونقاط القوة والضعف لديهم بشكل دقيق وتجميع المعلومات حول المنتجات والخدمات التي يقدمها المنافسين ونظام التسعير لديهم وسياسة تعامل المستهلك معهم ؛ حيث ساعد اتجاه العميل إلي التسوق الإلكتروني بدلا من التسوق التقليدي إلي وجود عدد هائل من الشركات التي تقدم نفس الخدمة مما يمثل نوع من التحدي لأي شركة ناشئة حتى تتمكن من اثبات نفسها ومعرفة العملاء بها وما يميزها عن غيرها .

٣- إنشاء موقع ويب احترافي وتطويره بصفة مستمرة حيث يعتبر موقع الويب أو العلامة التجارية الخاصة بالشركة هو البوابة الأولى للدخول إلي عالم التسوق الإلكتروني لذا يجب أن يعكس الموقع قيم وأهداف الشركة بشكل واضح ويقدم إجابات مناسبة لأي عميل جديد لتساعده علي اتخاذ قرارات سلسله وسهلة وسريعة ، ومن الأمور التي تساعد في الحصول علي موقع احترافي جيد يجب تضمين أقسام هامة مثل (الأسئلة الشائعة - خدمات الدعم الفني والتواصل عبر البريد الإلكتروني - الدردشة المباشرة - إنشاء صورة احترافية تعكس نشاط والعمل المستمر علي الحفاظ عليها) .

٤- تحسين محركات البحث وعمل حملات تسويقية خاصة به الوصول إلي العميل المستهدف وعدم خسارته يعتبر أمر غاية في الأهمية في التسويق الإلكتروني

ولا يتم إلا من خلال العمل علي تحسين محركات البحث بصفة مستمرة حيث يجب التأكد من استخدام الكلمات الرئيسية والمناسبة بشكل أكبر للعملاء ، والعمل على تعزيز ذلك عبر حملات التسويق الخاصة بمحركات البحث باستخدام الإعلانات المناسبة والاهتمام بجودة وكفاءة المحتوى المتعلق بالموقع الذي يتم من خلاله عرض المنتج أو الخدمة فلا يصح ان يكون الاعلان جذاب والمنتج او الخدمة سيئة لأن ذلك سوف يؤثر على تقدم الموقع في محركات البحث او قد تؤدي الى اغلاقه بعد فترة .

٥- تحديد الميزانية تأتي خطوة تحديد ميزانية حملات التسويق عبر الانترنت الانتهاء من عملية تحليل السوق والتعرف علي العملاء المستهدفين وتعتبر حملات التسويق المدفوعة هي الأكثر تأثيرا وانتشارا عن التسويق المجاني كما انها رخيصة نسبيا على عكس ما يعتقد البعض وهناك أنواع عديدة للحملات التسويقية المدفوعة مثل الدفع مقابل ظهور الإعلان للعملاء او مقابل النقر على الاعلان او مقابل المبيعات .

أهمية تعلم التسويق الالكتروني

أصبح تعلم أساليب وفنيات التسويق الالكتروني في الوقت الحالي ضرورة ملحة ؛ فلم تعد طرق التسويق التقليدية حالياً كافية لاتمام عمليات البيع والشراء وتحقيق الأرباح ؛ وذلك لاتجاه عدد ليس بالقليل من العملاء للتعامل من خلال شبكات الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في شتي مجالات الحياة ومنها عملية الحصول علي السلع والخدمات باستخدام شبكات الانترنت عبر مواقع متخصصة ومتنوعة في التسوق الالكتروني ، كما تخطت عملية التسويق الالكتروني فكرة

عرض السلع والخدمات فقط بل أصبحت وسيلة لعرض الفرد لما يمتلكه من مهارات وقدرات يمكن أن تصبح مصدر تحقيق ربح أو عائد مادي بالنسبة له .

لذا أصبح تعلم التسويق الالكتروني هو الطريقة الوحيدة للوصول إلي أكبر عدد من العملاء والمستهلكين في جميع أنحاء العالم وضمان استمرار ونمو نشاط وعمل صاحب كل منتج أو خدمة يريد تحقيق النجاح والوصول إلي الريادة في مجاله.

عوائق التسويق الالكتروني

علي الرغم من المزايا العديدة للتسويق الالكتروني والتي سبق ذكرها إلا أن هناك مجموعة من العيوب التي يمكن اعتبارها عوائق للتسويق الإلكتروني ومن تلك العيوب:

- ١- تفضيل بعض العملاء للشراء بالطرق التقليدية وعدم رغبتهم في الشراء عبر الانترنت .
- ٢- يمكن بسهولة إنشاء مواقع وهمية ومزيفة لعرض منتجات أو تقديم خدمات بغرض السرقة والاحتيال على العملاء .
- ٣- يمكن اختراق الخصوصية وتعرض بيانات ومعلومات العملاء للسرقة والاختلاس في حال عدم توافر برامج حماية قوية .
- ٤- قد يتم شحن المنتجات بطرق رديئة تؤثر علي المنتجات فتصل إلي العملاء رديئة ومخالفة للمواصفات .

• إعداد المواد التدريبية وأدوات القياس

أولاً: إعداد قائمة بمهارات ريادة الأعمال المراد تنميتها في الدراسة الحالية*

ملحق (٢)

اهتمت الدراسة الحالية بإعداد قائمة بمهارات ريادة الأعمال ؛ للإجابة عن السؤال الأول من أسئلة البحث وهو : " ما مهارات ريادة الأعمال المطلوب تنميتها لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟ " .

وللإجابة عن السؤال السابق فقد استندت الباحثتان إلي العديد من الدراسات والبحوث التي تناولت ريادة الأعمال وأوصت بأهميتها وأهمية تدريسها للطلاب في كافة المراحل التعليمية وخاصة مرحلة التعليم الجامعي وضرورة تدريب الطلاب بالجامعة علي كيفية إقامة المشروعات الصغيرة الرائدة كمتطلب من متطلبات المجتمع في الوقت الراهن ، وبذلك تم استخلاص مجموعة من المهارات التي يجب تنميتها لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية وتم إعداد الصورة المبدئية لقائمة مهارات ريادة الأعمال .

وقد تم الاعتماد بشكل رئيس في اعداد القائمة علي الاطار العام لمهارات ريادة الأعمال الناتج عن تقرير مركز البحوث المشتركة بالاتحاد الاوروبي لعام (٢٠١٦) والذي قدم ثلاث مجالات أساسية متداخلة ومترابطة لمهارات ريادة الأعمال وهي (الأفكار والفرص - الموارد - التطبيق العملي) ويتكون كل مجال أساسي من خمسة مهارات فرعية تسهم مع بعضها البعض في تشكيل الفكر الريادي كمهارة في حد ذاتها وبذلك تم إعداد الصورة المبدئية لقائمة مهارات ريادة الأعمال .

تم عرض الصورة المبدئية لقائمة مهارات ريادة الأعمال علي مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين في مجال مناهج وطرق تدريس الاقتصاد المنزلي وذلك لإبداء الرأي حول ما يلي:

* ملحق (٢): قائمة مهارات ريادة الأعمال .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
 وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
 أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
 أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

- مدي أهمية المجالات الأساسية وما تتضمنه من مهارات فرعية وملاءمتها لعينة الدراسة .
 - مدي ارتباط كل مهارة فرعية بمجالها الأساسي .
 - مدي دقة الصياغة العلمية واللغوية .
- وقد اتفقت معظم آراء السادة المحكمين علي أهمية المجالات الأساسية لريادة الأعمال وما يتضمنه كل مجال من مهارات فرعية وضرورة تنميتها لدي الطالبات عينة الدراسة .
- وبذلك تم التوصل إلي الصورة النهائية لقائمة مهارات ريادة الأعمال وقد اشتملت علي ثلاثة مجالات أساسية ويتفرع من كل مجال خمس مهارات فرعية ، ويوضح جدول (١) التالي المجالات الأساسية والمهارات الفرعية لريادة الأعمال المراد تنميتها في الدراسة الحالية

جدول (١)

المجالات الأساسية والمهارات الفرعية لريادة الأعمال المراد تنميتها في الدراسة الحالية

المهارات الفرعية	المجالات الأساسية	م
التفكير المستدام	الأفكار والفرص Ideas & Opportunities	١
إعطاء قيمة للأفكار		
الرؤية ووضوح الهدف		
اكتشاف الفرص الإبداع		
المعرفة المالية والاقتصادية	الموارد Resources	٢
حشد جهود الآخرين		
الوعي الذاتي والفاعلية الذاتية		
الدافع والمثابرة إدارة الموارد		
المبادرة		
التخطيط والإدارة		

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
 وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
 أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر / أ.م.د/ غادة " محمد حسنى " النوبي محمد

المهارات الفرعية	المجالات الأساسية	م
التعامل مع المخاطر والغموض	التطبيق العملي Into action	٣
العمل الجماعي مع الآخرين		
التعلم من خلال التجارب		

وقد تم توضيح المفهوم الاصطلاحي لكل مهارة من المهارات السابقة بملحق (٢)

ثانياً : إعداد دليل الأنشطة التربوية القائمة علي الذكاء العملي*

ملحق (٣)

للإجابة عن السؤال الثاني من أسئلة البحث وهو: " ما التصور المقترح لأنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية ؟ " .

