

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي  
الميدان : علوم إقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية  
الشعبة : علوم المالية والمحاسبية  
التخصص : مالية المؤسسات  
بعنوان :

محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة  
دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية ورقلة  
2018/2017

من إعداد الطالبة : إيمان بوغرارة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2018/05/07

أمام اللجنة المكونة من السادة :

د/منى مسغوني..... (أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا  
د/ لمياء عماني..... (أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا  
أ/عواطف محسن ..... (أستاذ مساعد أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية : 2018/2017



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم إقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة : علوم المالية والمحاسبية

التخصص : مالية المؤسسات

بغنوان:

محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية ورقلة

2018/2017

من إعداد الطالبة : إيمان بوغرة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2018/05/07

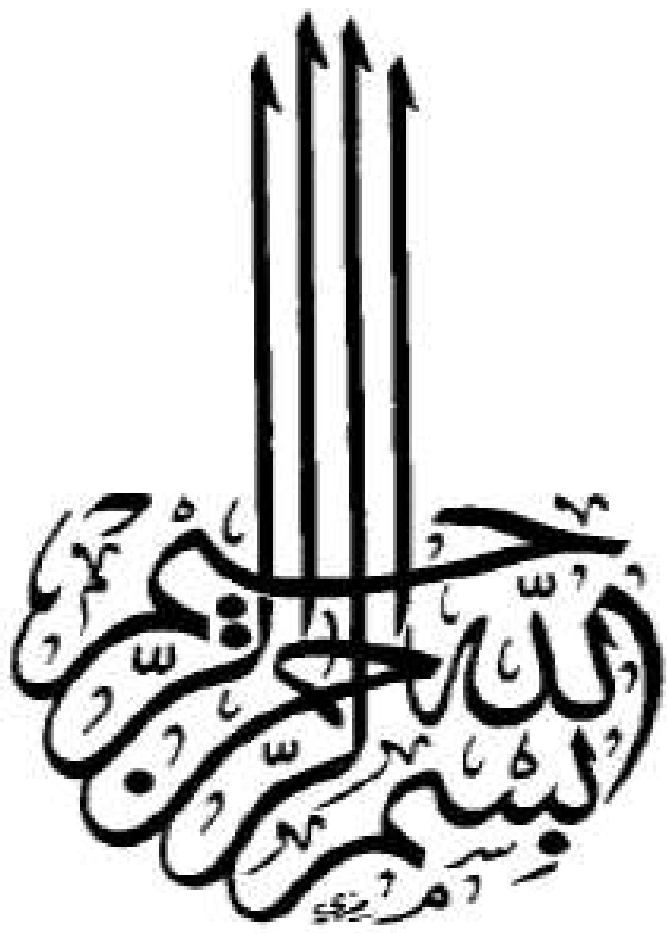
أمام اللجنة المكونة من السادة :

د/منى مسغوني..... (أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

د/ لمياء عماني..... (أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقرا

أ/ عواطف محسن ..... (أستاذ مساعد أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية : 2018/2017



## إهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من كانا سببا في نجاحي وصلاحِي:

### والدي الكريمن

اللهم اجعلهما ممن قلت فيهم: " سلام عليكم طبتم فأدخلوها خالدِين " آمين

إلى كل أفراد عائلتي إخوتي وأخواتي جميعا دون استثناء

إلى كل صديقاتي وأخص منهم بالذكر " حليلة - ميمونة "

إلى كل من ساهم بإمدادي بكلمة طيبة بعثت في روح العمل

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل، وأرجو من الله العلي القدير

أن يوفقنا لما فيه خيرنا و صلاح أمرنا واستقامة نھجنا إنه قريب مجيب الدعاء.

## إيمان

## شكر وعرفان

قال الله تعالى ( ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي

و أن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين) [ النمل - الآية 19].

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على معلم البشرية وهادي الإنسانية وعلى آله وصحبه

ومن تبعهم إحسان إلى يوم الدين .

أتوجه بشكري لله عز وجل الذي أنار لي الدرب، وفتح لي أبواب العلم وأمدني بالصبر والإرادة.

نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من قدم لنا يد العون في إنجاز هذا العمل ونخص بالذكر الأستاذة المشرفة

" لمياء عماني " لقبولها الإشراف على هذا العمل، لمساعدتها وتوجيهاتها القيمة

كما يدعوني واجب العرفان أن أتقدم بالشكر لكل من دعمني بالقليل أو بالكثير لإكمال هذا البحث،

ولا ننسى أن نتقدم بجزيل الشكر للأساتذة أعضاء اللجنة المناقشة على تفضلهم

بقبول الاشتراك في مناقشة هذا العمل.

## إيمان

## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة بعض محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال: عمليات النمو الداخلي والخارجي، الميزة التنافسية، دور الأصول غير المادية، سياسة الإستدانة، ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة إستخدامنا المنهج الوصفي في الجانب النظري من أجل الإحاطة بجميع الجوانب النظرية للموضوع، أما في الجانب الميداني قمنا بدراسة على 30 عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية ورقلة، من خلال الإعتماد على أداة الإستبيان في جمع المعلومات واستخدمنا المنهج التحليلي لمعالجة هذه النتائج.

ولقد توصلنا إلى النتيجة الآتية: أن إستراتيجية النمو الداخلي هي الأنسب للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل نقص وعيها بالمحددات الأخرى لخلق القيمة.

**الكلمات المفتاحية:** خلق القيمة، ميزة التنافسية، عمليات النمو الداخلي والخارجي، إقتصاد الأصول غير المادية، سياسة الإستدانة

## **Abstract:**

This study aims to determine the interest of SMEs by creating value through: internal growth processes, external growth, competitive advantage, intangible assets and credit policy. In order to answer the problematic presented, we used the descriptive method in the theoretical aspect, while in the field side we studied on 30 sample active SMEs in ouargla, by relying on the questionnaire tool in collecting information and using the analytical approach to address the results.

Through this study, we have concluded that internal growth is a suitable strategic for the nature of SMEs.

**Keywords:** creat of value, competitive advantage ,internal growth processes, external growth, intangible assets, credit policy

الصفحة	قائمة المحتويات
III	الإهداء .....
IV	الشكر .....
V	ملخص .....
VI	قائمة المحتويات .....
VII	قائمة الجداول .....
VIII	قائمة الأشكال .....
IX	قائمة الملاحق .....
ب	مقدمة .....
01	الفصل الأول : محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
03	المبحث الأول : ماهية خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .....
14	المبحث الثاني : الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع .....
19	الفصل الثاني : إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .....
21	المبحث الأول : تقديم الإجراءات والطريقة المستخدمة في الدراسة الميدانية .....
33	المبحث الثاني : عرض نتائج الدراسة الميدانية ومعالجتها وتحليلها .....
52	خلاصة .....
55	قائمة المراجع .....
59	قائمة الملاحق .....
65	فهرس .....



## قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
22	الإحصائيات المتعلقة بتوزيع الإستبيان	(1-2)
22	التعريف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الممثلة لعينة الدراسة	(2-2)
25	الأوزان المعطاة لخيارات الإجابة في قائمة الاستقصاء حسب ليكارت الخماسي	(3-2)
25	المتوسط المرجح حسب توزيع مقياس ليكارت الخماسي	(4-2)
27	معامل ثبات الأداة ألفا كرونباخ ( Cronbach's Alpha )	(5-2)
28	الصدق الداخلي لفقرات خلق القيمة في المؤسسة	(6-2)
28	الصدق الداخلي لفقرات مصدر القيمة في المؤسسة	(7-2)
29	الصدق الداخلي لفقرات عمليات النمو الداخلي في المؤسسة	(8-2)
29	الصدق الداخلي لفقرات عمليات النمو الخارجي في المؤسسة	(9-2)
30	الصدق الداخلي لفقرات الميزة التنافسية في المؤسسة	(10-2)
30	الصدق الداخلي لفقرات إقتصاد الأصول غير المادية في المؤسسة	(11-2)
31	الصدق الداخلي لفقرات سياسة الإستدانة في المؤسسة	(12-2)
31	الصدق الداخلي لمجالات الدراسة	(13-2)
32	الصدق الداخلي لمحاور الاستبيان	(14-2)
35	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقياسه	(15-2)
36	المتوسط الحسابي والانحراف لمصدر القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب سلسلة القيمة	(16-2)
36	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعمليات النمو الداخلي والخارجي	(17-2)
38	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحديد الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	(18-2)
39	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإقتصاد الأصول غير المادية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	(19-2)
40	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لسياسة الإستدانة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	(20-2)
42	نتائج تحليل تباين الإنحدار Anova	(21-2)
42	معامل الارتباط للمتغير التابع والمتغير المستقل	(22-2)
42	تقدير معالم نموذج الإنحدار	(23-2)
44	مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة حسب نوع المؤسسة	(24-2)
45	مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة حسب طبيعة النشاط	(25-2)
46	مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة حسب عمر المؤسسة	(26-2)
47	تأثير محددات خلق القيمة حسب نوع المؤسسة	(27-2)
48	تأثير محددات خلق القيمة حسب طبيعة نشاط المؤسسة	(28-2)
49	تأثير محددات خلق القيمة حسب عمر المؤسسة	(29-2)

## قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	الرقم
3	نموذج مقترح لمحددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	(1-1)
5	أشكال خلق القيمة	(2-1)
6	سلسلة القيمة لمايكل بورتر	(3-1)
7	تحليل التنافسية وسلسلة القيمة لخلق القيمة	(4-1)
12	التعاضدية بين الأصول غير المادية وخلق القيمة	(5-1)
21	متغيرات الدراسة	(1-2)
24	نموذج مقترح لمتغيرات الدراسة	(2-2)
33	توزيع المؤسسات حسب طبيعة النشاط	(3-2)
34	توزيع المؤسسات حسب عمر المؤسسة	(4-2)
34	توزيع المؤسسات حسب عدد العمال	(5-2)

## قائمة الملاحق:

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
59	إستبيان الدراسة	1
61	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغيرات المستقلة للدراسة	2
62	مصفوفة الارتباط لمتغيرات الدراسة	3
63	إختبار التباين الأحادي One way anova	4
63	التوزيع الطبيعي لبواقي النموذج المقدر	5

مقدمة

### مقدمة:

تسعى كل مؤسسة اقتصادية إلى تحقيق النمو من أجل بقائها واستمرارها، وذلك من خلال قدرتها على تمويل احتياجاتها المالية وخلق فوائض مالية، أو ما يعرف بخلق القيمة. تعتبر عملية خلق القيمة هدفا أساسيا تسعى المؤسسة إلى تحقيقه من خلال تحقيق ثروة وإنشاء قيمة لأصحاب رأس المال بعد مكافأتهم، وهذا ما يعتمد على مدى قدرتها على اتخاذ القرارات المناسبة، التي تفضي إلى تعظيم ثروة المالك وتحقيق أهداف أصحاب المصالح.

إن مفهومي القيمة والنمو متداخلان، قد يفسر النمو بالقيمة أحيانا، فالفوائض المتراكمة يعاد استثمارها وتنميتها لتخلق المزيد من الثروة، كما أن القيمة أيضا تفسر بالنمو، عندما يكون هذا الأخير رافعة لتراكم الثروة من خلال نمو النشاط، إنه ركيزة إستراتيجية من ركائز خلق القيمة، كما يمكن أيضا لعمليات النمو أن تؤدي إلى تدهور القيمة من وجهة نظر المساهمين.

ولقد أخذ مفهوم خلق القيمة حيزا كبيرا من الإهتمام لدى المساهمين وأصحاب المصالح في المؤسسات الكبرى، إلا أنه لا يوجد ما يمنع تعميم هذا المفهوم على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التي يسعى أصحابها بالضرورة إلى تعظيم ثروتهم من خلال زيادة حجم النشاط وزيادة حجم رأس المال.

وبناءً عليه سنحاول في عملنا هذا إسقاط مفهوم خلق القيمة المرتبط بالنمو على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مستندين إلى فكرة أن النمو يدعم القيمة ويؤدي إلى تعظيم الثروة، بصياغة الإشكالية الرئيسية على النحو التالي :

**ما مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة بخلق القيمة من خلال محدداتها؟**

وتتفرع تحت هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية :

1. ما مدى تأثير عمليات النمو الداخلي على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟
2. ما مدى تأثير عمليات النمو الخارجي على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟
3. ما مدى تأثير الميزة التنافسية على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟
4. ما مدى تأثير إقتصاد الأصول غير المادية على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟
5. ما مدى تأثير سياسة الإستدانة على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟

### فرضيات البحث :

1. تؤثر عمليات النمو الداخلي على خلق القيمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عند إستخدام مواردها الخاصة لزيادة إستثماراتها، دون التوحد مع مؤسسات أخرى؛
2. تؤثر عمليات النمو الخارجي على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذا كانت تشتري أصولا مادية وتؤجرها، وتساهم بها كلياً أو جزئياً في مؤسسات أخرى؛
3. تؤثر الميزة التنافسية على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذا كانت تطور الميزة التنافسية لمنتجاتها،
4. تؤثر الأصول غير المادية على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذا كانت المؤسسة تطور من رأس مالها البشري؛
5. تؤثر سياسة الإستدانة على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عند طريق جلب الديون؛

### أهداف البحث :

- معرفة مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة؛
- معرفة مدى تأثير محددات خلق القيمة: عمليات النمو الداخلي والخارجي وسياسة الإستدانة على خلق القيمة؛
- التعرف على دور الأصول غير المادية والميزة التنافسية على خلق القيمة في المؤسسة.

### أهمية البحث :

تتجلى أهمية هذا البحث في كون موضوع خلق القيمة يحظى بمكانة هامة على مستوى المؤسسات الكبيرة، كونه مؤشر مهم لتقييم نشاط المؤسسات، ويعتبر كمقياس أساسي يساهم في اتخاذ قرارات إستراتيجية في المؤسسة، من هنا نستمد أهمية دراستنا الحالية من خلال إسقاط موضوع خلق القيمة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

### مبررات اختيار الموضوع :

إن إختيارنا لموضوع البحث كان له أسباب موضوعية وأخرى ذاتية وهي كالتالي :

### الأسباب الموضوعية:

- الحدائة النسبية للموضوع على مستوى البحث العلمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- التعرف أكثر على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واهتمامها بخلق القيمة؛
- إثراء مكتبة الجامعة بهذا النوع من الدراسات.

الأسباب الذاتية:

➤ الميول الشخصي لموضوع تقييم المؤسسات؛

➤ مطابقة الموضوع لمجال التخصص؛

حدود البحث :

تحدد الدراسة بالمجالات الآتية:

\* **الحدود المكانية:** تشمل الدراسة الميدانية 30 عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية ورقلة.

\* **الحدود الزمنية:** سنركز في هذه الدراسة على مدى اهتمام عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة للسنة 2017/2018.

منهج البحث والأدوات المستخدمة :

من أجل تحليل الإشكالية، ومحاولة اختبار صحة الفرضيات الموضوعية، سنقوم باستخدام المنهج الوصفي فيما يخص الجانب النظري، وذلك فيما يتعلق بشرح كل ماهو متعلق بخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال معيار نمو حجم النشاط، بالإضافة إلى الاستبيان في الجانب التطبيقي، إذ سنقوم بأخذ عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسنسقط عليها معايير تقييم الأداء وربطه بالقيمة ونقوم بتحليل نتائج الدراسة، هذا ما سيمكننا من الإجابة على الإشكالية المطروحة بمنهجية علمية ومتسلسلة.

مرجعية الدراسة :

تم الإعتماد في الجانب النظري لهذه الدراسة على مجموعة من المصادر للمعلومات: الكتب، أطروحات ماجستير ودكتوراه، مقالات، والمداخلات المطروحة في الملتقيات العلمية....، وهي متنوعة بين اللغة العربية واللغات الأجنبية، إضافة للدراسات السابقة والتي سيتم عرضها في الأدييات التطبيقية لهذا الموضوع.

صعوبات البحث :

تمثلت الصعوبة في رفض أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الإجابة على الإستبيان، كونهم يرون الموضوع من خصوصيات المؤسسة.

### هيكل البحث :

من أجل الإجابة على أسئلة الموضوع، وسعياً لتأكيد صحة الفرضيات الموضوعية في هذه الدراسة تم تقسيم هيكل الموضوع كما يلي :

**الفصل الأول:** محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث قسم إلى مبحثين، المبحث الأول بعنوان ماهية خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي تفرع إلى أربعة مطالب: سلسلة القيمة والميزة التنافسية، استراتيجيات النمو لخلق القيمة، الركائز المالية لخلق القيمة، دور الأصول غير المادية في خلق القيمة. أما المبحث الثاني خصص للدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع.

**الفصل الثاني:** إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة، تم تقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول متعلق بتقديم الإجراءات والطريقة المستخدمة في الدراسة الميدانية، أما المبحث الثاني تم تخصيصه لعرض نتائج الدراسة الميدانية ومعالجتها وتحليلها.



# الفصل الأول:

محددات خلق القيمة في المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة

مدخل :

يعتبر نمو المؤسسة عامل أساسي من عوامل بقاءها واستمرارها، وذلك من خلال قدرتها على تمويل احتياجاتها وخلق فوائض مالية، أو ما يعرف بقدرتها على خلق القيمة، كما أن نمو المؤسسة وتوسعها يساهم في سيورة القيمة على المدى الطويل. ولقد أخذ مفهوم خلق القيمة حيزا كبيرا من الإهتمام لدى الملاك وأصحاب المصالح الآخرين بعد مكافأة عارضي رأس المال في المؤسسة، وشكل هدفا أساسيا للإتصال المالي للمؤسسات ولفترة طويلة.

يهدف هذا الفصل إلى التطرق إلى أهم مفاهيم خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث وإن كان هذا الهدف - خلق القيمة - محل إهتمام المؤسسات الكبرى فلا يوجد ما يمنع اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة به مادام بإمكانها أن تندمج في سلسلة القيمة لتلك المؤسسات.

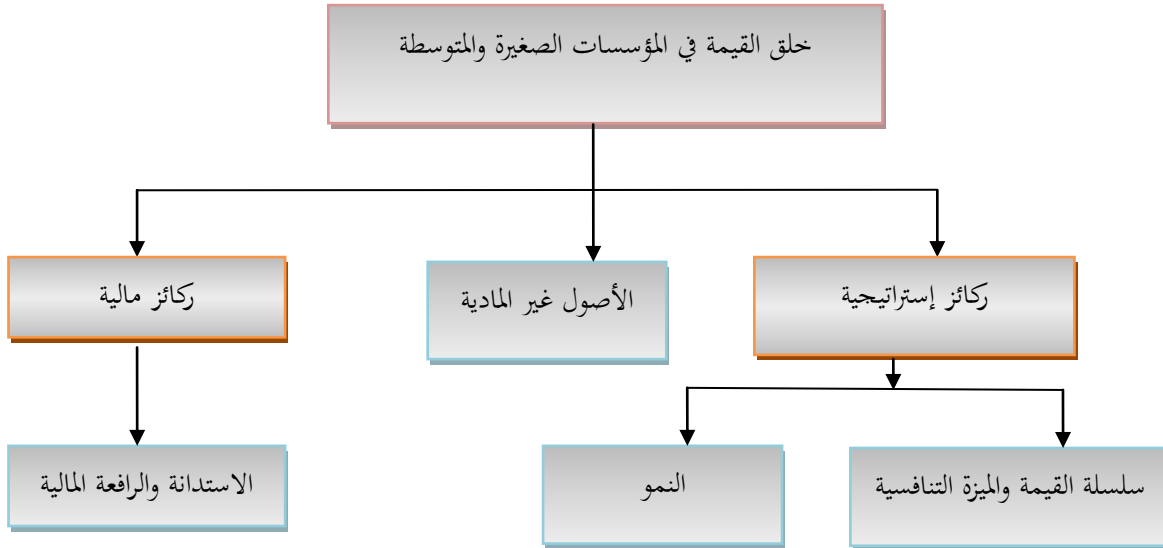
تم تقسيمه إلى مبحثين: يحاول المبحث الأول تقديم أهم محددات خلق القيمة من خلال: مفاهيم وأشكال خلق القيمة، شرح سلسلة القيمة لخلق القيمة لبروتر وميزة التنافسية ،أهم استراتيجيات النمو لخلق القيمة، التعرض للركائز المالية لخلق القيمة، ودور الأصول غير المادية.

