ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing

الإصدار التاسع – العدد التاسع والثمانون
تاريخ الإصدار: 2 – آذار – 2026م
www.ajsp.net

# "الميزة التنافسية وسلوك المخاطرة وعلاقتهما بتطوير المشروعات الصغيرة"

إعداد الباحثة:

**د. نادية صالح فتح الله الشاعر**

أستاذ مساعد بقسم الاقتصاد المنزلي

بالكلية الجامعية بفرسان

جامعة جازان – فرسان – المملكة العربية السعودية

DOI Number: https://doi.org/10.36571/ajsp/898

ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing

الإصدار التاسع – العدد التاسع والثمانون
تاريخ الإصدار: 2 – آذار – 2026م
www.ajsp.net

**ملخص البحث:**

يهدف البحث إلى التعرُف على العلاقة بين الميزة التنافسية وسلوك المخاطرة لدى اصحاب المشروعات الصغيرة، وعلاقتهما بتطوير المشروعات الصغيرة، تكونت عينة البحث من 99 مبحوث ممن لديهم مشروعات صغيرة أو أفكار لإقامة مشروعات صغيرة مستقبلية، واشتملت أدوات البحث على أداة الاستبيان المغلق تضمن بيانات أولية عن (العمر،المستوى التعليمى، العمل، السكن)، وبيانات أساسية (وجود مشروع صغير قائم، المعرفة بالميزة التنافسية، المعرفة بسلوك المخاطرة)، واستمارة الميزة التنافسية وسلوك المخاطرة وعلاقتهما بتطوير المشروعات الصغيرة مشتملة على ثلاث محاور رئيسة، وقد أتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الأول ودرجات العينة كل عبارة من عبارات المحور، مما يعني صحة الفرض الأول الذي ينص علي أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الميزة التنافسية وتطوير المشروعات الصغيرة، وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الثاني ودرجات العينة علي كل عبارة من عبارات المحور، مما يعني صحة الفرض الثانى الذي ينص علي أن استخدم سلوك المخاطرة بأسلوب صحيح له تأثير ايجابي في تطوير المشروعات الصغيرة، وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الثالث ودرجات العينة علي كل عبارة من عبارات المحور، مما يعني صحة الفرض الثالث الذي ينص علي انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وبين تطوير المشروعات الصغيرة.

**الكلمات المفتاحية:** الميزة التنافسية– سلوك المخاطرة – المشروعات الصغيرة.

**المقدمة:**

تعتبر مرحلة إيجاد فكرة لمشروع صغير من أصعب المراحل التي يمر بها صاحب المشروع، سواء كانت الفكرة بحد ذاتها، أو الافكار المتعلقة بأي مكون من مكونات المشروع التي تؤثر فيه تأثيرا ملموسا؛ كالموقع الأفضل أو الخدمة الأكثر ملاءمة، أو طريقة الترويج، أو مصادر المواد الخام، وعداها من الأمور.

والحقيقة أن إيجاد الفكرة الجيدة، لا يتأتى من تقليد مشروع ناجح كما يعتقد بعضهم، فلكل مشروع أسرار تطويره فقد يكمن فى (من يدير المشروع أو في مصادر الشراء، أو في تقنية وقدرات وأهلية العاملين أو في التكنولوجيا المستخدمة وغيرالمرئية، أو بأساليب الترويج، أو بطرق ومنافذ التوزيع، أو بالسمعة المتراكمة للمشروع مع الزمن، او بانتماء العملاء للمشروع، أو باختيار وتوقيت ساعات الدوام، أو بالاعتماد على سلعة رئيسة بين مجموعة سلع يقدمها المشروع.

ولابد للباحث عن فكرة مشروع جيدة وريادية أن يتمتع بالقدرة الكافية لأصحاب المشروعات الصغيرة، وان يكون لديه أسلوب مدروس ويقوم على مخطط واضح، بحيث يكون كل ذلك ملائما للظروف التي تحكم نجاح أو فشل المشروعات الصغيرة، وعلى صاحب المشروع الجديد استخدام أساليب بحثية كافية ، تعطي صورة واضحة عن فكرة المشروع من جميع الجوانب، إما بجهوده الشخصية أو باللجوء للمكاتب والهيئات والمنظمات الاستشارية لمساعدتهم في إيجاد فكرة مشروع جيدة، مع ضرورة أن تتلاءم الفكرة مع قدرات صاحب المشروع وتنسجم مع تصوره عن العمل الذي يريد امتلاكه، ولا تأتي افكار المشروعات الصغيرة من العدم، ولابد لواقع ما ان يولّد فكرة المشروع. وأهم أشكال الواقع التي تولد افكار المشروعات هي المشكلة التي تبرز في مجتمع فئة استهلاكية معينة على شكل يشعرون بهم انهم بحاجة إلى من يقدم لهم سلعة أو خدمة تنهي مشكلتهم. ومع ذلك، فقد لا يكون من السهل أن يعبر اصحاب الحاجة عنها بشكل جماعي، ولكن يمكن استدراكها من الأفراد في مجتمع تلك الفئة، أو من خلال ممارساتهم الحياتية العامة، وهذا ما جعل العالم يسمي اصحاب

