

THE IMPACT OF OBSTACLES FACING ENTREPRENEURS ON THE PIVOTAL CAPABILITIES ELIGIBLE FOR THE GROWTH OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE EGYPTIAN MARKET: AN APPLIED STUDY

أثر المعوقات التي تواجه رواد الأعمال على القدرات المحورية المؤهلة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة في السوق المصري: دراسة تطبيقية

Tamer Hamed Ahmed Omer¹, Alaa Eldin Hassan Elgharabawy², Mohamed Abdul Salam³ & Ayman Rageb⁴

¹ (Corresponding author). Ph.D Student, Arab Academy For Science, Technology, and Maritime Transport, University of Alexandria. tamer_sociology@yahoo.com

² Professor, Business Management, Faculty of Commerce, University of Alexandria.

³ Professor, Arab Academy For Science, Technology, and Maritime Transport, University of Alexandria.

⁴ Professor, Arab Academy For Science, Technology, and Maritime Transport, University of Alexandria.

Vol. 9. No. 1
December Issue
2020

Abstract

The study aimed to identify the impact of the obstacles facing entrepreneurs on the pivotal capabilities that qualify for the growth of small and medium enterprises in the Egyptian market, through an applied study on investors in small and medium enterprises, and the study tool was represented in the questionnaire that the researcher distributed to an intentional sample of (170) of entrepreneurs in small and medium enterprises. The study reached many results, the most important of which was the diversity of obstacles facing the entrepreneurs in small and medium enterprises, between (financing - economic - marketing - administrative and organizational - technical - legislative - human - as well as other obstacles). Despite these obstacles, and through the field study, there is also a determination of the owners of these projects to progress and move forward with the projects they have done, whether commercial or industrial, or to provide services due to their strong desire to achieve profit and financial independence and serve themselves and their society.

Keywords: *Obstacles, Entrepreneurs, Small, Medium, Egyptian.*

ملخص البحث

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر المعوقات التي تواجه رواد الأعمال على القدرات المحورية المؤهلة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة في السوق المصري، وذلك من

خلال دراسة تطبيقية على المستثمرين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وتمثلت أداة الدراسة في الاستبانة التي قام الباحث بتوزيعها على عينة عمدية قدرها (١٧٠) مفردة من رواد الاعمال بالمشروعات المتوسطة والصغيرة، ولقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان من أهمها تنوع المعوقات التي تواجه رواد المشروعات الصغيرة والمتوسطة ما بين معوقات (تمويلية - اقتصادية - تسويقية - إدارية وتنظيمية - فنية - تشريعية - بشرية - بجانب معوقات أخرى)، ورغم ذلك ومن خلال الدراسة الميدانية هناك إصرار من أصحاب تلك المشاريع على التقدم والمضي قدماً فيما قاموا به من مشروعات سواء تجارية أو صناعية أو خدمية لرغبتهم القوية في تحقيق الربح والاستقلال المالي وخدمة أنفسهم ومجتمعهم.

الكلمات المفتاحية: المعوقات، رواد الأعمال، الصغيرة، المتوسطة، المصري.

مقدمة

البلدان المجاورة، والافتقار إلى المهارات الإدارية والتدريب، والأسواق الفقيرة، والافتقار إلى المساعدة المالية، والوصول إلى المواد الخام وعدم وجود البنية التحتية المناسبة (Tinarwo, 2016). وتعتبر المشروعات الصغيرة والمتوسطة في جمهورية مصر العربية أحد مصادر الدخل الرئيسية التي تساهم في تحسين الوضع الاقتصادي والاجتماعي لدى المواطنين، حيث تعاني المشروعات الصغيرة والمتوسطة بصفة خاصة من مجموعة من المشاكل والمعوقات (السياسية - الاقتصادية - الإدارية - المالية) التي تواجه هذه المشروعات دون وجود جهة حاضنة ذات فعالية سواء حكومية أو غير حكومية تحمي وتساعد هذه المشاريع في تقديم حلول لهذه المشاكل والمعوقات تساعدها على

إن نمو ريادة الأعمال يستلزم تطوير مهارات العمل مثل الاتصالات والقدرة على حل المشاكل، وفي المقابل هناك من يجادل بأن نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة سيتطلب روح المبادرة والمهارات الإبداعية والقدرة على العمل مع الآخرين وطريقة جيدة لإيصال المنتج للعملاء والتي يمكن تطويرها من خلال التدريب (Abdul, 2018).

وبالنسبة للتحديات نجد أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تواجه عددًا منها تمثل في قلة الأسواق، ونقص الدعم الحكومي، ونقص رأس المال، ونقص المعرفة بأحدث التقنيات، والمعاملة غير العادلة من السلطات المحلية، والمنافسة الشديدة من الشركات القائمة التي تستورد من

٣- التعرف على عمر المشروع وتأثيره على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال والقدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة الحالية من الناحية النظرية والتطبيقية، وفيما يلي يعرض الباحث لهذه الأهمية من خلال النقاط التالية:

ومن هنا تظهر أهمية هذه الدراسة على المستويين العلمي والتطبيقي كما يلي:

الأهمية العلمية

أ. تأتي الأهمية العلمية لهذه الدراسة من خلال: محاولة الباحث لتأصيل مفاهيم الدراسة والتعرف على المعوقات من وجهة نظر المستثمرين ورواد الأعمال المعنيين بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وبيان أثر ريادة الأعمال عليها.

ب. إلقاء الضوء على الاهتمام الكبير من جانب الحكومة المصرية بوضع سياسة رشيدة تعمل على الاهتمام بتنمية مهارات رواد الأعمال، ومحاولة التعرف على المعوقات التي تواجههم؛ وذلك لمحاولة النهوض بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر باعتبارها إحدى

النجاح، وتحول بينها وبين تحقيق أهدافها من وجهة نظر المستثمرين (العبادي، ٢٠١٨). وبناءً على ذلك سوف يتناول الباحث في هذه الدراسة تحليل أثر المعوقات التي تواجه رواد الأعمال على القدرات المحورية المؤهلة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة في السوق المصري.

أهداف الدراسة

يسعى الباحث في هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية والتي تتفرع من الهدف الرئيس التالي وهو:

التعرف على المعوقات التي تواجه رواد الأعمال ودراسة تأثيرها على القدرات المحورية المؤهلة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة في السوق المصري.

وينقسم هذا الهدف الرئيس إلى الأهداف الفرعية والتي أمكن صياغتها بعد القيام بالدراسة الاستطلاعية المبدئية وحق الأدبيات البحثية التي تناولت هذا الموضوع:

١- التعرف على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال والقدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

٢- تحديد حجم المشروع وتأثيره على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال والقدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

مساهمة نتائجها في مساعدة المستثمرين للتعرف على أهم المعوقات التي تواجههم وضرورة السعي لوضع حلول لها، وذلك من أجل محاولة النهوض بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

١- تسهم هذه الدراسة في التعرف على المعوقات الرئيسية التي تواجه رواد الأعمال ومدى تأثيرها على القدرات المحورية المؤهلة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

٢- المساهمة في صياغة رؤية وإستراتيجية تسعى لتوجيه هذه المشروعات الصغيرة والمتوسطة بما يحقق تنمية اقتصادية حقيقية للمجتمع المصري.

٣- العمل على حل مشكلة البطالة والفقر لدى المجتمع المصري وتوفير الوظائف لهم من خلال تحسن آليات النمو لهذه المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

٤- تعتبر المشروعات الصغيرة والمتوسطة من المجالات الخصبة لتطوير الإبداعات الريادية والأفكار الابتكارية الجديدة لنمو المشروعات.

٥- يمكن أن تشكل هذه الدراسة دافعاً لفتح مجال أمام الباحثين لإجراء دراسات وبحوث أخرى تثرى مجالات مختلفة من جوانب الاهتمام بجوانب قيادة الأعمال المختلفة أثرها على الرؤية الريادية في

الركائز الأساسية التي يعتمد عليها الاقتصاد المصري الآن.

ج. إلقاء الضوء على معوقات ريادة الأعمال التي تؤثر على القيام بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة في ظل الظروف الراهنة، وربطها بمتغيرات القدرات المحورية للنمو.

د. إظهار الاهتمام الواضح من جانب الحكومة المصرية بالمستثمرين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وذلك في ضوء الخطة الإستراتيجية التنموية ورؤية مصر لعام ٢٠٣٠م، باعتبار هؤلاء المستثمرين الذين يوجهون أنشطتهم وأعمالهم تجاه المشروعات الصغيرة والمتوسطة الثروة الأساسية التي يعتمد عليها بناء أي مجتمع. ولذا يجب إزالة المعوقات التي قد تواجههم، وتوجيههم مهنيًا، ورعايتهم، والاهتمام بهم وتلبية حاجاتهم، وذلك انطلاقًا من حرص المسؤولين الاقتصاديين على توجيه المستثمرين والعمل على استثمار إمكانياتهم الريادية وتوجيههم نحو المشروعات الصغيرة والمتوسطة وإعدادهم للمرحلة القادمة وربطهم بسوق العمل.