فقد تم إعداد مجموعة من الأنشطة التربوية - المشتقة من مجالات علم الاقتصاد المنزلي - التي يجب علي الطالبات عينة البحث ممارستها في ضوء قدرات الذكاء العملي وبصورة تحقق الترابط بين الجانب النظري والجانب التطبيقي لكل نشاط وبشرط أن تتضمن تلك الأنشطة في مجملها مهارات ريادة الأعمال التي تستهدف الدراسة الحالية تنميتها لدي الطالبات عينة البحث وأن تتضمن جميع الحقائق والمعلومات والمفاهيم المرتبطة بالتسويق الالكتروني والتي يعكس الالمام بها نمو ثقافة التسويق الالكتروني لدي الطالبات .

وقد مرت عملية إعداد الأنشطة التربوية في الدراسة الحالية بالخطوات التالية:
 أ- تم وضع مجموعة من التدريبات والأنشطة مع صياغة محتوى وأهداف كل نشاط في صورة اجرائية سلوكية قابلة للملاحظة والقياس مع تضمين بعض

* ملحق (٣): دليل الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي والقائمة علي الذكاء العملي .

أساليب التقييم في نهاية كل نشاط للتعرف من خلالها علي مستوي أداء الطالبات ومدى تحقيقهن للأهداف المرجوة .

ب- تم عرض الأنشطة في صورتها المبدئية علي مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين في مناهج وطرق تدريس الاقتصاد المنزلي وبعض الخبراء في الصناعات المختلفة والمرتبطة بمجالات الاقتصاد المنزلي وذلك بهدف إبداء الرأي حول ما يلي:

- مدى ملائمة الأنشطة والتدريبات لطالبات الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية .

- مدى ارتباط الأنشطة المختلفة بمهارات ريادة الأعمال المختلفة .

- صحة الصياغة العلمية واللغوية ووضوح الهدف من كل نشاط أو تدريب .

- اضافة أنشطة أو تدريبات يرون أنها مناسبة .

- حذف أنشطة أو تدريبات يرون أنها غير مناسبة .

ج- تم إجراء التعديلات في ضوء آراء السادة المحكمين والتي تمثلت في (تعديل صياغة محتوى بعض الأنشطة - حذف بعض الأنشطة والتدريبات لأنها غير مناسبة وغير واقعية وصعبة التطبيق) ، وعدا ذلك فقد وجد اتفاق بين آراء السادة المحكمين من حيث تناسب الأنشطة التربوية المعدة وقابليتها للتطبيق علي عينة الدراسة ، وبذلك تم الاستقرار علي الصورة النهائية للأنشطة التربوية للدراسة الحالية وبلغ عددها (١٥ نشاط) بحيث يمثل كل مجال من مجالات الاقتصاد المنزلي ثلاث أنشطة مختلفة منها أنشطة فردية وأخرى جماعية .

الاستراتيجيات المستخدمة في تنفيذ الأنشطة التربوية :

تم استخدام بعض الاستراتيجيات التي تتناسب مع قدرات الذكاء العملي المستخدم في الدراسة الحالية ومن تلك الاستراتيجيات (العصف الذهني - المناقشة - التحليل - مشاركة المعلومات بين الطالبات وبعضهن البعض - العمل التعاوني الجماعي - التخيل ولعب الأدوار) .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
 وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
 أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
 أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

مدة تطبيق الأنشطة التربوية :

تختلف مدة تطبيق كل نشاط من الأنشطة التربوية حسب أهداف وطبيعة ونوع كل نشاط (فردي/جماعي) وقد تم الاتفاق مع عينة البحث علي اللقاء ثلاث مرات اسبوعياً وبحيث لا تزيد مدة اللقاء الواحد عن ٦٠ دقيقة يتم خلالها تنفيذ عدد (٢ نشاط) من الأنشطة الواردة بدليل الأنشطة التربوية المعد في الدراسة الحالية (ملحق ٣) بنفس الترتيب ، وبذلك يكون عدد اللقاءات ثمانية لقاءات تم فيها الانتهاء من تنفيذ جميع الأنشطة المقترحة ، وذلك في الفترة من ١ : ١٧ / ٣ / ٢٠٢٢ .
 ويوضح جدول (٢) التالي الخريطة الزمنية لتطبيق الأنشطة التربوية .

جدول (٢)

الخريطة الزمنية لتطبيق الأنشطة التربوية

الأسبوع	اليوم	التاريخ	عنوان النشاط	نوع النشاط	مدة التطبيق
الأول	الثلاثاء	٣/١	- نقطة البداية تقييم النشاط (١٠ دقائق)	فردى	١٥ دقيقة
			- استنباط افكار مبتكرة لمشروعات ريادة في الاقتصاد المنزلي تقييم النشاط (١٥ دقيقة)	جماعى	٢٠ دقيقة
	الخميس	٣/٣	- تشكيل هيكل إدارى لفكرة مشروع إفتراضى تقييم النشاط (١٠ دقائق)	جماعى	٢٠ دقيقة
			- تأمين الموارد البشرية والمالية للمشروع تقييم النشاط (١٠ دقائق)	جماعى	٢٠ دقيقة
	الأحد	٣/٦	- مهارات فكرة مشروع تقييم النشاط (١٠ دقائق)	جماعى	٢٠ دقيقة
			- مواجهة الصعوبات والمشكلات تقييم النشاط (١٥ دقيقة)	فردى	١٥ دقيقة
			- تحليل العملاء وتحديد الفئة المستهدفة	جماعى	٢٠ دقيقة

' - ملحق (٣): دليل الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي والقائمة علي الذكاء العملي .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
 وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
 أ.م.د/ غادة* محمد حسنى النوبي محمد
 أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

الأسبوع	اليوم	التاريخ	عنوان النشاط	نوع النشاط	مدة التطبيق
الثاني	الثلاثاء	٣/٨	تقييم النشاط (١٠ دقائق)	فردى	١٥ دقيقة
			- دراسة الجدوى تقييم النشاط (١٥ دقيقة)		
	الخميس	٣/١٠	- التمويل المالى للمشروع تقييم النشاط (١٥ دقيقة)	فردى	١٥ دقيقة
- القدرات التنافسية تقييم النشاط (١٥ دقيقة)					
الثالث	الأحد	٣/١٣	- تسويق تجريبى لمشروع ريادى شرح فكرة النشاط وتدوين المقترحات (١٥ دقيقة)	فردى	مفتوحة ولا تزيد عن ٦ ساعات
	الثلاثاء	٣/١٥	- فرصة للتفكير والتأمل تقييم النشاط (١٥ دقيقة)	فردى	١٠ دقيقة
			-التفكير المستقل تقييم النشاط (١٥ دقيقة)	جماعى	٢٠ دقيقة
	الخميس	٣/١٧	-الاستفادة القصوي من الموارد المتاحة تقييم النشاط (١٠ دقائق)	جماعى	٣٠ دقيقة
			- الاستفادة من خبرات الآخرين تقييم النشاط (١٠ دقيقة)	فردى	١٠ دقيقة

ثالثاً : إعداد بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال * ملحق (٤)

