

## تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر (SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم دراسة ميدانية

أ.م.د. ريهام مرزوق إبراهيم عبد الدايم \*

### ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر (Shark Tank Egypt) ودوره في نشر ثقافة ريادة الأعمال، ويتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري، وتعتمد الدراسة الراهنة على منهج المسح، واعتمدت الباحثة على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من مشاهدي برنامج شارك تانك مصر، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها:

تصدر المستوى المرتفع لمستوى تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بنسبة ٣٩.٢٥%، يليه المتوسط بنسبة ٣١.٧٥%، وأخيرا المنخفض بنسبة ٢٩%.

تصدر الدوافع النفعية في مقدمة دوافع مشاهدة الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بمتوسط بلغ ٢.٤٨٧٥. جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة مقياس التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بمتوسط ٢.٣٩٠٠، كما أن التأثيرات بصفة عامة جاءت في المرتبة الثانية، يليها التأثيرات الوجدانية في حين جاءت التأثيرات السلوكية في المرتبة الأخيرة.

جاءت استجابات أفراد العينة على مقياس الاتجاهات نحو برنامج شارك تانك مصر إيجابية بنسبة ٦٠%، ثم محايدة بنسبة ٢٩.٥%، وأخيرا سلبية بنسبة ١٠.٥% بمتوسط حسابي بلغ ٠.٤٩٥٠.

وفيما يتعلق بمقياس مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري، فقد جاء المستوى المرتفع بنسبة ٦٢.٠%، ثم المستوى المتوسط بنسبة ٢٧.٥%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة ١٠.٥% بمتوسط حسابي بلغ ٢.٥١٥٠.

أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.

**الكلمات المفتاحية:** تعرض الشباب، برنامج تليفزيون الواقع، شارك تانك مصر، ثقافة ريادة الأعمال

\* أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام بنات- جامعة الأزهر

## The Exposure of Egyptian Youth to the Reality TV Show "Shark Tank Egypt" and Its Relationship to Promoting Entrepreneurship Culture among Them

### A Field Study

Dr. Rham Marzouk Ibrahim Abdel Dayem \*

#### Abstract:

The study aimed to explore the exposure of Egyptian youth to the reality TV show "Shark Tank Egypt" and its role in spreading entrepreneurial culture. The study focused on Egyptian youth, the current study relies on a survey methodology, and the researcher relied on a purposive sample of 400 individuals from viewers of "Shark Tank Egypt" program.

**The study concluded several findings, including:** The High exposure levels of Egyptian youth to the "Shark Tank Egypt" program was topped at 39.25%, followed by moderate exposure at 31.75%, and finally low exposure at 29%. Utilitarian motives ranked highest among the motivations for Egyptian youth to watch the "Shark Tank Egypt" program; with an average score of 2.4875. The Cognitive impacts came at the top of the scale of effects resulting from Egyptian youth exposure to "Shark Tank Egypt" program with an average score of 2.3900. Overall impacts ranked second, followed by the emotional impacts, while the behavioral impacts ranked last. The responses of the sample members on the scale of their attitudes towards the "Shark Tank Egypt" program were positive at 60%, then neutral at 29.5%, and finally negative at 10.5%, with an arithmetic average of 0.4950. Regarding the measure of the level of entrepreneurial culture among Egyptian youth, the high level was at 62.0%, followed by moderate

\* Associated Professor, Department of Radio and Television, Faculty of Mass Communication for Girls, Cairo – Al-Azhar University

levels at 27.5%, and finally low levels at 10.5%, with an arithmetic average of 2.5150. The study proved the validity of the hypothesis that there is a statistically significant relationship between the degree of reliance on the "Shark Tank Egypt" program and the level of entrepreneurial culture among youth.

**Keywords:** youth exposure, reality TV program, Shark Tank Egypt, entrepreneurial culture

### المقدمة:

انتشرت برامج تليفزيون الواقع في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، واعتمدت هذه البرامج على شخصيات غير محترفة كمشاركين في هذه البرامج، وتم ضمان شعبية تليفزيون الواقع من خلال نسب المشاهدة المستمرة والمتزايدة، مما يعتبر دليلاً على اجتذابها للجماهير في معظم أنحاء العالم.<sup>(1)</sup>

ويعد برنامج شارك تانك (Shark Tank) برنامج تليفزيوني واقعي أمريكي ظهر لأول مرة عام ٢٠٠٩، مشتق من برنامج Dragons' Den الشهير في المملكة المتحدة وكندا وهو مستمد من البرنامج الياباني الأصلي (Tigers of Money) والذي يركز على ريادة الأعمال ورأس المال الاستثماري ويعرض التفاعل بين رواد الأعمال الناشئين ورجال الأعمال المستثمرين.<sup>(2)</sup> حيث يمنح أسماك القرش (المستثمرون) رواد الأعمال الناشئين الفرصة لتأمين صفقات تجارية يمكن أن تجعلهم من رجال الأعمال فيما بعد.

كما أن برنامج شارك تانك (Shark Tank) من برامج تليفزيون الواقع التي حظيت بمشاهدة عالية في الولايات المتحدة الأمريكية حيث بلغ عدد مشاهدي البرنامج في المتوسط ٦.٧٢ مليون مشاهد في الولايات المتحدة لكل موسم، حيث بلغ أدنى مستوى له ٤.٨١ في الموسم الأول و ٩.١٣ في الموسم السادس، وهو البرنامج الأكثر مشاهدة في الفئة العمرية من ١٨ إلى ٤٩ عاماً.<sup>(3)</sup> كما أنه تم عرض ١٤ موسماً من هذا البرنامج في الولايات المتحدة ليصبح البرنامج الأول في عالم المال والأعمال على مستوى العالم، كما أنه تم إنتاج البرنامج في ٤٦ دولة مختلفة.

وهو ما دعى الإعلام العربي لمحاكاة هذا البرنامج الشهير بنسخ عربية متعددة منها النسخة المصرية (شارك تانك مصر) المقدم على قناة cbc بالإضافة لعرضه على منصة Watch it، وقد تم تقديم موسمين من البرنامج، حيث بدأ الموسم الأول منه في يناير ٢٠٢٣م، وشهد وزير الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات فعاليات إطلاق النسخة المصرية من البرنامج، حيث بدأ الموسم الأول للبرنامج بوجود خمس مستثمرين في مجالات مختلفة في عالم المال

والأعمال، يطلق عليهم لفظ الشاركس، وتم عرض الموسم الثاني في ٢٥ أكتوبر ٢٠٢٣م، ويتم الإعلان حالياً عن بدأ التقديم للموسم الثالث.

وتعتبر ريادة الأعمال والابتكار أمراً ضرورياً للنمو الاقتصادي، وكما أن عنصر التمويل أمراً مهماً للتمكين الاقتصادي وبالأخص لدى الشباب. وتعد المسابقات الترفيهية التليفزيونية من بين مجموعة متنوعة من الأساليب لتوفير التمويل والتوجيه في مرحلة مبكرة لرواد الأعمال.<sup>(٤)</sup>

حيث أن برنامج شارك تانك يسلط الضوء على بيئة ريادة الأعمال والشركات الناشئة، وهو ما يعزز دور الإعلام كشريك أساسي لدعم جهود الدولة في تمكين الشباب وتنمية قطاع ريادة الأعمال. وتشكل وسائل الإعلام المختلفة إحدى الدعام الأساسية في التمكين الاقتصادي للشباب بسبب قوة تأثيرها في نشر الأفكار والآراء والمعلومات المختلفة ومن بينها فكر ريادة الأعمال وترويج الفرص الاستثمارية، باعتبار أن الإعلام الاقتصادي أصبح صناعة مهمة، وأن مجال ريادة الأعمال المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي ومساهما مهماً في خلق فرص عمل وابتكارات جديدة.

وقد تم اختيار فئة الشباب حيث أشارت الدراسات أنه كلما تعرض الفرد لثقافة ريادة الأعمال في وقت مبكر وعلى نطاق أوسع زاد من احتمالية أن يصبح من رواد الأعمال بشكل أو بآخر في مرحلة ما من حياته.<sup>(٥)</sup>

### الدراسات السابقة:

يمكن تناول الدراسات السابقة المرتبطة ببرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك (SharkTank) على النحو التالي:

دراسة (أمال محمد سعدي ٢٠٢٤)<sup>(٦)</sup> التي استهدفت الكشف عن مقومات التسويق الابتكاري في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتي تم عرضها من خلال برنامج شارك تانك مصر، وكشفت نتائج الدراسة أن أغلب رواد الأعمال يستعينوا بتوظيف أحد مقومات المزيج التسويقي المتمثلة في الابتكار في (المنتجات، والترويج، والتوزيع، والتسعير) وليس شرطاً أن يوظف جميع عناصر المزيج التسويقي، حيث إن بعض المشروعات تبني استراتيجية الابتكار في الخدمات والمنتجات المقدمة من خلال منتجات متطورة وغير مألوفة، وأخرى تستعين بطرق توزيع أماكن جديدة وفتح أسواق جديدة، والبعض الآخر يعتمد استراتيجية التسعير كميزة تنافسية لها، كما بينت الدراسة أن أغلب المشروعات المطروحة قد يكون لها دور تحفيزي وتشجيعي مهم لالهام الشباب بأفكار مبتكرة للبدء في مشروعاتهم.

على جانب آخر هدفت دراسة (Huiyu Zhang & others, 2024)<sup>(٧)</sup> التعرف على العملية التفاعلية لتخفيف الخلاف في برنامج تليفزيوني واقعي صيني لرأس المال

الاستثماري، وذلك من خلال تحليل لغوي متعمق ل ١٢ حالة من حالات الخلاف في برنامج نحن البطل وهي النسخة الصينية لبرنامج شارك تانك، وكشفت نتائج الدراسة أن الخلاف كان غير مفضلاً إلا أنه كان بمثابة وسيلة إعلامية وتعليمية وثقافية ومسلية في نفس الوقت، وأن الخلافات في كثير من الأحيان كانت تبدأ من قبل المستثمرين وإن كانت غير مباشرة، كما أوضحت أنه تم تخفيف حدة الخلاف من قبل المشاركين باستخدام أدوات لغوية مثل التفسيرات والأسئلة والفكاهة بالإضافة إلى الأدوات شبه اللغوية مثل تعبيرات الوجه والحركات الودية.

في حين تناولت دراسة (Jesica Jaye Ranieses & others, 2024)<sup>(٨)</sup> تأثير العروض المقدمة على المشاركين فيها، ومدى فعاليتها في الحصول على التمويل المالي والتوجيه وتأثيرها على نمو الأعمال، وأوضحت نتائج الدراسة أن العرض النهائي كان فعالاً في توفير فرص التمويل والإرشاد للشركات الناشئة في مجال الأعمال الخضراء، كما أشارت إلى أن التوجيه لم يكن سوى مساهما جزئياً في طول عمر الشركة ونموها، وأن التمويل المقدم من المستثمرين بالبرنامج سهل من تحقيق الأفكار وتوسيع الأعمال.

بينما اهتمت دراسة (Sumagna Bhowmick & Ritesh Shahi, 2024)<sup>(٩)</sup> بالتعرف على ديناميكية النوع الاجتماعي وذلك باستخدام اللغة كأداة تفسيرية لتقييم الخصائص النفسية والدوافع والقيم والأساليب اللغوية لرائدات الأعمال المشاركات كحكام في برنامج شارك تانك الهندي، وأظهرت نتائج الدراسة أدلة على النضج بين الجنسين في ريادة الأعمال، وأن رائدات الأعمال لديهن تصرفات متوازنة ومستقرة، وفيما يتعلق بالتفاعل مع وسائل الإعلام فقد أوضحت النتائج أن رائدات الأعمال لديهن تفاعلاً أعلى بكثير من نظرائهن من الرجال، أما يتعلق باستخدام اللغة فقد أشارت النتائج أن رائدات الأعمال يستخدمن لغة ذكورية أكثر من الرجال.

وفي سياق آخر سعت دراسة (BradleyTurner, 2023)<sup>(١٠)</sup> لاستكشاف شروط الإقناع السردي من خلال دراسة نوعية السرد القصصي في العروض التقديمية من قبل رواد الأعمال ببرنامج شارك تانك (Shark Tank)، وبينت نتائج الدراسة أن جميع رواد الأعمال عند الرد على أسئلة المستثمرين، فإن ثلثهم فقط يرون قصة في العرض التقديمي، وحتى عندما يعترف المستثمرون بمثل هذه القصص باعتبارها عالية الجودة ومتماسكة ومؤثرة إلا أنهم يتجاهلونها أو يرفضونها أو يعارضونها ويطلبون بدلاً من ذلك بالبيانات والحقائق والمعلومات.

وحيث هدفت دراسة (Michael Jetter & Kieran Stockley, 2023)<sup>(١١)</sup> التعرف على ما إذا كان التوافق بين الجنسين مع رواد الأعمال يرتبط باحتمال قيام المستثمرين بتوسيع عروض التمويل في البرنامج التليفزيوني شارك تانك (Shark Tank)، وأوضحت نتائج الدراسة أن المستثمرات أكثر احتمالاً بنسبة ٣٥% للتعامل مع رائدات الأعمال بدلاً من

الذكور، إلا أن النتائج أوضحت أن هذه النتيجة تظل حصرية لفئات المنتجات التي لا يهيمن عليها الذكور، كما أنه يقتصر على المشاريع ذات تقييمات الطلب المنخفضة.

بينما تناولت دراسة (Mohamed Hassan, 2023)<sup>(١٢)</sup> تأثير برنامج شارك تانك التليفزيوني على أنشطة ريادة الأعمال بين رواد الأعمال المصريين، وأظهرت نتائج الدراسة اتفاق غالبية رواد الأعمال على أن برنامج شارك تانك (Shark Tank) ساعدهم في التسويق لمنتجاتهم وزيادة مبيعاتهم والوصول إلى هدفهم وجمهورهم، وانتشار العلامة التجارية لهم، كما أشار عدد من رواد الأعمال أن برنامج شارك تانك يمكن أن يشجع الآخرين على تنفيذ مشروعاتهم وأعمالهم التجارية الخاصة.

وهدف دراسة (Pranjal Shah 2023)<sup>(١٣)</sup> التعرف على دور عامل النوع الاجتماعي في قرارات الاستثمار، وتشير نتائج الدراسة إلى أن الجنس يلعب دورا بارزا في تشكيل قرارات الاستثمار مع ظهور أنماط متميزة بين المستثمرين الذكور والإناث، حيث تميل النساء إلى اتباع نهج أكثر تجنباً للمخاطرة مع إعطاء الأولوية للاستثمار على المدى الطويل والتنوع في محافظهن الاستثمارية، من جانب آخر يظهر الذكور من المستثمرين ميلاً أكبر للمخاطرة، وميلاً أكبر نحو استراتيجيات الاستثمار الجريئة، كما أوضحت الدراسة أنه لا تزال التحيزات والقوالب النمطية بين الجنسين قائمة في صناعة الاستثمار، وهو ما يؤثر على المرأة في الوصول إلى المعلومات والموارد المالية والفرص الاستثمارية، وتؤكد الدراسة على ضرورة تعزيز المساواة بين الجنسين في مجال التمويل.

