



الذَّكْوَاتُ الْبَيْضُ

اسم مشتق من الذكوة وهي الجمرة الملتهبة والمراد
بالذكوات الربوات البيض الصغيرة المحيطة بمقام أمير
المؤمنين علي بن أبي طالب {عليه السلام}
شبهها لضيائها وتوهجها عند شروق الشمس عليها لما فيها
موضع قبر علي بن أبي طالب {عليه السلام}
من الدراي المضيئة

{**در النجف**} فكأنها جمرات ملتهبة وهي المرتفع من الأرض،
وهي ثلاثة مرتفعات صغيرة نتوءات بارزة في أرض الغري وقد
سميت الغري باسمها، وكلمة بيض لبروزها عن الأرض. وفي رواية
إنَّها موضع خلوته أو إنَّها موضع عبادته وفي رواية أخرى
في رواية المفضل عن الإمام الصادق {عليه السلام} قال:
قلت: يا سيدي فأين يكون دار المهدي ومجمع المؤمنين؟
قال: يكون ملكه بالكوفة، ومجلس حكمه جامعها
وبيت ماله ومقسم غنائم المسلمين مسجد
السهلة وموضع خلوته الذكوات البيض

تُعَدّ مجلة الذكوات البيض مجلة علمية رصينة ومعتمدة للترقيات العلمية.

الذكاء البشري



مَجَلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ فِكْرِيَّةٌ فَصْلِيَّةٌ مُحْكَمَةٌ تَصْدُرُ عَنْ
دَائِرَةِ الْبَحْثِ وَالدرَاسَاتِ فِي دِيَوَانِ الْوَقْفِ الشَّيْخِيِّ

العدد (١٦)

السنة الثالثة المجلد السابع

ربيع الأول ١٤٤٦ هـ أيلول ٢٠٢٥ م

العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ أيلول ٢٠٢٥ م

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق (١١٢٥)

الرقم المعياري الدولي ISSN 2786-1763

الزَّكَاةُ الْبَيْضُ



التدقيق اللغوي
م.د. مشتاق قاسم جعفر

الترجمة الانكليزية
أ.م.د. رافد سامي مجيد

العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ - أيلول ٢٠٢٥ م

عمار موسى طاهر الموسوي
مدير عام دائرة البحوث والدراسات

رئيس التحرير

أ.د. فائز هاتو الشرع

مدير التحرير

حسين علي محمد حسن الحسني

هيئة التحرير

أ.د. عبد الرضا بهية داود

أ.د. حسن منديل العكيلى

أ.د. نضال حنش الساعدي

أ.د. حميد جاسم عبود الغراي

أ.م.د. فاضل محمد رضا الشرع

أ.م.د. عقيل عباس الريكان

أ.م.د. أحمد حسين حيال

أ.م.د. صفاء عبدالله برهان

م.د. موفق صبرى الساعدي

م.د. طارق عودة مري

م.د. نوزاد صفر بخش

هيئة التحرير من خارج العراق

أ.د. نور الدين أبو لحية / الجزائر

أ.د. جمال شليبي / الاردن

أ.د. محمد خاقاني / إيران

أ.د. مها خير بك ناصر / لبنان

الذَّكْوَانُ الْبَيْضُ

مَجَلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ فِكْرِيَّةٌ فَصْلِيَّةٌ مُحْكَمَةٌ تَصْدُرُ عَنْ
دَائِرَةِ الْبَحْوثِ وَالدراسَاتِ فِي دِيْوَانِ الْوَقْفِ الشَّيْخِيِّ



العنوان الموقعي

مجلة الذكوات البيض

جمهورية العراق

بغداد / باب المعظم

مقابل وزارة الصحة

دائرة البحوث والدراسات

الاتصالات

مدير التحرير

٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١

صندوق البريد / ٣٣٠٠١

الرقم المعياري الدولي

ISSN ١٧٦٣-٢٧٨٦

رقم الإيداع

في دار الكتب والوثائق (١١٢٥)

لسنة ٢٠٢١

البريد الإلكتروني

إيميل

العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ - أيلول ٢٠٢٥ م

offreserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com

دليل المؤلف

- ١- أن يتسم البحث بالأصالة والجدة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.
- ٢- أن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:
 - أ. عنوان البحث باللغة العربية .
 - ب . اسم الباحث باللغة العربي، ودرجته العلمية وشهادته.
 - ت . بريد الباحث الإلكتروني.
 - ث . ملخصان: أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الإنكليزية.
 - ج . تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.
- ٣- أن يكون مطبوعاً على الحاسوب بنظام (office Word ٢٠٠٧ أو ٢٠١٠) وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجزأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُرَوَّد هيئة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وُجدت، في مكانها من البحث، على أن تكون صالحة من الناحية الفنية للطباعة.
- ٤- أن لا يزيد عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4) .
- ٥ . يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصيغة APA
- ٦- أن يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المحددة البالغة (٧٥,٠٠٠) خمسة وسبعين ألف دينار عراقي، أو ما يعادلها بالعملة الأجنبية.
- ٧- أن يكون البحث خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية.
- ٨- أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامها على النحو الآتي:
 - أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.
 - ب . اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) عناوين البحث (١٦) . والملخصات (١٢)أما فقرات البحث الأخرى؛ فبحجم (١٤) .
- ٩- أن تكون هوامش البحث بالنظام الإلكتروني (تعليقات ختامية) في نهاية البحث. بحجم ١٢ .
- ١٠- تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم، والمسافة بين الأسطر (١) .
- ١١- في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضل النسخ من المصحف الإلكتروني المتوافر على شبكة الانترنت.
- ١٢- يبلغ الباحث بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدة لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصوله إلى هيئة التحرير.
- ١٣- يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكمين على بحثه وفق التقارير المرسلة إليه وموافاة المجلة بنسخة معدلة في مدة لا تتجاوز (١٥) خمسة عشر يوماً.
- ١٤- لا يحق للباحث المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر.
- ١٥- لا تعاد البحوث الى أصحابها سواء قبلت أم لم تقبل.
- ١٦- تكون مصادر البحث وهوامشه في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.
- ١٧- يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء ليبيان صلاحيته للنشر.
- ١٨- يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الأستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.
- ١٩- يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، وإذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) ألف دينار.
- ٢٠- تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.
- ٢١- ترسل البحوث إلى مقر المجلة - دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي بغداد - باب المعظم)
- أو البريد الإلكتروني: (hus65in@Gmail.com) (offreserch@sed.gov.iq) بعد دفع الأجور في مقر المجلة
- ٢٢- لا تلتزم المجلة بنشر البحوث التي تُخلُ بشروط من هذه الشروط .

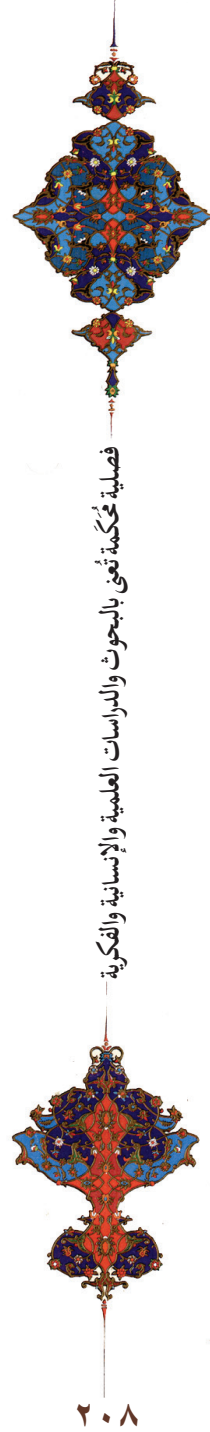
مَجَلَّةُ عِلْمِيَّةُ فِكْرِيَّةُ فَصْلِيَّةُ مُحْكَمَةٌ تَصَدُّرُ عَنْ دَائِرَةِ الْبَحْثِ وَالْدِّرَاسَاتِ فِي دِيَوَانِ الْوَقْفِ الشَّيْخِيِّ

محتوى العدد (١٦) المجلد السابع

ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
١	تمثيل الهوية والمأساة في الرواية العربية: قراءة في شخصيات عذراء سنجار	أثير شنشول ساهي حمود	٨
٢	دراسة مقارنة لأعراض التمر الرياضي لدى طلبة التربية البدنية وعلوم الرياضة جامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام) فرع المشي	م.د.نورة خالد ابراهيم	٢٢
٣	الدويلات المستقلة في العصر العباسي الثاني (٢٣٢-٨٤٧م) / ٣٣٤هـ - ٩٤٦م	م. م. نصير شريف جاسم	٣٢
٤	تحولات الكتابة الصحفية في ظل الذكاء الاصطناعي التوليدي من الصحفي الإنسان إلى الشريك الخوارزمي	م.م. أناس هاشم عبد	٤٠
٥	أثر استراتيجية التحليل الشبكي في تحصيل طلاب الاول المتوسط بمادة الرياضيات وذكائهم المتبلور	م. م. جهاد ناصر حفاقي	٥٢
٦	الإشارات الكلامية في الحُكم العطائية لابن عطاء الله السكندري (أدله وجود الله مثالا)	م. م. رؤى عوض مشرف	٧٠
٧	تحليل محتوى كتاب رياضيات الصف السادس الابتدائي وفقاً لمهارات التفكير التنسيقي	م.م. ضمياء عباس منشد قاسم	٨٤
٨	نظرية اوزيل وتأثيراتها في تنمية المهارات الفنية لدى طلاب التربية الفنية (التخطيط والألوان إنموذجا)	م.م. علي حبيب عبوب	١٠٢
٩	اثر القصة التاريخية في تحصيل طلبة الجامعة في مادتي التاريخ واللغة الانكليزية	م.م. فرح عبد حسين م.م. عبد الجليل صالح احمد	١٢٨
١٠	الآية المباركة (تلك اذاً قسمةً ضيزى) ضيزى دراسة لغوية	م. م. مالك جواد جاسم	١٣٦
١١	الرقابة القضائية على مشروعية القرار الإداري	م. م. محمد عامر عيسى	١٥٤
١٢	المرأة الخليجية وصنع القرار السياسي: قراءة تاريخية في نماذج نسائية من «الإمارات وقطر»	م.م. مروه سلام مهدي	١٦٦
١٣	الجدور التاريخية لمؤسسة القضاء في العهدين (النبوي والراشدي)	م.م. نجلاء حمزة جعاطه	١٨٠
١٤	نظرية التلقي في شعر فاضل العزاوي قصائد(الأسفار) أنموذجا	م. م. وجدان صبار مشجل	١٩٤
١٥	تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية جامعة الكوت كلية الإدارة والاقتصاد أنموذجا	م.م. اسامة حمدالله خديار م.م. ضياء منيع جوهر	٢٠٨
١٦	فاعلية الاسلوب التبادلي على تحسين المستوى البدني و المهاري لدى طالبات كلية التربية الأساسية في لعبة كرة القدم	م. م. سيف عماد محمود	٢٢٤
١٧	الازمة العراقية - الكويتية في العهد الجمهوري (١٩٥٨ - ١٩٦٨م) (دراسة اريحية)	م.م. ايلاف ثامر عبد الله	٢٣٦
١٨	المواجهة الاجتماعية وعلاقتها بالمقبولية لدى طلاب المرحلة الإعدادية	م.م. باسل شمخي جبر	٢٤٦
١٩	التطورات الأمنية بين العراق وسوريا بعد سقوط نظام بشار الأسد»دراسة في جغرافية السياسة»	م. د. جعفر صادق هادي	٢٧٢
٢٠	تيار العمالة الأموي خلال خلافة الإمام علي (عليه السلام)»دراسة تحليلية»	م. حارث جبار عبد	٢٩٤
٢١	أساليب تقديم الصورة الإشهارية، الأسلوب التقابلي اختباراً	م.م. رحيم جويد محمد أ.د. قصي إبراهيم نعمة	٣١٢
٢٢	الوعي الرقمي لدى طالبات كليات التربية	م.م. رسل محمد غايب	٣٢٤
٢٣	الأخطاء النحوية الشائعة في الكتابة الرقمية - منصات التواصل الاجتماعية -	م. م. نور إسماعيل ويس نجم	٣٣٨
٢٤	Exploring Iraqi English Teachers' Perceptions of Using Gemini AI Tool in Teaching Conversational Skills: A Survey-Based Study	Assit. Inst. Hiearn Abuid Alameer Radhi	٣٥٢
٢٥	Arthur Dreyfus, deb enquête journalistiqueà la création littéraire: besthétique du réel et lécritureChercheur:	Mohammed Ashour Prof. Assist. Farah Abdul Munem Fathi	٣٧٢

تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار
في الجامعات الأهلية جامعة الكوت كلية الإدارة
والاقتصاد أنموذجاً

م.م. اسامة حمدالله خدايار
م.م. ضياء منيع جوهر
وزارة التربية/المديرية العامة لتربية محافظة واسط





المستخلص:

هدف البحث إلى تحديد مستوى تأثير تبني ثقافة ريادة الأعمال على الابتكار في الجامعات الأهلية باعتبار ان هذه الجامعات تحتل نسب عالية من حيث عدد الجامعات في العراق ولما تشكله من تأثير مباشر بالمجتمع الجامعي من خلال فحص والتعرف على دور ثقافة ريادة الأعمال في الابتكار في هذا القطاع المهم والتعريف بدور الابتكار في المجتمع الجامعي وتوصل البحث إلى عدد من النتائج، أهمها لا تزال هناك العديد من مشكلات التي تحد من مساهمة ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية في الجامعات الأهلية، فالجامعات الأهلية تتميز بموارد مادية وأعضاء هيئة تدريس ذوي خبرة مهنية ولكن لم تصل ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية بدعم الابتكار، لذا يتطلب توسيع من نطاق وعمق تعليم ريادة الأعمال الاجتماعية من خلال بعض برامج ريادة الأعمال الاجتماعية بشكل يؤدي إلى الوصول إلى مستوى منافس من الابتكار مع ببقية الجامعات ولا تركز بشكل كافٍ على التطبيق العملي، مما يجعل الطلاب غير مستعدين لإطلاق المشاريع الاجتماعية وتوسيع نطاقها فعليًا وتنطلق ريادة الأعمال الاجتماعية من الرغبة في إحداث تأثير اجتماعي وبيئي إيجابي.

الكلمات المفتاحية: ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية. الابتكار

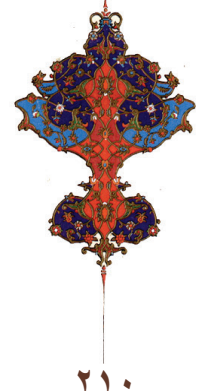
Abstract:

The aim of this research was to determine the level of impact of adopting an entrepreneurship culture on innovation in private universities, given that these universities occupy a high percentage in terms of the number of universities in Iraq and the direct impact they have on the university community. This was achieved by examining and identifying the role of entrepreneurship culture in innovation in this important sector and defining the role of innovation in the university community. The research reached several conclusions, the most important of which is that there are still many problems that limit the contribution of social entrepreneurship culture in private universities. Private universities are distinguished by material resources and faculty members with professional experience, but the social entrepreneurship culture has not reached the level of support for innovation. Therefore, it is necessary to expand the scope and depth of social entrepreneurship education through some social entrepreneurship programs in a way that leads to reaching a competitive level of innovation with other universities. These programs do not focus sufficiently on practical application, which makes students unprepared to launch and expand social projects. Social entrepreneurship stems from the desire to create a positive social and environmental impact.

..Keywords: Social entrepreneurship culture. Innovation

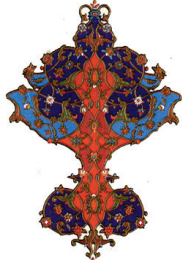
المقدمة:

يُعتبر الابتكار في الجامعات أكثر صعوبة منه في الشركات والمنظمات الأخرى، حتى في حالة الدول المتقدمة في الواقع، تُعد الجامعة مؤسسة تعليمية معقدة، يكمن هذا التعقيد في غموض الأهداف والغايات، وعدم وضوح تقسيم



العمل، ومشاكل السلطة ونقص التنسيق بين الأطراف في عمليات صنع القرار، والتفاعل المؤسسي بين البيئات الداخلية والخارجية، وما إلى ذلك (Khayati, A., & Selim, 2019:2). يمكن أن يكون الابتكار تحجًا تعليميًا جديدًا أو بيئة تعلم، ومع ذلك، لا يقتصر الابتكار بالضرورة على الأشياء الجديدة؛ فالابتكار يشمل أيضًا استخدام الممارسات أو الأساليب في سياقات جديدة، حتى لو كانت مستخدمة في أماكن أخرى من قبل، طالما عُرِفَت الجامعات بأنها جامدة وبطيئة أو مقاومة للتغيير، ومع ذلك، فإن التطورات في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات تُسرِّع من توليد المعرفة واكتسابها وتحتاج الجامعات إلى التغيير والتحسين لتكون قادرة على مواكبة احتياجات مجتمع المعرفة الحديث (Hariri, A., & Roberts.20217:43). ويشير الابتكار إلى طرح سلع جديدة، وأساليب إنتاج جديدة، وإنشاء أسواق جديدة أو أشكال توريد جديدة، ويلعب دورًا رئيسيًا في تعزيز النمو الاقتصادي ولذلك، يُعد فهم محددات قدرة الشركات على الابتكار أمرًا بالغ الأهمية للأكاديميين وصانعي السياسات على حد سواء، ويمكن لثقافة الشركات أن تُخفِّر عمليات الابتكار في الشركات، إذ يمكنها تعزيز دافعية الموظفين، مما يُؤثِّر إيجابًا على عوائد الأسهم وبيئات العمل في الشركات كما أن الاعتقاد بأن ثقافة الشركات مرتبطة بالقدرة على الابتكار شائع بين الشركات (Fiordelisi et al.2019:1).

أما الثقافة فهي القيم والأعراف والممارسات المشتركة في المجتمع وفي البحث التجريبي، تُصوِّر الثقافة إما كقيم تعكس المثل العليا المشتركة لثقافة ما («كيف ينبغي أن تكون»)، أو كممارسة تعكس المعتقدات المشتركة حول كيفية سلوك الأفراد بشكل روتيني في ثقافة ما، مما يشير إلى أن كل منهما من المرجح أن يرتبط بشكل مختلف بسلوكيات مختلفة بسبب عدم التكافؤ النظري إن التناقضات المجتمعية بين القيم والممارسات لها آثار بالغة الأهمية على رواد الأعمال، حيث أن أي تنافر بينهما يمكن أن يخلق حالة من عدم اليقين بشأن السلوكيات المتوقعة. قد يفكر رائد الأعمال في الانخراط في نشاط ريادة الأعمال الاجتماعية في مجتمع يدعي تقدير الإثارة والكرم. ولكن إذا أعطى الأفراد في الممارسة العملية الأولوية للمصالح الذاتية والنجاح المالي، فإن هذا الاختلال لديه القدرة على جعل إنشاء المشاريع الاجتماعية أقل جاذبية بسبب التصورات المشوهة للسلوكيات الموجهة بالقيم (Brownell et al.2025:863-864). إن ريادة الأعمال الاجتماعية تخصصّ سريع النمو، يربط بين استخدام مبادئ ريادة الأعمال وحل القضايا الاجتماعية مع تركيز المشاريع الاجتماعية بشكل أقل على الربح وإعطاء أهمية أكبر للرسالة الاجتماعية، وأن السمات الفريدة لريادة الأعمال الاجتماعية تتمثل في توجيهها المجتمعي وتضحيات رواد الأعمال المتكررة من أجل المنفعة العامة، وبالتالي، فإن الفاعل الرئيسي في ريادة الأعمال الاجتماعية هو رائد الأعمال الاجتماعي، حظي هذا المفهوم باهتمام الأكاديميين وصانعي السياسات ورواد الأعمال والقادة حول العالم. مع تعدد أشكال المشاريع الاجتماعية وطبيعتها المعقدة، يُعد فهم القضايا السياقية، مثل الثقافة والموقع والبيئة السياسية، أمرًا بالغ الأهمية، لأنها تُشكل مبادئ توجيهية لتطوير هذا القطاع. في السياق العام، يُقدم مرصد ريادة الأعمال العالمي دراسةً شاملة لريادة الأعمال، ويُقارنًا بالمؤسسات الاجتماعية كما تُعرِّفها المنظمات غير الربحية ذات النية الاجتماعية والمؤسسات الاجتماعية المهيمنة ذات النية الاقتصادية أو الاجتماعية إلى أنه مع نضج ريادة الأعمال الاجتماعية، سيستمر إطار أكثر هيمنة؛ ومع ذلك، قد تستمر مجالات الغموض بسبب جهود مجموعات مختلفة من أصحاب المصلحة. في جوهرها، يُتيح ثراء الأبحاث المتباينة في مرحلة مبكرة مساهماتٍ من أصحاب المصلحة على نطاق أوسع، ويُقدم رؤى قيمة حول هذه الظاهرة. من خلال هذه الأعمال التي تُشرح الفروق الدقيقة التي تمت مناقشتها حول ريادة الأعمال الاجتماعية، مع مراعاة القضايا السياقية مثل الثقافة ومدى تأثيرها (Pounder. 2021:1-2). وريادة الأعمال الاجتماعية ظاهرة سريعة النمو ومجال بحث ناشئ في مجالات متنوعة: استراتيجية الأعمال، وريادة الأعمال، وإدارة القطاع العام، وتنمية المجتمع، والتسويق غير الربحي، وعلم الاجتماع، والعلوم السياسية، والاقتصاد،



