

تحديد عوامل النجاح الحرجة في ريادة الأعمال لبائعي الطعام في الشارع

داليا محمد محمد السيد شوشة¹

كلية المجتمع، جامعه الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، الرياض، المملكة العربية السعودية.

المخلص

يعتبر طعام الشارع أحد روافد ريادة الأعمال، وتكمن أهمية ريادة الأعمال في كونها تمثل الحل الفعال لمشكلة البطالة. يهدف هذا البحث إلى التعرف على عوامل نجاح عينة الدراسة الرياديين بائعي الطعام بشوارع مصر الجديدة بمحافظة القاهرة بلغ عددهم 34 رائدا. استخدمت استمارة استبيان لجمع البيانات حيث عولجت النتائج بالطرق الإحصائية أوضحت النتائج أن هناك اهتماما جزئيا من قبل المؤسسات بموضوعات الفكر الريادي، ضعف المناهج التعليمية على الحث لريادة الأعمال. توصى الدراسة بتعزيز استراتيجيات التسويق لبائعي الطعام في الشارع، إعداد قاعدة معلومات شاملة معتمدة لكل بائعي الطعام بالشارع على مستوى الجمهورية. تأسيس دليل مواصفات ونظام تصنيف خاص بنوعيات الوحدات المتنقلة لبيع الطعام في الشارع. إدراج عربات بيع الطعام كنشاط سياحي يخضع لإشراف وزارة السياحة.

معلومات المقالة

الكلمات المفتاحية

ريادة الأعمال؛ بائعي طعام الشارع؛ المخاطرة.

(JAAUTH)

المجلد 18، العدد 2

(2020)

ص 252-269.

مقدمة

عرفت منظمة الفاو (1989، 1992، 20013) طعام الشارع بأنه " أطعمة ومشروبات جاهزة للاستهلاك يتم تحضيرها و بيعها بواسطة بائعين و بائعين متجولين أو طهارة في الشوارع والأماكن المماثلة. عرف Drucker (2018) ريادة الأعمال بأنها " ما هو من خلال تأكيد ما ليس هو."

عبد الرحيم (2014) يعرف الريادي بأنه ذلك الشخص الذي يؤسس لنفسه مشروع عمل جديدا ، يؤكد على أن المشروع الجديد لا يعبر عن حقيقة مبادرة ريادية غير مسبوقه و أشار إلى أن المشروع قد يكون جديدا بالنسبة لمالكه و لكن هذا المشروع لا يتعدى كونه تكرارا لمشروعات سابقة و أرجع أن المبادرة الريادية لابد أن ترتبط بإنتاج سلعة جديدة أو ابتكار خدمه جديدة . من وجهة نظره أن الصفة التي تميز الرياديين هي القدرة على اتخاذ قرار إيجابي مع عدم اليقين و نفي تماما أن تكون الريادة صفة شخصية يتمتع بها الرياديين.

مشكلة الدراسة

البطالة هي احدى الظواهر الاجتماعية التي تهدد المجتمعات وتسعى مصر لتحسين الوضع المعيشي للفرد .تتمثل مشكلة البحث أنه بالرغم من الدور الفعال للفكر الريادي في المساهمة في حل مشكلة البطالة والمتمثل في بيع الطعام في الشارع سعى البحث للإجابة على الأسئلة التالية : ماهي صفات وسلوكيات الرياديين بائعي الطعام في الشارع؟ وما هي العقبات التي قد تواجههم؟.

أهداف الدراسة

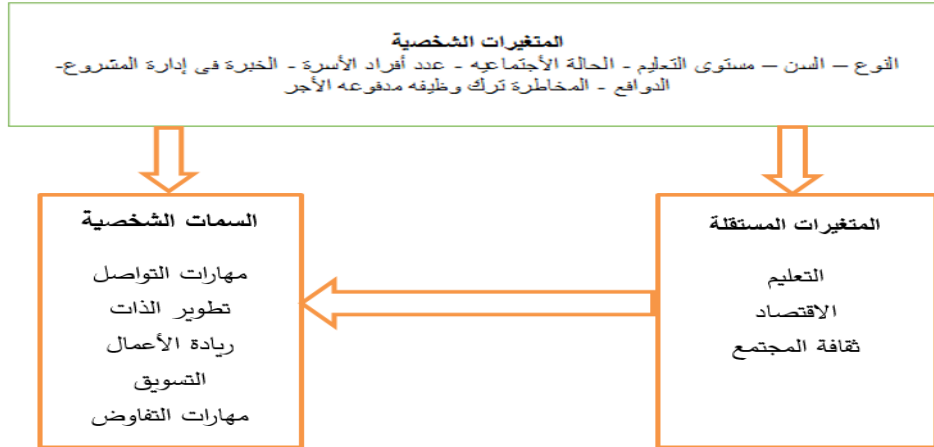
- التعرف على طبيعة ريادة الأعمال وما هو طعام الشارع .
- كشف صفات رائد الأعمال ومهارته.
- إلقاء الضوء على فوائد ريادة الأعمال وبيع الطعام في الشارع.
- تحليل الصعوبات التي قد تواجه رائد الأعمال.

¹ Dalia_shusha@yahoo.com

إسهامات الدراسة

قد تساهم نتائج هذه الدراسة في إضافة مجموعة من الإسهامات للجانب النظري والعملي أيضا. فيما يتعلق بالجانب النظري فإنه تم تصميم نموذج بالشكل الرقم (1). أما فيما يتعلق بالإسهامات للجانب العملي تم اقتراح مجموعة التوصيات يمكن أن يعتمد عليها للتغلب على العوائق التي تواجه الريادة في بيع الطعام بالشارع.

متغيرات الدراسة



شكل (1) نموذج متغيرات الدراسة (إعداد الباحثة)

مبشرات تسمية عوامل النجاح الحرجة

عرف كلا من حسن (2013) و Rhea (2019) عوامل النجاح هي مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على الأعمال و غياب تلك المتغيرات يسبب الفشل. وأيضا هي العناصر السببية المتوقعة لنتائج معينة مأمولة و العناصر التي يجب مراعاتها عند السعي لتحديد عوامل النجاح الحرجة ما يلي: ما هي العوامل التي من المحتمل أن تؤثر على النتائج المستهدفة؟ مدى إمكانية إجراء تحليل إحصائي، ما هي التغييرات في السلوك التي يجب أن تحدث لإنشاء النتائج المرجوة؟ ما هي العوامل التي من الممكن أن تتغير لتحقيق النتائج المرجوة؟ ما المهارات التي نحتاج إلى إضافتها أو اكتسابها لتحقيق النجاح؟

تعريف ريادة الأعمال

الريادة هي كلمة فرنسية نشأت في القرن السابع عشر في عام 1723، ويقصد بها الشخص الذي يحول الأفكار إلى ربح ويخلق الفرص التجارية (Carlen, 2016). وتعرف الريادة على أنها " القيمة عن طريق استثمار الفرصة من خلال موارد متفردة ". وهي بذلك تقوم على استغلال الوقت والجهد مقترنا بمخاطر مالية وسيكولوجية واجتماعية مصاحبة وذلك لتحقيق مكاسب مالية إضافة إلى رضا الفرد (الحمالى والعربي، 2016؛ Hisrich et؛Cornwall and Scarborough, 2016؛ 2016 (al., 2017

تعريف رائد الأعمال

رائد الأعمال هو مالك لمشروع صغير يمثل فكرة جديدة، أما عندما يطلق اسم رائد الأعمال على أصحاب الشركات الكبرى مثل الراجحي بالمملكة العربية السعودية على مستوى الوطن العربي وبييل جيبس على المستوى العالمي وغيرها وذلك لكون أصحاب تلك الشركات بدأوا من الصفر واعتمدوا في تفكيرهم على الابتكار والمخاطرة وكسر الروتين (الحمالى، يوسف، 2016).