وخصص المبحث الثاني لتقديم ملخص حول الدراسات السابقة المعتمد عليها، ومقارنتها بالدراسة الحالية من خلال تقديم أوجه الشبه والإختلاف بينهما .

## المبحث الأول: ماهية خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نحاول من خلال هذه الدراسة وضع تصور عن بعض محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة انطلاقا من الدراسات السابقة والقراءات النظرية لمراجع متخصصة في هذا المجال:

شكل رقم (1-1): نموذج مقترح لمحددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:



المصدر: من تصور الطالبة اعتمادا على الدراسات السابقة والمراجع المعتمدة

إن تعظيم قيمة المؤسسة أصبح محورا أساسيا تسعى المؤسسة إلى تحقيقه من خلال تحقيق ثروة إضافية للملاك وإنشاء قيمة للمؤسسة، وهذا يعتمد على مدى قدرة المؤسسة على إتخاذ القرارات المناسبة. نقول عن مؤسسة أنها تخلق قيمة عندما يكون عائد الاستثمار المحقق أكبر من تكلفة تمويله. تنبع هذه القيمة مع مرور الوقت من الموارد الاقتصادية باهظة الثمن<sup>1</sup>. الثروة التي تم توظيفها هي الفرق بين الثروة التي تم إنشاؤها والثروة المستهلكة، في كل فترة. على سبيل المثال سنويا، تولد المؤسسة تدفق الثروة الذي يفهم في الإقتصاد النقدي ويقاس على أنه صافي التدفقات النقدية. ويعادل هذا التدفق الصافي الفرق بين العائد على الأصول الاقتصادية المستثمرة والتكلفة المطلوبة لتنفيذ هذه الموارد. وتسمى هذه التكلفة تقليديا تكلفة رأس المال<sup>2</sup>.

وقد أصبح مفهوم خلق القيمة في غضون سنوات قليلة عنصرا أساسيا في الثقافة الإدارية للعديد من المؤسسات في جميع أنحاء العالم ، مما يعني أن مفهوم خلق القيمة ليس جديدا، فهو توليد الأرباح وتراكم رأس المال الذي سيتم إعادة استثماره.

<sup>1</sup>- Charreaux, G. (2003). **finance d'entreprise**. 2 édition. management et société ems. p108.

<sup>2</sup>- De la bruslerie, H. (2010). **analyse financière**.4 edition. Dunod.paris. p2.

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن خلق الثروة أو القيمة من قبل المؤسسة له أصله في الحصول على ربحية رأس المال المستثمر في الأنشطة أعلى من تكلفة الموارد التي تم حشدتها لتمويلها<sup>3</sup>.

وانتشر المفهوم بسرعة كبيرة على مدى السنوات العشرين الماضية، لدرجة أن أصبح جزءا ضروريا من خطاب معظم ملاك ومسيري المؤسسات. من ناحية أخرى، هناك ميل ليس فقط إلى تقدير خلق قيمة للملاك، ولكن لجميع الشركاء في المؤسسة: الموظفين والزبائن<sup>4</sup>. هنا يبرز مفهوم القيمة التشاركية.

يتم قياس نجاح المؤسسات الكبيرة على مستوى الثقافة والقيم في المؤسسة، على القدرة على الإبداع والإبتكار، وكذلك القدرة على التكيف مع التغيير، إلا أنه لا يوجد ما يمنع تعميم هذه القيود على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لقد أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مؤسسات تابعة أو مقاولة من الباطن، وبالتالي اندمجت بشكل غير مباشر في سلسلة خلق القيمة، وأصبحت تأخذ بعين الإعتبار قيود المردودية التي تفرضها المؤسسات التي تنتمي إليها<sup>5</sup>.

خلق القيمة يأتي من الميزة تنافسية، وهو وسيلة لتمويل النمو وضمن استدامته، وخلق لقيمة مضافة بالتأكيد. ولكن لمن؟ في رأي أحد وجهات النظر تقول بأن خلق القيمة موجودة في الربح أو عائد الملاك (قيمة حقوق الملاك أو القيمة التساهمية)، وهناك وجهة نظر تعارضها تماما تركز على رؤية تعددية لخلق قيمة مضافة للإستفادة منها من طرف أصحاب المصلحة ( القيمة التشاركية). وينبغي استخدام خلق القيمة الإجمالية لمكافأة المساهمات المقدمة من مختلف أصحاب المصلحة<sup>6</sup> وعليه سنقوم بطرح المفاهيم المختلفة للقيمة:

1. القيمة المالية مقابل القيمة الإقتصادية: تمثل القيمة الإقتصادية القيمة المحصل عليها عبر الركائز الإستراتيجية وعبر تامين الأصول غير المادية ( بما فيها الأصول المعنوية ) في المؤسسة وأثر التعاضدية بين تلك الأصول، أما بالنسبة للقيمة المالية فهي القيمة السوقية المحصل عليها عبر التسعير في السوق المالي أي الرسملة البورصية<sup>7</sup>.
2. القيمة التنافسية أو القيمة الإستراتيجية: وتعلق القيمة التنافسية بعلاقة المؤسسة مع بيئتها، وخلق القيمة يكون نتيجة الإختيارات ومزيج لأنشطة المؤسسة بغرض خلق ميزة تنافسية<sup>8</sup>. وغالبا ما تتقاطع القيمة الإستراتيجية مع القيمة الإقتصادية.
3. القيمة المشتركة (la valeur partagée): يعرفها porter & Kramer على أنها السياسات و الممارسات العملية التي تعزز تنافسية المؤسسة و تحسن في نفس الوقت في الشروط الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات التي تمارس فيها المؤسسة النشاط.

<sup>3</sup>)- Hoarau, C. ( 2000). **Modèles d'évaluation stratigique et facteurs explicatifs de la création de valeur pour l'actionnaire** . IAE de Paris. p01.

<sup>4</sup>)- Vernimen,P. ( 2011). **Finance d'entreprise**. 9édition. Dalloz. Paris. p 680.

<sup>5</sup>)-Vateville,E. (2008). La creation de valeur : de l'exclusivité actionnariale a la diversité partenariale?. **Revue management and avenir**. n18. p89.

<sup>6</sup>) Cappelliti, L - khouatra,D. ( 2011). La mesure de la création de valeur organisationnelle. **overts hall**. p07.

<sup>7</sup>)- لمياء عماني - عائشة سلمى كيجلي، خلق القيمة واقتصاد الأصول غير المادية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، 2017، ص323.

<sup>8</sup>)- Cappelliti, L - khouatra,D. op cit. p 05.

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وهي تعبر عن مفهوم لنموذج جديد للأعمال أين يمكن للمؤسسات تحقيق القيمة الاقتصادية جنبا إلى جنب مع تحقيق القيمة الاجتماعية للمجتمعات<sup>9</sup>.

مفهوم خلق القيمة المشتركة يتطلب بعض المبادئ النظرية. فمن المهم، من ناحية، أن نفهم أين يوجد مفهوم خلق القيمة بين المناهج المختلفة لخلق القيمة. من ناحية أخرى، فإن مفهوم porter and kramer لخلق القيمة تناول المؤسسات الكبيرة، غير أنه من المناسب أن نشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة تجد منطقتها أيضا في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة<sup>10</sup>. الشكل رقم (1) يوضح أشكال خلق القيمة:

الشكل رقم (1-2): أشكال خلق القيمة

خلق القيمة للعمال	خلق القيمة للزبائن	خلق القيمة للموردين
قيمة السوق		
خلق القيمة للشركاء	القيمة المحاسبية للشركة	خلق القيمة الاجتماعية
	خلق القيمة للمساهمين	

المصدر: منى مسغوني، لمياء عماني، عائشة سلمى كيجلي، المسؤولية الاجتماعية مصدر لخلق القيمة المشتركة وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني: إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر، 2017، ص4.

### المطلب الأول: سلسلة القيمة والميزة التنافسية

إن سلسلة القيمة لمايكل بورتر تعتبر من أول المقاربات المنهجية التي اقترحت تمثيلا للمؤسسة التي تضع نصب اهتماماتها الأنشطة التي تراها هامة من المنظور الإستراتيجي، هذه المقاربة التي تسعى أيضا لفهم أثر هذه الأنشطة على التكاليف والقيمة في آن واحد، بحيث تخلق المؤسسة ميزة تنافسية من خلال ممارستها للأنشطة المختلفة والمهمة، وذلك بأدنى تكاليف أو على الأقل بتكاليف أدنى من منافسيها، وذلك من خلال اختيار العمليات المناسبة التي تمكنها من إنتاج مزيج فريد من القيمة. بالإضافة إلى ضرورة دراسة سلسلة القيمة للمؤسسة وربطها بسلسلة القيمة عند الزبائن، وذلك بهدف فهم أكثر في محاولة خلق ميزة تنافسية التي ينطوي تحت لواء خلق القيمة للزبائن<sup>11</sup>. والتي تنعكس في شكل قيمة مالية يكون الزبون مستعدا لدفعها للحصول على منتجات وخدمات المؤسسة.

القيمة حسب ما يراها الزبون تعتمد على مفهوم جودة السلعة أو الخدمة المقدمة، لأنها تلي حاجاته المعلنة، أي محاولة التوفيق بين القيمة والربح. والجودة لا تنحصر فقط في العوامل الأصلية الجوهرية للمنتج، ولكن تغطي عدة الأبعاد مثل

<sup>9</sup> - إسحاق حوشي، نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية و المنفعة الاجتماعية "نموذج مقترح"، ملتقى دولي لدور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، جامعة الشلف، 2016، ص6.

<sup>10</sup> - Arnaud gautier, (2014), les leviers de la création de valeur partagée en contexte PME: étude exploratoire dans la région Rhone- Alpes, p4.

<sup>11</sup> - يوسف بن حمودة، خلق القيمة من خلال إدارة المعرفة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الشلف، 2015، ص106.

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الخدمات المتاحة ما بعد البيع ، السعر، المرونة،...والهدف الأساسي للمؤسسة هو توفير منتج ذا جودة ليزائنها ، لكن المؤسسة عليها أيضا التحكم في التكاليف لكي تحافظ على هامشها الربحي .وبالتالي خلق القيمة يأتي من تعظيم العلاقة (جودة / تكاليف) ،وتعتبر قيمة الزبون هي قيمة نسبية لأنها تختلف من زبون لآخر<sup>12</sup> .

وبناء عليه يعرفها " Michel Porter " في كتابه حول الميزة التنافسية بأنها " القيمة التي يكون باستطاعة المؤسسة أن تخلقها ليزائنها من خلال توفير أسعار أقل من منافسيها أو تقديم منافع أو خدمات مميزة في المنتج كتعويض للزيادة المفروضة في الأسعار". ولكي تحقق المؤسسات نجاحها التنافسي ينبغي عليها أن تملك ميزة تنافسية إما في شكل نفقات أقل أو في صورة تقديم منتجات مميزة مع قدرتها على الاحتفاظ بهذه المزايا على المدى الطويل.<sup>13</sup>

اقترح بورتر سنة ( 1986 ) استخدام مفهوم سلسلة القيمة أو سلسلة النشاطات لتحديد الميزة التنافسية .حيث الأنشطة الأساسية هي عمليات الإنتاج، النقل، عمليات التسويق والبيع ، الخدمات ، وأنشطة الدعم هي البنية التحتية ، وإدارة الموارد البشرية ، وتطوير التكنولوجيا ، والمشتريات(التمويل). ووفقا لبورتر ، الشركة تخلق القيمة من خلال المعرفة والخبرة .ولذلك فهي لديها مصلحة لتقييم ورصد كل حلقة في سلسلة القيمة من أجل تعزيز مزاياها التنافسية أو تطوير أخرى جديدة.<sup>14</sup> ، وهذا ماهو موضح في الشكل رقم (1-3):

الشكل رقم (1-3) يمثل: سلسلة القيمة لمايكل بورتر



المصدر: الوليد هلالي، الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة، أطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2009، ص76.

<sup>12</sup> - منى مسغوني - لمياء عماني - عائشة سلمى كيجلي ، المسؤولية الاجتماعية مصدر لخلق القيمة المشتركة وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني :

إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر، 2017، ص6.

<sup>13</sup> - محمد بن الدين، المناولة الصناعية كإستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية، مذكرة دكتوراه غير منشورة، جامعة تلمسان، الجزائر، 2013، ص41.

<sup>14</sup> - مريم بولمية، البعد المعنوي لإشكالية خلق القيمة، أطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة عنابة، 2012، ص60- ص61.

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من خلال هذا الشكل يمكننا الإستدلال على الأنشطة الأساسية وأنشطة الدعم:

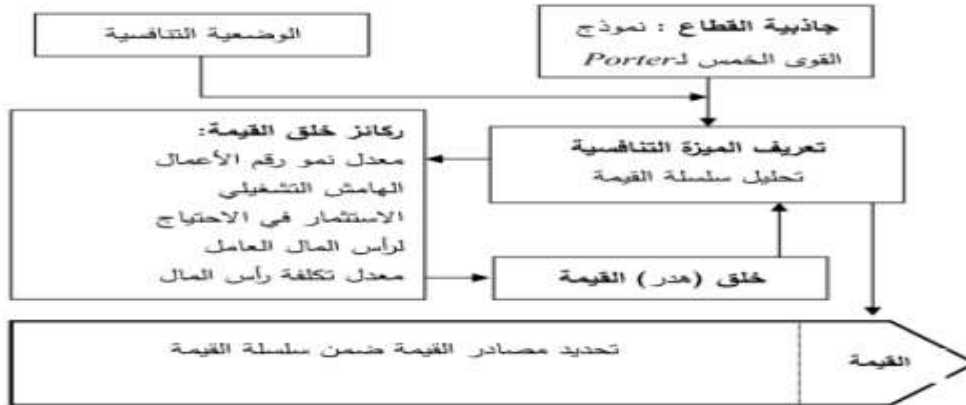
**الأنشطة الأساسية:** هي تلك الأنشطة التي لها علاقة بتصميم وخلق وتسليم المنتج بالإضافة إلى تسويقه ودعمه

وتوفير خدمة ما بعد البيع، وبذلك فهي تضم بشكل أساسي ما يلي: الإمدادات الداخلية- العمليات - الإمداد الخارجي - التسويق والمبيعات - خدمة المستهلك<sup>15</sup> .

**أنشطة الدعم:** وهي التي تزود الأنشطة الأولية في سلسلة القيمة بالمدخلات اللازمة التي تسمح لها بالتحقق والحدوث، تتمثل أساسا في: البنية الأساسية للمؤسسة - إدارة الموارد البشرية - البحث والتطوير - الشراء ( إدارة المواد )<sup>16</sup> .

إن سلسلة القيمة يمكنها أن تحدد الميزة التنافسية، وأيضا القيمة الناتجة عنها. سلسلة القيمة تسمح بتحديد الترابط بين الميزة التنافسية وتدفقات الخزينة عبر مؤشرات أولية لخلق القيمة ( نمو رقم الأعمال والهامش التشغيلي، الاستثمار في الأصول الثابتة ورأس المال العامل، ومعدل تكلفة رأس المال)، حيث تؤثر جودة هذه الميزة الإستراتيجية على التدفقات النقدية التي تولدها المؤسسة، وبالتالي تؤثر على خلق القيمة<sup>17</sup>. هذا ما يوضحه الشكل (1-4):

الشكل رقم (1-4) تحليل التنافسية وسلسلة القيمة لخلق القيمة



المصدر: (Caby (2005)، نقلا عن لمياء عماني، عائشة سلمى كيجلي، خلق القيمة واقتصاد الأصول غير المادية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، 2017، ص324.

وقد أعطى بورتر أهمية خاصة لعنصر البحث والتطوير الذي يتطلب استثمارا متراكما، واعتبره عنصرا هاما في العملية الإنتاجية، وهي وظيفة يمكن أن تساهم في خلق القيمة، حيث تكتسب الميزة التنافسية سمة الديناميكية من خلال الابتكار،

<sup>15</sup> - (محمد بن الدين، مرجع سابق، ص27.

<sup>16</sup> - (الوليد هلاي، الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة، أطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2009، ص 77.

<sup>17</sup> - (لمياء عماني - عائشة سلمى كيجلي، مرجع سبق ذكره، ص325.

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ويعمل على اكتشاف مزايا تنافسية للمؤسسة، واكتشاف طرق جديدة للتسويق وإدخال التعديلات المطلوبة على منتجات المؤسسة لمواكبة الرغبات المتجددة للمستهلكين.<sup>18</sup>

إن اختيار المؤسسة فيما يخص سلسلة القيمة يقوم على أسلوب أداء بعض الأنشطة وكذا إمكانية مناومتها في حال ملاحظة ضعف كفاءتها مقارنة بنظيراتها عند المنافسين، وتجدر الإشارة إلى أن وضع سلسلة القيمة لا بد أن يتم بطريقة متقنة ودقيقة من أجل وضع ميكانيزمات خلق المزايا التنافسية في الواجهة<sup>19</sup>. وفي هذا الإطار يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تكون جزءا من سلسلة القيمة للمؤسسات الكبرى.

### المطلب الثاني: إستراتيجيات النمو لخلق القيمة

تختار المؤسسة وضعا معيناً من النمو (داخلي، خارجي) من أجل توسيع عملياتها وتحسين أدائها، حيث يتم إختيار كل وضع وفقاً لأهداف المؤسسة، ووفق ديناميكيات السوق (المنافسين، تغيرات العرض والطلب، تغير أسعار المنتوجات والمواد...)، غير أن النمو الداخلي هو أكثر ملائمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مقابل النمو الخارجي الذي يكون أكثر ملائمة للمؤسسات الكبرى.

### الفرع الأول: النمو الداخلي

يمكن تعريف النمو الداخلي بأنه خيار التطوير من موارد الخاصة ( طرح وتصميم وتنفيذ منتجات جديدة، أو توسع موقع إنتاج أو إنشاء فرع تسويقي، وما إلى ذلك<sup>20</sup>. يحدث النمو الداخلي في المؤسسة نتيجة للتفاعلات التي تحصل بين مجموعة من المتغيرات الاقتصادية والمالية، والتي هي بمثابة مؤثرات فنية تمثل المراكز الحساسة للنمو. فيكشف تحليل تلك المتغيرات عن مختلف السلوكيات الاقتصادية والمالية التي تنتهجها المؤسسات لتسجيل مختلف معدلات النمو. وتعبير آخر، يسمح تحليل العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية والمالية، التي تكون تحت سيطرة ومراقبة المؤسسة، بإبراز وتفسير الميكانيزمات المتحكم في النمو الذاتي لها<sup>21</sup>.

### الفرع الثاني: النمو الخارجي

عرف R.Paturel النمو الخارجي على أنه عمليات الحياة المباشرة، الجزئية أو الكلية، المؤسسة أو فرع عن طريق الابتلاع مثلاً، أو الحياة غير المباشرة عن طريق السيطرة على مؤسسة أخرى بامتلاك المؤسسة لحصة هامة من رأسمالها يكفي لتولي السيطرة عليها وإدارتها، أو السيطرة دون مساهمة مباشرة و ذلك بواسطة وسيط مالي (الشركات القابضة؛ صناديق الاستثمار؛

<sup>18</sup> - منى مسغوني، تسيير الكفاءات والأداء التنافسي المتميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة ورقلة، 2013، ص 141.

<sup>19</sup> - يوسف بن حمودة، مرجع سابق، ص 107.

<sup>20</sup> - Dayan, A.(1999).manuel de gestion. 1edition.ellipses.paris.p207.

<sup>21</sup> - عبد المجيد قدي، عبد الوهاب دادن، تحليل المنطق المالي لنمو المؤسسات الاقتصادية كأسلوب لتقييم الأداء المالي، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005، ص520.



## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الوكالات المالية... الخ)، أو بواسطة مؤسسة أخرى تقع تحت سيطرة وإدارة المؤسسة، و ذلك على مجموعة من عوامل الإنتاج المرتبطة فيما بينها بعلاقات تنظيمية داخلية و لها القدرة على الإنتاج و/أو تقديم الخدمات و تستحوذ على حصة سوقية<sup>22</sup>.

تتمثل الأشكال الأساسية للنمو الخارجي في:

1) الشراكة: عرفت الشراكة من قبل K.Ghazouli (1995) على أنها عملية تتم على المدى الطويل أو المتوسط، بين مؤسستين غير متنافستين على الأقل يلتزمان فيها بتحمل المخاطر معا لبلوغ الأهداف المشتركة، وتتخذ الشراكة عدة أشكال تصنف ضمن الفئات الآتية:

✓ الشراكة بين مؤسسات مختلفة لا تمارس نفس النشاط ولا تنشط في نفس السوق ولا تتخذ فيما بينها وضعيات العميل أو المورد أو المنافس؛

✓ الشراكة التي تجمع المؤسسة مع مؤسسات أمامية وخلفية والمتعلقة بالعقود التي توكل فيها المؤسسة إلى مؤسسات تتخذ بالنسبة لها موقع العميل أو المورد بممارسة جزء من أنشطتها، ومن بين هذه العقود: عقد المناولة، الوكالات المعتمدة، الرخص بأنواعها..... الخ.

✓ الشراكة التي تتم بين مؤسسات تنشط في نفس السوق، هدفها هو إحداث أثر التآزر التجاري بين أنشطتها.<sup>23</sup>

2) التعاقد من الباطن: التعاقد من الباطن هو عبارة عن عقد فرعي يعطي المؤسسة ما حاصلة على عقد رئيسي تم إبرامه مع جهة ما تسمى "صاحبة الشغل" بتكليف مؤسسة أو جهة أخرى تسمى "التعاقد من الباطن"، بتنفيذ جزء من هذا العقد أو كله<sup>24</sup>. ذلك العقد الذي يبرمه متعاقد أو مؤسسة مشتركة مع مؤسسة أخرى أو شخص أجنبي يدعى المقاول من الباطن بغية تنفيذ العمل الأصلي أو الحصول على منفعة ناشئة عن العقد الأصلي والذي يستند في وجوده ونطاقه ومدته إلى العقد الأصلي باعتباره سبب وجوده<sup>25</sup>. تسمح إستراتيجية التعاقد من الباطن للشركاء في الإستفادة فيما بينهم من بعض المزايا كتقاسم المخاطر أو خفض تكاليف الإنتاج والخدمات وخلق قيمة مضافة جديدة... الخ.<sup>26</sup> هذه الإستراتيجية هي واحدة من إستراتيجيات الترخيص "Externalisation" التي تتبعها المؤسسات الكبرى والتي يمكن أن تستفيد منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتوسيع حجم نشاطها ونموها من خلال الحصول على صفقات وعقود "التعاقد من الباطن".

3) المساهمة الجزئية في أصول مؤسسة أخرى: هي إشترك المؤسسة مع مؤسسة أخرى أو عدة مؤسسات في حيازة مؤسسة مستقلة أو تولي السيطرة المشتركة عليها بامتلاك حصص من رأس مالها كافية، لذلك يعتبر نموًا خارجيًا، لأن عملية الحيازة هذه شملت موارد مرتبطة فيما بينها<sup>27</sup>.

<sup>22</sup> - (إلياس بن ساسي، محاولة ضبط مفهومي النمو الداخلي والنمو الخارجي للمؤسسة كمنطلق للمفاضلة بينهما، مجلة الباحث، العدد6، 2008، ص38.

<sup>23</sup> - (إلياس بن ساسي، الخيارات الإستراتيجية لنمو المؤسسة، ط1، دار وائل للنشر، عمان- الأردن، 2011، ص114- ص115.

<sup>24</sup> - (علاي فتحة - فاطمة الزهراء عراب، تنشيط المناولة الصناعية كخيار استراتيجي هام لدعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، ملتقى حول استراتيجية التنظيم

ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012، ص5.

<sup>25</sup> - (محمد بن الدين، مرجع سبق ذكره، ص111.

<sup>26</sup> - (محمد الأسود، المناولة وإخراج الأنشطة في قطاع الخروقات، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد9، جامعة ورقلة، جوان 2016، ص240.

<sup>27</sup> - (إلياس بن ساسي، محاولة ضبط مفهومي النمو الداخلي والنمو الخارجي للمؤسسة كمنطلق للمفاضلة بينهما، مرجع سبق ذكره، ص39.

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن تواجد المؤسسة أمام كل هذه الخيارات ( النمو الداخلي، النمو الخارجي ) يدفع متخذ القرار فيها إلى التفكير في الاتجاهات الإستراتيجية التي تمكن المؤسسة من النمو في ظلها، فكل خيار من هذه الخيارات يضع متخذ القرار أمام شبكة من هذه الاتجاهات تؤدي كلها في آخر المطاف إلى تحقيق النمو<sup>28</sup>.

### المطلب الثالث: الركائز المالية لخلق القيمة

إن واحدة من أهم الركائز المالية هي الإستدانة وأثر الرفع المالي الناتج عنها. الرافعة المالية هي آلية معروفة منذ فترة طويلة جدا، وقد تم إعادة اكتشافها مرة أخرى، بمناسبة التطورات في النظرية المالية الحديثة والبحوث على الهيكل الأمثل لموارد الشركة<sup>29</sup>. وتظهر الرافعة المالية الزيادة في الربحية المالية بسبب الزيادة في المديونية. بمعدل يقل عن معدل الربحية الاقتصادية<sup>30</sup>. إن مبدأ أثر الرافعة يبني على أن المؤسسة عندما تقوم بالاستدانة واستثمار الأموال المقترضة في مجال نشاطها الصناعي و التجاري، فإنها تحصل من جراء ذلك على نتيجة اقتصادية التي تكون من المفروض أعلى من التكاليف المالية للمديونية، ففي هذه الحالة تحقق المؤسسة فوائض، تتمثل في الفرق بين المردودية الاقتصادية وتكلفة الأموال المقترضة، هذا الفائض سوف يعود إلى الملاك ويرفع بذلك مردودية الأموال الخاصة<sup>31</sup>. باعتبار أن تكلفة الديون ثابتة وغير مرتبطة بالنتائج المالية.

تسعى إستراتيجية الرافعة المالية إلى تحقيق هامش ربحي صغير مقابل توسيع قاعدة الاستثمارات وبالتالي مردودية اقتصادية قليلة، مما يجعل المؤسسة في حاجة إلى التمويل الذاتي متجهة إلى الاستدانة البنكية للرفع من مردودية الأموال الخاصة من خلال ميكانيزم أثر الرافعة المالية تحت شرط انخفاض القيمة الحقيقية لتكلفة الاستدانة<sup>32</sup>. بالنسبة لسياسة الإستدانة هي من الموارد المالية الضرورية، حيث تلجأ المؤسسة إلى الإستدانة الخارجية بالرغم من إرتفاع مستوى القدرة على التمويل، ويتوقف حجم الإستدانة تبعا لمعدل نمو النشاط تحت قيد تكلفة الإقتراض والخطر المالي<sup>33</sup>. تكمن أهمية الاستدانة في الدور الذي تلعبه في توفير الموارد الضرورية لاستمرار النشاط وتبرز ضرورة الاستدانة بوضوح عند عدم تمكن قدرة المؤسسة على التمويل الذاتي في إحداث النمو المطلوب في رأس المال.

الإستدانة عامل أساسي لتحقيق النمو، فهي متغير إستراتيجي هام لتحقيق نمو الأصول الإقتصادية وبالخصوص الرفع من القدرات الإنتاجية، كما يستعين المسير المالي بتقنية أثر الرافعة المالية للإستدانة على المردودية وأرباح الأسهم لتقدير حجم الاستدانة الضرورية لتمويل الاحتياجات المالية<sup>34</sup>.

<sup>28</sup>-( إلياس بن ساسي، الخيارات الإستراتيجية لنمو المؤسسة، مرجع سابق، ص 115.

<sup>29</sup>- Conso,P. (1999). **gestion financière de l'entreprise**. 9 édition. Dunod. Paris. p288.

<sup>30</sup>- Melyon,G. (2007).**Gestion financière**. 4 editin. Bréal. Rome . p 178.

<sup>31</sup>- يوسف قريشي، سياسة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005،ص107.

<sup>32</sup>-( عبد الغني دادن، قراءة في الأداء المالي والقيمة في المؤسسات الإقتصادية، مجلة الباحث، العدد،4،2006، ص45.

<sup>33</sup>-( إلياس بن ساسي - يوسف قريشي، التسيير المالي ( الإدارة المالية )، دار وائل للنشر، الأردن، 2006، ص248.

<sup>34</sup>-( مرجع سابق، ص250.

### المطلب الرابع: دور الأصول غير المادية في خلق القيمة

حسب التعريف الذي أورده منظمة OCDE 2008 فإن الأصول غير المادية هي التي الأصول تجمع الخصائص التالية:

- ليس لها وجود مادي ؛
- يمكن للمؤسسة أن تحتفظ بها أو أن تتاجر بها ؛
- يمكن اعتبارها مصدرا لمزايا اقتصادية مستقبلية محتملة وغير مؤكدة<sup>35</sup>.

تشمل الأصول غير المادية أعمال البحث والتطوير أو رأس مال المعرفة أو رأس المال الفكري، الذي تنتج عنه الميزة التنافسية، البراءات والعلامات التجارية، وتطور مفهوم رأس المال الفكري ليشمل الموارد والطاقت البشرية ضمن رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، أو الوسائل الهيكلية، قاعدة البيانات، التكنولوجيا، الثقافة، العادات، رأس مال العلاقات، السيورة التنظيمية، شبكة الزبائن والموردين خاصة في حالات التخريج، وتم إضافة بعض العناصر كالقدرة على خلق المعارف، حقوق الاستفادة من التكنولوجيا، قدرة المسيرين على وضع الإستراتيجية الملائمة، الابتكار، رأس مال المعلومات، رأس مال- النمو، والقدرة على تطوير المؤسسة والتكيف مع المحيط<sup>36</sup>. وهناك عدة تفسيرات للأصول غير المادية يمكن أن نأخذ بتقسيم الأصول غير المادية إلى رأس المال الهيكلي، رأس المال البشري:

#### 1. رأس المال البشري:

يعرف رأس المال البشري على أنه المعارف والكفاءات التي يستطيع الفرد التحكم فيها، والتي تتجمع طوال فترة التعليم التي يتلقاها، ومختلف التكوينات التي يتلقاها والخبرات التي يكتسبها، ويتألف رأس المال البشري من ما هو موجود في فكر الأفراد يعني المعارف والكفاءات والتحفيز ومواصفات الأفراد مثل: الذكاء، المعرفة العلمية، الإبداع، وطريقة العمل<sup>37</sup>.

#### 2. رأس المال الهيكلي:

يتمثل رأس المال الهيكلي في كونه جميع العناصر التي تبقى في المؤسسة عندما يغادر الأفراد مؤسستهم ، و بالتالي يمكن القول أن رأس المال الهيكلي هو ما ينشئ من معارف و خبرات الأفراد والذي يتم تحويله إلى قواعد بيانات وبرمجيات تظل داخل المؤسسة و بالتالي يعتبر هذا الأخير عامل دعم للأفراد من شأنه إعطاء السهولة اللازمة للقيام بمختلف المهام<sup>38</sup>. ويمكن تقسيمه إلى:

- رأس المال الهيكلية الداخلية: يعني قدرة المؤسسة على خلق القيمة من خلال إدارة جيدة للمخاطر، الإنفاق على أعمال البحث والتطوير، إبراز المواهب الخلاقة القادرة على الابتكار، تقاسم المعارف من خلال إدارة المعرفة؛

<sup>35</sup> - لمياء عماني - عائشة سلمى كيجلي ، مرجع سبق ذكره، ص327.

<sup>36</sup> - المرجع السابق ، ص327.

<sup>37</sup> - منى مسغوني، مرجع سبق ذكره، ص191.

<sup>38</sup> - يوسف بن حمودة، مرجع سبق ذكره، ص 142.

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- رأس المال الهيكلية الخارجية: يعني قدرة المؤسسة على خلق القيمة من خلال شبكة العلاقات مع الشركاء من الخارج، بما يشمل من رأس المال الزبائن والموردين، صورة المؤسسة والعلامات، الشبكات المرتبطة بالتوزيع، المحيط والبنى المجتمعية، أي القدرة الخارجية على الوصول إلى التنمية المستدامة<sup>39</sup>.

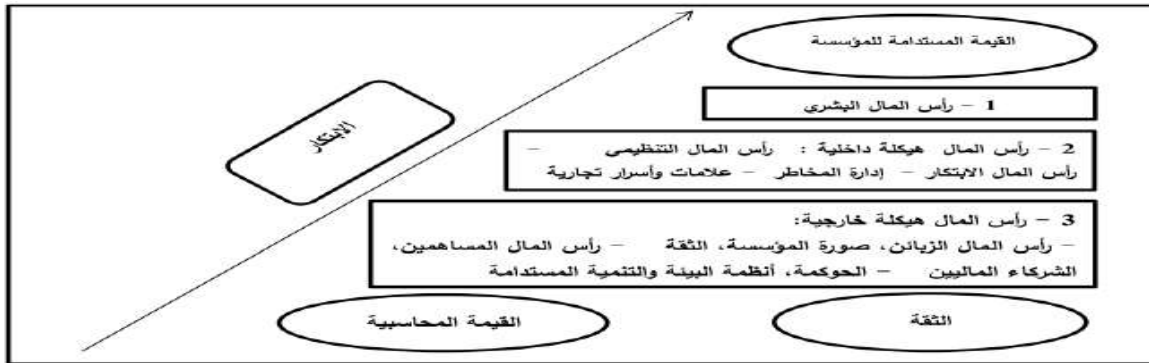
يجدر الإشارة إلى أن الأصول غير المادية لا تخلق بحد ذاتها القيمة، أي لا تخلق القيمة بمجرد تكوينها، إنما يحدث ذلك عندما تتكامل مع عوامل أخرى للإنتاج، وعندما تتحسن السيولة التجارية، وتتوفر أنظمة معلومات مناسبة، أي عندما يتيح وجودها في المؤسسة إمكانية الاستفادة من أثر التعاضدية. من خلال ما سبق سنوضح المعادلات الثلاثة للإقتصاد غير المادي<sup>40</sup>:

1. القيمة = القيمة: تعبر عن الإقتصاد غير المادي الذي يقوم أساسا على السلوك المهني والأفراد، ثقافة المؤسسة تتضمن إمكانية تقاسم رؤية استراتيجية، القيم في المؤسسة تؤسس بشكل أساسي قيمة المؤسسة، هذه الأخيرة تشمل بشكل قابل للاستدامة: رأس المال الزبائن، رأس المال البشري، ورأس المال المساهمين.

2. القيمة = التقاسم: قوة المؤسسة ليست في الامتلاك بل في التقاسم، حيث يأتي الثمين من دوران المعلومة، فإذا تميز الإقتصاد المادي بتبادل سلعة بسلعة فإن الإقتصاد غير المادي يتميّز بتبادل فكرة بأفكار، ولذلك يعتمد نظام خلق القيمة على التعاضدية بين الأصول غير المادية.

3. التقاسم = عقد إجتماعي جديد: يعني أن خلق القيمة مشروط بتقاسم القيمة بين الشركة والمساهمين، الموظفين، وأيضا أصحاب المصلحة الآخرين في المؤسسة، وذلك من خلال احترام مبدأ التنمية المستدامة. الشكل رقم (1-5) يوضح أثر التعاضدية بين الأصول غير المادية، وكيف يتم الانتقال من القيمة المحاسبية إلى القيمة المستدامة للمؤسسة عبر آلية الابتكار من ناحية وبناء النقد من ناحية أخرى. فالإبتكار يطور من أشكال رأس المال غير المادي فتعزز مفاهيم خلق القيمة.

الشكل رقم (1-5): يوضح التعاضدية بين الأصول غير المادية وخلق القيمة



المصدر: لمياء عماني، عائشة سلمى كيجلي، خلق القيمة واقتصاد الأصول غير المادية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، 2017، ص329.

<sup>39</sup> - (لمياء عماني - عائشة سلمى كيجلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 328-329).

<sup>40</sup> - (Andrieux, M-A) نقلا عن لمياء عماني، عائشة سلمى كيجلي، خلق القيمة واقتصاد الأصول غير المادية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، ص239.

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وعلى وجه الخصوص، يمكن إستخدام إطار الأصول غير المادية مباشرة لتقييم القدرات، والسؤال المطروح هو: " هل

توجد الأصول / الموارد التي تحتاج لها المؤسسة لإستغلال هذه الفرص؟":

- رأس المال البشري: هل المهارات وكفاءة الإدارة في المستوى المطلوب لإستغلال هذه الفرص؟
- رأس المال الهيكلي: هل هناك قدرة ( قدرات التسويق / المبيعات ) على التجاوب مع الفرص؟
- رأس المال العلاقات: هل هناك علاقة مهمة مع الزبائن والشركاء، وهل تتوافق العلامة التجارية مع الإستراتيجية المتبعة؟
- رأس المال الإستراتيجي: هل تتطابق نماذج الأعمال مع الفرص، وهل هناك فهم كاف للعوامل الخارجية؟<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup>) -Jarboe,K.P.(2015). Intangible Assets as a Framework for Sustainable Value Creation, Athena Alliance, <https://intangibleeconomy.files.wordpress.com/2016/02/intangible-assets-as-value-creation-framework-july-2015.pdf>, p7.

### المبحث الثاني: الدراسات السابقة

نظرا لما تكتسيه هذه الدراسات من أهمية في الوقوف على أهم الأساليب والإجراءات، والنتائج والتوصيات التي توصلت إليها ، ولأننا نعمل وفق تصور خاص بنا، فمن الصعب إيجاد دراسة سابقة تتقاطع مباشرة مع هذا الموضوع، وعليه تم إنتقاء الدراسات الأقرب للموضوع والتي تشترك معه في بعض محددات خلق القيمة.

### المطلب الأول: دراسات باللغة الأجنبية

#### 1. دراسة " Jean de Dieu Elisée Koudjo" <sup>42</sup>:

هدف الباحث إلى قياس وتحليل مدى قدرة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على إنشاء الثروة، يتم في هذه الدراسة تحليل وقياس مدى قدرة هذه المؤسسات على إنشاء الثروة لمستهلكي القروض الصغرى من مؤسسات التمويل الأصغر الثلاثة الأولى في بنين خلال الفترة الممتدة من 2003 إلى غاية 2005.

تم أخذ 156 مؤسسة صغيرة ومتوسطة تنتمي لقطاع التنمية المزدوجة في بنين، واستخدم الباحث مؤشر خلق القيمة ( القيمة الاقتصادية المضافة EVA)، محددات الأداء ( مؤشر الربحية المالية ) وطبقه على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مستهلكة القروض الصغرى من مؤسسات التمويل المصغر.

توصل الباحث إلى النتائج الآتية: أن 77٪ من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم البالغ عددها 156 مؤسسة غير مواتية لتحليل خلق القيمة، لأنها تفشل في تحقيق الربحية المالية. ويترتب على ذلك أن 36 فقط من أصل 156 مؤسسة صغيرة ومتوسطة الحجم تخلق قيمة. على هذا المستوى، يتراوح معدل الخلق بين 0.0871٪ و 1.9599٪ من رأس المال المستثمر.

#### 2. دراسة " Arnaud Gautier - Anca Badia - Sandrine Berger-Douce" <sup>43</sup>:

هدف هذه الدراسة هو توضيح أهمية خلق القيمة المشتركة من خلال ركائزها الثلاثة: الإدماج في شبكة إقليمية، تطوير المنتجات والخدمات والأسواق، إعادة تعريف سلسلة القيمة الخاصة بها في سياق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. أجرى الباحثون دراسة إستقصائية من خلال توزيع إستبيان على 488 مؤسسة صغيرة ومتوسطة بمنطقة Rhône- Alpes.