والتعليم وتتميز بغياب حدود نظرية واضحة. ونظرًا لتعدد المناهج المتبعة في هذا الموضوع ومظاهره المتعددة ، يصعب التوصل إلى تعريف واضح لهذه الظاهرة. وبموجب التعريف الضيق، تشير ريادة الأعمال الاجتماعية إلى عملية تطبيق الخبرة التجارية والمهارات السوقية في القطاع غير الربحي، كما هو الحال عندما تُطور المنظمات غير الربحية مناهج مبتكرة لكسب الدخل وفقًا للتعريف الواسع، تُشير ريادة الأعمال الاجتماعية إلى نشاط مبتكر ذي هدف اجتماعي، سواءً في القطاع الربحي، كما هو الحال في المشاريع التجارية ذات الأغراض الاجتماعية أو في ريادة الأعمال الاجتماعية للشركات، أو في القطاع غير الربحي؛ أو عبر القطاعات، مثل المنظمات الهجينة التي تجمع بين النهج الربحي وغير الربحي. التعريف الأكثر شهرة هو التعريف الذي قدمه ماير ومارتي. (Kedmenec, I., & Strašek. 2017: 1462-1463)

المبحث الأول

١. مشكلة البحث وأُسئلته

بالرغم من التوجه المتزايد من قبل وزارة التعليم العالي لدعم الابتكار في مؤسساتها، لا تزال بعض الجامعات تعاني من ضعف مخرجاتها في مجال الابتكار، على مستوى البرامج التعليمية أو في الحلول الاجتماعية والبحثية، ويُعزى ذلك إلى غياب ثقافة مؤسسية داعمة للابتكار، أو إلى قصور في فهم أهمية ريادة الأعمال الاجتماعية كمحفز لتوليد أفكار جديدة ومشاريع مبتكرة ذات أثر اجتماعي، كما أن الثقافة التنظيمية داخل هذه المؤسسات، بما تحمله من قيم ومعتقدات وممارسات، قد تكون إما محفزة أو معيقة لجهود الابتكار، كذلك، فإن ريادة الأعمال الاجتماعية، التي تمثل النقاء الإبداع بحل المشكلات المجتمعية، قد تشكل عاملاً حاسماً في دفع الجامعات نحو تطوير مبادرات تعليمية وخدمية مبتكرة، لكنها لا تزال غير مفعلة بالقدر الكافي في كثير من الجامعات الأهلية. ويمكن طرح مشكلة البحث بصيغة التساؤلات التالية:

- إلى أي مدى تؤثر ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على مستوى الابتكار في الجامعات الأهلية؟
- إلى أي مدى تساهم ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية في التحفيز لتوليد أفكار ومشاريع مبتكرة ومن ثم تعزيز الابتكار؟

٢. أهداف البحث: يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية.

- قياس وتحليل أثر ثقافة على الابتكار .
- تحديد المعوقات التي تحول دون تبني ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية .
- اقتراح توصيات واستراتيجيات لتنفيذ دور الجامعات في تنمية ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية وتعزيز الابتكار من خلالها.

٣. أهمية البحث

- تكمن أهمية بحث تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية في قدرة هذا البحث على فهم وتطوير آليات تعزيز الابتكار من خلال تشجيع ممارسات ريادة الأعمال ذات الأثر الاجتماعي داخل البيئة الأكاديمية. ويمكن اجمال أهمية البحث من خلال الآتي:
- تعزيز الابتكار في مؤسسات التعليم العالي إذ من الممكن أن تساهم ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية في خلق بيئة محفزة للابتكار
- معالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية وإن نشر ثقافة الابتكار قد يؤدي إلى ظهور منتجات وخدمات جديدة، وتطوير حلول مبتكرة للتحديات الاجتماعية والاقتصادية.
- يشجع البحث على غرس قيم ريادة الأعمال مثل الاعتماد على الذات، والمخاطرة المحسوبة، والمسؤولية المجتمعية، مما يساهم في تحويل النظرة التقليدية للعمل إلى التركيز على المبادرات الخاصة والعمل الحر.

• يقدم البحث رؤى قيمة لصناع القرار في الجامعات لوضع استراتيجيات وخطط تدعم ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية.

٤. فرضية البحث:

فرضيات تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية:

الفرضية الأولى (H1): تساهم ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية في الجامعات الأهلية في خلق بيئة تحفز الإبداع وتدعم الأفكار المبتكرة لدى الطلاب.

الفرضية الثانية (H2): لدى جامعة الكوت كلية الإدارة والاقتصاد القدرة على تبني ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية

٥. منهج البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يمكن من خلاله جمع البيانات والمعلومات اللازمة للوصول إلى الإطار النظري وكذلك إجراء المسح الميداني من خلال الأداة البحثية (قائمة الفحص) التي قام الباحثان بإعدادها - وتحليل مخرجاتها اعتماداً على الأساليب الإحصائية لمحاو الأداة ومفرداتها وذلك لتحقيق أهداف البحث ونتائج.

المبحث الثاني:

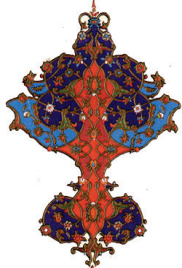
ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية

١. الاطار المفاهيمي لثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية:

تعمل الثقافة كمخطط توليدي يلجأ إليه رواد الأعمال كأداة لتوجيه أفعالهم وتضع حدوداً للنشاط الريادي ويمكن للثقافة الوطنية الموازية أن تخلق بيئة مؤسسية مواتية تجعل ريادة الأعمال موضع تقدير اجتماعي ومعترف بها وبينما تركز ريادة الأعمال الاقتصادية على استغلال الفرص لتحقيق الثروة الشخصية أو ثروة أصحاب المصلحة من خلال المساعي المالية، ولقد ثبت أن القيم والممارسات الثقافية مهمة للنوايا والإجراءات الريادية وتشير القيم الثقافية إلى المعتقدات والمواقف والمبادئ الراسخة التي توجه السلوك داخل ثقافة معينة ويمكن أن تؤثر هذه القيم على موقف المجتمع تجاه رواد الأعمال الاجتماعيين، بالإضافة إلى احتمالية انخراط الأفراد داخل هذا المجتمع في ريادة الأعمال الاجتماعية (Brownell et al.2025:865)

قبل وصف ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية، يجدر التطرق إلى «الثقافة» بشكل عام. فمنذ كتابات عالم الأنثروبولوجيا الإنجليزي (إدوارد بورنيت تايلور) في أواخر القرن التاسع عشر، طرح علماء الاجتماع تعريفات ومفاهيم مختلفة لـ«الثقافة» وإن تنوع التعريفات والمفاهيم (غير المتوافقة أحياناً) للثقافة التي طرحها الباحثون على مر السنين جعل من المعتاد أن تتخلى أي مراجعة أكاديمية للأدبيات، ففي مقال (كروبر وكلوكهون) عام ١٩٥٢ الذي أدرج حوالي ١٦٠ تعريفاً للمصطلح «الثقافة»، و«الثقافة» بدقة لا تعني استبدال المصطلح بآخر أو أن دراستها لا تستحق الجهد المبذول، وكما قال عالم النفس النمساوي (غوستاف جاهدوا) في تأملاته حول هذا الموضوع، «إن التخلي عن مصطلح «الثقافة» ببساطة ليس خياراً»، حيث «على مر القرون، كافح الكتاب لنقل شيء يشبه «ثقافتنا» باستخدام تعبيرات أخرى»، يعود تاريخها إلى ميشيل دي مونتيني في القرن السادس عشر. بدلاً من ذلك، ننصح بأن يتعامل الاقتصاد والتمويل مع الثقافة بالطريقة التي دعا إليها علماء الأنثروبولوجيا وعلماء النفس الثقافي مؤخرًا. الثقافة نظام معقد يجب تحليله من حيث عناصره وكيفية ارتباط هذه العناصر ببعضها البعض. (Gorton et al.2022:5)

تعمل الثقافة كمخطط توليدي يلجأ إليه رواد الأعمال كأداة لتوجيه أفعالهم وتضع حدوداً للنشاط الريادي ويمكن للثقافة الوطنية الموازية أن تخلق بيئة مؤسسية مواتية تجعل ريادة الأعمال موضع تقدير اجتماعي ومعترف بها وبينما تركز ريادة الأعمال الاقتصادية على استغلال الفرص لتحقيق الثروة الشخصية أو ثروة أصحاب المصلحة من خلال المساعي المالية، تتمحور ريادة الأعمال الاجتماعية حول الانخراط في الفرص الإيثارية أو البيئية أو المجتمعية من خلال التزويد الاجتماعي، وتركز على الأنشطة التي تحركها الاحتياجات المجتمعية. لقد ثبت أن القيم والممارسات الثقافية



مهمة للنوايا والإجراءات الريادية (Brownell et al.2025: 864).

أن الثقافة تُمثل رمزًا للتواصل غير المُعلن بين أعضاء المؤسسة، وأن الثقافة هي عرف يُساعد على التنسيق، مثل أي جانب من الطريق نسير عليه، تُركز الأدبيات الإدارية على مفهوم الثقافة باعتبارها «مجموعة من المعايير والقيم المُشتركة على نطاق واسع والمُتمسك بها بقوة في جميع أنحاء المؤسسة» وتُمثل الثقافة وظيفة «التحكم الاجتماعي» وإن معظم الأفراد يهتمون بمن حولهم. وبالتالي، إذا تشاركنا مجموعة مُشتركة من التوقعات مع من نعمل معهم، فإننا نكون تحت سيطرتهم كلما كنا معهم وفي هذا الصدد، تُكمل الثقافة أنظمة التحكم التقليدية، مثل الحوافز (Guiso et al.2015).

والثقافة، من خلال تعريفها لها بُعدان: فهي عملية تنشئة اجتماعية، بينما تُعنى بنقل المعرفة (القيم المعرفية) والمعايير. وتختلف الثقافة، كعملية، وكحاوية للمحتوى، باختلاف الثقافات الوطنية والجماعات العرقية والفترات الزمنية. للثقافة المؤسسية فوظائفها متعددة مثل تُحدد الثقافة الحدود الاجتماعية للمجموعة أو المنظمة. تُضفي الثقافة على أعضاء المجموعة تميزًا وهوية، تُمكن الثقافة الأفراد من تحقيق ولاءٍ لهدفٍ مُشترك، تُوفر الثقافة الاستقرار الاجتماعي والأمان الاجتماعي والنفسي و تُعدّ الثقافة آلية تحكم (من النوع السيرياني) تُضفي غرضًا ومعنى على التفكير والسلوك (Strikwerda.2018:2).