عرف Drucker (2018) ريادة الأعمال بأنه "ما هو من خلال تأكيد ما ليس هو". والريادي هو ذلك الشخص الذي يؤسس لنفسه مشروع عمل جديدا. ويؤكد على أن المشروع الجديد لا يعبر عن حقيقة مبادرة ريادية غير مسبوقه وأشار إلى أن المشروع قد يكون جديدا بالنسبة لمالكه ولكن هذا المشروع لا يتعدى كونه تكرارا لمشروعات سابقة وأرجع أن المبادرة الريادية لا بد أن ترتبط بإنتاج سلعة جديدة أو ابتكار خدمة جديدة. ومن وجهة نظره أن الصفة التي تميز الريادين هي القدرة على اتخاذ قرار إيجابي مع عدم اليقين و نفي تمام h أن تكون الريادة صفة شخصية يتمتع بها الريادين. وهو بذلك يؤكد أن رائد العمل بأنه ذلك الشخص الذي ينقل أو يحول الموارد الاقتصادية من استخدام ضئيل الإنتاجية إلى استخدام أعلى في الإنتاجية وفي العائد الاقتصادي على تلك الموارد.

أنواع العمل الريادي

يصنف أبو قرن (2015) العمل الريادي إلى ثلاثة أنواع هي:

- العمل الابتكاري: هو ابتكار فكرة جديدة من نوعها في العمل.
- العمل الابتكاري المطور: لإضافة قيمة جديدة لفكرة موجودة أساسا.
- النوع الثالث: هو دخول مجالات جديدة مثل إدخال خدمة أو منتج موجود إلى أسواق جديدة.

أوضح Veciana (2005) و Chand (2016) أن صفات رائد الأعمال هي:

- هو الشخص الذي يقبل المخاطرة المرتبطة بعدم اليقين.
- المورد لرأس المال
- مبتكر.
- صانع القرار.
- قائد

• مدير ومشرف للمشروع

• صاحب المشروع هو مدير أو مشرف.

• منظم أو منسق للموارد الاقتصادية للمشروع.

• مالك المشروع.

• هو ذاته أحد عوامل إنتاج المشروع.

الأدوار الريادية

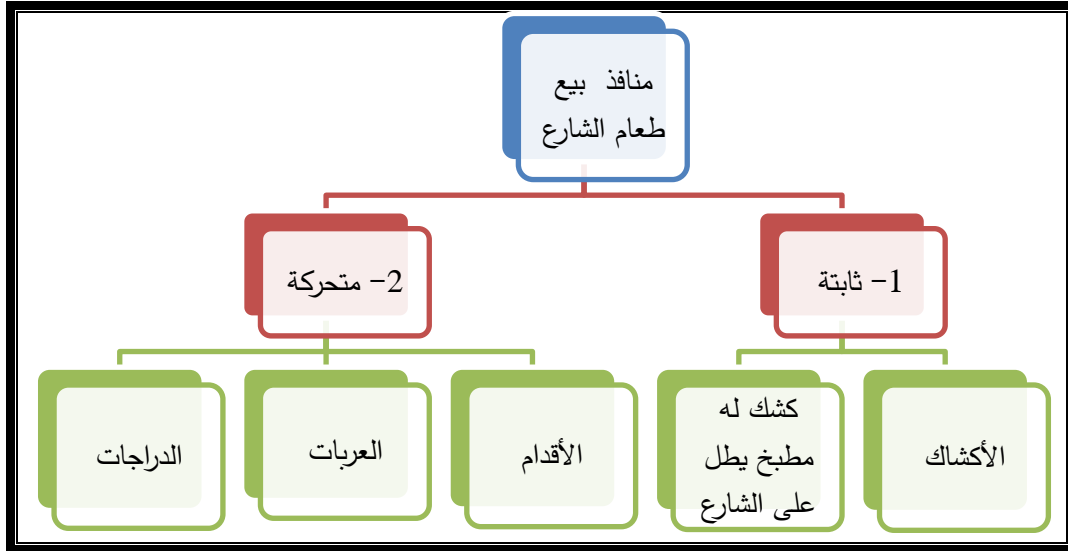
أوضح Botha et al. (2015) زيدان (2007) أن هناك خمسة أدوار رئيسية يمكن أن يقوم بها الريادي هي: ريادي كمدبر للمخاطر، كرأسمالي، كمبتكر، كباحث شغوف عن الفرص، الريادي كمدبر للموارد المحدودة.

الأبعاد الثلاثة الرئيسية للريادة هي

- الابتكار: وهي الحلول الابتداعية للمشكلات.
- المخاطرة: وهي تعنى تحمل مسؤولية الفشل وتكلفته لتوفير العناصر الأساسية للاستثمار.
- الاستباقية: ويقصد بها الاستباقية في تنفيذ المهام و الأعمال .

منافذ بيع طعام الشارع

وذكرت منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (2016) أن أماكن بيع الطعام تشمل الساحات والحدائق والأسواق المفتوحة. الشكل (2) يوضح أنواع منافذ بيع الطعام في الشارع و هي مقسمة إلى نوعين هما منافذ ثابتة ومنافذ متنقلة.



شكل رقم: (2) أنواع منافذ بيع طعام الشارع

المصدر: منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، (2016).

يقدم طعام الشارع من خلال عربة بيع الطعام حيث يوجد نوعان من هذه العربة هما: العربات التقليدية Traditional Food Track (TFT) وعربة بيع الطعام للذوق Gourmet Food Track (GFT) وغالبا ما يوجد النوعان من العربات في الهواء الطلق صباحا ومساء. في الصباح الباكر أمام المصانع و مساء مصاحبة للحفلات الموسيقية أو الأحداث الرياضية (Alfiero et al., 2017; Alfiero et al., 2019)

مواصفات وتصنيف الوحدات المتنقلة لبيع الطعام في الشارع

أعد قسم الصحة (2012) بمقاطعة مولتنوماه بالولايات المتحدة الأمريكية دليل مواصفات خاص بنوعيات الوحدات المتنقلة لبيع الطعام في الشارع، يتضمن تاريخ بيع الطعام المتنقل بالمقاطعة، تعاريف (تعريف الوحدة المتنقلة، التصنيفات). حيث قامت بتأسيس نظام تصنيف خاص بنوعيات الوحدات المتنقلة لبيع الطعام في الشارع ينقسم إلى أربع درجات تبدأ من الدرجة الأولى إلى الدرجة الرابعة، وضع لكل درجة منها مواصفات محددة.