في نفس الاتجاه استهدفت دراسة (Shaid Hussian & others, 2023)<sup>(١٤)</sup> التعرف على تأثيرات التنوع بين الجنسين على قرارات الاستثمار من خلال دراسة حالة لبرنامج شارك تانك (Shark Tank)، وبينت نتائج الدراسة أن رائدات الأعمال ببرنامج شارك تانك لا يواجهن التمييز من حيث معدلات نجاحهن بصرف النظر عن نوعية منتجاتهم، وبالرغم من ذلك فقد كشف الباحثون أن رائدات الأعمال يميلن إلى الحصول على تقييمات منخفضة سواء في التقييم الذاتي من قبل المستثمرين أو في الصفقات النهائية، كما أشارت الدراسة إلى وجود فجوة بين الجنسين مفروضة ذاتياً في رأس المال الاستثماري. كما أنها أوضحت أن رواد الأعمال من الذكور يميلون إلى المبالغة في تقدير قيمة المشاريع الخاصة بهم.

بينما اهتمت دراسة (Maude Lavanchy & others, 2022)<sup>(١٥)</sup> بالتعرف على ديناميكية التفاوض بين رواد الأعمال والمستثمرين ببرنامج شارك تانك الأمريكي المقدم على قناة ABC، وكشفت نتائج الدراسة أن رواد الأعمال الذين يقدمون في البداية قدراً أقل من شركتهم للمستثمرين هم أكثر عرضة لتلقي عروض الاستثمار، كما أن رواد الأعمال الذين يقدمون عروضاً تتميز بالجودة هم الأكثر فرصاً في تلقي عرض استثماري، كما أوضحت الدراسة أن المفاوضات بين رواد الأعمال والمستثمرين تميل إلى التركيز على حصة الأسهم

أكثر من مبلغ الاستثمار، كما أشارت الدراسة إلى أن رواد الأعمال الذين نجحوا في تحريض أسماك القرش (المستثمرون) ضد بعضهم البعض يحصلون على شروط الصفقة أقرب إلى طلبهم المبدئي.

في حين هدفت دراسة (Caspar David Peter & Jochen Pierk, 2021)<sup>(١٦)</sup> التعرف على ما إذا كانت وسائل الإعلام تعزز أنشطة ريادة الأعمال، وأظهرت نتائج الدراسة أن عدد الشركات المسجلة حديثًا يزداد خاصة في السنة الأولى من بدء بث البرنامج، حيث أن برنامج شارك تانك (Shark Tank) يزيد من عدد الشركات المسجلة حديثًا بقوة أكبر في البلدان التي لديها إمكانات أكبر للتعلم من تلك العروض مقارنة بالبلدان التي لديها بالفعل مستوى تعليمي مرتفع بين السكان، كما أشارت إلى سلوك المشاهدين وأن البرنامج يحفزهم لبدء أعمالهم التجارية الخاصة، كما يمكنهم من تطوير وتقديم أفكار تجارية للمستثمرين من خلال مراقبة العروض الناجحة وغير الناجحة.

واستهدفت دراسة (Huiyu Zhang & others, 2021)<sup>(١٧)</sup> التعرف على العلاقة بين التباين الثقافي والقوة والخلاف وأدوات التخفيف وذلك استنادًا إلى تحليل برنامجين مختلفين برنامج Shark Tank في الولايات المتحدة الأمريكية وبرنامج Dragons' Den في الصين، وكشفت نتائج الدراسة أن الأداء اللغوي للمستثمرين يُظهر تكرارًا وتباينًا أكبر في كل من الخلاف وكذلك التخفيف، وفيما يتعلق بدور التنوع الثقافي، فأوضحت أن المشاركين الصينيين يستخدمون عبارات النفي أكثر من نظرائهم الأمريكيين. وفي الوقت نفسه، يختار المشاركون الصينيون والأمريكيون صيغًا مختلفة لتخفيف الخلافات: ففي الولايات المتحدة، يميل المستثمرون في Shark Tank إلى بدء الخلافات من خلال فرض الصراحة، ويميل رجال الأعمال إلى التخفيف من حدة هذه الخلافات من خلال تقديم التفسيرات، بينما يميل المستثمرون في "عرين التنين الصيني" إلى نطق النفي ثم التخفيف من حدة الخلافات لهم مع التصفيات، كما أن رواد الأعمال ذوو القوة المتزايدة يبدأون في تحدي المستثمرين من خلال طرح أسئلة مختلفة عليهم، ومع ذلك يبدو أن هذا التغيير في علاقات القوة أكثر صعوبة في السياق الصيني.

كما تناولت دراسة (Lennard Hohl & others. 2021)<sup>(١٨)</sup> تأثير التنوع بين الجنسين في قرارات الاستثمار من خلال دراسة للبرنامج الأمريكي شارك تانك، وكشفت نتائج الدراسة إلى أن رائدات الأعمال لا يتعرضن للتمييز في معدلات نجاح العروض التقديمية بغض النظر عن البيئات الصناعية الخاصة بهن، كما أن رواد الأعمال من الذكور بالغوا في تقدير قيمة مشاريعهم، حيث أن قيمة صفقات الإناث أقل بكثير، وأظهرت الدراسة الفجوة بين الجنسين في ريادة الأعمال والاستثمار.

بينما ركزت دراسة (Luca M Mayer. 2021)<sup>(١٩)</sup> على أوجه التشابه والاختلاف الرئيسية بين مقدمي العروض الناجحين وغير الناجحين ببرنامج شارك تانك (SharkTank)،

وأوضحت نتائج الدراسة أن العروض المقدمة من كلا الجانبين كان لها ميل قوي نحو التجانس في معظم الجوانب التي تم تحليلها مثل الابتسامة والتواصل بصريا مع المستثمرين، إلا أنه كانت هناك بعض الاختلافات حيث تميزت أحد العروض بثقة أعلى وقلق أقل، كما أنها نقلت خبراتهم للجمهور وقاموا بصياغة توقعات مباشرة للجمهور عن المنتج بشكل متكرر.

في حين أوضحت دراسة (Lan TM Nguen & others, 2020)<sup>(٢٠)</sup> أن برنامج شارك تانك التليفزيوني وسيلة جديدة وفعالة للشركات المبتكرة للحصول على التمويل والدعم من صناديق رأس المال الاستثماري لتسويق ابتكاراتها، وقد اعتمدت الدراسة على بيانات من خلال ثلاثة مواسم من برنامج SharkTankVietnam ، وبينت الدراسة أن رعاية الابتكار بشكل أساسي يتم من خلال التمويل الحكومي، كما أوضحت أن رواد الأعمال الذين لديهم ابتكار منتج لديهم فرصا أكبر للحصول على التمويل والحصول على مبلغ تمويل أعلى، كما توضح الدراسة أن مستثمرو رأس المال يوفروا قدرا كبيرا من التمويل.

وتناولت دراسة (Baylee Smith & Angelino Viceisza, 2018)<sup>(٢١)</sup> التعرف على دور التمويل والتوجيه في برنامج شارك تانك (Shark Tank) الأمريكي المقدم على قناة ABC كمسار لريادة الأعمال، وكشفت الدراسة أن نية التمويل في البرنامج تكون على المدى القصير وليس على المدى الطويل، كما أشارت الدراسة أن فرق رواد الأعمال والمتنافسين التي تضم نسبة أكبر من النساء وتتلقي عددا أكبر من العروض أثناء عملية التفاوض تكون أقل احتمالا للبقاء على المدى الطويل مقارنة بالفرق التي لديها نسب مماثلة من الذكور، كما كشفت الدراسة أن برنامج شارك تانك ليس له تأثيرات كبيرة على الابتكار.

وركزت دراسة (CP Moreau, 2018)<sup>(٢٢)</sup> على تنوع الخطاب في مجال ريادة الأعمال وإنشاء مساحة تسويقية والتواصل معها في برنامج تليفزيون الواقع عالي المخاطر شارك تانك (Shark Tank)، وتصف هذه الدراسة عروض ريادة الأعمال بشكل رئيسي من خلال تحليل عشرة عروض مقدمة في هذا البرنامج، وأظهرت النتائج أن تقديم العرض هو نوع بلاغي معقد يضمن خمس حركات ذات سمات لغوية مختلفة تشمل التحية والتقديم والطلبات والتقييمات السلبية والإيجابية والأسئلة واستراتيجيات المشاركة.

في حين تناولت دراسة (Margaret Cairnes, 2016)<sup>(٢٣)</sup> التحيزات بين الجنسين في برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك (Shark Tank)، الذي يركز على ريادة الأعمال وذلك من خلال تحليل محتوى البرنامج، وأوضحت نتائج الدراسة أن الفرق التي تضم رائدة أعمال كانت أكثر نجاحا في الحصول على صفقة تمويل، كما أشارت إلى أن الفرق التي استخدمت الجاذبية العاطفية تلقت عروضاً وصفقات أكثر من الفرق التي لم تستخدم هذا الأسلوب، وكشفت الدراسة عدم وجود تحيز ضد المتسابقات أو أي صور نمطية سلبية.



في نفس الاتجاه هدفت دراسة (Tyler Hunt, 2016)<sup>(٢٤)</sup> التعرف على الاختلافات بين الجنسين في تمويل رأس المال الاستثماري ببرنامج شارك تانك (Shark Tank) على قناة ABC الأمريكية، وبينت نتائج الدراسة أنه على الرغم من وجود أعمال ومشاريع نسائية مماثلة أو أفضل من نظرائهن من الرجال، فإن النساء يطلبن تقييمات أقل ويقبلن الصفقات بنسبة مئوية أقل مما يطلبنه مقارنة بالرجال.

#### ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة تبين الآتي:

من خلال ما تم استعراضه من الدراسات السابقة والتي تتصل بموضوع الدراسة لاحظت الباحثة ما يلي: ركزت أغلب الدراسات على تأثير عامل النوع في برنامج شارك تانك مثل دراسة (Sumagna Bhowmick & Ritesh Shahi, 2024)، ودراسة (Michael Jetter & Kieran Stockley, 2023)، ودراسة (Pranjal Shah, 2023) ودراسة (Shaid Hussian & others, 2023)، ودراسة (Lennard Hohl & others, 2021)، ودراسة (Margaret Cairnes, 2016)، ودراسة (Tyler Hunt, 2016)، كما أن أغلب الدراسات جاءت تحليلية لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك الأمريكي، وقد لاحظت الباحثة عدم وجود دراسات عربية تناولت برنامج شارك تانك بنسخة الأجنبية المختلفة، بالإضافة أيضا لعدم وجود أي دراسة عربية تناولت برنامج شارك تانك مصر باستثناء دراسة (أمال محمد سعدي، ٢٠٢٤) والتي أوضحت أن أغلب المشروعات المطروحة قد يكون لها دورا تحفيزيا وتشجيعيا مهما لالهام الشباب بأفكار مبتكرة للبدء في مشروعاتهم، وهو ما دفع الباحثة لدراسة تلك الظاهرة.

#### مشكلة الدراسة:

انتشرت برامج تليفزيون الواقع في العالم، وواصلت هذه النوعية من البرامج نجاحها عاما بعد آخر مما جعل هذا النوع من البرامج بمثابة عمل تجاري ناجح مقارنة بغيره من أنواع الإنتاج البرامجي، وأصبحت ظاهرة مجتمعية تجذب الشباب ممن يتابعون هذه النوعية من البرامج ويتعاطفون مع المشاركين فيها وينبهرون بها.<sup>(٢٥)</sup> حيث اكتسبت عروض برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك شعبية كبيرة، حيث يقدم رواد الأعمال أفكارهم للمستثمرين على أمل الحصول على التمويل، ومع ذلك فإن تركيز هذه العروض قائم على عملية الترويج في حد ذاتها.<sup>(٢٦)</sup>

وتعتبر ريادة الأعمال محركا أساسيا لتغيير ثقافة المجتمع وذلك عن طريق تغيير الأعمال، وسعي الفرد لما يتوفر لديه من ثقافة ريادية تمكنه من بدء مشروعات خاصة وإدارتها ومواصلة تطويرها.<sup>(٢٧)</sup>

كما أن لنشر ثقافة ريادة الأعمال أهمية كبيرة وبشكل خاص لدى الشباب، مما تسهم في خلق فرص عمل جديدة لهم وتشجيع الأفكار المبتكرة وبالتالي تحسين الدخل وتطوير المجتمع، فالمجتمع الذي تسود عقلية ريادة الأعمال بين أبنائه يصبح مجتمعا متطورا قادرا على العطاء.

ويسلط برنامج شارك تانك الضوء على ريادة الأعمال والابتكار، حيث يتنافس رواد أعمال على فرصة لإقناع لجنة مكونة من مجموعة من المستثمرين في مجال المال والأعمال بمشروع تجاري يستحق التمويل والدعم من قبل هؤلاء المستثمرين.

ولذلك يمكن بلورة مشكلة البحث في التعرف على تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر (SharkTank Egypt) ودوره في نشر ثقافة ريادة الأعمال.

#### أهمية الدراسة:

- 1- على الرغم من أن ظاهرة تليفزيون الواقع ظهرت مبكرا في مجال البحث العلمي إلا أن الأبحاث العربية تركزت على نوعية البرامج الترفيهية، ولم تتوصل الباحثة لأي دراسة عربية عن برنامج شارك تانك بنسخه المختلفة باستثناء دراسة (أمال محمد سعدي ٢٠٢٤).
- 2- نسب المشاهدة المرتفعة التي يحظى بها برنامج شارك تانك بنسخه المختلفة، مما دفع الباحثة لدراسة معدلات تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر، وعلاقة هذا التعرض لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك بنشر ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.
- 3- تنطلق أهمية الدراسة الحالية من كونها تهتم بمجال مهم وهو ريادة الأعمال، وأهمية ثقافة ريادة الأعمال وعملية التمكين الاقتصادي للشباب تماشيا مع رؤية الدولة في تنمية المشروعات وتسهيل البيئة الاستثمارية للشباب.
- 4- كما تتبع أهمية الدراسة من أهمية الفئة المستهدفة وهي الشباب المصري وقود عجلة التنمية المستدامة، ودورهم في تطوير وبناء المجتمع.

#### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- التعرف على مستوى تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر.
- رصد أنماط نشاط مشاهدة الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر.
- الكشف عن أهم أفكار المشروعات المفضلة لدى الشباب المصري المقدمة في برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر.

- الوقوف على المصادر التي يعتمد عليها الشباب المصري في التعرف على ثقافة ريادة الأعمال
- التعرف على درجة اعتماد الشباب المصري على برنامج شارك تانك مصر في التعرف على ثقافة ريادة الأعمال.
- الكشف عن دوافع اعتماد الشباب المصري على برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر في التعرف على مجال ريادة الأعمال.
- قياس التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب المصري على برنامج شارك تانك مصر في التعرف على ثقافة ريادة الأعمال.
- التعرف على النسخ المفضلة من برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك لدى الشباب المصري.
- قياس اتجاهات الشباب المصري نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر.
- قياس مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري.

#### تساؤلات وفروض الدراسة:

#### أولا تساؤلات الدراسة:

#### تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما مستوى تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر؟
- ٢- ما أنماط نشاط مشاهدة الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر؟
- ٣- ما أهم أفكار المشروعات المقدمة في برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر المفضلة لدى الشباب المصري؟
- ٤- ما المصادر التي يعتمد عليها الشباب المصري في التعرف على ثقافة ريادة الأعمال؟
- ٥- ما درجة اعتماد الشباب المصري على برنامج شارك تانك في التعرف على ثقافة ريادة الأعمال؟
- ٦- ما دوافع اعتماد الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر في التعرف على مجال ريادة الأعمال؟
- ٧- ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب المصري على برنامج شارك تانك مصر في التعرف على ثقافة ريادة الأعمال؟
- ٨- ما النسخ المفضلة من برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك لدى الشباب المصري؟
- ٩- ما اتجاهات الشباب المصري نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر؟
- ١٠- ما مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري؟

### فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لبرنامج شارك تانك مصر وبين الاتجاه نحوه.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.