الأهمية التطبيقية

تأتي الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة من مدى

الآخرون (الأغا، ٢٠٠٩).

ويمكن تعريف ريادة الأعمال بأنها النشاط الذي ينطوي على اكتشاف وتقييم واستغلال الفرص المتاحة لإدخال سلع وخدمات جديدة، فهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بطرق التنظيم، والأسواق، والعمليات، والمواد الخام، ويتم ذلك من خلال تنظيم الجهود التي لم يكن لها وجود في السابق.

أما رجل الأعمال فهو الفرد الذي يكون دائماً في حالة تأهب لفرص التجارة، وهو صاحب المشروع القادر على تحديد الموردين، والعملاء كوسيط في العمل عندما تنشأ الأرباح من وظيفة الوسيط. والعوامل التي تميز أصحاب المشروعات هي الابتكار، والاعتراف بالفرص، والعملية، والنمو في الأعمال التجارية، وتوظيف ممارسات الإدارة الاستراتيجية في الأعمال التجارية (المرسي، ٢٠١٤).

ويعرف أيضاً بأنه عملية تقوم على المبادرة لبدء مشروع جديد يركز على مفهوم الإبداع والابتكار عن طريق تحديد الفرص المتاحة في الأسواق، واستخدام الموارد المتاحة التي يمكن استغلالها بهدف عمل جديد، كما تعتبر أداة للمواجهة مع تنافسية جديدة على الساحة وبسرعة فائقة للتغيرات وتعتبر من أهم القوى المحركة للاقتصاد (الشريف، ٢٠١٩).

أما التعريف الإجرائي للباحث أن ريادة الأعمال هي قيام الشباب الجامعي بتبني أفكار

القيام بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة في جمهورية مصر العربية.

كل ما سبق، دعا الباحث إلى ضرورة القيام بدراسة هدفها، وهو التعرف على المعوقات التي تواجه رواد الأعمال، والتعرف على مدى تأثيرها على القدرات المحورية المؤهلة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة في السوق المصري، وذلك في ضوء اهتمام الدولة والمسؤولين بمجال ريادة الأعمال والعمل على وضع حلول جذرية للمعوقات التي قد تواجهها المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

مصطلحات الدراسة

١- ريادة الأعمال (Entrepreneurship):

يعد ريادة الأعمال تعريف معقد ينطوي على مجموعة من الأنشطة ذات الخصائص التقنية والبشرية والإدارية وخصائص ريادة الأعمال، ويتطلب أداؤها مجموعة متنوعة من المهارات. وبصفة عامة، تؤدي الجهات المنفذة في مجال ريادة الأعمال أدواراً إضافية في مجال الإدارة عندما تضطلع بأنشطتها في مجال ريادة الأعمال (النجار، ٢٠١٠).

كما يمكن تعريف ريادة الأعمال بأنها هي القدرة على خلق وبناء الأشياء أي المبادرة والبناء والعمل لإنجاز بناء المشروع والقدرة والبناء والتحليل وموهبة الإحساس بالفرصة التي لا يراها

في جمهورية مصر العربية وفقاً لعدد العاملين، فالمشروعات المتناهية الصغر تضم خمسة عاملين، والمشروعات الصغيرة تضم حتى (٥٠)، والمشروعات المتوسطة والكبيرة تضم أكثر من (٥٠) عاملاً (كردي، ٢٠١١).

وتشير المفوضية الأوروبية أن المؤسسة الأوروبية التي توظف ما لا يزيد عن (٦) أشخاص، دون النظر لوضع المؤسسة، وتعتبر من المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ويأخذ التعريف المطبق هنا، مع ذلك، في الاعتبار العلاقات مع المشروعات الأخرى، وفي بعض الحالات، نجد أن تلك العلاقات وخاصة إذا كانت تؤدي لنشأة روابط ملكية كبيرة أو منح حق الوصول إلى الموارد المالية أو غيرها من الموارد، فإن ذلك يعني أن المؤسسة ليست مؤسسة صغيرة أو متوسطة الحجم (طشطوش، ٢٠١٢).

أما التعريف الإجرائي للباحث أن المشروعات الصغيرة فهي وحدات صغيرة الحجم تنتج وتوزع سلعاً وخدمات وتتألف من منتجين مستقلين يعملون لحسابهم الخاص في المناطق المتفرقة في بيئة المجتمع، وبعضها يعتمد على العمل داخل العائلة أو يستأجر عمالاً وحرفيين ومعظمها يعمل برأسمال ثابت صغير أو بدون رأسمال ثابت.

٣- الرؤية الريادية (Entrepreneurial)

(Orientation):

يمكن تعريف الرؤية الريادية بأنه أداء الأسلوب،

إبداعية جديدة تصلح لمشروعات يمكن من خلالها استغلال الموارد المتاحة في تقديم منتج جديد يخدم السوق المحلي، ويمكنه المنافسة والاستمرار لفترات طويلة مع الحرص على البحث عن كل ما هو جديد.

٢- المشروعات الصغيرة والمتوسطة (SME'S):

لا يوجد تعريف محدد مشترك لما يشكل المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر بشكل عام، حيث تشمل تعريفات البلدان المتقدمة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر بشكل عام المشروعات الأكبر حجماً، بخلاف تعريف البلدان النامية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر، وفي الاتحاد الأوروبي، تعتبر أي شركة لديها أقل من (٢٥٠) موظفاً يعتبرون من المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر، وفي معظم البلدان الأفريقية، فالشركة التي لديها أكثر من (١٠٠) موظف هي شركة كبيرة (صقر، ٢٠٢٠).

وقد عرفت الأمم المتحدة المشروعات الصغيرة بأنها هي التي توظف ما بين (١٥-١٩) عامل، وتوظف المتوسطة ما بين (٢٠-٩٩) عامل، في حين توظف المشروعات الكبيرة بما أكثر من (١٠٠) عامل (زهية، ٢٠٠٨).

كما قام الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بتعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة

نموذجي في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وفي النطاق الأكاديمي يمكن إرجاع مفهوم العلامة التجارية إلى تسويق المنتجات، حيث كان دور العلامة التجارية وإدارة العلامة التجارية في المقام الأول هو خلق التمايز والتفضيل لمنتج أو خدمة في ذهن العميل، أما في إطار العلامات التجارية للمنتجات، فهناك عدد من التعريفات المقبولة عمومًا للعلامة التجارية، حيث يُنظر إليها على أنها "منتج أو خدمة، والتي يرى العميل أن لها مزايا مميزة تتجاوز السعر والأداء الوظيفي" أو "رمزًا يميز بين منتجات وخدمات شركة من شركة أخرى" (Ahonen, 2008).

ويمكن تعريف التوجه بالعلامات التجارية في التسويق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بأنه حاجة رجل الأعمال المستقبلي قبل تأسيس شركته إلى تطوير فكرة عمل تجاري، ووضع خطة عمل وتحديد اسم الشركة، ويمكن تنفيذ جميع هذه الأنشطة مع مراعاة العلامة التجارية المطلوبة لتسهيل جهود بناء العلامة التجارية للمشروعات في المستقبل، أما بعد تأسيس المشروع، فيجب إجراء جميع أنشطة بناء العلامة التجارية المحددة في هذه الدراسة خلال مراحل التأسيس والبقاء (Vidic and Vadjnal, 2013).

ويمكن تعريف التوجه بالعلامات التجارية إجرائيًا بأنه نهج تتمحور حوله عمليات المشروعات الصغيرة والمتوسطة حول إنشاء هوية العلامة التجارية وتطويرها وحمايتها في تفاعل

والقرار، والعمل على تطبيق استراتيجية أعمال المؤسسة، كما تعتبر بمثابة روح ريادة الأعمال التي تظهرها المؤسسة؛ ومع ذلك، تركز عملية الرؤية الريادية على كيفية أداء أصحاب العمل لمهامهم الوظيفية في المؤسسة، وقد تطور بُعد القياس للتوجه الريادي من بُعد واحد إلى أبعاد متعددة، حيث ذكر "ميلر" ثلاثة أبعاد لوصف الرؤية الريادية، وهم: الابتكار، والمبادرة، والمخاطرة (Zhai, 2018).

وتشتمل الرؤية الريادية على الثقافة والابتكار وأخذ المخاطر والاستباقية تجاه الفرص المختلفة (عبد المجيد، ٢٠١٨).

