



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة عباس لغرور - خنشلة

Abbas Laghrou University - Khenchela



Faculty of Economic Sciences  
Commercial and management sciences  
Department of Management Sciences

كلية العلوم الاقتصادية  
والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير

الموضوع

## أثر مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة \_\_ دراسة حالة مجموعة مؤسسات \_\_

أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير  
تخصص: مقاولاتية و مناجنت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

إشراف الدكتور:

خنافر علي

إعداد الطالب:

بن رغيدة محمد مهدي

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
شرف الدين زديرة	استاذ التعليم العالي	جامعة عباس لغرور	رئيسا
علي خنافر	أستاذ محاضر أ	جامعة عباس لغرور	مشرفا ومقررا
نجوى حرنان	أستاذ محاضر أ	جامعة عباس لغرور	مناقشا
دلال عجالي	استاذ التعليم العالي	جامعة عباس لغرور	مناقشا
برابيس خليفة	أستاذ محاضر أ	المركز الجامعي تيبازة	مناقشا
بونحاس عادل	أستاذ محاضر أ	المركز الجامعي تيبازة	مناقشا

السنة الجامعية: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# إهداء

الحمد لله الذي قادني ووفقني لإنجاز هذا العمل

و الذي أهديته إلي :

أمي حبيبتي و حياتي حفظها الله و ربها...

روح أبي الغالي و روح زوجتي نادية عملة ... و كلي شوق للفائتكما...

أخواتي : نسرين ، بسمة ، مروة و أبنائهم ... حبي ، سندي و ساعدي

ولداي : مالك و إلياس ...

سعيدة بـ (إثري) ... أيقونة الأمل

مراد بوهيدل ... الرجل الشمم...

جمال : صاحبي و صاحبي...

فراشني المعهد : رزيقة و إلهام...

زملائي وأصدقائي و كل اساتذتي الافاضل ...

مهدي بن ربيعة



# شكر وعرفان

الحمد لله و الصلاة و السلام على سيدنا محمد ...

أتقدم بجزيل الشكر و الامتنان الى :

أستاذي الكريم : "خنافر علي" و لذلي كان لي سندا و لم يبخل علي بإرشاداته و اقتراحاته و مساعدته ، فألفه شكر أستاذي علي نصائحك و دعمك و إرشاداتك ... جعلها الله لك ذخرا .

كما أتقدم بجزيل الشكر و العرفان إلى كل أساتذة و موظفي الكلية الذين لم يدخروا

جهدا في دعمنا و علي رأسهم الأستاذ : زديرة شرف الدين ، الأستاذ أكرم لعور ،

الأستاذ شيبان سمير ، الأستاذة حرنان نجوى ، الأستاذة عقاب نورالدين .

الى الأساتذة الأفاضل المناقشين علي تفضلهم بقبول مناقشة هذه الأطروحة .



# الملخص

## أثر مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- دراسة حالة مجموعة مؤسسات -

### ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعريف بمفهوم مناخ الأعمال، وتوضيح خصائصه، علاقته بمناخ الاستثمار، وأهم مكوناته، ومؤشرات تقييمه، وكذا التعريف بمفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية فيها، ثم التعرف على أثر مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها " ما مدى تأثير مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟"، وقصد تحقيق الهدف من الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة، والإحاطة بمختلف جوانبها، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بالدراسة الميدانية المطبقة على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تزاوّل أنشطتها في إقليم ولاية خنشلة، علما أن هذا النوع من المؤسسات ينتشر عبر كل ولايات الجزائر وتسعى كل مؤسسة إلى إيجاد ميزة تنافسية متجددة تسمح لها بالنمو والاستمرار. كما تم الاعتماد على استبيان مصمم لهذا الغرض كأداة لجمع المعلومات اللازمة وتحليلها باستخدام برنامج تحليل الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.22، بالإضافة إلى أدوات الإحصاء الوصفي ومختلف التقارير الدولية والنشرات الرسمية الوطنية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين مناخ الأعمال والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. بالإضافة إلى أن الدراسة خلصت إلى العديد من الاقتراحات والتوصيات وأهمها ضمان وجود إطار قانوني مستقر، بعيدا عن سن القوانين المختلفة والمتعددة وتغيير التسميات وفي فترات زمنية قصيرة جدا مما يفقدها قوتها ومحتواها وبالتالي صعوبة تطبيقها، تعزيز بناء المهارات لمختلف الراغبين في إنشاء مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة من خلال توفير برامج تدريبية مصممة خصيصا لإنشاء وتسيير هذا النوع من المؤسسات خصوصا في مجالات التسيير والتمويل، تسهيل الوصول إلى التكنولوجيا وتطوير البنية التحتية للاتصالات، مثل الإنترنت عالي السرعة لأصحاب المؤسسات بما يؤدي إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة وتطوير وتحسين عمليات الإنتاج، مما يؤدي إلى خفض التكاليف، ربح الوقت، وإنشاء مزايا تنافسية جديدة وتصاميم متفردة، وهو ما يبقي المؤسسة في السوق وينمي من قدراتها و يتيح لها التوسع عبر أسواق جديدة والوصول بسرعة وسهولة إلى العملاء.

**الكلمات المفتاحية:** مناخ الأعمال، التنافسية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الميزة التنافسية.

**The impact of the business climate on the competitive advantage  
of small and medium enterprises**

**- Case study of a group of institutions -**

**Abstract :**

The study aims to introduce the concept of the business climate, clarify its characteristics, its relationship with the investment climate, its most important components, and its evaluation indicators, as well as introduce the concepts of small and medium enterprises and their competitive advantage, then identify the impact of the business climate on the competitive advantage of small and medium enterprises.

This study started from the problem of "to what extent does the business climate affect the competitive advantage of small and medium enterprises?" In order to achieve the goal of the study, answer the problem raised, and cover its various aspects, reliance was placed on the descriptive and analytical approach, through a field study applied to a group of Small and medium-sized enterprises that carry out their activities in the province of Khenchela, knowing that this type of enterprise is spread across all the provinces of Algeria, and each enterprise seeks to find a renewed competitive advantage that allows it to grow and continue. A questionnaire designed for this purpose was also relied upon as a tool to collect the necessary information and analyze it using the statistical package for social sciences (SPSS.22) analysis program, in addition to descriptive statistics tools and various international reports and official national bulletins.

The study reached a set of results, the most important of which is the presence of a statistically significant effect between the business climate and the competitive advantage of the small and medium enterprises under study. In addition, the study concluded with many suggestions and recommendations, the most important of which is ensuring the existence of a stable legal framework, away from enacting different and multiple laws and changing the

nomenclature in very short periods of time, which makes it lose its strength and content and thus makes it difficult to apply, enhancing skills building for various people wishing to Creating their own small and medium enterprises by providing training programs specifically designed to establish and manage this type of enterprise, especially in the areas of management and finance, facilitating access to technology and developing communications infrastructure, such as high-speed Internet, for enterprise owners, which leads to an increase in the pace of innovation in the enterprise. Developing and improving production processes, which leads to reducing costs, saving time, and creating new competitive advantages and unique designs, which keeps the organization in the market, develops its capabilities, and allows it to expand across new markets and reach customers quickly and easily.

**Keywords:** business climate, competitiveness, small and medium enterprises, competitive advantage.

## **L'impact du climat des affaires sur l'avantage compétitif des petites et moyennes entreprises**

### **- Etude de cas d'un groupe d'établissements –**

#### **résumé:**

L'étude vise à introduire le concept de climat des affaires, à clarifier ses caractéristiques, sa relation avec le climat d'investissement, ses composantes les plus importantes et ses indicateurs d'évaluation, ainsi qu'à introduire les concepts de petites et moyennes entreprises et leur avantage concurrentiel, puis identifier l'impact du climat des affaires sur l'avantage concurrentiel des petites et moyennes entreprises.

Cette étude est partie de la problématique « dans quelle mesure le climat des affaires affecte-t-il l'avantage compétitif des petites et moyennes entreprises ? » Afin d'atteindre l'objectif de l'étude, de répondre au problème posé et d'en couvrir les différents aspects, on s'est appuyé sur l'approche descriptive et analytique, à travers une étude de terrain appliquée à un groupe de Petites et moyennes entreprises qui exercent leurs activités dans la province de Khenchela, sachant que ce type d'entreprise est réparti à travers toutes les provinces d'Algérie, et chacune L'entreprise cherche à trouver un avantage concurrentiel renouvelé qui lui permet de croître et de perdurer. Un questionnaire conçu à cet effet a également été utilisé comme outil pour collecter les informations nécessaires et les analyser à l'aide du programme d'analyse du progiciel statistique pour les sciences sociales (SPSS.22), en plus des outils de statistiques descriptives et de divers rapports internationaux et bulletins nationaux officiels. .

L'étude a abouti à un ensemble de résultats dont le plus important est la présence d'un effet statistiquement significatif entre le climat des affaires et l'avantage compétitif des petites et moyennes entreprises étudiées. En outre, l'étude s'est conclue par de nombreuses suggestions et recommandations, dont la plus importante est d'assurer l'existence d'un cadre juridique

stable, loin de promulguer des lois différentes et multiples et de changer la nomenclature dans des délais très courts, ce qui lui fait perdre sa force et son contenu et rend ainsi difficile son application, renforcement des compétences de diverses personnes souhaitant créer leur propre petite et moyenne entreprise en proposant des programmes de formation spécifiquement conçus pour créer et gérer ce type d'entreprise, notamment dans les domaines de la gestion et de la finance, faciliter l'accès à la technologie et développer les infrastructures de communication, telles que l'Internet haut débit, pour les propriétaires d'entreprise, ce qui entraîne une accélération du rythme de l'innovation dans l'entreprise. Développer et améliorer les processus de production, ce qui entraîne une réduction des coûts, un gain de temps et créer de nouveaux avantages concurrentiels et des conceptions uniques, qui maintiennent l'organisation sur le marché, développe ses capacités et lui permet de se développer sur de nouveaux marchés et d'atteindre les clients rapidement et facilement.

**Mots clés :** climat des affaires, compétitivité, petites et moyennes entreprises, avantage compétitif.

# فهرس المحتويات

I	إهداء
II	شكر وعرفان
VI	فهرس المحتويات
XI	فهرس الجداول
XIV	قائمة الاشكال
1	مقدمة
2	1. مقدمة :
3	2. إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية:
6	3. فرضيات الدراسة:
7	4. أهمية الدراسة:
8	5. أهداف الدراسة:
8	6. منهج الدراسة:
9	7. نموذج الدراسة:
10	8. حدود الدراسة:
10	9. الدراسات السابقة:
15	10. موقع الدراسة من الدراسات السابقة:
15	11. تقسيمات الدراسة:
15	الفصل الأول الأدبيات النظرية لمناخ الاعمال والاستثمار
16	تمهيد:
17	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لمناخ الأعمال.

18.....	المطلب الأول: مفهوم مناخ الأعمال.
18.....	الفرع الأول: تعريف مناخ الأعمال لغة.....
19.....	الفرع الثاني: تعريف مناخ الأعمال اصطلاحا.....
25.....	المطلب الثاني: مناخ الاستثمار ومناخ الأعمال، أي علاقة؟.....
25.....	الفرع الأول: تعريف مناخ الاستثمار.....
27.....	الفرع الثاني: علاقة مناخ الاستثمار بمناخ الأعمال.....
27.....	المطلب الثالث: خصائص مناخ الأعمال.....
28.....	الفرع الأول: خاصية الوحدة والترابط.....
28.....	الفرع الثاني: خاصية التقسيم وإمكانية التأثر من طرف المستثمرين.....
29.....	الفرع الثالث: التعقيد، التغير والتقلب.....
29.....	المبحث الثاني: مكونات مناخ الأعمال.....
30.....	المطلب الأول: البعد السياسي لمناخ الأعمال.....
31.....	المطلب الثاني: البعد القانوني لمناخ الأعمال.....
36.....	المطلب الثالث: البعد الاقتصادي لمناخ الأعمال.....
37.....	الفرع الأول: النظام الاقتصادي المتبع في الإقليم/الدولة.....
39.....	الفرع الثاني: متغيرات الاقتصاد الكلي.....
41.....	الفرع الثالث: السياسة العامة والتشريع الاقتصادي.....
42.....	المطلب الرابع: البعد التكنولوجي والبنية التحتية لمناخ الأعمال.....
43.....	الفرع الأول: تأثير التكنولوجيا على الاقتصاد والأعمال.....
45.....	الفرع الثاني: خطوات اختيار التكنولوجيا والمعرفة اللازمة لدعم مناخ الأعمال.....
45.....	المطلب الخامس: البعد الاجتماعي والديموغرافي لمناخ الأعمال.....
46.....	المبحث الثالث: مؤشرات التقييم لمناخ الأعمال.....

المطلب الأول: المؤشرات الاقتصادية لمناخ الأعمال.....	47
المطلب الثاني: المؤشرات الصادرة عن المؤسسات والهيئات الدولية المختصة... .	55
الفرع الأول: مؤشر سهولة أداء الأعمال Ease Of Doing Business Index ..	55
الفرع الثاني: تقرير التنافسية الدولي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي.. .	59
الفرع الثالث: مؤشر الحرية الاقتصادية.....	68
خلاصة الفصل: .....	73
الفصل الثاني الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....	74
تمهيد: .....	75
المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....	76
المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ....	77
الفرع الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....	77
الفرع الثاني: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....	84
الفرع الثالث: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....	86
المطلب الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين تعدد التصنيفات وحدّة التحديات.	88
الفرع الأول: تصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....	88
الفرع الثاني: التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ..	92
الفرع الثالث: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. ....	94
المطلب الثالث: تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....	96
الفرع الأول: إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....	96

الفرع الثاني: الإطار المؤسسي لضمان دعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر . . . . .	97
المبحث الثاني: الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . . . . .	101
المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . . . . .	101
الفرع الأول: المنافسة في المؤسسة تعريفها وخصائصها . . . . .	101
الفرع الثاني: فوائد ومزايا المنافسة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . . . . .	106
الفرع الثالث : إستراتيجيات التنافس لبورتر . . . . .	108
الفرع الرابع: مفهوم الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: . . . . .	108
المطلب الثاني: أنواع وأسس الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودة الميزة التنافسية . . . . .	116
الفرع الأول: أنواع الميزة التنافسية . . . . .	116
الفرع الثاني: أسس الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة . . . . .	119
الفرع الثالث: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة . . . . .	120
المطلب الثالث: نموذج بورتر ومحددات الميزة التنافسية . . . . .	121
الفرع الأول: نموذج بورتر للميزة التنافسية . . . . .	121
الفرع الثاني: سلسلة القيمة . . . . .	129
الفرع الثالث: محددات الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة . . . . .	132
المبحث الثالث: علاقة بيئة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بميزتها التنافسية . . . . .	136
المطلب الأول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أية علاقة بمناخ الأعمال؟ . . . . .	137
الفرع الأول: علاقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمحيط الذي تنشط فيه . . . . .	137

141	الفرع الثاني: أوجه العلاقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومحيطها. ....
142	الفرع الثالث: مناخ أعمال المؤسسة جزء من محيطها. ....
143	الفرع الرابع: الفرق بين محيط المؤسسة ومناخ الاعمال. ....
144	المطلب الثاني: تأثير مكونات مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ....
144	الفرع الأول: تأثير العوامل القانونية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ....
149	الفرع الثاني: تأثير العوامل السياسية والاقتصادية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ....
162	الفرع الثالث: تأثير العوامل الديمغرافية/الاجتماعية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ....
164	الفرع الرابع: تأثير العوامل التكنولوجية والبنى التحتية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ....
166	خلاصة الفصل : .....
167	دراسة ميدانية لمجموعة مؤسسات صغيرة ومتوسطة على مستوى ولاية خنشلة.....
168	تمهيد .....
169	المبحث الأول: تقديم عام لمختلف هيئات إنشاء، دعم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية خنشلة. ....
169	المطلب الأول: تعريف الوكالة الجزائرية لترقية ال استثمار AAPI خنشلة (سابقا ANDI): .....
171	المطلب الثاني: تعريف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) خنشلة: .....
171	المطلب الثالث: الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM) خنشلة: .

المطلب الرابع: تعريف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC-خنشلة:	173
المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية .....	176
المطلب الأول : إجراءات تطوير أداة القياس و أساليب التحليل الإحصائي.....	176
المطلب الثاني: اختبار ثبات وصدق أداة الدراسة (الاستبيان) .....	181
المطلب الثالث: تحليل محور البيانات الشخصية .....	192
المطلب الرابع: قياس النزعة المركزية والتشتت لاستجابة عينة الدراسة.....	199
المطلب الخامس: اختبار فرضيات الدراسة.....	222
خاتمة الفصل: .....	244
خاتمة.....	245

### فهرس الجداول

الجدول 1-1 : متغيرات الاقتصاد الكلي المؤثرة على مناخ الأعمال.....	40
الجدول 1-2 : معدل البطالة في الدول العربية.....	52
الجدول 1-3 المؤشرات الفرعية الداخلة في تكوين مؤشر/تقرير سهولة أداء الاعمال ...	56
الجدول 1-4 : ترتيب الجزائر دوليا وفق مؤشر تقرير ممارسة الأعمال (2016-2020)	57
الجدول 1-5 : ترتيب الجزائر عالميا في المؤشر العام لبيئة أداء الأعمال ومؤشراته	59
الجدول 1-6 : جدول تلخيصي لمكونات تقرير التنافسية العالمي.....	64
الجدول 1-7 : تصنيف مستويات الحرية الاقتصادية وفقا لقيمة المؤشر .....	69
الجدول 2-1 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب مكتب العمل الدولي .....	78
الجدول 2-2 : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي للإنشاء والتعمير .	79
الجدول 2-3 : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي	80

الجدول 2-4 :	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الاتحاد الأوروبي.	80
الجدول 2-5 :	تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القانون 01-18	82
الجدول 2-6 :	تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القانون 02-17	83
الجدول 2-7 :	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 2010-2022	94
الجدول 2-8 :	إحصائيات قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2022	96
الجدول 2-9 :	مختلف التوجهات في تعريف الميزة التنافسية	115
الجدول 2-10 :	الأبعاد المحددة لنطاق التنافس	135
الجدول 2-11 :	الهيكل المالي للتركيب الثلاثي، الثنائي والذاتي	153
الجدول 2-12 :	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب شريحة القوى العاملة وقطاع النشاط	154
الجدول 2-13 :	تطور الوظائف المصرح بها في م.ص.م بين سنتي 2021 و 2022	156
الجدول 2-14 :	تراكم المشروعات الممولة من طرف CNAC بحسب قطاع النشاط الى غاية نهاية سنة 2022	157
الجدول 2-15 :	القروض الممنوحة من طرف ANGEM بحسب قطاع النشاط بنهاية سنة 2022	160
الجدول 2-16 :	القروض الممنوحة من طرف ANGEM بحسب نوعية التمويل في نهاية سنة 2022	161
الجدول 2-17 :	عروض ضمانات القروض لـ FGAR لسنة 2022	162
الجدول 3-1 :	ما تم تحقيقه على مستوى الشباك الوحيد AAPI خنشلة منذ 2009 الى 2023/01/03	170
الجدول 3-2 :	صيغ التمويل في الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية -خنشلة	171
الجدول 3-3 :	مقياس ليكارت الخماسي	178
الجدول 3-4 :	الميزان التقديري وفقا لسلم ليكارت الخماسي	179
الجدول 3-5 :	قياس الثبات لاستبيان الدراسة	182

الجدول 3-6	: الصدق الداخلي لعبارات بعد العوامل السياسية	184
الجدول 3-7	: الصدق الذاتي لعبارات بعد العوامل القانونية	185
الجدول 3-8	: الصدق الداخلي لعبارات العوامل الاقتصادية	186
الجدول 3-9	: الصدق الداخلي لعبارات عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا	187
الجدول 3-10	: الصدق الداخلي لعبارات العوامل الاجتماعية والديمغرافية	188
الجدول 3-11	: الصدق الداخلي لعبارات ميزة التكلفة الأقل	189
الجدول 3-12	: الصدق الداخلي لعبارات ميزة التميز	190
الجدول 3-13	: وصف عينة الدراسة حسب متغير الجنس	192
الجدول 3-14	: وصف عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	194
الجدول 3-15	: وصف عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي	195
الجدول 3-16	: وصف عينة الدراسة حسب متغير طبيعة المؤسسة	196
الجدول 3-17	: وصف عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة	197
الجدول 3-18	: وصف عينة الدراسة حسب متغير طريقة تمويل المؤسسة	198
الجدول 3-19	: قياس النزعة المركزية والتشتت لاستجابة أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمحور مناخ الأعمال بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمؤسسات المدروسة	199
الجدول 3-20	: قياس النزعة المركزية والتشتت لاستجابة أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمحور الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	208
الجدول 3-21		214
الجدول 3-22	: مصفوفة الارتباط بين مختلف أبعاد المتغير التابع	218
الجدول 3-23	: المتغيرات الداخلة والمحدوفة من النموذج لاختبار الإنحدار الخطي مع ميزة التكلفة الأقل	222
الجدول 3-24	: ملخص نموذج أثر مناخ الأعمال (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل الاجتماعية والديمغرافية) على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة	223
الجدول 3-25	: تحليل تباين أثر تفعيل أبعاد مناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل	224
الجدول 3-26	: معاملات أثر تفعيل أبعاد مناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل ..	225

الجدول 27-3 مستوى المعنوي لمتغيرات المحذوف من النموذج	229
الجدول 28-3 :المتغيرات الداخلة والمحذوفة من النموذج اختبار الإنحدار الخطي مع بعد	
ميزة التمايز	233
الجدول 29-3 : ملخص النموذج	234
الجدول 30-3 : تحليل تباين أثر تفعيل مناخ الأعمال على ميزة التمايز	235
الجدول 31-3	236
الجدول 32-3 : مستوى المعنوية للمتغير المحذوف من النموذج لاختبار الإنحدار	
المتعدد مع بعد ميزة التميز	Error! Bookmark not defined

#### قائمة الاشكال

الشكل 1-1 المؤسسة ضمن بيئة الاعمال	24
الشكل 1-2 : اقتصاد السوق	38
الشكل 1-3 : ترتيب الجزائر دوليا وفق مؤشر تقرير ممارسة الأعمال 2016-2020	58
الشكل 1-4 : ترتيب الجزائر ضمن الدول العربية وفق مؤشر الحرية الاقتصادية لعام 2022 وبحسب الترتيب العالمي	71
الشكل 2-1 : تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة التوجه	89
الشكل 2-2 تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس الطبيعة الاقتصادية للنشاط	90
الشكل 2-3 : تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس طبيعتها	91
الشكل 2-4 : تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المعيار القانوني	92
الشكل 2-5 نموذج بورتر لقوى التنافس الخمس (05)	122
الشكل 2-6 : نموذج سلسلة القيمة	131
الشكل 2-7 : دورة حياة الميزة التنافسية	132
الشكل 2-8 : نموذج التحليل PESTEL	139
الشكل 2-9 : مصفوفة SWOT	140
الشكل 2-10 : تطور أعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر للفترة من 2004 إلى نهاية سنة 2022	149
الشكل 2-11 : توزيع النسبة المئوية للزيادة في عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بحسب شريحة عدد العاملين فيها	155

الشكل 2-12 : عدد وتمويل الاستثمارات من طرف CNAC بحسب قطاع النشاط وأثره على خلق الوظائف .....	158
الشكل 3-1 الهيكل التنظيمي للشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار-خنشلة .....	171
الشكل 3-2 الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لدعم و تنمية المقاولاتية –خنشلة.....	172
الشكل 3-3 الهيكل التنظيمي للوكالة المحلية لتسيير القرض المصغر -خنشلة.....	172
الشكل 3-4 الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني التامين على البطالة –وكالة خنشلة ..	175
الشكل 3-5 : توزيع عينة الدراسة حسب المستوى العلمي بالدائرة النسبية .....	195

# مقدمة

## 1. مقدمة :

لقد تبلورت الأنشطة الإنسانية الهادفة عبر الزمن في صورة منظمات وتنظيمات فردية أو جماعية متخذة أشكالاً تجارية أو صناعية أو زراعية .

هذه المنظمات التي أصبحت اليوم معياراً يقاس به رقي الشعوب وتقدمها بل وهي بمثابة حجر الزاوية والقاطرة لكل نشاط واستمرارية اقتصاديين. وأمام ما يشهده العالم مؤخراً من تحديات مختلفة في الجوانب السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية خصوصاً ما تفرضه التكتلات الاقتصادية، المنافسة الشرسة على محلياً و خارجياً فضلاً عن التغيرات الجذرية السريعة في مجالات عدة كالتيكنولوجيا، الاتصالات، النقل، تدفق المعلومة، وتغير النظرة المجتمعية التي كانت قائمة على إنشاء المؤسسات العملاقة برؤوس الأموال الكبيرة إلى مفهوم جديد تماماً يقوم على مبدأ الفرصة، ناهيك عن التجديد، الإبداع و الابتكار، أي القابلية إلى تحويل الأفكار ثم ترجمتها إلى مؤسسات مختلفة الأحجام و الأهداف قادرة على النمو، التنافس و خلق الثروة .

كما ان تجلي هذه التنظيمات في صورة مؤسسات صغيرة ومتوسطة هو أحد أوجه التأقلم التنظيمي مع هذه التغيرات من جهة والسعي للبقاء والاستمرار من جهة ثانية، خصوصاً مع ما يميزها من سرعة وسهولة انتشار المعلومة داخلها مع مرونتها وقابليتها للتكيف محلياً، وطنياً وخارجياً مع الأوضاع الاقتصادية بسبب صغر حجمها، قلة التخصص فيها وكذا ضآلة رؤوس الأموال لهذا النوع من المنظمات. إنها كذلك سريعة المناورة و الاستجابة لمتطلبات السوق بسبب قلة تكلفة تغيير نشاطها فضلاً على مساهمتها في ترقية روح المبادرة للأفراد و الجماعات مع تحقيق التكامل مع المؤسسات الكبرى باستعادة حلقات الإنتاج الغير هامة بالنسبة لهذه الأخيرة كي تركز طاقاتها على النشاط الأصلي، كما يمكن أن تشكل أداة لتنشيط الثروات المحلية وبالتالي إحداث التوازن بين مختلف المناطق مع كونها مصادر دخل لأصحابها و مستخدميها، ما ينتج عن ذلك من ضرائب و اقتطاعات للدولة محل نشاط المؤسسة. فالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة هي محرك خالق للوظائف والقيمة، إلا أن هذا

القطاع الغير متجانس يزيد من صعوبة تصور سياسات بصورة مختلفة لكل المؤسسات من هذا النمط والحجم.

مع ازدياد اعتماد حكومات الدول على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بما لهذه الأخيرة من مساهمة فعالة في الناتج القومي مع قدرتها في ايجاد حلول لعدة مشكلات اقتصادية و اجتماعية ، و بالتالي ازدياد إعدادها مما أدى إلى ارتفاع حدة المنافسة بينها ، فان قيد البقاء و الاستمرار يفرضان على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أكثر من أي وقت ، اكتساب مزايا تنافسية و تحقيق الأسبقية و التفوق على المؤسسات المنافسة لها للحفاظ على أسواقها و اقتحام أخرى أي أن استمراريتها ضمن أسواقها هو رهينة مزاياها التنافسية و تجديدها المستمر لها و هو مرتبط مباشرة بالتنافس عن طريق اختيار المؤسسة لنفسها وضعية متميزة و فريدة من نوعها بالنسبة لمن هم ينافسونها.

بما أن مختلف المؤسسات بما فيها الصغيرة و المتوسطة تتشط خلال مجموعة من العوامل الخارجية المختلفة (سياسية، قانونية، اقتصادية، تكنولوجية، اجتماعية...) متمثلة في مناخ الأعمال، الذي من خلاله يتحدد مدى حصول هذه الأخيرة على الظروف المواتية للاستمرار وتحقيق النمو بالحفاظ على ميزاتها التنافسية مع تجديدها باستمرار. من هنا، فان هذه العوامل المكونة لمناخ الأعمال، لها إمكانية التأثير في بقاء المؤسسة واستمرارها من عدمه، بكونها محفزة لخلق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة مع الحفاظ عليها، أو معيقة لها، مما جعل مختلف الدول تسعى إلى تحسين مناخ الأعمال فيها من خلال توفير الظروف اللاتقة لضمان استمرار و تزايد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بما لها من فضل في تقليص معدلات البطالة وتحقيق النمو الاقتصادي.

## 2. إشكالية الدراسة و الأسئلة الفرعية:

إنه من المهم جدا للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة فهم بيئتها التنافسية، و معرفة قوتها و ضعفها، في إطار سعيها إلى تحسين تنافسيتها عبر استراتيجيات موضوعة خصيصاً لتناسب و خصوصية كل مؤسسة على حدا ، فالمزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة تتخذ أشكالاً متعددة، قد تكون مرتبطة بجودة المنتجات والخدمات المقدمة، التكلفة المنخفضة،

الخبرة ، شبكات التوزيع المنظمة ، العلاقات مع العملاء ، أو عوامل متفردة أخرى...الخ، و التي بفضلها تتمكن المؤسسة الصغيرة و المتوسطة من الاستمرار و البقاء في السوق.

وبما أن مناخ الأعمال المتمثل في مختلف الظروف العامة التي تحدد الوعاء الذي خلاله تنشط مختلف المؤسسات بتنوع أحجامها في بلد أو إقليم ما، الذي يشمل عدة عناصر مثل الاستقرار السياسي، والتنظيم الاقتصادي، وفره العمالة المؤهلة، البنية التحتية، الضرائب، ظروف الأسواق، الفساد، مختلف القوانين...الخ، هو ما يفرض التفاعلية الثنائية (مناخ الأعمال، مؤسسات صغيرة ومتوسطة). إذن، بناء على ما سبق، يمكن أن نصيغ إشكالية الدراسة في السؤال التالي:

### ما مدى تأثير مناخ الأعمال في الجزائر على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

وللإجابة على الاشكالية المطروحة والاحاطة بجميع جوانب الدراسة، تم تقسيمها الى الأسئلة الرئيسية التالية:

1- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 لأبعاد مناخ الأعمال (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا والعوامل الديمغرافية والاجتماعية) على ميزة التكلفة الأقل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة؟

و التي بدوره ينقسم الى الأسئلة الفرعية التالية :

- السؤال الفرعي الأول: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 للعوامل السياسية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- السؤال الفرعي الثاني: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل القانونية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- السؤال الفرعي الثالث: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- السؤال الفرعي الرابع: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 لعوامل البنية التحتية والتكنولوجيا الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- السؤال الفرعي الخامس: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الديمغرافية والاجتماعية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 لأبعاد مناخ الأعمال (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا والعوامل الديمغرافية والاجتماعية) على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة؟  
و ينقسم هو الآخر الى الأسئلة الفرعية التالية :
- السؤال الفرعي الأول: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل السياسية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- السؤال الفرعي الثاني: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل القانونية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- السؤال الفرعي الثالث: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- السؤال الفرعي الرابع: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 لعوامل البنية التحتية والتكنولوجيا الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- السؤال الفرعي الخامس: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الديمغرافية والاجتماعية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

### 3. فرضيات الدراسة:

من اجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على الإشكاليات المطروحة أعلاه يمكننا صياغة الفرضيات الرئيسية التالية:

- الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ويتفرع من هذه الفرضية الرئيسية خمسة (05) فرضيات فرعية وهي:

- الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 للعوامل السياسية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل القانونية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 لعوامل البنية التحتية والتكنولوجيا الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الديمغرافية والاجتماعية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ويتفرع من هذه الفرضية الرئيسية خمسة (05) فرضيات فرعية وهي:
- الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل السياسية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل القانونية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 لعوامل البنية التحتية والتكنولوجيا الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الديمغرافية والاجتماعية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

#### 4. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- تساهم في إبراز العلاقة القائمة بين مناخ الأعمال من جهة والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من جهة أخرى.
- تعالج موضوعاً له أهميته في الاقتصاد المحلي و التنمية المحلية.
- مناخ الأعمال من أهم الموضوعات التي تستقطب اهتمام الدول والمؤسسات في ظل الوضع الراهن حيث أصبح أولوية واستراتيجية في نفس الوقت، ففي ظل العولمة

واققتصاد السوق لا بد من التحكم في معايير لائقة لمناخ الأعمال تكون ضامنة لنمو واستمرارية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وباقي المؤسسات الأخرى بما يضمن امتصاص البطالة.

- دعوة الحكومات ومختلف الفاعلين الاقتصاديين إلى الاهتمام أكثر بالبيئة الخارجية بمختلف مكوناتها بما يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الظروف الملائمة لممارسة نشاطاتها.

- المساهمة في اثراء المكتبة الجزائرية بموضوع تطرق لمؤسسات فاعلة في الاقتصاد .

## 5. أهداف الدراسة:

تسعي هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- بيان الإطار الفكري والنظري لمفهوم مناخ الأعمال والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال ما جاء به مختلف الباحثين والمفكرين في هذا الاختصاص.

- معرفة حجم تأثير مكونات مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- بصفتها منتج للثروة وخالق للوظائف، تهدف الدراسة أيضا إلى معرفة نقاط قوة جديدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تطويرها ومعالجة اختلالاتها.

- إظهار الدور الفعال الذي يلعبه مناخ الأعمال في ضمان تطور واستمرار للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما يشجع الخواص على الاستثمار.

## 6. منهج الدراسة:

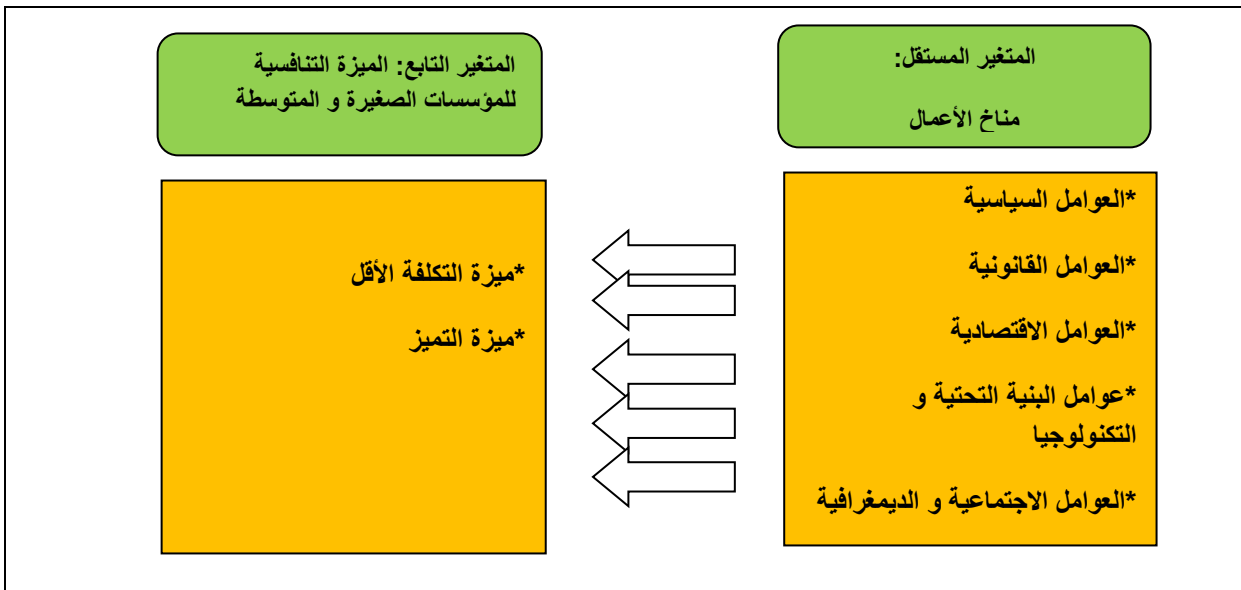
من اجل دراسة إشكالية الدراسة ، تحليل أبعادها، ونتائجها، والإجابة على أسئلة الإشكالية واثبات صحة الفرضيات أو نفيها ، اعتمدنا على المنهج الوصفي (المنهج الاستنباطي) مع التحليل كأداة، الذي بواسطته يتم إجراء دراستين، الأولى نظرية والثانية ميدانية، ففي الدراسة النظرية، اعتمدنا على مصادر مكتبية عديدة بمختلف اللغات منها الكتب العلمية والمقالات

العلمية المنشورة في المجالات العلمية المحكمة، والمداخلات في الملتقيات العلمية الدولية ذات الاختصاص وعلى مصادر الكترونية .

أما في الدراسة الميدانية، فقد تم جمع البيانات والمعلومات من مصادرها في الميدان العملي للمؤسسات محل الدراسة من خلال تصميم استمارة استبيان تتضمن الجوانب الرئيسية لمحاور البحث، مع المقابلات الشخصية مع بعض المسؤولين و موظفي الهيئات و الإدارات العمومية (الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، الوكالة الوطنية لدعم و تنمية المقاولاتية) كما تم الاعتماد على الأدوات الكمية الضرورية للدراسة القياسية الإحصائية من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS في نسخته 22 من اجل قياس مدى تأثير مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة.

## 7. نموذج الدراسة:

ان نموذج الدراسة هو الصورة التي توضح موضوع الدراسة وطبيعة العلاقات والتأثير بين متغيرات الدراسة، وعلى هذا الأساس فان الهدف من خلال تقديم هذا المخطط هو تجسيد مشكلة الدراسة والأهداف المتوقع تحقيقها، كما يوضحه الشكل الموالي:



تحتوي هذه الدراسة على متغيرين، مناخ الأعمال وهو المتغير المستقل، والذي تم تقسيمه إلى خمسة متغيرات فرعية هي بمثابة أبعاد، وهي: العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا، العوامل الاجتماعية و الديمغرافية، في حين تمثل المتغير التابع في الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، والذي تم تقسيمه إلى بعدين (02) يعتبران كمؤشرين للاستدلال بهما، وهما ميزة التكلفة الأقل، ميزة التميز.

## 8. حدود الدراسة:

نظرا لتفرع الموضوع وكثرة العناصر ذات العلاقة به، ارتأينا ضبطه وتحديد معالمه ومعالجتها بتحليل ودقة أكثر، سواء من حيث المكان أو الزمان أو حتى المضمون، فلهذا السبب تحددت الدراسة بالمحددات الآتية:

- الحدود الزمنية: تم القيام بإجراءات الدراسة الميدانية لتحليل متغيرات الدراسة خلال الفترة (2022-2023).
- الحدود المكانية: وقع اختيار الباحث على مختلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتواجدة في إقليم ولاية خنشلة لأسباب ومبررات سيتم التطرق لها في الدراسة الميدانية.
- الحد البشري: استهدفت الدراسة مختلف أصحاب وممثلي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة.

## 9. الدراسات السابقة:

بعد التطرق بالبحث عن مختلف الدراسات التي تصب في سياق موضوع دراستنا، تبين لنا أن الدراسات ذات الصلة بالموضوع قليلة جدا، خصوصا تلك التي تقيس تأثير مكونات مناخ الأعمال على الميزة التنافسية في نوع محدد من المؤسسات وهو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فنجد دراسات ناقشت المتغير الأول، ودراسات أخرى ناقشت المتغير الثاني، وذلك من خلال عرضنا للدراسات التالية:

1-دراسة مالكية أحميدة (2021-2022)، والتي جاءت بعنوان: " متطلبات تأهيل المناخ الاستثماري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل أبعاد التنمية المستدامة".  
 أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي التبسي-تبسة ،  
 تعرضت الدراسة بالبحث في الإشكالية الآتية : ما هي المتطلبات الكفيلة بتأهيل المناخ  
 الاستثماري لقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، لرفع مكانتها و زيادة فعاليتها في  
 تحقيق أهداف التنمية المستدامة ؟

وتم استخدام في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي والمنهج التاريخي، ولقد توصلت  
 الدراسة إلى النتائج التالية:

- عدم توافق النتائج المحققة من برامج التأهيل وهيئات الإنشاء، التمويل والمرافقة لدعم  
 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع حجم الاستثمارات وجهود الدولة المبذولة في هذا  
 الإطار؛

-الأداء التنافسي للاقتصاد الجزائري لم يتحسن وبقي يراوح مكانه في التقارير العالمية  
 رغم الجهود المبذولة لتحسين مناخ الاستثمار؛  
 -سياسات وبرامج تنمية ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تفتقد إلى  
 الشمولية؛

-الحد من التمرکز الجغرافي والقطاعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوجيهها إلى  
 مختلف الأنشطة الاقتصادية حسب مؤهلات كل منطقة وخصوصياتها.

2-دراسة معطاه محمد (2018-2019)، والتي جاءت بعنوان: " أثر عوامل ديمغرافيا  
 المؤسسات على إنشاء واندثار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر-دراسة إحصائية  
 تحليلية(2016-2022)". أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية  
 تخصص اقتصاد جهوي و حضري تطبيقي، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة ، تعرضت الدراسة  
 بالبحث في الإشكالية الآتية : كيف تؤثر عوامل ديمغرافيا المؤسسات على إنشاء و اندثار  
 المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر؟

وتم استخدام في هذه الدراسة المنهج الوصفي والدراسة الإحصائية في الجانب التطبيقي، ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ضعف جانب المرافقة والتوجيه والإرشاد في نشاط هيئات الدعم التي بقيت تركز فقط على جانب التمويل؛

-تطور مجتمع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في الفترة (2022-

2016) لم يكن نمطيا لدرجة أنه لا يسمح بتقديم تنبؤات دقيقة بناءا على معطيات فترة الدراسة؛

-يتكون نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من المؤسسات الخاصة بينما تعتبر المؤسسات العمومية شبه غائبة؛

-سياسة الدولة في تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية بناءا على نسيج المؤسسات الصغيرة و المتوسطة قد تحققت في جانب التشغيل و لكن لم تصل إلى النتائج المرجوة بالنسبة إلى الناتج الداخلي الخام و زيادة حجم الصادرات.

3-دراسة حورية بالاطرش، جابرة مجدوب (2020)، والتي جاءت بعنوان: " أثر مناخ

الاعمال على النشاط المقاولاتي في الجزائر -دراسة ميدانية لعينة من المقاولين في ولاية ورقلة".مقال في المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، المجلد07، العدد02، 2020، تعرضت الدراسة بالبحث في الإشكالية الآتية : إلى أي مدى يعتبر مناخ الأعمال في الجزائر محفزا للنشاط المقاولاتي ؟

وتم استخدام في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- مناخ الأعمال غير مشجع بما يكفي للتحفيز على نمو النشاط المقاولاتي؛

-يعتبر المحيط العائلي والاجتماعي مشجعا على إنشاء المؤسسات الخاصة؛

-توجه المقاولين للتمويل غير الرسمي بسبب هشاشة آليات التمويل الرسمية مع عدم

جودة الخدمات البنكية المقدمة خاصة الضمانات وطول الإجراءات وتعقيدها؛

-الإجراءات الإدارية والحكومية لا تحفز على إنشاء مقاوله خصوصا بسبب ما تعلق بصعوبة الحصول على التراخيص ناهيك على ان النظام الضريبي ليس محفزا هو الآخر.

4-دراسة **سعيدي وصاف، قويدري محمد (2008)**، والتي جاءت بعنوان: " واقع مناخ الاستثمار في الجزائر :بين الحوافز والعوائق".مقال في مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ،العدد08، 2008 ، تعرضت الدراسة بالبحث في الإشكالية الآتية : ما هو واقع مناخ الأعمال في الجزائر و ماهي أبرز المعوقات المسممة لبيئة الأعمال؟ وتم استخدام في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تقلص حجم الاستثمارات وتركيزها في أقاليم محددة مقارنة بالعديد من الفرص المتاحة؛

وتركزها ف قطاعات محدودة، مقارنة بالعدد من الفرص المتاحة؛

- إزالة القيود الضريبية والجمركية على رأس المال المستثمر؛

-تقديم الدولة عدة حوافز وتسهيلات مما أدى إلى تشجيع المشروعات على إعادة استثمار أرباحها.

5-دراسة **فريدة مرزوق (2009)**، والتي جاءت بعنوان: " PME et compétitivité en Algérie " مقال في مجلة Revue d'économie Et de Management ،العدد01، المجلد 08، 2009 ، جامعة البويرة، الجزائر. تعرضت الدراسة بالبحث في الإشكالية الآتية: تحديد وتحليل عوامل الاقتصاد الكلي الخاصة بتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

وتم استخدام في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتاريخي، ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تم انشاؤها ابتداء من 1980؛

-توظف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الى غاية 3 موظفين ما يفسر ارتفاع اعداد المؤسسات الصغيرة جدا وذلك بنسبة: 96,15 بالمائة.

- كثافة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر هي 10 مؤسسات لكل 1000 ساكن؛

-في الفترة المدروسة حققت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة معدلات نمو في التشغيل الى غاية 76 بالمائة؛

- في الفترة المدروسة ساهمت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في خلق القيمة المضافة بمعدل 85,80 بالمائة؛

- في الفترة المدروسة ساهمت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في الناتج الداخلي الخام بمعدل 78 بالمائة؛

- تساهم عدة عوامل كلية للاقتصاد في تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتمثلة اساسا في: هياكل الدعم، بيئة الأعمال، البنية التحتية، الإطار القانوني والمنافسة، مع الإشارة إلى انخفاض معدلات ضمان منافسة عادلة وملائمة بيئة الأعمال.

6-دراسة **Aziz Hmioui (2011)**، والتي جاءت بعنوان:

" Climat de l'investissement et attractivité du Maroc pour

l'investissement ،direct étranger " .

مقال في مجلة *Revue Marocaine de Gestion et d'Economie* ،العدد 05 ، 2011 ، المغرب.، تعرضت الدراسة بالبحث في الإشكالية الآتية: دراسة مناخ الاستثمار وأثره على جاذبية الاستثمارات الخارجية المباشرة في حالة الاقتصاد المغربي، وتم استخدام في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتاريخي، ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- في إطار الانفتاح على الاقتصاد العالمي قامت الحكومة المغربية بجملة من الإصلاحات مست الجوانب الاقتصادية، القانونية، المؤسساتية مع اهتمام خاص بتحسين جاذبية مناخ الاستثمار للاستثمارات الخارجية المباشرة؛
- كانت للإصلاحات نتائج ايجابية بحيث أصبح المغرب قبلة للمستثمرين الأجانب ورأس المال الأجنبي؛
- لا يزال مناخ الاستثمار المغربي يعاني نقائص إذ لا يتم استغلال كل القدرة الاقتصادية المتاحة؛

## 10. موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

- بعد التطرق الى العديد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع دراستنا من جوانب مختلفة، يتضح ان دراستنا الحالية تتميز عنها في العديد من النقاط أهمها:
- يجمع موضوع دراستنا ما بين المتغيرين: مناخ الاعمال، والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث أن الدراسات السابقة لم تتطرق للعلاقة ما بين هذه المتغيرات، وبالتالي يعتبر أكثر دقة وتفصيلا.
  - تتميز هذه الدراسة بأنها باقتراحها دليلا علميا لتأثير مناخ الاعمال على والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
  - تتميز الدراسة أيضا بخصوصية في التعرض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تشكل غالبية النسيج المؤسسي و تلعب دورا اجتماعيا و اقتصاديا هاما.

## 11. تقسيمات الدراسة:

نتناول دراسة الموضوع من خلال ثلاثة فصول، كما يلي:

❖ الفصل الأول: الأدبيات النظرية لمناخ الأعمال والاستثمار.

خلال هذا الفصل تطرقنا الى تقديم عرض مفصل لمختلف الجوانب النظرية المتعلقة بمناخ الأعمال ضمن ثلاث مباحث كمايلي :

✚ المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لمناخ الأعمال.

✚ المبحث الثاني: مكونات مناخ الأعمال.

✚ المبحث الثالث: مؤشرات التقييم لمناخ الأعمال.

#### ❖ الفصل الثاني: الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ومن خلال هذا الفصل نقوم بدراسة المفاهيم المختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومعايير تصنيفها وكذا أهم جوانبها الاقتصادية وآليات تمويلها كما نتطرق للميزة التنافسية فيها، وعلاقة هذه الأخيرة بنمو المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وبقائها في السوق من خلال ثلاث مباحث كمايلي:

✚ المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.


✚ المبحث الثاني: الميزة التنافسية في المؤسسات لصغيرة والمتوسطة.

✚ المبحث الثالث: علاقة بيئة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بميزتها التنافسية.

#### ❖ الفصل الثالث: دراسة ميدانية لمجموعة مؤسسات صغيرة ومتوسطة على مستوى ولاية خنشلة

حيث نقوم فيه بدراسة ميدانية على مستوى عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق استبيان مخصص لهذا الغرض كأداة لجمع المعلومات اللازمة وتحليلها اعتمادا على برنامج تحليل الحزم الإحصائية SPSS في نسخته 22 ثم اختبار الفرضيات واستخلاص النتائج والمقترحات عن طريق ثلاث مباحث كمايلي :

- ✚ المبحث الأول: تقديم عام لمختلف هيئات إنشاء دعم ومراقبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية خنشلة.
- ✚ المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.
- ✚ المبحث الثالث: تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.



الفصل الأول الأدبيات النظرية  
لمناخ الأعمال والاستثمار

## تمهيد:

يتأثر سير واستمرار المؤسسة داخليا وخارجيا، فداخليا يتجلى ذلك التأثير مثلا بالهيكل التنظيمي للمؤسسة، الثقافة المؤسسية، والعلاقات بين الموظفين، والنظامين الإداري والمالي، والسياسات والإجراءات التي تحكمها، أما بالنسبة للبيئة الخارجية فهي تشير إلى العوامل والمتغيرات التي تؤثر على عمل المؤسسة من الخارج وخارجة عن نطاق تحكمها، وتشمل مثلا عوامل المنافسة والتغيرات في سوق العمل، الظروف الاقتصادية والسياسية، القوانين السائدة والتشريعات، التطورات التقنية، والمتغيرات الديموغرافية والاجتماعية، إذن فمن المصيري للمؤسسة فهم البيئة ومناخ الأعمال التي تنشط خلاله كون ذلك يساعدها في التعرف على الفرص والتحديات التي تواجهها، وبالتالي اتخاذ إجراءات استباقية للإبقاء على تنافسيتها (قصد بقاءها و استمرارها في السوق) وتكيفها مع مختلف التغيرات الحاصلة والمحملة الحدوث.

ومن هنا وجب التطرق في هذا الفصل إلى الأدبيات النظرية لمناخ الأعمال والاستثمار من خلال التقسيم التالي:

- المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لمناخ الأعمال.
- المبحث الثاني: مكونات مناخ الأعمال.
- المبحث الثالث: مؤشرات التقييم لمناخ الأعمال.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لمناخ الأعمال.

إذا كانت الأسرة هي اللبنة الأساسية لبناء المجتمع، فإن المؤسسة هي الوحدة الرئيسية لبناء الاقتصاد في أي دولة، فلقد كان الإنسان البدائي يعيش ضمن مجموعات صغيرة معتمداً على الجمع والصيد لتأمين غذائه، ثم بالتدريج وبمرور الوقت أصبح أكثر تطوراً بعد اكتشافه الزراعة، وتحول عدد من المجموعات البدائية إلى مجتمعات زراعية تعتمد على زراعة المحاصيل وتربية ورعي الحيوانات، تلاها التخصص في أنواع محددة من الأنشطة الإنتاجية بعينها كانت منطلقاً في ظهور الحرف وبالتالي عمليات المبادلة. ولقد استمر تطور مفهوم وشكل المؤسسة بمرور الوقت، وظهور الثورة الصناعية ابتداءً من سنة 1760 بسبب مختلف التحديات التي واجهتها المجتمعات، مثل الحاجة إلى الأمن والتقاضي والاتصال، حتى بدأ الناس بتشكيل مؤسساتهم وتنظيم حياتهم بطريقة أفضل تضمن حياتهم اليومية وتحمي مصالحهم، لتشمل هذه المؤسسات فيما بعد الحكومة والسياسة والقانون والاقتصاد...

ومن الزاوية الاقتصادية فإن للمؤسسات بمختلف أنواعها (كبيرة، متوسطة أو صغيرة) الدور الحيوي في الاقتصاد، إذ هي حلقة الربط بين الموردين والمستهلكين مساعدة بذلك في تلبية الاحتياجات الاقتصادية للمجتمع وتحقيق الرفاهية له، فهي تقوم بإنتاج السلع والخدمات التي يحتاجها المستهلكون، وإعطاء قيمة مضافة للمنتجات وتوفير فرص عمل، وبالتالي المشاركة في تحريك عجلة نمو الاقتصاد وتحسين مستوى المعيشة للناس.

رغم حداثة وكثرة ورود حديثاً في مختلف الأوساط الاقتصادية والمالية والوتيرة الكبيرة لاستخدامه من خلال مختلف تقارير أداء الأعمال الدولية، إلا أن القانون لم يتطرق لمفهوم مناخ الأعمال، لذا وجب التدرج في تفصيله حتى تقترب المفاهيم، وذلك بتقسيم الدراسة كما يلي:

✚ المطلب الأول: مفهوم مناخ الأعمال

✚ المطلب الثاني: تميز مناخ الاستثمار عن مناخ الأعمال

✚ المطلب الثالث: خصائص مناخ الأعمال

## المطلب الأول: مفهوم مناخ الأعمال.

إن التعاريف التي تعرضت لمناخ الأعمال عديدة جدا ومختلفة باختلاف وجهات نظر ودراسات الباحثين والدارسين، إلا أن هذه التعاريف تتقاطع وتتشترك كلها في مضامينها ومكوناتها، لذلك يتم البحث في تعريف مناخ الأعمال لغة في الفرع الأول، ثم التطرق إلى تعريفه اصطلاحا في الفرع الثاني.

## الفرع الأول: تعريف مناخ الأعمال لغة.

فمن الجانب اللغوي فإن عبارة "مناخ الأعمال" التي يقابلها باللغة الانجليزية عبارة business climate وبالفرنسية Climat des affaires مكونة من كلمتين الأولى "مناخ" والثانية "الأعمال".

## أولا: تعريف المناخ.

المناخ مجموعة الظروف التي تؤثر على شخص، وسط، سياق أو بيئة (Larousse.fr, s.d.)، والمناخ يمكن تعريفه على أنه: "تلك الظاهرة المعقدة، أين يتدخل في عناصرها اعتبارات سياسية واقتصادية ومالية وقانونية وإدارية بل حتى ثقافية ونفسية (قربوع، 1999، صفحة 43).

بعبارة أخرى هو ذلك الكل المعقد الذي يشمل مختلف الجوانب والأوضاع القانونية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية والأمنية والثقافية المتداخلة فيما بينها مشكلة بنية واحدة محدثة بذلك تأثيرا معينا إما بالإيجاب أو بالسلب على عملية معينة (سهيلة، 2010-2011، صفحة 10).

## ثانيا: تعريف الأعمال.

بداية تجدر الإشارة إلى أن الأعمال هي ليست مرادف للتجارة، وإنما هي تسمية حديثة لها، فهي مصطلح أشمل وأوسع من التجارة التي تشكل المفهوم التقليدي لها، أي القانون التجاري، فالأعمال هي النشاطات التي يقوم بها التجار سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين، إضافة للعقود التجارية الموجودة في القانون التجاري وقوانين أخرى ملحقه به، كما يمكن أن تشمل وتمتد في نفس الوقت لمعاملات أخرى تفرضها الحياة الاقتصادية مثل تلك التي يتضمنها قانون البنوك، الاستهلاك، الجباية... الخ (سهيلة، 2010-2011، صفحة 11).

كما يمكن تعريف الأعمال بأنها مجموع النشاطات الاقتصادية والمالية، أو المصلحة المادية والمالية لأحد الخواص ومختلف المشاكل الناجمة على عملية تسيير ممتلكاته (Larousse.fr, s.d.).

الفرع الثاني: تعريف مناخ الأعمال اصطلاحاً.

فيما يلي يتم التعرض الى تعريف مناخ الأعمال حسب المنظمات العالمية، ثم الى تعريفها حسب بعض الباحثين.

أولاً: تعريف مناخ الأعمال حسب المنظمات العالمية.

1. تعريف مناخ الأعمال حسب تقرير التنمية العالمية الصادر سنة 2005: أنه "يوفر الفرص والحوافز للشركات من المشاريع الصغيرة إلى الشركات متعددة الجنسيات للاستثمار بشكل مربح، وخلق فرص العمل والتوسع، وهكذا فإنه يلعب دوراً مركزياً في النمو وتخفيض مستويات الفقر، فتحسين الحكومات مناخ الأعمال للمجتمعات أمر بالغ الأهمية في العالم المتطور" (The World Bank and oxford University Press, 2005, p. 17).

تقرير التنمية العالمية لعام 2005 يشير إلى أن مناخ الأعمال يلعب دوراً حاسماً في تشجيع الاستثمارات وتوسيع الشركات، وبالتالي يساهم في تحقيق النمو الاقتصادي وتخفيض مستويات الفقر. إذا توفرت فرص استثمارية مجدية وحوافز للشركات، فإن ذلك يشجع على خلق فرص عمل جديدة وزيادة التوسع الاقتصادي، وتحسين مناخ الأعمال يعزز أيضاً جهود الحكومات في تطوير الاقتصاد وتحقيق التقدم.

يُعتبر تقرير التنمية العالمية لعام 2005 مرجعاً هاماً في فهم دور مناخ الأعمال في تحقيق التنمية الاقتصادية، ومع ذلك هناك بعض النقاط التي يمكن نقدها أو التفكير فيها:

- التركيز على الاستثمارات الربحية: يمكن لهذا التركيز على الاستثمارات المربحة أن يؤدي إلى تجاهل التأثيرات الاجتماعية والبيئية للأنشطة التجارية، في بعض الحالات يمكن أن تكون الشركات تسعى جاهدة لتحقيق الأرباح دون الالتفات كثيراً للتأثيرات البشرية والبيئية السلبية.

- عدم التوازن بين القطاعات: قد يكون هناك تركيز كبير على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة في بعض القطاعات مثل الطاقة والتعدين، دون النظر بشكل كافي إلى تطوير القطاعات الأخرى مثل التعليم والصحة والبنية التحتية.

- تجاهل تأثيرات التوزيع العادل للثروة: على الرغم من التركيز على النمو الاقتصادي وتخفيض مستويات الفقر، يمكن أن يتم تجاهل مسألة توزيع الثروة بشكل عادل داخل المجتمعات، قد يؤدي النمو الاقتصادي غير المتوازن إلى زيادة الفجوات الاقتصادية والاجتماعية.
  - الاعتماد الزائد على الشركات الكبيرة والمتعددة الجنسيات: التركيز على جذب الشركات متعددة الجنسيات قد يقلل من التركيز على دور الشركات الصغيرة والمشاريع الناشئة المحلية في تحقيق التنمية وخلق فرص العمل.
  - تقدير دور الحكومة والتنظيم: التقرير قد يقلل من أهمية دور الحكومة في تحسين مناخ الأعمال، من خلال وضع السياسات الصحيحة وتوفير البنية التحتية وضمان الاستقرار السياسي.
- يجب أن يُنظر إلى هذا التقرير كجزء من النقاش المستمر حول دور مناخ الأعمال في تنمية الاقتصاديات، مع مراعاة التطورات التي قد طرأت على السياق الاقتصادي والاجتماعي منذ صدور التقرير.
- 2. تعريف مناخ الأعمال حسب مركز البحوث والتطوير الدولي CRDI:** "مجموعة من عوامل الاقتصاد الكلي التي تحدد جاذبية بلد أو منطقة أو قارة لأصحاب المشاريع"، وبالنسبة إلى CRDI "بيئة الأعمال هي مجموعة عوامل الاقتصاد الكلي التي تؤثر على إدارة الأعمال وظروف عمل و تواجد المؤسسات" (HMIOUI, 2011, p. 03).
- هذه التعاريف تسلط الضوء على أهمية العوامل الاقتصادية الكلية في تحديد جاذبية المناطق للاستثمار وتأثيرها على الشركات والمؤسسات، إلا أنه يمكن أن تُعتبر نقداً للتعريفين المقدمين من قبل مركز البحوث والتطوير:
- التركيز على العوامل الاقتصادية الكلية فقط: التعريف يقتصر بشكل رئيسي على العوامل الاقتصادية الكلية، وهو ما قد يجعله غير شامل للعوامل الأخرى المؤثرة في مناخ الأعمال مثل القوانين والتشريعات، والثقافة العامة، والتعليم، والتكنولوجيا.
  - عدم مراعاة التفاوت الإقليمي والمحلي: التعريف يتحدث عن "بلد أو منطقة أو قارة"، مما يمكن أن يغفل التفاوت الكبيرة في مناخ الأعمال داخل البلدان أو المناطق.

- تجاهل الجوانب الاجتماعية والبيئية: النهج الاقتصادي الكلي في التعريف يتجاهل تأثيرات العوامل الاجتماعية والبيئية على الأعمال والمؤسسات، فالقليل من المشاريع قد تكون مستدامة من الناحية الاقتصادية ولكنها قد تكون مدمرة بيئياً.
  - عدم الإشارة إلى التغيرات مع مرور الوقت: التعريف يبدو ثابتاً دون أن يأخذ بعين الاعتبار التغيرات التي قد تحدث في مناخ الأعمال مع مرور الوقت، مثل التطورات التكنولوجية والتغيرات السياسية.
  - عدم الإشارة إلى تأثير الحكومات والتنظيمات: التعريف يركز على جاذبية البيئة لأصحاب المشاريع، دون أن يعطي الاهتمام الكافي لدور الحكومات والتنظيمات في تشكيل مناخ الأعمال وتوجيهه.
  - قصر في الشرح والتفصيل: التعريف يقدم بشكل مختصر وغير مفصل، مما قد يجعله غير كافٍ لفهم جوانب مناخ الأعمال بشكل شامل.
  - في النهاية، يُظهر هذا النقد أن التعريفين يركزان بشكل كبير على الجوانب الاقتصادية والمالية دون أن يُعَبِّرا عن تعقيد مناخ الأعمال بشكل كامل، وهذا يجعلهما غير كافيين لاستيعاب جميع جوانب البيئة التجارية والتنمية.
- ثانياً: تعريف مناخ الأعمال حسب بعض الباحثين.**

في ظل قصور التعريفات المقدمة من قبل الهيئات الدولية، إهتم بعض الباحثين بتحديد تعريف مناخ الأعمال، وفيما يلي يتم التعرض لبعض منها:

**1. تعريف مناخ الأعمال حسب الأستاذ أبو قحف عبد السلام:** "مجملة الظروف والأوضاع الاقتصادية في بلد ما والتي تؤثر على نجاح المشروع الاقتصادي وتتفاعل هذه المتغيرات فيما بينها لتولد أوضاعها جديدة" (السلام، 2003، صفحة 29).

التعريف يبرز الارتباط المباشر بين الظروف الاقتصادية والنجاح الاقتصادي، يركز على تأثير التغيرات في البيئة الاقتصادية على تطور الأوضاع، مما يمكن أن يوفر رؤية أعمق حول كيفية تكوين البيئة التجارية، إلا أنه يتسم بالتجريد، حيث يركز بشكل كبير على العوامل الاقتصادية فقط، قد يكون ذلك غير كافٍ لأنه يتجاوز عوامل أخرى مهمة مثل السياسة، والاجتماع، والثقافة التي قد تلعب أدواراً مهمة في تحديد مناخ الأعمال.

## 2. تعريف مناخ الأعمال حسب كل من Fatima, EL Abdelkader et ZAROUAI

MOUTAOUKIL A : "يشمل الظروف الاقتصادية المحلية التي تساعد أو تؤخر نمو المؤسسة، أي بمعنى آخر إنه مجموعة من العوامل التي تتدخل لتشجيع أو تثبيط المستثمرين، وبهذا المعنى يتسم مناخ الأعمال الجيد بحد أدنى من التكاليف والمخاطر ويوفر آفاقاً للنمو والتطوير للمؤسسات، وخاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة". (Fatima, EL MOUTAOUKIL Abdelkader et ZAROUAI, 2021, p. 8).

وضح التعريف أن مناخ الأعمال يمكن أن يكون إما محفزاً أو معرقلاً للمشروعات الاقتصادية، إذ يعكس التركيز على التكاليف والمخاطر أهمية البيئة الاقتصادية وتأثيرها على نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة، إلا أنه التعريف يتسم بالتقديم السطحي والتبسيط. على الرغم من الإشارة إلى التأثير الإيجابي والسلبي، ولا يوفر تفاصيل كافية عن العوامل الفعلية التي يمكن أن تكون محفزة أو معرقة.

## 3. تعريف مناخ الأعمال حسب كل من حورية بالاطرش وجابرة مجدوب: "مجموعة من

المؤثرات المتشابكة والمتداخلة التي تتدخل على قرار المقاول عند قيامه بنشاطه الخاص انطلاقاً من إنشاء المؤسسة، مروراً بمشاريع التوسعة، وصولاً إلى عملية التصفية، هذا وقد تكون هذه العوامل إما ايجابية محفزة أو معرقة لاستمرار مؤسسته ونشاطها وتضم مختلف العوامل الاقتصادية، السياسية، القانونية، الاجتماعية والثقافية والمتجلية أساساً في الإجراءات ذات العلاقة بالملكية الفكرية، استخراج التراخيص، الحصول على القروض، نظام الضرائب، البنى التحتية... الخ. (حورية بالاطرش، جابرة مجدوب، 2020، صفحة 03)

التعريف يبرز التفاعل المعقد بين مختلف الجوانب التي تؤثر على مناخ الأعمال، يشير إلى تداخل العوامل المتعددة التي يمكن أن تؤثر إيجابياً أو سلبياً على أوضاع المؤسسات، إلا أنه يقدم تعقيد مناخ الأعمال بشكل مبسط جداً، مما قد يؤدي إلى عدم وضوح معاني العوامل المتداخلة وكيفية تأثيرها بشكل أعمق على الأعمال والمشروعات.

## 4. تعريف مناخ الأعمال حسب والع سهيلة: "جملة الأوضاع والظروف السياسية

والاقتصادية، والاجتماعية، والقانونية التي تتم فيها عمليات إنتاج السلع وأداء الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات الخاصة أساساً والعمومية على سبيل الاستثناء، في إطار

اقتصاد السوق الحر الذي تميزه المنافسة، والتي قد تعكس سلبا أو يجابا على فرص استمرار وعمل ونجاح هذه المؤسسات، بحيث تتدرج كعوامل جذب أو حجب لها، مشكلة بذلك اما حافظا للإقدام أو عائقا لإحجام هذه الأخيرة (والع، سهيلة، 2011/2010، صفحة 12).

هذا التعريف يُشدد على التأثير المتعدد للعوامل على الأعمال، منها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية، يمكن أن يُفهم بأنه يعتبر مناخ الأعمال بوصفه إطاراً شاملاً يؤثر على تطور وسيرورة الأعمال، إلا أنه يتسم بالشمولية، ولكنه يمكن أن يبدو عاماً للغاية، يمكن أن يكون من الصعب تحليل التأثيرات بشكل منهجي ودقيق من خلال هذا التعريف دون تحديد العوامل الأساسية والأكثر أهمية.

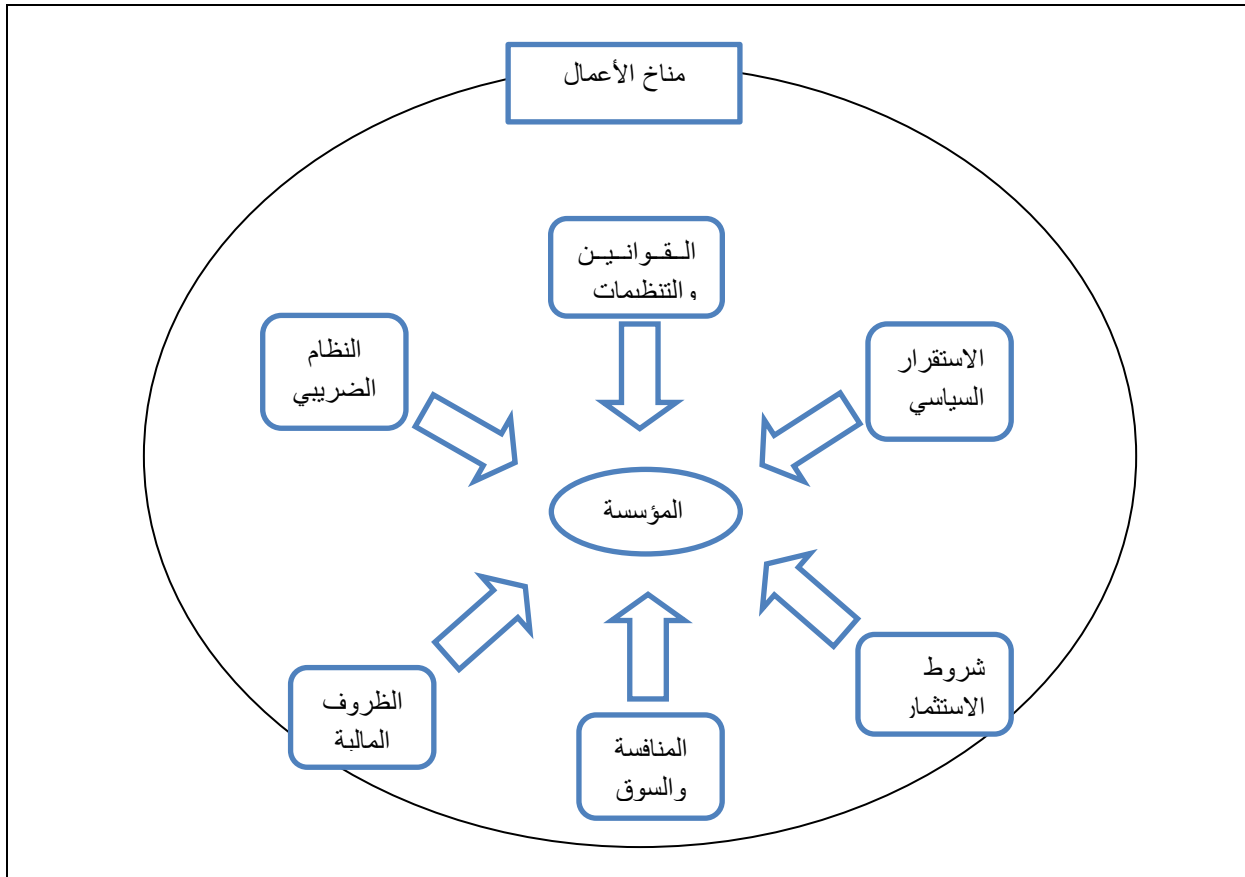
**5. تعريف مناخ الأعمال حسب Liesl Eathington** : يعرف مناخ الأعمال أنه بشكل عام مصطلح ينقسم استخدامه إلى ثلاث فئات رئيسية (Liesl Eathington, Aaron L. : Todd, Dave Swenson, 2005, p. 5)

- مقياس شامل للنمو أو مدى صحة المؤسسات في منطقة ما.
  - مجموعة من العوامل يعتقد أنها تساهم في النمو الاقتصادي الإقليمي.
  - أصل غير ملموس في شكل سمعة إقليمية لملائمة الأعمال التجارية وقابليتها للنمو.
- هذا التعريف يقدم رؤية متنوعة لمفهوم مناخ الأعمال، حيث يتم التركيز على مجموعة متنوعة من الجوانب، إذ يُظهر العلاقة بين النجاح العملي للشركات، والتطور الإقليمي، والسمعة الإقليمية للبيئة التجارية، إلا أن التعريف يبدو عاماً وغير محدد للغاية، مما قد يجعله صعب التطبيق بشكل فعال، كما يمكن أن يكون التصنيف الثلاثي غير كافٍ لتجسيد تعقيدات وتفاصيل مناخ الأعمال بشكل كامل.

على ضوء مختلف التعاريف السابقة فإن مناخ الأعمال هو إشارة إلى البيئة التي تنشط فيها المؤسسة، فهو يشمل عوامل مثل القوانين والتنظيمات، شروط الاستثمار، الضرائب، المنافسة، السوق ومدى الاستقرار السياسي والظروف المالية وحتى الثقافية، والتي يمكن أن تؤثر على الصحة المالية والآفاق المستقبلية للشركات والمؤسسات، وبالاعتماد على هذه العوامل المختلفة نستطيع أن نحدد مدى كون مناخ الأعمال موات أو غير موات، كما يمكن

أن يختلف وفقاً للدول والمناطق، وغالباً ما تهدف تدابير تحسين مناخ الأعمال إلى تعزيز القدرة التنافسية وجاذبية الشركات العاملة في منطقة معينة. بتعبير آخر فإن مناخ الأعمال هو فضاء تصوري تنشط خلاله المؤسسة يتكون من مجموع العوامل التي لها تأثير على قراراتها وتطوير نشاطها، فهو يشمل مختلف العوامل الاجتماعية/الديموغرافية، الاقتصادية، السياسية، القانونية، البنية التحتية والتكنولوجية والبيئية... إلخ.

الشكل 0-1 المؤسسة ضمن بيئة الأعمال



المصدر: من إعداد الطالب بناء على مختلف التعاريف السابقة

من خلال الشكل (1-1) يتوضح لنا أن المؤسسة تنشط خلال بيئتها والتي تتيح لها القيام بنشاطاتها سواء كانت صناعية أو تجارية، والمتمثلة في مناخ الأعمال والمكونة من مجموعة من العناصر مثل القوانين والتنظيمات، السوق وظروفه وخصائصه، الاستقرار السياسي، الشروط الموضوعية للاستثمار، النظام الضريبي والظروف المالية، حيث أن هذه

البيئة بعناصرها هذه يمكن أن تكون إما ملائمة أو لا بالنسبة للمؤسسة، أي إما تكون رافعة للمؤسسة وسببا لنموها واستمرارها، أو مثبطة لها وبالتالي اندثارها وخروجها من السوق.

### المطلب الثاني: مناخ الاستثمار ومناخ الأعمال، أي علاقة؟

إن مسألة التمييز بين مناخ الأعمال ومناخ الاستثمار مهم لأن كل منهما يرتبط بجوانب مختلفة من البيئة الاقتصادية، فمناخ الأعمال يشمل عوامل مثل التشريعات، والتنظيمات، والضرائب، والإجراءات البيروقراطية التي تؤثر على تشغيل الشركات، بينما مناخ الاستثمار يرتبط بجاذبية المنطقة للمستثمرين من حيث الاستثمارات المالية والمشاريع الجديدة، وعليه فهم الاختلافات بينهما يساعد الشركات والمستثمرين على اتخاذ قرارات استراتيجية أفضل.

وعليه يتم دراسة تعريف مناخ الاستثمار في الفرع الأول، ثم التطرق الى العلاقة بين مناخ الاستثمار ومناخ الأعمال في الفرع الثاني.

### الفرع الأول: تعريف مناخ الاستثمار.

إن مفهوم مناخ الاستثمار تطور تدريجيا إلى أن أصبح يشتمل على توليفة مركبة من العوامل الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية التي تسعى من خلالها الحكومات إلى الترويج للإقليم وللفرص الاستثمارية المتاحة فيه، ذلك أن المستثمرين المحليين والأجانب لا يتخذون قرار توطين استثماراتهم في إقليم معين سوى بعد التأكد والفحص لما يتيح ذلك المناخ من شروط عامة (محمد و.، 2008، صفحة 01).

### 1. تعريف مناخ الاستثمار حسب المؤسسة العربية لضمان الاستثمار على أنه: "يتمثل في

مختلف الأوضاع والظروف التي تكون المحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية، وتأثير تلك الأوضاع والظروف سواء بطريقة ايجابية أو سلبية على فرص نجاح المشروعات الاستثمارية، ومن ثم على حركة الاستثمارات واتجاهاتها، وهي تشمل الأوضاع والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية، كما تشمل أيضا الأوضاع القانونية والتنظيمات الإدارية، وهذه العناصر عادة ما تكون متداخلة ومترابطة، بعضها ثابت أو شبه ثابت، إلا أن غالبيتها ذات طبيعة متغيرة ومن ثم تؤثر وتتأثر ببعضها البعض، الشيء الذي يؤدي بالتفاعل مرة وبالتداعي مرة، إلى أوضاع جديدة بمعطيات مختلفة تترجم في محصلتها إلى عوامل جذب أو عوامل نفور وطرده لرأس المال (علي، 2004، صفحة 04).

التعريف يبرز البيئة التي تحيط بعملية الاستثمار، ويشير إلى التأثير الذي تمارسه العوامل المختلفة على فرص نجاح المشروعات والتوجهات الاستثمارية، ويشمل مجموعة واسعة من العوامل التي تؤثر على مناخ الاستثمار، لكنه قد يكون عامًا جدًا ولا يُركز بشكل كافٍ على تحليل تأثير كل عامل على حدة.

**2. مناخ الاستثمار حسب HMIUI:** " يتمثل في جميع العوامل السياسية والقانونية والاقتصادية والاجتماعية التي تدفع بالمستثمر أن يقرر الاستقرار في منطقة أو في بلد معين لممارسة الأعمال هناك، هذه العوامل متعددة سواء تعلق الأمر باستقرار سياسي، استقرار الاقتصاد الكلي، تكاليف العمالة، نظام الضرائب، جودة الخدمات المقدمة من طرف البنوك والوسطاء الماليين الآخرين، تكلفة الطاقة و توافر مواردها... الخ. (HMIUI, 2011, p. 03)

التعريف يقدم نظرة شاملة للعوامل التي تؤثر على استقرار المستثمر في منطقة معينة، ويشمل الجوانب الاقتصادية والسياسية والقانونية والاجتماعية، ورغم أنه يعطي فكرة واضحة عن مكونات مناخ الاستثمار، لكنه يمكن أن يكون عامًا إلى حد ما وقد يكون من الصعب تحديد الأولويات بين هذه العوامل.

**3. تعريف مناخ الاستثمار حسب مصلة:** " مزيج من الأوضاع والعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية والدولية السائدة في بلد ما، والتي تؤثر في ثقة المستثمر إيجابا أو سلبا وتجعله يتخذ القرار بإقامة استثماره من عدمه (مصلة، 2017، صفحة 02).

التعريف يعطي دورًا مهمًا للعوامل المتعددة في تشكيل مناخ الاستثمار، ويشدد على تأثير هذه العوامل على الثقة والقرارات التي يتخذها المستثمرون، وبالرغم من أنه يلتقط جوانب متعددة لمناخ الاستثمار، لكنه لا يتناول تفاصيل العوامل بشكل معمق، ويمكن أن يكون أكثر وضوحًا بتوضيح التأثير الفعلي لكل عامل على حركة الاستثمار.

يتبين من خلال مجموعة التعاريف المقدمة أن مناخ الاستثمار هو البيئة الاقتصادية والسياسية التي تؤثر على التوقعات والقرارات التي يتخذها رجال الأعمال والمستثمرين بشأن الاستثمار في منطقة معينة من عدمه، ويمثل مناخ الاستثمار العوامل التي تؤثر على قرارات الاستثمار في مجتمع ما، ويتأثر بعوامل متعددة مثل الاستقرار السياسي، وسهولة تأسيس

المؤسسات والتجارة، وجاذبية التشريعات الضريبية وباقي التشريعات، والتكنولوجيا والابتكار وغيرها من العوامل المختلفة، كما أن ضمان وجود مناخ استثماري جيد يتطلب خلق بيئة تجارية ملائمة ومواكبة للتحويلات الاقتصادية وتطلعات المستثمرين.

### الفرع الثاني: علاقة مناخ الاستثمار بمناخ الأعمال.

من خلال تعريفات كل من مناخ الأعمال ومناخ الاستثمار نجد أنهما مفهومان مختلفان ولكنهما وثيقي الصلة ببعضهما البعض، فيشير مناخ الأعمال إلى البيئة الاقتصادية العامة التي يجب أن تعمل فيها الشركات، يتم تحديدها من خلال عوامل مثل السياسات الحكومية واللوائح والمنافسة والبنية التحتية والموارد البشرية والظروف الاجتماعية والبيئية... إلخ، أي يقيس السهولة التي يمكن للشركات أن تعمل بها وقدرتها على جني الأرباح من ناحية أخرى، في حين يقيس مناخ الاستثمار على وجه التحديد قدرة بلد أو منطقة على جذب الاستثمار الأجنبي والاحتفاظ به، يتم تحديدها من خلال عوامل مثل الاستقرار السياسي والاقتصادي، والضرائب وأنظمة الجمارك، والنظام القانوني، ونوعية البنية التحتية، والعمالة الماهرة، أي وبعبارة أخرى،

مناخ الأعمال يشير إلى الظروف العامة للأعمال والتجارة في منطقة معينة، مثل السياسة الضريبية والتشريعات التجارية والبيئة التنظيمية بشكل عام، في حين أن مناخ الاستثمار يعكس الظروف المحيطة بعملية الاستثمار في المنطقة، مثل التكنولوجيا المستخدمة وتوفر الموارد الطبيعية والقوى العاملة والبنية التحتية.

إذن وباختصار فإن مناخ الأعمال أوسع وأشمل ويضم جميع الأنشطة الاقتصادية، في حين أن مناخ الاستثمار أكثر تحديدًا ويركز على جاذبية بلد أو منطقة للمستثمرين الأجانب والمحليين وبالتالي مناخ الأعمال يتضمن في محتواه مناخ الاستثمار، رغم أن العديد من الدراسات والأبحاث تعتمد نفس المفهوم سواء مناخ الأعمال أو مناخ الاستثمار في معالجتها للمواضيع ذات العلاقة إلا أن الأول (مناخ الأعمال) أشمل وأوسع.