المشروعات الصغير بالمسمى "رياديون" ، وذلك بسبب انهم اول من يكتشف الحاجة ويحولونها الى فكرة مشروع انتاجي ناجح وقابل للنمو. (عبد المحسن جودة ،2022).

**مشكلة الدراسة:**

تواجه كل مؤسسات الأعمال في إطار الضغوط البيئية والتنافسية المتزايدة مشكلات جوهرية تتمثل في سعيها المستمر للبحث عن المصادر التي تمكنها من تحقيق التطوير في الميدان التنافسي، لذلك نجدها تسعى إلى تحقيق مستويات إنتاج واسعة أو تجميع الموجودات والموارد(الملموسة وغير الملموسة) بأحجام كبيرة لبناء قدرات المنافسين والتأقلم مع ديناميكية البيئات التنافسية التي تعمل فيها وبما يضمن لها تحقيق الاستدامة للمزايا التنافسية لتعيق دخول منافسين جدد إلى القطاع الذي تعمل فيه، وتحقق الاستمرار في إطار مستويات متميزة من الأداء المؤسسي، وحتى مؤسسات الأعمال التي حققت التطوير في الميادين التنافسية ليس أمامها إلا التفكير في إيجاد آليات تتمكن من خلالها من استدامة ذلك التطوير، ووجدت أن تبني الإستراتيجيات الملائمة يمكن أن يحقق لها الوصول إلى تحقيق استدامة المزايا التنافسية في الأطر الزمنية المختلفة من خلال البحث عن مؤشرات الأداء التنظيمي المتميز والعمل على استمراريته واستدامته في المدى الطويل.(زكريا مطلق الدوري،2012).

ومن الملاحظ وجود مشاريع مماثلة في نوعية النشاط موجودة وتنافس على الساحة حيث لوحظ مشاريع مستمرة و أخرى لم تستمر كثيرا وأغلقت على سبيل المثال نوعيات من الكافيهات إحداها تلقى إقبال كبيراً وأخرى لم تحظى بهذا الاقبال فهل توجد ميزة تنافسية بين المشروعات؟

وعليه تتلخص مشكلة البحث في سؤال رئيس هو ما علاقة الميزة التنافسية وسلوك المخاطرة بتطوير المشروعات الصغيرة؟

**ومن هنا نستطيع بلورة مشكلة البحث الحالي في الإجابة على التساؤلات الآتية:**

1- هل توجد علاقة بين الميزة التنافسية وتطوير المشروعات الصغيرة؟

2- ما تأثير سلوك المخاطرة على تطوير المشروعات الصغيرة؟

3- ما نوع العلاقة بين وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وبين تطوير المشروع الصغير؟

**فروض الدراسة:**

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الميزة التنافسية وتطوير المشروعات الصغيرة.

2- اسخدام سلوك المخاطرة بأسلوب صحيح له تأثير إيجابى فى تطوير المشروعات الصغيرة.

3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وبين تطوير المشروع الصغير.

**أهداف الدراسة:**

يهدف البحث الحالي إلى علاقة الميزة التنافسية وسلوك المخاطرة بتطوير المشروعات الصغيرة وذلك من خلال الآتي:

1- التعرف على العلاقة بين الميزة التنافسية وتطوير المشروعات الصغيرة.

2- الكشف عن تأثير سلوك المخاطرة على تطوير المشروعات الصغيرة.

3- توضيح العلاقة بين سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وبين تطوير المشروعات الصغيرة.

**أهمية الدراسة:**

1- نشر ثقافة الميزة التنافسية لدى أصحاب المشروعات الصغيرة أو من لديهم أفكار لإقامة مشروعات صغيرة مستقبلية.

2- محاولة للمساهمة في توضيح العلاقة بين الميزة التنافسية وسلوك المخاطرة وتطوير المشروعات الصغيرة.

3- ترغيب الباحثين في الاهتمام بدراسة عوامل تطوير المشروعات الصغيرة.

4- تعزيز مفهوم الميزة التنافسية وأهميتها.