كما يتم تعريف الرؤية الريادية بأنها صورة موجهة نحو المستقبل للمشروعات الجديدة، حيث تهدف تلك الرؤية إلى تحفيز كل من رواد الأعمال وأتباعهم (المستثمرين والموظفين المستقبليين) نحو هذا المستقبل المرغوب فيه (Lazarowitz, 2010). (Ruvio Rosenblatt and Hertz).

وتعرف الرؤية الريادية إجرائيًا بأنه إدراك فردي مرتبط ارتباطًا وثيقًا بالنية، وصياغة الفرصة، والكفاءة الذاتية، والتي توجه جميعها الانتباه والموارد إلى المستقبل للعمل بها في المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

٤- التوجه بالعلامة التجارية (Brand Orientation):

تمثل العلامات التجارية مفهومًا جديدًا بشكل

تلك العملية تحتاج إلى توجيه إداري واضح يشمل الخبرات المهنية (Nakano and Muglia, 2020).

ومن بين العوامل الداخلية والخارجية التي تحول دون القدرات الابتكارية على مستوى المشروعات الصغيرة والمتوسطة عدم كفاية مشروعات رأس المال الاستثماري لرعاية ابتكار جديد، وعدم كفاية الوسائل المالية لإجراء البحوث حول الابتكارات الجديدة، وعدم كفاية المساعدة الحكومية، وفقر مرافق البنية التحتية، وصغر حجم الشركة والسوق (Nassar and Faloye, 2015).

ويُعرف التوجه بالابتكار إجرائياً بأنه جانب من قدرة المشروعات الصغيرة والمتوسطة على تقديم منتجات أو خدمات مبتكرة، حيث أنها تعمل على استمرار وبقاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة المبنية على المزيد من الابتكارات، والربحية، والتوسعات والتطور المستمر في هذه المشروعات.

رابعاً- فروض الدراسة

تحقيقاً لأهداف الدراسة، قام الباحث بصياغة الفروض التالية:

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والقدرات المحورية لنمو

مستمر مع العملاء المستهدفين بهدف تحقيق مزايا تنافسية دائمة في عالم العلامات التجارية الخاصة بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

٥- التوجه بالابتكار (Innovation Orientation):

يعرف الابتكار بأنه تطوير المنتج أو ممارسة أفكار جديدة ومفيدة للاستفادة منها للأفراد أو الفرق أو المنظمات أو مجموعة واسعة من المجتمع، ومن ثم فهناك حاجة لتوضيح أن الابتكار ليست مجرد مسألة الخروج بفكرة جديدة، ولكن يتطلب أيضاً منتج ذو قيمة، وفي هذه الحالة لا يقتصر المنتج على الشيء الملموس، ولكن يمكن أيضاً أن ينظر إليها على أنها عملية لزيادة الإنتاج، وخفض التكاليف بطريقة لم يتم اختبارها في ذلك السياق المحدد (Vidic and Vadjnal, 2013).

ووفقاً لآراء الباحثين المختلفة فإنه يجب تضمين عدة نقاط في عملية تصميم الابتكار للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، حيث أن عملية الابتكار هي تقدم في التعلم عندما يكون الناس قد اكتسبوا بالفعل الكفاءة والدافع لتطوير شيء جديد، كما أنه لا يوجد في المشروعات الصغيرة والمتوسطة تصميم رسمي لعملية الابتكار بسبب ندرة الموارد والإدارة المنظمة، بينما المشروعات الصغيرة والمتوسطة في طريقها إلى الاستفادة الكاملة من التقنيات كداعم في الوقت الحاضر، لا تزال عملية تصميم الابتكار ضعيفة، فلا شك أن

المشروعات الصغيرة والمتوسطة

ويتفرع منها أربع فرضيات فرعية وهي:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والرؤية الريادية .

٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالابتكار.

٣. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالاتصالات التسويقية.

٤. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

٤. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

الفرضية الرئيسية الثانية: حجم المشروع يؤثر

على العلاقة بين معوقات نمو المشروعات

الصغيرة والمتوسطة والقدرات المحورية لنمو

المشروعات الصغيرة والمتوسطة

ويتفرع منها أربع فرضيات فرعية وهي:

١. حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والرؤية الريادية .

٢. حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالابتكار.

٣. حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالاتصالات التسويقية.

٤. حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

٤. حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

٤. حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

٤. حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

٢. عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والرؤية الريادية .

٢. عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالابتكار .

٣. عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين

معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالاتصالات التسويقية.

من الأفضل معالجة الحواجز الإدارية من خلال نهج متعمق يستهدف مجموعات مؤسسات محددة ويتم الرجوع إليها في إطار إرشادات لصانعي السياسة المسؤولين.

٤. عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية .

خامسًا- الدراسات السابقة

المحور الثاني: القدرات الخورية المؤهلة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة وينقسم هذا المحور طبقًا لترتيب الأبعاد على الآتي:

أ. الرؤية الريادية

قام كلاً من (Akinyemi and Adejumo, 2017) بإجراء دراسة هدفت إلى تحليل مقارن لخصائص الدوافع والتحديات التي تواجه المشاريع في الاقتصادات الناشئة، كما قامت أيضاً على معرفة ما يواجه الرؤية الريادية لرواد الأعمال من شأنه أن يجعلهم مستعدين ويقللون من آثار التحديات، وتم اختيار ١٢٠٠ عينة عمدية من اثنين من الاقتصادات الناشئة في أفريقيا، وتشير النتائج إلى وجود اختلاف كبير في متوسط مستوى الدخل وعدد سنوات العمل ($F = 7.60$ ؛ $p < 0.05$)، بينما في جنوب إفريقيا، لا يوجد فرق كبير في متوسط مستوى الدخل وعدد السنوات في العمل ($F = 1.41$ ؛ $p > 0.05$)، بالإضافة إلى أن التحديات مثل تزويد الطاقة، ونقص التمويل، والرعاية المنخفضة من شأنها أن تعرقل باستمرار أنشطة زيادة الأعمال وتزيد من معدلات الفشل

المحور الأول: المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة أجرى (Rahman, 2019) دراسة هدفت إلى تحديد التحديات والحواجز التي يواجهها قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة في بنجلاديش، واتبعت الدراسة تصميم البحث الكمي، وتم سحب عينة من مائتي وثلاثة عشر مجيباً باستخدام طريقة أخذ العينات العمدية، وقد توصلت النتائج إلى أن الشركات الصغيرة والمتوسطة هي العمود الفقري للاقتصاد النامي في بنجلاديش، ويلعب هذا القطاع دوراً مهماً في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للأمة.

وقدم (Robert, Aristovnik and Ravselj, 2018) دراسة هدفت إلى تقديم تحليل شامل للحواجز الإدارية الرئيسية التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة في سلوفينيا، وتظهر النتائج التجريبية المستندة إلى تحليل التباين (ANOVA) بعد إجراء اختبارات مخصصة على عينة من ٩٢٥ شركة صغيرة ومتوسطة تتسم بالاختلافات، اختلافات في مجموعات مختلفة من الشركات الصغيرة والمتوسطة، وبالتالي يظهر أنه

في زيادة الأعمال إذا استمرت التحديات.

ب. التوجه بالعلامة التجارية

أجرى (Raphael et al, 2017) دراسة هدفت إلى تقديم مراجعة للأدبيات الموجودة حول العلامات التجارية مع التركيز على الشركات الصغيرة والمتوسطة. وقد قامت الدراسة بمراجعة منهجية من خلال تحديد وتقييم منشورات المجالات مع التركيز على العلامات التجارية في سياق الشركات الصغيرة والمتوسطة، ويعتمد التصميم المنهجي للدراسة على الأوراق المنشورة خلال الفترة ٢٠٠٤-٢٠١٤.

وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها إحراز تقدم كبير في العلامات التجارية في الشركات الصغيرة والمتوسطة، ووجود العديد من الثغرات في القضايا والأدلة التجريبية، وكذلك في الطرق النظرية والمنهجية، كما تشير نتائج الدراسة إلى خطوط بحث واعدة لكل من البحث التجريبي والنظري.

ج. التوجه بالابتكار

قام (Hitchen, 2016) بإجراء دراسة هدفت إلى تحليل الأدب الذي يمتد على مدى عقد من الزمان، وقد تم إجراء مراجعة منهجية للأدبيات المنشورة حول الابتكار المفتوح في الشركات

الصغيرة والمتوسطة، وتم وضع جدول أعمال البحوث المستقبلية، وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها أنه عند الدخول في الابتكار المفتوح، تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة عوائق تنشأ داخل الشركة مثل: الصغر، والتكلفة التنظيمية ؛ وعوائق من خارج الشركة: وهي العوائق المؤسسية.

