الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة المسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم : العلوم التسيير

Université de M'SILA
Faculté des Sciences Économiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département : des Sciences Gestion

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

العنوان:

تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل بيئة الأعمال الإلكترونية

– دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة –

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر(أكاديمي) في علوم التسيير

تخصص:إدارة أعمال التجارة الدولية

إعداد الطالب:

– سويح سفيان

إشراف الأستاذ:

– أ.رحماني سناء

لجنة المناقشة

أعضاء اللجنة	الرتبة	الصفة
1. أ.قروش عيسى	أستاذ مساعد (أ)	رئيسا
2. أ. زواوي حميدة	أستاذ مساعد (أ)	مناقشا
3. أ. رحماني سناء	أستاذ مساعدة (أ)	مشرفا

السنة الجامعية: 2015/2014

شـكر وتـقديـر

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا البحث

كما نخص بالشكر والامتنان والعرفان للأستاذة رحماني سناء المشرفة على هذا البحث وذلك بتقديمها لنا النصائح والإرشادات والآراء القيمة وعلى كل ما بذلته من جهد في سبيل مساعدتنا في إتمام إنجاز عملنا هذا

كما نتقدم بالشكر والامتنان والعرفان إلى كل أساتذة قسم علوم التسيير وإلى كل طلبة قسم علوم التسيير بجامعة المسيلة عبر مختلف أطوار الدراسة

كما نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى كل من ساعدنا وساهم في إعداد هذا البحث سواء كان من قريب أم من بعيد

وفي الأخير لا يفوتني أن أتقدم بعظيم الشكر وأسمي الامتنان إلى كل من ساهم بالتشجيع أو السؤال أو المساعدة في إعداد هذا البحث

إهداء

أهدي عملي هذا

إلى الأم الغالية التي سهرت من أجلي وفرحت لفرحي وحزنت لحزني

حفظها الله

إلى أبي الذي عبدت دعواته لي طريق النجاح

إلى الإخوة والأخوات وخصوصا الصغيرة خلود

إلى جميع الأهل والأقارب

إلى جميع زملائي في الجامعة

إلى جميع الأصدقاء الذين وقفوا معي في السراء والضراء

سويح سفيان

الفهرس

فهرس المحتويات	
شكر وتقدير	
الإهداء	
الفهرس	
مقدمة	01
الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	06
تمهيد	07
المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	08
المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	08
المطلب الثاني: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	11
المطلب الثالث: خصائص ومميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	15
المبحث الثاني: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومكانتها الدولية	17
المطلب الأول: الاهتمام الدولي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	17
المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي	18
المطلب الثالث: أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	21
المبحث الثالث: تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	25
المطلب الأول: مفهوم تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	25
المطلب الثاني: وظائف التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	26
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	29
المطلب الرابع: طبيعة التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	31
خلاصة	34
الفصل الثاني: بيئة الأعمال الالكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	35
تمهيد	36
المبحث الأول: توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو الأعمال الالكترونية	37
المطلب الأول: الأعمال الإلكترونية.	37
المطلب الثاني: التجارة الالكترونية	42
المطلب الثالث: إستراتيجية الأعمال الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	46
المبحث الثاني: التسيير الإلكتروني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	48
المطلب الأول: مفهوم الإدارة الالكترونية.	48
المطلب الثاني: عناصر وأهمية الإدارة الالكترونية	50

المطلب الثالث: وظائف الإدارة الالكترونية	54
المبحث الثالث: توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو استخدام التكنولوجيا والمعيقات التي تقف أمامها	56
المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	56
المطلب الثاني: أسباب عزوف بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن تبنيها للتكنولوجيا.	58
خلاصة	60
الفصل الثالث: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية المسيلة	61
تمهيد	62
المبحث الأول: واقع قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة	63
المطلب الأول: تقديم مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار لولاية المسيلة	63
المطلب الثاني: معلومات إحصائية حول واقع قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة في نهاية سنة 2014	64
المبحث الثاني: إعداد الاستبيان وتفريغ بياناته	67
المطلب الأول: مكونات ومنهجية الدراسة	67
المطلب الثاني: حدود الاستبيان والوسائل الإحصائية المستخدمة	68
المطلب الثالث: هيكل الاستبيان وتفريغ وتحليل البيانات.	69
المطلب الرابع: وصف وتحليل خصائص العينة المدروسة.	71
المبحث الثالث: تحليل نتائج الاستبيان	75
المطلب الأول: اختبار ثبات وصدق الاستبيان	75
المطلب الثاني: اختبار صحة الفرضية الأولى	80
المطلب الثالث: اختبار صحة الفرضية الثانية	85
خلاصة	91
خاتمة	92
قائمة الجداول والأشكال والمختصرات	96
قائمة المراجع	100
الملاحق	105

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	تعريف الاتحاد الأوربي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	09
02	المؤسسات العائلية كنسب من المؤسسات المسجلة في بعض دول العالم	13
03	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاع بولاية المسيلة نهاية سنة 2014	64
04	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم بولاية المسيلة نهاية سنة 2014	65
05	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قطاعات النشاط بولاية المسيلة نهاية سنة 2014	66
06	الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان	67
07	مقياس ليكرت الخماسي المعتمد في الدراسة	70
08	مقياس تحديد الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة	70
09	توزيع أفراد العينة حسب نوع النشاط	71
10	توزيع أفراد العينة حسب عدد العمال	72
11	توزيع أفراد العينة حسب وسائل الاتصال المستخدمة	74
12	اختبار ثبات فقرات الاستبيان	75
13	اختبار صدق فقرات الاستبيان	76
14	الصدق الداخلي لفقرات المحور الأول	77
15	الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني	78
16	معامل ارتباط بيرسون بين محاور الدراسة والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان	79
17	اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الاستبيان	80
18	النتائج الإحصائية لفقرات المحور الأول	80
19	نتائج اختبار T-test لعينة واحدة للفرضية الأولى	85
20	النتائج الإحصائية لفقرات المحور الثاني	86
21	نتائج اختبار T-test للفرضية الثانية	90

قائمة الأشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
01	وظائف التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	28
02	نموذج لهيكل تنظيمي تقليدي بالنسبة للمؤسسات الصغيرة	29
03	نموذج لهيكل تنظيمي تقليدي بالنسبة للمؤسسات المتوسطة	30
04	أشكال التجارة الالكترونية	44
05	أبعاد مفهوم الإدارة الالكترونية	49
06	عناصر الإدارة الالكترونية	52
07	الهيكل التنظيمي لمديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار بولاية المسيلة	63
08	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاع بولاية المسيلة نهاية سنة 2014	64
09	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم بولاية المسيلة نهاية سنة 2014	65
10	تمثيل توزيع أفراد العينة حسب النشاط	72
11	تمثيل توزيع أفراد العينة عدد العمال	73

قائمة الملاحق

رقم الملحق	العنوان	الصفحة
01	استمارة الاستبيان باللغة العربية قبل التحكيم	106
02	استمارة الاستبيان باللغة العربية بعد التحكيم	111
03	مخرجات برنامج SPSS	116

المختصرات

	العنوان
PME	Petite Moyenne Enterprise.
SCM	Supply Chain Management .
CRM	Customer Relationship Management.
ERP	Enterprise Resources Planning.
IBM	International Business Machines.
TCP/IP	Transmission Control Protocol/ Internet Protocol.

قائمة الجداول

والأشكال والملاحق

والمختصرات

مقدمة

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي والتخطيط المستقبلي، حيث تمثل إحدى دعائم التنمية الأساسية في أي دولة في العالم، وتلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما وأساسيا في التنمية الاجتماعية في مختلف الدول المتقدمة والنامية، ويبرز هذا الدور من خلال انتشارها في مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني فهي المصدر التقليدي لنموه وتطوره، كما أن عددها يشكل نسبة كبيرة بالمقارنة مع العدد الكلي للمؤسسات في معظم دول العالم، حيث تشكل قاطرة التنمية المعاصرة للكثير من دول العالم لما تتميز به من خصائص، كما تمثل أيضا المصدر الرئيسي للأفكار الجديدة والاختراعات.

ويعد تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتشجيع إقامتها من أهم دعائم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول بشكل عام، والدول النامية بشكل خاص، وذلك باعتبارها منطلقا أساسيا للرفع من طاقتها الإنتاجية من جهة والمساهمة في معالجة مشكلتي الفقر والبطالة من جهة أخرى، ولذلك أولت العديد من الدول اهتماما متزايدا بهذه المؤسسات، محاولة منها تقديم المساعدة والمساندة بمختلف السبل ووفق الإمكانيات المتاحة لكل دولة.

ونظرا للتطور الحاصل في بيئة الأعمال الإلكترونية التي يتطلب نجاحها عولمة الاتصالات والتشبيك على المستوى العالمي، إضافة إلى السرعة الفائقة في التواصل ونقل المعلومة، يتحتم على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليوم تطوير أسلوبها التسييري ليتماشى مع تطور محيطها، وتكييف نمطها التنظيمي مع الضغوطات الجديدة للسوق، وقد تكون الأعمال الإلكترونية كأحد الحلول التي يمكنها إتباعها لتحقيق مزايا تنافسية، وتميز في أدائها وتقديم منتجات وخدمات تمكنها من مسايرة منافسيها.

1- الإشكالية:

ولمعرفة تأثير بيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتضح لنا معالم الإشكالية الرئيسية التالية:

ما مدى تأثير بيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

وتتفرع من هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ✓ إلى أي مدى تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟.
- ✓ هل استخدام الأعمال الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة له تأثير على أدائها الاقتصادي؟.
- ✓ هل تساهم الأعمال الإلكترونية في تحسين مستوى الأداء الإداري في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟.

2- فرضيات الدراسة:

تم وضع الفرضيات التالية كإجابات مسبقة على الإشكالية السابقة وهي:

- ✓ تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية
- ✓ تساهم الأعمال الإلكترونية في الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

3- إطار الدراسة:

تم تحديد إطار الدراسة في العنصرين الآتيين:

- ✓ الحدود المكانية: ترتبط هذه الدراسة بواقع الأعمال الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال تقديم استبيان لعينة من مسيري بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة.
- ✓ الحدود الزمنية: نحاولنا التركيز في هذه الدراسة على الفترة الممتدة من بداية شهر فيفري 2015 إلى غاية 05 جوان من نفس السنة.

4- أسباب اختيار الموضوع

هناك أسباب شخصية تتمثل في:

- الرغبة في التطرق إلى مثل هذه المواضيع الجديدة نسبيا.
- الرغبة في توسيع معرفتنا بتكنولوجيا المعلومات.
- تناول هذا الموضوع لفتح مجال البحث فيه مستقبلا.

أما الأسباب الموضوعية فهي:

- طبيعة مجال التخصص الدراسي،
- حداثة الموضوع ومحاولة التعرف على مختلف الآثار التي تتركها الأعمال الإلكترونية على المستوى الإداري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

5- أهداف الدراسة:

هدف من خلال دراستنا هذه إلى الوقوف على مدى تأثير الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعلى مستوى الأداء الإداري والاقتصادي بها.

6- أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها:

- تتعرض إلى فئة معينة من المؤسسات وهي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تبين مدى توجه هذه المؤسسات في تبني منهج الأعمال الإلكترونية.
- معرفة مدى مساهمتها في الرفع من مستويات أداء وسير هذه المؤسسات.

7- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: صباح شاوي، " أثر التنظيم الإداري على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية سطيف "، دراسة تطبيقية لبعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية سطيف، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010.

أهم النتائج المتحصل عليها:

- لا ينتمي التنظيم الإداري في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى نظرية من نظريات التنظيم المعروفة بحد ذاتها، بل يأخذ ما يمكن أن يتماشى مع طبيعتها الخاصة،
- تنظيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أكثر التنظيمات بساطة،
- يعتبر معيار الوظائف من أكثر المعايير المعتمدة في تجميع الأنشطة للهياكل التنظيمية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة،

الدراسة الثانية: معمر عقيل عبيد،" الأعمال الإلكترونية وشبكات الاتصال وأثرها في تفعيل آلية أو تقنية العمل عن بعد في منظمات الأعمال"، مجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، السنة الثامنة، العدد 25، 2010.

أهم النتائج المتحصل عليها:

- تحسن أداء المؤسسات وتطور جميع عناصرها من هياكل وأساليب وأفراد وتقنيات إدارية،
- ظهور مصطلح للإدارة الإلكترونية والذي يعني الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكتب الإلكتروني محل المكتب العادي، وذلك عن طريق الاستخدام الواسع لهذه التقنيات،
- ظهور أساليب وأنماط تنظيمية جديدة كالتوسع في استخدام شبكة المعلومات الداخلية،

الدراسة الثالثة: شهر زاد برجي، إشكالية استغلال مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (رسالة ماجستير)، مالية دولية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012،

أهم النتائج المتحصل عليها:

- تتركز نشاطات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاعات غير المنتجة للقيمة المضافة، والتي تعتمد على تكنولوجيا بسيطة وعلى كثافة عمل مرتفعة.
- تعرف مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري مجموعة من العراقيل تحول دون تنمية وترقية هذا القطاع، وتحقيقه للأهداف المسطرة واهم هذه المعوقات:

- انتشار البيروقراطية وضعف الجانب التشريعي والتنظيمي.
- المشاكل المتعلقة بالمحيط، ونقص المعلومات الاقتصادية حول هذا القطاع واهم المجالات الخصبة والتي يمكن الاستثمار فيها.

الخصوصية والاختلافات للدراسة الحالية:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وأهم النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسات، لوحظ ما يلي:

- **الدراسة الأولى:** عالجت أثر التنظيم الإداري على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أما في دراستنا فعالجنا تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل بيئة الأعمال الإلكترونية.
- **الدراسة الثانية:** عالجت الأعمال الإلكترونية في المؤسسات بصفة عامة، أما في دراستنا فعالجنا الأعمال الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

8- منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي نظرا لطبيعة الموضوع ومصادر المعلومات هذا في الجانب النظري، أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على الاستبيان.

وكانت أدوات جمع البيانات كالتالي:

- الجانب النظري: الكتب، المذكرات، الجرائد الرسمية، ملتقيات، مواقع إلكترونية.
- الجانب التطبيقي: يتمثل في استبيان موجه إلى عينة من مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

9- هيكل الدراسة:

للإحاطة بجوانب هذا الموضوع ارتأينا تقسيمه إلى ثلاث فصول، حيث تم في الفصل الأول التركيز على مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصائصها وأهميتها وأهم المشاكل والمعوقات التي تواجهها، ثم تطرقنا إلى ماهية التسيير وظائفه وطبيعته في هذه المؤسسات، أما الفصل الثاني فقد خصصناه في توجه هذه المؤسسات للأعمال الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما الفصل الثالث فقد قمنا بدراسة ميدانية من خلال استبيان موجه لعينة من مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة.

10- صعوبات الدراسة:

- ضيق الوقت فالموضوع يحتاج إلى دراسة معمقة،
- صعوبة التواصل مع مسيري المؤسسات أثناء توزيع الاستبيان.

الفصل الأول

تمهيد

في ظل التحولات الاقتصادية التي شهدها العالم زاد الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث استطاعت هذه المؤسسات خلال السنوات الأخيرة أن تبرهن على فعاليتها في تحقيق النمو الاقتصادي، وهذا من خلال توسيع الإنتاج الصناعي وتنويعه وتحقيق الأهداف الإنمائية الأساسية وخلق مناصب شغل، وهذا ما جعلها محط أنظار العديد من الباحثين والمفكرين الاقتصاديين الذين أجمعوا على حيوية هذا القطاع ودوره الفعال في تحقيق التنمية الشاملة، ومن أجل إثراء وتحليل موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومدى إسهامها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ارتأينا أن نتطرق في المبحث الأول إلى مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تصنيفها وخصائصها، أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه إلى دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومكانتها الدولية، وأهم المشاكل التي تواجهها، وفي المبحث الثالث تناولنا فيه مفهوم وطبيعة وخصائص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

هناك العديد من التعاريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستوى الدولي وهذا نظرا لعدم اتفاق الباحثين والمؤلفين وإجماعهم على تعريف موحد يكون مقبولا لدى جميع الأطراف المهتمة بهذا القطاع، وفي مبحثنا هذا سوف نتطرق إلى تعريفات بعض الدول للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحديد مختلف الخصائص التي تميزها.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

لا يوجد تعريف متفق عليه عموما للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فطبقا لمنظمة العمل الدولية، لا يمكن لتعريف وحيد أن يشمل جميع أبعاد الحجم " الصغير" أو " المتوسط " للعمل التجاري، ولا يمكن لهذا التعريف أن يعبر عن الاختلافات بين المؤسسات أو القطاعات أو البلدان ذات مستويات التنمية المختلفة، وتستند معظم تعاريف الحجم إلى معايير من قبل عدد العاملين، أو الميزانية الإجمالية، أو الرقم السنوي للأعمال، وفيما يلي بعض من هذه التعريفات:

أولا: تعريف دول مجلس التعاون الخليجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

تستعمل هذه الدول معيار رأس المال المستثمر للتمييز بين المؤسسات حيث تعرف المؤسسات الصغيرة بأنها " تلك التي يبلغ متوسط رأسمالها المستثمر أقل من مليوني دولار، أما المتوسطة فتشمل المؤسسات التي تستثمر بين 2 مليون أقل من 6 ملايين دولار، بينما تعد المؤسسات كبيرة إذا بلغ رأس المال المستثمر فيها 6 ملايين دولار فأكثر"[1].

ثانيا: تعريف الاتحاد الأوروبي:

كان لكل دولة من دول الاتحاد الأوربي تعريف خاص بها، بالإضافة إلى وجود تعريف يستخدم من قبل بنك الاستثمار الأوروبي وآخر يستخدم من قبل صندوق الاستثمار الأوروبي، وهو الأمر الذي لم يكن مقبولا داخل سوق موحد لا توجد به حدود داخلية، لهذا أدرك الاتحاد الأوروبي أنه يجب عليه أن ينسق بين التعاريف المختلفة أو أن يتجه نحو تعريف موحد لأن وجود أكثر من تعريف على مستوى الاتحاد

[1] نوزاد عبد الرحمن الهيتي، الصناعات الصغيرة والمتوسطة في دول مجلس التعاون الخليجي: الوضع القائم والتحديات المستقبيلة، مجلة المال والصناعة، بنك الكويت الصناعي، العدد 24، 2006، ص 11.

وعلى مستوى الدولة أمر من شانه أن يخلق نوع من عدم الاتساق، بالإضافة إلى التأثير السلبي على التنافسية بين مختلف المؤسسات المختلفة، فتوجه الاتحاد الأوربي إلى إيجاد تعريف موحد جاء ليقضي على تعدد التعاريف المستخدمة داخل الدول المشكلة للاتحاد[1].

وآخر تعريف للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب الإتحاد الأوربي هو التعريف الذي دخل حيز التنفيذ منذ جانفي2005، وقد تم تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب عدد العمال ورقم الأعمال السنوي أو مجموع الميزانية السنوية، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (01): تعريف الاتحاد الأوربي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

صنف المؤسسة	حجم العمالة	رقم الأعمال السنوي	أو	المجموع السنوي للميزانية
متوسطة	≥ 250 عامل	≥ 50 مليون €	أو	≥ 43 مليون €
صغيرة	≥ 50 عامل	≥ 10 مليون €	أو	≥ 10 مليون €
مصغرة	≥ 10 عامل	≥ 2 مليون €	أو	≥ 2 مليون €

SOURCE :Commission européenne, -La nouvelle définition des PME- Guide de l'utilisateur et modèle de déclaration, p 14 Disponible sur le lien http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/sme_user_guide_fr.pdf (date d'accés le 03/06/2015 .

تعتبر المؤسسة إما مصغرة أو صغيرة أو متوسطة بناء على معيار الموظفين (العمالة)، ثم احد المعياريين الماليين (رقم الأعمال أو الحد الأقصى للموازنة)، بالإضافة إلى معيار الاستقلالية، أي أن لا يزيد مساهمة مؤسسة أخرى في رأسمال المؤسسة قيد التعريف عن 25% كحد أقصى، ويتضح مما سبق أن تحديد حجم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بغرض تعريفها قانونيا ومن ثم اقتصاديا يرتكز على ثلاثة

[1] إسماعيل اللبي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كرهان للقضاء على التبعية الغذائية في الجزائر (ملبنة الحضنة)، رسالة ماجستير، كلية العلوم التجارية ، تخصص إدارة الأعمال، جامعة المسيلة، 2012، ص 3.

معايير أساسية يتعلق أولاها بعدد الموظفين وثانيها برقم الأعمال أو إجمالي الأصول في حين يرتبط ثالثها بموازنة المؤسسة[1].

ثالثا: تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع أو الخدمات، تشغل من واحد إلى مائتان وخمسين شخصا، لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مليارين دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية خمسمائة مليون دينار، وتستوفي معايير الاستقلالية[2].

وقد جاء في المادة الخامسة تعريف المؤسسة المتوسطة بشكل مفصل إذ تنص على أن " المؤسسة المتوسطة بأنها مؤسسة تشغل من خمسين إلى مائتان وخمسين شخص، ويكون رقم أعمالها السنوي مليارين ومائتي مليون دج، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة وخمسمائة مليون دج".

أما في المادة السادسة من نفس القانون فقد جاء تعريف المؤسسة الصغيرة كما يلي" تعرف المؤسسة الصغيرة بأنها مؤسسة تشغل ما بين عشرة إلى تسعة وأربعين شخص ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مائتي مليون دينار، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائة مليون دينار.

كما عرفت المادة السابعة من نفس القانون المؤسسة المصغرة بأنها: " مؤسسة تشغل من عامل إلى تسعة عمال وتحقق رقم أعمال أقل من عشرين مليون دينار، أو يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية عشرة ملايين دينار"[3].

نلاحظ من خلال التعريف الجزائري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أنه قد تم استقاؤه من تعريف الاتحاد الأوربي حيث نجد انه يتطابق معه في معيار حجم العمال والعتبات المستخدمة لتحديد حجم المؤسسة، وهو التعريف الذي سيتم اعتماده في هذه المذكرة.

---

[1] شوقي شاذلي،" أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة – حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008، ص 47 – 48.

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 01- 20، المادة 4، العدد 77 المؤرخ في 12 ديسمبر سنة 2001، ص 5.

[3] المرجع نفسه، المادة 5- 6- 7، ص 6.

المطلب الثاني: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

يمكن تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة منتجاتها وتوجهها وحسب القطاعات الاقتصادية التي تنتمي إليها.

أولا: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة المنتجات:

تصنف المؤسسات على أساس هذا المعيار إلى ثلاثة أقسام:

1- **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للسلع الاستهلاكية:** يعتمد نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضمن هذا التصنيف في إنتاج السلع الاستهلاكية المتمثلة في المنتجات الغذائية، الملابس، النسيج، الأثاث، المنتجات الجلدية، التبغ وبعض المنتجات الكيميائية وغير ذلك من السلع الاستهلاكية.

ويتم التركيز على هذا النوع من المنتجات الاستهلاكية في الأساس على تأقلمها مع خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بحيث أن صناعة السلع الغذائية تعتمد على مواد أولية متفرقة المصادر، وبعض الصناعات الأخرى، كصناعة الجلود والأحذية، مثلا تعتمد فيها المؤسسات على استعمال تقنيات إنتاج بسيطة وكثيفة الاستخدام لليد العاملة.

2- **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للمنتجات الوسيطية:** يجمع هذا التصنيف كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للمنتجات التالية(المعدات الفلاحية، قطاع غيار، أجزاء الآلات، المكونات الكهربائية وغيرها)، وتنضم هذه المنتجات إلى الصناعات التالية:

- الصناعات الميكانيكية والكهربائية،
- الصناعات الكيميائية والبلاستكية،
- صناعة مواد البناء،
- تحويل المعادن،
- المحاجر والمناجم.

3- **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة لسلع التجهيز:** تتطلب صناعة سلع التجهيز تكنولوجيا مركبة، ويد عاملة مؤهلة، ورأس مال أكبر مقارنة بالمؤسسات السالفة الذكر، وهذا ما يجعل مجال تدخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضيقا، فهي تمارس عملية تركيبية أو تجميعية انطلاقا من

استيراد أجزاء للمنتج النهائي (قطع غيار) وإنتاج بعضها، ثم القيام بعملية التجميع للحصول على المنتج النهائي[1].

ثانيا: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس توجهها.

حسب هذا التصنيف تأخذ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الأشكال التالية:

1- **المؤسسات العائلية:** مثل هذه المؤسسات عادة ما يكون مقر إقامتها المنزل، وتستخدم الأيدي ويتم إنشائها بمساهمة أفراد العائلة، وتنتج في الغالب منتوجات تقليدية بكميات محدودة، وهذا في حالة بعض البلدان مثل اليابان وسويسرا ، أو تنتج أجزاء من السلع لفائدة مصنع موجود في نفس المنطقة في إطار ما يعرف بالمقاولة الباطنية[2].

وعلى الرغم من أن مصطلح المؤسسات العائلية قد يشير عند البعض إلى الصورة التقليدية للمتاجر المنتشرة في المناطق السكنية، إلا أن هذه المؤسسات تعتبر جزءا مهما من الاقتصاد العالمي، ذلك أنها تمثل نسبة كبيرة من المؤسسات العاملة في الاقتصاديات التي تعتمد على قوانين السوق الحر، كما يوضحه الجدول الموالي:

[1] نصر الدين بن نذير، دراسة إستراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة – حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2012، ص 28-29.

[2] شهر زاد برجي، إشكالية استغلال مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، مالية دولية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2012، ص 33.

الجدول رقم (02): المؤسسات العائلية كنسب من المؤسسات المسجلة في بعض دول العالم.

الدولة	نسبة المؤسسات العائلية (%)
البرتغال	70
المملكة المتحدة	75
اسبانيا	80
سويسرا	85
السويد	90 <
ايطاليا	95 <
الشرق الأوسط	95 <

المصدر: نوال مرزوقي، " معوقات حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على شهادة الإيزو 9000 و14000- دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الصناعية-"،(رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010 ، ص 18 - 19.

يتضح من خلال الجدول السابق، أن نسبة المؤسسات العائلية مرتفعة جدا، إذ تتروح بين70% وأكبر من 95%، وخصوصا في منطقة الشرق الأوسط وايطاليا، أين تمثل هذه المؤسسات أكثر من 95% من مجموع المؤسسات المسجلة، مما يدل على أهميتها بالنسبة لهذه الدول[1].

2- **المؤسسات التقليدية:** إن هذا النوع من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا يختلف كثيرا عن المؤسسات العائلية فهي تتميز بكونها قد تلجأ للاستعانة بالعامل الأجير الأجنبي عن العائلة كما أن ممارسة النشاط فيها يكون في محل صناعي معين مستقل المنزل كما تتميز أيضا ببساطة المعدات المستعملة في النشاط الإنتاجي[2].

3- **المؤسسات المتطورة وشبه المتطورة:** تتميز هذه المؤسسات عن غيرها من النوعين السابقين في اتجاهاتها إلى الأخذ بفنون الإنتاج الحديثة، من ناحية التوسع في استخدام رأس المال الثابت، أو من ناحية تنظيم العمل، أو من ناحية المنتجات التي يتم صنعها بطريقة منتظمة، وطبقا لمقاييس صناعية

[1] المرجع نفسه، ص 18 ـ 19.

[2] سيد علي بلحمدي، " المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في ظل العولمة"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2006، ص 28.