**منهج البحث:** يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي.

**حدود الدراسة:**

1- **الحدود الجغرافيه:** يتحدد النطاق الجغرافي في منطقة جازان.

2- **الحدود البشرية:**

**عينة البحث الاستطلاعية:** تكونت من 30 مبحوث وذلك لتقنين أدوات البحث عليها من خلال مايلى:

أ – التحقق من مدى مناسبة العبارات ومدى فهم أفراد العينة لها ومدى دقة الإجابات .

ب – إجراء التحليلات اللازمة لحساب معامل الصدق والثبات للمقياس .

- **عينة البحث الأساسية:** تكونت عينة البحث من 99 مبحوث ممن لديهم مشروعات صغيرة أو أفكار لإقامة مشروعات صغيرة مستقبلية.

3- **الحدود الزمنيه:** تم تطبيق أدوات البحث فى الفتره من بداية شهريناير حتى نهاية شهر فبراير 2024م.

**مصطلحات الدراسة وتعريفاتها:**

**الميزة التنافسية: Competitive Advantage**

انفراد المشروع بعنصر أو أكثر يجعله متفوق على منافسيه كالإدارة أو مصادر الشراء، أو تقنية وقدرات وأهلية العاملين أو التكنولوجيا المستخدمة أو أساليب الترويج، وغيرها، مما يساعده فى تقديم أسعار أقل مع قيمة وجودة أفضل تلبى إحتياجات ورغبات العملاء وتحوز رضاهم.

**سلوك المخاطرة: Risk-Taking Behavior**

هو قرار يتخذه صاحب المشروع الصغير بناءاً على المجازفة في إحتمالية النجاح أو الفشل فيجعله يقبل على موقف فيه خطورة محتملة.

**المشروعات الصغيرة: Small Projects**

هي كل مؤسسة تضم عدد محدود من العاملين فيها ولايحتاج لإقامتها أصول رأسمالية ضخمة وتكون ملكيتها محصورة بصاحب المؤسسة أو شريك آخر.

**الإطار النظري والدراسات السابقة:**

من المعروف أن بيئة الأعمال تتميز بشدة المنافسة وكثرة المنافسين، وبالتالي تجد المنشآت نفسها مضطرة إلى مواجهة المنافسة الشرسة، مما يجبر المنشأة بمختلف توجهاتها وأشكالها على الحفاظ على وجودها في السوق أمام المنافسين، لذلك هي في حاجة إلى توفير ميزة تنافسية أو أكثر لتكون بمثابة صمام أمان في ظل اشتداد حدة المنافسة في السوق، وإن إدارة تلك المخاطر بشكل سليم ومدروس سيعزز من وجود ميزة تنافسية للمنشأة كمصدر ثان من مصادر الميزة التنافسية. (غسان النجار، 2017).

وقد تناولت الباحثة المفاهيم الأساسية المرتبطة بالدراسة من خلال ثلاثة أجزاء رئيسية على الوجه التالي:

**المبحث الأول:** الميزة التنافسية.

**المبحث الثاني:** سلوك المخاطرة.

**المبحث الثالث:** الميزة التنافسية وعلاقتها بالمشروعات الصغيرة.

**المبحث الرابع:** سلوك المخاطرة وعلاقته بالمشروعات الصغيرة.

**المبحث الأول: الميزة التنافسية:**

**أولاً: نشأة الميزة التنافسية:**

نشأ مفهوم الميزة التنافسية في الاقتصاد والأعمال منذ ظهور أعمال "ديفيد ريكاردو" خلال ثلاثينيات القرن الماضي حتى ظهور مصطلح الميزة التنافسية عام 1939على يد الاقتصادي " شامبرلين " وحسب مايكل بورتر, فان الميزة التنافسية تنشأ عند اكتشاف الشركة طرقا جديدة لإشباع حاجات العملاء يمكن تجسيدها ميدانيا وتكون اكثر فعالية من طرق المنافسين أي بمجرد أحداث ابتكار بمفهومه الواسع أما فيليب كوتلر, فيؤكد أنها ميزة على المنافسين تكسبها الشركة عن طريق تقديما قيمة اكبر للمستهلكين , اما من خلال أسعار أقل أو تقديم منافع أكبر تبرر السعر الأعلى (هارفان ريفيو، 1922).