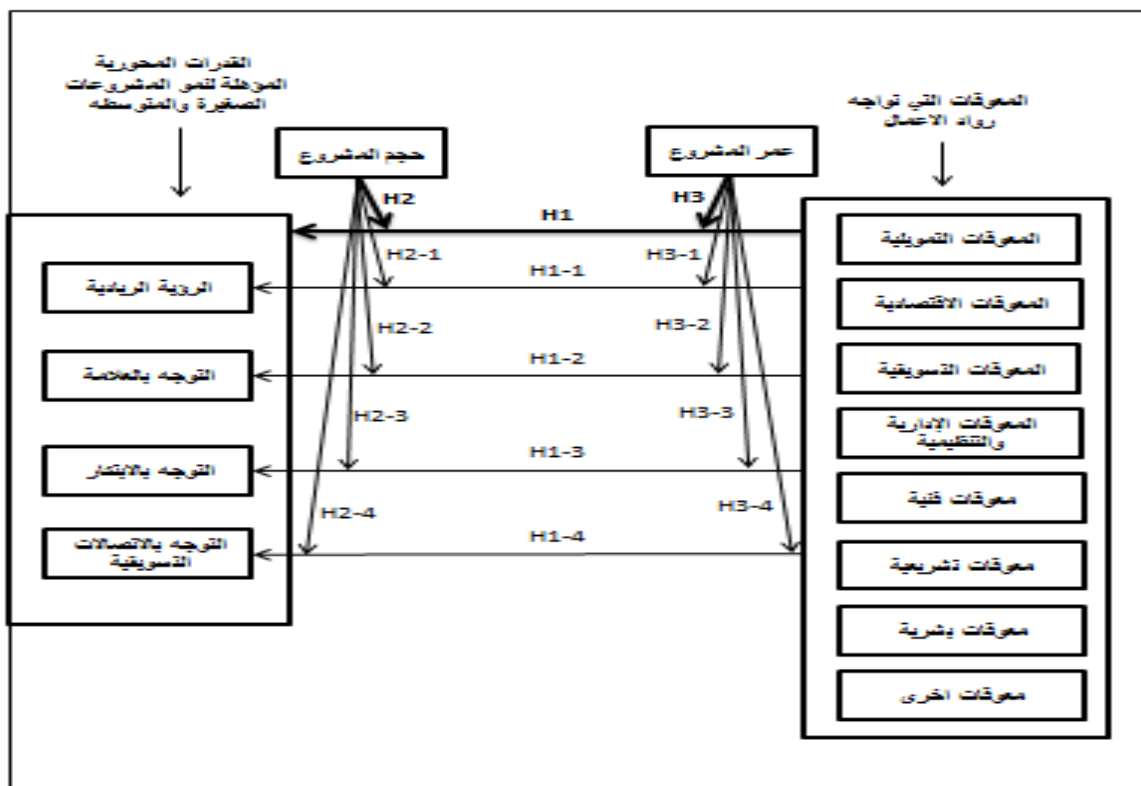
د. التوجه بالاتصالات التسويقية:

هدفت دراسة (Gümüscü, 2017) إلى مناقشة قضية استخدام المشروعات الصغيرة والمتوسطة لأدوات الاتصالات التسويقية، وذلك للحصول على عملاء جدد أو الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، فتواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة بعض التحديات في تطبيق أدوات الاتصال التسويقية مثل القيود المالية ونقص الخبرة التسويقية.

وقد استخدم الباحث استراتيجيات البحث النوعي مع المقابلات شبه المنظمة لجمع البيانات لهذه الدراسة، وذلك من أجل جمع البيانات، وقد اشتملت نتائج الدراسة على أن الترويج عن طريق الانترنت هو أكثر الطرق استخدامًا، وقد شكلت الأعباء المالية للتسويق بعض القيود، وبناءً على ذلك لم تستخدم المطاعم الصغيرة الحجم أدوات الاتصال التسويقي وفقًا لاحتياجاتها.

نموذج البحث

ويوضح الشكل (١) النموذج المقترح للعلاقة بين متغيرات البحث كما يلي:



الإطار المفاهيمي المقترح (من إعداد الباحث)

والنسب المئوية والاختبارات الإحصائية كأداة من أدوات التحليل، وستعتمد الدراسة على أسلوب الإحصاء (SPSS)، و (Amos) لتحليل البيانات.

مجتمع البحث

يتكون مجتمع الدراسة من رواد ومدبرو الأعمال المستثمرين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة الاسكندرية من العاملين بجمعيات رجال الأعمال.

منهجية البحث

سوف يستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج القائم على تحديد ووصف الحقائق المتعلقة بالموقف الراهن ويخبرنا بما هو موجود حالياً، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، وذلك للملائمة المنهج لطبيعة الدراسة.

كما تم الاستعانة بالمنهج الكمي لدراسة وتحليل البيانات، حيث تم استخدام المعدلات

في المعوقات التي تواجه رواد الأعمال والتابعة، والذي يتمثل في القدرات المحورية المؤهلة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة إلى المتغير المؤثر، والذي يتمثل في عمر المشروع وحجم المشروع.

التحليل الأولي للبيانات

الغرض من التحليل الأولي للبيانات هو التأكد من مدى ملائمة بيانات الدراسة للطرق الإحصائية التي سوف تستخدمها الدراسة في اختبار فرضيات الدراسة. وللتأكد من ثبات المقياس تم حساب الاتساق الداخلي للأداة المستخدمة وصلاحياتها من خلال اختبار معامل كرونباخ ألفا Cronbach Alpha؛ حيث تراوحت درجات الثبات لكل فقرة من فقرات المقياس ما بين (0,765 - 0,899).

وهذه النتيجة توضح أن الاستبانة تتصف بدرجة عالية من الثبات، وأنها صالحة للاستخدام في البحث العلمي، بالإضافة إلى أنه تم حساب قيمة الالتواء التفرطح للبيانات واللذين يدلان على التوزيع المعتدل والطبيعي للبيانات المستخدمة، وتشير النتائج إلى عدم وجود أي انحرافات تذكر في البيانات؛ حيث إن قيمة الالتواء تراوحت ما بين (± 2) (هندي، 1995) وهو المعيار المسموح به من قبل الإحصائيين.

عينه الدراسة

قد تم استخدام أسلوب عينات كرة الثلج "Snowball samples"، وتعتمد طريقة عينة كرات الثلج على اختيار فرد معين، وبناءً على ما يقدمه هذا الفرد من معلومات تم موضوع الدراسة يقرر الباحث الشخص الثاني الذي سيقوم باختياره لاستكمال المعلومات المطلوبة، وبناءً على ذلك تعرف تلك الطريقة بعينة كرات الثلج وفقاً للتأثير المتزايد من نقطة البداية ثم التكتيف الذي يصل لاكتمال العينة.

حجم العينة

قام الباحث بتطبيق طريقة المسح الشامل حيث قام بتوزيع الاستبانات على جميع الأفراد بمجتمع الدراسة، حيث بلغ إجمالي استمارات الاستبيان (170) استمارة وزعت على عينة الدراسة من خلال مقابلة مفردات الدراسة داخل الجمعيات التالية (جمعيات رجال الأعمال بالإسكندرية - جمعية شباب الأعمال - جمعية مستثمري مدينة برج العرب).

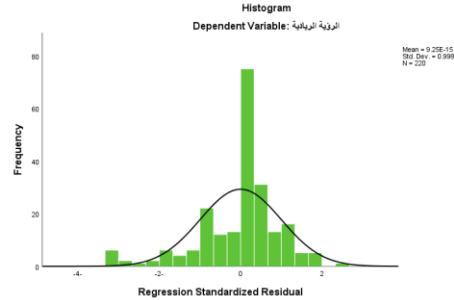
أدوات البحث (وستشمل تصميم أداة القياس، ومنهجية تطوير الاستبانة)

قام الباحث بتصميم وتطوير استبانة الاستبيان خصيصاً لغرض البحث، وذلك بالاعتماد على فرضيات الدراسة ومتغيراتها المستقلة، والذي يتمثل

جدول (١) يبين التوزيع الطبيعي للبيانات

معامل كورنباخ ألفا	معامل التفرطح Kurtosis	معامل الاتواء Skewness	الأبعاد	المحور الرئيسي
0.811	-0.615	-0.222	المعوقات التمويلية	المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة
0.788	1.442	-1.319	المعوقات الاقتصادية	
0.791	-0.531	-0.808	المعوقات التسويقية	
0.802	-0.001	-0.630	المعوقات الادارية	
0.899	2.516	-1.375	المعوقات الفنية	
0.782	2.774	-1.510	المعوقات التشريعية	
0.791	0.832	-0.991	المعوقات البشرية	
0.804	2.011	-1.522	المعوقات الأخرى	
0.765	1.385	-1.561	الرؤية الريادية	نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة لدى رواد الأعمال
0.868	1.698	-0.771	التوجه بالعلامة التجارية	
0.820	3.892	-1.841	التوجه بالابتكار	
0.816	-0.298	0.288	التوجه بالاتصالات التسويقية	

والشكل رقم (٢) يبين منحنى الالتواء والتفرطح لعنصر الرؤية الريادية كمثل للتوزيع الطبيعي للبيانات بيانياً



شكل (٢) يبين منحنى التوزيع الطبيعي لعنصر

عدا حالات بسيطة، أي أن $P < 0.05$ ، والذي يعني أن البيانات لها توزيع اعتدالي، وقد أكدت نتيجة اختبار (شابيرو- ويلك) على صلاحية البيانات، وعدم تأثرها بالعوامل الخارجية، مثل أخطاء الصدفة (فرج الله، ٢٠١٧).