حديثة، وتختلف بطبيعة الحال درجة تطبيق هذه التكنولوجيا بين كل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتطورة وشبه المتطورة من جهة أخرى[1].

4- **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في مجال المقاولة الباطنية**[2]: تعتبر المقاولة الباطنية من أهم أشكال التعاون الصناعي في مجال المؤسسات الصناعية، وهو شكل من الترابط الهيكلي والخلفي بين مؤسسة كبيرة وأخرى مقاولة تتميز بحجمها الصغير أو المتوسط، حيث تقوم هذه الأخيرة بتلبية متطلبات وحاجيات المؤسسة الكبيرة، فمخرجاتها تعتبر مدخلات المؤسسة الكبيرة الصناعية حسب المعايير الآتية:

- طبيعة العمل المنجز لحساب المؤسسة الكبيرة،
- أشكال التعاون المنصوص عليها في العقد.

ثالثا: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاعات الاقتصادية.

يمكن تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاعات الاقتصادية إلى الأنواع الآتية:

1- **المؤسسات الإنتاجية:** وهي المؤسسات التي تنتج سلعا استهلاكية، مثل الصناعات اليدوية وورشة الإنتاج التي تستخدم المواد المحلية، أو المؤسسات التي تنتج سلعة إنتاجية تدخل في إنتاج سلع أخرى كالصناعات المغذية لإنتاج الملابس الجاهزة، أو الصناعات المغذية للسيارات.

2- **المؤسسات الخدماتية:** وهي المؤسسات التي تقدم خدمات لعملائها، مثل الاستشارات وإصلاح السيارات وخدمات الكمبيوتر.

3- **المؤسسات التجارية:** وهي المؤسسات التي تقوم بشراء السلع وإعادة بيعها مثل تجارة الجملة والتجزئة، كما نجد ضمن هذا التصنيف أيضا المؤسسات الفلاحية كالمؤسسات الزراعية[3].

[1] شهرزاد برجي، مرجع سابق، ص 34.

[2] نصر الدين بن نذير، مرجع سابق، ص 30.

[3] المرجع نفسه، ص 31.

المطلب الثالث: خصائص ومميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بعدة خصائص ومزايا من خلال حجمها بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فلها عدة خصائص تتميز بها عن سائر المؤسسات الكبرى وتعكس هذه الخصائص نقاط قوة تتمتع بها من خلال ما يلي:

أولا- الحجم:

يمثل الحجم خاصية مهمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فقد ترى الإدارة والمالكين ضرورة بقاء المنظمة صغيرة أو متوسطة ولا تتطلع أن تأخذ حجما أخر.

إن حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مميزات تفرد من الحجم ترتبط بقدرتها على الفهم المتعمق والواسع لطبيعة السوق والزبائن والمنافسين فيه.

وفي أحيان عديدة تجد هذه المؤسسات نفسها في سوق محدود وغير جاذب للمنظمات الأخرى، خاصة الكبيرة من الدخول فيه، وهنا ترتقي منظمة الأعمال الصغيرة والمتوسطة من تحقيق عوائد تجدها مجزية لطبيعة عملها واستثماراتها وهناك من المؤسسات الصغيرة من ترى أن هذه الصفة هي مرحلة المرور إلى الحجم المتوسط ثم الحجم الكبير[1].

ثانيا- محدودية الانتشار الجغرافي:

إن معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكون محلية أو جهوية النشاط وتكون معروفة بشكل كبير في المنطقة التي تعمل فيها وتقام لتلبية إحتياجات المجتمع المحلي، وهذا ما يؤدي إلى تثمين الموارد المحلية وإستغلالها الإستغلال الأمثل والقضاء على مشكلة البطالة وتوفير المنتجات والخدمات للأفراد محليا[2].

[1] طاهر محسن منصور الغالبي، منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، جامعة الأردن، ط1، 2009، ص26.

[2] رابح خوني، رقية حساني، مرجع سابق، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، إتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر،2008، ص 45.

ثالثا- سهولة الإنشاء والتأسيس وحرية اختيار النشاط:

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسهولة التأسيس مما يؤدي إلى تحقيق التشغيل الذاتي وترقية الإقتصاد وتعطي فرصة لإختيار النشاط والذي يبرز قدرات الأشخاص الذاتية وترقية المبادرات الفردية وإظهار المقدرة على الإبداع والإختراع الأمر الذي جعل هذه المؤسسات تفرض وجودها عدديا في كل أنحاء العالم.

رابعا- مرونة الإدارة:

إن الإدارة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتميز بقدر عال من المرونة وسرعة مواكبة التغيرات في العمل وظروفه والتكيف معها بسرعة فائقة ويعود ذلك إلى الطابع الغير الرسمي للتعامل بين العملاء والعاملين وصاحب المؤسسة، وتميزها ببساطة الهيكل التنظيمي ومركزية إتخاذ القرارات وعدم وجود لوائح جامدة تعرقل إتخاذ هذه القرارات، فالأمر كله متروك بصورة أساسية لصاحب المؤسسة وخبرته في تقدير المواقف ومعالجتها[1].

خامسا- قصر فترة استرداد رأس المال:

وهي عبارة عن الفترة المطلوبة لاسترداد تكاليف الاستثمار في المشروع من واقع تدفقاته النقدية، لذا فالمؤسسة الصغيرة والمتوسطة تتمكن من استرداد رأس المال المستثمر فيها في فترة زمنية أقصر من غيرها من الشركات نتيجة لـ:[2]

- صغر حجم رأس المال المستثمر،
- سهولة التسويق،
- زيادة دورات البيع،
- قصر دورة الإنتاج.

[1] رابح خوني، رقية حساني، مرجع سابق، ص 44.

[2] عبد الله خبابة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص39.

المبحث الثاني: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومكانتها الدولية.

تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ارتفاعا مذهلا كنتيجة العلاقات الباطنية الهامة، وتركيز المؤسسات وتعدد الأنشطة (التفرع والتنوع)، وأيضا لارتفاع درجات عدم التأكد في الأسواق المحلية والدولية، وعموما هناك عدة أسباب ساهمت بشكل فعال في ارتفاع المكانة الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المطلب الأول: الاهتمام الدولي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولا- التطورات الاقتصادية والتحولات الدولية:[1]

إن الاهتمام الدولي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعود للأسباب التي نوجزها في ما يلي:

- عرفت دول غرب أوربا أزمات متكررة، أدت إلى إفلاس عدد كبير من المؤسسات الكبرى ورغم ذلك قاومت المؤسسات الصغيرة المحيط واستطاعت الاحتفاظ بالعمالة وساهمت أيضا في خلق فرص عمل جديدة، وأظهرت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إسهاما كبيرا في التصدي للركود من خلال المرونة والديناميكية،
- نجاح التوجهات الإستراتيجية التي انتهجتها دول شرق أسيا التي أدت إلى بروز حركة صناعية ديناميكية وإسهام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفعلي في التنمية، وعلى سبيل المثال " اقتصاد تايوان"،
- فشل اقتصاديات دول العالم الثالث بعد تركيزها على الصناعات الكبرى مما أدى في آخر المطاف إلى ظهور إصلاحات اقتصادية وهيكلية فيها، وهي تسعى حاليا إلى بناء اقتصاد السوق وترسيخ قطاع حديث يعتمد على إستراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية.

ثانيا- ارتفاع المكانة الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تظهر لنا بعض الإحصائيات مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اقتصاديات العالم المتقدم، حيث أصبحت تشكل نسبة كبيرة من مجموع المؤسسات وهي تحقق أغلبية الدخل والعمالة، لأسباب منها:

[1] سحنون سمير، بونوة شعيب " المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشاكل تمويلها في الجزائر"، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الشلف، يومي 17 – 18 أفريل 2006، ص 23.

- ارتفاع حجم الخدمات: حيث تتفرد الخدمات بمزايا عن باقي القطاعات الأخرى لأنها لا تحتاج إلى الموارد المالية الكبيرة، مما يجعلها ضعيفة المخاطرة نسبيا.
- النمو السكاني: ليس بإمكان الدولة أن تلبي كل طلبات سوق العمل بطرق مباشرة خصوصا بعد زيادة التحرر الاقتصادي المبني على منطق السوق، وهذا الوضع دفع بالعديد من أفراد المجتمع للتفكير جديا في إنشاء أعمال ونشاطات خاصة بهم.
- المحيط المؤسساتي والسياسات المتبعة: حيث أن العروض المقدمة (عقود وامتيازات) ساهمت في تطور مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة التدخل الحكومي مساهمته في دخول منتجين جدد في السوق وتوفير مختلف أشكال الدعم للبحث والتطوير[1].

المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي.

تعتبر المؤسسة الصغيرة والمتوسطة PME اللبنة الأساسية المشكلة للاقتصاديات الحديثة بحيث أنها تشكل مابين 90% إلى 95% من المجموع الإجمالي للمؤسسات في الدول المتقدمة كما أنها توفر ثلث العمالة في العالم خاصة في العقود الثلاثة الأخيرة، في حين انه خلال 50 سنة الأخيرة كانت المؤسسات الكبيرة أكثر هيمنة وتحكما في الاقتصاد[2].

وهنا تظهر أهمية ودور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التنمية من خلال عدة نقاط أهمها:

أولا- خلق مناصب الشغل:

تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في خلق فرص عمل أكثر وفرة واستمرارية لتشغيل الشباب، وتساعد في التخفيف من حدة مشكلة البطالة التي تعاني منها معظم الدول، وذلك بتكلفة منخفضة نسبيا إذا ما قورنت بتكلفة خلق فرص العمل بالمؤسسات الكبرى، إذ أنها كثيرا ما توفر فرص عمل مقابل أجور معقولة للعديد من الأسر الفقيرة والنساء اللاتي يفتقرن إلى المصادر البديلة للدخل، مما يساهم في التقليل من حدة الفقر، وتخفيف العبء على ميزانيات الدول في هذا المجال[3].

---

[1] شهر زاد برجي، مرجع سابق، ص 46.

[2] عبد الله خبابة، مرجع سابق ، ص 12- 13.

[3] عبد العزيز جميل مخيمر وأحمد عبد الفتاح عبد الحليم، دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في معالجة مشكلة البطالة بين الشباب في الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ط2، القاهرة، ، 2007، ص32.

ثانيا- تنمية المتغيرات الاقتصادية الكلية:

تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مساهمة فعالة في عملية التنمية الاقتصادية، من خلال كونها أداة لتحقيق التوازن الاقتصادي، وكذا تأثيرها في مختلف المتغيرات الاقتصادية الكلية من استهلاك، ادخار، استثمار، ناتج محلي إجمالي وصادرات، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

1- **دعم الاستهلاك المحلي:** كون أجور العاملين فيها منخفضة نسبيا، وهذا ما يؤدي إلى الزيادة في حجم الاستهلاك الكلي للعمال، نتيجة لتوجيه كل أو معظم دخولهم نحو الاستهلاك وبصفة خاصة نحو السلع الاستهلاكية.
2- **تعبئة المدخرات والفوائض المالية المتراكمة:** الخاصة بالأفراد وتشغيلها وتوجيهها بما يخدم التنمية الاقتصادية في جميع القطاعات.
3- **زيادة حجم الاستثمار:** نظرا لارتفاع معدلات دوران رأس المال في هذه المؤسسات، مما يؤدي إلى نمو حجم رأس المال، ويجعلها نواة للمؤسسات الكبيرة، وبالتالي التأثير بشكل ايجابي على الاقتصاد الوطني.
4- **زيادة حجم الناتج المحلي الإجمالي:** من خلال تطبيق استراتيجيات بدائل الواردات لتوفير حاجة السوق من السلع الاستهلاكية والوسيطة والاعتماد على الخامات المحلية.
5- **دعم الصادرات:** تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا مؤثرا في دعم الصادرات من خلال سد جزء من حاجة الطلب المحلي، وبالتالي إتاحة فرصة أكبر لتصدير الإنتاج الخاص بالمؤسسات الكبيرة، وذلك لما تتميز به من مزايا نسبية ووفرات اقتصادية، أو من خلال تصدير منتجاتها مباشرة وبذلك تساهم في توفير العملة الصعبة[1].

ثالثا- تكوين نسق متكامل في أداء الأعمال:

يظهر الدور الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة في أنه يخلق قيما لدى الأفراد تظهر الانتماء في أداء العمل الحرفي إلى نسق أسري متكامل، وذلك في الحرف التي تمارس داخل إطار الأسرة الواحدة، الأمر الذي يترتب عليه تكوين فئة من العمالة المنتجة والتي تعمل في النسق الواحد[2].

[1] ماجدة عطية، إدارة المشروعات الصغيرة، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان،2004، ص23.

[2] أيمن علي عمر، إدارة المشروعات الصغيرة : مدخل بيئي مقارن، دار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 129.

رابعا- تعتبر كآلية فعالة لمكافحة الفقر وتحسين المستوى المعيشي:

ويمكن اعتبار المؤسسات الصغيرة أيضا كآلية لمكافحة الفقر والعوز من خلال وصولها إلى صغار المستثمرين من الرجال والنساء وسعة انتشارها خاصة في الأقاليم النائية الأقل حظا في النمو أو الأكثر احتياجا للتنمية، الأمر الذي يؤهل هذه الأقاليم إلى فرص أكبر في التنمية والتطوير من خلال إنعاشها لهذه المشاريع[1].

خامسا- قيامها بدور الصناعات المكملة للصناعات الكبيرة:

عند مستويات معينة من الإنتاجية، من خلال كونها مصدر لتزويد الصناعات الكبيرة ببعض احتياجاتها، وكذلك تعتبر الرافد الذي تصب فيه الصناعات الكبيرة منتجاتها، وبهذا تساعد المؤسسات الصغيرة إذا تم توجيهها للعمل كفروع ثانوية للصناعات الكبيرة، مما يعزز حالة التكامل الصناعي بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة الحجم وتنويع هيكل الإنتاج[2].

سادسا- المحافظة على استمرارية المنافسة:

لقد تم تأكيد الجوانب غير التنافسية للمؤسسات الصغيرة، أي على طبيعة الترابط والتكامل في وظائف ونشاطات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولكن المشروعات الصغيرة والكبيرة تتنافس فيما بينها أيضا في مجالات كثيرة أخرى، ومن المهم أيضا (إن لم يكن أكثر أهمية) المحافظة على المنافسة، حيث لا يمكن إغفال أهمية المنافسة في الاقتصاد، ففي عصر التغيير السريع يمكن أن تكون المنافسة سببا في تحقيق التغيير من خلال الإبداع أو التطوير وتظهر المنافسة في الوقت الحاضر بعدة أشكال منها السعر وشروط الائتمان والخدمة وتحسين الجودة والصراع بين الصناعات في التبديل والتغيير وتحديد الأساليب.

وتعتبر المنافسة العامل الأساسي لضمان استمرارية حركة الاقتصاد وتشجيع الإبداع والأفكار الجدية والخبرات والجهود[3].

---

[1] ميساء حبيب سليمان، الأثر التنموي للمشروعات الصغيرة الممولة في ظل إستراتيجية التنمية، (رسالة ماجستير) ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك، ص 43.

[2] المرجع نفسه، ص 36.

[3] ماجدة عطية، إدارة المشروعات الصغيرة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 35.

المطلب الثالث: أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

اجمع العديد من الباحثين والدارسين في هذا المجال على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تواجه مجموعة من المشاكل والتي تمثل عائقا وتحد من قدرتها على الحركة، حيث يعتبر تشخيص المشكلات التي تواجهها أمر ضروريا حتى تتمكن من رسم السياسات ووضع البرامج الكفيلة بتطويرها وتنميتها لتلعب الدور التنموي المنوط بها، ويمكن أن نحدد هذه المشاكل فيما يلي:

أولا- مشكل التمويل:

حيث تواجه صعوبة الحصول على الخدمات التمويلية المناسبة وذلك لانصراف معظم البنوك عن التعامل مع هذا القطاع الحيوي وتوجههم الأكبر للكيانات الكبيرة[1].

وتنعكس مشكلة التمويل على معاملات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تضطر إلى الشراء بالأجل من بعض التجار بأسعار مرتفعة نسبيا واللجوء إلى الوسطاء في أسواق المواد الخام للحصول على احتياجاتها بأسعار مغالى فيها، وكذا التعاقد من الباطن مع المؤسسات الكبيرة لتوفير المدخلات وتسويق الإنتاج مقابل أجر محدد متفق عليه أو بسعر منخفض، مما يقلل من معدل ربحية النشاط مقارنة بالمعدل المناظر لو توافرت المواد التمويلية للمؤسسة الصغيرة[2].

ثانيا- ضعف روح المقاولة:

إن إنشاء مؤسسة صغيرة أو متوسطة، هي عملية تتطلب تفكير طويل واستثمار معتبر من طرف صاحب المؤسسة والذي يعتبر مفتاح نجاح المؤسسة فهو يتولى قيادة المؤسسة وضمان المواد اللازمة للإنتاج وعلى هذا الأساس صاحب المؤسسة يتخذ جملة من القرارات خلال حياة المؤسسة يمكن أن تؤدي إلى زوالها، فالمقاول الناجح هو ذلك الذي يحسن استغلال الفرص أو حتى خلقها في مجال مهنته وهذا لن يتم إلا إذا اتسم بروح المبادرة، على أن يكون إقدامه محسوب المخاطر، إلا أن الكثير من أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وللأسف يتصفون بالتقليد، فهم يستثمرون في الأنشطة التي سبقهم فيها

[1] أيمن علي عمر، مرجع سابق، ص 147.

[2] محمد فتحي صقر، واقع المشروعات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها الاقتصادية، ندوة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي: الإشكاليات وأفاق التنمية، القاهرة، مصر، 18- 22 يناير 2004، ص 36.

زملاءهم أو أقاربهم مثل صناعة المشروبات الغازية، قطاع النقل، ولا يقيمون على أنشطة أخرى أكثر مردودية وقليلة المنافسة كالاستثمار في قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال[1].

ثالثا- المشاكل الفنية:

كما سبق الإشارة إليه، تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على قدرات وخبرات أصحابها في العمل بصفة رئيسية، كما أنها تلجأ عادة إلى استخدام أجهزة ومعدات قد تكون بدائية أو اقل تطورا عن تلك المستخدمة في المؤسسات الكبيرة أو لا تتبع أساليب الصيانة أو الأساليب الإنتاجية المتطورة التي تساعدها على تحسين جودة منتجاتها بما يتماشى مع المواصفات العالمية في الأسواق الدولية، كما أن اختيار المواد الخام ومستلزمات الإنتاج اللازمة لأعمال هذه المؤسسات قد لا تخضع لمعايير فنية وهندسية مدروسة، ولكنها في اغلب الأحوال تعتمد على خبرة أصحاب هذه المؤسسات التي قد تكون محدودة في بعض الحالات، الأمر الذي قد يؤدي إلى عدم تحقيق هذه المؤسسات لأهدافها في بعض الأحيان، مما يحد من قدراتها على التصدير إلى الأسواق الخارجية خاصة أسواق الدول الصناعية المتقدمة[2].

رابعا- المشاكل المتعلقة بالسياسات الاقتصادية الحكومية:

إن السياسات الاقتصادية للدول النامية التي كانت تركز بشكل كبير على الصناعات الكبيرة ظنا منها بأنها وحدها قادرة على إحداث التنمية الاقتصادية المطلوبة، قد أدت إلى إهمال كبير في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مما يدل على ذلك أن العديد من الدول النامية لم تتمكن من تقديم برامج اقتصادية قادرة على تقديم المساعدات اللازمة لتنمية هذه السياسات بسبب البيروقراطية والجمود الإداري الذي يميز الأجهزة الحكومية في الدول النامية.

خامسا- المشاكل والمعوقات التسييرية:

من أهم المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتؤدي إلى انهيارها وفشلها وتسرع بزوالها هو سوء الإدارة، حيث أن صاحب المؤسسة لا يعرف كيف يدير مشروعه، إما لعدم كفاءته أو

[1] اسماعيل اللبي، مرجع سابق، ص 12 – 13.

[2] نصر الدين بن نذير، مرجع سابق، ص 63.

لانعدام خبرته أو لعدم مبالاته مما يوقعه في أخطار جسيمة من الصعب تداركها أو معالجتها، ويمكننا تبيان المشاكل المترتبة عن سوء التسيير وعدم استخدام الطرق العلمية في الإدارة واتخاذ القرار من خلال النقاط التالية:

- التوسع غير المدروس الذي يفوق إمكانيات صاحب المؤسسة الصغيرة والمتوسطة،
- عدم اختيار الموقع المناسب لإنشاء المؤسسة وما يترتب عنه من مشاكل وصعوبات في الاتصال بالزبائن والعملاء،
- عدم قدرة مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحفاظ على العمالة المستقطبة مما يؤدي إلى تسرب اليد العاملة المدربة والمؤهلة إلى مؤسسات أخرى للبحث عن شروط عمل أفضل، مما يدفع بأصحاب هذه المؤسسات توظيف عمالة اقل مهارة وكفاءة ويتحملون مشاكل وأعباء تدريبها وتكييفها مع العمل من جديد،
- عدم القدرة على التعامل مع المشاكل القانونية ومشاكل العمال والعجز على إيجاد الحلول للمشاكل الروتينية،
- عدم استخدام الأساليب الإدارية الحديثة في الإدارة كبحوث التسويق وإعداد الموازنات وتسيير الموارد البشرية،
- انعدام التواصل والحوار بين مسؤولي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والعمال أو بين العمال ومرؤوسيهم مما يؤدي إلى نشوب العديد من النزاعات والصراعات التي تؤثر على مردوديتهم وفعاليتهم وتؤدي إلى تسرب العديد منهم إلى مؤسسات أخرى[1].

سادسا– مشكلات نقص المعلومات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

نظرا لعدم قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (أو عدم رغبتها) للإنفاق على البحث وتوفير المستشارين والاتصال بمصادر المعلومات، فإنها تواجه بمشكلات نقص المعلومات والتي تؤثر بالتالي على نشاط المؤسسة بل وعلى بقائها واستمرارها، وتتمثل أهم تلك المشكلات في:

[1] عائشة مصباح،" المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومعوقات تطورها– دراسة تحليلية ببعض المؤسسات بولاية قسنطينة– "، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سكيكدة، 2005، ص 124– 125.

- نقص المعلومات عن الشركات وتطورها وطبيعة نشاطها وحجم إنتاجها وقدرتها المالية، يتسبب في وقوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتجار بل المستثمرين الأفراد فريسة للشركات والمشاريع الوهمية والغش والاحتيال الخارجي،
- نقص المعلومات عن أسواق الموارد ومستلزمات الإنتاج التي تستخدمها المنشآت أو السلعة التي تتعامل فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يؤدي إلى وقوع تلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فريسة للاستغلال، والحصول على مستلزماتها أو السلع التي يحتاجها بأسعار مرتفعة أو بجودة أقل، نظرا لجهل تلك المؤسسات بالمصادر الأخرى التي يمكن أن تمدها باحتياجاتها،
- نقص المعلومات عن المؤسسات المنافسة في السوق من حيث عددها وطاقاتها الإنتاجية، ومواصفات السلع التي تتعامل فيها والأسعار التي تبيع بها، ويؤدي ذلك إلى عدم قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مسايرة السوق وتحول العملاء عنها، وقد ينتهي الأمر بخروجها من السوق،
- نقص المعلومات لدى المسؤولين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ببعض الأنظمة والقرارات، ومن أمثلة ذلك أنظمة إستقدام العمالة الأجنبية وأنظمة التأمينات الاجتماعية...، ومن ثم تقع تلك المنشآت في مشكلات يمكن تفاديها[1].

[1] عبد الله خبابة، مرجع سابق، ص 46 -47.

المبحث الثالث: تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن مشكلة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تكمن في قياس نمطها بقدر ما تكمن في طريقة تسيير هذا النمط من المؤسسات، فالمؤسسة الصغيرة والمتوسطة مثل أي مؤسسة أخرى كبيرة الحجم، عبارة عن كيان اقتصادي يتوجب تحقيق الفعالية في تسييره.

المطلب الأول: مفهوم تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

هناك عدة تعاريف للتسيير فلقد تعددت التيارات الفكرية ومن بين هذه المفاهيم ما يلي:

تعتبره أو تعرفه المدرسة الكلاسيكية مثل تايلور" بأنه علم مبني على قواعد وقوانين وأصول علمية قابلة للتطبيق على مختلف النشاطات الإنسانية "[1].

أما بالنسبة للمدرسة القرارية وعلى رأسها سيمون " فإن التسيير والشؤون التسييرية يجب أن نفكر فيها كعمليات أخذ قرار بقدر ما هي عملية تنطوي على فعل"، وهناك مفهوم آخر معناه تحديد واختيار الأهداف والوسائل الكفيلة بتحقيقها انطلاقا من سلطة المسير على اتخاذ قرارات ملائمة في إطار السياسة التسييرية بالاعتماد على جهاز تنفيذي كفء وفعال لضمان نمو واستمرار أي تنظيم ومع تطور المؤسسات وانفصال التسيير عن الملكية، تبلورت الوظائف أكثر فأكثر فأصبح مفهوم التسيير يشير إلى مجموعة العمليات المنسقة والمتكاملة والتي تشمل أساسا التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة[2].

بناءا على ما سبق يمكن القول أن تسيير المؤسسة الصغيرة والمتوسطة هو الطريقة أو الأسلوب الذي يتم من خلاله إدماج وتنسيق وتوجيه الموارد البشرية والمادية لتحقيق جميع الأهداف المبرمجة مسبقا من خلال القيام بالتخطيط، التنظيم، التوجيه والرقابة.

[1] إسماعيل عرباجي، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ط3، موفم للنشر، الجزائر،2013، ص306.

[2] المرجع نفسه ، ص313 .

المطلب الثاني: وظائف التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولا- التخطيط:

هو التفكير والقرار المنظم بشأن خيار مقترح للعمل في المستقبل، وهو يتضمن انتقاء مسار محدد للمستقبل من بين بدائل ممكنة ومختلفة، فهو نشاط ذهني يسبق الفعالية المراد تنفيذها وإنجازها[1].

كما تتعلق هذه الوظيفة بجمع كافة المعلومات عن الأنشطة التي لها علاقة بالإعداد للمستقبل من خلال التنبؤ وتحديد الأهداف واختيار وسائل بلوغها وتحديد آليات العمل (وضع استراتيجيات وسياسات وخطط زمنية وميزانيات وبرامج...)، وكذلك الوقوف على الطرق والأساليب والموارد المالية والبشرية الضرورية لبلوغ أهداف محددة في زمن معين[2].

وفيما يخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فإن هذه المهمة يقوم بها المالك / المدير، أو أحد من أفراد العائلة المالكة، وتكون في كثير من الأحيان متسمة بشيء من العشوائية وعدم الإعتماد على أسس علمية في التنبؤ بالمستقبل، كما أن تحديد الأهداف المستقبلية لا يكون مدروسا بشكل موضوعي إلا في بعض المؤسسات الصغيرة التي تكون موجهة بطريقة حديثة، وتكون عملية وضع الميزانيات الخاصة بالأعمال المستقبلية المختلفة متسمة بشيء من الإرتجالية، وهذا لافتقار معظم هذه المؤسسات إلى نظام محاسبي ونظام تسيير مالي دقيق كما هو في الشركات الكبرى[3].

ثانيا- التنظيم:

تتعلق هذه الوظيفة بتقسيم العمل وتوزيع المهام وتحديد نطاق الإشراف وتفويض السلطة وتحديد المسؤولية وضمان التناسق والتكامل والتعاون فيما بين مختلف الأقسام والوحدات والمستويات الإدارية حيث تتميز بقدر عال من المرونة، وينبثق عنها الخريطة التنظيمية المعبر عنها بالهيكل التنظيمي الذي

[1] فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل إستراتيجي للمنافسة والتميز، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص157.