**ثانياً: تعريف الميزة التنافسية:**

الميزة التنافسية هي مجال تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية او الحد من أثر التهديدات, وتتبع الميزة التنافسية من قدرة المنظمة على استغلال مواردها المادية أو البشرية، فقد تتعلق بالجودة أو التكنولوجيا أو القدرة على خفض التكلفة أو الكفاءة التسويقية أو الابتكار والتطوير أو وفرة الموارد المالية أو تميز الفكر الاداري, أو امتلاك موارد بشرية مؤهلة ، فهي التميز في المنتج (ابداع و ابتكار منتج جديد ) أو في وظائف المؤسسة والمزيج التسويقي لديها. (بشرى جاب الله ,2014)

وذكر (Rachdi،2011) أن: الميزة التنافسية تنشأ أساسا من القيمة التي تستطيع المؤسسة أن تخلقها لزبائنها, بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل عن أسعار المنافسين .

ويشير مفهوم الميزة التنافسية الى قدرة الشركة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للشركات الأخرى العاملة في نفس النشاط وتحقيق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات و الموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية بالإضافة الى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الامكانيات التي تتمتع بها الشركة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجيات التنافسية ويرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين اساسيين هما القيمة المدركة لدى العميل وقدرة الشركة على تحقيق التميز (أبو بكر,2007) فهى الميزة التي تمكن الشركة من أن تقدم أداء أفضل من منافسيها وتشير الميزة التنافسية الى العوامل التي تسمح للشركة بإنتاج خدمات أو سلع بشكل أفضل أو بتكلفة اقل من المنافسين مما قد يولد المزيد من المبيعات أو هوامش ربح اعلى ولكي تكون الشركة ناجحة يجب ان تولد الميزة التنافسية قيمة لأصحاب المصلحة.

–ولقد أوضح(مصطفى2006،) بأن الميزة التنافسية تتمثل في تميز الشركة على منافسيها بمركز فريد يتيح لها تقديم منتج متميز أو أكثر بأسلوب ناجح وربحية أفضل.

لقد زاد اهتمام منظمات الأعمال في الوقت الحالي بتحقيق الميزة التنافسية من خلال ما تقدمه من منتجات تلبي حاجات ورغبات العملاء. و يعد وضع مفهوم للميزة التنافسية من القضايا التي شغلت اهتمام الكثير من المهتمين و الباحثين في مجال الإدارة والتسويق، باعتبارها المصدر الرئيسي لتحديد وضع الشركة في السوق مقارنة بالمنافسين(Aladwan and Hersh , 2014).

–تعد الميزة التنافسية للمشاريع سمة تمنح عملك ميزة على منافسة، كما تشير إلى الظروف التي يمكن للشركة فيها انتاج سلع أو خدمات أفضل أو أرخص في نفس الوقت من منافسيها في الأسواق حيث تسمح هذه الظروف للشركة بتوليد المزيد من المبيعات أو هوامش ربح أعلى في السوق مقارنة بمنافسيها ويمكن تصنيف المزايا التنافسية للشركات الى هيكل التكلفة وجودة عروض المنتجات والعلامات التجارية وشبكة التوزيع وخدمة العملاء والملكية الفكرية.

**وتعرف الباحثة الميزة التنافسية إجرائياً بأنها:**

انفراد المشروع بعنصر أو أكثر يجعله متفوق على منافسيه كالإدارة أو مصادر الشراء، أو تقنية وقدرات وأهلية العاملين أو التكنولوجيا المستخدمة أو أساليب الترويج، وغيرها، مما يساعده فى تقديم أسعار أقل مع قيمة وجودة أفضل تلبى إحتياجات ورغبات العملاء وتحوز رضاهم.

**ثالثاً:أنواع الميزة التنافسية:**

يوجد أنواع عديدة للميزة التنافسية , تختار منها الشركات ما يناسب حالة الشركة, من أهمها :

- **ميزة المتحرك الأول :** يكتسب اللاعب الأول الذي يتبنى منتجا أو منهجا جديدا ميزة تنافسية لمجرد أنه كان الأول قد تحدث هذه الميزة اذا كان المحرك الأول قادرا على الاستحواذ على حصة أكبر من السوق المتاح بينما لايزال معروضاته فريدة بحلول الوقت الذي يقلده فيه المنافسون, قد يكون المحرك الأول قد حقق وفرات الحجم, أو الاعتراف بالعلامة التجارية ما يحافظ عل ميزته.
- **ميزة تستند الى الوقت:** اذ يمكن أن يكون الوقت مصدرا للميزة التنافسية, على سبيل المثال؛ يمكن ان يكون وقت طرح منتجات جديدة في السوق أمرا بالغ الأهمية في أسواق التكنولوجيا والأزياء العالمية حيث تكون حياة المنتج قصيرة, وقد تكون القدرة على التسليم بسرعة أو في غضون فترات زمنية ضيقة جدا بنفس أهمية السعر.
- **ميزة قائمة على التكنولوجيا:** يمكن تسخير التكنولوجيا لخلق ابتكار تجاري, وتحقيق الميزة التنافسية من خلاله.

