



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

بسم الله الرحمن الرحيم



MONA MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



MONA MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
على هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيداً عن الغبار



MONA MAGHRABY



قسم إدارة الأعمال

الذكاء الثقافي كمتغير وسيط في العلاقة بين التفكير الإبداعي وتسويق الذات

وراسة ميرانية على عينة من رواد الأعمال

**The Cultural Intelligence as an Intermediate
Variable in the Relationship between
Creative Thinking and Self-Marketing**

A Field Study on a Sample of Entrepreneurs

رسالة مقدمة للحصول علي درجة دكتوراه الفلسفه في إدارة الأعمال

إعداد

الباحثة / شروق أحمد عبد المحسن الشوادي

مدرس مساعد

معهد القاهرة الجديدة العالى للعلوم الإدارية وأكاديمى الآلي

إشراف

الدكتور

الأستاذ الدكتور

عادل رمضان الزبيدي

محمود محمد السيد

مدرس إدارة الأعمال

أستاذ إدارة الأعمال

كلية التجارة جامعة عين شمس

كلية التجارة جامعة عين شمس

٢٠٢١م



قسم إدارة الأعمال

صفحة العنوان

الذكاء الثقافي كمتغير وسيط في العلاقة بين التفكير الإبداعي وتسويق الذات

ورقة بحثانية على عينة من رواد الأعمال

اسم الباحثة: شروق أحمد عبد المحسن الشوادي

الدرجة العلمية: دكتوراه في إدارة الأعمال

المكانية: التجارة

الجامعة: عين شمس

سنة المنح: ٢٠٢١



قسم إدارة الأعمال

رسالة دكتوراه

اسم الباحثة: شروق أحمد عبد المحسن الشوادى
عنوان الرسالة: الذكاء الثقافى كمتغير وسيط في العلاقة بين
التفكير الإبداعي وتسويق الذات
دراسة ميدانية على عينة من رواد الأعمال

الدرجة العلمية: دكتوراه في إدارة الاعمال

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

مشرفاً ورئيساً

أ.د/ محمد السيد

أستاذ إدارة الموارد البشرية بكلية التجارة - جامعة عين شمس

عضواً

أ.د/ ممدوح عبد العزيز رفاعي

أستاذ إدارة الموارد البشرية بكلية التجارة - جامعة عين شمس

عضوأ

أ.د/ أحمد عزمي زكي

أستاذ إدارة الاعمال المساعد بكلية التجارة - جامعة قناة السويس

الدراسات العليا

أجازت الرسالة بتاريخ

ختم الإجازة:

٢٠٢١/...../.....

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

٢٠٢١/...../.....

٢٠٢١ /...../....

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وَأَشْرَقَتِ الْأَرْضُ بِنُورِ رَبِّهَا وَوُضِعَ الْكِتَابُ
وَجَيَّءَ بِالثَّبَيِّنِ وَالشَّهَدَاءِ وَقُضِيَ بَيْنَهُمْ
بِالْحَقِّ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ"

صدق الله العظيم

سورة الزمر آية (٦٩)

٦٢

إلي أبي "أمثل الاعلي"

شكراً لأنك في حياتي وقدرتني..... شكرأً على ثقتك ودعمك....
شكراً لأنك القلب الحنون والصادق.

"إلى أمي الصديقة والاخت"

دمت لي شيئاً جميلاً لا ينتهي دمت لي قوة تدفعني للنجاح
و التفوق.

إلى أخي "السند"

أشدّد به أزري وأشركه في أمري..... الذي جعل حياتي مفعمة بالدفء والمشاركة والمشاغلة.

شُكْرٌ وَعِرْفٌ

أتقدم بالشكر لله العلي القدير أن وفقني إلى إتمام هذه الدراسة وأتمنى أن تكون مساعي متواضعة في الدراسة العلمي في مجال إدارة الأعمال وخاصة مجال الموارد البشرية والمجالات الأخرى.

كما أتوجه بالشكر والتقدير لأعضاء اللجنة المشكّلة للحكم على الرسالة ببدايتها بالأستاذ الدكتور، محمود محمد السيد، أستاذ إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس على تفضيله برئاسته هذه اللجنة وتعيّب معه في الإشراف على هذه الرسالة وهو شرف كبير أعذر به.

كما أشكر الدكتور، عادل رمضان الزبيدي، مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس على مجهوده معه في الإشراف على هذه الرسالة وهو شرف كبير أعذر به.