[2] فريد راغب النجار، إدارة المشروعات والأعمال صغيرة الحجم،مؤسسة شباب الجامعة للنشر،الإسكندرية، 1999. ص 18.

[3] عبد الله خبابة ، مرجع سابق، ص54.

يضمن التعاون والتضامن من خلال العمل الجماعي البناء، كما يعكس الهيكل التنظيمي توصيف وتحليل الوظائف وتجسيد وحدة الأمر[1].

حيث لا تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على كثافة التنظيم المتسم بالتعقيد البيروقراطي الذي يتطلب مستويات متعددة مثلما نجده في المؤسسات الكبيرة الذي قد يكون عنصر العمل معرقل للسير الحسن للتنظيم، ومن ثم لا يشرك العامل في تحديد أهداف المؤسسة وهذا عكس ما تتميز به المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتميزها بإتباع المؤسسة لخطط واضحة وسياسات مرنة وإجراءات عمل مبسطة[2].

ويعتبر التنظيم الوظيفة الثانية من وظائف الإدارة إذ يتم فيه تحديد المهام واختيار الأفراد المناسبين لإدارة هذه المهام مع توضيح بعلاقات السلطة وفق هيكل تنظيمي معين.

ثالثا– التوجيه والتنسيق:

يحتاج الأمر بعد عملية التخطيط والتنظيم توجيه العمل والأنشطة المختلفة حتى تبدأ عملية التنفيذ بعد ذلك بطريقة أكثر فعالية، والتنسيق أساسي لضمان موازنة السلطة مع المسؤولية، ولتوضيح الاختصاصات ودفع عجلة العمل والإنتاج بغض النظر عن العقبات والخلافات، ويتم ذلك عن طريق اللجان والوظائف الاستشارية وإعادة تنظيم الأعمال[3].

إذا فإدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في حاجة إلى قيادة حازمة تحرك المشروع ككل وتعطيه دفعة الحركة والإنجاز سواءا كان هذا القائد رسمي أو غير رسمي، المهم وجود قائد يحرك عجلة الإنتاج.

رابعا– الرقابة والمتابعة:

عند تطبيق الخطة يحاول العاملون إتباع الإجراءات واللوائح والتعليمات لتحقيق الخطة وأهدافها، ولكن دون رقابة سوف يصبح الفارق والانحراف بين النتائج الفعلية والأرقام التقديرية كبيرا لذلك تعتبر الرقابة ضرورية لضمان سير التنفيذ مع التخطيط، فالمتابعة الفورية تحاول ضمان سريان التنفيذ مع الخطط القصيرة الأجل والطويلة الأجل، وتحاول تحديد مجالات الانحراف والتكاليف العالية، وتعد الرقابة الوظيفة

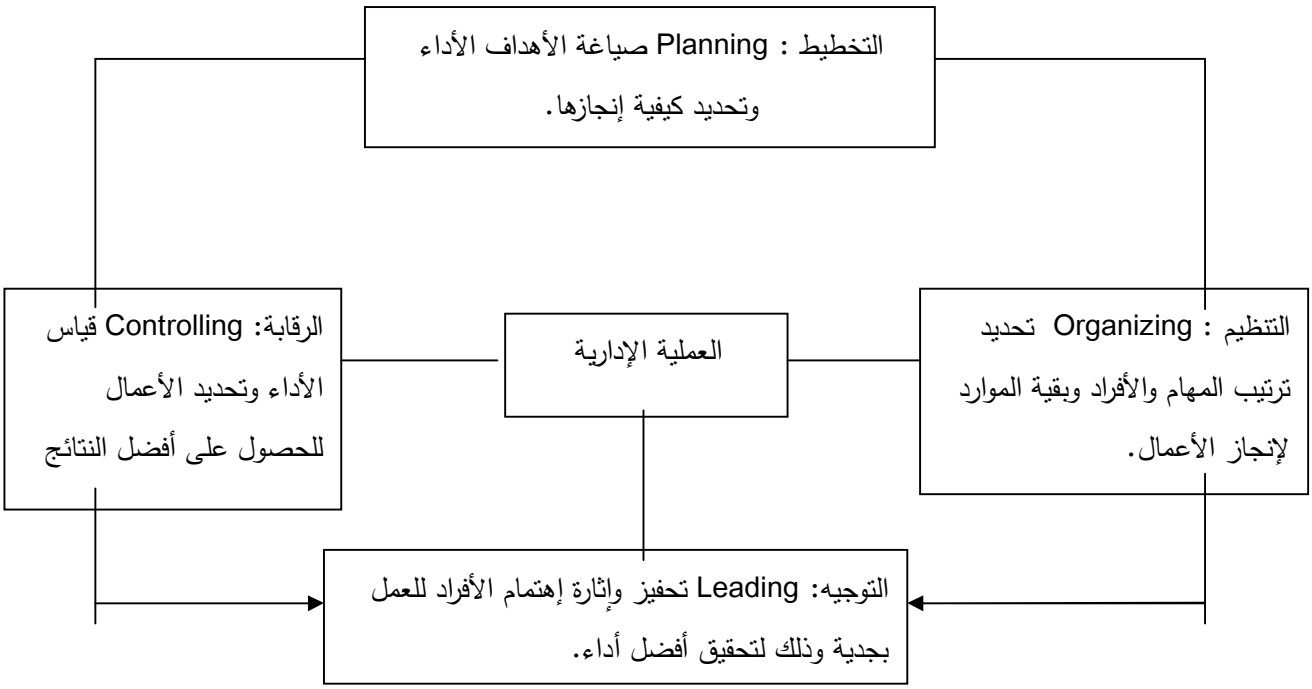
[1] فريد راغب النجار، مرجع سابق، ص 19.
[2] عبد الله خبابة ، مرجع سابق، ص54.
[3] فريد راغب النجار، مرجع سابق، ص 19

الرابعة من وظائف التسيير، ويتم من خلالها القيام بعملية المقاربة بين الأهداف الموضوعة وبين مستوى الأداء الفعلي (النتائج المحققة) ليتم تصحيح الانحرافات والقيام بالإصلاح الإداري الملائم لذلك[1].

وفي المؤسسات الكبرى تكون الرقابة مشتملة على استخدام معايير الأداء بشكل علمي، القياس والتفسير ومن ثم تصحيح مسار العمل، لكن في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فإن الرقابة بصفة عامة تكون بشكل فردي، يقوم بها المالك بالاعتماد على الملاحظة، والتواصل المباشر مع العمال، وتصحيح مسار العمل يكون مرنا ولكنه غير فعال في بعض الأحيان لعدم اعتماده على أسس علمية، وهذا راجع أساسا لاعتبارات التكلفة التي قد تتحملها المؤسسة الصغيرة فيما لو اتبعت نظام رقابة مبني على الأسس التكنولوجية الحديثة[2].

والشكل الموالي يوضح وظائف التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

الشكل رقم 01 : وظائف التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



المصدر: فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل إستراتيجي للمنافسة والتميز، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 174

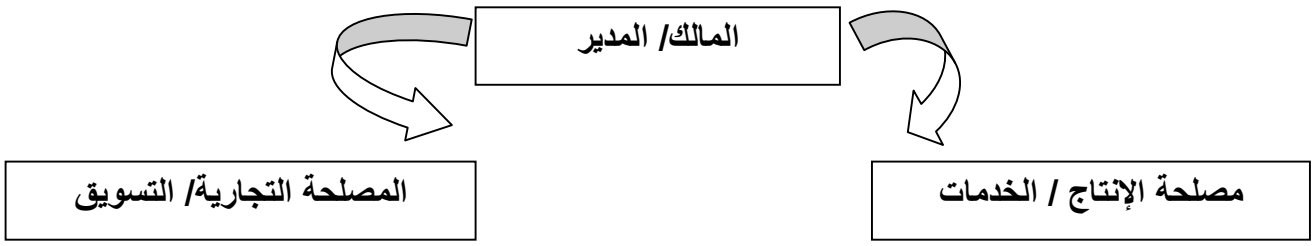
[1] فريد راغب النجار، مرجع سابق، ص 19

[2] عبد الله خبابة ، مرجع سابق، ص 56.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

يمتاز الهيكل التنظيمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالبساطة الشديدة وعدم التعقيد الذي نجده في المؤسسات الكبرى وهذا راجع إلى صغر حجم هذه المؤسسات، وكذلك إلى تركز المسؤوليات في جهة واحدة، وعدم تشعب الفروع بالشكل الذي قد يعيق هيكلها التنظيمي.

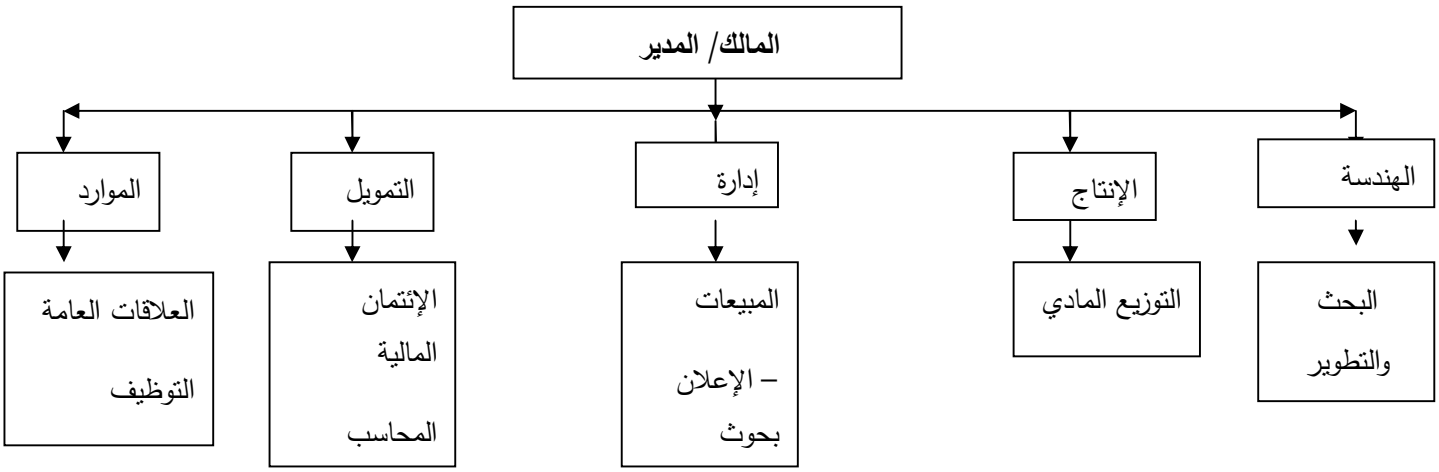
الشكل رقم 02: نموذج لهيكل تنظيمي تقليدي بالنسبة للمؤسسات الصغيرة.



المصدر: عبد الله خبابة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص 56.

وتجدر الإشارة هنا أنه من النادر أن نجد إدارة مستقلة للتسويق أو المالية أو الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، وهذا راجع إلى اعتبارات الحجم أولا حيث أن الهيكل التنظيمي بها يكون صغيرا أو غير معقد، والاعتبار الآخر هو سيطرت المالك على كل أنشطة المؤسسة وبالتالي فإن جميع السلطات تؤول إليه، حيث نجد في المؤسسات المصغرة مصالح وليس إدارات.

الشكل رقم 03: نموذج لهيكل تنظيمي تقليدي بالنسبة للمؤسسات المتوسطة.



المصدر: عبد الله خبابة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص 57.

من خلال الهيكل التنظيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نلاحظ ما يلي:

1- **القرب الإداري:** في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السلطة لا تمارس تحت نفس الظروف كما في المؤسسات الكبيرة الحجم، وذلك لقرب المدير من الموظفين والعمال، حيث يتقاسمون نفس أماكن وظروف العمل، إذا فالإدارة هنا بعيدة عن تلك الصورة التي يكون فيها المدير الذي يهيمن على إمبراطوريته الصناعية بعيدا عن العمال، حيث يمارس سلطته من الطابق العلوي كما في المؤسسات الضخمة، وكما لاحظنا من خلال التطرق لشكل الهيكل التنظيمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فإن البعد بين مختلف المصالح والعمال والمدير يكاد يكون منعدما، وهذا ما يولد إحساس العامل البسيط بمكانته في المؤسسة وبالتالي يخلق رضا تواصل اجتماعي كبير.

2- **القرب والتداخل الوظيفي:** على عكس المؤسسات الكبيرة والعملاقة التي تتميز بانفصال الإدارات والوظائف عن بعضها البعض، فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتميز أساسا بالتداخل الوظيفي من قلة انفصال المصالح والإدارات عن بعضها البعض، وهذا راجع إلى صغر حجمها في المقام الأول، وكذلك إلى التداخل الوظيفي بين العمال حيث نجد أن العامل الواحد قد يقوم بالعديد من الوظائف، ويتنقل من مصلحة إلى أخرى بطريقة سلسة دون إجراءات ولا تعقيدات[1].

[1] عبد الله خبابة، مرجع سابق، ص 59.

المطلب الرابع: طبيعة التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولا- مرونات التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تعتبر المؤسسة الصغيرة والمتوسطة خلية حركية تتفاعل مع المحيط، تؤثر وتتأثر به، وحياتها ونموها يتوقفان على مدى فهمها وتفاعلها مع القوى الخارجية التي تؤثر فيها، ولكي تتمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من التحكم في قيود المحيط الذي تنشط فيه لابد من أن تتوفر على ثلاثة أنواع من المرونات لدى هذه المؤسسات وهي:

1- **المرونة العملية:** والتي تناسب الموارد الداخلية للمؤسسة، حيث أن تعدد القيم للموارد البشرية يسمح بالتكيف بشكل عام مع احتياجات المدى القصير للمؤسسة.
2- **المرونة التنظيمية:** والتي تساعد المؤسسة على قابلية التكيف مع مختلف الحالات وعليه فإن هذه المرونة تكون في المستويات العليا وتتعلق بالوظائف التنظيمية الأكثر أهمية.
3- **المرونة الإستراتيجية:** والتي تقيس درجة حرية التصرف داخل المؤسسة، من أجل تثبيت وإنجاز أهدافها، ويتم تحليل هذه المرونة وفق المدى الطويل، حيث أنها تعمل على الربط المباشر لاحتياجات المحيط مع قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (أي أنها تبين درجة إدارة المؤسسة وفق حرية الأعمال تجاه المحيط)[1].

ومن الواضح أن هناك العديد من القضايا الأساسية التي تواجه هذه المؤسسات، كالإمكانيات والموارد القليلة التي تتمتع بها، والتي لا تسمح لها بتطبيق مفهوم التسيير بالتجربة وحذف الأخطاء أو بالخبرة أو بالأنشطة لأن المخاطرة عالية جدا والمنافسة في تزايد مستمر، والحظ وحده غير كاف لتحقيق الأهداف، لذلك من الضروري تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بطريقة منظمة ومنطقية وحديثة، ومن ثم فالخبرة غير كافية والتجريب مكلف وغير مضمون، فهناك العديد من هذه المؤسسات التي تعلن إفلاسها وخروجها من السوق بسبب فشل إدارتها وسوء تسييرها وعليه فإنه على هذا النوع من المؤسسات الاعتماد

[1] محمد رشدي سلطاني، التسيير الإستراتيجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، (رسالة ماجستير)، تخصص علوم تجارية، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2006، ص 47.

على الأساليب العلمية والتكنولوجية الحديثة في التخطيط، التنظيم، التوجيه ، الرقابة والأنشطة التسييرية الأخرى[1].

ثانيا: خصوصيات تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن وتيرة التغيرات الحاصلة في المحيط الذي تنشط فيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يجعل من هذه المؤسسات في حاجة مستمرة للمعلومات اللازمة عن السوق والعملاء، بما فيهم المحتملين، والموردين والمنافسة بشكل عام، أي أنها تحتاج إلى تحسين نظام معلوماتها وذلك بتوفير البيانات الدقيقة والآنية، لاتخاذ القرارات السليمة ومواجهة المنافسة في السوق لوضع خطط المستقبل ولتحمل أقل قدر من المخاطرة.

وفي الواقع العملي نجد أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تحتاج إلى نظام معلومات معقد، مثل ما هو الحال عند المؤسسات الكبيرة، لأنه يؤدي إلى فقدانها للمرونة التي تتميز بها، فنظام معلوماتها يجب أن يكون بسيطا ومرنا وواضحا، بحيث يمكن من معالجة وإيصال المعلومات من وإلى مراكز القرار بسرعة، وهذه الميزة هي التي تعطيها الأفضلية عن المؤسسات الكبيرة في معالجتها لحجم كبير من المعلومات في فترة زمنية قصيرة.

وعلى العموم فإن الوظيفة التسييرية من حيث المبادئ والأسس التي تحكمها هي نفسها في المؤسسات الكبيرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أو مالكها يكون في معظم الأحوال وحده، ولا يفوض أعماله لغيره، ويتوجب عليه القيام بكافة الوظائف التسييرية في المؤسسة ناهيك عن نزعته الفردية في اتخاذ القرار.

وفي الواقع نجد أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تبحث عن فرص السماح بتبني سلوك استراتيجي أكثر بساطة من الذي تنتهجه المؤسسات الكبيرة، لأن القدرات الإستراتيجية لهذه المؤسسات ناقصة ومحدودة وفي هذا الإطار قدم "سابورتا" المميزات التي تتمتع بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستوى الاستراتيجي وهي:

- موارد محدودة،
- ضعف محفظة الأنشطة،

[1] محمد رشدي سلطاني، مرجع سابق،ص47.

- أهمية الاعتبارات الذاتية للمسير الاستراتيجي،
- مشكل التطبيق العملي للخيارات الإستراتيجية والتعاون الذاتي[1].

[1] **Goel gueguen**, Environnement et management stratégique des PME cas du secteur interne ,these doctorat sciences de gestion, université Montpellier I, décembre, 2001, p 93.

خلاصة

من خلال كل ما تطرقنا إليه في فصلنا هذا حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتضح لنا الدور الرائد الذي تلعبه هذه المؤسسات في تحقيق التطور الاقتصادي والاجتماعي، بسبب قدرتها الهائلة على المزج بين النمو الاقتصادي وتوفير مناصب الشغل، كما تتميز بصغر حجمها وسهولة تأسيسها وبساطة تنظيمها، وانخفاض رأس مالها، كما تتميز أيضا بسهولة التسيير والتحكم فيها، إلا أنه رغم هذه الأهمية فهي تصطدم بمجموعة من العقبات التي تحد من أداءها كالصعوبات المالية والصعوبات الإدارية والقانونية، وفي الأخير نستنتج أن تطور هذه المؤسسات مرهون بتطور بيئة الأعمال الخاصة بها.

الفصل الثاني

بيئة الأعمال الالكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كباقي المؤسسات الاقتصادية، صارت تنشط في اقتصاد مسه تطور كبير وسريع في بيئة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات والاتصال والإدارة، مما غير الكثير من المفاهيم من خلال إلغاء العديد من الحواجز القائمة على بعد المسافات والحدود الجغرافية والجهد.

وللإلمام بالموضوع سوف نتطرق في المبحث الأول إلى الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية وإستراتيجيات الأعمال الالكترونية المتبعة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبعد ذلك نتناول في المبحث الثاني مفهوم الإدارة الالكترونية، عناصرها وأهميتها وصولا إلى وظائفها أما المبحث الثالث فخصصناه لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمعيقات التي تقف أمامها.

المبحث الأول: توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو الأعمال الالكترونية.

مع انتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا الشبكة الدولية للمعلومات، أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجبرة على مواكبة التطورات الجديدة واستغلال الفرص التي تتيحها هذه التكنولوجيات والتوجه إلى الأشكال المختلفة من الأعمال الالكترونية وهذا للرفع من درجة تنافسيتها في ظل المنافسة.

المطلب الأول: الأعمال الإلكترونية.

استعمل مصطلح الأعمال الالكترونية **e-Business** لأول مرة سنة 1997 من قبل شركة IBM في إطار سعيها المكثف لتمييز أنشطة الأعمال الالكترونية عن أنشطة التجارة الالكترونية، فالأعمال الالكترونية تستعين بتقنيات العمل بالانترنت والشبكات في أنشطة الأعمال الحالية لتطويرها أو لخلق أعمال افتراضية وذلك باستغلال قدرات الحركة السريعة من خلال الاتصال بشبكة الانترنت والويب، وذلك بربطها مع الأطراف المستفيدة من زبائن، موردين، شركاء أو غيرهم.

أولا- مفهوم الأعمال الالكترونية:

لتبيين مفهوم الأعمال الالكترونية نورد بعض التعاريف:

" تمثل الأعمال الالكترونية توليفة متعاضدة من العمليات والنظم الرقمية التي تتيح للمنظمة أن تدير علاقاتها البيئية الداخلية والخارجية وأن تتجاوب معها بما في ذلك استشعار تحديات المنافسة والمنافسين، وتهديدات بيئة الأعمال الحالية والمتوقعة أو تحديد الفرص الموجودة والمنبثقة واستشعار احتياجات الزبائن، إضافة إلى تنظيم عمليات التجاوب والاستجابة الإستراتيجية مع متغيرات بيئة الأعمال بالوقت الحقيقي (Real time) "[1].

" الأعمال الالكترونية هي أي عملية من العمليات يقوم بها تنظيم المؤسسة من خلال الحاسوب المتصل بالوسائط أو الشبكات وتضم أعمال المؤسسة كل من المؤسسات التي تهدف إلى تحقيق الربح أو

[1] سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق، التجارة الالكترونية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص15.

المؤسسات الحكومية أو المؤسسات غير الربحية، بحيث أن عملياتها تهتم بالإنتاج، الزبائن، التسيير الداخلي أو إدارة الأعمال الموجهة للأعمال ومن الأمثلة على عمليات الأعمال الالكترونية:

- التركيز على طرق عمليات الإنتاج: وتعني المشتريات، تسيير الطلبيات، إعادة التموين الأوتوماتيكي، التسديد وباقي الروابط الالكترونية مع الموردين بالإضافة إلى مراقبة التسيير،
- العمليات مع الزبائن: وتعني عمليات التسويق، البيع الالكتروني، معالجة طلبيات الزبائن وتسيير ودعم العلاقة مع الزبون،
- التسيير الداخلي: تحتوي أتمتة الخدمات المقدمة للزبائن، التكوين، تقاسم المعلومات، التوظيف... الخ"[1].

تمثل الأعمال الإلكترونية توليفة متكاملة ومتعاضدة من نظم المعلومات الحاسوبية وتكنولوجيا الانترنت والشبكات التي تتيح للمنظمة أن تدير بكفاءة وفعالية علاقاتها البيئية الداخلية والخارجية من خلال إدارة سلاسل التوريد وإدارة علاقات الزبائن وذلك بما يضمن تنظيم عمليات التجاوب لاحتياجات الزبائن والاستجابة الفورية لمتغيرات الأعمال[2].

ثانيا- نظم الأعمال الإلكترونية:

تستند الأعمال الإلكترونية على نظام إدارة سلاسل التوريد، نظام تخطيط موارد المؤسسة، ونظام إدارة علاقة الزبائن.

1- **نظام إدارة سلسلة التوريد SCM:** تعد سلسلة التوريد من الأساليب الإدارية الحديثة لمواجهة التحديات في عصر الاقتصاديات والتكنولوجيا والمعلوماتية، وتشتمل هذه السلسلة على مجموعة متكاملة من الأنشطة الوظيفية والفعاليات المتكررة التي تمر عبر قنوات محددة، وذلك بقصد تحويل المواد الأولية إلى منتجات نهائية مع تضمنها إلى إضافات ذات قيمة ملموسة من وجهة نظر الجمهور الذي سيحصل على المنتج النهائي، وكما هو معلوم فإن مصادر المواد الخام والمصانع

[1] سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق، مرجع سابق، ص19.

[2] سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 239.

وأماكن البيع لا تجتمع في مكان واحد، إلا أن الأنشطة اللوجستية تتم بشكل متكرر ولمرات عدة قبل وصول المنتج النهائي إلى السوق.

وكذلك تعرف سلسلة التوريد بأنها " سلسلة متتالية من الموردين الذين يساهمون في إنتاج وتسليم السلعة أو الخدمة إلى المستخدم النهائي، وهذا يتضمن جميع مظاهر العمل من معالجة المبيعات والإنتاج وإدارة المخزون وتوريد المواد والتوزيع والشراء والتخمين وخدمة الزبائن ومجالات أخرى متعددة "[1].

2- **نظام إدارة علاقة الزبائن CRM:** هو نظام يهدف إلى تنظيم وتنسيق وزيادة فعالية الاتصالات بين الزبائن والمؤسسة، فهو يزود المؤسسة وكل موظف يتعامل مع الزبائن بعرض كامل عن كل زبون بمجرد لمسة زر، ويمكن المؤسسة من:

- اكتساب زبائن جدد: من خلال كل أنواع الاتصالات مع الزبائن لإشعار الزبون أن من مصلحته التعامل مع المؤسسة.
- تعزيز العلاقة مع الزبائن: من خلال كسب رضا الزبائن بتقديم سلعة عالية الجودة، والاستجابة الفورية لمتطلباتهم.
- المحافظة على الزبائن الحاليين: من خلال تحليل ردود فعل الزبائن، ومعرفة مدى رضاهم وتحديد أكثر الزبائن ولاء للمؤسسة، ومكافأتهم وتطوير علاقات شخصية معهم[2].

3- **نظام تخطيط موارد المؤسسة ERP:** تقوم أنظمة تخطيط موارد المؤسسة بجمع وتكامل البيانات والعمليات في نظام واحد، بحيث يسهل إدارة النظام والتقليل من الأعمال المكررة في مختلف فروع المؤسسة، وتستخدم هذه الأنظمة قاعدة بيانات واحدة لكل العمليات، بحيث كل عملية لها وحدة مخصصة بها في النظام، وهذه الوحدات تكون عادة:

- وحدة التصنيع: هذه الوحدة تشمل كل الأعمال التي تتطلبها العملية التصنيعية من التصاميم وفواتير المواد وأنظمة التحكم بالجودة وإدارة التكاليف وعمليات التصنيع.
- وحدة المخزون: هذه الوحدة تشمل كل الأعمال المتعلقة بالمخازن.

[1] تركي دهمان البرازي، أثر إدارة سلسلة التوريد على آداء المنظمة، (رسالة ماجستير)، تخصص إدارة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط ،الأردن، 2012، ص 17.

[2] عامر محمد محمود، التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان،2006، ص 63.

- وحدة المالية: حيث تشمل كل الأعمال المتعلقة بالأمور المالية والمحاسبية.
- وحدة المشاريع: لمتابعة المشاريع وإدارتها.
- وحدة الموارد البشرية: كل ما يتعلق بالموارد البشرية من توظيف ورواتب، وتدريب وجدولة، وعلاوات وغيرها.
- وحدة إدارة علاقات الزبائن: كل ما يتعلق بالزبائن والتسويق والدعاية.
- وحدة إدارة الموردين: كل ما يتعلق بعمليات التوريد والمزودين.

أي أن نظام ERP يسهل على المؤسسة التخطيط لمواردها من خلال حساب الكمية الاقتصادية المثلى وعدد الطلبيات الأمثل لإعادة الطلب، وبالتالي تجنب تكاليف إضافية المؤسسة في غنى عنها[1].

