



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  
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



### يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



**MONA MAGHRABY**



قسم إدارة الأعمال

## الذكاء الثقافي كمتغير وسيط في العلاقة بين التفكير الإبداعي وتسويق الذات

وراسة ميدانية على عينة من رولو 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 على درجة دكتوراة الفلسفة في إدارة الأعمال

إعداد

الباحثة / شروق أحمد عبد المحسن الشواحي

مدرس مساعد

معهد القاهرة الجديدة العالي للعلوم الإدارية وأكاديمية الآلي

إشراف

الدكتور

عادل رمضان الزياوي

مدرس إدارة الأعمال

كلية التجارة جامعة عين شمس

الأستاذ الدكتور

محمود محمد السيد

أستاذ إدارة الأعمال

كلية التجارة جامعة عين شمس

٢٠٢١م



قسم إدارة الأعمال

## صفحة العنوان

# الذكاء الثقافي كمتغير وسيط في العلاقة بين التفكير الإبداعي وتسويق الذات وراسة ميرانية على عينة من رولو الأعمال

اسم الباحثة: شروق أحمد عبد المحسن الشوادي

الدرجة العلمية: دكتوراة في إدارة الأعمال

الكلية: التجارة

الجامعة: عين شمس

سنة المنح: ٢٠٢١



قسم إدارة الأعمال

## رسالة دكتوراه

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

الدرجة العلمية: دكتوراه في إدارة الأعمال

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

- ١- أ.د/ محمود محمد السيد  
مشرفاً ورئيساً  
أستاذ إدارة الموارد البشرية بكلية التجارة- جامعة عين شمس
- ٢- أ.د/ ممدوح عبد العزيز رفاعي  
عضواً  
أستاذ إدارة الموارد البشرية بكلية التجارة- جامعة عين شمس
- ٣- د/ أحمد عزمي زكي  
عضواً  
أستاذ إدارة الأعمال المساعد بكلية التجارة- جامعة قناة السويس

## الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

٢٠٢١/...../.....

موافقة مجلس الجامعة

٢٠٢١/...../.....

ختم الإجازة:

موافقة مجلس الكلية

٢٠٢١ /...../.....

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وَأَشْرَقَتِ الْأَرْضُ بِنُورِ رَبِّهَا وَوُضِعَ الْكِتَابُ  
وَجِيءَ بِالنَّبِيِّينَ وَالشُّهَرَاءِ وَقُضِيَ بَيْنَهُمْ  
بِالْحَقِّ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ"

صدق الله العظيم

سورة الزمر آية (٦٩)



أهلاً

إلي أبي "لمثل الأعلى"

شكراً لأنك في حياتي وقودتي..... شكراً على ثقّتك ودعمك....  
شكراً لأنك القلب الحنون والصادق.

إلي أمي "الصديقة والاخت"

دمت لي شيئاً جميلاً لا ينتهي ..... دمت لي قوة تدفعني للنجاح  
والتفوق.

إلي أخي "السند"

أشدد به أزرّي وأشركه في أمري..... الذي جعل حياتي مفعمة  
بالدفء والمشاركة والمشاغبة.



## شُكْرٌ وَعَرَفَاتٌ

أُتَقَدِّمُ بالشكر لله العليّ القدير أن وفقني إلى إتمام هذه الدراسة وأتمنى أن تكون مساهمتي متواضعة في الدراسة العلميّة في مجال إدارة الأعمال وخاصّة مجال الموارد البشريّة والمبالات الأخرى.

كما أتوجّه بالشكر والتقدير لأعضاء اللجنّة المشكّلة للحكم على الرسالة بديّة الأستاذ الدكتور/ محمود محمد السيد، أستاذ إدارة الأعمال بكلية التجارة- جامعة عين شمس على تفضله برئاسته هذه اللجنّة وتعبه معي في الإشراف على هذه الرسالة وهو شرف كبير أعتر به.

كما أشكر الدكتور/ عادل رمضان الزيايدي، مدرّس إدارة الأعمال بكلية التجارة- جامعة عين شمس على مجهوده معي في الإشراف على هذه الرسالة وهو شرف كبير أعتر به.

كما أشكر الأستاذ الدكتور/ ممدوح عبد العزيز رفاعي، أستاذ إدارة الموارد البشريّة بكلية التجارة- جامعة عين شمس على تفضله بقبول المشاركة في أحكم على الرسالة ولي عظيم الشرف بهذه المشاركة.

كما أشكر الأستاذ الدكتور/ أحمد عزمي زكي، أستاذ إدارة الأعمال المساعد بكلية التجارة- جامعة قناة السويس على تفضله بقبول المشاركة في أحكم على الرسالة ولي عظيم الشرف بهذه المشاركة.

كما أسجل تقديري وعرفاني بأجميل إلى كل من ساندني أو قدم لي يد العون والنصح من الأهل والأصدقاء والزملاء لإتمام هذه الدراسة.

نشكراً لهم وجزاهم الله عني خيراً 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 وإدراكهم للتفكير الإبداعي وتسويق الذات.

وأوضحت النتائج أن الذكاء الثقافي كمتغير وسيط تفاعلي من خلال أحداث تأثير اقوي واشد معنويا للتفكير الإبداعي علي 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: الإطار 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 للبيانات
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: رواد الأعمال
١١٥	١/٥ المقدمة
١١٦	٢/٥ تعريف الريادة
١١٧	٣/٥ تعريف ريادة الأعمال

الصفحة	الموضوع
١١٩	٤/٥ تعريف رائد الأعمال
١٢٠	٥/٥ العوامل الداعمة لظهور رواد الأعمال
١٢١	٦/٥ مميزات ريادة الأعمال
١٢٢	٧/٥ أهداف ريادة الأعمال
١٢٢	٨/٥ أبعاد ريادة الأعمال
١٢٣	٩/٥ مخاطر ريادة الأعمال
١٢٤	١٠/٥ ريادة الأعمال فطرة أو مكتسبة
١٢٦	١١/٥ صفات ومهارات رائد الأعمال
١٢٩	١٢/٥ دور رواد الأعمال
١٢٩	١٣/٥ الفرق بين رائد الأعمال ورجل الأعمال وصاحب المشروع
١٣١	١٤/٥ الابداع وريادة الأعمال
١٣٢	١٥/٥ الذكاء وريادة الأعمال
١٣٤	١٦/٥ تسويق الذات وريادة الأعمال
	الفصل السادس: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية
١٣٨	أولاً: توصيف عينة الدراسة
١٤٠	ثانياً: قياس درجة المصدقية والإعتمادية على أداة الدراسة (قائمة الإستقصاء)
١٤٤	ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية
	الفصل السابع: اختبار فروض الدراسة
١٥٦	أولاً: مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة
١٥٩	ثانياً: اختبار الفروض الرئيسة للدراسة والفروض الفرعية المنبثقة عن الفروض الرئيسة
	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: مواقع الإنترنت
٢١٦	ملحق (١) قائمة الاستقصاء
—	الملخص باللغة العربية
—	الملخص باللغة الإنجليزية

## قائمة الجداول

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