**الفرض الثالث:** علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ودرجة الاعتماد عليه في التعرف على مجال ريادة الأعمال وبين الاتجاه نحوه.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب المصري والاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر.

### نوع ومنهج الدراسة:

#### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها، ومحاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر الظاهرة المحددة.

وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها<sup>(٢٨)</sup> والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تقرير خصائصها هي التعرف على تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر (SharkTank Egypt) ودوره في نشر ثقافة ريادة الأعمال.

#### منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الراهنة على منهج المسح، والذي يعتبر من أبرز المناهج المرتبطة بالدراسات الوصفية، ويستهدف هذا المنهج تسجيل الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها،<sup>(٢٩)</sup> من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها.<sup>(٣٠)</sup> حيث تقوم الباحثة باستخدام مسح الجمهور على عينة من الشباب المصري.

تعرض الشباب المصري لبرنامج تلفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري.  
عينة الدراسة: تم إجراء هذه الدراسة الميدانية على عينة عمدية من الشباب المصري قوامها ٤٠٠ مفردة من مشاهدي برنامج شارك تانك مصر.  
السمات العامة لعينة الدراسة:

جدول رقم (أ)

يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير	ك	%	ن	%
النوع	ذكر	٢٠٥	٤٠٠	٥١.٢٥
	أنثى	١٩٥		٤٨.٧٥
العمر	أقل من ٢٥ عامًا	١٥٦	٤٠٠	٣٩.٠
	من ٢٥ لأقل من ٣٠ عامًا	١٢٥		٣١.٢٥
	من ٣٠ إلى ٣٥ عامًا	١١٩		٢٩.٧٥
التعليم	متوسط	١٠٨	٤٠٠	٢٧.٠
	جامعي	٢٢٠		٥٥.٠
	فوق جامعي	٧٢		١٨.٠
إجادة اللغات الأجنبية	لا أجيد	٢٨	٤٠٠	٧.٠
	ضعيف	٧١		١٧.٧٥
	جيد	٢٤٨		٦٢.٠
	ممتاز	٥٣		١٣.٢٥
الوظيفة	قطاع خاص	١١٤	٤٠٠	٢٨.٥
	قطاع حكومي	٤٥		١١.٢٥
	أعمال حرة	٧٢		١٨.٠
	لا يعمل	١٦٩		٤٢.٢٥
نمط التعليم	حكومي	٢٦٤	٤٠٠	٦٦.٠
	خاص	١٣٦		٣٤.٠
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	١١٤	٤٠٠	٢٨.٥
	متوسط	٢٢٧		٥٦.٧٥
	مرتفع	٥٩		١٤.٧٥

تشير بيانات الجدول (أ) أن نسبة ٥١.٢٥% من أفراد العينة كانوا ذكورا ونسبة ٤٨.٧٥% من أفراد العينة إناثا، فيما يتعلق بالعمر فقد بلغ نسبة أفراد العينة التي تتراوح

أعمارهم أقل من ٢٥ عاماً ٣٩%، في حين بلغت نسبة أفراد العينة التي بلغت أعمارهم من ٢٥ عاماً لأقل من ٣٠ عاماً ٣١.٢٥%، كما بلغ نسبة أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً ٢٩.٧٥%، فيما عكست عينة الدراسة المستويات التعليمية التالية: مؤهل جامعي بلغ نسبته ٥٥%، كما بلغ نسبة المؤهل المتوسط ٢٧%، وبلغ نسبة المؤهل فوق الجامعي ١٨%، وفيما يتعلق بإجادة اللغات الأجنبية فقد جاء " جيد في المقدمة بنسبة ٦٢%، يليه ضعيف بنسبة ١٧.٧٥%، ثم ممتاز ١٣.٢٥%، وأخيراً لا أجيد بنسبة ٧%، فيما يتعلق بالوظيفة فقد بلغ نسبة لا يعمل ٤٢.٢٥%، كما بلغ نسبة القطاع الخاص ٢٨.٥%، وبلغ نسبة الحكومي بنسبة ١١.٢٥%، كما بلغ أعمال حرة بنسبة ١٨%، فيما يتعلق بنمط التعليم فقد جاء حكومي بنسبة ٦٦%، بينما جاء الخاص بنسبة ٤٤%، وتضمنت العينة المستويات الاقتصادية الاجتماعية التالية متوسط بنسبة ٥٦.٢٥%، منخفض بنسبة ٢٨.٥%، مرتفع بنسبة ١٤.٢٥%.

#### الإطار الزمني للدراسة:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية على أفراد العينة في الفترة من ٢٠٢٤/٥/١ إلى ٢٠٢٤/٦/١٥

#### أداة جمع بيانات الدراسة:

تمثلت أداة جمع بيانات الدراسة الميدانية في صحيفة الاستقصاء، حيث استخدمتها الباحثة باعتبارها إحدى الوسائل المستخدمة لجمع المعلومات والبيانات من الأشخاص.

#### إجراءات الصدق والثبات:

##### أولاً: إجراءات الصدق:

قامت الباحثة بعرض الاستمارة الميدانية على مجموعة من المحكمين<sup>(٣١)</sup>، للحكم على مدى صلاحيتها وملائمتها للدراسة .

##### ثانياً: إجراءات الثبات:

للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة تم استخدام معامل ألفا كرونباخ Spearman- Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان - براون - Guttman Split-Half Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Coefficient

جدول رقم (ب) التحقق إحصائياً من ثبات مقاييس الدراسة

م	المقياس	عدد العبارات	معامل (ألفا كرونباخ)	معامل ارتباط سبيرمان - براون	معامل جتمان (التجزئة النصفية)
١	مقياس كثافة المشاهدة	٢	٠.٨٣٧	٠.٨٣٧	٠.٨٣٧
٢	مقياس أنماط المشاهدة	٩	٠.٧٣٣	٠.٧١٤	٠.٧١٣
٣	مقياس دوافع الاعتماد	١٠	٠.٩٧٥	٠.٩٢٥	٠.٩٢٥
٤	مقياس التأثيرات الناتجة عن الاعتماد	٩	٠.٩٥٤	٠.٩٣٨	٠.٩٢٥
٥	مقياس الاتجاه	١٥	٠.٩٦٧	٠.٩١٩	٠.٩١٨
٦	مقياس مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب	١٥	٠.٩٨٩	٠.٩٧٩	٠.٩٧٨
	إجمالي مقاييس الدراسة	٦٠	٠.٩٨٧	٠.٩٧٨	٠.٩٧١

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (٠.٧٣٣) و(٠.٩٨٩)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠.٩٨٧). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سبيرمان - براون بين (٠.٧١٤) و(٠.٩٧٩)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠.٩٧٨)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (٠.٧١٣) و(٠.٩٧٨)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠.٩٧١)، وهي قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبيان وثباته.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (SPSS) (Statistical Package for Social Science). وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة Frequency. والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.

- معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان - براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠٠، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠.٣٠٠ : ٠.٦٠٠، وقوية إذا كانت أكثر من ٠.٦٠٠.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ ٠.٠٥، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

الإطار النظري:

- مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

يقصد بالاعتماد تلك الدرجة التي يعتمد بها الفرد على وسائل الإعلام من حيث كونها مصدراً رئيساً لتحقيق رغبته وتلبية حاجاته النفسية والاجتماعية.<sup>(٣٢)</sup>

ويتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدامه للوسيلة الإعلامية، وكلما كانت الوسيلة لها دوراً هاماً في حياة الفرد كلما زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية، وبالتالي تنشأ العلاقة بين درجة الاعتماد على الوسيلة وتأثيراتها لدى الفرد.<sup>(٣٣)</sup>

وقد حدد ديلفير وبول روكنيس مجموعة من الآثار التي تنتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام والتي توضح العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور.<sup>(٣٤)</sup>، وتتمثل تلك الآثار في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.



### تطبيق نظرية الاعتماد في هذه الدراسة:

بما أن الهدف من هذه الدراسة مرتبط بالتعرف على مدى اعتماد الشباب المصري - عينة الدراسة- على برنامج شارك تانك مصر كوسيلة ومصدر رئيس في الحصول على معلومات حول ثقافة ريادة الأعمال؛ لذلك تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، باعتبار أنها تسعى إلى قياس دور برنامج شارك تانك مصر في نشر ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب، حيث استفادت الباحثة من هذه النظرية في التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري عينة الدراسة على برنامج شارك تانك مصر في التعرف على ثقافة ريادة الأعمال، وكذلك التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية جراء هذا الاعتماد، إضافة إلى التعرف على اتجاهات الشباب المصري نحو برنامج شارك تانك مصر، وقياس مستوى ثقافة ريادة الأعمال لديهم.

### الإطار المعرفي:

#### ثقافة ريادة الأعمال:

في ضوء تحول الاهتمام على المستوى العالمي نحو ريادة الأعمال، اهتمت الدولة المصرية بمجال ريادة الأعمال ووضعت مادة كاملة في قانون الاستثمار الجديد رقم ٧٢ الصادر في ٢٠١٧ للنهوض بريادة الأعمال، كما أنها قامت بتأسيس شركة مصر لريادة الأعمال التابعة لوزارة الاستثمار والتعاون الدولي.<sup>(٣٥)</sup>

وقد شهدت السنوات الأخيرة اهتماما متزايدا بريادة الأعمال والتي تهتم بإشراك العديد من الفئات المجتمعية في النشاط الاقتصادي وذلك من خلال إقامة المشروعات ومنظمات الأعمال الخاصة،<sup>(٣٦)</sup> ولريادة الأعمال مكانة خاصة في المجتمع نظرا لقدرتها على إيجاد مشروعات جديدة وتبني الأفكار المبتكرة كأحد التوجهات العالمية للتطور الاقتصادي، فكلما زاد الاهتمام بريادة الأعمال زاد النمو الاقتصادي.<sup>(٣٧)</sup>

وتعد ثقافة ريادة الأعمال من العوامل الأساسية التي تحدد اتجاهات الأفراد نحو مبادرات ريادة الأعمال، إذ أن هذه الثقافة تسهم في إيجاد مشروعات ذات أفكار جديدة ينتج عنها خدمات ذات قيمة مضافة.

#### أهداف ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال:<sup>(٣٨)</sup>

- تشجيع الشباب على الابتكار والإبداع.
- تحسين دور الشباب في الاقتصاد والمجتمع.
- زيادة فرص نجاح الأعمال وغرس روح المبادرة والاستقلالية.
- زيادة الخبرات المعرفية لدى الشباب.

- تعزيز الثقة بالنفس لدى الشباب.
- تحسين عقلية ريادة الأعمال للشباب.

#### أبعاد ريادة الأعمال: (٣٩)

- المبادرة: وتهدف المبادرة تعميق مفهوم العمل الحر بين الشباب وتحفيزهم على إنشاء المشروعات، وترويج التفكير التجاري.
- المخاطرة: فالمخاطرة أن يجازف رواد الأعمال بطرح منتجات جديدة بغض النظر عن مخاطر المنافسة في الأسواق، كما أنها الرغبة في توفير موارد أساسية لاستثمار الفرص مع تحمل المسؤولية، لذا لا بد أن يكون لدى رواد الأعمال القدرة على قياس المخاطر بعقلانية.
- استثمار الفرص: وتتمثل في كيفية خلق الفرصة واكتشافها وتطويرها وتقييم اللامكانات المتاحة.
- الإبداع والابتكار: وهي قدرة رواد الأعمال على الخروج عن المألوف في التفكير، وتوجيه التفكير الإبداعي نحو متطلبات الحياة العملية واحتياجات سوق العمل.

ولقد اختلف الباحثون والتربويون في تحديد مهارات ريادة الأعمال التي يجب توافرها، حيث أشار معظمهم إلى عدد من المهارات منها التفكير الإبداعي، التخطيط، اتخاذ القرارات، الطموح، التسويق، الإقناع، التفاوض، تحمل المسؤولية، تحديد الأهداف، المخاطرة، الاعتماد على النفس، معرفة متطلبات سوق العمل، حل المشكلات. (٤٠) وقد تم تقسيم هذه المهارات إلى مهارات شخصية متمثلة في الطموح والابتكار وتحمل المسؤولية والثقة بالنفس، ومهارات إدارية تتمثل في التخطيط، وإدارة الفريق، واتخاذ القرارات، والجودة، ومهارات تجارية متمثلة في التفاوض والإقناع والتسويق. (٤١)

#### دور الإعلام في نشر ثقافة ريادة الأعمال :

تعد البرامج التليفزيونية من الوسائل الفعالة لريادة الأعمال وذلك من خلال العروض الترفيهية في تثقيف وتحفيز الجمهور نحو ريادة الأعمال، كما أنها تمثل قوة مؤثرة في تسويق مفاهيم وأفكار ريادة الأعمال وذلك من خلال الأفلام الوثائقية والقصص المميزة والإعلانات والبرامج التعليمية والتي يمكن من خلالها تثقيف وإلهام وإعلام رواد الأعمال الناشئين والراسخين مما يخلق تأثيرا إيجابيا على المجتمع. (٤٢)

وتعد برامج تليفزيون الواقع من أهم المواد الإعلامية التي تجذب الشباب بشكل كبير،  
وتقدم له المعلومات والترفيه على حد سواء، ومع تنوع مثل هذه البرامج.

وقد بدأت فكرة شارك تانك كبرنامج تليفزيوني أمريكي مبني على إمكانية الاستثمار في  
المشروعات الصغيرة أو الناشئة، وهو عبارة عن تقديم نقاط قوة وضعف مشروعاتهم للاستثمار  
وفق قيمة المشروع أمام لجنة حكام تتكون من مجموعة مستثمرين وهم الشاركنس ليبدأوا في  
تقييم المشروع إجمالاً وتقديم عرض استثماري لنجاح المشروع المقدم.<sup>(٤٣)</sup>

حيث تقوم الشركات الناشئة من مختلف المجالات بعرض فكرتها على لجنة المستثمرين  
ببرنامج شارك تانك على أمل عقد صفقة في شكل أسهم مقابل التمويل، ويتم تقسيم عملية  
الترويج والصفقة النهائية إلى مرحلتين المرحلة الأولى التي يتم فيها إتمام الصفقة والمرحلة  
الثانية مبلغ الصفقة.<sup>(٤٤)</sup>

### مفاهيم الدراسة:

#### الشباب:

يقصد بهم عموم الشباب المصري الذي تتراوح أعمارهم من سن ١٨ عاماً إلى ٣٥ عاماً  
من مشاهدي برامج تليفزيون الواقع.

#### برنامج تليفزيون الواقع:

هي نوعية من القوالب البرمجية غير المعدة مسبقاً وذات البث المباشر، تتضمن  
مجموعة من الشباب أصحاب شركات ناشئة يقدمون أفكاراً استثمارية لمشروعاتهم

#### برنامج شارك تانك مصر:

هو النسخة المصرية لبرنامج شارك تانك الأمريكي وهو برنامج تليفزيوني قائم على  
وجود مجموعة من المستثمرين يطلق عليهم لقب الشاركنس أو أسماك القرش حيث يمنح هؤلاء  
المستثمرون رواد الأعمال الناشئين الفرصة لتأمين صفقات تجارية يمكن أن تجعلهم من رجال  
الأعمال فيما بعد.