كما أشكر الأستاذ الدكتور، ممدوح عبد العزيز رفاعي، أستاذ إدارة الموارد البشرية بكلية التجارة - جامعة عين شمس على تفضيله بقبول ا المشاركة في الحكم على الرسالة ولدي عظيم الشرف بهذه المشاركة.

كما أشكر الأستاذ الدكتور، أحمد عزمي زكي، أستاذ إدارة الأعمال المساعد بكلية التجارة - جامعة قناة السويس على تفضيله بقبول المشاركة في الحكم على الرسالة ولدي عظيم الشرف بهذه المشاركة.

كما أسجل تقديرني وعرفاني بأسمائهم إلى كل من ساندني أو قدم لي يد العون والنصيحة من الأهل والأصدقاء والزملاء لإتمام هذه الدراسة.

فشكراً لهم وجزاهم الله عندي خير الجزاء.

مستخلص الدراسة باللغة العربية

الذكاء الثقافي كمتغير وسيط في العلاقة بين التفكير الإبداعي وتسويق الذات

دراسة ميدانية على عينة من رواد الأعمال

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الذكاء الثقافي في التأثير على التفكير الإبداعي وتسويق الذات وتقييم مدى اهتمام رواد الأعمال وادرائهم للتفكير الإبداعي وتسويق الذات.

وأوضحت النتائج أن الذكاء الثقافي كمتغير وسيط تفاعلي من خلال احداث تأثير اقوى واشد معنوياً للتفكير الإبداعي على تسويق الذات، حيث بلغ معامل التحديد للتفكير الإبداعي ٥٢.٢٪ بالمقارنة بمعامل تحديد التفكير الإبداعي بمفرده ٣٦.٨١٪.

الكلمات المفتاحية:

- الذكاء الثقافي.
- التفكير الإبداعي.
- تسويق الذات.
- ريادة الأعمال.
- الثقافة.
- الإبداع.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	الفصل الأول: الاطار العام للدراسة
٣	١/١ مقدمة
٤	٢/١ مصطلحات الدراسة
٧	٣/١ الدراسة الاستطلاعية
٩	٤/١ مشكلة الدراسة
١٠	٥/١ أهداف الدراسة
١٠	٦/١ أهمية الدراسة
١١	٧/١ فروض الدراسة
١٢	٨/١ متغيرات الدراسة
١٢	٩/١ نموذج الدراسة
١٣	١٠/١ أسلوب ومنهج الدراسة
١٥	١١/١ مجتمع وعينة الدراسة
١٦	١٢/١ أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات
١٨	١٣/١ الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الذكاء الثقافي
٣١	١/٢ مقدمة
٣٢	٢/٢ مفهوم الذكاء
٣٤	٣/٢ مفهوم الثقافة
٣٨	٤/٢ مفهوم الذكاء الثقافي
٤٠	٥/٢ أهمية الذكاء الثقافي
٤١	٦/٢ مهارات الذكاء الثقافي
٤٩	٧/٢ أنواع الذكاء الثقافي
٥٠	٨/٢ نماذج الذكاء الثقافي
٥٣	٩/٢ تنمية الذكاء الثقافي
٥٥	١٠/٢ مراحل نمو الذكاء الثقافي

الصفحة	الموضوع
	الفصل الثالث: التفكير الإبداعي
٥٩	١/٣ المقدمة
٦٠	٢/٣ مفهوم التفكير
٦١	٣/٣ الأساليب والأبعاد المتعددة للتفكير
٦٤	٤/٣ مفهوم الإبداع
٦٥	٥/٣ أنواع الإبداع
٦٨	٦/٣ مفهوم التفكير الإبداعي
٦٩	٧/٣ مهارات التفكير الإبداعي
٧٧	٨/٣ النظريات والنماذج التي فسرت التفكير الإبداعي
٨١	٩/٣ معوقات التفكير الإبداعي
٨٤	١٠/٣ مقومات نجاح التفكير الإبداعي
٨٥	١١/٣ خصائص شخصية المبدع
٨٧	١٢/٣ علاقة التفكير الإبداعي بالذكاء
	الفصل الرابع: تسويق الذات
٩١	١/٤ المقدمة
٩٢	٢/٤ مفهوم تسويق الذات
٩٣	٣/٤ أهمية تسويق الذات
٩٤	٤/٤ أهداف تسويق الذات
٩٥	٥/٤ مبادئ تسويق الذات
٩٧	٦/٤ أنواع تسويق الذات
٩٩	٧/٤ مهارات تسويق الذات
١٠٥	٨/٤ نماذج تسويق الذات
١٠٦	٩/٤ خطوات تسويق الذات
١١١	١٠/٤ عوامل نجاح تسويق الذات
	الفصل الخامس: ريادة الأعمال
١١٥	١/٥ المقدمة
١١٦	٢/٥ تعريف الريادة
١١٧	٣/٥ تعريف ريادة الأعمال