ثالثا- مراحل التوجه للأعمال الالكترونية:

تعد شركة IBM أول من وضع وحدد الخطوات التي تتبناها المؤسسات للتوجه إلى الأعمال الإلكترونية وهذا بناءا على أنها أول من استخدم مصطلح الأعمال الالكترونية ولهذا صممت على ثلاث مراحل لتطوير المؤسسات لأعمالها الالكترونية وهي:

1- **المرحلة الأولى:** تشعر المؤسسة في هذه المرحلة بوجوب التوجه نحو الانترنت فتعمل على استخدام الويب فتقدم من خلاله المعلومات للزبائن حيث تعرف هنا المؤسسة بالواعية الكترونيا.

1- **المرحلة الثانية:** تبدأ المؤسسة في هذه المرحلة ببيع السلع على الانترنت وإجراء التغييرات المهمة في عملية التوريد الورقية، حيث تصبح تميز بين فرص الأعمال والتجارة الالكترونية، وتعرف هذه المرحلة بمرحلة الانطلاق الالكتروني (e_ lanch).

2- **المرحلة الثالثة:** في هذه المرحلة تصبح الأعمال لالكترونية واضحة لكل العاملين بالمؤسسة وشركاء الأعمال، بحيث تتجذر الثقافة الريادية وتتقاسم المعرفة في كل المؤسسة ومستوياتها مدعومة بالشبكة الداخلية والخارجية[2].

[1] عامر محمد محمود، مرجع سابق، ص64.

[2] نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية والوظائف، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 2004، ص47.

ويرى " كالكوتا وروبنسن" أن المؤسسات التي تقوم بالنشاط الالكتروني من خلال إستراتيجية الأعمال الالكترونية، والتي تعرف أيضا بالنضج الالكتروني فقد تمتد على نطاق واسع بدء بالحد الأدنى الالكتروني والذي يتمثل في استخدام صفحة أو خدمات موقع الويب لمؤسسة أخرى يكون مجرد إضافة لأعمال المؤسسة المادية، والوصول إلى الحد الأقصى الالكتروني والمتمثل بالإستراتيجية الالكترونية وتكاملها مع إستراتيجية أعمال المؤسسة[1].

رابعا– أهداف الأعمال الالكترونية:

تتمثل أهداف الأعمال الإلكترونية في التالي:

- زيادة كفاءة وفعالية وإنتاجية عمليات الإنتاج والتسويق والبيع في جميع مراحل التخطيط والتنفيذ والتقويم والرقابة، وتحقق كفاءة العمليات من خلال تمكين منظمة الأعمال من القيام بعملياتها المختلفة بأفضل صورة ممكنة.
- العمل على تخفيض التكاليف: إن استخدام المنظمات لمنهج الأعمال الالكترونية يؤدي إلى تخفيض تكاليف العمليات التشغيلية والعمليات المالية إلى درجة تساعد هذه المنظمات في تحقيق ميزة تنافسية.
- انجاز العمليات المختلفة في أقل وقت ممكن، إذ أن منهج الأعمال الالكترونية يقود إلى تخفيض الوقت اللازم لإنجاز أية عملية تشغيلية أو عملية تسويقية أو عملية بيعيه،
- تحقيق اتصال أفضل وأوسع وأسرع بالمشترين (المستهلكين، الزبائن، المستخدمين)،
- تمكين منظمة الأعمال من تحقيق الدعم والإسناد المطلوب للمشترين (الزبائن) من خلال الانترنت، إذ أن منهج الأعمال الالكترونية يلعب أدوارا مهمة لا يمكن أن تمارس بنفس الدقة والأسلوب باستخدام الوسائل التقليدية[2]،
- إستكشاف أسواق جديدة لتصريف المنتجات والخدمات،
- التعرف على مصادر تزويد جديدة كمصدر للعناصر الأساسية الداخلة في تكوين المنتجات،

[1] نجم عبود نجم ، مرجع سابق، ص 47.

[2] أحمد يوسف أبو فارة، التسويق الالكتروني: عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، ط2، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 32– 33.

- تساهم في خلق فرص عمل جديدة وإيجاد أرضية قوية للتعاون الإقتصادي بين المؤسسات[1].

المطلب الثاني: التجارة الالكترونية.

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد الجوانب المتعددة التي تتضمنها الأعمال الإلكترونية، لكون هذه الأخيرة أكثر شمولا وتكاملا، فعلاقة الأعمال الإلكترونية بالتجارة الإلكترونية هي علاقة الكل بالجزء والعام بالخاص.

أولا- مفهوم التجارة الالكترونية:

يمكن تعريف التجارة الالكترونية على أنها " نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما تتيح دعم المبيعات وخدمة الزبائن ويمكن تشبيهها بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، شركات أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون وتقدم فيه المنتجات (السلع والخدمات) في صيغة افتراضية أو رقمية كما يدفع ثمنها بنقود الكترونية"[2].

ومهما يكن من أمر فإن مجال التجارة الإلكترونية يتجاوز حدود بيع وشراء وتبادل المنتجات والخدمات إلى تمكين المنظمات المستفيدة من تسويق وترويج منتجاتها، خدماتها، معلوماتها، وأفكارها وتقنياتها عبر إستراتيجيات تسويقية فاعلة وذلك بهدف إشباع حاجات ورغبات الزبائن وتحقيق توقعاتهم وآمالهم[3].

وحسب ما جاء في منظمة التجارة العالمية فالتجارة الإلكترونية هي " توزيع السلع والخدمات وتسويقها بالوسائل الإلكترونية، وهذا يعكس ببساطة التعامل مع وسائل التقنيات الإلكترونية"[4].

وهناك ثلاثة أنواع محددة للتجارة الالكترونية وهي:

---

[1] عباس بشار ، دور الاقتصاد الإلكتروني في التنمية والتعاون الاقتصادي العربي،-www.yemen// nic.net/contents/informatics/studies/ 21.pdf. تاريخ الدخول للموقع http:03/06/2015

[2] إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص39.

[3] مزهر شعبان العاني، ناجي جواد شوقي، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 273.

[4] فريد النجار وآخرون، التجارة و الاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص90.

1- **تواصل المعلومات:** وهي توفر خدمة البحث عن المعلومات واسترجاعها على النطاق العام وتخزين تلك المعلومات بالإضافة إلى توفير خدمات متعلقة بالمعلومات مثل إيجاد المعلومات وتحديثها والمحافظة عليها.

2- **خدمة التسوق:** وهو ما يتيح للفرد البحث عن سلعة أو خدمة معينة وكذلك شرائها من خلال الشبكات الالكترونية، وهذا النوع من التجارة الالكترونية هو أول ما يتطرق للأذهان عند ذكر هذا المصطلح.

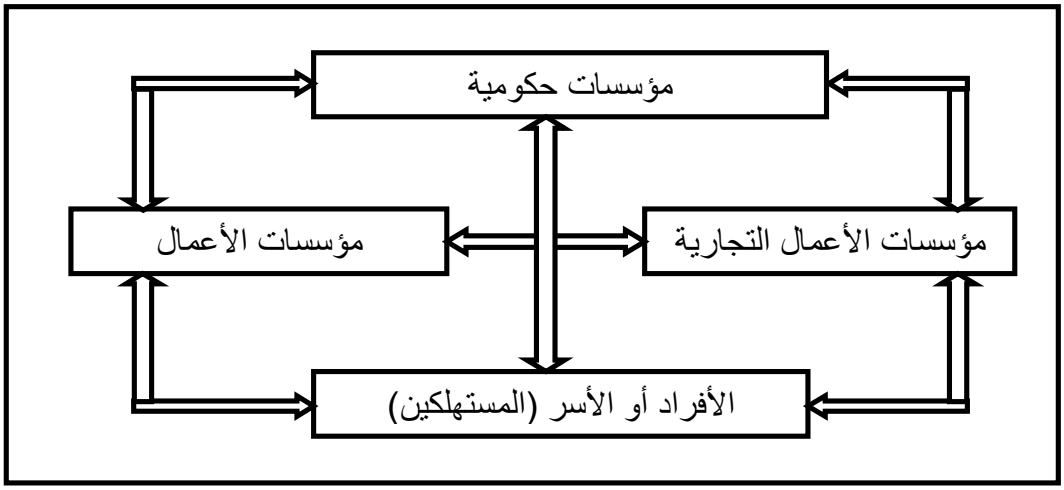
3- **المشروعات الافتراضية:** وهي تلك المشروعات التي تتم بين أطراف ومناطق منفصلة جغرافيا ولكن يتم تجميع مقوماتها من حيث الخبرة والعمالة والإمكانيات وغيرها من خلال الاتفاقيات التجارية التي تعقد عبر شبكات الانترنت، وتعتبر التجارة الالكترونية من أهم الوسائل التكنولوجية التي تحقق الازدهار لمثل هذه المشروعات ومثال تلك المشروعات هو ما يتم بين كبار التجار وموردیهم[1].

ثانيا- أشكال التجارة الالكترونية:

إن كل نشاط تجاري بين طرف وآخر في التجارة الالكترونية ينتمي إلى شكل معين من أشكال التجارة الالكترونية المذكورة أدناه، والشكل الآتي يبين أشكال التجارة الالكترونية.

[1] عليوه السيد، التجارة الالكترونية ومهارات التسويق العلمي، دار الأمين، مصر، 2002، ص12- 13.

الشكل رقم (04): أشكال التجارة الالكترونية



المصدر: فاطمة مانع، التسويق الإلكتروني كمدخل لإكتساب وتنمية المزايا التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (رسالة ماجستير)، قسم إدارة أعمال، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2007، ص30.

تشير الأسهم في الشكل رقم (04) إلى علاقات التبادل الالكتروني بين المؤسسات الحكومية ومؤسسات الأعمال التجارية وباقي المؤسسات الأخرى والأفراد.

1- **التجارة الالكترونية بين مؤسسة أعمال ومؤسسة أعمال B2B:**

وهي الصفقات (طلبات الشراء وتسلم الفواتير والدفع) التي تتم بين مؤسسات الأعمال، وذلك باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وهي النوع السائد في معظم عمليات التجارة الالكترونية ويمثل النسبة الأكبر.

2- **التجارة الالكترونية بين مؤسسة الأعمال والمستهلك B2C:**

يطلق عليها أيضا اسم التسوق الالكتروني أو تجارة التجزئة الالكترونية لأن الصفقة تتم مع المستهلك مباشرة، حيث تقوم المؤسسات بعرض منتجاتها على متاجر الكترونية افتراضية على شبكة الويب وتعرض وتروج لبضائعها وتعقد الصفقات مع المستهلكين الراغبين، وتمثل النسبة الأقل في التجارة الالكترونية ولكنها في نمو سريع[1].

[1] طارق عبد العال حامد، التجارة الالكترونية، الدار الجامعية ، مصر، 2005، ص11.

3- التجارة الالكترونية بين مؤسسات الأعمال والحكومةB2G:

يتعلق الأمر هنا بالتعاملات الإجبارية بين المؤسسات والحكومة كدفع الضرائب مثلا، ويشمل أيضا البيع والشراء من والى الجهات الحكومية، فعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة يتم الإعلان عن المشتريات الحكومية من خلال شبكة الانترنت، ويمكن للمؤسسات أن تتبادل الردود معها الكترونيا إلا أن هذا النمط من التجارة الإلكترونية لا يزال في بدايته الأولى، لكن سوف يتوسع بسرعة كبيرة إذا قامت الحكومات باستخدام عملياتها بأسلوب التجارة الالكترونية[1].

4- التجارة الالكترونية بين الحكومة والمستهلكينG2C:

حيث تقدم الحكومة معلومات تتعلق بالوظائف المتاحة، والخدمات المختلفة من خلال مواقع الحكومة على شبكة الانترنت وبالمقابل يقوم المستهلكون بالتقدم لشغل الوظائف المعلن عنها أو سداد ما عليهم من ديون تجاه الحكومة[2].

ثالثا- منافع التجارة الالكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

من المنافع التي تقدمها التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نذكر ما يلي:

- توسع السوق محليا وعالميا، فبرأس مال بسيط يمكن للمؤسسة بسهولة وبسرعة زيادة الزبائن واختيار أفضل الموردين وأفضل الشركاء،
- خفض تكاليف إنتاج ومعالجة وتوزيع وتخزين واستعارة معلومات ورقية،
- القدرة على استحداث مجالات أعمال متخصصة،
- خفض المخزون والمصروفات الإضافية،
- خفض الزمن بين الطلب واستلام المنتج أو الخدمة[3].

[1] سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص251.

[2] المرجع نفسه، ص 252.

[3] عبد السلام إبراهيم، التجارة والأعمال الالكترونية ، ماهى لخدمات الكمبيوتر، الإسكندرية، ص27.

المطلب الثالث: إستراتيجية الأعمال الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولا- مفهوم إستراتيجية الأعمال الالكترونية:

هي تلك الإستراتيجية التي تتعلق بتحديد رسالة الأعمال عبر الانترنت وأغراضها وأهدافها، وتتعلق بصناعة القرارات المتعلقة بكيفية تحقيق الرسالة والأغراض والأهداف، وهذه الإستراتيجية ذات مضامين تؤثر في منظمة الأعمال الإلكترونية ككل، وتعمل على تشكيل هيكلها بما يتلاءم مع التخطيط المستقبلي والقرارات المستقبلية.

ويؤكد كروس " CROOS" أن نجاح إستراتيجية الأعمال الالكترونية يتطلب:

- الاستفادة من الكم الكبير من المعلومات المتاحة،
- تحقيق أكبر قدر من الرفع في العلاقات مع الزبائن ومع الشركاء،
- تحقيق الموائمة المناسبة والصحيحة مع المنافسين[1].

ثانيا- التطور الاستراتيجي للأعمال الالكترونية:

يمر التطور الاستراتيجي بالمراحل التالية:

1- مرحلة تبني قدرات الأعمال الالكترونية: خلال هذه المرحلة يجري توظيف الطاقم الرئيسي اللازم للأعمال الالكترونية، ويجري تأسيس الشراكات اللازمة للإمداد الخارجي والخاصة بعمليات التصميم وتطوير وتنفيذ خطط الأعمال الالكترونية والتكنولوجيات المرتبطة بها.
2- تأسيس قناة للأعمال الالكترونية وتكييف مجتمع المنظمة لهذه القناة الجديدة: ويكون ذلك من خلال تطبيقات متوسطة الحجم للأعمال الالكترونية، بحيث يجري تشجيع العاملين والموردين والزبائن تدريجيا على استخدام هذه القناة الجديدة، واستخدام تطبيقات الانترنت إلى جانب الوسائل الحالية أو كبديل عن بعض وسائل الاتصال مثل الهاتف والفاكس والبريد العادي.

[1] أحمد يوسف أبو فارة، " إستراتيجية الأعمال عبر الانترنت "، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة القدس- فلسطين،- يومي 08-09 مارس2005، ص376.

3- مرحلة توسيع تطبيقات الأعمال الالكترونية وزيادة اعتماد مجتمع المنظمة على هذه التطبيقات: وفي هذه المرحلة يجري دفع العاملين والموردين والزبائن إلى الانخراط في القناة الجديدة (قناة الأعمال الالكترونية)، وفي هذه المرحلة يكون هناك أسباب جديدة تشجيعية مثل تراجع استخدام الأساليب التقليدية (خصوصا في مجال الاتصال)، وارتفاع القيمة المحققة من العروض المقدمة عبر هذه القناة، إن أهم مظاهر هذه المرحلة تكمن في استخدام حلول إدارة سلسلة التوريد SCM وإدارة العلاقات مع الزبائن CRM.

4- تعظيم مساهمة الانترنت في الأعمال الأساسية للمنظمة: في هذه المرحلة تنضج الأعمال الإلكترونية بصورة كاملة، وتستمر في التطور والتحسين، وتحظى بالدعم والاهتمام، ويظهر في هذه المرحلة الصراع بصورة بارزة بين قناة الأعمال الالكترونية والقنوات الأخرى[1].

ثالثا- أنواع استراتيجيات الأعمال الالكترونية:

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحديات عديدة أهمها اختيار إستراتيجية الأعمال الإلكترونية الملائمة لظروفها وللبيئة المحيطة بها، ونوجز فيما يلي الخيارات المتاحة أمامها:

1- **إستراتيجية الشبكة:** حيث تعمل المؤسسة الصغيرة ضمن شبكة تعاونية وتتعاون مع شركات صغيرة مثلها، أو مع شركات كبرى لتحسين قدرتها للنفاذ إلى الإبداع ونقل التكنولوجيا وتوطينها.

2- **إستراتيجية العروة:** حيث تتوضع المؤسسة بشكل ملاصق لمنافسيها كي تحصل على ميزة معرفة طرق عملها، واكتساب الخبرة، وربما إقامة أشكال مختلفة من التعاون.

3- **إستراتيجية الاستثمار الخارجي المباشر:** حيث تقوم المؤسسة بإنجاز وإدارة شركة خاصة متخصصة تملكها في الخارج مستفيدة من ظروف ملائمة للاستثمار وبما يلاءم التكامل مع فعاليتها الاقتصادية الوطنية.

4- **إستراتيجية الكوة:** حيث تختار المؤسسة الصغيرة أن تصبح جزءا من الشركات العالمية المتطورة في خط إنتاج فرعي محدد.

[1] أحمد يوسف أبو فارة، إستراتيجية الأعمال عبر الانترنت، مرجع سابق، ص 377.

5- **إستراتيجية الإبداع:** حيث تحاول المؤسسة الصغيرة أن تستحوذ على الخبرة والمعرفة التكنولوجية المتقدمة التي قد تكون متضمنة في استثماراتها في البحث والتطوير أو حتى إن لم تكن ضمن استثماراتها.

6- **إستراتيجية تكنولوجيا المعلومات:** حيث تقوم المؤسسة باستخدام الإبداع والتطوير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية[1].

المبحث الثاني: التسيير الإلكتروني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أدى تزايد استخدام الحاسوب في بيئة الأعمال المعاصرة إلى تحويل إدارة الأعمال المكتبية إلى أخصائيين في الحاسوب، وإلى تصميم وتطوير المنتجات وتصنيعها ومراقبة جودتها بالحاسوب، فضلا عن استخدام الحاسوب في إعادة هندسة العملية الإدارية، وأنشطة الترويج والإعلانات وخدمات الزبائن المصرفية، وصنع القرارات الإدارية التي تعد جوهر الإدارة.

المطلب الأول: مفهوم الإدارة الالكترونية.

هناك عدة تعاريف للإدارة الالكترونية نذكر منها:

الإدارة الإلكترونية هي: " منهج حديث يعتمد على تنفيذ كل الأعمال والمعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر من الأفراد والمؤسسات، باستخدام كل الوسائل الالكترونية مثل البريد الالكتروني والتحويلات الالكترونية للأموال، والتبادل الالكتروني للبيانات، والفاكس، والنشرات الالكترونية، وأية وسائل الكترونية أخرى"[2].

كما يمكن تعريفها على أنها" أداء العمليات بين مجموعة من الشركاء من خلال إستخدام تقنية معلومات متقدمة من أجل زيادة كفاءة وفعالية الأداء"[3].

وهكذا تظهر لنا أهم ملامح الإدارة الإلكترونية الحديثة من خلال ما يلي:

---

[1] فاطمة مانع، مرجع سابق، ص 127،

[2] نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 126.

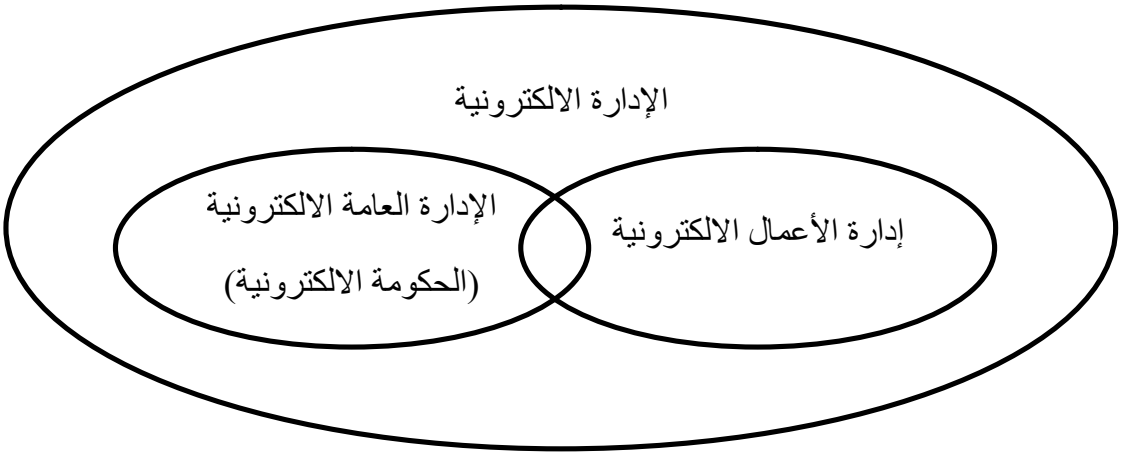
[3] حسين محمد الحسن، الإدارة الإلكترونية: المفاهيم- الخصائص- المتطلبات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 40.

- الاستفادة من تقنية المعلومات في تحسين خدمة الإدارة الحديثة وربطها بكل جديد ورفع فعالية أدائها.
- ميكنة جميع الأنشطة الإدارية، مع الحرس على تحديثها باستمرار، على أن يبسط استخدامها لجميع المتعاملين، بما يضمن الكفاءة والسرعة في إنجاز المعاملات،
- الاعتماد على برامج التقنية الحديثة في ترشيد الوقت والجهد واختزالهما قدر الإمكان،
- إضافة عنصر السرعة إلى شرط الجودة في تقديم المخرج النهائي للمنظومة الإدارية.

وبهذا تصبح الإدارة الإلكترونية بإجراءاتها وعناصرها ومفاهيمها العميقة طوق نجاة لتلك المجتمعات التي أنفقت من عمرها عقودا تنتظر انفراجة في ظل واقع ينوء بأحمال الإدارات التقليدية الروتينية التي أصبحت عبئا على مجتمعاتها، وقد بدأت اليوم تتجاوز واقعها وتفك شيفراته بخوضها تجربة أسلوب الإدارة الإلكترونية[1].

ويمكن توضيح أبعاد مفهوم الإدارة الالكترونية من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (05): أبعاد مفهوم الإدارة الالكترونية.



المصدر: سعد غالب ياسين، " الإدارة الالكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية "، الرياض، مركز البحوث، 2005، ص 21.

[1] حسين محمد الحسن، مرجع سابق، ص 45.

المطلب الثاني: عناصر وأهمية الإدارة الالكترونية.

ويمكن توضيح عناصر وأهمية الإدارة الإلكترونية كالتالي:

أولا- عناصر الإدارة الالكترونية:

لا يمكن تصور نجاح الإدارة الالكترونية في أي مؤسسة ما لم تتوافر عناصرها الرئيسية وهما العنصر التقني والعنصر البشري.

1- العنصر التقني: يتكون العنصر التقني من ثلاثة عناصر هي:

أ- **عتاد الحاسوب:** ويتمثل في المكونات المادية للحاسوب كالأجهزة والطابعات وغير ذلك من الملحقات.

ب- **البرمجيات:** تتوزع إلى فئتين هما:

- ✓ **برامج إدارة النظام:** وهي نظام التشغيل، نظم إدارة الشبكة، مترجمات لغات البرمجة، أدوات تدقيق البرمجة، هندسة البرامج بمساعدة الحاسوب.
- ✓ **برامج التطبيقات:** تشمل برامج التطبيقات العامة (كقواعد البيانات، مستعرضات الويب، برامج البريد الالكتروني، برامج الدعم الجماعي، رسوم الحاسوب، الجداول الالكترونية ... الخ).

بالإضافة إلى برامج التطبيقات الخاصة (كالبرامج المحاسبية، حزم البرامج المالية، برامج التجارة الالكترونية، برامج تخطيط موارد المؤسسة، برامج إدارة المشروعات ... الخ[1] .

ج- **الشبكات:** وهي الوصلات الالكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الانترنت والانترانت والاكسترانت، ويمكن تعريفها كما يلي:

- ✓ **الأنترنت:** Internet هي إختصار للشبكات العالمية International Networks وهي عبارة عن ملايين من أجهزة الكومبيوتر المتصلة مع بعضها البعض عبر الأقمار الصناعية

[1] سعد غالب ياسين، الإدارة الالكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، مرجع سابق، ص 23- 25.

أو خطوط الهاتف أو الكابلات حيث تضم الأنترنت العديد من الأقسام والخدمات التي يستفيد منها مئات الملايين من الأشخاص حول العالم كله، ومنها: [1]

- البريد الإلكتروني Electronic Mail .
- الويب WEB.
- خدمات مجموعة الأخبار News Groups.
- خدمات نقل الملفات File Transfer Protocol .

✓ **الانترانت: Intranet** هي أكثر الأساليب استخداما للإدارة الداخلية للمؤسسة، فهي الشبكة المحلية الخاصة بالشركة مع استخدام تقنية الانترنت ومؤمنة ببرامج تأمين مثل حوائط النيران، وتجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من أن الانترانت تعمل باستخدام بروتوكول ( ) TCP/IP مثل الإنترنت إلا أنها تعمل كشبكة خاصة محدودة الاستخدام يستطيع الوصول إليها الأفراد المصرح لهم فقط، ويتم تخزين المعلومات الخاصة بالشركة فقط في الانترانت وربما تحتوي على معلومات شديدة الأهمية والحساسية بالنسبة للشركة.

✓ **الإكسترانت: Extranet** وهي امتداد للإنترانت " Extended Intranet " وتستخدم أيضا بروتوكول (TCP/IP) الخاص بالانترنت للاتصال بالانترانت في أي موقع، ويتم الاتصال بالإكسترانت عبر الانترنت والتي لا تضمن إلا القليل من الخصوصية والنقل الآمن، لذلك من الضروري تحسين أمنية الجزء المستخدم في الاتصال من الانترنت، ويتم ذلك باستخدام (Tunnels) للسريان الآمن للبيانات وذلك باستخدام التشفير وأساليب التعريف[2].

2- **العنصر البشري:** يجب أن يكون الكادر البشري:

- مؤهل ومصقول فنيا من خلال الدورات التدريبية المناسبة وعلى إطلاع دائم على كل جديد، حتى يصبح قادرا على استخدام التكنولوجيا الحديثة والتعامل معها، واستغلال إمكاناتها وقدراتها لمصلحة مؤسسته وبيئة عمله،
- محفز على الابتكار والمبادرة بالأفكار ومتعود على البحث عن المعلومة من خلال ما هو متاح.

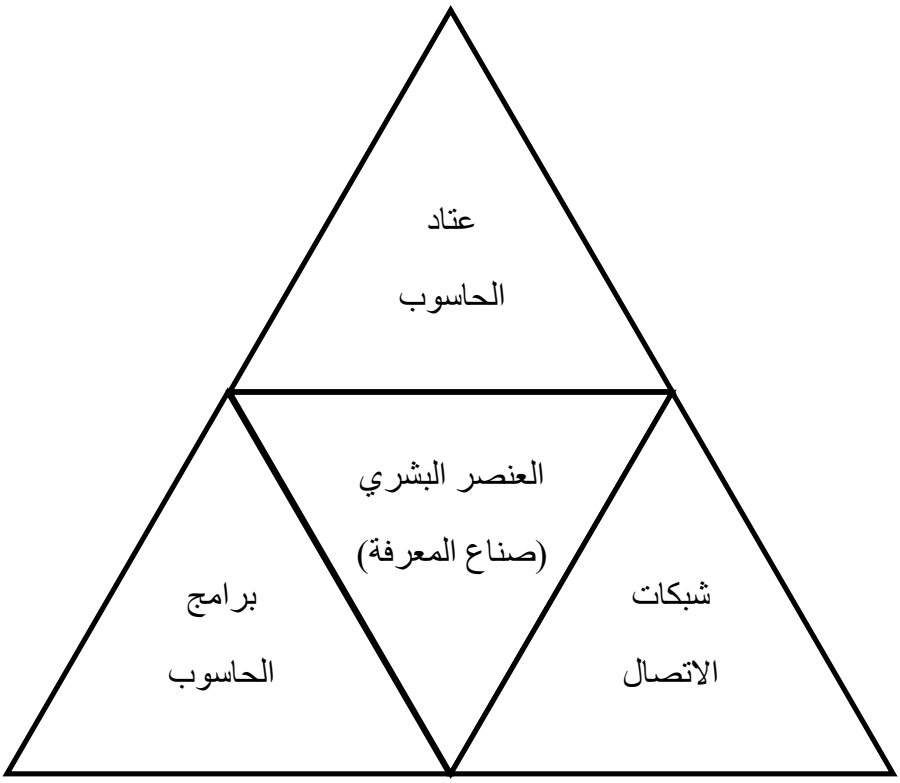
[1] خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 22.