#### ثقافة ريادة الأعمال:

مجموعة الأفكار والآراء والسلوكيات والمهارات التي تدعم فكرة العمل الحر للشباب  
والقائمة على القدرة على إنشاء أعمال جديدة ومبتكرة من شأنها توفير فرص أفضل لمستقبل  
رواد الأعمال.

## نتائج الدراسة:

أولاً : الإجابة على تساؤلات الدراسة

### جدول رقم (١)

يوضح مقياس كثافة تعرض الشباب لحلقات برنامج شارك تانك مصر

مقياس كثافة التعرض	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المرتفع	١٥٧	٣٩.٢٩	٢.١٠٢٥	٠.٨٢٠٧٨
المستوى المتوسط	١٢٧	٣١.٧٥		
المستوى المنخفض	١١٦	٢٩.٠		
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠.٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر المستوى المرتفع لمستوى تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بنسبة ٣٩.٢٥%، يليه المتوسط بنسبة ٣١.٧٥%، وأخيراً المنخفض بنسبة ٢٩%.

وربما يرجع مجيء المستوى المرتفع في مستوى تعرض الشباب لبرنامج شارك تانك مصر يرجع إلى طبيعة المحتوى المقدم عبر البرنامج، والذي يتسم بكونه محتوى مهم لدى الشباب المصري، وهو ما يشير أيضاً إلى توجه الشباب لهذه النوعية من البرامج، وأنه يوفر لهم احتياجاتهم من المعارف والمعلومات المتعلقة بمجال ريادة الأعمال كما أنه يتناسب مع متطلبات الشباب واحتياجات سوق العمل ووسيلة لكسب المعلومات والمعارف والخبرات المختلفة في مجال ريادة الأعمال. فيأتي برنامج شارك تانك مصر والذي يقدم مجالات ريادة الأعمال ضمن سلسلة من الاهتمامات المختلفة للشباب

وهو ما يدل على شعبية برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك بنسخه المختلفة؛ من خلال نسب المشاهدة المستمرة والمتزايدة كما يعتبر دليلاً على اجتذابها للشباب وهو ما يتفق مع دراسة (Mthobeli Ngongo 2024)<sup>(٤٥)</sup>، كما أنه يتفق مع ما أشارت إليه الدراسات السابقة كونه البرنامج الأكثر مشاهدة في الفئة العمرية من ١٨ إلى ٤٩ عاماً، ليصبح البرنامج الأول في عالم المال والأعمال على مستوى العالم.<sup>(٤٦)</sup>

### جدول رقم (٢)

يوضح وسيلة متابعة الشباب لحلقات برنامج شارك تانك مصر

وسيلة المتابعة	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي	٣٣١	٨٢.٧٥
من خلال القناة	٢٩٩	٧٤.٧٥
موقع منصة Watch it	١٠٧	٢٦.٧٥
الإجمالي	٤٠٠	

تعرض الشباب المصري لبرنامج تلفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

توضح بيانات الجدول السابق أن ٨٢.٧٥% من أفراد الشباب المصري عينة الدراسة يتابعون حلقات برنامج شارك تانك مصر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، بينما أوضح ٧٤.٧٥% أنهم يشاهدون البرنامج عبر قناة cbc، في حين أن ٢٦.٧٥% فقط يتابعونها عبر منصة watch it.

وهو ما يشير إلى تعدد وسائل المشاهدة من قبل الشباب المصري وإن جاءت مواقع التواصل متفوقة على قناة cbc وربما يرجع ذلك إلى ارتباط الشباب بالوسائل التكنولوجية الحديثة والتي تمكنهم من متابعة المواد الإعلامية دون الارتباط بموعد محدد ، كما أن مجيء منصة watch it في مرتبة متأخرة ربما يرجع ذلك إلى أن البعض من أفراد العينة ليس لديهم اشتراك في هذه المنصات .

### جدول رقم (٣)

#### يوضح نشاط مشاهدة الشباب لحلقات برنامج شارك تانك مصر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						نشاط المشاهدة
				نادرا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٨٠٨٧	٢.٢٦٠	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٣.٠	٩٢	٢٨.٠	١١٢	٤٩.٠	١٩٦	١- أعرف مواعيد إذاعة البرنامج مسبقا
٠.٨١٣١	٢.١٦٨	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٦.٠	١٠٤	٣١.٣	١٢٥	٤٢.٨	١٧١	٢- أحرص على ألا تفوتني حلقة من حلقات البرنامج
٠.٧٥٩٢	١.٧٤٥	١٠٠.٠	٤٠٠	٤٤.٨	١٧٩	٣٦.٠	١٤٤	١٩.٣	٧٧	٣- أنهى جميع أعماله حتى أتفرغ لمشاهدة البرنامج
٠.٧٠٨٥	٢.٤٣٥	١٠٠.٠	٤٠٠	١٢.٨	٥١	٣١.٠	١٢٤	٥٦.٣	٢٢٥	٤- أركز في المضمون والمشروعات المقدمة في حلقات البرنامج
٠.٧٥٢٢	٢.٣٤٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١٧.٠	٦٨	٣٢.٠	١٢٨	٥١.٠	٢٠٤	٥- أتضيق لوجود فواصل إعلانية عند مشاهدة حلقات البرنامج
٠.٦٢٣١	١.٧٨٨	١٠٠.٠	٤٠٠	٣٢.٣	١٢٩	٥٦.٨	٢٢٧	١١.٠	٤٤	٦- أتحدث مع الآخرين أثناء المشاهدة

تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						نشاط المشاهدة
				نادرا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧١٣٣	٢.١٢٢	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٠.٠	٨٠	٤٧.٨	١٩١	٣٢.٣	١٢٩	٧- أتناقش مع الآخرين في مشروعات رواد الأعمال المقدمة بالبرنامج
٠.٦٥٠٤	٢.١٠٢	١٠٠.٠	٤٠٠	١٦.٥	٦٦	٥٦.٨	٢٢٧	٢٦.٨	١٠٧	٨- أتنبأ بمشروعات رواد الأعمال التي يمكنها الفوز في الحلقات القادمة
٠.٦٤٨٧	١.٤٨٥	١٠٠.٠	٤٠٠	٦٠.٠	٢٤٠	٣١.٥	١٢٦	٨.٥	٣٤	٩- لا أتذكر شيء من المشروعات المقدمة في البرنامج بعد انتهاء الحلقة

تشير بيانات الجدول السابق إلى نشاط المشاهدة لدى الشباب المصري عينة الدراسة لبرنامج شارك تانك مصر وينقسم هذا النشاط إلى (قبل المشاهدة- أثناء المشاهدة- بعد المشاهدة) وفيما يتعلق بنشاط عينة الدراسة قبل المشاهدة فقد جاء في الترتيب الأول " أعرف مواعيد إذاعة البرنامج مسبقاً" بمتوسط بلغ ٢.٢٦٠، يليها " أحرص على ألا تفوتني حلقة من حلقات البرنامج " بمتوسط بلغ ٢.١٦٨، ثم " أنهى جميع أعمالى حتى أفرغ لمشاهدة البرنامج" بمتوسط بلغ ١.٧٤٥ .

فيما يتعلق بنشاط الشباب المصري عينة الدراسة أثناء المشاهدة فقد جاء " أركز في المضمون والمشروعات المقدمة في حلقات البرنامج" بمتوسط بلغ ٢.٤٣٥، يليه " أتصايق لوجود فواصل إعلانية عند مشاهدة حلقات البرنامج" بمتوسط ٢.٣٤٠، ثم " أتحدث مع الآخرين أثناء المشاهدة" بمتوسط بلغ ١.٧٨٨

وفيما يتعلق بنشاط الشباب المصري عينة الدراسة بعد المشاهدة فقد جاء " أتناقش مع الآخرين في مشروعات رواد الأعمال المقدمة بالبرنامج بمتوسط بلغ ٢.١٢٢، يليه " أتنبأ بمشروعات رواد الأعمال التي يمكنها الفوز في الحلقات القادمة" بمتوسط بلغ ٢.١٠٢، وأخيرا " لا أتذكر شيء من المشروعات المقدمة في البرنامج بعد انتهاء الحلقة" بمتوسط بلغ ١.٤٨٥ .

وهذا يدل على التركيز الذي يوليه الشباب المصري سواء لمعرفة مواعيد حلقات البرنامج أو التركيز في المضمون المقدم بحلقات برنامج شارك تانك مصر .

#### جدول رقم (٤)

#### يوضح مقياس نشاط مشاهدة الشباب لحلقات برنامج شارك تانك مصر

مقياس النشاط	منخفض		متوسط		مرتفع		الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
قبل مشاهدة	١٠٢	٢٥.٥	٢٧٩	٦٩.٧٥	١٩	٤.٧٥	٤٠٠	١٠٠	١.٧٩٢٥	٠.٥٠٩٩٩
أثناء مشاهدة	٧١	١٧.٧٥	٢١٤	٥٣.٥	١١٥	٢٨.٧٥	٤٠٠	١٠٠	٢.١١٠٠	٠.٦٧٣٨٢
بعد مشاهدة	١٧٧	٤٤.٢٥	٢٠٩	٥٢.٢٥	١٤	٣.٥	٤٠٠	١٠٠	١.٥٩٢٥	٠.٥٥٨٧٧
بشكل عام	٦٨	١٧.٠	٢٩٦	٧٤.٠	٣٦	٩.٠	٤٠٠	١٠٠	١.٩٢٠٠	٠.٥٠٤٢٢

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر نشاط أثناء مشاهدة مقدمة أنماط نشاط مشاهدة الشباب المصري لحلقات برنامج شارك تانك بمتوسط حسابي بلغ ٢.١١٠٠ وجاء المستوى المتوسط في المقدمة بنسبة ٥٣.٥%، يليه المستوى المرتفع بنسبة ٢٨.٧٥%، وأخيرا المنخفض بنسبة ١٧.٧٥%.

يليه نشاط مشاهدة بشكل عام بمتوسط بلغ ١.٩٢٠٠، وجاء المستوى المتوسط في المقدمة بنسبة ٧٤.٠%، يليه المنخفض بنسبة ١٧.٠%، وأخيرا المرتفع بنسبة ٩.٠%،

ثم نشاط قبل مشاهدة بمتوسط حسابي بلغ ١.٧٩٢٥ وجاء المستوى المتوسط في المقدمة بنسبة ٦٩.٧٥%، يليه المنخفض بنسبة ٢٥.٥%، ثم المرتفع بنسبة ٤.٧٥%.

وأخيرا نشاط بعد مشاهدة فقد جاء بمتوسط بلغ ١.٥٩٢٥، وجاء المستوى المتوسط في المقدمة بنسبة ٥٢.٢٥%، يليه المنخفض بنسبة ٤٤.٢٥%، وأخيرا المرتفع بنسبة ٣.٥%.

وهذا يدل على اهتمام الشباب بهذه النوعية من البرامج التليفزيونية إلى حد ما ، والتي تقدم لهم الأفكار الاستثمارية الناجحة، وكذلك الخبرات المختلفة المتعلقة بريادة الأعمال وإن كان هذا المجال ما زال في بدايته في المجتمع المصري فعلى الرغم من انتشار هذه النوعية من البرامج في معظم دول العالم وتحظى بمتابعة كبيرة من قبل الجمهور وخاصة فئة الشباب ، إلا أن هذا البرنامج ما زال حديثا نسبيا حيث تم اطلاق موسمين منه فقط وما زال الإعلان حاليا عن الموسم الثالث.

### جدول رقم (٥)

يوضح المصادر التي يعتمد عليها الشباب للتعرف على الموضوعات المتعلقة بريادة الأعمال

مصادر الاعتماد	ك	%
وسائل التواصل الاجتماعي	٩٠.٧٥	٩٠.٧٥
البرامج التلفزيونية	٧٥.٢٥	٧٥.٢٥
الأهل والأصدقاء	٤٠.٥	٤٠.٥
البرامج الإذاعية	٢٥.٥	٢٥.٥
الصحف والمجلات	١٠.٥	١٠.٥
جهاز تنمية المشروعات	٦	٦
أخرى	١	١
الإجمالي	٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى المصادر التي يعتمد عليها الشباب في التعرف على مجال ريادة الأعمال فجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة تلك المصادر بنسبة ٩٠.٧٥%، يليها البرامج التلفزيونية في المرتبة الثانية بنسبة ٧٥.٢٥%، ثم الأهل والأصدقاء في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٠.٥%، ثم البرامج الإذاعية في المرتبة الرابعة بنسبة ٢٥.٥%، يليها الصحف والمجلات في المرتبة الخامسة بنسبة ١٠.٥%، ثم جهاز تنمية المشروعات في المرتبة السادسة بنسبة ٦%، وأخيراً أخرى بنسبة ١%.

ويشير تصدر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج التلفزيونية إلى تأثير هذه الوسائل في المجالات المختلفة ومن بينها مجال ريادة الأعمال، كما أنها توضح أهمية هذه الوسائل وقدرتها الكبيرة في الوصول إلى مختلف الفئات الاجتماعية والاقتصادية وخاصة فئات الشباب التي تعتبر أكثر الفئات ارتباطاً بهذه النوعية من البرامج وهذا المجال، خاصة في الأونة الأخيرة التي تنتجها فكرة العمل الحر وتشجيع الابتكار والابتعاد عن تابوهات التوظيف الحكومي.

كما أن مجيء الصحف والمجلات وجهاز تنمية المشروعات في مراتب متأخرة يدل على حاجة هذه الوسائل لبذل المزيد من الجهد لاجتذاب الشباب المصري وتوعيتهم بمجال ريادة الأعمال.



### جدول رقم (٦)

يوضح درجة اعتماد الشباب على برنامج شارك تانك مصر للتعرف على مجال ريادة الأعمال

درجة الاعتماد	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
اعتمد بدرجة متوسطة	١٨٢	٤٥.٥		
اعتمد بدرجة كبيرة	١٣٤	٣٣.٥		
اعتمد بدرجة ضعيفة	٨٤	٢١.٠		
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠.٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة اعتماد الشباب المصري على برنامج شارك تانك مصر في التعرف على مجال ريادة الأعمال فقد جاء " اعتمد بدرجة متوسطة" في المقدمة بنسبة ٤٥.٥%، يليها " اعتمد بدرجة كبيرة" في الترتيب الثاني بنسبة ٣٣.٥%، وأخيرا " اعتمد بدرجة ضعيفة" بنسبة ٢١%.

ربما لأنه يعتبر من أكثر البرامج التليفزيونية شهرة في مجال المال والأعمال ويهدف لبناء وعي وقدرات الشباب في هذا الشأن ، وهو ما يدل على أهمية برنامج شارك تانك مصر حيث أشارت دراسة ( أمال محمد سعدي ٢٠٢٤ )<sup>(٤٧)</sup> إلى ارتفاع مشاهدة برنامج شارك تانك مصر في موسمه الأول والذي حقق ملايين المشاهدات، كما أنه نجح في تقديم استثمارات تحطت ٧٠ مليون جنيه مصري.