اهتمت الدراسة الحالية بإعداد بطاقة ملاحظة لقياس مستوي أداء الطالبات لبعض الأنشطة والمهام المشتقة من مجالات علم الاقتصاد المنزلي والتي يمكن تحويلها إلي أفكار مشروعات ريادية ، والتي يمكن الحكم من خلالها علي مدى اكتساب الطالبات عينة البحث لمهارات ريادة الأعمال ، ولإعداد بطاقة الملاحظة فقد تم اتباع الخطوات التالية :

* ملحق (٤) : بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال

تحديد الهدف من بطاقة الملاحظة : تهدف بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال إلى قياس أداء الطالبات لمجموعة من الأنشطة والمهام كمؤشر لاكتساب مهارات ريادة الأعمال في المجالات الثلاث الأساسية (الأفكار والفرص - الموارد - التطبيق العملي) والمهارات الفرعية المشتقة من كل مجال وهي كالتالي:

- مجال الأفكار والفرص (التفكير المستدام - إعطاء قيمة للأفكار - الرؤية ووضوح الهدف - اكتشاف الفرص - الابداع)
- مجال الموارد (المعرفة المالية والاقتصادية - حشد جهود الآخرين - الوعي الذاتي والفاعلية الذاتية - الدافع والمثابرة - إدارة الموارد)
- مجال التطبيق العملي (المبادرة - التخطيط والادارة - التعامل مع المخاطر والغموض - العمل الجماعي - التعلم من خلال التجارب)

صياغة مفردات بطاقة الملاحظة وتقدير الدرجات :

▪ تم تقسيم بطاقة الملاحظة إلى ثلاثة أبعاد تمثل المجالات الأساسية لمهارات ريادة الأعمال وهي (مجال الأفكار والفرص - مجال الموارد - مجال التطبيق العملي) ويندرج تحت كل مجال أساسي خمس مهارات فرعية ، ولقياس كل مهارة من تلك المهارات تم صياغة مجموعة من المفردات لكل مهارة والتي يمكن أن تعبر عن تلك المهارة - وذلك علي صورة إجراءات سلوكية يمكن ملاحظتها أثناء قيام الطالبات بأدائها، وقد وضع أمام كل مفردة تدرج يدل على مستوى الأداء وهي (دائما - أحيانا - نادرا) وتقدير الدرجات بالترتيب (٣-٢-١)، وبذلك تم إعداد الصورة المبدئية من بطاقة الملاحظة حيث تكونت من ٦٠ مفردة بشكل مجمل وبحيث يتضمن كل مجال ٢٠ مفردة .

▪ تم عرض بطاقة الملاحظة في صورتها المبدئية علي مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين في (المناهج وطرق التدريس ، علم النفس) لإبداء الرأي في كل مفردة من المفردات التي تدرج تحت كل مجال والحكم علي مدي صحتها من حيث إمكانية اعتبارها مؤشر علي اكتساب الطالبات لمهارات ريادة الأعمال ، وقد تم إجراء التعديلات في ضوء آراء السادة المحكمين والتي تمثلت في حذف

بعض المفردات وتعديل صياغة مفردات أخرى لتصبح البطاقة في صورتها النهائية تتضمن ٤٥ مفردة موزعة بحيث يشتمل كل مجال علي ١٥ مفردة) ، ويتم التعامل مع كل بعد علي حدة وبذلك تكون الدرجة القصوى التي يمكن أن تحصل عليها الطالبة في كل بعد هو ناتج ضرب عدد عبارات البعد $\times 3$.

حساب الخصائص السيكومترية لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال

▪ حساب ثبات بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال

نظراً لأن بطاقة الملاحظة ستستخدم لرصد سلوك الطالبات أثناء أداء مجموعة من الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي في ضوء أبعاد وقدرات الذكاء العملي واستخدام نتائجها للتأكد من فعالية تلك الأنشطة علي تنمية مهارات ريادة الأعمال ، وحيث أن تلك البطاقة يصعب تطبيقها علي عينة البحث تطبيقاً قلياً وذلك لارتباطها بممارسة كل نشاط ، فسوف تعتمد الباحثتان علي حساب الصدق لتستدل من خلاله علي درجة ثبات البطاقة حيث يذكر محمد خليل عباس وآخرون (٢٠٠٩ : ٢٦٦) أنه من النادر أن يوجد مقياس صادق ولا يكون ثابتاً، فالمقياس الصادق هو مقياس ثابت لكن العكس ليس صحيحاً .

▪ حساب صدق بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال

تم استخدام طريقتين للتأكد من صدق بطاقة الملاحظة وهما :

أ - صدق المحكمين

تم عرض بطاقة الملاحظة علي عدد من المحكمين في تخصص (المناهج وطرق التدريس، وعلم النفس) وكانت نسبة الاتفاق بين المحكمين على عناصر التحكيم (٨٤%) وتعد هذه النسبة مرتفعة وتؤكد على صدق بطاقة الملاحظة وقابليتها للتطبيق .

ب- صدق الاتساق الداخلي

تم حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معامل الارتباط بين كل مفردة من مفردات البطاقة والمهارة الفرعية المنتمية إليها ، ويوضح جدول (٣) التالي معاملات الارتباط لمفردات بطاقة الملاحظة

جدول (٣)

معاملات الارتباط بين درجة كل مفردة ودرجة البعد الذي تنتمي إليه في المجال الأساسي الأول

المجال الأساسي الأول (الأفكار والفرص)									
التفكير المستدام		إعطاء قيمة للأفكار		الرؤية ووضوح الهدف		اكتشاف الفرص		الابداع	
معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة
٠,٤٦٣		٠,٧٣٥		٠,٥٤٣		٠,٥٩٣		٠,٦٤٧	
٠,٥٦٣		٠,٦٤٧		٠,٧٦٩		٠,٦٣٠		٠,٧٢١	
٠,٦٧٣		٠,٧٢١		٠,٦٤٤		٠,٦٥٧		٠,٥٦٦	
المجال الأساسي الثاني (الموارد)									
المعرفة المالية والاقتصادية		حشد جهود الآخرين		الوعي الذاتي والفاعلية الذاتية		الدافع والمثابرة		إدارة الموارد	
معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة
٠,٦١٩		٠,٦٧١		٠,٧٣٥		٠,٥٣٤		٠,٥٦١	
٠,٥٣٤		٠,٥٣٦		٠,٦٤٧		٠,٥٠٢		٠,٤٩٧	
٠,٥٠٢		٠,٤٠٦		٠,٧٢٣		٠,٥٦٢		٠,٧٤٩	
المجال الأساسي الثالث (التطبيق العملي)									
المبادرة		التخطيط والادارة		التعامل مع المخاطر والغموض		العمل الجماعي		التعلم من خلال التجارب	
معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة
٠,٦١٠		٠,٦٧٧		٠,٥٦١		٠,٦٥٠		٠,٤٧٩	
٠,٤٩٦		٠,٤٩١		٠,٦٧٠		٠,٧٤١		٠,٤٨٨	
٠,٥٣٩		٠,٧٤٣		٠,٦٨٢		٠,٦٢٨		٠,٥٩٥	

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة* محمد حسنى النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

(ر) الجنولية عند درجات حرية ١٤٨ ومستوى (٠.٠١) =

يتضح من جدول (٣) السابق أن معاملات الارتباط تراوحت ما بين (٠, ٤٠٦ - ٠, ٧٤٩) وهي معاملات مرتفعة ودالة عند مستوى (٠.٠١) مما يدل علي صدق البطاقة .

بعد التأكد من صدق بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال تم التأكد من ثبات البطاقة وقابليتها للتطبيق .

رابعاً : إعداد مقياس ثقافة التسويق الالكتروني* ملحق (٥)

تم إعداد مقياس ثقافة التسويق الالكتروني بهدف قياس مدي قدرة الطالبات عينة الدراسة علي الالمام بالمعلومات والحقائق والمفاهيم المرتبطة بعملية التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر تطبيقات الهاتف المحمول وشبكة الانترنت وذلك باعتبارها أسلوب حديث من أساليب التسويق التي فرضها التغيرات الراهنة والتي تتناسب ومتطلبات التحول الرقمي والتي يمكن ان تساعد في نجاح المشروعات المختلفة والوصول إلي الريادة ، وقد تم التعامل مع ثقافة التسويق الالكتروني - في المقياس المعد - علي أنها قدرة متكاملة .