[1] خضر مصباح الطيطي، مرجع سابق ، ص63-64.

- قادر على التعامل مع الزبائن، والتواصل معهم وتلبية استفساراتهم،

ويعتبر العنصر البشري هو المغذي للمعلومات والمستقبل لها، ورأس المال الحقيقي لأي مشروع، حيث يقع صناع المعرفة من الخبراء والمختصين الذين يمثلون البنية الإنسانية والوظيفية لمنظومة الإدارة الالكترونية في قلب العناصر التقنية الثلاث السابقة[1].

الشكل رقم (06): عناصر الإدارة الالكترونية.



المصدر: سعد غالب ياسين، " الإدارة الالكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية "، الرياض، مركز البحوث، 2005، ص 24.

ثانيا- أهمية الإدارة الالكترونية:

يمكن تحديد أهمية الإدارة الالكترونية فيما يلي:

1- **انخفاض تكاليف الإنتاج وزيادة ربحية المؤسسة:** فالإدارة الالكترونية تؤدي إلى تخفيض التكاليف الخاصة بإنشاء وتشغيل المتاجر، واستخدام عمالة أقل وبالتالي رواتب أقل، كما تقلل من مخاطر

[1] سعد غالب ياسين، الإدارة الالكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، مرجع سابق، ص 24.

تراكم المخزون السلعي، لأنها تخفض الوقت المستغرق في معالجة البيانات والمعلومات والبيانات المتعلقة بالطلبيات، بالإضافة إلى هذا فهي تخفض تكاليف الإجراءات الإدارية وعمليات التبادل التجاري، كل هذا يؤدي إلى تخفيض أسعار بيع المنتجات للزبائن والمستهلكين، وبالتالي زيادة مبيعات المؤسسة وزيادة ربحيتها.

2- **اتساع نطاق الأسواق التي تتعامل فيها المؤسسة:** حيث أن الإدارة الالكترونية تمكن المؤسسات من اقتحام أسواق جديدة على المستوى المحلي والعالمي، بقدرتها على تخطي حواجز الزمان والقيود الجغرافية، وهو ما يتطلب من المؤسسات التجديد المستمر في المنتجات والخدمات المقدمة للمستفيدين والمصداقية في عرض البيانات وصحتها، والاستثمار المتواصل في البرمجيات، ومتابعة التطورات الحديثة في التقنية والمعلوماتية.

3- توجيه الإنتاج وفقا لاحتياجات ورغبات العملاء والمستهلكين: يوفر العمل وفقا لأسلوب الإدارة الالكترونية معلومات دقيقة عن احتياجات ورغبات الزبائن والمستهلكين، حيث في ضوء هذه المعلومات تتمكن المؤسسات من توجيه عملياتها الإنتاجية لإشباع رغبات واحتياجات هؤلاء الزبائن والمستهلكين، الأمر الذي يزيد من مبيعاتها ويدر عليها اربحا وفيرة.

4- **تحسين جودة المنتجات وزيادة تنافسية المؤسسة:** تتيح الإدارة الالكترونية للمؤسسة التواجد المستمر في الأسواق، ومعرفة رغبات المستهلكين وإشباع احتياجاتهم، وتحسين خدمات ما قبل البيع وما بعد البيع، وهذا ما يؤدي إلى تحسين درجة التنافسية للمؤسسة.

5- **تلافي مخاطر التعامل الورقي:** لأنه باستخدام الحاسوب يمكن تخزين المعلومات ومراقبة الإنتاج، وأعمال المخازن، وتوفير السجلات والدفاتر، الأمر الذي يقضي على التعامل الورقي وأثاره السلبية كالجهد وضياع الوقت، وزيادة التكاليف والتعرض للتلف والضياع[1].

[1] أحمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية، أفاق الحاضر وتطلعات المستقبل،المكتبة العصرية، المنصورة، 2004، ص 45-49.

المطلب الثالث: وظائف الإدارة الالكترونية.

تنقسم وظائف الإدارة الإلكترونية إلى أربعة وظائف نوجزها فيما يلي:

أولا- التخطيط الالكتروني:

لا يختلف التخطيط الالكتروني من حيث التحديد العام عن التخطيط التقليدي، وذلك لأن كلاهما ينصب على وضع الأهداف وتحديد وسائل تحقيق هذه الأهداف، وهو نشاط ضروري لنجاح المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، وكلما كان عدد العاملين أكبر كان التخطيط أكثر أهمية وإلحاحا لضمان توجيه جهود العاملين بشكل منسق.

ويعتمد التخطيط الالكتروني على استخدام التخطيط الاستراتيجي لتحقيق الأهداف الاستراتيجية، كما يعتمد على تبسيط الإجراءات واستخدام نظم جديدة للمعرفة مثل دعم القرار، النظم الخبيرة، ونظم الشبكات العصبية الاصطناعية التي تؤدي إلى توظيف أساليب تخطيط جديدة ومبتكرة، وتحسين عمليات التنبؤ، وترفع من كفاءة التخطيط، وتزيد من فعالية صنع واتخاذ القرارات[1].

ثانيا- التنظيم الالكتروني:

يعتبر التنظيم الإلكتروني هو الإطار الفضفاض لتوزيع واسع للسلطة والمهام والعلاقات الشبكية الأفقية التي تحقق التنسيق الآني وفي كل مكان من أجل إنجاز الهدف المشترك لأطراف التنظيم، حيث يتم التعامل مع مديرين وعاملين إلكترونيين داخل المنظمة وزبائن وموردين إلكترونيين خارج المنظمة من خلال الاعتماد على البريد الإلكتروني وقاعدة البيانات المشتركة، وإدارة علاقات الزبائن الإلكترونيين وعلاقات الموردين عبر الشبكة الخارجية التي تجعلها جزء من نظم تخطيط الموارد الصناعية في الشركة ويتطلب الإنترنت للقيام بالأعمال بطريقة ديناميكية ومن خلال مراكز قرار متعددة لا تتلاءم مع خصائص التنظيم التقليدي القائم على الهيكل التنظيمي الصلب والهرمية الرسمية ما يحد من المرونة وعدم القدرة على الاستجابة السريعة التي تترافق مع التشبيك الفائق للانترنت[2].

[1] أحمد محمد غنيم، مرجع سابق، ص 57- 59.

[2] نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية: إستراتيجية-الوظائف- المجالات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص315.

ثالثا- التوجيه الالكتروني:

لا يعني التوجيه الإلكتروني بأي حال من الأحوال تنفيذ الأعمال، بل هو توجيه لأفراد التنظيم نحو تنفيذ أعمالهم بدقة للوصول إلى الأهداف المنشودة، من خلال الاتصال بهم وإرشادهم إلى الطريق الصحيح، وترغيبهم بوسائل مختلفة لتحقيق ما تصبوا إليه القيادة وتتطلع إليه، ويكمن إجمال مهام القائد الإلكتروني في النقاط الآتية:

- تستند القيادة الإلكترونية في إدارة أعمالها على إستخدام تقنية الانترنت وعلى المعلومات، ولذلك فإن القائد الإلكتروني يسعى إلى تطوير هذا الجانب وتحديثه باستمرار، ويعمل على تحسين جودة هذه المعلومات والحصول عليها بسرعة،
- يسعى القائد الإلكتروني إلى معرفة ميول السوق أو الفئة المستهدفة، ومستوى الجودة المطلوب في السلعة أو الخدمة،
- يعتمد القائد الإلكتروني في إتخاذ قراراته لمواجهة ما يعرض أمامه من مستجدات أو طوارئ ولا ينتظر إسداء النصح أو التوجيه من قيادة أخرى مما قد يضيع الفرصة على إدارته في إتخاذ قرار قد يكون مصيريا،
- يمتلك القائد الإلكتروني الصيغ التوافقية الذكية التي تمكنه من حسن إدارة العناصر البشرية التي تعمل تحت قيادته من خلال توجيهها ومدها بما يتوافر لديه من معلومات، كما يهيئ القائد الإلكتروني جوا من المشاركة التي تستفز طاقات أفراد إدارته الإبداعية، مما سيصب أخيرا في خانة نجاح إدارته[1].

رابعا- الرقابة الالكترونية:

حققت الإدارة الإلكترونية إنجازات غير مسبوقة على المستوى الرقابي، حتى أصبحت بمثابة العين المفتوحة على مدار الساعة وعلى كل دقائق العمل في دوائرها الإدارية، مما يضمن للإدارات التي تدخل تطبيقات التقنية الوقوف على مواطن ضعفها وقوتها واحتياجاتها، كما يمنحها القدرة على تقييم أفرادها بحياد وموضوعية، وتجعل وجهة نظر الإدارة غير قابلة للشك في مصداقيتها، كما تساهم الرقابة

[1] حسين محمد الحسن، مرجع سابق، ص 94.

الإلكترونية في تقليص الفجوة الزمنية بين التنفيذ والرقابة والوقوف على مراحل التنفيذ أولا بأول في الوقت الحقيقي، وقدرتها أيضا على مشاهدة خطوات التنفيذ وإداراته، مما يجعل الإدارة أكثر قدرة على تقييم نشاطها ونشاط أفرادها وقيامهم بواجبهم على النحو المرجو[1].

المبحث الثالث: توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو استخدام التكنولوجيا والمعيقات التي تقف أمامها.

أدى التطور الحاصل في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبروزها كقطاع مهم وحيوي وزيادة حدة المنافسة إلى توجه العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإستخذام هذه الأخيرة.

المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولا: التكنولوجيا والتقنية.

هي" عملية وضع وانتقاء الطرق تسمح بالاستعمال الفعال للتقنيات المختلفة وهذا لضمان عمل ميكانيزمات الإنتاج، الاستهلاك، الإعلام والاتصال".

فنلاحظ من خلال التعريف أنه ينظر لمفهوم التكنولوجيا على انه مصطلح تقني، محاولا إعطاء المعنى الواضح الذي يعنيه مع اعتباره وسيلة وليس هدفا.

أما التقنية فهي مجموعة من الطرق والوسائل وسبل العمل والعمليات توضع حيز التنفيذ في عمل ما في الفنون أو العلوم.

وبهذا نجد أن مفهوم التكنولوجيا مفهوم شامل يحوي التقنية في حد ذاتها التي هي جزء لا يتجزأ منه ليأتي التكامل بينهما لضمان سير العملية بفعالية سواء كانت عملية إنتاجية، استهلاكية، أو اتصالية[2].

وهناك ثلاثة نواتج على حسب كثافة استعمال التكنولوجيا وهي:

[1] حسين محمد الحسن، مرجع سابق، ص97.

[2] شوقي شادلي، مرجع سابق، ص10.

1- **التكنولوجيا المخففة:** فهنا تركز المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة التي تعتمد في تنفيذ أنشطتها وفق هذا الأسلوب على استخدام العنصر البشري، أما المعدات والآلات المستخدمة تكون بهدف التحسين وزيادة مهارة الأفراد والسرعة.

2- **التكنولوجيا المكثفة:** إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعتمد على هذا النوع تقوم بالاعتماد بالدرجة الأولى على الآلات وإحلالها بدل الأفراد.

3- **التكنولوجيا الخليطة:** ويقصد بها استعمال التكنولوجيا المكثفة والتكنولوجيا المعتدلة للحصول على أعلى كفاءة في أداء وتقديم الأنشطة من خلال عملية الجمع بين المكننة والأنظمة الموجهة بدقة

ثانيا- تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

يعد مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال مفهوما متداخلا بعض الشيء نظرا للتطور الذي شهده، فمعظم هذه التكنولوجيات كانت موجودة منذ السنوات الثلاثين الماضية أو أكثر، وما يمكن اعتباره حديثا هو توسع استخداماتها في مجال تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ويمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها " مختلف أنواع الاكتشافات والمنتجات والاختراعات التي تأثرت بظهور تكنولوجيات الحواسيب والاتصالات الحديثة والتي تتعامل مع شتى أنواع المعلومات من حيث جمعها، تحليلها، تنظيمها، تخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة والمتاحة "[1].

أما "Kenneth laudon " و "janeloudon" فيعرفان تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ظل التغيرات الجديدة والعالم الرقمي على أنها أداة من أدوات التسيير المستخدمة والتي تتكون من خمسة مكونات هي:

- العتاد المعلوماتي: تتمثل في المعدات الفيزيائية للمعالجة،
- البرمجيات،

[1] جمال لعمارة، مدبك علاوي، أثر استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال على تسيير الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول: أثر الانكسار الرقمي شمال جنوب على تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007، ص02.

- تكنولوجيات التخزين: تتمثل في الحوامل الفيزيائية لتخزين المعطيات كالأقراص الصلبة والضوئية.
- تكنولوجيات الاتصال: تتكون من معدات ووسائط فيزيائية و برمجيات تربط مختلف لواحق العتاد وتعمل على نقل المعطيات من مكان إلى آخر بحيث يمكن وصل الحواسيب ومعدات الاتصال لتشكيل شبكات لتبادل وتقاسم الأصوات والصور والفيديو،
- الشبكات: تربط بين الحواسيب لتبادل المعطيات أو الموارد من خلال هذا نجد أن هذه التكنولوجيات تتمثل في جميع الاستعمالات من حواسيب، شبكات الاتصال وأجهزة تداول المعلومات السلكية اللاسلكية، حيث تتمثل عادة في أجهزة الاتصال من هاتف، فاكس وانترنت، وهي تستخدم بغرض أداء مختلف المهام الرامية إلى تحقيق أهداف المؤسسة، وبالتالي فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تحاول الرفع من فعالية استخدام المعلومات داخل المؤسسة[1].

المطلب الثاني: أسباب عزوف بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن تبنيها للتكنولوجيا.

هناك العديد من الأسباب التي تبرر عزوف المؤسسات الصغيرة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بكثافة، وتختلف هذه الأسباب من قطاع لآخر ومن دولة لأخرى، ومن بينها عدم توفر الكفاءات والتكلفة المرتفعة لتطوير وصيانة النظام المعلوماتي للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

أولا- عدم توفر الكفاءات:

هناك العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تتوفر عادة على موارد بشرية لها قدرات ومؤهلات علمية في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفي التجارة الالكترونية، فمهما كان إدراك هاته المؤسسات بالفوائد المترتبة عن استخدام هذه التكنولوجيات فإن الاستثمار في المعرفة والأشخاص المؤهلين يتطلب تكاليف لتكوين ووضع استراتيجيات يراها صاحب المؤسسة أعباء لا يمكن تحملها، فالإطارات المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفي التجارة الالكترونية مهمة جدا لضمان انطلاق فعال للمؤسسات[2].

[1] Kenneth C – Laudon and janepricelaudon. Management information Systems: Managing the Digital firm. Prentice Hall. Ninthedition. USA.2006 , P65.

[2] نصر الدين بن نذير، مرجع سابق، ص186.

ثانيا- تكلفة تطوير وصيانة النظام المعلوماتي للمؤسسة:

تعتبر تكلفة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم العوائق التي تصادف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتيجة التخوف من أن تكلفة الاستثمار في هاته التكنولوجيا تسوف يتجاوز الأرباح المنجرة عنها، بالإضافة إلى انه يترتب عليها الاهتمام وصيانة العتاد، وهذا يتطلب تكاليف إضافية معتبرة، ونظرا لافتقار معظم المؤسسات وخاصة الصغيرة للموارد المالية فإنها تعزف عن تبني الحلول المتطورة مثل استخدام موقع الكتروني يحتوي على عمليات آمنة كإبرام الصفقات عن طريق بطاقات الائتمان، إذ أن بعض المؤسسات لا سيما الصغيرة منها تستخدم موقع الكتروني بسيط لا يحوي حلول التجارة الالكترونية، حيث لا تتجاوز تكلفة تنصيبه المصاريف المخصصة للتسويق عادة.

ثالثا- عدم التوافق مع نشاط المؤسسة:

من أسباب عدم تبني بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا التجارة الالكترونية هو عدم توافق هذه التكنولوجيات مع نشاط المؤسسة فمن الدراسات التي اهتمت بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة توصلت إلى أن بعض المؤسسات ليست مجبرة على وضع حلول معلوماتية متقدمة ومثال ذلك المؤسسات التي تنشط في قطاع البناء، إذ يرون بأن الأعمال تكون وجها لوجه.

رابعا- قدم البنى التحتية للاتصالات للدول وعدم تماشيها مع التطورات الحاصلة:

ينعكس قدم البنى التحتية للاتصالات سلبا على جودة وفعالية تكنولوجيات الانترنت، حيث تكثر الاعطاب وانقطاع الاتصالات، مما يؤدي بالمؤسسات إلى العزوف استخدام هذه التكنولوجيات وخصوصا حلول التجارة الالكترونية، ولهذا فإن درجة تطور البنية التحتية للاتصالات للدول تلعب دورا مهما في توجه المؤسسات إلى الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاستفادة منها[1].

[1] نصر الدين بن نذير، مرجع سابق، ص187.

خلاصة:

يهدف توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني الأعمال الالكترونية إلى تخفيض التكاليف من خلال منهج الأعمال الالكترونية حيث تؤدي إلى تخفيض العمليات التشغيلية والعمليات المالية إلى درجة تساعد هذه المؤسسات في تخفيض التكاليف، بالإضافة إلى تحقيق كفاءة العمليات من خلال تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من القيام بعملياتها المختلفة بأفضل صورة وفي أقل وقت ممكن، وهذا من خلال تخفيض الوقت اللازم لإنجاز أية عملية تشغيلية، تسويقية، بيعيه، مالية أو عملية تسليم، واتصال أفضل وأسرع بالشركاء من مستهلكين، زبائن ومستخدمين وغيرهم، مما يساهم في دعم ورفع خدمة الشركاء وبالتالي فان توجه المؤسسات إلى تبني منهج الأعمال الالكترونية سوف يؤدي بها إلى تحقيق التميز من خلال عنصر الزمن والتكلفة.

الفصل الثالث

دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة

تمهيد:

قصد معرفة مدى تأثير بيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حاولنا دراسة هذا التأثير من خلال إجراء دراسة ميدانية، حيث اعتمدنا على أسلوب التحري المباشر باستخدام الاستبيان الذي يعتبر من أهم وسائل جمع البيانات والمعلومات ومن أكثر أدوات البحث شيوعا، لاختبار جملة من الفرضيات المرتبطة بموضوع البحث.

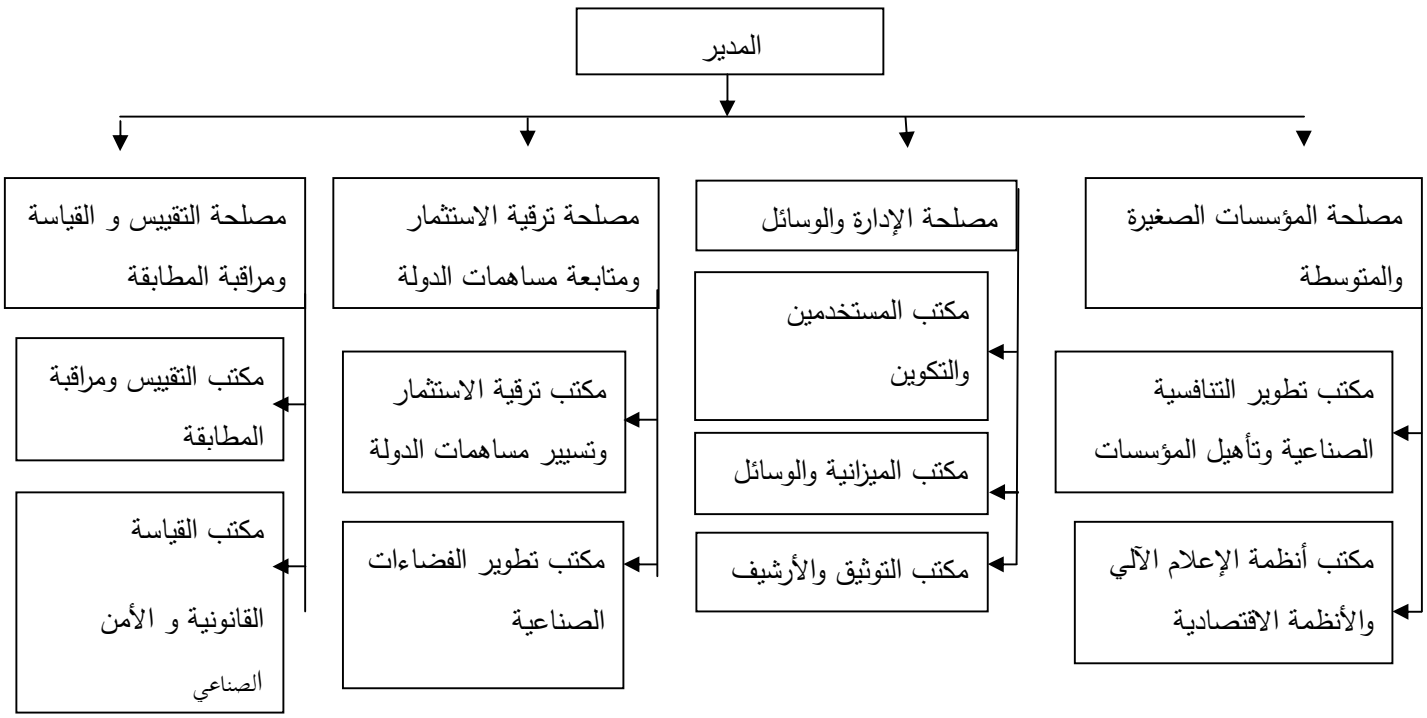
المبحث الأول: واقع قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة.

يعتبر قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من القطاعات الحيوية في الاقتصاد الجزائري لما تكتسيه من أهمية بالغة، حيث سنقوم بإبراز واقع هذا القطاع من خلال تعريفه وتقديم أهم الإحصائيات المتعلقة به.

المطلب الأول: تقديم مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار لولاية المسيلة

مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار بولاية المسيلة هي مديرية ولائية تابعة لوزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار حيث أنه وطبقا للمرسوم التنفيذي رقم 17 المؤرخ في 26 /2011/01 فإن الهيكل التنظيمي للمديرية يكون على النحو التالي:

شكل رقم (07) : الهيكل التنظيمي لمديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار بولاية المسيلة



المصدر : من إعداد الطالب نقلا عن مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الإستثمار لولاية المسيلة.

المطلب الثاني : معلومات إحصائية حول واقع قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة في نهاية سنة 2014

أولا: توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاع بولاية المسيلة في نهاية سنة 2014.

جدول رقم (03):توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاع بولاية المسيلة نهاية سنة 2014.

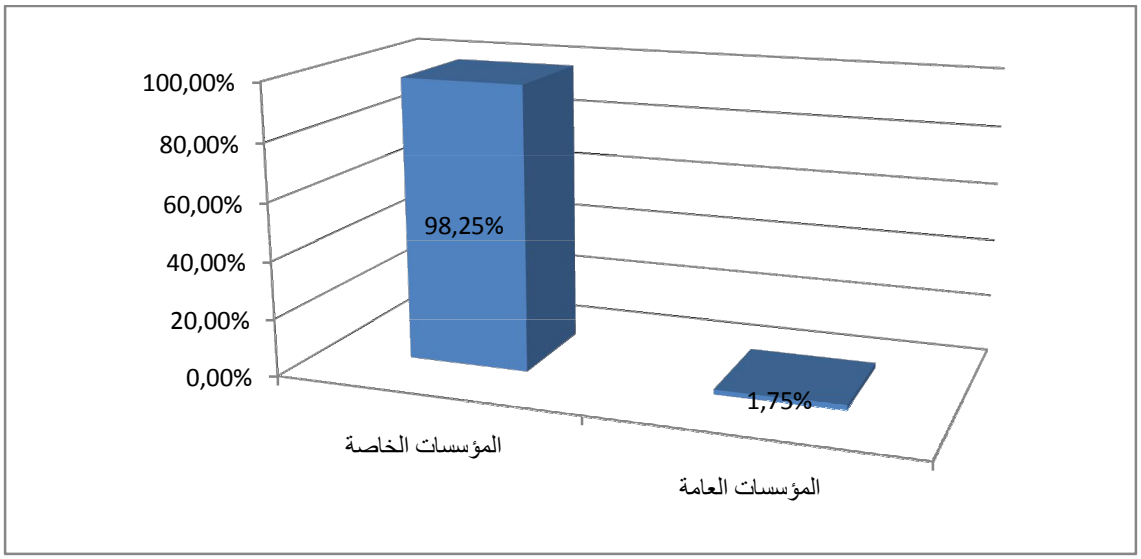
القطاع	عدد المؤسسات في نهاية سنة 2014	النسبة المؤوية
المؤسسات الخاصة	5630	98،25
المؤسسات العامة	100	1،75
المجموع	5730	100

المصدر: مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار

لولاية المسيلة نقلا عن:الصندوق الوطني للضمان الاجتماعيCNAS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكثر انتشارا في القطاع الخاص مقارنة بالقطاع العام وهذا ما يظهر بشكل أوضح من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (08) : توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاع بولاية المسيلة نهاية سنة 2014



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار لولاية المسيلة نقلا عن: الصندوق الوطني للضمان الاجتماعيCNAS.

ثانيا : توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب الحجم بولاية المسيلة في نهاية سنة 2014.

جدول رقم (04): توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم بولاية المسيلة نهاية سنة 2014

حجم المؤسسة	عدد المؤسسات	النسبة المؤوية
المؤسسات المصغرة	5426	96
المؤسسات الصغيرة	173	3
المؤسسات المتوسطة	31	1
المجموع	5630	100

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار لولاية المسيلة نقلا عن الصندوق الوطني للضمان الاجتماعيCNAS

شكل رقم (09) : توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم بولاية المسيلة نهاية سنة 2014

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار لولاية المسيلة نقلا عن:الصندوق الوطني للضمان الاجتماعيCNAS

من خلال قراءتنا لمعطيات الجدول رقم 04 يمكننا القول أن نسبة المؤسسات المصغرة هي النسبة الأعلى بـ 96% تليها المؤسسات الصغيرة بنسبة 3% ، ثم المؤسسات المتوسطة بنسبة 1% وقد يرجع

سبب ارتفاع عدد المؤسسات المصغرة إلى سهولة إنشاءها وتسييرها مقارنة بالصغيرة والمتوسطة، وكونها أيضا لا تحتاج إلى رأسمال كبير، و توظف عدد قليل من العمال.