<sup>42</sup> - Jean de Dieu Elisée Koudjo, (2008) : "Analyse et mesure de la création de richesse des PME bénéficiaires des services financiers décentralisés au Benin : une approche constructiviste du modèle théorique EVA sur données de panel".

<sup>43</sup> - Arnaud Gautier - Anca Badia - Sandrine Berger-Douce, (2014). Les leviers de la creation de valeur partagée en contexte PME : étude exploratoire dans la région Rhône-Alpes

وقد توصل الباحثون إلى أن مفهوم خلق القيمة المشتركة الذي إستخدمه (Porter et Kramer 2011) يتطلب تطويره لكي يعكس بشكل أفضل واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ودعت هذه الدراسة التي تتسم بطابع إستكشافي إلى إمكانية تعزيز مختلف الركائز المحتملة لخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، على سبيل المثال من خلال التحليل الديناميكي.

### 3. أبحاث الباحثة الفرنسية (Marie- Ange Andrieux):

تعد هذه السلسلة من الأبحاث المهمة لتتبع هذا النهج المتمثل في البحث عن محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

### 4. دراسة Jallouli, I<sup>44</sup>:

هدف الدراسة هو الوصول إلى تحديد جيد للأصول غير المادية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكيفية قياسها وأثرها على الأداء وخلق القيمة. وذلك من خلال إختبارات الإستراتيجية المتبعة على هذه العلاقة. الدراسة شملت عينة من 283 مؤسسة صغيرة ومتوسطة صناعية في كندا من خلال البيانات المتاحة على قاعدة البيانات PDG، إضافة إلى الإستبيان. أظهرت الدراسة نتائج متواضعة لمساهمة الأصول غير المادية في خلق القيمة، وأكدت على دور الإستراتيجية المتبعة كمتغير مهم يساهم في تحديد جيد للأصول غير المادية وطريقة قياسها وأثرها على الأداء.

### المطلب الثاني: دراسات باللغة العربية

#### 1. دراسة إلياس بن ساسي<sup>45</sup>:

هدف الباحث في هذا المقال إلى تصحيح المسار الحقيقي الذي وجدت من أجله المؤسسة الإقتصادية الوطنية، والمتمثل في خلق القيمة وتحقيق الفوائض المالية وتوزيعها على مختلف المتعاملين الإقتصاديين. فقد سعى الباحث إلى تشخيص الوضعية المالية للمؤسسة الوطنية للتنقيب بحاسي مسعود ENAFOR في الفترة من 1977- 1999، وذلك من أجل تحديد السلوك المالي المنتهج لتمويل الإحتياجات المالية المتزايدة والتي شهدت نمو متسارع في رقم الأعمال، واستخدم في تشخيص الوضعية المالية للمؤسسة على جدول التدفقات المالية المتعدد السنوات المتضمن لأرصدة مالية تعطي دلالة دقيقة في تحليل مختلف السيناريوهات الممكنة للسياسة التمويلية للنمو.

<sup>44</sup> - Jallouli, I (2008). Relation entre le capital immatériel des PME manufacturières et leur performance: une de exploratoire étumémoire présenté à l'université du québec.

<sup>45</sup> - (إلياس بن ساسي 2005): مداخلة بعنوان "النمو ومفهوم خلق القيمة كمؤشر للأداء المالي والإستراتيجي للمؤسسة حالة المؤسسة الوطنية للتنقيب بحاسي مسعود ENAFOR ولاية ورقلة - الجزائر".

## الفصل الأول.....محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

توصل الباحث إلى أن المؤسسة لازالت بعيدة عن مسارها الحقيقي المتمثل في اعتمادها الكلي على نشاطها الأساسي في إنتاج الثروة. ويرى أن تحقيق الفائض القيمة يؤدي إلى توظيف هذا الفائض في استخدامات جديدة، أي نمو أصول المؤسسة و تنوع نشاطها أو تميزه، وتحقيق هذا النمو يؤدي إلى زيادة قدرة المؤسسة على خلق القيمة في المستقبل، و منه فالعلاقة بين النمو و خلق القيمة علاقة تبادلية.

### 2. دراسة سمية دربال<sup>46</sup> :

هدفت الباحثة في هذه الأطروحة إلى تحليل الجوانب الإقتصادية والإستراتيجية والمالية لمفهوم نمو المؤسسة الذي يتميز بتعدد جوانبه وتعقدها وتداخلها، كما تهدف إلى محاولة تحليل المنطق المالي لنمو المؤسسات الإقتصادية بإبراز وتفسير العوامل الداخلية المتحكمة في النمو.

فقد سعت الباحثة إلى تحليل سلوك المؤسسات الإقتصادية في تمويل نموها الداخلي باستخدام طريقة التحليل التمييزي للكشف على أثر لوجود للحجم على المنطق المالي لنمو هذه المؤسسات، وفي مرحلة ثانية وباستخدام طريقة التحليل إلى مركبات أساسية حاولت تحديد العوامل الخفية غير الظاهرة الداخلية لتمويل نمو كل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة على حدى.

توصلت الباحثة في دراستها إلى أن الإستراتيجيات المالية المنتهجة لتدعيم النمو في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تختلف عن تلك الإستراتيجيات المعتمدة في المؤسسات الكبيرة، كما كشفت الدراسة عن العوامل الداخلية المتحكمة في المنطق المالي لنمو كل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة.

### 3. دراسة عبد الوهاب دادن<sup>47</sup> :

هدف الباحث في هذه الأطروحة إلى إيجاد طريقة علمية تسمح بالكشف عن السلوك والمنطق المالي الذي تتميز به المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تمويل نموها الداخلي، كما هدف الباحث كذلك إلى تبيان كيفية ترشيد القرارات المالية للمؤسسات وتوجيهها نحو تسجيل معدلات نمو متوازنة.

فقد سعى الباحث لإيجاد طريقة عملية تسمح بالكشف عن السلوك والمنطق المالي الذي تتميز به المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية - حسب نشاطها - لتمويل نموها داخليا، وذلك بالإعتماد على مزيج من أدوات التحليل المالي - أدوات الإحصاء الكلاسيكي - والتحليل الإحصائي متعدد الأبعاد. توصل الباحث إلى أن سلوك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تمويل نموها الداخلي تتحكم فيه عدة عوامل أهمها: الحجم - طبيعة النشاط - هيكل التمويل .

<sup>46</sup> - ( دربال سمية (2012): أطروحة ماجستير بعنوان " سلوك المؤسسات الإقتصادية في تمويل نموها الداخلي - دراسة مقارنة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة الجزائرية خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2010 -"

<sup>47</sup> - ( دادن عبد الوهاب ( 2008): أطروحة دكتوراه بعنوان " دراسة تحليلية للمنطق المالي لنمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية - نحو بناء نموذج لترشيد القرارات المالية - "



### المطلب الثالث: مقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

بعد استعراضنا للدراسات السابقة التي تم إدراجها في مجال الدراسة نجد أنه هناك أوجه تشابه وأوجه اختلاف في عدة جوانب أهمها ما يلي :

- 1- من ناحية الهدف تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها تم اسقاط مفهوم خلق القيمة على المؤسسات الصغيرة، وذلك من خلال تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- 2- بالنسبة للمنهج المستخدم للمعالجة، معظم الدراسات استخدمت المنهج الوصفي لتوضيح جوانب الموضوع النظرية، والمنهج التحليلي لمعرفة دقيقة ومفصلة للجانب التطبيقي؛
- 3- أما بالنسبة لعينة الدراسة فوجدنا اختلاف بين الدراسات، فكل دراسة أسقطت دراستها على عينة معينة، منها من استخدمت دراسة مقارنة بين المؤسسات الكبيرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والبعض الآخر أسقط دراسته على مجموعة من الشركات، ماعدا دراستين استخدمت أداة الاستبيان في عينة الدراسة إضافة إلى مؤشر خلق القيمة؛
- 4- من حيث نتائج البحث: دراستنا الحالية

توصلت الدراسات السابقة إلى:

- ✓ أن 77% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم البالغ عددها 156 مؤسسة غير مواتية لتحليل خلق القيمة، لأنها تفشل في تحقيق الربحية المالية؛
- ✓ أن مفهوم خلق القيمة المشتركة الذي إستخدمه (Porter et Kramer (2011 يتطلب تطويره لكي يعكس بشكل أفضل واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ أظهرت الدراسة نتائج متواضعة لمساهمة الأصول غير المادية في خلق القيمة، وأكدت على دور الإستراتيجية المتبعة كمتغير مهم يساهم في تحديد جيد للأصول غير المادية وطريقة قياسها وأثرها على الأداء؛
- ✓ المؤسسة لازالت بعيدة عن مسارها الحقيقي المتمثل في اعتمادها الكلي على نشاطها الأساسي في إنتاج الثروة؛
- ✓ الإستراتيجيات المالية المنتهجة لتدعيم النمو في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تختلف عن تلك الإستراتيجيات المعتمدة في المؤسسات الكبيرة؛
- ✓ سلوك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تمويل نموها الداخلي تتحكم فيه عدة عوامل أهمها: الحجم - طبيعة النشاط - هيكل التمويل .

أما بالدراسة الحالية توصلنا إلى أن إستراتيجية النمو الداخلي هي الأنسب للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل نقص وعيها بالمحددات الأخرى.

### خلاصة الفصل :

تطرقنا في هذا الفصل إلى مفهوم خلق القيمة، وأوضحنا مدى نجاعة هذا المفهوم في قيادة المؤسسات ( التسيير بالقيمة)، وأهميته كمؤشر لقياس الأداء، ومقياس مهم لإتخاذ القرارات الإستراتيجية داخل المؤسسة. قمنا أولاً بتحديد الأوجه المختلفة لمفهوم خلق القيمة وصولاً إلى المفهوم الذي قدمه porter and kramer الذي يتناول المؤسسات الكبيرة والذي تم إسقاطه على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن امتلاك المؤسسة لمزايا تنافسية يسمح لها بخلق قيمة أعلى من منافسيها عن طريق وضع المؤسسة لإستراتيجيات تخفيض تكلفة المنتج، أو رفع القيمة التي يوليها العملاء للمنتجات بالاستجابة السريعة لعملائهم.

تتعدد طرق واستراتيجيات نمو المؤسسة، حيث تعتبر استراتيجية النمو ظاهرة اقتصادية تعكس مدى نجاح المؤسسة في تطوير طاقتها الكلية لهدف البقاء والاستمرار، يمكن أن تعتمد المؤسسة على النمو الداخلي من خلال تطوير مواردها، أو النمو الخارجي من خلال حيازتها لأصول مؤسسة أخرى.

كما اتضح لنا من خلال هذا الفصل أن إقتصاد الأصول غير المادية أصبح في الوقت الحالي ضروري لتحليل وفهم مفهوم خلق القيمة ومدى اعتماد المؤسسات عليها في تقييم أداؤها، وأوضحنا العلاقة بين خلق القيمة والأصول غير المادية، وكيف تتضافر جهود هذه الأصول مدعومة بالابتكار للانتقال من القيمة المحاسبية ( لتلك الأصول ) إلى القيمة المستدامة.

## الفصل الثاني:

إسقاط مفهوم خلق القيمة على

واقع المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة

## الفصل الثاني:.....إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

مدخل:

بعد عرض الإطار النظري لهذا الموضوع في الفصل الأول، يأتي الفصل الثاني والذي نهدف من خلاله إلى إسقاط الجانب النظري على الواقع لمناقشة إشكالية محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة، وإبراز أهم ركائز واستراتيجيات والمصادر التي تعتمد عليها هذه المؤسسات في تحقيق النمو وخلق القيمة، حيث سنحاول الإجابة على الإشكالية من خلال إجراء الدراسة التطبيقية على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة لولاية ورقلة، هذه الدراسة من خلال توزيع الإستبيان الذي يضم مجموعة من الأسئلة الغرض منها الإجابة على الإشكالية المطروحة.

وعليه سنتناول ضمن هذا الفصل أهم النقاط التي تساعد على فهم الدراسة وذلك من خلال مبحثين:

**المبحث الأول:** تقديم الطريقة والإجراءات المستخدمة في الدراسة الميدانية

**المبحث الثاني:** عرض نتائج الدراسة الميدانية ومعالجتها وتحليلها

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### المبحث الأول: تقديم الطريقة والإجراءات المستخدمة في الدراسة الميدانية

سنحاول من خلال هذا المبحث تحديد أهم الطرق والأدوات المستخدمة في الدراسة، لغرض ضبط وتنظيم المعلومات، وذلك من أجل الوصول إلى النتائج وتوضيح كيفية تحليلها، كما سيتم من خلال هذا المبحث التعرف على الطريقة والأدوات المستعملة، ومعالجة البيانات، وكذا اختبار صحة الفرضيات.

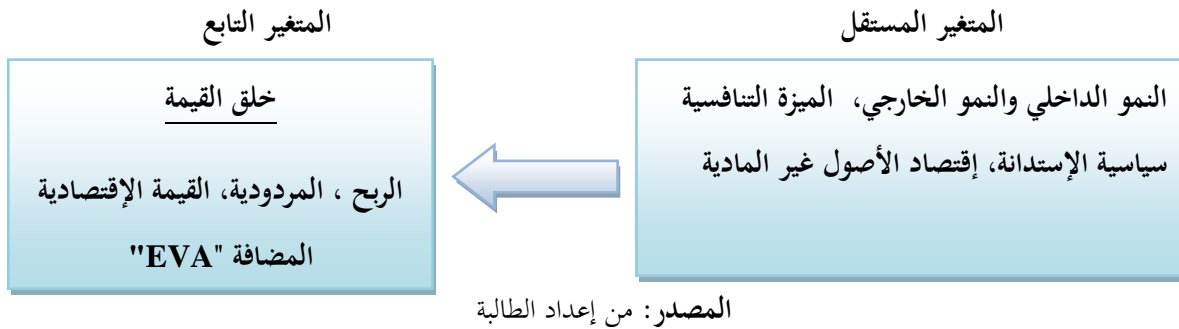
### المطلب الأول: الطريقة المستخدمة في الدراسة

سيتم من خلال هذا المطلب تقديم مجتمع الدراسة وأداة الاستبيان التي استخدمت بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة.

### الفرع الأول: تحديد متغيرات الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير المتغير المستقل محددات خلق القيمة والممثل في أبعاده: عمليات النمو الداخلي والخارجي، الميزة التنافسية ودور الأصول غير المادية سياسة الإستدانة، على المتغير التابع خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. إضافة إلى المتغيرات الوسيطة ويتم قياسها بدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة على الجزء الأول من الاستبيان وهي كالاتي: نوع المؤسسة - طبيعة النشاط - سنة التأسيس - عدد العمال، هذا ما يوضحه الشكل رقم (2-1):

الشكل رقم(2-1): متغيرات الدراسة



### الفرع الثاني: منهج وأداة الدراسة

بهدف توضيح وجهات نظر معظم ملاك ومسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخصوص تأثير عمليات النمو الداخلي والخارجي، وسياسة الإستدانة، تحديد الميزة التنافسية وتطوير الأصول غير المادية على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تم الاستناد على المنهج الوصفي التحليلي، في معالجة المعطيات المتحصل عليها، من خلال تفرغ قوائم الإستبيان، والتي شملت مجموعة من الأسئلة، كما تم الاعتماد في التحليل النتائج المتوصل إليها من خلال برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (statistical package for social sciences) spss ، النسخة 22 بالنظر لكون هذا الأسلوب والأداة يتلاءمان مع طبيعة الدراسة والمتغيرات المدروسة.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### الفرع الثالث : مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من ملاك ومسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية ورقلة بالجزائر، تم اختيارها عشوائيا، يبلغ عددها 30 مؤسسة، ولقد تم اختيار قطاعين الصناعة والخدمات لنرى مدى اهتمامهم بمفهوم خلق القيمة وبمحددات العملية.

أما عينة الدراسة لم اختيارها عشوائيا وإنما قصديا بتقترت وورقلة، حيث تم توزيع 60 إستبانة على ملاك ومسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة على مستوى ولاية ورقلة، ووجهت الاستمارة للملاك والمسيرين لأن العامل البسيط ذو الدراية المحدودة لا يمكنه الإجابة على أسئلة الإستبيان، تم توجيه إستبيانين لكل مؤسسة، لقد قمنا بإلغاء 6 إستبيانات لأنه لم يتم الإجابة عليه بشكل كامل، وبقيت 54 إستبيان قابل للتحليل، سيتم توضيح ذلك في الجدول رقم (2-1):

الجدول رقم (2-1): الإحصائيات المتعلقة بتوزيع الإستبيان

الإستبيان		البيان
النسبة المئوية	العدد	
100%	60	عدد الإستثمارات الموزعة
100%	60	عدد الإستثمارات المسترجعة
10%	6	عدد الإستثمارات الملغاة
90%	54	عدد الإستثمارات الصالحة للتحليل

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج التوزيع والإسترجاع.

### الفرع الرابع : التعريف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة

بعد تحديدنا لعينة الدراسة، سنقوم في هذا الفرع بتقديم الخصائص التعريفية للمؤسسات التي قامت بالإجابة على

الإستبيان، وهي موضحة في الجدول رقم (2-2):

الجدول رقم (2-2): التعريف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الممثلة لعينة الدراسة

الرقم	إسم المؤسسة	سنة التأسيس	نشاط المؤسسة
قطاع الصناعة			
1	مطاحن البهار	2002	إنتاج السميد والفريضة
2	Société construction et l'industrie du métal ( cometh)	2013	صناعة الحديد
3	ONIDRI للإنجاز والهندسة	2011	إنتاج الطماطم
4	مؤسسة SVNCO	2008	صناعة البناء الجاهز

## الفصل الثاني:.....إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

5	مطاحن الواحات moulins des oasis	1983	الصناعات الغذائية وتسويقها
6	مؤسسة الواحات لصناعة صفائح الزنك	2013	صناعة صفائح الزنك
7	مصنع الواحات للآجر العصري	1981	صناعة الآجر العصري
8	مؤسسة قنوعة وإخوانه	2000	إنتاج الفرينة
9	الديوان الوطني لأعضاء المعاقين الإصطناعية ولواحقها	1989	تجهيزات وتصنيع الأعضاء الخاصة بالمعاقين
10	مؤسسة رغوة الجنوب	1982	إنتاج الأفرشة والإسفنج
11	مؤسسة الإسمنت عين التوتة ( وحدة تقرت )	1972	إنتاج وتسويق الاسمنت
12	مؤسسة ملبنة الجنوب	2014	إنتاج الحليب ومشتقاته
13	Eurl UTPS	1999	تحويل البلاستيك
14	Sarl Metal Oasis	2009	نجارة الحديد والتصفيح على الحديد الباردة
15	Linde gaz Algerie	1959	إنتاج وتوزيع الغازات الصناعية
16	Laiterie Alaila	2008	إنتاج الحليب
17	مجمع طيبة للتمور	2014	إنتاج ومعالجة التمور
18	EURL AFRIDAT	1970	إنتاج ومعالجة التمور
19	مؤسسة صناعة الآجر BME	1992	صناعة الآجر
20	مؤسسة مغرب سيراميك	2000	صناعة المنتجات من السيراميك
21	مؤسسة رمال بلاستيك	1990	تحويل البلاستيك
22	مجمع إنتاج الآجر العصري	2010	صناعة الآجر
23	مصنع قنوعة لإنتاج مواد البناء	2003	صناعة الآجر ومواد البناء
24	مؤسسة صناعة العجائن الغذائية	2013	صناعة العجائن الغذائية
25	مؤسسة إنتاج الحليب	2013	إنتاج الحليب
<b>قطاع الخدمات</b>			
26	مؤسسة الأشغال العمومية الكبرى والري	2005	أشغال البناء والري
27	فندق التجاني	2014	سياحة وفندقة
28	مؤسسة التسيير السياحي - فندق الواحات -	1972	فندقة وسياحة
29	مؤسسة البناء الجنوب الشرقي Eco ouest	1997	أشغال البناء
30	مؤسسة أشغال البناء وكل هياكل الدولة	2004	مقاوله

المصدر: من إعداد الطالبة إنطلاقا من نتائج الإستبيان

يوضح الجدول أعلاه (2-2) للمؤسسات محل الدراسة، حيث يوضح إسم المؤسسة وسنة الإنشاء، كما يوضح النشاط الرئيسي لها، ومن خلال الجدول يتبين أن عينة الدراسة تشمل القطاعين الصناعة والخدمات، وأغلبها تنتمي لقطاع الصناعة.