(هارفان ريفيو, 1922)

**رابعاً: استراتيجيات الميزة التنافسية:**

- **استراتيجية قيادة التكلفة:** الهدف هو أن تصبح جهة الانتاج الأقل تكلفة أو الأكثر كفاءة، الطريقة التقليدية لإنتاج منتجات أو خدمات منخفضة التكلفة هي أن تكون من كبار الموردين واذا كان بإمكان شركتك انتاج منتجات بتكلفة أقل من منافسيك فيمكنك حينئذ تحديد سعر بيع لا يمكن لمنافسك تكراره, ولكي تكون شركتك الجهة المنتجة الأقل تكلفة يمكنك تجربة: (زيادة مستويات الإنتاجية – الاستفادة من القدرة على التفاوض على أسعار أقل للإنتاج – تقليل الهدر – تدريب الموظفين بشكل أفضل – تقليل وقت تعطل الآلات – استخدام التكنولوجيا بشكل أكثر فعالية في الإنتاج)
- **استراتيجية التميز:** هي تلك التي تتضمن تطوير سلع أو خدمات فريدة تختلف اختلافًا كبيرًا عن المنافسين. ويجب على الشركات التي تستخدم هذه الاستراتيجية أن تستثمر باستمرار في البحث والتطوير للحفاظ أو تحسن ميزات المنتج أو الخدمة الرئيسية، فمن خلال تقديم منتج فريد مع قيمة مقترحة Value Proposition فريدة تمامًا، يمكن للشركات غالبًا إقناع المستهلكين بدفع سعر أعلى مما يؤدي إلى هوامش ربح أعلى. ونواحي التميّز متنوعة ولا حصر لها بسبب: تعدد حاجات ورغبات العملاء والمستهلكين، فطول عمر المنتج، ودقة مواعيد التسليم، وسهولة الاستخدام، والجودة العالية، والتوصيل المجاني المنتج، كلها خصائص، على سبيل المثال لا الحصر، يمكن أن تتخذها اي شركة طريقاً للتميز.
- **استراتيجية التركيز:** فيها تستهدف الشركة شريحة او قطاعات معينة من السوق وتحدد الشركة التي تستخدم هذه الاستراتيجية مجموعات العملاء الذين لديهم احتياجات ورغبات فريدة وتوفر منتجات أو خدمات خصيصا لهم والهدف هو تلبية رغبات تلك الشريحة او هذا القطاع الصغير من السوق الذي لا يفي به المنافسون , واستراتيجية التركيز لها متغيرين رئيسيين هما: التركيز على التمايز: تقدم منتجات او خدمات متميزة في قطاع ضيق من السوق, مثل تقديم لحوم حلال في بلد ذات أقلية من المسلمين – التركيز على التكلفة: أن تكون المنتج الأقل تكلفة في قطاع ضيق من السوق.

( https://www.business4lions.com)

**خامساً:أهمية الميزة التنافسية:**

ان ما يعيشه العالم المعاصر اليوم من تحديات في مختلف القطاعات والمجالات الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، و الثقافية، بحيث وجدت المنظمات نفسها اليوم تعيش في ظل بيئة ديناميكية ، معقدة، ومتغيرة باستمرار، وأصبح البقاء و النمو و الاستمرار مرتبطا بامتلاك ميزة أو ميزات تنافسية غير قابلة للتقليد أو المحاكاة في ظل تعدد المنافسين ، و التغير المستمر في أذواق المستهلكين، ووجود منتجات بديلة ،أو الاعتماد على مبدأ الابتكار والتجديد الدائم للعناصر فالتقليد سيصبح ضرورة خاصة إذا حققت الميزة التنافسية أرباحا للمؤسسة ، لذا عليها تخصيص جانب مالي و مادي معين داخلها للإبداع التكنولوجي، والاستماع لكل من له فكرة، وفتح الأبواب أمام العمال الذين يعايشون يوميات الإنتاج و يعرفون أسراره.(معيوف عرجونة ,2006).

**ساسا: أهداف الميزة التنافسية**

الميزة التنافسية تحدد عملًا تجاريًا بعيدًا عن الآخرين، فإما أن يكون هيكل التكلفة الخاص بها يسمح لها بفرض أسعار منخفضة على المستهلكين، أو لأنها تقدم منتجًا وخدمة عالية الجودة في المقابل، تتحول هذه الميزة إلى ارتفاع الطلب على منتجاتها.

نظرًا لترابط الاقتصادات في جميع أنحاء العالم، فقد أصبح من المهم بشكل متزايد للشركات إنشاء ميزة تنافسية ، تتيح لها المنافسة مع الشركات المحلية وكذلك الشركات الموجودة في الخارج وأيضاً إنشاء عرض قيمة فريد لجذب العملاء.