### المطلب الثالث: خصائص مناخ الأعمال.

يتصف مناخ الأعمال بجملة من الخصائص والمميزات، التي تحدد سلوك المستثمر والتي تؤثر على قراراته وتجعله يواجه جهوده من أجل دراستها، أهمها: وحدة مناخ الأعمال والترابط

موضوع الفرع الأول، التقسيم وإمكانية المستثمر للتأثير فيه موضوع الفرع الثاني، ثم التعقيد والتغير والتقلب موضوع الفرع الثالث.

### الفرع الأول: خاصية الوحدة والترابط.

مناخ الأعمال هو المصطلح الذي يستخدم لوصف البيئة الشاملة التي تحيط بالشركات والمؤسسات والمستثمرين أثناء ممارسة أعمالهم وأنشطتهم التجارية، هذا المناخ يشمل جميع العوامل والظروف التي تؤثر على العمليات التجارية واتخاذ القرارات، على سبيل المثال يمكن أن تشمل هذه العوامل القوانين واللوائح، والاقتصاد، والعوامل الاجتماعية والثقافية، والتطورات التكنولوجية (القادر، 2023).

وعلى الرغم من أن كل شركة لها خصوصيتها ونشاطها الخاص، إلا أن هناك تفاعلاً وترابطاً بين هذه الشركات، يمكن أن تتأثر شركة بقرارات أو تحركات شركات أخرى في نفس الصناعة أو في السوق نفسه، وهذا الترابط يمكن أن يؤدي إلى انتقال تأثيرات إيجابية أو سلبية عبر سلسلة القيمة، على سبيل المثال إذا كانت شركة كبيرة تواجه مشكلات مالية، قد يؤثر ذلك على مورديها وعملائها ويخلق تأثيراً تتفاعل معه الجميع (النجار، 2006، صفحة 130).

### الفرع الثاني: خاصية التقسيم وإمكانية التأثير من طرف المستثمرين.

مناخ الأعمال ليس متجانساً بل يمكن تقسيمه إلى أجزاء مختلفة بناءً على النطاق الجغرافي أو القطاع الاقتصادي أو حتى حسب مستوى السوق، على سبيل المثال المستثمرون يمكن أن يدرسوا مناخ الأعمال على المستوى المحلي لمدينتهم أو المنطقة التي يعملون فيها، أو يمكنهم أن يبحثوا في مناخ الأعمال على المستوى الدولي إذا كانوا يتعاملون مع أسواق دولية.

من خلال فهم هذه القسوة، يمكن للمستثمرين أن يحددوا الفرص والتهديدات التي تنبع من كل قسم، على سبيل المثال قد تكون هناك فرص كبيرة للنمو في منطقة معينة نتيجة لنقص في المنافسة، وهذا يمكن أن يؤثر على استراتيجية المستثمرين في تحديد السوق المستهدفة. (النجار، 2006، صفحة 130)

## الفرع الثالث: التعقيد، التغير والتقلب.

أن مناخ الأعمال معقد جدا وذلك لان المتغيرات التي تدخل في تكوينه غير محدودة العدد ولا يمكن حصرها، وفي إطار تفاعلها مع بعضها البعض تولد أوضاعا جديدة والمستثمر يهتم بالمتغيرات التي يراها ضرورية وتؤثر على قراراته وهذا الاعتماد على القطاع الذي يعمل فيه وحجم المنافسة وأهدافه.

يصل مناخ الأعمال إلى التغير والتقلب وذلك إما على مستوى معين أو صناعة أو منطقة معينة وذلك ما يصعب عليه عملية اتخاذ القرار ويستوجب الدراسة الجيدة وتوقع التغيرات فعلى سبيل المثال فان أسعار السلع تتغير من وقت لآخر وكذلك التغيرات فعلى سبيل المثال فان أسعار السلع تتغير من وقت لآخر وكذلك الأجور والأذواق والعادات والتقاليد وعدد السكان وغيرها ولكن درجة التغير والتقلب تختلف من مناخ لآخر وعلى هذا يمكن التمييز بين مناخ أعمال مستقر ومناخ أعمال مضطرب يصعب التنبؤ بالتغيرات الحاصلة فيه ومناخ متوسط التغير (النجار، 2006، صفحة 131).

## المبحث الثاني: مكونات مناخ الأعمال.

من خلال التوسع في مختلف التعريفات لمناخ الأعمال يتبين أنه مزيج من العوامل والأوضاع التي تكون عناصره، والتي تمكننا من الحكم عليه، كما أن أكثر تقنيات تحليل بيئة الأعمال شيوعا واستعمالا هي تحليل العوامل (POLITICAL, ECONOMIC, ENVIRONMENTL, LEGAL) SOCIAL, TECHNOLOGY, الذي هو عبارة عن أداة تستعمل لتحليل ومراقبة عوامل البيئة الكلية التي بالإمكان أن يكون تأثيرها فعالا على المؤسسة، تعتمد خصوصا عند الانطلاق في عمل تجاري جديد أو ولوج سوق أجنبية. تعطي صورة واضحة للعوامل الداخلية والخارجية ذات العلاقة بالمؤسسة، يتوافق استعمالها مع باقي أدوات التحليل الأخرى مثل SWOT (تحليل الفرص والتهديدات)، وقوى PORTER الخمسة (خلوفي، 2021، الصفحات 07-08).

## المطلب الأول: البعد السياسي لمناخ الأعمال

إن المؤسسات والمستثمرين محليين كانوا أم أجنبى يتأثرون حتما بالواقع وبالقرارات السياسية في البيئة التي يزاولون نشاط أعمالهم فيها والتي تتباين بين بلد وآخر أو حتى في الإقليم ذاته، يكون هذا التأثير سواء مباشرا أو غير مباشر، بالسلب أو بالإيجاب.

يتجلى البعد السياسي لمناخ الأعمال في العناصر الموالية (المؤسسة العربية لضمان

الاستثمار و ائتمان الصادات، 2011، صفحة 07):

## أولا: النظام السياسي المنتهج.

تتوافق البيئة السياسية مع الهياكل وأساليب العمل المرتبطة بتنظيم المجتمع وممارسة السلطة، أي النظام السياسي والثقافة، والسياسات العامة، القوانين والأنظمة الموضوعة، و القانون والمعاهدات الدولية، على سبيل المثال سياسة حماية الأراضي، واللوائح التي تحد من الإعلان والتسويق للأطفال (institut national de la santé publique du Québec, s.d.)

## ثانيا: الاستقرار السياسي.

يتجلى الاستقرار السياسي بتميز النظام السياسي بالديمقراطية واستتباب الأمن وضمان عدم وقوع المؤسسات تحت طائلة المصادرة والتأميم، مع انعدام النزاعات الإقليمية التي تزيد من احتمالات قيام الحروب، ناهيك على مستوى الدعم الشعبي الذي تتمتع به الحكومة، وطبيعة ونوعية آليات المسائلة واستقرار معدلات التغيير للحكومة، وكذا الاستقرار والسكينة بين شرائح الشعب المختلفة مع استقرار الحدود الدولية مع دول الجوار، وحسن العلاقات الخارجية للدولة، بما فيها الالتزام بالمعاهدات والاتفاقيات الدولية تحت غطاء مؤسسات المجتمع الدولي، انخفاض درجات نقشي الفساد بنوعيه الإداري أو السياسي حيث يشير الأول إلى وجود فساد في سلوك موظفي الحكومة الذين يسعون إلى الاستفادة من نقشي البيروقراطية في المؤسسات الحكومية بهدف تحقيق مكاسب خاصة تتمثل في رشاي، الأمر الذي يقود إلى ضياع ما يوفر المشروع من مزايا (عمر، يحيوي، 2016-2017، صفحة 62).

## ثالثا: التحالفات الدولية والخلفيات التاريخية.

إذ أن للتحالفات ما بين الدول آثار سياسية تنعكس آثارها بحسب الحالة على مناخ الأعمال وهو ما يتأثر به المؤسسات والمقاولين الناشطين مثل ما هو الحال لتحالف BRICS و G20 ومنظمة التجارة العالمية، كما تلعب الخلفيات التاريخية بين الدول نفس الدور من حيث الاستقرار السياسي.

## رابعا-المساءلة، الديمقراطية، حرية التعبير و انتقال السلطة سلميا

بحسب مجلس الشرق الأوسط للشؤون الدولية فإن درجة الارتباط بين مؤشرات الحوكمة العالمية لكل الدول في الفترة من 2000 الى 2020، في الدولة المعنية متلازمة إلى حد كبير مع مستويات عالية من النمو والتنمية الاقتصاديين. أي أنه هناك ارتباط ايجابي قوي بين فعالية الحكومة ومستويات الجودة التنظيمية، وسيادة القانون ومكافحة الفساد كمتغيرات مستقلة، ونصيب المواطن من الناتج الإجمالي المحلي كمتغير تابع. تابع (مجلس الشرق الأوسط للشؤون الدولية، 2023، صفحة 07).

## المطلب الثاني: البعد القانوني لمناخ الأعمال

لكي ينمو يحتاج القطاع الخاص إلى بيئة قانونية وتنظيمية تشجع الأعمال، بدعم مؤسسات قوية لها سلطات رقابية وعقوبات صارمة في هذه البيئة، مؤسسات القطاع غير الرسمي تنتقل إلى القطاع الرسمي، مؤسسات القطاع الرسمي توسع من نشاطاتها وتوظف المزيد، ويمكنهم تحمل دفع الضرائب، يتنامى احترام حقوق الملكية ويقبل المقرضون هذه الأصول كضمان، يتطور الابتكار لأن الاختراعات تكون محمية قانونا ببراءة اختراع، وطالما أن القانون يحمي الاستثمارات ضد المصادرة التعسفية، رجال الأعمال يحصلون على التمويل أسهل من ذي قبل، وكلما دخلت مؤسسات إلى السوق، مع بساطة نقل الملكية والتجارة ودفع الضرائب، يؤدي ذلك إلى تشجيعهم أكثر على الاستثمار والتطوير، خلق فرص عمل والامتثال أكثر للقواعد، من ناحية أخرى يحدث العكس في البلدان التي يكون فيها عبء التنظيم معيقا لدخول المؤسسات إلى السوق أين يكون الفساد والأنشطة الاقتصادية الغير رسمية منتشرة (BANQUE AFRICAINE DU DEVELOPPEMENT, 2011, p. 40).

قد تختلف البيئة القانونية للاستثمار ونشاط المؤسسات من بلد إلى آخر وتشمل القوانين والتشريعات التي تحكم الاستثمارات، يمكن أن تغطي هذه القوانين جوانب مختلفة مثل الضرائب وحماية المستثمر وقواعد الاستثمار وقوانين الأوراق المالية ومتطلبات الإفصاح، ومن المهم للمؤسسات والمستثمرين فهم البيئة القانونية التي ينشطون خلالها من أجل ضمان الامتثال للوائح المعمول بها وتقليل المخاطر المحتملة، فقد يواجهون عواقب قانونية ومالية إذا فشلوا في الامتثال للقوانين واللوائح المعمول بها، ناهيك عن تطور بيئة الاستثمار القانوني باستمرار استجابة للتغيرات في العالم الاقتصادي والمالي وبالتالي وجب على الفاعلين أن يكونوا على دراية بالتغيرات القانونية التي يمكن أن تؤثر على استثماراتهم ومؤسساتهم، هذا وتتمثل أهم متغيرات البعد القانوني المهمة بالنسبة للمؤسسة والمستثمر في:

**أولاً: الضرائب.**

إن للضريبة تأثير على عملية الاستثمار رغم غياب وجود ارتباط ظاهر بين مفهومي كل منهما، إلا أن العلاقة الحقيقية تظهر بوضوح من خلال تأثير الضريبة كأداة اقتصادية في يد الدولة للتحكم في حجم، موقع ونوع الاستثمارات الأجنبية المباشرة الوافدة إليها (زيوش عبد الرؤوف، ونوغي نبيل، 2021، صفحة 10).

وبالتالي فإنه يمكن اختصار علاقة الضريبة بالاستثمار بأن الضريبة تؤثر على الربحية المتوقعة من الاستثمار وعلى قرارات المستثمر في الاستثمار وهما في حالة عكسية بحيث كلما انخفضت الضرائب توسعت الاستثمارات والعكس.

**ثانياً: قواعد الاستثمار.**

تتمثل البيئة القانونية الموجودة في دولة ما في النظام القانوني بكل مكوناته والمتجلي في التشريع أو النظام الإداري القائم، والمسؤولون عن تطبيق هذا التشريع أي القضاء وأعدائه ومساعدوه، وبالتالي فإن قيام بيئة استثمارية ناجحة يقتضي وجود شرطين أساسيين الأول تشريع سليم وتشجيعي، وعنصر بشري قائم على تطبيق هذا التشريع بكفاءة وفعالية. (المركز العربي لتطوير حكم القانون و النزاهة، 2009، صفحة 17).

كما أن المشرع الجزائري في المادة 1 من القانون 22-18 المؤرخ في 24 يوليو 2022 والمتعلق بالاستثمار يعرف قانون الاستثمار بأنه "يهدف هذا القانون إلى تحديد القواعد التي تنظم الاستثمار وحقوق المستثمرين والتزاماتهم، والأنظمة التحفيزية المطبقة

على الاستثمارات في الأنشطة الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات المنجزة من طرف الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين، الوطنيين أو الأجانب، مقيمين كانوا أو غير مقيمين " (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية/العدد50، 2022، صفحة 02).

إذن فالقوانين المتعلقة بالاستثمار بين الدول مختلفة فيما بينها وتتأثر بعوامل متعددة مثل الاقتصاد والسياسة والثقافة والتشريعات، وتغطي مجموعة واسعة من الموضوعات، بما في ذلك تأسيس الشركات والشراكات، وقوانين العمل والضرائب والحماية القانونية للمستثمرين. على سبيل المثال، هناك بعض الدول التي تدعم الاستثمار، وتمنح المستثمرين حماية قانونية مع ضريبة منخفضة ناهيك عن حرية العمل والتجارة، في حين بعض الدول تفتقر إلى بيئة استثمارية ناجحة وتتميز بالفساد وضبابية القوانين. وبشكل عام، فإن دراسة قوانين الاستثمار وعوامل البيئة العامة في الدولة هو جزء مهم من العملية التخطيطية لأي استثمار.

#### ثالثا: العقود.

يتمثل العقد بأنه اتفاق يلتزم بموجبه طرف أو عدة أطراف تجاه طرف آخر أو أكثر بمنح شيء أو بفعل شيء أو الامتناع عن فعل شيء (code civil Francais, art 1101)، وبما أن مختلف المعاملات الشرعية والمحمية تتم من خلال العقود، فإنه يجب على المؤسسة أو المستثمر الدراسة الدراية بمختلف أنواع العقود لضمان احترام الالتزامات وتحديد الشروط والتفاصيل والمسؤوليات الخاصة بالعملية المتعاقد عليها، كما أن قراءة وفهم العقود والاتفاقيات المرتبطة بالاستثمار جيدا قبل الإقدام على الاستثمار، من شأنه تجنب المؤسسة أو المستثمر عدم التعرض للخسارة بشكل غير مبرر.

#### رابعا: التراخيص والتصاريح.

فعل قانوني تصدره الإدارة وتترتب عليه آثار قانونية، تسمح بموجبه لأحد الأطراف بممارسة نشاط معين، أو ممارسة حرية معينة، ويعد إجراء إداريا رقابيا يعتمد في الحياة العملية، يزداد استعماله أو يتناقص من نظام قانوني إلى آخر، وبحسب ما إذا كانت الرخصة متعلقة بحرية من الحريات التقليدية للصيقة بالشخصية أو حرية التجارة والصناعة، أو نشاط يرقى (احسن غربي، 2020، صفحة 03).

وتشمل التراخيص والتصاريح التي تمنحها الدولة للأنشطة التجارية والإنتاجية، وتتطلب بعض الصناعات تصاريح خاصة، مثل صناعة المواد الكيميائية والأدوية وغيره.

**خامسا: إجراءات حماية المستهلك.**

تهدف تدابير حماية المستهلك لمعالجة الإختلالات المتأصلة في العلاقة التي تجمع بين المستهلك والمورد، ولا سيما فيما يتعلق بتوازن القوى والمعرفة ومصادر أخرى (CNUCED CONFÉRENCE DES NATIONS UNIES SUR LE COMMERCE ET LE DÉVELOPPEMENT, 2017, p. 12)

وتتضمن تلك المكونة إجراءات الحماية التي تقوم بها الدولة وغيرها من الجهات المختصة لحماية حقوق المستهلكين، مثل إصدار القوانين المتعلقة بالتسميات والمعايير والضمانات.

تندرج في إطار حماية المستهلك سياسات الحكومة التي تقوم بها الدولة أو المنظمات الغير حكومية والقوانين التي تضمن حقوق المستهلكين وتحد من الممارسات التجارية ذات الضرر، ناهيك عن التوعية وتحذير المستهلكين وحمايتهم من الاحتيال أو الغش.

**سادسا: الإفلاس والتصفية.**

بحسب المادة 438 من القانون التجاري فإن كل تاجر توقف عن دفع ديونه فهو يعتبر في حالة إفلاس، وبالمعنى القانوني فالإفلاس هو عبارة عن الوضعية القانونية التي يصل إليها التاجر الذي توقف عن دفع ديونه (محرز صليحة، أزوا عبد القادر، 2022، صفحة 05)، وهو أمر شائع في مناخ الأعمال، ويحدث عندما يكون لدى المؤسسة صعوبات في تحقيق الأرباح أو تسديد ديونها بسبب تراكم الخسائر أو تعذر تحقيق الدخل الكافي لتغطية التكاليف مما قد يؤدي إلى تصفية المؤسسة وتوزيع أصولها على الدائنين بحسب الأولويات. أما التصفية فتتمثل في مختلف الإجراءات الضرورية لإنهاء عمليات المؤسسة وتسديد ما عليها من ديون وتحصيل ما لها من مستحقات وتحويل موجوداتها إلى أموال لإعادة توزيعها على الشركاء قسمة بينهم (أحمد محمود المساعدة، 2016، صفحة 05).

**سابعا: القوانين ذات العلاقة بالملكية الفكرية.**

تحتوي حماية الملكية الفكرية على الحقوق والعلاقات القانونية الآتية: البراءات، بما في ذلك الاختراعات؛ التصاميم الصناعية وبراءات النباتات؛ حق المؤلف والحقوق المجاورة،

العلامات المميزة المستخدمة في التجارة مثل العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية والأسماء التجارية والمظهر التجاري؛ الأصناف النباتية الجديدة؛ التصاميم التخطيطية للدوائر المتكاملة؛ الأسرار التجارية أو المعلومات غير المكشوف عنها؛ مكافحة المنافسة غير المشروعة (دائرة الصين الوطنية للملكية الفكرية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019، صفحة 14).

إذن فحماية الملكية الفكرية تتمثل في الإجراءات القانونية الهادفة إلى حماية حقوق ذوي الابتكارات وأصحاب الإبداع على محتوى فكري وثقافي كالأفكار والابتكارات والاختراعات والمخططات والنصوص.

#### ثامنا: القانون الدولي.

النظام القانوني للاستثمارات الأجنبية خاضع لتشريعات الدولة المضيفة والتي لها الحرية الكاملة في مجال وضع شروط الاستثمار وحقوق والتزامات المستثمرين والضمانات المعترف بها والقطاعات المعنية إضافة إلى سبل تسوية النزاعات، إذ من حق الدولة تحقيق مبدأ حرية الاستثمار وحصر بعض القطاعات لمواطنيها أو إعطاء الأفضلية لرعايا دول معينة على حساب مواطني دول أخرى (INSTITUT DES HAUTES ETUDES INTERNATIONALES , 1999, p. 13).

فالقوانين واللوائح الدولية تؤثر كثيرا على مناخ الأعمال، عن طريق التأثير على السياسات الضريبية نظم العمل ومعايير البيئة والسياسات التجارية، كما يعد الامتثال للقوانين الدولية أمراً ضرورياً للمؤسسات الهادفة إلى النمو على المستوى العالمي والحفاظ على سمعتها في السوق، يجب أن تكون الشركات يقظة بشأن الامتثال للقوانين المحلية والدولية، إذ يمكن أن يساعد ذلك في جعل مناخ الأعمال أكثر جاذبية وتقوية مصداقية الشركة مع أصحاب المصلحة.

#### تاسعا: قانون العمل وإجراءات المنافسة.

بحسب المشرع الجزائري فإن قانون المنافسة يختص بحماية من كل ما يمس بالقدرة التنافسية للمتدخلين في السوق، وبالتالي فالمتدخلين في السوق هم كل من أصحاب المهن الحرة، المنظمات، النقابات، الشركات وغيرها بصفتها مؤسسات مادامت تمارس نشاطا اقتصاديا دائم، مع توسيع دائرة النشاطات الاقتصادية في مفهوم هذا القانون لتضم نشاطات

الإنتاج والتوزيع، الخدمات والاستيراد إلى جانب النشاطات الفلاحية والصناعات التقليدية والصيد البحري تحت قانون المنافسة (كريمة عزوز، 2021، صفحة 14).

أما قانون العمل فهو مختلف القواعد التي توطر العلاقات التي تنشأ بمناسبة قيام شخص بالعمل لحساب طرف آخر (فوزي صلاح الدين، 2000، صفحة 194).

وبالتالي فإن قانون العمل هو مجمل القواعد والتشريعات التي تضبط العلاقة بين أصحاب العمل والعمال، بتحديد حقوق وواجبات كل من الطرفين، ويتضمن قوانين وقواعد تهدف إلى حماية حقوق العمال وإتاحة بيئة عمل آمنة وصحية، مع تقوية العدل في علاقات العمل، وبالتالي فإنه يساعد على تجسيد الاستقرار الاقتصادي والتنمية، بالمساهمة في توفير بيئة عمل مشجعة على الاستثمار ومحفزة على الابتكار والإنتاجية كما يضح حدا للتلاعب في الأسواق والمنافسة الغير عادلة، والإسهام في حماية حقوق المستهلكين.

**عاشرا : القوانين ذات العلاقة بالبيئة والمحيط :** على غرار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة *la responsabilité sociale de l'entreprise* والمتمثلة في ذلك الالتزام من طرف أصحاب المؤسسات بالمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة وذلك عن طريق تنسيق العمل مع المجتمع المضيف من أجل رفع المستوى المعيشي للأفراد بطريقة تخدم الاقتصاد وتحقق التنمية في وقت واحد ناهيك إلى أن الدور التنموي المنسوب القطاع الخاص وجب أن يتجسد في صورة مبادرة داخلية وقوة دفع ذاتية من طرف أصحاب القرار في المؤسسة ( علاء فرحان طالب و آخرون، 2010، صفحة 37).

إذن فمن المهم للمؤسسات والمستثمرين احترام قوانين البيئة في أي نشاط له علاقة بها، للحفاظ على سلامتها وحماية الموروث الطبيعي والحفاظ على الإنسان وصحته، وعليه وجب على المستثمرين تقييم جوانب البيئة والاستدامة ذات العلاقة بالنشاطات التي ينوون الاستثمار فيها، والتأكد من الالتزام بالقوانين والتشريعات البيئية المحلية والدولية المعمول بها.

**المطلب الثالث: البعد الاقتصادي لمناخ الأعمال.**

يعد البعد الاقتصادي أحد الجوانب الحيوية التي تؤثر بشكل كبير على مناخ الأعمال في أي اقتصاد، ويتعلق هذا البعد بالعوامل والظروف الاقتصادية التي تؤثر على الشركات والأفراد المشاركين في السوق التجارية، إذ يشمل جوانب متعددة تتضمن النمو الاقتصادي، والتضخم، والبطالة، والاستثمار، والتجارة الدولية، وغيرها من المعاملات المالية والاقتصادية.

وفيما يلي يتم دراسة العوامل المتحكمة في هذا البعد، من خلال التطرق إلى النظام الاقتصادي المتبع في الإقليم/الدولة في الفرع الأول، ثم إلى متغيرات الاقتصاد الكلي في الفرع الثاني، أما في الفرع الثالث يتم دراسة السياسة العامة والتشريع الاقتصادي.

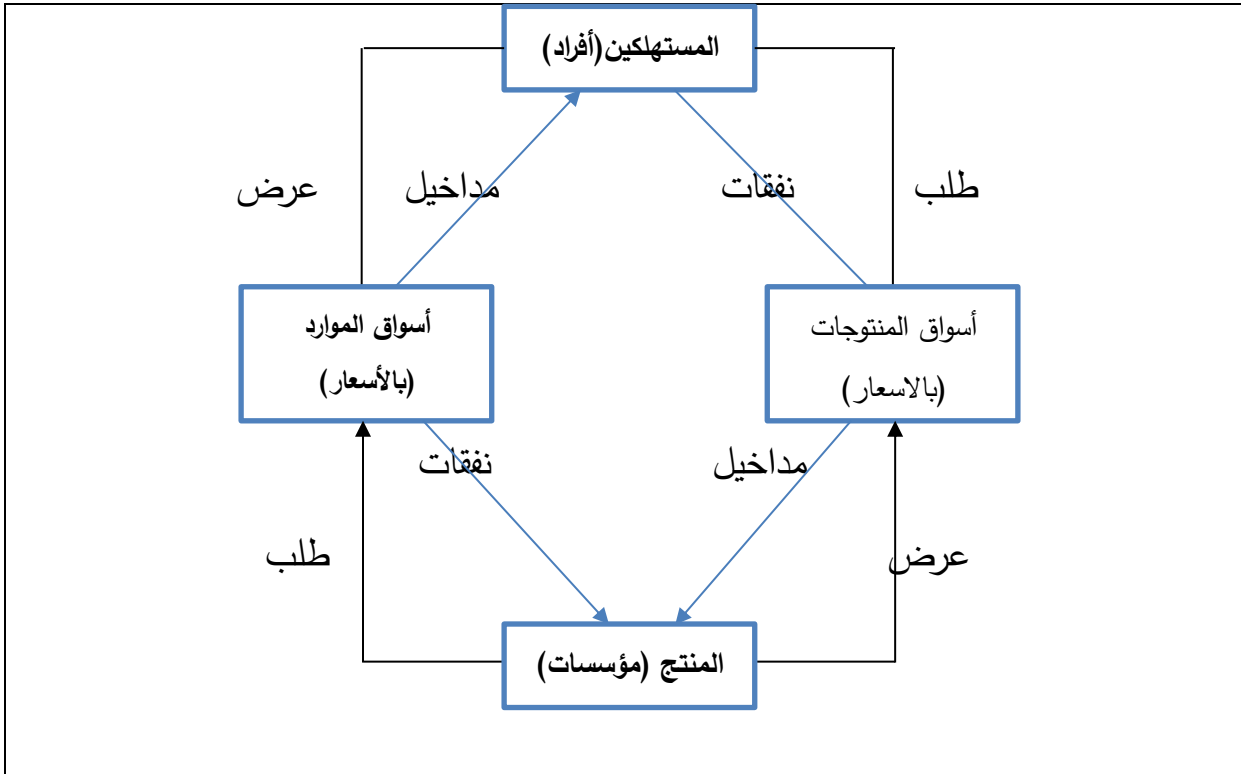
### الفرع الأول: النظام الاقتصادي المتبع في الإقليم/الدولة.

هنا نجد أن اقتصاد السوق الحرة (أو الرأسمالية) الذي هو على النقيض مع الاقتصاد المركزي المخطط (أين تتحكم الدولة في معظم القرارات الاقتصادية)، في حين نجد أنه في السوق الحرة يتم التفاعل بين الأفراد و المؤسسات من خلال نظام الأسعار، لتحديد تخصيص الموارد.

والسمات الرئيسية لهذا النوع من النظام الاقتصادي (الحر) هي كما يلي (lan :Worthington and Chris Britton, p. 84)

- الموارد ملكية خاصة والأفراد الذين يمتلكونها أحرار في استخدامها بما يرونه يناسبهم.
- الشركات، أيضًا في إطار الملكية الخاصة، قادرة على اتخاذ قرارات بشأن الإنتاج، بدون تدخل الدولة.
- لا يوجد مخطط (أو مخطط رئيسي) موجود لتوجيه الإنتاج والاستهلاك.
- القرارات المتعلقة بتخصيص الموارد هي نتيجة نظام الأسواق اللامركزي.
- والأسعار تتدخل فيها قرارات ملايين المستهلكين.
- يتم التنسيق بين آلاف المؤسسات تلقائيًا.
- المستهلك هو صاحب السيادة، أي يملئ نمط العرض ومن ثم نمط تخصيص الموارد.

الشكل 0- : 2 اقتصاد السوق



المصدر: من اعداد الطالب بناء على: (Ian Worthington and Chris Britton، صفحة 85)

يوضح الشكل (1-2) سيرورة اقتصاد السوق وترابط عناصره مع بعضها البعض، حيث وانطلاقاً من المستهلكين مثلاً، نجد أن أسواق المنتجات تمثل الطلب بالنسبة لهم وبالتالي يقومون بالإنفاق عليها في حين يمثل المستهلكون سوق الموارد مثل توفير اليد العاملة (جانب العرض بالنسبة لهم والطلب بالنسبة للمؤسسات)، وهنا المنتجين (المؤسسات) يقومون بدفع نفقات من أجل الحصول على تلك الموارد اللازمة للعملية الإنتاجية من سوق الموارد وهو الذي يمثل جانب الطلب بالنسبة لهم، أي أنه يقع العكس بالنسبة للمؤسسات، فمداخيلها تأتي من بيع منتجاتها لهؤلاء المستهلكين والتي تمثل العرض بالنسبة لهم في حين يكون جانب النفقات (الطلب) للمؤسسات هو سوق الموارد، وتستمر الحلقة هكذا بتلقائية وباستمرار وفقاً للسوق ولشروطه الجديدة في كل مرة.

ولكن، لا يوجد اقتصاد يعمل بالكامل بهذه الطريقة المقترحة أعلاه؛ إذ تتأثر المؤسسات بعد كل شيء بالتكاليف وقرارات التوريد أيضاً، وذلك حسب الطلب مع السعي عموماً لتشكيل هذا الطلب، بالإضافة إلى الاستجابة له ببساطة، كما هو في الواقع - لا يتعلق الأمر باقتصاد قائم على السوق وخالٍ من التدخل الحكومي في عملية تخصيص الموارد، الأمر الذي يثبته

وجود قطاع عام مسؤول عن مستويات كبيرة من الاستهلاك والإنتاج والمساعدة في تشكيل ظروف السوق هو الآخر.

التوجه الجزائري:

تتبنى الجزائر مقاربة تجمع بين تحرير السوق وتدخل الدولة، في إطار نظام هجين يتيح من ناحية باعتماد نظام الأسعار، وبتطبيق سياسات ذات طابع ظرفي وهيكلية من ناحية أخرى من أجل توجيه المسار الذي يتطور به الاقتصاد، في إطار خطة تهدف لدعم النمو وتحقيق التوازنات المالية والاقتصادية الكبرى. إذا فالجزائر توجهت نحو اقتصاد السوق. مرتكزة على نوعين من الإجراءات الأولى المتعلقة بتحرير السوق، والثانية متعلقة بإنشاء هيئات عمومية تشرف على عملية الانتقال هذه (مشدال, عبد القادر، 2015، صفحة 06). فضلا على النظام الاقتصادي المتبع في ذلك الإقليم أو الدولة والمذكور آنفا، فان هناك متغيرات أخرى مهمة في البعد الاقتصادي لمكونات مناخ الأعمال وهي:

**الفرع الثاني: متغيرات الاقتصاد الكلي.**

متغيرات الاقتصاد الكلي هي على قدر كبير من الأهمية عند التعرض للبعد الاقتصادي كأحد مكونات مناخ الأعمال، فهذا النوع من المتغيرات يركز على إجمالي القطاعات ومختلف العمليات والنشاطات التي تؤثر في العملية الإنتاجية لبلد معين، فانعكاساتها إذن تكون على مستوى مداخل الأسر والأفراد والمؤسسات، من خلال تأثيرها على مداخل الدولة بشكل عام كما تتحكم في إنتاجية قطاع بحد ذاته من خلال التحكم في النمو بصفة شاملة وتوزيعه فيما بعد على باقي النشاطات والقطاعات.

نحاول إيجاز أهم مؤشراتها فيما يلي:

الجدول 0-1 : متغيرات الاقتصاد الكلي المؤثرة على مناخ الأعمال.

البيان	المتغير
<p>يعتبر معدل نمو هذا المؤشر (نسبة مئوية) من سنة لأخرى مؤشر هام جدا لتقييم الاقتصاد، إلا أنه لوحده لا يعطي تعبير واضح عن طبيعة العملية الاقتصادية، لذا من المهم التركيز على مؤشرات تستخرج منه وتستطيع أن تفسر طبيعة هذا النمو:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- نصيب الفرد من الناتج: يعطي هذا المؤشر فكرة عن نسبة النمو مقارنة بعدد السكان مما يعطي يقدم فكرة أولية عن مستوى المعيشة في بلد معين.</li> <li>- الثبات في تسجيل خط نمو تصاعدي بعيداً عن التقلبات الحادة من سنة إلى أخرى.</li> <li>- المساهمات القطاعية في عملية النمو بحسب كل قطاع اقتصادي ما يمكننا من مقارنة نمو القطاعات المنتجة لفرص العمل (صناعة، زراعة، تصنيع ... مع القطاعات الريعية (بنوك، عقارات) ...</li> </ul> <p>كما يتجدر الإشارة إلى أن الأجور عبارة عن مكون رئيسي من مكونات الناتج المحلي وبالتالي يجب أن ترافق PIB مع نموه.</p>	إجمالي الناتج المحلي
<p>هذا المؤشر يستعمل في تحليل أشد عمقاً لطبيعة النمو الاقتصادي وقدرته على طرح إنتاج فرص عمل، لكن يجب التدقيق في توزع نسب البطالة بحسب فئات القوى العاملة.</p> <p>لأن المعدلات الشاملة والعامة تجعل البطالة مقتصرة على فئات محددة مثل فئة الشباب أو العنصر النسوي خصوصاً، أو تجعل من البطالة مركزة في أقاليم جغرافية بعينها من الدولة المعنية مثل الأرياف والمدن أين تتركز الخدمات والاستثمارات في المدن في حين الزراعة في الأرياف، مع الإشارة إلى أن هذا المؤشر عاجز على تحديد نسبة العمالة في القطاع غير النظامي أو العاملين في ظروف غير مريحة ولا تليق ومجهولة.</p>	البطالة
<p>للتضخم أثر بارز في حياة الناس اليومية والمؤسسات، ومن هنا تبرز أهميته بالنسبة لرجال السياسة خصوصاً، غير أن التجارب أبانت أنه وفي ظل اقتصاد منتج بطريقة مستدامة ومع مستويات منخفضة من البطالة يمكن التعايش مع مستويات مقبولة من التضخم (حوالي الـ 10%) هذا ما يلفت انتباهنا إلى ضرورة التمييز بمدى فعالية وكلفة سياسات الحد من التضخم التي تتبعها الحكومات، والتي تؤدي إلى تكديس احتياطي النقود للتغلب على التضخم بدل استثمارها في زيادة وتحسين</p>	التضخم

<p>القدرات الإنتاجية للاقتصاد، غالباً ما تكون هذه التوجهات مدعومة من المؤسسات المالية الدولية.</p>	
<p>تعتبر بمثابة محدد لكلفة زيادة القدرات الإنتاجية أو القدرة الشرائية عبر الوقت، وتلعب البنوك المركزية دوراً رئيسياً في تحديد أسعار الفائدة من خلال سندات الخزينة التي تصدرها، ففي فترات الركود تقوم الدولة بخفض أسعار الفائدة لتوجيه سوق المال نحو الاستثمار في عجلة الاقتصاد، وفي فترات الوفرة والنمو ترفع أسعار الفائدة لامتناع الفائض من النقود وتغادي تزايد معدلات التضخم.</p>	<p>أسعار الفائدة</p>
<p>يتأثر هذا المؤشر بالمضاربات ما بين المستثمرين والتي يكون المحفز فيها هو الحاجة إلى الربح السريع، وغالباً ما يكون لهذه المضاربات آثار وخيمة على إنتاجية الاقتصاد بشكل عام خصوصاً في ظل غياب أو ضعف الرقابة المالية.</p>	<p>الأسواق المالية</p>

المصدر : ( منظمة العمل الدولية، 2014، الصفحات 8-9)

الملاحظ هو ان متغيرات الاقتصاد الكلي تتمثل في تلك المتغيرات التي تشترك في أهميتها كل المؤسسات و هي مفروضة عليها في نفس الوقت.

### الفرع الثالث: السياسة العامة والتشريع الاقتصادي.

تتمثل السياسة العامة في برامج عمل مرتبطة بأهداف يتم اقتراحها من شخص أو جماعة أو حكومة في إطار بيئة محددة المعالم تكون فيها الأهداف واضحة والعراقيل المراد تجاوزها أيضاً تكون محددة، بغية تحقيق الغايات المخطط لها، أو بغية الوصول لتجسيد مقاصد بعينها، أي أن السياسة العامة هي مخطط عمل للتنفيذ يوضع من طرف الحكومة للتصدي لمشاكل مختلفة (حمادي مصطفى، 2020، صفحة 03).

فالسياسة العامة إذن تشير إلى الاستراتيجيات التي تتبناها الحكومة في إدارة الشأن العام من خلال مجموعة قوانين وتشريعات ذات طابع اقتصادي، أي تسيير الدولة والمجتمع وتوجيه النمو والتنمية، تتمحور حول تحسين جودة الحياة وتلبية احتياجات المواطنين، بغية تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق توفير الخدمات والبنية التحتية اللازمة لتطوير المجتمع وتعزيز الرفاهية العامة، وتتضمن السياسة العامة الحكومية قطاعات عدة مثل الصحة والتعليم والنقل والاتصالات والطاقة والعدل والأمن والدفاع والإسكان والبيئة، وتكون بالتالي أما داعمة لأنشطة المؤسسات في تلك الدولة أو مثبطة لها.

أهم ما يميز السياسة العامة هو السياسة المالية والتي تعرف بأنها تعبير عن البرنامج الذي المخطط من طرف الدولة وبطريقة مقصودة مستخدمة فيه مصادر إرادتها وبرامجها نفقاتها العامة قصد إحداث آثار مرغوبة وتجنب أخرى غير مرغوب فيها على كافة متغيرات النشاط الاقتصادي والاجتماعي بما يضمن تحقيق أهداف المجتمع (حداي عبد اللطيف، صفحة 05).

إذن، فهي (السياسة المالية للدولة) ذات تأثير كبير على المؤسسات من خلال عدة ميكانزمات، فمثلا إذا كانت الحكومة تتخذ سياسات مالية مشجعة للاستثمار ومعززة للنمو الاقتصادي، فإن هذه السياسات لها الأثر الإيجابي على المؤسسات بتوفير فرص النمو وزيادة الإنتاجية، فهي تؤثر على مؤسسات معينة بشكل إيجابي أو سلبي، وتهدف السياسة المالية للدولة عموما إلى تحفيز النمو الاقتصادي والحد من التضخم وتوفير فرص العمل، هذه الأهداف، وفي حال تحققها فإن ذلك يؤدي بالمؤسسات إلى تحقيق الأرباح وبالتالي البقاء والنمو وحتى الاستثمار مجددا.

#### المطلب الرابع: البعد التكنولوجي والبنية التحتية لمناخ الأعمال.

من التعاريف المعطاة للتكنولوجيا أنها: وضع المعرفة العلمية حيز التطبيق وبطريقة منظمة من أجل تحقيق أهداف عملية وميدانية، أو هي توظيف لمختلف المعلومات والتقنيات والأساليب والأدوات اللازمة لتصنيع النافع من الأغراض واستخدامها (جرادات محمد، المشاقبة زياد، 2012، صفحة 10).

بوصفها أساس الاقتصاد الرقمي، تسهم التكنولوجيا بما فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات TIC في زيادة التطور التكنولوجي والإنتاجية في الاقتصاد، فهي تشمل (OECD, 2021, p. 02):

- أنواعا متعددة من شبكات الاتصالات والتقنيات المستخدمة فيها.
- المنتجات والخدمات الجديدة، على غرار الأجهزة الذكية الرقمية كإنترنت الأشياء .IOT
- المنصات الرقمية مثل التجارة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.
- التقنيات الرقمية الحديثة كسلاسل الكتل Blockchain.

كما تشمل أيضا (صلاح الدين سيد محمد علي، الصفحات 8-9):

- الأتمتة Automatisation: عمليات استخدام البرامج الإلكترونية لأتمتة العمليات التجارية.

- تحليل البيانات الضخمة METADATA: إجراء شبكات ات تركيب و فحص لمجموعات البيانات الكبيرة وتحليلها، تعتمد مثلا في مجال الرعاية الصحية والأعمال التجارية وتحسين القرار. ناهيك على أن السير في ركب التحول الرقمي هو رافعة للتنمية و للنمو الاقتصادي.

أما البنية التحتية فهي تشير في الغالب إلى الهياكل الفنية التي تشكل دعامة للمجتمع، مثل الطرقات، الجسور، شبكات التوصيل بالمياه، قنوات و شبكات التصريف الصحي و شبكات الاتصال و الشبكات الكهربائية...، أي أنها تلك المكونات المادية للأنظمة المتصلة و المترابطة، التي توفر السلع والخدمات اللازمة تحسين ظروف الحياة المجتمعية أو استدامتها (Jeffrey E. Fulmer, 2009).

وعليه يتم التطرق إلى تأثير التكنولوجيا على الاقتصاد والأعمال في الفرع الأول، ثم خطوات اختيار التكنولوجيا والمعرفة اللازمة لدعم مناخ الأعمال في الفرع الثاني.

**الفرع الأول: تأثير التكنولوجيا على الاقتصاد والأعمال.**

تؤثر التكنولوجيا و بعمق على الاقتصاد والأعمال، فهي تتيح فرصا عديدة بالنسبة للمؤسسات بتحسين الكفاءة و ربح الوقت و المال و تحسين جودة المنتجات والخدمات و تسريع عمليات التسويق والتخزين و التموين والتواصل مع العملاء، و تساعد أيضا تساعد على تحسين عمليات الإدارة و زيادة فاعلية الشركات في مواجهة التحديات التي تواجهها في بيئة الأعمال الغير مستقرة والمتغيرة بوتيرة متسارعة.

لقد أصبحت التكنولوجيا ترسم مسارا الصناعات والتي تعتمد أساسا على

(<https://inovency.fr/technologies/impact-technologies-digitales-entreprises/>, s.d.)

- الذكاء الاصطناعي (AI): والذي أصبح جزءًا أساسيًا في عالم الأعمال، إذ يساهم في أتمتة (automatisation) العمليات وتحليل البيانات واتخاذ القرارات، كما يساهم في تحسين الإنتاجية وخفض التكاليف.
  - إنترنت الأشياء (IOT): تتمثل في الربط البيئي للأشياء المادية باعتماد تقنيات الاتصالات، فنتيح بالتالي مراقبة أنجع للعمليات الصناعية، مما يؤدي الى فعالية أشد كفاءة في تسيير المعدات والموارد.
  - البيانات الكبيرة Big Data: جمع ، تخزين وتحليل أحجام كبيرة من البيانات من مصادر متنوعة. ضروري لاتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات وفهم عملاء المؤسسة بصورة أفضل.
  - الواقع الافتراضي والمعزز Réalité virtuelle et Augmentée: هذه التقنيات على غمر المستخدمين في عوالم افتراضية أو تزويد العالم الحقيقي بالمعلومات الرقمية، تستخدم أساسا للتدريب، إضافة إلى تصميم وصيانة المعدات الصناعية.
- أما تأثير التكنولوجيا على الأعمال فيتجلى في مايلي:
- (<https://inovency.fr/technologies/impact-technologies-digitales-entreprises/>, s.d.)
- يصبح سير العمل آليًا أكثر فأكثر.
  - زيادة الإنتاجية.
  - ارتفاع الدخول.
  - المهارات المهنية المطلوبة تتطور.
  - تقليل خطر الأخطاء الجسيمة عن طريق تقليل نسبة الأخطاء.
  - تزايد فرص الابتكار.
  - إنتاج سلع وخدمات جديدة.
  - إنتاج سلع وخدمات مشخصة أكثر، مما يزيد من فرص إرضاء العملاء.
  - تسهيل التنسيق والوصول بسهولة أكبر إلى الشركاء.

الفرع الثاني: خطوات اختيار التكنولوجيا والمعرفة اللازمة لدعم مناخ الأعمال.

يعتمد نمو القاعدة التكنولوجية على توفر قدرات تكنولوجية بالداخل والحصول على تكنولوجيا منتقاة من الخارج لاستكمال جهود الأبحاث والتنمية المحلية وتطوير التكنولوجيا التي المتوصل إليها داخليا.

تمر عملية اختيار التكنولوجيا بمجموعة من المراحل تتمثل في (المشاقبه، 2012، صفحة 12):

- تحديد الاحتياجات التكنولوجية بحسب أهداف ما يراد تحقيقه من تنمية اقتصادية واجتماعية.
  - تقييم التكنولوجيات واختيار اللائقة منها مع تقييم صلاحية، تكلفة وشروط مكوناتها والتفاوض حول شروطها.
  - التحقق من مختلف المصادر للتكنولوجيا بما في ذلك تلك الداخلية.
  - تكييف التكنولوجيا المستوردة مع الاستغلال الأنفع لها.
  - تعميم الاستفادة من الاستغلال عبر كافة قطاعات النشاط.
- وبالتالي فان مناخ الأعمال التكنولوجي من أهم المعايير التي ينظر إليها عند تقييم بيئة الأعمال للمؤسسات والمستثمرين، فهو يشمل على عدة متغيرات كالوصول إلى تمويل بسعر معقول، والتواصل مع أسواق العمل المناسبة، والوصول إلى الموارد البشرية المهمة، والتشريعات والقوانين، وهو يتغير باستمرار ويختلف حسب الدول والمدن، لذلك فإن المؤسسات تتحرك عادة وفقاً لفرص النمو والتحديات في كل منطقة، حيث يتم تقييمها بناءً على تكاليف العمل والمهارات المطلوبة والتشريعات والثقافة المحلية والبنية التحتية والتقنيات المتوفرة.

**المطلب الخامس: البعد الاجتماعي والديموغرافي لمناخ الأعمال:**

يتمثل البعد الاجتماعي/الثقافي في مختلف العادات والسلوكيات والخصوصيات الثقافية للمنطقة التي تنشط فيها المؤسسات وأين يتواجد سوقها.

وتتمثل عناصر البعد الاجتماعي والثقافي أساسا في (مصلة يحي، 2012/2011):

1. خصائص السكان: كثرة السكان من مصلحة المستثمر والمؤسسات خصوصا من حيث التأثير على اليد العاملة المتاحة وحجم الإنفاق العام وحتى التوزيع الجغرافي من شأنه التأثير من حيث تجزئة السوق، فالجزء من السوق مثلا الذي يضم الأطفال بكثرة هو فرصة مثلا لتسويق الأدوات المدرسية والألعاب.
2. طبقات المجتمع: أي تلك المجموعات البشرية المتجانسة والتميزة على بعضها بعدة خصائص مثل الدخل ومستوى التعليم... والتي تحكم خياراتهم وتوجهاتهم وتهم أصحاب المؤسسات في إطار التعرف على الفئات التي يستهدفونها.
3. نمط وإطار الحياة: يتعلق بطريقة عيش الفرد وطرق إنفاقه.
4. مستوى الأجور السائد: والذي به يتحدد القدرة الشرائية للفرد المستهلك والتي على أساسها يتم تحديد السلعة أو الخدمة من جهة، وتبيان تكلفة اليد العاملة من جهة أخرى.
5. الثقافة: المتمثلة في مختلف المبادئ، القيم، المعتقدات، الأعراف والتقاليد المتوارثة من جيل إلى الذي يليه، تتجلى في التصور الذي يعطيه الفرد إلى العالم المحيط به وتحدد سلوكياته خلاله. تختلف الثقافات من بلد إلى آخر وحتى داخل البلد نفسه، تؤثر على المؤسسة سواء من ناحية المنتج أو سياسة الأسعار وأسلوب الترويج المنتهج، كما تفيد القائمين على التسيير في حال توظيف عمال محليين.
6. مستوى التعليم: يؤثر على أنماط الاستهلاك ويحدد مستويات الوعي بالمنتجات والخدمات المطروحة في الأسواق كما انه محدد هام من حيث الجودة والأعداد المكونة لليد العاملة المؤهلة.

### المبحث الثالث: مؤشرات التقييم لمناخ الأعمال.

يتم تقييم مناخ الأعمال على أساس مجموعة من المؤشرات الاقتصادية النوعية والكمية، والتي تكون قابلة للقياس لتسهيل عملية المقارنة، كما أن الهدف من هذا التقييم هو إتاحة مختلف المعلومات الضرورية للمؤسسات والمستثمرين عن الحالة الإجمالية والجوانب المحددة لبيئة ما (بلد، منطقة، سوق، ... إلخ) فيما يتعلق بتطور الاقتصاد والأسواق التي يعملون فيها، كما تعطي صورة لأصحاب الأعمال على مستوى مخاطر الاستثمار في

إقليم معين، هذه المعلومات تغطي معظم الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتنظيمية (دواح، بلقاسم، 2013، صفحة 02).

تتمثل مصادر المعلومات الخاصة بعملية التقييم في مختلف المعطيات والتصريحات الحكومية لذلك البلد مثل معدل النمو، الناتج المحلي الإجمالي، التضخم ومعدل البطالة، وكذلك مستويات الطلب، ناهيك عن الدراسات والإحصائيات والتقارير الصادرة عن المؤسسات والهيئات الدولية المختصة، والتي تقوم هي الأخرى بإصدار جملة من المؤشرات، تعرض جانبا أو مجموعة جوانب لمناخ الأعمال، إذ يتم تصنيف الدول بحسب تلك المؤشرات.

يمكن للمؤسسات والمستثمرين أيضاً تقييم مناخ الأعمال بحسب تفاعلهم مع العملاء والموردين وشركاء الأعمال والسلطات المحلية للبلد المضيف.

تنقسم المؤشرات التي بها يتم التعبير والتقييم لمناخ الأعمال إلى مؤشرات اقتصادية وأخرى صادرة عن الهيئات والمنظمات الدولية ننتاولها فيما يلي:

🚩 **المطلب الأول:** المؤشرات الاقتصادية لمناخ الأعمال.

🚩 **المطلب الثاني:** المؤشرات الصادرة عن المؤسسات والهيئات الدولية المختصة.

### المطلب الأول: المؤشرات الاقتصادية لمناخ الأعمال.

يعد البعد الاقتصادي أحد الجوانب الحيوية التي تؤثر بشكل كبير على مناخ الأعمال في أي اقتصاد، إذ يتعلق هذا البعد بالعوامل والظروف الاقتصادية التي تؤثر على الشركات والأفراد المشاركين في السوق التجارية، ويشمل البعد جوانب متعددة تتضمن النمو الاقتصادي، والتضخم، والبطالة، والاستثمار، والتجارة الدولية، وغيرها من المعاملات المالية والاقتصادية.

وهي تلك المؤشرات بنوعها كمية ونوعية والتي يمكن قياسها أو توضيحها بنسب عادية مئوية (RATIO)، أو التعبير عنها رقمياً مثل عدد الأيام اللازمة أو عدد الإجراءات الضرورية اللازمة لتحقيق نشاط معين للمؤسسة أو المستثمر، تساعد في قياس درجة جاذبية ذلك الإقليم الجغرافي لخلق المؤسسات والاستثمار وممارسة الأعمال التجارية، وبالتالي

مساعدة رجال الأعمال والمقاولين في اتخاذ صحيح القرارات وتوضيح الخطط القادمة لهم. وتتمثل هذه المؤشرات فيما يلي:

### 1. معدل النمو الاقتصادي:

إن النمو الاقتصادي يتمثل في تلك الزيادة للثروة (كمية السلع والخدمات) التي يتم إنتاجها في اقتصاد ما، حيث يتم إنتاج هذه الأخيرة اعتمادا على عوامل الإنتاج الرئيسية، المتمثلة في الأرض، العمل، رأس المال والتنظيم، وهو ذلك التغير الايجابي القيمة في مستويات إنتاج الخدمات والسلع (الناتج الداخلي الخام PIB) في دولة معينة خلال فترة زمنية معينة، أي أنه زيادة دخل تلك لدولة، ورياضيا يعبر عنه بالصيغة التالية (المدهون حسن، 2015، صفحة 04):

$$TCE = [PIB (n) - PIB (n-1)] \div PIB (n-1)$$

TCE : معدل النمو الاقتصادي.

PIB (n) : الناتج المحلي الإجمالي للسنة الحالية.

PIB (n-1) : الناتج المحلي الإجمالي للسنة الماضية.

إذن يشير معدل النمو الاقتصادي إلى المعدل الذي يزيد أو ينخفض به الناتج المحلي الإجمالي للدولة مؤثرا بذلك على نصيب الفرد منه، ويقاس غالبا بالنسبة المئوية، وهو أحد المؤشرات الرئيسية لصحة الاقتصاد، يوضح مدى تغير الاقتصاد بشكل إيجابي أو سلبي خلال فترة ما، وترتبط سرعة النمو الاقتصادي بعدد من العوامل مثل مستوى الاستثمار، التكنولوجيا والابتكار، التعليم، النمو الديموغرافي وسياسات الحكومة، ناهيك عن الاستقرار السياسي والاجتماعي في البلد.

وبالتالي، يمكن القول إن هناك صلة قوية بين النمو الاقتصادي ومناخ الأعمال، حيث يعبر التقدم في أحدهما عن إحداث تحسن في الآخر.

### 2. مؤشر التضخم.

التضخم هو ارتفاع متواصل في المستوى العام لأسعار السلع والخدمات ذات الاهتمام الأولي لشريحة كبيرة من المجتمع، إذ يؤثر هذا الارتفاع على القدرة الشرائية للمواطنين على الصعيد الجزئي ويحد من قدرتهم المادية على تلبية احتياجاتهم للعيش، أما على المستوى الكلي، فتؤثر المعدلات المرتفعة من التضخم بالسلب على المستويات الاستهلاكية،

والاستثمارية، والصادرات، وعلى القدرة الشرائية للعملة المحلية، وبالتالي على مجمل النشاط الاقتصادي (صندوق النقد العربي-رانيا الشيخ طه، 2021، صفحة 06).

مؤشر التضخم يستعمل كمقياس لمعدل الزيادة في أسعار السلع والخدمات في مجمل الاقتصاد بشكل عام خلال فترة زمنية محددة، ويعتبر من أهم المؤشرات الاقتصادية المستخدمة في التحليل الاقتصادي حيث يمكن أن يؤثر التضخم على الاقتصاد والسياسات الاقتصادية وحتى على قرارات الأفراد، ويتم حساب مؤشر التضخم عن طريق مقارنة أسعار معينة (مثل الأسعار الاستهلاكية) في فترة محددة مع نفس الأسعار في فترة سابقة، كما أن ارتفاع مؤشر التضخم هو ارتفاع معدل التضخم في الاقتصاد.

### 3. مؤشر الناتج المحلي الإجمالي.

إن الناتج الداخلي الخام يتمثل في الكمية أو القيمة الاجمالية للسلع والخدمات التي يتم إنتاجها من طرف أفراد منتمين لمجتمع محدد، وذلك خلال فترة زمنية تكون عادة سنة واحدة، هؤلاء الأفراد ينشطون داخل الإقليم الجغرافي لذلك البلد مهما تكن جنسياتهم سواء كانوا من مواطني ذلك البلد أو حتى من الأجانب، أي وبعبارة أخرى فإن الناتج الداخلي الإجمالي مرتبط بحسابه بالإقليم الجغرافي لذلك البلد (محمود حسين الوادي، احمد عارف العساف، وليد احمد صايف، 2010، صفحة 38).

يمكن لمناخ الأعمال الإيجابي، الذي يتميز بثقة متزايدة في الأعمال التجارية وزيادة الاستثمار وآفاق النمو المرتقبة والجيدة، أن يساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وعلى العكس من ذلك فإن مناخ الأعمال السلبي، الذي يتسم بالشعور بعدم الثقة وانخفاض الاستثمار ومحدودية النمو، يمكن أن يكون ضارا بالنمو الاقتصادي، لذلك من المهم أن تعمل الحكومات على تعزيز مناخ الأعمال الملائم لتحفيز النمو الاقتصادي والسعي نحو زيادة الناتج المحلي الإجمالي عن طريق إنشاء سياسات اقتصادية صديقة للأعمال، وتحسين البنية التحتية وتوفير بيئة أعمال مستقرة يسهل التنبؤ بها.

كما يمكن استخدام هذا المؤشر لتحليل وتقييم أداء الاقتصاد وتوقع تطوره في المستقبل، ولاتخاذ القرارات الاقتصادية الصحيحة والاستراتيجية التجارية المناسبة.

## 4. مؤشر تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر.

أحد أنواع الاستثمار الدولي والذي يتمثل في حصول كيان مقيم على مصلحة دائمة في مؤسسة مقيمة، سواء كان هذا الكيان شركة، مؤسسة أو متصرف، حيث يطلق عليه اسم المستثمر المباشر في اقتصاد آخر، في حين تسمى المؤسسة المقيمة بمؤسسة الاستثمار المباشر، كما تقتضي المصلحة الدائمة وجود علاقة طويلة الأجل تجمع بين المستثمر المباشر والمؤسسة، ناهيك عن كون المستثمر يتمتع بدرجة عالية من النفوذ في إدارة المؤسسة (نصر حميداتو، ولد محمود عيسى محمد محمود، عقبة عبد اللاوي، صفحة 4). كما يتمثل في قيام المستثمر الأجنبي المباشر بإنشاء مشروع أو توسعته أو المشاركة في إدارته بأي طريقة بغية إنشاء علاقات اقتصادية على إقليم دولة معينة، فهو تعبير على ممارسة نشاط اقتصادي خاص بمشروع أجنبي في دولة ما بصفة دائمة ومستقرة (نصاح سليمان، خثير محمد، 2021، صفحة 06).

ومنه فتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر تعني المبالغ التي تقوم المؤسسات والأفراد المقيمين خارج الدولة بإدخالها إلى الدولة بغرض الاستثمار في الأعمال ومختلف المشروعات، بما ذلك تأسيس الشركات في الدولة أو شراء حصص في الشركات الموجودة مسبقاً في الدولة أو الاستثمار في مشاريع تنموية أو عقارات أو صناعات أو خدمات الدولة. وتعد تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر من أهم مصادر التمويل للاقتصاديات الوطنية، إذ تساهم في توفير فرص العمل وتحفيز النمو الاقتصادي.

أما مؤشر تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر فهو إذن مقياس يستخدم لقياس حركة التدفقات النقدية الخارجية من خلال الاستثمارات المباشرة من المستثمرين في بلدان أخرى، ويتم حساب هذا المؤشر عادة عن طريق سحب كمية الاستثمارات المباشرة الواردة إلى البلد خلال فترة زمنية محددة، مثل الشهر أو الثلاثي، ومقارنتها مع الإجمالي لنفس الفترة الزمنية في العام السابق، ويعتبر هذا المؤشر مؤشراً رئيسياً لرصد وتحليل مستوى الثقة في الاقتصاد والاستثمار في البلد المقصود.

## 5. مؤشر مستويات الطلب:

مستويات الطلب هي التي تقيس لمدى الرغبة والحاجة إلى منتج أو خدمة محددة في سوق معين، وعادة تكون مستويات الطلب أعلى عندما يكون مناخ الأعمال يتميز

بالجاذبية، أي عندما تكون هناك ثقة عالية في الاقتصاد والاستثمارات، ويعتمد هذا النوع من المؤشرات على عدة معايير وعوامل أخرى، مثل المستويات الخاصة بالإنفاق، وعدد الوظائف المتاحة.

#### 6. مؤشر ثقة المؤسسات:

يعتمد مؤشر ثقة المؤسسات على تقييم المؤسسات للإنتاج والطلبات وكذا المخزونات، بالإضافة إلى الوضع الحالي وتوقعاتهم على المدى القصير، يتم جمع الآراء فيما يتعلق بالوضع الطبيعي؛ يوفر الفرق بين الردود الإيجابية والسلبية مؤشرا نوعيا للظروف الاقتصادية (OCDE, 2023).

يشير هذا المؤشر إلى درجة ثقة رجال الأعمال في الاقتصاد في بلد ما بشكل عام، يتم قياسه عموما من خلال استطلاعات الرأي التي تسأل عن آرائهم بشأن الاقتصاد والأعمال وتوقعاتهم المستقبلية، ويعتبر هذا المؤشر مهماً للمتعاملين في السوق والمستثمرين لأنه يعكس توقعات أصحاب الأعمال فيما يخص الاستقرار الاقتصادي والفرص الاستثمارية في إقليم معين.

#### 7. مؤشر نسبة البطالة:

إن معدل البطالة TC أو  $\text{taux de chômage}$  هو النسبة بين عدد العمال العاطلين إلى العدد الكلي للعمال المنتسبين للقوى العاملة (البشير عبد الكريم، صفحة 8).  
فمؤشر معدل البطالة هو مؤشر اقتصادي إحصائي يقيس النسبة المئوية للسكان في سن العمل النشطين العاطلين عن العمل ولكنهم يبحثون بنشاط عن عمل، يتم حسابه بقسمة عدد العاطلين عن العمل على السكان النشطين، عادة ما يتم التعبير عن هذا المؤشر بنسبة مئوية، وهو يقيس مستوى التوظيف في إقليم أو بلد أو منطقة اقتصادية معينة، أي أن:

$$\text{معدل البطالة \%} = \frac{\text{عدد العاطلين عن العمل}}{\text{السكان النشطين}} \times 100$$

$$\text{حيث: السكان النشطين} = \text{الأفراد العاملين} + \text{الأفراد البطالين}.$$

يعتبر معدل البطالة مؤشرا هاما لمناخ الأعمال وبالتالي للمستثمرين والمؤسسات لأنه يؤثر بشكل مباشر على القدرة الشرائية للمستهلكين، فإذا كان معدل البطالة مرتفعاً، فسيكون لدى المستهلكين مبالغ أقل لإنفاقها، الأمر قد يؤدي إلى انخفاض الطلب على السلع

والخدمات، كما يمكن أن يكون لذلك تأثير سلبي على المؤسسات، خصوصاً تلك التي تعتمد على الطلب المحلي.

من ناحية أخرى، قد يشير معدل البطالة المنخفض إلى سوق عمل ضيقة، مما قد يؤدي إلى ارتفاع الأجور وزيادة المنافسة على العمال أصحاب المهارات والكفاءات، الأمر الذي قد يكون له نتائج إيجابية على الشركات التي تتطلع إلى توظيف المواهب.

بشكل عام، يعد معدل البطالة مؤشراً مهماً يجب مراقبته في مناخ الأعمال، حيث يمكن أن يكون له تأثير كبير على الظروف الاقتصادية العامة والطلب على السلع والخدمات.

الجدول 0-2 : معدل البطالة في الدول العربية

Rank 2022	Country	2021	2022	التغير	الدولة	ترتيب 2022
				Change 2022/2021		
1	Qatar	0,3	0,1	(0,2)	قطر	1
2	Bahrain	1,9	1,8	(0,1)	البحرين	2
3	Oman	3,1	3,1	(0,0)	سلطنة عمان	3
4	UAE	3,4	3,3	(0,1)	الإمارات	4
5	Kuwait	3,7	3,4	(0,3)	الكويت	5
6	Saudi Arabia	7,4	6,7	(0,7)	السعودية	6
7	Egypt	9,3	9,0	(0,3)	مصر	7
8	Syria	10,6	10,0	(0,6)	سوريا	8
9	Mauritania	11,5	11,2	(0,3)	موريتانيا	9
9	Morocco	11,5	11,2	(0,3)	المغرب	9
11	Algeria	12,7	12,2	(0,5)	الجزائر	11
12	Yemen	13,6	13,3	(0,3)	اليمن	12
13	Iraq	14,2	13,3	(0,9)	العراق	13
14	Lebanon	14,5	14,2	(0,3)	لبنان	14

15	Tunisia	16,8	16,2	(0,6)	تونس	15
16	Jordan	19,3	18,8	(0,5)	الأردن	16
17	Libya	19,6	19,5	(0,1)	ليبيا	17
17	Sudan	19,8	19,5	(0,3)	السودان	17
19	Somalia	19,9	19,6	(0,3)	الصومال	19
20	Palestine	24,9	24,5	(0,4)	فلسطين	20
21	Djibouti	28,4	27,9	(0,5)	جيبوتي	21

المصدر: (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات، 2023)

### 8. مؤشرات السياسة الاقتصادية الحكومية.

يتفق الاقتصاديون على الأهداف التي يجب أن تتبعها الحكومات، والمتمثلة في أربعة

(4) أهداف رئيسية متمثلة في النمو، العمالة، الأسعار والميزان التجاري، ومن ثم يمكننا

التمييز بين أهداف النشاط المتمثلة في (النمو والتوظيف) وأهداف التوازن وهي (السعر

والميزان التجاري) (Christophe Chauvet, 2016, p. 53).

أي وبطريقة أخرى فانه، ورغم اعتماد الحكومات على مؤشرات مختلفة للسياسة الاقتصادية الحكومية، حيث انه لا يمكن تحديد مؤشر السياسة الاقتصادية بشكل عام، إذ يختلف المؤشر الذي يتم اعتماده حسب البلد وبحسب السياسات الاقتصادية المعتمدة فيه، إلا انه هناك إجماع من رجال الاقتصاد على استخدام مؤشرات مثل النمو الاقتصادي، ومعدل البطالة، ومعدل التضخم، وحجم التجارة الخارجية، والعجز الحكومي في قياس الأداء الاقتصادي وتقييم السياسات الحكومية المعتمد على أسس اقتصادية متنوعة.

فبالنسبة للنمو ولتحسين جاذبية مناخ الأعمال، فإنه بإمكان الحكومة أن تعمل على تنشيط الاقتصاد من خلال الاستثمار في المشاريع الكبيرة إضافة إلى التوسع في الصادرات وجذب الاستثمارات الأجنبية، مما يحفز النمو الاقتصادي، أما العمالة فإذا كان فيها نقص، فمن المرجح أن يرتفع مستوى الأجور، مما يؤدي إلى زيادة التكاليف للمؤسسات، وارتفاع الأسعار، أما كانت في حالة الفائض، فمن المرجح أن تنخفض الأجور، وتنخفض التكاليف، مما يجعل ذلك الإقليم أكثر تنافسية في السوق العالمية، أما فيما تعلق بالسعر ومستواه العام، فمن ذلك تتحدد مستويات التضخم وما لها من تأثير مباشر على القدرة الشرائية لوحدته النقد المحلية

وبالتالي التأثير على الاقتصاد ككل، في حين جانب الميزان التجاري يتضح خلاله عمل الحكومات في الحفاظ على توازنه (الميزان التجاري)، وذلك من خلال وضع سياسات اقتصادية ترمي إلى رفع الصادرات وخفض وتقليل الواردات، وذلك ممكن الحدوث عن طريق تسهيلات جبائية أكثر مع تخفيف القيود التجارية لتشجيع المؤسسات على تصدير سلعها نحو الأسواق العالمية.

### 9. مؤشر التوازن الخارجي.

هناك إجماع لمعظم الدراسات على أن مؤشر التوازن الخارجي هو مفهوم يتوافق وتوازن ميزان المدفوعات لدولة ما، هذا الأخير المتمثل في مختلف المعاملات والمبادلات التي تتم بين الدولة وباقي الدول وذلك خلال فترة زمنية عادة ما تكون سنة واحدة، بحيث يتكون ميزان المدفوعات من جانبين الأول دائن والثاني مدين، ومتيحاً بذلك معرفة وتوضيح وضعيته قصد تمكين الدولة من توجيه سياساتها بما يسهل لها تصحيح الوضع الاقتصادي للبلاد (محمد سعيد رحمون، صدر الدين صواليلي، 2022، صفحة 4).

مؤشر التوازن الخارجي يقيس المبادلات الاقتصادية بين الدولة وباقي العالم، فهو يساعد على معرفة ما إذا كان لدى الدولة فائض أو عجز في ميزانها التجاري، والذي يشير إلى الفرق بين الصادرات والواردات من السلع، كما يشمل هذا المؤشر أيضاً ميزان الخدمات (السياحة مثلاً)، وتدفقات رأس المال والتحويلات المالية، وبالتالي يعني العجز الخارجي في الميزان أن الدولة تستورد أكثر مما تصدر، وبالتالي يمكن أن يتسبب في انخفاض قيمة العملة المحلية، وعلى العكس من ذلك، فإن فائض الميزان الخارجي يعني أن الدولة تصدر أكثر مما تستورد ويمكن أن تؤدي إلى ارتفاع قيمة العملة المحلية، كما تجدر الإشارة إلى أنه يمكن للسياسات الاقتصادية والتجارية أن تؤثر على الميزان الخارجي للدولة.

### 10. مؤشر التوازن الداخلي.

مؤشر التوازن الداخلي (Internal Balance Indicator) هو مؤشر اقتصادي يعتمد لقياس التوازن بين المعروض النقدي من جهة والطلب على السلع والخدمات في الاقتصاد من جهة ثانية، ويعتمد على الفرق بين مستوى الناتج المحلي الإجمالي الفعلي ومستوى الناتج المحلي الإجمالي المقدر.

ويعد مؤشر التوازن الداخلي مهما جدا اقتصاديا خصوصا وأن كل الدول تسعى إلى الاستقرار الاقتصادي، حيث يمكن لهذا المؤشر أن يساعد الحكومات في اتخاذ الإجراءات الاقتصادية اللازمة لتحقيق التوازن بين المعروض النقدي والطلب، وبالتالي الحد من الأزمات الاقتصادية والتضخم.

### المطلب الثاني: المؤشرات الصادرة عن المؤسسات والهيئات الدولية المختصة.

يجد المستثمر الأجنبي الراغب في الاستثمار أو حتى المحليين من أصحاب الأفكار ورؤوس الأموال الراغبين في الاستثمار أو خلق مؤسسات، يجدون أنفسهم أمام صعوبة اتخاذ قرار التنفيذ والذي يتوقف على مدى ملائمة مختلف الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وكذلك الثقافية، أي مدى الجاذبية التي يتمتع بها مناخ الأعمال في ذلك البلد أو الإقليم، وهنا يبرز دور المؤسسات والهيئات الدولية والتي من خلال المؤشرات التي تقوم بإصدارها دوريا، فهي تسهل على المستثمرين (محليين كانوا أم أجانبين) عملية اتخاذ قرارهم وإعطائهم بالتالي صورة أوضح عن الوضعية في ذلك البلد، هذه المؤسسات الدولية لها العديد من المؤشرات المعتمدة لقياس مناخ الأعمال على الصعيد العالمي، إذ تُستخدم هذه المؤشرات على أوسع نطاق لتقييم مناخ الأعمال في مختلف البلدان والأقاليم وكذلك مساعدة الشركات والمؤسسات على اتخاذ قرارات مستنيرة وذات فعالية بخصوص الاستثمار وتطوير التجارة والأعمال، وعليه يتم دراسة مؤشر سهولة أداء الأعمال موضوع الفرع الأول، وتقرير التنافسية الدولي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي في الفرع الثاني يليه مؤشر الحرية الاقتصادية في الفرع الثالث .

### الفرع الأول: مؤشر سهولة أداء الأعمال Ease Of Doing Business Index.

تقرير ممارسة أنشطة الأعمال، هو مؤشر مركب يصدر في شكل منشور من طرف مجموعة البنك الدولي، يقدم مجموعة من التقارير السنوية المتسلسلة التي تقيس إجراءات الحكومات الرامية إلى تعزيز النشاط التجاري وتلك التي تعوقها، يقدم هذا التقرير عدد من المؤشرات الفرعية القابلة للقياس التي تتعلق بالإجراءات التجارية وحماية حقوق الملكية والتي بالإمكان مقارنتها عبر 190 اقتصادا ممتدة من أفغانستان إلى زيمبابوي وعلى امتداد الوقت.

### 1. تكوين مؤشر سهولة أداء الأعمال.

يقيس تقرير ممارسة أنشطة الأعمال الإجراءات المؤثرة على 12 مجالاً من مجالات حياة الأعمال التجارية، عشرة منها والمتمثلة في (بدء النشاط التجاري، واستخراج تراخيص البناء، والحصول على الكهرباء، وتسجيل الملكية، والحصول على الائتمان، وحماية المستثمرين الأقلية، ودفع الضرائب، والتجارة عبر الحدود، وإنفاذ العقود، وتسوية حالات الإعسار) مشمولة في نتيجة سهولة ممارسة أنشطة الأعمال والترتيب المنبثق منها، كما يقيس أيضاً تقرير ممارسة أنشطة الأعمال مجالاً للإجراءات المتعلقة بتوظيف العمال والتعاقد مع الحكومة، ولكنها حالياً غير مدرجة .

من خلال توثيق التغييرات التي تطرأ في 12 مجالاً من أنشطة الأعمال عبر 190 اقتصاداً، يقوم تقرير ممارسة أنشطة الأعمال بتحليل ما هو منها مشجع للكفاءة وداعم لحرية ممارسة الأعمال التجارية، إذ تتناول البيانات التي يتم جمعها عن طريق ممارسة أنشطة الأعمال، ثلاثة أسئلة حول الحكومة، أولاً متى تغير الحكومات الإجراءات بهدف تطوير قطاعها الخاص؟ ، ثانياً ما هي خصائص الحكومات الإصلاحية؟ ، ثالثاً ما هي آثار تغيير الإجراءات على الجوانب المختلفة في مجال النشاط الاقتصادي أو الاستثماري (cayla, Préciser le concept économique pour clarifier le débat politique, 2014).

الجدول 0-3 المؤشرات الفرعية الداخلة في تكوين مؤشر/تقرير سهولة أداء الأعمال

المؤشر الفرعي	مجال القياس والاجراءات المعنية
انطلاق النشاط/المشروع	- الإجراءات والوقت والتكلفة. - الحد الأدنى من رأس المال المدفوع المتعلقة ببدء النشاط التجاري.
استخراج تراخيص البناء	- الإجراءات والوقت والتكلفة المتعلقة باستخراج تراخيص البناء. - القيام بعمليات التفتيش. - توصيل خدمات المرافق .
تسجيل الملكية	الإجراءات والوقت والتكلفة المتعلقة بنقل ملكية عقار تجاري .
الحصول على الائتمان	- مؤشر قوة الحقوق القانونية. - مؤشر عمق المعلومات الائتمانية.
حماية المستثمرين الأقلية	- مؤشر قوة حماية المستثمرين.

- مؤشر نطاق الإفصاح. - مؤشر نطاق مسؤولية أعضاء مجلس الإدارة. - مؤشر سهولة قيام المساهمين بإقامة الدعاوى.	
- عدد مدفوعات الضرائب. - الوقت اللازم لإعداد الإقرارات وسداد الضرائب. - قيمة الضرائب كنسبة من الأرباح قبل تحمل العبء الضريبي.	دفع الضرائب
المستندات والوقت والتكلفة المتعلقة بإتمام التصدير والاستيراد	التجارة عبر الحدود
الإجراءات والوقت والتكلفة المتعلقة بتسوية نزاع تجاري	إنفاذ العقود
معدل استرداد الدين في حالات الإفلاس	تصفية النشاط التجاري
الإجراءات والوقت والتكلفة للاتصال بالشبكة الكهربائية؛ موثوقية إمدادات الكهرباء؛ وشفافية التعريفات .	الحصول على الكهرباء
المرونة في تنظيم العمل .	القوانين المتعلقة بالعمل
الإجراءات والمواعيد النهائية للمشاركة والفوز بصفقة أعمال من خلال الصفقات العمومية والطلبات العمومية.	التعاقد مع الحكومة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على (البنك الدولي، مؤسسة التمويل الدولية، 2010، صفحة 26) ، (Doing business 2020, 2020, p. 19)

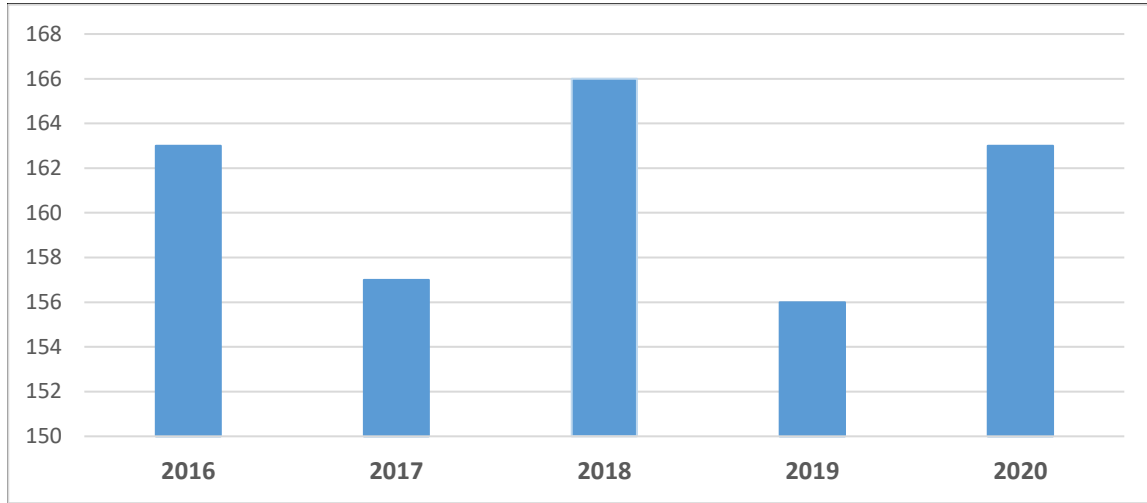
## 2. وضعية الجزائر وفق مؤشر سهولة أداء الأعمال خلال الفترة 2016-2020.

يوضح الجدول ترتيب الجزائر ضمن الترتيب الدولي من بين 190 اقتصاد، وفق مؤشر سهولة أداء الأعمال وذلك من سنة 2016 إلى غاية 2020

### الجدول 0-4 : ترتيب الجزائر دوليا وفق مؤشر تقرير ممارسة الأعمال (2016-2020)

سنة التقرير	2020	2019	2018	2017	2016
ترتيب الجزائر	157	157	166	156	163

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تقرير ممارسة أنشطة الأعمال للسنوات 2016-2017-2018-2019-2020



الشكل 0- : 3 ترتيب الجزائر دوليا وفق مؤشر تقرير ممارسة الأعمال 2016-2020

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات الجدول أعلاه

يتبين من الجدول رتبة الجزائر عالميا وفق مؤشر ممارسة الأعمال منذ 2016 إلى غاية 2020، حيث وفي 2016 تم ترتيب مناخ الأعمال في الجزائر في المرتبة 163 من مجموع 189 بلدا يغطيه التقرير وهو ترتيب جد متأخر و غير جاذب و منفر للاستثمار وإنشاء المؤسسات، الا انه في سنة 2017 ربح الجزائر وفق نفس المؤشر 7 مراتب لتصبح 156 في 2018 من مجموع 190 دولة، لتتراجع برتبة واحدة و تستقر في سنتي 2019 (ظهور جائحة كوفيد-19) و 2020 في الترتيب 157 باسترجاعها 9 مراتب أين تم تسجيل إصلاحين فقط تمثلا على التوالي في المؤشرين الفرعيين، الأول الخاص بتوصيل الكهرباء من خلال تسهيل الإجراءات الإدارية المتعلقة بالربط بهذا الأخير و الترخيص لبعض الموردين ببيع مولدات كهرباء، و التحسن في المؤشر الفرعي المتعلق بالتجارة عبر الحدود من خلال تذليل صعوبات عملية الاستيراد بوضع مفتشيات مشتركة ( world bank group، 2020، صفحة 133)، لذا فترتيب الجزائر الفرعي بالنسبة للمؤشر الفرعي الخاص بتوصيل الكهرباء قد انتقل من الرتبة 120 إلى 106 في حين انتقل المؤشر الفرعي للتجارة عبر الحدود من الرتبة 181 إلى الرتبة 171 مقارنة بسنة 2018 (دغموم هشام، 2020، صفحة 346) ، والذي يبقى غير كاف، كما أن هذا الترتيب باق جد ضعيف بالنظر لموارد ومجهودات البلد بسبب الإجراءات التي تأتي قبل عملية تسجيل الشركة و التي تفوق أحيانا ثلاثة أسابيع، متضمنة مراحل وخطوات عديدة بما فيها المرور

على موثّق، فضلا عن ضرورة التصريح الضريبي والتأمينات الاجتماعية، كما أن الوتيرة التي تتغير بها القوانين كبيرة جدا ثم أن تقلبات أسعار الصرف لعبت دورها هي الأخرى، حيث كانت 109.44 دج مقابل 1 دولار سنة 2016، في حين أصبح يلزم 126.78 دج في 2020 ناهيك أن تأثيرات الجائحة من إجراءات الغلق العام والحجر الصحي دوليا ومحليا وتذبذب عمل الموظفين العموميين عمق في عدم جاذبية مناخ الأعمال في هذه الفترة، وهو ما يدل أن مناخ الأعمال في الجزائر تأثر سلبا بجائحة كورونا وفق هذا التقرير.

الجدول 0-5 : ترتيب الجزائر عالميا في المؤشر العام لبيئة أداء الأعمال ومؤشراته الفرعية لسنة

المؤشر العام	بدء عمل تجاري	البناء التعامل مع تصاريح	تنفيذ العقود	الحصول على	الحصول على الكهرباء	دفع الضرائب	حماية مستثمري الأقلية	تسجيل الملكية	التعامل مع حالات الاعساء	التجارة عبر الحدود
157	152	121	113	181	102	158	179	165	81	172

2020 من أصل 190 دولة

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات، 2023)

الفرع الثاني: تقرير التنافسية الدولي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي.

بالإنجليزية Global Competitiveness Index (GCI)، الغرض من هذا التقرير هو تقييم إمكانات اقتصاديات العالم لتحقيق نمو مستدام على المدى المتوسط إلى الطويل.

1. تعريف تقرير التنافسية الدولي.