تعريف بائع الطعام بالشارع

هو الذي يصنع أو يبيع أغذية الشارع وهو بذلك من أصحاب الأعمال الصغيرة ويطلق عليه رائد أعمال بقطاع غير حكومي (FAO, 2016). وترجع أسباب انتشار طعام الشارع لكونه قطاع توظيف غير حكومي (Hill et al., 2019). يستهلك تقريبا 2.5 مليار فرد حول العالم طعام الشارع وذلك للأسباب التالية (Alfiero et al, 2019): انخفاض التكلفة وسهولة توافره، التوسع الحضري السريع.

القيمة الاجتماعية والاقتصادية لطعام الشارع

تظهر القيمة الاجتماعية والاقتصادية لطعام الشارع (Phuoc, 2017; Hill et al., 2019; Alimi, 2016; Alfiero et al, 2019) في النقاط التالية:

- يساهم طعام الشارع في الحفاظ على الثقافة و التراث.
- يساهم في زيادة الحركة السياحية لاجتذابه سائحين يرغبون في تجربة أطعمة ذات نكهة محلية .
- يساهم في اقتصاد الدولة.
- مصدر لدخل الفرد بالدول النامية.
- وسيلة لعلاج البطالة (Sandri, 2016)
- تحل المشاكل الاجتماعية والاقتصادية الرئيسية في البلدان النامية لكل من البائع والمستهلك عن طريق توفير وجبات جاهزة بأسعار رخيصة نسبيا وفرص عمل.
- يؤثر طعام الشارع بشكل كبير على الإنتاج الزراعي والتسويق حيث يكون وسيلة ممتازة للمزارعين لتنوع مصادر دخلهم وتنمية مهارات التسويق (Fellows and Hilmi, 2011) وأشارا إلى ارتباط طعام الشارع بشكل رئيسي بالثقافة والمناخ حيث يؤثر على تنوع وطبيعة هذه الأطعمة والوجبات الخفيفة.

القيمة السياحية لعربات بيع الطعام في الشارع

تتكون صناعة الضيافة من عدة قطاعات: قطاع الإقامة منها مدفوع الأجر مثل أنواع الفنادق المتعددة وغير مدفوع الأجر مثل السجون و المستشفيات و قطاع الأغذية و المشروبات و يشمل أماكن تقديم الطعام مثل المطاعم والمقاهي و عربات بيع الطعام بالشارع (Barrows et al, 2012). يحظى طعام الشارع في إيطاليا بشهرة واسعة حيث تصاحب عربات بيع الطعام في الشارع إقامة الحفلات و المهرجانات بالهواء الطلق و كذلك الأحداث الرياضية، وتعتبر عربات بيع الطعام بالشارع جزء من الأمسيات الإيطالية وهذه العربات اجتذبت حوالي خمسة عشر ألف زائر في عام 2017 (Alfiero et 2017). (2019، الصوفي سوريا أصدرت وزارة السياحة قرارا يقضي بإعطاء عربات الإطعام الصفة السياحية، وترخيصها بهدف استخدامها كمطاعم ثابتة أو متحركة ضمن مسارات محددة (برس، 2019).

العلاقة بين ريادة الأعمال وبيع الطعام بالشارع:

الرائد ينظم مشروعه و يملكه ويديره بنفسه ويفترض ويواجه المخاطر التجارية من أجل تحقيق الربح الدهشان (2018) والأعمال السابقة جميعها يمارسها بائعي الطعام في الشارع من أجل تحقيق الربح (Webster's, 1965).

الاختلاف بين ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة

- الهدف: هدف المشروع الصغير هو تحقيق دخل أفضل من التوظيف الحكومي بينما هدف العمل الريادي هو تحقيق ثروة مستمرة.
- عامل الوقت: المشروع الصغير يبقى على حاله لفترة طويلة من الزمن والعمل الريادي يحقق الثروة في فترة من 5:10 سنوات.
- المخاطرة: هي أهم ما يميز العمل الريادي عن المشروع الصغير.
- الابتكار والإبداع: المشروع الصغير لا يلتزم بالإبداع و الابتكار و لكنه سمه العمل الريادي و هي تحويل الأفكار إلى منتجات (السكرانه، 2006).

أهمية ريادة الأعمال

ينكر عامر (2020)، Hassan et al. (2018)، الباجوري (2017)، خليل (2017)، و Mahmoud (2017)، وأضاف أن ريادة الأعمال هي أحد ركائز التنمية الاقتصادية و التنافسية و أثر ريادة الأعمال على دولة ماليزيا أنها في

تحسين دخل الفرد من أقل من (350) دولار إلى (18000) دولار. العمل على القضاء التدريجي على الفقر ورفاهية المجتمع وتحسين أوضاعه و هي بذلك أحد الركائز الأساسية للتنمية المستدامة .

منهج البحث

تم تصميم وتوزيع استمارة استبيان على عينة من بائعي الطعام بالشارع و هدفت الاستمارة إلى كشف عوامل النجاح الحرجة في ريادة الأعمال لبائعي الطعام في الشارع . وقد تمت الاستعانة ببعض المقاييس لتكوين أسئلة الاستمارة وهي شقير و آخرون (2018)، أبو الخير (2017)، وأبو قرن (2015).

تم توزيع استمارة استبيان على مالكي عربات بيع الطعام في الشارع بالقاهرة في مشروع شارع 306 بمساكن شيراتون بحي النزهة و الآخر شارع مصر بحي النزهة كعينة عمدية. لأنه غير متوفر قاعدة معلومات شاملة معتمدة لكل بائعي الطعام بالشارع يعتمد عليه. وحددت معايير اختيار مفردات العينة بناء على العوامل التي تم استخلاصها من الدراسات السابقة لبائعي الطعام بالشارع شقير وآخرون(2018)، أبو الخير (2017)، أبو قرن (2015).

وتمثلت في أن يكون عمر الزمنى للمشروع من سنة إلى خمس سنوات، مثابرة بائع الطعام على تحقيق النجاح على الرغم من الضغوط الواقعة عليه في بداية الاستثمار، مبادرة أصحاب المؤهلات العليا من مختلف التخصصات على العمل في بيع الطعام بالشارع حيث يتم اختيار صاحب الاستبانة و إخضاعه للدراسة في حالة توافر واحدة على الأقل من هذه المعايير

بعد توزيع 40 استمارة استبيان تم استرداد 34 استمارة صالحة للتحليل الإحصائي بمعدل استجابة 85% من حجم العينة و هو معدل مناسب لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها اشتملت الاستبانة على (37) فقرة موزعة على متغيرات مستقلة) المعلومات الشخصية، التعليم الاقتصاد، ثقافة المجتمع (السمات الشخصية متغير تابع) الجراة، مهارات التواصل الاجتماعي، المخاطرة، مشاركة المعلومات، العمل الريادي يلزم بتنظيم الوقت، تطوير الذات، ريادة الأعمال، التسويق، مهارات التفاوض.