السعر ليس العامل الوحيد الذي يمنح الشركة ميزة تنافسية مع ازدهار الاقتصادات، بل يبدأ المستهلكون في تفضيل عوامل أخرى في قرارات الشراء الخاصة بهم هناك تركيز أكبر على الجودة والموثوقية والخدمة وعوامل أخرى وهذا يعني أنه يجب على الشركات أن تصبح أكثر إبداعًا وابتكارًا من أجل الحصول على ميزة تنافسية اليوم.

(https://www.almrsal.com/post/1097711)

**سابعاً:مصادر إكتساب الميزة التنافسية:**

التواصل لاكتساب ميزة تنافسية يتطلب من المؤسسة الاعتماد على عدة عناصر تمثل مصادر لاكتسابها موضحة كالتالي: – **الكفاءة:**عنصر أساسي في المؤسسة ناتجة عن قياس مخرجات العنصر البشري لديها, فعندما يكون لدى المؤسسة مستوى عال من انتاجية العمال سوف تحقق بالمقابل مستوى أدنى من تكاليف الانتاج أي أن هذه المؤسسة ستكسب ميزة تنافسية للتكلفة الأقل.

– **الجودة:**تعنى أن المؤسسة ليس لديها معدلات مرتفعة للتلف أو الإعطاب والأخطاء في المنتجات، مما يجعل صورتها جيدة لدى المستهلكين والعملاء وبالتالي قدرة المؤسسة على التميز والتحكم في اسعار منتجاتها ورفعها مما يزيد أرباحها.

– **الابداع:** يمثل الأسس البنائية للميزة التنافسية، حيث يشمل التطورات في المنتجات، أساليب الإنتاج، نظم التسيير و الاستراتيجيات التي تتبعها المؤسسة، عندما يتحقق الابداع يمنح المؤسسة منتجات مميزة لا يمتلكها المنافسون ويسمح التفرد والتميز لهذا المنتج للمؤسسة بفرص أسعار عالية مقابل تكاليف منخفضة مقارنة بالمنافسين وعندما يحين وقت نجاح المنافسين من محاكاة المنتج الجديد تكون المؤسسة قد نجحت في كسب ولاء العملاء للمنتج والعلامة ما يمنحها ميزة تنافسية قوية.

_ **الاستجابة لحاجات العميل:** أي قيام المنظمات باستغلال الامكانيات المختلفة في تحسين القيمة التي يدركها العميل للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المنظمات مما يساهم في بناء الميزة التنافسية لها.(بشرى جاب الله ، 2014).

**ثامنا: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية:**

تتحدد معايير جودة الميزة التنافسية من خلال ثلاثة عناصر أساسية وهي:

**1- مصدر الميزة:** تنقسم لكل من:

- التكلفة الأقل وتتضح عن طريق اليد العاملة والمواد الأولية؛ إذ من الممكن تقليدها وتحقيقها من قبل المنظمات المنافسة، وهي مرتبة منخفضة كمصدر للميزة التنافسية.

- **العلامة التجارية ذات السمعة الطيبة:** وتتضح عن طريق التميز في تقديم السلعة أو الخدمة، العلاقة الجيدة مع العملاء، التكنولوجيا المستخدمة وهي مرتبة مرتفعة كمصدر للميزة التنافسية.

**2 – عدد مصادر الميزة التنافسية التي تمتلكها المنظمة:**

يعتبر اعتماد المنظمة على ميزة تنافسية واحدة عملية ذات مخاطر عالية من حيث سهولة تقليدها والتغلب عليها من قبل المنظمات المنافسة مثل اعتمادها على التكلفة المنخفضة للمواد الأولية، بعكس تعدد مصادر الميزة التنافسية لدي المنظمة، الأمر الذي يصعب على المنافسين تقليدها والتغلب عليها.

**3 – دورة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة التنافسية**

تعتبر دورة التحسين والتطوير التي تحدثها المنظمة في الميزة التنافسية لديها إحدى أهم محاكات ومعايير الحكم على جودة تلك الميزة من خلال التنوع في المصادر وتعددها والعمل الدوري على تطويرها باستمرار.