وارتبط مفهوم الثقافة بشكل متزايد بدراسة المؤسسات او المنظمات. ومع الاعتراف بالجوانب الرمزية للأوضاع المنظمة، ظهرت دعواتٍ لوضع منظور ثقافي للمنظمات، قد تكون الثقافة فكرة حان وقتها، ولكن ماذا يعني «المنظور الثقافي» للمنظمات بالضبط؟ لقد تم استعارة مفهوم الثقافة من علم الأثروبولوجيا، حيث لا يوجد إجماع على معناه. لا ينبغي أن يكون من المستغرب أن يكون هناك أيضًا تنوع في تطبيقه على دراسات التنظيم. كيف يمكننا إذن تقييم أهمية مفهوم الثقافة بشكل نقدي لدراسة التنظيم؟ يتطلب هذا التقييم التفكير في الطرق التي نخبرنا بها مفهوم الثقافة عن التنظيم (Smircich.2017:1).

ويمكن أن تؤثر السمات الوطنية لثقافة المؤسسات وسياساتها في تشكيل القيم تأثيرًا بالغًا على المفاوضات من خلال التفاعل مع النظراء الدوليين، وتؤثر على التوثيق، وتنظيم برنامج (بروتوكول) الاجتماعات الثنائية، وتكوين وتعزيز العلاقات الشخصية بين أعضاء الوفود والموظفين، والعديد من الجوانب الأخرى لممارسة الأعمال وتنظيم الأنشطة. إن اختلاف تصور الأفراد لجنسيات مختلفة لعناصر معينة تدير مجموعات دولية، وفهمهم المتباين للقيم الأساسية للشركة وحدودها المؤسسية، أمورٌ أساسية لفعالية الشركة (Mingaleva, Z., & Deputatova.2018:762).

• ريادة الأعمال الاجتماعية :

أن خلق القيمة الاجتماعية هو تدابير تعني حل وتلبية الاحتياجات الأساسية للمجتمع، مثل الغذاء والمأوى والرعاية الصحية الأساسية والتعليم وما إلى ذلك ويرتبط ارتباطًا وثيقًا بتعديل التوازن الاجتماعي من خلال توليد القيم الاجتماعية، وتؤكد معظم التعريفات على الطبيعة الهجينة للجمع بين المهمة الاجتماعية والأنشطة التجارية وبهذه الطريقة، يسعى رواد الأعمال هؤلاء إلى تحقيق التوازن بين التأثير الاجتماعي والاستدامة المالية، والسعي إلى الابتكار كإجابة على بقاء المنظمة، وأخيرًا، تحقيق الأهداف الاجتماعية من خلال معالجة المشكلات الاجتماعية القائمة وبالتالي، فإن تحديد الفرص في المؤسسات الاجتماعية ينشأ من خلال مشكلة اجتماعية، إن توفير السلع والخدمات لرواد الأعمال الاجتماعيين ليس غاية بل جزءًا لا يتجزأ من التدخل لتحقيق الأهداف الاجتماعية، وبالتالي المساهمة في التغيير الاجتماعي (Bezerra Vasconcelos. ١٧٠:٢٠٢٢). ومن السمات ريادة الأعمال الاجتماعي أنها قادرة على خلق قيمة من الابتكار الاجتماعي لذا فإن قدرتهم على التخيل والإبداع ضرورية. رائد الأعمال الاجتماعي هو مولد للتغيير والرفاهية، ومع ذلك، يُمكن اعتبار رائد الأعمال الاجتماعي باحثًا ويحتفظ بتلك العناصر التي تسمح له بتبني أفكاره وإحداث التأثير المتوقع داخل المجتمع. ينتقل رائد الأعمال الاجتماعي بين هذه العناصر

ويصوغها وفقاً لاحتياجاته، وهذا هو سبب مشاركته في مجالات مختلفة مثل السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يسعى من خلالها إلى الموارد، ويحدد أو يخلق الفرص، ويولد الشبكات، ويبتكر. نظراً لتعقيد التعريف الموحد لرائد الأعمال الاجتماعي (Caldera et al.2016:21)

• أنواع ريادة الأعمال الاجتماعية

يهتم رواد الأعمال الاجتماعيين باكتشاف الفرص المحلية باستخدام الموارد المتاحة محلياً، ويحدد هذا النوع من رواد الأعمال الاحتياجات الاجتماعية التي قد لا يدركها أو يتعرف عليها الآخرون، قد تكون الحلول التي يصممونها صغيرة الحجم ومحدودة النطاق، ومع ذلك، تساعد هذه الحلول في التخفيف من حدة المشكلات الاجتماعية المحلية، يساهم رواد الأعمال الاجتماعيون في تحقيق توازن اجتماعي يسوده السلام والنظام الاجتماعي. وبفضل معرفتهم المحلية، والتي غالباً ما تكون ضمنية، يتمتع رواد الأعمال الاجتماعيون بمكانة فريدة تُمكنهم من اكتشاف الاحتياجات الاجتماعية المحلية، حيث يمكنهم الاستفادة من دوافعهم وخبراتهم ومواردهم الشخصية. (Portales, L., & Portales.2019:86) وبالتالي هناك ثلاثة أنواع من رواد الأعمال الاجتماعيين. وهم: May- (amba.2023:31-32)

١. المبدع الاجتماعي: يستهدف البناة الاجتماعيون المشكلات الاجتماعية المحلية، ولديهم خبرة مباشرة بالمشاكل التي تواجه المجتمع. ويحفز احتكاكهم بالمجتمع الذي يقيمون فيه إدراكهم للمشكلات.
 ٢. البناء الاجتماعي: يُحدد البناة الاجتماعيون عمومًا فرصاً ربما لم يحددها الآخرون بعد؛ وعلى عكس المصلحين الاجتماعيين، فإن هدفهم أوسع من المجتمع المحلي، ويمكن استخدام حلولهم في سياقات مختلفة. ولذلك، يعتمد البناة الاجتماعيون على الموارد، إذ تعتمد قابلية توسع مهمتهم على قدرتهم على التكيف.
 ٣. المهندس الاجتماعي يُركز المهندسون الاجتماعيون على المشكلات واسعة النطاق التي تُهم أكبر عدد من الناس والتي يدركها الجميع، مثل البطالة، ثم يبتكرون حلولاً تُغير النظام القائم بأكمله لمعالجة المشكلة.
- خصائص ودوافع ريادة الأعمال الاجتماعية:

يُوصف رواد الأعمال الاجتماعية أحياناً بأنهم رواد أعمال «خضر» أو بيئيون وعُرفت ريادة الأعمال الاجتماعية بأنها «الشركات التي تُقدِّم الموارد والتوجيه لهذه المنظمات، ويُركِّز هؤلاء الرواد، الذين يُركِّزون على الجانب الاجتماعي للأعمال، على تمويل جهود المنظمات الأخرى لمعالجة المشكلات الاجتماعية الحرجة، كعامل مُكمِّل للأهداف «الحقيقية» لأعمالهم، وهي تحقيق الربح، بينما تُطوِّر المنظمات الأخرى بحثاً لغرض جمع التبرعات لدعم أو منح المجموعات التي تُقدِّم خدمات مباشرة للفئات المحتاجة. بهذه الطريقة، يُوظَّف المُحسنون (على عكس رواد الأعمال الاجتماعيين أنفسهم) مهاراتهم التجارية لتحقيق غاياتٍ مُوجَّهة نحو رسالةٍ ما (Vega, G., & Kid- well.2007:4)

أن رواد الأعمال الاجتماعية هم أفراد لديهم قيم وقدرات وإمكانات محددة ينجذبون إلى البحث عن فرص لخلق قيمة اجتماعية بطريقة مبتكرة و بعد مراجعة الأدبيات، بسلسلة من الخصائص الرئيسية التي يمتلكها رواد الأعمال الاجتماعية، مثل التعاطف والحكم الأخلاقي والفعالية الذاتية ومهارات التواصل الاجتماعي للحصول على الدعم. يُفهم التعاطف على أنه القدرة على التعرف فكرياً والتواصل عاطفياً مع مشاعر الآخرين. يُعرف الحكم الأخلاقي بأنه ما يحفز الفرد على مساعدة الآخرين، سعياً وراء الصالح العام. وهناك خمسة أبعاد أو خصائص لريادة الأعمال الاجتماعية، استناداً إلى مراجعة بيليوغرافية شاملة: الرؤية الاجتماعية، وتقدير الممارسات المستدامة، والقدرة على الابتكار، والقدرة على تطوير الشبكات الاجتماعية، والقدرة على تحقيق عوائد مالية (IAP.2013:5-7)

١. الرؤية الاجتماعية (SV): الرؤية الاجتماعية هي الشعور بالمسؤولية والارتباط العاطفي بالنضال من أجل قضية اجتماعية أو بيئية تُعتبر عادلة. وهذا يُؤكِّد مشاركة كبيرة، مما يدفع الجهات الفاعلة إلى رؤية فرص طويلة الأجل، وبذل



قصارى جهدها لتحقيق تغيير حقيقي. الرؤية الاجتماعية هي ما يوجه رواد الأعمال الاجتماعيين، ويمنع الدوافع الأخرى (مثل المالية) من الانتقاص من الهدف الاجتماعي لمبادرة رائد الأعمال.

٢. تقدير الممارسات المستدامة (SUST): ينبع هذا البعد من الوعي بأن الأفراد والمؤسسات مترابطون ويشكلون جزءاً من نظام بيئي واحد. كل شيء مترابط، وما يفعله المرء يؤثر على الآخرين بطريقة ما. يسعى هذا التركيز إلى إيجاد توازن بين المصالح الاقتصادية والاجتماعية والبيئية (المعروفة أيضاً باسم «النتيجة الثلاثية»)، وذلك للقيام بالتصرف الصحيح لتحسين الكوكب واجتماع بشكل عام. وهذا يستلزم تفانيًا مستمرًا في البحث عن حلول تحقق النتيجة الثلاثية من خلال الابتكار المسؤول. يُعد الاهتمام البيئي أمرًا أساسيًا في هذا البعد.