يقيّم المؤشر المركب للقدرة التنافسية العالمية جميع العوامل التي تحدد مستوى إنتاجية الاقتصاد، التي تُعتبر العامل الأكثر تحديًا للنمو طويل الأجل، فهو يقدم خريطة مفصلة للعوامل والسمات التي تحدد الإنتاجية والنمو والتنمية البشرية. تم اعتماده في سنة 2018،

ويتم حسابه على أساس مجموعة من البيانات والمعلومات الإحصائية واستطلاعات الرأي يتم إجراؤها سنويًا بالتنسيق مع صانعي القرار الاقتصاديين وقادة الأعمال، ويتم تنفيذه بالتعاون مع شبكة من المعاهد الشريكة (Institut Tunisien de la Compétitivité et des Etudes Quantitatives, 2019, p. 04).

## 2. مكونات تقرير التنافسية الدولي.

في إطار قياسه و تحليله للتنافسية ، يعتمد المنتدى الاقتصادي العالمي على مجموعتين من البيانات ، الأولى كمية و تحتوي على الأداء الاقتصادي و الإمكانيات التقنية حيث مصدر المعلومات يتمثل في مختلف النشرات الإحصائية المحلية و الدولية التي يتم نشرها ، و المجموعة الثانية نوعية يكون الحصول على معلوماتها عبر المسح الميداني اعتمادا على ملاحظات و آراء رجال الأعمال و متخذي القرارات في الدول المشاركة و الذي بلغ عددهم وفق تقرير 2010-2011 بلغ عددهم 12297 تم اختيارهم وفق قواعد محددة (خافر علي، 2018/2017، صفحة 161).

يقوم تقرير التنافسية العالمية على مؤشر مركب يصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي World Economic Forum ومقره في سويسرا، يتكون هذا المؤشر من عدة مؤشرات مركبة أخرى تدعى "المجموعات" والتي بدورها تتكون من مؤشرات فرعية تدعى "المحاور" وعددها 12 محور تشمل كل من المؤسسات، البنية التحتية، تبني تقنية المعلومات والاتصالات، استقرار الاقتصاد الكلي، الصحة، التعليم والمهارات، كفاءة أسواق السلع، كفاءة سوق العمل، النظام المالي، حجم السوق، ديناميكية الأعمال، سعة الابتكار، هذه المحاور تتكون من مؤشرات أولية تحوي متغيرات كمية ونوعية وذلك على النحو التالي (بوضياف سامية، 2014، الصفحات 4-6):

أولاً. المجموعة الأولى (المتطلبات الأساسية): تحتوي على 4 محاور هي:

أ. المحور الأول (المؤسسات): به مؤشرين:

▪ المؤسسات العمومية: هذا المؤشر يتفرع إلى 5 مؤشرات فرعية هي:

- مؤشر ملكية الدولة: تحتوي المتغيرين حماية الملكية الفكرية وحقوق الملكية.
- مؤشر الأمانة والفساد: به ثلاث متغيرات متمثلة في تسرب الأموال العامة والثقة العامة في السياسيين، الدفعات غير الموثقة والرشوة.

- مؤشر عدم ملائمة الأثر: يحتوي على متغيرين هما حرية القضاء، أفضلية القرارات الحكومية الرسمية
- مؤشر فعالية الحكومة: الذي يحتوي على ست متغيرات هي تبديد الإنفاق الحكومي، عبء الإجراءات الحكومية، فعالية هيكل القانون في حل النزاعات، فعالية القضاء في التصدي للإجراءات الحكومية، شفافية الحكومة في صناعة السياسة، تزويد الحكومة بخدمة تحسين مصلحة الأداء.
- مؤشر الأمن: الذي يحتوي على أربع متغيرات وهي ثمن خدمة الإرهاب، ثمن مصلحة الجريمة والعنف، الجريمة المنظمة، الثقة في خدمة الشرطة.
- المؤسسات الخاصة: هذا المؤشر به مؤشرين فرعيين:
- مؤشر أخلاقيات الشراكة: الذي به متغير واحد متمثل في أخلاقيات السلوك في الشركة.
- مؤشر المحاسبة: يضم بدوره 4 متغيرات هي صرامة معايير التدقيق الداخلي، إعداد التقارير المالية، فعالية مجالس الإدارة، حماية حقوق ملكية الأقليات وحماية المستثمرين.
- ب. المحور الثاني (البنية التحتية): يحتوي هذا المحور على مؤشرين:
  - البنية التحتية للنقل: يحتوي هذا المؤشر على خمس متغيرات نوعية البنية التحتية، نوعية الطرق، جودة السكك الحديدية، جودة البناء، جودة النقل الجوي.
  - البنية التحتية للكهرباء والهاتف: نجد في هذا المؤشر 3 متغيرات نوعية: خدمات تزويد الكهرباء، خطوط الهاتف الثابت، اشتراكات الهاتف النقال.
- ج. المحور الثالث (بيئة الاقتصاد الكلي): يحتوي هذا المؤشر على خمسة متغيرات رصيد ميزانية الدولة، الادخار الوطني، التضخم، دين الدولة، التصنيف الائتماني للدولة.
- د. المحور الرابع (الصحة والتعليم الأساسي): يتركب هذا المؤشر من مؤشرين هما:
  - الصحة: نجد بها ثمانية متغيرات إثر انتشار حمى الملاريا في منشآت الأعمال، حالات الإصابة بالملاريا، إثر انتشار مرض السل في المنشآت الأعمال، حالات

الإصابة بمرض السل، إثر انتشار مرض الايدز في المنشآت الأعمال، انتشار مرض الايدز، الرضع الموتى، التنبؤ بالحياة.

▪ التعليم الأساسي: به متغيرين جودة التعليم الأساسي، نسبة الالتحاق بالتعليم الأساسي.

ثانيا: المجموعة الثانية (محفزات الكفاءة): تحتوي هذه المجموعة على ستة محاور التالية:

أ. محور التعليم العالي والتعليم: يحتوي على ثلاثة مؤشرات:

▪ مؤشر نوعية التعليم نجد به متغيرين نسبة الانضمام إلى التعليم الثانوي، نسبة الانضمام إلى الجامعات.

▪ مؤشر جودة كليات الأعمال الذي يحتوي على 4 متغيرات جودة نظام التعليم، جودة تعليم الرياضيات والعلوم، جودة في كلية إدارة الأعمال، وصول انترنت إلى المدارس.

▪ مؤشر تدريب العمال: الذي يحتوي على متغيرين التهيئة المحلية المتخصصة في خدمة البحث والتدريب، درجة الاستثمار في تدريب المساعدين.

ب. محور كفاءة الأسواق السلعية: يتركب هذا المؤشر على مؤشرين فرعيين يتمثلان في:

▪ مؤشر التنافسية: نجد في هذا المؤشر مؤشرين فرعيين آخرين أولهما:

- مؤشر التنافسية الداخلية: الذي يحتوي على ثمانية متغيرات: حده المنافسة الداخلية، درجة هيمنة السوق، تأثير السياسة المضادة للاحتكار درجة تأثير الضرائب على تحفيز الاستثمار، قيمة جميع الرسوم، عدد الإجراءات اللازمة لفتح تجارة، الوقت اللازم لفتح التجارة، أسعار سياسة الفلاحة.

- مؤشر التنافسية الخارجية: الذي يتكون من عدة متغيرات: انتشار معيقات التبادل، تعريف التجارة، انتشار الملكية الأجنبية، إثر قوانين الاستثمارات الأجنبية على منشآت الأعمال، عبئ الإجراءات الجمركية.

▪ مؤشر نوعية طلب الشروط. نجد به 3 متغيرات درجة توجيه الزبائن، درجة الاستجابة لاتجاهات العملاء، درجة تعقيد الطلب.

ج. محور كفاءة سوق العمل يتكون هذا المحور من مؤشرين:

- مؤشر المرونة: يتكون هذا المؤشر من خمسة متغيرات علاقة التعاون بين العمال وأصحاب العمل، المرونة في تحديد الأجور، جمود سياسات التشغيل، ممارسات التشغيل وإنهاء الخدمات، درجة وأثر الضرائب.
  - مؤشر تفعيل المواهب: نجد في هذا المؤشر أربعة متغيرات: الأجر والإنتاجية، الاعتماد على الإدارة المؤهلة، هجرة العقول، اشتراك المرأة في الجهد المبذول.
  - د. محور تطور الأسواق المالية: ينقسم هذا المؤشر إلى مؤشرين:
    - مؤشر الفعالية: الذي يحتوي على خمسة متغيرات توافر الخدمة المالية، القدرة على تحمل تكاليف الخدمات المالية، التمويل من خلال أسواق رأس المال المحلية، سهولة الحصول على القرض، توافر التمويل لرأس المال المغامر.
    - مؤشر الإخلاص والأمانة: نجد به ثلاثة متغيرات: صلابة البنوك، قانون امن الصرف، استقامة القوانين للمقرضين والمقترضين.
  - هـ. محور جاهزية التكنولوجيا: نجد به مؤشرين:
    - مؤشر اختيار التكنولوجيا: نجد به ثلاثة متغيرات توافر أحدث للتكنولوجيا، مستوى الشركة في امتصاص التكنولوجيا، نقل التكنولوجيا والاستثمارات الأجنبية المباشرة.
    - مؤشر استعمال الانترنت: نجد به ستة متغيرات: عدد مستعملي الانترنت، الاشتراكات الواسعة للانترنت، نطاق تردد الانترنت، الاشتراكات الواسعة للهاتف، اشتراكات الهاتف النقال، خطوط الهاتف الثابت.
  - و. محور حجم السوق: ينقسم هذا المحور إلى مؤشرين:
    - مؤشر حجم السوق الداخلي الذي يحتوي على متغير حجم السوق الداخلي.
    - مؤشر حجم السوق الخارجي الذي يحتوي على متغير حجم السوق الخارجي.
- ثالثا: المجموعة الثالثة-الابتكار والتطوير-** في هذه المجموعة نجد محورين:
- أ. محور تطور بيئة الأعمال: يحتوي هذا المحور على عشرة متغيرات عدد الموردين المحليين، نوعية الموردين المحليين، تطوير نشوء العناقيد وترابط القطاعات، طبيعة القدرة التنافسية، اتساع سلسلة القيمة، مراقبة التوزيع العالمي، تعقيد عمليات الإنتاج، حدة التسويق، قابلية تفويض السلطة، الثقة في احترافية إدارة الأعمال.

ب. محور الابتكار والبحث والتطوير: يحتوي هذا المحور على ثمانية متغيرات القدرة على الابتكار جودة مؤسسات البحث العلمي، إنفاق منشآت الأعمال على البحث والتطوير، التعاون بين الجامعات ومنشآت الأعمال في مجال البحث والتطوير، امتلاك الحكومة لتقنيات الحديثة، توافر العلماء والمهندسين، براءات الاختراع لكل مليون نسمة، حماية الملكية الفكرية.

من الملاحظ أن مؤشر التنافسية الدولية يحتوي على عدد كبير من المتغيرات ذات أبعاد مختلفة تبدأ من الاقتصاد الجزئي إلى الاقتصاد الكلي ومن العام إلى الخاص، كما يعتمد المؤشر على 70% من وزن المؤشرات المبنية على بيانات إحصائية و30% على الاستبيانات.

يتكون من 12 محور:

استقرار الاقتصاد الكلي، تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، سوق المنتج، البنية التحتية، المؤسسات، حجم السوق، النظام المالي، ديناميكية العمل، القدرة الابتكارية-سوق العمل، التعليم والمهارات، الصحة.

#### الجدول 0-6 : جدول تلخيصي لمكونات تقرير التنافسية العالمي

المتغيرات	المؤشرات الفرعية	المؤشرات	المحور	المتطلبات الأساسية
حماية الملكية الفكرية	ملكية الدولة	المؤسسات العمومية	المؤسسات	مجموعة الأولى
حقوق الملكية				
تسرب الأموال العامة	الأمانة والفساد			
الثقة العامة في السياسيين				
الدفعات غير الموثوقة و الرشوة				
حرية القضاء	عدم ملائمة الأثر			
أفضلية القرارات الحكومية الرسمية				
تبديد الإنفاق الحكومي	فعالية الحكومة			
عبيء الإجراءات الحكومية				
فعالية هيكل القانون في حل النزاعات				

فعالية القضاء في التصدي للإجراءات الحكومية				
شفافية الحكومة في صناعة السياسة				
تزويد الحكومة بخدمة تحسین مصلحة الأداء				
خدمة ثمن الإرهاب	الأمن			
ثمن مصلحة الجريمة و العنف				
الجريمة المنظمة				
الثقة في خدمة الشرطة				
أخلاقيات السلوك في الشركة	أخلاقيات الشراكة	المؤسسات الخاصة	المحاسبة	
صرامة معايير التدقيق الداخلي				
إعداد التقارير المالية				
فعالية مجلس الإدارة				
حماية حقوق ملكية الأقليات وحماية المستثمرين				
نوعية البنية التحتية	البنية التحتية للنقل	البنية التحتية		
نوعية الطرق				
جودة السكك الحديدية				
جودة البناء				
جودة النقل الجوي	البنية التحتية للكهرباء			
خدمات تزويد الكهرباء				
خطوط الهاتف الثابت				
اشتراكات الهاتف النقال				
رصيد ميزانية الدولة	بيئة الاقتصاد الكلي			
الادخار الوطني				
التضخم				
دين الدولة				
التصنيف الائتماني للدولة				
أثر انتشار حمى الملاريا في منشآت الأعمال	الصحة			
حالات الاصابة بالملاريا				

أثر انتشار مرض السل في منشآت الأعمال		الصحة والتعليمي الأساسي	المجموعة الثانية محفزات الكفاءة
حالات الإصابة بمرض السل			
أثر انتشار الايدز في منشآت الأعمال			
حالات الإصابة بالإيدز			
الرضع الموتى			
التنبؤ بالحياة			
جودة التعليم الأساسي	التعليم الأساسي		
نسبة الالتحاق بالتعليم الأساسي			
نسبة الانضمام إلى التعليم الثانوي	نوعية التعليم	محور التعليم العالي والتعليم	
نسبة الانضمام إلى الجامعات			
جودة نظام التعليم	جودة كليات الأعمال		
جودة تعليم الرياضيات والعلوم			
جودة كليات إدارة الأعمال			
وصول الانترنت إلى المدارس			
التهيئة المحلية المتخصصة في خدمة البحث والتدريب	تدريب العمال		
درجة الاستثمار في تدريب المساعدين			
حدة المنافسة الداخلية	مؤشر التنافسية الداخلية		كفاءة الأسواق السلعية
درجة هيمنة السوق			
تأثير السياسة المضادة للاحتكار			
درجة تأثير الضرائب على تحفيز الاستثمار			
قيمة جميع الرسوم			
عدد الإجراءات اللازمة لفتح تجارة			
الوقت اللازم لفتح التجارة			
أسعار سياسة الفلاحة	التنافسية الخارجية		
انتشار معيقات التبادل			
تعريف التجارة			
انتشار الملكية الأجنبية			

أثر قوانين الاستثمارات الأجنبية على منشآت الأعمال			
عبي الإجراءات الجمركية			
درجة توجيه الزبائن	نوعية طلب الشروط	كفاءة سوق العمل	
درجة الاستجابة لاتجاهات العملاء			
درجة تعقيد الطلب			
علاقة التعاون بين العمال وأصحاب العمل	المرونة	كفاءة سوق العمل	
لمرونة في تحديد الأجور			
جمود سياسات التشغيل			
ممارسات التشغيل وإنهاء الخدمات،	تفعيل المواهب	كفاءة سوق العمل	
درجة وأثر الضرائب			
الأجر والإنتاجية			
الاعتماد على الإدارة المؤهلة	تفعيل المواهب	كفاءة سوق العمل	
هجرة العقول			
اشترك المرأة في الجهد المبذول			
توافر الخدمة المالية	الفعالية	محور تطور الأسواق المالية	
القدرة على تحمل تكاليف الخدمات المالية			
التمويل من خلال أسواق رأس المال المحلية			
سهولة الحصول على القرض	الإخلاص والأمانة	محور تطور الأسواق المالية	
توافر التمويل لرأس المال المغامر			
متغيرات صلابة البنوك			
قانون امن الصرف	اختيار التكنولوجيا	محور جاهزية التكنولوجيا	
استقامة القوانين للمقرضين والمقرضين			
توافر أحدث للتكنولوجيا			
مستوى الشركة في امتصاص التكنولوجيا	استعمال الانترنت	محور جاهزية التكنولوجيا	
نقل التكنولوجيا والاستثمارات الأجنبية المباشرة			
عدد مستعملي الانترنت			
لاشتركات الواسعة للانترنت	استعمال الانترنت	محور جاهزية التكنولوجيا	
نطاق تردد الانترنت			
لاشتركات الواسعة للهاتف			
لاشتركات الهاتف النقال			

خطوط الهاتف الثابت			حجم السوق	مجموعة الثالثة: الابتكار والتطوير
حجم السوق الداخلي	حجم السوق الداخلي			
حجم السوق الخارجي	حجم السوق الخارجي			
عدد الموردين المحليين	تطور بيئة الأعمال	تطور بيئة الأعمال		
نوعية الموردين المحليين				
تطوير نشوء العناقيد وترابط القطاعات				
طبيعة القدرة التنافسية				
اتساع سلسلة القيمة				
مراقبة التوزيع العالمي				
تعقيد عمليات الإنتاج				
حدة التسويق				
قابلية تفويض السلطة				
الثقة في احترافية إدارة الأعمال				
القدرة على الابتكار	الابتكار والبحث والتطوير			
جودة مؤسسات البحث العلمي				
إنفاق منشآت الأعمال على البحث والتطوير				
التعاون بين الجامعات ومنشآت الأعمال في مجال البحث والتطوير				
امتلاك الحكومة للتقنيات الحديثة				
توافر العلماء والمهندسين				
براءات الاختراع لكل مليون نسمة				
حماية الملكية الفكرية				

المصدر: من إعداد الطالب بناء على (بوضياف سامية، 2014، الصفحات 4-5-6)

### الفرع الثالث: مؤشر الحرية الاقتصادية.

تتمثل الحرية الاقتصادية في القدرة على الاختيار وإمكانية إبرام عقود طوعية في إطار نظام قانوني مستقر ومقبول يدعم العقود ويكفل الملكية الخاصة، مع محدودية درجة التدخل فيما يخص ملكية الحكومة واللوائح والضرائب، فالحرية الاقتصادية معيار كمي لتأثير السياسات الاقتصادية على مناخ التنافسية لسير الوحدات الخاصة المنتجة أو المستهلكة، وتفعيل آلية الثمن؛ وتحرير المبادرات الفردية وتطوير روح المخاطرة والابتكار. فالحرية

الاقتصادية إذن، هي حجر الأساس للاختيارات الشخصية، والتبادل الطوعي، خلال منافسة حرة، وتأمين الممتلكات الشخصية، فهي استغلال الأفراد لطموحاتهم الإنتاجية بإتباع خططهم الخاصة، وفرصة تجميع الثروة دون الخوف من الوقوع تحت طائلة المصادرة أو الحرمان (انور محمد النقيب، 2019، صفحة 05).

### 1. مفهوم مؤشر الحرية الاقتصادية.

يُعتبر مؤشر الحرية الاقتصادية أداة لقياس درجة سيطرة الحكومة على الاقتصاد وتأثيرها على مختلف جوانب الحياة الاقتصادية، والسياسية وانجاز الأعمال ناهيك عن العلاقات الخارجية حيث أصدر معهد "The Heritage Foudation" بالتنسيق مع صحيفة وول ستريت "wall street journal" في سنة 1995 مؤشر الحرية الاقتصادية، هذا الأخير الذي يقسم الحرية الاقتصادية إلى 5 أجزاء الأقصى فيها هو الحرية المرتفعة جدا (80-100) وأدناها درجة في الحرية هي المنعدمة و المتراوحة (0-49)، حيث ضم المؤشر الصادر في 2019 ، 186 دولة بما فيها 20 دولة تابعة للوطن العربي، يشمل 51 متغيرا مقسمة على عشرة مجموعات وفق 4 محاور هي محدودية دور الحكومة، حكم القانون، الكفاءة التنظيمية والأسواق المفتوحة (بكطاش فتيحة، بوعزارة أحلام، 2020، صفحة 6).

### 2. تصنيف مستويات الحرية الاقتصادية وفقا لقيمة المؤشر.

الجدول 0-7 : تصنيف مستويات الحرية الاقتصادية وفقا لقيمة المؤشر

التصنيف	قيمة المؤشر
حرية كاملة	100-80
حرية شبه كاملة	79.9-70
حرية معتدلة	69.9-60
حرية ضعيفة	59.9-50
حرية معدومة	49.9-0

المصدر: (هند سعدي أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، السنة الجامعية 2016/2017،

صفحة 117)

ومنه فمؤشر الحرية الاقتصادية يقيس درجة انفتاح اقتصاد بلد ما على السوق العالمية، يتم احتسابه من قبل عدة مؤسسات مثل "هيريلاج" و "فرايزر" ويتم استخدامه لتقييم مستوى التنظيم والتدخل الحكومي في اقتصاد الدولة كما يأخذ هذا المؤشر في الاعتبار معايير مثل حرية المؤسسة وحماية حقوق الملكية وكفاءة السوق والاستقرار النقدي ومستوى الفساد وأنظمة العمل والتجارة، تتراوح درجات المؤشر من 0 إلى 100، حيث يمثل الصفر اقتصادا ممركزا، و100 تمثل الاقتصاد الحر، أي أنه كلما ارتفع المؤشر، كلما كانت البلاد ذات بيئة اقتصادية مواتية للحرية والازدهار، يتيح هذا المؤشر للحكومات والمستثمرين والباحثين التعرف على درجة حرية الاقتصاد في مختلف البلدان، وبالتالي القدرة على تصنيفها من حيث الحرية الاقتصادية، وهو من أفضل الأدوات التي تستخدم لتقييم أداء الاقتصاد في البلدان.

### 3. ترتيب الجزائر ضمن الدول العربية وفق مؤشر الحرية الاقتصادية لعام 2022 وبحسب الترتيب العالمي.

وفق مؤشر الحرية الاقتصادية و الذي يتم استخدامه لتقييم مستوى التنظيم والتدخل الحكومي في اقتصاد الدولة عن طريق معايير مثل حرية المؤسسة وحماية حقوق الملكية وكفاءة السوق والاستقرار النقدي ومستوى الفساد وأنظمة العمل والتجارة .

الشكل 0- : 4ترتيب الجزائر ضمن الدول العربية وفق مؤشر الحرية الاقتصادية لعام 2022 وبحسب الترتيب العالمي

الترتيب العربي	الدولة	الترتيب العالمي Global ranking 2021	الترتيب العالمي Global ranking 2022	التغير Change	الحرية المالية Financial freedom	حرية الاستثمار Investment freedom	حرية التجارة Trade freedom	الحرية النقدية Monetary freedom	حرية العمل Labor freedom	حرية الأعمال Business freedom	الصحة المالية Fiscal health	الإفاق الحكومي Gov's spending	العبء الضريبي Tax burden	نزاهة الحكومة Gov's integrity	الفاعلية القضائية Judicial effectiveness	حقوق الملكية Property rights
1	الإمارات	14	33	(19)	37	117	54	52	26	43	34	86	1	25	113	64
2	قطر	31	44	(13)	37	79	16	97	127	103	41	92	4	45	102	50
3	البحرين	40	74	(34)	3	6	13	51	105	96	168	109	2	86	140	57
4	الأردن	69	87	(18)	37	43	88	22	80	99	147	82	55	64	97	82
5	المغرب	81	97	(16)	15	64	107	61	150	69	126	90	149	89	124	74
6	الكويت	74	101	(27)	37	99	64	132	123	117	1	171	5	78	98	119
7	سلطنة عمان	71	108	(37)	37	64	82	17	154	105	161	157	5	59	142	44
8	السعودية	63	118	(55)	68	132	73	73	164	54	145	124	3	62	112	105
9	موريتانيا	128	119	9	106	117	142	57	140	161	33	24	115	151	130	135
10	جيبوتي	126	120	6	68	79	173	149	135	138	35	52	79	147	137	145
11	تونس	119	128	(9)	133	132	118	113	94	108	140	104	115	69	85	68
13	مصر	130	152	(22)	68	64	145	139	174	123	165	74	44	136	149	129
14	لبنان	154	162	(8)	68	117	77	172	113	137	168	68	38	153	140	144
15	الجزائر	162	167	(5)	133	152	155	59	130	131	131	125	152	129	131	159
16	السودان	175	174	1	160	173	170	174	155	176	168	8	54	166	164	165
	المتوسط العربي	96	112	(16)	67	96	98	91	125	111	111	91	55	97	124	103
	عدد الدول	178	177		177	175	176	175	177	177	168	173	177	177	177	177

المصدر: (معن محمود عياصرة، مروان محمد بني أحمد، 2008)

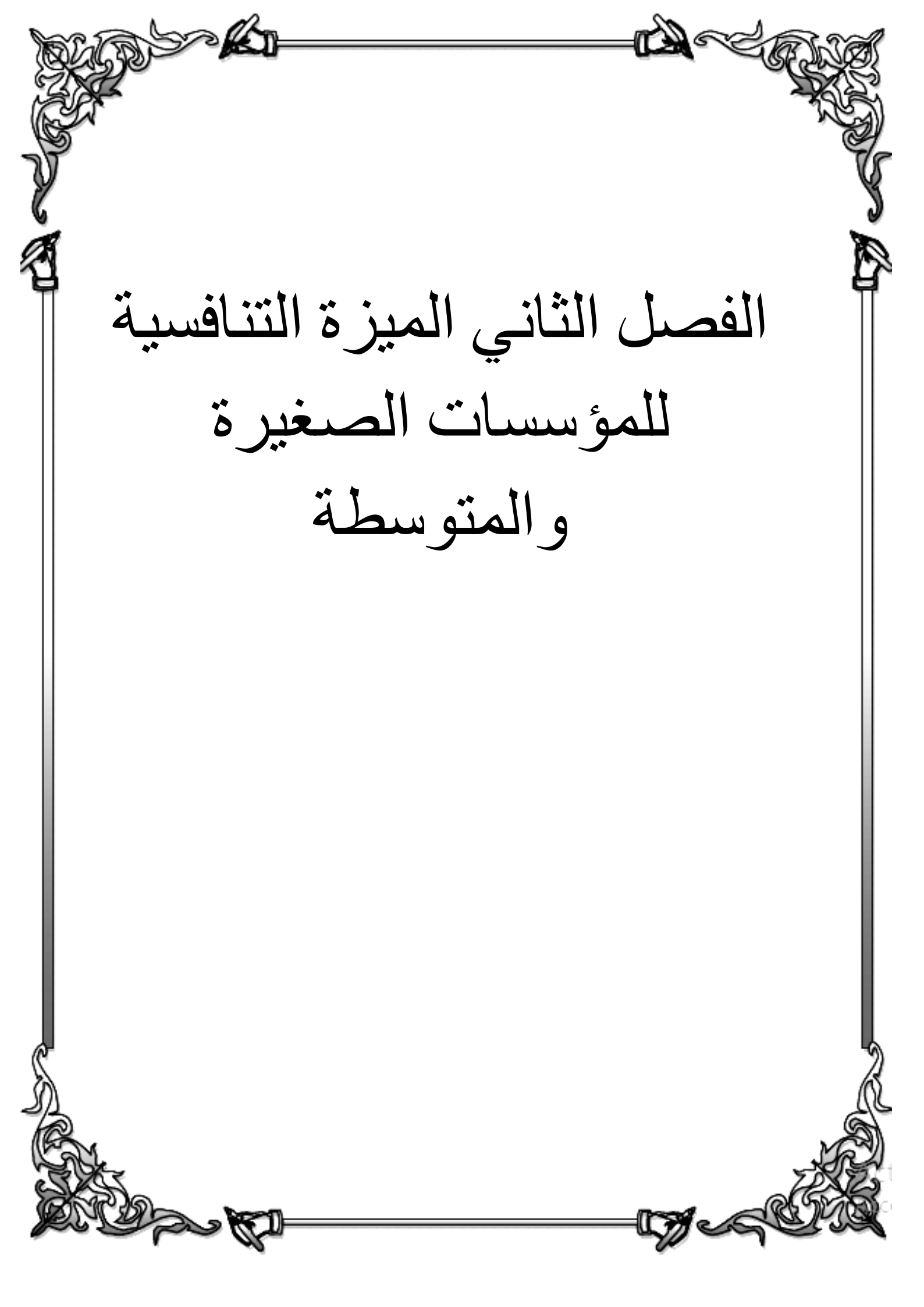
يتبين من الجدول أعلاه أن الجزائر تتدلى ترتيب الدول العربية وفق مؤشر الحرية الاقتصادية لسنة 2022 وباحتساب 12 مؤشر فرعي كما هو موضح بدءا بالحرية المالية وانتهاء بحقوق الملكية، إذ تتواجد في المرتبة 15 من أصل 16 دولة عربية معنية بقياس مؤشر الحرية الاقتصادية فيها و تليها السودان فقط كأخر دولة عربية من حيث هذا المؤشر في حين تحتل دولة الإمارات العربية صدارة الدول العربية تليها قطر والبحرين، أما في ما يخص الترتيب العالمي والذي تعنى به 177 دولة فان الجزائر حاصلة على الرتبة 167 أي ضمن 11 اقتصادا الأخير وبخسارة 5 مراتب حيث كانت في الرتبة 162 لنفس المؤشر في السنة السابقة أي 2021، كما تجدر الإشارة إلى أن أحسن مؤشر فرعي للجزائر في ظل هذا الترتيب هو مؤشر الحرية النقدية والذي رتبت الجزائر من خلاله في المرتبة 59 ما يعكس نوع من الحرية والقدرة لدى الأشخاص والمؤسسات على استخدام وتداول العملات والأموال كما يتضمن أيضا إتاحة اختيار العملة المستخدمة في الصفقات التجارية وتسهيل تبادل

العملات وتحويلها من وإلى الدينار الجزائري رغم بعض القيود القانونية، في حين كان أسوء مؤشر لها هو مؤشر حقوق الملكية بترتيب 159 ، وهو ما يدل على عوائق كبيرة في ما يخص فعالية أنظمة حقوق الملكية الفكرية، بما يضم براءات الاختراع وحقوق الطبع والنشر والعلامات التجارية والتصميمات الصناعية والمعلومات السرية وغيرها .

## خلاصة الفصل:

من خلال ما جاء في هذا الفصل يمكن القول ان مناخ الاعمال هو تسمية حديثة لمفهوم جديد ، يشير إلى البيئة التي تنشط فيها المؤسسة، و يشمل العديد من العوامل مثل القوانين والتنظيمات، شروط الاستثمار، الضرائب، المنافسة، السوق ومدى الاستقرار السياسي والظروف المالية وحتى الثقافية... الخ ، والتي يمكن أن تؤثر على الصحة المالية والآفاق المستقبلية للشركات والمؤسسات، وبالاعتماد على هذه العوامل المختلفة نستطيع أن نحدد مدى كون مناخ الأعمال موات أو غير موات لمزاولة نشاطها و استمرارها من عدمه، كما يمكن أن يختلف وفقاً للدول والمناطق، وغالبًا ما تهدف تدابير تحسين مناخ الأعمال إلى تعزيز القدرة التنافسية وجاذبية الشركات العاملة في منطقة معينة. كما مناخ الاستثمار يختلف عن مناخ الاعمال ويتمثل في العوامل التي تؤثر على قرارات الاستثمار في مجتمع ما، ويتأثر بعوامل متعددة مثل الاستقرار السياسي، وسهولة تأسيس المؤسسات والتجارة، وجاذبية التشريعات الضريبية وباقي التشريعات، والتكنولوجيا والابتكار وغيرها من العوامل المختلفة.

و بحسب ما أجمعت عليه معظم الدراسات و الأبحاث الذي تعرضت لهذا الموضوع فلقد تم تحديد مكونات مناخ الأعمال بمايلي : العوامل السياسية العوامل القانونية العوامل الاقتصادية عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا العوامل الاجتماعية و الديمغرافية. كما يتم أيضا تقييم مناخ الأعمال على أساس مجموعة من المؤشرات النوعية والكمية، والتي تكون قابلة للقياس لتسهيل عملية المقارنة، و الهدف من هذا التقييم هو إتاحة مختلف المعلومات الضرورية للمؤسسات والمستثمرين عن الحالة الإجمالية والجوانب المحددة لبيئة معينة، تتمثل في المؤشرات الاقتصادية من جهة (معدل النمو مؤشر البطالة مؤشر التضخم مؤشر الناتج الإجمالي...) ومؤشرات التقييم الصادرة عن الهيئات والمنظمات الدولية مثل مؤشر سهولة أداء الاعمال ومؤشر التنافسية العالمي.



الفصل الثاني الميزة التنافسية  
للمؤسسات الصغيرة  
والمتوسطة

## تمهيد:

تعتبر المنافسة في البيئة الاقتصادية اليوم واحدة من السمات البارزة التي تميز بيئة الأعمال الحديثة، على اعتبار أنها تعد عنصر حيوي يحمل في طياته تحديات وفرصًا متجددة للشركات والمؤسسات على حد سواء، فمن خلال التنافس تتجلى القدرة الإبداعية للشركات في تقديم حلول جديدة ومبتكرة تلبي تطلعات العملاء وتحسن من تجربتهم. إن تنافس المؤسسات يشجع على تسخير قوى الابتكار والتطوير، حيث تتبارى الشركات في تحقيق التفوق من خلال تحسين منتجاتها وخدماتها، واستثمار تقنيات جديدة، واستكشاف أساليب عمل فريدة تضيف قيمة حقيقية للسوق، إذ لا يقتصر تأثير المنافسة على الجانب المنتج، بل يمتد أيضًا إلى إدارة الموارد البشرية والابتكار في التسويق والعمليات الداخلية. إن دراسة الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتطلب تقسيم الدراسة إلى ثلاثة مباحث كما يلي:

➤ المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

➤ المبحث الثاني: الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

➤ المبحث الثالث: علاقة بيئة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بميزتها التنافسية.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عناصر حيوية في الاقتصاد، حيث تمثل قاعدة أساسية للنمو والابتكار، فتلك المؤسسات تشمل مجموعة متنوعة من الأعمال التجارية والشركات التي تتميز بحجمها الصغير أو المتوسط والتي تسعى إلى تحقيق ربحية وتلبية احتياجات السوق المحلية والعالمية، كما تُعزز المشروعات الصغيرة والمتوسطة من التوازن الاقتصادي، وتُساهم في توفير فرص العمل وتعزيز التنمية المستدامة.

وللمبحث في أساسياتها يتم تقسيم المبحث الى ثلاثة مطالب كما يلي:

➤ المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

➤ المطلب الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين تعدد التصنيفات وحدّة التحديات.

➤ المطلب الثالث: تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن دراسة مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يتطلب التطرق الى تعريفها في الفرع الأول، ثم الإلمام بخصائصها في الفرع الثاني، وأخيرا دراسة أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الثالث.

الفرع الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

في هذا الصدد يتم التطرق الى تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المنظمات والهيئات الدولية أولا، ثم التطرق الى تعريفها في التشريع الجزائري.

أولا: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المنظمات والهيئات الدولية.

اجتهدت العديد من المنظمات والهيئات الدولية في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كل حسب معايير مختلفة، وفي هذا الصدد تم اختيار أهمها:

1. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب مكتب العمل الدولي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

" المؤسسات صغيرة الحجم هي المؤسسات التي تشغل من عشرة 10 إلى مئة 100 عامل، والمؤسسات متوسطة الحجم هي تلك التي تشغل من 100 عامل إلى مائتين وخمسون 250 ما لم ينص على خلاف ذلك، كما تعتبر مؤسسات صغيرة ومتوسطة وذلك بغض النظر عن وضعها القانوني سواء كانت مؤسسة عائلية أو فردية أو في شكل تعاونية، رسمية كانت رسمية أو غير رسمية، إذ لا يستخدم مصطلح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا إذا كان المطلوب تمايز القطاعات " (bureau international du travail Rapport .N°15, 2015, p. 03)

التعريف الذي قدمه مكتب العمل الدولي يسلط الضوء بشكل واضح على حجم وعدد العمال كمعيار لتصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يُظهر التقسيم الموضح في الجدول الفارق بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفقاً لعدد العمال الموظفين فيها، كما يُلقي الضوء على التنوع في أشكال وهيكل هذه المؤسسات، سواء كانت عائلية أو فردية أو تعاونية، وبغض النظر عن وضعها القانوني، هذا التعريف يساهم في فهم أكثر دقة للقطاعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد ودورها الهام في تعزيز النمو وتوفير فرص العمل، ويمكن تلخيصه من خلال الجدول التالي:

## الجدول 0-1 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب مكتب العمل الدولي

نوع المؤسسة	عدد العمال
صغيرة الحجم	من 10 إلى 100
متوسطة الحجم	من 100 إلى 250

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تعريف مكتب العمل الدولي.

## 2. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي للإنشاء والتعمير:

المؤسسات الصغيرة تضم أقل من خمسون 50 عامل ويكون إجمالي أصولها أقل من ثلاثة (03) ملايين دولار، وكذلك المبلغ نفسه بالنسبة الحجم المبيعات السنوية، في حين اعتبر المؤسسات المتوسطة هي التي يبلغ عدد عمالها أقل من ثلاثة مئة (300) عامل أما إجمالي أصولها فيقل عن خمسة عشرة (15) مليون دولار ونفس الشيء بالنسبة لحجم المبيعات السنوية" (العبادي، 2015، صفحة 18).

التعريف الذي قدمه البنك الدولي للإنشاء والتعمير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يركز بشكل أساسي على عدد العمال وإجمالي الأصول وحجم المبيعات السنوية كمقاييس لتحديد الحجم والنطاق الخاصين بهذه المؤسسات، هذا التعريف يساعد في تقدير مدى تأثير هذه المؤسسات على الاقتصاد ودورها في توفير فرص العمل وتعزيز التنمية المحلية.

إن التركيز على العدد المحدود من العمال وإجمالي الأصول يعكس طبيعة العمل في هذه المؤسسات، حيث قد يكون لديها قدرات وإمكانيات محدودة مقارنةً بالشركات الكبيرة، بالإضافة إلى ذلك فإن تحديد حجم المبيعات السنوية يساعد في تقدير قدرة هذه المؤسسات على تحقيق إيرادات مستدامة والمساهمة في الاقتصاد.

ويمكن تلخيص التعريف من خلال الجدول التالي:

الجدول 0-2 : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي للإنشاء والتعمير

نوع المؤسسة	عدد العمال	إجمالي الأصول (مليون دولار)	حجم المبيعات السنوية (مليون دولار)
صغيرة	أقل من 50	أقل من 3	أقل من 3
متوسطة	أقل من 300	أقل من 15	أقل من 15

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تعريف البنك الدولي للإنشاء والتعمير  
يتضح من الجدول أن هذا التعريف يربط بين حجم العمال و إجمالي أصول المؤسسة و حجم مبيعاتها كميّار للفرقة بين هذين النوعين من المؤسسات : صغيرة و متوسطة، كما تجدر الإشارة الى الفرق الواضح في تعداد الموظفين بين النوعين من المؤسسات بحيث يجب بالنسبة للمؤسسة الصغيرة ان لا يتجاوز عدد عمالها 50 في حين المتوسطة بإمكانها أن تصل حتى الى 300 عامل.

### 3. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي:

"المؤسسات صغيرة وهي المؤسسات التي يعمل بها من 20 إلى 99 عامل، والمؤسسات المتوسطة وهي المؤسسات التي يعمل بها من 100 إلى 200 عامل" (بلعميري، 2018، صفحة 302).

هذا التعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعكس تصنيفاً وفقاً لعدد العمال الذين يعملون في هذه المؤسسات، يُظهر الجدول الفارق بين المؤسسات الصغيرة والمؤسسات المتوسطة استناداً إلى عدد العمال، حيث تمتد الفئة الأولى من 20 إلى 99 عامل، في حين تشمل الفئة الثانية من 100 إلى 200 عامل، هذا التصنيف مهم لفهم توزيع وحجم المؤسسات داخل الاقتصاد وقد يساهم في تحديد السياسات والبرامج الموجهة نحو دعم وتطوير هذه المؤسسات.

ويمكن تلخيص التعريف من خلال الجدول التالي:

الجدول 0-3 : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي

عدد العمال	الفئة
20-99 عامل	المؤسسات الصغيرة
100-200 عامل	المؤسسات المتوسطة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي

4. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الاتحاد الأوروبي: " المؤسسات الصغيرة التي تشغل اقل من خمسين 50 عامل ويكون رقم أعمالها أقل من سبعة 07 مليون أو إجمالي أصولها يكون أقل من خمسة 05 مليون يورو، أما بالنسبة للمؤسسات المتوسطة هي التي يشغل عدد من العمال فيها بين خمسين 50 إلى مئتين وخمسون 250 عاملا ويكون رقم أعمالها أقل من أربعون 40 مليون يورو أو إجمالي أصولها أقل من خمسة 05 مليون يورو" ( commission européenne de l'union européenne, 1996, p. 04 ).

هذا التعريف المقدم من الاتحاد الأوروبي يعكس تصنيفاً مفصلاً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بناءً على عدد العمال، ورقم الأعمال، وإجمالي الأصول، إذ يتيح هذا التصنيف للسلطات والمؤسسات فهماً أدق للقطاع الصغير والمتوسط ومعالجته، ومن الجدير بالذكر أن هذه المقاييس تعكس توجهاً نحو تحفيز ودعم الأعمال الصغيرة والمتوسطة كمحرك للنمو الاقتصادي والتوظيف.

ويمكن ترجمته من خلال الجدول التالي:

الجدول 0-4 : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الاتحاد الأوروبي.

المؤسسات المتوسطة	المؤسسات الصغيرة	العمال ورقم الاعمال
بين 50 و 250 عامل	اقل من 50 عامل	العمال
40 مليون أورو او أصول اقل من 05 مليون اورو	اقل من 07 مليون أورو او أصول اقل من 05 مليون اورو	رقم الاعمال

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تعريف اللجنة الأوروبية للاتحاد الأوروبي

يتبين من الجدول انه بحسب معايير الاتحاد الأوروبي فان المؤسسات الصغيرة تشغل اقل من خمسين 50 عامل ورقم أعمالها أقل من سبعة 07 مليون أو إجمالي أصولها يكون أقل من خمسة 05 مليون يورو، في حين للمؤسسات المتوسطة لا يتجاوز عدد من العمال فيها

مئتين وخمسون 250 عاملا ويكون رقم أعمالها أقل من أربعون 40 مليون يورو أو إجمالي أصولها أقل من خمسة 05 مليون يورو.

ثانيا: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشريع الجزائري.

أعطى التشريع الجزائري تأطيرا قانونيا مستقلا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأول مرة من خلال القانون 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ليتم إلغاءه من خلال القانون 17-02 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبالرغم من أن المشرع الجزائري عادة لا يعرف المصطلحات تجنباً للنقد، إلا أنه نظرا للطابع التقني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولتجنب الاجتهاد الفقهي تم تعريفها خلال القانونيين، وهو ما يتم التعرض له كما يلي:

**1. في ظل القانون 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** بالرجوع إلى نص المادة 04 نجدها تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أنها: " مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات: -تشغل من 1 إلى 250 شخصا، -لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي ملياري دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية خمسمائة 500 مليون دينار، -تستوفي معايير الاستقلالية". (المادة 04، ق 01-18، ج ر عدد 77)

ليعود المشرع الجزائري في المادة 05، 06، 07 فيعرف المؤسسة الصغيرة، المؤسسة المتوسطة، والمؤسسة المصغرة على حدة كما يلي:

- تعريف المؤسسة المتوسطة: مؤسسة تشغل ما بين 50 و 250 شخصا، ويكون رقم أعمالها ما بين مائتي 200 مليون وملياري 2 دينار، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة 100 وخمسمائة 200 مليون دينار (المادة 05، ق 01-18، ج ر عدد 77).

- تعريف المؤسسة الصغيرة: مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مائتي 200 مليون دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائة 100 مليون دينار (المادة 06، ق 01-18، ج ر عدد 77).

- تعريف المؤسسة المصغرة: مؤسسة تشغل من عامل 1 إلى تسعة 09 عمال وتحقق رقم أعمال أقل من عشرين 20 مليون دينار أو يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية عشرة 10 ملايين دينار (المادة 07، ق 01-18، ج ر عدد 77).

الجدول 0-5 : تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القانون 01-18

المعيار	عدد المستخدمين	رقم الأعمال (مليون دج)	الحصيلة السنوية (مليون دج)
المؤسسة المصغرة	من 1 إلى 10	من 1 إلى 20	من 1 إلى 10
المؤسسة الصغيرة	من 10 إلى 49	من 20 إلى 200	من 10 إلى 100
المؤسسة المتوسطة	من 50 إلى 250	من 200 إلى 2 مليار	من 100 إلى 500

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على القانون 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

بحسب الجدول أعلاه فإن المشرع الجزائري في القانون 01-18 فصل في التمييز بين أنواع المؤسسات بحيث المصغرة منها لا يتجاوز عدد العمال فيها 10 برقم أعمال أقصاه 20 مليون دج و حصيلة سنوية لا تتجاوز 10 مليون دج أما المؤسسات الصغيرة لا يتجاوز عدد العمال فيها 49 برقم أعمال أقصاه 200 مليون دج و حصيلة سنوية لا تتجاوز 100 مليون دج في حين المؤسسات المتوسطة لا يتجاوز بعدد عمال من 50-250 و رقم أعمال أقصاه 2 مليار دج و حصيلة سنوية لا تتجاوز 500 مليون دج .

2. في ظل القانون 02-17 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: بالرجوع إلى نص المادة 05 نجدها تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أنها:

- مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات: -تشغل من 1 إلى 250 شخصا.
  - لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة 04 ملايين دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار 01 دينار جزائري.
  - تستوفي معايير الاستقلالية" (المادة 05، ق 17-02، ج ر عدد 02).
- ليعود المشرع الجزائري في المادة 08، 09، 10 فيعرف المؤسسة الصغيرة، المؤسسة المتوسطة، والمؤسسة المصغرة على حدة كما يلي:

- تعريف المؤسسة المتوسطة: مؤسسة تشغل ما بين 50 و 250 شخصا، ويكون رقم أعمالها السنوي ما بين أربعمائة 400 مليون وأربعة 04 ملايين دينار جزائري، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائتي 200 مليون دينار جزائري إلى مليار 01 دينار جزائري (المادة 08، ق 17-02، ج ر عدد 02).
  - تعريف المؤسسة الصغيرة: مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعمائة 400 مليون دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائتي 200 مليون دينار جزائري (المادة 09، ق 17-02، ج ر عدد 02).
  - تعريف المؤسسة الصغيرة جدا: مؤسسة تشغل من عامل 1 إلى تسعة 09 عمال وتحقق رقم أعمال أقل من أربعين 40 مليون دينار أو يتجاوز مجموع حصيلاتها السنوية عشرين 20 مليون دينار (المادة 10، ق 17-02، ج ر عدد 02).
- الجدول 0-6 : تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القانون 02-17

المعيار حجم المؤسسة	عدد المستخدمين	رقم الأعمال (مليون دج)	الحصيلة السنوية (مليون دج)
المؤسسة الصغيرة جدا	من 1 إلى 09	من 1 إلى 40	من 1 إلى 20
المؤسسة الصغيرة	من 10 إلى 49	من 40 إلى 400	من 20 إلى 200
المؤسسة المتوسطة	من 50 إلى 250	من 400 إلى 4 مليار	من 200 إلى 01 مليار

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على القانون 02-17 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

بحسب الجدول أعلاه فإن المشرع الجزائري في ظل القانون 02-17 فصل أكثر في التمييز بين أنواع المؤسسات و ضاعف رقم الاعمال و الحصيلة السنوية ، بحيث المصغرة تغير اسمها الى الصغيرة جدا بعدد مستخدمين من 1 الى 10 برقم أعمال أقصاه 40 مليون دج و حصيلة سنوية لا تتجاوز 20 مليون دج أما المؤسسات الصغيرة لا يتجاوز عدد العمال فيها 49 برقم أعمال أقصاه 400 مليون دج و حصيلة سنوية لا تتجاوز 200 مليون دج في

حين المؤسسات المتوسطة بعدد العمال من 50-250 برقم أعمال أقصاه 4 مليار دج و  
حصيلة سنوية لا تتجاوز 1 مليار دج .

والفرق بين التعريف المقدم في ظل القانون 01-18 والتعريف المقدم في ظل القانون 17-02  
02 يتمثل في بعض الجوانب الرئيسية:

#### أ. حجم الأعمال المالية:

- قانون 01-18: يُحدد الحد الأقصى لحجم الأعمال السنوي للمؤسسات الصغيرة  
والمؤسسات المتوسطة بـ 02 مليار دينار كرقم أعمال أو 500 مليون دينار كحصيلة  
سنوية.

- قانون 17-02: يُحدد الحد الأقصى لحجم الأعمال السنوي للمؤسسات الصغيرة  
والمتوسطة بـ 4 ملايين دينار أو 01 مليار دينار جزائري.

#### ب. تصنيف المؤسسات:

- قانون 01-18: يعتمد على تقسيم المؤسسات إلى فئات (صغيرة ومتوسطة ومصغرة)  
استنادًا إلى عدد العمال والحصيلة السنوية المالية.

- قانون 17-02: يقدم تصنيفًا أكثر تفصيلاً يشمل مفهوم المؤسسة المصغرة جدًا إلى  
جانب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

#### ج. حجم العمال:

- قانون 01-18: يعتبر المؤسسة الصغيرة والمتوسطة التي تشغل من 1 إلى 250  
شخصًا.

- قانون 17-02: يعتبر المؤسسة الصغيرة والمتوسطة التي تشغل ما بين 10 و250  
شخصًا.

بصفة عامة، يُلاحظ أن قانون 17-02 يقدم تصنيفًا أكثر دقة وتفصيلاً للمؤسسات  
الصغيرة والمتوسطة، بما في ذلك تعريف المؤسسة المصغرة جدًا وتحديد حدود حجم الأعمال  
المالية بشكل أكبر من القانون السابق.

#### الفرع الثاني: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بجملة من الخصائص التي تميزها عن المؤسسات  
الكبيرة والتي نذكر أهمها على النحو التالي (الأسرج، 2003، صفحة 04):

1. **الاستقلالية في الإدارة:** في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عادة ما يكون المالك أو المؤسس هو المدير العام أو المدير التنفيذي، هذا يعني أنه يتولى شخصياً إدارة العمليات اليومية واتخاذ القرارات الحاسمة. هذه البنية تجعل عملية اتخاذ القرار أكثر مرونة وسرعة، حيث يمكن للمالك التفاعل مباشرة مع المشكلات واتخاذ قرارات فورية تتناسب مع الوضع الحالي.
2. **سهولة وبساطة التنظيم:** في المؤسسات الصغيرة، يكون التنظيم أكثر بساطة نظراً لحجم الهيكل التنظيمي المحدود، حيث توجد أقسام أقل وتخصيص وظائف واضحة للموظفين، ما يسهل التواصل المباشر بين الموظفين والإدارة بشكل أسرع وأسهل، مما يمكنهم من تبادل الأفكار وحل المشكلات بفعالية أكبر.
3. **مركز التدريب الذاتي:** نظراً لأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غالباً ما تكون محدودة في الميزانية، يتم الاعتماد بشكل أساسي على التدريب أثناء العمل، فالموظفون يتعلمون أثناء أداء مهامهم اليومية، مما يسمح لهم بتطوير مهاراتهم واكتساب خبرات جديدة بشكل تدريجي، وهذا يؤدي إلى تخفيض تكاليف التدريب الخارجي ويعزز من تطوير مهارات وقدرات الموظفين داخل المؤسسة.
4. **التوفر على نظام معلومات داخلي يتميز بقلّة التعقيد:** المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتمتع بنظم معلومات داخلية بسيطة وغير معقدة، مما يمكنها من تبادل المعلومات بسرعة بين إدارتها والعاملين فيها، هذا الاتصال السريع يساهم في تحقيق تنسيق أفضل بين الأقسام المختلفة وتسهيل عمليات الاتصال واتخاذ القرارات السريعة.
5. **جودة الإنتاج:** بفضل التخصص الدقيق والتركيز على مجال محدد، تتمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تقديم منتجات ذات جودة عالية، إذ تلبي هذه المنتجات مباشرة احتياجات المستهلكين، مما يعزز من رضا الزبائن ويساهم في تعزيز توجه المؤسسة نحو التطوير والتكيف.
6. **توفير الخدمات للصناعات الكبرى:** المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقوم بتوفير خدمات للشركات الكبيرة من خلال عقود تعاقد من الباطن، وهذه الخدمات يمكن أن تكون متنوعة مثل توريد مواد أولية أو تقديم خدمات تصنيع أو تجميع.

7. الانتشار الجغرافي الواسع: نظرًا لحجمها الصغير، يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تغطية مناطق جغرافية متعددة، وهذا الانتشار يسمح لها بتلبية احتياجات وتفضيلات المجتمعات المحلية المختلفة.
8. سهولة التأسيس: تأسيس مؤسسة صغيرة أو متوسطة يمكن أن يكون أسهل من تأسيس مؤسسة كبيرة نظرًا لاحتياجها لرؤوس أموال أقل وإجراءات إدارية أقل تعقيدًا، هذا يسمح للأفراد ببدء مشروعهم الخاص بسهولة وتنوع. (عبد الرحمن ياسر، براشن عماد الدين، 2015، صفحة 219)
9. المرونة: تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدرجة عالية من المرونة في مختلف المتعلقة بنشاطها، تتجسد في قدرتها على التكيف مع مختلف التغيرات التي قد تحدث داخلها أو خارجها، مثلًا هذه المؤسسات تستطيع التحول إلى إنتاج سلع وخدمات تتناسب مع متغيرات السوق ومتطلباتها بسرعة، ويمكن إرجاع هذه الخاصية إلى كون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تشغل عدد قليل من العمال، يجعلها تمتلك تنظيم بسيط مما يساعدها على سرعة التكيف (عبد الرحمن ياسر، براشن عماد الدين، 2015).
10. انخفاض نسبة رأس المال: تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاستخدام الكثيف لعنصر العمل، لاسيما في المؤسسات الحرفية حيث يؤدي ذلك إلى استيعاب فائض العمالة بتكلفة مناسبة، كما أدى هذا الانخفاض إلى استعمال أقل للتكنولوجيا مما يجنب هذه المؤسسات مصاريف إضافية تتمثل في مصاريف الصيانة.
11. حرية الدخول والخروج من السوق: نظرًا لانخفاض قيمة رأس المال الثابت وخاصة الآلات والمعدات التي يتألف منها خط الإنتاج في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقلة المخزون السلعي من المواد الأولية والمنتجات النهائية، وسهولة تحويل أصول هذه المؤسسات إلى سيولة بالبيع دون تكبد خسائر كبيرة فإن ذلك يتيح لهذه المؤسسات الفرصة للدخول إلى السوق والخروج منه بحرية أكبر من المؤسسات الكبيرة (عبد الرحمن ياسر، براشن عماد الدين، 2015).
- الفرع الثالث: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورًا حيويًا في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتساهم بشكل كبير في توفير فرص العمل، وزيادة الاستثمارات، وتنمية

الصادرات، وتعزيز الابتكار والبحث والتطوير، وتظهر أهميتها من خلال (مباتي، 2016-2017):

**أولاً: المساهمة في التشغيل.**

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورًا كبيرًا في خلق فرص العمل وتوفير وظائف للعمال.

- نظرًا لبساطة هيكلها والتوجه نحو تكثيف العمل على حساب رأس المال، يمكنها بسهولة توظيف القوى العاملة وخلق فرص عمل جديدة في مختلف القطاعات.

**ثانياً: جذب وتعبئة المدخرات.**

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعمل كجاذب لرؤوس الأموال المدخرة وتحويلها إلى استثمارات محلية.

- تلك الاستثمارات تساهم في زيادة الناتج المحلي وتعزيز النمو الاقتصادي من خلال تحفيز الاستثمار والاقتصاد الداخلي.

**ثالثاً: تنمية الصادرات.**

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورًا حيويًا في تعزيز صادرات البلد من خلال تحسين جودة وتنوع المنتجات، يمكن لهذه المؤسسات الاندماج في الأسواق العالمية وزيادة حصتها من الصادرات، مما يساهم في تعزيز التوازن التجاري.

**رابعاً: تحقيق التكامل الصناعي.**

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساهم في تحقيق تكامل الصناعات وتنسيق العمل بين مختلف القطاعات.

- من خلال تزويد المؤسسات الكبيرة بمنتجات وخدمات متخصصة والمشاركة في توريد المواد الأولية، تدعم هذه المؤسسات تحقيق التكامل الصناعي وتعزز من فعالية سلاسل الإمداد.

**خامساً: زيادة القيمة المضافة والناتج المحلي الإجمالي.**

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساهم بشكل كبير في إضافة قيمة للمنتجات والخدمات.

- تلك الإضافة للقيمة تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي للبلد وتعزز من دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية.

سادسا: الإبداع والبحث والتطوير.

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعتبر بيئة ملائمة للابتكار والتطوير التكنولوجي.

- يمكن لتلك المؤسسات تطوير منتجات جديدة، وتحسين المنتجات الحالية، وتطوير تقنيات جديدة، مما يساهم في تعزيز التنافسية ودفع عجلة التقدم التكنولوجي.

المطلب الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين تعدد التصنيفات وحدّة التحديات.

إن دراسة موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين تعدد التصنيفات وحدّة التحديات يتطلب دراسة تصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الأول، والتحديات المواجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الثاني، ثم واقع هذه المؤسسات في الجزائر في الفرع الثالث.

#### الفرع الأول: تصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

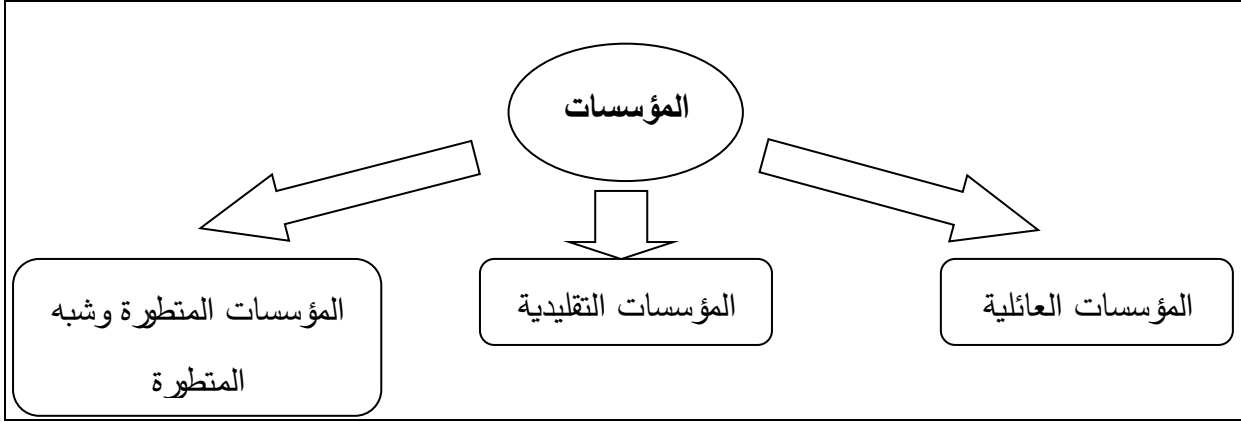
هناك عدة معايير يتم على أساسها تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتختلف هذه المعايير من بلد إلى بلد آخر، بغض النظر عن التوصيات التي تقدمها بعض المؤسسات والمنظمات الدولية.

أولا: تصنيف حسب طبيعة التوجه. (رحموني، 2011، الصفحات 26-27)

تصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة التوجه إلى المؤسسات العائلية والمؤسسات التقليدية، وإلى المتطورة وشبه متطورة:

1. المؤسسات العائلية: وهي مؤسسات تتخذ مكان إقامتها المنزل، وتكون مكونة من اهمات أفراد العائلة فقط حيث تنتج في الغالب منتجات تقليدية بكميات محدودة.
2. المؤسسات التقليدية: يشبه هذا الصنف من المؤسسات الصنف السابق، كما يمكن لهذه المؤسسات الاعتماد على العمل وفق الأجر، وهو ما يتميز به عن النوع الأول، إضافة إلى أن مكان إقامتها مستقل عن المنزل.
3. المؤسسات المتطورة وشبه متطورة: تمتاز عن النوعين السابقين باستخدامها لتقنيات وتكنولوجيات صناعية حديثة، لأنها تنتج منتجات مطابقة لمقاييس الصناعة الحديثة.

الشكل 0- : تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة التوجه



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (رحموني، 2011، الصفحات 26-27)

بحسب الشكل أعلاه تصنف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بحسب معيار طبيعة التوجه الى مؤسسات عائلية، مؤسسات تقليدية و مؤسسات متطورة و شبه متطورة.

ثانيا: تصنيف على أساس الطبيعة الاقتصادية للنشاط.

تصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تبعا لهذا المعيار إلى (صخري، 2006، صفحة

:30)

1. المؤسسات الصناعية: وتنقسم إلى:

- مؤسسات الصناعات الثقيلة أو الاستخراجية، كمؤسسات الحديد والصلب، وما يميز هذا النوع من المؤسسات هو احتياجها لرؤوس أموال كبيرة، كما تتطلب كفاءات عالية لتشغيلها.

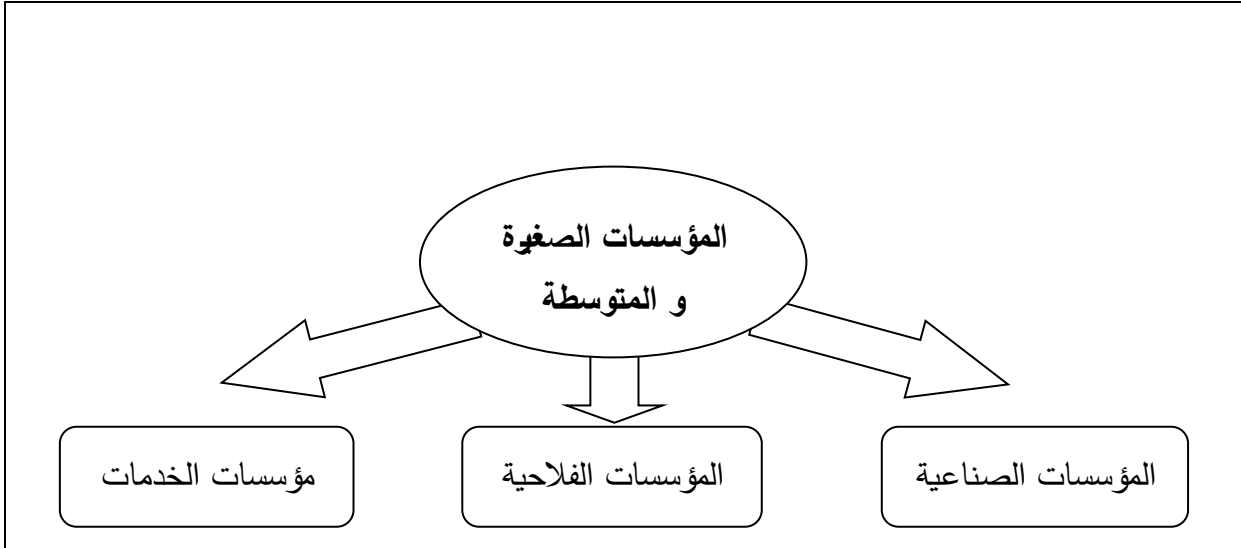
- مؤسسات الصناعات التحويلية الخفيفة، كمؤسسات الغزل والنسيج...

2. المؤسسات الفلاحية: وهي المؤسسات التي تهتم بالنشاط الفلاحي.

3. مؤسسات الخدمات: وهي المؤسسات التي تقدم خدمات معينة، كمؤسسات النقل،

مؤسسات البريد والمواصلات، مؤسسات الأبحاث العلمية وغيرها.

الشكل 0-2 تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس الطبيعة الاقتصادية للنشاط



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (صخري، 2006، صفحة 30)

بحسب الشكل أعلاه تصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحسب معيار الطبيعة الاقتصادية للنشاط الى مؤسسات صناعية، مؤسسات فلاحية ومؤسسات الخدمات.

**ثالثا: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس طبيعتها.**

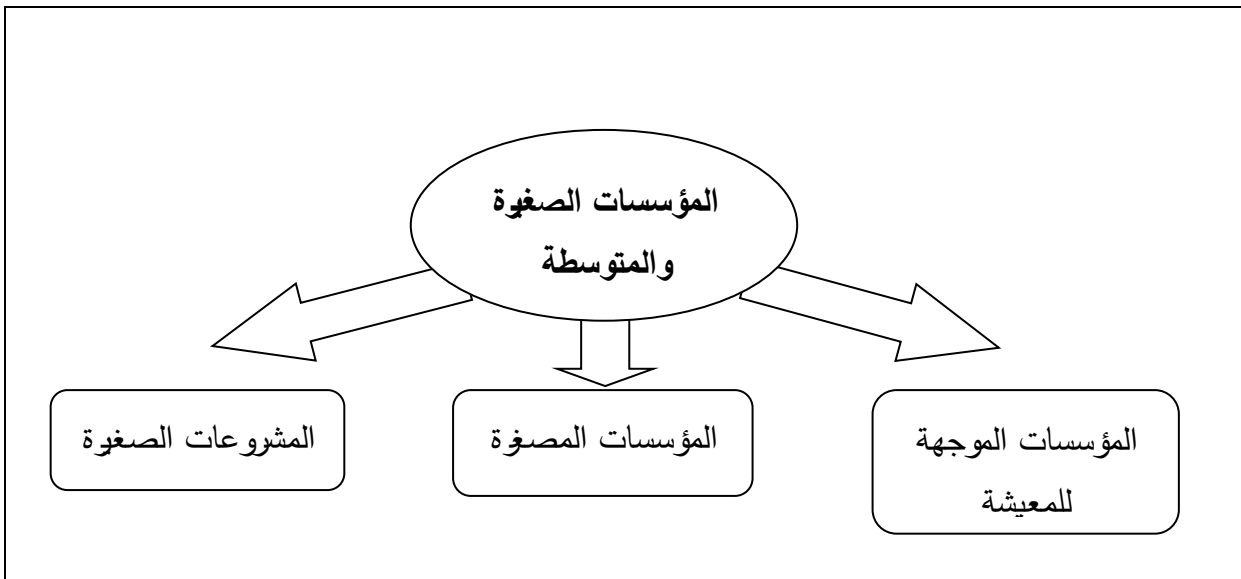
يمكن تقسيم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس طبيعتها إلى ثلاث مستويات: (صالح، 2006-2007، صفحة 11)

1. المستوى الأول (المشروعات الموجهة للمعيشة): عادة ما يعمل صاحب النشاط دون أن يعتبر نفسه مستثمرا و دون أن يعتبر نشاطه نشاطا استثماريا و لكن كل الجهود تكون موجهة لمجرد البقاء و المعيشة كبعض الصناعات المنزلية والحرفية وهؤلاء يتم مساعدتهم عادة عن طريق برامج تنمية محلية ذات طبيعة شاملة، وتهدف المشاريع التي تدخل في هذا المستوى إلى تلبية الحاجات الأساسية.

2. المستوى الثاني (المشروعات المصغرة): فهو يقترب من المستوى الأول في كونه يستخدم العمل العائلي وينتج منتجات تقليدية وقد يستعين ببعض اليد العاملة خارج أفراد العائلة وتعتبر هذه الصفة صفة تميزه بشكل واضح عن المستوى الأول كما أنه يتخذ ورشة صغيرة كمحل للقيام بالأعمال الخاصة به.

3. المستوى الثالث (المشروعات الصغيرة): فإن أصحابه عادة ما يفهمون معنى الاستثمار وهم مستعدون لاستثمار أموال أو مواد أولية أو مهارات، كما أن لديهم الإمكانيات الأساسية التي تمكنهم من القيام بعملية الاستثمار وهؤلاء يمكن مساعدتهم عن طريق العمل على تحديد قطاع وتوسيع أشكال جديدة ومتطورة من المؤسسات التي تستعمل تكنولوجيا متقدمة وتعتمد على الأساليب الحديثة في التسيير.

الشكل 0- : تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس طبيعتها



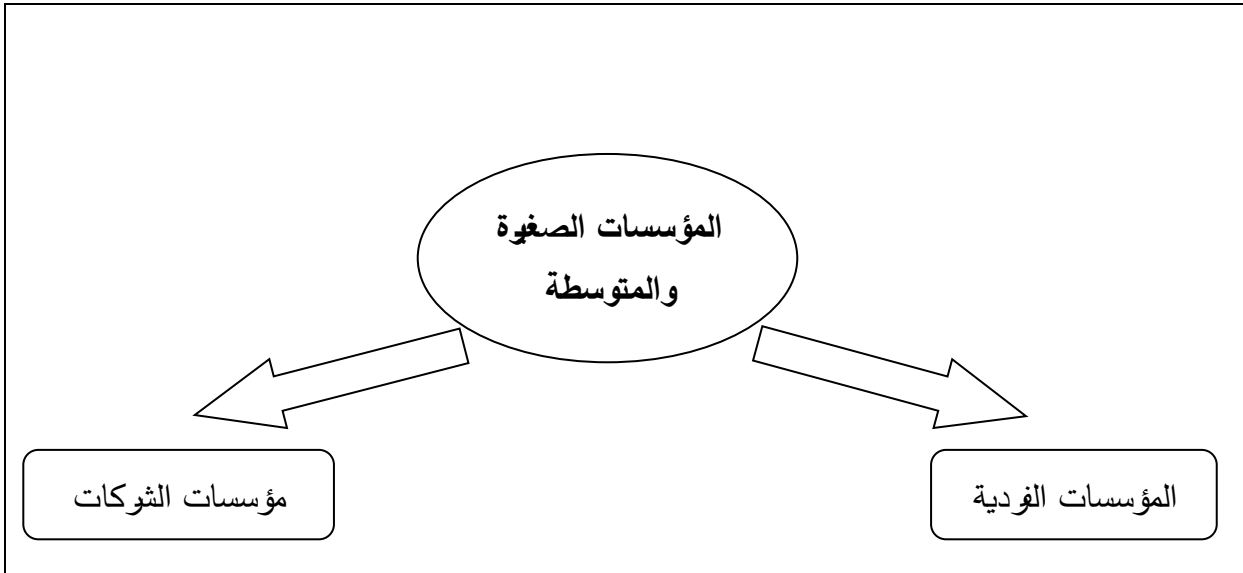
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (صالح، 2006-2007، صفحة 11)

بحسب الشكل أعلاه تصنف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بحسب معيار طبيعتها الى المؤسسات الموجهة للمعيشة، مؤسسات مصغرة و المشروعات الصغيرة.

رابعاً: حسب المعيار القانوني: وتنقسم حسب هذا المعيار إلى:

1. مؤسسات فردية: وهي مؤسسة يملكها ويديرها فرد واحد يقوم باتخاذ جميع القرارات وفي المقابل يحصل على أرباح وهو المسؤول عن جميع الالتزامات وديون المؤسسة.
2. مؤسسات الشركات: وهي التي تعود ملكيتها لأكثر من شخصين، وتنقسم إلى:
  - شركات الأشخاص: يقوم هذا النوع من الشركات على الاعتبار الشخصي والثقة المتبادلة بين الأطراف وتشمل شركات التضامن، شركات التوصية البسيطة، شركات المحاصة.

- شركات الأموال: لا أثر لاعتبار الشخصي فيه بمعنى السعي نحو تحقيق أكبر قدر من الأموال، ورأسمالها مقسم إلى أسهم قابلة للتداول وتضم شركات التوصية بالأسهم وشركات المساهمة.
  - شركات التضامن: تعتبر هذه الشركات من أهم شركات التضامن إذ يقدم فيها الشركاء، حصصا قد تكون متساوية أو تختلف في القيمة من شريك إلى آخر حيث في هذا النوع من الشركات يكون المتعاملين فيها متضامنين وقد يفوق ما يقدمونه من حصص ليشمل ممتلكاتهم الخاصة غير الحصص المقدمة وتعتبر هذه أهم ميزة في الشركة (عدون، 1998، صفحة 54).
- الشكل 0- : 4 تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المعيار القانوني



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (عدون، 1998، صفحة 54)

بحسب الشكل أعلاه تصنف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بحسب المعيار القانوني الى مؤسسات فردية و مؤسسات الشركات.

### الفرع الثاني: التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

فيما يلي عرض لأهم التحديات بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية (حسيبة، 2022، الصفحات 112-113):

1. تحديات تمويلية:

- نقص ثقافة السوق المالي في الجزائر يجعل المؤسسات تعتمد على نماذج تسير تقليدية مع موارد محدودة.

- غياب القروض والتمويل الملائم يقيد نمو المشاريع وتطويرها.

#### 2. تحديات تموينية:

- نقص التموين بالمواد الأولية والمنتجات النصف مصنعة يؤثر سلباً على قدرة المؤسسات على الإنتاج والتصدير.
- صعوبة التعامل مع عمليات الاستيراد ونقص الخبرة في هذا المجال تزيد من تعقيدات التموين.

#### 3. تحديات متعلقة بعدم تأهيل اليد العاملة (عماد، 2015، صفحة 181):

- نقص اليد العاملة المؤهلة وصعوبة توظيفها يشكل تحدياً كبيراً.
- نقص فرص التدريب والتعليم يؤثر على جودة الموارد البشرية المتاحة للمؤسسات.

#### 4. تحديات تجارية:

- نقص الخبرة يمنع المؤسسات من دخول الأسواق الخارجية.
- ارتفاع تكاليف النقل الدولي ونقص دعم التصدير يقيد قدرتها على التوسع في الأسواق العالمية.

#### 5. تحديات جبائية:

- نظام جبائي معقد وعدم استقراره يؤثر سلباً على الشفافية والكفاءة في الإدارة الضريبية.
- التدابير الاستثنائية والتعقيدات تؤثر على سرعة تنفيذ الإجراءات الجبائية.

#### 6. صعوبة الإجراءات الإدارية والتنفيذية:

- الروتين الإداري والبطء في معالجة الملفات يؤدى إلى تأخير إقامة المؤسسات وتطويرها.
- صعوبة الحصول على الموافقات وطول مدة منح الأراضي تعيق عملية الاستثمار والتنمية.

#### 7. التحديات تنافسية:

- عدم توافق المنتجات المحلية مع المعايير الدولية يقلل من قدرتها على المنافسة في الأسواق الدولية.
- الجودة المحدودة للمنتجات تقلل من فرصها في المنافسة مع المؤسسات الأخرى.

8. غياب نظام المعلومات:

- ضعف نظام المعلومات وسوء التحكم في التسيير يقوضان قدرة المؤسسات على المنافسة والتطور.
- نقص البيانات والمعلومات يؤثر على قدرتها على اتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة.

الفرع الثالث: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

عرف عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نموا كبيرا منذ صدور القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث عكس هذا القانون الاهتمام الواسع الذي توليه الدولة لهذا القطاع باعتباره المحرك الأساسي للاقتصاد، للإشارة فإن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يتشكل من:

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة: وهي المؤسسات المملوكة للقطاع الخاص، قد تكون عبارة عن أشخاص معنويين، أشخاص طبيعيين أو مؤسسات حرفية.
- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية: وهي المؤسسات التابعة للقطاع العام.

أولاً: تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 2010-2022

شهد قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منذ صدور القانون الخاص بترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تطوراً كبيراً، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول 0-7 : تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 2010-2022

العدد	السنة	العدد	السنة
1 074 503	2017	607 297	2010
1 093 170	2018	659 309	2011
1 193 339	2019	711 832	2012
1 234 073	2020	777 818	2013
1 286 365	2021	852 053	2014
1 359 803	2022	934 569	2015
		1 022 621	2016

المصدر: من إعداد الطالب بناء على النشرة الإحصائية لوزارة الصناعة والإنتاج الصيدلاني

يعكس الجدول تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر على مر السنوات المختلفة، إذ يظهر أن هناك زيادة تدريجية في عدد هذه المؤسسات خلال هذه الفترة حيث من 607 297 في سنة 2010 إلى 1 359 803 سنة 2022 أي بزيادة قدرها 752506 مؤسسة جديدة الى غاية نهاية سنة 2022.

هذا التطور يشير إلى اهتمام متزايد بدعم و تشجيع هذا القطاع من قبل السلطات في الجزائر، لتعزيز التنمية الاقتصادية وخلق فرص العمل حيث أن تزايد عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمكن أن يساهم في تحسين الوضع الاقتصادي وتعزيز التنمية المستدامة من خلال مختلف مجهودات الدولة و المتجلي في منح الدعم المالي من خلال القروض والتمويل اللازم للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة عن طريق البنوك التجارية وصناديق التمويل الحكومية مع توفير التسهيلات الضريبية بما يساهم في تقليل التكاليف وزيادة القدرة التنافسية و كذا توفير الدعم الفني والتدريب عن طريق تقديم برامج تدريبية وأنشطة استشارية لمساعدة أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية مهاراتهم وتحسين إدارة أعمالهم، ناهيك عن تحسين البنية التحتية في المناطق الصناعية والتجارية لتوفير بيئة مناسبة لنمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و كذا تشجيع التعاون والشراكات تطوير الشراكات مع الشركات الكبيرة والعمومية لتعزيز قدرة المنافسة وتوسيع نطاق عملهم.

ومن الضروري أن تواجه السلطات التحديات التي قد تظهر في ظل هذا التطور، مثل وتقديم دعم فعال لتطوير مهارات العمالة وتحسين البيئة التشريعية والضريبية، بالإضافة إلى ذلك يجب أن يتم تعزيز القدرة التنافسية لهذه المؤسسات من خلال تقديم تدريب وتطوير تكنولوجي ودعم في تسويق منتجاتها.

باختصار، تعكس الزيادة المستمرة في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر رغبة قوية في تحقيق التنمية وتحسين الاقتصاد. إذا تم تجاوز التحديات المذكورة وتقديم الدعم اللازم، فإن هذا القطاع قد يكون محركاً مهماً لتحقيق التقدم والازدهار في الجزائر

**ثانياً: إحصائيات قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2022.**

يبين الجدول الموالي والخاص بإحصائيات قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2022 بلوغ عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 1.359.803 مؤسسة بمساهمة في الناتج الداخلي الخام قدرها 6.70 بالمائة مع انشاء 606947 منصب عمل و هو عدد

معتبر يعبر عن مدى امتصاص البطالة من طرف هذا القطاع المؤسساتي و الذي نجد خلاله 115992 مؤسسة ذات طالع صناعي.

الجدول 0-8 : إحصائيات قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2022.

115992	عدد المؤسسات الصناعية
6,70%	مساهمة القطاع في الناتج الداخلي الخام
606947	عدد مناصب الشغل المصرح بها
1359803	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
50%	حصيلة القطاع من الاستثمارات

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة الصناعة والانتاج الصيدلاني.

[/https://www.industrie.gov.dz/soutien-pme](https://www.industrie.gov.dz/soutien-pme)

الجدول يُظهر بوضوح الأهمية المتزايدة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني، إذ تُعدّ الزيادة في عدد المؤسسات الصناعية إشارة إلى نمو القطاع وتوفير فرص عمل جديدة. وعلى الرغم من حجمها الصغير، فإن مساهمة القطاع في الناتج الداخلي الخام تُظهر أهمية اقتصادية كبيرة، كما أن حصة القطاع من الاستثمارات المسجلة تشير إلى ثقة المستثمرين في قدرته على تحقيق عوائد جيدة، كما يعكس العدد الكبير لمناصب العمل المصرح بها التزايد في الفرص الوظيفية التي يُقدمها القطاع.

**المطلب الثالث: تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.**

إن دراسة مسألة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يتطلب التفرغ إلى إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الأول، ثم الإطار المؤسساتي لضمان دعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في الفرع الثاني.

**الفرع الأول: إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.**

مشكلة التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تُعدّ واحدة من أبرز المعوقات التي تُواجه هذه المؤسسات في معظم الدول، وذلك بسبب غياب التمويل اللازم لإطلاق أنشطتها أو توسيع نطاقها. تنشأ هذه المشكلة جزئياً من ضعف التمويل الداخلي نتيجة لعدم كفاية الموارد الخاصة المتاحة، بالإضافة إلى صعوبة الحصول على التمويل من مصادر خارجية (الرملاوي، 2015، صفحة 145).

تبنّت الجزائر سلسلة من البرامج التنموية بهدف دعم وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك وفقاً لمتطلبات العصر واستناداً إلى مجموعة من المعايير الأساسية، منها: التأهيل وتطوير المهارات، إنشاء نظام معلوماتي فعّال، تعزيز القدرة على المنافسة، وتوفير آليات التمويل وغيرها، ويُعزى الضعف في إمكانيات التمويل المصرفي طويل الأجل، الذي يعاني منه قطاع المؤسسات الصغيرة و لمتوسطة إلى عدة أسباب رئيسية تشمل (بوخبزة، 2014، صفحة 181):

- عدم تأقلم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع التطورات المالية الحديثة والآليات الجديدة للتمويل.
  - نقص الضمانات المتاحة لهذا النوع من المؤسسات، مما يجعلها أقل جاذبية لدى المؤسسات المالية.
  - صعوبة وتعقيد الإجراءات الإدارية المتعلقة بإنشاء المؤسسات وطول مدة إنجازها.
- بالإضافة إلى ذلك، تُعاني المؤسسات من مجموعة من التحديات عند محاولة الحصول على التمويل، وتشمل: الشروط الصارمة المفروضة من قبل المؤسسات المالية لمنح القروض لتغطية احتياجات الاستثمار، التركيز المفرط على المركزية في منح القروض من قبل المؤسسات المالية، غياب بنوك متخصصة في تقديم خدمات الاستثمار والتمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- هذه التحديات والمشكلات تسهم في تقويض جهود تطوير وتعزيز قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتستدعي الجهود المستمرة للتغلب على هذه الصعوبات وتوفير بيئة تمويلية ملائمة لهذه المؤسسات.
- الفرع الثاني: الإطار المؤسسي لضمان دعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.**

يشمل الإطار المؤسسي لضمان دعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ووكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار، إضافة إلى المجلس الوطني للتشاور من أجل تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

## أولاً: صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة FGAR.

المهمة الأساسية لصندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي تسهيل الحصول على القروض البنكية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومشاركة البنوك في تقاسم أخطار تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الضمانات المالية المقدمة، كما أن صندوق ضمان القروض (FGAR) يرافق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ويساعدها في التركيب المالي للمشاريع المجدية، بما يمكنها من تبوء مكانة متقدمة في ظل بيئة تنافسية معقدة.