(https://almerja.net/reading.php?idm=206853)

**تاسعاً: كيفية تحقيق الميزة التنافسية:**

تحقيق الميزة التنافسية عن طريق:

1 _فهم عقلية العملاء والصفات المميزة للشريحة المستهدفة التي تتعامل مع مشروعك التجاري. ومحاولة أن تستهدف فئة من الجمهور مختلفة عن فئة عملاء المنافس من خلال فهم طبيعة عملائك بوضوح، تكمن أهمية تحديد الجمهور في العملية التسويقية كونه حجر الأساس التي تقوم عليه باقي الخطوات. فبدونه لا يمكن تحديد أي المنتجات الأفضل لعرضها، وبدونه تسير الحملة التسويقية في دائرة مغلقة من العشوائية والتخبط.

2-العلامة التجارية من أهم الخطوات لبناء ميزتك التنافسية فهي العلامة الفارقة لك في السوق. ويتم بناء العلامة التجارية من خلال ربط جودة عملك الذي يميزك باسم تجاري يدل على مشروعك و يدل على جودة منتجاتك.

3-القدرة على التكيف مع حالة الصعود والهبوط في الأسواق تعتبر ميزة تنافسية لا يستهان بها، من خلال أخذ الحيطة والتدابير اللازمة لحماية مشروعك من البيئة المحيطة بك مما سيضمن استمرارية مشروعك وتميزه عن غيره.

4-دراسة نقاط القوة المميزة لمشروعك التجاري لتستطيع اكتشاف الجوانب التي يمكنك أن تستلهم منها جانب تميزك أو الطريقة السحرية لامتلاك ميزتك التنافسية. اسأل نفسك.

5-العمل على تقليل التكاليف كأحد الاستراتيجيات المتبعة في الأسواق من قبل المشاريع التجارية بهدف الوصول إلى "الميزة التنافسية" أو الإضافة إلى مميزاتهم التنافسية الحالية بالفعل حيث يهتم العملاء في كل الأسواق تقريبًا بوضع سعر المنتج في الاعتبار عند اتخاذ قرار الشراء، فتتمكن من تقديم فائدة جديدة تجذب العملاء.

6-التركيز على تقديم خدمة متميزة للعملاء ودراسة آلية تقديم الخدمة المتميزة ومعالجة أي خلل في عمليات تقديم خدمتك للعملاء فوراً، وبذل المزيد من الجهد في سبيل الاستمرار دائمًا في المحافظة على نفس مستوى الخدمة وتحسينها.

( https://sada-consulting.com)

**المبحث الثانى: سلوك المخاطرة:**

**أولا: تعريف سلوك المخاطرة:**

المخاطرة هي رغبة الفرد في تخطي الأشياء العادية والمألوفة والدخول الى المجهول والرغبة في التحدي والترغيب بالمغامرة في سبيل الحصول على قيمة متوقعة أو اشباع معين لديه.(العبد ومصطفى،1985) هي عبارة عن قيمة اجتماعية نسبية يتسم فيها مجتمع أو جماعة خاصة دون أخرى فقيم الجماعة لها القوة والضغط في انحراف المخاطرة نحو المجازفة أو التحفظ. (عبد المحسن جودة،2022). وأيضا تعرف بأنها التصرف ازاء موقف ما يكون مصحوبا بخسارة او مكسب مادي أو معنوي نتيجة لقرار معين اتخذه الشخص بعد دراسته وتقييمه للبدائل المتاحة والاختيار بينها (نادية دسوقي،2007).

ترتبط المخاطرة بالسلوك إرتباط قوى ،لأن هذا السلوك يحتاج إلى المجاذفة ولابد أن يكون نابعا من شخصية قوية لا تعرف التردد ولا الخوف ، فالمخاطرة تعد سمة من سمات الشخصية. وهناك بعض المقاييس التي تقيس المخاطرة منها مقياس كاتل فالدرجة المرتفعة على مقياس كاتل تعني المخاطرة والإقدام والاندفاع مقابل الدرجة المنخفضة التي تقيس الخجل والحرص والانعزال والانسحاب وقد وجد كاتل دورا مهما للوراثة في هذه السمة.( إبراهيم عبد الحميد ،1992).

– هو سمة معرفية ذات وجهة اجتماعية ومحددة لسلوك الفرد إزاء التعرض لبعض المواقف التي لا تتضح فيها المعلومات مما يؤدي إلى حالة من عدم القدرة على الضبط الانفعالي والمعرفي ومن ثم قد يقترف الفرد سلوكيات خطرة كارتكاب الحوادث نتيجة رعونة القيادة ومخالفة القواعد المدروسة أو غيرها من السلوكيات.( درويش ،2005).

– يرى نيهارت (1991) أن سلوك المخاطرة هو إتيان الفرد سلوكا تجاه شيء ما عندما لا تتضح نتائج هذا الفعل أو الشيء حيث يحاول بعض الصغار فعل أو أداء سلوكيات مندفعة نحو بعض الأشياء التي يطلق عليها بالخطورة ( درويش ،2005 ).