ثالثا: حسب النشاط الاقتصادي

جدول رقم (05) : توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قطاعات النشاط بولاية المسيلة نهاية سنة 2014

الرقم	قطاعات النشاط	عدد المؤسسات في نهاية سنة 2014	النسبة المؤوية
01	البناء والأشغال العمومية	2584	45،90
02	التجارة والتوزيع	803	14،26
03	النقل والمواصلات	467	8،29
04	الخدمات المقدمة للمؤسسات	449	7،98
05	الخدمات المقدمة للافراد	401	7،12
06	الفندقة، المطاعم، المقاهي	298	5،29
07	الصناعات الغذائية،تبغ وكبريت	212	3،77
08	باقي القطاعات	416	7،39
المجموع	المجموع	5630	100

المصدر: مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار لولاية المسيلة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 05 أن نسبة المؤسسات الصغيرة المتوسطة التي تنشط في مجال البناء والأشغال العمومية تمثل نسبة 45.90 % وهي النسبة الأعلى، فيما جاءت باقي القطاعات بنسب متقاربة مع أفضلية نسبية لقطاع التجارة والتوزيع، باعتبار ولاية المسيلة منطقة عبور تربط الشمال بالجنوب.

المبحث الثاني: إعداد الاستبيان وتفريغ بياناته.

تطرقنا في هذا المبحث إلى تحديد المنهج العلمي المناسب لهذه الدراسة الميدانية وذلك وفقا لطبيعة موضوع البحث، كما حددنا الأدوات المستعملة والمساعدة على إتباع منهج الدراسة المختار.

المطلب الأول: مكونات ومنهجية الدراسة

أولا- مجتمع الدراسة:

تم حصر مجتمع الدراسة في فئة واحدة وهي مسيرو المؤسسات الاقتصادية باعتبارهم الجهة التي تقوم بتسيير المؤسسة.

ثانيا- عينة الدراسة:

لم نحدد حجم العينة مسبقا قبل توزيع استمارة الاستبيان، حيث قمنا بتوزيع حوالي (25) استمارة لكن لم يتم استرجاع منها سوى (22)، وتمّ استبعاد استمارتين نظرا لعدم صلاحيتها، وبذلك قدرت عينة الدراسة بـ (20).

الجدول رقم (06): الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان

البيان	التكرار	النسبة %
الاستمارات الموزعة	25	100
الاستمارات المسترجعة	22	88
الاستمارات غير المسترجعة	3	12
الاستمارات الملغاة	2	9.091
الاستمارات الصالحة للاستعمال	20	90.909

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال هذا الجدول (06) أن العدد الإجمالي للاستمارات الموزعة بلغ 25 استمارة، منها 22 استمارة تم استرجاعها وهو ما يمثل نسبة 88% من حجم العينة المختارة، في حين لم يتم استرجاع (3) استمارات أي بنسبة 12% من العدد الإجمالي رغم استفسارنا المستمر عن مصيرها، وبعد تفحصنا للاستمارات المسترجعة تبين لنا عدم صلاحية 2 منها أي بنسبة 9.091% من مجموع الاستمارات المسترجعة بسبب التناقض في الأجوبة وهو ما يعني نقص الجدية اللازمة في التعامل مع الاستمارة من طرف بعض المدراء وبالتالي فقد تم إلغاء هذه الاستمارات، ليصبح بذلك العدد النهائي

للاستمارات الصالحة للاستعمال 20 استمارة أي ما يعادل 90.909 % من مجموع الاستمارات المسترجعة.

ثالثا- تحديد منهج الدراسة

يمثل المنهج في الدراسة الميدانية الأسلوب المتبع قصد الوصول إلى الأهداف المسطرة، فالمنهج يسهل البحث ويسمح بالكشف عن الحقائق العلمية وتحديد الأسباب والنتائج المترتبة عنها، وباعتبار بحثنا يدور حول:" **تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل بيئة الأعمال الإلكترونية** " سوف نعتمد على المنهج التحليلي في تحليل البيانات والمعلومات المحصل عليها، ومن ثم تحديد النتائج المحصل عليها.

رابعا- أسلوب الدراسة الميدانية:

نظرا لارتباط موضوع بحثنا بدراسة تحليلية وكذا تعذر استخدام أسلوبي الملاحظة والمقابلة فقد استخدم الباحث أسلوب الاستبيان كأهم الأدوات البحثية لتحليل رأي العينة المختارة، حيث لم يتم إرسال قائمة الاستبيان إلى أفراد العينة بالبريد، بل قام الباحث بمقابلة أغلبية أفراد العينة للتغلب على أبرز عيوب الاستبيان بالبريد ألا وهي انخفاض نسبة الردود.

المطلب الثاني: حدود الاستبيان والوسائل الإحصائية المستخدمة

أولا- الحدود الزمنية والمكانية للدراسة الميدانية:

تم توزيع الاستبيان على مجموعة من مسيري المؤسسات الاقتصادية بولاية المسيلة بينما امتد هذا الاستبيان زمنيا من (17) ماي إلى (02) جوان (2015) بواسطة التسليم المباشر.

ثانيا- جمع استمارات الاستبيان والوسائل الإحصائية المستخدمة:

بعد عملية توزيع الاستبيان على العينة المختارة، قمنا بعملية جمع الاستبيان والتي تعد من بين أهم وأصعب الخطوات كونها ترتبط بالحصول على نتائج عملية تفيدنا في إثراء موضوع البحث، فعمدنا إلى جمع هذا الاستبيان عن طريق الاستلام المباشر من العينة المختارة ، ثم بعد الحصول على الاستبيان بدأنا عملية التحليل وفق جداول يتم تحليلها إحصائيا، تم إستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS إصدار رقم 21 من خلال:

1- التكرارات والنسب المئوية: تم الاعتماد عليهما بهدف التفريق بين فئات العينة، بناءا على المعلومات الخاصة بالمؤسسة، وتم اعتماد المؤشرين في كافة عبارات الاستبيان.

2- المتوسط الحسابي: تم استخدامه في هذه الدراسة كونه مؤشر يقوم بترتيب البنود حسب أهميتها من وجهة نظر المستجوبين على الاستبيان. تم اعتماد الوسط الحسابي لإجابات المشاركين كمؤشر على مدى تأثير بيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

3- الانحراف المعياري: تم استخدامه لمعرفة مدى تشتت القيم عن متوسطها الحسابي.

4- اختبار ألفا كرونباخ (cronbach's Alpha): تم استخدامه لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان، بحيث يأخذ قيما تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، أما إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد الصحيح، أي أن زيادة قيمة هذا المعامل تعني زيادة مصداقية البيانات.

5- معامل الصدق (Validity): يقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه ويساوي رياضيا الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ.

6- اختبار معامل إرتباط بيرسون (Correlation Pearson): يستخدم معامل إرتباط بيرسون لقياس صدق فقرات الاستبيان بحيث يجب أن تكون قيمة r دالة عند مستوى الدلالة، كما يجب أن تكون قيمة r المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية.

7- اختبار التوزيع الطبيعي كولمجروف سمرنوف:

(Kolmogorov-Smirnov Test): يستخدم هذا الاختبار لمعرفة طبيعة توزيع بيانات ظاهرة معينة في كونها تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه.

8- اختبار (ت) الإحصائي (T-Test): يستخدم للمقارنات الثنائية وفي اختبار فرضيات الاستبيان للتأكد من الدلالة الإحصائية للنتائج التي تم التوصل إليها.

المطلب الثالث: هيكل الاستبيان وتفريغ وتحليل البيانات.

أولا- إعداد الاستبيان:

اعتمد الباحث في إعداد قائمة الاستبيان على كتب ومراجع ودوريات وأبحاث سابقة تتعلق بموضوع الدراسة وقد تم مراعاة عدة اعتبارات في إعدادها أهمها:

- صياغة فقرات الاستبيان بطريقة سهلة وواضحة لتفادي سوء الفهم،
- صياغة فقرات الاستبيان باللغة العربية الفصحى،
- تدرج الأسئلة باختيار أفراد العينة لبديل من خمسة بدائل.

ثانيا- هيكل الاستبيان:

تم في ضوء أهداف الدراسة تقسيم هذا الاستبيان إلى قسمين:

1- القسم الأول: شمل هذا القسم المعلومات عامة حول المؤسسة: نوع النشاط، عدد العمال، وسائل الاتصال المستخدمة.

2- القسم الثاني: تم تقسيم هذا القسم إلى محورين رئيسيين يشكلان في مجملهما (26) فقرة وهما:

أ- **المحور الأول:** يضم هذا المحور (13) فقرة، تهدف إلى إبراز الدور الذي تلعبه البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية، وهي متعلقة بالفرضية الأولى ويضم الأسئلة من السؤال (01) إلى السؤال (13).

ب- **المحور الثاني:** يضم هذا المحور (13) فقرة، يبين أن بيئة الأعمال الإلكترونية تعمل على الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهي متعلقة بالفرضية الثانية ويضم الأسئلة من السؤال (14) إلى السؤال (26).

تم إعداد قائمة أسئلة الاستبيان على أساس مقياس ليكرت الخماسي (likeret scale) الذي يحتمل خمسة إجابات كما هو في الجدول التالي:

الجدول رقم (07): مقياس ليكرت الخماسي المعتمد في الدراسة

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

أما فيما يتعلق بالحدود التي اعتمدنا عليها في هذا البحث عند التعليق على المتوسط الحسابي للمتغيرات في نموذج الدراسة، ولتحديد درجة المقياس فقد حدد الباحث خمسة مستويات هي: (المنخفض جدا، المنخفض، المتوسط، المرتفع، المرتفع جدا) بناءا على المعادلة التالية:

الجدول رقم (08): مقياس تحديد الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة

مستوى الملائمة	1- 1.08	1.08 -2.6	2.6 -3.4	3.4 – 4.2	4.2 - 5
الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

ثالثا: تفريغ وتحليل البيانات.

تأتي عملية تفريغ وتحليل البيانات بعد جمعها من خلال الاستمارات الموزعة على أفراد العينة المدروسة وتقوم هذه العملية على مرحلتين هما:

1- المرحلة الأولى: مرحلة تفريغ البيانات

لقد تم تفريغ البيانات من خلال كل الأجوبة المتحصل عليها من طرف المستجوبين في استمارة واحدة، ثم تم تبويبها في جداول بسيطة لتسهيل عملية تفسير هذه البيانات.

2- المرحلة الثانية: مرحلة تحليل وتفسير البيانات

بعد عملية تفريغ البيانات ووضعها في جداول، قمنا بتحليلها إحصائيا لإعطاء صورة دقيقة عن مضمون الجداول وبالتالي تحديد النتائج المتوصل إليها، وقد تمت الاستعانة في ذلك بجوانب إحصائية كالتكرارات والنسب المئوية.

المطلب الرابع: وصف وتحليل خصائص العينة المدروسة.

في هذا الجزء قومنا بدراسة وتحليل القسم الأول للاستبيان والذي يرتبط بالمعلومات المتعلقة بخصائص العينة المدروسة المتمثلة في: نوع النشاط، عدد العمال، وسائل الاتصال المستخدمة، ولتسهيل عملية التحليل قمنا بتجميع البيانات المحصل عليها وتفريغها في كل من برنامج **SPSS - 21** وبرنامج **EXEL 2007** حسب طبيعة المعلومة، وفي ما يتعلق بجمع وتبويب بيانات عينة الدراسة تم اعتماد مجموعة جداول تم استخلاصها بالاعتماد على برنامج **EXEL 2007**، وبنفس البرنامج تم تمثيل تلك الجداول في أشكال تعطي وضوحا أكثر وتسهل عمليتي التحليل والملاحظة.

أولا- توزيع أفراد العينة حسب نوع النشاط:

نبين في هذا العنصر طبيعة نشاط المؤسسات محل الدراسة وفق الجدول التالي:

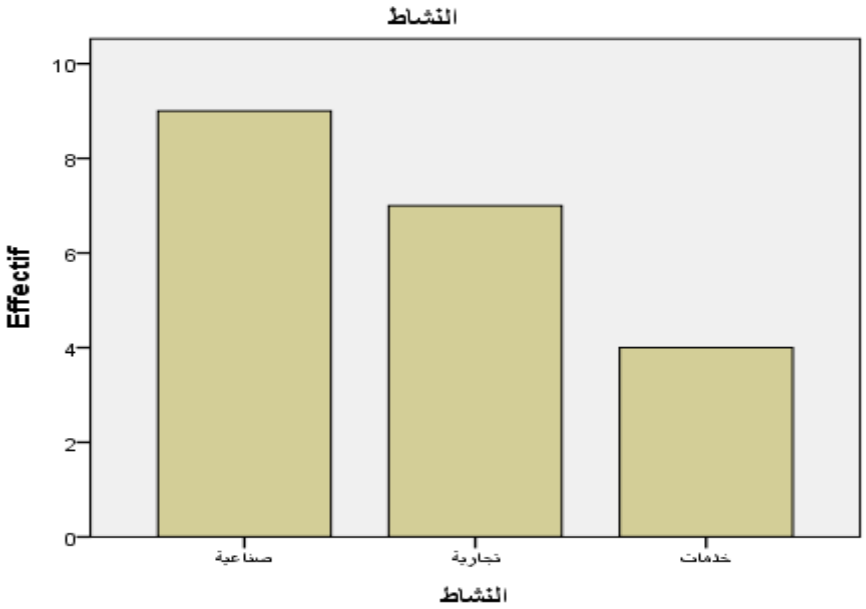
الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب نوع النشاط

نوع النشاط	التكرار	النسبة %
مؤسسة صناعية	9	45
مؤسسة تجارية	7	35
مؤسسة خدمية	4	20
المجموع	**20**	**100**

المصدر: من إعداد الباحث بناءا على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (09) يتضح أن الاستبيان وُزّع على المؤسسات الاقتصادية بمختلف أنواعها – حسب النشاط– حيث أن عدد المؤسسات الصناعية بلغ (9) مؤسسات بنسبة (45%)، بينما كان عدد المؤسسات التجارية (7) مؤسسات بنسبة (35%)، وأصغر نسبة كانت للمؤسسات الخدمية ب (20%) بعدد قدّر بـ (4) مؤسسات، هذا التنوع في النشاط من شأنه المساهمة في إثراء البحث.

الشكل رقم (10): تمثيل توزيع أفراد العينة حسب النشاط



المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على الجدول رقم (9)

ثانيا– توزيع أفراد العينة حسب عدد العمال:

قمنا بتشكيل ثلاث فئات، خصصت الفئة الأولى للمؤسسات التي تشغل من(1 إلى 9 عمال) وهي فئة المؤسسات المصغرة، فيما حددت الفئة الثانية بين (10 إلى 49 عامل) وهي فئة المؤسسات الصغيرة، وخصصت الفئة الثالثة بين (50 إلى 249 عامل) وهي فئة المؤسسات المتوسطة.

الجدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب عدد العمال

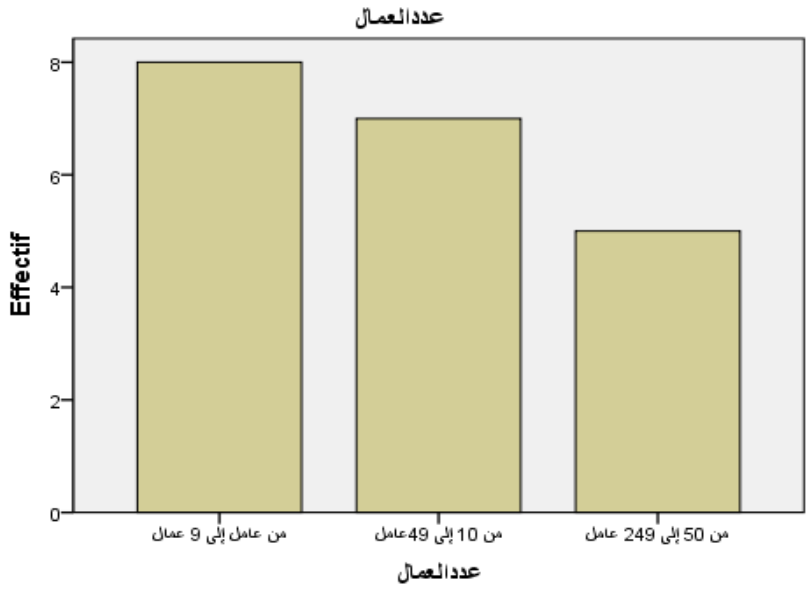
عدد العمال	التكرار	النسبة %
من عامل إلى 9 عمال	**8**	**40**
من 10 إلى 49 عامل	**7**	**35**
من 50 إلى 249 عامل	**5**	**25**
المجموع	**22**	**100**

المصدر: من إعداد الباحث بناءا على نتائج الاستبيان

انطلاقا من هذا الجدول يمكن ملاحظة ما يلي:

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن عدد المؤسسات التي توظف من عامل إلى 9 عمال هو (8) مؤسسات بنسبة (40%) من إجمالي العينة، في حين عدد المؤسسات التي توظف من (10 إلى 49 عامل) بلغ (7) مؤسسات بنسبة قدرت بـ (35%)، أما المؤسسات التي توظف من (50 إلى 249 عامل) كان عددها (5) مؤسسات بنسبة (25%).

الشكل رقم (11): تمثيل توزيع أفراد العينة عدد العمال



المصدر: من إعداد الباحث بناءا على الجدول رقم (10)

ثالثا– وسائل الاتصال المستخدمة:

قصد معرفة الوسائل التي تستخدمها المؤسسات محل الدراسة قمنا بطرح ثلاث وسائل تمثلت في: الهاتف الثابت، الفاكس، الانترنت.

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب وسائل الاتصال المستخدمة

الوسيلة المستخدمة	التكرار		المجموع	النسبة %	المجموع
الهاتف الثابت	نعم	18	**20**	90	**100**
	لا	2		10	
الفاكس	نعم	19	**20**	95	**100**
	لا	1		5	
الانترنت	نعم	15	**20**	75	**100**
	لا	5		25	

المصدر: من إعداد الباحث بناءا على نتائج الاستبيان

انطلاقا من الجدول رقم (11) يمكن ملاحظة أن عدد المؤسسات التي تستخدم الهاتف الثابت (18) مؤسسة من مجموع العينة، ومؤسستين لا تستخدمان الهاتف الثابت، وهذا ما يدل على ضرورة استعمال الهاتف الثابت من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في حين أن عدد المؤسسات التي تستعمل الفاكس (19) مؤسسة من إجمالي العينة بنسبة (95%)، وهذا ما يؤكد أن الفاكس وسيلة هامة لإدارة مختلف العمليات اليومية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أما فيما يتعلق باستخدام الانترنت نجد أن (15) مؤسسة من إجمالي العينة تستخدم الانترنت بنسبة (75%)، وما نسبته (25%) من إجمالي العينة لا تستخدم هذه الوسيلة، وهذا راجع إلى القيمة التي أصبحت تحظى بها الانترنت في أوساط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الاستبيان

تم تفريغ نتائج التحليل الإحصائي على شكل جداول حيث يرتبط كل جدول بمحور من محاور الاستبيان والذي يتعلق بكل فرضية من فرضيات الدراسة، ثم تم تحليل هذه النتائج.

المطلب الأول: اختبار ثبات وصدق الاستبيان

أولا- اختبار ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ "cronbachs Alpha"

تم استخدام هذه الطريقة لقياس ثبات الاستبيان وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (12): اختبار ثبات فقرات الاستبيان

رقم المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات
المحور الأول	13	0.896
المحور الثاني	13	0.897
المجموع	**26**	**0.929**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يستخدم معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات الاستبيان من ناحية الاتساق الداخلي لفقراته، والنسبة الإحصائية المقبولة لذلك هي (0.5)، ومن خلال الجدول رقم (13) يتبين لنا أن معاملات ألفا كرونباخ فاقت كلها (0.5) حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان (0.929) وهي نسبة جد مقبولة إحصائيا، لأنها تقترب من الواحد.

تعني نسبة ثبات الاستبيان (0.929) أنه إذا أعيد توزيع الاستبيان على نفس العينة فإن ما يعادل هذه النسبة من الأفراد سيعيدون نفس إجاباتهم الأولى.

ثانيا- اختبار صدق الاستبيان:

1- اختبار صدق الاستبيان باستخدام معامل الصدق (Validity):

يتم حساب معامل الصدق عن طريق الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (13): اختبار صدق فقرات الاستبيان

رقم المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	قيمة الصدق
المحور الأول	13	0.896	0.946
المحور الثاني	13	0.897	0.947
المجموع	**26**	**0.929**	**0.963**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

ملاحظة: لقد تم حساب قيمة الصدق عن طريق الجذر التربيعي لمعامل الثبات.

يتضح لنا من خلال هذا الجدول رقم (13) أن معاملات ألفا كرونباخ فاقت كلها (0.5) بالنسبة لكل محور من محاور الاستبيان، كما أن قيمة الصدق تتلائم مع معاملات ألفا كرونباخ، إجمالا بلغ معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان (0.929) وبدرجة صدق بلغت (0.963)، وكما ذكرنا سابقا حيث أنه كلما زاد معامل الثبات واقترب من الواحد الصحيح كلما زادت مصداقية البيانات، وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات فقرات الاستبيان مما يجعله على ثقة تامة من صحته وصلاحيته لتحليل النتائج واختبار صحة الفرضيات.

2- اختبار صدق الاستبيان باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Correlation Pearson):

تم قياس صدق الاستبيان في هذه الطريقة وفقا لمعامل ارتباط بيرسون من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له من جهة، وبين محاور الدراسة ومعدل فقرات الاستبيان الكلي من جهة أخرى.

أ- قياس صدق الاستبيان وفقا لمعامل ارتباط بيرسون من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له:

- ✓ **الصدق الداخلي لفقرات المحور الأول:** تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية.

الجدول رقم (14): الصدق الداخلي لفقرات المحور الأول

الرقم	الفقرة	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة
01	على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف النقال للمدير	0.789	0.000
02	على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف لبعض الموظفين	0.740	0.000

03	تعتمد المؤسسة بشكل كبير على شبكة الانترنت	0.505	0.023
04	تمتلك المؤسسة موقعا الكترونيا لإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة	0.513	0.021
05	تمتلك المؤسسة موقعا الكترونيا لتوسيع قاعدة الزبائن	0.648	0.002
06	المنافسة في مجال تكنولوجيا المعلومات سبب في إنشاء موقع إلكتروني للمؤسسة	0.536	0.015
07	يحتوي موقع مؤسستكم على عرض السلع والخدمات واستقبال طلبيات الشراء.	0.612	0.004
08	تعتمد مؤسستكم على عدة حواسيب للقيام بمختلف الأعمال اليومية	0.532	0.016
09	من الضروري توفير بريد إلكتروني في المؤسسة.	0.565	0.009
10	تتوفر مؤسستك على شبكة محلية تربط أجهزة الحواسيب فيما بينها داخل المؤسسة.	0.510	0.023
11	تستعمل مؤسستكم برامج تسيير الرواتب والموارد البشرية.	0.688	0.001
12	تعتمد مؤسستكم في عملياتها الإنتاجية والتجارية على برمجيات مختلفة.	0.477	0.033
13	تعتمد مؤسستكم على برامج في تصميم منتجاتكم.	0.512	0.021

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات SPSS

ملاحظة: قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (20−1=19) تساوي (0.433).

- ✓ **الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني:** تعمل بيئة الأعمال الإلكترونية على الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

من خلال الجدول رقم (14) الذي يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول (تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية) والمعدل الكلي لفقراته، يتضح لنا أن معاملات الإرتباط r المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من (0.05) وقيمة r المحسوبة أكبر من قيمة r الجدولية والتي تساوي (0.433)، وبذلك تعتبر فقرات المحور الأول صادقة لما وضعت لقياسه.

الجدول رقم (15): الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني

الرقم	الفقرة	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة
14	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في انخفاض تكاليف التسيير بالمؤسسة.	0.476	0.038
15	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع القدرة الإنتاجية للمؤسسة.	0.612	0.004
16	أدى استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى تقليص حجم العمالة.	0.675	0.001
17	أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى ارتفاع رقم أعمالها.	0.517	0.020
18	أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى زيادة حصتها السوقية في الأسواق المحلية والدولية.	0.521	0.018
19	الأعمال الإلكترونية تؤدي إلى تحسين وتطوير العمليات الإدارية داخل المؤسسة.	0.686	0.001
20	تساهم الأعمال الإلكترونية في كفاءة إنجاز المعاملات مع الأطراف الخارجية.	0.567	0.009
21	تحقق الأعمال الإلكترونية التميز للمؤسسة من خلال عنصري الزمن والجودة.	0.705	0.001
22	تساهم الأعمال الإلكترونية في توجيه الإنتاج وفق احتياجات ورغبات العملاء.	0.707	0.000
23	يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط الإجراءات واستخدام نظم جديدة للمعرفة.	0.700	0.001
24	التنظيم الإلكتروني يعمل على ترجمة الخطة إلى أنشطة تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة في ظرف قياسي.	0.545	0.013
25	يساهم التوجيه الإلكتروني على إيجاد المناخ الملائم للعنصر البشري.	0.526	0.017
26	تمارس الرقابة الإلكترونية على الممتلكات والأشخاص والإجراءات داخل المؤسسة وتهدف إلى تشخيص نقاط الضعف وتصحيحها	0.551	0.012

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (15) الذي يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول (تعمل بيئة الأعمال الإلكترونية على الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة) والمعدل الكلي لفقراته، يتضح لنا أن معاملات الارتباط r المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من (0.05) وقيمة r المحسوبة أكبر من قيمة r الجدولية والتي تساوي (0.433)، وبذلك تعتبر فقرات المحور الثاني صادقة لما وضعت لقياسه.

ملاحظة: قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (19) تساوي (0.433).

ب- قياس صدق الاستبيان وفقا لمعامل ارتباط بيرسون من خلال حساب معاملات الارتباط بين محاور الدراسة ومعدل فقرات الاستبيان الكلي:

الجدول رقم (16): معامل ارتباط بيرسون بين محاور الدراسة والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان

المحور	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
المحور الأول	0.893	0.000
المحور الثاني	0.904	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (16) يتبين لنا أن معاملات الارتباط بين محاور الدراسة والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان دالة عند مستوى دلالة (0.05)، أي أن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من (0.05) وقيمة r المحسوبة أكبر من قيمة r الجدولية والتي تساوي (0.433)، وهذا يدل على أن فقرات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

ثالثا- اختبار التوزيع الطبيعي كولمجروف - سمرنوف (Kolmogorov-Smirnov Test):

لاختبار الفرضيات سنستخدم اختبار كولمجروف- سمرنوف الذي يدرس مدى وجود فروق بين متوسطات المستجوبين حول فرضيات الدراسة، وعليه قمنا بهذا الاختبار لمعرفة مدى توزيع البيانات طبيعيا بحيث تكون نتائج اختبار سمرنوف لمحاور الدراسة أكبر من (0.05) المعتمدة في الدراسة، وهذا للتمكن من القيام باختبار (t).

وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (17): اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الاستبيان

المحور	عدد الفقرات	قيمة z	قيمة z المعنوية Sig
المحور الأول	13	0.694	0.721
المحور الثاني	13	0.494	0.968
الكـــــــلي	**26**	**0.517**	**0.952**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة Sig لكل محور أكبر من (0.05) وهي ذات مستوى دلالة إحصائية وهذا يعني أن فقرات الاستبيان **تتبع التوزيع الطبيعي**.