### جدول رقم (٧)

يوضح دوافع اعتماد الشباب المصري على برنامج شارك تانك مصر

دوافع التعرض	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
	دائما		أحيانا		نادرا				
	ك	%	ك	%	ك	%			
الاستفادة من الأفكار الاستثمارية الناجحة	٢٥٥	٦٣.٨	٩٣	٢٣.٣	٥٢	١٣.٠	٤٠٠	٢.٥٠٧	٠.٧١٥٠
اكتساب خبرات جديدة في مجال ريادة الأعمال	٢٥٦	٦٤.٠	٨٠	٢٠.٠	٦٤	١٦.٠	٤٠٠	٢.٤٨٠	٠.٧٥٥٧
التزويد بالثقافة العامة في مجال ريادة الأعمال	٢٤٤	٦١.٠	٩٠	٢٢.٥	٦٦	١٦.٥	٤٠٠	٢.٤٤٥	٠.٧٦٠٥
متابعة كافة المستجدات الخاصة بالأفكار الاستثمارية	٢٣٧	٥٩.٣	١٠٣	٢٥.٨	٦٠	١٥.٠	٤٠٠	٢.٤٤٣	٠.٧٤٠٣

تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						
				نادرا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧٤٦٤	٢.٤٣٥	١٠٠.٠	٤٠٠	١٥.٥	٦٢	٢٥.٥	١٠٢	٥٩.٠	٢٣٦	الاستفادة من الفرص المتاحة بالبرنامج لبدء مشروعات أو استثمارات خاصة
٠.٧٧٧٦	٢.٣٧٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١٨.٥	٧٤	٢٦.٠	١٠٤	٥٥.٥	٢٢٢	التعرف على أسماء الشركس (المستثمرين) المشاركين في البرنامج
٠.٧٥٠٩	٢.٣٦٨	١٠٠.٠	٤٠٠	١٦.٥	٦٦	٣٠.٣	١٢١	٥٣.٣	٢١٣	أشاهد البرنامج للتسلية
٠.٧٦٧٥	٢.٣٢٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١٨.٥	٧٤	٣١.٠	١٢٤	٥٠.٥	٢٠٢	أشاهد البرنامج لقضاء الوقت
٠.٨٠٢٣	٢.٢٣٠	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٣.٣	٩٣	٣٠.٥	١٢٢	٤٦.٣	١٨٥	تعودت على مشاهدة حلقات البرنامج
٠.٧٨٧٦	٢.٢١٥	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٢.٥	٩٠	٣٣.٥	١٣٤	٤٤.٠	١٧٦	أشاهد البرنامج للهروب من ضغوط الحياة

تشير بيانات الجدول السابق أنه جاءت دوافع الفهم والتوجيه في مقدمة دوافع تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر وجاء في مقدمتها دافع " الاستفادة من الأفكار الاستثمارية الناجحة" بمتوسط بلغ ٢.٥٠٧، يليه دافع " اكتساب خبرات جديدة في مجال ريادة الأعمال " بمتوسط بلغ ٢.٤٨٠، ثم دافع " التزويد بالثقافة العامة في مجال ريادة الأعمال " بمتوسط بلغ ٢.٤٤٥، يليه دافع " متابعة كافة المستجدات الخاصة بالأفكار الاستثمارية" بمتوسط بلغ ٢.٤٤٣، ثم دافع " الاستفادة من الفرص المتاحة بالبرنامج لبدء مشروعات أو استثمارات خاصة " بمتوسط بلغ ٢.٤٣٥، يليه دافع " التعرف على أسماء الشركس المشاركين في البرنامج بنسبة ٢.٣٧٠، وجاء في مقدمة دوافع التسلية دافع " أشاهد البرنامج للتسلية بمتوسط بلغ ٢.٣٦٨، يليه كل من دافع " قضاء الوقت" و دافع " التعود " بمتوسط بلغ ٢.٢٣٠ لكل منهما، وأخيرا دافع " الهروب من ضغوط الحياة" بمتوسط بلغ ٢.٢١٥.

وتوضح هذه النتيجة أن دوافع الفهم والتوجيه جاءت في مقدمة دوافع تعرض الشباب لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك وهي تقدم مؤشرات مهمة تنم عن أهمية البرنامج لدى الشباب والعائد النفعي الذي يتوقع الشباب حدوثه جراء الاعتماد على هذه النوعية من البرامج.

### جدول رقم (٨)

#### يوضح مقياس نوافع اعتماد الشباب لحلقات برنامج شارك تانك مصر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		المستوى						الدوافع
				مرتفع		متوسط		منخفض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧٤٢٤٤	٢.٤٨٧٥	١٠٠	٤٠٠	٦٣.٧٥	٢٥٥	٢١.٢٥	٨٥	١٥.٥	٦٠	الفهم والتوجيه
٠.٨٠٢٧٤	٢.٣٣٥٠	١٠٠	٤٠٠	٥٤.٥	٢١٨	٢٤.٥	٩٨	٢١.٠	٨٤	التسلية
٠.٧٥٢١٩	٢.٤٢٥٠	١٠٠	٤٠٠	٥٨.٥	٢٣٤	٢٥.٥	١٠٢	١٦.٠	٦٤	بشكل عام

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر دوافع الفهم والتوجيه في مقدمة دوافع مشاهدة الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بمتوسط بلغ ٢.٤٨٧٥ ، وجاء المستوى المرتفع بنسبة ٦٣.٧٥% ، يليه المتوسط بنسبة ٢١.٢٥% ، وأخيرا المنخفض بنسبة ١٥.٥% ، يليها دوافع التسلية بمتوسط بلغ ٢.٣٣٥٠ ، وجاء المستوى المرتفع في المقدمة بنسبة ٥٤.٥% ، يليه المتوسط بنسبة ٢٤.٥% ، وأخيرا المنخفض بنسبة ٢١.٠% .

وربما يرجع تصدر دوافع الفهم والتوجيه في مقدمة دوافع تعرض الشباب المصري لحلقات برنامج شارك تانك مصر وهو ما يدل على حاجة الشباب إلى اكتساب المعرفة والخبرة في مجال ريادة الأعمال. كما أن برنامج شارك تانك مصر يسלט الضوء على بيئة ريادة الأعمال والشركات الناشئة، وهو ما يعزز دور الإعلام كشريك مهم في دعم جهود الدولة في تمكين الشباب وتنمية قطاع ريادة الأعمال، وترويج الفرص الاستثمارية؛ باعتبار أن مجال ريادة الأعمال أحد محركات النمو الاقتصادي ومساهما مهما في خلق فرص عمل وابتكارات جديدة.

### جدول رقم (٩)

#### يوضح أهم عروض رواد الأعمال التي حازت إعجاب الشباب بحلقات برنامج شارك تانك مصر

أهم عروض رواد الأعمال		ك	%
تكنولوجية		١٦٢	٤٠.٥
منتجات تجميلية		١٤٤	٣٦
بنية مثل (تلوير البلاستيك- الشموع )		١٤٠	٣٥
منتجات صحية مثل (حاملات أطفال- أطراف صناعية)		١٤٠	٣٥

تعرض الشباب المصري لبرنامج تلفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

أهم عروض رواد الأعمال	ك	%
تعليمية مثل (معامل لكليات الهندسة- كتب للأطفال بالعامية والفصحى)	١٢٦	٣١.٥
زراعية مثل (الألبان- لحوم- أجهزة ري- أنظمة حديثة للزراعة)	١٢٤	٣١
غذائية	١١٠	٢٧.٥
أخرى	٤٤	١١
الإجمالي	٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفضيل الشباب للمشروعات التكنولوجية جاءت في مقدمة العروض التي حازت إعجاب الشباب بنسبة بلغت ٤٠.٥% .

ومن أمثلة هذه العروض (روبرت العلاج الطبيعي) ، وقد تم عرض هذا المشروع في الموسم الأول من البرنامج حيث يهتم هذا المشروع بتصنيع أجهزة إعادة تأهيل للمرضى الذين فقدوا قدرتهم على السير. وأيضاً مشروع انترأكت وهو عبارة عن أجهزة تساعد على تغيير شاشات العرض إلى شاشات تفاعلية تساعد في تقديم المحتوى بشكل مختلف.

يليه في الترتيب الثاني المشروعات المتعلقة بمستحضرات التجميل بنسبة ٣٦%، مثل مشروع مستحضرات تجميل من سم العقارب ، ومشروع ماورد.

يليه كلا من المشروعات البيئية و المنتجات الصحية بنسبة ٣٥% لكل منهما، ثم العروض التعليمية بنسبة ٣١.٥%، يليه العروض الزراعية بنسبة ٣١%، ثم العروض الغذائية بنسبة ٢٧.٥%، وأخيراً أخرى بنسبة ١١%.

### جدول رقم (١٠)

#### يوضح نسخ شارك تانك التي يفضلها الشباب المصري

النسخ المفضلة	ك	%
المصرية	٢٨٩	٧٢.٢٥
الأجنبية	٧٧	١٩.٢٥
العربية	٣٤	٨.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفضيل الشباب المصري للنسخة المصرية من برنامج شارك تانك حيث اختار ٧٢.٢٥% من أفراد العينة النسخة المصرية في حين أن ١٩.٢٥% منهم اختار النسخ الأجنبية من البرنامج، بينما ٨.٥% من أفراد العينة اختارت النسخ العربية الأخرى.

تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

وربما يرجع تفضيل الشباب للنسخة المصرية من برنامج شارك تانك وبفارق كبير عن النسخ العربية أو الأجنبية نظرا لعامل اللغة والثقافة فالنسخة المصرية أيسر في معرفة الشباب بالأفكار الريادية وهو ما وضحه جدول رقم (١٣) فيما يتعلق باتجاهات الشباب نحو برنامج شارك تانك فقد جاءت استجابة ٥٢.٨% محايد نحو عبارة يستخدم المشاركون في البرنامج اللغة الأجنبية وهو ما لم يمكنني من فهم بعض الجمل الواردة في البرنامج، كما أن المشاركين في النسخة المصرية ربما يكونون أقل حدة في التعامل مع رواد الأعمال المشاركين من النسخ الأجنبية، وربما خلق ذلك تجاوبا وارتباطا من قبل الشباب بالنسخة المصرية من البرنامج.

جدول رقم (١١)

يوضح التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب لبرنامج شارك تانك مصر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						التأثيرات
				نادرا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧٢٥٨	٢.٤٣٣	١٠٠.٠	٤٠٠	١٤.٠	٥٦	٢٨.٨	١١٥	٥٧.٣	٢٢٩	١- زاد من معرفتي بالأفكار المختلفة في مجال ريادة الأعمال
٠.٧٢٥٨	٢.٤٠٣	١٠٠.٠	٤٠٠	١٤.٣	٥٧	٣١.٣	١٢٥	٥٤.٥	٢١٨	٢- ساعدني في اكتساب خبرات من رواد الأعمال المشاركين ومن المستثمرين الموجودين في البرنامج
٠.٧٢٩٧	٢.٣٦٣	١٠٠.٠	٤٠٠	١٥.٠	٦٠	٣٣.٨	١٣٥	٥١.٣	٢٠٥	٣- ساعدني في التعرف على كيفية الحصول على تمويل المشروعات وطرق الاستفادة منها
٠.٧١٧١	٢.٣٩٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١٣.٨	٥٥	٣٣.٥	١٣٤	٥٢.٨	٢١١	٤- جعلني أهتم بالتجارب الإنسانية لرواد الأعمال من الشباب
٠.٧١٣٤	٢.٣٢٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١٤.٥	٥٨	٣٩.٠	١٥٦	٤٦.٥	١٨٦	٥- جعلني أشعر أنها مشاريع يمكن تحقيقها
٠.٧٥٨٨	٢.١٦٠	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٢.٠	٨٨	٤٠.٠	١٦٠	٣٨.٠	١٥٢	٦- جعلني أشعر بأهمية إقامة مشروع ريادي خاص بي

تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						التأثيرات
				نادرا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧٧٤٦	٢.٣٢٣	١٠٠.٠	٤٠٠	١٩.٠	٧٦	٢٩.٨	١١٩	٥١.٣	٢٠٥	٧-ساعدي على تحمل المسؤولية والاعتماد على الذات والاستقلالية
٠.٧٥٣٤	٢.٢٤٧	١٠٠.٠	٤٠٠	١٩.٠	٧٦	٣٧.٣	١٤٩	٤٣.٨	١٧٥	٨-ساعدي في دراسة تجارب الآخرين من رواد الأعمال
٠.٧٨٧٦	١.٨٨٢	١٠٠.٠	٤٠٠	٣٧.٥	١٥٠	٣٦.٨	١٤٧	٢٥.٨	١٠٣	٩-ساهم برنامج شارك تانك مصر في الاتجاه نحو تنفيذ مشروعات خاصة بي وعدم الاعتماد على التوظيف الحكومي

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات مقياس التأثيرات الناتجة على مشاهدة الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر حيث جاءت عبارة " برنامج شارك تانك مصر زاد من معرفتي بالأفكار المختلفة في مجال ريادة الأعمال" في مقدمة عبارات المقياس التي تعبر عن التأثيرات المعرفية وذلك بمتوسط ٢.٤٣٣، يليها "ساعدي في اكتساب خبرات من رواد الأعمال المشاركين ومن المستثمرين الموجودين في البرنامج" بمتوسط بلغ ٢.٤٠٣، ثم عبارة "ساعدي في التعرف على كيفية الحصول على تمويل المشروعات وطرق الاستفادة منها" بمتوسط بلغ ٢.٣٦٣.

جاءت عبارة " جعلني أهتم بالتجارب الإنسانية لرواد الأعمال من الشباب " في مقدمة عبارات المقياس التي تعبر عن التأثيرات الوجدانية وذلك بمتوسط ٢.٣٩٠، يليها عبارة " جعلني أشعر أنها مشاريع يمكن تحقيقها " بمتوسط ٢.٣٢٠، ثم عبارة "جعلني أشعر بأهمية إقامة مشروع ريادي خاص بي" بمتوسط ٢.١٦٠.

جاءت عبارة "ساعدي على تحمل المسؤولية والاعتماد على الذات والاستقلالية" في مقدمة عبارات المقياس التي تعبر عن التأثيرات السلوكية بمتوسط بلغ ٢.٣٢٣، ثم عبارة "ساعدي في دراسة تجارب الآخرين من رواد الأعمال بمتوسط بلغ ٢.٢٤٧، وأخيرا عبارة "ساهم برنامج شارك تانك مصر في الاتجاه نحو تنفيذ مشروعات خاصة بي وعدم الاعتماد على التوظيف الحكومي" بمتوسط بلغ ١.٨٨٢.

تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

وترى الباحثة أن تنوع التأثيرات الناتجة عن التعرض لبرنامج شارك تانك مصر ومجيء التأثيرات المعرفية في المقدمة ربما يؤكد على أن له تأثيرات متنوعة وفاعلة على الشباب المصري.

إلا أن مجيء عبارة ساهم برنامج شارك تانك مصر في الاتجاه نحو تنفيذ مشروعات خاصة بي وعدم الاعتماد على التوظيف الحكومي في المرتبة الأخيرة يدل على أنه ما زال المجتمع وبخاصة الشباب في حاجة لتغيير الفكر المتأصل بالاعتماد على التوظيف الحكومي بدلا من البحث عن العمل الخاص.