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS 20 لتفريغ البيانات وتصنيفتها ومعالجتها كما يلي:

أ- الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحقق من صدق وثبات الأدوات:

- معامل ارتباط بيرسون للتأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.
- معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات.

ب- وتم استخدام مقياس ليكرت ذي النقاط الخمسة للإجابة عن أسئلة الدراسة حيث(1) غير منفذ تماما، (2) غير منفذ جزئيا(3)، لا أعرف(4)، منفذ جزئيا و(5) منفذ تماما.

تم اختيار المشروعين لاعتبارهما أحد أشكال دعم الدولة لريادة الأعمال للشباب فضلا عن حداثة عهدهما حيث تم افتتاح المشروعين في عام 2019. ومشروع ش 306 يتبع شركة أسواق مصر إكسبريس للتطوير والإدارة، التابعة لصندوق تحيا مصر يسع 24 لوحات ثابتة و منتقلة تقدم الأغذية و المشروبات. وقامت محافظة القاهرة بتخصيص منطقة بنهاية شارع البحر بمساكن الشيراتون تسع 14 عربة صغيرة مُرخصة للشباب أطلق عليها اسم (شارع مصر) يدفع الشباب إيجارا شهريا 1500 شاملة مكان العربة وخدمات المياه والكهرباء والحمامات والأمن وكافة الخدمات اللازمة، ويستخرج الشباب التراخيص من محافظة القاهرة وحي النزهة بالتنسيق مع جهاز المشروعات الصغيرة والمتوسطة التابع لمجلس الوزراء، مع ضرورة استخراج شهادة صحية في حالة عربات المأكولات والمشروبات ومراعاة شروط السن ومحل الإقامة بالقاهرة وفيش جنائي.

النتائج والمناقشة

صدق المحاور

جدول (1) صدق المحور الأول (التعليم)

معامل الارتباط	العبرة
.594**	تحت المناهج الدراسية على ثقافة ريادة الأعمال.
.741**	تواكب المناهج الدراسية متطلبات سوق العمل.
.863**	تتواجد ثقافة الإبداع وريادة الأعمال في المناهج الدراسية.
.682**	تحفز هيئة التدريس الطلاب على الإبداع والابتكار.
.726**	تقدم المدرسة / الجامعة جوائز للطلاب الريادين.
.589**	توفر المدرسة / الجامعة التدريبات على الفكر الريادي.
**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).	

يوضح جدول (1) أن قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور و المحور نفسه (التعليم) تتراوح بين (0.589، 0.863) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات و المحور نفسه.

جدول (2) صدق المحور الثاني (الاقتصاد)

معامل الارتباط	العبرة
.885**	دبرت بنفسى التمويل المالى.
.830**	ريادة الأعمال تقضى على البطالة.
.892**	العائد المادى من عربة بيع الطعام بالشارع هي المصدر الرئيسى للدخل.
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).	

يوضح جدول (2) أن قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور والمحرك نفسه (الاقتصاد) تتراوح بين (0.892، 0.830) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات و المحور نفسه.

جدول (3) صدق المحور الثالث (ثقافة المجتمع)

معامل الارتباط	العبرة
.771**	ألمس اهتمام إعلامى بفكرة ريادة الأعمال.
.434*	يحتنى المجتمع لريادة الأعمال.
.699**	أجد اهتماما من قبل المؤسسات بريادة الأعمال.
.900**	تشجعني أسرتي على ريادة الأعمال
.637**	يؤمن المجتمع العمل الريادي
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

يوضح جدول (3) أن قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور و المحور نفسه (ثقافة المجتمع) تتراوح بين (0.637)، (0.900) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات و المحور نفسه.

جدول (4) صدق المحور الرابع (السمات الشخصية)

معامل الارتباط	العبارة
.783**	يتطلب العمل الريادي توافر مهارة المخاطرة لدى الفرد
.710**	أنتشارك المعلومات التجارية مع زملائي بائعي الشارع
.867**	يستلزم منى العمل الريادي تنظيم وقتي بشكل مثالي و مستمر
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

يوضح جدول (4) أن قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور والمحور نفسه (السمات الشخصية) تتراوح بين (0.710)، (0.867) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات و المحور نفسه.

توصيف العينة

جدول (5) توصيف العينة طبقا للنوع

النسبة المئوية	التكرار		
94.1	32	ذكر	صالح
5.9	2	أنثى	
100.0	34	إجمالي	

من جدول (5) يمكننا ملاحظة أن 94.1% من أفراد العينة ذكور بينما 5.9% من أفراد العينة إناث.

جدول (6) توصيف العينة طبقا للفئة العمرية

الفئة العمرية			
النسبة المئوية	التكرار		
5.9	2	أقل من 20 سنة	صالح
41.2	14	من 21-30 سنة	
35.3	12	من 31-40 سنة	
17.6	6	من 41-50 سنة	
100.0	34	إجمالي	

من جدول (6) يمكننا ملاحظة أن 41.2% تتراوح أعمارهم بين 21-30 سنة تليها 5.9% من أفراد العينة أعمارهم أقل من 20 سنة بينما 17.6% تتراوح أعمارهم بين 41-50 سنة.

جدول (7) توصيف العينة طبقا للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي			
النسبة المئوية	التكرار		
17.6	6	تعليم أساسي	صالح
5.9	2	تعليم ثانوي	
76.5	26	تعليم جامعي	
100.0	34	إجمالي	

من جدول (7) يمكننا ملاحظة أن 76.5% من أفراد العينة تعليمهم جامعي بينما 5.9% من أفراد العينة تعليمهم ثانوي.

جدول (8) توصيف العينة طبقا للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية			
النسبة المئوية	التكرار		
35.3	12	أعزب	صالح
58.8	20	متزوج	
5.9	2	مطلق	
100.0	34	إجمالي	

من جدول (8) يتضح أن 58.8% من أفراد العينة حالة الاجتماعية هي متزوجون بينما نسبة 35.3% من أفراد العينة حالة الاجتماعية أعزب.

جدول رقم (9) توصيف العينة طبقا لعدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة			
النسبة المئوية	التكرار		
58.8	20	من 3 : 1	صالح
41.2	14	من 6 : 4	
100.0	34	إجمالي	

من جدول (9) يتضح أن 58.8% من أفراد العينة عدد الأسرة لهم يتراوح بين 1-3 أفراد بينما 41.2% من أفراد العينة يتراوح عدد الأسرة لها 4-6 أفراد.