أنشئ صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 11 نوفمبر 2002 المتعلق بتطبيق القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتضمن للقانون الأساسي لصندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 17-193، المؤرخ في 11 يونيو 2017 (www.fgar.dz, s.d.).

صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو مؤسسة عمومية تحت وصاية وزارة الصناعة و المناجم، ويتمتع هذا الصندوق بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية (المادة 02، المرسوم التنفيذي رقم 17-193).

وحسب المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 17-193 أعلاه يتولى صندوق الضمان المهام التالية (المادة 05، المرسوم التنفيذي رقم 17-193):

- تقديم الضمان على القروض الممنوحة من قبل البنوك والمؤسسات المالية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال إنشاء المؤسسات، تجديد التجهيزات، توسعة نشاط المؤسسات، المرافقة لاسيما في عمليات التصدير.
- تسيير الموارد الموضوعة تحت تصرفه، وفقا للتشريع والتنظيم المعمول به.
- تسيير الموارد الموضوعة تحت تصرفه من قبل الدولة أو أي ممول آخر والمخصصة لضمان القروض الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تسليم شهادات الضمان لتغطية كل صيغ التمويل.
- متابعة عمليات تحصيل الديون محل نزاع لدى البنوك والمؤسسات المالي.

- متابعة الالتزامات لدى البنوك والمؤسسات المالية التي يغطيها ضمان الصندوق، وفي هذا الإطار يمكنه أن يطلب منها أي وثيقة يراها ضرورية ويتخذ أي قرار يكون في مصلحة الصندوق.
- ضمان استمرارية البرامج الموضوعية من قبل الهيئات الوطنية والدولية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ضمان الاستشارة والمساعدة التقنية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تسعى للاستفادة من ضمان الصندوق.

### ثانيا: وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار ADPMEPI.

وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار هي هيئة أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 18-170، المؤرخ في 26 جوان 2018 والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 20-331 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020، تتولى الوكالة تنفيذ سياسة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال إنشاء، إنماء وديمومة هذه المؤسسات بالتنسيق مع القطاعات المعنية (موقع وزارة الصناعة و الانتاج الصيدلاني، بلا تاريخ).

وبهذا الخصوص تتولى الوكالة (المادة 04، المرسوم التنفيذي 18-170):

- التشجيع على تكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بالتشاور مع أجهزة دعم إنشاء الأنشطة لاسيما من خلال نشر الثقافة المقاولاتية ومرافقة حاملي المشاريع واحتضان وإيواء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في طور الإنشاء ومرافقة هذه المؤسسات لدى البنوك والمؤسسات المالية.
- دعم الابتكار والبحث والتطوير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا المؤسسات الناشئة.
- تنفيذ برامج عصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تهدف إلى تحسين تنافسيتها.
- التشجيع على ظهور بيئة ملائمة لإنشاء وتطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مساعدة مختلف شبكتها، وترقية الخبرة والاستشارة لصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وإنجاز الدراسات الاقتصادية.

- القيام بكل عمل يتعلق بالتحسيس والإعلام والمساعدة لدى الهيئات العمومية، من أجل ترقية وتسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الطلبات العمومية؛
- دعم تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصا من خلال التصدير والتحويل التكنولوجي.
- مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جهودها الرامية إلى تعزيز مواردها البشرية، بالتنسيق مع المنظومة الوطنية للتكوين وأجهزة الإدماج المهني.
- وضع منظومة إعلام اقتصادي حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تواجه صعوبات بسبب نقائص في مجال التنظيم والتسيير المالي أو التموقع في السوق.

### ثالثا: المجلس الوطني للتشاور من أجل تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة CNC DPME

- تم إنشاء المجلس من أجل تعزيز التشاور والحوار الذي يجمع بين السلطات العمومية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الممثلة بجمعيات ومنظمات مهنية لتشكيل شراكة حقيقية بين الكيانيين من حيث تطوير وتنفيذ ومراقبة السياسات الموضوعة لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويتولى المهام التالية (المادة 03، المرسوم التنفيذي 17-194) :
- ضمان الحوار والتشاور بشكل منظم ودائم بين السلطات العمومية والشركاء الاجتماعيين والاقتصاديين حول المسائل المتعلقة بالتنمية الاقتصادية، وتطوير وعصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصفة خاصة؛
  - المساهمة في تطوير الشراكة عام/خاص في مجال إعداد وتقييم سياسات دعم المؤسسات المصغرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
  - تشجيع وترقية إنشاء وتطوير الجمعيات المهنية وتجمعات المؤسسات المصغرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مختلف الفروع؛
  - جمع المعلومة الاقتصادية لدى الجمعيات والمنظمات المهنية، وبصفة عامة لدى الفئات الوسيطة من أجل المساهمة في إعداد السياسات العامة المرتبطة بتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

- تحسيس الجمعيات والمنظمات المهنية بسياسة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المعتمدة من طرف السلطات العمومية.

### المبحث الثاني: الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحد أعمدة الاقتصاد في كل بلد، حيث تسهم بشكل كبير في دعم النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل، لكن على الرغم من أن حجم هذه المؤسسات قد يكون أصغر بالمقارنة مع الشركات الكبيرة، إلا أنها لديها القدرة على تحقيق ميزة تنافسية تجعلها قادرة على التنافس والازدهار في سوق الأعمال المعاصر. ولالإمام بأساسيات الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يتم تقسيم المبحث كما يلي:

➤ **المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.**

➤ **المطلب الثاني: أنواع وأسس الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودة الميزة التنافسية.**

➤ **المطلب الثالث: نموذج "بورتر" ومحددات الميزة التنافسية.**

### المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن دراسة الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يتطلب التطرق إلى تعريف المنافسة في المؤسسة وخصائصها في الفرع الأول، ثم الإمام بفوائد ومزايا المنافسة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الثاني، وأخيرا دراسة مفهوم الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الثالث.

### الفرع الأول: المنافسة في المؤسسة تعريفها وخصائصها

يلعب تحقيق الميزة التنافسية دورًا حيويًا في تحديد مصير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعليه سيكون من الجدير تعريف المنافسة أولاً وإبراز خصائصها. أولاً: تعريف المنافسة

تعرف المنافسة حسب غرفة التجارة الفرنسية على أنها: "الوضعية التي تجد فيها المؤسسة نفسها بالنسبة لمؤسسة أخرى أو أكثر - أثناء تحقيق الربح- أنها بإمكانها أن تتسابق

معهم عن طريق عرض سلعة/خدمة على الأقل معادلة لسلعهم مقابل سعر على الأقل مساو لأسعارهم و المنافسة أيضا هي حالة تبعية اقتصادية تتجلى في استحالة وجود حل تقني واقتصادي مكافئ للعلاقات التعاقدية التي أقامتها شركة أخرى". (Chambre commerciale Francaise, 2013).

ما يلاحظ أن التعريف الذي قدمته غرفة التجارة الفرنسية يصف المنافسة بأنها الحالة التي تجد فيها مؤسسة نفسها قادرة على المنافسة مع مؤسسات أخرى عن طريق تقديم سلع أو خدمات مشابهة بأسعار وجودة تنافسية، ويتعلق الأمر أيضًا بعدم إمكانية إيجاد حل تقني واقتصادي مكافئ للعلاقات التعاقدية التي أنشأتها مؤسسة أخرى، كما أن هذا التعريف يسلط الضوء على أهمية تقديم منتجات أو خدمات تلبى احتياجات السوق بطريقة تمنح المؤسسة فرصة منافسة ناجحة.

إلا أنه ما يؤخذ عليه ما يلي:

- تحديد غامض: يمكن تفسير بعض أوجه التعريف بطرق مختلفة، مما يتسبب في عدم وضوح المعنى المقصود.
- تركيز على السعر والجودة فقط: التعريف يركز بشكل رئيسي على المنافسة من خلال تقديم سلع أو خدمات بأسعار منافسة وجودة متساوية، مما يتجاهل عوامل أخرى مهمة مثل الابتكار وخدمة العملاء.
- إغفال العوامل الاقتصادية والاجتماعية: التعريف لا يأخذ في الاعتبار العوامل الاقتصادية والاجتماعية التي قد تؤثر على القدرة على المنافسة، مثل القوانين والتشريعات والتحديات الاقتصادية.
- تجاهل التطورات التكنولوجية: في العصر الحالي، أصبحت التطورات التكنولوجية عاملاً أساسياً في المنافسة، وهذا الجانب غير وارد في التعريف.
- عدم الإشارة إلى الاستدامة: لم يتم التطرق إلى الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية كجزء من التنافس، وهو جانب مهم في اقتصاديات العالم الحديث.
- التركيز على الشركات فقط: التعريف يرتبط بشكل رئيسي بالشركات التجارية، مما يتجاهل أهمية المنافسة في القطاعات الغير ربحية والحكومية.

باختصار، التعريف يحمل بعض القيود والتحديات، وهو يحتاج إلى توسيع نطاقه ليشمل جوانب متعددة من المنافسة وعواملها المؤثرة.

تعرف المنافسة حسب Emmanuel Combe على أنها: "تلك الحالة الدائمة التي تحاول فيها كل مؤسسة التفوق على نفسها بالنسبة لمن ينافسها ولمن تتسابق معهم، عن طريق إطلاق منتجات جديدة وخفض التكاليف والأسعار، من خلال ابتكار نماذج اقتصادية جديدة" (Emmanuel Combe, 2019, p. 05).

يلاحظ أن التعريف الذي قدمه Emmanuel Combe يصف المنافسة على أنها حالة دائمة تدفع كل مؤسسة لتحسين ذاتها والسعي للتفوق على منافسيها من خلال تقديم منتجات جديدة، وتقليل التكاليف والأسعار، واستخدام نماذج اقتصادية جديدة، وعليه هذا التعريف يعكس التحديات والجهود المستمرة التي تقوم بها الشركات للبقاء في السوق وزيادة حصتها من خلال التجديد والتطوير.

إلا أنه يؤخذ عليه ما يلي:

- تجاهل جوانب أخرى للمنافسة: التعريف يركز بشكل رئيسي على جوانب الابتكار وتخفيض التكاليف والأسعار، دون أن يأخذ بعين الاعتبار عوامل أخرى مهمة مثل تحسين جودة المنتجات وتجربة العملاء.
- عدم الإشارة إلى التنافس الاستراتيجي: التعريف لا يتطرق إلى التنافس الاستراتيجي الذي يتضمن تطوير استراتيجيات متعددة للتفوق على المنافسين وزيادة القيمة المقدمة للعملاء.
- غياب العوامل البيئية والاجتماعية التعريف لا يأخذ في الاعتبار العوامل البيئية والاجتماعية التي يمكن أن تؤثر على مجريات المنافسة واختيار العملاء.
- عدم التركيز على التنوع: التعريف ينصب تركيزه على جوانب معينة للمنافسة دون تنوع أو توسيع نطاق العوامل المؤثرة.
- عدم الإشارة إلى التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية السلبية: التعريف لا يشير إلى أن المنافسة الشديدة قد تؤدي في بعض الأحيان إلى آثار سلبية على الاقتصاد والمجتمع، مثل تقليل فرص العمل أو تفاقم التلوث.

باختصار، التعريف الذي قدمه Emmanuel Combe يركز على جوانب محددة للمنافسة دون تناول جوانب أخرى مهمة، و يمكن أن يكون أكثر شمولاً لتعدد الجوانب المؤثرة في المنافسة.

في المقابل يرى بعض الباحثين والمفكرين أن كلمة منافسة تعني شيئين مختلفين، بين النسخة النيوكلاسيكية والتطبيقات العملية في علوم التسيير والاقتصاد، هذه الوجهتين تسلطان الضوء على جوانب متباينة من المنافسة وتفسرانها بطرق مختلفة (cayla, Préciser le concept économique pour clarifier le débat politique, 2014, p. 04):

- النسخة النيوكلاسيكية (هيكل السوق): تركز على السوق ككيان ذاتي التنظيم حيث تتمثل المنافسة في هيكلية السوق نفسها وفقاً للظروف المثالية للمنافسة التامة، بمعنى أنه لا توجد تدخلات خارجية. يعني هذا أن الباحثين في هذا السياق ينظرون إلى المنافسة كوجود حريات ومرونة في السوق تؤدي إلى توازن ذاتي.
- التطبيقات العملية (تكيف المنتجين مع السوق): تركز على السلوكيات والاستراتيجيات التي يتبعها المنتجون والشركات للتكيف مع السوق وتحسين موقعهم التنافسي. هنا، تُعتبر المنافسة قوة تحفز التطوير والابتكار وتساعد على تحقيق التميز والتفوق في السوق.

ما يبرز هنا هو التناقض بين النظريات والتطبيقات الفعلية في عالم الاقتصاد والإدارة، حيث يبدو أن السلوك التنافسي الفعلي للشركات قد يختلف عن النماذج النظرية المثالية للمنافسة كما يقول Paul Mc Nulty : " هذه واحدة من أكبر مفارقات علم الاقتصاد ،حيث أنه كل السلوكيات التنافسية للمقاول هي نظريا دليل على الاحتكار في حين أن مفهومي الاحتكار و المنافسة التامة يشتركان في نقطة هي أن كلاهما وضعيتان تم استبعاد السلوك التنافسي منهما تعريفا " (Paul, 1968, p. 461).

إن من خلال ما سبق من تعاريف فإن المنافسة هي وضع اقتصادي تعرض فيه للبيع العديد من المؤسسات سلعة أو خدمة معادلة - هذا في حالة أن تعلق الأمر بمؤسستين تبيعان نفس السلعة أو الخدمة- مثل سائل غسيل الملابس le chat و ISIS ولكن أيضاً منتجات قابلة للاستبدال، على سبيل المثال بائعي التفاح والإيجاص في السوق، فإذا كان

سعر التفاح مرتفعًا جدًا أو كان ذو جودة رديئة، فهنا يلجأ المستهلكون إلى الإيجاص، لذلك يتنافس المنتجان مع بعضهما البعض.

### ثانياً: خصائص المنافسة

المنافسة هي مفهوم اقتصادي يصف السوق المثالية حيث يتفاعل العديد من البائعين والمشتريين لتحديد أسعار وإنتاج السلع والخدمات، وتتميز بالخصائص التالية (سحوت، 2016، الصفحات 365-370):

1. الذرية "وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين": في السوق المنافسة، يشترك عدد كبير من البائعين والمشتريين في تبادل السلع والخدمات، هذا التواجد الوفير يؤدي إلى تقديم خيارات متعددة للمشتريين، وبالتالي تخفيض قدرة أي فرد من المشتريين أو البائعين على التأثير بشكل كبير على تحديد الأسعار.
2. تجانس المنتجات "متطابقة من حيث الجودة والخصائص": تُعرض في السوق المنافسة سلع وخدمات متشابهة بشكل كبير من حيث الجودة والوظيفة والخصائص، هذا يعني أن المشتريين يمكنهم التبديل بين المنتجات دون أن يتأثر بشكل كبير بفروق غير ملحوظة في السمات.
3. شفافية المعلومات "وصول جميع المشاركين إلى المعلومات": في بيئة المنافسة، يتمتع جميع المشاركين - سواء البائعين أو المشتريين - بالقدرة على الوصول إلى المعلومات بسهولة وبشكل مثالي، هذا يشمل المعلومات المتعلقة بالأسعار وتكاليف الإنتاج وغيرها من الجوانب ذات الصلة.
4. التنقل المثالي لعوامل الإنتاج "حرية حركة الموارد": في سوق المنافسة، يمكن للموارد مثل العمالة ورأس المال أن تتحرك بحرية بين الشركات دون وجود عوائق تقييدية. هذا يسمح للشركات بتخصيص مواردها بكفاءة وفقاً لتطلعات السوق.
5. حرية الدخول والخروج "مرونة دخول وخروج السوق": في سوق المنافسة، تتمتع الشركات بالحرية في دخول وخروج السوق بدون معوقات تقييدية، إذ يمكن لشركات جديدة أن تظهر في السوق بسهولة، وهذا يحفز التنافس ويعزز التجديد والابتكار.

الفرع الثاني: فوائد ومزايا المنافسة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تتنافس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع بعضها البعض في السوق لتلبية توقعات العملاء على أفضل وجه، سواء كانوا مؤسسات أخرى (بحسب نوعها) أو المستهلكين الآخرين، إذن فالمنافسة في الشركات الصغيرة والمتوسطة تعد جانباً أساسياً من بيئة الأعمال كما هو الحال في أي سوق، فهي تواجه منافسة من الشركات الأخرى العاملة في نفس القطاع أو تلك التي تقدم منتجات أو خدمات مماثلة، كما يمكن أن تأتي هذه المنافسة من الشركات المحلية والدولية على حد سواء.

رغم أن مصطلح المنافسة يحمل في طياته الاحتكار والقوة والتسابق، إلا أن المنافسة لها فوائد عدة نحصي أهمها فيما يلي (Emmanuel Combe, 2019, p. 05):

### 1. تقود المنافسة إلى أسعار تنافسية:

غالبًا ما تؤدي المنافسة إلى انخفاض الأسعار، حيث تحاول كل مؤسسة الحصول على حصة في السوق من منافسيها وذلك لا يخفض الأسعار فقط للمستهلكين ولكن أيضًا للشركات التي تشتري منتجات وسيطة بسعر مناسب وبالتالي تصبح أكثر قدرة على المنافسة.

كما أنه غالبًا ما يتم التقليل من تأثير المنافسة على السعر إذ قد يبدو انخفاض بسيط في الأسعار أمرًا عاديًا على مستوى مستهلك واحد، ولكن عندما نفكر في الاقتصاد بأكمله، يمكن أن تكون المكاسب النقدية كبيرة.

فمثلاً دخول مشغل إضافي في مجال الهاتف المحمول يؤدي مثلاً إلى ربح شهري لكل متعامل قدره 5 دج، في نهاية العام يصبح 60 دج، لكن إذا فكرنا على مستوى جميع المشتركين فإن الربح الإجمالي سيكون عدد المشتركين مضروباً في 60 دج لكل مشترك. بالإضافة إلى ذلك، تعمل المنافسة على خفض الأسعار في جميع أنحاء السوق، حيث يقوم المنافسون أيضًا بتعديل أسعارهم نزولاً وذلك استجابةً لدخول فاعل جديد.

### 2. المنافسة تزيد في حجم السوق:

عندما ينخفض السعر، يمكن للعملاء الجدد الذين لم يشتروا من قبل الوصول إلى السوق، وبالتالي فإن المنافسة تضفي الطابع الديمقراطي على الوصول إلى السوق وتسمح للمؤسسات بجذب عملاء جدد.

## 3. المنافسة تزيد من تنوع المنتج:

تسمح المنافسة أيضًا للمؤسسات بالتموقع في مجالات من السوق لم يتم استغلالها حتى الآن من قبل المنافسين. إنها توسع نطاق المنتجات المتاحة، يمكن لكل عميل، مستهلك أو منتج العثور على منتج أقرب إلى ما يبحث عنه، فعلى سبيل المثال، تتيح المنافسة الدولية في صناعة السيارات لكل مستهلك أن يكون قادرًا على اختيار الطراز الأنسب له، ضمن مجموعة واسعة من السيارات، بدءًا من السيارات المبتدئة إلى السيارات الفاخرة.

## 4. المنافسة تشجعنا على أن نكون أكثر كفاءة وابتكارًا:

تشجع المنافسة المؤسسات على تقديم أفضل ما لديها باستمرار حتى لا تفقد حصتها في السوق لصالح منافسيه، لذلك فإن المنافسة لها تأثير على الإنتاجية، وهي الرافعة الأولى للنمو الاقتصادي، إضافة إلى الإنتاجية، تشجع المنافسة الشركات على تمييز نفسه، من خلال الابتكار بأشكال مختلفة: البحث والتطوير R&D، التسويق، وجودة المنتج، والخدمات...

## 5. المنافسة ليست عدو التوظيف:

هناك فكرة منتشرة وهي أن المنافسة، إذا أدت إلى خفض الأسعار فإنها في المقابل تدمر التوظيف، ستكون المنافسة في النهاية غير ذات جدوى: سيخسر الموظفون ما يكسبه المستهلكون.

ومع ذلك، فقد أظهرت التجربة أن الإجراءات المقيدة للمنافسة لها تأثير سلبي على العمالة، كما لوحظ مثلاً في تجارة التجزئة في فرنسا، فإن القطاعات المفتوحة للمنافسة، على غرار النقل الجوي للركاب في أوروبا في التسعينيات، لم تشهد انخفاضاً عاماً في التوظيف.

إذ يتم تفسير هذه النتائج من خلال حقيقة أن المنافسة، من خلال خفض الأسعار، تزيد من حجم السوق، بالإضافة إلى ذلك سيتم نقل مكاسب القوة الشرائية إلى منتجات أخرى أو إلى قطاعات أخرى. ففي النقل الجوي، أدى دخول شركات الطيران منخفضة التكلفة إلى خلق أكثر من 100000 فرصة عمل في المناطق الفرنسية، خاصة في قطاع الفنادق والمطاعم.

## الفرع الثالث : إستراتيجيات التنافس لبورتر

وصنف بورتر إستراتيجيات التنافس إلى أصناف ثلاثة كمايلي (المرصد الوطني للتنافسية، 2011، صفحة 16):

**أولاً- إستراتيجية قيادة التكلفة :** و التي تهدف إلى الإنتاج بتكلفة أقل مقارنة مع المنافسين، ومن بين الدوافع المشجعة للمؤسسة على تطبيق هذه الإستراتيجية هي توفر اقتصاديات الحجم الكبير، ووجود فرص مشجعة على تخفيض التكلفة وتحسين الكفاءة، ومشترون على وعي بالسعر.

**ثانياً- إستراتيجية التميز والاختلاف :** بإمكان المؤسسة التميز بمنتجاتها عن المؤسسات التي تنافسها من خلال تقديم أشكال مختلفة للمنتج، أو سمات خاصة به ، قطع للتبديل، جودة متميزة، تفوق تقني، خدمات متعددة، أو من خلال السمعة الجيدة. و تتزايد درجات نجاح هذه الإستراتيجية بزيادة تمتع المؤسسة بالكفاءات و المهارات الصعب محاكاتها من طرف المنافسين .

**ثالثاً- إستراتيجية التركيز أو التخصص :** تهدف إلى بناء ميزة تنافسية والوصول إلى مواقع أفضل في السوق، من خلال تحقيق إشباع لحاجات خاصة لمجموعة محددة من المستهلكين، التركيز على رقعة جغرافية معينة، أو التركيز على استخدامات محددة للمنتج.

## الفرع الرابع: مفهوم الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إن التحول في مفهوم الميزة التنافسية ليس من الصدفة، بل هو نتاج للتحولات التي شهدتها العالم على مستويات عدة، فمفهوم الميزة النسبية (الفرق النسبي في الفائدة أو العوائد المتوقعة من خيارين فأكثر) كان الأساس في توجيه التجارة الدولية وتخصيص المجالات وتقسيم العمل بين المؤسسات والدول، وظهر هذا المفهوم في أواخر السبعينيات من القرن الماضي ليشكل اليوم التحدي الرئيسي لرجال الاقتصاد والإدارة، والمتمثل في كيفية تحويل هذه الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية.

لتحقيق هذا الهدف، هناك عدة عوامل يجب مراعاتها (الشربيني، 1996، صفحة 01):

- تتطلب الميزة التنافسية قدرة المؤسسة على إنتاج عوامل الإنتاج اللازمة لصناعة محددة، ويعتمد ذلك على وجود مهارات بشرية عالية وقاعدة علمية قوية لتطوير منتجات وخدمات متميزة.

- يجب التركيز على خلق عناصر إنتاج متخصصة وربط البحث والتعليم بصناعة استراتيجية معينة، وهذا يسهم في تطوير منتجات مبتكرة وتحسين استراتيجيات العمل.
  - يلعب الطلب المحلي دوراً مهماً في تحويل الميزة النسبية إلى تنافسية، فعندما يكون الطلب حساساً للجودة ويشتمل على احتياجات متطورة، تتحفز المؤسسات للتجديد وتقديم منتجات مبتكرة.
  - وضع الأهداف التي تهدف إلى استمرارية الاستثمار يلعب دوراً مهماً في بناء الميزة التنافسية، إذ أن التركيز على الاستثمار في البحث والتطوير وتحسين البنية التحتية يساهم في تحقيق الميزة التنافسية على المدى الطويل.
- هذه العوامل تعكس تحول مفهوم الميزة التنافسية والتحديات التي يواجهها القادة في الاقتصاد والإدارة لتحقيق هذه الميزة وتحويلها إلى تفوق مستدام في بيئة التنافس الحالية.
- أولاً: مفهوم التنافسية:**

تعد التنافسية من المفاهيم الأساسية في الاقتصاد، فيشار بها إلى إمكانية المؤسسة، الصناعة أو حتى الدولة على الحفاظ على تفوقها على منافسيها، إذ تحوي القدرة على إنتاج السلع والخدمات بكفاءة، الابتكار، تخفيض التكاليف، تلبية احتياجات الزبائن والتأقلم مع تغيرات السوق. كما يمكن التعبير على التنافسية عبر مؤشرات كحصة السوق، وتكاليف الإنتاج، الإنتاجية، وجودة المنتجات، التكنولوجيات المعتمدة، القدرة على الابتكار، والوصول إلى الموارد، اليد العاملة المؤهلة، فضلاً عن صورة العلامة التجارية وسمعة المؤسسة.

هذه التشعبات في التعبير عليها جعلت تعريفها يتميز بنوع من الغموض، الأمر الذي جعل العديد من الباحثين والاقتصاديين في محاولة وضع تعريف دقيق لها.

### 1. تعريف التنافسية: تتميز التنافسية بنوع من الغموض والتعقيد، الأمر الذي يجعل من

الصعب تقديم تعريف دقيق لها، ولقد تعددت واختلقت وجهات النظر في هذا الخصوص، وفيما يلي يتم عرض أهم هذه التعاريف:

- تعريف التنافسية حسب R.Percerou: "إمكانية تقديم منتج ذو جودة عالية وبسعر مقبول من طرف المستهلك" (R.Percerou, 1984, p. 53).

التنافسية هنا تشير إلى القدرة على تقديم منتج ذو جودة عالية يلي توقعات واحتياجات المستهلك بشكل جيد، وفي الوقت نفسه يكون سعره معقولاً ومقبولاً من قبل المستهلك، إذ

يعكس أهمية الجودة والقيمة في تحقيق التنافسية، إلا أن هذا التعريف يركز بشكل أساسي على عنصرين رئيسيين في التنافسية، وهما الجودة والسعر، ومع ذلك قد يكون هناك جوانب أخرى مهمة للتنافسية مثل الابتكار وتلبية احتياجات المستهلكين بشكل أوسع.

- تعريف التنافسية حسب Cockburn أستاذ الاستراتيجيات والابتكار في جامعة هارفارد: " القدرة على تعظيم الأرباح"، أي التركيز على عامل الربح كمؤشر للتنافسية، أو " القدرة الحالية والمستقبلية على تصميم وإنتاج منتجات بجودة عالية وتكلفة قليلة نسبياً لتعظيم الأرباح على المدى الطويل" (خلف، 2018، صفحة 265).

التنافسية هنا تعني القدرة على تحقيق أقصى قيمة من الأرباح من خلال تقديم منتجات أو خدمات بجودة عالية وتكلفة منخفضة، إذ يركز التعريف على التحسين المستمر للكفاءة والتكاليف لضمان تحقيق الأرباح، إلا أنه يركز بشكل كبير على الربح كمؤشر أساسي للتنافسية، وهذا قد يقلل من أهمية جوانب أخرى مثل الابتكار وتقديم قيمة فعلية للعملاء.

- تعريف التنافسية حسب هيئة التجارة والصناعة البريطانية: " القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى" (معاشو، 2018، صفحة 87).

التنافسية هنا تكمن في القدرة على تحقيق التوازن بين جودة المنتج أو الخدمة وسعرها المناسب، مع تلبية احتياجات وتوقعات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المنافسين، إلا أن التعريف يركز على جودة وسعر المنتجات والخدمات، لكنه قد يغفل عن عوامل أخرى مثل التفرد والابتكار.

- تعريف التنافسية حسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية: " الدرجة التي يستطيع بلد ما في ظل أسواق حرة وعادلة إنتاج سلع وخدمات تتجح في اختبار الأسواق الدولية وفي الوقت نفسه المحافظة على توسيع المداخل الحقيقية لمواطنيها على المدى الطويل" (مباتي، 2016-2017، صفحة 53).

هذا التعريف يشير إلى التواجد على مستوى الأسواق الدولية كجزء من التنافسية، وهو جانب مهم ولكنه قد يهمل التركيز على تلبية احتياجات المستهلكين المحليين، إذ أن التنافسية هنا تشمل القدرة على منافسة الأسواق الدولية بنجاح والاحتفاظ في الوقت ذاته

بزيادة دخل ومداخيل المواطنين على المدى الطويل، وعليه يتطلب التعريف تحقيق توازن بين التوسع الدولي وتحقيق الازدهار المستدام للمواطنين من خلال التعاريف المقدمة يمكن إعطاء تعريف للتنافسية على أنها القدرة على المنافسة والتفوق على المنافسين في سوق معين، فهي تصف قدرة منظمة أو مؤسسة على جذب والحفاظ على عملاء وتحقيق أرباح. وتتأثر التنافسية بعدة عوامل مثل الجودة والتكنولوجيا والسعر والابتكار والتسويق وتجربة العملاء وحتى الموقع الجغرافي.

2. أنواع التنافسية: تُصنف التنافسية إلى صنفين وهما (R.Percerou, 1984, pp. 53-56):

- أ. التنافسية بحسب الموضوع: وتتضمن تنافسية المنتج وتنافسية المؤسسة.
  - تنافسية المنتج: تعدّ تنافسية المنتج أمراً ضرورياً لاستمرارية تنافس المؤسسة، وفي هذا السياق يُعتبر سعر التكلفة المنخفض كمؤشر واحد فقط لتقييم تنافسية منتج ما، ومع ذلك هناك عوامل أخرى تُعتبر أكثر دلالة في بعض الحالات، مثل جودة المنتج وخدمات ما بعد البيع، لذلك يجب اختيار معايير تقييم ملائمة تمكّن من تحديد وضع المنتج في السوق بدقة في فترة زمنية معيّنة.
  - تنافسية المؤسسة: تُعبر التنافسية المؤسسية عن القدرة المتّوّصلة للمؤسسة على تسويق منتجاتها بنجاح وتحقيق أرباح في السوق، لذلك يُعتمد تحقيق التنافسية المؤسسية على استخدام فعّال لعوامل الإنتاج المتاحة، وهذا التقييم يتم على نطاق أوسع من الذي يتعلّق بالمنتج ذاته، وتشمل هذه العوامل تكاليف البنية التحتية، والنفقات العامة، والاستثمار في البحث والتطوير، والتكاليف المالية وغيرها، إذا تجاوزت هذه المصاريف والنفقات الهوامش الربحية، واستمرّ ذلك لفترة طويلة، قد يؤدي ذلك إلى خسائر كبيرة يصبح من الصعب على المؤسسة تحملها، لذلك تُلزم المؤسسة بتقديم قيمة مضافة لزيائنها، وهذا يمكن تحقيقه من خلال تقديم ميزات إضافية على مستويات متعددة. (السلم، 2001، صفحة 101).

ب. التنافسية وفق الزمن: تتمثل في التنافسية الملحوظة والقدرة التنافسية Invalid :source specified.

- التنافسية الملحوظة: تستند هذه التنافسية إلى النتائج الإيجابية المحقّقة خلال دورة

محاسبية معينة، ومع ذلك يجب الحذر من الاعتماد المفرط على هذه النتائج كمؤشر دائم للتنافسية، حيث قد تكون مبنية على فرص مؤقتة في السوق أو ظروف استثنائية، وبالتالي قد تكون غير دائمة على المدى طويل الأجل.

- القدرة التنافسية: تعتمد القدرة التنافسية على مجموعة معقدة من المعايير المرتبطة ببعضها البعض، إذ يعتبر كل معيار ضروريًا لأنه يُسهم في إظهار جانب معين من القدرة التنافسية، ويُساهم في الحفاظ على استقرار المؤسسة في بيئة متغيرة، يرتبط تحقيق القدرة التنافسية بتنظيم وتكامل هذه المعايير.

وعلى خلاف التنافسية الملحوظة، فإن القدرة التنافسية تختص بالفرص المستقبلية، وبمنظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال، وعليه إنه من المهم التفرقة بين أنواع التنافسية حتى لا تضيع الجهود والموارد في تحقيق أهداف لا تضمن استمرارية المؤسسة ولا تطورها.

**3. مبادئ التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** إن أهم المبادئ التي تعتمد عليها تنافسية المؤسسات والصغيرة والمتوسطة ما يلي (معاشو، 2018، صفحة 88):

- التنافسية تجديدية، ما معناه السعي لتشكيل المستقبل بدلاً من الاكتفاء بالانتظار والاستجابة للتحديات، إذ تعتمد على تكوين فرص واستغلال الفرص المحتملة بدلاً من الاعتماد على موقع الشركة الحالي.
- التنافس الحقيقي يكمن في استكشاف فرص غير مستغلة وأسواق جديدة تختلف عن السوق الحالية، فالهدف هو تحقيق حصة أكبر من السوق المستقبلية بدلاً من الركون إلى حصة السوق الحالية.
- التنافسية تتضمن مواجهة شاملة بين المؤسسات، حيث تستخدم كل الإمكانيات والقدرات لمواجهة المنافسين، وذلك يشمل جميع الجوانب والقدرات التي يمتلكها كل مشارك في السوق.
- التنافسية تتطلب التعاون والتنسيق بين مختلف أجزاء المؤسسة. يهدف ذلك إلى بناء كتلة متكاملة من الموارد والقدرات تعمل معاً لتعزيز القدرة التنافسية الشاملة.
- تتطلب التنافسية تحقيق توازن بين القدرة على الاستجابة السريعة والوصول إلى العملاء في الوقت الحالي، وبين استثمار الوقت الطويل لتطوير القدرات الجديدة وابتكارها

واستخدامها على المدى البعيد.

### ثانياً: تعريف الميزة التنافسية

يرجع الفضل أولاً لشمبرلين (1939) الذي وضع مفهوم الميزة التنافسية ثم جاء بعده سالزنيك (1959) والذي ربط ما بين الميزة التنافسية والقدرة التنافسية، ثم جاء بعدهما كل من شندلر وهوفر اللذين وضعوا تعريفاً للميزة التنافسية حيث عرفاها على أنها: "الوضع الفريد الذي تطوره المؤسسة في مواجهة منافسيها، وذلك من خلال الاستعمال الخاص للموارد المختلفة المتاحة بالشكل الذي يضمن مواجهة هؤلاء المنافسين" (مباتي، 2016-2017، صفحة 64).

- **تعريف الميزة التنافسية حسب مايكل بورتر** على أنها: تنشأ الميزة التنافسية بمجرد أن تتمكن المؤسسة من اكتشاف طرق جديدة ذات فعالية أكبر من تلك المعتمدة من طرف المنافسين، حيث تكون لديها القدرة على تطبيق هذا الاكتشاف في الميدان (أدم، 2018، صفحة 67).

يُظهر مايكل بورتر أن الميزة التنافسية تنشأ عندما تجد المؤسسة طرقاً جديدة وأكثر فعالية من تلك التي يستخدمها المنافسون، وهنا يؤخذ على التعريف عدم التطرق لأهمية تحديد هذه الطرق الجديدة وكيف يمكن تجسيدها بشكل عملي.

- **تعريف الميزة التنافسية حسب كوتلر**: تعرف الميزة التنافسية على أنها مقدرة المؤسسة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسيها أدائها، ويمكن تحقيق الميزة التنافسية بواسطة تنفيذها لوظائف تعمل على خلق قيمة في مجالات تقليل الكلف مقارنة بمنافسيها أو العمل على أدائها بأساليب تقودها إلى التميز (عقون، 2013-2014، صفحة 50).

يشير كوتلر إلى أن الميزة التنافسية تأتي من قدرة المؤسسة على أداء عملها بطريقة تجعل من الصعب على المنافسين مجاراتها، وهنا يجب تقديم أمثلة محددة على هذه القدرات وكيفية تحقيقها.

- **تعريف الميزة التنافسية حسب الأستاذين Heizer & Render**: "نظام يمتلك مزايا غير شائعة عند المنافسين، أي أن الميزة التنافسية تجعل المنظمة استثنائية ومألوفة بالنسبة للآخرين".

وهنا لم يتم توضيح ما هي تلك المزايا الفريدة وكيف يمكن للمنظمة امتلاكها وتحقيقها.

- **تعريف الميزة التنافسية حسب الأستاذين سعد علي حمود العنزي، جواد محسن راضي:** " قدرة المنظمة على تحقيق التفوق على منافسيها من خلال إتاحة قيمة أفضل للزبائن، ويمكن أن يتحقق ذلك بعدة طرق منها التفوق على المنافسين في مجالات السعر أو الجودة، أو تحديد فرص سوقية جديدة لأجل خلق قيمة للزبائن قبل أن يفعل المنافسون ذلك، أو من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات الحاصلة على مستوى حاجات الزبائن" (راضي، 2009، صفحة 174).

هنا يركز الأستاذان على قدرة المنظمة على تحقيق التفوق على المنافسين من خلال تقديم قيمة أفضل للزبائن، لكن لم يتم توضيح ما هي القيمة التي يمكن أن تقدمها المنظمة وكيف يمكن تحقيق هذا التفوق بشكل أكثر تحديداً.

- **تعريف الميزة التنافسية حسب الأستاذ علي السلمي:** " الميزة التنافسية هي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومناافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم منافع إضافية وقيمة تتغلب على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون (السلمي، 2001، صفحة 104).

الأستاذ علي السلمي يربط الميزة التنافسية بالمهارات أو التقنيات أو الموارد المتميزة التي تمكن المنظمة من تقديم قيمة تفوق ما يقدمه المنافسون، إذ يبدو أن هذا التعريف أكثر تفصيلاً ويشمل مختلف الجوانب.

عموماً، فالميزة التنافسية هي العناصر أو العوامل التي تميز منتج أو خدمة أو مؤسسة عن منافسيها وتجعلها أكثر استقطاباً وجذباً للعملاء والمستهلكين وتحقيقها يحافظ على بقاء المؤسسة واستمرارها في السوق، إذ تساهم في زيادة حصتها في السوق وتحقيق الربحية. قد تكون الميزة التنافسية متعلقة بمنتج ذو جودة عالية أو تصميم فريد أو تكلفة منخفضة أو خدمة متميزة أو ابتكار تقني أو استخدام تكنولوجيا متقدمة أو رضا العملاء أو سرعة التسليم أو أي جوانب أخرى التي تجعل الشركة تبرز في سوق المنافسة.

الجدول 0-9 : مختلف التوجهات في تعريف الميزة التنافسية.

الباحث	التعريف	التوجه أو التركيز
الأنشطة	المجالات التي تتفوق فيها المؤسسة على منافسيها	Hofer, 1980,6
المكانة الذهبية	كل ما يميز المؤسسة أو منتجاتها بالإيجاب عن منافسيها من وجهة نظر الزبون النهائي	Fahey, 1989,18
الكلفة	قدرة المؤسسة على تقليص كلفتها الكلية وتحقيق عوائد أعلى من خلال السعر مقارنة بالمنافسين وتحقيق قيمة أكبر للزبون	Roppaport, 92,84
قيمة الزبون	القابلية على تقديم قيمة للزبون	Evans, 93,83
المنافسة	هي وسيلة تمكن المؤسسة من تحقيق التفوق في ميدان منافسيها مع الآخرين.	Macmalland& Tampo, 2000,81

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (البكري، 2008، صفحة 193)

من خلال الجدول رقم 2-9 يتضح أن الميزة التنافسية تخضع إلى اجتهادات مختلفة بحسب زاوية النظر إليها والتركيز عليه، وهذا ما يعكس صعوبتها ودرجة تعقدها واختلافها من منظمة إلى أخرى في كيفية استخدامها أو التعامل معها.

### ثالثاً: خصائص الميزة التنافسية

تتمثل خصائص الميزة التنافسية في:

- أن تتميز الميزة التنافسية بالاستمرارية والاستدامة، أي أن تحقق المؤسسة الأسبقية على المدى الطويل وليس على الأجل القصير؛
- أن تكون الميزة التنافسية نسبية مقارنة بالمنافسين أو بالمقارنة مع فترات زمنية مختلفة
- تتصف بالتجدد وفق ما تمليه البيئة الخارجية من ناحية، وقدرات المؤسسة الداخلية من ناحية أخرى:
- أن تتميز بالمرونة، أي انه يمكن إحلال ميزات تنافسية جديدة وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور موارد وإمكانيات المؤسسة.

- أن يتناسب استخدام هذه الميزات مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها على المدى القصير أو البعيد (عمارة سلمى، بارك نعيمة، 2018، الصفحات 6-7).

كما تتصف بما يلي (كافي، دون تاريخ نشر، صفحة 237):

- يتم اشتقاقها من رغبات الزبائن وحاجاتهم.
- تقدم الجزء الأهم في تنامي ونجاح الأعمال.
- توفر الصيغة الملائمة والفريدة بين موارد المؤسسة والفرص المتاحة في بيئة الأعمال.
- تعتبر بمثابة قاعدة للتعديلات اللاحقة.
- تتيح التوجيه والتحفيز لمختلف المؤسسات.
- تعطي صورة عن فعالية أداء المؤسسة لأنشطتها أو فيما تقدمه للعملاء أو الاثنين معا.
- تتميز بصعوبة تقليدها وطول مدة تحققها وبطيء زوالها عندما يتم تطويرها وتجديدها.

**المطلب الثاني: أنواع وأسس الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودة الميزة التنافسية.**

تتمثل الميزة التنافسية في قدرة المؤسسة على تحقيق تفوق على منافسيها من خلال تقديم قيمة فريدة ومميزة للعملاء، وتشمل هذه القيمة العوامل المختلفة مثل الجودة، والسعر، والابتكار، وخدمة العملاء، والتواصل، وغيرها...

وتحقيق الميزة التنافسية يساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تحقيق النجاح في السوق، وزيادة حصتها من العملاء، وتعزيز استدامتها على المدى الطويل.

وفيما يلي يتم عرض أنواع الميزة التنافسية في الفرع الأول، ثم أسس الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الثاني، أما الفرع الثالث فيتم تخصيصه لدراسة معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

**الفرع الأول: أنواع الميزة التنافسية**

تتمثل خصائص الميزة التنافسية وذلك حسب الدراسات التي قام بها الأخصائيين في هذا

المجال هذه الأنواع فيما يلي:

1. ميزة في التكلفة الأقل: هي قدرة المنظمة على إنتاج أو تسويق منتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة مع المنافسين ويتحقق ذلك عادة من خلال (شنيئة، 2019، صفحة 588):

- قدرة المؤسسة على تقديم منتجات أو خدمات بتكلفة أقل مما يقدمه منافسيها.
  - يمكن تحقيق ذلك أيضا من خلال تخفيض تكاليف الإنتاج أو تحسين كفاءة العمليات.
  - تحقيق اقتصاديات الحجم الكبير يمكن أن يؤدي إلى تقليل التكاليف الثابتة وزيادة الإنتاجية.
  - الاستفادة من الخبرة المتراكمة تسهم في تقليل التكاليف من خلال تحسين العمليات الإنتاجية.
  - كما يجب أن تتوافق ميزة التكلفة الأقل مع تحسين الجودة لضمان الحفاظ على التميز.
- ولكي تحقق المؤسسة هذه الميزة يجب عليها مراقبة التكاليف ببعض العناصر والتحكم بها مقارنة مع المنافسين، ومن بين هذه العناصر (منصوري، 2008-2009، صفحة 65):
- مراقبة التعلم أو التكوين: وهذا نتيجة لمجموعة من الجهود المبذولة من طرف الإطارات والمستخدمين على حد سواء، لذلك يجب ألا يتم التركيز على تكاليف اليد العاملة بل يجب مراقبة كل التكاليف المرتبطة بتكوين العاملين.
  - مراقبة الروابط: كي تتمكن المؤسسة من تحسين موقعها في ميدان التكاليف يجب عليها التعرف على الروابط الموجودة بين الأنشطة المنتجة للقيمة من جهة والعمل على استغلالها من جهة أخرى.
  - مراقبة اللاحق: وتتم هذه المراقبة من خلال اتباع طريقتين: الأولى: تجميع الأنشطة المنتجة للقيمة من أجل استغلال الإمكانيات المشتركة بينها. الثانية: نقل ومعرفة كيفية تسيير العمل في نشاط منتج للقيمة الى وحدات استراتيجية تمارس أنشطة مماثلة.

- مراقبة الرزنامة: حيث نجد في بعض القطاعات الأخرى من ينشط أولاً يستطيع امتلاك ميزة التكلفة، أما في القطاعات الأخرى المؤسسات التي منتظرة يمكنها امتلاك بعض ميزات في ميدان التكاليف سبب أن التكنولوجيا سريعة التغيير أو سبب دراسة سلوك المنافسين واكتشاف القوة والضعف لديهم.

- مراقبة التموضع: بحيث يكون له تأثير على عناصر عديدة مثل مستوى الأجور، فعالية الامداد وسهولة الوصول الى الموردين والمؤسسة التي تختار لأحسن المواضع يكون إمكانها امتلاك ميزة مهمة عن طريق التكاليف.

2. **ميزة تمايز المنتج:** يعني قدرة المؤسسة على تقديم منتج أو خدمة ذات خصائص متميزة ذات قيمة أكبر من نظيراتها من المنتجات من وجهة نظرا المستهلك (الجودة، خصائص الاستعمال، خدمات مابعد البيع... إلخ) وفي هذه الحالة يجب فهم المصادر المحتملة لتمييز المنتج من خلال سلسلة القيمة (عظيمي، 2010، صفحة 04). ويمكن تحقيق ميزة التمايز من خلال (خليل، 1998، صفحة 84):

- تقديم المنتج بجودة أفضل، وتضمين خصائص فريدة وخدمات إضافية له .
- فهم المصادر المحتملة لتمييز المنتج وتوظيف قدرات وكفاءات المؤسسة لتحقيق هذا التميز .
- يمكن أن يتضمن تمييز المنتج أيضاً تجربة فريدة للعملاء، مثل خدمات مميزة عن بُعد.

هذه الأنواع من الميزة التنافسية تدعم المؤسسات في الاستفادة من فرص التفوق في السوق من خلال تحقيق التكلفة الأقل أو تقديم منتجات متميزة وفريدة.

كما أنه من المهم معرفة بأنه يمكن للمؤسسة استخدام كلا النوعين من المزايا التنافسية في آن واحد لتعزيز مكانتها في السوق. علاوة على ذلك، فإن هذه المزايا التنافسية ليست ثابتة ويمكن أن تتطور بمرور الزمن بناءً على التغييرات في البيئة التنافسية و ما يفضله العملاء (خليل، 1998، صفحة 84).

## الفرع الثاني: أسس الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية نجد الكفاءة، الجودة، التجديد، الاستجابة لحاجات العميل والمعرفة، ويمكن لأي مؤسسة أن تتبنى هذه الأسس بغض النظر عن المجال الذي تنشط فيه أو المنتجات أو الخدمات التي تقدمها.

1. الاستجابة لحاجات العميل: لقد أصبح العميل أكثر انتقاء و أكثر تعقيدا في تحديد احتياجاته وتوقعاته من المؤسسات ومن ثم تحولت أهداف المؤسسات الرائدة إلى تحقيق الأسرع والأجود والأرخص، هو ما يفتح آفاق واسعة للمنافسة من خلال تحديث الأساليب والممارسات في خدمة العملاء ، إشباع احتياجاتهم ، تحقيق رغباتهم وضمان رضاهم عما تقدمه من سلع وخدمات ،حيث أن الاستجابة تتحقق لحاجات العميل من خلال فكرة التركيز عليه أي جعل العميل محور اهتمام المؤسسة من القاعدة إلى القمة في محاولة الإنصات له وإدراك احتياجاته (كافي، دون تاريخ نشر، صفحة 237).

2. الجودة: تعرف الجودة على أنها "مدى تطابق توقعات العملاء لأبعاد جودة السلعة/الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في المنتج المقدم لهم" (جميل، 2015، صفحة 145) ، وهنا يرغب الزبون في البحث عن الجودة الأفضل إلى جانب السعر المناسب (زياني، 2023، صفحة 534).

3. المعرفة: تحظى المعرفة بأهمية بالغة نظرا لكونها مطلب ضروري لإنجاز أي عمل، وتعتبر ميزة وثروة لمن يمتلكها ويحسن توظيفها.

فالمعرفة هي مجموع الأحكام والأفكار والحقائق والآراء والخبرات والمفاهيم والمبادئ التي يمتلكها إنسان أو مؤسسة، أو مجتمع عن ظاهرة ما، أو شيء ما للقيام بفعل ما، استنادا إلى منظور فكري و إدراكي، ومهارات وقدرات شخصية " (محمد أ.، 2014، صفحة 78)، وهي مصدر مهم لامتلاك الميزة التنافسية في ظل بيئة تنافسية مرتكزة على المعارف، ولذلك على المؤسسات أن تحسن استعمال هذا العنصر و أن تحافظ عليه من خلال مشاريع رسمة المعارف (كافي، دون تاريخ نشر، صفحة 238).

4. الإبداع: في إطار الحفاظ على بقائها والسعي في تطويرها، تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى توليد أفكار خارج الصندوق واستخدام الخيال والتخيل لتوليد أفكار جديدة وحلول مبتكرة لتحقيق الميزة التنافسية وتقوية مركزها التنافسي عن طريق

الإبداع الذي يعرف بأنه "التوصل طرح فكرة جديدة أو منتج جديد أو نظرية جديدة أو طريقة جديدة مع تطبيق هذه الأفكار والنظريات على المنتج ونشرها في أوسع مجال قصد تحقيق التميز عن باقي المنافسين" (سهيلة عباس، 2004، صفحة 150).

5. التحسين والتجديد والتطوير: لتضمن المؤسسة عدم قيام المنافسين بتقليد ميزتها التنافسية، عليها أن تسعى دائما إلى تجديدها وصيانتها وتطويرها بشكل يجعل من الصعب على المنافسين محاكاتها أو تقليدها مبقيا إياها محافظة على تفردا (زياني، 2023، صفحة 534).

### الفرع الثالث: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تحدد نوعية ومدى جودة الميزة التنافسية بثلاثة معايير هي:

#### أولاً: مصدر الميزة

يمكن ترتيب الميزة التنافسية وفق درجتين هما (خليل، نبيل مرسي، 1994، الصفحات 99-101):

1. مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة: مثل التكلفة الأقل لكل من قوة العمل والمواد الخام، إذ يسهل نسبيا تقليدها ومحاكاتها من قبل المؤسسات المنافسة.
  2. مزايا من مرتبة مرتفعة: مثل تميز المنتج (التميز والتفرد في تقديم منتج أو خدمة ذو نوعية معينة)، السمعة الطيبة بشأن العلامة استناداً إلى مجهودات تسويقية متراكمة، أو علاقات وطيدة مع العملاء محكومة بتكاليف تبديل مرتفعة.
- وتتصف هذه المزايا بعدد من الخصائص أهمها:

- يتطلب تحقيقها ضرورة توافر مهارات وقدرات ذات مستوى مرتفع مثل الأفراد المدربين تدريباً خاصاً، القدرات الفنية الداخلية، والعلاقات الوطيدة مع كبار العملاء؛
- تعتمد على تاريخ طويل من الاستثمارات المستمرة والمتراكمة في التسهيلات المادية، والتعلم المتخصص، والبحوث والتطوير، والتسويق... ويترتب على أداء هذه الأنشطة خلق مجموعة من الأصول الملموسة وغير الملموسة في شكل سمعة طيبة، علاقات وثيقة مع العملاء، وحصيلة من المعرفة المتخصصة...

ثانياً: عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة:

في حال اعتماد المؤسسة على ميزة واحدة فقط مثل تصميم المنتج بأقل تكلفة أو القدرة على شراء مواد خام رخيصة الثمن، فإنه يمكن للمنافسين تحييد أو التغلب على آثار تلك الميزة، أما في حال تعدد مصادر الميزة، فإنه يصعب على المنافس تقليدها جميعاً (Michael Porter, 1993, p. 117).

### ثالثاً: درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة التنافسية

تتحرك المؤسسات نحو خلق مزايا جديدة وبشكل أسرع قبل قيام المؤسسات المنافسة بتقليد أو محاكاة الميزة القائمة حالياً. لذا قد يتطلب الأمر قيام المؤسسات بتغيير المزايا القديمة وخلق مزايا تنافسية جديدة ومن مرتبة مرتفعة.

لا يكفي أن تحوز المؤسسة على ميزة تنافسية فحسب، بل يجب أن يكون بمقدورها معرفة أداء هذه الميزة والحكم على نجاعتها، ويكون ذلك بالاستناد إلى معايير معبرة يتم اختيارها وفقاً للقواعد المعمول بها في قطاع النشاط.

ويمكن للمؤسسة أن تثري هذه المعايير كلما دعت الضرورة إلى ذلك شريطة أن يؤدي ذلك إلى توضيح أدق وأسرع لأداء الميزة، حتى يتم اتخاذ القرار المناسب بشأنها، وتجنب هدر الجهد والموارد في ميزة لا تحقق هدفي التفوق على المنافس والوفرة الاقتصادية (Michael Porter, 1993, p. 117).

### المطلب الثالث: نموذج بورتر ومحددات الميزة التنافسية.

ان دراسة نموذج بورتر ومحددات الميزة التنافسية يتطلب التطرق الى نموذج بورتر للميزة التنافسية في الفرع الأول، ثم الى سلسلة القيمة في الفرع الثاني.

### الفرع الأول: نموذج بورتر للميزة التنافسية

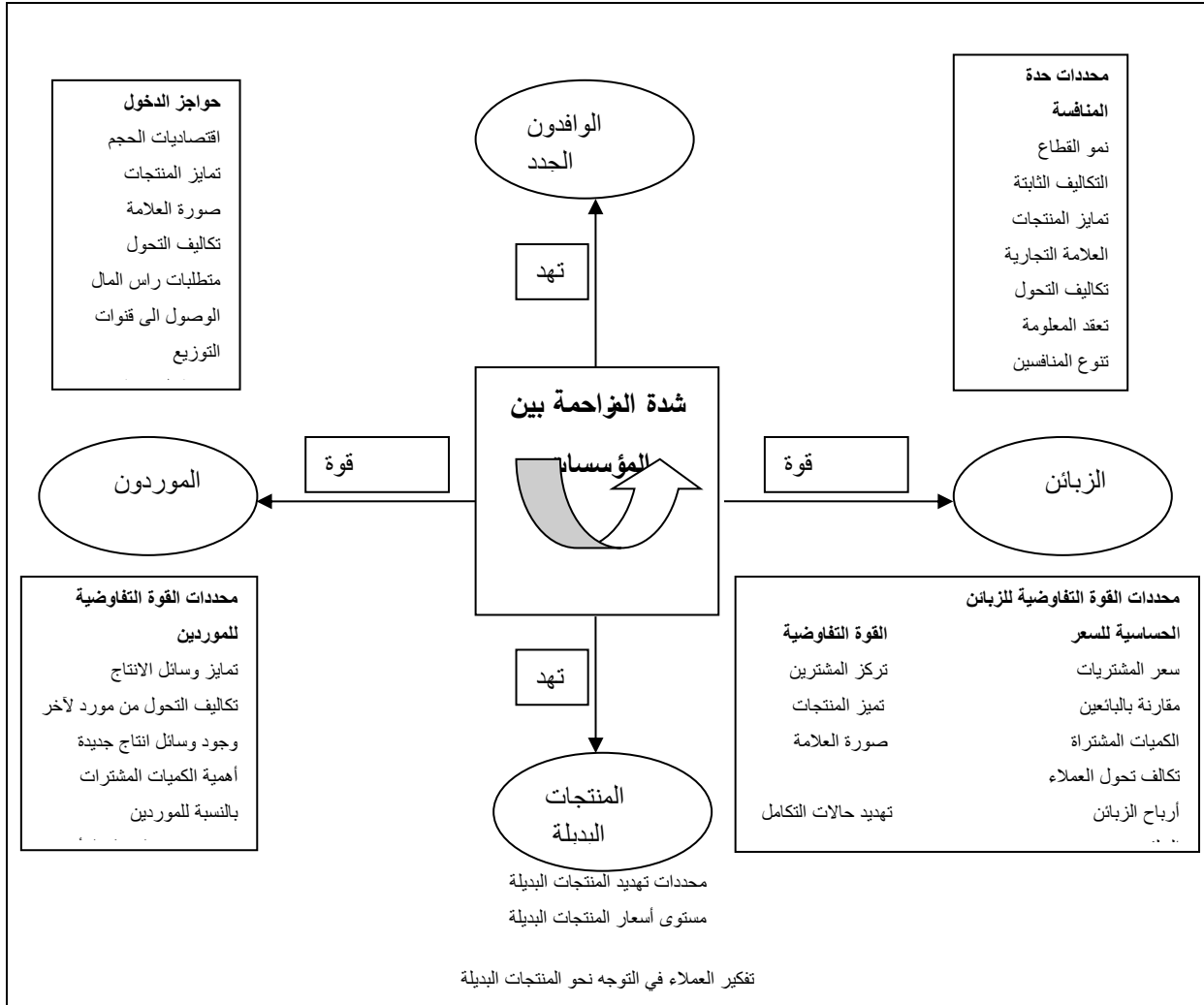
فيما يلي يتم دراسة تحليل قوى التنافس الخمسة لبورتر (PORTER):

تنشط المؤسسات في بيئة تتميز بالتغير المستمر، ومن ثمة يكون من الضروري معرفة مكوناتها الرئيسية، واتجاهاتها المستقبلية؛ كي يكون من الممكن التأثير فيها وتحديد آثارها سلبية كانت أم ايجابية، فالمؤسسات في الواقع لا تواجه منافسين ينشطون في نفس قطاع نشاطها فحسب، بل يتعدى ذلك إلى قوى أخرى بمقدورها التأثير على مردودية القطاع إيجابياً أو سلبياً، وتسمى هذه القوى بقوى التنافس.

وفي إطار فك الغموض عن العوامل ذات الأثر المباشر على المؤسسة في بيئتها

التنافسية أو ما يسمى أيضا محيط المؤسسة القريب أو المباشر، فلقد أسهم بورتر من خلال أعماله الرامية لوضع استراتيجية مناسبة لقواعد المنافسة المفروضة في السوق، في تحديد 5 قوى رئيسية كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل 0- 5 نموذج بورتر لقوى التنافس الخمس (05)



المصدر: (Porter, 2000, p. 17).

### 1. تهديدات الوافدون الجدد:

لمواجهة هذا النوع من المنافسة تعمل المؤسسة على تركيز نشاطها في بعض القطاعات التي تفرض حواجز أمام دخول قطاعات جديدة، حيث تكون لديهم الرغبة في اقتحام حصص السوق، وبهذا يؤثر في مردودية قطاع النشاط من خلال تخفيض أسعار العرض، أو ارتفاع تكاليف المؤسسات المتواجدة سلفا في القطاع. وتتحدد درجة خطورة الداخلين الجدد من خلال

نوعية حواجز الدّخول التي يفرضها قطاع النشاط (زغدار، 2011، صفحة 47)، وبناءً على ذلك يتضح ستة عوامل كبرى تشكل حواجز الدخول وهي:

- اقتصاديات الحجم : وتعني تلك الانخفاضات في التكلفة الوحديّة للمنتج (أو عملية، أو وظيفة تدخل في العملية الإنتاجية للمنتج)، والتي تتحقق عندما تكون الكمية المطلقة المنتجة ترتفع في الفترة وتعد اقتصاديات الحجم عاملاً حاسماً بالنسبة للداخلين الجدد، لأنها تضعهم بين أمرين، إما العمل على أساس إنتاج حجم كبير وينتظر خطر رد فعل قوي من قبل المؤسسات المنافسة، وإما العمل على أساس حجم إنتاج صغير فيتحمل الداخلون الجدد جراء ذلك تكاليف باهظة، بالنظر إلى أن عدد الوحدات ضئيل فتزداد التكلفة الوحديّة للمنتج، ويمكن أن نجد عامل اقتصاديات الحجم في كل وظائف المؤسسة، كالصنّيع، الشراء، البحث والتطوير، التسويق، الخدمات، استعمال قوة البيع والتوزيع... غير أنه بإمكان الداخلين الجدد تحديد أثر هذا العامل إذا ما امتلكوا تكنولوجيا متطورة، فينتقلون إلى اقتصاديات حجم من درجة عليا (زغدار، أحمد، 2011، صفحة 47).

- تمييز المنتج: ويعني ذلك أن المؤسسات المتوقعة بشكل جيد تملك صورة جيدة، وزبائن أوفياء؛ ويرجع ذلك إلى إشهار سابق، خدمات مقدّمة للزبائن، اختلافات في المنتج، أو لأن المؤسسة كانت السّابقة إلى هذا القطاع. ويشكّل التّمييز حاجزاً للدخول، حيث يتحمل الداخلون الجدد مصاريف باهظة؛ حتى يستقطبوا زبائن القطاع. ويؤدي هذا الجهد - عادةً - إلى خسائر في البداية، ويتطلب وقتاً طويلاً لصنع صورة خاصة بالمؤسسات الجديدة (عقون، 2013-2014، صفحة 61).

- الاحتياج إلى رأس المال: تضطر المؤسسات الجديدة، إلى استثمار موارد مالية معتبرة للدخول في المنافسة. وبخاصة إذا كانت رؤوس الأموال موجهة إلى الإشهار، أو البحث والتطوير، وكلاهما ينطويان على مخاطرة كبيرة لأنه يصعب التنبؤ بنتائجهما. وتتطلب تجهيزات الإنتاج، والمخزونات، وقروض الزبائن وتغطية خسائر الانطلاق أموالاً معتبرة أيضاً. وحتى إذا توفرت رؤوس الأموال في السوق المالية، فإنّ عملية الدخول تشكل مخاطرة لهذه الأموال، وهذا يعطي امتيازاً للمؤسسات المتواجدة في القطاع (زغدار، 2011، صفحة 47).

- تكاليف التّبديل: تلك التكاليف الآنية التي يجب أن يتحملها الزبون، نظير انتقاله من منتج مورّد إلى منتج مورّد آخر، ويمكن أن تشمل تكاليف التبديل: تكاليف تأهيل اليد العاملة، تكاليف التجهيزات الجديدة والملحقة، التكاليف المتعلقة بالزمن المستغرق للبحث أو قبول مصدر جديد للتموين، الاحتياج إلى المساعدة التقنية المقدمة من قبل المورد، تعديل المنتج، وحتى التكاليف الناجمة عن فقدان العلاقات والروابط مع الأشخاص. فإذا كانت تكاليف التبديل مرتفعة، فعلى الداخلين الجدد أن يبرهنوا على تقدم معتبر في ميدان التكاليف أو النتائج؛ حتى يقبل الزبون التخلي عن المؤسسات المتواجدة في القطاع (مليقة، 2004، صفحة 82).
- الوصول إلى قنوات التوزيع: بمجرد أن يفكر الداخلون الجدد في توزيع منتجاتهم، فهذا يشكل تحدّي ذاته حاجزاً للدخول. وباعتبار أن المؤسسات المتواجدة تشغل قنوات التوزيع لتصريف منتجاتها، فإن المؤسسات الجديدة مطالبة بإقناع القنوات بقبول تصريف منتجاتها، من خلال تقديم تخفيضات في الأسعار، مؤونات للإشهار... الخ. ويحدث أن يكون للمنافسين علاقات طويلة مع قنوات التوزيع، خدمات راقية، أو حتى علاقات خاصة جداً، تتيح لهم الاستحواذ على قنوات التوزيع. فإذا استعصى على الدّاخلين الجدد تخطي هذا الحاجز، فإنهم مطالبين بإنشاء قنوات توزيع خاصة بهم. (عقون، 2013-2014، صفحة 61).
- السياسة الحكومية: تلعب السياسة الحكومية دوراً في تشكيل حواجز الدّخول إلى قطاع نشاط معين، فبإمكانها أن تحفز عملية الدّخول، بتقديم تسهيلات جبائية مثلاً، أو تحوّل دون دخول المؤسسات الجديدة، كأن تفرض استعمال تكنولوجيا متقدمة لحماية المحيط من التلوث، والتي تتطلب استثمارات جديدة مكلفة (خليل، نبيل مرسي، 1994، صفحة 79).

## 2. شدة المزاحمة:

تأخذ المزاحمة بين المنافسين النشطين في القطاع أشكالاً من المناورات للحيازة على موقع متميز في السوق، بالاعتماد على خطط مبنية على المنافسة من خلال الأسعار، الإشهار، إطلاق منتج جديد، تحسين الخدمات والضمانات الملائمة للزبون. ويرجع وجود المزاحمة إلى أنّ هناك عدد من المنافسين يشعرون بأنهم مدفوعين إلى تحسين موقعهم، حيث

يرون إمكانية ذلك. وللعمليات التي تعتمد على المؤسسات ضد المنافسة أثارا مهمة على المنافسين، حيث تدفعهم إلى بذل الجهود للرد على هذه العمليات. وتوصف المزاومة في بعض القطاعات على أنها قوية، بينما توصف في قطاعات أخرى على أنها هادئة. وتتجم المزاومة الشديدة عن تظافر عدد من العوامل الهيكلية والمتمثلة في (مليكة، 2004، صفحة 82):

- عدد المنافسين في القطاع: عندما يكون عدد المنافسين كبيراً، فإن بعض المؤسسات تفكر في أن تعتمد بعض العمليات دون أن تلفت الانتباه. وعلى العكس من ذلك، فعندما يكون القطاع مركزاً أو مسيطراً عليه من قبل مؤسسة أو عدد قليل من المؤسسات، فإنه لا يوجد إطلاقاً لإمكانية السهو عن القوى النسبية، حيث بمقدور المؤسسات الكبيرة فرض منطقتها ولعب دور هام في التنسيق داخل القطاع من خلال وضع سعر مرجعي (زغدار، 2011، صفحة 47).
- بطء نمو قطاع النشاط: يُحوّل بطء نمو قطاع النشاط، المنافسة إلى عملية تقاسم للسوق بالنسبة للمؤسسات التي هي بصدد التوسع، فالمنافسة التي تنصب على حصص السوق، تكون أكثر شدة من تلك التي فيها نمو القطاع سريع، حيث يضمن للمؤسسات إمكانية تحسين نتائجها من خلال استغلال كل مواردها المالية والبشرية؛ لتتطور موازاة مع وتيرة نمو القطاع (خليل، نبيل مرسي، 1994، صفحة 65).
- التكاليف الثابتة: للتكاليف الثابتة أثراً كبيراً على قطاع النشاط، فعندما تُواجه شركة ما بتكاليف ثابتة مرتفعة، فإن نقطة تعادلها ترتفع إلى نسبة كبيرة من الطاقة الكاملة. وإذا لم يتم إنجاز هذا المستوى من التشغيل فإن رد الفعل الطبيعي هو تقديم تسهيلات مغرية جداً للمستهلكين حتى يمكن زيادة الطلب. ففي حالة خطوط الطيران حيث تكون الرحلات غير مكتملة العدد ولغرض تغطية الأعباء الثابتة، فقد يضطر مديرو الطيران إلى اتخاذ عدة سبل مثل تخفيضات أسعار التذاكر، تقديم كافة أنواع المغريات، وإتباع تحركات تنافسية أخرى بغرض جذب المسافرين، وذلك على الرغم من تدهور الأداء الكلي للصناعة (المحسن، 2001، صفحة 158).
- غياب التمييز: يشجع المنتج النمطي على وجود منافسة حادة، باعتبار أن المنافسين يملكون نفس المنتج، وعندها يستند الزبون في اختياره إلى السعر وجودة الخدمات

المرافقة. ومن ثمة يركّز المنافسون على هذين العنصرين، فتشتد المنافسة أكثر فأكثر (خليل, نبيل مرسي, 1994, صفحة 65).

- الرّفْع من الطّاقة الإنتاجية: يؤدي الرّفْع من الطّاقة الإنتاجية من قبل مجموعة من المؤسسات؛ قصد الاستفادة من اقتصاديات الحجم في فترة معينة، إلى انخفاض أسعار المنتجات، وبالتالي انخفاض ربحية القطاع في تلك الفترة (خليل, نبيل مرسي, 1994, صفحة 65).

- منافسون مختلفون في التّصور: إن الاختلاف في استراتيجيات وأهداف المؤسسات، يضيف على أفعالها وردود أفعالها نوعاً من الضبابية، فيصعب التنبؤ بالقرارات والإجراءات التي تتخذها في قطاع النشاط. الآتية (سيد, 1996, صفحة 04).

- حواجز الخروج: هي تلك العوامل الاقتصادية والاستراتيجية، التي تمنع أو تؤخّر خروج المؤسسة من القطاع، بالرغم من ضعف أو سلبية مردودية الاستثمارات. ويمكن حصر المصادر الأساسية لهذه الحواجز فيما يلي (وجارث, 2001, صفحة 150):

✓ أصول متخصصة: تُعتبر حاجزاً للخروج؛ لأن قيمتها السوقية ضئيلة؛ ويرجع ذلك إلى ارتباطها بنوع معين من النشاط أو بمنطقة جغرافية معينة.

✓ القيود الحكومية والاجتماعية: تتجسد في عمليات المنع أو الحث، التي تفرضها الحكومة على المؤسسات؛ بغية المحافظة على مناصب العمل، والاطمئنان الاجتماعي. ومن ثمة تؤخر أو تلغي قرار الانسحاب.

✓ الحواجز العاطفية: يحدث أن يتماطل المسيرين في اتخاذ قرار الانسحاب؛ لأنهم يشعرون بالمسؤولية تجاه المُستخدّمين، ويخافون على مسارهم المهني.

✓ الاعتبارات الاستراتيجية: يحدث أن يكون للمؤسسة المنسحبة، علاقات استراتيجية مع مؤسسات تنتمي إلى نفس المؤسسة الأم. وبالتالي فإن الانسحاب قد يؤثر على صورة هذه الأخيرة، قدرتها التسويقية، وكذا على سمعتها في السوق المالية. وهنا قد تعطي المؤسسة الأم الأهمية لاستراتيجية البقاء وهذا يؤخر عملية الخروج.

### 3. تهديدات المنتجات البديلة:

تدخل المؤسسات في منافسة مع مؤسسات أخرى تنتج منتجات بديلة، حيث تقلص هذه الأخيرة من المردودية المحتملة للقطاع.

ويمكن التعرف على المنتجات البديلة وفقاً لبورتر، من خلال البحث عن المنتجات التي بإمكانها تأدية نفس وظيفة منتج القطاع بوضع سقف على الأسعار التي من الممكن أن تطلبها المؤسسات في الصناعة والتي من الممكن أن تحقق لها أرباحاً (المحسن، 2001، صفحة 159).

قد تكون وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة مرتبطة بعمليات جماعية من قبل القطاع، فمثلاً إذا لم تتمكن العملية الإشهارية المعتمدة من قبل مؤسسة واحدة، الحفاظ على وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة، فإنّ الإشهار المكثف والمدعم من قبل مجمل مؤسسات القطاع، قادراً على تحسين الوضعية الجماعية. ونفس الأمر ينطبق على مجالات التحسين الأخرى، كالجودة، جهود الاتصال، والمحاولات الرامية إلى ضمان انتشار واسع للمنتج. أما المنتجات التي يجب أن تكون محل مراقبة هي تلك التي يتجه تطورها نحو تحسين العلاقة جودة - سعر مقارنة بمنتج القطاع، أو بتلك المنتجات التي تصنع من قبل قطاعات، حيث الربحية مرتفعة (لخسلي، 2023).

#### 4. قوة تفاوض الزبائن:

يجتهد الزبائن لتخفيض أسعار القطاع، والتفاوض بشأن خدمات جيدة ومنتجات بأحسن جودة، وتكون هذه العملية على حساب مردودية القطاع، وترتبط قوة الزبائن في القطاع، بعدد من الخصائص المتعلقة بوضعيتهم في السوق، وكذا بالأهمية النسبية لمشترياتهم من القطاع، وتتأثر قوة الزبائن التفاوضية بالعناصر الآتية (سيد، 1996، صفحة 03، 04):

- حجم المشتريات من المؤسسة: إذا شكلت مشتريات الزبون حصة مهمة من رقم أعمال البائع، فإن لعمليات الزبون تأثيراً كبيراً على نتائج هذا الأخير، فتزداد بذلك قوة الزبون التفاوضية.
- منتجات القطاع تمثل حصة مهمة من تكاليف الزبون: يميل الزبون إلى إنفاق الموارد الضرورية؛ للحصول على معلومات عن القطاع؛ حتى يتمكن من الحيازة على أسعار ملائمة، والقيام بمشتريات انتقائية، وفي حال المنتج المباع من قبل القطاع لا يمثل سوى جزءاً بسيطاً من تكاليف الزبون، فإن هذا الأخير يكون - عموماً - أقل حساسية للسعر.
- نمطية منتجات القطاع: تسمح نمطية منتجات القطاع، للزبائن أن ينتقلوا من بائع إلى

- آخر دون صعوبة؛ لأن الباعة يملكون نفس المنتج، حيث لا يمكن التمييز فيه. ومن ثمة يفرض الزبائن تنازلات على الموردين، فتزداد بذلك قوتهم التفاوضية.
- ضعف ربحية الزبائن: يدفع ضعف ربحية الزبائن إلى تخفيض تكلفة المشتريات، فيبدون تشددا في المفاوضات؛ حتى يحافظوا على هامش الربح. وعموما عندما تكون مرد ودية القطاع معتبرة، فإن الزبائن لا يبدون اهتماما كبيرا للسعر، شريطة ألا يمثل المنتج حصة مهمة من تكلفة مشترياتهم. وعليه فإنه بإمكان الزبائن اعتماد نظرة طويلة المدى، والتي مفادها الحفاظ على الصحة التجارية لمورديهم؛ قصد استمرارية الروابط معهم واستثمارها مستقبلا.
  - الزبائن يشكلون تهديدا للتكامل الخلفي: إذا كان الزبائن يشكلون خطرا على التكامل الخلفي، فإن بمقدورهم اشتراط تنازلات أثناء التفاوض. وتعمد المؤسسات الكبيرة إلى استعمال التكامل الخلفي كسلاح للتفاوض؛ حيث أنها تنتج بنفسها بعض العناصر الداخلة في صنع منتجاتها. وتتيح هذه العملية معرفة مفصلة لتكاليف المورد، حيث يساعد ذلك على تعزيز الموقف التفاوضي. ويمكن تحييد قوة الزبائن التفاوضية -ولو جزئيا- إذا شكلت مؤسسات القطاع تهديدا للتكامل الأمامي في قطاع الزبائن.
  - امتلاك الزبون لمعلومات كاملة: التنافس يُساعد المؤسسات على فهم مدى جاذبية الصناعة ومكانتها فيها، وبناءً على هذا التحليل يمكن للمؤسسة اتخاذ استراتيجيات متعددة لتعزيز ميزتها التنافسية وتحقيق التفوق في السوق (اسماعيل، 2015، صفحة 66).

#### 5. قوة تفاوض الموردين:

- وتتمثل في قدرة الموردين على التحكم في أسعار المواد الأولية أو النصف مصنعة وفي آجال تسليمها، وفي فرض شروط معينة للبيع، وتتوقف درجة هذه القدرة التفاوضية على عدة عوامل نذكر منها (مليكة، 2004، صفحة 83):
- درجة أهمية سلع المورد بالنسبة للمؤسسة: فكلما كانت المواد الأولية أو النصف مصنعة، ذات أهمية بالنسبة للمؤسسة، زاد ذلك في القدرة التفاوضية للمورد.
  - درجة أهمية المؤسسة بالنسبة للمورد: فكلما نقصت درجة أهمية المؤسسة بالنسبة للمورد (أي لا تشكل زبون مهم له زاد ذلك في قدرته التفاوضية).

- عدم وجود سلعة إحلالية للموردين الآخرين الشيء الذي سيزيد في القدرة التفاوضية لهؤلاء الموردين.

وحتى تكون المؤسسة في وضعية قوية للتفاوض، لا بد أن يكون لديها فائض في المنتجات، وأن تتبع استراتيجية تنوع مصادر التمويل مما يقلل درجة التبعية للموردين.

الفرع الثاني: سلسلة القيمة

أدى الاهتمام بموضوع خفض التكلفة في الآونة الأخيرة إلى استحداث الأساليب الملائمة تحقيقاً لذلك الغرض تحت ضغط المنافسة سعياً لتحقيق التميز، وفي هذا السياق ظهر أسلوب تحليل سلاسل القيمة كأحد الأساليب لخفض التكلفة لما لهذا الأسلوب من مزايا تتجلى في التميز بين الأنشطة التي تضيف قيمة وتلك الأنشطة التي لا تضيف قيمة، وبهذا التميز يصبح بالإمكان وضع اليد على أماكن الخلل لمعالجتها، وأماكن التميز لتعزيزها. حيث سنتطرق في هذا الفرع إلى تعريف سلسلة القيمة أولاً، مروراً إلى نموذج سلسلة القيمة ثانياً.

**أولاً: تعريف سلسلة القيمة:**

يعود ظهور فكرة تحليل سلسلة القيمة لأول مرة إلى سنة 1985 كطريقة لعرض بناء القيم للمستهلك النهائي، وذلك اعتماداً على سلسلة الأنشطة المسؤولة عن إنتاج السلع والخدمات، وتم وصف سلسلة القيمة حينذاك على أنها الأنشطة الداخلية التي تتعلق بتصميم وإنتاج وتسويق وتسليم وتدعيم المنتج، ومع اتساع مفهوم نطاق العمليات التي تتناولها سلسلة القيمة، أصبحت تشتمل سلسلة القيمة على مجموعة الأنشطة المترابطة المسؤولة عن خلق القيمة بدءاً من مصادر الحصول على المواد الخام من الموردين وانتهاءً بتسليم المنتجات للمستخدم النهائي (أقاسم، 2010، صفحة 04).

وبذلك يمكن تقييم التعاريف التي تناولت سلسلة القيمة بحسب وجهة النظر التي تناولتها إلى ما يلي:

1. تعريف سلسلة القيمة حسب الاستاذ بورتير Porter: " عمليات داخلية أو أنشطة داخلية لتصميم وإنتاج وتسويق وتوصيل المنتج" (مباتي، 2016-2017، صفحة 74).

يعكس هذا التعريف تركيزاً على العمليات الداخلية والأنشطة التي تساهم في إنشاء وتسويق المنتجات، ومع ذلك قد يكون النقص فيه هو عدم توضيح كيفية تحقيق التفوق التنافسي أو التميز من خلال تلك العمليات الداخلية.

2. تعريف سلسلة القيمة حسب كل من لـ "M" Dater & ,Horngren. T Foster. G " :  
وظائف تنظيم الأعمال المتتابعة التي تضيف قيمة إلى السلع و الخدمات التي تنتجها"  
(أقاسم، 2010، صفحة 04) .

يشير هذا التعريف إلى أهمية تسلسل العمليات التنظيمية وكيفية إضافة القيمة خلال تلك العمليات، ومع ذلك قد يكون النقص فيه في عدم التركيز على تحليل المزيد من التفاصيل حول كيفية تحقيق تلك القيمة بشكل محدد.

3. تعريف سلسلة القيمة حسب الأستاذ سعد غالب ياسين: " تقنية تستخدم لتحليل الأنشطة الرئيسية في المؤسسة، وذلك بهدف تحديد مصادر الميزة التنافسية، وبالتالي معرفة عناصر القوة والضعف الداخلية الحالية والمحتملة أيضاً، حيث تعتبر المؤسسة من منظور هذا النموذج عبارة عن سلسلة من الأنشطة التي تضيف قيمة إلى منتجاتها أو خدماتها" (ياسين، 1998، صفحة 139).

يُظهر هذا التعريف أهمية تحليل الأنشطة الرئيسية وتحديد مصادر الميزة التنافسية، ولكن قد يكون النقص فيه هو عدم ذكر كيفية تطبيق هذا التحليل بشكل عملي وتحديد الخطوات اللازمة لتحقيق المزيد من القوة والتفوق.

4. تعريف سلسلة القيمة حسب الاستاذ حسين عيسى: "مجموعة من الأنشطة المترابطة المولدة للقيمة على مستوى المنتج ككل من مصادر الحصول على المواد الأولية من موردي المكونات وحتى تسليم المنتج النهائي" (عيسى، 2000، صفحة 52).

يُسلط هذا التعريف الضوء على تسلسل الأنشطة المولدة للقيمة على مستوى المنتج، ومع ذلك قد يكون النقص فيه هو عدم توضيح كيفية تحسين هذه الأنشطة لتحقيق تحسينات ملموسة في جودة المنتجات وكفاءة العمليات.