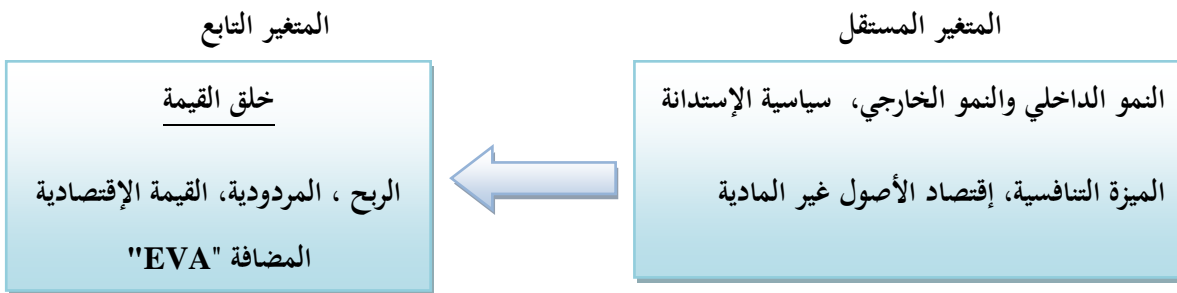
## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### الفرع الخامس: أدوات الدراسة

إنطلاقاً من طبيعة الدراسة تم الإعتماد على مجموعة من الأدوات وهي كالاتي:

❖ الإستبانة: تم الإعتماد على أداة الإستبيان بغرض التعرف على وجهات نظر أفراد العينة في مدى تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع. تم إعداد أسئلة الإستبيان إعتماًدا على الجانب النظري والدراسات السابقة أي النموذج المقترح للدراسة والذي يمكن عرضه في الشكل رقم (2-2):

شكل رقم (2-2): نموذج مقترح لمتغيرات الدراسة:



المصدر: من إعداد الطالبة إعتماًدا على متغيرات الدراسة

تم بناء الإستبيان بهدف معرفة محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، النمو، الميزة التنافسية، أثر الاستدانة على المردودية المالية، ودور الأصول غير المادية، تم تقديم استمارة الاستبيان إلى المستجوبين بشكل مدروس محاولين بذلك مراعاة دقة صياغة الأسئلة وصحة العبارات وبساطتها للوصول إلى الغرض المطلوب، بحيث تم تقسيمه إلى جزئين:

**الجزء الأول:** مخصص للمعلومات العامة المتعلقة بالمؤسسة والمتمثلة في إسم المؤسسة - حجمها - نشاطها - سنة التأسيس، وكذا عدد العمال.

**الجزء الثاني:** يشمل مجموعة الأسئلة القائمة على محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

❖ المقابلة: تم القيام بالمقابلة مع بعض مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من أجل الإجابة على الإستبيان وتوضيح الأسئلة التي صعب عليهم فهمها، وكذا إقناعهم بأن معلومات المؤسسة ستبقى في سرية تامة ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

❖ برنامج ال Excel: الغرض من إستخدام هذا البرنامج، هو تبويب بيانات الإستبيان، وتسهيل عملية نقلها إلى ال SPSS من أجل معالجتها؛

❖ برنامج ال SPSS: يستخدم البرنامج لغرض إجراء التحليلات الإحصائية للبيانات المختلفة، بهدف إيجاد مقاييس النزعة المركزية مثل : الوسط الحسابي لمجموعة من البيانات ، وحساب مقاييس التشتت ، وحساب معاملات الارتباط، وغير ذلك من التحليلات الإحصائية.



## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### الفرع السادس: الطريقة المستخدمة في القياس

يوضح هذا الجزء وصفا لأداة المستخدمة في الدراسة، حيث جاءت مختلف الفقرات مغلقة متاحة للإجابة وفقا لمقياس ليكارت الخماسي نظرا لتناسبه مع مثل هذه الدراسات، وكانت الخيارات المتاحة أمام كل عبارة ( غير موافق جدا - غير موافق - لا أدري - موافق - موافق جدا )، وهذا ما سيتم توضيحه في الجدول رقم (2-3):

الجدول رقم (2-3): الأوزان المعطاة لخيارات الإجابة في قائمة الاستقصاء حسب ليكارت الخماسي

الأوزان	الرأي
1	غير موافق جدا
2	غير موافق
3	لا أدري
4	موافق
5	موافق بشدة

المصدر: عبد الفتاح عز، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام الSPSS، الجزء 3، ص540.

يتم بعد ذلك تحديد فئات المتوسط المرجح، وذلك من أجل الإستعانة به في الحكم على دلالة المتوسطات الحسابية وتحليل وتفسير قيمتها لاحقا، وعليه قمنا بتحديد المتوسط المرجح من خلال حساب طول الفئة وفق لعدد الدرجات في مقياس ليكارت الخماسي، حيث تم ذلك كما يلي:

\* **حساب المدى:** يعبر عنه بعدد المسافات من 1 إلى 2 مسافة الأولى، ومن 2 إلى 3 مسافة ثانية من 3 إلى 4 مسافة ثالثة، من 4 إلى 5 مسافة رابعة.

\* **حساب طول الفئة:** طول الفئة = المدى / عدد الإختيارات =  $3/2 = 0.66$  ثم نضيف المدى المحسوب للفئة الأولى وهكذا إلى غاية الحصول على حدود الفئة الخامسة المفسرة لقيم المتوسط الحسابي، كما يظهر في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2-4): المتوسط المرجح حسب توزيع مقياس ليكارت الخماسي

الإتجاه العام	المتوسط المرجح
غير موافق جدا	1 - 1.79
غير موافق	1.80 - 2.59
لا أدري	2.60 - 3.39
موافق	3.40 - 4.19
موافق بشدة	4.25 - 5.00

المصدر: عبد الفتاح عز، مقدمة في الإحصاء الوصفي و الاستدلالي باستخدام الSPSS، الجزء 3، ص541.

## المطلب الثاني: المعالجة الإحصائية لمتغيرات الدراسة

بغرض تحقيق أهداف البحث، وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم الاعتماد على مجموعة من الإختبارات الإحصائية، وهي كالآتي:

### أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة في الدراسة

#### ❖ أولاً: مقاييس التحليل الإحصاء الوصفي

1. التكرارات والنسب المئوية : ويعطي تكرارات الإجابات لكل متغير على حده ، ويعتبر هذا العمل عادة أول عمل يقوم بها؛ من أجل التمييز بين مختلف خصائص العينة، وتلاقي وجهات النظر في مختلف مراحل التحليل؛
2. المتوسط الحسابي : وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو كل فقرة أو بعد، مع العلم أنه يساعد في ترتيب الفقرات حسب أعلى متوسط مرجح؛
3. الانحراف المعياري : يحدد مقدار انحراف إجابات عينة الدراسة عن المتوسطات الحسابية، فإذا اقتربت قيمته من الصفر فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها، أما إذا كانت قيمته تساوي الواحد أو أكبر فذلك يعني عدم تركيز الإجابات وتشتتها.

#### ❖ ثانياً: التحليلات الإحصائية

1. معامل ألفا كرونباخ : لتحديد مدى ثبات وصدق أداة الإستبيان، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى عكس ذلك إذا كان هناك ثبات فإن قيمة المعامل تقترب من الواحد الصحيح؛
2. مصفوفة الارتباط Pearson : يعمل على تحديد طبيعة العلاقة التي تربط المتغيرين التابع والمستقل، تقيس درجة الارتباط بين المتغيرين بمعامل الارتباط  $r$ ، تتراوح قيمة  $r$  بين (1، -1)، بحيث تدل الإشارة الموجبة على العلاقة الطردية، أما الإشارة السالبة تدل على العلاقة العكسية بين المتغيرين؛
3. اختبار " ANOVA " : الغرض منه هو دراسة تأثير عامل واحد له عدد من المستويات المختلفة وعند كل مستوى تكرر التجربة عدد من المرات، بالنسبة لموضوعنا ندرس مدى تأثير عمليات النمو الداخلي والخارجي، الميزة التنافسية، دور الأصول غير المادية وسياسة الإستدانة على خلق القيمة؛
4. إختبار T test : الغرض منه اختبار الفروق بين المتغيرات المستقلة وتأثيرها على خلق القيمة.
5. نموذج الإنحدار الخطي المتعدد: من أجل قياس شدة العلاقة (قوية، ضعيفة) واتجاه العلاقة (طرديّة، عكسية) بين المتغيرات المستقلة (النمو الداخلي، النمو الخارجي، الميزة التنافسية، دور الأصول غير المادية، سياسة الإستدانة) على المتغير التابع (خلق القيمة).

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة:

نقصد بصدق محتوى الاستبيان معناه صدق وشمولية الإستمارة من كل النواحي والجوانب، ووضوح الفقرات والمفردات حتى يسهل على أفراد العينة الإجابة، وللتأكد من صدق الاستبيان أخضعناه للإختبارات الآتية:

✓ صدق المحكمين: من أجل التأكد من صدق الاستبيان مما تضمنه من أبعاد وفقرات، تم عرضه على مجموعة من الأساتذة من أجل تحكيمه.

بناء على التوجيهات التي أبداها المحكمون، تم إجراء التعديلات التي اتفق عليها أغلب المحكمين للاستبيان سواء متعلقة بالصياغة أو حذف وإضافة بعض العبارات، وبذلك يكون الاستبيان قد استقر بصورته النهائية على (40) سؤال، سيتم إدراجها في الملاحق .

✓ ثبات الأداة: لغرض التأكد من ثبات أداة الاستبيان، ومعرفة إذا ما كانت صالحة للتحليل أو لا، تم الإعتماد على معامل الفاكرونباخ ( Cronbach's Alpha ) الذي يعطي تقديرا للثبات، ويؤكد مدى قوة إرتباط فقرات الاستبيان، ولقد تم توضيح نتائج الإختبار في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-5): معامل ثبات الأداة ألفاكرونباخ ( Cronbach's Alpha )

حجم العينة	عدد الفقرات	معامل الفاكرونباخ	نسبة معامل الفاكرونباخ
54	36	0.723	72.3%

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات ال spss22

يشير الجدول أعلاه إلى أن معامل الثبات بلغ 0.723، أي ما يمثل نسبة 72.3%، وهي تفوق النسبة المرجعية 60%، هذا يعني أن قيمة ثبات فقرات الاستبيان عالية ومقبولة، مما يدل على أنها أداة صالحة وقابلة للتحليل والدراسة.

### ✓ الإتساق الداخلي لفقرات الاستبيان:

من أجل التأكد من مدى صدق محتوى الاستبيان، نوضح في الجداول الآتية من خلال الاستعانة بتحليل معامل الارتباط لمجمل الفقرات مع محاور الاستبيان ومستوى معنويتها، الصدق الداخلي لفقرات الاستبيان ومدى ارتباط كل بعد مع الموضوع.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### 1) الفقرات المتعلقة بخلق القيمة في المؤسسة:

الجدول رقم (2-6): الصدق الداخلي لفقرات خلق القيمة في المؤسسة

العدد الأول	الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
الإهتمام بخلق القيمة في المؤسسة وقياسه	1	تقيس المؤسسة الأداء المالي	0.481**	0.000
	2	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالربح	0.684**	0.000
	3	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمرودية المالية	0.810**	0.000
	4	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة	0.663**	0.000
	5	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمرودية الاقتصادية	0.472**	0.000
	6	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة والديون معا	0.361**	0.000
	7	تقيس المؤسسة القيمة الإقتصادية المضافة EVA	0.546**	0.000

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)  
\* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات ال SPSS22

من خلال الجدول أعلاه (2-5) نلاحظ أن نتائج حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية له، كانت معاملات الارتباط تتراوح بين ( 0.4 - 0.8 ) وهي دالة إحصائيا sig=0.000 عند مستوى الدلالة 0.01 وهو إرتباط قوي وموجب في كل العبارات، وبذلك تعتبر عبارات المحور الأول صادقة وهي تعبر عما وضعت لقياسه.

### 2) الفقرات المتعلقة بمصدر القيمة في المؤسسة:

الجدول رقم (2-7): الصدق الداخلي لفقرات مصدر القيمة في المؤسسة

العدد الثاني	الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
مصدر القيمة حسب سلسلة القيمة	8	مصدر القيمة هي عمليات الإنتاج (القيمة المضافة)	0.438**	0.001
	9	مصدر القيمة هي عمليات التسويق (رقم الأعمال)	0.627**	0.000
	10	مصدر القيمة من تقديم الخدمات	0.550**	0.000

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)  
\* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات ال SPSS22

يتضح من خلال الجدول أعلاه (2-6) أن نتائج حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية له، كانت معاملات الارتباط تتراوح بين ( 0.43 - 0.62 ) عند مستوى الدلالة 0.01 وهو إرتباط قوي وموجب في كل العبارات، وبذلك تعتبر عبارات المحور الأول صادقة وهي تعبر عما وضعت لقياسه.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### 3) الفقرات المتعلقة بعمليات النمو الداخلي في المؤسسة:

الجدول رقم (2-8): الصدق الداخلي لفقرات عمليات النمو الداخلي في المؤسسة

العدد الثالث	الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
عمليات النمو الداخلي في المؤسسة	1	استثمرت المؤسسة في الأصول المادية	0.487**	0.000
	2	قامت المؤسسة بجائزة أصول مادية جديدة	0.374**	0.005
	3	قامت المؤسسة بجائزة أصول معنوية جديدة	0.650**	0.000
	4	أنفقت المؤسسة على أعمال البحث والتطوير	0.604**	0.000
	5	زادت المؤسسة من حجم التوظيف	0.441**	0.001

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)  
 \* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات ال SPSS22

يتبين من خلال الجدول أعلاه (2-7) معاملات إرتباط درجة كل عبارة من العبارات بالدرجة الكلية للبعد الذي تندرج ضمنه تتراوح بين (0.37 - 0.65)، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01، وبالتالي فهي صادقة لما وضعت لقياسه.

### 4) الفقرات المتعلقة بعمليات النمو الخارجي للمؤسسة

الجدول رقم (2-9): الصدق الداخلي لفقرات عمليات النمو الخارجي في المؤسسة

العدد الرابع	الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
عمليات النمو الخارجي في المؤسسة	1	قامت المؤسسة بعملية شراكة مع شركات أخرى	0.717**	0.000
	2	قامت المؤسسة بعملية مناولة (الإندماج في سلسلة القيمة)	0.454**	0.001
	3	ساهمت المؤسسة جزئيا في أصول مؤسسة أخرى	0.861**	0.000
	4	وجدت المؤسسة آثار تعاضدية من إستراتيجية النمو الداخلي	0.783**	0.000
	5	وجدت المؤسسة آثار تعاضدية من إستراتيجية النمو الخارجي	0.797**	0.000

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)  
 \* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات ال SPSS22

من خلال الجدول أعلاه (2-8) نلاحظ أن معاملات الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية محصورة بين (0.45-0.86)، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01، ومنه هي صادقة لما وضعت لقياسه.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

5) الفقرات المتعلقة بالميزة التنافسية في المؤسسة:

الجدول رقم (2-10): الصدق الداخلي لفقرات الميزة التنافسية في المؤسسة

العدد الخامس	الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
تحديد الميزة التنافسية في المؤسسة	1	تعمل المؤسسة على الحصول على زبائن جدد	0.198	0.152
	2	تعاني المؤسسة من ضغط المنافسين الحاليين	0.768**	0.000
	3	تعاني المؤسسة من منافسة المؤسسات الجديدة	0.890**	0.000
	4	تعاني المؤسسة من منافسة المنتجات البديلة	0.657**	0.000
	5	يكون أثر تلك المنافسة على الأسعار (تخفيض الأسعار)	0.754**	0.000
	6	يكون أثر تلك المنافسة على الكميات المباعة	0.765**	0.000
	7	يكون أثر تلك المنافسة على مستوى الاستثمار	0.566**	0.000
** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)				
* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).				

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

يتضح من خلال الجدول أعلاه (2-9) أن نتائج حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية له، كانت معاملات الارتباط للعبارات تتراوح بين ( 0.19 - 0.89 ) عند مستوى الدلالة 0.01، وهو ارتباط قوي وموجب في العبارات من 2 إلى 7 ، وبذلك تعتبر عبارات المحور الأول صادقة وهي تعبر عن ما وضعت لقياسه، بإستثناء العبارات الأولى لم تكن دالة إحصائيا لأن مستوى المعنوية يفوق 0.01.

6) الفقرات المتعلقة بإقتصاد الأصول غير المادية:

الجدول رقم (2-11): الصدق الداخلي لفقرات إقتصاد الأصول غير المادية في المؤسسة

العدد السادس	الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
إقتصاد الأصول غير المادية في المؤسسة	1	تطور المؤسسة رأس المال البشري	0.758**	0.000
	2	تتحمم المؤسسة بالابتكار	0.742**	0.000
	3	تطور المؤسسة رأس المال الزبوني	0.843**	0.000
** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)				
* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).				

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

يوضح الجدول أعلاه (2-10) أن معاملات الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية محصورة بين (0.74-0.84)، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01، ومنه هي صادقة لما وضعت لقياسه.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

7) الفقرات المتعلقة بسياسة الإئتمان في المؤسسة

الجدول رقم (2-12): الصدق الداخلي لفقرات سياسة الإئتمان في المؤسسة

العدد السابع	الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
سياسة الإئتمان في المؤسسة	1	هناك زيادة سنوية في حجم الديون	0.800**	0.000
	2	الديون موجهة لتمويل دورة الاستغلال	0.648**	0.000
	3	الديون موجهة لتمويل دورة الاستثمار	0.775**	0.000
	4	تقوم المؤسسة برفع رأسمالها بمهدف التمويل	0.130**	0.347
	5	تدير المؤسسة مخاطر التعثر المالي	0.329**	0.015
	6	تساهم الإئتمان بغرض التمويل من زيادة المردودية السنوية	0.669**	0.000

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)  
 \* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

يتضح من خلال الجدول أعلاه تبين أن نتائج حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية له، كانت معاملات الارتباط للعبارات تتراوح بين ( 0.1 - 0.8 ) عند مستوى الدلالة 0.01 وهو إرتباط قوي وموجب في العبارات (1، 2، 3، 6) ، وبذلك تعتبر البعد السابع صادقة وهي تعبر عن ما وضعت لقياسه.

### ✓ الصدق البنائي للإستبيان

للتحقق من الصدق البنائي للمجالات، تم حساب معاملات الارتباط بين كل مجال من المجالات الرئيسية والدرجة الكلية لفقرات الاستبيان كما هو موضح في الجدول رقم (2-12):

الجدول رقم (2-13): الصدق الداخلي لمجالات الدراسة

المحور الثاني: محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
البعد الأول: عمليات النمو الداخلي	0.398**	0.003
البعد الثاني: عمليات النمو الخارجي	0.581**	0.000
البعد الثالث: الميزة التنافسية	0.433**	0.001
البعد الرابع: إقتصاد الأصول غير المادية	0.695**	0.000
البعد الخامس: سياسة الإئتمان	0.401**	0.003

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)  
 \* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

بالنسبة لمعاملات إرتباط الدرجة الكلية لكل بعد مع الدرجة الكلية للمحور الثاني والموضحة في الجدول أعلاه، فقد أشارت النتائج بأن معاملات إرتباط الأبعاد تراوحت بين (0.39-0.69) وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01، وبالتالي

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نقول أن هذه البنود صادقة ولها قدرة على قياس دور محددات خلق القيمة: النمو، الميزة التنافسية، الأصول غير المادية، وسياسة الإستدانة على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الجدول رقم (2-14): الصدق الداخلي لمحاو الاستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	محتوى الإستبيان
0.000	0.866**	المحور الأول: مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة
0.000	0.796**	المحور الثاني: محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)  
\* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على مخرجات ال SPSS22

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه وجود ارتباط قوي بين المحاور والدرجة الكلية للاستبيان ( 0.866 - 0.796 ) عند مستوى دلالة 0.01، وهذا ما يدل على أن المحوران لهما علاقة قوية تعكس هدف الدراسة بشكل كبير.