جدول (10) توصيف العينة طبقا للعمر الزمني للمشروع.

فترة إدارة المشروع			
النسبة المئوية	التكرار		
35.3	12	أقل من سنة	صالح
52.9	18	من سنة إلى خمس سنوات	
5.9	2	من خمسة إلى عشر سنوات	
5.9	2	أكثر من عشر سنوات	
100.0	34	إجمالي	

من جدول (10) نلاحظ أن 52.9% من أفراد العينة يتراوح العمر الزمني للمشروع من سنة إلى خمس سنوات بينما تتساوى نسبة العمر الزمني للمشروع والتي تتراوح بين خمس إلى عشر سنوات، أكثر من عشر سنوات و هي 5.9%.

جدول (11) توصيف العينة طبقا للدافع لتأسيس المشروع.

الدافع لتأسيس المشروع			
النسبة المئوية	التكرار		
17.6	6	البطالة	صالح
82.4	28	اهتمام شخصي	
100.0	34	إجمالي	

من جدول (11) نلاحظ أن 82.4% من أفراد العينة كان الدافع الأساسي لتأسيس المشروع هو اهتمام شخصي، بينما 17.6 من أفراد العينة كانت البطالة هي الدافع الأساسي لديهم لتأسيس المشروع.

جدول (12) توصيف العينة طبقا هل تم ترك وظيفة مدفوعة الأجر من أجل عربة بيع طعام في الشارع.

تركت وظيفة مدفوعة الأجر			
النسبة المئوية	التكرار		
58.8	20	نعم	صالح
41.2	14	لا	
100.0	34	إجمالي	

من جدول ر (12) نلاحظ أن 58.8% من أفراد العينة تركوا وظيفة مدفوعة الأجر من أجل فتح عربة بيع طعام بالشارع بينما 41.2% لم يتركوا وظيفة مدفوعة الأجر من أجل فتح عربة بيع طعام بالشارع.

جدول (13) التكرارات النسبية لاستمارة بانعي الطعام في الشارع

م	العبارة	غير منفذ تماما		غير منفذ جزئيا		لا أعرف		منفذ جزئيا		منفذ تمام		المتوسط	الترتيب وفقا للمتوسط
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
1	تحت المناهج على ريادة الأعمال	47.1	16	5.9	2	5.9	2	29.4	10	11.8	4	2.5	8
2	تواكب المناهج الدراسية متطلبات سوق العمل	52.9	18	11.8	4	0.0	0	29.4	10	5.9	2	2.2	10
3	تتواجد ثقافة الإبداع و ريادة الأعمال في المناهج	58.8	20	11.8	4	0	0	23.5	8	5.9	2	2	11
4	تحفز هيئة التدريس الطلاب على الإبداع و الابتكار	47.1	16	11.8	4	5.9	2	17.6	6	17.6	6	2.4	9
5	تقدم المدرسة / الجامعة جوائز للطلاب الرياديين	58.8	20	5.9	2	11.8	4	17.6	6	5.9	2	2	11
6	توفر المدرسة / الجامعة التدريبات على الفكر الريادي	64.7	22	0.0	0	11.8	4	17.6	6	5.9	2	2	11
7	دبرت بنفسى التمويل المبدئي	5.9	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	94.1	32	4.7	3
8	ريادة العمال حل فعال لتقليل بطالة الشباب	5.9	2	0.0	0	5.9	2	29.4	10	58.8	20	4.3	5
9	عربة بيع الطعام العائد منها مصدر رئيسي للدخل	11.8	4	0.0	0	0.0	0	17.6	6	70.6	24	4.3	5
10	ألمس اهتماما إعلاميا بفكرة ريادة الأعمال	11.8	4	17.6	6	5.9	2	35.3	12	29.4	10	3.5	7
11	أجد اهتماما من قبل المؤسسات بموضوعات الفكر الريادي	23.5	8	0.0	0	5.9	2	41.2	14	29.4	10	3.5	7
12	تشجعني أسرتي على بيع الطعام في الشارع	5.9	2	5.9	2	0.0	0	17.6	6	70.6	24	4.4	4
13	يضمن المجتمع العمل الريادي	11.8	4	0.0	0	0.0	0	29.4	10	58.8	20	4.2	6
14	أقدم مساهمة إيجابية لصورة بانع الطعام في الشارع	0.0	0	0.0	0	0.0	0	5.9	2	94.1	32	4.9	1
15	المخاطرة تشكل حاجزا للريادة	0.0	0	0.0	0	0.0	0	64.7	22	35.3	12	4.3	5
16	أنتشارك المعلومات التجارية مع زملائي بانعي الشارع	0.0	0	0.0	0	0.0	0	11.8	4	88.2	30	4.8	2
17	يستلزم منى العمل الريادي تنظيم وقتي بشكل مثالي	0.0	0	0.0	0	0.0	0	29.4	10	70.6	24	4.7	3