ومن خلال ما تم التطرق إليه يمكن إعطاء تعريف شامل لسلسلة القيمة على أنها تسلسل مترابط من الأنشطة والعمليات التي تشمل تصميم واستحصال الموارد وتحويلها

وتسويق المنتجات أو الخدمات، بهدف خلق وتقديم قيمة متميزة للعملاء، تهدف هذه الأنشطة إلى تحسين الجودة والكفاءة وتقديم تجربة إيجابية للعملاء، مع التركيز على تحقيق الميزة التنافسية من خلال التفوق في مختلف مراحل إنشاء وتسليم المنتج أو الخدمة".

### ثانياً: نموذج سلسلة القيمة

لقد أعطى مايكل بورتر Porter... نموذجاً لسلسلة القيمة بشكل عام والذي يظهر فيه الهامش الذي تحققه المؤسسة والذي يمثل الفرق بين الإيراد المتحقق للأنشطة وتكلفة إنجاز هذه الأنشطة إلى جانب قائمة بها تسعة عمليات قاعدية، خمسة "أساسية" الإمداد الداخلي، الإنتاج (العمليات)، الإمداد الخارجي، التسويق والمبيعات، الخدمات (ما بعد البيع) بالإضافة إلى أربعة عمليات للدعم التموينات (التدبير)، التطوير التكنولوجي، تسيير الموارد البشرية، الأنشطة العامة للبنية التحتية (زواطي، محمد، 2020، صفحة 304)، ويمكن إيضاحها بالشكل التالي:

الشكل 0- : نموذج سلسلة القيمة



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (زواطي، محمد، 2020، صفحة 304)

الفرع الثالث: محددات الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

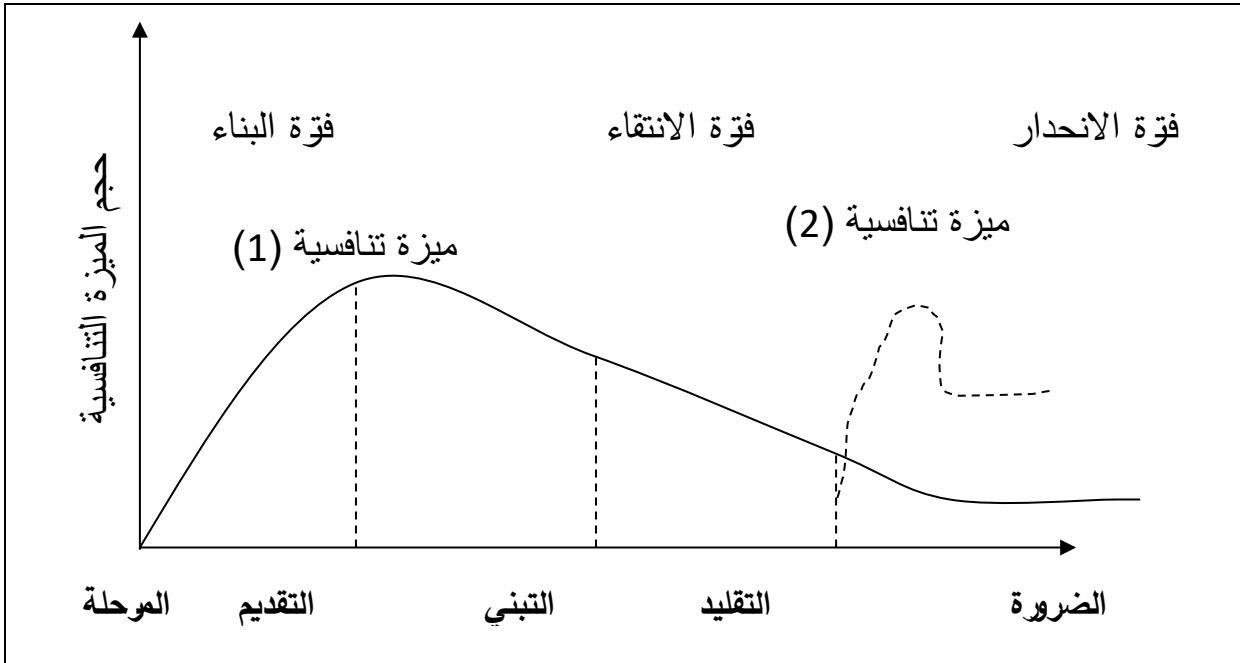
تحدد الميزة التنافسية للمنظمات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال متغيرين أو بعدين هامين وهما حجم الميزة التنافسية ونطاق التنافس (الدين، دون تاريخ نشر، صفحة 86):

وفيما يلي استعراض سريع لأهم ملامح هذين البعدين:

1. البعد الأول: حجم الميزة التنافسية.

إن للميزة التنافسية سمة أساسية للاستمرارية لأي منظمة، وهذا من أجل الحفاظ على تكاليف منخفضة أو التميز في منتجاتها مقارنةً بالمنافسين، كلما كانت هذه الميزة أكبر، كلما استدعت مزيداً من الجهد للمنافسين للتفوق عليها أو تقليل تأثيرها. وهذا ينطبق أيضاً على دورة حياة الميزة التنافسية، حيث تتغير وتتطور مع الزمن بنفس الطريقة التي تتغير بها دورة حياة المنتجات الجديدة.

الشكل 0- : دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (خليل، 1998، صفحة 86)

1. المرحلة الأولى : تمثل فترة بناء أو تقديم الميزة التنافسية وقد تكون هذه الفترة قصيرة أو طويلة، تبعاً إلى خصوصية المنظمة أو المنتجات التي تقدمها وطبيعة السوق التي تعمل

بها حجم المنافسة السائدة فيها، وكلما طالت فترة البناء كلما تطلب المزيد من الاستثمارات واستخدام تكنولوجيا متقدمة تتيح لها فرصة التفوق على منافسيها في ذات الصناعة، بقدر علق الأمر بالجانب التسويقي فإن بناء الميزة التنافسية في هذه الفترة يتطلب توافق كبير مع عناصر المزيج التسويقي، لما لها من أثر كبير على زيادة حجم تأثير الميزة التنافسية في السوق وارتفاع المنحى بأقل فترة زمنية ممكنة، ويتأثر الأمر بشكل خاص في عنصر التوزيع ومدى الدعم المتحقق من قبل الوسطاء والموزعين لتعزيز الميزة التنافسية، وكذلك الأمر بالجانب الترويجي والمؤشر بفاعلية الحملات وتأثيرها في الجمهور والسوق المستهدف، فضلاً عن عمليات التخطيط للمنتج وسياسات التسعير المعتمدة (البكري، 2008، صفحة 194).

وفي ضوء التحليل السابق يتضح أن تحقيق الميزة التنافسية يتم في حالة إتباع المنظمة استراتيجية تنافس محققة للقيمة، ويشترط في نفس الوقت ألا يتم إتباع مثل هذه الاستراتيجية من جانب أي من منافسيها الحاليين أو المحتملين مستقبلاً، ومن جانب آخر يتم تحقيق الميزة التنافسية المتواصلة عندما تقوم الشركة بتنفيذ استراتيجية تنافس محققة للقيمة، وبحيث تستوفي في معيارين هما:

- عدم تطبيق هذه الاستراتيجية من جانب أي من منافسيها الحاليين أو المحتملين مستقبلاً.
  - عدم قدرة الشركة المنافسة الأخرى على تحقيق نفس مزايا تلك الاستراتيجية.
- ويمكن القول بأن هناك ثلاث شروط أساسية لكي تؤدي الميزة التنافسية إلى تحسين الأداء المالي والتنافس للشركة وهي (مباتي، 2016-2017، الصفحات 67-68):
- أن تكون الميزة بدرجة من الكبر بحيث تمكن الشركة من تحقيق مزايا أو منافع كبيرة في حالة الدخول في سوق أو قطاع معين من السوق.
  - أن تكون مستمرة ومتواصلة نسبياً، وبمعنى عدم إمكانية تقليدها بسهولة من جانب الشركات المنافسة الأخرى.
  - أن يكون أثرها ملموساً وملحوظاً.

2. المرحلة الثانية (مرحلة التنبؤ): حيث تظهر الميزة بشكل مستقر نسبياً في الانتشار، نظراً لتركيز المنافسين عليها، وهنا تكون الوافرات الحالية هي الأقصى الممكن.

3. المرحلة الثالث (مرحلة التقليد): في هذه المرحلة تتراجع حجم الميزة تدريجيًا نتيجة تقليد المنافسين لها، مما ينتج عنه تراجع في الأثر الذي كانت تحققه الميزة للمنظمة. هذا الانخفاض يأتي بسبب تبني المنافسين لها، مما يقلل من الفوارق التي كانت تمتلكها الميزة. يصبح الوضع هنا هو تراجع الأسبقية التي كانت للمنظمة مع تراجع الوفرات المحققة (الرحمن، 2014، صفحة 118).

4. المرحلة الرابعة (مرحلة الضرورة): في هذه المرحلة تظهر الحاجة الماسة لتحسين الميزة الحالية وتطويرها بشكل سريع، أو إنشاء ميزة جديدة تعتمد على أسس مختلفة تمامًا عن أسس الميزة الحالية، في حال عدم قدرة المنظمة على التحسين أو اكتساب ميزة جديدة، فإنها تخسر أسبقيتها تمامًا، وفي هذه الحالة يكون من الصعب جدًا استعادة التنافسية من جديد، حيث أن هذه المرحلة تعكس لحظة الحسم والاضطرار للتجديد والابتكار للحفاظ على مكانتها في السوق. وفي حال فشلت في هذه المرحلة، يمكن أن تتعرض المنظمة لفقدان مكانتها التنافسية بشكل كامل، مما يجعل من الصعب عليها العودة والتنافس من جديد (الرحمن، 2014، صفحة 119).

#### ثانياً: البعد الثاني- نطاق التنافس أو السوق المستهدف-

يمثل نطاق التنافس أو السوق المستهدف مدى اتساع أنشطة وعمليات المنظمة لتحقيق مزايا تنافسية. يمكن لنطاق النشاط الواسع أن يفضي إلى تحقيق وفورات في التكلفة عن طريق الاستفادة من تسهيلات الإنتاج المشتركة، والاستفادة من خبرة فنية موحدة، واستخدام نفس قنوات التوزيع لخدمة قطاعات سوقية مختلفة أو مناطق متباينة أو حتى صناعات مترابطة. في حالات مثل هذه يتحقق مفهوم اقتصاديات النطاق، خصوصًا إذا كانت هناك علاقات متداخلة ومترابطة بين القطاعات السوقية أو المناطق أو الصناعات التي تشملها عمليات المنظمة.

ومن ناحية أخرى، يُمكن للنطاق الضيق أن يحقق ميزة تنافسية عن طريق التركيز على قطاع سوقي محدد وخدمته بتكلفة أقل أو بتقديم منتج مميز يتناسب معه. هناك أربعة أبعاد لنطاق التنافس، يمكن أن تؤثر على الميزة التنافسية وهي (خليل، 1998، صفحة 88):

- القطاع السوقي.
- النطاق الرأسي.

- النطاق الجغرافي.
- نطاق الصناعة.

الجدول 0-10 : الأبعاد المحددة لنطاق التنافس

نطاق التنافس أو السوق	الشرح
نطاق القطاع السوقي ( segment scope )	يعكس مدى تنوع مخرجات المنظمة والعملاء الذين يتم خدمتهم، حيث يُختار بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.
2. النطاق الرأسي ( vertical scope )	يعبر عن مدى أداء المنظمة لأنشطتها داخليًا (مثل قرارات التصنيع) أو خارجيًا باستخدام مصادر التوريد المتنوعة (مثل قرارات الشراء). يُسهم التكامل الرأسي العالي في تحقيق ميزة تكلفة أو تمييز، لكنه قد يقلل من المرونة في تغيير مصادر التوريد (أو منافذ التوزيع في حالة التكامل الرأسي الأمامي).
النطاق الجغرافي ( geographic scope )	يعكس عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تتنافس فيها الشركة و يسمع النطاق الجغرافي للشركة بتحقيق مزايا تنافسية من خلال المشاركة في تقديم نوعية واحدة من الأنشطة و الوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة ( أثر مشاركة الموارد ). و تبرز مدى أهمية هذه الميزة بالنسبة للشركة التي تعمل حاليا على نطاق عالمي أو كوني، حيث تقدم منتجاتها أو خدماتها في كل ركن من أركان العالم.
نطاق الصناعة ( industry scope )	يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل فيها المنظمة، حيث يُظهر الارتباطات بين الأنشطة المختلفة في صناعات متعددة، مما يُمكن المنظمة من تحقيق اقتصاديات مهمة من خلال العمليات المشتركة كقضايا الشراء والإنتاج ومنافذ التوزيع.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (خليل، نبيل مرسي، 1994، صفحة 88)

يبين الجدول أعلاه الأبعاد المحددة لنطاق التنافس حيث يمثل نطاق التنافس أو السوق المستهدف مدى اتساع أنشطة وعمليات المؤسسة لتحقيق مزايا تنافسية إذ ينقسم نطاق التنافس إلى أربعة أبعاد بإمكانها التأثير على الميزة التنافسية كما تم توضيحه.

### المبحث الثالث: علاقة بيئة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بميزتها التنافسية.

يتمثل مناخ الأعمال في مختلف الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي تزاوُل فيها المؤسسات نشاطها، فهو مقياس يقيم الثقة وتوقعات النمو والآفاق الاقتصادية في بلد أو منطقة معينة، فبالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يمكن أن يكون لمناخ الأعمال تأثير كبير على نجاحها ونموها، فإن كان ملائماً فبإمكانه توفير فرصاً للنمو وزيادة الطلب وبيئة تنظيمية أكثر ملاءمة لهذا النوع من المؤسسات مما يؤدي إلى تشجيع الاستثمار والابتكار وتوسيع الأعمال التجارية.

من ناحية أخرى، يمكن لمناخ الأعمال غير الملائم أن يمثل تحديات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فيمكن لعوامل مثل التقلبات الاقتصادية وعدم الاستقرار السياسي والقوانين المفرطة وصعوبة الحصول على التمويل والمنافسة الشديدة أن تحد من قدرة مختلف أنواع المؤسسات على الازدهار.

من المهم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مراقبة مناخ الأعمال والتكيف وفقاً لذلك، فقد يشمل ذلك تطوير استراتيجيات التخفيف من المخاطر، وتنويع الأسواق المستهدفة، والبحث عن فرص للابتكار، فمناخ الأعمال له دور مهم في نجاح هذا النوع من المؤسسات، وغالباً ما تهدف تدابير تحسين مناخ الأعمال إلى تعزيز القدرة التنافسية وجاذبية الشركات العاملة في منطقة معينة.

وعليه يتم تقسيم المبحث كما يلي:

➤ المطلب الأول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أية علاقة بمناخ الأعمال؟

➤ المطلب الثاني: تأثير مكونات مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

### المطلب الأول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أية علاقة بمناخ الأعمال؟

رأينا في الفصل الأول بأن مناخ الأعمال هو مجموعة من الظروف التي تفرض نفسها في محيط المؤسسة الخاصة عموما والمستثمرين في ظل وجود المنافسة، تضم مختلف العوامل الاقتصادية، السياسية، القانونية، الاجتماعية والثقافية...، والمتجلية في الإجراءات ذات العلاقة بالملكية الفكرية، استخراج التراخيص، الحصول على القروض، نظام الضرائب، البنى التحتية... الخ، تتدخل ابتداء من إنشاء المؤسسة، مرورا بمشاريع التوسعة، وصولا إلى عملية التصفية، فتكون إما محفزة لهم أو معرقة لنشاطهم، أي أن توفر مناخ الأعمال الجيد يحد من التكاليف والمخاطر ويوفر فرصا للنمو والتطوير للمؤسسات، وخاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منها.

وعليه يتم دراسة علاقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمحيط الذي تنشط فيه في الفرع الأول، ثم أوجه العلاقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومحيطها في الفرع الثاني، ومناخ أعمال المؤسسة جزء من محيطها في الفرع الثالث، ثم الفرق بين محيط المؤسسة ومناخ الأعمال في الفرع الرابع.

### الفرع الأول: علاقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمحيط الذي تنشط فيه.

المؤسسات ليست لوحدها في محيطها فهي تعمل وتتفاعل مع العديد من المصالح والأطراف وتتأثر بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية خارجها، هذه الأخيرة بإمكانها أن تؤثر على عملها وأدائها واستدامتها على المدى الطويل، قد يشمل ذلك العوامل التكنولوجية والتنافسية وحتى البيئية.

### أولا: محيط المؤسسة.

حيث وبحسب Roland De Bruecker المختص في علم المنظمات "يعرف محيط المؤسسة بالنسبة لكل شيء يقع خارجها: التكنولوجيا، طبيعة المنتجات، العملاء والمنافسون الآخرون، المنظمات، والمناخ السياسي والاقتصادي، الخ" (Bruecker, 1995, p. 26).  
 إذن، يشير محيط المؤسسة إلى البيئة الخارجية المحيطة بها والتي تؤثر على عملها وكذا أدائها، يشمل محيط المؤسسة العوامل الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والسياسية والبيئية التي يجب أخذها في الاعتبار عند اتخاذ القرارات ووضع استراتيجيات المؤسسة،

فهي تتأثر بشكل سواء مباشر أو غير مباشر بتغيرات وتحولات محيطها، ومن غير الممكن عدم التفاعل مع هذه العوامل والتكيف معها من أجل البقاء والنمو والنجاح في السوق. محيط المؤسسة أيضا يتجلى في جميع العوامل خارج المؤسسة والتي لها تأثير مباشر أو غير مباشر عليها، هناك ثلاثة أبعاد بشكل عام (<https://www.tifawt.com/entreprenariat/environnement-de-lentreprise/>, s.d.)

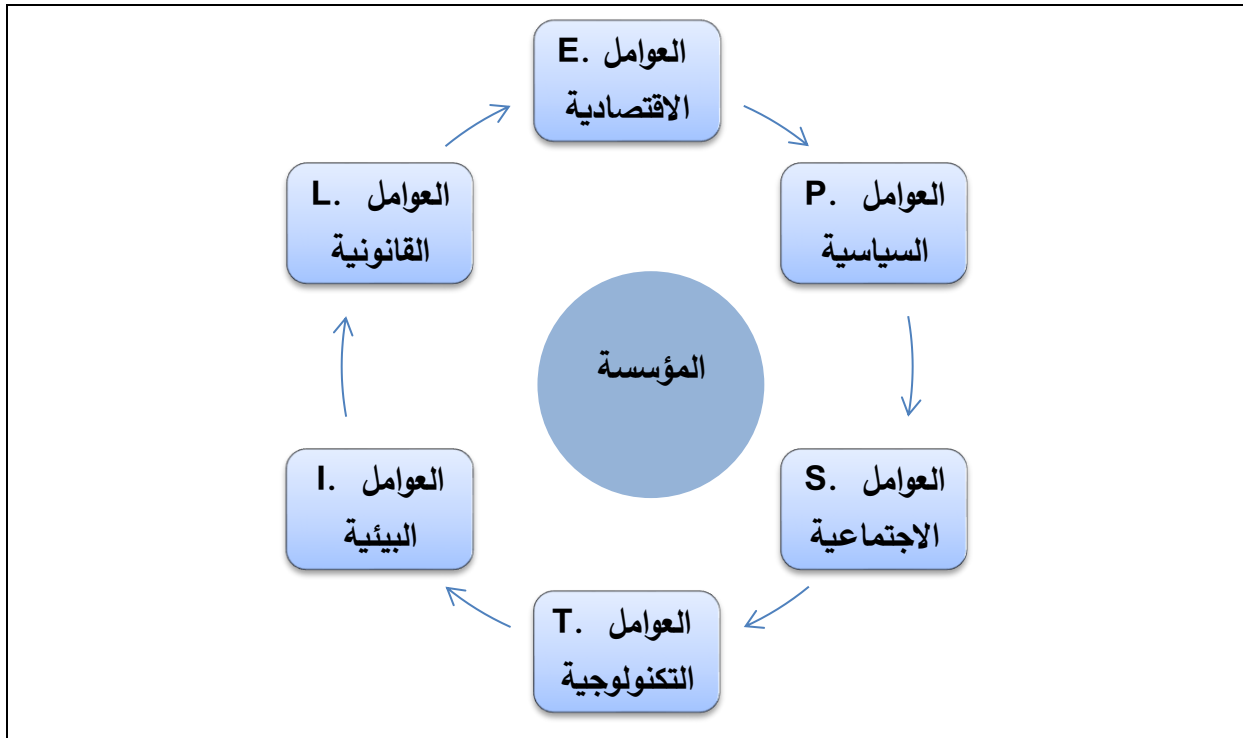
ثانيا: محيط المتغيرات الكلية (المحيط العام).

متمثلا في البيئة العامة للمؤسسة والتي تضم الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية/الثقافية، القانونية، التكنولوجية، البيئية والسياسية على الصعيدين الوطني والدولي والتي تتلخص في نموذج PESTEL، هذا الأخير (أداة للتحليل الاستراتيجي) الذي يُعنى بالبحث في البيئة الكلية خارج الصناعة(العوامل الخارجية)، والذي يرافق غالبا تحليل الفرص والتهديدات وفق نموذج SWOT (الفرص والتهديدات)، حيث يتم استخدام نموذج PESTEL عادة مع أدوات تحليلية أخرى على غرار قوى PORTER الخمسة ونموذج SWOT لإعطاء وصف واضح لمختلف المؤثرات الداخلية والخارجية ذات العلاقة. (خلوفي سفيان، 2021، الصفحات 7-8) حيث يتكون نموذج P.E.S.T.E.L من (قداوي عبد القادر، 2023، صفحة 07):

1. العوامل السياسية Political: متجلية أساسا في القرارات المتخذة من طرف الحكومات المحلية أو الهيئات الدولية مثل قرارات المنظمة العالمية للتجارة، الاستقرار السياسي الاستقرار الأمني .
2. العوامل الاقتصادية Economic: على غرار الدخل الوطني، معدلات النمو، أسعار الصرف، التضخم والمستوى العام للأسعار، البطالة، معدلات الفقر ومستوياتها، متوسط الأجور.
3. العوامل الاجتماعية Social: على غرار العوامل الديمغرافية والتركيبية السكانية (معدلات النمو، التوزيع الجغرافي، الأعمار...)، الدين والقيم الاجتماعية، العوامل الثقافية، الأنماط والإطارات المعيشية، العادات والتقاليد، الخدمات الصحية...

4. العوامل التكنولوجية Technological: الابتكار، جديد التقنيات، وتيرة التغير التكنولوجي، الدفع الإلكتروني، التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال NTIC، شبكات الاتصال...
5. العوامل البيئية Environmental: التلوث، الموارد الطبيعية، تسيير النفايات، السياسات البيئية المتبعة، التغير المناخي... الخ.
6. العوامل القانونية Legal: متمثلا في مختلف القوانين والتشريعات وتطور نظاميهما (مثل قانون العمل، قوانين التجارة...) والتي بإمكانها إضافة تكاليف جديدة على كاهل المؤسسة، النظام الذي تتبعه الدولة ومختلف أحكام المحاكم واللوائح، ثقل الإجراءات الإدارية.

الشكل 0- : نموذج التحليل PESTEL



المصدر: من إعداد الطالب

يوضح الشكل (3) أنه لإجراء تشخيص للعوامل الخارجية للمؤسسة بهدف بناء استراتيجية، يجب تغطية عدة زوايا تشكل العوامل الـ6 للبيئة الكلية للمؤسسة، حيث يهدف النموذج PESTEL إلى تقييم تأثير العوامل الخارجية على المؤسسة قيد الدراسة، فهو نقطة

البداية الأساسية لأي دراسة للبيئة الكلية للمؤسسات، يستخدم هذا التحليل في التشخيص سواء استراتيجي أو تسويقي بالتزامن مع مصفوفة SWOT، فهو يتيح (التحليل الخارجي) إمكانية تحديد قوى بيئة المؤسسة التي من المحتمل أن يكون لها تأثير إيجابي أو سلبي على أنشطتها في الوقت الحالي أو في المستقبل، فهو يوجه اتخاذ القرار الاستراتيجي.

### ثالثاً: محيط المتغيرات الجزئية.

بيئة خاصة للمؤسسة تتكون من الفواعل الذين تجمعهم بالمؤسسة علاقات مباشرة من جهة ومن جهة أخرى بإمكان المؤسسة التأثير عليهم من خلال استراتيجياتها والمتمثلين أساساً في عملائها ومورديها ومناوئليها ومنافسيها، شبكات التوزيع، منتجات الإحلال والجماعات المحلية... إلخ.

يتم تحليل محيط المتغيرات الجزئية (التحليل الداخلي) بالاعتماد على نموذج S.W.O.T والذي يتمثل في أداة تحليلية لدى المؤسسة تعتمد عليها في تحديد نقاط القوة Strongneth والضعف Weakness في بيئتها الداخلية من جهة، والفرص Opportunities والتهديدات Threats التي بإمكانها التأثير على فاعليتها في بيئتها الخارجية من جهة أخرى، فيساهم هذا التحليل في صناعة وتطوير الاستراتيجيات لدى المؤسسة وتقوية نقاط القوة والفرص المتاحة لديها، والتغلب في المقابل على جوانب الضعف ومختلف التهديدات (منيرة بعبيطيش، شعبان بوساق، 2021، صفحة 05).

الشكل 0- : 9 مصفوفة SWOT

	في صالح المؤسسة	ليس في صالح المؤسسة
محيط داخلي	القوة Strengths S	الضعف Weaknesses W
محيط خارجي	الفرص Opportunities O	التهديدات Threats T

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على (Brahmi Fatiha, Khelil Abderrezak, 2016, p. 07)

الشكل (4) يوضح مصفوفة SWOT بالعربية (نقاط قوة، نقاط ضعف، فرص، تهديدات) التي هي عبارة عن أحد أدوات التحليل الاستراتيجي، تهدف إلى القيام بتشخيص داخلي وخارجي في نفس الوقت لمؤسسة، إقليم، أو حتى قطاع نشاط معين أو مشروع ما، فهو يمكن مستعمله من الحصول على السبق في معرفة مدى تماسك وصحة الخطوة القادمة للمؤسسة.

يظهر الشكل أيضا محوري التحليل وفق SWOT، الأول داخلي يحصي الخصائص الحالية للمنظمة والمتجلية في نقاط القوة (الموارد و/أو الكفاءات المملوكة والتي تعطي ميزة تنافسية) والضعف (مثلا أمام المنافسين)، والمحور الثاني -تحليل خارجي- يضم العوامل الخارجية ذات الأثر المحتمل على المؤسسة والتي تكون إما فرص تقتنصها المؤسسات أو تهديدات وجب تقاؤها أو على الأقل جعلها في خفض قيمها.

#### رابعاً: محيط المتغيرات التشغيلية.

مستوى التحليل هنا يهتم بخصائص اللعبة التنافسية في قطاع محدد، فقطاع النشاط ليس في نفس الحالة فهو يتغير بحسب البلد حيث يمكننا ملاحظة الاختلافات في كثافة الطلب. إن وضع أي استراتيجية للتصدي للمنافسة يجبر المؤسسة على تحديد علاقتها مع بيئتها التنافسية ومعرفتها قصد التعرف على القوى المؤثرة في حدة المنافسة في السوق، ولقد وضع مايكل بوتر Porter نموذجاً لتحليل البيئة التنافسية يوضح من خلاله هذه القوى المؤثرة على المنافسة (سالم، 2016، صفحة 02).

#### الفرع الثاني: أوجه العلاقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومحيطها.

تتجلى علاقة المؤسسة بالمحيط من خلال النقاط التالية:

##### أولاً: المؤسسة مطالبة بالتأقلم مع محيطها.

تحليل بيئة أو محيط المؤسسة لا يعني التعرض بالدراسة إلى كل ما يحيط بها، إنما تركز الدراسة والتحليل على تقصي المعلومات الملائمة أو المناسبة حول المتغيرات والعوامل التي بإمكانها التأثير على تطور، نمو واستمرار المنظمة، فالمحيط من شأنه تسقيف أو تحرير نشاط المؤسسة من خلال عدة عوامل، مثل الإطار القانوني ( الحق في العمل، تحديد

(الاستهلاك، ...) المنافسة أو الاحتكار الذي تفرضه مؤسسة ما في قطاع معين Monopole إلى غير ذلك من العوامل، فالمؤسسة ملزمة باستخدام كل وسائلها المتوفرة لكي تتكيف مع البيئة المتغيرة باستمرار (معن محمود عياصرة، مروان محمد بني أحمد، 2008، صفحة 56).

فالمكونات المختلفة لبيئتها ديناميكية، المنافسة أصبحت عالمية، وطلب المستهلك يتغير بسرعة، والتقنيات والتكنولوجيات في تقدم، والأحداث السياسية والاقتصادية مرتبطة والقوانين غير ثابتة هي الأخرى وتخضع للمستجدات والأحداث.

### ثانياً: المؤسسة تؤثر وتتأثر بالمحيط.

إن ما يقع حديثاً من مختلف الأزمات الاقتصادية والمالية والبيئية للمنظمات يدل أن اقتصاد السوق الحرة لا يزال يقود إلى اختلالات جمة في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية...، لذلك فإن مفهوم التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية من شأنه إعادة التوازن لمختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ومعالجة الفوارق بين العوائد المالية للمؤسسات وواجباتها تجاه مختلف أصحاب المصلحة بما فيها المجتمع والمحيط. (مقدم وهيبة ، بكار بشير ، 2014، صفحة 3)

فالمؤسسة تؤثر وتتأثر بمحيطها، فمثلاً من الجانب الإيجابي فهي تخلق فرص للعمل وتحسن مهارات الموظفين من خلال الخبرة والتدريب وتساهم في نشر التقنيات من خلال ابتكاراتها أو حتى تخلق عادات جديدة لدى المتعاملين مثل الوجبات السريعة، أما تأثير المؤسسة على المحيط بالسلب فنذكر على سبيل المثال لا الحصر مختلف أنواع التلوث وما تطرحه المؤسسات من فضلات ومخلفات بأنواعها في الطبيعة مما يضر بالحيوان والنبات والأرض.

### الفرع الثالث: مناخ أعمال المؤسسة جزء من محيطها.

محيط المؤسسة متكون من ثلاث أبعاد، الأول كلي (Macro) متمثل في مختلف العوامل الخارجة عن المؤسسة (اقتصادية، اجتماعية، سياسية... الخ)، فهي تتأثر بها دون إحداث تأثير كبير عليها، والبعد الثاني هو محيط العوامل/المتغيرات الجزئية (micro) ذوي العلاقة المباشرة بالمؤسسة مع إمكانية تأثيرها عليهم مثل العملاء، المنافسين، شبكات التوزيع...، وفي الأخير لدينا محيط العوامل التشغيلية، في هذا المستوى من التحليل يكون

التركيز على خصائص التفاعلات التنافسية في قطاع محدد من أجل التعرف على استراتيجيات الجهات العمومية وأثرها على ذلك القطاع من النشاط، وبما أن مناخ الأعمال يضم الظروف السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، والقانونية التي فيها تنتج المؤسسة (سيما المؤسسات الخاصة) سلعتها وخدماتها في ظل اقتصاد السوق الذي تسوده المنافسة، فإن مناخ الأعمال جزء تابع لمحيط المؤسسة يضم خصوصاً العوامل الكلية التي تؤثر في نشاط واستمرار المؤسسات ولا تتأثر بها سوى قليلاً وبالتالي يقع تحت طائلة التحليل أو التشخيص الخارجي Diagnostic Externe اعتماداً على أدوات مثل نموذج PESTEL، في حين يكون التحليل الداخلي Diagnostic interne موجهاً للجزء المتبقي من محيط المؤسسة ويخص قدراتها الذاتية على مواجهة العوامل الخارجية السابقة الذكر.

من خلال ما تم التعرض له في الفرع الأول فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها علاقة بالمحيط الذي تنشط فيه، فهي تؤثر فيه وتتأثر به على حد سواء ومن غير الممكن أن تتواجد بدونها، كما أن ما تعرضنا له في الفرع الثاني من أوجه العلاقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومحيطها يؤكد هذه العلاقة، وبما أنه رأينا كذلك أن علاقة مناخ الأعمال بالمحيط هي علاقة الجزء بالكل، وبالتالي بإمكاننا أن نستنتج أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفي إطار علاقتها بمحيطها فهي في علاقة مع مناخ الأعمال الذي تنشط خلاله.

#### الفرع الرابع: الفرق بين محيط المؤسسة ومناخ الأعمال.

بيئة الأعمال ومناخ الأعمال مفهومان مرتبطان ارتباطاً وثيقاً، لكنهما يشيران إلى جوانب مختلفة، إذ تشير بيئة الأعمال إلى مجموعة الظروف الخارجية التي تعمل فيها الشركات، والتي تشمل عوامل مثل القوانين واللوائح والسياسة والاقتصاد والتكنولوجيا والمنافسة والموارد الطبيعية والثقافة والمتغيرات الأخرى التي يمكن أن تؤثر على العمليات التجارية، يمكن أن تكون بيئة الأعمال مستقرة أو متغيرة، مواتية أو غير مواتية، مما يؤثر بشكل مباشر على الفرص والتحديات التي تواجهها الشركات.

في حين، يشير مناخ الأعمال إلى مجموعة الظروف الداخلية الخاصة بدولة أو منطقة أو صناعة يمكن أن تؤثر على أداء الشركات، وهذا يشمل عوامل مثل الاستقرار السياسي، وجودة المؤسسات، وسهولة ممارسة الأعمال التجارية، ومستوى الفساد، والنظام القانوني،

وحماية حقوق الملكية الفكرية، وكفاءة البنية التحتية، وتوافر العمالة الماهرة، والسياسات الضريبية، والحوافز الاقتصادية، ومتغيرات أخرى المتعلقة بالبيئة الداخلية التي تعمل فيها الشركات.

باختصار، بيئة الأعمال هي مفهوم أوسع يشمل الظروف الخارجية التي تعمل فيها الشركات، بينما يركز مناخ الأعمال على الظروف الداخلية المحددة التي تؤثر على العمليات التجارية، يلعب هذان العاملان دوراً حاسماً في نجاح أو فشل الشركات ويمكنهما التأثير بشكل كبير على قراراتها الاستراتيجية.

### المطلب الثاني: تأثير مكونات مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تتمتع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بعدة بمزايا، بما في ذلك قدرتها على التكيف وعلى الابتكار وقربها الكبير من عملائها و كذلك مرونتها، وفي هذا الإطار تدعم العديد من الحكومات والمنظمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سيما من خلال توفير برامج الدعم والتمويل وحتى التدريب، كما انه من المهم معرفة أن مناخ الأعمال يمكن أن يختلف من بلد إلى آخر ومن صناعة إلى أخرى وحتى من فترة إلى أخرى في نفس الإقليم.

وعليه يتم دراسة تأثير العوامل القانونية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الأول، وتأثير العوامل السياسية والاقتصادية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الثاني، وفي الفرع الثالث تأثير العوامل الديمغرافية/الاجتماعية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ثم تأثير العوامل التكنولوجية والبنى التحتية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الأول: تأثير العوامل القانونية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

يسهم القانون في إحداث تغييرات هامة في كل أوجه الحياة سواء الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، المؤسساتية...، فهو يعمل على تنظيم العلاقات بين مختلف الأطراف، أفرادا كانوا أو مؤسسات، ويحدد الحقوق والواجبات لكل طرف، ناهيك عن توفير إجراءات لحل النزاعات وفرض العقوبات في حالة مخالفة القوانين، بالإضافة إلى ذلك، فيمكن بالقانون إحداث تغييرات حتى في السياسات الحكومية بل وفي النظام القانوني نفسه، وذلك من أجل تحقيق التغييرات المنشودة.

وفي هذا السياق، ودراية بما للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أثر كبير على تنمية الاقتصاد وازدهار المجتمع، فقد أولى المشرع الجزائري أهمية كبيرة للجانب القانوني من خلال جملة من التشريعات والتنظيمات مست المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة، نذكر أهمها فيما يلي:

- مباشرة بعد الاستقلال، وفي عام 1963 تم إصدار القانون الأول الذي ينظم الاستثمار تحت رقم : 277/63 المتعلق بقانون الاستثمار والمؤرخ في 26 جويلية 1963، والذي يضمن للأجانب حرية الاستثمار، هذا القانون الذي غلب عليه الطابع الاشتراكي وسمح للأجانب دون القطاع الخاص الوطني بالاستثمار، مع إبقاء إمكانية تأميم الشركات الأجنبية قائمة، وتوضيح دور الدولة في الاستثمار عن طريق إنشاء مؤسسات وطنية أو مختلطة سيما في القطاعات الحيوية تكريسا للمنهج الاشتراكي المتبع آنذاك (القانون رقم 63-277 المؤرخ في 02 أوت 1963 و المتعلق بالاستثمار).

- تداركا للنقائص الكبيرة التي جاء بها قانون 63-277 ومنها إهمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جاء الأمر رقم 66 - 284 المؤرخ في 15 سبتمبر 1966، الذي حدد الإطار الذي بموجبه يتم تنظيم تدخل رأس المال الخاص في مختلف أوجه النشاطات الاقتصادية، محليا كان التدخل أم أجنبيا، كما جاء هذا الأمر بإعفاءات جبائية، و ضمانات للمستثمرين ومنافع عامة وخاصة لهم مع محاولته الفصل بين مشاريع القطاع الحيوي (التي تعود للدولة أو أحد هيئاتها) وبين باقي القطاعات التي بإمكان المستثمرين المحليين كانوا أم أجانب الاستثمار فيها، ولكن واجه صعوبات عدة بسبب التأويلات المختلفة لعبارة "قطاع حيوي" والتي بها يتم تحديد مجالات الاستثمار ( الأمر رقم 66 - 284 المؤرخ في 15 سبتمبر 1966 ).

- قانون 82-11 المؤرخ في 21 أوت 1982 والذي جاء لتوضيح الأهداف المنوطة بالاستثمارات الخاصة الوطنية المتعلقة بنشاطات ذات نفع اجتماعي واقتصادي مع اشتراط الحصول على الاعتماد، ناهيك عن منح تسهيلات و ضمانات وإعفاءات جبائية ومالية (قانون 82/11 المؤرخ في 21 أوت 1982 يتعلق بالاستثمار الاقتصادي الخاص الوطني).

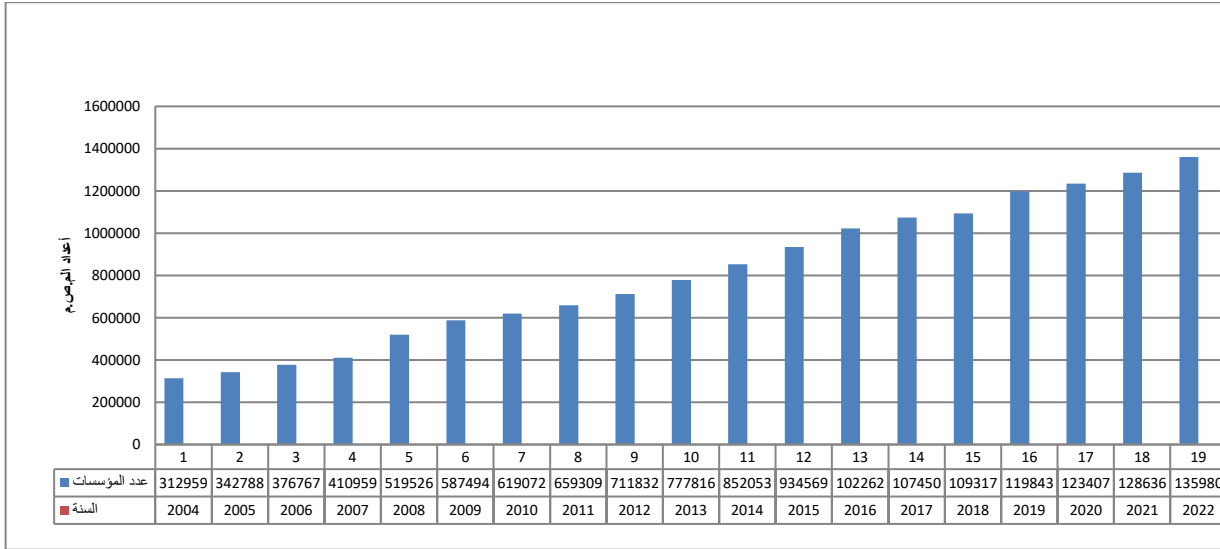
- بسبب ما عرفته البلاد من أزمة اقتصادية كنتيجة لتدهور أسعار النفط سنة 1986 مع تأثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جاء دستور 1989 والذي من خلاله تبنت الجزائر خيار اقتصاد السوق وسياسة الانفتاح كبديل عن التوجه الاشتراكي إلى غاية صدور قانون الاستثمار 1993 الذي يقر بالحرية الكاملة للاستثمار والذي جاء بعد ثلاثة سنوات من صدور قانون النقد والقرض في 1990 والذي جاء لإرساء مبدأ توحيد التعامل بين المؤسسات الخاصة والعامة بالنسبة للحصول على القروض وإعادة التمويل من البنك المركزي و كذا أسعار الفائدة، إذ أصبحت الأوراق المالية بين القطاعين تخضع لنفس معايير الأهلية ، تلاه في سنة 1991 إنشاء وزارة منتدبة مكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتمييتها ودعم تطويرها (بن عزوز فتحة، 2018، صفحة 05).
- صدور المرسوم التنفيذي رقم 02-373، المؤرخ في 11 نوفمبر 2002 والمتضمن إنشاء صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي أوكلت له مهمة تقديم التسهيلات للحصول على الائتمان البنكي لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، و تقاسم أخطار تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع هذه البنوك من خلال الضمانات المالية المقدمة، كما أن هذا الصندوق « FGAR » يرافق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ويدعمها في التركيبة المالية للمشاريع ذات الجدوى، بما يتيح لها تبوء مكانة متقدمة في ظل بيئة تنافسية شديدة (<https://www.fgar.dz/portal/ar>)، (2023).
- القانون الخاص بتطوير الاستثمار رقم 01-03 الصادر في 20 أوت 2001، المتعلق بتطوير الاستثمار مناخه و ميكانيزمات عمله، بهدف استحداث نشاطات جديدة وتوسيع القدرات الإنتاجية أو إعادة هيكلة رأس المال للمؤسسات العمومية والمساهمة فيه، كما شمل الاستثمارات المدرجة في منح الامتيازات أو الرخصة، وشمل أيضا المساواة بين المستثمرين الاجانب والمحليين وإلغاء التمييز ما بين القطاع العام والخاص، مع استحداث شبك موحد لا مركزي متمثل في الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات (ANDI)، تضم كل الهيئات ذات العلاقة بالاستثمار، وإصدار التراخيص مع فتح فروع عبر كامل ولايات الوطن زد على ذلك إنشاء المجلس الوطني للاستثمار (أمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 اوت 2001-الجريدة الرسمية رقم 47، 2001).

- القانون رقم 01-18 الصادر في 12 ديسمبر سنة 2001 المتعلق بالقانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: وهو القانون الذي يعطي الشرعية للاستراتيجية المنتهجة لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذ حددت أحكامه المفهوم الدقيق للمؤسسات والذي على أساسه يتم دعم هذه الأخيرة من طرف السلطات العمومية بواسطة عدة إجراءات أهمها: تحسين نوعية المعلومات الصناعية التجارية الاقتصادية والمهنية المتعلقة بالقطاع مع تسهيل الوصول إليها، تشجيع بروز مؤسسات جديدة، دعم تنافسيتها وتوفير المناخ الاستثماري الملائم ناهيك عن تكوين الموارد البشرية الملائمة، وتشجيع روح المقابلة، إضافة إلى تسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الخدمات المالية التي تحتاجها بتحسين أداء البنوك في معالجة ملفات تمويلها، وتسويق وتصدير السلع والخدمات التي تنتجها المؤسسات بترقية نوعية منتجاتها لمسايرة معايير الإنتاج الدولية (الجريدة الرسمية رقم 77 لسنة 2001).
- كما تم إصدار مجموعة أخرى من النصوص القانونية نذكرها في <https://www.industrie.gov.dz/soutien-pme/>، بلا تاريخ :
- القانون رقم 17-02 المؤرخ في 11 جانفي 2017 يتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي يهدف بحسب المادة 2 منه إلى : بعث النمو الاقتصادي، تحسين بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لاسيما المبتكرة منها، والحفاظ على ديمومتها، تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقدراتها في مجال التصدير، ترقية ثقافة المقابلة، تحسين معدل الاندماج الوطني وترقية المناولة (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية رقم 2 الصادرة بـ11 جانفي 2017).
- المرسوم التنفيذي رقم 17-193 المؤرخ في 11 جوان سنة 2017، يتضمن تعديل القانون الأساسي لصندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- المرسوم التنفيذي رقم 17-194 المؤرخ في 11 جوان سنة 2017، يتضمن مهام المجلس الوطني للتشاور من أجل تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- المرسوم التنفيذي رقم 18-170 المؤرخ في 26 جوان سنة 2018، يحدد مهام وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار وتنظيمها وسيرها، المعدل والمتمم.

- المرسوم التنفيذي رقم 18-226 المؤرخ في 24 سبتمبر سنة 2018، المتضمن إحداث جائزة وطنية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة المبتكرة والمحدد شروط وكيفيات منحها.
- المرسوم التنفيذي رقم 18-253 المؤرخ في 9 أكتوبر سنة 2018، يحدد كيفيات الاستفادة من الإعانة والمساعدة المادية الممنوحتين من الدولة للجمعيات وتجمعات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- القرار مؤرخ في 16 جانفي سنة 2019، يحدد نموذج التصريح التشخيصي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تأهيلها للاستفادة من أجهزة الدعم.
- القانون رقم 22-18 مؤرخ في 24 جويلية 2022، يتعلق بالاستثمار والذي رسخ حرية الاستثمار ووضح بدقة ما سبقه من قوانين سيما الضمانات والواجبات والأنظمة التحفيزية (جبائية وشبه جبائية ومزايا اخرى) مع شروط الاستفادة منها وتسوية الخلافات عن طريق الجهات القضائية الجزائرية المختصة ما لم توجد اتفاقيات تتعلق أحكامها بالوساطة، المصالحة أو التحكيم، وضمان تنمية إقليمية مستدامة ومتوازنة وحماية الصحة العمومية والمنافسة، ناهيك عن الإفصاح وبشفافية كبيرة للمعلومات المحاسبية والجبائية والمالية وكذا تامين الموارد الطبيعية والمواد الأولية المحلية وتبيان الأجهزة المكلفة بالاستثمار والتي هي المجلس الوطني للاستثمار والوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (القانون رقم 22-18 مؤرخ في 24 جويلية 2022 متعلق بالإستثمار-الجريدة الرسمية رقم : 50 لسنة 2022) و (إرزيل الكاهنة، 2022، صفحة 34).

إن فاعول القانونية لها تأثير كبير على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. من خلال تنظيم المؤسسات و السوق و ضمان المنافسة العادلة فيه، كما أن تطبيق قوانين النزاع التجاري والمنافسة بصرامة، يخلق بيئة ذات نزاهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ناهيك أن التشريعات الضريبية تؤثر هي الأخرى على قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المنافسة وتوفر تحفيزاً مالياً لها، بالإضافة إلى أن قوانين العمل الملائمة تؤثر على فرص المؤسسة في جذب والاحتفاظ بالموارد البشري الكفاء، أما قوانين حماية الملكية الفكرية فهي توفر بيئة مناسبة للابتكار والإبداع، وتحمي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الانتهاكات والتلاعب من قبل المنافسين.

الشكل 0- : 10 تطور أعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر للفترة من 2004 إلى نهاية سنة 2022



المصدر: من إعداد الطالب بناء على تجميع المعلومات من النشرة الإحصائية لوزارة الصناعة والإنتاج الصيدلاني للسنوات من 2012 إلى السادسي الأول 2023؛ Amina Leghima, Hassiba Djemaa–PME ET INNOVATION EN ALGÉRIE : LIMITES ET PERSPECTIVES–marché et organisations–vol 01–num20–année 2014–pages 73–98–p17

### الفرع الثاني: تأثير العوامل السياسية والاقتصادية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

يمكن أن يكون للعوامل السياسية والاقتصادية تأثير كبير على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وفيما يلي أهم أوجه هذه التأثيرات:  
**أولاً: السياسات الحكومية الاقتصادية.**

يمكن للسياسات الاقتصادية والتنظيمية أن ترسم البيئة التي تنشط فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فالسياسات المواتية، مثل الشراكات والاتفاقيات الدولية، تسهيلات الحصول على التمويل والائتمان الحوافز الجبائية... الخ، بإمكانها أن تعزز الميزة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة، والعكس بالنسبة للسياسات التقييدية.

**1. الشراكات الاقتصادية والاتفاقيات الدولية :** تعتبر الشراكات الاقتصادية الجزائرية الدولية جزءاً هاماً من سياسة الجزائر الاقتصادية الخارجية لتنمية الاقتصاد الوطني وزيادة التعاون الاقتصادي مع الدول الأخرى متمثلة في الاتفاقيات والتعاونيات التي تقوم بها

الجزائر مع دول أخرى في عدة مجالات منها الاقتصاد والتجارة والاستثمار، تهدف هذه الشراكات إلى تعزيز التبادل التجاري وإرساء علاقات اقتصادية متينة بين الجزائر والدول الأخرى، مما يساهم في دعم التنمية الاقتصادية وتنافسية المؤسسات وزيادة فرص الاستثمار في البلاد ونذكر منها مثلا:

أ. **الشراكة الأورو متوسطية EUROMED**: تم التوصل إلى إعلان برشلونة سنة 1995 بعدما أصدرت دول الاتحاد الأوروبي بيانا حول السياسة المتوسطية المتجددة التي ضمت أوجه عدة للتعاون المالي ودعم الإصلاحات الهيكلية لدول حوض البحر المتوسط الجنوبية والبدء بسياسة انفتاح إصلاح اقتصاديين في إطار المضي نحو خلق منطقة للتبادل الحر والتعاون بين دول جنوب وشرق المتوسط والاتحاد الأوروبي على أمل تحقيق مكاسب اقتصادية لدول هذه المنطقة (بوشنافة الصادق، معسكري سمرة، صفحة 01)، ودخلت اتفاقية الشراكة الأورو-جزائرية حيز التنفيذ في 01 سبتمبر 2005 بدون أي مشاكل تذكر بفضل التحضير الجيد الذي قامت به الحكومة بشأن هذا الملف عن طريق إقامة لجنة دائمة مكلفة بالتحضير ومتابعة التنفيذ (تشرف عليها وزارة الخارجية ) ، كما أنه تم اتخاذ سلسلة إجراءات لحماية المنتجات الوطنية من خلال: إجراءات ضد إغراق الأسواق بالسلع، إجراءات تعويضية، إجراءات حمائية، إجراءات استثنائية لصالح الصناعات الحديثة الناشئة أو بعض القطاعات التي تعاد هيكلتها (وزارة التجارة و ترقية الصادرات، بلا تاريخ).

تضمنت إتفاقية الشراكة الأورو-جزائرية في شقها الاقتصادي في المادة 6 منه إقامة منطقة للتبادل الحر للسلع (زراعية او صناعية) في شكل تدريجي الى غاية الانطلاق في 2017 والتي كانت لها الأثار الايجابية التالية على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال (غدير أحمد سليمة، بهدي عيسى، 2015 ، الصفحات 6-8) :

- رفع مستوى التنافسية (جودة وسعر) للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية باحتكاكها مع نظيراتها الأجنبية وانتقال التكنولوجيا.
- تحسين الخدمات بما يحسن من النوعية ويخفض التكاليف.
- الاستفادة من الدعم الاقتصادي والمالي المقترحين في اطار برنامج(ميدا).

- زيادة الاستثمارات وتحسين قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاندماج مع نظيراتها دوليا؛
- تحسين الجانب الاعلامي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ورفع مستوى تسييرها؛
- الاستفادة من المزايا على غرار الاعفاءات الجمركية التي من شأنها جعل مؤسساتنا قادرة على توريد ما يلزمها من المواد الأولية و سلع التجهيز بتكاليف أقل، مما ينعكس على تحسين تنافسيتها محليا ودوليا؛
- خلق مناخ موات للاستثمار مع فتح أسواق جديدة أمام مؤسساتنا تسمح بإتاحة فرص للتصدير نحو البلدان الأطراف في الاتفاقية.

**ب- في حال الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية:** رغم تأخر انضمام الجزائر لمنظمة التجارة العالمية إلا أن التوقعات على الاقتصاد الوطني عامة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على وجه الخصوص تتمثل في (غدير أحمد سليمة، بهدي عيسى، 2015 ، صفحة 10) :

- رفع الكفاءة الإنتاجية بسبب المنافسة مع المؤسسات الأجنبية وبالتالي تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- إنشاء مجالات إنتاج جديدة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وامتصاص أكبر للبطالة.
- تقليص الحواجز وإتاحة فرص التصدير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- الاستفادة من المزايا الممنوحة للدول النامية بموجب الانضمام مثل حماية المنتج المحلي من المنافسة الأجنبية على المدى القصير وجعله أكثر استعدادا لولوج الأسواق العالمية بموصفات أكثر تنافسية.
- مع الإشارة الى بقاء التهديد المتمثل في إغراق السوق الوطني بالمنتج الأجنبي وإمكانية إضعاف النسيج المؤسساتي قائما في حالة عدم قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مجاراة نظيراتها الدولية أو حتى التباطؤ في ذلك.
- ثانيا: الحوافز والامتيازات الضريبية.**

تعرف الحوافز الجبائية على أنها نظام يصمم في إطار السياسة المالية للدولة بهدف التشجيع على الادخار أو على الاستثمار بطريقة تؤدي إلى نمو الإنتاجية الوطنية وزيادة

المقدرة التكلفة للاقتصاد، وزيادة الدخل الوطني وذلك لإنشاء مشاريع جديدة أو التوسع في المشروعات القائمة (إبراهيم متولي حسن المغربي، 2015، صفحة 78).

إذن تسعى الدولة من خلال تطبيق سياسة التحفيز الجبائي الذي يتمثل في مساعدات مالية غير مباشرة تمنحها الدولة ضمن سياستها الجبائية المنتهجة إلى بعض الأعوان الاقتصاديين على شريطة تقييدهم بشروط محددة سابقا، إلى تحقيق العديد من الأهداف (عبد الحق بوقفة، الحاج عرابة، عبد الله مايو، 2018، صفحة 06)، (نركز هنا على الأهداف الاقتصادية التي تخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة):

- تخفيض العبء الضريبي أو إلغائه كليا يؤدي إلى تخفيض التكاليف التي تتحملها المؤسسة المستفيدة من التحفيز فتوجه هذه الوفرة الجبائية إلى الاستثمار ومن ثم إمكانية منافسة منتجات مؤسسات أخرى محلية أو أجنبية؛
  - تعزيز الواردات من السلع الرأسمالية اللازمة ليس فقط للتنمية بل لاستمرارها فبمثل هذه التحفيزات الضريبية يتم تشجيع استيراد مثل هذه السلع خصوصا في المراحل الأولى لحياة المؤسسات الخاصة؛
  - تشجيع المشاريع التي تحقق تكاملا اقتصاديا؛
  - توجيه الاستثمارات نحو الأنشطة ذات الأولوية في المخطط الوطني للتنمية؛
  - تشجيع المشاريع التي توفر مناصب شغل.
- ثالثا: تسهيلات الحصول على التمويل والاقتراض.**

تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتمثل في مختلف الصيغ التي تطبقها الجهات العمومية من أجل توفير الأموال والموارد المالية لهذه المؤسسات بهدف تطويرها ودعم نموها سواء في مراحل الإنشاء، الاستغلال أو حتى الحاجة إلى الابتكار لضمان التنافسية والاستمرارية، خصوصا وأن هذا النوع من المؤسسات هو محرك لتحقيق النمو الاقتصادي ومحاربة البطالة والفقر، من هنا تبنت الجزائر آليات دعم و تمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال:

1. الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات ANADE -الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب- سابقا ANSEJ - : هي هيئة عمومية ذات طابع خاص تابعة وصائيا لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة بـ 61 وكالة عبر الوطن،

تهدف من خلال مقارنة اقتصادية إلى مرافقة حاملي المشاريع (18-55 سنة) لإنشاء وتوسيع مؤسسات مصغرة في مجال إنتاج السلع و الخدمات من أجل المساهمة في خلق الثروة و امتصاص البطالة من خلال أحد التركيبات المالية (<https://promoteur.anade.dz/>، بلا تاريخ):

الجدول 0-11 : الهيكل المالي للتركيب الثلاثي، الثنائي والذاتي

التمويل الثلاثي					
البنك	قرض دون فائدة (وكالة أناد)	المساهمة الشخصية	المنطقة	الفئة	
70%	25%	5%	كل المناطق	البطالين والطلبة	حتى 10.000.000 دج
70%	20%	10%	الجنوب	الغير البطالين	
70%	18%	12%	الهضاب والمناطق الخاصة		
70%	15%	15%	بقية المناطق		
التمويل الثنائي					
قرض بدون فائدة (وكالة أناد)		المساهمة الشخصية		قيمة الاستثمار	
50%		50%		حتى 10.000.000 دج	
التمويل الذاتي					
المساهمة الشخصية نقدا أو عينا			قيمة الاستثمار		
100%			حتى 10.000.000 دج		

المصدر: الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية على موقعها <https://promoteur.anade.dz/>

كما تمنح الوكالة قرض إضافي غير مكافئ لحاملي المشاريع من 15% إلى 50% حسب صيغة المشروع و منطقته ووضعية صاحبه ، وعند الضرورة قرض إضافي لكراء محل/مكان الرسو(حالة الموائ) يصل إلى 500.000 دج، كما نشير إلى أن مدة تسديد القرض سواء البنكي عن طريق أناد أو غير المكافئ فهي 5 سنوات لكلاهما، مع إعادة تمويل المؤسسات المتعثرة استثناء وعند الضرورة بالإضافة إلى امتيازات جبائية نذكر منها مثلا الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة TVA لمشترىات التجهيزات والخدمات الداخلة في انجاز

الاستثمار في مرحلة الإنشاء أو التوسعة، الإعفاء على الرسم العقاري على البناءات أو البناءات الإضافية لمدة 3، 6 أو 10 سنوات حسب موقع المشروع و ذلك أثناء الاستغلال (<https://promoteur.anade.dz/>، بلا تاريخ).

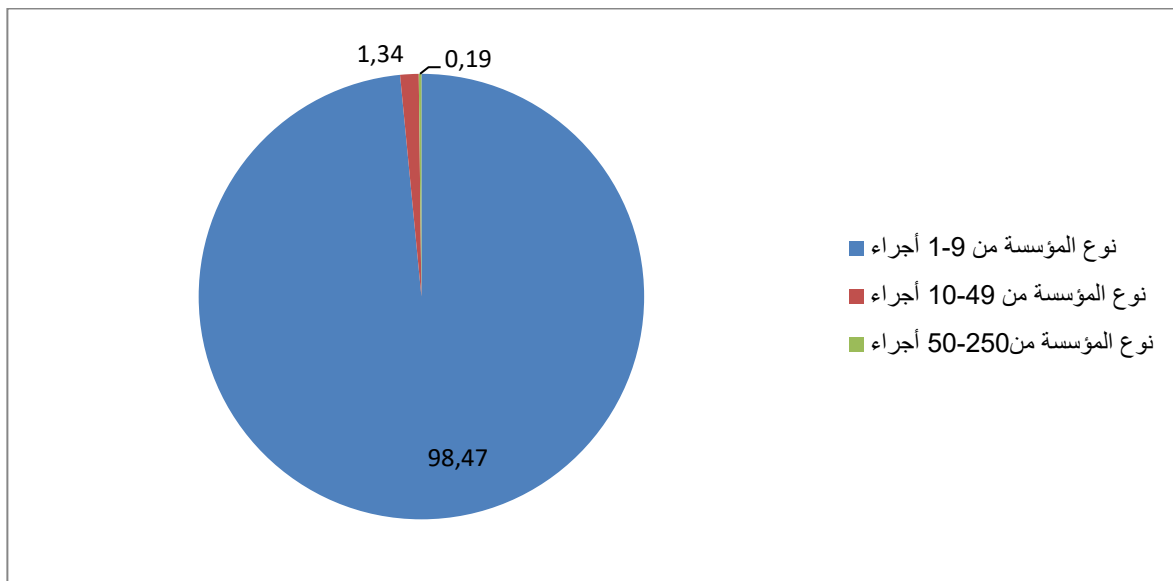
الجدول 0-12 : تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب شريحة القوى العاملة وقطاع النشاط.

قطاع النشاط	نهاية 2021	سنة 2022				في نهاية 2022
		من 1-9 أجراء	من 10-49 أجراء	من 50-250 أجراء	مجموع م.ص.م	
الفلاحة	8 010	377	17	0	394	8 404
الهيدروكربونات والطاقة والمناجم والخدمات ذات الصلة	3 243	107	17	4	128	3 371
البناء، الأشغال العمومية والري	199 331	4 722	365	34	5 121	204 452
الصناعة التحويلية	109 991	5 833	143	25	6 001	115 992
الخدمات بما في ذلك المهن الحرة	662 185	40 799	440	75	41 314	703 499
الحرف	303 605	20 480			20 480	324 085
المجموع	1 286 365	72 318	982	138	73 438	1 359 803
النسبة المئوية %		98,47	1,34	0,19	100	

المصدر: وزارة الصناعة و الانتاج الصيدلاني، المديرية العامة لليقظة الاستراتيجية للدراسات وأنظمة المعلومات بناء على نشرية المعلومات الاحصائية للم.ص.م في عددها 42 طبعة افريل 2023

من الجدول يتبين أن مجموع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمختلف أصنافها قد انتقلت في نهاية 2021 من 1.286.365 مؤسسة لتصل لـ 1.359.803 مؤسسة في نهاية 2021 أي بزيادة قدرها 73.438 مؤسسة جديدة أي معدل زيادة قدره 5,7 بالمائة ،على رأسها المؤسسات المصغرة بتعداد إضافي مساو لـ 72.317 مؤسسة تلاها شريحة المؤسسات الصغيرة (من 10-49 عامل) بزيادة قدرها 982 مؤسسة وأخيرا شريحة المؤسسات المتوسطة (من 50-250 عامل) بزيادة قدرها 138 مؤسسة، اما بالنسبة للزيادة بحسب قطاع النشاط ، فقطاع الخدمات يحتل المرتبة الاولى بـ 41.314 مؤسسة، يليه قطاع الحرف و الصناعات التقليدية بـ 20.480 مؤسسة، ثم الصناعات التحويلية بـ 6001 مؤسسة جديدة، بعدها قطاع الأشغال العمومية والري بـ 5121 مؤسسة يليه قطاع الفلاحة بـ 394 مؤسسة وأخيرا قطاع الطاقة والمناجم بزيادة قدرها 128 مؤسسة.

الشكل 0- : توزيع النسبة المئوية للزيادة في عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بحسب شريحة عدد العاملين فيها



المصدر: من اعداد الطالب بناء على مخرجات EXCEL

يتبين من الشكل أن المؤسسات المصغرة TPE والتي توظف ما بين 1-9 عمال تسيطر بوضوح على إجمالي تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بنسبة 98,47% في حين صنف المؤسسات الصغيرة لا تمثل الزيادات فيها سوى 1,34%، أما المؤسسات المتوسطة فتتدليل الترتيب بنسبة 0,19%.

## الجدول 0-13 : تطور الوظائف المصرح بها في م.ص.م بين سنتي 2021 و2022

نوع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	سنة 2021		سنة 2022		نسبة التطور %
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
أجير	1 828 720	58,33	1 928 633	58,31	5,46
مستخدم	1 286 140	41,03	1 359 580	41,10	5,71
مجموع جزئي	3 114 860	99,36	3 288 213	99,41	5,57
م.ص.م. عمومية	20 108	0,64	19 608	0,59	5,51
المجموع	3 134 968	100,00	3 307 821	100,00	11,08

المصدر: وزارة الصناعة والانتاج الصيدلاني، المديرية العامة لليقظة الاستراتيجية للدراسات وأنظمة المعلومات بناء على نشرية المعلومات الاحصائية للم.ص.م في عددها 42 طبعة افريل 2023

من خلال الجدول رقم 20 نلاحظ مجموع الوظائف التي تخص الأجراء تم إنشاؤها عن طريق المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى غاية نهاية 2021 هو 3.114.860 وظيفة ليتطور العدد في نهاية سنة 2022 الى 3.288.213 وظيفة بمعدل زيادة قدره 5.57 % في دلالة واضحة على أهمية التمويل الذي تقوم به مختلف هيئات الدولة على غرار CNAC على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في امتصاص البطالة وخلق الوظائف. هذا العدد الذي أصبح 3.307.821 وظيفة سنة 2022 باحتساب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية رغم أنها تمثل نسبة 0.59% فقط من مجموع الوظائف المنشأة الى غاية نهاية سنة 2022.

## 2. الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC:

تم إنشاؤه في جويلية 1994، وفقا للمرسوم التشريعي 194 بتاريخ 11 ماي 1994، كمؤسسة عمومية للضمان الاجتماعي (تابع لوزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي)، إذ يعمل على "تخفيف" الآثار الاجتماعية الناجمة عن تسريح العمال الأجراء

في القطاع الاقتصادي، فهو بمثابة الدعامة للذين هم مهددون بفقدان مناصب العمل بطريقة غير إرادية، يتيح أيضا فرص المساعدة في إنشاء المؤسسات لكبار السن العاطلين عن العمل بين 30 و 50 عاما، بالشراكة مع مختلف الوزارات والمؤسسات التابعة للدولة. تعمل

CNAC على ضمان و إتاحة كل الظروف من أجل إنجاز المزيد من المشاريع، كما أن الصندوق به خدمات أو مساعدات مالية تشبه إلى حد بعيد ما تقدمه ANSEJ (قرض بتركيبة ثلاثية بين CNAC، صاحب المشروع و البنك)، إضافة إلى المرافقة في جميع مراحل المشروع، و الملاحظ أن مهمة هذا الجهاز في مجال دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كانت جزئية وليست مستهدفة.

انطلاقاً من 2010، سمحت الإجراءات الجديدة المتخذة لفائدة الفئة الاجتماعية التي يتراوح عمرها ما بين ثلاثين (30) وخمسين (50) سنة الالتحاق بجهاز دعم إحداث و توسيع النشاطات لصالح البطالين ذوي المشاريع بمزايا عديدة منها مبلغ الاستثمار الإجمالي الذي أصبح في حدود 10.000.000 دج بعدما كان لا يتعدى 5.000.000 دج مع إمكانية توسيع إمكانات إنتاج السلع و الخدمات لذوي المشاريع الناشطين (بوطبل عبد القادر، يخلف رفيقة، 2023، الصفحات 10-11)، (www.cnac.dz، بلا تاريخ).

الجدول 0-14 : تراكم المشروعات الممولة من طرف CNAC بحسب قطاع النشاط الى غاية نهاية سنة 2022

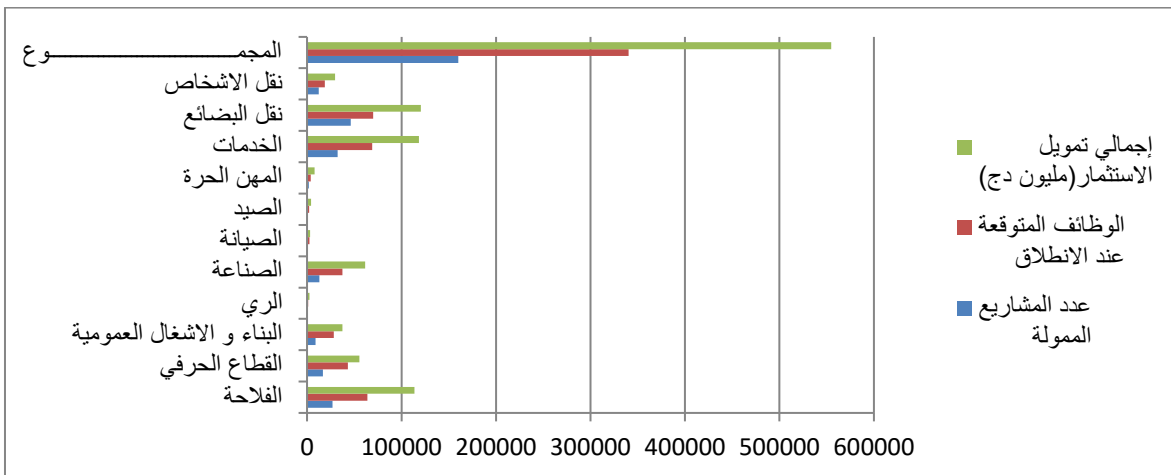
قطاع النشاط	عدد المشاريع الممولة	الوظائف المتوقعة عند الانطلاق	إجمالي تمويل الاستثمار (مليون دج)
الفلاحة	26977	63 830,00	113 742,15
القطاع الحرفي	16668	43 115,00	55 316,53
البناء والاشغال العمومية	8949	28 466,00	37 603,67
الري	372	1 255,00	2 627,35
الصناعة	12950	37 547,00	61 498,81
الصيانة	1027	2 483,00	3 319,15
الصيد	626	2 231,00	4 211,68
المهن الحرة	1772	3 822,00	7 940,98

الخدمات	32390	68 986,00	118 276,43
نقل البضائع	46124	70 053,00	120 632,29
نقل الأشخاص	12347	18 712,00	29 611,13
المجموع	160202	340 500,00	554 780,17

المصدر: نشرية المعلومات الاحصائية للم.ص.م في عددها 42 طبعة أفريل 2023

يوضح الجدول أعلاه عدد المشاريع الممولة من طرف CNAC و التي بلغت 160202 باحتساب كل قطاعات النشاط الى غاية نهاية سنة 2022 و كذا الوظائف المتوقعة عند الانطلاق و عددها 340500 وظيفة و اجمالي تمويل الاستثمارات الخاصة بكل القطاعات بمبلغ 554780.17 مليون دج، حيث كان لقطاع نقل البضائع النصيب الأكبر من عدد المشاريع الممولة بـ 46124 مشروع و 70 053 وظيفة عند الانطلاق و 120 632,29 مليون دينار جزائري كإجمالي للتمويل لهذا القطاع ، في حين أخذ قطاع الري أقل نصيب من المشاريع بـ 372 مشروع بعدد وظائف قدره 1255 وظيفة و 2627.35 مليون دج اجمالي الاستثمارات لهذا القطاع .

الشكل 0- : 12 عدد وتمويل الاستثمارات من طرف CNAC بحسب قطاع النشاط وأثره على خلق الوظائف



المصدر: من إعداد الطالب بناء نشرية المعلومات الاحصائية للم.ص.م في عددها 42 طبعة أفريل 2023 و مخرجات Excel

من الجدول والشكل يتبين لنا حجم ما يقدمه CNAC في إطار مهمته الخاصة بتمويل المشاريع وامتصاص البطالة وذلك الى غاية نهاية سنة 2022 ، حيث كان مجموع ما موله الصندوق من مشاريع هو: 554780,17 مليون دج أي ما يقابل 160202 مشروع مع 340500 وظيفة متوقعة من هذه المشاريع، أما قطاع النشاط الحاصل على المبلغ الأكبر من حيث التمويل فكان قطاع نقل البضائع بـ 120 632,29 مليون دج بـ 64129 مشروع منجز في حين كان لقطاع الري الحصة الأصغر في التمويل بـ 2 627,35 مليون دج ما يقابل 372 مشروع منجز، أي أن ما تم تخصيصه من غلاف مالي في قطاع الري لا يمثل سوى 2.17% . أما فيما يتعلق بالوظائف فنجد دوما الصدارة لقطاع البضائع بـ 70053 وظيفة في حين يتذيل قطاع الري عدد الوظائف المنشأة بـ 1255 وظيفة.

### 3. الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM:

تم إنشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 تعمل تحت وصاية وزارة التضامن والأسرة؛ وتندرج ضمن الاستراتيجية الوطنية لمكافحة الفقر والتهميش، تأتي لمعالجة النقائص المشخصة على رأسها المساهمة في مكافحة البطالة والفقر في المناطق الحضرية والريفية وذلك بتشجيع العمل الحر، والعمل في البيت والحرف والمهن، لا سيما الفئات النسوية، من مهامها:

- تسيير جهاز القرض المصغر في إطار ما تمليه القوانين والتشريعات.
- دعم، توجيه ومراقبة المستفيدين في تجسيد أنشطتهم، لا سيما فيما يتعلق بتمويل مشاريعهم؛
- متابعة الأنشطة المنجزة من طرف المستفيدين مع الحرص على احترام الاتفاقيات والعقود المتعلقة بالوكالة؛
- مساعدة المستفيدين لدى المؤسسات والهيئات ذات العلاقة بتجسيد مشاريعهم وإبقاء التواصل مع البنوك والمؤسسات المالية فيما يخص تمويل المشاريع، وتنفيذ مخطط التمويل مع متابعة تنفيذ واسترداد الديون المستحقة في الوقت المحدد؛
- تكوين حاملي المشاريع والمستفيدين من القروض المصغرة على تقنيات تمويل وتسيير الأنشطة المدرة للدخل؛

- تنظيم المعارض (عرض/ بيع) الجهوية أ والوطنية لتسويق منتجات القروض المصغرة الممنوحة (صالحى سلمى، 2021، صفحة 09).

الجدول 0-15 : القروض الممنوحة من طرف ANGEM بحسب قطاع النشاط بنهاية سنة 2022

النسبة المئوية %	المبالغ الممنوحة (دج)	عدد القروض الممنوحة	قطاع النشاط
13,52	9 324 426 360,57	130 686	الفلاحة
39,47	20 026 848 333,81	381 421	الصناعات الصغيرة جدا TPI
8,91	7 948 149 128,80	86 120	البناء والاشغال العمومية
19,78	18 169 609 984,78	191 098	الخدمات
17,61	10 419 420 276,40	170 180	الحرف
0,6	1 463 980 480,94	5 799	التجارة
0,1	139 609 807,40	998	الصيد
100	67 492 044 372,70	966 302	مجموع

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية للم.ص.م في عددها 42 طبعة افريل 2023.

الملاحظ أن الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM قدمت بنهاية سنة 2022 ما يساوي 966302 قرض من حيث العدد موزعة عبر 6 قطاعات للنشاط بحيث كان لقطاع الصناعات الصغيرة جدا النصيب الأكبر من حيث العدد بـ 381421 قرض بنسبة 39.47% من مجموع القروض الممنوحة تلاها الخدمات بـ 191098 قرض نسبتها 19.78 % ثم قطاع الحرف بـ 170180 قرض بنسبة 17.61 % يليه قطاع الفلاحة الحاصل على 130686 قرض بنسبة 13.52 % ثم قطاع الأشغال العمومية و البناء بـ 86120 قرض ليتذيل الترتيب كل من قطاعي التجارة و قطاع الصيد بـ 5799 و 998 على الترتيب بنسبة 0.7 % لكلا القطاعين مجتمعين . أما في ما يخص المبالغ الإجمالية الممنوحة مقابل تلك الأعداد من القروض فكان أكبرها 20 026 848 333,8120 دج لقطاع الصناعات الصغيرة جدا و أصغرها 139 609 807,40 دج خصصت لقطاع الصيد، في حين بلغ المجموع الاجمالي

لكل القروض الممنوحة إلى غاية نهاية سنة 2022: 67 492 044 372,70 دج في دلالة واضحة لما تقدمه هذه الوكالة في إطار دعم إنشاء و تنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

الجدول 0-16: القروض الممنوحة من طرف ANGEM بحسب نوعية التمويل في نهاية سنة 2022

نوعية التمويل	العدد	النسبة %	الوظائف التي تم توفيرها
تمويل شراء المواد الاولية	868 562	89,89	1 261 671
تمويل ثلاثي (ANGEM- بنك-مركبي)	97 740	10,11	151 224
المجموع	966 302	100	1 412 895

في نهاية سنة 2022، نجد أن ما يمثل 89,89% من الاعتمادات الممنوحة مخصصة لتمويل شراء المواد الأولية (868,562 مشروعا) وبتعداد 1.261.671 عرض عمل، أما باقي الاعتمادات الممنوحة فمخصصة للتمويل الثلاثي "ANGEM" -المستفيد-البنك" (نشرية المعلومات الاحصائية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، 2023، صفحة 26).

#### 4. صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة FGAR:

تم إنشاء صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 06 رمضان 1423 الموافق ل 11 نوفمبر 2002 المتعلق بتطبيق القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة المتضمن للقانون الأساسي لصندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة. و هو مؤسسة عمومية تحت وصاية وزارة الصناعة والمناجم، و يتمتع هذا الصندوق بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية. انطلق الصندوق في النشاط بصورة رسمية في 14 مارس 2004.

يهدف صندوق ضمان القروض إلى تسهيل الحصول على القروض المتوسطة الأجل التي تدخل في التركيب المالي للاستثمارات المجدية، وذلك من خلال منح الضمان

للمؤسسات التي تقتصر للضمانات العينية اللازمة التي تشترطها البنوك (صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، 2024).

الجدول 0-17 : عروض ضمانات القروض لـ FGAR لسنة 2022

العدد	مبلغ الضمانات الممنوحة (مليون دج)	مبالغ متوسط الالتزام (مليون دج)
247	9199	37

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية للم.ص.م في عددها 42 طبعة أبريل 2023

في سنة 2022 قدم صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 247 ضمان للقروض بمبلغ 9199 مليون دج بالالتزام متوسط قدره 37 مليون دج. ومنذ انشاءه الى غاية 2022/12/31 قد حقق صندوق FGAR 3639 عرض ضمان، بما يعادل مبلغ التزام قدره 130,786,06 مليون دينار أي بمتوسط تغطية 43,79% من المبلغ الإجمالي للقروض المقدر بـ 298648.98 مليون دينار متأتية من البنوك والمؤسسات المالية في إطار إنجاز المشاريع الاستثمارية، والذي يصل مبلغه إلى 469681 مليون دينار (نشرية المعلومات الإحصائية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، 2023، صفحة 18).

توفر هذه المصادر والوسائل للتمويل اللازم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدعم نموها وتوسيع نطاق أعمالها، وتسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية وخلق فرص العمل.

الفرع الثالث: تأثير العوامل الديمغرافية/الاجتماعية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تلعب العوامل الديموغرافية والاجتماعية دورًا مهمًا في تحقيق القدرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة، وفيما يلي بعض التأثيرات:

أولاً: التكوين والتدريب وترقية المستوى المعرفي للعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن دراسة محمد عمر الزعبي أثبتت وجود علاقة ارتباطية قوية بين رأس المال البشري و تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأن مستوى تحقيق الميزة التنافسية عال، كما أنه هناك علاقة ارتباط بن توفر المعرفة والكفاءة والقدرات والمهارات الموجودة في المورد البشري، و قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تحقيق الميزة التنافسية (محمد عمر الزعبي، 2018، صفحة 169)، (بن خيرة أحمد، بن النذير نصر الدين، صفحة 09).

وبحسب David Ashton و Francis Green فإن "التكوين يساهم بشكل رئيسي في إنتاج ذو قيمة مضافة عالية ويشارك في عملية الحصول على المزايا التنافسية و كذا القدرة التنافسية للمؤسسات في الدولة" (David Ashton, Francis Green, 1997).

إن، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولضمان تكيفها مع مختلف تغييرات بيئتها، فهي مطالبة بترقية خبرة موظفيها عن طريق نوعين من التكوين (Kansab Djamila, Salem :Abdelazziz, 2016, p. 05)

- التكوين الأولي (التعلم): والتي تركز على الحصول على مختلف المعارف العامة في المدارس والهيكل الكلاسيكية للتكوين.
- التكوين المتواصل (التعلم التنظيمي): والذي يتيح معرفة محددة داخل المؤسسة (تطور التكنولوجيا، تغير أنظمة الإنتاج...)، وبعبارة أخرى فهو عملية مستمرة وتدريبية، فعندما نتعلم ما الذي يجب فعله وما لا يجب فعله، فإننا نحسن قدرتنا على العمل بكفاءة وذكاء، اذن فالتكوين المتواصل هو تراكم للتكوين العام والخاص.

**ثانياً: ثقافة وسلوك المستهلكين.**

يمكن للعوامل الاجتماعية مثل الثقافة وتفضيلات المستهلكين أن تؤثر أيضاً على الميزة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة، فعلى سبيل المثال، إذا كانت المؤسسات قادرة على التكيف بسرعة مع التغيرات الثقافية أو الاتجاهات الناشئة، فيمكنها الحصول على ميزة تنافسية من خلال تقديم منتجات أو خدمات جذابة للمستهلكين بحسب توجهاتهم تلك، اذ أن

فهم احتياجات المستهلكين ورغباتهم ضروري للحفاظ على الميزة التنافسية في السوق والمتميز بالتغير باستمرار.

فالعوامل الديموغرافية والاجتماعية تأثيرها على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومسيروها وجب عليهم الإحاطة بهذه العوامل و أخذها في الاعتبار عند تخطيط وتنفيذ استراتيجيات مؤسساتهم.

الفرع الرابع: تأثير العوامل التكنولوجية والبنى التحتية على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تتأثر الميزة التنافسية بالعوامل التكنولوجية ولبنى التحتية من خلال:

### 1. النقل والوصول إلى الأسواق:

تعمل البنية التحتية على تعزيز القدرة التنافسية للاقتصاديات وتعظيم ميزاتها التنافسية، ففي حالة المؤسسات، تعد خدمات البنية التحتية عاملاً مهماً في الإنتاج، ولهذا السبب فإن الوصول إلى الخدمات ذات الجودة الكافية وتوافرها بتكاليف معقولة أمر ضروري لتنافسية المؤسسات. فمثلاً، يتيح مصدر التمويل بالكهرباء الموثوق به تخطيط عمليات الإنتاج بكفاءة عالية وتقليل التكاليف المرتبطة باقتناء المولدات الكهربائية للتعامل مع انقطاعات التيار الكهربائي غير المتوقعة. وبالمثل، فإن التوفر الكافي لوسائل النقل والمرافق ذات الصلة، يجعل من الممكن تحسين موقع مراكز الإنتاج والتوزيع وبالتالي تقليل التكاليف اللوجستية (Brahim Dinar, Hicham Bahri, 2022).