## الفصل الثاني:.....إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة الميدانية ومعالجتها وتحليلها

بعد ما قمنا في المبحث الأول بتقديم مجتمع وعينة الدراسة، وتوضيح الأدوات الإحصائية المستخدمة في التحليل، سيتم من خلال هذا المبحث عرض للنتائج المتوصل إليها ومعالجتها ومناقشتها.

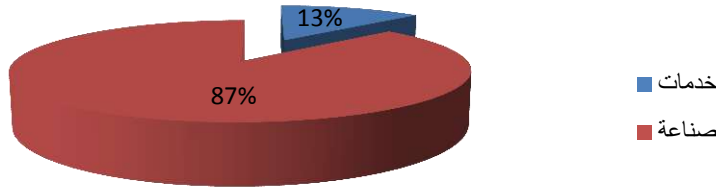
#### المطلب الأول: تحليل المتغيرات المتعلقة بالمؤسسات محل الدراسة

سيتم من خلال هذا المطلب تحليل المعلومات المتعلقة بالمؤسسة بغية التعرف على طبيعتها وخصائصها، من خلال تحليل: نوع المؤسسة، تاريخ التأسيس، عدد العمال، و طبيعة النشاط.

#### أولاً: توزيع المؤسسات حسب طبيعة النشاط

نلاحظ من خلال الشكل (2-2) أن أغلب المؤسسات محل الدراسة تتمركز في القطاع الصناعي بنسبة بلغت 87%، ثم تليها المؤسسات التي تنشط في قطاع الخدمات بنسبة 13%، وهذا راجع لإستجابة المؤسسات الصناعية لطبيعة الموضوع. فمحددات القيمة التي تم بناء النموذج حولها تلائم أكثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات الطبيعة الصناعية.

#### الشكل رقم(2-3): توزيع المؤسسات حسب طبيعة النشاط



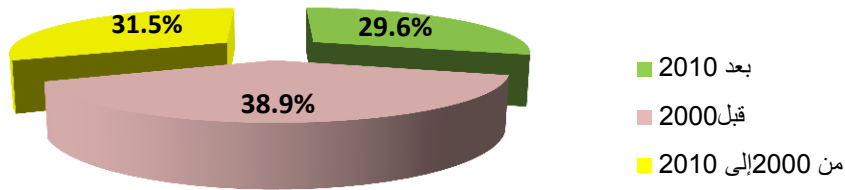
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج Excel

#### ثانياً: توزيع المؤسسات حسب عمر المؤسسة

نلاحظ من خلال الشكل (2-3) أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي أسست قبل 2000 بلغت نسبتها 38.9%، تليها المؤسسات التي تم تأسيسها بين 2000-2010 بلغت نسبتها 31.5%، أما بالنسبة للمؤسسات التي تم تأسيسها بعد 2010 بلغت نسبتها 29.6%، ما يبين أن المؤسسات التي عمرها أكثر من 17 سنة تحتل النسبة الكبرى وهي المؤسسات التي كانت الأكثر إستجابة لطبيعة موضوع الدراسة. فالمؤسسات التي عمرها أكبر تحتم أكثر ببعده خلق القيمة.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الشكل رقم (2-4): توزيع المؤسسات حسب عمر المؤسسة

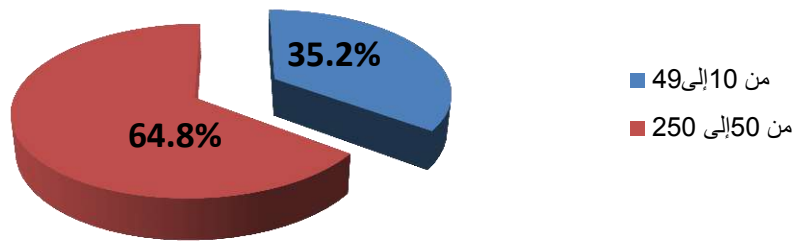


المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج Excel

ثالثاً: توزيع المؤسسات حسب حجم المؤسسة (عدد العمال)

من خلال الجدول رقم (2-4) يتضح أن نسبة 64.8% من المؤسسات المستجوبة توظف عدداً من العمال يتراوح ما بين 50 و 250 عامل، وهي مؤسسات متوسطة الحجم، أما المؤسسات التي توظف عمالاً يتراوح عددهم ما بين 10-49 فبلغت نسبتها 35.2% من النسبة الكلية للمؤسسات المستجوبة، بهذا نجد أن أغلب المؤسسات هي مؤسسات متوسطة، وإن تكون العينة في مجملها على هذا العدد من المؤسسات المختلفة الحجم يتيح لنا فرصة لتوضيح أثر عمليات النمو الداخلي والخارجي على خلق القيمة.

الجدول رقم (2-5): توزيع المؤسسات حسب عدد العمال



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج Excel

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### المطلب الثاني: تحليل المتغيرات المتعلقة بالمؤسسات محل الدراسة

الفرع الأول: الإتجاه العام لخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقياسه

الجدول رقم (2-15): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقياسه

الإتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البيانات				غير موافق جدا	غير موافق	لا أدري	موافق	موافق جدا
			التكرار	النسبة	التكرار	النسبة					
موافق	0.78	3.91	8	39	1	6	-	التكرار	تقيس المؤسسة الأداء المالي		
			14.8%	72.2%	1.9%	11.1%	-	النسبة			
موافق	0.86	3.93	11	35	1	7	-	التكرار	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالربح		
			20.4%	64.8%	1.9%	13%	-	النسبة			
موافق	1.05	3.70	11	29	1	13	-	التكرار	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمرودية المالية		
			20.4%	53.7%	1.9%	24.1%	-	النسبة			
غير موافق	0.93	2.87	1	15	16	20	2	التكرار	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة		
			1.9%	27.8%	29.6%	37%	3.7%	النسبة			
موافق	0.81	3.89	11	30	9	4	-	التكرار	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمرودية الاقتصادية		
			20.4%	55.6%	16.7%	7.4%	-	النسبة			
لا أدري	0.92	3.11	2	18	20	12	2	التكرار	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة والديون معا		
			3.7%	33.3%	37%	22.2%	3.7%	النسبة			
موافق	0.86	3.24	1	23	20	8	2	التكرار	تقيس المؤسسة القيمة الاقتصادية المضافة EVA		
			1.9%	42.6%	37%	14.8%	3.7%	النسبة			
موافق	0.51	3.52	الإتجاه العام لمدى اهتمام بخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقياسه								

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات ال spss22.

يبين الجدول أعلاه (2-15) المتعلق بخلق القيمة في المؤسسة، أن معظم الإجابات كانت بموافق، في حين كانت الإجابة بعدم الموافقة على استخدام المؤسسة لتكلفة الأموال الخاصة في قياس الأداء من خلال تقدير تكلفة الأموال الخاصة. في حين أن السؤال السادس لقي اعتراضا شديدا كون المتوسط الحسابي لهذا السؤال حدد ب (3.11) لينتقل إلى درجة الحياد وفقا لسلم ليكارت الخماسي. إلا أن معظم أفراد العينة عبروا بالإيجاب على اهتمام المؤسسة بخلق القيمة من خلال الحد الأدنى لمستوى الموافقة وفقا لمقياس ليكارت الخماسي بلغ (3.52) ما يعكس موافقة آراء أفراد العينة في غالبيتها على قياس المؤسسة للأداء المالي من خلال مقاييس تعبر عن خلق القيمة بمستويات مختلفة، ويؤكد ذلك من خلال الانحراف المعياري الذي قدر ب (0.48)، هذا ما يدل على وجود تجانس ودقة في إجابات أفراد العينة.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفرع الثاني: الإتجاه العام لمصدر القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب سلسلة القيمة

الجدول رقم (2-16): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمصدر القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب سلسلة القيمة

العبارات	غير موافق جدا	غير موافق	لا أدري	موافق	موافق جدا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه العام
مصدر القيمة هي عمليات الإنتاج (القيمة المضافة)	التكرار	-	6	5	30	13	0.88	موافق
	النسبة		11.1%	9.3%	55.6%	24.1%		
مصدر القيمة هي عمليات التسويق ( رقم الأعمال)	التكرار	1	4	1	33	15	0.87	موافق
	النسبة	1.9%	4.7	1.9%	61.1%	27.8%		
مصدر القيمة من تقديم خدمات	التكرار	2	17	5	25	5	1.11	موافق
	النسبة	3.7%	31.5%	9.3%	46.3%	9.3%		
الإتجاه العام لمصدر القيمة في المؤسسة حسب سلسلة القيمة								
						3.74	0.51	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال spss 22

يبين الجدول أعلاه (2-16) المتعلق بمصدر القيمة في المؤسسة حسب سلسلة القيمة، أن معظم الإجابات كانت بموافق، إلا أنه معظم أفراد العينة عبروا بالإيجاب على أن مصدر القيمة في المؤسسة هي عمليات التسويق الحد الأدنى لمستوى الموافقة وفقا لمقياس ليكارت الحماسي بلغ (4.06) ما يعكس موافقة آراء أفراد العينة في غالبيتها على أن الأنشطة الأساسية هي مصدر القيمة، ويؤكد ذلك من خلال الانحراف المعياري الذي قدر ب (0.51)، هذا ما يدل على وجود تجانس ودقة في إجابات أفراد العينة.

الفرع الثالث: الإتجاه العام لمدى إعتقاد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على عمليات النمو في خلق القيمة

الجدول رقم (2-17): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعمليات النمو الداخلي والخارجي

العبارات	غير موافق جدا	غير موافق	لا أدري	موافق	موافق جدا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه العام
عمليات النمو الداخلي								
إستثمرت المؤسسة في الأصول المادية	التكرار	4	9	20	13	8	1.12	لا أدري
	النسبة	7.4%	16.7%	37%	24.1%	14.8%		
قامت المؤسسة بجائزة أصول مادية جديدة	التكرار	2	1	16	29	6	0.84	موافق
	النسبة	3.7%	1.9%	29.6%	53.7%	11.1%		
قامت المؤسسة بجائزة أصول معنوية جديدة	التكرار	-	16	18	20	-	0.82	لا أدري
	النسبة	-	29.6%	33.3%	37%	-		

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لا أدري	0.86	3.17	-	25	13	16	-	التكرار	أنفقت المؤسسة على أعمال البحث والتطوير
			-	46.3%	24.1%	29.6%	-	النسبة	
لا أدري	1.08	3.39	7	25	4	18	-	التكرار	زادت المؤسسة من حجم التوظيف
			13%	46.3%	7.4%	33.3%	-	النسبة	
			1.9%	29.6%	14.8%	53.7%	-	النسبة	
لا أدري	0.48	3.30	الإنتاج العام لمدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على عمليات النمو الداخلي في خلق القيمة						
عمليات النمو الخارجي									
غير موافق	1.04	2.54	4	7	6	34	3	التكرار	قامت المؤسسة بعملية شراكة مع مؤسسات أخرى
			7.4%	13%	11.1%	63%	5.6%	النسبة	
لا أدري	0.91	2.74	2	11	12	29	-	التكرار	قامت المؤسسة بعملية مناولة
			3.7%	20.4%	22.2%	53.7%	-	النسبة	
لا أدري	1.15	2.87	5	14	7	25	3	التكرار	ساهمت المؤسسة جزئيا في أصول مؤسسة أخرى
			9.3%	25.9%	13%	46.3%	5.6%	النسبة	
لا أدري	0.87	2.80	2	7	26	16	3	التكرار	وجدت المؤسسة آثار تعاضدية من إستراتيجية النمو الداخلي
			3.7%	13%	48.1%	29.6%	5.6%	النسبة	
لا أدري	0.89	2.72	2	7	22	20	3	التكرار	وجدت المؤسسة آثار تعاضدية من إستراتيجية النمو الخارجي
			3.7%	13%	40.7%	37%	5.6%	النسبة	
لا أدري	0.71	2.73	الإنتاج العام لمدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على عمليات النمو الداخلي في خلق القيمة						

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss22

يوضح الجدول أعلاه (2-17) الذي يعبر عن مدى إعتدال المؤسسة على عمليات النمو الداخلي والخارجي في خلق القيمة، بالنسبة لعمليات النمو الداخلي كانت إتحاف آراء أفراد العينة الفقرة (2) بالموافقة بمتوسط حسابي قدر ب (3.22)، وإتحاف معياري قدر ب 0.84، بينما الفقرات (1، 3، 4، 5) كانت كلها نحو إتحاف الحياد بمتوسط حسابي (3.07، 3.22)، وإتحاف معياري (1.12، 0.82، 0.86، 1.08) على التوالي، بينما كان الإتحاف العام نحو الحياد بمتوسط حسابي (3.17، 3.39) وإتحاف معياري (1.15، 0.87، 0.89) على التوالي، بينما كان الإتحاف العام نحو الحياد بمتوسط حسابي (2.73، 2.80) وإتحاف معياري (0.71) مما يعني أن إجابات أفراد العينة قليلة التجانس، وهذا ما يدل على قلة إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإعتدال على عمليات النمو الداخلي من أجل تحقيق النمو. أما بالنسبة لعمليات النمو الخارجي، كانت إتحاف آراء إجابات العينة للفقرات (2، 3، 4، 5) كانت كلها نحو إتحاف غير موافق بمتوسط حسابي (2.74، 2.80، 2.72) وإتحاف معياري (0.91، 0.87، 1.15، 0.89) على التوالي، بينما الفقرة الأولى كان الإتحاف نحو غير موافق بمتوسط

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

حسابي 2.54 وانحراف معياري 1.04، هذا ما يدل على أن معظم المؤسسات محل الدراسة لا تولي إهتماما في الإعتماد على عمليات النمو الخارجي في تحقيق النمو ، ويتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي الذي قدر ب 2.73 الذي يفسر الحياد وفق مقياس ليكارت الخماسي، والانحراف المعياري فقد قدر ب 0.71 ما يدل على عدم تشتت إجابات أفراد العينة.

### الفرع الرابع: الإتجاه العام لمدى تطوير المؤسسة للميزة التنافسية لمنتجاتها

الجدول رقم (2-18): تحديد الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

العبارات	غير موافق جدا	غير موافق	لا أدري	موافق	موافق جدا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه العام
تعمل المؤسسة على الحصول على زبائن جدد	-	-	3	25	26	4.43	0.60	موافق جدا
	-	-	5.6%	46.3%	48.1%			
تعاني المؤسسة من ضغط المنافسين الحاليين	1	15	12	20	6	3.28	1.05	لا أدري
	1.9%	27.8%	22.2%	37%	11.1%			
تعاني المؤسسة من منافسة المؤسسات الجديدة	3	16	14	17	4	3.06	1.07	لا أدري
	5.6%	29.6%	25.9%	31.5%	7.4%			
تعاني المؤسسة من منافسة المنتجات البديلة	6	21	17	6	1	2.65	1.06	لا أدري
	11.1%	38.9%	31.5%	11.1%	7.4%			
يكون أثر تلك المنافسة على الأسعار ( تخفيض الأسعار)	-	15	9	23	7	3.41	1.03	موافق
	-	27.8%	16.7%	42.6%	13%			
يكون أثر تلك المنافسة على الكميات المباعة	1	14	8	28	3	3.33	0.99	لا أدري
	1.9%	25.9%	14.8%	51.9%	5.6%			
يكون أثر تلك المنافسة على مستوى الإستثمار	-	21	9	22	2	3.09	0.97	لا أدري
	-	38.9%	16.7%	40.7%	3.7%			
الإتجاه العام لتحديد الميزة التنافسية في المؤسسة								
						3.32	0.66	لا أدري

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss22

يبين الجدول أعلاه (2-18) الذي يعبر عن الميزة التنافسية للمؤسسة ، كانت إتجاه آراء أفراد العينة للفقرة (1) موافق جدا بمتوسط حسابي قدر ب (4.43) وانحراف معياري قدر ب (0.60) ، بينما الفقرات (2، 3، 4، 7، 8) كانت كلها نحو إتجاه الحياد بمتوسط حسابي (3.09، 3.33، 2.65، 3.06، 3.28)، وانحراف معياري (0.97، 1.06، 1.07، 1.05، 0.99) على التوالي ،

## الفصل الثاني:.....إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أما الفقرة الخامسة كانت نحو إتجاه الموافقة بمتوسط حسابي (3.41) وانحراف معياري (1.03) ، بينما كان الإتجاه العام الحياد بمتوسط حسابي 3.32 وانحراف معيار قدر ب 0.66 مما يعني أن إجابات أفراد العينة متجانسة ودقيقة، مما يدل على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستجوبة تسعى لتطوير الميزة التنافسية لمنتجاتها.

### الفرع الخامس: الإتجاه العام لإقتصاد الأصول غير المادية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (2-19): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإقتصاد الأصول غير المادية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

العبارات	غير موافق جدا	غير موافق	لا أدري	موافق	موافق جدا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه العام
تطور المؤسسة رأس المال البشري	1	14	3	26	10	3.56	1.12	موافق
	النسبة	1.9%	25.9%	5.6%	48.1%			
تتمت المؤسسة بالابتكار	3	9	10	25	7	3.44	1.09	موافق
	النسبة	5.6%	16.7%	18.5%	46.3%			
تطور المؤسسة رأس المال الزبوني	3	20	9	18	4	3.00	1.11	لا أدري
	النسبة	5.6%	37%	16.7%	33.3%			
الإتجاه العام لإقتصاد الأصول غير المادية في المؤسسة								
لا أدري								

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات spss22

يبين الجدول أعلاه (2-19) الذي يعبر عن إقتصاد الأصول غير المادية ، كانت إتجاه آراء أفراد العينة للفقرتين (1, 2) موافق بمتوسط حسابي قدر ب (3.56, 3.44) وانحراف معياري قدر ب (1.12, 1.09) ، بينما الفقرة الثالثة كانت نحو إتجاه الحياد بمتوسط حسابي (3.00) وانحراف معياري (1.11) ، هذا ما بين تشتت أفراد العينة في الإجابة، بينما كان الإتجاه العام نحو الحياد بمتوسط حسابي 3.33 وانحراف معيار قدر ب 0.86 مما يعني أن إجابات أفراد العينة متشعبة، مما يدل على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستجوبة لا تحتم كثيرا بتطوير جانب الأصول غير المادية.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفرع السادس: الإتجاه العام لمدى إعتداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على سياسة الإستدانة

الجدول رقم (2-20): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لسياسة الإستدانة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الإتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات						
			موافق جدا	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق جدا		
لا أدري	1.06	2.87	-	21	11	16	6	التكرار	هناك زيادة سنوية في حجم الديون
			-	38.9%	20.4%	29.6%	11.1%	النسبة	
لا أدري	1.02	2.69	3	10	11	27	3	التكرار	الديون موجهة لتمويل دورة الإستغلال
			5.6%	18.5%	20.4%	50%	5.6%	النسبة	
لا أدري	1.03	2.91	2	17	12	20	3	التكرار	الديون موجهة لتمويل دورة الإستثمار
			3.7%	31.5%	22.2%	37%	5.6%	النسبة	
لا أدري	0.98	2.98	-	22	12	17	3	التكرار	تقوم المؤسسة برفع رأس مالها بهدف التمويل
			-	40.7%	22.2%	31.5%	5.6%	النسبة	
لا أدري	0.92	3.31	3	24	15	11	1	التكرار	تدير المؤسسة مخاطر التعثر المالي
			5.6%	44.4%	27.8%	20.4%	1.9%	النسبة	
لا أدري	0.84	3.00	-	19	16	19	-	التكرار	تساهم الإستدانة بغرض التمويل من زيادة المردودية السنوية
			-	35.2%	29.6%	35.2%	-	النسبة	
لا أدري	0.54	2.97	الإتجاه العام						

المصدر: من إعداد الطالبة إعتادا على مخرجات spss22

يبين الجدول أعلاه (2-20) الذي يعبر عن سياسة الإستدانة في المؤسسة، كانت إتجاه آراء أفراد العينة كل الفقرات بالحياذ بمتوسط حسابي قدر ب ( 2.87، 2.69، 2.91، 2.98، 3.00، 3.31) وانحراف معياري ( 1.06، 1.02، 1.03، 0.98، 0.92، 0.84) على التوالي، هذا ما يوضح تشتت إجابات أفراد العينة، أما الإتجاه فقد قدر المتوسط الحسابي ب 2.97 أما الانحراف المعياري فقدر ب 0.54 دليل أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستحوية لا تهتم باستراتيجية سياسة الاستدانة .