٣. القدرة على تطوير الشبكات الاجتماعية (SN): يشير الدعم الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية إلى العلاقات الإيجابية، سواء كانت رسمية أو غير رسمية، مع الأفراد في بيئته، وما يمكن تحقيقه بدعمهم. على سبيل المثال، يمكن أن يؤدي ذلك إلى نصائح قيمة، ومعلومات قيمة، والتواصل مع الموظفين المناسبين للمؤسسة، والعملاء المحتملين، والمستثمرين المحتملين، وغيرهم. كما تُمكن المشاركة الفعالة في الشبكات الاجتماعية من التعلم الجماعي، مما يزود رائد الأعمال بمعارف ومعلومات قيمة تساعد على إيجاد حلول فعالة. العلاقات الشخصية الإيجابية تساعد أيضًا على اكتساب ثقة واحترام العديد من الأشخاص. السمعة الطيبة هي قيمة غير ملموسة لرائد الأعمال الاجتماعي والتي يمكن أن تترجم، على سبيل المثال، إلى جذب المستثمرين.

٤. القدرة على الابتكار (INNOV) يسعى رواد الأعمال الاجتماعيون، بمواردهم المحدودة ومدفوعين برغبة قوية في إحداث تغييرات إيجابية للمجتمع، إلى حلول مبتكرة لتحقيق أهدافهم. علاوة على ذلك، فإن هدفهم الاجتماعي يكسر القالب التقليدي للسعي إلى تحقيق الأهداف الاقتصادية، مما يؤدي بطبيعة الحال إلى الابتكار في العمليات والحلول لتحقيقه. ولتحقيق هذه الغاية، على سبيل المثال، يسعى العديد من رواد الأعمال الاجتماعيين إلى تلبية احتياجات الأسواق المحرومة، مثل قاع الهرم. ونتيجة لذلك، يتعين عليهم بالضرورة إيجاد طرق جديدة للوصول إلى هذه الأسواق من خلال إعادة النظر في جوانب مختلفة من نموذج الأعمال (قنوات التوزيع، المنتج أو الخدمة، أشكال الدفع، إلخ). وبهذا المعنى، يعد الابتكار بُعدًا أساسيًا لرواد الأعمال الاجتماعيين.

٥. القدرة على توليد عوائد مالية (FR) أخيرًا، تعد القدرة على توليد عوائد مالية أمرًا أساسيًا لرائد الأعمال الاجتماعي، حيث يتضمن ذلك استدامة المنظمة. وسيكون الهدف الاجتماعي دائمًا في المقام الأول؛ ومع ذلك، فإن الجانب المالي يشكل جزءًا ضروريًا لتحقيق هذا الهدف، وتغطية نسبة أكبر من السكان.

• تحديات ريادة الأعمال الاجتماعية: ويمكن تناولها كما حددها كل من

(Zainol, R. M., & Rahim, 2025:462)

١. يحتاج رواد الأعمال الاجتماعيون إلى التحلي بالثقة بالنفس والتخطيط الفعال لكسب ثقة المزارعين والمجتمعات المحلية والمستثمرين، إلى جانب الالتزام بأخلاقيات العمل والاستثمار الفعالة.

٢. يتعين على رواد الأعمال الاجتماعيين إقناع أصحاب المصلحة والمستثمرين الذين غالبًا ما ينظرون إلى صغار المزارعين وسكان الريف على أنهم يفتقرون إلى المهارات والتدريب ويفتقرون إلى عقلية ريادة الأعمال كما يواجه رواد الأعمال الاجتماعيون قيودًا في الحصول على التدريب الرسمي لتعزيز مهاراتهم في ريادة الأعمال، وإدارة الأعمال، والمالية، والتسويق، والبحث والتطوير.

٣. يزيد نقص الخبرة في الإدارة والتسويق من صعوبة قدرة رواد الأعمال الاجتماعيين على الاستمرار واستدامة مبادراتهم

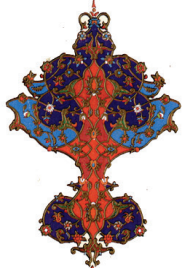
٤. يُعد الوصول إلى التمويل والأسواق عاملاً أساسيًا في استدامة المشاريع الاجتماعية. ويعمل معظم رواد الأعمال الاجتماعيين ككيانات فردية، مما يُصعب جمع رأس مال كافٍ في المراحل الأولى من مشاريعهم.

٥. تُعد آليات الدعم من المؤسسات المالية محدودة نسبياً مقارنةً بالمشاريع التجارية، ويعود ذلك أساساً إلى افتراض أن المشاريع الاجتماعية غير مربحة وتُشكل مخاطر فيما يتعلق بسداد القروض.
٦. يُشكل نقص وعي الجمهور وفهمه لمفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية وتأثيرها الاجتماعي تحدياً أمام رواد الأعمال الاجتماعيين في استدامة عملياتهم. وينظر بعض أصحاب المصلحة، بمن فيهم المستثمرون والهيئات الحكومية، إلى أنشطتهم على أنها مجرد عمل اجتماعي.
٧. غالباً ما يُنظر إلى الربح والرسالة الاجتماعية على أنهما متعارضان؛ فقد تطفئ دوافع الربح على الأهداف الرئيسية للرسالة الاجتماعية.
٨. يضع هذا الوضع المؤسسات الاجتماعية في وضع غير مواتٍ، إذ تُشبه المساعي القائمة على المنح أو الأعمال الخيرية بدلاً من تحقيق الرسالة الاجتماعية وتلبية احتياجات الفئات المستهدفة. ونتيجةً لذلك، يُوقف بعض رواد الأعمال الاجتماعيين عملياتهم بسبب نقص التمويل، سعياً منهم لضمان كفاية تدفقات الموارد الحالية.
٩. إن المؤسسات الاجتماعية التي تحافظ على علاقات وتفاعلات جيدة مع الهيئات الحكومية ولكنها تفتقر إلى الموارد المالية ستواجه تحديات تتعلق بالتمويل وتطوير البنية التحتية، مما يؤدي في النهاية إلى اختلالات بيئية يُعيق هذا الوضع تبني الممارسات الزراعية المستدامة عالية التقنية، ويُحد من تحسين الموارد، ويُعيق تحسينات صنع القرار، ويُعزز الوصول إلى الأسواق والعلاقات، ويُضعف معايير الجودة داخل المؤسسات. وقد وُجد أن رواد الأعمال الاجتماعيين غالباً ما يواجهون مشاكل في الوصول إلى الأسواق ومنافسة في الأسعار مع الشركات الزراعية التقليدية غير المستدامة التي قد تُقدم أسعاراً سوقية أقل.
١٠. يُعد الدعم من الجهات أمراً بالغ الأهمية. نتيجةً لذلك، يُعيق تحقيق أثر اجتماعي شامل، إذ لا يمكن للأنشطة أن تتوسع من حيث المشاركة المجتمعية، وبرامج التدريب والمهارات، والوصول إلى الأسواق، والحفاظ على معايير الجودة، والبحث والتطوير.
١١. يمكن لرواد الأعمال الاجتماعيين خلق فرص جديدة من خلال الابتكار وتعبئة الموارد. يجب إجراء التعديلات بناءً على المجتمع أو السوق المحدد بطرق غالباً ما تجد البرامج الحكومية صعوبة في تحقيقها.
١٢. يجب أن يتمتع رواد الأعمال الاجتماعيون بإمكانية الوصول غير المقيدة إلى الموارد الخاصة، على شكل تبرعات نقدية، ومساهمات عينية، ووقت تطوعي، واستثمارات اجتماعية، ودخل من أنشطتهم التجارية. يعتمد نجاح المشاريع الاجتماعية بشكل كبير على الدعم.

المبحث الثالث:

الابتكار

يُعتبر الابتكار محركاً للتنمية الأمم، وإن كان المرء لا يزال يتساءل عن ماهية هذا «التطور»، يرتبط الابتكار، بشكل عام، ودون التقيد بالتعريفات العلمية، بكل ما هو جديد، وما تم تحسينه، ويرتبط بالعلم والتكنولوجيا والاختراع، يشير مصطلح الابتكار إلى «فعل أو نتيجة الابتكار»، أي أنه نية لتغيير شيء ما لوف، وتوفير ابتكارات وتنويعات لمنتج أو خدمة أو عملية معينة. وهذا لا يشير إلى الاختراع كإنشاء أو تطوير لشيء لم يكن موجوداً من قبل، بل إلى تحسين أو تغيير شيء موجود بالفعل (Lu et al.2024:5). والابتكار هو أحد العوامل الرئيسية لنجاح الشركة وهو عنصر استراتيجي أساسي للبقاء في بيئة سوق تنافسية متنامية، لا يجب أن يكون الابتكار مصادفة، فمع استراتيجية محددة جيداً يمكن للشركة التحكم في توليد الابتكار ولكن هناك العديد من التعريفات لمصطلح الابتكار ومجموعة متنوعة من المعاني والأساليب لاستراتيجيات الابتكار (Wolf et al.2021:205)، إن الابتكار يشير إلى القدرة على إنتاج شيء جديد من الموجود، ووفقاً لهذا التعريف، فإنه يعني التعديل من ناحية. من ناحية أخرى، يركز هذا التعريف على القدرة، في حين أن القدرة على الابتكار موضوع غريب ويمكن مناقشته، ولا ينبغي الخلط بينه وبين



تعريف الابتكار. يُعرف روجرز (١٩٨٣) الابتكار أيضاً بأنه فكرة أو ممارسة أو شيء يُقِيمه فرد أو مجموعة معينة على أنه جديد عند استخدامه. يُلي هذا التعريف معنى التكيف، ولكن لا يتضمن أي عنصر من عناصر الجمع (Abdullah et al.2023:3). على الرغم من أن تعريف الابتكار غامض بشكل ملحوظ، إلا أنه يمكن تعريف الابتكار بأنه نتيجة وعملية. ومن الضروري وجود رؤية متوازنة تشمل النتيجة والعملية. التفكير في النتيجة والعملية والعقلية ثلاثة عوامل حاسمة، وهي الزامية للابتكار في الواقع، ما يجب القيام به في الابتكار هو إعادة تشكيل شيء موجود بالفعل. وإن أفضل طريقة لخلق ثقافة الابتكار لكل من الأفراد والشركات هي التركيز على أنشطة التدريب المهني في هذا الصدد، وأهم فائدة من ذلك هي استخدام الأساليب العلمية في جهود الابتكار، بالإضافة إلى خلق ثقافة ابتكار من خلال تعريف علمي وواقعي للابتكار (Ergün.2022:٢٩). ويُعتبر الابتكار عملية تعتمد على المسار، حيث يتطور من خلال التفاعل بين مختلف الكائنات، ثم يُختبر في السوق. تُحدد هذه التفاعلات واختبارات السوق إلى حد كبير أي المنتجات المُطوّرة ناجحة، مما يؤثر على المسار المستقبلي للتنمية الاقتصادية وأن هناك طريقتين يمكن للشركة اتباعهما لتحسين تقنياتها - الابتكار والتقليد، يمكن للشركة أن تزدهر بتطبيق تقنيات جديدة وأفضل من خلال جهودها البحثية. كما يمكنها زيادة فعاليتها من خلال تطبيق التقنيات الأكثر ملاءمة من الشركات الأخرى. بعد ذلك، يمكن تعريف تطوير التكنولوجيا من خلال التفاعل الديناميكي بين الابتكار والتقليد (Kulichenko.2022:152-153)