اذن، فالبنية التحتية المتطورة للنقل، مثل الطرق، الموانئ والسكك الحديدية الحديثة، تسمح لمختلف المؤسسات بما فيها الصغيرة والمتوسطة بالوصول بسهولة إلى الأسواق المحلية والدولية. وهذا يمكن أن يقلل من تكاليف الشحن والتوزيع، فضلاً عن مواعيد التسليم، مما يسمح للشركات الصغيرة والمتوسطة بالحصول على الميزة التنافسية.

### 2. الاتصال الرقمي وتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

بحسب دراسة أجراها كل من نازم محمود ملكاوي وشحاده مفلح الغرايبه بعنوان تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في شركات السياحة والسفر الأردنية) شملت موظفي 34 مؤسسة، إذ توصلت الدراسة الى أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية على الميزة التنافسية بمختلف أبعادها (التكلفة، الجودة، الإبداع، التسليم، والمرونة)، أفضت إلى

توصيات بضرورة الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات وتطويرها وتعزيز دورها في الميزة التنافسية (نازم محمود ملكاوي، شهادة مفلح الغرابية، 2015، صفحة 01).

توفر البنية التحتية الحديثة للاتصالات، على غرار تقنيات المعلومات والاتصالات (ICT)، للشركات الصغيرة والمتوسطة إمكانية الوصول السريع إلى المعلومات والعملاء والموردين مع تسهيل إدارة العمليات التجارية، مما قد يؤدي إلى تحسين القدرة التنافسية.

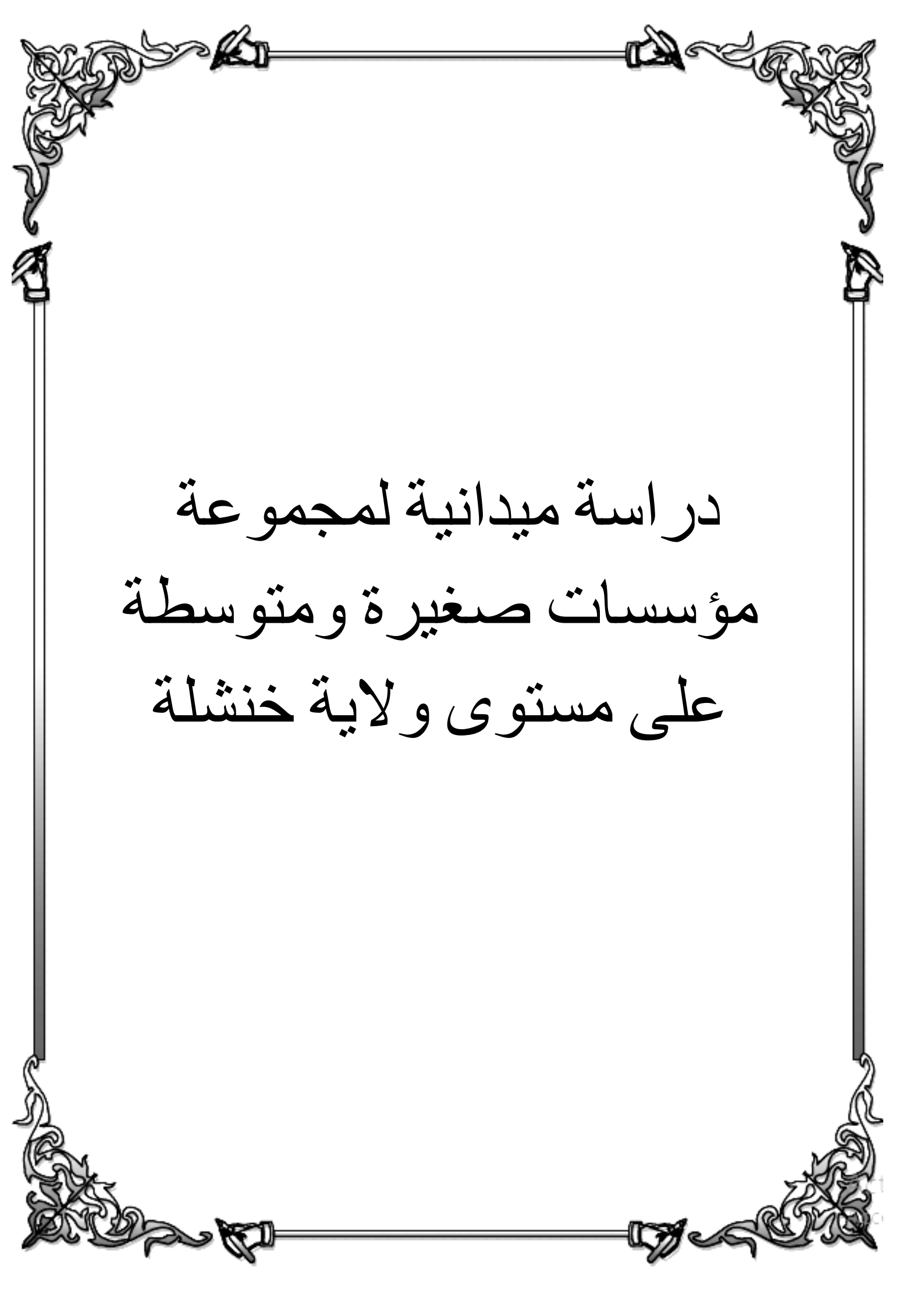
## خلاصة الفصل :

بحسب ما جاء في هذا الفصل فان المؤسسة المتوسطة تشغل ما بين 50 و 250 شخصا، ويكون رقم أعمالها السنوي ما بين أربعمائة 400 مليون وأربعة 04 ملايين دينار جزائري، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائتي 200 مليون دينار جزائري إلى مليار 01 دينار جزائري في حين المؤسسة الصغيرة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعمائة 400 مليون دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائتي 200 مليون دينار جزائري، اما المؤسسة الصغيرة جدا تشغل من عامل 1 إلى 09 عمال وتحقق رقم أعمال أقل من أربعين 40 مليون دينار أو يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية عشرين 20 مليون دينار.

إن هذا النوع من المؤسسات يساهم في خلق الوظائف وزيادة القيمة المضافة والنتائج المحلي الإجمالي ناهيك عن تطوير البحث والتطوير، كما ان اعدادها في الجزائر في تزايد مستمر بحيث بلغت 1359803 مؤسسة مساهمة بـ 6,7 بالمائة من الناتج الداخلي الخام في إشارة إلى نمو القطاع وتوفير فرص عمل جديدة، الا انها تعاني بعضا من النقائص على راسها تلك التمويلية والمتمثلة اساسا في عدم تكيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مع التغييرات المالية الحديثة والآليات الحديثة للتمويل ونقص الضمانات المتاحة لهذا النوع من المؤسسات مما يجعلها أقل جاذبية لدى المؤسسات المالية اضافة الى صعوبة وتعقيد الإجراءات الإدارية المتعلقة بإنشاء المؤسسات وطول مدة إنجازها.

كما تطرقنا في هذا الفصل إلى الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتمثلة في العناصر التي تميز منتج أو خدمة أو مؤسسة عن منافسيها وتجعلها أكثر جذبا للعملاء والمستهلكين وتحقيقها يحافظ على بقاء المؤسسة واستمرارها في السوق، إذ تساهم في زيادة حصتها في السوق وتحقيق الربحية قد تكون الميزة التنافسية متعلقة بمنتج ذو جودة عالية أو تصميم فريد أو تكلفة منخفضة أو خدمة متميزة أو ابتكار تقني. وهي نوعين: ميزة في التكلفة الأقل وميزة في التميز و التفرّد.

اضافة الى ذلك فان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتأثر بمناخ الاعمال الذي تنشط فيه متأثرة بمختلف عوامله السياسية، التكنولوجية، القانونية، الاقتصادية، الاجتماعية و الثقافية... الخ. فهي تتأثر به وبإمكانها حتى التأثير فيه.



دراسة ميدانية لمجموعة  
مؤسسات صغيرة ومتوسطة  
على مستوى ولاية خنشلة

## تمهيد

بعد الإحاطة في الفصل الأول بالإطار النظري لمناخ الأعمال والاستثمار انطلاقاً بالإطار المفاهيمي لمناخ الأعمال ومروراً بمكوناته ثم التعرض لمؤشرات التقييم الخاصة به، تلاه في الفصل الثاني التطرق إلى الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث المفاهيم الأساسية حول هذا النوع من المؤسسات، ثم التطرق إلى الميزة التنافسية فيها وانتهاء بالجمع بين مناخ الأعمال والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك في محاولة للإلمام بالجانب النظري لموضوعنا. لذا، سنحاول من خلال هذا الفصل-في إطار الأهداف التي نسعى من خلال دراستنا إلى تحقيقها- القيام بإسقاط ما جاء في الجانب النظري لتبيان مدى وجود أثر لمناخ الأعمال على الميزة التنافسية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى إقليم ولاية خنشلة وضواحيها، وفي هذا الصدد قسمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث على كماليلي:

- ❖ المبحث الأول: تقديم عام لمختلف هيئات إنشاء، دعم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية خنشلة.
- ❖ المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.
- ❖ المبحث الثالث: تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الأول: تقديم عام لمختلف هيئات إنشاء، دعم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية خنشلة.

من خلال هذا المبحث سنحاول التطرق إلى التقديم والتعريف بمختلف المؤسسات والهيئات الخاصة بإنشاء، دعم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى ولاية خنشلة، والذين قاموا بتوجيهنا نحو مختلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل دراستنا والمتواجدة في تراب الولاية، هذا، وفي نفس المبحث سنقوم باستعراض الهياكل التنظيمية لمختلف هذه الهيئات وآليات عملها، ثم سنحاول التعرض إلى وصف وتحليل مختلف الإحصائيات التي استطعنا الحصول عليها من طرف بعض هذه الهيئات.

**المطلب الأول: تعريف الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AAPI) خنشلة (سابقا ANDI):**  
مؤسسة عمومية ذات صفة إدارية تتمتع بالشخصية الاعتبارية والاستقلال المالي. موضوعة تحت إشراف رئيس الوزراء، ولها صلاحية دعم ومرافقة المستثمرين الوطنيين والأجانب في إنجاز مشاريعهم الاستثمارية.

تتجلى على المستوى المحلي (ولاية خنشلة) في شباك وحيد غير مركزي ذو الصلاحية المحلية للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار والذي تم إنشاؤه في ديسمبر من سنة 2009. يتكون من مختلف الإطارات و العمال عددهم 15 ، إضافة إلى ممثلي مختلف الإدارات مثل : البلدية، المركز الوطني للسجل التجارية، الضرائب، الوكالة الوطنية للتشغيل، صندوق التأمينات الاجتماعية، صندوق تأمين غير الأجراء، مديرية البيئة، مديرية التعمير و البناء... ، يعمل هذا الأخير على تمكين الفاعلين الاقتصاديين الوطنيين، سواء كانوا أشخاصا اعتباريين أو طبيعيين، من استكمال التسجيل لمشاريعهم (في مختلف القطاعات الإنتاجية، الصناعية و الخدمية) ، والإجراءات و التصاريح المطلوبة منهم في مكان واحد، وفي غضون أقل فترة زمنية.

وهو (الشباك الوحيد) نقطة الاتصال الوحيدة للمستثمرين على المستوى المحلي، إذ يوفر المساعدة والدعم للمستثمرين في استكمال الإجراءات المتعلقة بالاستثمار. يقوم الشباك الوحيد اللامركزي بمعالجة الاستثمارات غير تلك التي تتدرج تحت الشباك الواحد ذو الصلاحية الوطنية للمشاريع الكبرى والاستثمارات الأجنبية.

الجدول 0-1 ما تم تحقيقه على مستوى الشباك الوحيد AAPI خنشلة منذ 2009 الى  
2023/01/03

القيمة	التعيين
7574	عدد الزيارات
804	عدد التصريحات
74734	المبلغ الإجمالي (مليون دج)
5657	مناصب الشغل المفتوحة
1	عدد المشاريع الخاصة بالأجانب
489	المبلغ (مليون دج) للمشاريع الخاصة بالأجانب

المصدر: الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار AAPI خنشلة

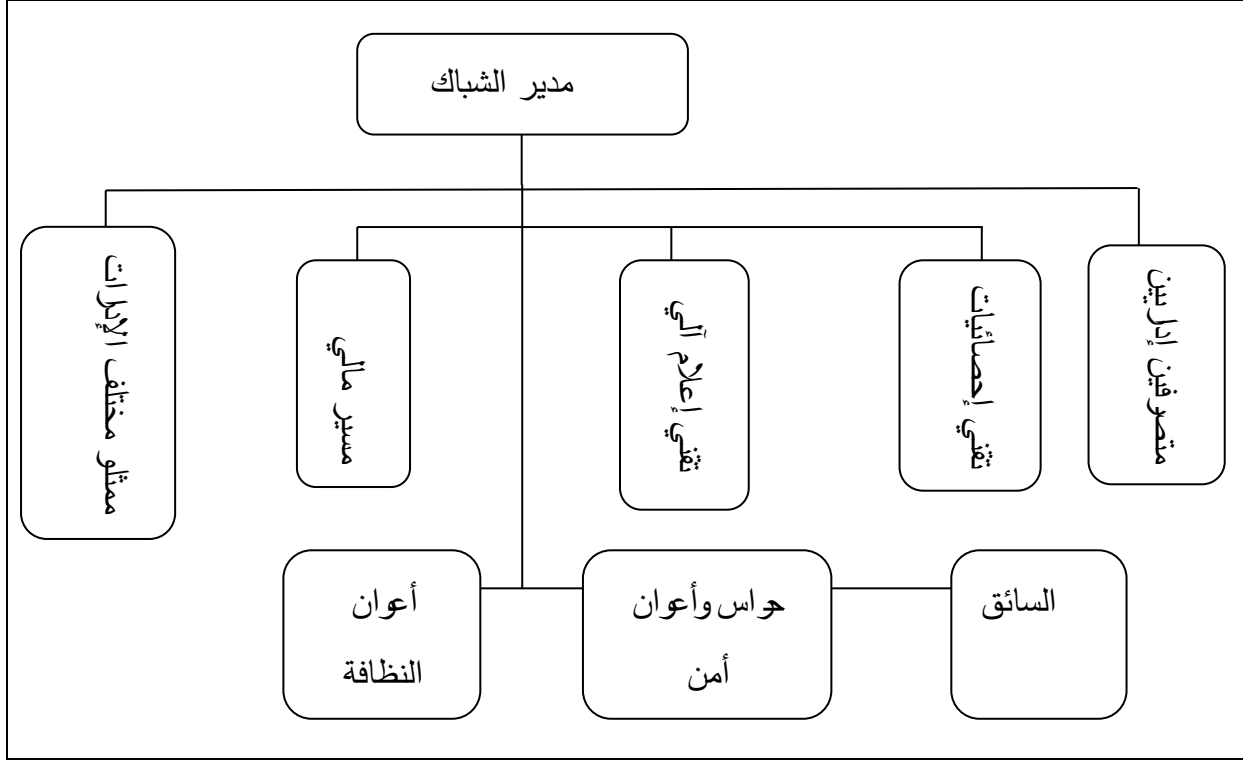
حققت الوكالة الوطنية لترقية الاستثمارات منذ 1 نوفمبر 2022 إلى غاية 30 نوفمبر 2023 الأرقام التالية: -تسجيل 4651 مشروع بمبلغ 2.303.467 مليون دج مع إنشاء 140025 منصب عمل .

#### 1. مهام الشباك الوحيد الغير مركزي:

- استقبال المستثمرين.
- تسجيل الاستثمارات.
- إدارة ومراقبة ملفات الاستثمار.
- دعم المستثمرين لدى الإدارات والمنظمات المعنية من خلال مرافقتهم و تقديم التسهيلات لهم فيما يتعلق بالإعفاءات و التخفيضات الجبائية مثل الرسم على القيمة المضافة، الرسم على النشاط المهني، الضريبة على أرباح الشركات) و كذا الإعفاءات الشبه جبائية (الجمركية)، إعفاءات التسجيل على مستوى مديرية أملاك الدولة، تخفيضات في الاشتراكات على مستوى صندوق التأمينات الاجتماعية للأجراء.

2. الهيكل التنظيمي للشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار - خنشلة

الشكل 0-1 الهيكل التنظيمي للشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار - خنشلة



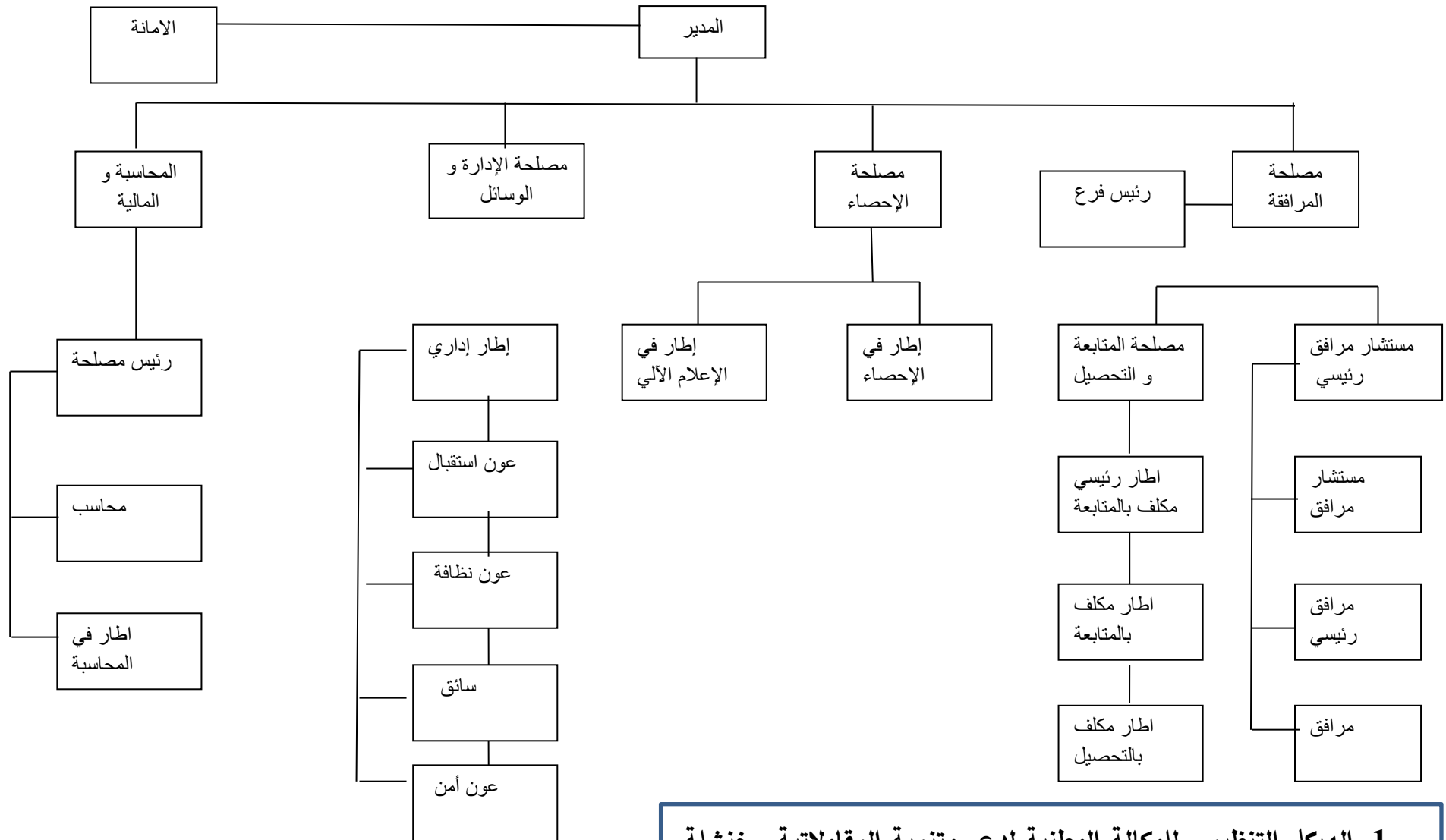
المصدر: الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار - خنشلة

**المطلب الثاني: تعريف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) خنشلة:**

أنشأت هذه الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-329 المؤرخ بـ 22 نوفمبر 2020 والتي هي امتداد مع تعديل وإتمام للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب والتي تم إنشاؤها بموجب المرسوم 96-296 المؤرخ يوم: 08 سبتمبر 1996 (بودرة فاطمة، 2022، صفحة 07).

هي هيئة حكومية ذات طابع خاص، تتمتع بشخصية اعتبارية واستقلال مالي. تخضع لوصاية الوزير المفوض المكلف بشؤون المشاريع الصغيرة بصفة مساعد لرئيس الوزراء. تقدم هذه الوكالة الدعم لحاملي المشاريع لإنشاء وتوسيع المشروعات الصغيرة لإنتاج السلع والخدمات.

الشكل 0- 2 الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية - خنشلة



1. الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية - خنشلة

المصدر: الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية - خنشلة

1. مهام الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات - خنشلة :

- المرافقة وتقديم الاستشارة.
- إتاحة كل المعلومات سواء اقتصادية، تقنية، تشريعية وتنظيمية المتعلقة بأنشطة حاملي المشاريع.
- صيانة العلاقات مع مختلف الشركاء والجهات والممثلين أساسا في البنوك، مصالح الضرائب، صندوق الضمان الاجتماعي.
- تنمية الشراكة بين مختلف القطاعات لتحديد فرص الاستثمار .
- ضمان التكوين لحاملي المشاريع ضمن المراكز الخاصة بتطوير المقاولاتية.
- تمويل المشاريع الشبابية وإعلامهم بمختلف الإعانات الممنوحة.
- والمتابعة عن بعد للمؤسسات المصغرة التي أنشأها أصحاب المشاريع و مرافقتهم.
- تشجيع كل الإجراءات والتدابير الرامية إلى تعزيز إنشاء وتوسيع الأنشطة.

2. صيغ التمويل في الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية - خنشلة

يلخص الجدول الموالي صيغ التمويل في الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية:

الجدول 0-2 صيغ التمويل في الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية - خنشلة

القرض البنكي	مساهمة الوكالة	المساهمة الشخصية	صيغة التمويل
	50%	50%	التمويل الثنائي (أقل من 10 ملايين دج)
70%	15%	15%	التمويل الثلاثي (أقل من 10 ملايين دج)
		بالنسبة للمناطق الخاصة والهضاب العليا 12%	
		بالنسبة لمناطق الجنوب 10%	
		بالنسبة للشباب العاطل والطلبة حاملي المشاريع 5%	

المصدر: (بودرة فاطمة، 2022، صفحة 08)

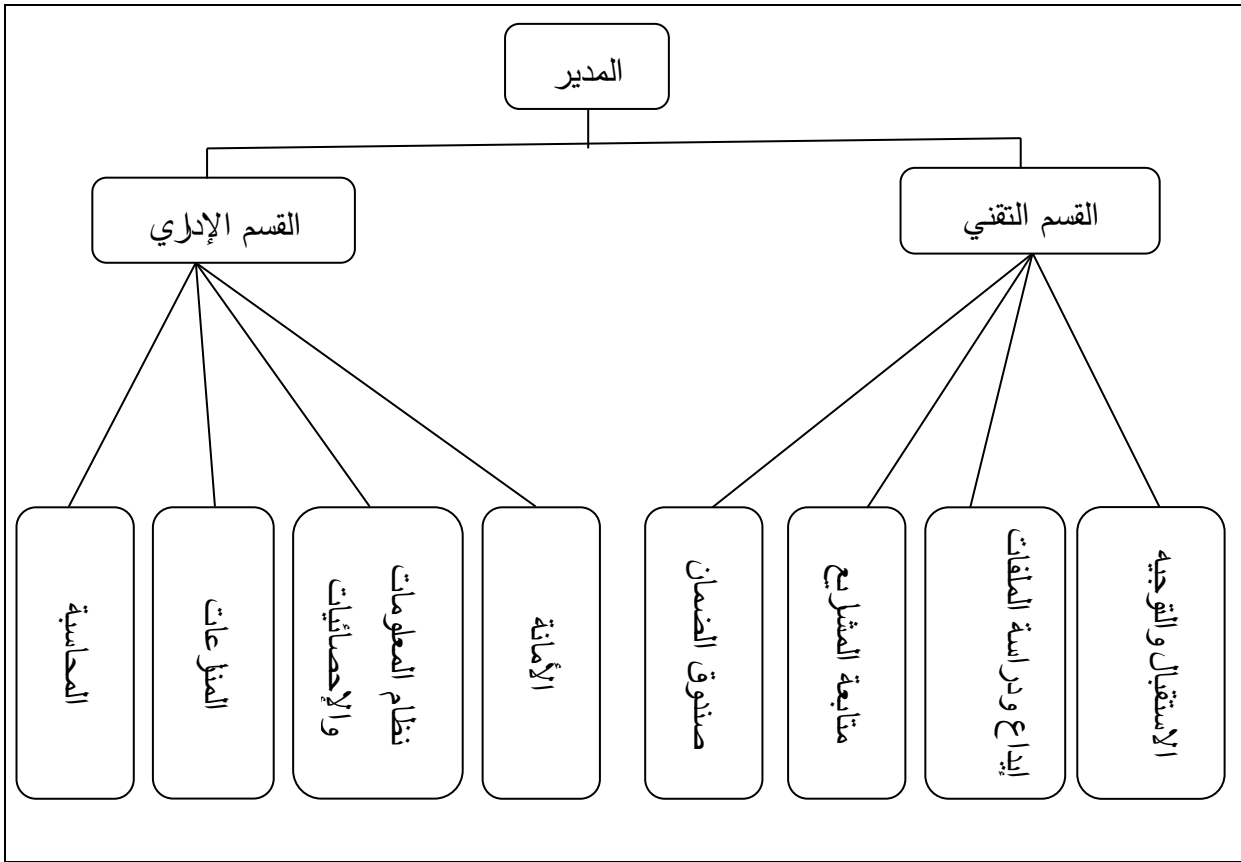
### المطلب الثالث: الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM) خنشلة:

ظهر القرض المصغر لأول مرة في الجزائر سنة 1999 ولكنه لم يعرف - في صيغته السابقة- النجاح المرجو منه من طرف السلطات العمومية، بسبب ضعف عملية المرافقة أثناء مراحل نضوج المشاريع ومتابعة انجازها، إلى غاية سنة 2004 أين تم إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 المعدل

إن الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر هي منظمة ذات طابع خاص، موضوعة تحت الوصاية الوزارية لوزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة. تعتمد الوكالة نموذج تنظيمي لامركزي ممثلا في (06) ستة هيئات مركزية (أربع مديريات وخليتين)، إضافة إلى 49 وكالة ولاية (منها وكالة خنشلة) تغطي كافة أرجاء الوطن مدعمة بـ 548 خلية مرافقة على مستوى كل دائرة.

يتوزع موظفو الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر-خنشلة حول المصالح المبينة في الهيكل التنظيمي الموالي:

الشكل 0-3 الهيكل التنظيمي للوكالة المحلية لتسيير القرض المصغر - خنشلة



المصدر: الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر - خنشلة

### 1. أهداف الوكالة المحلية لتسيير القرض المصغر:

تتمثل أهداف الوكالة المحلية لتسيير القرض المصغر في:

- دعم تسويق منتجات القروض المصغرة عن طريق تنظيم المعارض عرض/بيع.
- تكوين حاملي المشاريع والمستفيدين من القروض المصغرة في مجال تقنيات تمويل وتسيير الأنشطة المدرة للمداخيل والمؤسسات الصغيرة جدا.
- المساهمة في محاربة البطالة والفقر في المناطق سواء الحضرية أو الريفية من خلال تشجيع العمل الحر، والعمل في البيت والحرف والمهن، وتشجيع المرأة.
- رفع الوعي بين سكان الريف من خلال إبراز المنتجات الاقتصادية والثقافية، من السلع والخدمات، المولدة للمداخيل ومناصب العمل.
- تنمية روح المقاولاتية للقضاء على الاتكالية.

- دعم توجيه ومرافقة المستفيدين في تنفيذ أنشطتهم، سيما فيما تعلق بتمويل مشاريعهم ومرحلة الاستغلال.

- متابعة الأنشطة المنجزة من طرف المستفيدين والحرص على احترام الاتفاقيات والعقود التي تربطهم مع الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM.

## 2. تمويل القرض المصغر طرف الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر

تقوم الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر في إطار جهاز القرض المصغر على تسيير صيغتين للتمويل:

أ. سلفة صغيرة بدون فوائد تمنحها الوكالة والتي لا تتجاوز 100.000 دج، وقد تصل إلى 250.000 دج على مستوى ولايات الجنوب.

ب. قرض لا يتجاوز 1.000.000 دج موجه لخلق نشاطات والذي يتطلب تركيبة ماليا مع إحدى البنوك.

تقوم كل صيغة بحكم خصوصيتها بتمويل بعض الأنشطة و جلب اهتمام فئة محددة من المجتمع.

## المطلب الرابع: تعريف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC-خنشلة:

تم إنشاء الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (ص.و.ت.ب) سنة 1994 بموجب المرسوم التنفيذي 94-188 المؤرخ في 06 جويلية 1994، في إطار تطبيق المرسوم التشريعي 94-11 المؤرخ في: 26 ماي 1994 و هو مؤسسة عمومية للضمان الاجتماعي يتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، يعمل تحت وصاية وزارة العمل و التشغيل و الضمان الاجتماعي، و جاء لتخفيف الآثار الاجتماعية المتتالية الناجمة عن تسريح العمال الأجراء في القطاع الاقتصادي وفقا لمخطط التعديل الهيكلي ، كما يضم 58 وكالة ولأية .

### 1. الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC-خنشلة

الوكالة الولائية لولاية خنشلة هي وكالة ولائية من الصنف الثاني، بحيث تضم مديرية فرعية واحدة (01) و ثلاث(03) مصالح و خلية واحدة (01)، تضطلع بمهمة (الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة-وكالة خنشلة):

- التأمين عن البطالة لفائدة الأجراء من القطاع الاقتصادي الذين فقدوا وظائفهم لا إراديا ولأسباب اقتصادية سواء بالتسريح الإجباري أم بتوقف نشاط المستخدم.
- دعم وإحداث وتوسيع النشاطات من طرف البطالين ذوي المشاريع البالغين ما بين ثلاثين وخمسين سنة.
- تشجيع ودعم ترقية الشغل عن طريق امتيازات مقدمة لصاحب العمل منها أن يتكفل الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة بالاشتراك الإجمالي لصاحب العمل لفترات معينة أو إعانات شهرية للتشغيل.
- يوظف صندوق(وكالة) التأمين عن البطالة لولاية خنشلة 43 موظفا موزعون كمايلي :

- 02 إطارات سامية

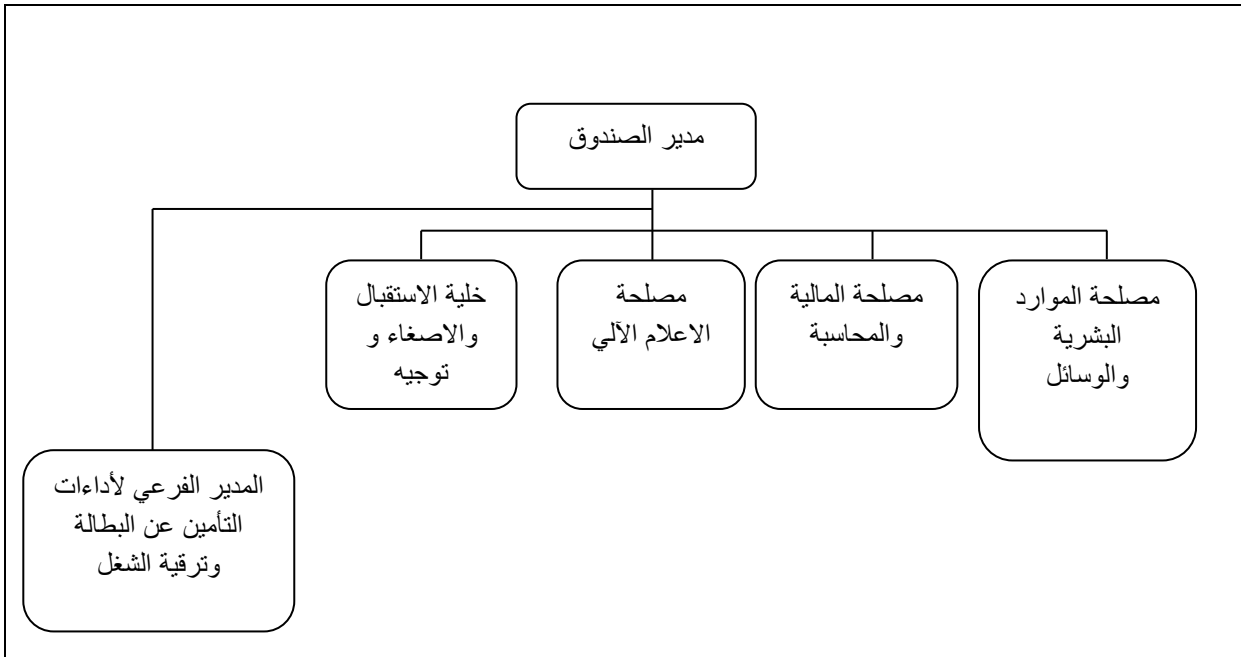
- 24 إطار

- 13 أعوان تحكم

- 04 أعوان تنفيذ

يتوزعون وفق الهيكل التنظيمي الموضح في الشكل الموالي:

الشكل 0-4 الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتأمين على البطالة - وكالة خنشلة



المصدر: للصندوق الوطني للتأمين على البطالة - وكالة خنشلة

## 2. تمويل المؤسسات المصغرة من طرف الصندوق الوطني لتسيير القرض المصغر:

بحسب ما جاء به المرسوم 04-01 المؤرخ في 13/01/2004، الذي يتم المرسوم التنفيذي 94-188 المؤرخ في 06 يوليو 1994 والمتضمن القانون الأساسي للصندوق الوطني للتأمين على البطالة، والذي بمقتضاه يمكن للصندوق تمويل خلق نشاطات السلع والخدمات ودعم من طرف البطالين أصحاب المشاريع والذين تتراوح أعمارهم من 30-50 سنة سيما عن طريق منح قروض بدون فائدة (مرقوم كلثوم، فوفاة فاطمة، 2020، صفحة 11). وابتداء من 2010، اتخذت السلطات العمومية إجراءات جديدة لتلبية طموحات الفئة الاجتماعية المعنية ترمي أساسا إلى تطوير وتحويل ثقافة المقاوله بحيث أدخلت تعديلات على الجهاز تتضمن (الصندوق الوطني للتأمين على البطالة، بلا تاريخ):

- تخفيض مدة التسجيل في الوكالة الوطنية للتشغيل (شهر واحد (01) بدلا من ستة (06) أشهر)
- رفع مستوى الاستثمار من خمسة (05) ملايين دينار جزائري إلى عشرة (10) ملايين دينار جزائري

- الالتحاق بالجهاز من ثلاثين (30) سنة (بدلا من خمسة وثلاثين سنة) إلى خمسة وخمسين (55) سنة
- وعلاوة على إحداث النشاط، توسيع إمكانيات إنتاج السلع والخدمات.

### المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

يتم التطرق في هذا المبحث إلى العناصر التالية: مجتمع وعينة الدراسة، مجالاتها، أدوات جمع البيانات، نموذج الدراسة ومتغيراتها.

**المطلب الأول : إجراءات تطوير أداة القياس و أساليب التحليل الإحصائي.**

#### 1. مجتمع وعينة الدراسة:

تتيح عينة الدراسة والتي هي أهم مرحلة في مراحل الدراسة الميدانية، إمكانية استنتاج خصائص المجتمع المدروس من خلال دراسة العينة المأخوذة منه، ولذلك يجب على الباحث العلمي تحديد كل من مجتمع وعينة الدراسة، من أجل تحديد مدى إمكانية تعميم النتائج المتوصل إليها وفق اعتبارات معينة.

#### أ. مجتمع الدراسة:

يتمثل في المجموعة الكلية للمفردات أو الوحدات ذات الخصائص المشتركة، والتي تكون محل الاهتمام في ظاهرة أو دراسة معينة، حيث ضم مجتمع دراستنا مختلف أصحاب وممثلي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إقليم ولاية خنشلة وعبر مختلف ضواحيها، تسعى إلى الاستمرار والنمو وتتشط في مختلف القطاعات. كما انه لم يتم حصر عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية خنشلة نظرا لتحفظ مدراء مختلف الهيئات والمؤسسات الحكومية - الموكل لها إنشاء، دعم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إقليم الولاية-، عن تقديم إحصائيات حول أعداد المؤسسات الموجودة بسبب تعليمات وصائية موجهة لهم.

#### ب. عينة الدراسة:

تتمثل في مجموعة جزئية من عناصر أو مفردات المجتمع الإحصائي محل الدراسة، يتم اختيارها بحيث تكون ممثلة للمجتمع الإحصائي المسحوبة منه، ويختلف حجم العينة حسب نوعها، أهمية الدراسة، والإمكانيات المادية والبشرية المتاحة. في حالة الدراسات التي تفتضي

فرضاتها عدة متغيرات و بالتالي تتطلب دراستها استعمال الانحدار الخطي المتعدد بواسطة البرامج الخاصة . يكون من اللزوم مراعاة التناسب بين عدد المتغيرات المستقلة و حجم العينة، حيث وجب أن يكون حجم العينة مساو على الأقل 10 أضعاف متغيرات الدراسة (عثمان، يغني سامية، مديني، صفحة 07) ، و بما أن دراستنا تحتوي على 5 (خمسة) متغيرات مستقلة فان حجم العينة وجب أن لا يقل عن 50 (خمسون) مفردة . و نظرا لأنه لم يتم حصر عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الفعلي عبر إقليم ولاية خنشلة، و بالنظر للإمكانات المادية و البشرية المحدودة و المتوفرة، فلقد تم اختيار عينة مكونة من 179 صاحب/ممثل مؤسسة صغيرة و متوسطة مستغلين ما هو متاح من الموارد المادية و العلاقات الشخصية، إذ تم توزيع الاستبيانات عليهم، تم استرجاع (173) منها، في حين بلغ عدد الاستبيانات الصالح لعملية التحليل إحصائيا هي (172) استبيان، أي بنسبة استجابة بلغت (96%).

مع الإشارة إلى صعوبة العملية ميدانيا واستهلاكها الكبير جدا للوقت والجهد. و جدير بالذكر أيضا أنه تم استهداف -وبطريقة عمدية- أصحاب هذه المؤسسات أو ممثليها القانونيين نظرا لتوفر المعلومة لديهم وفهمهم لموضوع دراستنا، خصوصا بعد التأكد أن باقي الموظفين لا يتوفرون على كل المعلومات التي نحتاجها (بعد مقابلة البعض منهم).

## 2. مجالات الدراسة:

أ. المجال المكاني: يتمثل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة لإقليم ولاية خنشلة عبر مختلف بلدياتها وتعدادهم 21 بلدية.

ب. المجال الزمني: لقد قمنا بإيداع طلب على مستوى نيابة العميد المكلف بما بعد التدرج والشؤون الخارجية لكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، حيث تلقينا وثائق تسهيل مهمة لمختلف الهيئات التي تعاملنا معها، ابتداء من تاريخ 2023/06/18 وإلى غاية: 2023/12/20.

## 3. أدوات وكيفية جمع البيانات:

في إطار جمع البيانات المتعلقة بالدراسة، تم الاعتماد على مجموعة الأدوات الإحصائية التي تتوافق مع طبيعة مشكلة الدراسة، وتشمل الأدوات المعتمدة في الدراسة على:

أ. أدوات التحليل الإحصائي (وصفي واستدلالي):

من اجل اختبار فرضيات الدراسة، تم إدراج البيانات في برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS في نسخته 22، إضافة إلى الرسومات البيانية (دوائر، أعمدة) لتسهيل قراءة البيانات و تحليلها ، و استعمال الأدوات الإحصائية الملائمة للدراسة الخاصة بالإحصاء الوصفي والاستدلالي، المتمثلة فيما يلي:

- التكرارات: تحديد تكرار (عدد المرات) أفراد عينة الدراسة ممن اختاروا كل بديل من بدائل الاستبيان.
- النسب المئوية: لتحديد النسبة من مائة، لأفراد عينة الدراسة ممن اختاروا كل بديل من بدائل الاستمارة.
- المتوسط الحسابي: أهم مقاييس النزعة المركزية، يتم اعتماده للحكم على بقية قيم مجموعة بناء على قيمة تتجمع القيم حولها، يتمثل في مجموع القياسات الخاصة بظاهرة معينة مقسوم على عدد هذه القياسات.
- الانحراف المعياري: من مقاييس التشتت، يستخدم لتحديد مستوى تشتت إجابات أفراد العينة عن وسطها، اذ كلما زادت قيمة الانحراف المعياري، زاد تشتت البيانات عن الوسط الحسابي والعكس.
- مقياس ليكارت الخماسي: للتعرف على اتجاهات المبحوثين ودرجة الموافقة عندهم، تم الاعتماد على مقياس ليكارت Likert الخماسي الذي يقسم إجابات المبحوثين ومختلف آرائهم بحسب درجة موافقتهم إلى: غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة. والتي تمت الإشارة لها باعتماد الأرقام التالية: 1، 2، 3، 4، 5 على التوالي، كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول 0-3 : مقياس ليكارت الخماسي

اتجاه الرأي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن	1	2	3	4	5

المصدر: مجدوب خيرة، زياني عبد الحق، واقع إدراك المؤسسات الجزائرية لمنافع تبني الحوسبة السحابية: دراسة استطلاعية بعدد من المؤسسات والبنوك التجارية على مستوى ولاية تيارت،

العدد 1 (2020)، المجلد 13، ص 323

ومن هنا يكون تحديد مجال المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح بالأوزان) كما يلي:

$$\text{المدى} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة})$$

$$4 = 1 - 5$$

طول الفئة = المدى / الفئات عدد

$$0.80 = 5 / 4$$

نقوم بتشكيل الفئات بداية من الرقم الأقل، وبما أننا اعتمدنا سلم ليكارت الخماسي أكبر قيمة هي 5 وأقل قيمة هي 1، فيتم إضافة هذه القيمة أي 0.8 إلى أقل قيمة في المقياس وهي 1 وذلك لتحديد الفئة الأولى كما يلي:

$1.80 = 0.8 + 1$  ثم نضيف كل مرة طول الفئة 0.8 إلى غاية إتمام الفئات الخمسة 5

كما يلي:

الجدول 0-4 الميزان التقديري وفقا لسلم ليكارت الخماسي

مستوى/درجة الموافقة	المتوسط المرجح بالأوزان	الاستجابة
منخفضة جدا	1.80 إلى 1 من	غير موافق بشدة
منخفضة	2.60 إلى 1.81 من	غير موافق
متوسطة	3.40 إلى 2.61 من	محايد
مرتفعة	4.20 إلى 3.41 من	موافق
مرتفعة جدا	5 إلى 4.21 من	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على حساب الفئات الخمسة

- معامل ألفا كرونباخ: يستخدم لقياس مدى ثبات استبيان الدراسة.
- الصدق الظاهري: ويقوم على فكرة مدى مناسبة عبارات الاستبيان لما يقيس ولما يطبق عليهم ومدى علاقته بالاستبيان بأكمله.

- اختبار t-test: وذلك لاختبار معاملات الدلالة الإحصائية لمعاملات التحديد المختلفة، وذلك بهدف تحديد معنوية المتغير المستقل والتابع واختبار قبول أو عدم قبول فرض الدراسة.
- معامل الارتباط سبيرمان: يستعمل لقياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان.
- معامل الارتباط بيرسون: يستعمل للكشف عن قوة أو درجة العلاقة بين المتغيرين، وتتحصر درجة العلاقة بين أي متغيرين بين  $[-1; +1]$  والتي يعبر عنها باصطلاح معامل الارتباط، فكلما كانت درجة الارتباط قريبة من 1 فإن ذلك يعني أن الارتباط موجب وقوي جدا بين المتغيرين والعكس في حالة الاقتراب من  $(-1)$ .
- الانحدار الخطي المتعدد: يستخدم للتنبؤ بقيمة متغير، يسمى المتغير التابع، من خلال مجموعة من المتغيرات المستقلة، وذلك من خلال تمثيل العلاقة في معادلة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة.

#### ب. كيفية جمع البيانات المستخدمة في الدراسة:

- في إطار إجراءنا للدراسة الميدانية، استعملنا الوسائل والأدوات الآتية لجمع البيانات:
- **الملاحظة:** بما أنها إحدى أدوات جمع البيانات، فلقد اعتمدنا الملاحظة في إطار تنقلاتنا المختلفة بين مختلف الهيئات والإدارات المعنية بدراستنا، مختلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عبر تراب الولاية ومختلف أصحاب أو ممثلي هذه المؤسسات وذلك مكننا من الحصول على معلومات لم يتح لنا الاستبيان الحصول عليها مباشرة، أو لتوضيح عناصر لم يتم التطرق لها بالتفصيل فيه.
- **المقابلة:** هي واحدة من الأدوات المعتمدة في جمع البيانات بغية التوصل إلى حقائق يحتاجها، وهي استبيان شفوي يتم فيه التبادل اللفظي بين القائم بالمقابلة وبين فرد أو عدة أفراد للحصول على معلومات ترتبط بآراء واتجاهات أو دوافع أو سلوكيات، حيث وفي دراستنا هذه تم إجراء عدة مقابلات مع أصحاب وممثلي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المعنية بالدراسة، فضلا عن مختلف المديرين والاداريين عبر مختلف هيئات الدعم و المرافقة و التمويل في الاطار الذي يخدم دراستنا.
- **الاستبيان:** أداة للحصول على المعلومات والبيانات يضم مجموعة من الأسئلة التي يتم إرسالها للمستجوبين أو المبحوثين ، قصد الحصول على بياناتهم و أبداء آرائهم

حول موضوع الدراسة ، و هو أحد أهم الأدوات وأكثرها انتشارا في جمع البيانات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، حيث أننا و بعد الانتهاء من الفصلين النظريين ، توجهنا إلى ضبط استمارة الاستبيان عن طريق وضع عبارات تتوافق و طبيعة الدراسة، ثم عرض الاستمارة على بعض الأساتذة في الاختصاص و أخيرا وضع الاستمارة في شكلها النهائي بعد تنقيحها وتقييمها من طرف الأساتذة، تم إعدادها في شكلها النهائي كما يوضحه نموذج الاستمارة المرفق في الملحقات حيث تضمنت الاستمارة النهائية 31 سؤالاً كما يلي:

- المحور الأول: يخص البيانات الشخصية لعينة الدراسة.
  - المحور الثاني: يخص المتغير المستقل ويتعلق بمناخ الأعمال لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (17 عبارة).
  - المحور الثالث: يخص المتغير التابع ويتعلق بالميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة (14 عبارة).
- المطلب الثاني: اختبار ثبات وصدق أداة الدراسة (الاستبيان)**

يقصد بثبات الاستبيان الاستقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل محسوس وكبير في حالة لو تم إعادة تطبيقها على نفس أفراد العينة عدة مرات وفي نفس الظروف والشروط خلال فترة زمنية معينة.

### 1. ثبات أداة الدراسة:

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) يتم اعتماد معامل ألفا كرونباخ Alpha De Cronbach والذي تتراوح قيمته ما بين 0 و 1، بحيث تكون أصغر قيمة مقبولة له هي 0,7.

والجدول الموالي يوضح معاملات ثبات أداة هذه الدراسة، حيث تم استعمال معامل (ألفا كرونباخ) لقياس ثبات الاستبيان لكل محور من محاور الدراسة (محوري المتغير المستقل والمتغير التابع) وكذا معامل ألفا كرونباخ لعبارات الاستبيان ككل وعددهم 31 عبارة بالإضافة إلى الثبات العام لأداة الدراسة.

الجدول 0-5 : قياس الثبات لاستبيان الدراسة

معامل الثبات (معامل الفا كرونباخ)	عدد العبارات	المحاور
0,781	17	مناخ الأعمال لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
0,750	14	الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
/	31	المجموع
0,887	31	عبارات الاستبيان ككل
0,816		معامل الثبات العام

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج SPSS V.22.

يتضح من الجدول أعلاه، أن محوري الدراسة قد حققا معدل ثبات يتجاوز الحد الأدنى المقبول حيث بلغ محور الدراسة للمتغير المستقل 78.1% في حين بلغ محور المتغير التابع 75.00% بينما كان معامل الثبات لإجمالي عبارات الاستبيان الـ 31 أكبر من القيمة المقبولة 0.70 وكان مساويا لـ 88.7%، فيما بلغ معامل الثبات العام: 81.6%، مما يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات وبالإمكان الاعتماد عليه في الدراسة الميدانية.

وبذلك تم التأكد من ثبات استبيان الدراسة، وبالتالي صلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة.

## 2. صدق أداة الدراسة:

يقصد بصدق أداة الدراسة (الاستبيان)، هو أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه في الأصل، وقد تم الاعتماد على نوعين (02) من صدق أداة الدراسة تمثلا في:

أ. **الصدق الظاهري:** ويقوم على مبدأ مدى مناسبة عبارات الاستبيان لما يراد قياسه ولمن يطبق عليهم ومدى علاقة العبارات بالاستبيان ككل، ومن هنا يتم عرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص للحكم

على صلاحيته في قياس الخاصية المراد قياسها، بالإضافة إلى أخذ وجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في تعديله والتحقق من مدى ملائمة كل عبارة للمحور المنتمية له، ناهيك عن سلامة ودقة الصياغة اللغوية والعلمية لعبارات الاستبيان ووضوحها، ومدى شمولها (أداة القياس) لمشكلة الدراسة وتحقيق أهدافها. إذ وفي ضوء آراء الأساتذة والمحكمين والخبراء تتم إعادة وتعديل صياغة بعض الفقرات، وحذف وإضافة فقرات أخرى للتحسين من نجاعة أداة الدراسة. لذلك تطلب التحقق من صدق أداة دراستنا، عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين لتحكيمه وإعطاء رأيهم فيها وتقديم أية ملاحظة يرونها مناسبة، من حيث مدى مناسبة العبارات لمحاورها الرئيسية، وكذا من حيث شموليتها، تنوع محتواها، سلامة ودقة الجانب اللغوي والعلمي لعبارات الاستبيان ووضوحها، بما فيها مدى شمول الاستبيان لمشكلة الدراسة وتحقيق أهدافها.

حيث تركزت ملاحظاتهم حول اختصار، دمج، نقل، تعديل وإلغاء بعض العبارات، وقد تم بالفعل الأخذ بكل ملاحظاتهم عند تصميم أداة الدراسة، ليتم إعداد الاستبيان في صورته النهائية مكون من واحد وثلاثون (31) عبارة مع الحرص على أن تكون مختصرة ومفهومة قدر الإمكان ومناسبة للموضوع.

#### ب. صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان مدى توافق واتساق جميع فقرات الاستبيان مع البعد الذي تنتمي إليه، أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه بالفعل ولا تقيس ما هو مغاير.

حيث قمنا بالتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان بحساب معامل ارتباط سبيرمان بين درجات كل فقرة من فقرات الأبعاد السبعة للمحورين المستقل والتابع، والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه الفقرات، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS-V.22 ، فإذا كان للارتباط دلالة إحصائية فالعبارة تحقق الصدق الداخلي.

والجدول الموالي يوضح معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محوري الدراسة ودرجات الأبعاد المنتمية إليها من كل محور.

- المحور الأول (مناخ الأعمال لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة): يحتوي المحور الأول المتعلق بالمتغير المستقل (مناخ الأعمال لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) على 17 عبارة مقسمة على خمسة أبعاد هي: العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، والعوامل الاجتماعية والديمقراطية، والجداول المولية توضح معامل الارتباط (Spearman) بين كل عبارة من عبارات كل بعد من أبعاد المحور الأول والبعد الذي تنتمي له كما يلي:

الجدول 0-6 : الصدق الداخلي لعبارات بعد العوامل السياسية

الإحصاءات		العبارات
0,816	معامل سبيرمان	العبارة رقم 01
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,833	معامل سبيرمان	العبارة رقم 02
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,666	معامل سبيرمان	العبارة رقم 03
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS V22)

يتضح من خلال الجدول أن معاملات الارتباط بين البعد الأول للمحور الأول (العوامل السياسية) والعبارات المكونة له مرتفعة و تراوحت بين 0,666 و 0,833 و هي تتجاوز الحد الأدنى للنسبة المقبولة المتمثل في 50 %، كما أن مستوى الدلالة لها عند مستوى 0,000 وهو أقل من مستوى المعنوية 0,05 أي أن كلها ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05، و هو ما يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين العبارات الثلاثة و البعد الذي تنتمي له، وهو ما يجعل من الارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05، وما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الأول من المحور الأول.

الجدول 0-7 : الصدق الذاتي لعبارات بعد العوامل القانونية

الإحصاءات		العبرة
0,772	معامل سبيرمان	العبرة رقم 04
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,796	معامل سبيرمان	العبرة رقم 05
0,00	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,613	معامل سبيرمان	العبرة رقم 06
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS V22)

يتضح من خلال الجدول أن معاملات الارتباط بين البعد الثاني للمحور الأول (العوامل القانونية) والعبارات المكونة له مرتفعة و تراوحت بين 0,613 و 0,796 و هي تتجاوز الحد الأدنى للنسبة المقبولة المتمثل في 50 %، كما أن مستوى الدلالة لها عند مستوى : 0,000 وهو أقل من 0,05 أي أن كلها ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 ، وهو ما يجعل من الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0,05، و هو ما يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين العبارات و البعد الذي تنتمي له وما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثاني من المحور الأول.

الجدول 0-8 : الصدق الداخلي لعبارات العوامل الاقتصادية

الإحصاءات		العبرة
0,654	معامل سبيرمان	العبرة رقم 07
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,662	معامل سبيرمان	العبرة رقم 08
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,712	معامل سبيرمان	العبرة رقم 09
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,626	معامل سبيرمان	العبرة رقم 10
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS V22)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين البعد الثالث للمحور الأول (العوامل الاقتصادية) والعبارات المكونة له تراوحت بين 0,626 و 0,712 و هي محققة للحد الأدنى للنسبة المقبولة المتمثل في 50 %، عند مستوى دلالة 0,000 وهو أكبر من 0,05 وهو ما يجعل من الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05، و هو ما يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين العبارات و البعد الذي تنتمي له ويؤكد صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثالث من المحور الأول.

الجدول 0-9 : الصدق الداخلي لعبارات عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا

الإحصاءات		العبارات
0,589	معامل سبيرمان	العبرة رقم 11
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,602	معامل سبيرمان	العبرة رقم 12
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,674	معامل سبيرمان	العبرة رقم 13
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,716	معامل سبيرمان	العبرة رقم 14
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS V22)

يتضح من خلال الجدول أن معاملات الارتباط بين البعد الرابع للمحور الأول (عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا) والعبارات الـ 04 المكونة له مرتفعة هي الأخرى ، و تراوحت بين 0,589 و 0,716 و هي تتجاوز الحد الأدنى للنسبة المقبولة المتمثل في 50 %، كما أن مستوى الدلالة لها عند مستوى 0,000 وهو أقل من 0,05 أي أن كلها ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 ، وهو ما يجعل من الارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05، و هو ما يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين العبارات و البعد الذي تنتمي له وما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الرابع من المحور الأول.

الجدول 0-10: الصدق الداخلي لعبارات العوامل الاجتماعية والديمغرافية

الإحصاءات		العبارات
0,439	معامل سبيرمان	العبرة رقم 15
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,406	معامل سبيرمان	العبرة رقم 16
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,549	معامل سبيرمان	العبرة رقم 17
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS V22)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين البعد الخامس للمحور الأول (العوامل الاجتماعية و الديمغرافية) والعبارات الـ 03 المكونة له هي: 0,549 ، 0,406 ، و 0,439 عند مستوى دلالة 0,000 وهو أقل من 0,05 وهو ما يجعل من الارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05، حيث العبرة رقم 15 و العبرة 16 التي بلغ معامل ارتباطهما على التوالي: 0,439 و 0,406 عند مستوى الدلالة 0,000 وهذا ما يجعلهما تحققان فقط شرط الارتباط الدال إحصائياً ، و بالتالي تؤكد صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الخامس من المحور الأول.

- المحور الثاني: الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول 0-11 : الصدق الداخلي لعبارات ميزة التكلفة الأقل

الإحصاءات		العبارات
0,339	معامل سبيرمان	العبرة رقم 18
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,488	معامل سبيرمان	العبرة رقم 19
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,553	معامل سبيرمان	العبرة رقم 20
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,603	معامل سبيرمان	العبرة رقم 21
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,623	معامل سبيرمان	العبرة رقم 22
0,00	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,387	معامل سبيرمان	العبرة رقم 23
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,525	معامل سبيرمان	العبرة رقم 24
0,00	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS V22)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين البعد الأول للمحور الثاني (ميزة التكلفة الأقل) والعبارات المكونة له تراوحت بين 0,339 و 0,623 أربعة منها نسبها تفوق 50% ، فهي إذن تحقق الحد الأدنى للنسبة المقبولة المتمثل في 50 %، مع مستوى دلالة 0,000 وهو اصغر من مستوى المعنوية 0,05 وهو ما يجعل من الارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05، أما بالنسبة للعبارات (18) و (19) و (23) الذي تساوي معاملات ارتباطها : 0,339 و 0,488 و 0,387 على الترتيب، مما يجعلهم يحققون شرط الارتباط الدال إحصائياً ، و بالتالي تأكيد صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الأول من المحور الثاني.

الجدول 0-12 : الصدق الداخلي لعبارات ميزة التميز

الإحصاءات		العبارات
0,519	معامل سبيرمان	العبارة رقم 25
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,491	معامل سبيرمان	العبارة رقم 26
0,00	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,532	معامل سبيرمان	العبارة رقم 27
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,633	معامل سبيرمان	العبارة رقم 28
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,672	معامل سبيرمان	العبارة رقم 29
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	

0,277	معامل سبيرمان	العبرة رقم 30
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	
0,443	معامل سبيرمان	العبرة رقم 31
0,000	مستوى الدلالة	
172	حجم العينة	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS V22)

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين البعد الثاني للمحور الثاني (ميزة التميز) والعبارات المكونة له تراوحت بين 0,277 و 0,672 و معظمها نسب تفوق 50% ، فهي إذن تحقق الحد الأدنى للنسبة المقبولة المتمثل في 50 %، مع مستوى دلالة 0,000 وهو اصغر من مستوى المعنوية 0,05 وهو ما يجعل من الارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05، أما بالنسبة للعبارات (26) و (30) و (31) الذي تساوي معاملات ارتباطها : 0,491 و 0,277 و 0,443 على الترتيب ، مما يجعلها تحقق شرط الارتباط الدال إحصائياً ، و بالتالي تأكيد صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثاني من المحور الثاني.

وبالتالي، وبعد التفصيل في صدق الاتساق الداخلي لفقرات أبعاد المحورين المستقل والتابع فإننا نستنتج أن أداة القياس مناسبة لما تم وضعها لقياسه في الأصل.

### 3. اعتدالية التوزيع (التوزيع الطبيعي):

اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة من بين الشروط الأساسية التي يجب تحقيقها حتى يمكن لنا القيام بالتحميل الإحصائي واختبار الفرضيات، وذلك لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً. يتم اختبار اعتدالية التوزيع للبيانات محل الدراسة من أجل التأكد من مدى تحقق شرط الاعتدالية، أي أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي (الإعتدالي) مما يتيح ويسمح باستخدام الاختبارات المناسبة لهذا النوع من التوزيع والمتمثلة في الاختبارات (المعلمية) البارامترية، لأن هذه الأخيرة تشترط أن تكون بيانات المتغيرات موضوع الدراسة تتبع التوزيع الاعتدالي الذي يأخذ شكل الجرس.

كما أنه وبحسب نظرية النهاية المركزية في نظرية الاحتمال فإن كلما كان حجم العينة كبير أي عدد مفرداتها مساو أو أكبر من 30 مفردة، فبيانات العينة تميل للتوزيع الطبيعي، وسيؤدي إلى الحصول على أقل انحراف معياري ويقلل من قيمة معامل الالتواء وهو ما يزيد في قوة الاختبار الإحصائي، وبالتالي يمكن تقريب حجم العينة إلى توزيع المجتمع ومن ثم تطبيق الاختبارات المعلمية. (عثمان، يغني سامية، مديني، صفحة 08).

وبما انه عدد مفردات عينة دراستنا هو 172 مفردة، فبحسب نظرية النهاية المركزية في نظرية الاحتمال، فإن بيانات العينة تميل للتوزيع الطبيعي وبالتالي نتبع تطبيق الاختبارات المعلمية (البارامترية).

#### المطلب الثالث: تحليل محور البيانات الشخصية

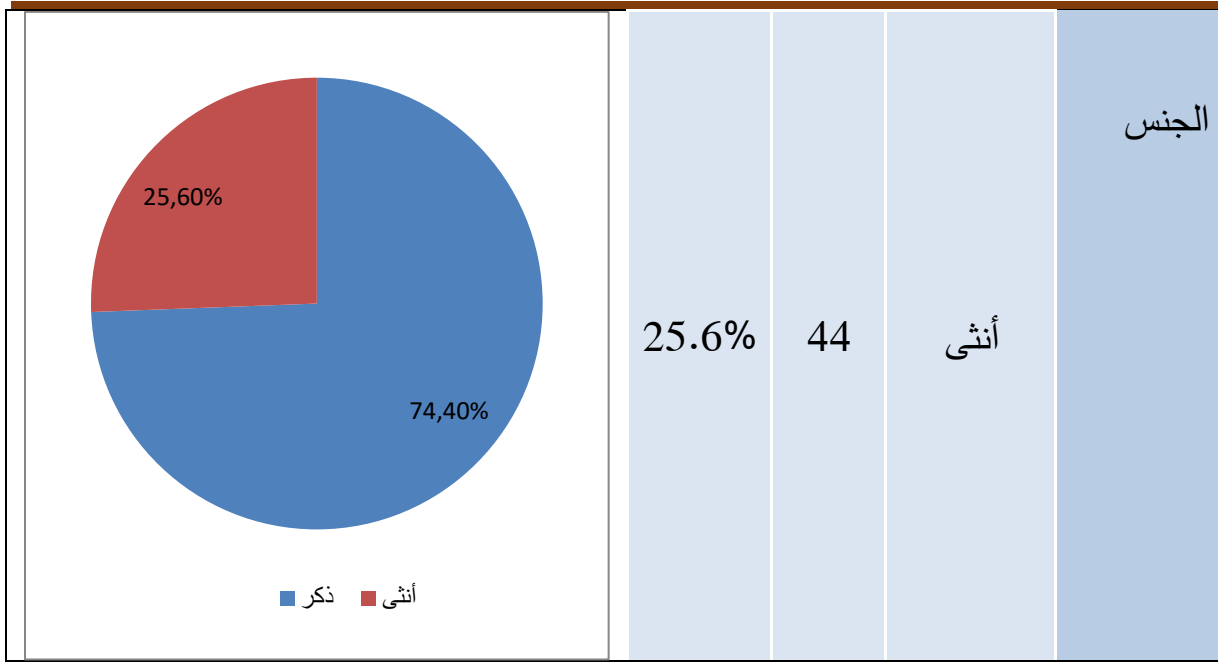
بحسب طبيعة الموضوع في دراستنا هذه، تم اختيار مجموعة من الخصائص للعينة المدروسة، حيث احتوت مواصفات عينة الدراسة على: الجنس، الفئة العمرية، المستوى العلمي، طبيعة المؤسسة أقدمية المؤسسة، طريقة تمويل المؤسسة.

**1. الجنس:** يوضح الجدول والشكل الموالين توزيع أفراد العينة حسب الجنس، كما هو

مبين في الجدول التالي :

الجدول 0-13 : وصف عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغير	الوصف	التكرار	النسبة	الرسم البياني
	ذكر	128	74.4%	



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج (SPSS V22)

من خلال الجدول أعلاه والشكل المدرج فيه يتبين لنا أن عينة الدراسة المتكونة من (172) مؤسسة بين صغيرة جدا و صغيرة و متوسطة، يتوزع مالكوها أو مؤسسوها إلى (128) ذكر و (44) أنثى، مما يبين انه لكلا الجنسين نصيب في خلق المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، حيث بلغت نسبة الذكور 74,4%، و هي نسبة جد عالية مقارنة بنسبة الإناث التي قدرت ب 26,6% . و يعزى هذا إلى ثقافة المجتمع الجزائري من جهة و صعوبة حصول المرأة على رأس مال كاف لبدا أو تشغيل أعمالهن، بالإضافة إلى صعوبة إنشاء المؤسسات من طرف الإناث (التواصل مع مختلف الجهات الإدارية و المالية، التنقل إلى أماكن بعيدة أو نائية، بذل المجهود العضلي و النفسي الخ).

**2. الفئة العمرية:** يوضح الجدول والشكل الموالين وصف متغير الدراسة حسب الفئة العمرية لمالكها أو مؤسسها، كما يلي:

الجدول 0-14 : وصف عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية

المتغير	الوصف	التكرار	النسبة	الرسم البياني
الفئة العمرية (سنة)	25-18	53	30.8%	<p>3,50% 12,80% 30,80% 52,90%</p> <p>■ 18-25 ■ 26-35 ■ 36-50 ■ 51-60</p>
	35-26	91	52.9%	
	50-36	22	12.8%	
	60-51	6	3.5%	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج (SPSS V22)

يتبين من خلال بيانات الجدول أعلاه أنه توجد فوارق في أعمار أفراد العينة المدروسة وأن الفئة العمرية الأكثر تكرارا في العينة المدروسة هي الفئة من [35-26] سنة مشكلة نسبة 52.9% أي أكثر من نصف العينة المدروسة حيث يكون الأفراد في غاية النشاط المهني الجسدي و العقلي في هذه الشريحة العمرية ، تليها الفئة العمرية [18-25] سنة بنسبة 30,8% و هي فئة نشطة شبانية أخرى تدل أن الافراد بمجرد وصولهم لسن العمل فان لهم قابلية لخلق مؤسساتهم الخاصة و ممارسة الاعمال الحرة بعيدا عن مختلف الوظائف الحكومية ، ثم تأتي الفئة [50-36] سنة بنسبة 12,8% في دلالة واضحة لانخفاض معدلات أصحاب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بحسب ارتفاع أعمار أصحابها و مالكيها، و اخيرا الفئة العمرية [60-51] سنة بنسبة 3,5% من العينة قيد الدراسة في دلالة واضحة لكون المؤسسات الصغيرة و المتوسطة متطلبة من ناحية المجهود الجسدي و النفسي و الذي يتناقص مع ازدياد العمر.

3. المستوى العلمي: يوضح الجدول والشكل الاتي توزيع أفراد العينة حسب المستوى

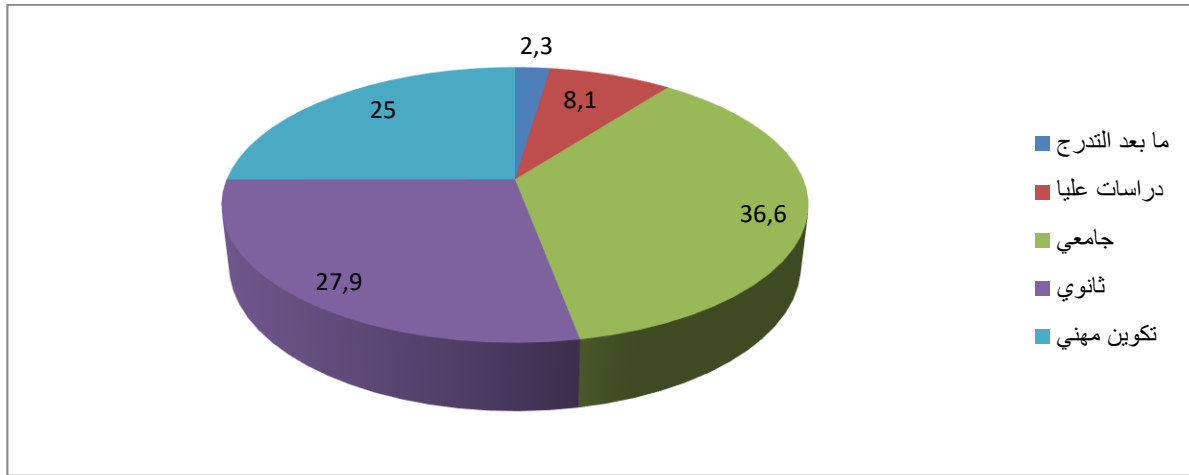
العلمي، كما يلي:

الجدول 0-15 : وصف عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي

النسبة المئوية %	التكرار	الوصف
25.0	43	تكوين مهني
27.9	48	ثانوي
36.6	63	جامعي
8.1	14	دراسات عليا
2.3	4	ما بعد التدرج
100.0	172	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج (SPSS V.22).

الشكل 0- : توزيع عينة الدراسة حسب المستوى العلمي بالدائرة النسبية



المصدر: من إعداد الطالب

يتبين من خلال بيانات الجدول والشكل أعلاه أن أكبر تكرار في العينة محل الدراسة بحسب المستوى العلمي يتمثل في أصحاب المستوى الجامعي بتكرار قدره 63 أي بنسبة 36.6% من العينة المدروسة و هي أكبر نسبة، اذ يلج هؤلاء عالم الاعمال بمجرد حصولهم على البكالوريا ، يليهم ترتيبا ذوي المستوى الثانوي بتكرار 48 و نسبة 27.9% و الذين يتوجهون الى خلق مؤسساتهم مباشرة بعد انتهاء الطور الثانوي، ثم خريجي معاهد التكوين المهني بتعداد 43 و نسبة 25% (ربع العينة المدروسة حيث أن هؤلاء يقصدون مجالات

تخصصهم التكويني و بالتالي فهم أكثر تأقلماً و تدريباً في مؤسساتهم الصغيرة و المتوسطة، أما تكرار أصحاب الدراسات العليا فقدّر بـ 14 و نسبة 8.1%، ليأتي في الاخير ذوي المستوى ما بعد التدرج الجامعي بتكرار 4 من اصل 172 مفردة و بنسبة 2.3% و هي نسبة مشجعة في خلق المؤسسات الصغيرة و المتوسطة خصوصا بالنسبة لأفراد ذوي مستوى اكايمي رفيع.

4. طبيعة المؤسسة: يوضح الجدول والشكل الاتي توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المؤسسة سواء كانت مصغرة، صغيرة أو متوسطة كما يلي:

الجدول 0-16 : وصف عينة الدراسة حسب متغير طبيعة المؤسسة

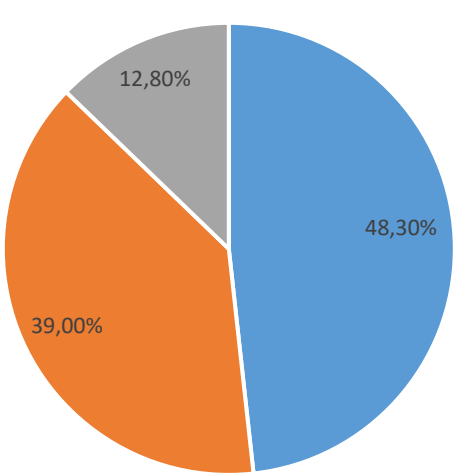
المتغير	الوصف	التكرار	النسبة	الرسم البياني
طبيعة المؤسسة	صغيرة جدا	77	44.8%	<p>44,80%</p> <p>41,30%</p> <p>14%</p> <p>■ متوسطة ■ صغيرة ■ صغيرة جدا</p>
	صغيرة	71	41.3%	
	متوسطة	24	14%	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج (SPSS V.22).

يتضح من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه، أن أغلب المؤسسات في العينة المدروسة هي مؤسسات صغيرة جدا بتكرار بلغ 77 من اصل 172 و بنسبة 44.8% و التي تمثل أعلى نسبة في العينة المدروسة بسبب ضآلة رقم الاعمال فيها ، تليها المؤسسات الصغيرة بتعداد 71 و نسبة 41.3% ، و في الاخير المؤسسات المتوسطة بتعداد 24 مؤسسة متوسطة ممثلة بنسبة 14% و الذي تتطلب عدد من العمال يبدأ بـ 50 عامل و ممكن أن يصل الى 250 و راس مال ينطلق من 400 مليون دينار جزائري .

5. أقدمية المؤسسة: يوضح الجدول والشكل الاتي توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي، كما يلي:

الجدول 0-17 : وصف عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

المتغير	الوصف	التكرار	النسبة	الرسم البياني
سنوات الخبرة	اقل من 03 سنوات	83	48.3%	 <p>■ اقل من 03 سنوات ■ من 03 الى 5 سنوات ■ أكثر من 5 سنوات</p>
	من 03 الى 05 سنوات	67	39.0%	
	أكثر من 05 سنوات	22	12.8%	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج (SPSS V.22).

يتبين من خلال معطيات الجدول والشكل أعلاه أن عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ذات الاقدمية أقل من 3 سنوات في عينة الدراسة مساو لـ 83 مؤسسة من أصل 172 مؤسسة بنسبة 48.3% مما يدل أنه مؤخرًا و بسبب التسهيلات التي اعتمدها الحكومة من الناحية القانونية و الاقتصادية ظهرت نتائجها في تزايد عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، تليها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تتراوح اقدميتها بين 3 و 5 سنوات بتعداد 67 و نسبة 39,9% من حجم العينة الكلي ، و اخيرا المؤسسات التي يفوق عمرها 5 سنوات بتعداد 22 مؤسسة و بنسبة 12,8% من حجم العينة المدروسة في اشارة الى انه هناك استمرارية في انشاء هذا النوع من المؤسسات و ان النصوص القانونية الخاصة بها في تطور و تحسن حاملة معها في كل مرة حزمًا من التسهيلات بما فيها الجبائية .

6. طريقة تمويل المؤسسة: يوضح الجدول والشكل الاتي توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي، كما يلي:

الجدول 0-18 : وصف عينة الدراسة حسب متغير طريقة تمويل المؤسسة

المتغير	الوصف	التكرار	النسبة	الرسم البياني
طريقة تمويل المؤسسة	مساهمة شخصية	34	19.8%	<p>الرسم البياني يوضح توزيع طرق التمويل المستخدمة في عينة الدراسة. حيث تشكل طرق التمويل المختلط 32,60%، والقروض البنكية 25,60%، ووكالات الدعم 22,10%، والمساهمة الشخصية 19,80%.</p>
	قروض بنكية	44	25.6%	
	وكالات الدعم	38	22.1%	
	تمويل مختلط	56	32.6%	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج (SPSS V.22).

الملاحظ من خلال معطيات الجدول والشكل أعلاه ان طريقة التمويل المختلط اخذت المرتبة الاولى في عينة الدراسة بأكبر تكرار و هو 56 و بنسبة مئوية قدرها 32,6% و التي تكون الصيغة الامثل في تمويل و من ثم انشاء المؤسسة الصغيرة و المتوسطة، تلاها التمويل عن طريق القروض البنكية بتكرار 44 و نسبة 25,6% ثم يأتي في المرتبة الثالثة التمويل عن طريق وكالات الدعم بتكرار 38 و نسبة 22,1، و في الاخير تمويل خلق المؤسسة عن طريق المساهمة الشخصية بتكرار 34 و بنسبة 19.8% ، وهذا مؤشر يعبر عن درجة تغطية العينة المختارة لمختلف صيغ تمويل المؤسسات كما يعكس ايضا أن كل طرق التمويل في خلق المؤسسات الصغيرة و المتوسطة معمول بها على أرض الواقع .

## المطلب الرابع: قياس النزعة المركزية والتشتت لاستجابة عينة الدراسة

كي نتمكن من وصف الدراسة بطريقة واضحة ومفصلة فمن الضروري أن يتم تبويب وتلخيص البيانات المتحصل عليها من أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان، ووصفها وصفا كميا، وذلك من خلال الأدوات المعتمدة في الاحصاء الوصفي والمتمثلة في مقاييس النزعة المركزية والتشتت، وعليه فقد تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة ولكل بعد ولكل محور من محاور الدراسة، ثم ترتيبها تنازليا مع تحديد درجة الموافقة وفقا للجدولين المواليين والذان يلخصان النتائج المتحصل عليها:

1. مقاييس النزعة المركزية والتشتت لمحور مناخ الاعمال لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: لوصف البيانات وصفا كميا تم الاعتماد على كل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري التي تم جلبها من اجابات أفراد العينة المدروسة حول مناخ الاعمال بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة، وفق ما يوضحه الجدول الآتي.
- الجدول 0-19 : قياس النزعة المركزية والتشتت لاستجابة أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمحور مناخ الأعمال بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمؤسسات المدروسة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الرتبة
01	تنظيم المجتمع من طرف الدولة، القرارات السياسية وممارسة السلطة محليا، ملائم لممارستكم لأنشطتكم	4,29	0,628	موافق بشدة	2
02	يساهم الأمن والنظام العموميين، وسكينة المواطنين في توفير عدة مزايا لمشروعاتكم.	4,18	0,698	موافق	3
03	الحوكمة وانخفاض معدلات الفساد الإداري والسياسي يزيد من فرص نمو مؤسساتكم	4,42	0,540	موافق بشدة	1
	العوامل السياسية (x1)	4.29	0.622	موافق بشدة	

2	موافق بشدة	0,645	4,24	تؤثر الضرائب على الربحية المتوقعة لمؤسستكم وعلى قرارات استثمارتكم	04
3	موافق	0,643	4,19	تكفل القوانين السائدة ضمان الحقوق والالتزامات من خلال العقود والاتفاقيات التي تلزم مختلف الأطراف بما فيها إجراءات المنافسة	05
1	موافق بشدة	0,595	4,45	تتأثر مؤسستكم بمختلف القوانين والإجراءات الضامنة لحماية حقوق المستهلكين والبيئة	06
	موافق بشدة	0.627	4.29	العوامل القانونية(x2)	
3	موافق بشدة	0,645	4,24	يساهم النظام الاقتصادي والسياسة المالية المتبعة في الجزائر في تعزيز التنافسية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	07
4	موافق	0,643	4,19	تعتبر معدلات البطالة مقبولة بحيث لا تؤثر سلبا على مؤسستكم	08
1	موافق بشدة	0,595	4,45	تساند خدمات الدعم (وكالات، صناديق، مشتلات، حاضنات، مراكز المساعدة، مؤسسات مالية...) قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النمو والاستمرارية	09
2	موافق بشدة	0,699	4,36	يؤثر التضخم (ارتفاع المستوى العام لأسعار السلع والخدمات باستمرار) وأسعار الفائدة المطبقة على عملياتكم الاستثمارية	10
	موافق بشدة	0.645	4.31	العوامل الاقتصادية(x3)	

2	موافق بشدة	0,635	4,31	تسهل التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصالات للمؤسسة الوصول إلى العملاء وكسب ثقتهم ورضاهم	11
3	موافق بشدة	0,603	4,25	تساهم التجارة الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في التسويق لما تنتجه مؤسستكم	12
1	موافق بشدة	0,643	4,38	تؤدي التكنولوجيا إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة وكذا تحسين عمليات الإنتاج، التوريد وتخفيض التكاليف مع ربح الوقت	13
4	موافق بشدة	0,784	4,22	يعتبر الوصول لشبكات التوصيل بالمياه، قنوات وشبكات التصريف الصحي وشبكات الاتصال والشبكات الكهربائية متاحا بالنسبة لمؤسستكم	14
	موافق بشدة	0.666	4.29	عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا (x4)	
3	موافق	0,661	4,19	تعداد السكان، توزيعهم وحجم الإنفاق العام يصب في مصلحة مؤسساتكم من حيث المزايا	15
1	موافق بشدة	,4172 0	4,69	تعتبر مستويات الإنفاق السائدة والمستوى التعليمي للفرد المستهلك من محددات السلعة/الخدمة المقدمة	16
2	موافق بشدة	0,526	4,26	يتأثر استهلاك السلع والخدمات المنتجة من طرفكم بالقيم والعادات والمعتقدات السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة	17

	موافق	0.413	3.285	العوامل الاجتماعية والديمغرافية (x5)
	موافق	0.594	4.093	المتغير المستقل (X) مناخ الاعمال لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج (SPSS V.22).