من جدول رقم (13): نلاحظ أن:-

- 94.1% من أفراد العينة ذكروا أنهم يقدمون مساهمة إيجابية لصورة بائع الطعام في الشارع تنفيذ تام بينما 5.9% من أفراد العينة يرون أن تقديمهم لمساهمة إيجابية لصورة بائع الطعام في الشارع منفذ بشكل جزئي وذلك بمتوسط 4.9.
- 88.2% من أفراد العينة يرون أنهم يتشاركون المعلومات التجارية مع زملائهم بائعي الشارع تنفيذ تام بينما 11.8% من أفراد العينة يرون أنهم يتشاركون المعلومات التجارية مع الزملاء بشكل جزئي بمتوسط 4.8.
- 70.6% من أفراد العينة ينظمون وقتهم عند ممارسة هذا العمل الريادي تنفيذ تام بينما 29.4% يمارسون تنظيم وقتهم بشكل جزئي بمتوسط 4.7%.
- 94.1% من أفراد العينة أجابوا دبرت بنفسي التمويل المبدئي منفذ تماما بينما 5.9% من أفراد العينة أجابوا دبرت بنفسي التمويل المبدئي غير منفذ تماما بمتوسط 4.7.
- 70.6% من أفراد العينة تشجعهم أسرهم على بيع الطعام في الشارع بشكل منفذ تام بينما تتساوى نسبة 5.9% بأن تشجيع أسرهم على بيع الطعام في الشارع غير منفذ تماما و 5.9% بأن تشجيع أسرهم على بيع الطعام في الشارع غير منفذ جزئيا بمتوسط 4.4.
- 64.7% من أفراد العينة يرون أن المخاطرة تشكل حاجز للريادة منفذ جزئيا بينما 35.3% من أفراد العينة يرون أن المخاطرة تشكل حاجز للريادة منفذ تماما بمتوسط 4.3.
- 70.6% من أفراد العينة ذكروا أن عربة بيع الطعام العائد منها مصدر رئيسي للدخل منفذ تماما بينما 11.8% من أفراد العينة ذكروا أن عربة بيع الطعام العائد منها مصدر رئيسي للدخل غير منفذ تماما بمتوسط 4.3.
- 58.8% من أفراد العينة ذكروا أن ريادة العمال حل فعال لتقليل بطالة الشباب منفذ تماما بينما 5.9% من أفراد العينة ذكروا أن ريادة العمال حل فعال لتقليل بطالة الشباب غير منفذ تماما بمتوسط 4.3.
- 58.8% من أفراد العينة يرون أن المجتمع يثمن العمل الريادي منفذ تماما بينما 11.8% من أفراد العينة يرون أن المجتمع لا يثمن العمل الريادي تماما بمتوسط 4.2.
- 41.2% من أفراد العينة ذكروا أنه كان هناك اهتمام جزئي من قبل المؤسسات بموضوعات الفكر الريادي بينما 23.5% من أفراد العينة ذكروا أن الاهتمام من قبل المؤسسات بموضوعات الفكر الريادي كان غير منفذ جزئيا بمتوسط 3.5.
- 35.5% من أفراد العينة لمسوا اهتمام إعلامي بفكرة ريادة الأعمال بشكل جزئي بينما 11.8% لم يلمسوا اهتمام إعلامي بالفكر الريادي تماما بمتوسط 3.5.
- 47.1% من أفراد العينة ذكروا أن حث المناهج على ريادة الأعمال غير منفذ تماما بينما 5.9% من أفراد العينة ذكروا أن حث المناهج على ريادة الأعمال غير منفذ جزئيا بمتوسط 2.5.
- 47.1% من أفراد العينة ذكروا أن تحفيز هيئة التدريس الطلاب على الأبداع والابتكار غير منفذ تماما بينما 5.9% من حجم العينة ذكر أنه لا يعرف إذا كان هناك تحفيز من قبل هيئة التدريس للطلاب على الأبداع والابتكار بمتوسط 2.4.
- 52.9% من أفراد العينة ذكروا أن مواكبة المناهج الدراسية لمتطلبات سوق العمل غير منفذ تماما بينما 11.4% من حجم العينة ذكروا مواكبة المناهج الدراسية لمتطلبات سوق العمل غير منفذ جزئيا بمتوسط 2.2.
- 58.8% من أفراد العينة أشاروا إلى أن تواجد ثقافة الأبداع و ريادة الأعمال في المناهج غير منفذ تماما بينما 5.9% من حجم العينة أشاروا إلى أن تواجد ثقافة الأبداع و ريادة الأعمال في المناهج منفذ تماما بمتوسط 2.

- 58.8% من أفراد العينة ذكروا أن تقديم المدرسة / الجامعة جوائز للطلاب الرياديين غير منفذ تماما و 5.9% من حجم العينة ذكروا أن تقديم المدرسة / الجامعة جوائز للطلاب الرياديين منفذ تماما بمتوسط 2.
- 64.7% من أفراد العينة أشاروا إلى أن توفير المدرسة / الجامعة التدريبات على الفكر الريادي غير منفذ تماما بينما 5.9% أشاروا الى ان توفير المدرسة / الجامعة التدريبات على الفكر الريادي منفذ تماما بمتوسط 2.

جدول (14) العلاقة بين نوع المبحوث والدافع لتأسيس المشروع

النوع * دافع المشروع Cross tabulation					
Total	دافع المشروع		النوع	ذكر	أنثى
	البيطالة	اهتمام شخصي			
32	26	6	Count		
100.0%	81.3%	18.8%	% within النوع		
2	2	0	Count		
100.0%	100.0%	0.0%	% within النوع		
34	28	6	Count	Total	
100.0%	82.4%	17.6%	% within النوع		
.455a			قيمة اختبار مربع كاي		
0.5			قيمة المعنوية		
توجد علاقة			القرار		
0.115			قيمة معامل التوافق		
علاقة ضعيفة			القرار		

من جدول رقم (14) نلاحظ أن

- 18.8% من الذكور كان الدافع لديهم لتأسيس المشروع هو البيطالة بينما 81.3% منهم كان الدافع الأساسي لديهم هو اهتمام شخصي.
- 17.6% من الإناث كان الدافع لديهم لتأسيس المشروع هو البيطالة بينما 82.4% منهم كان الدافع الأساسي لديهم هو اهتمام شخصي.
- وبالنظر إلى قيمة معنوية اختبار مربع كاي نجد أنها $a=0.455$. وهي أقل من $\alpha=0.05$ لذا يمكننا القول إنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوث و الدافع لتأسيس المشروع.
- وبالنظر إلى قيمة معامل التوافق نجد أنها 0.115 وهي أقل من 0.6 و بالتالي يمكننا القول إنه توجد علاقة ضعيفة بين نوع المبحوث و الدافع الأساسي لتأسيس المشروع.

جدول (15) العلاقة بين المستوى التعليمي للمبحوث والدافع لتأسيس المشروع.

المستوى التعليمي * دافع لمشروع Crosstabulation					
Total	دافع_المشروع		Count	تعليم أساسي	المستوى_التعليمي
	اهتمام شخصي	البطالة			
6	2	4			
100.0%	33.3%	66.7%	% within المستوى_التعليمي		
2	2	0	Count	تعليم ثانوي	
100.0%	100.0%	0.0%	% within المستوى_التعليمي		
26	24	2	Count	تعليم جامعي	
100.0%	92.3%	7.7%	% within المستوى_التعليمي		
34	28	6	Count	Total	
100.0%	82.4%	17.6%	% within المستوى_التعليمي		
12.122a			قيمة اختبار مربع كاي		
0.002			قيمة المعنوية		
توجد علاقة			القرار		
0.857			قيمة معامل التوافق		
علاقة قوية			القرار		

من جدول رقم (15) يمكننا ملاحظة أن

66.7% من المبحوثين الحاصلين على تعليم أساسي كان دافع تأسيس المشروع لديهم هو البطالة بينما 33.3% من المبحوثين الحاصلين على تعليم أساسي كان دافع تأسيس المشروع هو اهتمام شخصي 92% من المبحوثين الحاصلين على مؤهل جامعي كان دافع تأسيس المشروع لديهم هو اهتمام شخصي.

- وبالنظر إلى قيمة معنوية اختبار مربع كاي نجد أنها 0.002 وهي أقل من $\alpha = 0.05$ لذا يمكننا القول إنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوث و الدافع لتأسيس المشروع.
- وبالنظر إلى قيمة معامل التوافق نجد أنها 0.857 وهي أقل من 0.6 و بالتالي يمكننا القول إنه توجد علاقة قوية بين المستوى التعليمي للمبحوث و الدافع الأساسي لتأسيس المشروع.