■ بناء المقياس

تم بناء مفردات مقياس التسويق الالكتروني علي طريقة ليكرت *Likert* ، وتألف في صورته المبدئية من (٤٦) مفردة ، ثم تم عرض المقياس علي مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين في مناهج وطرق تدريس الاقتصاد المنزلي والإدارة المنزلية لإبداء الرأي في كل مفردة والحكم علي مدي صحتها وسلامتها من حيث الصياغة اللغوية ، وقد تم إجراء التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظات السادة المحكمين والتي تمثلت في إعادة صياغة بعض المفردات كما تم حذف (٨) مفردة لأنها كانت - من وجهة نظر السادة المحكمين - ضعيفة ومكررة وغير مرتبطة

* ملحق (٥): مقياس ثقافة التسويق الالكتروني

بالتسويق بشكل عام والتسويق الالكتروني بشكل خاص ، كما تم إعادة ترتيب أرقام العبارات ووضع التعليمات النهائية للمقياس ليتكون في صورته النهائية من (٣٨) مفردة منها (٣٣) مفردة موجبة و(٥) مفردة سالبة وهي المفردات رقم (٦-١٧-٢٦-٣٢ - ٣٩) .

حساب الخصائص السيكومترية لمقياس ثقافة التسويق الالكتروني

▪ حساب ثبات المقياس:

تم التأكد من ثبات مقياس التسويق الالكتروني من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ *Alpha Gronbach* باستخدام البرنامج الإحصائي *SPSS Ver.22* حيث تم حساب قيمة الاتساق الداخلي والتي بلغت (٠,٧٨٦) وتعتبر هذه القيمة مقبولة ، وتشير إلي درجة عالية من الثبات .

▪ حساب صدق المقياس:

تم التأكد من صدق مقياس التسويق الالكتروني باستخدام أسلوب صدق المحكمين حيث تم عرض المقياس في صورته الأولية علي مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين في الاقتصاد المنزلي (تخصص الإدارة المنزلية واقتصاديات الأسرة) وبعض أعضاء هيئة التدريس بكلية التجارة تخصص إدارة أعمال (إدارة التسويق وإدارة المبيعات) ، وقد أرفق مع المقياس شرح الموضوع والهدف منه وتعريف بالمصطلحات الإجرائية لبيان آرائهم في كل مفردة ، وقد جاءت آراء السادة المحكمين بنسبه اتفاق (٨٩,٧٦ %) وتعد هذه النسبة مرتفعة ، وتؤكد علي صدق المقياس وقابليته للتطبيق بعد إجراء التعديلات المقترحة ، كما تم حساب الصدق الذاتي من خلال حساب الجذر التربيعي لمعامل ثبات المقياس وذلك من خلال المعادلة:

$$\text{معامل الصدق الذاتي} = \sqrt{\text{معامل الثبات}} = \sqrt{0,786} = 0,887$$

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

وهي دالة عند مستوى (٠.٠١) كما أن هذه النسبة تؤكد على ارتفاع معامل
صدق الاختبار

نظام تصحيح مقياس ثقافة التسويق الالكتروني

تم تحديد خمسة بدائل للاستجابة عن كل مفردة بالمقياس وهي (أتفق بشدة -
أتفق - غير متأكد - لا أتفق - لا أتفق بشدة) وعلي كل طالبة اختيار احدي تلك
الاستجابات ، وتقدر درجة كل مفردة بإعطاء الدرجات المقابلة بالترتيب (١-٢-
٣-٤-٥) وذلك في حالة العبارات الموجبة ، أما في حالة العبارات السالبة فتعكس
درجة المفردة لتكون علي الترتيب (٥-٤-٣-٢-١) وبذلك تكون أقصى درجة
يمكن الحصول عليها في جميع مفردات المقياس (١٩٠) درجة.

تطبيق تجربة الدراسة:

تم تطبيق تجربة الدراسة الحالية علي عدة مراحل هي:

أولاً: التطبيق القبلي لأدوات الدراسة:

تم تطبيق كلاً من بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال ، ومقياس ثقافة
التسويق الالكتروني الطالبات عينة الدراسة الأساسية قبل تدريبهن علي ممارسة بعض
الأنشطة التربوية القائمة علي الذكاء العملي ، وذلك بهدف ضبط الخبرات السابقة
وبعض المتغيرات التي قد يكون لها تأثير علي النتائج ، والتعرف علي مستوي
الطالبات عينة الدراسة ، وقد تم توضيح نتائج ذلك التطبيق في نتائج الدراسة .

ثانياً: ممارسة الأنشطة التربوية القائمة علي الذكاء العملي:

تم تدريب الطالبات عينة البحث علي ممارسة الأنشطة التربوية المقترحة في
الدراسة الحالية بواسطة الباحثين في معامل وقاعات قسم الاقتصاد المنزلي بكلية
التربية النوعية جامعة جنوب الوادي وذلك في المدة من ٢٠٢٢/٣/١ وحتى
٢٠٢٢/٣/١٧ وبذلك استغرقت عملية التطبيق ٣ أسابيع تقريبا بواقع لقائين كل أسبوع.

ثالثاً: التطبيق البعدي لأدوات الدراسة:

بعد الانتهاء من ممارسة الأنشطة التربوية المقترحة وفقاً لمراحل وقدرات الذكاء العملي تم تطبيق أدوات الدراسة الحالية والمتمثلة في بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال ، ومقياس ثقافة التسويق الالكتروني تطبيقاً بعدياً ، ثم تم التصحيح ورصد الدرجات تمهيداً لمعالجتها إحصائياً وتفسير النتائج .

المعالجة الإحصائية

تم معالجة البيانات في الدراسة الحالية باستخدام الأساليب الإحصائية التالية :

- ١- المتوسطات والانحرافات المعيارية .
- ٢- اختبار ويلكوكسون وحساب قيمة "Z" لتحديد دلالة الفروق بين متوسطي رتب درجات المجموعة التجريبية في التطبيقين القبلي والبعدي لأدوات الدراسة .
- ٣- معاملات الارتباط لـ بيرسون.
- ٤- حجم التأثير (مربع معامل إيتا η^2)

نتائج الدراسة وتفسيرها

تم عرض نتائج الدراسة الحالية من خلال التحقق من مدي صحة فروض الدراسة وذلك علي النحو التالي:

أولاً : نتائج الفرض الأول

الفرض الأول على أنه : توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات طالبات الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم اتباع الخطوات التالية:

- ١- استخدام اختبار ويلكوكسون وحساب قيمة "Z" لتحديد دلالة الفروق بين متوسطات رتب طالبات المجموعة التجريبية في التطبيقين " القبلي والبعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال المعدة خصيصاً لهذا الغرض، وتم إجراء المعالجات

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
 وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
 أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد / د.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS Ver 20.0) وهو ما يتضح من خلال جدول
 (٤) التالي:

جدول (٤)

الدالة الاحصائية لمتوسطات رتب درجات المجموعة التجريبية
 في التطبيقين " القبلي - البعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال

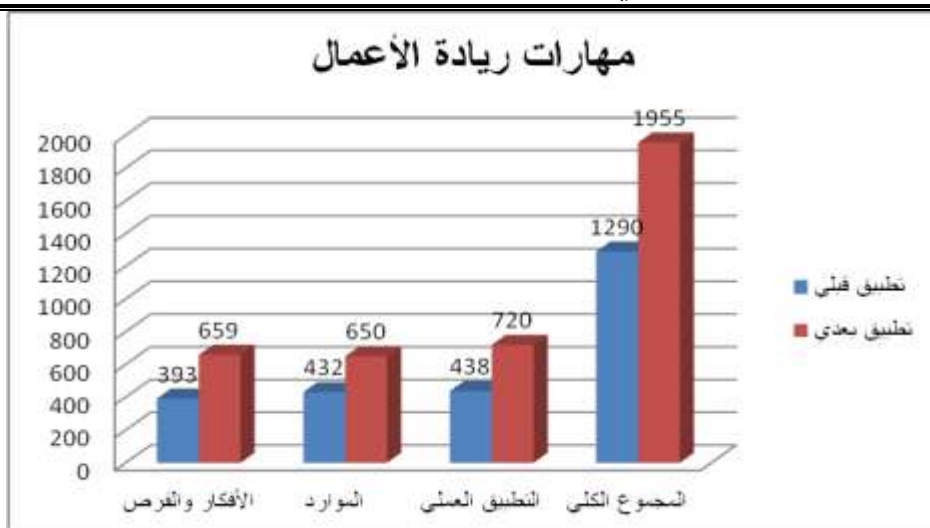
مستوي الدلالة	قيمة "Z"	موجب			سالب			بطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال
		مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	
دالة عند 0.01	3.625	153.00	9.00	17	.	.	.	المهارات المرتبطة بمجال " الأفكار والفرص "
دالة عند 0.01	3.627	153.00	9.00	17	.	.	.	المهارات المرتبطة بمجال " الموارد "
دالة عند 0.01	3.593	152.00	9.50	16	1	1	1	المهارات المرتبطة بمجال " التطبيق العملي "
دالة عند 0.01	3.725	171	9.50	18	.	.	.	المجموع الكلي

قيمة "Z" الجدولية عند مستوى دلالة $0.01 = 2.58$

يتضح من جدول (٤) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات
 عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال
 لصالح التطبيق البعدي حيث كانت قيمة "Z" المحسوبة أعلى من 2.58 وهذه الفروق
 دالة عند مستوى (٠.٠١) ، مما يؤكد صحة وقبول الفرض الأول.

ويوضح شكل (٤) التالي الفروق بين متوسطات درجات طالبات المجموعة
 التجريبية في التطبيقين " القبلي - البعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال
 كمحصلة نهائية بالإضافة إلى المجالات الرئيسة للمهارات (الأفكار والفرص -
 الموارد - التطبيق العملي) كل مجال على حده بالرسم البياني .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
 أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
 أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر



شكل (٤)

مهارات ريادة الأعمال لطالبات المجموعة التجريبية في التطبيقين " القبلي - البعدي "

٢- حساب حجم تأثير أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال في التطبيقين (القبلي - البعدي) للمجموعة التجريبية ، وذلك كما هو موضح في جدول (٥) التالي:

جدول (٥)

حجم تأثير أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي

في تنمية مهارات ريادة الأعمال في التطبيقين (القبلي - البعدي) للمجموعة التجريبية

مهارات ريادة الأعمال	حجم التأثير	مستوى حجم التأثير
الأفكار والفرص	٠.٧٩٦	متوسط
الموارد	٠.٧٨٤	متوسط
التطبيق العملي	٠.٧٣٤	متوسط
الدرجة الكلية	٠.٩٠١	كبير

يتضح من الجدول (٥) أن الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي القائمة علي الذكاء العملي والمستخدمة في الدراسة الحالية لتنمية مهارات ريادة الأعمال لها تأثيراً على تنمية مهارات ريادة الأعمال ، مما يؤكد صحة وقبول الفرض الأول.

تفسير نتائج الفرض الأول

أظهرت نتائج الفرض الأول وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات طالبات الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال لصالح التطبيق البعدي ، وتشير تلك النتائج إلي فاعلية الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي المعد وفقاً للذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية عينة الدراسة ، ويمكن تفسير تلك النتائج في ضوء عدة جوانب وهي:

١- ممارسة الطالبات عينة الدراسة لمجموعة من الأنشطة المختلفة المشتقة من طبيعة تخصصهن الدراسي بشكل عملي تطبيقي وبنوع من الذكاء ساعد علي تنمية مهارات ريادة الأعمال لديهن بشكل جيد ؛ فالأنشطة التربوية تعد من أساليب التعلم التي تشجع علي التجريب والممارسة العملية التطبيقية وتوجيه تفكير المتعلمين ومحاولة الربط بين الأفكار والمعلومات النظرية بطريقة مبتكرة من خلال الاستفادة منها وتحويلها إلي أفكار تطبيقية من الممكن أن تكون نواه لمشروعات واقعية تشجع الاستقلالية والابتكار والمخاطرة وتنظيم الوقت ... وغيرها من المهارات الهامة والضرورية ، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج وتوصيات دراسة وفاء المبيرك ونورة الجاسر (٢٠١٤) .

٢- المجهود الذي بذلته الطالبات أثناء ممارسة الأنشطة التربوية والاعتماد في ذلك علي مراحل وخطوات الذكاء العملي والمتمثلة في: التكيف مع البيئة وفهمها فهماً جيداً ① ، ومحاولة إعادة تشكيل البيئة بما يتناسب مع التغيرات الطارئة ② ، ثم اختيار بيئة جديدة تناسب تلك التغيرات ③ ساعد الطالبات علي دراسة المواقف المختلفة وتناولها بطريقة مختلفة ومحاولة تحليلها والحكم عليها بصورة عقلانية وبأسلوب نقدي وهو ما شجعهن علي توليد معلومات وأفكار جديدة تتسم بالموضوعية وتحمل الصفات الإبداعية وتطبيقها كأفكار جديدة وغير متكررة ، كما ساعدت قدرات الذكاء العملي بدورها علي تنمية قدرات أخرى كالقدرة علي

الفهم والاستدلال والتكيف والابداع واتخاذ القرار وحل المشكلات وغيرها من القدرات التي عند دراستها بشكل مفصل يتضح أنها تتشابه إلي حد كبير مع مهارات ريادة الأعمال التي تم تناولها في الدراسة الحالية ، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة **Fetsco & Clure (2005)** ودراسة عبد الحليم زاهر (٢٠١٩) ودراسة هالة عبد العاطي (٢٠١٩).

٣- بناء الأنشطة التربوية في الدراسة الحالية بحيث تكون متنوعة ومشتقة من أمثلة واقعية في الحياة وأن يتم ممارستها بشكل عملي تطبيقي إما بصورة فردية أو جماعية وبحيث تقوم الطالبات عينة الدراسة ببعض الممارسات التي تضم في طياتها مهارات مختلفة ومن تلك المهارات:

- مهارات إدارية كالتخطيط واتخاذ القرار ووضع ميزانية والتفاوض والتكيف .
- مهارات فنية ومنها دراسة البيئة والظروف المحيطة والتعرف علي المشكلات وإيجاد حلول لها.
- مهارات شخصية كالاعتماد علي النفس والمرونة وضبط النفس والعمل مع الآخرين.
- مهارات تكنولوجية كالقدرة علي الاتصال وبناء علاقات وشبكات .

وبحيث تشجع تلك الأنشطة علي البحث والتواصل وتبادل الخبرات وبذل مجهود من خلال عمل تقييم للمواقف والأحداث المختلفة وترجمة تلك المواقف والاستفادة منها بوضع الأفكار التي تصلح كمشروعات سواء خدمية أو انتاجية ومقارنتها بالوضع الراهن للحكم علي مدي أهميتها وإمكانية استمراريتها ، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة أسماء زيدان (٢٠١٨) ، ودراسة **Karabulut & Dogan (2018)** .