الصفحة	الموضوع
١١٩	٤/تعريف رائد الأعمال
١٢٠	٥/العوامل الداعمة لظهور رواد الأعمال
١٢١	٦/مميزات ريادة الأعمال
١٢٢	٧/أهداف ريادة الأعمال
١٢٢	٨/أبعاد ريادة الأعمال
١٢٣	٩/مخاطر ريادة الأعمال
١٢٤	١٠/ريادة الأعمال فطرة أو مكتسبة
١٢٦	١١/صفات ومهارات رائد الأعمال
١٢٩	١٢/دور رواد الأعمال
١٢٩	١٣/الفرق بين رائد الأعمال ورجل الأعمال وصاحب المشروع
١٣١	١٤/الابداع وريادة الأعمال
١٣٢	١٥/الذكاء وريادة الأعمال
١٣٤	١٦/تسويق الذات وريادة الأعمال
الفصل السادس: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية	
١٣٨	أولاً: توصيف عينة الدراسة
١٤٠	ثانياً: قياس درجة المصداقية والإعتمادية على أداة الدراسة (قائمة الإستقصاء)
١٤٤	ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية
الفصل السابع: اختبار فروض الدراسة	
١٥٦	أولاً: مصفوفة الإرتباط بين متغيرات الدراسة
١٥٩	ثانياً: اختبار الفرض الرئيسي للدراسة والفرض الفرعية المنبقة عن الفرض الرئيسي
الفصل الثامن: النتائج والتوصيات	
١٨٤	أولاً: نتائج الدراسة الميدانية
١٨٧	ثانياً: التوصيات

الصفحة	الموضوع
قائمة المراجع	
١٩٢	أولاً: المراجع العربية
٢٠٥	ثانياً: المراجع الأجنبية
٢١٣	ثالثاً: موقع الإنترنٌت
٢١٦	ملحق (١) قائمة الاستقصاء
-	الملخص باللغة العربية
-	الملخص باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	م
٨	نتائج الدراسة الاستطلاعية	١
١٤	مصادر إعداد استمار استقصاء من الدراسات السابقة	٢
٢٧	أوجه الاتفاق والاختلاف مع الدراسات السابقة	٣
٣٩	مجموعة من مفاهيم الذكاء الثقافي من وجهة نظر بعض الكتاب	٤
٦٨	بعض المفاهيم الخاصة بالتفكير الإبداعي من وجهة نظر بعض الباحثين	٥
٩٣	بعض المفاهيم الخاصة بتسويق الذات من وجهة بعض الباحثين	٦
١١٧	تعريفات ومفاهيم رياضة الأعمال	٧
١١٩	تعريفات رائد الأعمال	٨
١٣٨	الخصائص الشخصية والوظيفية لمفردات عينة الدراسة	٩
١٤١	معامل الاتساق الداخلي لبنود متغير التفكير الإبداعي (ن = ١٧٥)	١٠
١٤١	معامل الاتساق الداخلي لبنود متغير تسويق الذات (ن = ١٧٥)	١١
١٤٢	معامل الاتساق الداخلي لبنود متغير الذكاء الثقافي (ن = ١٧٥)	١٢
١٤٣	درجة الإعتمادية على النتائج المحققة لمتغيرات وابعاد قائمة الاستقصاء	١٣
١٤٥	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير التفكير الإبداعي	١٤
	وفقاً لخصائص عينة الدراسة	
١٤٧	تحليل التباين آحادي الاتجاه لمتغير التفكير الإبداعي	١٥
١٤٨	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير تسويق الذات وفقاً لخصائص عينة الدراسة	١٦
١٤٩	تحليل التباين آحادي الاتجاه لمتغير تسويق الذات	١٧
١٥١	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الذكاء الثقافي	١٨
	وفقاً لخصائص عينة الدراسة	
١٥٣	تحليل التباين آحادي الاتجاه لمتغير الذكاء الثقافي	١٩