### جدول رقم (١٢)

#### يوضح مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض لبرنامج شارك تانك مصر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		المستوى						مقياس التأثيرات
				مرتفع		متوسط		منخفض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧٣٤٣٤	٢.٣٩٠٠	١٠٠	٤٠٠	٥٤.٠	٢١٦	٣١.٠	١٢٤	١٥.٠	٦٠	التأثيرات المعرفية
٠.٧٤٣٣٥	٢.٢٥٧٥	١٠٠	٤٠٠	٤٣.٧٥	١٧٥	٣٨.٢٥	١٥٣	١٨.٠	٧٢	التأثيرات الوجدانية
٠.٨٠٨١٦	٢.٠٧٧٥	١٠٠	٤٠٠	٣٦.٧٥	١٤٧	٣٤.٢٥	١٣٧	٢٩.٠	١١٦	التأثيرات السلوكية
٠.٧٢٧٧١	٢.٣٥٢٥	١٠٠	٤٠٠	٥٠.٢٥	٢٠١	٣٤.٧٥	١٣٩	١٥.٠	٦٠	بشكل عام

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التأثيرات المعرفية جاءت في مقدمة مقياس التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بمتوسط ٢.٣٩٠٠ ، حيث جاءت مرتفعة بنسبة ٥٤.٠%، ثم متوسطة بنسبة ٣١.٠%، يليها منخفضة بنسبة ١٥.٠%، كما أن التأثيرات بصفة عامة جاءت في المرتبة الثانية مقياس التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بمتوسط بلغ ٢.٣٥٢٥ حيث جاءت مرتفعة بنسبة ٥٠.٢٥%، ثم متوسطة بنسبة ٣٤.٧٥%، يليها منخفضة بنسبة ١٥.٠%.

يليها التأثيرات الوجدانية بمتوسط ٢.٢٥٧٥ ، حيث جاءت مرتفعة بنسبة ٤٣.٧٥%، ثم متوسطة بنسبة ٣٨.٢٥%، يليها منخفضة بنسبة ١٨.٠%، في حين جاءت التأثيرات السلوكية

تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

في المرتبة الأخيرة بمتوسط ٢.٠٧٧٥، حيث جاءت مرتفعة بنسبة ٥٠.٢٥%، ثم متوسطة بنسبة ٣٤.٢٥%، ثم منخفضة بنسبة ١٥.٠%.

فمن الواضح تقدم التأثيرات المعرفية الناتجة عن تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر وإن جاءت التأثيرات الوجدانية والسلوكية في مرتبتين متتاليتين وبنسب مرتفعة، ولعل هذا يؤكد على تأثير برنامج شارك تانك مصر من تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية تسهم في نشر فكر ريادة الأعمال.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نوره حمدي محمد أبو سنة ٢٠٢٠)<sup>(٤٨)</sup> في مجيء التأثيرات المعرفية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام فيما يخص ريادة الأعمال

جدول رقم (١٣)

يوضح اتجاهات الشباب المصري نحو برنامج شارك تانك مصر

الاتجاه المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						عبارات الاتجاه
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٦٧٧٩	٢.٥٤٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٥	٤٢	٢٥.٠	١٠٠	٦٤.٥	٢٥٨	١- برنامج شارك تانك مصر هو وسيلة لتسليط الضوء على الأفكار الناجحة لرواد الأعمال من الشباب في مصر
٠.٦٨٦٢	٢.٥١٧	١٠٠.٠	٤٠٠	١١.٠	٤٤	٢٦.٣	١٠٥	٦٢.٨	٢٥١	٢- ينمي البرنامج الوعي نحو أهمية المشروعات ومجال ريادة الأعمال
٠.٦٨٦٢	٢.٥١٧	١٠٠.٠	٤٠٠	١١.٠	٤٤	٢٦.٣	١٠٥	٦٢.٨	٢٥١	٣- يسهم البرنامج في نشر ثقافة ريادة الأعمال وزيادة المعلومات والمعارف الكافية حولها
٠.٦٨٢٦	٢.٥١٣	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٨	٤٣	٢٧.٣	١٠٩	٦٢.٠	٢٤٨	٤- تتميز العروض التقديمية في برنامج شارك تانك بالجاذبية والتشويق
٠.٦٧٩٠	٢.٥١٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٥	٤٢	٢٨.٠	١١٢	٦١.٥	٢٤٦	٤- يدعم الشاركنس الأفكار التي بها جانب خدمي ويؤكد على أهميتها



تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

الاتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						عبارات الاتجاه
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٦٧٩٠	٢.٥٠٨	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٥	٤٢	٢٨.٣	١١٣	٦١.٣	٢٤٥	٦- يهتم الشاركنس بالتجارب الإنسانية لرواد الأعمال من الشباب
٠.٧٠٤٣	٢.٤٨٧	١٠٠.٠	٤٠٠	١٢.٣	٤٩	٢٦.٨	١٠٧	٦١.٠	٢٤٤	٧- يتميز أسلوب الشاركنس بالمرونة والبساطة في التعامل مع رواد الأعمال
٠.٧١٣١	٢.٤٤٨	١٠٠.٠	٤٠٠	١٣.٠	٥٢	٢٩.٣	١١٧	٥٧.٨	٢٣١	٨- يتعامل الشاركنس مع رواد الأعمال بحيادية وموضوعية
٠.٧١٦٦	٢.٤٤٧	١٠٠.٠	٤٠٠	١٣.٣	٥٣	٢٨.٨	١١٥	٥٨.٠	٢٣٢	٩- المشاريع المقدمة من قبل رواد الأعمال بالبرنامج هي مشاريع قائمة وناجحة بالفعل
٠.٧٠١٧	٢.٣٦٣	١٠٠.٠	٤٠٠	١٣.٠	٥٢	٣٧.٨	١٥١	٤٩.٣	١٩٧	١٠- لا يؤثر عمر رواد الأعمال على قرارات الشاركنس بالاستثمار
٠.٦٩٢٩	٢.٣٥٥	١٠٠.٠	٤٠٠	١٢.٥	٥٠	٣٩.٥	١٥٨	٤٨.٠	١٩٢	١١- لا يؤثر نوع رواد الأعمال على تعامل المستثمرين مع العروض المقدمة
٠.٦٨٨٠	١.٩٨٢	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٤.٥	٩٨	٥٢.٨	٢١١	٢٢.٨	٩١	١٢- أشعر أن الأفكار الاستثمارية المقدمة في برنامج شارك تانك مصر ليست مقدمة لمن هم في مثل حالي الاقتصادية والتعليمية
٠.٦٨٦٦	١.٩٥٢	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٦.٠	١٠٤	٥٢.٨	٢١١	٢١.٣	٨٥	١٣- يخاطب برنامج شارك تانك مصر فئة النخبة من الشباب فقط
٠.٦٨٥٨	١.٩٤٣	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٦.٥	١٠٦	٥٢.٨	٢١١	٢٠.٨	٨٣	١٤- يستخدم المشاركون في البرنامج اللغة الأجنبية وهو ما لم يمكنني من فهم بعض الجمل الواردة في البرنامج
٠.٦٤٦٨	١.٩٢٧	١٠٠.٠	٤٠٠	٢٤.٨	٩٩	٥٧.٨	٢٣١	١٧.٥	٧٠	١٥- يستخدم المشاركون في البرنامج مصطلحات اقتصادية يصعب فهمها

توضح بيانات الجدول السابق اتجاهات الشباب المصري نحو برنامج شارك تانك مصر فقد جاءت عبارة "برنامج شارك تانك مصر هو وسيلة لتسليط الضوء على الأفكار الناجحة لرواد الأعمال من الشباب في مصر" في المرتبة الأولى بمعدل استجابة موافق بلغت ٦٤.٥%، وبمتوسط حسابي بلغ ٢.٥٤٠.

وجاءت عبارة "ينمي البرنامج الوعي نحو أهمية المشروعات ومجال ريادة الأعمال" وعبارة "يسهم البرنامج في نشر ثقافة ريادة الأعمال وزيادة المعلومات والمعارف الكافية حولها" في المرتبة الثانية بمعدل استجابة موافق بلغت ٦٢.٨%، ومتوسط بلغ ٢.٥١٧، لكل منهما، يليها عبارة "تتميز العروض التقديمية في برنامج شارك تانك مصر بالجاذبية والتشويق" بمعدل استجابة بلغ ٦٢%، ومتوسط بلغ ٢.٥١٣، ثم عبارة "يدعم الشاركنس الأفكار التي بها جانب خدمي ويؤكد على أهميتها" بمعدل استجابة بلغ ٦١.٥%، ومتوسط بلغ ٢.٥١٠، ثم عبارة "يهتم الشاركنس بالتجارب الإنسانية لرواد الأعمال من الشباب" بمعدل استجابة موافق بلغت ٦١.٣%، ومتوسط بلغ ٢.٥٠٨، يليها عبارة "يتميز أسلوب الشاركنس بالمرونة والبساطة في التعامل مع رواد الأعمال" بمعدل استجابة موافق بلغت ٦١%، ومتوسط بلغ ٢.٤٨٧، يليها عبارة "يتعامل الشاركنس مع رواد الأعمال بحيادية وموضوعية" بمتوسط استجابة موافق بلغت ٥٧.٨%، ومتوسط بلغ ٢.٤٤٨، ثم عبارة "المشاريع المقدمة من قبل رواد الأعمال بالبرنامج هي مشاريع قائمة وناجحة بالفعل" بمعدل استجابة موافق بلغ ٥٨%، ومتوسط بلغ ٢.٤٤٧، ثم عبارة "لا يؤثر عمر رواد الأعمال على قرارات الشاركنس بالاستثمار" بمعدل استجابة موافق بلغ ٤٩.٣%، ومتوسط بلغ ٢.٣٦٣، يليها "لا يؤثر نوع رواد الأعمال على تعامل المستثمرين مع العروض المقدمة بمعدل استجابة موافق بلغ ٤٨%، ومتوسط بلغ ٢.٣٥٥، ثم عبارة "أشعر أن الأفكار الاستثمارية المقدمة في برنامج شارك تانك مصر ليست مقدمة لمن هم في مثل حالي الاقتصادية والتعليمية" بمعدل استجابة محايد بلغ ٥٢.٨%، ومتوسط بلغ ١.٩٨٢.

يليهما عبارة "يخاطب برنامج شارك تانك مصر فئة النخبة من الشباب فقط" بمعدل استجابة محايد بلغ ٥٢.٨%، ومتوسط بلغ ١.٩٥٢، ثم عبارة "يستخدم المشاركون في البرنامج اللغة الأجنبية وهو ما لم يمكنني من فهم بعض الجمل الواردة في البرنامج" بمعدل استجابة محايد بلغ ٥٢.٨%، ومتوسط بلغ ١.٩٤٣، وأخيرا عبارة "يستخدم المشاركون في البرنامج مصطلحات اقتصادية يصعب فهمها" بمعدل استجابة محايد بلغ ٥٧.٨%، ومتوسط بلغ ١.٩٢٧.

#### جدول رقم (١٤)

يوضح مقياس اتجاه الشباب المصري نحو برنامج شارك تانك مصر

مقياس الاتجاه	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاتجاه الإيجابي	٢٤٠	٦٠.٠	٠.٤٩٥٠	٠.٦٧٩٠٦
الاتجاه المحايد	١١٨	٢٩.٥		
الاتجاه السلبي	٤٢	١٠.٥		
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠.٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه جاءت استجابات أفراد العينة على مقياس الاتجاهات نحو برنامج شارك تانك مصر إيجابية بنسبة ٦٠%، ثم محايدة بنسبة ٢٩.٥%، وأخيراً سلبية بنسبة ١٠.٥% بمتوسط حسابي بلغ ٠.٤٩٥٠.

ولعل مجيء الاتجاه الإيجابي في المرتبة الأولى من حيث اتجاهات الشباب المصري نحو برنامج شارك تانك مصر يشير إلى أنها وسيلة مهمة لدى الشباب المصري للتعرف على مجال ريادة الأعمال، كما أن مجيء الاتجاه الإيجابي في المقدمة يدل على جودة المحتوى المقدم في برنامج شارك تانك مصر، ويتفق مجيء الاتجاه الإيجابي لبرنامج شارك تانك مصر مع توصلت له دراسة (Mohamed Hassan, 2023)<sup>(٤٩)</sup> حيث تناولت تأثير برنامج شارك تانك التلفزيوني على أنشطة ريادة الأعمال بين رواد الأعمال المصريين، وأظهرت الدراسة اتفاق غالبية رواد الأعمال على أن برنامج شارك تانك ساعدهم في التسويق لمنتجاتهم وزيادة مبيعاتهم والوصول إلى هدفهم وجمهورهم، وانتشار العلامة التجارية لهم، كما أشار عدد منهم أن برنامج شارك تانك يمكن أن يشجع الآخرين على تنفيذ مشروعاتهم وأعمالهم التجارية الخاصة.

#### جدول رقم (١٥)

يوضح مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة								العبارات المتعلقة بثقافة ريادة الأعمال
		الإجمالي		معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٦٩٣٦	٢.٥٠٨	١٠٠.٠	٤٠٠	١١.٥	٤٦	٢٦.٣	١٠٥	٦٢.٣	٢٤٩	١- الأفكار المبتكرة تتطلب ضروري في مجال ريادة الأعمال
٠.٦٨٢٧	٢.٥٠٥	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٨	٤٣	٢٨.٠	١١٢	٦١.٣	٢٤٥	٢- تعتمد ريادة الأعمال على قدرة

تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات المتعلقة بثقافة ريادة الأعمال
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
										رواد الأعمال على التسويق والترويج لمشروعاتهم
٠.٦٩٣٧	٢.٤٩٨	١٠٠.٠	٤٠٠	١١.٥	٤٦	٢٧.٣	١٠٩	٦١.٣	٢٤٥	٣- من المهم في ريادة الأعمال إنشاء طرق إنتاج جديدة
٠.٦٧٨٨	٢.٤٨٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٥	٤٢	٣١.٠	١٢٤	٥٨.٥	٢٣٤	٤- تحديد رواد الأعمال لأهدافهم بدقة يساهم في نجاحهم في هذا المجال
٠.٦٨٦١	٢.٤٨٠	١٠٠.٠	٤٠٠	١١.٠	٤٤	٣٠.٠	١٢٠	٥٩.٠	٢٣٦	٥- مهارات التفاوض والإقناع لدى الشباب أحد أبعاد ريادة الأعمال
٠.٦٧٨٧	٢.٤٧٧	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٥	٤٢	٣١.٣	١٢٥	٥٨.٣	٢٣٣	٦- ثقافة التخطيط وسيلة لنجاح رواد الأعمال
٠.٦٧٨٥	٢.٤٧٢	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٥	٤٢	٣١.٨	١٢٧	٥٧.٨	٢٣١	٧- ريادة الأعمال تتطلب المسؤولية والاستقلالية والاعتماد على الذات
٠.٧١٠٨	٢.٤٦٨	١٠٠.٠	٤٠٠	١٢.٨	٥١	٢٧.٨	١١١	٥٩.٥	٢٣٨	٨- العمل الحر ينمي روح الابتكار والإبداع لدى الشباب
٠.٦٧٨٢	٢.٤٦٥	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٥	٤٢	٣٢.٥	١٣٠	٥٧.٠	٢٢٨	٩- من الضروري لرواد الأعمال

تعرض الشباب المصري لبرنامج تلفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات المتعلقة بثقافة ريادة الأعمال
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
										المعرفة الجيدة بمتطلبات سوق العمل
٠.٦٨١٧	٢.٤٦٣	١٠٠.٠	٤٠٠	١٠.٨	٤٣	٣٢.٣	١٢٩	٥٧.٠	٢٢٨	١٠- من الصفات الأساسية في ريادة الأعمال القدرة على تحمل المخاطر
٠.٦٩٢٧	٢.٤٦٢	١٠٠.٠	٤٠٠	١١.٥	٤٦	٣٠.٨	١٢٣	٥٧.٨	٢٣١	١١- استثمار الفرص أحد مقومات ثقافة ريادة الأعمال
٠.٦٩٩٦	٢.٤٥٨	١٠٠.٠	٤٠٠	١١.٥	٤٦	٣٠.٨	١٢٣	٥٧.٨	٢٣١	١٢- الثقة بالنفس والطموح سمة من سمات رواد الأعمال
٠.٦٩٩٤	٢.٤٥٥	١٠٠.٠	٤٠٠	١٢.٠	٤٨	٣٠.٥	١٢٢	٥٧.٥	٢٣٠	١٣- المهارات الإدارية لدى رواد الأعمال ضرورة مهمه لنجاحه
٠.٧٠٦١	٢.٤١٢	١٠٠.٠	٤٠٠	١٢.٨	٥١	٣٣.٣	١٣٣	٥٤.٠	٢١٦	١٤- من ضمن مقومات رواد الأعمال اتقان مهارة إدارة فريق العمل
٠.٧٣٠٨	٢.٣٣٥	١٠٠.٠	٤٠٠	١٥.٥	٦٢	٣٥.٥	١٤٢	٤٩.٠	١٩٦	١٥- تتضمن ثقافة ريادة الأعمال تنفيذ المشروعات وعدم الاعتماد على التوظيف الحكومي

توضح بيانات الجدول السابق مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب فقد جاءت عبارة " الأفكار المبتكرة متطلب ضروري في مجال ريادة الأعمال " في المرتبة الأولى بمعدل استجابة موافق بلغت ٦٢.٣%، وبمتوسط حسابي بلغ ٢.٥٠٨ .