ثانياً : نتائج الفرض الثاني

ينص الفرض الثاني على أنه : توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس ثقافة التسويق الالكتروني .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم اتباع الخطوات التالية:

١- استخدام اختبار ويلكوكسون وحساب قيمة "Z" لتحديد دلالة الفروق بين متوسطات رتب درجات طالبات المجموعة التجريبية في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس التسويق الالكتروني المعد خصيصاً لهذا الغرض، وتم إجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS Ver 20.0) وهو ما يتضح من خلال جدول (٦) التالي:

جدول (٦)

الدلالة الإحصائية لمتوسطات الرتب لدرجات المجموعة التجريبية
 في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس التسويق الالكتروني

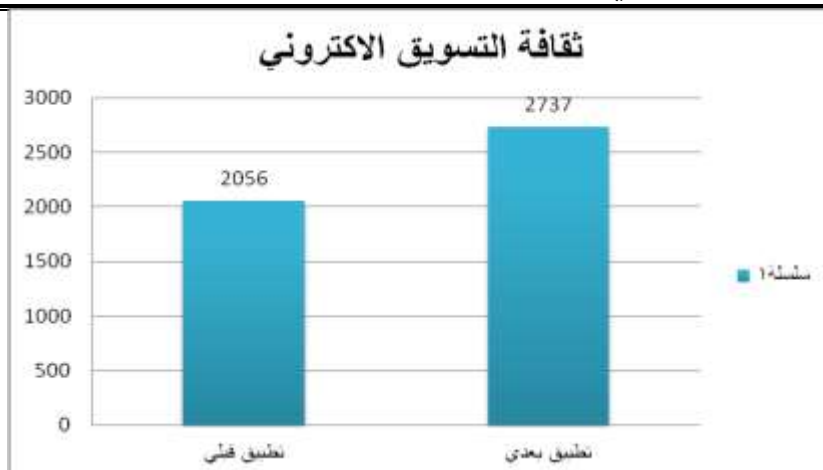
مستوي الدلالة	قيمة "Z"	موجب			سالب			مقياس ثقافة التسويق الالكتروني
		مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	
دالة عند 0.01	3.440	134.50	8.97	15	1.50	1.50	١	

قيمة "Z" الجدولية عند مستوي دلالة $0.01 = 2.58$

يتضح من جدول (٥) ، وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الطالبات عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس ثقافة التسويق الالكتروني لصالح التطبيق البعدي حيث كانت قيم "Z" المحسوبة أعلى من 2.58 وهذه الفروق دالة عند مستوى (٠.٠١) ، مما يؤكد صحة وقبول الفرض الثاني.

ويوضح شكل (٥) التالي الفروق بين متوسطات درجات طالبات المجموعة التجريبية في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس ثقافة التسويق الالكتروني كمحصلة نهائية بالرسم البياني .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة " محمد حسنى " النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر



شكل (٥)

ثقافة التسويق الالكتروني لطالبات المجموعة التجريبية في التطبيقين " القبلي - البعدي "

٢- حساب حجم تأثير أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية ثقافة التسويق الالكتروني في التطبيقين (القبلي - البعدي) للمجموعة التجريبية وهو ما يتضح من خلال جدول (٧) التالي:

جدول (٧)

حجم تأثير أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال في التطبيقين (القبلي - البعدي) للمجموعة التجريبية

ثقافة التسويق الالكتروني	حجم التأثير	مستوى حجم التأثير
الدرجة الكلية	٠.٨٠٣	كبير

يتضح من جدول (٧) أن الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي القائمة علي الذكاء العملي والمستخدمه في الدراسة الحالية لتنمية ثقافة التسويق الالكتروني لها تأثيراً كبيراً على تنمية ثقافة التسويق الالكتروني ، مما يؤكد صحة وقبول الفرض الثاني.

تفسير نتائج الفرض الثاني

أظهرت نتائج الفرض الثاني وجود فروق دالة إحصائياً متوسطات درجات طلاب الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس ثقافة

التسويق الالكتروني لصالح التطبيق البعدي ، وتشير تلك النتائج إلي فاعلية الأنشطة التربوية في الاقتصاد المنزلي المعد وفقاً للذكاء العملي في تنمية ثقافة التسويق الالكتروني لدي طلاب شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية عينة الدراسة عينة الدراسة ، ويمكن تفسير تلك النتائج في ضوء عدة جوانب وهي:

١- أتاحت الأنشطة التربوية المختلفة المتضمنة بالدراسة الحالية الفرصة أمام الطالبات للبحث والاطلاع ؛ حيث يتطلب ممارسة كل نشاط (فردي أو جماعي) توافر قدر من المعلومات والمعارف والمفاهيم الأساسية والتي بدونها لان يتسني للطالبات القيام بالنشاط بالشكل الصحيح الذي يحقق الهدف المطلوب منه ، وهو ما شجع الطالبات علي البحث والاطلاع لزيادة البنية المعرفية لاتمام كل نشاط ، وقد تضمنت الأنشطة ما يرتبط بمتطلبات التسويق الالكتروني للخدمات أو المنتجات وممارسة عملية التسويق الالكتروني بالفعل بدءاً من تصميم الموقع وعمل خطة الدعايا والاقناع والتفاوض والتسعير ونظام التسليم وغيرها من المهارات المرتبطة بعملية التسويق الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ، الأمر الذي دفع الطالبات للبحث والتقصي والتفاعل فيما بينهن وتبادل الخبرات من خلال المناقشة والحوار والتخيل والعصف الذهني وهو ما أدى بدوره إلي رفع درجة وعي الطالبات وزيادة معارفهن وثقافتهن فيما يتعلق بالمحتوي المعلوماتي والمعرفي المرتبط بالتسويق الالكتروني، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة عبير عثمان (٢٠١٨).

٢- إقبال الطالبات عينة الدراسة علي ممارسة الأنشطة الخاصة بالتسويق الالكتروني بنوع من الاهتمام والشغف وذلك لشعورهن بمدي أهميتها وضرورتها في اكتساب كل المعلومات والمفاهيم المرتبطة بالتسويق الالكتروني علاوة علي ممارسة عملية التسويق بمراحلها المختلفة بشكل فعلي وفهم متطلباتها ، وهو ما ساعد علي رفع درجة ثقافة التسويق الالكتروني لدي الطالبات ، وقد جاء شعور الطالبات بأهمية تعلم متطلبات التسويق بشكل عام والتسويق الالكتروني بشكل خاص كنتيجة طبيعية للتغيرات الطارئة علي المجتمع في الوقت الحالي والتي كان لها أكبر الأثر علي

تطوير اهداف التعليم في المراحل التعليمية المختلفة والتي من أهمها تدريب المتعلمين علي كيفية البحث عن فرص العمل ومحاولة خلق تلك الفرصة من خلال إقامة المشروعات الخاصة سواءً الانتاجية أو الخدمية ودور ذلك في الدفع بحركة الانتاج وتطور المجتمع حتي أصبح ذلك الهدف في الوقت الحالي من الأمور البديهية في عقل كل فرد باختلاف عمره أو طبقاته الاجتماعية وأدي ذلك بدوره إلي تحسين تفكير الأفراد وتغير معتقداتهم وزيادة الشغف لديهم في تعلم كل ما هو مرتبط باقامة المشروعات المختلفة باعتبارها مصدر للرزق ، ولما كانت عملية التسويق من المراحل الاساسية والضرورية التي لا ينجح أو يستمر أي مشروع بدونها فقد أصبح أيضاً تعلم التسويق بجميع أنواعه وبالأخص التسويق الالكتروني من المتطلبات الضرورية في الوقت الحالي والمرتبطة بريادة الأعمال ، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة (Kankia, & Nigeria, (2015

٣- الاعتماد علي تطبيق قدرات الذكاء العملي عند ممارسة الطالبات عينة الدراسة للأنشطة التربوية في الدراسة الحالية ساعد الطالبات علي القيام ببعض الممارسات والسلوكيات التي يمكن أن تساعد في تعديل البنية المعرفية المرتبطة بأي موضوع أو موقف له تأثير في الحياة اليومية ؛ حيث يشترط الذكاء العملي ضرورة التعرف علي التغيرات الطارئة وتحديدها بشكل دقيق وتفسير الدوافع التي أدت إلي إحداث تلك التغيرات ، ومن ثم محاولة تقبل تلك التغيرات والتكيف معها من خلال تعلم المعارف والعادات الجديدة الخاصة بها ، ثم البدء في الاختيار والانتقاء من تلك المعلومات والعادات ما هو جيد ومناسب للطبيعة الشخصية وذلك بهدف إعادة تشكيل وتغيير الموقف بحيث يصبح الفرد قادراً علي تطبيق وتوظيف التغيرات بما يحقق النجاح في الحياة اليومية والذي لم ولن يحدث إلا بعد الالمام بالمعارف والمفاهيم الضرورية اللازمة لتطبيق الموقف بأبعاده الجديدة .

وبتطبيق قدرات الذكاء العملي علي التسويق الالكتروني المستخدم في الدراسة الحالية باعتباره موقف جديد فرضته التطورات التكنولوجية التي انتشرت

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

علي نطاق واسع نتيجة اعتماد الأفراد علي الاستخدام الالكتروني في كافة مناحي الحياة حتي أن الدول أصبحت تنادي بضرورة التحول الرقمي في معظم أنشطة الحياة اليومية ، حيث تعد عملية التسويق وما تشمله من متطلبات واحدة من تلك الأنشطة التي تحتاج إلي المام الأفراد - وخاصة أصحاب المشروعات - بكل ما تتضمنه من معلومات وحقائق وفتيات وهو ما حققته الأنشطة القائمة علي الذكاء العملي المستخدمة في الدراسة الحالية ، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة عبد الحليم زاهر (٢٠١٩).