• أنواع الابتكار:

أُشتق مفهوم الابتكار من الكلمة اللاتينية «*innovatio*» التي تعني التجديد. وغالباً ما يُشار إلى مفهوم الابتكار أيضاً بالكلمة اللاتينية «*novus*» التي تعني جديداً. ويُعرف قاموس الكلمات الأجنبية الابتكار بأنه تقديم شيء جديد، أو تطبيق شيء جديد، أو الحداثة، أو الإصلاح، ونظراً لاختلاف فهم مفهوم الابتكار بين الاقتصاديين والمديرين والممارسين، فإليك بعض التعريفات المُركّبة: (Borowski)

١. **الابتكار:** إجراء مبتكر في الصناعة أو الخدمات، سواء فيما يتعلق بالمنتجات (عن طريق ابتكار منتجات جديدة أو تعديل المنتجات الحالية بشكل كبير)، أو فيما يتعلق بالعمليات من خلال تحسينها.
٢. **الابتكار:** تغيير في النظام الاقتصادي القائم، يتمثل في تطوير وتنفيذ حلول جديدة للمؤسسة وتحسين الحلول الحالية، بهدف زيادة فعالية أدائها، وبالتالي تحقيق هدف التشغيل والميزة التقنية والإنتاجية، بالإضافة إلى تحقيق ميزة اقتصادية. ويمكن أيضاً أن يكون إنشاء نظام جديد تماماً في شكل مؤسسة
٣. الابتكار هو شيء جديد يقلل التكاليف، ويقلل المخاطر، أو يوفر منتجاً أو خدمة أو أداة محسنة تلبي بشكل أفضل طلب المشاركين في السوق.

• نماذج الابتكار: (Greenacre et al. ٢٠١٢:٥-٦)

١. النماذج الخطية القديمة ما قبل عام ١٩٥٠: وتضم ثلاث مراحل للعملية: الاختراع والابتكار والانتشار. فالاختراع هو أول عرض لفكرة اما الابتكار هو أول تطبيق تجاري للاختراع في السوق والانتشار هو انتشار التكنولوجيا أو العملية في جميع أنحاء السوق.
٢. من ١٩٥٠ إلى ١٩٦٠ القرن العشرين: الدفع التكنولوجي مقابل جذب الطلب كان أحد الانتقادات الرئيسية لحجة الدفع التكنولوجي هو أنها تجاهلت الأسعار والتغيرات الأخرى في الظروف الاقتصادية التي تؤثر على ربحية الابتكارات. وهناك انتقاد آخر - لاحقاً - كما سنرى، وهو أن التركيز على التقدم أحادي الاتجاه داخل مراحل عملية الابتكار كان غير متوافق مع الأفكار الناشئة الأكثر تعقيداً حول ردود الفعل والتفاعلات والشبكات
٣. من ١٩٧٠ إلى ١٩٩٠ القرن العشرين: بعض المناهج المفاهيمية. في أواخر القرن العشرين، استمرت نظرية الابتكار في التطور، وتعززت بشكل خاص بثلاثة مناهج لفهم التغير التكنولوجي: الابتكار المُستحث، والمناهج

التطويرية، والنماذج المعتمدة على المسار تُشدد المناهج التطويرية ومناهج الاعتماد على المسار على أهمية القرارات السابقة التي قد تُعيق الابتكار الحالي، بينما تُشدد مناهج الابتكار المُستحث على أهمية التغيرات في الأسعار النسبية في توجيه اتجاه التغير التقني.

• مستويات الابتكار: من خلال تعريف الابتكار يمكن تصنيف الابتكار إلى خمس مستويات وهي: (عبد الباقي وآخرون، ٢٠٢٣: ٥١٩)

١. المستوى التعبيري: ويشير عموماً إلى التعبير المستقل عن المهارات والأصالة، أما نوعية الإنتاج التي تكون هنا غير مهمة.

٢. المستوى الإنتاجي: وهنا ينتقل من المستوى التعبيري إلى المستوى الإنتاجي للابتكار حينما تنمو مهارات الأفراد بحيث يصلون لإنتاج الأعمال التامة، والإنتاج يتحول إلى إنتاج إبداعي حينما يصل الأفراد إلى مستويات معينة من الإنجاز، وعلى هذا فإنه لا ينبغي إن يكون هذا الإنتاج مستوحى من عمل الآخرين

٣. المستوى الاختراعي: وهنا قد وصل المستوى من الابتكار إلى مرحلة لا يتطلب المهارة أو الحدق، إنما يتطلب المرونة في إدراك العلاقات الجديدة غير المألوفة ما بين أجزاءه المنفصلة الموجودة من قبل.

٤. المستوى الابتداعي: أما هذا المستوى يتطلب هذا المستوى قدرة قوية على التصوّر التجريدي الذي يوجد حينما تكون المبادئ الأساسية مفهومة فهماً كافياً، مما يسر للمبدع تحسينها وتعديلها.

٥. المستوى البزوعي: وهو أعلى مستوى من مستويات الابتكار ويتضمن تصور مبدأ جديد تماماً من أكثر المستويات وأعلاها تجريباً.

• ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية وعلاقتها بالابتكار في مؤسسات التعليم العالي

يتيح الاقتصاد القائم على المعرفة تطوير الجوانب الاجتماعية في مختلف قطاعات المجتمع سواء في مفاهيم الابتكار الاجتماعي أو ريادة الأعمال الاجتماعية، وكلاهما وثيق الصلة وقد أتاح التوجه نحوهما اقتراح حلول للمشاكل الحالية التي تواجهها العديد من دول العالم بالإضافة إلى ذلك، يُؤدّد اقتصاد المعرفة ابتكاراً ذا تأثير اجتماعي على القادة، مما يمنحهم قدرات وخصائص خاصة وتتطلب ريادة الأعمال الاجتماعية مشاركة جهات فاعلة متعددة، بشكل فردي أو جماعي، لتقديم دعم تشغيلي ومالي وتنظيمي متنوع. في هذا السياق، تُشجّع الجامعات هذه الجهات الفاعلة على المشاركة في تغيير وتحسين وتطوير مهارات رواد الأعمال، وخاصة الطلاب، ممن يمتلكون أفكاراً وابتكارات جديدة وقادرين على تحسين البيئة بشكل كبير لذلك، يجب أن تتوافق خطط الدراسة الجامعية مع مبادئ الجامعة، وكذلك القيم الإنسانية كالحرية والمساواة والإنصاف والمواطنة، والتي تُشكّل نموذج المواطن في القرن الحادي والعشرين من ناحية أخرى، تُنفّذ الجامعات برامج دعم لرواد الأعمال الجدد، بالإضافة إلى دعم الابتكار، مُركّزة بشكل رئيسي على الطلاب وبدعم من الأساتذة والموظفين بشكل عام، كما تُنفّذ خدمات دعم لرواد الأعمال والمبتكرين ودمج مساحات التعلم التي تُمكن الطلاب والمعلمين من التعرّف على الواقع المهني، والتفاعل، وتعزيز عمليات الابتكار الاجتماعي، مما يُتيح لهم امتلاك رؤية شاملة، بالإضافة إلى تدريب مواطنين أكفاء مستقبليين ملتزمين بالصالح العام والرعاية الاجتماعية، وكل ذلك باستخدام التقنيات الحديثة (Sanchez, R. M., & García.2021:1-2)

يمكن لريادة الأعمال الاجتماعية أن تُحدث تغييراً في التعليم العالي والمجتمع ويؤدي تركيز ريادة الأعمال الاجتماعية في التعليم العالي إلى عملية اكتشاف تحول التجربة من خلال بيئة مقننة تتحول من عملية الحفظ وفي التعليم العالي، تساعد ريادة الأعمال الاجتماعية على تحسين جودة التعليم والشخصيات الفردية من خلال الحساسية للمشاكل الخفية واستكشاف حلول مبتكرة للمشاكل القائمة وعلى الرغم من حداثة ريادة الأعمال الاجتماعية إلى حد ما، فقد بدأت مؤسسات التعليم العالي في إيلاء المزيد من الاهتمام لريادة الأعمال الاجتماعية كوسيلة لتطوير مهارات ريادة الأعمال لدى الطلاب وغرس المسؤولية الاجتماعية بينهم من المهم تقييم نطاق الترابط الاجتماعي في التعليم العالي، ليس فقط لغرس مهارات ريادة الأعمال، ولكن أيضاً لتحديد خصائص رواد الأعمال الاجتماعيين (Ro-

المبحث الرابع:

تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية

الجانب التطبيقي

• الجانب التطبيقي:

بالاعتماد على الاطار المفاهيمي طور الباحث قائمة الفحص (Checklist) بما يتناسب مع فرضيات البحث وهي كالآتي :

١. الفرضية الأولى متمثلة بالحوار الاول تساهم ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية في الجامعات الأهلية في خلق بيئة تحفز الإبداع وتدعم الأفكار المبتكرة لدى الطلاب.
٢. الفرضية الثانية متمثلة بالحوار الثاني بفحص الكلية عينة البحث لدى جامعة الكوت كلية الإدارة والاقتصاد القدرة على تبني ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية

جدول رقم (١) المصادر المعتمدة في بناء قائمة الفحص

ت	محاوير قائمة الفحص	حدد الفقرات	المصادر
١	الاول فحص الأثر الإيجابي المحتمل ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار	٨	الأدب المعرفي فيما يخص متغيرات الدراسة
٢	ثاني ما مدى مدى الأعمال الاجتماعية في الأهلية	٨	

المصدر: من أعداد الباحث

اعتمد البحث على الوسط الحسابي المرجح والنسبة المئوية لفحص الأثر الإيجابي المحتمل لتأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية وقد اعتمد الباحث على مقياس (Likert) السباعي بسبب خصائص هذا المقياس من جانب المرونة وجودة الدقة فيما يخص المعلومات التي سيتم الحصول عليها.

٣. المحاور المعتمدة في قائمة الفحص

• اعتمد الباحث في فحص الأثر الإيجابي المحتمل لتأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية .

• ما مدى تبني ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية في الجامعات الأهلية

٤. عرض وتحليل وتفسير البيانات على ضوء نتائج قائمة الفحص:

تمهيد:

يصب اهتمام هذا المبحث على عرض نتائج الإجابات على أسئلة قائمة الفحص، ومن ثم تحليل البيانات للوصول إلى نتائج البحث بالاعتماد على الأسلوب الإحصائي (الوصفي التحليلي) من خلال أستخراج التكرارات والأوساط الحسابية والنسب المئوية لمدى مطابقة المتغيرات الفرعية وتحديد حجم الفجوة مع واقع الكلية عينة البحث من خلال الإجابات على أسئلة قائمة الفحص ذات المقياس السباعي (غير مطبق وغير موثق، مطبق جزئياً غير موثق، مطبق جزئياً موثق جزئياً، مطبق كلياً غير موثق، مطبق كلياً موثق كلياً (والأوزان المقابلة لها (٠, ١, ٢, ٣, ٤, ٥, ٦)) على التوالي، وفيما يلي تحليل لنتائج قائمة الفحص :

• الجدول (١) قائمة الفحص (مدى تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية) ويتضمن فحص الفرضية الأولى H١ : فحص الأثر الإيجابي لتأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية

فصلية مُحكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ أيلول ٢٠٢٥ م

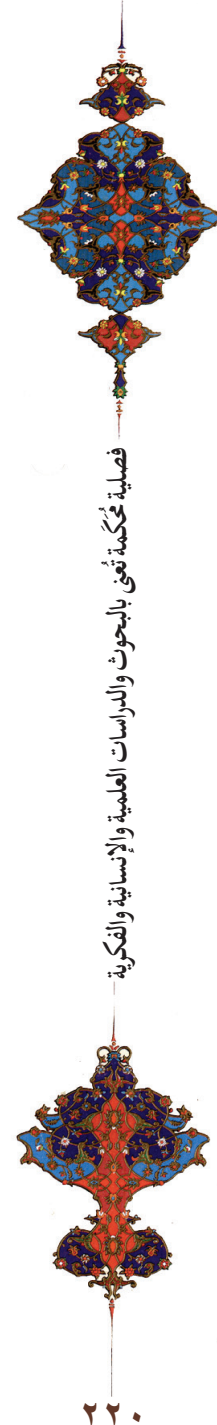


جدول رقم (١) قائمة الفحص (تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار)

ت	أولا : تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار	٦	٥	٤	٣	٢	١	٠
1	هناك برامج تعمل على توفير فرص للتدريب والتطوير لتشجيع التعلم المستمر	X						
2	هناك برامج تعمل على تقدير الابتكار ومكافأة الأفكار والسلوكيات المبتكرة .	X						
3	هناك برنامج معد لتعزيز التعاون من أجل كسر الحواجز بين الطلبة وتشجيعهم على العمل سوياً	X						
4	هناك برامج تعمل على خلق بيئة يشعر فيها الطلبة بالراحة في مشاركة الأفكار الجديدة دون خوف من الرفض	X						
5	هناك برامج تعمل عليها الكلية لتحديد نقاط القوة والضعف في ثقافتها الحالية فيما يتعلق بالابتكار .	X						
6	هناك برامج تعمل عليها الكلية لتعزيز ثقافة الابتكار التعاون		X					
7	هناك برامج تعمل عليها الكلية لتعزيز ثقافة الابتكار والمخاطرة المحسوبة، والتفكير الإبداعي.		X					
8	هناك برامج تعمل عليها الكلية لتعزيز ثقافة الابتكار كثقافة أيضاً الانفتاح على الأفكار الجديدة، والاحتراف بالتعلم من الأخطاء، وتقدير الابتكار		X					
الوزن								
النتيجة(الوزن X التكرارات)								
الوسط الحسابي المرجح (مجم النتيجة / عدد الأسئلة)								
النسبة المئوية لمدى المطابقة (الوسط الحسابي / ٦) X %								
حجم الفجوة (١٠٠ - النسبة المئوية)								
الوزن								
التكرارات								
النتيجة(الوزن X التكرارات)								
الوسط الحسابي المرجح (مجم النتيجة / عدد الأسئلة)								
النسبة المئوية لمدى المطابقة (الوسط الحسابي / ٦) X %								
حجم الفجوة (١٠٠ - النسبة المئوية)								

جدول رقم (٢) قائمة الفحص (القدرة على تبني ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية)

ت	ثانياً: القدرة على تبني ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية	6	5	4	3	2	1	0
1	هناك رؤيا الكلية تبذل الأفكار السلبية مثل صعوبة قيادة مشروع خاص بالطالب أمر صعب.		X					
2	هناك رؤيا الكلية بأن العمل الحر أفضل وسيلة لحل مشكلة البطالة.		X					
3	هناك رؤيا تعتمدها الكلية على أن ريادة الأعمال تحقق الاستقلالية والشعور بقيمة الإنسان		X					
4	هناك رؤيا تعتمدها الكلية بأن ريادة الأعمال تنمي روح الابتكار عند الشباب.		X					
5	هناك رؤيا تعتمدها الكلية بأن ريادة الأعمال تمكن الشباب من الحصول على مكانة اجتماعية أفضل من العمل الحكومي		X					
6	هناك رؤيا تعتمدها الكلية تنميها عند الطلبة تفضل القيام بالمشاريع التي يحتاجها السوق		X					
7	هناك رؤيا تعتمدها الكلية بأن ريادة الأعمال تؤدي إلى الإحساس بالأمان الاقتصادي	X						
8	هناك رؤيا تعتمدها الكلية لتدريب الطلبة على ريادة الأعمال أثناء دراستهم.	X						
الوزن								
التكرارات								
النتيجة(الوزن X التكرارات)								
الوسط الحسابي المرجح (مجم النتيجة / عدد الأسئلة)								
النسبة المئوية لمدى المطابقة (الوسط الحسابي / ٦) X %								
حجم الفجوة (١٠٠ - النسبة المئوية)								





• مناقشة نتائج البحث والتوصيات: أظهرت نتائج البحث وجود فجوتين متساويتين لتغيري البحث إلى حد ما بين الواقع الفعلي والنظري، إذ بلغت النسبة الكلية للتطبيق جامعة الكوت كلية الادارة والاقتصاد للمتغير الأول (٧٥ ٪) مقارنة بالتطبيق القياسي لهذه المتطلبات، مما يعكس ان هنالك تقارب كبير ما بين الواقع الفعلي جامعة الكوت كلية الادارة والاقتصاد مع تأثير تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار اذا بلغ حجم الفجوة ٢٥ ٪ ، كما أظهرت نتائج البحث وجود فجوة صغيرة إلى حد ما بين الواقع الفعلي وريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار ، إذ بلغت النسبة الكلية للتطبيق في جامعة الكوت كلية الادارة والاقتصاد لهذا المتغير (٧٥ ٪) مقارنة بالتطبيق القياسي لهذه المتطلبات، مما يعكس وجود تقارب كبير للبيئة الداخلة مع لريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار لذا يطرح الباحثين مجموعة من التوصيات بناء على تحقيق فرضية البحث والتي أفترض بأن هنالك اثر إيجابي محتمل تأثير ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية على الابتكار في الجامعات الأهلية

المبحث السادس:

الاستنتاجات والتوصيات

• الاستنتاجات

١. هناك اهتمام متزايد بريادة الأعمال الاجتماعية لكن لا تزال هناك العديد من المشكلات التي تواجه انتشار مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية في قطاع الجامعات الأهلية.
٢. هناك اهتمام متزايد بمفهوم الابتكار لكن لا تزال هناك العديد من المشكلات التي تواجه انتشار هذا المفهوم في قطاع الجامعات الأهلية.
٣. تعاني الكثير من الجامعات من الموارد المحدودة وأعضاء هيئة تدريس ذوي خبرة في ريادة الأعمال الاجتماعية.
٤. في السنوات الأخيرة، تزايد الاعتراف بدور ريادة الأعمال الاجتماعية في مواجهة التحديات المجتمعية ودور الابتكار بذلك.

• التوصيات:

١. ضرورة زيادة الاهتمام بريادة الأعمال الاجتماعية وتذليل العقبات التي تواجه انتشار هذا المفهوم في قطاع الجامعات.
٢. ضرورة زيادة الاهتمام بمفهوم الابتكار الاجتماعية وتذليل العقبات التي تواجه انتشار هذا المفهوم في قطاع الجامعات.
٣. ضرورة العمل على زيادة الموارد واستدامتها وكذلك توسيع مهارات أعضاء هيئة تدريس والاستعانة بدوي خبرة في ريادة الأعمال الاجتماعية.
٤. ضرورة العمل على زيادة الوعي بدور ريادة الأعمال الاجتماعية في مواجهة التحديات المجتمعية ودور الابتكار بذلك.

المصادر:

1. Abdul-Baqi Aziz Obaid, Nouri Al-Hadi Al-Najjar, and Nirouz Al-Amin Ali Shaib Al-Ain (2023). Innovation:
2. Concept and Trends. Al-Asalah Magazine. Hariri, A., & Roberts, P. (2014). Challenges and Issues Hindering Innovation in UK Universities. International Journal of Management and Marketing Academy, 2, 41-54.
3. Khayati, A., & Selim, M. (2019). The status of innovation in Saudi Universities. Cogent Education, 6(1), 1653635.
4. Fiordelisi, F., Renneboog, L., Ricci, O., & Lopes, S. S. (2019). Creative cor-



porate culture and innovation. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 63, 101137

5. ABDULLAH, W. A., ABDULRAZAK, K., HAMZAH, M. I., & ZHAFFAR, N. M. (2023). DEFINING TEACHING INNOVATION ACCORDING TO THE PERSPECTIVE OF INNOVATIVE TEACHERS OF ISLAMIC EDUCATION. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ACADEMIC RESEARCH IN BUSINESS AND SOCIAL SCIENCES*, 13(7), 1410-1420.

6. ARIKAN, C. L., & ENGINOĞLU, D. (2016). HOW ELEMENTS OF CORPORATE CULTURE AFFECT OVERALL FIRM PERFORMANCE. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT AND ECONOMIC RESEARCH (IJBMER)*, 7(3), 680-689.

7. BEZERRA VASCONCELOS, T., MACÁRIO DE OLIVEIRA, V., & NÓBREGA CORREIA, S. É. (2022). INDICATORS OF THE BEHAVIOR OF SOCIAL ENTREPRENEURS AT THE INDIVIDUAL LEVEL. *CONTEXTUS: REVISTA CONTEMPORANEA DE ECONOMIA E GESTAO*, 20.

8. BOROWSKI, P. F. (2021). INNOVATION STRATEGY ON THE EXAMPLE OF COMPANIES USING BAMBOO. *JOURNAL OF INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP*, 10(1), 3.