## الفصل الثاني:.....إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### المطلب الثالث: قياس تأثير المتغيرات المستقلة على خلق القيمة

لدراسة تأثير عمليات النمو الداخلي والخارجي، الميزة التنافسية، إقتصاد الأصول غير المادية وسياسة الإستدانة على خلق القيمة تم الإعتماد على نموذج قياسي لتحليل العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع (خلق القيمة)، وذلك بالإعتماد على بيانات تفرغ نتائج الإستبيان الموزع على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

#### أولاً: وصف النموذج المستخدم

لتحليل العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع تم الإعتماد على نموذج الإنحدار الخطي المتعدد وفقاً لطريقة المربعات الصغرى على الشكل الآتي:

$$y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \varepsilon \dots (1)$$

Y: المتغير التابع الذي يتمثل خلق القيمة

X1: المتغير المفسر لعمليات النمو الداخلي

X2: المتغير المفسر لعمليات النمو الخارجي

X3: المتغير المفسر للميزة التنافسية

X4: المتغير المفسر لإقتصاد الأصول غير المادية

X5: المتغير المفسر لسياسة الإستدانة

a, B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>3</sub>, B<sub>4</sub>, B<sub>5</sub>, E $\varepsilon$ : تمثل المقدرات وهي على التوالي: الحد الثابت، معامل المتغير المفسر الأول، معامل المتغير المفسر

الثاني، معامل المتغير المفسر الثالث، معامل المتغير المفسر الرابع، معامل المتغير المفسر الخامس، وحد الخطأ.

#### ثانياً: تقدير معالم النموذج وتفسيرها:

لتقدير معالم معادلة الإنحدار تم استخدام البرنامج الإحصائي ال spss22 لعينة الدراسة، حيث كانت المخرجات في

الجدول الآتي رقم (2-21):

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (2-21): نتائج تحليل تباين الإنحدار anova

ANOVA <sup>a</sup>						
Modèle	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية	
1	Régression	2.286	5	.457	3.263	.013 <sup>b</sup>
	Résidus	6.727	48	.140		
	Total	9.013	53			

a. Variable dépendante : مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة

b. Prédicteurs : (Constante), عمليات النمو الداخلي للمؤسسة، عمليات النمو الخارجي للمؤسسة، عمليات النمو الداخلي للمؤسسة، سياسة الإستهانة في المؤسسة، الميزة التنافسية في المؤسسة، عمليات النمو الخارجي للمؤسسة، عمليات النمو الداخلي للمؤسسة، إقتصاد الأصول غير المادية

المصدر: من إعداد الطالبة إعتقاد على مخرجات spss22

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة  $F=3.263$  وهي قيمة أقل من القيمة الجدولية 5، بينما مستوى المعنوية قدر ب: (sig=0.013) وهي أقل من (0.05)، هذا ما يدل على صلاحية النموذج لإختبار فرضيات الدراسة، سنعرض بعدها جدول الخاص بمعامل الارتباط بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة:

الجدول رقم (2-22): معامل الارتباط بين المتغير التابع والمتغير المستقل

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté
1	.504 <sup>a</sup>	.254	.176

b. Variable dépendante : مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة

المصدر: من إعداد الطالبة إعتقادا على مخرجات ال spss22

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن المتغيرات المستقلة تفسر 25.4% من التباين في المتغير التابع، أما باقي النسبة فهناك متغيرات أخرى تفسرها، لم نتطرق لها في النموذج.

الجدول رقم (2-23): تقدير معالم نموذج الإنحدار للمعادلة رقم (1)

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	1.872	.562		3.329	.002
عمليات النمو الداخلي للمؤسسة	.307	.112	.357	2.743	.009
عمليات النمو الخارجي للمؤسسة	.113	.074	.195	1.520	.135
الميزة التنافسية في المؤسسة	.119	.078	.193	1.533	.132
إقتصاد الأصول غير المادية	.045	.063	.094	.711	.481
سياسة الإستهانة في المؤسسة	-.035	.105	-.043	-.336	.739

a. Variable dépendante : مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة

المصدر: من إعداد الطالبة إعتقادا على مخرجات ال SPSS22

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يتضح لنا من خلال مخرجات تقدير النموذج أن  $B_2, B_3, B_4, B_5$  غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 5% ، بإستثناء الثابت والمعامل  $B_1$  لهما دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 5% . من مخرجات تقدير النموذج تكون معادلة الإنحدار الخطي البسيط على الشكل الآتي:

$$y = 1.872 + 0.307X_1$$

يتضح من خلال المعادلة المتوصل إليها وجود علاقة طردية بين خلق القيمة والنمو الداخلي، هذا ما تعبر عنه الإشارة الموجبة لمعامل هذا المتغير ( $B=0.307$ ) . حيث أن العلاقة بين المتغير المستقل (النمو الداخلي) والمتغير التابع (خلق القيمة) هي علاقة طردية وقوية بحيث، فعند إرتفاع مستوى عمليات النمو الداخلي ب 1 في المئة، ترتفع خلق القيمة في المؤسسة بنسبة 30.7% ، مع إفتراض ثبات العوامل الأخرى.

### المطلب الرابع: إختبار فرضيات الدراسة

لاختبار مدى تأثير نوع المؤسسة وعمرها وطبيعة قطاع نشاطها على خلق القيمة يتم من خلال هذا المطلب اختبار أهم الفروق الناجمة عن اختلاف المتغيرات المتعلقة بالمؤسسة، للإجابة على أهم الفروض المنبثقة عن الدراسة. وبما أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، يجب إستخدام الاختبارات المعلمية المتمثلة في إختبار Ttest واختبار One way anova .

### الفرع الأول: تحليل درجة مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمفهوم خلق القيمة

ولمعرفة تأثير نوع المؤسسة، طبيعة النشاط، عمر المؤسسة على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنجري مجموعة من الإختبارات، وإختبار صحة الفرضيات قمنا بوضع خمسة فرضيات مقسمة إلى: فرضية صفرية وفرضية بديلة، وتخص هذا الجزء من الدراسة الميدانية المرتبطة بمعرفة الفروق، تتمثل في مايلي:

#### أولاً: حسب نوع المؤسسة (عدد العمال)

سيتم من خلال هذا العنصر تحليل درجة مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمفهوم خلق القيمة حسب نوع المؤسسة (عدد العمال)، وهذا بإجراء إختبار للفروق بين المتوسطات بهدف معرفة ما إذا كان هناك إختلاف في الدرجة يرجع لنوع المؤسسة ( صغيرة – متوسطة)، وذلك على النحو الآتي:

$H_0$ : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة ترجع للإختلاف في نوع المؤسسة.

$H_1$ : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة ترجع للإختلاف في نوع المؤسسة .

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (2-24): مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة حسب نوع المؤسسة

الرقم	الفقرات	قيمة t	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
خلق القيمة في المؤسسة				
1	تقيس المؤسسة الأداء المالي	-0.448	52	0.656
2	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالربح	-0.521	52	0.605
3	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمردودية المالية	-1.463	52	0.150
4	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة	2.032	52	0.047
5	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمردودية الاقتصادية	0.038	52	0.970
6	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة والديون معا	0.271	52	0.787
7	تقيس المؤسسة القيمة الاقتصادية المضافة EVA	1.095	51	0.279
مصدر القيمة في المؤسسة				
8	مصدر القيمة هي عمليات الإنتاج (القيمة المضافة)	-1.158	52	0.252
9	مصدر القيمة هي عمليات التسويق (رقم الأعمال)	-0.340	52	0.735
10	مصدر القيمة من تقديم الخدمات	-0.487	52	0.628
	أثر متغير نوع المؤسسة على اهتمام المؤسسة بمفهوم خلق القيمة	-0.625	52	0.537

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

تشير نتائج الجدول أعلاه (2-21) إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير نوع المؤسسة على مدى اهتمام المؤسسات بمفهوم خلق القيمة، وذلك من خلال نتائج إختبار T test لعينتين مستقلتين، يكون قيم sig جاءت غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq a$ ) ما يدفع إلى قبول الفرضية  $H_0$ ، بمعنى أن المؤسسات على إختلاف أحجامها لا يكون هناك أي فرق في مدى إهتمامها بخلق القيمة على مستواها، وذلك لطبيعة أهميتها بالنسبة لجميع أنواع المؤسسات.

ثانيا: حسب طبيعة النشاط

يوضح هذا العنصر نتائج اختبار الفروق المتعلقة بدرجة مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمفهوم خلق القيمة حسب نوع المؤسسة (عدد العمال)، وهذا بإجراء إختبار للفروق بين المتوسطات بهدف معرفة ما إذا كان هناك إختلاف في الدرجة يرجع لطبيعة النشاط، وذلك كما يلي:

$H_0$ : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة ترجع للإختلاف في طبيعة نشاط المؤسسة.

$H_1$ : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة ترجع للإختلاف في طبيعة نشاط المؤسسة .

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (2-25): مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة حسب طبيعة النشاط

الرقم	الفقرات	قيمة t	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
خلق القيمة في المؤسسة				
1	تقيس المؤسسة الأداء المالي	-0.850	52	0.399
2	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالربح	-1.183	52	0.242
3	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمردودية المالية	-2.433	52	0.18
4	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة	0.471	52	0.639
5	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمردودية الاقتصادية	-1.921	52	0.060
6	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة والديون معا	0.776	52	0.441
7	تقيس المؤسسة القيمة الاقتصادية المضافة EVA	-1.060	52	0.294
مصدر القيمة في المؤسسة				
8	مصدر القيمة هي عمليات الإنتاج (القيمة المضافة)	0.218	52	0.828
9	مصدر القيمة هي عمليات التسويق (رقم الأعمال)	-0.280	52	0.781
10	مصدر القيمة من تقديم الخدمات	-2.759	52	0.008
	أثر متغير طبيعة النشاط على إهتمام المؤسسة بخلق القيمة	-2.221	52	0.31

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

تشير نتائج الجدول أعلاه (2-22) إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير نوع المؤسسة على مدى اهتمام المؤسسات بمفهوم خلق القيمة، بكون قيم sig جاءت غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq a$ ) ما يدفع إلى قبول الفرضية  $H_0$  التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة ترجع للإختلاف في طبيعة نشاط المؤسسة. بإستثناء الفقرة رقم 10 قدرت نسبة الدلالة 0.008 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدفعنا إلى قبول الفرضية البديلة  $H_1$  ورفض الفرضية الصفرية.

### ثالثا: حسب عمر المؤسسة

يوضح هذا العنصر نتائج اختبار الفروق المتعلقة بدرجة مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمفهوم خلق القيمة حسب نوع المؤسسة (عدد العمال)، وهذا بإجراء اختبار للفروق بين المتوسطات بمهدف معرفة ما إذا كان هناك إختلاف في الدرجة يرجع لعمر المؤسسة (سنة التأسيس)، وذلك كما يلي:

$H_0$ : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة ترجع للإختلاف في عمر المؤسسة.

$H_1$ : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة ترجع للإختلاف في عمر المؤسسة .

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (2-26): مدى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة حسب عمر المؤسسة

الرقم	الفقرات	قيمة f	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
خلق القيمة في المؤسسة				
1	تقيس المؤسسة الأداء المالي	1.072	53	0.192
2	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالربح	5.954	53	0.005
3	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمردودية المالية	0.003	53	0.997
4	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة	1.103	53	0.340
5	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمردودية الاقتصادية	1.644	53	0.203
6	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة والديون معا	1.945	53	0.153
7	تقيس المؤسسة القيمة الاقتصادية المضافة EVA	0.442	53	0.645
مصدر القيمة في المؤسسة				
8	مصدر القيمة هي عمليات الإنتاج (القيمة المضافة)	6.377	53	0.003
9	مصدر القيمة هي عمليات التسويق (رقم الأعمال)	3.261	53	0.046
10	مصدر القيمة من تقديم الخدمات	0.045	53	0.956
	أثر متغير عمر المؤسسة على اهتمام المؤسسة بخلق القيمة	2.065	53	0.137

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

تشير نتائج الجدول أعلاه (2-23) إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير نوع المؤسسة على مدى اهتمام المؤسسات بمفهوم خلق القيمة، بكون قيم sig جاءت غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq a$ ) ما يدفع إلى قبول الفرضية  $H_0$

التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة ترجع للاختلاف في طبيعة نشاط المؤسسة. باستثناء الفقرتين رقم 8 و9 قدرت نسبة الدلالة 0.003 و 0.046 على التوالي وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدفعنا إلى قبول الفرضية البديلة  $H_1$  ورفض الفرضية الصفرية.

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### الفرع الثاني: إختبار الفروق لمدى تأثير محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

#### أولاً: حسب نوع المؤسسة (عدد العمال)

يوضح هذا العنصر نتائج اختبار الفروق المتعلقة مدى تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعود لمتغير نوع المؤسسة ( عدد العمال)، وذلك كما يلي:

$H_0$ : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في نوع المؤسسة.

$H_1$ : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في نوع المؤسسة .

#### الجدول رقم (2-27): تأثير محددات خلق القيمة حسب نوع المؤسسة

الرقم	الأبعاد	قيمة t	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
1	البعد الأول: عمليات النمو الداخلي	0.607	52	0.546
2	البعد الثاني: عمليات النمو الخارجي	-1.097	52	0.278
3	البعد الثالث: الميزة التنافسية	0.449	52	0.655
4	البعد الرابع: إقتصاد الأصول غير المادية	-0.652	52	0.517
5	البعد الخامس: سياسة الإستدانة	-2.916	52	0.005
	المجموع الكلي لمحور الثاني محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	-1.260	52	0.213

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات الSPSS22

من خلال الجدول أعلاه (2-24) يتضح لنا أن متغير نوع المؤسسة لم يكن له تأثير على الأبعاد الأربعة الأولى للمحور الثاني للإستبيان، لأن مستوى الدلالة كان sig لهذه الأبعاد كان أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ، بناءا عليه نقبل الفرضية الصفرية التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في نوع المؤسسة ( عدد العمال)، ونرفض الفرضية البديلة  $H_1$ .

أما بالنسبة للبعد الخامس المتعلق بسياسة الإستدانة لقد كان لمتغير النوع تأثير عليه لأن الدلالة الإحصائية كانت 0.006 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، ولهذا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في نوع المؤسسة ( عدد العمال).

## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### ثانيا: حسب طبيعة النشاط

يوضح هذا العنصر نتائج اختبار الفروق المتعلقة مدى تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعود لمتغير طبيعة النشاط، وذلك كما يلي:

$H_0$ : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في طبيعة نشاط المؤسسة.

$H_1$ : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في طبيعة نشاط المؤسسة.

الجدول رقم (2-28): تأثير محددات خلق القيمة حسب طبيعة النشاط

الرقم	الأبعاد	قيمة t	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
1	البعد الأول: عمليات النمو الداخلي	-2.958	52	0.005
2	البعد الثاني: عمليات النمو الخارجي	1.824	52	0.074
3	البعد الثالث: الميزة التنافسية	-0.717	52	0.476
4	البعد الرابع: إقتصاد الأصول غير المادية	1.576	52	0.121
5	البعد الخامس: سياسة الإستدانة	0.665	52	0.509
	المجموع الكلي لمحور محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	0.673	52	0.504

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

يبين الجدول أعلاه (2-25) أن متغير طبيعة النشاط كان له تأثير على البعد الأول (عمليات النمو الداخلي)، لأن مستوى الدلالة الإحصائية للبعد قدرت ب 0.005 ، وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، ولهذا نقبل الفرضية البديلة التي تقول بأن توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في طبيعة نشاط المؤسسة.

أما بالنسبة للأبعاد الأربعة الأخرى لم يكن لمتغير طبيعة النشاط تأثير عليها، وذلك لأن مستوى الدلالة لهذه الأبعاد أكبر من مستوى المعنوية 0.05، ولهذا نقبل الفرضية الصفرية التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في طبيعة نشاط المؤسسة، ونرفض الفرضية البديلة  $H_1$ .



## الفصل الثاني:..... إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### ثالثا: حسب عمر المؤسسة

يوضح هذا العنصر نتائج اختبار الفروق المتعلقة مدى تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعود لمتغير عمر المؤسسة، وذلك كما يلي:

$H_0$ : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في عمر المؤسسة ( سنة التأسيس).

$H_1$ : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في عمر المؤسسة (سنة التأسيس).

### الجدول رقم (2-29): تأثير محددات خلق القيمة حسب عمر المؤسسة

الرقم	الأبعاد	قيمة f	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
1	البعد الأول: عمليات النمو الداخلي	1.121	53	0.334
2	البعد الثاني: عمليات النمو الخارجي	0.599	53	0.553
3	البعد الثالث: الميزة التنافسية	1.602	53	0.211
4	البعد الرابع: إقتصاد الأصول غير المادية	1.168	53	0.319
5	البعد الخامس: سياسة الإستدانة	1.780	53	0.179
	المجموع الكلي لمحور محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	0.034	53	0.967

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات ال SPSS22

من خلال الجدول أعلاه (2-26) يتضح لنا أن متغير نوع المؤسسة لم يكن له تأثير على الأبعاد كلها للمحور الثاني للإستبيان، لأن مستوى الدلالة كان sig لهذه الأبعاد كان أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ، بناءا عليه نقبل الفرضية الصفرية التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير محددات النمو على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ترجع للإختلاف في عمر المؤسسة، ونرفض الفرضية البديلة  $H_1$ .

## الفصل الثاني:.....إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

### خلاصة الفصل :

هدفنا من خلال هذه الدراسة إلى إظهار مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة من خلال محدداته: عمليات النمو الداخلي والخارجي، الميزة التنافسية، إقتصاد الأصول غير المادية وسياسة الإستدانة.

ولتحقيق هذا الهدف اعتمدنا في دراستنا على أداة الإستبيان، والذي تم توزيعه على عينة مكونة من 54 مالك ومسير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية ورقلة، وبعد تحليل وتفسير لنتائج الإستبيان توصلنا إلى أن النمو الداخلي هو الإستراتيجية الملائمة لطبيعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل نقص الوعي بأهمية الأصول غير المادية وبمكوناتها ك رأس المال الزبوني أو العلائقي. كما لا تهتم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتحديد الميزة التنافسية لأنها غالبا لا تعتمد على التحليل الإستراتيجي ( الفرص والتهديدات)، كما تخشى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من النمو الخارجي لأنها تعتقد أنه يفقدها عنصر السيطرة.

خلاصة

### خلاصة:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع حاولنا معالجة إشكالية البحث التي تدور حول مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق القيمة من خلال محدداتها، وبناءً على نتائج إسقاط الجانب النظري على واقع عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية ورقلة، ومن خلال إستخدام الإستبيان كأداة لمعرفة آراء أفراد العينة حول من أجل إثبات صحة الفرضيات التي مست كامل جوانب الدراسة أو نفيها، تناقش النتائج المتوصل إليها حول اختبار الفرضيات من خلال النقاط التالية:

### إختبار فرضيات البحث :

لقد قامت دراستنا على خمسة فرضيات، التي فيما يلي سيتم إختبارها :

✓ الفرضية الأولى : "تؤثر عمليات النمو الداخلي على خلق القيمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عند إستخدام مواردها الخاصة لزيادة إستثماراتها، دون التوحد مع مؤسسات أخرى"

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النمو الداخلي وخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر المستجوبين، وبالتالي إستراتيجية النمو الداخلي أكثر ملائمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومنه نقبل الفرضية الأولى.