ملخص نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة الحالية إلي النتائج التالية :

- ١- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوي (٠.٠١) بين متوسطات درجات طلاب الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لبطاقة ملاحظة مهارات ريادة الأعمال لصالح التطبيق البعدي
- ٢- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوي (٠.٠١) بين متوسطات طلاب الاقتصاد المنزلي عينة الدراسة في التطبيقين " القبلي - البعدي " لمقياس ثقافة التسويق الالكتروني لصالح التطبيق البعدي .

توصيات الدراسة :

- ١- تضمين ريادة الأعمال كموضوع يتم تدريسه بجميع مراحل التعليم المختلفة .
- ٢- تعديل الساعات التدريسية لمقرر ريادة الأعمال باللائحة الداخلية لكلية التربية النوعية - جامعة جنوب الوادي بحيث تتضمن ساعات تطبيقية لاتاحة الفرصة أمام الطلاب لتطبيق مفاهيم ومعارف ذلك المقرر بشكل عملي وبما يدعم تحقيق أهداف تدريس المقرر .
- ٣- دراسة تأثير الأسرة في تنمية مهارات ريادة الأعمال لدي الأبناء من مراحل الطفولة الأولى .

- ٤- تصميم برامج تدريبية في مجال ريادة الأعمال باستخدام تطبيقات تكنولوجيا الكترونية حتي تشمل أكبر عدد ممكن من المتدربين مع تنويع تلك البرامج بحيث تخاطب جميع الأعمار والفئات والمستويات .
- ٥- عقد بروتوكولات تعاون مع قطاعات المجتمع المختلفة لتدريب طلاب الجامعة علي ممارسة الأنشطة الريادية علي أرض الواقع .
- ٦- الاهتمام برفع درجة وعي طلاب/طالبات الجامعة علي اختلاف تخصصاتهم الراسية بطرق التسويق لأفكارهم ومشروعاتهم والاستفادة من المعايير القياسية والاخلاقية للتسويق الالكتروني .

مقترحات الدراسة :

- هناك عدة دراسات وبحوث مقترحة يمكن إجراؤها في هذا المجال منها علي سبيل المثال :
- ١- فعالية برنامج إرشادي أسري لتنمية سمات ومهارات ريادة الأعمال والاتجاه نحو العمل الحر لدي الأبناء منذ مراحل الطفولة المبكرة .
 - ٢- تأثير الأنشطة المختلفة المتضمنة بمناهج الاقتصاد المنزلي بمراحل التعليم قبل الجامعي علي تنمية المهارات الريادية لدي التلاميذ (دراسة تحليلية تقويمية) .
 - ٣- دور مناهج الاقتصاد المنزلي في تنمية الوعي التسويقي للمشروعات المختلفة وعلاقتها بتحسين الدخل المالي لأفراد الأسرة والشعور بجودة الحياة .
 - ٤- قياس أثر استراتيجيات التسويق الالكتروني في رفع الكفاءة الانتاجية لافكار المشروعات الريادية للطلاب بالجامعة .

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أبو زيد سعيد الشويقي (٢٠١٠). النموذج البنائي للعلاقة بين الذكاء العملي والذكاء العام وفعالية الذات والتحصيل الدراسي لدي عينة من طالبات الجامعة. مجلة كلية التربية ، جامعة طنطا ، ٤٢ ، ٥٨ - ١٠٨ .
- إخلاص السيد عشرية (٢٠١١). الأنشطة التربوية في رياض الأطفال كمرتكز لتنمية السلوك القيادي للطفل: رياض مؤسسة الخرطوم (السودان) للتعليم الخاص نموذجاً. المجلة العربية لتطوير التفوق ، يصدرها مركز تطوير التفوق TDC ، ٢(٣) ، ٧٣-٩٨ .
- أسامة محمد عبد السلام (٢٠١٦). توظيف الويب الدلالي ببرنامج تدريب الالكتروني لتنمية بعض مهارات ريادة الأعمال لدي عينة من متدربي كرسي الدكتور ناصر الرشيد لرواد المستقبل بجامعة حائل، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس (ASEP)، ٨٠(٢) ، ١٧ - ١٠٢ .
- أسماء مراد زيدان (٢٠١٨). تصور مقترح لتنمية مهارات ريادة الأعمال والتوظيف لدي طلاب جامعة القاهرة في ضوء مدخل إدارة الجودة الشاملة ، مجلة العلوم التربوية ، كلية الدراسات العليا للتربية - جامعة القاهرة ، ٤(٢) ، ١٤٧-٢٦٨ .
- أيمن جمال غانم (٢٠١٥). بناء بطارية اختبارات لقياس الذكاء الناجح لدي طلاب المرحلة الثانوية في ضوء نظرية الاستجابة المفردة " دراسة سيكومترية " ، رسالة دكتوراه ، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية ، جامعة عين شمس .
- زايد مراد (٢٠١٠). الريادة والابداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، الملتقى الدولي حول المقاولتية- التكوين وفرص العمل ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الإلكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة" محمد حسنى" النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

- حميد الطائي (٢٠٠٦). الأسس العلمية للتسويق الحديث- مدخل شامل ، دار
اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
- رضوان محمود العمر (٢٠٠٥). مبادئ التسويق، دار وائل، عمان ، الأردن.
- سمرة توفيق صبرة (٢٠١٠). التسويق الإلكتروني ، دار الاعصار، العلمي للنشر
والتوزيع ، عمان ، الأردن .
- شمعة صالح الشقري (٢٠٢٠). دور الأنشطة الطلابية في تنمية المواطنة الفاعلة
لدي طلاب كلية العلوم والآداب بشرورة . المجلة العلمية بكلية التربية -
جامعة أسيوط ، ٣٦(١٠) ، ١١٩-١٤٨ .
- عبد الجبار حسين الظفري (٢٠٢٠). اعتراف التسويق الإلكتروني والتسويق
الشبكي ، المركز اليمني لتكنولوجيا التعليم وتقنية المعلومات ، الجمهورية
اليمنية .
- عبد الحليم محمد زاهر (٢٠١٩). الذكاء الحياتي ومعوقاته لدي المعلمين الأوائل
بمراحل التعليم قبل الجامعي. مجلة كلية التربية بالمنصورة ، ١٠٧(٦)،
١٢٢٧ - ١٢٥٦ .
- عبد السلام أبوقحف، ونبيلة السيد وعلاء الغرباوي (٢٠١٣). التسويق. الإسكندرية
، المكتب الجامعي الحديث.
- عبد الله فرغلي وموسي علي (٢٠٠٧). تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق
التقليدي والإلكتروني ، إيتراك ، القاهرة .
- عبير كمال عثمان (٢٠١٨). فاعلية أنشطة متكاملة في تنمية معارف ومهارات
ريادة الأعمال والاتجاه نحوها لدي طالبات شعبة الملابس الجاهزة بالمدرسة
الثانوية الصناعية ، المجلة التربوية ، كلية التربية - جامعة سوهاج ، ٥١ ،
٣٥٥-٣٩٤ .
- عزت عبد الحميد حسن (٢٠١١) . الاحصاء النفسي والتربوي : تطبيقات
باستخدام برنامج SPSS 18 ، القاهرة ، دار الفكر العربي .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