9. BROWNELL, K. M., HECHAVARRIA, D. M., ROBB, C. C., & KICKUL, J. (2025). CULTURE AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: THE ROLE OF VALUE-PRACTICE MISALIGNMENT. *SMALL BUSINESS ECONOMICS*, 64(3), 863-887.

10. BROWNELL, K. M., HECHAVARRIA, D. M., ROBB, C. C., & KICKUL, J. (2025). CULTURE AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: THE ROLE OF VALUE-PRACTICE MISALIGNMENT. *SMALL BUSINESS ECONOMICS*, 64(3), 863-887.

11. CALDERA, D. D. C., ORTEGA, M. A., & SÁNCHEZ, M. E. (2016). THE SOCIAL ENTREPRENEUR. A BRIEF CHARACTERIZATION. *ECORFAN JOURNAL-REPUBLIC OF EL SALVADOR*, 2(3), 19-28.

12. ERGÜN, K. (2022). MEANING OF INNOVATION. *БИЗНЕС, ИННОВАЦІЇ, МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ*, 29-29.

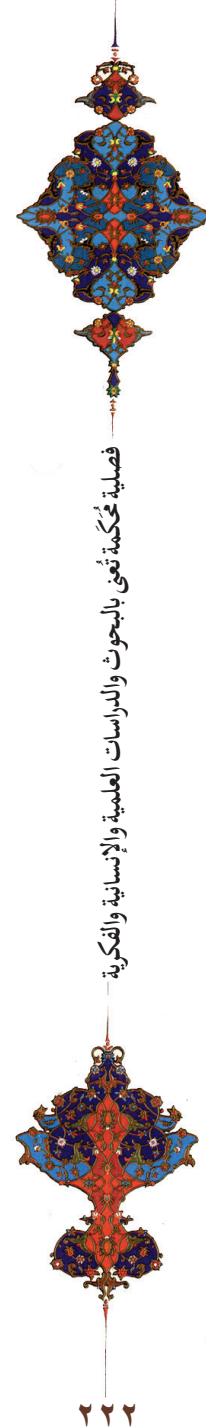
13. GORTON, G. B., GRENNAN, J., & ZENTEFIS, A. K. (2022). CORPORATE CULTURE. *ANNUAL REVIEW OF FINANCIAL ECONOMICS*, 14(1), 535-561.

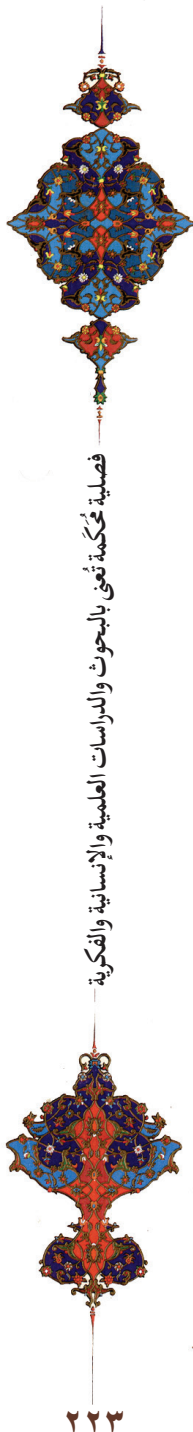
14. GREENACRE, P., GROSS, R., & SPEIRS, J. (2012). INNOVATION THEORY: A REVIEW OF THE LITERATURE. *IMPERIAL COLLEGE CENTRE FOR ENERGY POLICY AND TECHNOLOGY, LONDON*, 141-164.

15. GUIISO, L., SAPIENZA, P., & ZINGALES, L. (2015). THE VALUE OF CORPORATE CULTURE. *JOURNAL OF FINANCIAL ECONOMICS*, 117(1), 60-76.

16. IAP, I. A. P. THE INFLUENCE OF PERSONALITY TRAITS ON SOCIAL ENTERPRISE START-UP: THE CASE OF PERUVIAN SOCIAL ENTREPRENEURS.

17. KEDMENEC, I., & STRAŠEK, S. (2017). ARE SOME CULTURES MORE FAVOURABLE FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP THAN OTHERS?.





- ECONOMIC RESEARCH-EKONOMSKA ISTRAŽIVANJA, 30(1), 1461-1476.
18. KULICHENKO, A. (2020). THEORIES OF INNOVATION DEVELOPMENT: APPLICATION IN HIGHER MEDICAL EDUCATION..
19. LU, Y. C., MATUI, N., & GRACIOSO, L. (2024). INNOVATION DEFINITION IN SCOPE OF BRAZILIAN RESEARCH: A SEMANTIC ANALYSIS. RDBCI: REVISTA DIGITAL DE BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17, E019023.
20. MAYAMBA, T. M. (2023). CHALLENGES FACED BY WOMEN SOCIAL ENTREPRENEURS IN BRAZIL.
21. MINGALEVA, Z., & DEPUTATOVA, L. (2018). FEATURES OF UNIVERSAL ELEMENTS OF CORPORATE CULTURE DEMONSTRATION IN DIFFERENT COUNTRIES: THE QUESTION OF COMPANY'S CORE VALUES AND INTERCULTURAL INTERACTION.
22. PORTALES, L., & PORTALES, L. (2019). CHARACTERISTICS OF THE SOCIAL ENTREPRENEUR. SOCIAL INNOVATION AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: FUNDAMENTALS, CONCEPTS, AND TOOLS, 81-95.
23. POUNDER, P. A. (2021). SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND CULTURAL CONTEXTUALIZATION: A REVIEW. INTERNATIONAL JOURNAL OF DEVELOPMENT ISSUES, 20(3), 344-357.
24. ROSLAN, M. H. H., HAMID, S., IJAB, M. T., YUSOP, F. D., & NORMAN, A. A. (2022). SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN HIGHER EDUCATION: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES. ASIA PACIFIC JOURNAL OF EDUCATION, 42(3), 588-604.
25. Sánchez, R. M., & García, P. H. (2021). Universities' Contributions to Entrepreneurship and Social Innovation. European Journal of Studies in Management and Business, 20, 1-18.
26. SMIRCICH, L. (2017). CONCEPTS OF CULTURE AND ORGANIZATIONAL ANALYSIS. THE ANTHROPOLOGY OF ORGANISATIONS, 255-274.
27. STRIKWERDA, H. (2018). ON THE CONCEPT OF CORPORATE CULTURE. CMJ, 5..
28. VEGA, G., & KIDWELL, R. E. (2007). TOWARD A TYPOLOGY OF NEW VENTURE CREATORS: SIMILARITIES AND CONTRASTS BETWEEN BUSINESS AND SOCIAL ENTREPRENEURS. NEW ENGLAND JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP, 10(2), 15-28.
29. WOLF, V., DOBRUCKA, R., PRZEKOP, R., & HAUBOLD, S. (2021). INNOVATION STRATEGIES IN THE CONTEXT OF THE PARADIGM OF THE FIVE DIMENSIONS OF INNOVATION STRATEGY. LOGFORUM, 17(2).
30. ZAINOL, R. M., & RAHIM, N.(2025) ISSUES AND CHALLENGES FACED BY SOCIAL ENTREPRENEURS IN SUSTAINING THE AGRICULTURAL SECTOR

فصلية مُحَكِّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ أيلول ٢٠٢٥ م



Al-Thakawat Al-Biedh Maga-

Website address

White Males Magazine

Republic of Iraq

Baghdad / Bab Al-Muadham

Opposite the Ministry of Health

Department of Research and Studies

Communications

managing editor

07739183761

P.O. Box: 33001

International standard number

ISSN 2786-1763

Deposit number

In the House of Books and Documents

(1125)

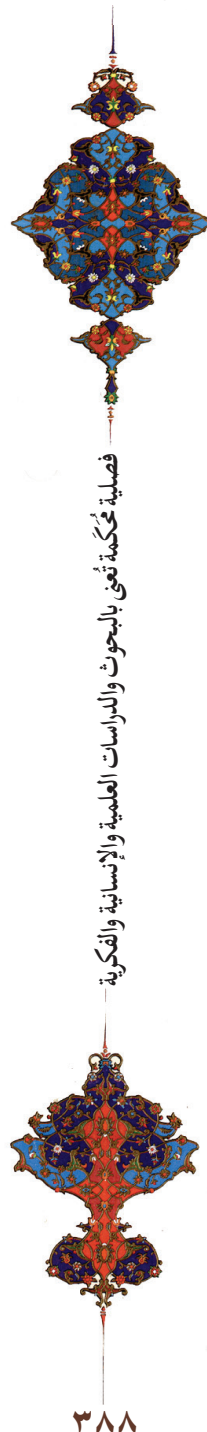
For the year 2021

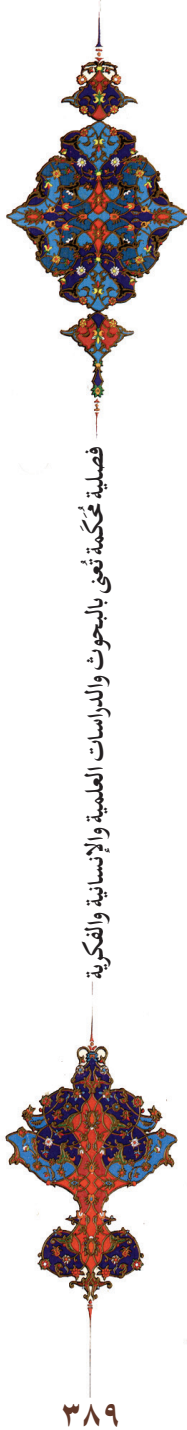
e-mail

Email

off reserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com





general supervisor

Ammar Musa Taher Al Musawi

Director General of Research and Studies Department

editor

Mr. Dr. fayiz hatu alsharae

managing editor

Hussein Ali Mohammed Al-Hasani

Editorial staff

Mr. Dr. Abd al-Ridha Bahiya Dawood

Mr. Dr. Hassan Mandil Al-Aqili

Prof. Dr. Nidal Hanash Al-Saedy

a.m.d. Aqil Abbas Al-Rikan

a.m.d. Ahmed Hussain Hai

a.m.d. Safaa Abdullah Burhan

Mother. Dr.. Hamid Jassim Aboud Al-Gharabi

Dr. Muwaffaq Sabry Al-Saedy

M.D. Fadel Mohammed Reda Al-Shara

Dr. Tarek Odeh Mary

M.D. Nawzad Safarbakhsh

Prof. Nouredine Abu Lehya / Algeria

Mr. Dr. Jamal Shalaby/ Jordan

Mr. Dr. Mohammad Khaqani / Iran

Mr. Dr. Maha Khair Bey Nasser / Lebanon