الرؤية الريادية

كما تم استخدام اختبار (كولموغوروف - سميرنوف) للتحقق من جودة البيانات وصحتها، وأظهرت النتائج أن الاختبار غير دال إحصائياً؛ حيث كانت النسبة الفئوية أكبر من ٠,٠٥، فيما

جدول (٢) يبين اختبار (كولموغوروف - سميرنوف وشابيرو-ويلك)

مؤشر شابيرو- ويلك	مؤشر كولموغوروف وسميرنوف	الأبعاد	المحور الرئيسي
0.921	0.216	المعوقات التمويلية	المعوقات التي تواجه
0.867	0.211	المعوقات الاقتصادية	رواد الأعمال في
0.880	0.226	المعوقات	المشروعات

		التسويقية	الصغيرة
0.930	0.114	المعوقات الادارية	والمتوسطة
0.852	0.192	المعوقات الفنية	
0.854	0.212	المعوقات التشريعية	
0.906	0.214	المعوقات البشرية	
0.830	0.191	المعوقات الأخرى	
0.753	0.307	الرؤية الريادية	
0.855	0.251	التوجه بالعلامة التجارية	نمو المشروعات الصغيرة
0.742	0.298	التوجه بالابتكار	والمتوسطة لدى رواد
0.935	0.189	التوجه بالاتصالات التسويقية	الأعمال

المعوقات الإدارية والتنظيمية، المعوقات الفنية،
المعوقات التشريعية، المعوقات البشرية، المعوقات
الأخرى)؛ فقد تم ذلك باستخدام معامل تضخم
التباين (VIF) والذي يجب ألا تزيد قيمته عن (5)

أما بالنسبة لخطية البيانات؛ فالتأكد من
عدم وجود مشكلة الأزواج الخطي بين المتغيرات
المستقلة أو التفسيرية (المعوقات التمويلية،
المعوقات الاقتصادية، المعوقات التسويقية،

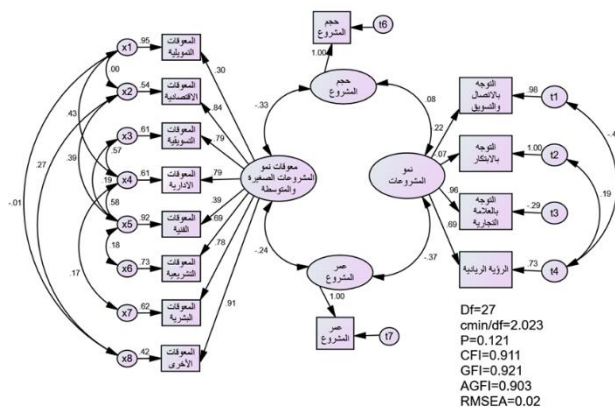
وأظهرت النتائج أن جميع قيم معامل تضخم التباين أقل من (٥) حيث تراوحت ما بين (١,٤١٩ - ٤,٠٥٦) مما يدل على عدم وجود التعدد الخطي لها، كما تراوحت قيم اختبار التباين المسموح Tolerance ما بين (٠,١٣١ - ٠,٦٨٨) ولا يجوز أن تكون أكبر من الواحد الصحيح (عبد المنعم، ٢٠١١).

جدول (٣) يبين أدلة الارتباط الداخلي بين المتغيرات

المحور الرئيسي	الأبعاد	VIF	Tolerance
المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة	المعوقات التمويلية	2.014	0.496
	المعوقات الاقتصادية	3.823	0.262
	المعوقات التسويقية	4.065	0.246
	المعوقات الادارية	3.627	0.131
	المعوقات الفنية	3.134	0.319
	المعوقات التشريعية	1.658	0.603
	المعوقات البشرية	2.502	0.400
	المعوقات الأخرى	1.419	0.688

التحليل العاملي التوكيدي
نموذج القياس المتكامل (The measurement model)
وفيما يلي نموذج القياس المتكامل لمتغيرات الدراسة شكل (٣):

واستناداً إلى النتائج السابقة يمكن القول أن هناك توزيعاً اعتدالياً للبيانات، فضلاً عن صلاحيتها، مما يُبرر استخدام الإحصاء البارامترية في هذه الدراسة.



شكل (٣) يبين نموذج القياس المتكامل لمتغيرات الدراسة

العوامل مجتمعة في وقت واحد وتختلف درجة تأثيرها من عامل لآخر؛ لذلك نلاحظ اختلاف في قوة الارتباط بين المتغيرات، وحسب رأي (Hair, 1998) فإن الارتباط بين المتغيرات الأقل من ٠,٣ يكون ضعيفا، ويؤدي إلى إضعاف نموذج القياس، وبالنسبة لمؤشرات جودة النموذج السابق والتي يبينها الجدول رقم (٤).

من خلال مقارنة التحليل العاملي التوكيدي لكل متغير على حدة كما ورد سابقا، ومن خلال التحليل العاملي التوكيدي لمتغيرات الدراسة مجتمعة حسب النموذج السابق، يتضح أن هناك اختلاف كبير في قوة الارتباط بين متغيرات الدراسة مجتمعة مع بعضها البعض عنها في المتغير الواحد، وهذا يفسر أن الظواهر الاقتصادية والمالية في المجتمع تتأثر بعدد من

جدول رقم (٤) يبين مؤشرات حسن المطابقة لنموذج القياس المتكامل

مؤشرات حسن المطابقة	القيمة النموذجية للمؤشر	القيمة المحسوبة للمؤشر	مدى ملائمة المعايير
مؤشر مربع كاي	---	٧٩,٢٤٧	نعم
مؤشر مربع كاي المعياري (cmin/df)	من ١ - ٥	٢,٠٢٣	نعم
مؤشر حسن المطابقة (GFI)	من ٠,٩٠ - ١	٠,٩٢١	نعم

نعم	٠,٩١١	من ٠,٩٠ - ١	مؤشر المطابقة المقارن (CFI)
نعم	٠,٠٢	من ٠,٠٠ - ٠,٠٨	مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA)

علاقة ذات دلالة احصائية بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والقدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة

بمتابعة الجدول (٢) يتضح صحة الفرضية حيث أن العلاقة بين المتغير المستقل المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة " والمتغير التابع " القدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة كانت علاقة عكسية قوية بلغت قيمتها (-٠,٧٨٠)، عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥)، ما يعني أن العلاقة دالة احصائياً وأن الزيادة في المتغير المستقل تؤدي إلى نقص في المتغير التابع، كما بلغت قيمة معامل التحديد (R2) (٠,٦٠٨) ما يعني أن المتغير المستقل يؤثر في المتغير التابع بنسبة (٦٠,٨٪)، مما يثبت صحة الفرضية، وبالتالي قبول الفرضية.

جاءت مؤشرات الملائمة بقيم تجاوزت الحد الأدنى المقترح من قبل الإحصائيين؛ حيث كانت قيمة مؤشر مربع كاي (Chi-Square) المعياري تساوي (٢,٠٢٣)، وهي قيمة أقل من (٣) مما يعني توافق نموذج القياس مع النموذج النظري بشكل كبير، وقيمة مؤشر حسن المطابقة (GFI) Goodness of Fit Index تساوي (٠,٩٢١)، ومؤشر المطابقة المقارن (CFI) Comparative Fit Index (٠,٩١١)، وأخيراً وصلت قيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)، (٠,٠٢) مما يؤكد أن النموذج يطابق بيانات الدراسة بدرجة كبيرة، وبالتالي يتم قبول النموذج، وتدل قيم هذه المؤشرات على قوة العلاقة بين عوامل هذا المقياس (فندجلي، ٢٠١٩).