- فهمي توفيق مقبل (٢٠١٢). النشاط المدرسي مفهومه وتنظيمه وعلاقته بالمنهج ، ط ٣ ، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
- كومركوفا وكونرادز وكولادو (٢٠١٥). روح المبادرة الكفاءة :لمحة عامة عن المفاهيم والسياسات والمبادرات القائمةفي العمق تقرير دراسة الحالة، التقارير الفنية مركز البحوث المشتركة ، لوكسمبورغ ، مكتب المطبوعات من الاتحاد الأوروبي.
- محمد الصيرفي (٢٠٠٨). التسويق الالكتروني، القاهرة ، دار الفكر العربي .
- محمد زيدان سالم (٢٠١٨). أثر أدوات الترويج الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة ، ٤٨ (٣)، ١٣-٨٩ .
- محمد خليل عباس ؛ محمد بكر نوفل ؛ محمد مصطفى العبسي وفريال محمد أبو عواد (٢٠٠٩) . مدخل إلي مناهج البحث في التربية وعلم النفس ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة
- محمد طه (٢٠٠٦). الذكاء الإنساني اتجاهات معاصرة وقضايا نقدية. عالم المعرفة ، سلسلة كتب ثقافية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، (٣٣٠) الكويت .
- مدحت محمد أبو النصر (٢٠١٥). استراتيجية العقل ، الدار الأكاديمية للعلوم ، القاهرة .
- مرجريت باسيجالبو ، وباناجيوتيس كامبيليس، وجوديليف فان دي براندي (٢٠١٦). مهارات ريادة الأعمال: الإطار العام لمهارات ريادة الأعمال. تقرير علمي من أجل دعم سياسات الاتحاد الأوروبي ، مركز البحوث المشتركة .
- مزه شعبان العاني، شوقي ناجي جواد وهيثم علي حجازي (٢٠١٠). إدارة المشروعات الصغيرة : منظور ريادي تكنولوجي ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ز

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة محمد حسنى النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

مصطفى محمود أبو بكر (٢٠١٤). منظومة ريادة الأعمال والبيئة المحفزة لها ،
المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال " نحو بيئة داعمة
لريادة الأعمال في الشرق الوسط " ، ٩-١١ سبتمبر ٢٠١٤ ، مجلة أبحاث
المؤتمر ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، ٥٩-٨١ .

مهند حامد ، وفوزي أرشيد (٢٠٠٧). نحو سياسات لتعزيز الريادة بين الشباب في
الضفة الغربية وقطاع غزة ، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني
(ماس) ، رام الله ، فلسطين .

هالة سعيد عبد العاطي (٢٠١٩). " استراتيجيات مقترحة قائمة على نظرية الإبداع الجاد
لتنمية عادات التميز ومهارات ريادة الأعمال المستقبلية لطالبات الاقتصاد
المنزلي في ضوء تعزيز القدرة التنافسية للتعليم النوعي " ، المجلة التربوية ،
كلية التربية - جامعة سوهاج ، (٦٢) ، ٨٤-١٦١ .

هيام مصطفى سالم ومنال فتحي الشاعر (٢٠١٧). تصور مقترح لتضمين ريادة
الأعمال في مقرر " الأشغال الفنية " لتنمية مهارات التفكير الريادي لإنتاج
مشروع متاهي الصغر لدي طلاب الاقتصاد المنزلي ، مجلة كلية التربية
- جامعة المنوفية ، ٤(١) ، ٨٦-١٢٠ .

وجيه سالم الفرخ وميشيل خليل دبابنة (٢٠١١). الأنشطة التربوية وأساليب
تطويرها. عمان ، الأردن ، دار وائل للنشر والتوزيع .

وفاء ناصر المبيريك ونورة جاسر الجاسر(٢٠١٤). النظام البيئي لريادة الأعمال في
المملكة العربية السعودية ، كتاب أبحاث المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات
ومراكز ريادة الأعمال - نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط
، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، الفترة من ٩ : ١١/٩/٢٠١٤ ، ص
٣٦-٧ .

وليد أحمد جابر (2005). طرق التدريس العامة .. تخطيطها وتطبيقاتها التربوية.
ط٢، عمان ، الأردن ، دار الفكر .

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الإلكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة "محمد حسنى" النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

يوسف أحمد أبو فارة (٢٠٠٧). التسويق الإلكتروني: عناصر المزيج التسويقي
عبر الإنترنت. ط٢ ، عمان ، الأردن ، دار وائل للنشر والتوزيع .

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Armstrong, G., Kotler, P. & Opresnik, M. (2017). **Marketing an introduction**. Boston, Pearson.
- Costin, y. ; O'Brien, M. & Slattery, D. (2018). Using Simulation to Develop Entrepreneurial Skills and Mind-set, **an exploratory case Study**, 136-145.
- Eton, M. ; Mwirumubi, R. & Edaku, C. (2017). Challenges Faced by Development Partners in Supporting the Growth and Development of Commercial Enterprises in Lira District, **Northern Uganda Journal of Education and Practice**, 8(11), 88-94.
- Florian, J. ; Karri, R. & Rossiter, N. (2007). Fostering Entrepreneurial drive in business education: An attitudinal approach, **Journal of management education**, 31, 1-17.
- Fetsco, T. & McClure. J. (2005). Educational Psychology: An Integrated Approach to Classroom Decisions. Boston, USA: Pearson Education, Inc.
- Fred, M. (2007). Entrepreneurship Small Business Degree Programs At Community Colleges, **Journal of Research and Practice**. 31: 61.69 .
- Hayton, J. (2015). Leadership and Management Skills in SMEs, **Measuring Associations with Management Practices and Performance**. London.
- Helen, H. ; Cullen, J. & Jordan, B. (2011). Early years curriculum: funds of knowledge as a conceptual framework for children's interests. **Journal of Curriculum Studies**, 43(2), 185–205.
- Jorge, A. Camposano (2008): Entrepreneurship for Modern Business, Ed.1,

- Kankia, J. ; Nigeria, K. (2015). Enhancing Entrepreneurship in Technical and Vocational Education at Tertiary Education Level to Meet the Challenges of the Globalization. **Nigeria Malaysia-Kuala Lumpur, E-Proceeding of the 3rd Global Summit on Education GSE**, 9-10 March, 777-785.
- Karabulut, E. & Dogan, P. (2018). Investigation of Entrepreneurship Trends and General Competency Levels of University Students Studying at Faculty of Sports Science. **Journal of Education and Training Studies**, 6(4), 212-220.
- Katz, J. (2002). The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education. **Journal of Business Venturing**, 18, 283-300 .
- Kietzman, J. ; Hermkens, K. ; McCarthy, I. & Silvestre, B. (2011): Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. **Business Horizons**, 54(3), 241-251.
- Kotler, P. & Keller, K. (2009), **Marketing Management**, 13 Edition, prentice hall, NY, USA.
- Landstr, H. (2004). Pioneers In Entrepreneurial Research, In Guido Corbetta, Morten Huse And Davide Ravasi (Eds.), Crossroads Of Entrepreneurship, Boston/New York/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers .
- Mohan, P., Watson, P., Strobl, E. (2018). Nascent Entrepreneurs in Caribbean Small Island Developing States: Opportunity Versus Necessity. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, 23(4), 1850022.
- Neck, M., Greene, G. & Brush, C. (2014). **Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach**. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- Razali, Z. & Trevelyan, J. (2012). An Evaluation of Students' Practical Intelligence and Ability to Diagnose Equipment Faults. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 56, 42 - 51.
-

فاعلية أنشطة تربوية في الاقتصاد المنزلي قائمة علي الذكاء العملي في تنمية مهارات ريادة الأعمال
وثقافة التسويق الالكتروني لدي طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية
أ.م.د/ غادة "محمد حسنى" النوبي محمد
أ.م.د/ فاطمة عبد الرزاق عمر

- Reichhart, P.; Pescher, C.& Spann, M. (2013). A comparison of e-mail Coupons and Mobile Text Message Coupons for Digital Products. **Electron Markets**, 23, 217-225.
- Scott-Kemmis, D. ; Griffin, T. & Fowler, C. (2017). VET and Entrepreneurship, **Research Overview National Centre for Vocational Education Research (NCVER)**.
- Sternberg, R. J. (2003). Wisdom, Intelligence, and Creativity Synthesized. New York: Cambridge University Press.
- Sternberg, Robert J. & Grigorenko, E. (2001) . **Practical Intelligence and the Principal**, Office of Educational Research, the Temple University Center.
- Sternberg, Robert. J. & Grigorenko, E. (2004). Successful Intelligence in the Classroom. Theory into Practice, 43, 274-280.
- Varsha, A & Ganesh, L (2014) "E-shopping: An Extended Technology Innovation".
Journal of Research in marketing, 2(1), 99-108.