الخلاصة

جاءت معظم إجابات العينة متوافقة مع ما ذكرته المراجع من صفات للشخص الريادي في كونه يتميز بالقدرة المخاطرة والمغامرة، الإبداع، الاستقلالية على النحو التالي:

كان الدافع لتأسيس عربة بيع الطعام في الشارع هو اهتمام شخصي إذ أن معظم أفراد العينة تركوا وظيفة مدفوعة الأجر من أجل هذا العمل الريادي ولا يرون في المناهج الدراسية تشجيعاً على ثقافة الإبداع و الابتكار. الاستقلالية قيام معظم أفراد العينة بتدبير التمويل المالي بأنفسهم. أما من ناحية الصفات الاجتماعية كان معظم أفراد العينة من الذكور مما يشير إلى ضعف تحفيز المرأة على هذا العمل الريادي تميز الرياديين من أفراد العينة بصغر سنهم تراوحت فئتهم العمرية من 12-30 هم من فئة متعلمة حاملين للشهادات الجامعية المتنوعة ويرون أن عملهم هذا هو حل لمشكلة البطالة ويعتبرونه

هو المصدر الرئيسي للدخل حيث إن الغالبية العظمى منهم يعولون أسرا متوسط عددها من 3-1 أفراد. ذكر الريادين أنهم يجدون بعض الصعوبات المتمثلة في ارتفاع القيمة الإيجارية التي تسدد لمحافظة القاهرة ضعف الاهتمام الإعلامي بالفكر الريادي. لا يوجد بمصر دليل مواصفات ، نظام تصنيف خاص بنوعيات الوحدات المتنقلة لبيع الطعام في الشارع. تسعى العديد من وزارات السياحة بإعطاء عربات بيع الطعام في الشارع الصفة السياحية عن طريق إصدار تراخيص لها.

التوصيات

- التوسع في تأسيس حاضنات الأفكار لنقل الأفكار الإبداعية من الجامعات إلى الواقع العملي .
- تخفيض رسوم الإيجار على أن تكون بفائدة متزايدة.
- التوسع في الدورات التدريبية للريادين قبل البدء في المشروع من قبل المؤسسات المتنوعة.
- تعزيز استراتيجيات التسويق لبائعي الطعام في الشارع.
- عمل سياسات تحفيزية منها إعفاء السنة الأولى من الإيجار.
- تمكين المرأة من العمل الريادي من خلال مجموعة من البرامج التحفيزية.
- عمل حملات إعلانية مبتكرة مكثفة عن أهمية العمل الريادي .
- إعطاء عربات بيع الطعام في الشارع الصفة السياحية عن طريق إصدار التراخيص لها والإشراف عليها من قبل وزارة السياحة المصرية.
- إصدار دليل مواصفات خاص بنوعيات الوحدات المتنقلة لبيع الطعام في الشارع.
- تأسيس نظام تصنيف خاص بنوعيات الوحدات المتنقلة لبيع الطعام في الشارع.

محددات الدراسة وأهم المقترحات البحثية

- هناك مجموعة من المحددات والمقترحات المستقبلية الخاصة بهذه الدراسة وهي على النحو الآتي:-
- اهتمت الدراسة بإلقاء الضوء على فوائد ريادة الأعمال وبيع الطعام في الشارع. لذلك قد تهتم الأبحاث المستقبلية بدراسة القيمة السياحية لعربات بيع الطعام في الشارع.
 - اهتمت الدراسة بالتعرف على احتياجات رائد الأعمال "بائعي الطعام بالشارع مثل تعزيز استراتيجيات التسويق لبائعي الطعام في الشارع. لذلك قد تهتم الأبحاث المستقبلية بدراسة هذه الاستراتيجيات وإدراجها ضمن الأجندة السياحية.
 - ركزت الدراسة على تحليل الصعوبات التي قد تواجه رائد الأعمال "بائعي الطعام بالشارع" بمحافظة القاهرة لذلك قد تهتم الأبحاث المستقبلية بشريحة أخرى من رواد الأعمال "بائعي الطعام بالشارع" في المحافظات المختلفة لجمهورية مصر العربية.
 - لم يتم تأسيس دليل مواصفات و نظام تصنيف خاص بنوعيات الوحدات المتنقلة لبيع الطعام في الشارع. لذلك من الممكن أن تقوم الأبحاث المستقبلية بتصميم دليل مواصفات و نظام تصنيف مقترح.

المراجع باللغة العربية

- أبو الخير، أحمد (2017)، " دور العوامل الشخصية والبيئية في نجاح ممارسات العمل الحر دراسة تطبيقية على خريجي مؤسسات التعليم العالي في قطاع غزة"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة.
- أبو قرن، سعيد محمد (2015)، " واقع ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة" دراسة مقارنة بين قسم التعليم المستمر في جامعتي الأزهر والإسلامية"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة.
- الباجوري، خالد عبد الوهاب(2017)، "ريادة الأعمال مفتاح التنمية الاقتصادية في العالم العربي"، اتحاد الغرب العربية، دائرة البحوث الاقتصادية.
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء .(2019) أنترنت متاح. <https://www.capmas.gov.eg/>
- الحمال، راشد بن محمد، والعربي هشام يوسف(2016)، " واقع ثقافة ريادة الأعمال بجامعة حائل وآليات تفعيلها من وجه نظر الهيئة التدريسية"، دراسات عربية في التربية و علم النفس (ASEP)العدد السادس و السبعون.
- برس، أتر(2019)، " السياحة تمنح عربات الإطعام المتنقلة ترخيص سياحي ولكن بشروط" أنترنت متاح <https://www.athrpress.com>
- حسن، تمام (2013)، "دراسة تحليلية لعوامل النجاح الحرجة لتطبيق منهجية سيجما للتحسين في الشركات السورية" رسالة ماجستير، الجامعة الافتراضية السورية، برنامج ماجستير إدارة الجودة، سوريا.
- خليل، شذا(2017)، " النمو الهائل في الاقتصاد المالي نمو استرشادي للدول النامية مركز روابط الدراسات والبحوث الاستراتيجية <http://rawabetcenter.com/archives/53435>
- الدهشان، جمال(2018)، " المؤتمر الدولي لمركز تنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها للتدريب الإبداعي رؤى واقعية و طموحات مستقبلية"، جامعة المنوفية .
- زيدان، عمرو علاء الدين، (2007)، ريادة الأعمال – القوة الدافعة للاقتصادات الوطنية (منظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- سكارنه، بلال (2016) الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار الميسرة للطباعة والنشر .
- شقير، إيمان، والمحيميد، بدر، والخضيف، شروق (2018) محاور تعزيز الدور الريادي لسيدات الأعمال السعوديات السمات/ المحفزات/المعوقات/ سياسات التمكين دراسة تطبيقية بمنطقة القصيم، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مجلد 26.
- عامر، عادل (2020) العلاقة بين ريادة الأعمال والتنمية المستدامة، إيجيشان جاردين <https://egyptianguardan.com>
- عبد الرحيم، عاطف(2014) دور دوريات الأعمال في تطوير الإبداع المؤسسي بالتطبيق على البورصة المصرية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد الثاني والثلاثون. <https://journals.qou.edu/index.php/jrresstudy/article/view/882>
- منظمة الأغذية للأمم المتحدة <http://www.fao.org/news/archive/news-by-date/2016/ar/> (2013)
- منظمة الأغذية للأمم المتحدة <http://www.fao.org/news/archive/news-by-date/2016/ar/> (2016)
- قسم الصحة - <https://multco.us/health> مقاطعة مولتوماه بالولايات المتحدة الأمريكية (2012)