المطلب الثاني: اختبار صحة الفرضية الأولى

في هذا المطلب سنقوم بدراسة وتحليل المحور الأول من الاستبيان، تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية ، وذلك من خلال طرح (13) فقرة، حيث سنقوم بتفريغ وتحليل البيانات الخاصة بهذا المحور من خلال الأجوبة المتحصل عليها عن طريق الاستبيان، وذلك بعد تبويبها في جداول تسهيلا لعملية التحليل.

الجدول رقم (18): النتائج الإحصائية لفقرات المحور الأول

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات	درجة القبول
		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار				
		النسبة%	النسبة%	النسبة%	النسبة%	النسبة%				
01	على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف النقال للمدير	5	10	4	1	0	3.95	0.82	7	عالية
		25	50	20	5	0				
02	على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف لبعض الموظفين	1	7	7	5	0	3.20	0.89	13	متوسطة
		5	35	35	25	0				

03	تعتمد المؤسسة بشكل كبير على شبكة الانترنت	7	10	3	0	0	4.20	0.69	3	عالية
		35	50	15	0	0				
04	تمتلك المؤسسة موقعا الكترونيا لإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة	3	9	6	2	0	3.65	0.87	11	متوسطة
		15	45	30	10	0				
05	تمتلك المؤسسة موقعا الكترونيا لتوسيع قاعدة الزبائن	3	7	7	3	0	3.50	0.94	12	متوسطة
		15	35	35	15	0				
06	المنافسة في مجال تكنولوجيا المعلومات سبب في إنشاء موقع إلكتروني للمؤسسة	5	7	5	3	0	3.90	0.96	8	عالية
		25	35	25	15	0				
07	يحتوي موقع مؤسستكم على عرض السلع والخدمات واستقبال طلبيات الشراء.	7	5	7	1	0	3.90	0.96	9	عالية
		35	25	35	5	0				
08	تعتمد مؤسستكم على عدة حواسيب للقيام بمختلف الأعمال اليومية	7	8	4	1	0	4.05	0.88	5	عالية
		35	40	20	5	0				
09	من الضروري توفير بريد إلكتروني في المؤسسة.	4	10	4	2	0	3.80	0.89	10	عالية
		20	50	20	10	0				
10	تتوفر مؤسستك على شبكة محلية تربط أجهزة الحواسيب فيما بينها داخل المؤسسة.	6	9	5	0	0	4.05	0.75	6	عالية
		30	45	25	0	0				
11	تستعمل مؤسستكم برامج تسيير الرواتب والموارد البشرية.	7	11	2	0	0	4.25	0.63	2	عالية
		35	55	10	0	0				
12	تعتمد مؤسستكم في عملياتها الإنتاجية والتجارية على برمجيات مختلفة.	9	9	2	0	0	4.35	0.67	1	عالية
		45	45	10	0	0				
13	تعتمد مؤسستكم على برامج في تصميم	5	13	1	1	0	4.10	0.71	4	عالية

	منتجاتكم.	25	65	5	5	0			
نتائج المحور الأول							**4.08**	**0.27**	/	**عالية**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن جميع المتوسطات الحسابية لفقرات المحور الأول التي تم التوصل إليها والبالغة (13) فقرة كانت في مجملها مرتفعة أي أعلى من المتوسط الفرضي المستخدم وهو (3)، وهذا يشير إلى أن إجابات عينة الدراسة كانت إيجابية، ودليل ذلك أن المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الأول بلغ (4.08)، وبلغ الانحراف المعياري العام (0.27) ما يعني أن نسبة تشتت إجابات أفراد العينة على مضمون عبارات المحور الأول من الاستبيان ضعيفة، وهو دليل على أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية، ويمكن تحليل فقرات المحور الأول من الاستبيان كالتالي:

1- **على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف النقال للمدير:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.95) بدرجة موافقة عالية، وبانحراف معياري (0.82)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (75%) بمقدار (15) فردا من إجمالي العينة، كما بلغت نسبة المحايدين (20%) بمقدار (4) أفراد، وسجلت أقل نسبة لفئة غير الموافقين (5%) بمقدار فرد واحد، وهذا ما يدل على وجوب توفير اشتراك في الهاتف النقال للمدير.

2- **على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف لبعض الموظفين:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.20) بدرجة موافقة متوسطة وبانحراف معياري (0.89)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (40%) بمقدار(8) أفراد من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (35%) أي (7) أفراد من العينة، فيما بلغت نسبة غير الموافقين (25%) بمقدار (5) أفراد، مما يدل أن هناك مسيري هته المؤسسات لا يرون ضرورة لتوفير اشتراك للهاتف لبعض الموظفين وبالتالي لا يولون أهمية كبيرة لهذا العنصر.

3- تعتمد المؤسسة بشكل كبير على شبكة الانترنت: هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.20) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.69)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (85%) بمقدار (17) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (15%) بمقدار(3) أفراد، وهذا ما يؤكد ضرورة توفر شبكة الانترنت في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

4- **تمتلك المؤسسة موقعا الكترونيا لإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.65) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.87)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (60%) بمقدار (12) فردا من إجمالي العينة، أما نسبة المحايدين بلغت (35%) بمقدار (7) أفراد، أما أقل نسبة كانت لفئة غير الموافقين (15%) بمقدار (3) أفراد من إجمالي العينة، وهذا ما يفسر إستعمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للموقع الإلكتروني لإعطاء صورة جيدة عنها.

5- **تمتلك المؤسسة موقعا الكترونيا لتوسيع قاعدة الزبائن:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.50) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.94)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (50%) بواقع (10) أفراد من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (35%) أي (7) أفراد من العينة، أما أقل نسبة كانت لغير الموافقين (15%) بمقدار (3) أفراد من العينة، وهذا ما يفسر استعمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للموقع الإلكتروني لتوسيع قاعدة الزبائن.

6- **المنافسة في مجال تكنولوجيا المعلومات سبب في إنشاء موقع إلكتروني للمؤسسة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.90) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.96)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (60%) بواقع (12) فردا، ونسبة المحايدين بلغت (35%) أي (7) أفراد من العينة، وأقل نسبة كانت لفئة غير الموافقين (5%) بواقع فرد واحد من إجمالي العينة، معناه أن المنافسة سبب رئيسي في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لموقع إلكتروني.

7- **يحتوي موقع مؤسستكم على عرض السلع والخدمات واستقبال طلبيات الشراء:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.90) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.96)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (60%) بواقع (12) فردا من إجمالي العينة، ونسبة المحايدين بلغت (35%) أي (7) أفراد من العينة، وأقل نسبة كانت لفئة غير الموافقين (5%) بواقع فرد واحد من إجمالي العينة، وهذا ما يدل على تأثير موقع المؤسسة في إستقبال وتسيير طلبيات الشراء.

8- **تعتمد مؤسستكم على عدة حواسيب للقيام بمختلف الأعمال اليومية:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.05) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.88)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (75%) بمقدار (15) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغ عدد المحايدين (4) أفراد

وبنسبة (20%)، و أقل نسبة كانت لفئة غير الموافقين (5%) أي فرد واحد من أفراد العينة، وهذا ما يعكس الدور الكبير للحاسوب في مختلف نشاطات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

9- **من الضروري توفير بريد إلكتروني في المؤسسة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.80) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.89)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (70%) بمقدار (14) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (20%) أي (4) أفراد من العينة، وأقل نسبة كانت لفئة غير الموافقين (10%) بواقع (2) فرد من العينة، وهو ما يترجم دور البريد الإلكتروني في التعاملات اليومية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

10- تتوفر مؤسستك على شبكة محلية تربط أجهزة الحواسيب فيما بينها داخل المؤسسة: هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.05) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.75)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (75%) بمقدار (15) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (25%) بمقدار(5) أفراد، وهو ما يفسر على أن أغلب المؤسسات التي شملتها الدراسة تتوفر على شبكة محلية تساعد على تواصل أفضل وأسرع بين مختلف وحدات المؤسسة.

11- تستعمل مؤسستكم برامج تسيير الرواتب والموارد البشرية: هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.25) بدرجة موافقة عالية جدا وبانحراف معياري (0.63)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (90%) بمقدار (18) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (10%) بمقدار(2) أفراد، وهذا ما يدل على اعتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على برامج لتسيير الرواتب والموارد البشرية.

12- تعتمد مؤسستكم في عملياتها الإنتاجية والتجارية على برمجيات مختلفة: هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.35) بدرجة موافقة عالية جدا وبانحراف معياري (0.67)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (90%) بمقدار (18) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (10%) بمقدار(2) أفراد، وهذا ما يدل على اعتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على برمجيات مختلفة في عملياتها الإنتاجية والتجارية.

13- **تعتمد مؤسستكم على برامج في تصميم منتجاتكم:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.10) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.71)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (90%) بمقدار (18) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغ عدد المحايدين (1) فرد وبنسبة (5%)، ونفس النسبة

كانت لفئة غير الموافقين (5%) أي فرد واحد من أفراد العينة، وهذا ما يفسر اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتصميم منتجاتها ببرامج حديثة.

اختبار الفرضية الأولى:

- ✓ **H0 الفرضية الصفرية:** البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ليس لها أي دور في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية.
- ✓ **H1 الفرضية البديلة:** تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية.

الجدول رقم (19): نتائج اختبار T-test لعينة واحدة للفرضية الأولى

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	Sig	القرار الإحصائي
تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية.	17.644	1.729	0.000	قبول الفرضية البديلة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن الدلالة الإحصائية Sig (0.000) أقل من مستوى دلالة (0.05)، كما أن قيمة (t) المحسوبة بلغت (17.644) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.729) وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين لنا أن قيمة (t) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية، ولهذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن **البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية.**

المطلب الثالث: اختبار صحة الفرضية الثانية

في هذا المطلب سنقوم بدراسة وتحليل المحور الثاني من الاستبيان " تساهم الأعمال الإلكترونية في الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة" وذلك من خلال طرح (09) فقرات، حيث سنقوم بتفريغ وتحليل البيانات الخاصة بهذا المحور من خلال الأجوبة المتحصل عليها عن طريق الاستبيان، وذلك بعد تبويبها في جداول تسهيلا لعملية التحليل.

الجدول رقم (20): النتائج الإحصائية لفقرات المحور الثاني

الرقم	الفقرة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات	درجة القبول
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%				
14	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في انخفاض تكاليف التسيير بالمؤسسة.	6	6	6	6	30	30	2	10	0	0	3.80	1.00	10	عالية
		30	30	30	30	30	30	10	10	0	0				
15	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع القدرة الإنتاجية للمؤسسة.	3	3	7	7	10	10	0	0	0	0	3.65	0.74	13	متوسطة
		15	15	35	35	50	50	0	0	0	0				
16	أدى استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى تقليص حجم العمالة	3	3	14	14	3	3	0	0	0	0	4.00	0.56	3	عالية
		15	15	70	70	15	15	0	0	0	0				
17	أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى ارتفاع رقم أعمالها.	7	7	10	10	3	3	0	0	0	0	4.20	0.69	1	عالية
		35	35	50	50	15	15	0	0	0	0				
18	أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى زيادة حصتها السوقية في الأسواق المحلية والدولية	1	1	14	14	5	5	0	0	0	0	3.80	0.52	9	عالية
		5	5	70	70	25	25	0	0	0	0				
19	الأعمال الإلكترونية تؤدي إلى تحسين وتطوير العمليات الإدارية داخل المؤسسة.	5	5	12	12	3	3	0	0	0	0	4.10	0.64	2	عالية
		25	25	60	60	15	15	0	0	0	0				
20	تساهم الأعمال الإلكترونية في كفاءة إنجاز المعاملات مع الأطراف الخارجية.	4	4	7	7	9	9	0	0	0	0	3.75	0.78	11	عالية
		20	20	35	35	45	45	0	0	0	0				
21	تحقق الأعمال الإلكترونية التميز للمؤسسة من خلال عنصري الزمن والجودة.	3	3	13	13	4	4	0	0	0	0	3.95	0.60	5	عالية
		15	15	65	65	20	20	0	0	0	0				
22	تساهم الأعمال الإلكترونية في توجيه الإنتاج وفق احتياجات ورغبات العملاء.	7	7	5	5	7	7	0	0	0	0	3.90	0.96	7	عالية
		35	35	25	25	35	35	0	0	0	0				
23	يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط الإجراءات	3	3	14	14	3	3	0	0	0	0	4.00	0.56	4	عالية

	واستخدام نظم جديدة للمعرفة.	15	70	15	0	0			
24	التنظيم الإلكتروني يعمل على ترجمة الخطة إلى أنشطة تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة في ظرف قياسي.	2	12	4	2	0	3.70	0.80	12	عالية
		10	60	20	10	0				
25	يساهم التوجيه الإلكتروني على إيجاد المناخ الملائم للعنصر البشري.	2	14	4	0	0	3.90	0.55	8	عالية
		10	70	20	0	0				
26	تمارس الرقابة الإلكترونية على الممتلكات والأشخاص والإجراءات داخل المؤسسة وتهدف إلى تشخيص نقاط الضعف وتصحيحها.	5	10	4	1	0	3.95	0.82	6	عالية
		25	50	20	5	0				
نتائج المحور الثـــــــــــــاني							**4.02**	**0.28**	/	**عالية**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن جميع المتوسطات الحسابية لفقرات المحور الثاني التي تم التوصل إليها والبالغة (13) فقرة كانت في مجملها مرتفعة أي أعلى من المتوسط الفرضي المستخدم وهو (3)، وهذا يشير إلى أن إجابات عينة الدراسة كانت إيجابية، ودليل ذلك أن المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الثاني بلغ (4.02) وبلغ الانحراف المعياري العام (0.28) ما يعني أن نسبة تشتت إجابات أفراد العينة على مضمون عبارات المحور الثاني من الاستبيان ضعيفة، وهو دليل على أن بيئة الأعمال الإلكترونية تساهم في الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويمكن تحليل فقرات المحور الثاني من الاستبيان كالتالي:

14- **ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في انخفاض تكاليف التسيير بالمؤسسة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.80) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (1.00)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (60%) بمقدار(12) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (30%) بمقدار (6) أفراد، وأقل نسبة كانت لغير الموافقين (10%) أي (2) أفراد من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يدل على مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخفيض تكاليف التسيير بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

15- **ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع القدرة الإنتاجية للمؤسسة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.65) بدرجة موافقة متوسطة وبانحراف معياري (0.74)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (50%) بمقدار (10) أفراد من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين

(50%) أي (10) أفراد من العينة، وهو ما يدل على مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع القدرة الإنتاجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

16- **أدى استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى تقليص حجم العمالة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.00) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.56)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (85%) بمقدار (17) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (15%) بمقدار (2) أفراد من العينة، وهو ما يدل على دور التكنولوجيا الحديثة في تقليص حجم العمالة داخل المؤسسات.

17- **أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى ارتفاع رقم أعمالها:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.20) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.69)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (85%) بمقدار (17) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (15%) أي (3) أفراد من العينة، وهو ما يدل على دور التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها الإيجابي على ارتفاع رقم أعمالها.

18- **أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى زيادة حصتها السوقية في الأسواق المحلية والدولية:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.80) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.52)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (75%) بمقدار (15) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (25%) أي (5) أفراد من العينة، وهو ما يدل على دور التكنولوجيا الحديثة في زيادة الحصة السوقية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق المحلية والدولية من خلال اكتساب عملاء جدد من مختلف المناطق.

19- **الأعمال الإلكترونية تؤدي إلى تحسين وتطوير العمليات الإدارية داخل المؤسسة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.10) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.64)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (85%) بمقدار (17) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (15%) أي (3) أفراد من العينة، وهذا ما يدل على أن الأعمال الإلكترونية لها دور فعال في تحسين وتطوير العمليات الإدارية داخل المؤسسات.

20- تساهم الأعمال الإلكترونية في كفاءة إنجاز المعاملات مع الأطراف الخارجية: هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.75) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.78)، حيث بلغت نسبة

الموافقين بشدة والموافقين (55%) بواقع (11) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (45%) أي (9) أفراد من العينة.

21- **تحقق الأعمال الإلكترونية التميز للمؤسسة من خلال عنصري الزمن والجودة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.95) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.60)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (80%) بواقع (16) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (20%) أي (4) أفراد من العينة، وذلك من خلال تقليص الوقت وزيادة الجودة في المنتجات والخدمات المقدمة.

22- **تساهم الأعمال الإلكترونية في توجيه الإنتاج وفق احتياجات ورغبات العملاء:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.90) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.96)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (60%) بمقدار (12) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (35%) أي (7) أفراد من العينة، أما أقل نسبة فكانت لفئة غير الموافقين (5%) أي بمقدار فرد واحد من العينة، وهو ما يفسر مساهمة الأعمال الإلكترونية في معرفة رغبات واحتياجات المستهلكين وبالكميات المطلوبة.

23- **يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط الإجراءات واستخدام نظم جديدة للمعرفة:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (4.00) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.56)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (85%) بواقع (17) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (15%) أي (3) أفراد من العينة.

24- **التنظيم الإلكتروني يعمل على ترجمة الخطة إلى أنشطة تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة في ظرف قياسي:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.70) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.80)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (70%) بواقع (14) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (20%) أي (4) أفراد من العينة، وأقل نسبة كانت لفئة غير الموافقين (10%) بواقع فردين من إجمالي أفراد العينة.

25- **يساهم التوجيه الإلكتروني على إيجاد المناخ الملائم للعنصر البشري:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.90) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.55)، حيث بلغت نسبة الموافقين

بشدة والموافقين (80%) بواقع (16) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (20%) أي (4) أفراد من العينة.

26- **تمارس الرقابة الإلكترونية على الممتلكات والأشخاص والإجراءات داخل المؤسسة وتهدف إلى تشخيص نقاط الضعف وتصحيحها:** هذه الفقرة حققت وسطا حسابيا قدره (3.95) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري (0.82)، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (75%) بواقع (15) فردا من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة المحايدين (20%) أي (4) أفراد من العينة، وأقل نسبة كانت لفئة غير الموافقين (5%) بواقع فرد واحد من إجمالي أفراد العينة.

اختبار الفرضية الثانية:

- ✓ **H0 الفرضية الصفرية:** لا تساهم الأعمال الإلكترونية على الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ✓ **H1 الفرضية البديلة:** تساهم الأعمال الإلكترونية على الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الجدول رقم (21): نتائج اختبار T-test للفرضية الثانية

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	Sig	القرار الإحصائي
تساهم الأعمال الإلكترونية في الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	**15.940**	**1.729**	**0.000**	**قبول الفرضية البديلة**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجاتSPSS

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن الدلالة الإحصائية Sig (0.000) أقل من مستوى دلالة (0.05)، كما أن قيمة (t) المحسوبة بلغت (15.940) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.729) وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين لنا أن قيمة (t) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية، ولهذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن **الأعمال الإلكترونية تساهم في الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.**

خلاصة:

لقد كان الهدف من إجراء هذه الدراسة التطبيقية التعرف على مدى تأثير بيئة الأعمال الالكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا من خلال توزيع إستبيان على عينة من مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مختلف النشاطات الصناعية والتجارية والخدماتية، وخلصت هذه الدراسة إلى أن المبحوثين أجمعوا على أن استخدام الأعمال الإلكترونية كان لها دورا كبيرا في تحسين الأداء الإداري والأداء الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الخاتمة

الخاتمة

حاولنا من خلال تناولنا لموضوع بيئة الأعمال الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، معالجة إشكالية البحث التي تدور حول مدى تأثير بيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من أجل الوقوف على مدى مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحسين مستوى الأداء الإداري والاقتصادي داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن أجل ذلك قمنا بمعالجة هذا الموضوع من خلال الجمع بين الدراسة النظرية والتطبيقية وإجراءات التحليل الإحصائي المطلوب، ويمكن ذكر نتائج وتوصيات البحث كما يلي:

عرض نتائج البحث:

بعد القيام بالدراسة النظرية من جهة والدراسة الميدانية المتمثلة في استبيان من جهة أخرى، توصلنا أثناء اختبار الفروض إلى النتائج التالية:

أولا: بخصوص الفرضية الأولى والمتمثلة في أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية، فقد تم اختبار هذه الفرضية بالاعتماد على الأسئلة الممتدة من (01) ولغاية (13) التي شملها الجزء الأول من هذا المحور، ولقد تبين لنا صحة الفرضية حيث كانت النتائج كما يلي:

- ✓ تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل كبير على شبكة الانترنت.
- ✓ تمتلك المؤسسة موقعا الكترونيا لإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة ولتوسيع قاعدة الزبائن.
- ✓ يحتوي الموقع الإلكتروني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على عرض السلع والخدمات واستقبال طلبيات الشراء.
- ✓ تتوفر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على شبكة محلية تربط أجهزة الحواسيب فيما بينها داخل المؤسسة.
- ✓ تستعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة برامج مختلفة لتسيير الرواتب والموارد البشرية، وكذلك في عملياتها الإنتاجية والتجارية.

ثانيا: بخصوص الفرضية الثانية والمتمثلة في مساهمة الأعمال الإلكترونية في الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فقد تم اختبار هذه الفرضية بالاعتماد على الأسئلة

الممتدة من(14) ولغاية (26) التي شملها الجزء الثاني من هذا المحور، فلقد تبين لنا صحة الفرضية حيث كانت النتائج كما يلي:

- ✓ ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخفيض تكاليف التسيير بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والرفع من قدرتها الإنتاجية.
- ✓ أدى استخدام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتكنولوجيا الحديثة إلى ارتفاع رقم أعمالها، وزيادة حصتها السوقية.
- ✓ الأعمال الإلكترونية تؤدي إلى تحسين وتطوير العمليات الإدارية داخل المؤسسة، وزيادة كفاءة إنجاز المعاملات مع الأطراف الخارجية.
- ✓ تساهم الأعمال الإلكترونية في توجيه الإنتاج وفق احتياجات ورغبات العملاء.
- ✓ تحقق الأعمال الإلكترونية التميز للمؤسسة من خلال عنصري الزمن والجودة.

اختبار الفرضيات:

- ✓ من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية توصلنا إلى أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية، من خلال توجه هذه المؤسسات نحو استخدام شبكات الانترنت والشبكة المحلية والهاتف الثابت والفاكس، والبريد الإلكتروني بدرجات مرتفعة.
- ✓ مساهمة الأعمال الإلكترونية في الرفع من مستوى الأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال رفع القدرة الإنتاجية وتخفيض تكاليف التسيير والإنتاج وسهولة تبادل المعلومات، وكذا التنسيق بين الأقسام والرفع من جودة الخدمات المقدمة للزبائن.

الاقتراحات:

استنادا للدراسة النظرية وبناء على نتائج الجانب التطبيقي ومن خلال التحليل الإحصائي للاستبيان، فقد تمت التوصية بما يلي:

- ✓ ينبغي على المسير أن يكون مواكبا للتطورات الحاصلة في مجال استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات لأنها أصبحت حقيقة لا مفر منها بسبب التغيرات السريعة في بيئة الأعمال الالكترونية.
- ✓ ضرورة تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاستراتيجيات تأهيل وتعزيز البنى التحتية للأعمال الإلكترونية ومحاولة الاستفادة من تطبيقاتها في تحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل عام.
- ✓ العمل على إيجاد تقنيات وبرامج لحماية أمن المعلومات وخصوصيات الزبائن.

- ✓ تبني مفاهيم إدارية حديثة تمكن المؤسسة من التعامل مع التحديات التي تواجهها والتغلب عليها لتحقيق الكفاءة والفعالية والتميز في الأداء.

آفاق البحث:

رغم اعتمادنا في الدراسة التي قمنا بها على مراجع حديثة وسعينا للإحاطة بمختلف جوانب الموضوع من خلال الدراسة النظرية والدراسة الميدانية بشقيها، إلا أنها أنجزت في إطار عدة قيود أهمها ضيق الوقت وصعوبة التواصل مع مسيري المؤسسات، وكمقترحات لبحوث مستقبلية لإثراء جوانب أخرى من هذا الموضوع نقترح ما يلي:

- ✓ دراسة هذا الموضوع من خلال توسيع نطاق الاستبيان.
- ✓ دراسة تأثير الأعمال الإلكترونية في توجيه رغبات المستهلكين.

قائمة المراجع

أولا- قائمة المراجع باللغة العربية:

I.الكتب:

1- إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

2- أحمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية، أفاق الحاضر وتطلعات المستقبل،المكتبة العصرية، المنصورة، 2004.

3- أحمد يوسف أبو فارة، التسويق الالكتروني: عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، ط2، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.

4- إسماعيل عرباجي، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ط3، موفم للنشر، الجزائر،2013.

5- أيمن علي عمر، إدارة المشروعات الصغيرة : مدخل بيئي مقارن، دار الجامعية، الإسكندرية، 2006.

6- جمال لعمارة، مدبك علاوي، أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تسيير الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول: أثر الانكسار الرقمي شمال جنوب على تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007.

7- حسين محمد الحسن، الإدارة الإلكترونية: المفاهيم- الخصائص- المتطلبات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

8- خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

9- رابح خوني، رقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، إتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر،2008.

10- سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق، التجارة الالكترونية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.

11- سعد غالب ياسين، " الإدارة الالكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية "، الرياض، مركز البحوث، 2005.

12- سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

13- سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

14- طارق عبد العال حامد، التجارة الالكترونية، الدار الجامعية ، مصر، 2005.

15- طاهر محسن منصور الغالبي، منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، جامعة الأردن، 2009.

16- عامر محمد محمود، التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان،2006.

17- عبد السلام إبراهيم، التجارة والأعمال الالكترونية ، ماهى لخدمات الكمبيوتر، الإسكندرية.

18- عبد العزيز جميل مخيمر وأحمد عبد الفتاح عبد الحليم، دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في معالجة مشكلة البطالة بين الشباب في الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ط2، 2007.

19- عبد الله خبابة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.

20- عليوه السيد، التجارة الالكترونية ومهارات التسويق العلمي، دار الأمين، مصر، 2002.

21- فريد النجار وآخرون، التجارة و الاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.

22- فريد راغب النجار، إدارة المشروعات والأعمال صغيرة الحجم،مؤسسة شباب الجامعة للنشر،الإسكندرية، 1999.

23- فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل إستراتيجي للمنافسة والتميز، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

24- ماجدة عطية، إدارة المشروعات الصغيرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2004.

25- ماجدة عطية، إدارة المشروعات الصغيرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002.

26- مزهر شعبان العاني، ناجي جواد شوقي، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

27- نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية والوظائف، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 2004.

28- نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية: إستراتيجية-الوظائف- المجالات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

II.الرسائل الجامعية:

29- إسماعيل اللبي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كرهان للقضاء على التبعية الغذائية في الجزائر، ملبنة الحضنة، رسالة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال، كلية العلوم التجارية، جامعة المسيلة، 2012.

30- تركي دهمان البرازي، أثر إدارة سلسلة التوريد على أداء المنظمة، رسالة ماجستير، تخصص إدارة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2012.

31- سيد علي بلحمدي، " المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في ظل العولمة"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2006.

32- شهر زاد برجي، إشكالية استغلال مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، مالية دولية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2012.

33- شوقي شادلي،" اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة – حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر"، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2008.

34- عائشة مصباح،" المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومعوقات تطورها- دراسة تحليلية ببعض المؤسسات بولاية قسنطينة- "، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سكيكدة، 2005.

35- فاطمة مانع، التسويق الإلكتروني كمدخل لإكتساب وتنمية المزايا التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، قسم إدارة أعمال، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2007.

36- محمد رشدي سلطاني، التسيير الإستراتيجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، (رسالة ماجستير)، تخصص علوم تجارية، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2006.