وجاءت عبارة " تعتمد ريادة الأعمال على قدرة رواد الأعمال على التسويق والترويج لمشروعاتهم "في المرتبة الثانية بمعدل استجابة موافق بلغت ٦١.٣%، ومتوسط بلغ ٢.٥٠٥، يليها عبارة " من المهم في ريادة الأعمال إنشاء طرق إنتاج جديدة " بمعدل استجابة بلغ ٦١.٣%، ومتوسط بلغ ٢.٤٩٨، ثم عبارة " تحديد رواد الأعمال لأهدافهم بدقة يسهم في نجاحهم في هذا المجال " بمعدل استجابة بلغ ٥٨.٥%، ومتوسط بلغ ٢.٤٨٠، ثم عبارة " مهارات التفاوض والإقناع لدى الشباب أحد أبعاد ريادة الأعمال " بمعدل استجابة موافق بلغت ٥٩.٠%، ومتوسط بلغ ٢.٤٨٠، يليها عبارة " ثقافة التخطيط وسيلة لنجاح رواد الأعمال " بمعدل استجابة موافق بلغت ٥٨.٣%، ومتوسط بلغ ٢.٤٧٧، يليها عبارة "ريادة الأعمال تتطلب المسؤولية والاستقلالية والاعتماد على الذات " بمتوسط استجابة موافق بلغت ٥٧.٨%، ومتوسط بلغ ٢.٤٧٢، ثم عبارة " العمل الحر ينمي روح الابتكار والإبداع لدى الشباب " بمعدل استجابة موافق بلغ ٥٩.٥%، ومتوسط بلغ ٢.٤٦٨، ثم عبارة " من الضروري لرواد الأعمال المعرفة الجيدة بمتطلبات سوق العمل " بمعدل استجابة موافق بلغ ٥٧%، وبمتوسط بلغ ٢.٤٦٥، يليها " من الصفات الأساسية في ريادة الأعمال القدرة على تحمل المخاطر " بمعدل استجابة موافق بلغ ٥٧%، ومتوسط بلغ ٢.٤٦٣، ثم عبارة " استثمار الفرص أحد مقومات ثقافة ريادة الأعمال " بمعدل استجابة موافق بلغ ٥٧.٨%، ومتوسط بلغ ٢.٤٦٢، يليها عبارة " الثقة بالنفس والطموح سمة من سمات رواد الأعمال " بمعدل استجابة موافق بلغ ٥٧.٨%، ومتوسط بلغ ٢.٤٥٨، ثم عبارة " المهارات الإدارية لدى رواد الأعمال ضرورة مهمة لنجاحه " بمعدل استجابة موافق بلغ ٥٧.٥%، ومتوسط بلغ ٢.٤٥٥، ثم عبارة " من ضمن مقومات رواد الأعمال اتقان مهارة إدارة فريق العمل " بمعدل استجابة موافق بلغ ٥٤%، ومتوسط بلغ ٢.٤١٢، وأخيرا عبارة " تتضمن ثقافة ريادة الأعمال تنفيذ المشروعات وعدم الاعتماد على التوظيف الحكومي " بمعدل استجابة موافق بلغ ٤٩%، ومتوسط بلغ ٢.٣٣٥.

#### جدول رقم (١٦)

##### يوضح مقياس مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري

مقياس نشر ثقافة ريادة الأعمال	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المرتفع	248	62.0	2.5150	.67892
المستوى المتوسط	110	27.5		
المستوى المرتفع	42	10.5		
الإجمالي	400	100.0		

تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

تشير بيانات الجدول السابق إلى مقياس مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري، حيث جاء المستوى المرتفع بنسبة ٦٢.٠%، ثم المستوى المتوسط بنسبة ٢٧.٥%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة ١٠.٥% بمتوسط حسابي بلغ ٢.٥١٥٠.

وهو ما يشير إلى نجاح البرنامج في نشر ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري، كما أنه يؤكد دور الإعلام وبشكل خاص برنامج شارك تانك مصر في كونه داعم رئيسي للبيئة الريادية بشكل عام ورواد الأعمال من الشباب بشكل خاص، كما أنه يعزز أهمية التفكير الإبداعي وذلك من خلال تحويل الأفكار إلى مشاريع تجارية، وكيف تسهم هذه الأفكار في إيجاد حلولاً للتحديات في الواقع المصري. وربما لأن هذا المجال من المجالات التي لاقت رواجاً وانتشاراً كبيراً بين الشباب في الفترة الأخيرة، ولعل هذا الانتشار يرجع إلى الفرص والفوائد التي تمنحها ريادة الأعمال لروادها، وربما لأن هذا المجال يكون مدعوماً من جانب عدد من الجهات كالحكومات والمنظمات والمستثمرين.

#### ثانياً: فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لبرنامج شارك تانك مصر والاتجاه نحوه.

#### جدول رقم (١٧)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الشباب لبرنامج شارك تانك مصر والاتجاه نحوه.

كثافة التعرض	الاتجاه	
.601	معامل الارتباط	
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيم معامل الارتباط في الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية كثافة تعرض الشباب لبرنامج شارك تانك مصر والاتجاه نحوه، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة في كل فئة إلى ٠.٠٠١ وهي قيم دالة إحصائية، وربما يرجع ذلك إلى أنه كلما زادت كثافة التعرض لهذا البرنامج زاد الاتجاه الإيجابي نحوه.

وبذلك يتحقق صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لبرنامج شارك تانك مصر والاتجاه نحوه.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.

#### جدول رقم (١٨)

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري

درجة الاعتماد		
.518	معامل الارتباط	مستوى الثقافة
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيم معامل الارتباط في الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة في كل فئة إلى ٠.٠٠١ وهي قيم دالة إحصائياً، وهذا يدل على أنه كلما زادت درجة الاعتماد على برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر زاد وعي الشباب المصري بمجال ريادة الأعمال .

وبذلك يتحقق صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ( أحمد الهالبي، محمود أبو المجد ٢٠٢٣ )<sup>(٥٠)</sup> والتي أشارت لوجود علاقة إيجابية بين تعرض الشباب لبرامج التليفزيون الخاصة بريادة الأعمال ومستوى المعرفة بقضايا وأفكار ريادة الأعمال. وهو يتفق أيضاً مع ما أشارت إليه بعض الدراسات أن برنامج شارك تانك يعد وسيلة لزيادة الوعي لدى الجمهور عن كيفية ريادة الأعمال.<sup>(٥١)</sup>

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك في التعرف على مجال ريادة الأعمال والاتجاه نحوه.

#### جدول رقم (١٩)

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك في التعرف على مجال ريادة الأعمال والاتجاه نحوه

درجة الاعتماد		
.629	معامل الارتباط	الاتجاه
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	



تعرض الشباب المصري لبرنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيم معامل الارتباط في الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك مصر والاتجاه نحو البرنامج، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة في كل فئة إلى ٠.٠٠١ وهي قيم دالة إحصائية، وهذا يدل على أنه كلما زاد الاتجاه الإيجابي نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر زاد درجة اعتماد الشباب المصري عليه في التعرف على مجال ريادة الأعمال .

وبذلك يتحقق صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر ودرجة الاعتماد عليه في التعرف على مجال ريادة الأعمال

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.

جدول رقم (٢٠)

يوضح العلاقة بين الاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري

الاتجاه		
.848	معامل الارتباط	مستوى الثقافة
.001	مستوى الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيم معامل الارتباط في الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين الاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة في كل فئة إلى ٠.٠٠١ وهي قيم دالة إحصائية، وهذا يدل على أنه كلما زاد الاتجاه الإيجابي نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر زاد مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري.

وبذلك يتحقق صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب المصري والاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر.

جدول رقم (٢١)

يوضح دلالة الفروق على مقياس الاتجاه لدى الشباب نحو برنامج شارك تانك مصر تبعا للمتغيرات الديموجرافية.

مستوى المعنوية	درجات الحرية df	قيمة المعامل الإحصائي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد N	المتغيرات الديموجرافية	
.001	398	T=8.954	.46842	.7659	205	ذكر	النوع
			.74743	.2103	195	أنثى	
.001	2 397	F=11.071	.46818	.6795	156	أقل من ٢٥ عاما	العمر
			.71165	.4400	125	من ٢٥ لأقل من ٣٠ عاما	
			.81040	.3109	119	من ٣٠ إلى أقل من ٣٥	
			.85071	.4950	400	المجموع	
.213	2 397	F=1.554	.62707	.5926	108	متوسط	مستوى التعليم
			.73624	.4636	220	جامعي	
			.55383	.4444	72	فوق جامعي	
			.67906	.4950	400	المجموع	
.001	398	T=8.166	.73098	.3106	264	حكومي	نمط التعليم
			.35547	.8529	136	خاص	
.001	3 396	F=18.704	.81178	.7281	114	قطاع خاص	العمل
			.81464	.3778	45	قطاع حكومي	
			.80053	.7778	72	أعمال حرة	
			.79861	.2485	169	لا يعمل	
			.82078	.4950	400	المجموع	
.001	3 396	F=47.813	.46004	.7143-	28	لا يجيد	إجادة اللغات
			.68617	.3944	71	ضعيف	
			.59579	.5968	248	جيد	
			.40943	.7925	53	ممتاز	
			.67906	.4950	400	المجموع	
.001	2 397	F= 34.297	.79120	.1053	114	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
			.58943	.5991	227	متوسط	
			.36263	.8475	59	مرتفع	
			.67906	.4950	400	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الاتجاه نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر تبعاً للنوع لصالح الذكور، حيث كانت قيمة  $t = 8.954$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية  $0.001$ .
- وربما يرجع ذلك إلى أنه ما زال الفكر المجتمعي يجعل من العمل الحر وريادة الأعمال أكثر ارتباطاً بالذكور عن الإناث وهو ما عبرت عنه النتائج الخاصة بالاتجاه نحو البرنامج لصالح الذكور عن الإناث.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الاتجاه نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر تبعاً للعمر لصالح الفئة العمرية أقل من ٢٥ عاماً، وحيث كانت قيمة  $F = 11.071$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية  $0.001$ .
- ربما تأتي هذه النتيجة لأن الفئة العمرية أقل من ٢٥ عاماً ما زالت في مرحلة التعليم وبالتالي لم تحتك بمصادر أخرى فجاءت أكثر الفئات اتجاهها إيجابياً نحو البرنامج ربما لأنه مصدراً للتكيف والتعليم لها حول مجال ريادة الأعمال.
- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Wheadon & Duvai-Couetil 2019)<sup>(٥٢)</sup> والتي أشارت لتأثير هذه النوعية من البرامج وبخاصة في الفئات العمرية الأصغر سناً.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الاتجاه نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر تبعاً لمستوى التعليم حيث كانت قيمة  $f = 1.554$ ، وهي غير دالة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الاتجاه نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر تبعاً لنمط التعليم لصالح الخاص، حيث كانت قيمة  $t = 8.166$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية  $0.001$ .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الاتجاه نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر تبعاً لطبيعة العمل لصالح قطاع خاص، وأعمال حرة، حيث كانت قيمة  $f = 18.704$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية  $0.001$ .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الاتجاه نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر تبعاً لإجادة اللغات لصالح الجيد، والممتاز، حيث كانت قيمة  $f = 47.813$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية  $0.001$ .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الاتجاه نحو برنامج تليفزيون الواقع شارك تانك مصر تبعاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي لصالح المرتفع حيث كانت قيمة  $f = 34.279$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية  $0.001$ .

وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب المصري والاتجاه نحو برنامج شارك تانك مصر.

### النتائج العامة للدراسة:

- تصدر المستوى المرتفع لمستوى تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بنسبة ٣٩.٢٥%، يليه المتوسط بنسبة ٣١.٧٥%، وأخيرا المنخفض بنسبة ٢٩%.
- تصدر الدوافع النفعية في مقدمة دوافع مشاهدة الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بمتوسط بلغ ٢.٤٨٧٥.
- جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة مقياس التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب المصري لبرنامج شارك تانك مصر بمتوسط ٢.٣٩٠٠، كما أن التأثيرات بصفة عامة جاءت في المرتبة الثانية، يليها التأثيرات الوجدانية في حين جاءت التأثيرات السلوكية في المرتبة الأخيرة.
- جاءت استجابات أفراد العينة على مقياس الاتجاهات نحو برنامج شارك تانك مصر إيجابية بنسبة ٦٠%، ثم محايدة بنسبة ٢٩.٥%، وأخيرا سلبية بنسبة ١٠.٥% بمتوسط حسابي بلغ ٠.٤٩٥٠.
- وفيما يتعلق بمقياس مستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب المصري، فقد جاء المستوى المرتفع بنسبة ٦٢.٠%، ثم المستوى المتوسط بنسبة ٢٧.٥%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة ١٠.٥% بمتوسط حسابي بلغ ٢.٥١٥٠.
- أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على برنامج شارك تانك مصر ومستوى ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب.

### التوصيات:

- انتشار مزيد من هذه النوعية من البرامج المفيدة التي تساهم في نشر الأفكار التي تساعد في التطور الاقتصادي بالمجتمع
- ضرورة تعزيز البيئية الريادية بالمجتمع المصري وتوجيه قطاع الشباب لقطاع ريادة الأعمال لتحويل أفكارهم إلى مشاريع بناءة
- تفعيل دور الأجهزة المعنية بمجال ريادة الأعمال وبشكل خاص جهاز تنمية المشروعات حيث جاء في مراتب متأخرة من حيث مصادر اعتماد الشباب عليه في الحصول على معلومات حول مجال ريادة الأعمال.