المراجع باللغة الإنجليزية

- Alfiero, S.; Bonadonna,A., Cane,M., and Logiudice,A (2019)."Street Food: A Tool For Promoting Tradition, Territory, and Tourism". Vol. 24. USA. Available From:[Accessed on 15 January 2020].
- Alfiero, S.; Wade, B, Taliano, A. and Bonadonna, A (2018). "Defining the food truck phenomenon in Italy: A feasible explanation". In V. Cantino, F. Culasso, & G. Racca (Eds.), Smart tourism (pp. 365–385). Milan, Italy: McGraw-Hill Education.
- Alfiero, S.; Lo Guidance, A. and Bandanna. A (2017). "Street Food and Innovation: The Food Truck Phenomenon". British Food Journal, 119 (11), 2462–2476.
- Alimi,B, (2016) "Risk factors in street food practices in developing countries: A review. Journal of Food Science and Human Wellness", Volume5 Issue IV, [internet]. Available from: [3https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213453016300441?via%3Dihub](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213453016300441?via%3Dihub). [Accessed on 15 January 2020].
- Barrows,C.; Powers,T.; and Reynolds,D(2012)Introduction to management in the hospitality industry. Tenth edition .John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.
- Botha, M.; van ,J., and Kunene,T (2015). "An integrated entrepreneurial performance model focusing on the importance and proficiency of competencies for start-up and established SMEs", Journal of Business Management, [internet]. Available from: file:///C:/Users/ENG-karim%20%20sobhy/Downloads/2015BothaVanVuurenKunenecopy.pdf .[Accessed on 15 January 2020].
- Carlen, j. (2016). "A Brief History of Entrepreneurship: The Pioneers, Profiteers, and Racketeers Who Shaped Our World. New York, NY": Columbia University Press. p. 1. ISBN 9780231542814.
- Chand, V., (2016). "Socio-educational Entrepreneurship within the Public Sector: Leveraging Teacher-driven Innovations for Improvement". International Educational Innovation and Public Sector Entrepreneurship. International Perspectives on Education and Society, Vol. 23, ed. Alexander W. Wiseman. Bingley: Emerald Publishing.
- Cornwall, J. and Scarborough (2016)."Essentials of Entrepreneurship and small Business Management", Edith Edition, Person, New York.
- Druker.P, (2018) "7 Lessons from Innovation and Entrepreneurship. Innovation and Entrepreneurship", internet]. Available from: [7bbhttps://medium.com/@antoniomartina/7-lessons-from-innovation-and-entrepreneurship-by-peter-f-drucker-d7953127b3b5](https://medium.com/@antoniomartina/7-lessons-from-innovation-and-entrepreneurship-by-peter-f-drucker-d7953127b3b5). [Accessed on 15 January 2020].
- FAO. (1989). "Street foods. A summary of FAO studies and other activities relating to street
- FAO. (1992). "Intercountry workshop on street foods in Africa, Accra, Ghana", April 27 - May 1, 1992. Accra, Ghana: FAO, Regional Office for Africa.
- Fellows. P, and Hilmi, M. (2011)" Selling Street and Snack Foods", Diversification booklet number 18, Rural Infrastructure and Agro-Industries Division Food and Agriculture Organization of the United Nations Rome 2011 [internet]. Available from: <http://www.fao.org/3/i2474e/i2474e00.pdf>. [Accessed on 15 January 2020].

- Food and Agriculture Organization of the United Nations (2016). "Street Food In Uber Ghana: A desktop review and analysis of findings and recommendations from existing literature.
- Hassan, D.; Mohammed, N., Refaat, A. and Ali, H. (2018). "Entrepreneurship: A strategy for Creating Innovative Tourism Products in Egyptian Travel Agencies", Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City. Vol. 2, Issue 1.
- Hill, J.; Mchiza, Z., Puoane, T., and Steyn, N. (2019). "The development of an evidence-based street food vending model within a socioecological framework: A guide for African countries". Research Article. PLoS. Available From: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0223535>. [Accessed on 15/2/2019].
- Hisrich, R., Peters, M. & Shepherd, D. (2017). "Entrepreneurship / Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd. Tenth edition", New York, NY: McGraw-Hill Education [internet]. Available from: https://trove.nla.gov.au/work/20030844?q&sort=holdings+desc&_id=1583348528185&versionId=257053340 [Accessed on 15 January 2020].
- Mahmoud, E. (2017) "Poverty Reduction Strategies for Smallholder and Family Farmers: Models and Lessons", Alex Sci Exch J. 38:967-974.
- Phuoc, N. (2017) "Food Safety Knowledge and Hygiene Practice of Street Vendors in Mekong River Delta Region", International Journal of Applied Engineering Research, Volume 12. [internet]. Available from: <http://www.ripublication.com>. [Accessed on 15 January 2020].
- Rehya, J. (2019) "Critical success factor", [internet]. Available from https://en.wikipedia.org/wiki/Critical_success_factor. [Accessed on 23 May 2020].
- Sandri, S.; (2016). "The need for entrepreneurial education in Jordan-An Empirical investigation "Jordan journal of Business Administration ,12(2):417-345.
- Veciana, J. (2005) "University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison", Journal of [The International Entrepreneurship and Management Journal](https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-005-1127-5). [internet]. Available from: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-005-1127-5>. [Accessed on 15 January 2020].
- Webster's Third New International Dictionary, (Unabridged), G. C. Merriam CO., 1965.



Determining the Critical Factors of success in Entrepreneurship of Food Vendors in the Street

Dalia Mohamed shusha

Princess Nourah Bint Abdulrahman University, Community College, Riyadh, Saudi Arabia

ARTICLE INFO

Keywords:
Entrepreneurship;
Food Street
Vendors; Risk.

(JAAUTH)
Vol. 18, No. 2,
(2020),
pp.252-269.

Abstract

Determining the Critical Factors of success in Entrepreneurship of Food Vendors in the Street Summary Street food is considered one of the entrepreneurship branches. The importance of entrepreneurship lies in being a vital solution for unemployment. This research aims at identifying the factors of the studying sample success for the entrepreneur street food vendors in Heliopolis at Cairo governorate whose number reached about thirty-four entrepreneurs. A questionnaire was used to collect the data and the results were handled in statically methods. These results showed that there is a partial interest from the establishments to the topics of entrepreneurship thinking and weakness of education syllabus in motivating towards entrepreneurship. The study recommends the reinforcement of marketing strategies for food street vendors, preparing an accredited whole database of the vendors of street food in the republic Establish a classification manual system for street food. Considering street food as a tourist activity under the supervision of the ministry of tourism.