يقدم الجدول أعلاه تحليلاً لإجابات مختلف المبحوثين فيما يخص عبارات المتغير المستقل المتمثل في مناخ الاعمال لدى المؤسسات الصغيرة ، والذي ضم (17) عبارة/فقرة مقسمة على خمسة ابعاد هي: العوامل السياسية (عبارة، من العبارة 01 الى العبارة 3)، العوامل القانونية (3 عبارات، من العبارة 4 الى العبارة 6)، العوامل الاقتصادية (04 عبارات، من العبارة 7 الى العبارة 10)، عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا (04 عبارات، من العبارة 11 الى العبارة 14)، العوامل الاجتماعية و الديمغرافية (3 عبارات، من العبارة 15 الى العبارة 17). اذ بلغ المتوسط الحسابي العام لجميع عبارات محور المتغير المستقل 4,312، مع انحراف معياري قدره: 0,622، في دلالة على تركيز معظم إجابات المبحوثين في مجال الموافقة بشدة وكذا عدم وجود تشتت كبير لهذه الاجابات حول متوسطها الحسابي، حيث فصلها بالأبعاد كما يلي:

👉 فيما يتعلق ببعد العوامل السياسية: بلغ المتوسط الحسابي له 4,29، مقابل انحراف معياري مساو 0,622، وهو مؤشر على أن الإجابات الخاصة بالمبحوثين لم تشهد تشتتاً كبيراً حيث كان معظمها ب الموافقة بشدة، اذ تم ترتيب عبارات هذا البعد (العوامل السياسية) وفق درجة الموافقة مع تحليل مفصل لكل عبارة منها على حدا:

- جاءت العبارة الثالثة (3) " الحوكمة و انخفاض معدلات الفساد الإداري و السياسي يزيد من فرص نمو مؤسساتكم "في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4,42 وانحراف معياري بلغ 0,540، الشيء الذي يدل ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، في دلالة على قناعة المستجوبين بأهمية نمط الحكم في الدولة و الاقليم و انخفاض معدلات الفساد بنوعيه السياسي و الاداري في توفير فرص لنمو المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

- تليها العبارة الأولى (01) "تنظيم المجتمع من طرف الدولة، القرارات السياسية وممارسة السلطة محليا، ملائم لممارستكم لأنشطتكم" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4,29 وانحراف معياري بلغ 0,628، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، مما يشير الى ملائمة طريقة الدولة في تنظيم المجتمع وقرارتها السياسية وممارسة السلطة محليا، لممارسة أنشطة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك بالنسبة للمؤسسات محل الدراسة.
- تليها العبارة الثانية (02) "يساهم الأمن والنظام العموميين، وسكينة المواطنين في توفير عدة مزايا لمشروعاتكم" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي بلغ 4,18 وانحراف معياري بلغ 0,698، في اشارة الى ان اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق)، مما يشير الى ان المؤسسات المدروسة تقر بتوفير عدة مزايا لمشروعاتها بسبب مجهودات الدولة في توفير الأمن والحفاظ على النظام العام وسكينة المواطن.
- 👉 فيما يتعلق ببعد العوامل القانونية: قدر المتوسط الحسابي بـ 4,29، مقابل انحراف معياري مساو لـ: 0,627، وهو مؤشر على أن الاجابات الخاصة بالمبحوثين لم تشهد تشتتا كبيرا حيث كان معظمها بـ الموافقة بشدة (عبارتين موافق بشدة مقابل عبارة واحدة موافق من أصل 3 عبارات للبعد)، حيث تم ترتيب عبارات هذا البعد (العوامل القانونية) وفق درجة الموافقة مع تحليل مفصل لكل عبارة منها على حدا:
- جاءت العبارة الثالثة (3) "تتأثر مؤسساتكم بمختلف القوانين و الإجراءات الضامنة لحماية حقوق المستهلكين و البيئة" و هي العبارة (6) لمحور المتغير المستقل، في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4,45 وانحراف معياري بلغ 0,595، الشيء الذي يدل ان معظم إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، في دلالة واضحة على قناعة المستجوبين بان مختلف القوانين و الاجراءات الرامية لحماية المستهلكين و البيئة لها اثراها على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
- تليها العبارة الأولى (01) لبعد العوامل القانونية "تؤثر الضرائب على الربحية المتوقعة لمؤسساتكم وعلى قرارات استثمارتكم" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4,24 وانحراف معياري بلغ 0,645، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، مما يشير الى أن المستجوبين يجزمون بأن الضرائب

التي يتم اقرارها بموجب قوانين المالية المختلفة، تؤثر على ربحية مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة وحتى على قرارات الاستثمار المختلفة الخاصة بهم.

- تأتي بعدها العبارة الثانية (02) من نفس البعد (العوامل القانونية) " تكفل القوانين السائدة ضمان الحقوق والالتزامات من خلال العقود والاتفاقيات التي تلزم مختلف الأطراف بما فيها إجراءات المنافسة " في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي بلغ 4,19 وانحراف معياري بلغ 0,643، مما يدل على أن اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق)، وان القوانين المطبقة والسائدة ضامنة للحقوق والواجبات بالنسبة لمعظم افراد العينة المدروسة وذلك عبر إلزام مختلف الاطراف بواسطة العقود والاتفاقيات.

فيما يتعلق ببعد العوامل الاقتصادية: قدرت القيمة المركزية بـ 4,31، مقابل انحراف معياري مساو لـ: 0,645، وهو يدل على أن الاجابات الخاصة بالمبحوثين لم تشهد تشتتا كبيرا حيث كان معظمها بـ الموافقة بشدة (3 عبارات موافق بشدة مقابل عبارة واحدة موافق من أصل 4 عبارات للبعد)، إذ تم ترتيب عبارات هذا البعد (العوامل الاقتصادية) وفق درجة الموافقة مع تحليل مفصل لكل عبارة منها على حدا:

- جاءت العبارة الثالثة (3) " تساند خدمات الدعم (وكالات، صناديق، مشتلات، حاضنات، مراكز المساعدة، مؤسسات مالية...) قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النمو والاستمرارية " وهي العبارة (9) لمحور المتغير المستقل، في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4,45 وانحراف معياري بلغ 0,595، الشيء الذي يدل ان معظم إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، في دلالة على أن أغلب المستجوبين يقرون بمساندة خدمات الدعم لنمو وبقاء مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة عبر مختلف الوكالات والصناديق ومراكز المساعدة.

- تليها العبارة الرابعة (04) لبعد العوامل الاقتصادية " يؤثر التضخم (ارتفاع المستوى العام لأسعار السلع والخدمات باستمرار) وأسعار الفائدة المطبقة، على عملياتكم الاستثمارية " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4,36 وانحراف معياري بلغ 0,699، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، في اشارة الى اعتراف أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للعينة

المدرسة بتأثير التضخم وأسعار الفائدة المطبقة على مختلف العمليات الاستثمارية التي يقوم بها هؤلاء.

- تأتي بعدها العبارة الاولى (01) من نفس البعد (العوامل الاقتصادية) " يساهم النظام الاقتصادي والسياسة المالية المتبعة في الجزائر في تعزيز التنافسية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة " في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي بلغ 4,24 وانحراف معياري بلغ 0,645 (دون تشتت محسوس للقيم حول مركزها)، مما يدل على أن اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق بشدة)، في إقرار لمعظم افراد العينة المدروسة بمساهمة السياسة المالية للبلاد في تعزيز تنافسية مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة ضمان استمراريته.

- تليها العبارة الثامنة (08)، وهي العبارة الثانية (02) في البعد الثالث (بعد العوامل الاقتصادية) في المرتبة الثانية " تعتبر معدلات البطالة مقبولة بحيث لا تؤثر سلبا على مؤسستكم "، بمتوسط حسابي قدره 4,19 وانحراف معياري بلغ 0,643، ما يعني ان اغلب إجابات المبحوثين حول هذ العبارة كانت (موافق)، مما يدل أن معدلات البطالة وقت الدراسة في مستويات مقبولة وليس لها التأثير السلبي على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأفراد العينة المدروسة.

👉 فيما يتعلق ببعد عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا: قدرت القيمة المركزية بـ 4,29، مقابل انحراف معياري مساو لـ: 0,666، وهو يدل على أن الاجابات الخاصة بالمبحوثين لم تشهد هي الأخرى تشتتا كبيرا عن مركزها، حيث كان كلها ب الموافقة بشدة (3 عبارات موافق بشدة لهذا البعد)، إذ تم ترتيب عبارات هذا البعد (عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا) وفق درجة الموافقة مع تحليل تفصيلي لكل عبارة منها على حدا:

- جاءت العبارة الثالثة (3) " تؤدي التكنولوجيا إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة و كذا تحسين عمليات الإنتاج، التوريد و تخفيض التكاليف مع ربح الوقت " و هي العبارة (13) لمحور المتغير المستقل، في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4,38 وانحراف معياري بلغ 0,643، الأمر الذي يدل على ان معظم إجابات أفراد العينة المدروسة حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، في دلالة على أن التكنولوجيا في علاقة طردية مع الابتكار في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، اذ كلما تطورت الاولى زادت وتيرة

- الثانية(الابتكار) مع تحسين باقي العمليات في المنظمة من تخفيض للتكاليف و ربح للوقت و الجهد.
- تليها العبارة الاولى (01) لبعده عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا" تسهل التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصالات للمؤسسة الوصول إلى العملاء وكسب ثقتهم ورضاهم" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ 4,31 وانحراف معياري بلغ 0,635، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، ما يدل على أن التقنيات الحديثة للمعلومات و الاتصالات تساعد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تسهل لها الوصول الى عملائها و كسب ثقتهم.
- تأتي بعدها العبارة الثانية (02) من نفس البعد (عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا) " تساهم التجارة الالكترونية و شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق لما تنتجه مؤسستكم " في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي بلغ 4,25 وانحراف معياري بلغ 0,603 (دون تشتت محسوس للقيم حول مركزها)، مما يدل على أن اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق بشدة)، مما يعكس المساهمة الفعالة و المحسوسة لشبكات التواصل الاجتماعي و التجارة الالكترونية في التسويق لما تنتجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المعنية بالدراسة.
- تليها العبارة الثامنة (14) للمحور، وهي العبارة الثانية (04) في البعد الرابع (بعد لعوامل البنية التحتية و التكنولوجيا) في المرتبة الرابعة " يعتبر الوصول لشبكات التوصيل بالمياه ، قنوات و شبكات التصريف الصحي و شبكات الاتصال و الشبكات الكهربائية متاحا بالنسبة لمؤسستكم " ، بمتوسط حسابي قدره 4,22 وانحراف معياري بلغ 0,784، ما يعني ان اغلب إجابات المبحوثين حول هذه العبارة كانت هي الاخرى متمركزة حول (موافق بشدة )، مما يدل أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لأفراد العينة المدروسة لا تعاني من مشاكل التوصيل بالكهرباء ، التوصيل بالمياه او الربط بقنوات و شبكات التصريف ، و الذي يعتبر بالنسبة لغالب المستجوبين متاحا .
- 👉 فيما يتعلق ببعد العوامل الاجتماعية والديمغرافية: قدر المتوسط الحسابي بـ 4,28، مقابل انحراف معياري مساو لـ: 0,550، وهو يدل على أن الاجابات الخاصة بالمبحوثين لم تشهد تشتتا كبيرا عن مركزها، حيث كان كلها بـ الموافقة بشدة (2 عبارات من أصل 3 موافق بشدة

للبعد)، إذ تم ترتيب عبارات هذا البعد (العوامل الاجتماعية والديمغرافية) وفق درجة الموافقة مع تحليل تفصيلي لكل عبارة منها على حدا:

- جاءت العبارة الثانية (2) "تعتبر مستويات الإنفاق السائدة و المستوى التعليمي للفرد المستهلك من محددات السلعة/الخدمة المقدمة " و هي العبارة (16) لمحور المتغير المستقل ، في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4,69 وانحراف معياري بلغ 0,4172، الأمر الذي يدل على ان معظم إجابات أفراد العينة المدروسة حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، في دلالة على أن السلعة او الخدمة التي تقدمها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المدروسة يحددها المستوى التعليمي للفرد المستهلك و كذا قدرات و مستويات الانفاق السائدة في ذلك الاقليم .

- تليها العبارة الثالثة (3) لبعء العوامل الاجتماعية و الديمغرافية " يتأثر استهلاك السلع و الخدمات المنتجة من طرفكم بالقيم و العادات و المعتقدات السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة " في المرتبة الثانية ، بمتوسط حسابي بلغ 4,26 وانحراف معياري بلغ 0,526، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، ما يدل على أن استهلاك السلع و الخدمات المنتجة من طرف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة يتأثر بالقيم و العادات و المعتقدات السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة .

- تأتي بعدها العبارة الاولى (01) من نفس البعد (العوامل الاجتماعية و الديمغرافية) " تعداد السكان، توزيعهم و حجم الإنفاق العام يصب في مصلحة مؤسساتكم من حيث المزايا " في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي بلغ 4,19 وانحراف معياري بلغ 0,661 (دون تشتت محسوس للقيم حول مركزها)، مما يدل على أن اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق)، الشيء الذي يدل على أن تعداد السكان ، توزيعهم و حجم الإنفاق العام من حيث الزيادة يصب في مصلحة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المعنية بالدراسة.

2. مقاييس النزعة المركزية والتشتت لمحور الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة :

لوصف البيانات وصفا كميا تم الاعتماد على كل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري التي تم جلبها من اجابات أفراد العينة المدروسة حول الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة، وفق ما يوضحه الجدول الموالي.

الجدول 0-20 : قياس النزعة المركزية والتشتت لاستجابة أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمحور الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الرتبة
18	تعتبر السلع/الخدمات التي تطرحها مؤسستكم في السوق ذات تكلفة اقل من منافسيكم	4,54	0,606	موافق بشدة	1
19	تسعى مؤسستكم في إطار خفض التكاليف لإعادة تصميم المنتج باستمرار للإبقاء على تنافسيته عن طريق البحث والتطوير واستخدام التكنولوجيا	4,24	0,627	موافق بشدة	6
20	تساهم الخبرة المتراكمة وتكوين المورد البشري في تحسين العملية الإنتاجية وبالتالي جعل التكاليف اقل	4,24	0,581	موافق بشدة	5
21	تحافظ مؤسستكم على تسويق منتجاتها بأسعار أقل من منافسيها مع حفاظها على جودة تلك المنتجات	4,40	0,617	موافق بشدة	3
22	يؤدي إنتاجكم بكميات أكبر إلى خفض تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة (اقتصاديات الحجم)	4,26	0,661	موافق بشدة	4

23	يساعد استخدام التقنيات المتطورة والتكنولوجيا في العملية الإنتاجية في خفض التكاليف	4,46	0,625	موافق بشدة	2
24	تسعى مؤسستكم الى جعل تكاليفها المتراكمة والمتعلقة بمختلف الأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيراتها لدى منافسيها	4,10	0,750	موافق	7
	ميزة التكلفة الاقل (y1)	4.32	0.638	موافق بشدة	
25	يعتبر ما تنتجونه للمستهلكين متميز وذو قيمة مرتفعة في نظرهم	4,45	0,642	موافق بشدة	2
26	تتضمن منتجاتكم ميزات مبتكرة و/أو تصاميم جذابة للعملاء تعطيهم تجربة فريدة	4,30	0,1727	موافق بشدة	4
27	تخصص مؤسستكم جزء من مواردها لمنع تقليد منتجاتها وتحسينها باستمرار	4,26	0,598	موافق بشدة	5
28	سمعة مؤسستكم راسخة في أذهان الزبائن	4,37	0,641	موافق بشدة	3
29	تتجه مؤسستكم وباستمرار نحو خلق مزايا تنافسية جديدة وذات مراتب أعلى وذلك قبل محاكاة المزايا القديمة من قبل المنافسين	4,15	0,757	موافق	6
30	تؤثر منتجاتكم في قرارات الشراء للمستهلكين بسبب تميزها	4,53	0,634	موافق بشدة	1

7	موافق	0,713	4,11	تسعى مؤسساتكم الى تعلم واكتساب جودة ثابتة تؤدي بها إلى اكتساب تميز متواصل من خلال عوامل تفرد منتجاتكم	31
	موافق بشدة	0,663	4.31	ميزة التميز (y2)	
	موافق بشدة	0,1720	4.315	الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (Y)	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: مخرجات برنامج (SPSS V22)

يقدم الجدول أعلاه تحليلاً لإجابات مختلف المبحوثين فيما يخص عبارات المتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي ضم (14) عبارة/فقرة (من العبارة رقم 18 إلى العبارة رقم 31) مقسمة على بعدين 2 هي: ميزة التكلفة الأقل بـ 7 عبارات (من العبارة 18 إلى العبارة 24)، ميزة التميز (7 عبارات، من العبارة 25 إلى العبارة 31). إذ بلغ المتوسط الحسابي العام لجميع عبارات محور المتغير التابع 4,315، مع انحراف معياري قدره: 0,1720، في دلالة على تركيز معظم إجابات المبحوثين في مجال الموافقة بشدة و كذا عدم وجود تشتت كبير لهذه الإجابات حول متوسطها الحسابي، أي أنه هناك تجانس حول استجابة أفراد العينة و التفاهم حول قيمة المتوسط الحسابي، إذ يدل كل من المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري على درجة مركزية و انخفاض التشتت في استجابات عينة الدراسة حول المتغير التابع "الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، و التي فصلها بالأبعاد كمايلي:

☞ فيما يتعلق ببعد ميزة التكلفة الأقل: بلغ المتوسط الحسابي له 4,32، مقابل انحراف معياري مساو 0,638، وهو مؤشر على أن الإجابات الخاصة بالمبحوثين لم تشهد تشتتاً كبيراً حيث كان معظمها ب الموافقة بشدة، إذ تم ترتيب عبارات هذا البعد وفق درجة الموافقة مع تحليل مفصل لكل عبارة منها على حدا كم يلي:

- جاءت العبارة الأولى (1) "تعتبر السلع/الخدمات التي تطرحها مؤسساتكم في السوق ذات تكلفة اقل من منافسيكم" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4,54 وانحراف

معياري بلغ 0,606، الشيء الذي يدل ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، في دلالة على قناعة المستجوبين بأن مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة تطرح في السوق سلع وخدمات بتكلفة اقل من المنافسين.

- تليها العبارة السادسة (06) لهذا البعد" يساعد استخدام التقنيات المتطورة والتكنولوجيا في العملية الإنتاجية في خفض التكاليف " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4,46 وانحراف معياري بلغ 0,625، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، مما يشير الى أن أغلب مفردات العينة المستجوبون يعتمدون في مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة على التقنيات المتطورة والتكنولوجيات في خفض التكاليف.

- تليها العبارة الرابعة (04) " تحافظ مؤسستكم على تسويق منتجاتها بأسعار أقل من منافسيها مع حفاظها على جودة تلك المنتجات " في المرتبة الثالثة وهي العبارة رقم 21 في الاستبيان، بمتوسط حسابي بلغ 4,40 وانحراف معياري بلغ 0,617، في اشارة الى ان اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق بشدة)، مما يشير الى ان المؤسسات محل الدراسة تقر بحفاظها على جودة منتجاتها بالتوازي مع تسويقها بأسعار اقل من تلك التي يقدمها المنافسون.

- تليها العبارة الخامسة (05) لبعد ميزة التكلفة الأقل " يؤدي إنتاجكم بكميات أكبر إلى خفض تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة (اقتصاديات الحجم)" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 4,26 وانحراف معياري بلغ 0,661، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت هي الأخرى (موافق بشدة)، مما يدل أن المستجوبون يرون بأن إنتاجهم بكميات واحجام أكبر يؤدي بالضرورة الى خفض تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة.

- تأتي بعدها العبارة الثالثة (03) من نفس البعد" تساهم الخبرة المتراكمة وتكوين المورد البشري في تحسين العملية الإنتاجية وبالتالي جعل التكاليف اقل " في المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي بلغ 4,24 وانحراف معياري بلغ 0,581، مما يدل على أن اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق بشدة)، وان خبرة وتكوين المورد البشري في المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة، تؤدي الى خفض التكاليف عن طريق تحسين العملية الانتاجية.

- تليها العبارة الثانية (02) لبعد العوامل القانونية " تسعى مؤسساتكم في إطار خفض التكاليف لإعادة تصميم المنتج باستمرار للإبقاء على تنافسيته عن طريق البحث و التطوير و استخدام التكنولوجيا " في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ 4,24 وانحراف معياري بلغ 0,627، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت أيضا (موافق بشدة)، مما يشير الى أن المستجوبين يقرون بأن مؤسساتهم الصغيرة و المتوسطة تسعى لإعادة تصميم منتجاتها بطريقة مستمرة للإبقاء على تواجد في السوق عن طريق اعتماد البحث و التطوير .

- واخيرا تأتي العبارة السابعة (07) من نفس البعد " تسعى مؤسساتكم الى جعل تكاليفها المتراكمة والمتعلقة بمختلف الأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيراتها لدى منافسيها " في المرتبة السابعة، بمتوسط حسابي بلغ 4,10 وانحراف معياري بلغ 0,750، مما يدل على أن اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق)، وان أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المدروسة في سعي مستمر الى تخفيض مختلف تكاليفها بما يجعلها أقل مما هو موجود لدى نظرائها من المنافسين.

فيما يتعلق ببعد ميزة التميز: بلغ المتوسط الحسابي لها 4,31، مقابل انحراف معياري مساو لـ 0,663، وهو مؤشر على أن الاجابات الخاصة بالمبحوثين لم تشهد تشتتا كبيرا حيث كان معظمها ب الموافقة بشدة، اذ تم ترتيب عبارات هذا البعد وفق درجة الموافقة مع تحليل مفصل لكل عبارة منها على حدا كما يلي:

- جاءت العبارة السادسة (06) " تؤثر منتجاتكم في قرارات الشراء للمستهلكين بسبب تميزها " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4,53 وانحراف معياري بلغ 0,634، الشيء الذي يدل ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، في دلالة على قناعة المستجوبين بأن تميز منتجاتهم يؤدي الى التأثير في قرارات الشراء لدى المستهلكين.

- تليها العبارة الاولى (01) لهذا البعد " يعتبر ما تنتجونه للمستهلكين متميز وذو قيمة مرتفعة في نظرهم " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4,45 وانحراف معياري بلغ

- 0,642، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت (موافق بشدة)، مما يشير الى أن أغلب مفردات العينة المستجوبون يرون ان ما ينتجونه في مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة يعتبر متميزا وذو قيمة في نظر المستهلكين.
- تليها العبارة الرابعة (04) " سمعة مؤسستكم راسخة في أذهان الزبائن " في المرتبة الثالثة و هي العبارة رقم 28 في الاستبيان، بمتوسط حسابي بلغ 4,37 وانحراف معياري بلغ 0,641، في اشارة الى ان اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق بشدة)، مما يشير الى ان المؤسسات محل الدراسة ترى أن منتجات و خدمات زبائنها راسخة في اذهان الزبائن خاصتها .
- تليها العبارة الثانية (02) لبعد ميزة التميز " تتضمن منتجاتكم ميزات مبتكرة و/أو تصاميم جذابة للعملاء تعطيهم تجربة فريدة " في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 4,30 وانحراف معياري بلغ 0,1727، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت هي الاخرى (موافق بشدة)، مما يدل أن المستجوبون يرون بأن المنتجات أو الخدمات التي تطرحها مؤسساتهم مبتكرة و جذابة .
- تأتي بعدها العبارة الثالثة (03) من نفس البعد " تخصص مؤسستكم جزء من مواردها لمنع تقليد منتجاتها وتحسينها باستمرار " في المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي بلغ 4,26 وانحراف معياري بلغ 0,598، مما يدل على أن اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق بشدة)، وان أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة يرون انهم يسعون لمنع تقليد منتجاتهم عن طريق تحسينها وتخصيص جزء من موارد منظماتهم لذلك الغرض.
- تليها العبارة الخامسة (05) لبعد ميزة التميز " تتجه مؤسستكم وباستمرار نحو خلق مزايا تنافسية جديدة و ذات مراتب أعلى و ذلك قبل محاكاة المزايا القديمة من قبل المنافسين " في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ 4,15 وانحراف معياري بلغ 0,757، وهذا ما يدل على ان اغلب إجابات المستجوبين حول هذه العبارة كانت أيضا (موافق)، مما يشير الى أن المستجوبون تسعى مؤسساتهم الصغيرة و المتوسطة الى خلق مزايا تنافسية جديدة قبل أن يقوم المنافسون بمحاكاة القديمة منها.

- واخيرا تأتي العبارة السابعة (07) من نفس البعد " تسعى مؤسستكم الى تعلم واكتساب جودة ثابتة تؤدي بها إلى اكتساب تميز متواصل من خلال عوامل تقرد منتجاتكم " في المرتبة السابعة، بمتوسط حسابي بلغ 4,11 وانحراف معياري بلغ 0,713، مما يدل على أن اغلب إجابات المستجوبين هي (موافق)، وان أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المدروسة في سعي مستمر نحو اكتساب جودة ثابتة من اجل تحقيق تميز مستمر ومتواصل اعتمادا على عوامل تقرد المنتجات والخدمات المقدمة.

مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة:

تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان لتحديد الارتباط بين متغيرات الدراسة

### 1. مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل:

تم اعتماد مصفوفة الارتباط لتحليل العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل الاجتماعية والديموغرافية)، وذلك قصد تحديد مدى علاقة أبعاد المتغير المستقل الخمسة (05) فيما بينها، وفق ما يبينه الجدول الموالي:

الجدول 0-21 مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل:

		العوامل السياسية	العوامل القانونية	العوامل الاقتصادية	ع. البنية التحتية والتكنولوجيا	ع. الديموغرافية والاجتماعية
Spearman's rho	العوامل السياسية	Correlation Coefficient	1,000	,505**	,498**	,395**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172
	العوامل القانونية	Correlation Coefficient	,505**	1,000	,928**	,269**
		Sig.	,000	.	,000	,000
		N	172	172	172	172

		(2-tailed)					
		N	172	172	172	172	172
العوامل الاقتصادية	Correlation Coefficient		,498**	,928**	1,000	,245**	,198**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	.	,001	,009
	N		172	172	172	172	172
عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا	Correlation Coefficient		,395**	,269**	,245**	1,000	,277**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	.	,000
	N		172	172	172	172	172
العوامل الديمغرافية/ الاجتماعية	Correlation Coefficient		,288**	,198**	,198**	,277**	1,000
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,009	,000	.
	N		172	172	172	172	172
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

- المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن:

- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل القانونية والعوامل السياسية \*0.505 عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة احصائية وارتباط معنوي بين هذين المتغيرين، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان وهي 0,505 تدل على وجود ارتباط طردي متوسط بين العوامل القانونية والعوامل السياسية.
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل الاقتصادية والعوامل السياسية \*0.498 عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة احصائية وارتباط معنوي بين هذين المتغيرين، كما أن قيمة معامل

- الارتباط لسبيرمان وهي 0,498 تدل على وجود ارتباط طردي متوسط بين العوامل الاقتصادية والعوامل السياسية.
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا من جهة و العوامل السياسية من جهة أخرى \* \* 0.395 عند مستوى الدلالة 0,000 و هو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة احصائية و ارتباط معنوي بين هذين المتغيرين ، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان و هي 0,395 تدل على وجود ارتباط طردي ضعيف بين عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا و العوامل السياسية.
  - بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل الاجتماعية والديمغرافية والعوامل السياسية \* \* 0.288 عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين هذين المتغيرين، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان وهي 0,288 تدل على وجود ارتباط طردي ضعيف جدا بين العوامل الاجتماعية والديمغرافية والعوامل السياسية.
  - بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل القانونية و العوامل الاقتصادية \* \* 0.928 عند مستوى الدلالة 0,000 و هو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية و ارتباط معنوي بين هذين المتغيرين ، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان وهي 0,928 تدل على وجود ارتباط طردي قوي بين العوامل القانونية و العوامل الاقتصادية و هو ما يؤكد العلاقة الكبيرة بين هذين البعدين حيث يؤثر كل منهما على الآخر ذلك أن المنظومة القانونية تؤثر على كل أوجه الاقتصاد مثل القواعد الخاصة بتنظيم التجارة و الاسواق و حماية حقوق الملكية و كذا العقود و الضرائب ...، و في جانب آخر فان القانون يتاثر كثيرا بالاقتصاد ، فيتم مثلا إعداد السياسات الضريبية أو التوظيف بناءا على الظروف الاقتصادية محلية كانت أو عالمية.
  - بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل القانونية و عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا \* \* 0.269 عند مستوى الدلالة 0,000 و هو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة احصائية و ارتباط معنوي بين هذين المتغيرين، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان وهي 0,269 تدل على وجود ارتباط طردي ضعيف بين العوامل القانونية و عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا.

- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل القانونية والعوامل الاجتماعية والديمغرافية  $0.198^{**}$  عند مستوى الدلالة  $0,009$  وهو أصغر من مستوى المعنوية  $0,05$  ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة احصائية وارتباط معنوي بين هذين المتغيرين، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان وهي  $0,198$  تدل على وجود ارتباط طردي ضعيف جدا بين العوامل القانونية والعوامل الاجتماعية والديمغرافية يعكس ضعف العلاقة بين هذين البعدين من المتغير المستقل.
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل الاقتصادية وعوامل البنية التحتية والتكنولوجية  $0.245^{**}$  عند مستوى الدلالة  $0,001$  وهو أصغر من مستوى المعنوية  $0,05$  ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة احصائية وارتباط معنوي بين هذين المتغيرين، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان وهي  $0,245$  تدل على وجود ارتباط طردي ضعيف جدا بين العوامل القانونية والعوامل الاجتماعية والديمغرافية يعكس ضعف العلاقة بين هذين البعدين من المحور.
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل الاقتصادية و العوامل الاجتماعية و الديمغرافية  $0.198^{**}$  عند مستوى الدلالة  $0,009$  و هو أصغر من مستوى المعنوية  $0,05$  ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية و ارتباط معنوي بين هذين المتغيرين، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان و هي  $0,198$  تدل على وجود ارتباط طردي ضعيف جدا بين العوامل الاقتصادية و العوامل الاجتماعية و الديمغرافية يعكس ضعف العلاقة بين هذين البعدين من المتغير المستقل.
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا من ناحية و العوامل الاجتماعية و الديمغرافية من ناحية أخرى  $0.277^{**}$  عند مستوى الدلالة  $0,000$  و هو أصغر من مستوى المعنوية  $0,05$  ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية و ارتباط معنوي بين هذين المتغيرين، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان و هي  $0,277$  تدل على وجود ارتباط طردي ضعيف جدا بين عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا و العوامل الاجتماعية و الديموغرافية يعكس ضعف العلاقة بين هذين البعدين من المتغير المستقل.

وبالتالي نلاحظ بناء على مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل أن الارتباط يتراوح من ضعيف إلى ضعيف جدا في دلالة على أن أبعاد المتغير المستقل مستقلة على بعضها البعض وغير متداخلة فيما بينها باستثناء بعدي العوامل القانونية والعوامل السياسية ذات العلاقة المتوسطة، والعلاقة القوية بين العوامل القانونية والعوامل الاقتصادية التي تعكس علاقة كل واحد منهما بالآخر.

## 2. مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير التابع

تم اعتماد مصفوفة الارتباط لتحليل العلاقة بين أبعاد المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل، ميزة التميز)، وذلك قصد تحديد مدى علاقة أبعاد المتغير التابع الاثنان (02) فيما بينهما، وفق ما يبينه الجدول الموالي:

الجدول 0-22 مصفوفة الارتباط بين مختلف أبعاد المتغير التابع

الارتباط				
			ميزة التكلفة الأقل	ميزة التميز
Spearman's rho	ميزة التكلفة الأقل	Correlation Coefficient	1,000	,586**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	172	172
	ميزة التميز	Correlation Coefficient	,586**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	172	172

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V.22)

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن:

- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين ميزة التكلفة الأقل و ميزة التميز \*0,586 عند مستوى الدلالة 0,000 و هو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية و ارتباط معنوي بين هذين المتغيرين ، كما أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان و هي 0,586 تدل على وجود ارتباط طردي متوسط بين هذين البعدين يعود إلى إمكانية قيام المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة بتحقيق ميزة تكلفة أقل

بواسطة تخفيض التكاليف العملية وتحسين عملية الإنتاج، و في نفس الوقت تقديم منتجات ذات جودة عالية بهدف استقطاب العملاء الراغبين في الجودة والسعر المنخفض معاً. أو بغية الحصول على حصة سوقية.

### 3. مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل وأبعاد المتغير التابع

تم اعتماد مصفوفة الارتباط لتحليل العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل الاجتماعية والديموغرافية) أبعاد المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل، ميزة التميز) وذلك قصد تحديد مدى علاقة أبعاد المتغير المستقل الخمسة (05) بأبعاد المتغير التابع الاثنان (02)، وفق ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول 4-22: مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل و أبعاد المتغير التابع

			ميزة التكلفة الأقل	ميزة التميز
Spearman's rho	العوامل السياسية	Correlation Coefficient	,237**	,422**
		Sig. (2-tailed)	,002	,000
		N	172	172
	العوامل القانونية	Correlation Coefficient	,454**	,407**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000
		N	172	172
	العوامل الاقتصادية	Correlation Coefficient	,469**	,438**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000
		N	172	172
	عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا	Correlation Coefficient	,433**	,439**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000
		N	172	172
	العوامل الديموغرافية/الاجتماعية	Coefficient Correlation	,248**	,289**
		Sig. (2-tailed)	,001	,000
		N	172	172

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 25)

- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل السياسية للمتغير المستقل و ميزة التكلفة الأقل للمتغير التابع \*0,237 عند مستوى الدلالة 0,002 و هو أصغر من مستوى

- المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية و ارتباط معنوي طردي ضعيف جدا بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بين هذين البعدين .
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل السياسية للمتغير المستقل و ميزة التميز للمتغير التابع \*\*0,422 عند مستوى الدلالة 0,000 و هو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية و ارتباط معنوي طردي ضعيف بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بين هذين البعدين.
  - بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل القانونية للمتغير المستقل وميزة التكلفة الأقل للمتغير التابع \*\*0,454 عند مستوى الدلالة 0,000 وهو اقل من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي طردي ضعيف بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بينهما.
  - بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل القانونية للمتغير المستقل وميزة التميز للمتغير التابع \*\*0,407 عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي طردي ضعيف بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بينهما.
  - بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل الاقتصادية للمتغير المستقل وميزة التكلفة الأقل للمتغير التابع \*\*0,469 عند مستوى الدلالة 0,000 وهو اقل من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي طردي ضعيف بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بينهما.
  - بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا للمتغير المستقل للمتغير التابع \*\*0,438 عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي طردي ضعيف بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بينهما.
  - بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا للمتغير المستقل و ميزة التكلفة الأقل للمتغير التابع \*\*0,433 عند مستوى الدلالة 0,000 و هو اقل من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية و ارتباط معنوي

- طردى ضعيف بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بين عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا للمتغير المستقل و ميزة التكلفة الأقل للمتغير التابع.
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا للمتغير المستقل وميزة التميز للمتغير التابع  $0,439^{**}$  عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي طردى ضعيف بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بين عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا للمتغير المستقل وميزة التميز للمتغير التابع.
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل الاجتماعية و الديمغرافية للمتغير المستقل و ميزة التكلفة الأقل للمتغير التابع  $0,248^{**}$  عند مستوى الدلالة 0,001 و هو اقل من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية و ارتباط معنوي طردى ضعيف جدا بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بين العوامل الاجتماعية و الديمغرافية للمتغير المستقل و ميزة التميز للمتغير التابع.
- بلغ معامل الارتباط الذي يجمع بين العوامل الاجتماعية والديمغرافية للمتغير المستقل وميزة التميز للمتغير التابع  $0,289^{**}$  عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أصغر من مستوى المعنوية 0,05 ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي طردى ضعيف جدا بين هذين المتغيرين يعكس ضعف العلاقة بين العوامل الاجتماعية والديمغرافية للمتغير المستقل وميزة التميز للمتغير التابع.
- تبين بعد اعتماد مصفوفة الارتباط لتحليل العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل ( العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية ، عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا، العوامل الاجتماعية و الديموغرافية ) و أبعاد المتغير التابع ( ميزة التكلفة الأقل ، ميزة التميز) و ، أن علاقة أبعاد المتغير المستقل الخمسة (05) بأبعاد المتغير التابع الاثنين (02) تراوحت بين ارتباط ضعيف و ارتباط ضعيف جدا ، و كل معاملات الارتباط كانت أقل من 50 بالمائة ، مما يدل أن أبعاد المتغير المستقل مستقلة عن أبعاد المتغير التابع و بالتالي ، ما يدل بدوره على صحة أداة الدراسة .
- وباعتبار معاملات الارتباط معظمها اقل من 75 بالمائة لا نحتاج إلى اختبار البعدية الخطية وبالتالي نقوم باختبار الانحدار الخطي المتعدد لتوضيح أثر المتغيرات

المستقلة (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل الاجتماعية والديمقراطية) على المتغيرات التابعة: (ميزة التميز، ميزة التميز):

### المطلب الخامس: اختبار فرضيات الدراسة

#### 1. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد (backward) لاختبار الدلالة الإحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير مناخ الأعمال محل الدراسة على ميزة التكلفة الأقل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة، من خلال تحديد المتغير المستقل (البعد السياسي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديمقراطي) والمتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، وتحليل انحدار أبعاد المحور الثاني والبعد الأول من المحور الثالث، وفق ما تبينه الجداول الآتية:

الجدول 0-23 : المتغيرات الداخلة والمحذوفة من النموذج لاختبار الانحدار الخطي مع ميزة التكلفة الأقل

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل السياسية، العوامل القانونية <sup>b</sup>	.	Enter
2	.	العوامل القانونية	Backward (criterion: Probability of F-to- remove >= ,100).
a. Dependent Variable :			
ميزة التكلفة الأقل			
b. All requested variables entered.			

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

يوضح الجدول أعلاه أنه من خلال تحليل انحدار المتغير المستقل (البعد السياسي، البعد القانوني البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) والمتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، قد قام النموذج بحذف البعد القانوني (غير مؤثر) و الإبقاء على باقي أبعاد المتغير المستقل.

الجدول 0-24 : ملخص نموذج أثر تفعيل بعد مناخ الأعمال (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل الاجتماعية والديمغرافية) على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة

Model Summary <sup>c</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,653 <sup>a</sup>	,427	,409	1,999
2	,653 <sup>b</sup>	,426	,412	1,995
a. Predictors : (Constant), العوامل الديمغرافية/الاجتماعية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل السياسية، العوامل القانونية				
b. Predictors : (Constant), البنية عوامل، الاقتصادية العوامل، الاجتماعية/الديمغرافية العوامل، السياسية العوامل، التكنولوجيا و التحتية				
c. Dependent Variable : التكلفة الاقل ميزة				

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

تمثل نتائج الجدول أعلاه ملخص نموذج أثر مناخ الأعمال (البعد السياسي، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) مع استثناء البعد القانوني ، والمتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) في المؤسسات محل الدراسة: قدر معامل الارتباط ب ( $R=0.653^a$ ) وهو يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين أبعاد مناخ الأعمال مجتمعة (مع استثناء بعد العوامل القانونية كونه غير مؤثر) و ميزة التكلفة الأقل، بينما قدر معامل التحديد ب ( $R^2=0.426$ )، حيث يفسر معامل التحديد نسبة التغير في المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، والتي تعود إلى التغير في المتغير المستقل (مناخ الأعمال)، والنسبة المتبقية تعود إلى عوامل أخرى تؤثر في قيمة المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، بعبارة أخرى

أن 42,6% من التغيرات التي تطرأ على ميزة التكلفة الأقل هي نتيجة التغير لأبعاد مناخ الأعمال مجتمعة، أما النسبة المتبقية 57,4% فتعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة. كما كان الخطأ المعياري للتقدير Standard Error of the Estimate قد بلغ 1.995، حيث أنه كلما صغر هذا النوع من الخطأ فإن ذلك يعني أن حجم أخطاء التقدير أقل.

أما فيما يخص النموذج الأولي الذي لم يستثن العوامل القانونية والتي ليس لها تأثير على المتغير التابع كانت النتائج كما يلي: معامل الارتباط (0,653)، معامل التحديد (0,427)، الخطأ المعياري (1,999).

الجدول 0-25 : تحليل تباين أثر تفعيل أبعاد مناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	493,821	5	98,764	24,713	,000 <sup>b</sup>
	Residual	663,406	166	3,996		
	Total	1157,227	171			
2	Regression	492,868	4	123,217	30,973	,000 <sup>c</sup>
	Residual	664,359	167	3,978		
	Total	1157,227	171			

a. Dependent Variable :

ميزة التكلفة الأقل

b. Predictors : (Constant),

العوامل الديمغرافية/الاجتماعية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل السياسية،  
العوامل القانونية

c. Predictors : (Constant),

العوامل الديمغرافية/الاجتماعية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل السياسية

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

تمثل نتائج الجدول أعلاه تحليل تباين أثر مناخ الأعمال ( البعد السياسي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي ) على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات محل الدراسة: و لقد أكدت قيمة F المحسوبة معنوية الأثر حيث سجلت 30.973 عند مستوى دلالة Sig=0,000، و هو أقل من مستوى المعنوية 0.05، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، وقد قدر مربع وسط البواقي Somme des carrés حوالي 1157.227 وهو مربع الخطأ المعياري للتقدير، وتعتبر هذه النتائج على أن نموذج الانحدار جيد، مع العلم أن النموذج الأولي قبل حذف المتغير الغير مؤثر (العوامل القانونية) كانت نتائجه كالتالي :

أكدت قيمة F المحسوبة معنوية الأثر حيث سجلت 24.713 عند مستوى دلالة Sig=0,000، و هو أقل من مستوى المعنوية 0.05، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، وقد قدر مربع وسط البواقي Somme des carrés حوالي 1157.227 وهو مربع الخطأ المعياري للتقدير، وتعتبر هذه النتائج على أن نموذج الانحدار جيد .

الجدول 0-26 : معاملات أثر تفعيل أبعاد مناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,054	2,504		2,418	0,017
	العوامل السياسية	-0,324	0,138	-0,180	-2,356	0,020
	العوامل القانونية	0,152	0,311	0,081	,488	0,626
	العوامل الاقتصادية	0,476	0,241	0,326	1,971	0,050
	عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا	0,554	0,098	0,387	5,642	0,000

	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية	0,661	0,198	0,222	3,338	0,001
	(Constant)	6,008	2,496		2,407	0,017
	العوامل السياسية	-0,320	0,137	-0,178	-	0,021
	العوامل الاقتصادية	0,582	0,103	0,398	5,654	0,000
2	عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا	0,558	0,098	0,389	5,703	0,000
	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية	0,665	0,197	0,224	3,370	0,001

a. Dependent Variable : ميزة التكلفة الأقل

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

تمثل نتائج الجدول اعلاه معاملات أثر أبعاد مناخ الأعمال (البعد السياسي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات محل الدراسة: حيث تمثلت معادلة الانحدار فيما يلي:

ميزة التكلفة الأقل = (6,008) + عوامل سياسية \* (-0.320) + عوامل اقتصادية \* (0.582) + عوامل

البنية التحتية والتكنولوجيا \* (0.558) + العوامل الديموغرافية \* (0.665)

أي ان المعادلة من الشكل:

$$Y1 = (-0.320) (X1) + (0.582) (X3) + (0.558) (X4) + (0.665) (X5) + 6.008$$

حيث

- y1 : ميزة التكلفة الأقل (البعد الأول للمتغير التابع)

- X1 : العوامل السياسية (البعد الأول للمتغير المستقل)

- X2 : العوامل القانونية (البعد الثاني للمتغير المستقل)...تم استبعاده من نموذج

التحليل (غير مؤثر)

- X3 : العوامل الاقتصادية (البعد الثالث للمتغير المستقل)

- X4 : عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا (البعد الرابع للمتغير المستقل)
- X5: العوامل الاجتماعية و الديموغرافية (البعد الخامس للمتغير المستقل)
- 6.008 : الثابت (constant)

تمثل هذه المعادلة أثر تفعيل المتغيرات المستقلة على المتغير التابع في المؤسسات محل الدراسة بواسطة المعامل (B) حيث قدرت قيمة (B) للمتغيرات المستقلة على التوالي : عوامل سياسية بـ (-0.320)، وعوامل اقتصادية بـ (0.582)، و عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا بـ (0.558) ، والعوامل الديموغرافية (0.665)، إلا أن هذا التفسير يمكن أن يكون أكثر فهما إذا قمنا بتحويل (B) إلى درجات معيارية Z للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع، مما ينتج عنه معامل (Beta) ليصبح تفعيل بعد العوامل السياسية يقدر بـ (-0.178)، و بعد العوامل الاقتصادية يقدر بـ (0.398)، و بعد البنية التحتية والتكنولوجيا يقدر بـ (0.389)، و بعد العوامل الاجتماعية و الديموغرافية يقدر بـ (0.224)، والذي يظهر تحت المعاملات المعيارية Standardized Coefficients في جدول المعاملات.

كما يتضح من الجدول أن مستوى الدلالة (Sig=0.021، T=2,335-) للمتغير المستقل X<sub>1</sub> (بعد العوامل السياسية) وهي أصغر من 0,05 أي يوجد أثر معنوي و بالتالي دلالة تأثير البعد السياسي على ميزة التكلفة الأقل بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى، و (Sig=0,000، T=5.654) للمتغير المستقل X<sub>3</sub> (بعد العوامل الاقتصادية) وهي أصغر من 0,05 أي معنوية الأثر، دلالة تأثير البعد الاقتصادي على ميزة التكلفة الأقل بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى ، و (Sig=0,000، T=5.703) للمتغير المستقل X<sub>4</sub> (بعد عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا) وهي أصغر من 0,05، دلالة تأثير بعد عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا على ميزة التكلفة الأقل بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى ، و (Sig=0,001، T=3,370) للمتغير المستقل X<sub>5</sub> وهي أصغر من 0,05 أي معنوية الأثر، دلالة تأثير تفعيل البعد الاجتماعي و الديموغرافي على بعد ميزة التكلفة الأقل بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى .

**القرار:** إن نتيجة اختبار الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة والتي مفادها " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة "، حيث قدرت قيمة F المحسوبة الخاصة

بها بـ (30.973) بمستوى دلالة قدر بـ (0,000) و هو اقل من مستوى المعنوية 0,05، وهذا يؤكد وجود دلالة إحصائية لتأثير المتغيرات المستقلة (البعد السياسي، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) على المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة، كما قدرت قيمة T المحسوبة لأبعاد المتغير المستقل على التوالي ، (-2,335=T)، (5,654=T)، (5,703=T)، (3,370=T) وهي دالة عند مستوى دلالة أقل من (0,05) وهو ما تشير إليه قيمة المعامل B التي تعني أن التغير في قيمة المتغيرات المستقلة (البعد السياسي، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) بمقدار (B%) لكل متغير مستقل يؤدي إلى إحداث تغير في المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، وهذه المتغيرات المستقلة تفسر حسب معامل التحديد  $R^2$  المقدر بـ (0,426) من التباين في المتغير التابع (ميزة التميز) ، أي أن نسبة (42.6%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (ميزة التميز) سببها تغيرات حاصلة في المتغير المستقل (البعد السياسي، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي)، ولهذه النتائج نقبل الفرضية الرئيسية الأولى.

أما فيما يخص الفرضيات الفرعية بينهم نموذج الدراسة في المعادلة الآتية:

ميزة التكلفة الأقل = (6,008) + عوامل سياسية \* (-0.320) + عوامل اقتصادية \* (0.582) + عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا \* (0.558) + العوامل الديموغرافية \* (0.665)، حيث أن:

- الفرضية الفرعية الأولى والتي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل السياسية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. والتي بلغ مستوى دلالتها في اختبار الانحدار المتعدد بـ (0.021) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الأولى.

✓ التفسير الاقتصادي: استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة، فكلما كان هناك تغير في المتغير المستقل (العوامل السياسية لمناخ الأعمال)، فإنه يتبعها تغير في المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، أي أن، الاستقرار السياسي

ضروري لتعزيز مناخ الأعمال المواتي، إذ يمكن أن تؤدي الاضطرابات السياسية، عدم استقرار الحكومات و تعاقبها، الفساد الإداري و السياسي، القيود التجارية ، الحواجز الجمركية (التي تجعل من الصعب تصدير منتجاتها أو الخدمات)... الخ ، إلى خلق حالة من عدم اليقين بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الحد من نموها و فرص أعمالها، و بالتالي تثبيط فرص الاستثمار على عكس السياسات المواتية، مثل الحوافز الضريبية أو تسهيلات الحصول القروض و التي تعزز نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة و استمرارها.

- الفرضية الفرعية الثانية والتي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل القانونية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. و التي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد ب(0.626) و هي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ما ينفي معنوية الأثر، و بالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثانية، إذ تم في نفس الوقت تم حذف العوامل القانونية من نموذج تحليل الانحدار من طرف برنامج SPSS بسبب عدم التأثير.

- الجدول 0-27 مستوى المعنوية للمتغيرات المحذوف من النموذج

Excluded Variables <sup>a</sup>						
Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	
2	,081 <sup>b</sup>	,488	,626	,038	,127	
a. Dependent Variable : ميزة التكلفة الاقل						
b. Predictors in the Model: (Constant), العوامل الديمغرافية/الاجتماعية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل السياسية						

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

يتضح من الجدول ان مستوى الدلالة الخاص ببعد العوامل القانونية في اختبار الانحدار المتعدد يبلغ (0.626) و هو أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ما ينفي معنوية الأثر.

✓ **التفسير الاقتصادي:** استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه لا توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة (العوامل القانونية لمناخ الأعمال)، و المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، أي أن الأسباب التي تجعل هذا التأثير يبدو منعما أو محدودًا تتمثل أساسا في أن أصحاب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لا يهتمون للجانب القانوني سوى عندما يرونه في الواقع مترجما في الجانب الاقتصادي فالأول مندمج في الثاني، مثل التشريعات الضريبية و مختلف الاتفاقيات و العقود ، أو عندما تتعرض مؤسساتهم للردع أو العقوبة في حالات مثل التعدي على حقوق المستهلكين أو الإضرار بالجانب البيئي، كما أن تجاهل القوانين أو التحايل عليها و الذي يكون بدون عواقب يجعل أيضا الجانب القانوني غير ذي اثر على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ناهيك عن قلة موارد هذا النوع من المؤسسات مقارنة مع المؤسسات ذات الحجم الكبير، و الذي يجعلها غير قادرة على التعامل مع المتطلبات التنظيمية و الامتثال لها مما يخلق قصور تنافسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ويجعل القوانين أقل فعالية في تحسين مناخ أعمالها .

- **الفرضية الفرعية الثالثة والتي مفادها:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. فكلما كان هناك زيادة في المتغير المستقل (العوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال)، فانه يتبعها زيادة في المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، والتي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ما يؤكد معنوية الأثر، وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

✓ **التفسير الاقتصادي:** استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة (العوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال)، و المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، أي أن اقتصاد إقليم ما والتميز

بالنمو يتيح للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة طلبا متزايدا على ما تنتجه من سلع و خدمات ، الشيء الذي يضمن نمو هذه المؤسسات و حفاظها على ميزات التنافسية ، زد إلى ذلك، أن السياسات الضريبية المطبقة تؤثر إما إيجابا(تخفيضات أو حوافز ضريبية) أو سلبا (أعباء إدارية متزايدة ، إجراءات ضريبية معقدة)على نمو هذه المؤسسات ،فضلا على أن تسهيل الاقتراض و بمعدلات فائدة مقبولة مع منظومة مؤسساتية مالية مموله و داعمة يسهل هو الآخر لهذا النوع من المؤسسات البقاء و الاستمرار، كما ان معدلات التضخم المرتفعة و الارتفاع المستمر للمستوى العام للأسعار من شأنه التأثير سلبا على القدرة الشرائية للمستهلكين ما يرهن قدرة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على البقاء و الاستمرار.

- الفرضية الفرعية الرابعة والتي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 لعوامل البنية التحتية والتكنولوجيا لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. فكلما كان هناك زيادة في المتغير المستقل (العوامل لعوامل البنية التحتية والتكنولوجيا)، فإنه يتبعها زيادة في المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، والتي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ما يؤكد معنوية الأثر، وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الرابعة.

✓ **التفسير الاقتصادي:** استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة (عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا)، و المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، فاعتماد تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات كما تقنيات التجارة الالكترونية و شبكات التواصل الاجتماعي، تتيح و تسهل للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة الوصول إلى أسواق جديدة و إلى مختلف العملاء ، الموردن و التعامل معهم و التسويق للسلع و الخدمات المعروضة بما يخفض تكاليف هذه العمليات و يساهم في تخفيض تكلفة ما تعرضه من منتجات و بالتالي الحفاظ على تنافسيتها، كما أن أتمتة (automatisation) الإجراءات و اعتماد التطبيقات (logiciels) في عملية التسيير يساهم لهذا النوع من المؤسسات في تخفيض فواتير استهلاكها للطاقة مع استغلال أنجع للموارد و تخطيط أكثر كفاءة لسلسلة التموين و تحسين عمليات الإنتاج و الابتكار و حتى ربح الوقت، ناهيك على أن هياكل النقل المتطورة من

طرق و سكك حديدية و جسور و مطارات... تسهل حركة السلع و الخدمات و الوصول الى مختلف الاسواق محلية و دولية، بما يخفض تكلفة إنتاج و التوزيع للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، فضلا على أن سهولة الوصول لشبكات التوصيل بالمياه، قنوات و شبكات التصريف الصحي و شبكات الاتصال و الشبكات الكهربائية و التسيير الجيد لنفايات... يؤدي إلى استقرار العمليات الإنتاجية و تخفيض التكاليف من جهة أخرى و بالتالي ضمان بقاء هذا النوع من المؤسسات.

- الفرضية الفرعية الخامسة والتي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الديمغرافية والاجتماعية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. فكلما كان هناك زيادة في المتغير المستقل (العوامل الديمغرافية والاجتماعية)، فانه يتبعها زيادة في المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، والتي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.001) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ما يؤكد معنوية الأثر، وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الخامسة.

✓ **التفسير الاقتصادي:** استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة (العوامل الديمغرافية والاجتماعية)، و المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، إذ أن تعداد السكان، توزيعهم وحجم الإنفاق العام يؤثر بطريقة محسوسة في الطلب على السلع و الخدمات، و من هنا تسعى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى التنافس فيما بينها من حيث خفض تكاليف ما تطلبه من منتجات قصد اغتنام هذه الفرص و إشباع تلك الحاجات كل بما يناسبه من حيث العدد و ميزانية الفرد و ميولاته، كما أن ارتفاع مستوى التعليم في إقليم ما، من شأنه توفير قوى عاملة أكثر مهارة و تدريباً، مما يعزز الابتكار و تطوير المنتجات، و بالتالي استفادة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تأهيل موظفيها لتعزيز قدرتها التنافسية، بالإضافة إلى أن استهلاك السلع و الخدمات المنتجة يتأثر حتما بالقيم و العادات و التقاليد و المعتقدات السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة و الذي يختلف من منطقة جغرافية إلى أخرى، و هنا وجب على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التكيف مع هذا النوع من الفرص عن طريق تسويق منتجاتها بأسعار أقل من منافسيها مع حفاظها على جودة تلك المنتجات و

تكييفها مع تلك القيم و المعتقدات السائدة ، و بالتالي زيادة فرص نمو هذا النوع من المؤسسات .

## 2. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد (backward) لاختبار الدلالة الإحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير مناخ الأعمال محل الدراسة على ميزة التميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة، من خلال تحديد المتغير المستقل (البعد السياسي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) والمتغير التابع (ميزة التميز)، وتحليل انحدار أبعاد المحور الثاني والبعد الثاني من المحور الثالث، وفق ما تبينه الجداول الآتية:

الجدول 0-28: المتغيرات الداخلة والمحذوفة من النموذج لاختبار الانحدار الخطي مع بعد ميزة التميز

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	العوامل الاجتماعية،/الديمغرافية الاقتصادية، العوامل التحتية البنية عوامل العوامل والتكنولوجيا، العوامل السياسية، القانونية <sup>b</sup>	.	Enter
2	.	السياسية العوامل	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable : التميز ميزة

b. All requested variables entered.

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

يوضح الجدول أعلاه أنه من خلال تحليل انحدار المتغير المستقل (البعد السياسي، البعد القانوني البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي)

والمتغير التابع (ميزة التميز)، قد قام النموذج بحذف البعد السياسي (غير مؤثر) و الإبقاء على باقي أبعاد المتغير المستقل.

الجدول 0-29 : ملخص النموذج

Model Summary <sup>c</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,698 <sup>a</sup>	,488	,472	2,041
2	,693 <sup>b</sup>	,481	,468	2,048
a. Predictors : (Constant), الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل, البنية عوامل				
القانونية العوامل, السياسية العوامل, التكنولوجية و التحتية				
b. Predictors: (Constant), الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل, البنية عوامل				
القانونية العوامل, التكنولوجية و التحتية				
c. Dependent Variable: التميز ميزة				

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

تمثل نتائج الجدول اعلاه ملخص نموذج أثر مناخ الأعمال مع استثناء بعد العوامل السياسية (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجية، والبعد الاجتماعي والديموغرافي)، على المتغير التابع (ميزة التميز) في المؤسسات محل الدراسة: قدر معامل الارتباط ب ( $R=0.693^a$ ) وهو يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين أبعاد مناخ الأعمال مجتمعة و ميزة التميز (مع استثناء بعد العوامل السياسية كونه غير مؤثر) ، بينما قدر معامل التحديد ب ( $R^2=0.481$ )، حيث يفسر معامل التحديد نسبة التغير في المتغير التابع (ميزة التميز)، والتي تعود إلى التغير في المتغير المستقل (مناخ الأعمال)، والنسبة المتبقية تعود إلى عوامل أخرى تؤثر في قيمة المتغير التابع (ميزة التميز)، بعبارة أخرى أن 48.1% من التغيرات التي تطرأ على ميزة التميز هي نتيجة التغير لأبعاد مناخ الأعمال مجتمعة باستثناء بعد العوامل السياسية، أما النسبة المتبقية 51,9% فتعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة. كما كان الخطأ المعياري للتقدير Standard Error of the Estimate قد بلغ 2,048، حيث أنه كلما صغر هذا النوع من الخطأ فإن ذلك يعني أن حجم أخطاء التقدير أقل.

أما فيما يخص النموذج الأولي الذي لم يستثن العوامل القانونية والتي ليس لها تأثير على المتغير التابع كانت النتائج كما يلي: معامل الارتباط (0,698)، معامل التحديد (0,488)، الخطأ المعياري (2,041).

الجدول 30-0 تحليل تباين أثر تفعيل أبعاد مناخ الأعمال (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا، العوامل الاجتماعية و الديمغرافية) على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	657,543	5	131,509	31,582	,000 <sup>b</sup>
	Residual	691,225	166	4,164		
	Total	1348,767	171			
2	Regression	648,137	4	162,034	38,622	,000 <sup>c</sup>
	Residual	700,631	167	4,195		
	Total	1348,767	171			

a. Dependent Variable: التميز ميزة

b. Predictors: (Constant), البنية عوامل، الاقتصادية العوامل، الاجتماعية/الديمغرافية العوامل، القانونية العوامل، السياسية العوامل، التكنولوجيا و التحتية

c. Predictors: (Constant), البنية عوامل، الاقتصادية العوامل، الاجتماعية/الديمغرافية العوامل، القانونية العوامل، التكنولوجيا و التحتية

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

يعبر الجدول أعلاه عن تحليل تباين أثر مناخ الأعمال ( البعد السياسي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي ) على ميزة التميز في المؤسسات محل الدراسة: لقد أكدت قيمة F المحسوبة معنوية الأثر حيث سجلت 38.622 عند مستوى دلالة Sig=0,000، و هو أقل من مستوى المعنوية 0.05، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، وقد قدر مربع وسط البواقي Somme des carrés حوالي 1348.767 وهو مربع الخطأ المعياري للتقدير، وتعبّر هذه النتائج على

أن نموذج الانحدار جيد، مع العلم أن النموذج الأولي قبل حذف المتغير الغير مؤثر (العوامل السياسية) كانت نتائجه كالتالي :

أكدت قيمة F المحسوبة معنوية الأثر حيث سجلت 582.31 عند مستوى دلالة Sig=0,000، و هو أقل من مستوى المعنوية 0.05 ، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، وقد قدر مربع وسط البواقي Somme des carrés حوالي 1348.767 وهو مربع الخطأ المعياري للتقدير، وتعتبر هذه النتائج على أن نموذج الانحدار جيد .

### الجدول 0-31

معاملات أثر تفعيل أبعاد مناخ الأعمال (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا، العوامل الاجتماعية والديمقراطية) على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,769	2,556		,692	,490
	السياسية العوامل	,211	,140	,109	1,503	,135
	القانونية العوامل	-,815	,317	-,400	-2,566	,011
	الاقتصادية العوامل	1,194	,246	,756	4,844	,000
	البنية التحتية عوامل والتكنولوجيا	,360	,100	,233	3,592	,000
	العوامل الاجتماعية/الديمقراطية	,717	,202	,223	3,544	,001
2	(Constant)	1,810	2,565		,706	,481
	القانونية العوامل	-,785	,318	-,386	-2,468	,015
	الاقتصادية العوامل	1,249	,245	,791	5,106	,000

و التحتية البنية عوامل التكنولوجيا	,403	,097	,260	4,173	,000
العوامل الاجتماعية/الديمغرافية	,763	,201	,238	3,805	,000
a. التمييز ميزة: Dependent Variable					

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

تمثل نتائج الجدول أعلاه معاملات أثر أبعاد مناخ الأعمال (البعد السياسي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) على ميزة التمييز في المؤسسات محل الدراسة: حيث تمثلت معادلة الانحدار فيما يلي:

ميزة التمييز = (1,810) + عوامل قانونية \* (-0,785) + عوامل اقتصادية \* (1,249) + عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا \* (0,403) + العوامل الاجتماعية والديموغرافية \* (0,763)

أي ان المعادلة من الشكل:

$$Y2 = (-0.785) (X2) + (1.249) (X3) + (0.403) (X4) + (0.763) (X5) + 1.810$$

حيث

- y2: ميزة التمييز (البعد الثاني للمتغير التابع)

- X1 : العوامل السياسية (البعد الأول للمتغير المستقل) تم استبعاده من نموذج التحليل (غير مؤثر)

- X2 : العوامل القانونية (البعد الثاني للمتغير المستقل)

- X3 : العوامل الاقتصادية (البعد الثالث للمتغير المستقل)

- X4 : عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا (البعد الرابع للمتغير المستقل)

- X5 : العوامل الاجتماعية و الديمغرافية (البعد الخامس للمتغير المستقل)

- 1.810 : الثابت (constant)

تمثل هذه المعادلة أثر تفعيل المتغيرات المستقلة على المتغير التابع في المؤسسات محل الدراسة بواسطة المعامل (B) حيث قدرت قيمة (B) للمتغيرات المستقلة على التوالي : عوامل قانونية ب (-0,785)، وعوامل اقتصادية ب(1,249)، و عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا ب(0,403) ، والعوامل الديموغرافية (0,763)، إلا أن هذا التفسير يمكن أن يكون أكثر فهما إذا قمنا بتحويل (B) إلى درجات معيارية Z للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع، مما ينتج

عنه معامل (Beta) ليصبح تفعيل بعد العوامل القانونية يقدر بـ(-0.386)، و بعد العوامل الاقتصادية يقدر بـ(0.791)، و بعد البنية التحتية والتكنولوجيا يقدر بـ(0.260)، و بعد العوامل الاجتماعية و الديموغرافية يقدر بـ(0.238)، والذي يظهر تحت المعاملات المعيارية Standardized Coefficients في جدول المعاملات.

كما يتضح من الجدول أن مستوى الدلالة (Sig=0.015، T=2.468-) للمتغير المستقل  $X_2$  (بعد العوامل القانونية) وهي أصغر من 0,05 أي يوجد أثر معنوي و بالتالي دلالة تأثير بعد العوامل القانونية على ميزة التميز بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى، و (Sig=0,000، T=5.106) للمتغير المستقل  $X_3$  (بعد العوامل الاقتصادية) وهي أصغر من 0,05 أي معنوية الأثر، دلالة تأثير البعد الاقتصادي على ميزة التميز بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى ، و (Sig=0,000، T=4.173) للمتغير المستقل  $X_4$  (بعد عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا) وهي أصغر من 0,05، دلالة تأثير بعد عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا على ميزة التميز بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى ، و (Sig=0,000، T=3.805) للمتغير المستقل  $X_5$  وهي أصغر من 0,05 أي معنوية الأثر، دلالة تأثير تفعيل البعد الاجتماعي و الديموغرافي على بعد ميزة التميز بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى .

**القرار:** إن نتيجة اختبار الفرضية الرئيسية الثانية للدراسة والتي مفادها " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة "، والتي قدرت قيمة F المحسوبة الخاصة بها بـ (38.622) بمستوى دلالة قدر بـ (0,000) و هو اقل من مستوى المعنوية 0,05، وهذا يؤكد وجود دلالة إحصائية لتأثير المتغيرات المستقلة (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) على المتغير التابع (ميزة التميز) بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة، كما قدرت قيمة T المحسوبة لأبعاد المتغير المستقل على التوالي ، (-2.468، T=)، (T=5,106)، (T=4,173)، (T=3,805) لـ (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) وهي دالة عند مستوى دلالة أقل من (0,05) وهو ما تشير إليه قيمة المعامل B التي تعني أن التغير في قيمة المتغيرات المستقلة (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا،

والبعد الاجتماعي والديموغرافي) بمقدار (B%) لكل متغير مستقل يؤدي إلى إحداث تغير في المتغير التابع (ميزة التميز)، وهذه المتغيرات المستقلة تفسر حسب معامل التحديد  $R^2$  المقدر بـ (0,481) من التباين في المتغير التابع (ميزة التميز) ، أي أن نسبة (48.1%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (ميزة التميز) سببها تغيرات حاصلة في المتغير المستقل (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي)، ولهذا النتائج نقبل الفرضية الرئيسية الأولى .

أما فيما يخص الفرضيات الفرعية بينهم نموذج الدراسة في المعادلة الآتية:

ميزة التكلفة الأقل = (1,810) + عوامل قانونية\* (-0,785) + عوامل اقتصادية\* (1,249) + عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا\* (0,403) + العوامل الاجتماعية والديموغرافية\* (0,763)

- **الفرضية الفرعية الأولى:** والتي مفادها يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل السياسية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. والتي قدر مستوى الدلالة في اختبار الانحدار المتعدد بـ (0.135) وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 أي لا يوجد أثر معنوي، وفي نفس الوقت تم حذف متغير العوامل السياسية من نموذج تحليل الانحدار من طرف برنامج SPSS بسبب عدم التأثير وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الأولى.

مستوى المعنوية للمتغير المحذوف من النموذج لاختبار الانحدار المتعدد مع بعد ميزة التميز

Excluded Variables <sup>a</sup>						
Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	
2	,109 <sup>b</sup>	1,503	,135	,116	,592	

a. Dependent Variable: التميز ميزة

b. Predictors in the Model: (Constant), العوامل الاجتماعية/الديموغرافية العوامل، العوامل القانونية العوامل، التكنولوجيا و التحتية البنية عوامل، الاقتصادية

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS 22)

يعبر الجدول أعلاه أنه من خلال تحليل الانحدار الخطي المتعدد، و اختبار كل أبعاد المتغير المستقل مجتمعة مع بعضها مع البعد الثاني للمتغير التابع و المتمثل في ميزة التميز ، ظهرت المتغيرات التي تم حذفها من النموذج (استبعادها) و المتمثلة في بعد العوامل السياسية و الذي يتضح جليا من الجدول أن بعد العوامل القانونية لا يؤثر على ميزة التميز، حيث أن مستوى الدلالة بلغ 0.135 و هو اكبر من مستوى المعنوية 0.05 ، مما يدل على أن بعد العوامل السياسية(البعد الأول للمتغير المستقل أي  $X_1$ ) غير قادر على التأثير على ميزة التميز بصفة مجتمعة مع المتغيرات التفسيرية الأخرى و بالتالي تم استبعاده.

✓ **تفسير الاقتصادي:** التفسير الاقتصادي: استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه لا توجد علاقة تأثير بين متغيري الدراسة (العوامل السياسية لمناخ الأعمال)، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، أي أن الأسباب التي تجعل هذا التأثير يبدو منعما أو محدودًا أو على الأقل تأثيره غير مباشر تتمثل أساسا في أن السياسات الحكومية و اللوائح التنظيمية عموما تؤثر على الشركات الكبيرة الحجم ، ونظرًا لأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصغر حجمًا، فيمكن اعتبار أن بصمة القرار السياسي عليها تكون أقل تأثيرا ، كما أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لا يظهر لها الجانب السياسي سوى عندما يتجسد في الواقع و ذلك بعد المرور على الجانب القانوني ، مثل الأمن و النظام العام ،انخفاض معدلات الفساد خصوصا إداريا ، كما أن عدم اهتمام أصحاب المؤسسات بالجانب السياسي و تركيزهم على العوامل الاقتصادية خصوصا يجعل هو الآخر الجانب السياسي غير ذي اثر على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مقارنة مع المؤسسات ذات الحجم الكبير التي يكون التأثير السياسي عليها مباشرا .

- **الفرضية الفرعية الثانية:** والتي مفادها يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل القانونية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. فكلما كان هناك تغير في المتغير المستقل (العوامل القانونية لمناخ الأعمال)، فإنه يتبعه تغير في المتغير التابع (ميزة التميز)، و التي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.015) و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ما يؤكد معنوية الأثر، و بالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثانية.

✓ **التفسير الاقتصادي:** استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة (العوامل القانونية لمناخ الأعمال)، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، أي أن ميزة التميز تتأثر بالعوامل القانونية لمناخ الأعمال ، و على عكس ميزة التكلفة الأقل التي لا تتأثر بها، نظرا لان ميزة التكلفة الأقل أمر داخلي يخص المؤسسة الصغيرة و المتوسطة في حد ذاتها و لا يبين له اثر على المستهلكين أو على الجهات الرقابية الحكومية ، في حين أن ميزة التميز تظهر مباشرة أمام المستهلكين و الجهات الرقابية ، و من هنا تتأثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و تلتزم بمجموعة بالقوانين، بما في ذلك قانون العمل و الضرائب و حماية المستهلك ومعايير السلامة للمنتجات رغم إمكانية تأثير هذه القوانين من حيث رفع التكاليف عند تنفيذها، كما تؤثر القوانين و الإجراءات على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة نظرا لأنها غالبا ما تعتمد على الاتفاقيات و العقود لمزاولة نشاطاتها، سواء مع الموردين أو العملاء أو الشركاء، و يمتد ذلك إلى حل النزاعات وما إلى ذلك. فضلا عن ذلك تتأثر المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالقوانين التي تحمي البيئة من مختلف أنواع التلوث في حين تجد هذه الأخيرة أنه من مصلحتها مثلا تطبيق القانون فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية لها مثلا.

- **الفرضية الفرعية الثالثة:** التي مفادها يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05، للعوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. فكلما كان هناك زيادة في المتغير المستقل (العوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال)، فإنه يتبعها زيادة في المتغير التابع (ميزة التميز)، والتي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ما يؤكد معنوية الأثر، و بالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

✓ **التفسير الاقتصادي:** استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة (العوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال)، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، أي أن النظام الاقتصادي الذي يقوم على تحرير المنافسة ، مع سياسية مالية مواتية مثل السياسة المالية التوسعية التي تحت على النمو (زيادة الإنفاق مع سياسة جبائية لتخفيض الضرائب) من شأنها تخفيض تكلفة

إنتاج السلع و الخدمات على مستوى المؤسسات بما فيها الصغيرة و المتوسطة ، و بالتالي توفير موارد إضافية تعتمدھا المؤسسات في الابتكار و تحسين الإنتاج و جعل منتجاتھا متميزة بما يعزز تنافسيتها و يحافظ على ميزاتھا التنافسية ، و نفس هذه السياسات تؤدي إلى زيادة مستويات الإنفاق لدى الأسر بما يشجع تسويق السلع و الخدمات لدى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة. بالإضافة إلى ذلك فان تسهيل الوصول الى التمويل من مختلف أجهزة الدعم و المرافقة و كذا القروض الممنوحة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة من طرف المؤسسات المالية و بمعدلات بين منخفضة و مقبولة يعتبر رافعة للإبقاء على المؤسسات و ضمان نموھا و توسعھا، فضلا عن ذلك فان المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أن تأخذ بعين الاعتبار كل من التضخم و البطالة كمؤثرين على نشاطھا وأن تسعى إلى استراتيجيات التكيف للحفاظ على قدرتها التنافسية في السوق، فالتضخم المتزايد يؤدي إلى الرفع من تكلفة المواد الأولية والطاقة مما يقود مباشرة إلى زيادة تكاليف الإنتاج بالنسبة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و حرمان المؤسسة من موارد كانت لتستعمل في تحسين المنتج و جعله متميزا ، كما يؤثر التضخم أيضا على القدرة الشرائية للمستهلكين، مؤديا إلى انخفاض الطلب على المنتجات و الخدمات ، مما يضر بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، أما معدلات البطالة المرتفعة فتؤدي إلى تخفيض مستويات إنفاق المستهلكين و بالتالي يصبح التميز في السلعة أو الخدمة لا جدوى منه لديهم، حيث يميلون آنذاك إلى تحقيق الإشباع فقط و بتكلفة منخفضة .

- **الفرضية الفرعية الرابعة:** التي مفادھا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 لعوامل البنية التحتية و التكنولوجيا لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة. فكلما كان هناك زيادة في المتغير المستقل (عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا)، فانه يتبعھا زيادة في المتغير التابع (ميزة التميز)، والتي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ما يؤكد معنوية الأثر، و بالتالي نقبل الفرضية الفرعية الرابعة.

✓ **التفسير الاقتصادي:** استنادا إلى النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة (عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا)، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، فاعتماد التكنولوجيا في مناخ أعمال

يؤدي إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة و تطوير و تحسين عمليات الإنتاج،التوريد... بما يخفض التكاليف ، ربح الوقت، و إنشاء صفة التميز في منتجات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بما يبقيها في السوق و ينمي من قدراتها، ناهيك على أن البنية التحتية الحديثة للاتصالات، مثل الإنترنت عالي السرعة وشبكات الهاتف المحمول، تسهل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التوسع عبر أسواق جديدة و الوصول إلى العملاء وتوسعة الأعمال، مما يدفع النمو و الابتكار و خلق مزايا تنافسية جديدة و تصاميم متفردة ، كما أن البنى التحتية الآمنة للدفع عبر الإنترنت ومنصات التجارة الإلكترونية تسهل عمليات البيع عبر الإنترنت بما يوسع قاعدة العملاء و يتيح الفرصة للانطلاق نحو الأسواق الدولية بدون الحدود الجغرافية التقليدية، و حتى هياكل النقل المتطورة من طرقات و سكك حديدية و جسور و مطارات... تسهل حركة السلع و الخدمات .

- الفرضية الفرعية الخامسة: التي مفادها يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للعوامل الديمغرافية والاجتماعية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة. فكلما كان هناك زيادة في المتغير المستقل (العوامل الديمغرافية والاجتماعية)، فإنه يتبعها زيادة في المتغير التابع (ميزة التميز)، والتي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ما يؤكد معنوية الأثر، وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الخامسة.

✓ التفسير الاقتصادي: اعتمادا على النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول انه توجد علاقة تأثير بين متغيرات الدراسة (العوامل الديمغرافية والاجتماعية)، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، إذ أن مستويات الإنفاق السائدة و المستوى التعليمي للفرد المستهلك يعتبر من محددات السلعة/الخدمة المقدمة من طرف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و بالتالي تحدد التميز في السلع و الخدمات الذي تصبو إليه، كما يتأثر استهلاك السلع و الخدمات المنتجة بالقيم و العادات التقاليد و التنوع الثقافي السائد في الإقليم الذي تنشط فيه المؤسسة و يحدد هو الآخر ما يجب تطرحه في السوق من طرف المؤسسات وكذا التكيف مع الميولات والتوجهات الاستهلاكية لكل منطقة ، ضف إلى ذلك أن التركيبة البشرية المؤهلة تساهم في عمليات الابتكار و جعل المنتجات متميزة .

## خاتمة الفصل:

في هذا الفصل من دراستنا قمنا بتحليل اثر مناخ الأعمال بأبعاده (العوامل السياسية، العوامل القانونية، العوامل الاقتصادية، عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا، العوامل الاجتماعية والديموغرافية) على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ببعديها (ميزة التكلفة الأقل، ميزة التميز)، عن طريق اختبار فرضيات الدراسة بالتأكد من صحتها أو عدمه، اعتمادا على أدوات الإحصاء الوصفي و الإحصاء الاستدلالي من خلال برنامج تحليل الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، في نسخته 22، حيث تم تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيان المصمم لهذا الغرض. حيث كانت أهم النتائج المتوصل إليها كالتالي:

- إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كغيرها من باقي أنواع المؤسسات تمارس نشاطها في بيئة مفروضة عليها وليس بإمكانها التحكم في متغيراتها، تتمثل في مناخ الأعمال بمختلف جوانبه السياسية، القانونية، الاقتصادية، البنية التحتية والتكنولوجيا والجوانب الاجتماعية، هذه الجوانب تؤثر مجتمعة بالإيجاب أو بالسلب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مناخ الأعمال بمكوناته والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل دراستنا، كون هذه الأخيرة تمارس نشاطاتها المختلفة خلال مكونات مناخ الأعمال والذي تتغير بدورها باستمرار وتختلف من إقليم أو دولة لأخر.

# الذاتمة

يتمثل مناخ الأعمال في تلك البيئة الخارجية التي تحيط بالمؤسسات بمختلف أنواعها بما فيها الصغيرة والمتوسطة منها، والذي يشمل مجموعة واسعة من العوامل مثل الاستقرار السياسي، التنظيم، توفر البنية التحتية، مرونة النظام القانوني وإجراءات المنافسة، وفره اليد العاملة وتأهيلها، انتشار التكنولوجيا، والسياسات المالية ...، وغيرها. ويختلف من بلد إلى آخر ومن فترة زمنية لأخرى. ومن هذا المنطلق فان مناخ الأعمال هو بمثابة المحدد والمنطلق لإقامة مختلف المشاريع الاقتصادية ، كما تحدد جاذبيته مصير استمرار المؤسسات ونموها من عدمه.

ونظرا للأهمية الكبيرة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما تتميز به عن تلك الأكبر حجما ، كمرونتها و قدرتها على التكيف و الاستجابة مع مختلف تغيرات السوق، مع ردود فعلها السريعة عن طريق سرعة اتخاذ القرارات دون إجراءات أو حواجز كبيرة، وأيضا بقرب المسافة بينها و بين عملائها، فضلا عن هامش الحرية الأكبر لديها في الإبداع و الابتكار و تجربة النماذج الجديدة دون مخاطرة كبيرة ، فلقد أصبحت الحكومات تولي لهذا النوع من المؤسسات اشد الاهتمام ، لما لها من دور ايجابي اقتصاديا و اجتماعيا من خلال مساهمتها الفعالة في خلق فرص العمل و امتصاص معدلات البطالة و تحقيق النمو الاقتصادي، مع إمكانية تغلغلها في مختلف قطاعات الأعمال مثل التجارة، الخدمات، الصناعة، الزراعة...الخ. فهي ذات تكلفة أقل بالنسبة للحكومة في جانب حجم الاستثمارات من حيث الموارد والبنية التحتية، إلا أن استمرار وبقاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق مرهون بتنافسيتها وبحفاظها على ميزاتها التنافسية وتجديدها باستمرار، ولذلك تسعى الدول إلى توفير مناخ الأعمال المواتي لهذه المؤسسات فناعة بما يضيفه عليها من تأثير بمختلف مكوناته، بما يضمن حفاظها على ميزاتها التنافسية وبالتالي بقائها وتوسع نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ومن هنا جاءت دراستنا كمحاولة لتسليط الضوء على الأثر الذي يحدثه مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عن طريق جانب نظري تم الإحاطة من خلاله بمختلف جوانب الموضوع اعتمادا على مختلف الآراء والدراسات والاتجاهات، تلاه

جانب تطبيقي استهدف عبر دراسة تطبيقية مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

وكان من أبرز النتائج المتوصل إليها مايلي:

### 1. نتائج الدراسة النظرية:

- مناخ الأعمال هو البيئة الخارجية والتي تنشط خلالها المؤسسات، يتكون من مجموع العوامل التي لها تأثير على قراراتها وتطوير نشاطها، ويشمل مختلف العوامل الاجتماعية/الديموغرافية، الاقتصادية، السياسية، القانونية، البنية التحتية والتكنولوجية والبيئية، يختلف من فترة لأخرى ومن بلد لآخر.
- مناخ الأعمال يضم جميع الأنشطة الاقتصادية، في حين أن مناخ الاستثمار أكثر تحديداً ويركز على جاذبية بلد أو منطقة للمستثمرين الأجانب والمحليين وبالتالي مناخ الأعمال يضم مناخ الاستثمار.
- يتم تقييم الجانب الاقتصادي لمناخ الأعمال سواء بواسطة مؤشرات الاقتصاد الكلي مثل معدل النمو، معدل التضخم، الناتج المحلي الإجمالي، البطالة... الخ، أو بواسطة التقارير والمؤشرات الصادرة عن المؤسسات والهيئات الدولية مثل تقرير سهولة أداء الأعمال الصادر عن البنك الدولي.
- تتمثل الميزة التنافسية في العناصر التي تميز منتج أو خدمة أو مؤسسة عن منافسيها وتجعلها أكثر استقطاباً وجذباً للعملاء والمستهلكين وتحقيقها يحافظ على بقاء المؤسسة واستمرارها في السوق، إذ تساهم في زيادة حصتها في السوق وتحقيق الربحية.
- تكون الميزة التنافسية متعلقة بمنتج ذو جودة عالية أو تصميم فريد أو تكلفة منخفضة أو خدمة متميزة أو ابتكار تقني أو استخدام تكنولوجيا متقدمة أو رضا العملاء أو سرعة التسليم أو أي جوانب أخرى التي تجعل الشركة تبرز في سوق المنافسة.
- للدولة الدور الفعال في تحسين جاذبية مناخ الأعمال سواء لتحفيز الاستثمار أو دعم نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النمو والاستمرار عن طريق التدخل بالتأثير في مكوناته السياسية، الاقتصادية، البنية التحتية، والقانونية بما يحمي تنافسية المؤسسات ويسهل حافظها على ميزتها التنافسية.

- تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مفهوم ديناميكي فهي قابلة للتجديد باقتناص فرص جديدة ومحتملة عوض الثبات في الموقع الحالي للمؤسسة ولو كان تنافسيا.

## 2. نتائج الدراسة التطبيقية واختبار الفرضيات:

يمكن تلخيص ما توصلت إليه الدراسة في شقها التطبيقي إلى النتائج التالية:

- إثبات صحة الفرضية الرئيسية الأولى التي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، حيث قدرت قيمة F المحسوبة الخاصة بها بـ (30.973) بمستوى دلالة قدر بـ (0,000) و هو اقل من مستوى المعنوية 0,05، وهذا يؤكد وجود دلالة إحصائية لتأثير المتغيرات المستقلة (البعد السياسي، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) على المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة، كما قدرت قيمة T المحسوبة لأبعاد المتغير المستقل على التوالي ، (-2,335=T)، (5,654=T)، (5,703=T)، (3,370=T) وهي دالة عند مستوى دلالة أقل من (0,05) وهو ما تشير إليه قيمة المعامل B التي تعني أن التغير في قيمة المتغيرات المستقلة (البعد السياسي، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) بمقدار (B%) لكل متغير مستقل يؤدي إلى إحداث تغير في المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل)، وهذه المتغيرات المستقلة تفسر حسب معامل التحديد  $R^2$  المقدر بـ (0,426) من التباين في المتغير التابع (ميزة التميز) ، أي أن نسبة (42.6%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (ميزة التميز) سببها تغيرات حاصلة في المتغير المستقل (البعد السياسي، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي). حيث تمثلت معادلة الانحدار الخطي المتعدد فيما يلي:

ميزة التكلفة الأقل = (6,008) +عوامل سياسية \* (-0.320) +عوامل اقتصادية \* (0.582) +عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا \* (0.558) +العوامل الديموغرافية \* (0.665)

أي ان المعادلة من الشكل:

$$Y1 = (-0.320) (X1) + (0.582) (X3) + (0.558) (X4) + (0.665) (X5) + 6.008$$

حيث

- y1: ميزة التكلفة الأقل (البعد الأول للمتغير التابع)
  - X1: العوامل السياسية (البعد الأول للمتغير المستقل)
  - X2: العوامل القانونية (البعد الثاني للمتغير المستقل)... تم استبعاده من نموذج التحليل (غير مؤثر)
  - X3: العوامل الاقتصادية (البعد الثالث للمتغير المستقل)
  - X4: عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا (البعد الرابع للمتغير المستقل)
  - X5: العوامل الاجتماعية و الديمغرافية (البعد الخامس للمتغير المستقل)
- 6.008: الثابت (constant)

- إثبات صحة الفرضية الفرعية الأولى التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل السياسية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، حيث بلغ مستوى الدلالة في اختبار الانحدار المتعدد (0.021) و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ، أي انه توجد علاقة تأثير ، فكلما كان هناك تغير في المتغير المستقل (العوامل السياسية لمناخ الأعمال)، فانه يتبعها تغير في المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، فالاستقرار السياسي ضروري لتعزيز مناخ الأعمال المواتي، إذ تؤدي الاضطرابات السياسية ، عدم استقرار الحكومات و تعاقبها، الفساد الإداري و السياسي، القيود التجارية ، الحواجز الجمركية (التي تجعل من الصعب تصدير المنتجات أو الخدمات)... الخ ، إلى خلق حالة من عدم اليقين بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الحد من نموها و فرص أعمالها، و بالتالي تثبيط فرص الاستثمار، على عكس السياسات المواتية، مثل الحوافز الضريبية أو تسهيلات الحصول القروض و التي تعزز نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة و استمرارها.

- نفي صحة الفرضية الفرعية الثانية التي مفادها : "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل القانونية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل

في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" حيث التي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.626) و هي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ما ينفي معنوية الأثر، بالإضافة إلى حذف هذا المتغير من نموذج الدراسة ، أي انه لا توجد علاقة تأثير بين (العوامل القانونية لمناخ الأعمال)، و المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا و يعزى هذا إلى أن الجانب القانوني محتوى في الجانب الاقتصادي فهو لا يظهر جليا لأصحاب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة سوى في الجانب الاقتصادي لمناخ الأعمال.

- اثبات صحة الفرضية الفرعية الثالثة التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" حيث بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05، أي انه توجد علاقة تأثير بين (العوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال) بصفة مجتمعة مع باقي المتغيرات الأخرى، و المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا.

- اثبات صحة الفرضية الفرعية الرابعة التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  لعوامل البنية التحتية و التكنولوجيا لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" حيث بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ، أي انه توجد علاقة تأثير بين (عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا) بصفة مجتمعة مع باقي المتغيرات الأخرى ، و المتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا .

- اثبات صحة الفرضية الفرعية الخامسة التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل الاجتماعية والديمغرافية لمناخ الأعمال على ميزة التكلفة الأقل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" حيث بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.001) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، أي انه توجد علاقة تأثير بين (العوامل الاجتماعية والديمغرافية) بصفة مجتمعة مع باقي

المتغيرات الأخرى، والمتغير التابع (ميزة التكلفة الأقل) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا.

- إثبات صحة الفرضية الرئيسية الثانية التي مفادها: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة "، حيث قدرت قيمة F المحسوبة الخاصة بها ب (38.622) بمستوى دلالة قدر ب (0,000) و هو اقل من مستوى المعنوية 0,05، وهذا يؤكد وجود دلالة إحصائية لتأثير المتغيرات المستقلة (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) على المتغير التابع (ميزة التميز) بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة، كما قدرت قيمة T المحسوبة لأبعاد المتغير المستقل على التوالي ، (-2.468، T=)، (5,106، T=)، (4,173، T=)، (3,805، T=) ل (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) وهي دالة عند مستوى دلالة أقل من (0,05) وهو ما تشير إليه قيمة المعامل B التي تعني أن التغير في قيمة المتغيرات المستقلة (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) بمقدار (B%) لكل متغير مستقل يؤدي إلى إحداث تغير في المتغير التابع (ميزة التميز)، وهذه المتغيرات المستقلة تفسر حسب معامل التحديد  $R^2$  المقدر ب(0,481) من التباين في المتغير التابع (ميزة التميز) ، أي أن نسبة (48.1%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (ميزة التميز) سببها تغيرات حاصلة في المتغير المستقل (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، بعد البنية التحتية والتكنولوجيا، والبعد الاجتماعي والديموغرافي) .

حيث تمثلت معادلة الانحدار الخطي المتعدد فيما يلي:

ميزة التميز = (1,810) + عوامل قانونية \* (-0,785) + عوامل اقتصادية \* (1,249) + عوامل البنية التحتية والتكنولوجيا \* (0,403) + العوامل الاجتماعية والديموغرافية \* (0,763)

أي ان المعادلة من الشكل:

$$Y2 = (-0.785) (X2) + (1.249) (X3) + (0.403) (X4) + (0.763) (X5) + 1.810$$

حيث:

- $y2$ : ميزة التميز (البعد الثاني للمتغير التابع)
- $X1$ : العوامل السياسية (البعد الأول للمتغير المستقل) تم استبعاده من نموذج التحليل (غير مؤثر)
- $X2$ : العوامل القانونية (البعد الثاني للمتغير المستقل)
- $X3$ : العوامل الاقتصادية (البعد الثالث للمتغير المستقل)
- $X4$ : عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا (البعد الرابع للمتغير المستقل)
- $X5$ : العوامل الاجتماعية و الديمغرافية (البعد الخامس للمتغير المستقل)
- 1.810 : الثابت (constant)
- نفي صحة الفرضية الفرعية الأولى التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل السياسية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، حيث قدر مستوى الدلالة في اختبار الانحدار المتعدد بـ(0.135) و هي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ، أي أنه لا توجد علاقة تأثير بين متغيري الدراسة (العوامل السياسية لمناخ الأعمال)، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا، الأمر الذي يعزى إلى أن السياسات الحكومية و اللوائح التنظيمية عموما تؤثر على الشركات الكبيرة الحجم ، ونظرًا لأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصغر حجمًا، فيمكن اعتبار أن بصمة القرار السياسي عليها تكون أقل تأثيرًا.
- إثبات صحة الفرضية الفرعية الثانية التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل القانونية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" حيث التي بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.015) و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05 أي أنه توجد علاقة تأثير بين (العوامل القانونية لمناخ الأعمال)، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا و يعزى هذا إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تلتزم بمجموعة بالقوانين، بما في ذلك قانون العمل و الضرائب وحماية المستهلك ومعايير السلامة للمنتجات رغم إمكانية تأثير هذه القوانين من حيث رفع التكاليف عند تنفيذها، كما تؤثر القوانين والإجراءات على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة نظرا لأنها غالبا ما تعتمد على الاتفاقيات و العقود لمزاولة نشاطاتها.

- اثبات صحة الفرضية الفرعية الثالثة التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" حيث بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05، أي انه توجد علاقة تأثير بين (العوامل الاقتصادية لمناخ الأعمال) بصفة مجتمعة مع باقي المتغيرات الأخرى، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا. فالنظام الاقتصادي الذي يقوم على تحرير المنافسة، مع سياسية مالية مواتية مثل السياسة المالية التوسعية التي تحث على النمو (زيادة الإنفاق مع سياسة جبائية لتخفيض الضرائب) من شأنها تخفيض تكلفة إنتاج السلع والخدمات على مستوى المؤسسات بما فيها الصغيرة والمتوسطة، وبالتالي توفير موارد إضافية تعتمد عليها المؤسسات في الابتكار وتحسين الإنتاج وجعل منتوجاتها متميزة بما يعزز تنافسيتها ويحافظ على ميزاتها التنافسية.

- اثبات صحة الفرضية الفرعية الرابعة التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  لعوامل البنية التحتية و التكنولوجيا لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" حيث بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ، أي توجد علاقة تأثير بين (عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا) بصفة مجتمعة مع باقي المتغيرات الأخرى ، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا . فاعتماد التكنولوجيا في مناخ أعمال يؤدي إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة و تطوير و تحسين عمليات الإنتاج،التوريد... بما يخفض التكاليف ، ربح الوقت، و إنشاء صفة التميز في منتجات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بما يبقياها في السوق و ينمي من قدراتها، ناهيك على أن البنية التحتية الحديثة للاتصالات،

مثل الإنترنت عالي السرعة وشبكات الهاتف المحمول، تسهل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التوسع عبر أسواق جديدة و الوصول إلى العملاء وتوسعة الأعمال، مما يدفع النمو و الابتكار و خلق مزايا تنافسية جديدة و تصاميم متفردة .

- اثبات صحة الفرضية الفرعية الخامسة التي مفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0,05$  للعوامل الاجتماعية والديمغرافية لمناخ الأعمال على ميزة التميز في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" حيث بلغ مستوى الدلالة الخاص به في اختبار الانحدار المتعدد (0.000) و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05، أي انه توجد علاقة تأثير بين (العوامل الاجتماعية و الديمغرافية) بصفة مجتمعة مع باقي المتغيرات الأخرى، و المتغير التابع (ميزة التميز) وفق معادلة الانحدار المتعدد المحددة سابقا. فمستويات الإنفاق السائدة والمستوى التعليمي للفرد المستهلك يعتبر من محددات السلعة/الخدمة المقدمة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. كما أثبت التحليل الإحصائي أن مناخ الأعمال بأبعاده الخمسة (الخاصة بالدراسة) يؤثر على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل دراستنا باستثناء العوامل القانونية التي لا تؤثر على ميزة التكلفة الأقل والعوامل السياسية لا تؤثر على ميزة التميز

### 3. أهم الاقتراحات:

بناءا على النتائج التي تم التوصل إليها يمكننا تقديم الاقتراحات التالية:

- تدعيم حقوق أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا المستثمرين عن طريق ضمان وجود إطار قانوني مستقر سهل التنبؤ، بعيدا عن سن القوانين المختلفة والمتعددة وتغيير التسميات وفي فترات زمنية قصيرة جدا مما يفقدها قوتها ومحتواها وبالتالي صعوبة تطبيقها.
- إشراك أصحاب وممثلي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والأخذ بآرائهم في عملية سن القوانين ذات العلاقة بهذا القطاع، سيما فيما تعلق بوضع آليات فعالة لحل النزاعات وحماية المنافسة.

- صقل وتعزيز بناء المهارات لمختلف الراغبين في إنشاء مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة من خلال توفير برامج تدريبية مصممة خصيصًا لإنشاء وتسيير هذا النوع من المؤسسات خصوصًا في مجالات التسيير والتمويل.
- تعميم الرقمنة وتكنولوجيا الاتصالات على كل نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع تفعيل أراضيات رقمية لليقظة قصد التكفل بمختلف الصعوبات التي تعترض هذه المؤسسات وفي الزمن الحقيقي حفاظًا على هذا النسيج المؤسساتي الضروري لتحقيق التنمية اجتماعيا واقتصاديًا.
- بما أن الدراسة أثبتت تأثير مناخ الأعمال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، توجب على الحكومة انتهاج مختلف السبل للقضاء على المنافسة الغير عادلة والمتأتية من القطاع الغير رسمي (الذي ينافس القطاع الرسمي)، قصد زيادة حصة القطاع الرسمي في تحقيق الثروة الوطنية.
- إيلاء الاهتمام بدراسات أعمق وإحصائيات أكثر مصداقية لهذين المتغيرين (مناخ الأعمال والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة) قصد إعطاء صورة واقعية على المشاكل الفعلية والتطلعات المستقبلية وتسهيل التكيف مع التغيرات الجديدة الحاصلة في عالم الاقتصاد خصوصًا مع انفتاح الأسواق على بعضها.
- تسهيل الوصول إلى التكنولوجيا وتطوير البنية التحتية للاتصالات، مثل الإنترنت عالي السرعة وتقنيات التجارة الالكترونية لأصحاب المؤسسات بما يؤدي إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة وتطوير وتحسين عمليات الإنتاج، التوريد... الخ، مما يؤدي إلى خفض التكاليف، ربح الوقت، وإنشاء مزايا تنافسية جديدة وتصاميم متفردة، وهو ما يبقي المؤسسة في السوق وينمي من قدراتها ويتيح لها التوسع عبر أسواق جديدة والوصول بسرعة وسهولة إلى العملاء.

#### 4. أفاق الدراسة:

نظرا للأهمية الكبيرة لهذا الموضوع سواء على المستوى الوطني أو العالمي كونه محل اهتمام معظم الحكومات، بالنظر للأهمية الاجتماعية والاقتصادية لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ناهيك على أن دراستنا هذه ما هي سوى محاولة للكشف عن بعض جوانب موضوع أثر مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولا

تعطي رؤية نهائية أو مطلقة له، لذا وفي إطار تعميق وإثراء هذا الموضوع نقترح مجموعة من المواضيع نظرية أو تطبيقية متمثلة في ما يلي:

- دور رؤساء المؤسسات المدربون وذوي الشهادات في بقاء ونمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- برامج الحكومة الداعمة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة تحليلية لأنجع البرامج.
- علاقة البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة بميزتها التنافسية.
- مناخ الأعمال والاستثمار، دراسة تحليلية للعوامل الاقتصادية الكلية.

# الملاحق

Statistics

الجنس

N	Valid	172
	Missing	0

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	128	74,4	74,4	74,4
انثى	44	25,6	25,6	100,0
Total	172	100,0	100,0	

الفئة العمرية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25 - 18	53	30,8	30,8	30,8
26-35	91	52,9	52,9	83,7
50- 36	22	12,8	12,8	96,5
51- 60	6	3,5	3,5	100,0
Total	172	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide مهني تكوين	43	25.0	25.0	25.0
ثانوي	48	27.9	27.9	52.9
جامعي	63	36.6	36.6	89.5
عليا دراسات	14	8.1	8.1	97.7
التدرج بعد ما	4	2.3	2.3	100.0
Total	172	100.0	100.0	

طبيعة المؤسسة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid جدا صغيرة	77	44,8	44,8	44,8
صغيرة	71	41,3	41,3	86,0
متوسطة	24	14,0	14,0	100,0
Total	172	100,0	100,0	

أقدمية المؤسسة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنوات 3 من أقل	83	48.3	48.3	48.3
سنوات 3-5 من	67	39.0	39.0	87.2
سنوات 5 من أكثر	22	12.8	12.8	100.0
Total	172	100.0	100.0	

طريقة تمويل المؤسسة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide مساهمة شخصية	34	19.8	19.8	19.8
قرروض بنكية	44	25.6	25.6	45.3
وكالات الدعم	38	22.1	22.1	67.4
تمويل مختلط	56	32.6	32.6	100.0
Total	172	100.0	100.0	

ألفا كرونباخ المتغير المستقل

RELIABILITY

```

/VARIABLES=AA AB AC AD AE
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	172	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	172	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=BA BB
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	172	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	172	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	2

الفا كرونباخ الخاص بمتغيرين او الاستبيان ككل

```
RELIABILITY
/VARIABLES=BABB ABCDE
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	2

ألفا كرونباخ للعبارات 31 للاستبيان ككل

RELIABILITY

/VARIABLES=A1 A2 A3 AB1 AB2 AB3 AC1 AC2 AC3 AC4 AD1 AD2 AD3 AD4 AE1 AE2  
AE3 BA1 BA2 BA3 BA4 BA5 BA6 BA7 BB1 BB2 BB3 BB4 BB5 BB6 BB7  
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.887	31

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
تنظيم المجتمع من طرف الدولة ، القرارات السياسية و ممارسة السلطة محليا ، ملائم لممارستكم لأنشطتكم	129.44	83.979	.500	.883
يساهم الأمن و النظام العموميين ، و سكينة المواطنين في توفير عدة مزايا لمشروعاتكم.	129.55	82.459	.566	.881
الحوكمة و انخفاض معدلات الفساد الإداري و السياسي يزيد من فرص نمو مؤسساتكم	129.31	86.626	.319	.886
تؤثر الضرائب على الربحية المتوقعة لمؤسساتكم و على قرارات استثمارتكم	129.49	83.667	.512	.882
تكفل القوانين السائدة ضمان الحقوق و الالتزامات من خلال العقود والاتفاقيات التي تلزم مختلف الأطراف بما فيها إجراءات المنافسة	129.54	82.612	.608	.880
تتأثر مؤسساتكم بمختلف القوانين و الإجراءات الضامنة لحماية حقوق المستهلكين و البيئة	129.28	85.489	.389	.885
يساهم النظام الاقتصادي و السياسة المالية المتبعة في الجزائر في تعزيز التنافسية في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	129.49	83.667	.512	.882
تعتبر معدلات البطالة مقبولة بحيث لا تؤثر سلبا على مؤسساتكم	129.54	82.612	.608	.880

تساند خدمات الدعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النمو والاستمرارية	129.28	85.489	.389	.885
يؤثر التضخم)ارتفاع المستوى العام لأسعار السلع والخدمات باستمرار (و أسعار الفائدة المطبقة على عملياتكم الاستثمارية	129.37	84.235	.421	.884
تسهل التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصالات للمؤسسة الوصول إلى العملاء وكسب ثقتهم و رضاهم	129.42	84.841	.417	.884
تساهم التجارة الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في التسويق لما تنتجه مؤسساتكم	129.48	85.245	.405	.885
تؤدي التكنولوجيا إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة وكذا تحسين عمليات الإنتاج، التوريد وتخفيض التكاليف مع ربح الوقت	129.35	85.971	.314	.886
يعتبر الوصول لشبكات التوصيل بالمياه، قنوات وشبكات التصريف الصحي وشبكات الاتصال والشبكات الكهربائية متاحا بالنسبة لمؤسساتكم	129.52	83.561	.415	.885
تعداد السكان، توزيعهم وحجم الإنفاق العام يصب في مصلحة مؤسساتكم من حيث المزايا	129.54	83.957	.473	.883
تعتبر مستويات الإنفاق السائدة والمستوى التعليمي للفرد المستهلك من محددات السلعة/الخدمة المقدمة	129.05	88.548	.156	.888
يتأثر استهلاك السلع والخدمات المنتجة من طرفكم بالقيم والعادات والمعتقدات السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة	129.47	89.362	.049	.890
تعتبر السلع/الخدمات التي تطرحها مؤسساتكم في السوق ذات تكلفة أقل من منافسيكم	129.19	86.694	.272	.887
تسعى مؤسساتكم في إطار خفض التكاليف لإعادة تصميم المنتج باستمرار للإبقاء على تنافسيته عن طريق البحث والتطوير واستخدام التكنولوجيا	129.49	84.205	.480	.883
تساهم الخبرة المتراكمة وتكوين المورد البشري في تحسين العملية الإنتاجية وبالتالي جعل التكاليف أقل	129.49	84.895	.457	.884

تحتفظ مؤسستكم على تسويق منتجاتها بأسعار أقل من منافسيها مع حفاظها على جودة تلك المنتوجات	129.34	85.114	.407	.884
يؤدي إنتاجكم بكميات أكبر إلى خفض تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة (اقتصاديات الحجم)	129.48	83.666	.498	.883
يساعد استخدام التقنيات المتطورة و التكنولوجيا في العملية الإنتاجية في خفض التكاليف	129.27	87.521	.190	.889
تسعى مؤسستكم الى جعل تكاليفها المتراكمة و المتعلقة بمختلف الأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيراتها لدى منافسيها	129.63	82.831	.493	.883
يعتبر ما تنتجونه للمستهلكين متميز و ذو قيمة مرتفعة في نظرهم	129.28	86.556	.264	.887
تتضمن منتوجاتكم ميزات مبتكرة و/أو تصاميم جذابة للعملاء تعطيهم تجربة فريدة	129.44	84.154	.459	.883
تخصص مؤسستكم جزء من مواردها لمنع تقليد منتجاتها و تحسينها باستمرار	129.47	84.566	.473	.883
سمعة مؤسستكم راسخة في أذهان الزبائن	129.36	84.980	.401	.885
تتجه مؤسستكم و باستمرار نحو خلق مزايا تنافسية جديدة و ذات مراتب أعلى و ذلك قبل محاكاة المزايا القديمة من قبل المنافسين	129.58	81.145	.616	.880
تؤثر منتجاتكم في قرارات الشراء للمستهلكين بسبب تميزها	129.20	86.206	.299	.887
تسعى مؤسستكم الى تعلم و اكتساب جودة ثابتة تؤدي بها الى اكتساب تميز متواصل من خلال عوامل تفرد منتجاتكم	129.62	81.546	.627	.880

الاتساق الداخلي للبعد 1

CORRELATIONS  
/VARIABLES=A1 A2 A3 AA  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.

## الملاحق

Corrélations						
		، الدولة طرف من المجتمع تنظيم ممارسة و السياسية القرارات لممارستكم ملائم ، محليا السلطة لأنشطتكم	النظام و الأمن يساهم سكينة و ، العموميين عدة توفير في المواطنين لمشروعاتكم مزايا	انخفاض و الحوكمة و الإداري الفساد معدلات فرص من يزيد السياسي مؤسستكم نمو	السياسية العوامل	
Rho de Spearman	القرارات ، الدولة طرف من المجتمع تنظيم ملائم ، محليا السلطة ممارسة و السياسية لأنشطتكم لممارستكم	Coefficient de corrélation	1.000	.630**	.266**	.816**
		Sig. (bilatéral)	.	.000	.000	.000
		N	172	172	172	172
	سكينة و ، العموميين النظام و الأمن يساهم لمشروعاتكم مزايا عدة توفير في المواطنين .	Coefficient de corrélation	.630**	1.000	.330**	.833**
		Sig. (bilatéral)	.000	.	.000	.000
		N	172	172	172	172
	و الإداري الفساد معدلات انخفاض و الحوكمة مؤسستكم نمو فرص من يزيد السياسي	Coefficient de corrélation	.266**	.330**	1.000	.666**
		Sig. (bilatéral)	.000	.000	.	.000
		N	172	172	172	172
	السياسية العوامل	Coefficient de corrélation	.816**	.833**	.666**	1.000
		Sig. (bilatéral)	.000	.000	.000	.
		N	172	172	172	172

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الاتساق الداخلي للبعد 2

NONPAR CORR  
/VARIABLES=AB1 AB2 AB3 AB

/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

			السائدة القوانين تكفل و الحقوق ضمان على الضرائب تؤثر المتوقعة الربحية قرارات على و لمؤسستكم استثماراتكم	بمختلف مؤسستكم تتأثر الإجراءات و القوانين حقوق لحماية الضامنة البيئة و المستهلكين	القانونية العوامل	
Rho de Spearman	المتوقعة الربحية على الضرائب تؤثر استثماراتكم قرارات على و لمؤسستكم	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	1.000 .599** 172	.599** .000 172	.143 .061 172	.772** .000 172
	و الحقوق ضمان السائدة القوانين تكفل التي والاتفاقيات العقود خلال من الالتزامات إجراءات فيها بما الأطراف مختلف تلزم المنافسة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	.599** .000 172	1.000 .000 172	.208** .006 172	.796** .000 172
	الإجراءات و القوانين بمختلف مؤسستكم تتأثر البيئة و المستهلكين حقوق لحماية الضامنة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	.143 .061 172	.208** .006 172	1.000 .000 172	.613** .000 172
	القانونية العوامل	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	.772** .000 172	.796** .000 172	.613** .000 172	1.000 .000 172

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

لاتساق الداخلي للبعد 3.

NONPAR CORR

/VARIABLES=AC1 AC2 AC3 AC4 AC  
/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

		الاقتصادي النظام يساهم المتبعة المالية السياسة و تعزيز في الجزائر في قطاع في التنافسية و الصغيرة المؤسسات المتوسطة	البطالة معدلات تعتبر تؤثر لا بحيث مقبولة مؤسستكم على سلبا	الدعم خدمات تساند المؤسسات قطاع في والمتوسطة الصغيرة الاستمرارية و النمو	ارتفاع) التضخم يؤثر لأسعار العام المستوى الخدمات و السلع الفائدة أسعار و (باستمرار عملياتكم على المطبقة الاستثمارية	الاقتصادية العوامل	
Rho de Spearman	المالية السياسة و الاقتصادي النظام يساهم في التنافسية تعزيز في الجزائر في المتبعة المتوسطة و الصغيرة المؤسسات قطاع	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	1.000 .599** 172	.599** .000 172	.143 .208** 172	.071 .354 172	.654** .000 172
	تؤثر لا بحيث مقبولة البطالة معدلات تعتبر مؤسستكم على سلبا	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	.599** .000 172	1.000 .000 172	.208** .006 172	.061 .426 172	.662** .000 172
	المؤسسات قطاع الدعم خدمات تساند و النمو في والمتوسطة الصغيرة الاستمرارية	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	.143 .061 172	.208** .006 172	1.000 .000 172	.553** .000 172	.712** .000 172
	لأسعار العام المستوى ارتفاع) التضخم يؤثر الفائدة أسعار و (باستمرار الخدمات و السلع الاستثمارية عملياتكم على المطبقة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	.071 .354 172	.061 .426 172	.553** .000 172	1.000 .000 172	.626** .000 172
	الاقتصادية العوامل	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral)	.654** .000	.662** .000	.712** .000	.626** .000	1.000 .

## الملاحق

N	172	172	172	172	172
---	-----	-----	-----	-----	-----

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الاتساق الداخلي للبعد 4

NONPAR CORR

/VARIABLES=AD1 AD2 AD3 AD4 AD  
/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.

### Corrélations

			الحديثة التقنيات تسهل الاتصالات و للمعلومات إلى الوصول للمؤسسة و ثقّتهم وكسب العملاء رضاهم	الالكترونية التجارة تساهم التواصل شبكات و لما التسويق في الاجتماعي مؤسستكم تنتجه رضاهم	إلى التكنولوجيا تؤدي في الابتكار وتيرة ازدياد تحسين كذا و المؤسسة و ،التوريد الإنتاج عمليات ربح مع التكاليف تخفيض الوقت	لشبكات الوصول يعتبر و قنوات ، بالمياه التوصيل التصريف شبكات شبكات و الصحي الشبكات و الاتصال بالنسبة متاحا كهربائية لمؤسستكم	و التحتية البنية عوامل التكنولوجيا
Rho de Spearman	و للمعلومات الحديثة التقنيات تسهل العملاء إلى الوصول للمؤسسة الاتصالات رضاهم و ثقّتهم وكسب	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	1.000 . 172	.421** .000 172	.048 .531 172	.134 .079 172	.589** .000 172
	التواصل شبكات و الالكترونية التجارة تساهم مؤسستكم تنتجه لما التسويق في الاجتماعي	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	.421** .000 172	1.000 . 172	.171* .025 172	.133 .081 172	.602** .000 172
	الابتكار وتيرة ازدياد إلى التكنولوجيا تؤدي الإنتاج عمليات تحسين كذا و المؤسسة في الوقت ربح مع التكاليف تخفيض و ،التوريد	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral) N	.048 .531 172	.171* .025 172	1.000 . 172	.555** .000 172	.674** .000 172

## الملاحق

، بالمياه التوصيل لشبكات الوصول يعتبر	Coefficient de corrélation	.134	.133	.555**	1.000	.716**
و الصحي التصريف شبكات و قنوات	Sig. (bilatéral)	.079	.081	.000	.	.000
متاحا الكهربائية الشبكات و الاتصال شبكات	N	172	172	172	172	172
لمؤسستكم بالنسبة						
التكنولوجيا و التحتية البنية عوامل	Coefficient de corrélation	.589**	.602**	.674**	.716**	1.000
	Sig. (bilatéral)	.000	.000	.000	.000	.
	N	172	172	172	172	172

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

\* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الاتساق الداخلي للبعد 5

NONPAR CORR

/VARIABLES=AE1 AE2 AE3 AE

/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE .

### Corrélations

		و السلع استهلاك يتأثر من المنتجة الخدمات و العادات و بالقيم طرفكم في السائدة المعتقدات فيه تنشيط الذي المجتمع المؤسسة	الإنفاق مستويات تعتبر المستوى و السائدة المستهلك للفرد التعليمي الخدمة/السلعة محددات من المقدمة	و توزيعهم ، السكان تعداد يصب العام الإنفاق حجم من مؤسساتكم مصلحة في المزايا حيث	العوامل الاجتماعية/الديمقراطية
Rho de Spearman	Coefficient de corrélation	1.000	-.262**	-.151*	.439**
	Sig. (bilatéral)	.	.001	.048	.000
	N	172	172	172	172

## الملاحق

المستوى و السائدة الإنفاق مستويات تعتبر	Coefficient de corrélation	-.262 <sup>**</sup>	1.000	-.046-	.406 <sup>**</sup>
محددات من المستهلك للفرد التعليمي	Sig. (bilatéral)	.001	.	.552	.000
المقدمة الخدمة/السلعة	N	172	172	172	172
من المنتجة الخدمات و السلع استهلاك يتأثر	Coefficient de corrélation	-.151 <sup>*</sup>	-.046-	1.000	.549 <sup>**</sup>
السائدة المعتقدات و العادات و بالقيم طرفكم	Sig. (bilatéral)	.048	.552	.	.000
المؤسسة فيه تنشيط الذي المجتمع في	N	172	172	172	172
الاجتماعية/الديمغرافية العوامل	Coefficient de corrélation	.439 <sup>**</sup>	.406 <sup>**</sup>	.549 <sup>**</sup>	1.000
	Sig. (bilatéral)	.000	.000	.000	.
	N	172	172	172	172

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

\* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

NONPAR CORR

/VARIABLES=BA1 BA2 BA3 BA4 BA5 BA6 BA7 BA

/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations										
		في مؤسستكم تسعى خفض إطار لإعادة التكاليف المنتج تصميم الخدمات/السلع تعتبر تطرحها التي السوق في مؤسستكم من أقل تكلفة ذات منافسيكم	الخبرة تساهم و المتراكمة المورد تكوين في البشري العملية تحسين بالتالي و الإنتاجية أقل التكاليف جعل	مؤسستكم تحافظ منتجاتها تسويق على من أقل بأسعار حفاظها مع منافسيها تلك جودة على المنتجات	إنتاجكم يؤدي أكبر الكميات خفض إلى الوحدة تكلفة المنتجة الواحدة اقتصاديات) ( الحجم	استخدام يساعد التقنيات و المتطورة في التكنولوجيا العملية في الإنتاجية خفض التكاليف	مؤسستكم تسعى تكاليفها جعل إلى و المتراكمة بمختلف المتعلقة المنتجة بالأنشطة من أقل للقيمة لدى نظيراتها منافسيها	التكلفة ميزة الأقل		
Rho de Spearman	تطرحها التي الخدمات/السلع تعتبر أقل تكلفة ذات السوق في مؤسستكم منافسيكم من	Coefficient de corrélacion	1.000	-.082-	.029	.251**	.176*	-.011-	-.028-	.339**
		Sig. (bilatéral)	.	.287	.701	.001	.021	.883	.720	.000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172
	خفض إطار في مؤسستكم تسعى المنتج تصميم لإعادة التكاليف عن تنافسيته على للإبقاء باستمرار استخدام و التطوير و البحث طريق التكنولوجيا	Coefficient de corrélacion	-.082-	1.000	.426**	.176*	.261**	-.030-	.159*	.488**
		Sig. (bilatéral)	.287	.	.000	.021	.001	.695	.037	.000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172

## الملاحق

تكوين و المتراكمة الخبرة تساهم العملية تحسين في البشري المورد التكاليف جعل بالتالي و الإنتاجية أقل	Coefficient de corrélation	.029	.426**	1.000	.158*	.281**	.057	.138	.553**
	Sig. (bilatéral)	.701	.000	.	.039	.000	.460	.072	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
تسويق على مؤسستكم تحافظ منافسها من أقل بأسعار منتجاتها تلك جودة على حفظها مع المنتوجات	Coefficient de corrélation	.251**	.176*	.158*	1.000	.341**	.025	.216**	.603**
	Sig. (bilatéral)	.001	.021	.039	.	.000	.747	.004	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
إلى أكبر بكميات إنتاجكم يؤدي الوحدة الوحدة تكلفة خفض ( الحجم اقتصاديات) المنتجة	Coefficient de corrélation	.176*	.261**	.281**	.341**	1.000	.049	.136	.623**
	Sig. (bilatéral)	.021	.001	.000	.000	.	.525	.075	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
المتطورة التقنيات استخدام يساعد الإنتاجية العملية في التكنولوجيا و التكاليف خفض في	Coefficient de corrélation	-.011-	-.030-	.057	.025	.049	1.000	.288**	.387**
	Sig. (bilatéral)	.883	.695	.460	.747	.525	.	.000	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
تكاليفها جعل الى مؤسستكم تسعى بمختلف المتعلقة و المتراكمة من أقل للقيمة المنتجة بالأنشطة منافسها لدى نظيراتها	Coefficient de corrélation	-.028-	.159*	.138	.216**	.136	.288**	1.000	.525**
	Sig. (bilatéral)	.720	.037	.072	.004	.075	.000	.	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
الأقل التكلفة ميزة	Coefficient de corrélation	.339**	.488**	.553**	.603**	.623**	.387**	.525**	1.000
	Sig. (bilatéral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).									
*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).									

NONPAR CORR

/VARIABLES=BB1 BB2 BB3 BB4 BB5 BB6 BB7 BB

/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations										
			منتوجاتكم تتضمن أو/و مبتكرة ميزات تنتجونه ما يعتبر متميز للمستهلكين مرتفعة قيمة ذو و نظرهم في	منتوجاتكم تتضمن أو/و مبتكرة ميزات تنتجونه ما يعتبر متميز للمستهلكين مرتفعة قيمة ذو و نظرهم في	مؤسستكم تخصص مواردها من جزء و منتجاتها تقليد لمنع باستمرار تحسينها	سمعة مؤسستكم في راسخة الزبائن أذهان	و مؤسستكم تتجه خلق نحو باستمرار جديدة تنافسية مزايا مراتب ذات و قبل ذلك و أعلى المزايا محاكاة قبل من القديمة المنافسين	مؤسستكم تسعى اكتساب و تعلم الى تؤدي ثابتة جودة اكتساب الى بها من متواصل تميز تفرد عوامل خلال منتجاتكم	التميز ميزة	
Rho De Spearman	متميز للمستهلكين تنتجونه ما يعتبر نظرهم في مرتفعة قيمة ذو و	Coefficient de corrélation	1.000	-.082-	.085	.593**	.361**	.017	-.042-	.519**
		Sig. (bilatéral)	.	.284	.266	.000	.000	.821	.580	.000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172
	مبتكرة ميزات منتوجاتكم تتضمن للعلاء جذابة تصاميم أو/و فريدة تجربة تعطيهم	Coefficient de corrélation	-.082-	1.000	.378**	.070	.285**	-.053-	.200**	.491**
		Sig. (bilatéral)	.284	.	.000	.359	.000	.493	.008	.000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172

## الملاحق

من جزء مؤسستكم تخصص و منتجاتها تقليد لمنع مواردها باستمرار تحسينها	Coefficient de corrélation	.085	.378**	1.000	.127	.227**	.024	.242**	.532**
	Sig. (bilatéral)	.266	.000	.	.096	.003	.750	.001	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
أذهان في راسخة مؤسستكم سمعة الزبائن	Coefficient de corrélation	.593**	.070	.127	1.000	.424**	.021	.046	.633**
	Sig. (bilatéral)	.000	.359	.096	.	.000	.782	.548	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
نحو باستمرار و مؤسستكم تتجه ذات و جديدة تنافسية مزايا خلق محاكاة قبل ذلك و أعلى مراتب المنافسين قبل من القديمة المزايا	Coefficient de corrélation	.361**	.285**	.227**	.424**	1.000	-.035-	.123	.672**
	Sig. (bilatéral)	.000	.000	.003	.000	.	.652	.107	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
الشراء قرارات في منتجاتكم تؤثر تميزها بسبب للمستهلكين	Coefficient de corrélation	.017	-.053-	.024	.021	-.035-	1.000	.134	.277**
	Sig. (bilatéral)	.821	.493	.750	.782	.652	.	.080	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
اكتساب و تعلم الى مؤسستكم تسعي اكتساب الى بها تؤدي ثابتة جودة عوامل خلال من متواصل تميز منتجاتكم تفرد	Coefficient de corrélation	-.042-	.200**	.242**	.046	.123	.134	1.000	.443**
	Sig. (bilatéral)	.580	.008	.001	.548	.107	.080	.	.000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172
التميز ميزة	Coefficient de corrélation	.519**	.491**	.532**	.633**	.672**	.277**	.443**	1.000
	Sig. (bilatéral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	172	172	172	172	172	172	172	172

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري

المتغير المستقل بأبعاده

البعد الأول:

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تنظيم المجتمع من طرف الدولة ، القرارات السياسية و ممارسة السلطة محليا ، ملائم لممارستكم لأنشطتكم	172	3	5	4,29	,628
يساهم الأمن و النظام العموميين ، و سكينة المواطنين في توفير عدة مزايا لمشروعاتكم.	172	1	5	4,18	,698
الحوكمة و انخفاض معدلات الفساد الإداري و السياسي يزيد من فرص نمو مؤسساتكم	172	3	5	4,42	,540
Valid N (listwise)	172				

البعد الثاني:

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تؤثر الضرائب على الربحية المتوقعة لمؤسساتكم و على قرارات استثمارتكم	172	1	5	4,24	,645
تكفل القوانين الساندة ضمان الحقوق و الالتزامات من خلال العقود والاتفاقيات التي تلزم مختلف الأطراف بما فيها إجراءات المنافسة	172	1	5	4,19	,643
تتأثر مؤسساتكم بمختلف القوانين و الإجراءات الضامنة لحماية حقوق المستهلكين و البيئة	172	2	5	4,45	,595
Valid N (listwise)	172				

البعد الثالث:

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
يساهم النظام الاقتصادي و السياسة المالية المتبعة في الجزائر في تعزيز التنافسية في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	172	1	5	4,24	,645
تعتبر معدلات البطالة مقبولة بحيث لا تؤثر سلبا على مؤسساتكم	172	1	5	4,19	,643

## الملاحق

تساند خدمات الدعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النمو و الاستثمارية	172	2	5	4,45	,595
يؤثر التضخم)ارتفاع المستوى العام لأسعار السلع و الخدمات باستمرار (و أسعار الفائدة المطبقة على عملياتكم الاستثمارية	172	1	5	4,36	,699
Valid N (listwise)	172				

البعد الرابع:

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تسهل التقنيات الحديثة للمعلومات و الاتصالات للمؤسسة الوصول إلى العملاء وكسب ثقتهم و رضاهم	172	1	5	4,31	,635
تساهم التجارة الالكترونية و شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق لما تنتجه مؤسساتكم	172	2	5	4,25	,603
تؤدي التكنولوجيا إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة وكذا تحسين	172	2	5	4,38	,643

## الملاحق

عمليات الإنتاج، التوريد و تخفيض التكاليف مع ربح الوقت					
يعتبر الوصول لشبكات التوصيل بالمياه ، قنوات و شبكات التصريف الصحي و شبكات الإتصال و الشبكات الكهربائية متاحا بالنسبة لمؤسساتكم	172	1	5	4,22	,784
Valid N (listwise)	172				

البعد الخامس:

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تعداد السكان ، توزيعهم و حجم الإنفاق العام يصب في مصلحة مؤسساتكم من حيث المزايا	172	1	5	4,19	,661
تعتبر مستويات الإنفاق السائدة و المستوى التعليمي للفرد المستهلك من محددات السلعة/الخدمة المقدمة	172	4	5	4,69	,465
يتأثر استهلاك السلع و الخدمات المنتجة من طرفكم بالقيم و العادات و المعتقدات السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة	172	3	5	4,26	,526
Valid N (listwise)	172				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تعتبر السلع/الخدمات التي تطرحها مؤسستكم في السوق ذات تكلفة اقل من منافسيكم	172	1	5	4,54	,606
تسعى مؤسستكم في إطار خفض التكاليف لإعادة تصميم المنتج باستمرار للإبقاء على تنافسيته عن طريق البحث و التطوير و استخدام التكنولوجيا	172	2	5	4,24	,627
تساهم الخبرة المتراكمة و تكوين المورد البشري في تحسين العملية الإنتاجية و بالتالي جعل التكاليف اقل	172	2	5	4,24	,581
تحافظ مؤسستكم على تسويق منتجاتها بأسعار أقل من منافسيها مع حفاظها على جودة تلك المنتوجات	172	1	5	4,40	,617
يؤدي إنتاجكم بكميات أكبر إلى خفض تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة (اقتصاديات الحجم)	172	2	5	4,26	,661
يساعد استخدام التقنيات المتطورة و التكنولوجيا في العملية الإنتاجية في خفض التكاليف	172	2	5	4,46	,625
تسعى مؤسستكم الى جعل تكاليفها المتراكمة و المتعلقة بمختلف الأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيراتها لدى منافسيها	172	1	5	4,10	,750
Valid N (listwise)	172				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
يعتبر ما تنتجونه للمستهلكين متميز و ذو قيمة مرتفعة في نظرهم	172	1	5	4,45	,642
تتضمن منتوجاتكم ميزات مبتكرة و/أو تصاميم جذابة للعملاء تعطيهم تجربة فريدة	172	1	5	4,30	,657
تخصص مؤسستكم جزء من مواردها لمنع تقليد منتجاتها و تحسينها باستمرار	172	2	5	4,26	,598
سمعة مؤسستكم راسخة في أذهان الزبائن	172	1	5	4,37	,641
تتجه مؤسستكم وباستمرار نحو خلق مزايا تنافسية جديدة و ذات مراتب أعلى و ذلك قبل محاكاة المزاي القديمة من قبل المنافسين	172	1	5	4,15	,757
تؤثر منتجاتكم في قرارات الشراء للمستهلكين بسبب تميزها	172	1	5	4,53	,634
تسعى مؤسستكم الى تعلم و اكتساب جودة ثابتة تؤدي بها الى اكتساب تميز متواصل من خلال عوامل تفرد منتجاتكم	172	1	5	4,11	,713
Valid N (listwise)	172				

Correlations							
		السياسية العوامل	القانونية العوامل	الاقتصادية العوامل	و التحتية البنية عوامل التكنولوجيا	العوامل الاجتماعية/الديمغرافية	
Spearman's rho	العوامل السياسية	Correlation Coefficient	1,000	,505**	,498**	,395**	,288**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172
	العوامل القانونية	Correlation Coefficient	,505**	1,000	,928**	,269**	,198**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,009
		N	172	172	172	172	172
	العوامل الاقتصادية	Correlation Coefficient	,498**	,928**	1,000	,245**	,198**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,001	,009
		N	172	172	172	172	172
	عوامل البنية و التحتية و التكنولوجيا	Correlation Coefficient	,395**	,269**	,245**	1,000	,277**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	.	,000
		N	172	172	172	172	172
	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية	Correlation Coefficient	,288**	,198**	,198**	,277**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,009	,009	,000	.
		N	172	172	172	172	172

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

مصفوفة الارتباط بين ابعاد المتغير التابع

Correlations				
			الأقل التكلفة ميزة	التميز ميزة
Spearman's rho	ميزة التكلفة الأقل	Correlation Coefficient	1,000	,586**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	172	172
	ميزة التميز	Correlation Coefficient	,586**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	172	172

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

مصفوفة الارتباط بين ابعاد المتغير المستقل وأبعاد المتغير التابع

Correlations									
			العوامل السياسية	العوامل القانونية	العوامل الاقتصادية	عوامل البنية التحتية و التكنولوجية	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية	ميزة التكلفة الأقل	ميزة التميز
Spearman's rho	العوامل السياسية	Correlation Coefficient	1,000	,505**	,498**	,395**	,288**	,237**	,422**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,002	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172
	العوامل القانونية	Correlation Coefficient	,505**	1,000	,928**	,269**	,198**	,454**	,407**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,009	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172
	العوامل الاقتصادية	Correlation Coefficient	,498**	,928**	1,000	,245**	,198**	,469**	,438**

## الملاحق

		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,001	,009	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172
	عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا	Correlation Coefficient	,395**	,269**	,245**	1,000	,277**	,433**	,439**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	.	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172
		العوامل الديمقراطية/الاجتماعية	Correlation Coefficient	,288**	,198**	,198**	,277**	1,000	,248**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,009	,000	.	,001	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172
		الأقل التكلفة ميزة	Correlation Coefficient	,237**	,454**	,469**	,433**	,248**	1,000
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,000	,000	,001	.	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172
		التميز ميزة	Correlation Coefficient	,422**	,407**	,438**	,439**	,289**	,586**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	172	172	172	172	172	172	172

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## الانحدار الخطي المتعدد بين أبعاد المتغير المستقل و $y_1$ (backward)

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method

1	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية, العوامل الاقتصادية , عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا ,العوامل السياسية , العوامل القانونية <sup>b</sup>		Enter
2		العوامل القانونية	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= ,100).

- a. Dependent Variable: الأقل التكلفة مميزة  
b. All requested variables entered.

Model Summary<sup>c</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,653 <sup>a</sup>	,427	,409	1,999
2	,653 <sup>b</sup>	,426	,412	1,995

- a. Predictors: (Constant), البنية عوامل, الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل, التحتية  
القانونية العوامل, السياسية العوامل, التكنولوجيا و التحتية
- b. Predictors: (Constant), البنية عوامل, الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل, السياسية العوامل, التكنولوجيا و التحتية
- c. Dependent Variable: الأقل التكلفة مميزة

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	493,821	5	98,764	24,713	,000 <sup>b</sup>
	Residual	663,406	166	3,996		
	Total	1157,227	171			
2	Regression	492,868	4	123,217	30,973	,000 <sup>c</sup>
	Residual	664,359	167	3,978		
	Total	1157,227	171			

a. Dependent Variable: الأقل التكلفة ميزة

b. Predictors: (Constant), القانونية العوامل, السياسية العوامل, التكنولوجيا و التحتية البنية عوامل, الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل

c. Predictors: (Constant), السياسية العوامل, التكنولوجيا و التحتية البنية عوامل, الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,054	2,504		2,418	,017
	العوامل السياسية	-,324	,138	-,180	-2,356	,020
	العوامل القانونية	,152	,311	,081	,488	,626
	العوامل الاقتصادية	,476	,241	,326	1,971	,050
	عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا	,554	,098	,387	5,642	,000
	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية	,661	,198	,222	3,338	,001
2	(Constant)	6,008	2,496		2,407	,017
	العوامل السياسية	-,320	,137	-,178	-2,335	,021

## الملاحق

العوامل الاقتصادية	,582	,103	,398	5,654	,000
عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا	,558	,098	,389	5,703	,000
العوامل الديمغرافية/الاجتماعية	,665	,197	,224	3,370	,001

a. Dependent Variable: الأقل التكلفة ميزة

### Excluded Variables<sup>a</sup>

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
					Tolerance
2	,081 <sup>b</sup>	,488	,626	,038	,127

a. Dependent Variable: الأقل التكلفة ميزة

b. Predictors in the Model: (Constant), الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل, و التحتية البنية عوامل, القانونية العوامل, السياسية العوامل, التكنولوجيا

## الانحدار الخطي المتعدد بين أبعاد المتغير المستقل و $2y$ (backward)

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية , العوامل الاقتصادية , عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا ,العوامل السياسية ,العوامل القانونية <sup>b</sup>		Enter
2		العوامل السياسية	Backward (criterion: Probability of F- to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: التميز ميزة

b. All requested variables entered.

Model Summary<sup>c</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,698 <sup>a</sup>	,488	,472	2,041
2	,693 <sup>b</sup>	,481	,468	2,048

a. Predictors: (Constant), البنية عوامل, الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل, القانونية العوامل, السياسية العوامل, التكنولوجيا و التحتية

b. Predictors: (Constant), البنية عوامل, الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل, القانونية العوامل, التكنولوجيا و التحتية

c. Dependent Variable: التميز ميزة

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	657,543	5	131,509	31,582	,000 <sup>b</sup>
	Residual	691,225	166	4,164		
	Total	1348,767	171			
2	Regression	648,137	4	162,034	38,622	,000 <sup>c</sup>
	Residual	700,631	167	4,195		
	Total	1348,767	171			

a. Dependent Variable: التميز ميزة

b. Predictors: (Constant), العوامل, التكنولوجيا و التحتية البنية عوامل, الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل, القانونية العوامل, السياسية

c. Predictors: (Constant), القانونية العوامل, التكنولوجيا و التحتية البنية عوامل, الاقتصادية العوامل, الاجتماعية/الديمغرافية العوامل

Coefficients<sup>a</sup>

## الملاحق

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,769	2,556		,692	,490
	العوامل السياسية	,211	,140	,109	1,503	,135
	العوامل القانونية	-,815	,317	-,400	-2,566	,011
	العوامل الاقتصادية	1,194	,246	,756	4,844	,000
	عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا	,360	,100	,233	3,592	,000
	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية	,717	,202	,223	3,544	,001
2	(Constant)	1,810	2,565		,706	,481
	العوامل القانونية	-,785	,318	-,386	-2,468	,015
	العوامل الاقتصادية	1,249	,245	,791	5,106	,000
	عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا	,403	,097	,260	4,173	,000
	العوامل الديمغرافية/الاجتماعية	,763	,201	,238	3,805	,000

a. Dependent Variable: التميز مميزة

### Excluded Variables<sup>a</sup>

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	
2	العوامل السياسية	,109 <sup>b</sup>	1,503	,135	,116	,592

a. Dependent Variable: التميز مميزة

b. Predictors in the Model: (Constant), العوامل الاقتصادية, الديمغرافية/الاجتماعية, العوامل القانونية, التكنولوجية و البنية التحتية

جامعة عباس لغرور - خنشلة-  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير

استبيان خاص بموضوع :

أثر مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة دراسة حالة  
مجموعة مؤسسات

الإستبانة تستهدف موظفي الإدارة العليا لمجموعة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لمختلف القطاعات في ولاية  
خنشلة.

المستجيبون الأكارم ، السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

في إطار دراسة يقوم بها الباحث بعنوان أثر مناخ الأعمال على الميزة التنافسية للمؤسسات  
الصغيرة و المتوسطة دراسة حالة مجموعة مؤسسات؛ وذلك استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة دكتوراه في  
العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير شعبة علوم التسيير تخصص مقاولاتية و تسيير المؤسسات  
الصغيرة و المتوسطة جامعة عباس لغرور-خنشلة (الجزائر) ، و من أجل تحقيق أهداف الجانب التطبيقي  
لدراستنا هذه، تم بناء الإستبيان المرفق للحصول على المعلومات و البيانات اللازمة قصد التحقق من  
الفرضيات الموضوعية ، و المتكون من الأجزاء الآتية :

القسم الأول: يضم البيانات الشخصية .

القسم الثاني: ينقسم إلى 2 محاور متمثلة في أسئلة الاستبيان كمايلي:

المحور الأول: فقرات الاستبيان المتعلقة بمناخ الأعمال لدى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

المحور الثاني: فقرات الاستبيان المتعلقة بالميزة التنافسية لدى مؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

و استنادا لما تتمتعون به من خبرة ميدانية في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ولاية  
خنشلة (الجزائر)، وثقة في أرائكم ؛ يشرفني أن أضع بين أيديكم هذه الإستبانة؛ ملتسما منكم الإجابة عن  
فقراتها بما يعكس أرائكم ووجهة نظركم، عن طريق وضع علامة (X) بما ترونه يناسب أجوبتكم، علما  
بأن ما ستدلون به من معلومات ستبقى سرية و لن تستخدم سوى لغرض البحث العلمي.

ولكم منا أسمى عبارات الشكر والتقدير .

الطالب : بن رغيدة محمد

مهدي

القسم الأول : البيانات الشخصية (يرجى اختيار بديل واحد فقط من ضمن البدائل المقترحة ما عدا في  
الجانب المتعلق بطريقة التمويل أين يمكنكم اختيار أكثر من بديل واحد)

• الجنس :  ذكر  أنثى

• الفئة العمرية : (18-25) (26-35) (36-50) (51-60)

• المستوى العلمي : تكوين مهني  ثانوي  جامعي

دراسات عليا  ما بعد لكتور

• طبيعة المؤسسة: صغيرة جدا  صغيرة  متوسطة

• أقدمية المؤسسة :

أقل من 3 سنوات  من 3-5 سنوات  أكثر من 5 سنوات

• طريقة تمويل المؤسسة :

مساهمة شخصية  قروض بنكية

مختلف صناديق ووكالات الدعم  تمويل مختلط

**القسم الثاني: أسئلة الاستبيان**

المقياس					المحور الأول : مناخ الأعمال	
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الرقم	الفقرة
العوامل السياسية						
					1	تنظيم المجتمع من طرف الدولة ، القرارات السياسية و ممارسة السلطة محليا ، ملائم لممارستكم لأنشطتكم
					2	يساهم الأمن و النظام العموميين ، و سكينه المواطنين في توفير عدة مزايا لمشروعاتكم .
					3	الحكومة و انخفاض معدلات الفساد الإداري و السياسي يزيد من فرص نمو مؤسساتكم

العوامل القانونية					
				4	تؤثر الضرائب على الربحية المتوقعة لمؤسستكم و على قرارات استثمارتكم
				5	تكفل القوانين الساندة ضمان الحقوق و الالتزامات من خلال العقود والاتفاقيات التي تلزم مختلف الأطراف بما فيها إجراءات المناقشة
				6	تتأثر مؤسستكم بمختلف القوانين و الإجراءات الضامنة لحماية حقوق المستهلكين و البيئة
العوامل الاقتصادية					
				7	يساهم النظام الاقتصادي و السياسة المالية المتبعة في تعزيز التنافسية في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
				8	تعتبر معدلات البطالة مقبولة بحيث لا تؤثر سلبا على مؤسستكم
				9	تساند خدمات الدعم (وكالات، صناديق، مشنلات ، حاضنات ، مراكز المساعدة، مؤسسات مالية...) قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النمو و الاستمرارية
				10	يؤثر التضخم (ارتفاع المستوى العام لأسعار السلع و الخدمات باستمرار) و أسعار الفائدة المطبقة ، على عملياتكم الاستثمارية
عوامل البنية التحتية و التكنولوجيا					
				11	تسهل التقنيات الحديثة للمعلومات و الاتصالات للمؤسسة الوصول إلى العملاء و كسب ثقتهم و رضاهم
				12	تساهم التجارة الالكترونية و شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق لما تنتجه مؤسستكم
				13	تؤدي التكنولوجيا إلى ازدياد وتيرة الابتكار في المؤسسة و كذا تحسين عمليات الإنتاج، التوريد و تخفيض التكاليف مع ربح الوقت
				14	يعتبر الوصول لشبكات التوصيل بالمياه ، قنوات و شبكات التصريف الصحي و شبكات الاتصال و الشبكات الكهربائية متاحا بالنسبة لمؤسستكم
العوامل الديمغرافية/الاجتماعية					
				15	تعداد السكان ، توزيعهم و حجم الإنفاق العام من حيث الزيادة يصب في مصلحة مؤسساتكم من حيث المزايا
				16	تعتبر مستويات الإنفاق الساندة و المستوى التعليمي للفرد المستهلك من محددات السلعة/الخدمة المقدمة
				17	يتأثر استهلاك السلع و الخدمات المنتجة من طرفكم بالقيم و العادات و المعتقدات الساندة في المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة
المقياس				المحور الثاني : الميزة التنافسية للمؤسسات	

الصغيرة والمتوسطة		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الرقم	الفقرة					
<b>ميزة التكلفة الأقل</b>						
18	تعتبر السلع والخدمات التي تطرحها مؤسستكم في السوق ذات تكلفة أقل من منافسيكم					
19	تسعى مؤسستكم في إطار خفض التكاليف لإعادة تصميم المنتج باستمرار للإبقاء على تنافسيته عن طريق البحث والتطوير واستخدام التكنولوجيا					
20	تساهم الخبرة المتراكمة وتكوين المورد البشري في تحسين العملية الإنتاجية وبالتالي جعل التكاليف أقل					
21	تحافظ مؤسستكم على تسويق منتجاتها بأسعار أقل من منافسيها مع حفاظها على جودة تلك المنتجات					
22	يؤدي إنتاجكم بكميات أكبر إلى خفض تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة (اقتصادات الحجم)					
23	يساعد استخدام التقنيات المتطورة والتكنولوجيا في العملية الإنتاجية في خفض التكاليف					
24	تسعى مؤسستكم إلى جعل تكاليفها المتراكمة والمتعلقة بمختلف بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيراتها لدى منافسيها					
<b>ميزة التميز</b>						
25	يعتبر ما تنتجونه للمستهلكين متميز و ذو قيمة مرتفعة في نظرهم					
26	تتضمن منتجاتكم ميزات مبتكرة و/أو تصاميم جذابة للعملاء تعطيهم تجربة فريدة					
27	تخصص مؤسستكم جزء من مواردها لمنع تقليد منتجاتها وتحسينها باستمرار					
28	سمعة مؤسستكم راسخة في أذهان الزبائن					
29	تتجه مؤسستكم باستمرار نحو خلق مزايا تنافسية جديدة و ذات مراتب أعلى و ذلك قبل محاكاة المزايا القديمة من قبل المنافسين					
30	تؤثر منتجاتكم في قرارات الشراء للمستهلكين بسبب تميزها					
31	تسعى مؤسستكم إلى تعلم و اكتساب جودة ثابتة تؤدي بها إلى اكتساب تميز متواصل من خلال عوامل تفرد منتجاتكم					



# قائمة المصادر والمراجع

### قائمة المصادر والمراجع باللغة العربية

#### أولا : الكتب

- إبراهيم متولي حسن المغربي. (2015). دور حوافز الإستثمار في تعجيل النمو الإقتصادي من منظور الاقتصاد الإسلامي والأنظمة الإقتصادية المعاصرة (مصر) دار الفكر الجامعي.
- أبو قحف عبد السلام. (2003). اقتصاديات الأعمال والإستثمار الدولي . مصر: دار الجامعة الجديدة، ط1.
- أحمد رحموني. (2011). المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ودورها في إحداث التنمية الشاملة في الاقتصاد الجزائري (المجلد ط01). المكتبة المصرية لطباعة و النشر و التوزيع ، ط01.
- أحمد زغدار. (2011). المنافسة – التنافسية والبدائل الاستراتيجية. الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة1.
- أحمد علي الحاج محمد. (2014). اقتصاد المعرفة و اتجاهات تطوير. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط01.
- أحمد محمد عثمان آدم. (2018). دور إدارة المعرفة والأصول الفكرية في تحقيق المنفعة الإقتصادية للمكتبات. (ط 01، المحرر) الأردن: دار المنهل للنشر والتوزيع.
- توفيق محمد عبد المحسن. (2001). بحوث التسويق وتحديات المنافسة الدولية. مصر: دار النهضة العربية، ط1.
- ثامر ياسر البكري. (2008). استراتيجيات التسويق. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، ط01.
- جهيد سحوت. (2016). حماية المنافسة الحرة والمستهلك من الإحتكار بين الفكر الإقتصادي القانوني وأحكام الشريعة الإسلامية. الصراط، 18(02).

- حسين محمد عيسي. (2000). الإتجاهات الحديثة في المحاسبة الإدارية. مصر: ط3.
  - خليل, نبيل مرسي. (1994). الميزة التنافسية في مجال الأعمال. الدار الجامعية للنشر الإسكندرية.
  - زغدار, أحمد. (2011). المنافسة – التنافسية والبدائل الاستراتيجية. الطبعة 1، عمان الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع.
  - سعد علي حمود العنزي ، جواد محسن راضي. (2009). التحالفات الاستراتيجية في منظمات الأعمال – مفاهيم ومداخل وتطبيقات. دار اليازوري للنشر والتوزيع.
  - سعد غالب ياسين. (1998). الإدارة الإستراتيجية. عمان الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع ، ط1.
  - سهيلة عباس. (2004). "القيادة والابتكار والأداء المتميز (المجلد ط1). عمان-الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
  - شارلز وجاريت. (2001). الادارة الاستراتيجية، ترجمة رفاعي محمد رفاعي. الرياض: دار المريخ.
- ثانياً المجلات، الدوريات والنشرية

- احسن غربي. (01 سبتمبر، 2020). دور الرخص الإدارية في ضبط قطاع المحروقات. مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية.
- أحمد حسين المشهراوي، وسام أكرم الرملاوي. (2015). أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه تمويل المشروعات الصغيرة الممولة من المنظمات الاجنبية العاملة في قطاع غزة من جهة نظر العاملين بها فيها . مجلة جامعة الأقصى ( سلسلة العلوم الإنسانية).
- أحمد سلطان خلف. (2018). التنافسية وإعادة تعريف المنتج الصناعي. مجلة كلية التربية الأساسية، 24(102).

- أحمد محمود المساعدة. (جانفي، 2016). أثر التصفية على الشخصية المعنوية للشركة المساهمة العامة (دراسة مقارنة). مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، 08.
- إرزيل الكاهنة. (2022). نظرة حول جديد قانون الإستثمار 2022. المجلة النقدية للقانون و العلوم الانسانية، 17(02)، الصفحات 45-84.
- البشير عبد الكريم. (بلا تاريخ). دلالات معدل البطالة والعمالة ومصداقيتهما في تفسير فعالية سوق العمل. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا(6).
- البنك الدولي، مؤسسة التمويل الدولية. (2010). تقرير ممارسة أنشطة الأعمال 2011-من أجل مساندة أصحاب الأعمال. البنك الدولي للإنشاء والتعمير/البنك الدولي.
- الجريدة الرسمية رقم 77 لسنة 2001. (بلا تاريخ). القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية رقم 2 الصادرة بـ11جانفي 2017. (بلا تاريخ). قانون رقم 17-02 مؤرخ في 11 ربيع الثاني الثاني عام 1438 الموافق لـ10جانفي 2017 يتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية/العدد50. (28 جويلية، 2022). القانون 22-18 المؤرخ في 25 ذي الحجة 1443 الموافق لـ24 يوليو 2022 و المتعلق بالاستثمار..
- الشربيني. (1996). أين الإدارة العربية من الميزة التنافسية ؟ أخبار الإدارة "نشرة فصلية تصدر عن المنظمة العربية للتنمية الإدارية"(العدد 16).
- العيد عماد. (2015). المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين العراقيل والمساهمة في التنمية السوسيواقتصادية. - دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. - مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، 01(01).

- القانون رقم 22-18 مؤرخ في 24 جويلية 2022 متعلق بالإستثمار-الجريدة الرسمية رقم : 50 لسنة 2022. (بلا تاريخ). القانون رقم 22-18 مؤرخ في 24 جويلية 2022 متعلق بالإستثمار-الجريدة الرسمية رقم : 50 لسنة 2022.
- القانون رقم 63-277 المؤرخ في 02 أوت 1963 و المتعلق بالاستثمار).
- المرصد الوطني للتنافسية. (2011). التنافسية في الفكر الاقتصادي.
- المركز العربي لتطوير حكم القانون و النزاهة. (2009). التقرير الإقليمي المقارن حول البيئة القانونية للأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الواقع و تحديات الإصلاح. بيروت.
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات. (2011). النشرة الفصلية. نشرة فصلية، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات.
- إلياس سالم. (2016). التحليل التنافسي باستخدام النموذج الخماسي لبورتر بالتطبيق على شركة كوندور للصناعات الالكترونية ببرج بوعريريج. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية(15)، 292-301.
- أمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 اوت 2001-الجريدة الرسمية رقم 47. (20 اوت 2001).
- انور محمد النقيب. (اكتوبر، 2019). أثر الحرية على النمو الاقتصادي دراسة حالة الاقتصاد المصري. دراسات، 20(4).
- أوكيل مصطفى أحمد سيد. (1996). إعادة البناء كمدخل تنافسي. المنظمة العربية للتنمية الإدارية(العدد 16).
- بكطاش فتيحة، بوعزارة أحلام. (أكتوبر، 2020). تحليل تطور مؤشرات بيئة أداء الأعمال في الجزائر. بكطاش فتيحة 1، بوعزارة أحلام(5خاص).
- بن خيرة أحمد، بن النذير نصر الدين. (بلا تاريخ). تنمية الموارد البشرية كمصدر لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. مجلة دراسات اقتصادية.

- بن عزوز فتيحة. (سبتمبر، 2018). الاطار القانوني لدعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر. مجلة الدراسات و البحوث القانونية(10).
- بودرة فاطمة. (2022). فعالية الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات ANADE في بعث الروح في المؤسسات المتعثرة في الجزائر (دراسة تحليلية). مجلة المقريري للدراسات الاقتصادية و المالية، 06(01).
- بوشنافة الصادق، معسكري سمرة. (بلا تاريخ). تقييم اتفاق التعاون الاقتصادي الاوروبي الجزائري. مجلة الحقوق و العلوم الانسانية-دراسات اقتصادية، 02(29).
- بوضياف سامية. (2014). تقييم مؤشر التنافسية الدولية -حالة الجزائر. مجلة الاقتصاد الجديد، 1(10).
- بوطبل عبد القادر، يخلف رفيقة. (16 جانفي، 2023). آليات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة ميدانية لبعض المؤسسات في مدينة معسكر. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، 12(01).
- جرادات محمد، المشاقبة زياد. (جانفي، 2012). دور الاستثمارات الأجنبية المباشرة في نقل المعرفة والتكنولوجيا إلى منظمات الأعمال الأردنيه (دراسة ميدانية على المدن الصناعية في الاردن). مجلة دراسات-العدد الاقتصادي، المجلد3(العدد 1).
- جيلالي بوشرف . فوزية بوخبزة. (2014). دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في بناء الاقتصاد الوطني. مجلة الإستراتيجية والتنمية، 04(06).
- حجازي اسماعيل. (2015). أثر تحليل القوى التنافسية لبورتر على الأداء الاستراتيجي للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب. مجلة الباحث الاقتصادي، العدد 02.
- حدادي عبد اللطيف. (بلا تاريخ). تطور السياسة المالية في ظل النظم الاقتصادية. بدون اسم المجلة.

- حسين عبد المطلب الأسرج. (2003). تأثير الاتحاد الجمركي العربي على الصناعات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية.
- حمادي مصطفى. (2020). معوقات السياسات العامة الاقتصادية في الجزائر. مجلة الناقد للدراسات السياسيّة، 1(04).
- حورية بالاطرش، جابرة مجدوب. (2020). أثر مناخ الاعمال على النشاط المقاولاتي في الجزائر-دراسة ميدانية لعينة من المقاولين-ورقلة. المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية.
- خلوفي سفيان. (2021). تحليل البيئة التنافسية لهيكل صناعة خدمات الهاتف النقال في الجزائر وفق نموذج القوى الخمس لبورتر ونموذج بيستل (2004-2019). مجلة العلوم التجارية و التسيير، 17(01).
- دارة الصين الوطنية للملكية الفكرية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية. (2019). أساسيات الملكية الفكرية: Report Property.
- دغموم هشام. (2020). تقييم مناخ الأعمال في الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين 2010-2019. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 23(02).
- دلال عظيمي. (2010). مداخل تحقيق المزايا التنافسية لمنظمات الأعمال في ظل محيط حركي. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس(عدد 10).
- دواح، بلقاسم. (2013). مناخ الأعمال و دوره في تنشيط الحركة الاقتصادية. مجلة دفاتر اقتصادية، 04(02).
- زواطي، محمد. (2020). تحليل سلسلة القيمة كأداة إستراتيجية في محاسبة التسيير - دراسة حالة وحدة المسبك بمؤسسة بوفال. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد 03.

- زيوش عبد الرؤوف، ونوغي نبيل. (2021). تأثيري الضريبة على تحفيز الاستثمار في التشريع الجزائري. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 13(1).
- سفيان خلوفي. (2021). تحليل البيئة التنافسية لهيكل صناعة خدمات الهاتف النقال في الجزائر وفق نموذج القوى الخمس لبورتر و نموذج بيستل (2004-2019). مجلة العلوم التجارية و التسيير، 17(01).
- صالح سلمى. (جوان، 2021). آليات دعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر-دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم و تنمية المقاولاتية. مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، 05(01).
- المدهون حسن. (2015). العلاقة بين البطالة و النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية -1980-2014. مجلة الاقتصاد و التنمية البشرية(12).
- OECD. (2021). تعزيز إصلاحات الاستثمار ومناخ الاعمال في قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الأردن. ورقة قضايا بشأن الحوار الأول للقطاع الخاص، EU-OECD PROGRAMME.
- **ثالثا: الرسائل الجامعية**
- خنافر علي. (2018/2017). القضايا البيئية العالمية الراهنة وانعكاساتها على القدرة التنافسية للاقتصاد الجزائري وتحوله إلى الاقتصاد الأخضر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية (جامعة بسكرة).
- رقية منصوري. (2009-2008). دور نظام المعلومات في تعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة الجزائرية. الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة.
- زويتة محمد صالح. (2007-2006). أثر التغيرات الاقتصادية على ترقية قطاع المؤسسات الصغيرة في الجزائر. الجزائر: مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر.

• رابعا: المواقع الالكترونية

- الصندوق الوطني للتأمين على البطالة. (بلا تاريخ).  
[https://www.cnac.dz/site\\_cnac\\_new/Web%20Pages/Fr/FR\\_PresentationCNAC.aspx](https://www.cnac.dz/site_cnac_new/Web%20Pages/Fr/FR_PresentationCNAC.aspx). تاريخ الاسترداد 08 01 2024، من CNAC.DZ: [https://www.cnac.dz/site\\_cnac\\_new/Web%20Pages/Fr/FR\\_PresentationCNAC.aspx](https://www.cnac.dz/site_cnac_new/Web%20Pages/Fr/FR_PresentationCNAC.aspx)
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و انتمان الصادات. (2023).  
<https://www.dhaman.net/ar>. تاريخ الاسترداد 15 ماي, 2023، من <https://www.dhaman.net>: <https://www.dhaman.net>
- الموقع الالكتروني لخصلي. (2023). نقلا عن الموقع الالكتروني :  
<https://lakhasly.com/ar/view-summary/jdvleEHskf>.
- بكاري مختار، مغراوي محي الدين عبد القادر. (2023). المؤسسات الناشئة، مناخ التكنولوجيا، الاقتصاد الوطني، الجزائر.  
<portal.arid.my/13659/Publications/Details/37644#:~:text=>
- (ODIEP), Office de Documentation et d'Information de l'Enseignement Privé ، من 13/04/2023. تاريخ الاسترداد [www.odiep.com](http://www.odiep.com) (تاريخ). (بلا تاريخ).  
<https://www.odiep.com/>: <https://www.odiep.com/blog/comprendre-la-notion-de-niveau-scolaire/#:~:text=Le%20niveau%20scolaire%20d%C3%A9signe%20le,est%20en%20mesure%20de%20ma%C3%A9triser>.
- <https://inovency.fr/technologies/impact-technologies-digitales-entreprises>. (بلا تاريخ). / 28/11/2023 تاريخ الاسترداد [inovency.fr](http://inovency.fr):  
<https://inovency.fr/technologies/impact-technologies-digitales-entreprises/>
- (بلا تاريخ). الوكالة الوطنية لدعم و تنمية المقاولاتية. تاريخ <https://promoteur.anade.dz/>. من 28 اوت, 2023 الاسترداد <https://promoteur.anade.dz/>
- (19 08 2023). تاريخ الاسترداد 19 08 2023، من <https://www.fgar.dz/portal/ar> [www.fgar.dz](http://www.fgar.dz): <https://www.fgar.dz>
- (بلا تاريخ). / <https://www.industrie.gov.dz/soutien-pme>. تاريخ الاسترداد 19 أوت, 2023، من <https://www.industrie.gov.dz/soutien-pme> [www.industrie.gov.dz](http://www.industrie.gov.dz).
- (بلا تاريخ). / <https://www.tifawt.com/entrepreneariat/environnement-de-lentreprise> [www.tifawt.com](http://www.tifawt.com): من 07 اوت, 2023 تاريخ الاسترداد <https://www.tifawt.com/entrepreneariat/environnement-de-lentreprise/>
- (بلا تاريخ). Institut national de la santé publique du Québec. (بلا تاريخ). من 08 avril, 2023، المحرر) تاريخ الاسترداد [INS PQ 08](https://www.inspq.qc.ca). <https://www.inspq.qc.ca/>: <https://www.inspq.qc.ca/saine-alimentation-mode-vie-actif/environnements-favorables-sante/environnement->

- economique-politique#:~:text=L'environnement%20politique%20correspond%20quant,le%20droit%20et%20les%20trait%C3%A9s
- Larousse.fr. (تاريخ) (بلا) .  
 تاريخ 1382#1388 affaire/francais/dictionnaires/francais/1388#1382  
 من 04 avril, 2023 الاسترداد, larousse.fr:  
 https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/affaire/1388#1382
  - organisation de coopération et de développement économique OCDE 15) .  
 mai, 2023 .(www.oecd.org 15 تاريخ الاسترداد mai, 2023 ,  
 https://data.oecd.org/fr/leadind/confiance-des-entreprises.htm:  
 https://data.oecd.org/fr/leadind/confiance-des-entreprises.htm
  - wikipedia .(بلا تاريخ) .(bلا تاريخ) .Avril, 2023 تاريخ الاسترداد 13  
 https://ar.wikipedia.org/  
 https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B9%D9%84%D9%85\_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%83%D8%A7%D9%86
  - www.cnac.dz (بلا تاريخ) . تاريخ الاسترداد 29 08, 2023, من الصندوق الوطني للتأمين  
 البطالة:  
 عن  
 https://www.cnac.dz/site\_cnac\_new/Web%20Pages/Ar/AR\_Accueil.aspx
  - www.fgar.dz. (تاريخ) (بلا) .  
 تاريخ الاسترداد pr%C3%A9sentation  
 من 13JANVIER, 2023  
 www.fgar.dz:  
 https://www.fgar.dz/portal/fr/content/pr%C3%A9sentation
  - www.heritage.org/index/ranking 05) juin, 2023 .(.  
 juin, 2023 تاريخ الاسترداد 05 https://www.heritage.org/index/ranking  
 www.heritage.org/index/ranking: https://www.heritage.org/index/ranking
- قائمة المصادر والمراجع باللغة الأجنبية
- commission européenne de l'union européenne. (1996). *Définition des micro-petites et moyennes entreprise*. commission européenne de l'union européenne.
  - The World Bank and oxford University Press .(2005) .*World development report 2005* .World bank/Oxford university Press .Copublication of The World Bank and oxford University Press.
  - ALEXANDRE LE GRAND .(2017) .*RELIGION ET TRADITION* .Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.
  - Aziz HMIOUI .JUILLET-DECEMBRE 2011, .(Climat de l'investissement et attractivité du Maroc pour l'investissement) .*Revue Marocaine de Gestion et d'Economie, N ,5°Juillet- Décembre 2011*.(05)
  - BANQUE AFRICAINE DU DEVELOPPEMENT .(2011) .*Le développement du secteur privé comme moteur du développement économique en Afrique* .Rapport sur le développement en Afrique 2011 , BANQUE AFRICAINE DU DEVELOPPEMENT.

- Brahim Dinar, Hicham Bahri .(2022) .L'impact des infrastructures de transport sur la compétitivité mondiale : une analyse en coupe transversale . *International Journal Of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*.(2-5)3 ،
- Brahmi Fatiha, Khelil Abderrezak .(2016) .L'utilisation de l'analyse SWOT en vue de l'élaboration d'un plan de développement stratégique cas de l'université de Guelma . *Annales des Sciences Sociales et Humaines de l'Université de Guelma*.(18)
- bureau international du travail Rapport N°15, R. (2015). *Les petites et moyennes entreprises et la création d'emplois décents et productifs*. Genève: Publié par le bureau international du travail ,internationale du travail , Session 104.
- cayla, D. (2014). Concurrence, de quoi parlons-nous ? *HAL-Open Science*.
- Chambre commerciale Française 12 .février , 2013 .(pourvoi n ,13603-2° BICC n 783°du 1er juin 2013 et Legifrance) .France.
- Christophe Chauvet .(2016) .*Les objectifs de la politique économique* .)Dunod.
- CNUCED CONFÉRENCE DES NATIONS UNIES SUR LE COMMERCE ET LE DÉVELOPPEMENT .(2017) .Manuel sur LA Protection du consommateur .CONFÉRENCE DES NATIONS UNIES SUR LE COMMERCE ET LE DÉVELOPPEMENT.
- code civil Français .(art 1101).
- David Ashton, Francis Green .(1997) .*Education, Training and the Global Economy* .Edward Elgar Publishing (May 20, 1997).
- David cayla .(2014) .Concurrence, de quoi parlons-nous ? *HAL-Open Science*.
- Doing business 2020 .(2020) .*comparing Business Regulation in 190 Countries* .Annual 'International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
- Fatima, EL MOUTAOUKIL Abdelkader et ZAROUAL .MARS, 2021 .( Climat des affaires et compétitivité des entreprises marocaines) : Analyse comparative sur la base des résultats de Doing-Business 2020 et de l'enquête HCP de 2019 .*Repères et Perspectives Economiques*.(1)5 ،"
- Guillaume Perret Emmanuel Combe .(2019) .*Mieux comprendre les règles de concurrence* .Paris 75000: Autorité de la Concurrence, Direction de la Communication.
- Ian Worthington and Chris Britton .(بلا تاريخ) .*The Business Environment-Fifth edition* .Leicester: Leicester Business School, De Monfort University.,
- INSTITUT DES HAUTES ETUDES INTERNATIONALES .(1999) . *Un accord multilatéral sur l'investissement d'un forum de négociation à l'autre* .A. Pedone.

- Institut Tunisien de la Compétitivité et des Etudes Quantitatives .(2019) . *Indice Global de la Compétitivité Davos 2019* .
- Jeffrey E. Fulmer .(2009) .*What in the world is infrastructure ?* infrastructure investor.
- Kansab Djamila,Salem Abdelazziz .(2016 ,07 31) .MISE A NIVEAU DU SAVOIR ET PERFORMANCES DE LA PME .*Revue Algérienne d'Economie et de Gestion*.163-147 ,(03)09 ،
- Liesl Eathington,Aaron L. Todd,Dave Swenson .(2005) .Weathering the Storm of Business Climate Rankings .P25.
- Mc Nurty Paul .(1968) .Economic theory and the meaning of competition . *The Quarterly Journal of Economics*.656-639 ,(04)82 ،
- Michael Porter. (1993). *L'avantage concurrentiel des nations*. traduit par pierre MIRAILLES ;Catherine BARTHELEMY: Eve Dayre MIELCARSKI. \_paris :Inter.editions.
- Porter, M. (2000). *L'Avantage Concurrentiel*. Paris: DUNOD.
- R.Percerou. (1984). *entreprise : Gestion et compétitivité*. economica, Paris.
- Roland de Bruecker .(1995) .*Stratégies organisationnelles* . )ECONOMICA ،Paris ،France.
- Simon Bronner) .mars, 2000 .(The meaning of Tradition: An introduction . *Western Folklore*.(02)59 ،
- world bank group .(2020) .*Doing business 2019,training for reform,16th edition* .
- World bank group .(2020) .*doing-business-2020-Comparing Business Regulation in 190Economies* .