تعرض الشباب المصري لبرنامج تلفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

---

- تشجيع الإناث على اقتحام مجال ريادة الأعمال وتوفير الدعم والمساندة سواء من قبل الدولة أو الإعلام لهن.
- وجود مزيد من آليات التواصل بين صناع القرار والمستثمرين وبين رواد الأعمال من الشباب لتبادل الخبرات والأفكار.
- تشجيع الثقافة الريادية في المدارس والجامعات حتى يتعود الشباب على بناء نفسه بنفسه وأن يكون قادرا على تأسيس مشروعه الخاص.

- 1- Ngcongco, Mthobeli(2024), Exploring the Virtual Culture of Reality Television Communities: Lessons From #Date My Family, **Television and New Media**,25(1),pp.19-40. <https://doi.org/10.1177/15274764221138235>
- 2 - Jetter, Michael, Stockley, Kieran (2023), Gender match and negotiation: evidence from angel investment on Shark Tank, **Empirical Economics** 64,(4), pp.1947-1977. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00181-022-02305-6>
- 3 - Smith, Baylee , Viceisza, Angelino (2018),Bite me, ABC's Shark Tank as a path to entrepreneurship, **Small usiness Economics**, vo.50,pp. 463-479, <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-017-9880-8>
- 4-
- 5- Capocci, Sila Kaya(2022), **Enhancing Entrepreneurial Mindsets Through STEM Education**, Erin Peters-Burton Editors, Integrated Science15, p.30.
- 6- سعدي، أمال محمد(٢٠٢٤)، التسويق الابتكاري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في برامج ريادة الأعمال دراسة سيميولوجية لبرنامج شارك تانك مصر نموذجاً، **المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**،مج١٥، ١٥٤، ص ص ١٦٢-٢١٧.
- 7- Zhang,Huiyu, Zhao,Junxiang,Wu,Yicheng (2024), Disagreeing without tears: The interactive process of mitigating disagreement in a Chinese venture capital reality television show, **Revista Espanola de Linguistica Aplicada/Spanish Journal of Applied Linguistics**, <https://doi.org/10.1075/resla.22003.zha>
- 8- Ranieses, Jessica Jaye, Talob, Matthew, Mizayawa, Reika,Osero ,Danielle(2024),Investors of the final pitch on the role of entrepreneurial mentoring and financial investment on a green startup's business growth, BIO Web of Conferences 93, 05008, [https://www.bioconferences.org/articles/bioconf/abs/2024/12/bioconf\\_ff2024\\_05008/bioconf\\_ff2024\\_05008.html](https://www.bioconferences.org/articles/bioconf/abs/2024/12/bioconf_ff2024_05008/bioconf_ff2024_05008.html)
- 9 - Bhowmick, Sumagna, Shahi, Ritesh (2024), Are women entrepreneurs more androgynous than men entrepreneurs? A comparative content analysis of language used by Shark Tank India Judges, **Human Resource Development International**, <https://doi.org/10.1080/13678868.2024.2342763>
- 10- Turner, Bradley(2023), The Storytelling Entrepreneur Has No Clothes: Risks and Rewards of Narrative Pitching, **Massachusetts Institute of Technology** <https://hdl.handle.net/1721.1/152659>

- 11 - Jetter, Michael, Stockley, Kieran (2023), Gender match and negotiation: evidence from angel investment on Shark Tank, **Empirical Economics** 64, (4), pp.1947-1977. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00181-022-02305-6>
- 12 -Hassan, Mohamed (2023), Title of the paper: A qualitative study on the impact of Shark Tank TV show on entrepreneurship activities among Egyptian entrepreneurs, [Sharktankproject\[1\].pdf](#)
- 13 -Shah, Pranjal (2023),The Role of Gender Facter in Investement Decisions, **International Journal of Creative Research Thoughts(IJCRT)**,Vo.11, Iss.6,pp.667-670. <http://www.ijcrt.org>
- 14- Hussahn, Shahid, Abdul Rasheed,Mahmood,Mahmoona(2023), Gender diversity effects on investment decisions: a study of Shark Tank, **Kybernetes** , <https://doi.org/10.1108/K-07-2023-1311>
- 15- Lavanchy, Maude, Reichert, Patrick, Joshi, Amit (2022), Blood in the water: An abductive approach to startup valuation on ABC's Shark Tank, **Journal of Business Venturing Insights** 17, e00305 <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2022.e00305>
- 16 - Peter ,Caspar David, Pierk Jochen(2021),Does shark tank enhance entrepreneurial activities, [https://scholar.google.com.e.g/scholar?hl=ar&as\\_sdt=0%2C5&q=shark+tank+program+on+television+&oq=#d=gs\\_qabs&t=1714920189998&u=%23p%3DPnHIkzyhb0MJ](https://scholar.google.com.e.g/scholar?hl=ar&as_sdt=0%2C5&q=shark+tank+program+on+television+&oq=#d=gs_qabs&t=1714920189998&u=%23p%3DPnHIkzyhb0MJ)
- 17- Zhang,Huiyu, Zhao,Junxiang,Wu,Yicheng(2021), OP. Cit.
- 18- Hohl, Lennard, Bican, Peter M, Guderian, Carsten C, J Riar ,Frederik (2021), Gender diversity effects in investment decisions, **The Journal of Entrepreneurship** 30 (1), 134-152. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0971355720974821>
- 19 - Mayer ,Luca M (2021), Shark Tank: the influence of the use of rhetoric and non-verbal communication on investment outcome, ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, [https://scholar.google.com.e.g/scholar?start=10&q=shark+tank+program+on+television+&hl=ar&as\\_sdt=0,5#d=gs\\_qabs&t=1714934066539&u=%23p%3DDz7jz40PzEcJ](https://scholar.google.com.e.g/scholar?start=10&q=shark+tank+program+on+television+&hl=ar&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1714934066539&u=%23p%3DDz7jz40PzEcJ)
- 20 - Nguyen , Lan TM, Duong, Soan TM, Do, Huyen TT(2020), SharkTank TV Show: An Effective Channel of Fudinf and Commercializing Innovation,**The**

**4th International Conference on Business and Information Management**,  
pp121-126. <https://doi.org/10.1145/3418653.3418679>

- 21 - Smith, Baylee, Viceisza, Angelino (2018), OP. Cit.
- 22 - Moreau, C P, (2018), Discursive Diversity in the Entrepreneurial Pitch: Creating and Communicating a Marketplace Space (CAMS) in the High-Stakes Reality TV Show Shark Tank, **Proceedings of the 83rd Annual Conference of the Association for Business Communication** October 24-27, 2018 – Miami, Florida, USA.  
[https://scholar.google.com/e.g/scholar?hl=ar&as\\_sdt=0%2C5&q=shark+tank+program+on+television+&oq=#d=gs\\_qabs&t=1714916393313&u=%23p%3Dv1mX2IYvG\\_wJ](https://scholar.google.com/e.g/scholar?hl=ar&as_sdt=0%2C5&q=shark+tank+program+on+television+&oq=#d=gs_qabs&t=1714916393313&u=%23p%3Dv1mX2IYvG_wJ)
- 23 -Cairnes,Margaret(2016),Gender Biases in Business Focused Reality Television,  
<http://repository.tcu.edu>
- 24 - Hunt, Tyler,(2016), Gender Differences in Venture Capital Funding on ABC's Shark Tank, The Ohio State University. <http://hdl.handle.net/1811/76767>
- ٢٥ - الشلقاني، نشوى(٢٠١٠)، علاقة برامج تليفزيون الواقع بالسلوك الاجتماعي لعينة من الشباب المصري:دراسة تطبيقية على محافظة القاهرة، مجلة مركز الخدمة للاستشارات البحثية ، ع٤٤، كلية الأداب، جامعة المنوفية، ص ص ١-٤٦.
- 26- Ranieses, Jessica Jaye, Talob, Matthew, Mizayawa, Reika,Osero ,Danielle(2024),Investors of the final pitch on the role of entrepreneurial mentoring and financial investment on a green startup's business growth, **BIO Web of Conferences 93**, 05008,  
[https://www.bioconferences.org/articles/bioconf/abs/2024/12/bioconf\\_ff2024\\_05008/bioconf\\_ff2024\\_05008.html](https://www.bioconferences.org/articles/bioconf/abs/2024/12/bioconf_ff2024_05008/bioconf_ff2024_05008.html)
- ٢٧ - مشرف، شيرين عيد مرسى(٢٠٢١)، دراسة تقويمية لواقع ثقافة ريادة الأعمال بجامعة بنها من وجهة نظر طلابها، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، مج١٥، ع٢، كلية التربية، جامعة بنها، ص ص ١٣٦-٢٨٥.
- ٢٨ - المحمودي،محمد سرحان علي(٢٠١٩)، **مناهج البحث العلمي**، ط٣، الجمهورية اليمنية، صنعاء، دار الكتب،ص٤٦.
- ٢٩ -الحاج،كمال(٢٠٢٠)، **مناهج البحث الإعلامي**، الجامعة الافتراضية السورية، ص٥٢
- ٣٠ - عبد الحميد،محمد (١٩٩٧)، **دراسات في بحوث الإعلام**، ط٢، القاهرة: عالم الكتب، ص ٩٣.
- ٣١ - أسماء السادة الأساتذة المحكمين طبقاً للترتيب الأبجدي:
- أ.د اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الطفل - كلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.
- أ.د جمال عبد الحي النجار أستاذ الصحافة والنشر - كلية الإعلام بنات القاهرة-جامعة الأزهر



تعرض الشباب المصري لبرنامج تلفزيون الواقع شارك تانك مصر  
(SharkTank Egypt) وعلاقته بنشر ثقافة ريادة الأعمال لديهم: دراسة ميدانية

- أ. د جيهان يحيى أستاذ الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام بنات القاهرة – جامعة الأزهر .
- أ. د محمد معوض إبراهيم أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الطفل -كلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.
- أ. د محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الطفل -كلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.
- أ.د ممدوح عبد الله مكايي أستاذ الإذاعة والتلفزيون –كلية الإعلام- جامعة بني سويف.
- أ. د ولاء إبراهيم عقاد أستاذ الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام بنات القاهرة – جامعة الأزهر .
- ٣٢ -- Melvin, Defleur & Sandra Ball Rokeach. "A Dependency Model of Mass Communication Effects, Communication Research, vol.3, No., 1, 1976, pp.2-21.
- ٣٣ - خلايفية، عمار (٢٠٢٢)، تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد، *مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة*، مج ٣، ع ٣، ص ٤٤.
- 34 - Melvin L. Defleur & Sandra Ball Rokeach: **the Ores of mass communication**, 3rd Ed, (New York: Longman, 1977), P., 263.
- ٣٥ - الشربيني ، أحمد الهلالي ، كامل، محمود أبو المجد (٢٠٢٣)، استخدام البرامج التلفزيونية كأداة لتسويق مفاهيم وأفكار ريادة الأعمال بين الشباب في مصر –دراسة ميدانية على طلبة جامعة المنصورة، *مجلة بحوث التربية النوعية*، ع٧٧، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، ص ٢٩٨
- ٣٦ - مصطفى، أميمة حلمي، الفضلي، عبد الله دبي عبد الكريم (٢٠٢٠)، خبرة الجامعات الماليزية في مجال ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال وإمكانية الاستفادة منها بجامعة الكويت، *مجلة كلية التربية*، مج ٧٨، ع ٢، كلية التربية، جامعة طنطا، ص ٤٣.
- ٣٧ - علام ، أحمد علي (٢٠٢٣)، دور الجامعات السعودية في نشر ثقافة ريادة الأعمال: دراسة تطبيقية على كليات بريدة الأهلية، *مجلة كلية التربية*، مج ٣٤، ع ١٣٥، كلية التربية، جامعة بنها، ص ٥٨١.
- ٣٨ - مصطفى، أميمة حلمي، الفضلي، عبد الله دبي عبد الكريم (٢٠٢٠)، *مرجع سابق*، ص ٥٢-٥٣
- ٣٩ - محمد، شيرين حسن (٢٠٢٢)، تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة أسوان في ضوء استراتيجية التنمية المستدامة-رؤية مصر ٢٠٣٠، *مجلة العلوم التربوية*، مج ٥، ع ٤٤، كلية التربية بالغرقة، جامعة جنوب الوادي، ص ١٣-١٤
- ٤٠ - عثمان، عيبر كمال محمد (٢٠١٨)، فاعلية أنشطة متكاملة في تنمية معارف ومهارات ريادة الأعمال والاتجاه نحوها لدى طالبات شعبة الملابس الجاهزة بالمدرسة الثانوية الصناعية، *المجلة التربوية*، ع ٥١، كلية التربية، جامعة حلوان، ص ٣٧٣.
- ٤١ - *نفس المرجع السابق*، ص ٣٧٦.
- ٤٢ - الشربيني ، أحمد الهلالي ، كامل، محمود أبو المجد (٢٠٢٣)، *مرجع سابق* ، ص ٣١٤-٣١٥.
- ٤٣ - مقال بعنوان: شارك تانك مصر بين قصص النجاح ورجال الأعمال .. كلمة السر في برنامج الشاركس، *مجلة رواد الأعمال*، ٢٠٢٤/١/٢٠، <https://www.rowadalaamal.com>

- 44 - Deodhar ,Ojas, Bhatkar,Sarthak, Dixit ,Pradnya, Kulkarni ,Preeti, Oak, Atharv, Londhe,Shreenivas(2024) , Shark Tank Deal Prediction using Machine Learning Techniques, IEEE 9th International Conference for Convergence in Technology (I2CT), 1-6, 2024, <http://ieeexplore.ieee.org>
- 45 - Ngcongong, Mthobeli(2024), OP. Cit.
- 46 - Smith, Baylee , Viceisza, Angelino (2018), OP. Cit.
- ٤٧ - سعدي، أمال محمد(٢٠٢٤)، مرجع سابق، ص١٦٥
- ٤٨ - أبو سنة، نوره حمدي محمد(٢٠٢٠)، اعتماد الفتاة السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية معارفها نحو ريادة الأعمال- في ضوء رؤية(٢٠٣٠) وتمكين المرأة السعودية، مجلة البحوث الإعلامية، ع ٥٥، ج ٢، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص ٧٨٩-٧٩٠
- 49- Hassan, Mohamed (2023), Title of the paper: A qualitative study on the impact of Shark Tank TV show on entrepreneurship activities among Egyptian entrepreneurs, [Sharktankproject\[1\].pdf](#)
- ٥٠ - الشربيني ، أحمد الهلالي ، كامل، محمود أبو المجد (٢٠٢٣)، مرجع سابق، ص٣٢٥.
- 51- Parikh ,Atharva, Jain,Shreya, Mahalle, Parikshit N, Shinde, Gitanjali Rahul (2022), Offer and Deal-Quality Prediction using Machine learning and Fuzzy approach: A Shark Tank India Case Study, **Proceedings of the 4th International Conference on Information Management & Machine Intelligence**, pp.1-10. <https://doi.org/10.1145/3590837.3590891>
- 52- Wheadon, Mandy , Nathalie, Duval-Couetil(2019), The gendering of entrepreneurship on reality television, **Journal of Small Business Management**, 57,(4) , 1676-1697.