✓ الفرضية الثانية : "تؤثر عمليات النمو الخارجي على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذا كانت تشتري أصولاً مادية وتؤجرها، وتساهم بها كلياً أو جزئياً في مؤسسات أخرى"

عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النمو الخارجي وخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر المستجوبين، يمكن أن يرجع ذلك لإعتقادهم أن هذه الإستراتيجية في التوسع قد تؤدي إلى فقدان السيطرة.

✓ الفرضية الثالثة : "تؤثر الميزة التنافسية على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذا كانت تطور الميزة التنافسية لمنتجاتها"

عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الميزة التنافسية وخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر المستجوبين، يمكن أن يرجع ذلك لعدم إعتقادها على التحليل الإستراتيجي ( نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات)، وبالتالي قد تولي الأهمية المطلوبة لتحديد الميزة التنافسية وتطويرها.

✓ الفرضية الرابعة : "تؤثر الأصول غير المادية على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذا كانت المؤسسة تطور من رأس مالها البشري"

عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأصول غير المادية وخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر المستجوبين ، يمكن أن يرجع إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تلائمها هذه الإستراتيجية في ظل نقص الوعي بالأصول غير مادية ومكوناتها، ودورها في خلق القيمة من خلال نشوء آثار تعاضدية مع بقية الأصول.

✓ الفرضية الخامسة : "تؤثر سياسة الإستدانة على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عند طريق جلب الديون"

عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسة وخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يمكن أن يرجع إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تلجأ إلى هذه الإستراتيجية من أجل خلق قيمة. للخوف من مخاطر التعثر وعدم الوعي بإمكانية الإستفادة من آثار الرفع المالي.

### توصيات الدراسة:

بناء على الدراسة الميدانية التي قمنا بها وعلى ضوء النتائج التي توصلنا إليها نقدم التوصيات أو المقترحات التالية من أجل تحفيز المؤسسات على الإهتمام بمفهوم خلق القيمة، أولاً كمفهوم يدعم إستمرارية هذه المؤسسات وإستدامتها، والإهتمام بركائز خلق القيمة من خلال الوعي بالمحددات من ناحية أخرى.

1. وضع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتصور حول محددات خلق القيمة؛
2. ضرورة الإهتمام أكثر بجانب الأصول غير المادية، من خلال تكوين رأس المال البشري والزبوني على سبيل المثال؛
3. تحديد تطوير الميزة التنافسية بإعتبارها محددات أساسية من محددات خلق القيمة؛
4. الإستخدام الجيد لسياسة الإستدانة.

### آفاق الدراسة:

وفي الأخير يبقى جانب البحث مفتوحاً في موضوع دراستنا هذه وما يرتبط بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، باعتباره أن الأبحاث في هذا المجال قليلة وحديثة، ويمكن للباحثين تناول إشكاليات أخرى حوله مستقبلاً، لهذا نقترح مواضيع مستقبلية للبحث وهي كالتالي:

- ✓ دراسة نفس الموضوع على عينة من المؤسسات الصغيرة لمختلف قطاعات النشاط؛
- ✓ دراسة حالة لأثر سياسة الإستدانة على خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ إقتصاد الأصول غير المادية ودوره في قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة؛
- ✓ محاولة الحصول على عقود المقاوله من الباطن والإندماج في سلسلة القيمة للشركات الكبرى، كون المقاوله من الباطن واحدة من ركائز خلق القيمة.

# قائمة المراجع

أولا : المصادر والمراجع باللغة العربية

✓ كتب :

- 1) إلياس بن ساسي – يوسف قريشي، التسيير المالي ( الإدارة المالية )، ط 1، دار وائل للنشر، الأردن، 2006؛
- 2) إلياس بن ساسي، الخيارات الإستراتيجية لنمو المؤسسة، ط 1، دار وائل للنشر، عمان- الأردن، 2011.
- 3) عبد الفتاح عز، مقدمة في الإحصاء الوصفي و الاستدلالي باستخدام الSPSS، الجزء 3.

✓ مذكرات وأطروحات :

✓ مذكرات ماجستير :

1. الوليد هلال، الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة مسيلة، الجزائر، 2009؛
2. مريم بولمية، البعد المعنوي لإشكالية خلق القيمة، أطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة عنابة، 2012.

✓ أطروحات دكتوراه :

- 1) محمد بن الدين، المناولة الصناعية كإستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية، مذكرة دكتوراه غير منشورة، جامعة تلمسان، الجزائر، 2013؛
- 2) منى مسغوني، تسيير الكفاءات والأداء التنافسي المتميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مذكرة دكتوراه غير مطروحة، جامعة ورقلة، 2013؛
- 3) يوسف بن حمودة، خلق القيمة من خلال إدارة المعرفة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الشلف، 2015؛
- 4) يوسف قريشي، سياسة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005.

✓ مقالات ومدخلات :

- 1- إسحاق خرشي، نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية و المنفعة الاجتماعية "نموذج مقترح" ، ملتقى دولي لدور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، جامعة الشلف، 2016؛
- 2- إلياس بن ساسي، محاولة ضبط مفهومي النمو الداخلي والنمو الخارجي للمؤسسة كمنطلق للمفاضلة بينهما، مجلة الباحث، العدد6، 2008؛
- 3- عبد الغني دادن، قراءة في الأداء المالي والقيمة في المؤسسات الاقتصادية، مجلة الباحث، العدد4، 2006؛

- 4- عبد المجيد قدي- عبد الوهاب دادن، تحليل المنطق المالي لنمو المؤسسات الاقتصادية كأسلوب لتقييم الأداء المالي، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005؛
- 5- علائي فتيحة - فاطمة الزهراء عراب، تنشيط المناولة الصناعية كخيار استراتيجي هام لدعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، ملتقى حول استراتيجية التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012؛
- 6- لمياء عماني - عائشة سلمى كيجلي، خلق القيمة واقتصاد الأصول غير المادية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، 2017؛
- 7- محمد الأسود، المناولة وإخراج الأنشطة في قطاع المحروقات، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 9، جامعة ورقلة، جوان 2016؛
- 8- منى مسغوني - لمياء عماني - عائشة سلمى كيجلي، المسؤولية الاجتماعية مصدر لخلق القيمة المشتركة وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني: إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر، 2017.

ثانيا : المصادر والمراجع باللغة الأجنبية :

✓ كتب :

- 1- Cappelliti, L. Khouatra,D. (2011).**La mesure de la création de valeur organisationnelle.** overts hall.
- 2- Charreaux,G. (2003).**finance d'entreprise** . 2 édition . management et société ems .
- 3- Conso,P. (1999). **gestion financière de l'entreprise.** édition 9. Dunod. Paris.
- 4- Dayan,A. (1999).**manuel de gestion.**edition1. ellipses. Paris.
- 5- De la bruslerie,H. (2010). **analyse financière.** 4 edition. Dunod. Paris.
- 6- Hoarau, C.( 2000).**Modèles d'évaluation stratigique et facteurs explicatifs de la création de valeur pour l'actionnaire** . Paris.
- 7- Melyon,G.(2007). **Gestion financière** .4 editin .Rome.
- 8- Vernimen,P.( 2011). **Finance d'entreprise** . Dalloz. Paris . p 680.



✓ مقالات ومدخلات:

- 1- Eric Vateville, (2008), La creation de valeur : de l'exclusivité actionnariale a la diversité partenariale?, **Revue management and avenir**, n18;
- 2- L. Cappelliti - Djamel khouatra, ( 2011), La mesure de la création de valeur organisationnelle, **overts hall**, p07;
- 3- Kenan Patrick Jarboe, Intangible Assets as a Framework for Sustainable Value Creation, Athena Alliance, 2015, <https://intangibleeconomy.files.wordpress.com/2016/02/intangible-assets-as-value-creation-framework-july-2015.pdf>

# قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): إستبيان الدراسة

جامعة قاصدي مرباح-ورقلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: مالية المؤسسات



إستبيان حول موضوع: خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تحية طيبة.....

في إطار إعداد مذكرة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص مالية مؤسسة، وبهدف معرفة مدى قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خلق القيمة بمعيار نمو حجم النشاط، الميزة التنافسية، أثر الاستدانة على المردودية المالية، ودور الأصول غير المادية. كما نريد معرفة مدى اهتمام مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمفهوم خلق القيمة، من خلال المقارنة بين المردودية المحققة والمردودية المطلوبة أو المتوقعة.

نضع بين أيديكم هذا الإستبيان حيث نحتاج لجمع المعلومات المطلوبة التي تساعد في إتمام هذا البحث، نرجو منكم الإجابة بدقة وموضوعية على الأسئلة المطروحة، بوضع إشارة (X) في الخانة التي توافق رأيكم، علما أن هذا الإستبيان سيكون لغرض خدمة البحث العلمي. لكم جزيل الشكر لتعاونكم، ونعدكم أن هذه المعلومات سرية ولا تستعمل إلا لأغراض علمية.

الجزء الأول: بيانات عامة

- 1- إسم المؤسسة: .....
- 2- نوع المؤسسة: صغيرة  متوسطة
- 3- النشاط: .....
- 4- تاريخ التأسيس: .....
- 5- عدد العمال: من 10 إلى 49  من 50 إلى 250

## الجزء الثاني: خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الرقم	العبارات	غير موافق جدا	غير موافق	لا أدري	موافق	موافق جدا
<b>المحور الأول: مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمفهوم خلق القيمة</b>						
اهتمام المؤسسة بخلق القيمة المؤسسة وقياسه						
1	تقيس المؤسسة الأداء المالي					
2	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالربح					
3	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمردودية المالية					
4	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة					
5	تقيس المؤسسة الأداء المالي بالمردودية الاقتصادية					
6	تقيس المؤسسة تكلفة الأموال الخاصة والديون معا					
7	تقيس المؤسسة القيمة الاقتصادية المضافة EVA					
مصدر القيمة في المؤسسة حسب سلسلة القيمة						
8	مصدر القيمة هي عمليات الإنتاج (القيمة المضافة)					
9	مصدر القيمة هي عمليات التسويق (رقم الأعمال)					
10	مصدر القيمة من تقديم الخدمات					
<b>المحور الثاني: محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة</b>						
عمليات النمو الداخلي في المؤسسة						
11	استثمرت المؤسسة في الأصول المادية					
12	قامت المؤسسة بجيازة أصول مادية جديدة					
13	قامت المؤسسة بجيازة أصول معنوية جديدة					
14	نفقت المؤسسة على أعمال البحث والتطوير					
15	زادت المؤسسة من حجم التوظيف					
عمليات النمو الخارجي						
16	قامت المؤسسة بعملية شراكة مع شركات أخرى					
17	قامت المؤسسة بعملية مناولة ( الإندماج في سلسلة القيمة					
18	ساهمت المؤسسة جزئيا في أصول مؤسسة أخرى					
19	وجدت المؤسسة آثار تعاضدية من إستراتيجية النمو الداخلي					
20	وجدت المؤسسة آثار تعاضدية من النمو الخارجي					

تحديد الميزة تنافسية في المؤسسة						
					21	تعمل المؤسسة على الحصول على زبائن جدد
					22	تعاني المؤسسة من ضغط المنافسين الحاليين
					23	تعاني المؤسسة من منافسة المؤسسات الجديدة
					24	تعاني المؤسسة من منافسة المنتجات البديلة
					25	يكون أثر تلك المنافسة على الأسعار (تخفيض الأسعار)
					26	يكون أثر تلك المنافسة على الكميات المباعة
					27	يكون أثر تلك المنافسة على مستوى الاستثمار
إقتصاد الأصول غير المادية للمؤسسة						
					28	تطور المؤسسة رأس المال البشري
					29	تهتم المؤسسة بالابتكار
					30	تطور المؤسسة رأس المال الزبوني
سياسة الإستدانة في المؤسسة						
					31	هناك زيادة سنوية في حجم الديون
					32	الديون موجهة لتمويل دورة الاستغلال
					33	الديون موجهة لتمويل دورة الاستثمار
					34	تقوم المؤسسة برفع رأسمالها بهدف التمويل
					35	تدير المؤسسة مخاطر التعثر المالي
					36	تساهم الاستدانة بغرض التمويل من زيادة المردودية السنوية

### الملحق رقم (02): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغيرات المستقلة للدراسة

Statistiques						
		عمليات النمو الداخلي للمؤسسة	عمليات النمو الخارجي للمؤسسة	الميزة التنافسية في المؤسسة	إقتصاد الأصول غير المادية	سياسة الإستدانة في المؤسسة
N	Valide	54	54	54	54	54
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3.3037	2.7333	3.3201	3.3333	2.9762
Ecart type		.48016	.71110	.66772	.86874	.50469

المصدر: مخرجات ال SPSS22

## الملحق رقم (03): مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

Corrélations							
		محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	عمليات النمو الداخلي للمؤسسة	عمليات النمو الخارجي للمؤسسة	الميزة التنافسية في المؤسسة	اقتصاد الأصول غير المادية	سياسة الإئتمانة في المؤسسة
محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	1  54	.398**  .003 54	.581**  .000 54	.433**  .001 54	.695**  .000 54	.401**  .003 54
عمليات النمو الداخلي للمؤسسة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.398**  .003 54	1  .003 54	.029  .832 54	.095  .496 54	.208  .131 54	-.136  .325 54
عمليات النمو الخارجي للمؤسسة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.581**  .000 54	.029  .832 54	1  .000 54	.021  .881 54	.218  .114 54	.119  .393 54
الميزة التنافسية في المؤسسة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.433**  .001 54	.095  .496 54	.021  .881 54	1  .001 54	-.022  .876 54	.054  .699 54
اقتصاد الأصول غير المادية	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.695**  .000 54	.208  .131 54	.218  .114 54	-.022  .876 54	1  .000 54	.141  .308 54
سياسة الإئتمانة في المؤسسة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.401**  .003 54	-.136  .325 54	.119  .393 54	.054  .699 54	.141  .308 54	1  .003 54

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

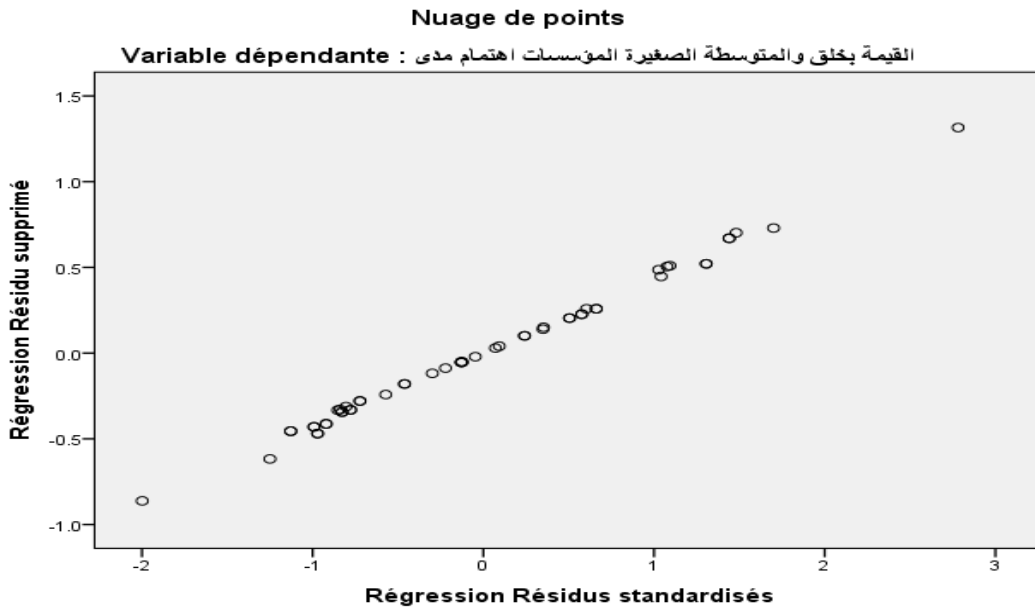
المصدر: مخرجات ال SPSS22

## الملحق رقم (04): إختبار one way anova

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
عمليات النمو الداخلي للمؤسسة	Intergruppes	.515	2	.257	1.121	.334
	Intragruppes	11.705	51	.230		
	Total	12.219	53			
عمليات النمو الخارجي للمؤسسة	Intergruppes	.615	2	.307	.599	.553
	Intragruppes	26.185	51	.513		
	Total	26.800	53			
الميزة التنافسية في المؤسسة	Intergruppes	1.397	2	.698	1.602	.211
	Intragruppes	22.233	51	.436		
	Total	23.630	53			
إقتصاد الأصول غير المادية	Intergruppes	1.752	2	.876	1.168	.319
	Intragruppes	38.248	51	.750		
	Total	40.000	53			
سياسة الإستدانة في المؤسسة	Intergruppes	.881	2	.440	1.780	.179
	Intragruppes	12.619	51	.247		
	Total	13.500	53			

المصدر: مخرجات ال SPSS22

## الملحق رقم (05): التوزيع الطبيعي لبواقي النموذج المقدر



المصدر: مخرجات ال SPSS22

فہرست



III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
IX	قائمة الملاحق
ب	مقدمة
<b>الفصل الأول: محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة</b>	
2	مدخل
3	المبحث الأول: ماهية خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
5	المطلب الأول: سلسلة القيمة والميزة التنافسية
8	المطلب الثاني: إستراتيجيات النمو لخلق القيمة
8	الفرع الأول: النمو الداخلي
9	الفرع الثاني: النمو الخارجي
10	المطلب الثالث: الركائز المالية لخلق القيمة
11	المطلب الرابع: دور الأصول غير المادية في خلق القيمة
14	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
14	المطلب الأول: دراسات باللغة الأجنبية
15	المطلب الثاني: دراسات باللغة العربية
17	المطلب الثالث: مقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية
19	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: إسقاط مفهوم خلق القيمة على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة</b>	
20	مدخل
21	المبحث الأول: تقديم الطريقة والإجراءات المستخدمة في الدراسة الميدانية
21	المطلب الأول: الطريقة المستخدمة في الدراسة
21	الفرع الأول: تحديد متغيرات الدراسة
21	الفرع الثاني: منهج وأداة الدراسة
22	الفرع الثالث: مجتمع وعينة الدراسة

22	الفرع الرابع : التعريف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة
24	الفرع الخامس: أدوات الدراسة
25	الفرع السادس : الطريقة المستخدمة في القياس
26	المطلب الثاني: المعالجة الإحصائية لمتغيرات الدراسة
27	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة:
33	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة الميدانية ومعالجتها وتحليلها
33	المطلب الأول: تحليل المتغيرات المتعلقة بالمؤسسات محل الدراسة
35	المطلب الثاني: تحليل المتغيرات المتعلقة بالمؤسسات محل الدراسة
35	الفرع الأول: الإتجاه العام لخلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقياسه
36	الفرع الثاني: الإتجاه العام لمصدر القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب سلسلة القيمة
36	الفرع الثالث: الإتجاه العام لمدى إعتتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على عمليات النمو في خلق القيمة
38	الفرع الرابع: الإتجاه العام لمدى تطوير المؤسسة للميزة التنافسية لمنتجاتها
39	الفرع الخامس: الإتجاه العام لإقتصاد الأصول غير المادية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
40	الفرع السادس: الإتجاه العام لمدى إعتتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على سياسة الإستدانة
41	المطلب الثالث: قياس تأثير المتغيرات المستقلة على خلق القيمة
42	المطلب الرابع: إختبار فرضيات الدراسة
43	الفرع الأول: تحليل درجة مدى إهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمفهوم خلق القيمة
47	الفرع الثاني: إختبار الفروق لمدى تأثير محددات خلق القيمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
50	خلاصة الفصل :
52	خلاصة
55	قائمة المراجع
59	قائمة الملاحق
65	فهرس