37- ميساء حبيب سليمان، الأثر التنموي للمشروعات الصغيرة الممولة في ظل إستراتيجية التنمية، رسالة ماجستير ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك.

38- نصر الدين بن نذير، دراسة إستراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة – حالة الجزائر – أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2012.

39- نوال مرزوقي، " معوقات حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على شهادة الإيزو 9000 و14000- دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الصناعية-"،(رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010.

III.الملتقيات والمؤتمرات:

40- أحمد يوسف أبو فارة، " إستراتيجية الأعمال عبر الانترنت "، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة القدس- فلسطين،- يومي 08- 09 مارس2005.

41- سحنون سمير، بونوة شعيب " المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشاكل تمويلها في الجزائر"، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الشلف، يومي 17 – 18 أفريل 2006.

42- عباس بشار ، دور الاقتصاد الإلكتروني في التنمية والتعاون الاقتصادي العربي، .www.yemen-nic.net/contents/informatics/studies/ 21.pdf// تاريخ الدخول للموقع http:03/06/2015

43- محمد فتحي صقر، واقع المشروعات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها الاقتصادية، ندوة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي: الإشكاليات وأفاق التنمية، القاهرة، مصر، 18- 22 يناير 2004.

44- نوزاد عبد الرحمن الهيتي، الصناعات الصغيرة والمتوسطة في دول مجلس التعاون الخليجي: الوضع القائم والتحديات المستقبلية، مجلة المال والصناعة، بنك الكويت الصناعي، العدد 24، 2006،

الوثائق الرسمية:

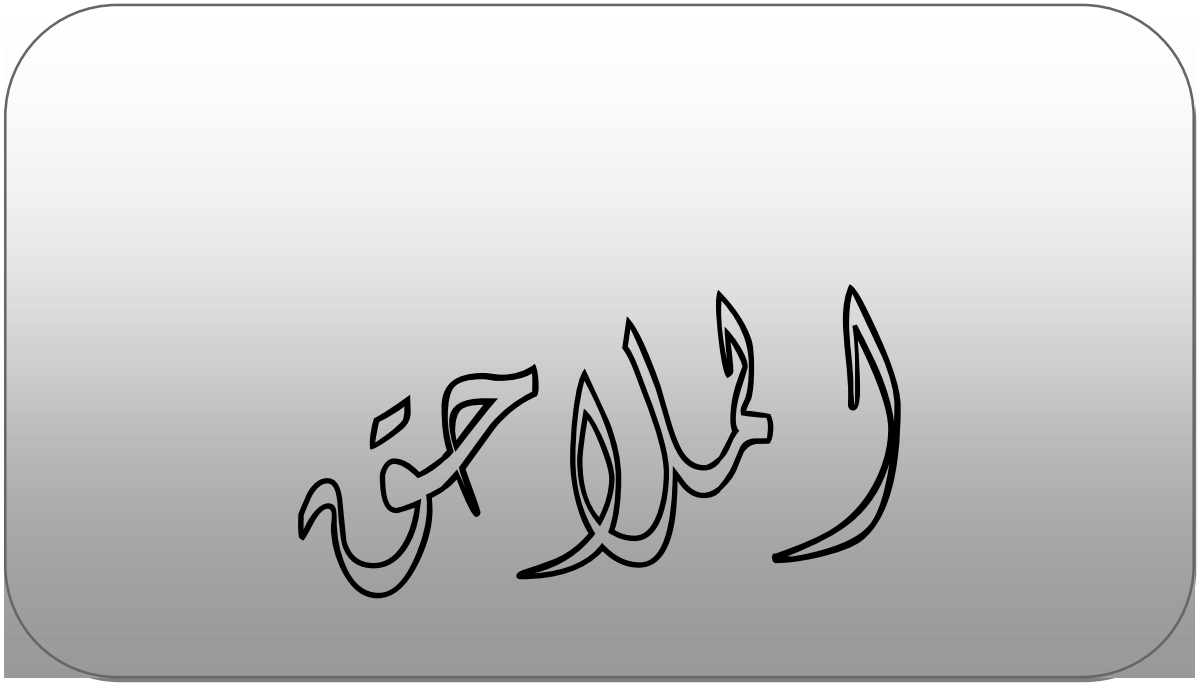
45- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 01- 20.

ثانيا- المراجع باللغة الأجنبية:

46- Commission européenne, -La nouvelle définition des PME- Guide de l'utilisateur et modèle de déclaration, p 14 Disponible sur le lien http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/sme_user_guide_fr.pdf (date d'accés le 03/06/2015.

47- Goel gueguen, environnement et management stratégique des PME cas du secteur interne ,these doctorat sciences de gestion, université Montpellier I, décembre, 2001.

48- Kenneth C – Laudon and janepricelaudon. Management information Systems: Managing the Digital firm. Prentice Hall. Ninthedition. USA.2006.


الملاحق

الملحق رقم 01 : إستمارة الإستبيان باللغة العربية قبل التحكيم.

كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسـم العلوم التجارية

تخصـص: إدارة أعمال

جامعة المسيلة

بعد التحية

إستبيـان البحـث

يشكل هذا الإستبيان جزءًا من الدراسة التي سيجريها الباحث للحصول على شهادة ماستر في إدارة من خلال مذكرة بعنوان " **تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل بيئة الأعمال الإلكترونية** ".

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير بيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لذا ألتمس منكم أنتم رؤساء المؤسسات المساهمة في هذا الإستبيان والإجابة على الأسئلة بصدق وصراحة وموضوعية، علمًا بأن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وشكـرا على تعـاونكـم

الطالب: سويح سفيان

أولاً : معلومات ديمغرافية عن عينة الدراسة

الرجاء وضع دائرة حول الأرقام التي تمثلك في الفئات الموجودة بالمتغيرات الآتية :

1- نشاط المؤسسة:
- ☐ صناعية
- ☐ تجارية
- ☐ خدمات

2- كم يبلغ عدد العمال في المؤسسة:
- ☐ 1 - 9
- ☐ 10- 49
- ☐ 50- 250
- ☐ أكثر من 250.

ثانيا : يجب قراءة السؤال بعناية تامة ثم وضع إشارة (X) في المكان المقابل للإجابة التي تراها مناسبة.

المحور الأول: تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية.

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	يعتبر توفر المؤسسة على خط هاتف ثابت وفاكس أمر ضروري.					
2	يجب على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف النقال للمدير وبعض موظفيها.					
3	تعتمد المؤسسة بشكل كبير على شبكة الانترنت					
4	تعتمد مؤسستكم على موقع إلكتروني لإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة وتوسيع قاعدة الزبائن.					
5	إن توفر بريد إلكتروني قي المؤسسة أمر حتمي.					
6	من الأسباب التي دفعتكم إلى إنشاء موقع إلكتروني هو أن منافسيكم لهم مواقع إلكترونية.					
7	يحتوي موقع مؤسستكم على عرض السلع والخدمات واستقبال طلبات الشراء وتسديد الفواتير.					
8	تعتمد مؤسستكم على عدة حواسيب للقيام بمختلف الأعمال اليومية					

9	تتوفر مؤسستك على شبكة محلية تربط أجهزة الحواسيب فيما بينها داخل المؤسسة.					
10	تستعمل مؤسستكم برامج تسيير الرواتب والموارد البشرية.					
11	تعتمد مؤسستكم في عملياتها الإنتاجية والتجارية على برمجيات مختلفة.					
12	هناك برامج تستخدمونها في تصميم منتجاتكم					

ثانيا: تعمل بيئة الأعمال الإلكترونية على الرفع من مستوى الأداء الإداري والإقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
13	استخدام الأعمال الإلكترونية أدى إلى تحسين وتطوير العمليات الإدارية داخل المؤسسة.					
14	تساهم الأعمال الإلكترونية في تبسيط الإجراءات وسرعة وكفاءة إنجاز المعاملات مع الأطراف الخارجية.					
15	بعد استعمال مؤسستكم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لاحظت أن تكاليف الإدارة والتسيير قد انخفضت.					
16	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع القدرة الإنتاجية للمؤسسة.					
17	من خلال تبنيكم لمنهج الأعمال الإلكترونية أدى ذلك إلى تحقيق التميز من خلال عنصري الزمن والجودة.					

18	أدى استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى تقليص حجم العمالة.					
19	ساهم منهج الأعمال الإلكترونية في توجيه الإنتاج وفق الاحتياجات ورغبات العملاء والمستهلكين.					
20	يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط الإجراءات واستخدام نظم جديدة للمعرفة مثل اتخاذ القرار.					
21	التنظيم الإلكتروني يعمل على ترجمة الخطة إلى أنشطة تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة في ظرف قياسي.					
22	يساهم التوجيه الإلكتروني على إيجاد المناخ الملائم للعنصر البشري وتطوير المدخل المرتكز على العاملين إلى التركيز على المستفيدين أو المستهلكين.					
23	تمارس الرقابة الإلكترونية على الممتلكات والأشخاص والإجراءات داخل المؤسسة وتهدف تشخيص نقاط الضعف وتصحيحها.					
24	أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى ارتفاع رقم أعمالها وزيادة حصتها السوقية في الأسواق المحلية والدولية.					

الملحق رقم 02: إستمارة الإستبيان باللغة العربية

كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسـم العلوم التجارية

تخصـص: إدارة أعمال

جامعة المسيلة

السيد / السيدة .....المحترم(ة)

تحية طيبة وبعد؛

يقوم الباحث بدراسة ميدانية حول " **تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل بيئة الأعمال الإلكترونية**"، وذلك كمتطلب لنيل شهادة الماستر في إدارة الأعمال.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير بيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ونظرا لأهمية رأيكم، ألتمس منكم أنتم رؤساء المؤسسات المساهمة التفضل بملء الاستبيان بصراحة وموضوعية، علمًا بأن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

مع العلم أن هذا الاستبيان تم تحكيمه من طرف مجموعة من أساتذة الكلية بينهم :

- الأستاذ قروش عيسى
- الأستاذ حريزي فاروق
- رحماني سناء
- بلفيطح ريمة

شكرا جزيلا لتعاونكم

الطالب: سويح سفيان

أولاً : معلومات ديمغرافية عن عينة الدراسة

الرجاء وضع علامة حول الأرقام التي تمثلك في الفئات الموجودة بالمتغيرات الآتية :

3- نشاط المؤسسة: ☐ صناعية

☐ تجارية

☐ خدمات

4- كم يبلغ عدد العمال في المؤسسة: ☐ 1 - 9

☐ 10- 49

☐ 50- 249

5- تمتلك المؤسسة وسائل الاتصال التالية: ☐ هاتف ثابت

☐ فاكس

☐ الإنترنت

ثانيا : يجب قراءة السؤال بعناية تامة ثم وضع إشارة (X) في المكان المقابل للإجابة التي تراها مناسبة.

المحور الأول: تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأعمال الإلكترونية.

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف النقال للمدير.					
02	على المؤسسة توفير اشتراك في الهاتف لبعض الموظفين					
03	تعتمد المؤسسة بشكل كبير على شبكة الانترنت.					
04	تمتلك المؤسسة موقعا إلكترونيا لإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة.					
05	تمتلك المؤسسة موقعا إلكترونيا لتوسيع قاعدة الزبائن.					
06	المنافسة في مجال تكنولوجيا المعلومات سبب في إنشاء موقع إلكتروني للمؤسسة.					
07	يحتوي موقع مؤسستكم على عرض السلع والخدمات واستقبال طلبيات الشراء.					
08	تعتمد مؤسستكم على عدة حواسيب للقيام بمختلف الأعمال اليومية.					
09	من الضروري توفير بريد إلكتروني في المؤسسة.					
10	تتوفر مؤسستك على شبكة محلية تربط أجهزة الحواسيب فيما بينها داخل المؤسسة.					
11	تستعمل مؤسستكم برامج تسيير الرواتب والموارد البشرية.					

12	تعتمد مؤسستكم في عملياتها الإنتاجية والتجارية على برمجيات مختلفة.					
13	تعتمد مؤسستكم على برامج في تصميم منتجاتكم					

ثانيا: تعمل بيئة الأعمال الإلكترونية على الرفع من مستوى الأداء الإداري والإقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
14	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في انخفاض تكاليف التسيير بالمؤسسة .					
15	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع القدرة الإنتاجية للمؤسسة.					
16	أدى استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى تقليص حجم العمالة.					
17	أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى ارتفاع رقم أعمالها					
18	أدى استخدام مؤسستكم للتكنولوجيا الحديثة إلى زيادة حصتها السوقية في الأسواق المحلية والدولية.					
19	الأعمال الإلكترونية تؤدي إلى تحسين وتطوير العمليات الإدارية داخل المؤسسة.					
20	تساهم الأعمال الإلكترونية في كفاءة إنجاز المعاملات مع الأطراف الخارجية.					
21	تحقق الأعمال الإلكترونية التميز للمؤسسة من خلال عنصري الزمن والجودة.					
22	تساهم الأعمال الإلكترونية في توجيه الإنتاج وفق احتياجات ورغبات العملاء.					

23	يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط الإجراءات واستخدام نظم جديدة للمعرفة.					
25	التنظيم الإلكتروني يعمل على ترجمة الخطة إلى أنشطة تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة في ظرف قياسي.					
25	يساهم التوجيه الإلكتروني على إيجاد المناخ الملائم للعنصر البشري					
26	تمارس الرقابة الإلكترونية على الممتلكات والأشخاص والإجراءات داخل المؤسسة وتهدف إلى تشخيص نقاط الضعف وتصحيحها.					

الملحق رقم 03: مخرجات SPSS

النشاط

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	صناعية	9	45.0	45.0	45.0
	تجارية	7	35.0	35.0	80.0
	خدمات	4	20.0	20.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

عدد العمال

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	عمال 9 إلى عامل من	8	40.0	40.0	40.0
	عامل49 إلى 10 من	7	35.0	35.0	75.0
	عامل 249 إلى 50 من	5	25.0	25.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

الهاتف الثابت

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	18	90.0	90.0	90.0
	لا	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

الفاكس

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	19	95.0	95.0	95.0
	لا	1	5.0	5.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

الانترنت

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	15	75.0	75.0	75.0
	لا	5	25.0	25.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q1

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
	محايد	4	20.0	20.0	25.0
	موافق	10	50.0	50.0	75.0
	بشدة موافق	5	25.0	25.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q2

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	موافق غير	5	25.0	25.0	25.0
	محايد	7	35.0	35.0	60.0
	موافق	7	35.0	35.0	95.0
	بشدة موافق	1	5.0	5.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q3

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	3	15.0	15.0	15.0
	موافق	10	50.0	50.0	65.0
	بشدة موافق	7	35.0	35.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q4

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	2	10.0	10.0	10.0
	محايد	6	30.0	30.0	40.0
	موافق	9	45.0	45.0	85.0
	بشدة موافق	3	15.0	15.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q5

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	15.0	15.0	15.0
	محايد	7	35.0	35.0	50.0
	موافق	7	35.0	35.0	85.0
	بشدة موافق	3	15.0	15.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q6

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
	محايد	7	35.0	35.0	40.0
	موافق	5	25.0	25.0	65.0
	بشدة موافق	7	35.0	35.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q7

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
	محايد	7	35.0	35.0	40.0
	موافق	5	25.0	25.0	65.0
	بشدة موافق	7	35.0	35.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q8

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
	محايد	4	20.0	20.0	25.0
	موافق	8	40.0	40.0	65.0
	بشدة موافق	7	35.0	35.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q9

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	2	10.0	10.0	10.0
	محايد	4	20.0	20.0	30.0
	موافق	10	50.0	50.0	80.0
	بشدة موافق	4	20.0	20.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q10

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	5	25.0	25.0	25.0
	موافق	9	45.0	45.0	70.0
	بشدة موافق	6	30.0	30.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q11

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	2	10.0	10.0	10.0
	موافق	11	55.0	55.0	65.0
	بشدة موافق	7	35.0	35.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q12

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	2	10.0	10.0	10.0
	موافق	9	45.0	45.0	55.0
	بشدة موافق	9	45.0	45.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q13

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
	محايد	1	5.0	5.0	10.0
	موافق	13	65.0	65.0	75.0
	بشدة موافق	5	25.0	25.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q14

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	2	10.0	10.0	10.0
	محايد	6	30.0	30.0	40.0
	موافق	6	30.0	30.0	70.0
	بشدة موافق	6	30.0	30.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q15

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	10	50.0	50.0	50.0
	موافق	7	35.0	35.0	85.0
	بشدة موافق	3	15.0	15.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q16

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	3	15.0	15.0	15.0
	موافق	14	70.0	70.0	85.0
	بشدة موافق	3	15.0	15.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q17

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	3	15.0	15.0	15.0
	موافق	10	50.0	50.0	65.0
	بشدة موافق	7	35.0	35.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q18

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	محايد	5	25.0	25.0	25.0
	موافق	14	70.0	70.0	95.0
	بشدة موافق	1	5.0	5.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q19

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	3	15.0	15.0	15.0
	موافق	12	60.0	60.0	75.0
	بشدة موافق	5	25.0	25.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q20

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	9	45.0	45.0	45.0
	موافق	7	35.0	35.0	80.0
	بشدة موافق	4	20.0	20.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q21

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	4	20.0	20.0	20.0
	موافق	13	65.0	65.0	85.0
	بشدة موافق	3	15.0	15.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q22

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
	محايد	7	35.0	35.0	40.0
	موافق	5	25.0	25.0	65.0
	بشدة موافق	7	35.0	35.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q23

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	3	15.0	15.0	15.0
	موافق	14	70.0	70.0	85.0
	بشدة موافق	3	15.0	15.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q24

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	2	10.0	10.0	10.0
	محايد	4	20.0	20.0	30.0
	موافق	12	60.0	60.0	90.0
	بشدة موافق	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q25

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	4	20.0	20.0	20.0
	موافق	14	70.0	70.0	90.0
	بشدة موافق	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Q26

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
	محايد	4	20.0	20.0	25.0
	موافق	10	50.0	50.0	75.0
	بشدة موافق	5	25.0	25.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.920	3

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.896	14

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.897	14

Corrélations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	AAA
Q1	Corrélation de Pearson	1	.584**	.385	.557*	.573**	.652**	.586**	.789**
	Sig. (bilatérale)		.007	.094	.011	.008	.002	.007	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q2	Corrélation de Pearson	.584**	1	.355	.498*	.871**	.511*	.571**	.740**
	Sig. (bilatérale)	.007		.124	.026	.000	.021	.008	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

Q3	Corrélation de Pearson	.385	.355	1	.207	.320	.266	.344	.505*
	Sig. (bilatérale)	.094	.124		.380	.169	.258	.138	.023
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q4	Corrélation de Pearson	.557*	.498*	.207	1	.731**	.205	.391	.513*
	Sig. (bilatérale)	.011	.026	.380		.000	.386	.088	.021
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q5	Corrélation de Pearson	.573**	.871**	.320	.731**	1	.287	.460*	.648**
	Sig. (bilatérale)	.008	.000	.169	.000		.219	.041	.002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q6	Corrélation de Pearson	.652**	.511*	.266	.205	.287	1	.831**	.536*
	Sig. (bilatérale)	.002	.021	.258	.386	.219		.000	.015
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q7	Corrélation de Pearson	.586**	.571**	.344	.391	.460*	.831**	1	.612**
	Sig. (bilatérale)	.007	.008	.138	.088	.041	.000		.004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
AAA	Corrélation de Pearson	.789**	.740**	.505*	.513*	.648**	.536*	.612**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.023	.021	.002	.015	.004	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Corrélations

		Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	AAA
Q8	Corrélation de Pearson	1	.279	.231	.348	-.031-	.074	.532*
	Sig. (bilatérale)		.234	.328	.132	.897	.755	.016
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q9	Corrélation de Pearson	.279	1	.171	.369	.474*	.361	.565**
	Sig. (bilatérale)	.234		.472	.110	.035	.118	.009
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q10	Corrélation de Pearson	.231	.171	1	.624**	.274	.280	.505*
	Sig. (bilatérale)	.328	.472		.003	.243	.232	.023
	N	20	20	20	20	20	20	20

Q11	Corrélation de Pearson	.348	.369	.624**	1	.522*	.631**	.688**
	Sig. (bilatérale)	.132	.110	.003		.018	.003	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q12	Corrélation de Pearson	-.031-	.474*	.274	.522*	1	.470*	.477*
	Sig. (bilatérale)	.897	.035	.243	.018		.037	.033
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q13	Corrélation de Pearson	.074	.361	.280	.631**	.470*	1	.512*
	Sig. (bilatérale)	.755	.118	.232	.003	.037		.021
	N	20	20	20	20	20	20	20
AAA	Corrélation de Pearson	.532*	.565**	.505*	.688**	.477*	.512*	1
	Sig. (bilatérale)	.016	.009	.023	.001	.033	.021	
	N	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Corrélations

		Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	BBB
Q14	Corrélation de Pearson	1	.534*	.373	.587**	.420	.278	.466*	.467*
	Sig. (bilatérale)		.015	.106	.007	.065	.236	.038	.038
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q15	Corrélation de Pearson	.534*	1	.503*	.548*	.351	.518*	.741**	.612**
	Sig. (bilatérale)	.015		.024	.012	.129	.019	.000	.004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q16	Corrélation de Pearson	.373	.503*	1	.673**	.716**	.877**	.476*	.675**
	Sig. (bilatérale)	.106	.024		.001	.000	.000	.034	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q17	Corrélation de Pearson	.587**	.548*	.673**	1	.549*	.543*	.385	.517*
	Sig. (bilatérale)	.007	.012	.001		.012	.013	.094	.020
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q18	Corrélation de Pearson	.420	.351	.716**	.549*	1	.691**	.256	.521*
	Sig. (bilatérale)	.065	.129	.000	.012		.001	.276	.018
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

Q19	Corrélation de Pearson	.278	.518*	.877**	.543*	.691**	1	.366	.686**
	Sig. (bilatérale)	.236	.019	.000	.013	.001		.113	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Q20	Corrélation de Pearson	.466*	.741**	.476*	.385	.256	.366	1	.567**
	Sig. (bilatérale)	.038	.000	.034	.094	.276	.113		.009
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
BBB	Corrélation de Pearson	.467*	.612**	.675**	.517*	.521*	.686**	.567**	1
	Sig. (bilatérale)	.038	.004	.001	.020	.018	.001	.009	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Corrélations

		Q21	Q22	Q23	Q24	Q25	Q26	BBB
Q21	Corrélation de Pearson	1	.441	.465*	.076	.299	.416	.705**
	Sig. (bilatérale)		.052	.039	.750	.200	.068	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q22	Corrélation de Pearson	.441	1	.387	.434	.276	.257	.707**
	Sig. (bilatérale)	.052		.092	.056	.240	.274	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q23	Corrélation de Pearson	.465*	.387	1	.351	.339	.567**	.700**
	Sig. (bilatérale)	.039	.092		.130	.144	.009	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q24	Corrélation de Pearson	.076	.434	.351	1	.404	.294	.545*
	Sig. (bilatérale)	.750	.056	.130		.077	.208	.013
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q25	Corrélation de Pearson	.299	.276	.339	.404	1	.219	.526*
	Sig. (bilatérale)	.200	.240	.144	.077		.353	.017
	N	20	20	20	20	20	20	20
Q26	Corrélation de Pearson	.416	.257	.567**	.294	.219	1	.551*
	Sig. (bilatérale)	.068	.274	.009	.208	.353		.012
	N	20	20	20	20	20	20	20

BBB	Corrélation de Pearson	.705**	.707**	.700**	.545*	.526*	.551*	1
	Sig. (bilatérale)	.001	.000	.001	.013	.017	.012	
	N	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

		AAA	BBB	AAABBB
N		20	20	20
Paramètres normaux[a,b]	Moyenne	4.0808	4.0269	4.0538
	Ecart-type	.27393	.28812	.25249
Différences les plus extrêmes	Absolue	.155	.110	.116
	Positive	.122	.085	.074
	Négative	-.155-	-.110-	-.116-
Z de Kolmogorov-Smirnov		.694	.494	.517
Signification asymptotique (bilatérale)		.721	.968	.952

a. La distribution à tester est Normale.

b. Calculée à partir des données.

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
AAA	17.644	19	.000	1.08077	.9526	1.2090
BBB	15.940	19	.000	1.02692	.8921	1.1618
AAABBB	18.666	19	.000	1.05385	.9357	1.1720

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q1	5.146	19	.000	.95000	.5636	1.3364
Q2	1.000	19	.330	.20000	-.2186-	.6186
Q3	7.712	19	.000	1.20000	.8743	1.5257
Q4	3.322	19	.004	.65000	.2404	1.0596

Q5	2.364	19	.029	.50000	.0573	.9427
Q6	4.158	19	.001	.90000	.4470	1.3530
Q7	4.158	19	.001	.90000	.4470	1.3530
Q8	5.294	19	.000	1.05000	.6349	1.4651
Q9	4.000	19	.001	.80000	.3814	1.2186
Q10	6.185	19	.000	1.05000	.6947	1.4053
Q11	8.753	19	.000	1.25000	.9511	1.5489
Q12	9.000	19	.000	1.35000	1.0360	1.6640
Q13	6.850	19	.000	1.10000	.7639	1.4361
AAA	17.644	19	.000	1.08077	.9526	1.2090

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q14	3.559	19	.002	.80000	.3295	1.2705
Q15	3.901	19	.001	.65000	.3013	.9987
Q16	7.958	19	.000	1.00000	.7370	1.2630
Q17	7.712	19	.000	1.20000	.8743	1.5257
Q18	6.839	19	.000	.80000	.5552	1.0448
Q19	7.678	19	.000	1.10000	.8001	1.3999
Q20	4.265	19	.000	.75000	.3820	1.1180
Q21	7.025	19	.000	.95000	.6669	1.2331
Q22	4.158	19	.001	.90000	.4470	1.3530
Q23	7.958	19	.000	1.00000	.7370	1.2630
Q24	3.907	19	.001	.70000	.3250	1.0750
Q25	7.285	19	.000	.90000	.6414	1.1586
Q26	5.146	19	.000	.95000	.5636	1.3364
BBB	15.940	19	.000	1.02692	.8921	1.1618

الملخص

تعالج هذه الدراسة مدى تأثير بيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال معرفة مدى توجه هذه المؤسسات نحو استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصال والأثر الذي تتركه على مستويات أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

شملت هذه الدراسة الإطار النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبيئة الأعمال الإلكترونية، أما الجانب التطبيقي فكان عبارة عن دراسة ميدانية لتوضيح تأثير الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

خلصت هذه الدراسة إلى أنه هناك تأثير كبير لبيئة الأعمال الإلكترونية في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال الرفع من أدائها الإداري وتخفيض تكاليف الإنتاج والتسيير بالإضافة إلى تحقيق كفاءة العمليات من خلال تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من القيام بعملياتها المختلفة بأفضل صورة وفي أقل وقت ممكن.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الأعمال الإلكترونية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

Abstract

The present study deals with the extent of the influence of the electronic business environment on small and medium-sized enterprises by knowing to what degree these enterprises use communication and information technologies, also the effect it has on small and medium-sized enterprises performance.

This study includes the theoretical side of small and medium-sized enterprises and electronic business environment. Whereas the practical side consists of a practical study to clarify the influence of electronic business on small and medium-sized enterprises management.

This study concluded that there is a big influence of the electronic business on small and medium-sized enterprises management by increasing their administrative performance and decreasing production and management costs, in addition to the achievement of operations competence through allowing small and medium-sized enterprises to do their different operations in a better way in a shorter time.

Key words: small and medium-sized enterprises, electronic business, communication and information technologies