فروض الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى "H1: x → y": توجد

جدول (٥) يبين المؤشرات التي توضع طبيعة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R square
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.781	.034		-18.400	.000	.608
المعوقات التي تواجه رواد الأعمال	-1.987	.108	-.780-	52.828	.000	
a. Dependent Variable: القدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة						

والمتوسطة والمتغير التابع "الرؤية الريادية" كانت علاقة عكسية قوية بلغت قيمتها (-0,877)، عند مستوى معنوية أقل من (0,05)، ما يعني أن العلاقة دالة احصائياً وأن الزيادة في المتغير المستقل تؤدي إلى نقص في المتغير التابع، كما بلغت قيمة معامل التحديد (R2) (0,770) ما يعني أن المتغير المستقل يؤثر في المتغير التابع بنسبة (77٪)، مما يثبت صحة الفرضية وبالتالي قبول الفرضية.

ويتفرع منها أربع فرضيات فرعية وهي:

١. الفرضية الفرعية الأولى "H1-1: $x \rightarrow y1$ ":

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والرؤية الريادية

بمتابعة الجدول (٦) يتضح صحة الفرضية حيث ان العلاقة بين المتغير المستقل "المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة

جدول (٦) يبين المؤشرات التي توضع طبيعة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R square
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3.119	.070		44.635	.000	.770
المعوقات التي تواجه رواد الأعمال	-6.043	.224	-.877	-26.995	.000	
a. Dependent Variable: الرؤية الريادية						

التجارية" كانت علاقة عكسية قوية بلغت قيمتها (-0,734)، عند مستوى معنوية أقل من (0,05)، ما يعنى أن العلاقة دالة احصائياً وأن الزيادة في المتغير المستقل تؤدي إلى نقص في المتغير التابع، كما بلغت قيمة معامل التحديد (R2) (0,539) ما يعنى أن المتغير المستقل يؤثر في المتغير التابع بنسبة (53,9%)، مما يثبت صحة الفرضية، وبالتالي قبول الفرضية.

٢. الفرضية الفرعية الثانية "H1-2: $x \rightarrow y$: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

بمتابعة الجدول (٧) يتضح صحة الفرضية حيث أن العلاقة بين المتغير المستقل "المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة" والمتغير التابع "التوجه بالعلامة

جدول (٧) يبين المؤشرات التي توضع طبيعة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R square
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.224	.067		33.201	.000	.539
المعوقات التي تواجه رواد الأعمال	-3.424	.215	-.734	-15.958	.000	
a. Dependent Variable: التوجه بالعلامة التجارية						

والمتوسطة" والمتغير التابع "التوجه بالابتكار" كانت علاقة عكسية ضعيفة بلغت قيمته (-0,031)، عند مستوى معنوية أكبر من (0,05)، ما يعنى أن العلاقة غير دالة احصائياً وأن الزيادة في المتغير المستقل لا تؤدي بالضرورة إلى نقص في المتغير التابع، كما بلغت قيمة معامل التحديد (R2) (0,001) ما يعنى أن المتغير المستقل يؤثر في المتغير التابع بنسبة

٣. الفرضية الفرعية الثالثة "H1-3: $x_3 \rightarrow y$: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالابتكار

بمتابعة الجدول (٨) يتضح عدم صحة الفرضية حيث ان العلاقة بين المتغير المستقل "المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة

(.0,0,01)، مما يثبت عدم صحة الفرضية وبالتالي رفض الفرضية.

جدول (٨) يبين المؤشرات التي توضع طبيعة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R square
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.289	.107		12.038	.000	.001
المعوقات التي تواجه رواد الأعمال	-.157	.343	-.031	-.459	.647	
a. Dependent Variable: التوجه بالابتكار						

التسويقية " كانت علاقة طردية ضعيفة بلغت قيمتها (٠,٣١٤)، عند مستوى معنوية أكبر من (٠,٠٥)، ما يعني أن العلاقة غير داله احصائيا وأن الزيادة في المتغير المستقل لا تؤدي بالضرورة إلى نقص في المتغير التابع، كما بلغت قيمة معامل التحديد (R2) (٠,٠٠١) ما يعني أن المتغير المستقل يؤثر في المتغير التابع بنسبة (٠,٠٠١)، مما يثبت عدم صحة الفرضية وبالتالي رفض الفرضية.

٤. الفرضية الفرعية الرابعة "H1- 4: $x \rightarrow y$ ": توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالاتصالات التسويقية
بمتابعة الجدول (٩) يتضح عدم صحة الفرضية حيث ان العلاقة بين المتغير المستقل " المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة " والمتغير التابع " والتوجه بالاتصالات

جدول (٩) يبين المؤشرات التي توضع طبيعة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R square
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	.882	.098		8.991	.000	.001
المعوقات التي تواجه رواد الأعمال	.155	.314	.033	.494	.622	

a. Dependent Variable: التوجه بالاتصالات التسويقية

الفرضية الفرعية الرابعة "4- $x \rightarrow y4$ -H2"-
حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين معوقات التي
تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة
والمتوسطة والتوجه بالاتصالات التسويقية.
بمتابعة الجدول (١٠) يتضح عدم صحة
الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية حيث
يتضح ان حجم المشروع لا يؤثر على العلاقة
بين المتغير المستقل " المعوقات التي تواجه رواد
الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة "
والمتغير التابع " القدرات المحورية لنمو المشروعات
الصغيرة والمتوسطة " بأبعاده الأربعة (الرؤية
الريادية - التوجه بالعلامة التجارية - التوجه
بالابتكار - التوجه بالاتصالات التسويقية) حيث
أن مستوى معنوية أكبر من (٠,٠٥)، ما يعنى أن
العلاقة غير داله احصائيا وأن العلاقة بين المتغير
المستقل والمتغير التابع لا تتأثر بحجم المشروع، مما
يثبت عدم صحة الفرضيات وبالتالي رفض
الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية المذكورة.

الفرضية الرئيسية الثانية "2- $x \rightarrow y$ -H2": حجم
المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي
تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة
والمتوسطة والقدرات المحورية لنمو المشروعات
الصغيرة والمتوسطة

ويتفرع منها اربع فرضيات فرعية وهى:

الفرضية الفرعية الأولى "1- $x \rightarrow y1$ -H2"-
حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي
تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة
والمتوسطة والرؤية الريادية .

الفرضية الفرعية الثانية "2- $x \rightarrow y2$ -H2"-
حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي
تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة
والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

الفرضية الفرعية الثالثة "3- $x \rightarrow y3$ -H2"-
حجم المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي
تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة
والمتوسطة والتوجه بالابتكار.

جدول (١٠) يبين المؤشرات التي توضع طبيعة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة

النتيجة	الدلالة	قيمة مستوى الدلالة	قيمة F المحسوبة	المتغيرات التابعة	المتغير الشرطي	المتغير المستقل
رفض الفرض	غير دال	0.258	1.152	القدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة	حجم المشروع	معوقات نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة
رفض الفرض	غير دال	0.355	0.862	الرؤية الريادية		
رفض الفرض	غير دال	0.631	0.232	والتوجه بالعلامة التجارية		
رفض الفرض	غير دال	0.104	2.666	التوجه بالابتكار		
رفض الفرض	غير دال	0.756	0.097	التوجه بالاتصالات التسويقية		

المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والرؤية الريادية.

الفرضية الفرعية الثانية " $H3-2: x \rightarrow y$ " عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية.

الفرضية الرئيسية الثالثة " $H3: x \rightarrow y$ ": عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والقدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

ويتفرع منها أربع فرضيات فرعية وهي:
الفرضية الفرعية الأولى " $H3-1: x \rightarrow y$ " عمر

تأثير لعمر المشروع على العلاقة بين معوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية، ما يعنى رفض الفرضية.

أما الفرضيات الفرعية الأولى والثالثة والرابعة والتي تفترض أن عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين المتغير المستقل "المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة" وبعض محاور المتغير التابع "القدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة المتمثلة في (الرؤية الريادية - التوجه بالابتكار - التوجه بالاتصالات التسويقية) حيث أن مستوى المعنوية لها جاء أقل من (0,05)، مما يعنى أن العلاقة دالة احصائيا وأن العلاقة بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة المذكورة تتأثر بعمر المشروع، مما يثبت صحة هذه الفرضيات وقبولها.

الفرضية الفرعية الثالثة "H3- 3: $x \rightarrow y3$ " عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالابتكار.

الفرضية الفرعية الرابعة "H3- 4: $x \rightarrow y4$ " عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالاتصالات التسويقية.

بمتابعة الجدول (11) يتضح عدم صحة الفرضية الرئيسية حيث يتضح أن عمر المشروع لا يؤثر على العلاقة بين المتغير المستقل "المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة" والمتغير التابع "القدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة" حيث أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من (0,05)، وكذلك الحال بالنسبة للفرضية الفرعية الثانية التي تفترض وجود

جدول (11) يبين المؤشرات التي توضع طبيعة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة

النتيجة	الدلالة	قيمة مستوى الدلالة	قيمة F المحسوبة	المتغيرات التابعة	المتغير الشرطي	المتغير المستقل
رفض الفرض	غير دال	0.866	0.028	القدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة .	عمر المشروع	المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة
قبول	دال	0.000	45.377	الرؤية الريادية		

المتوسطة					الفرض
	والتوجه بالعلامة التجارية	.722	.397	دال	رفض الفرض
	التوجه بالابتكار	36.470	0.000	دال	قبول الفرض
	التوجه بالاتصالات التسويقية	46.293	0.000	دال	قبول الفرض

النتائج

الصغيرة والمتوسطة خاصة فيما يتعلق بالجوانب التسويقية والاجراءات الادارية والتنظيمية التي تتعامل بها تلك المؤسسات مع المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

٣. تنوع المعوقات التي تواجه رواد المشروعات الصغيرة والمتوسطة ما بين معوقات (تمويلية - اقتصادية - تسويقية - إدارية وتنظيمية - فنية - تشريعية - بشرية - بجانب معوقات أخرى)، ورغم ذلك ومن خلال الدراسة الميدانية هناك إصرار من أصحاب تلك المشاريع على التقدم والمضي قدماً فيما قاموا به من مشروعات سواء تجارية أو صناعية أو خدمية لرغبتهم القوية في تحقيق الربح والاستقلال المالي وخدمة أنفسهم

١. نسبة تركيز المبحوثين في مجتمع الدراسة على الأبعاد التي تم استخدامها في قياس وتقييم أثر المعوقات التي تواجه رواد المشروعات الصغيرة والمتوسطة كانت مقبولة، حيث حاز هذا الجانب على اهتمام كبير من المبحوثين، لأنه يمس مشروعاتهم بشكل مباشر على المستوى المادي والمعنوي والزمني أيضا سواء في الوضع الحالي أو في المستقبل.

٢. مستوى تعامل الجهات الحكومية المعنية بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة مع المعوقات التي تتناولها الدراسة مستوى مقبول، ولكن ليس بالقدر الذي يسمح لهذه المشروعات بالنمو والاستمرار، كما كان يحلم أو يريد رواد المشروعات

رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالابتكار، والفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه، ولكن بقياس تلك العلاقة كانت النتيجة أنها غير دالة إحصائيًا لأن قيمة مستوى الدلالة أكبر من $P = 0,05$ ، وهذا يرجع إلى أن التوجه بالابتكار والتوجه بالاتصالات التسويقية هي قدرات تتأثر بعوامل أخرى غير المعوقات المذكورة .

6. تبين من الدراسة أن حجم المشروع لا يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد المشروعات الصغيرة والمتوسطة والقدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة بأبعادها الأربعة (الرؤية الريادية - التوجه بالعلامة التجارية - التوجه بالابتكار - التوجه بالاتصالات التسويقية) حيث جاءت العلاقة بين المتغيرات الثلاثة علاقة غير دالة إحصائيًا، مما يعني أن هذه المعوقات تواجه رواد الأعمال بغض النظر عن حجم مشروعاتهم سواء كانت صغيرة أو متوسطة فالمعوقات معوقات تواجه الجميع.

ومجتمعهم، وبالتالي لديهم رغبة كبيرة في تدليل تلك العقبات والمعوقات بمساعدة الجهات المسؤولة عن دعم مشروعاتهم، وهنا تظهر الفجوة بين حجم الدعم الذي يتطلع إليه أصحاب المشاريع وقدرته تلك المؤسسات على تقديم هذا الدعم. 4. اتجهت معظم الآراء إلى وجود ضعف في سياسات تعامل الجهات المعنية في الاهتمام بالتسويق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وعدم وصولها للمستوى المطلوب خاصة وأن هذه المشروعات في طور النمو تحتاج للدعم في عناصر نموها الأساسية، وعلى رأسها التسويق والإدارة، حتى تتمكن تلك المشروعات من تحقيق أرباح تساعد على النمو والانتقال من مرحلة إلى أخرى داخل دورة حياة المشروع. 5. وجود علاقة دالة إحصائية بين عناصر المتغير المستقل المتمثل في المعوقات التي تواجه رواد المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتغير التابع المتمثل في القدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة وهي علاقة عكسية تراوحت ما بين المتوسطة والقوية تحققت من خلالها فروض الدراسة باستثناء الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي تواجه

٧. تبين من الدراسة أن عمر المشروع يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والقدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة المتمثلة في (الرؤية الريادية - التوجه بالابتكار - التوجه بالاتصالات التسويقية)، حيث كانت النتائج دالة احصائياً، لكن عمر المشروع لا يؤثر على العلاقة بين المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتوجه بالعلامة التجارية لأن النتيجة جاءت غير دالة احصائياً.
٨. تشابك المعوقات التي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة يصعب من التعامل معها بشكل فردي، ولكن يجب مواجهتها بشكل شامل دقيق مركز يراعى إمكانيات المشروعات الصغيرة والمتوسطة من ناحية وإمكانيات الجهة المنوطة بمواجهة تلك المعوقات من ناحية أخرى.
١. يجب الاهتمام بتحديد المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتحديد أبعادها حتى يمكن مواجهتها بسياسات عملية فعالة.
٢. ضرورة الاهتمام بالقدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتأثر بالمعوقات التي تواجه رواد المشروعات الصغيرة والمتوسطة وخاصة الرؤية الريادية والتوجه بالعلامة التجارية باعتبارها من القدرات المحورية الأكثر تأثراً بتلك المعوقات.
٣. يجب الأخذ في الاعتبار عند وضع سياسات لتنمية القدرات المحورية لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة أن عمر المشروع يؤثر على الرؤية الريادية، والتوجه بالابتكار والتوجه بالاتصالات التسويقية خاصة في ظل وجود العديد من المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومن ثم يجب وضع عامل الزمن للمشروع قيد الاعتبار عند التخطيط للمشاريع القائمة او المستقبلية .
٤. ضرورة توفير الموارد والامكانيات المادية لرواد الأعمال اللازمة لتنفيذ المشروعات الصغيرة والمتوسطة خاصة في بداية إقامة تلك المشروعات.
٥. يضطر رواد الأعمال أن يقللوا من انشطتهم بمجرد التعرض لخسائر في بداية تنفيذ المشروعات الصغيرة والمتوسطة، لذلك يجب توفير قدر من الدعم المادي لهم خلال تلك المرحلة لتعويض الخسائر على أن يكون هذا الدعم مشروط بتحقيق حد أدنى من الانتاج أو تشغيل العمالة أو بعض الضوابط التي

التوصيات

ضوء اقتصاد المعرفة. المؤتمر الدولي السابع عشر لكلية التجارة. جامعة الإسكندرية. صقر، أحمد محي خالد. ٢٠٢٠. المشروعات الصغيرة - الفكرة وآلية التنفيذ. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي. طشطوش، هاني عبد المولى. ٢٠١٢. المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية. الأردن: دار الحامد.

العبادي، سمير. ٢٠١٨. المشروعات الصغيرة والممولة وأثرها التنموي. الإسكندرية: مركز الكتاب الاكاديمي.

عبد المجيد، وليد محمد صديق. ٢٠١٨. إطار مقترح لدور التوجه بالتسويق الريادي كمتغير وسيط في العلاقة بين استخبارات العميل وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة. رسالة دكتوراه. كلية التجارة، جامعة أسوان.

عبد المنعم، ثروت محمد. ٢٠١١. مدخل حديث للإحصاء والاحتمالات. الرياض: مكتبة العبيكان.

فرج الله، عبد الكريم موسى أحمد. ٢٠١٧. مقدمة في الإحصاء التربوي"، القاهرة: دار غريب.

كردي، أحمد السيد. ٢٠١١. المشاكل التي تواجه المشروعات الصغيرة. مدونة التنمية البشرية والتطوير الإداري.

تثبت جدية صاحب المشروع في استمرارية في العمل.

٦. التقليل من تكلفة الافتراض والفوائد والعمولات المفروضة على قروض المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مع وجود سياسات مالية حكومية مشجعة لنجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

المراجع

الاغا، وفيق حلمي. ٢٠٠٩. الريادة في الشركات العربية بمنظور استراتيجي. مجلة جامعة الأزهر. سلسلة العلوم الإنسانية. مج ١١. ع ١٤.

الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء. ٢٠١٨. تقرير عن البطالة في مصر. مركز القاهرة للدراسات الاقتصادية والاستراتيجية.

زهية، شوقي جباري ويودياز. ٢٠٠٨. تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال استراتيجية العناقيد الصناعية قراءات في التجربة الإيطالية. الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية في الدول العربية.

الشريف، هند محمد محسن ونجلاء محمد محسن والشريف. ٢٠١٩. تصور مقترح لتفعيل التربية الريادية في التعليم الجامعي على

- Atik, Gümüşcü S. 2017. *Use Of Marketing Communication Tools By Micro And Small Enterprises: A Case Study Based On Three Small Restaurants In Umeå*. N.pl: N.pb.
- Farajallah, 'Abd al-karm Musa Ahmad. 2017. *Muqaddimah Fi al-Ihsa' al-Tarbawiy*. Cairo: Dar Gharib.
- Folashade O. Akinyemi & Oluwabunmi O. Adejumo. 2017. *Government Policies And Entrepreneurship Phases In Emerging Economies: Nigeria And South Africa*. Journal of Global Entrepreneurship Research.
- Hair, J.v. Jr., Black. 1998. *Multivariate Data Analisis*. 6th Ed, New Jersey: Prentice Hall.
- Hindiyy, Mahmud Muhammad Ibrahim Wa Akharun. 1995. *Al-Ihsa' al-Tatbiqiy*. Al-Riyad: Maktabat al-Malik Fahd al-Wataniyyah.
- Hitchen, Emma L. 2016. *Open Innovation in SMEs*. Doctoral Thesis, University Of Vic - Central University Of Catalonia.
- Al-Jihaz Al-Markaziyy Li Ta'bi'ah Wa al-Ihsa'. 2018. *Taqrir 'An Al-Batalah Fi Misr*. Markaz Al-Qahirah Li al-Dirasat Al-Iqtisadiyyah Wa al-Istratijyyah.
- Kurdiyy, Ahmad Al-Sayyid. 2011. *Al-Mashakil Allati Tuwajih Al-Mashru'at Al-Saghirah*. Mudawwanat Al-Tanmiyah Al-Bashariyyah Wa al-Tatwir Al-Idariyy.
- Al-Mursiyy, Bushra Bint Badir. 2014. *Mabadi' Idarat Al-A'mal - Al-Asasiyyat Wa al-Ittijahat Al-Hadithah*. Al-Riyad: Maktabat Al-'Abikan.
- Al-Najjar, Fayiz Jum'ah Salah & 'Abd Al-Sattar Muhammad Al-'Aliyy. 2010. *Al-Riyadah Wa Idarat Al-A'mal Al-Saghirah*. Al-Urdun: Dar Al-Hamid Li al-Nashr Wa al-Tawzi'.
- Nakano, Tatiana de cassia & solange Muglia. *Creativity And Innovation: Skills For The 21 St Century*.

- المرسى، بشرى بنت بدير. ٢٠١٤. مبادئ إدارة الأعمال - الأساسيات والاتجاهات الحديثة. الرياض: مكتبة العبيكان.
- النجار، فايز جمعة صالح وعبد الستار محمد العلي. ٢٠١٠. الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- هندي، محمود محمد إبراهيم وآخرون. ١٩٩٥. الإحصاء التطبيقيز الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

REFERENCES

- 'Abd Al-Majid, Walid Muhammad Siddiq. 2018. *Itar Muqtarah Li Dawr Al-Tawajjuh Bi al-Taswiq Al-Riyadiyy Ka Mutaghayyir Wasit Fi Al-'Alaqah Bayna Istikhbarat Al-'Amil Wa Ada' Al-Mashru'at Al-Saghirah Wa al-Mutawassitah*. Risalah Dukturah. Kulliyyat Al-Tijarah, Jami'ah Aswan.
- 'Abd al-Mun'im, Tharwat Muhammad. 2011. *Madkhal Hadith Li al-Ihsa' Wa al-Ihtimalat*. Al-Riyad: Maktabat Al-'Abikan.
- Abdul, Omolara. 2018. *Eunice Entrepreneurial Skills And Growth Of Small And Medium Enterprise (Smes): A Comparative Analisis Of Nigerian Entrepreneurs And Minority Entrepreneurs In The UK*. University Of Wales Trinity Saint Dav.
- Al-Agha, Wafiq Hilmiyy. 2009. *Al-Riyadah Fi Al-Sharikat Al-'Arabiyyah Bi Manzur Istratijyy*. Majallah Jami'at Al-Azhar. Silsilat Al-'Ulum Al-Insaniyyah. Vol. 11. No. 1.
- Ahonen, M. 2008. *Branding-Does It Even Exist Among SMEs*. In Proceedings of the 16th Nordic Conference on Small Business Research, Vol. 202.

- Tinarwo, Rutendo. 2016. *An Investigation Into The Challenges Faced By Small To Medium Enterprises In Zimbabwe: A Case Of Gazaland Market*. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM). Volume 18. Issue 9. Ver. II.
- Al-'Ubadiyy, Samir. 2018. *Al-Mashru'at Al-Saghirah Wa al-Mumawwalah Wa Atharuha Al-Tanawwumiyy*. Al-Iskandariyyah: Markaz Al-Kitab Al-Akadimiyy.
- Vidic, F. & J. Vadjal. 2013. *The Role Of Branding In Smes: Different Perspective On The Market*. China-USA Business Review, Vol. 12(1).
- Zahiyah, Shawqiyy Jabariyy Wabudiyaz. 2008. *Ta'ziz Al-Qudrat Al-Tanafusiyyah Li al-Mu'assasat Al-Saghirah Wa al-Mutawassitah Min Khilal Istratijiyyat Al-'Anaqid Al-Sina'iyyah Qira'at Fi Al-Tajribah Al-Italiyyah*. Al-Multaqa Al-Dawliyy Al-Rabi' Hawla Al-Munafasah Wa al-Istratijiyyah Al-Tanafusiyyah Li al-Mu'assasat Al-Sina'iyyah Fi Al-Duwal Al-'Arabiyyah.
- Zhai, Yu-Ming et al. 2018. *An Empirical Study on Entrepreneurial Orientation, Absorptive Capacity And Smes' Innovation Performance: A Sustainable Perspective*. Sustainability. No. 10.
- Estudos De Psicologia Campinas. 35. <http://dx.doi.org/>, date of entri for the site 30/3/2020.
- Nassar, Moshood Larenwaju & Dotun Olaleye Faloye. 2015. *Barrier to Innovation in Developing Countries' Firms: Evidence from Nigerian Small and Medium Scale Enterprises*. European Scientific Journal. Vol. 11. No. 19.
- Odoom, Raphael, Narteh, Bedman & Boateng, Richard. 2017. *Branding In Small- And Medium-Sized Enterprises (Smes): Current Issues And Research Avenues*. Qualitative Market Research: An International Journal. 20. 68-89. 10.1108/QMR-12-2015-0091.
- Ropret, Marko, Aleksander Aristovnik & Dejan Ravšelj. 2018. *The Perception of Administrative Barriers and Their Implications for SMEs' Performance: Evidence from Slovenia*. Faculty of Economics and Business, University of Zagreb and De Gruyter Open, Croatia.
- Ruvio, A., Rosenblatt, Z. & Hertz-Lazarowitz, R. 2010. *Entrepreneurial Leadership Vision In Nonprofit Vs. For-Profit Organizations*. The Leadership Quarterli. Vol. 21, No. 1.
- Saqar, Ahmad Muhyiyy Khalid. 2020. *Al-Mashru'at Al-Saghirah - Al-Fikrah Wa Aliyat Al-Tanfidh*. Al-Iskandariyyah: Dar Al-Ta'lim Al-Jami'iyy.
- Al-Sharif, Hind Muhammad Muhsin & Najla' Muhammad Muhsin Wa al-Sahrif. 2019. *Tasawwur Muqtarah Li Taf'il Al-Tarbiyat Al-Riyadiyyah Fi Al-Ta'lim Al-Jami'iyy 'Ala Daw' Iqtisad Al-Ma'rifah*. Al-Mu'tamar Al-Dawliyy Al-Sabi' 'Ashar Li Kulliyyat Al-Tijariyyah. Jami'at Al-Iskandariyyah.
- Tashtush, Hani 'Abd Al-Mawla. 2012. *Al-Mashru'at Al-Saghirah Wa Dawruha Fi Al-Tanmiyah*. Al-Urdun: Dar Al-Hamid.

إنكار

الآراء الواردة في هذه المقالة هي آراء المؤلف. "فردانا: المجلة العالمية في البحوث الأكاديمية" لن تكون مسؤولة عن أي خسارة أو ضرر أو مسؤولية أخرى بسبب استخدام مضمون هذه المقالة.