–هو الإقدام على اتخاذ قرارات مهمة دون تردد والانتقال لبيئة عمل أخرى ، والبحث عن مستوى أفضل والرغبة في التعبير والتجديد والسعي لاكتساب خبرات جديدة ( عبدالله ،2011).

**وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه:** قرار يتخذه صاحب المشروع الصغير بناءاً على المجازفة في إحتمالية النجاح أو الفشل فيجعله يقبل على موقف فيه خطورة محتملة.

**ثانياً: دوافع سلوك المخاطرة:**

تحدد دوافع سلوك المخاطرة عاملياً من خلال العوامل التالية: (البحث عن الإثارة، ويشير إلى حب المغامرة والتعرف على خبرات جديدة والبعد عن الملل والاستمتاع بالأشياء الجديد– الطموح والميل لتحقيق الأهداف وعدم التردد في اتخاذ القرارات والميل لتحسين ظروف الحياة – الاندفاع والرغبة في التحرر من القيود والأعراف الاجتماعية وعدم الحذر، وعدم الاهتمام بما يترتب على السلوك من عواقب وعدم الاستسلام للسائد والمألوف – الميل إلى الإعجاب والاستعراض والاهتمام لجذب الأخرين).(عبدالله، 2011).

هناك سمات يتسم بها المخاطر منها: القدرة على التحكم برغباته وحل المشكلات واتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب والإنتماء للوطن والدين.

**رابعا: النظريات المفسرة لسلوك المخاطرة**

تعد النظريات التي توصل إليها العلماء هي جهد كبير من الابحاث العلمية والتجارب المستثمرة منها:

**1-نظرية دافع الإنجاز:** توقع الفرد لأدائه وادراكه الذاتي لقدرته حيث أن الأفراد ذوي الدافعية العالية للإنجاز يبذلون جهدا كبيرا ومخاطرة في محاولات الوصول الى حل المشكلات، ويؤكد أن النزعة أو الميل للحصول على النجاح أمر متعلم وهو يختلف بين الأفراد ويختلف عن الفرد الواحد في المواقف المختلفة وهذا الدافع يتأثر بعوامل رئيسية ثلاثة عند قيام الفرد بمهمة ، وهذه العوامل مرتبطة بالوصول إلى النجاح واحتمالات النجاح المرتبطة بصعوبة المهمة والقيمة الباعثة للنجاح. (Petri and Govern ,2004).

**2-نظرية التحليل النفسي**

- ذكر فرويد في نظريته وجود نوعين أساسين للغرائز وهما غريزة الحياة وغريزة الموت ، وأن الشخص المخاطر يختار غريزة الموت من أجل جعل الحياة مفعمة بالحيوية والنشاط.(القريطي،2002). واهتم ايضا اربك فروم بالشخصية وركز على الشخصية المبدعة والمبتكرة ويرى أن الشخصية المخاطرة هي نمط من أنماط الشخصية المبدعة المبتكرة والمخاطرة صادرة من حاجتها الى الاحساس بالهوية والتسامي على الذات التي تعتبر من الحاجات الأساسية المنبثقة عن وجود الانسان فحينما يقدم الانسان على اتخاذ المخاطرة انما يقدم عليها بناء على صورة كونها الفرد عن نفسة وعن الاخرين فاتخاذ المخاطرة ترجمة لموقف المخاطر من نفسه ومن خلال العلاقات الشخصية المتبادلة مع الآخرين.(الشاعر,2005)

**المبحث الثالث: الميزة التنافسية وعلاقتها بالمشروعات الصغيرة:**

**أولاً:تعريف المشروعات الصغيرة:**

ليس من السهل وضع مفهوم متفق عليه للمشروعات الصغيرة، فقد يختلف مفهوم المشروعات الصغيرة من دولة إلى أخرى، وحتى داخل الدولة نفسها، وبالرغم من ذلك فأنه يمكن الاعتماد على مجموعة من المعايير كحجم رأس المال المستثمر، و عدد العمال، وطبيعة الملكية والمسؤولية الإدارية، والمستوى التقني، وحجم الإنتاج، وغيرها من المعايير لتعريف هذه المشروعات. (بن ناصر ,2010)

فقد أوضح (مكتب العمل العرسي،2011) أنه لتعريف المشروعات الصغيرة توجد مجموعة من المعايير الكمية حجم العمالة وعدد الآلات و وسائل النقل و المستوى التكنولوجي وحجم رأس المال، وأخرى نوعية (أسلوب الإدارة ومدى الاستقلالية)، كما أوضح أن معيار حجم العمالة يعد المعيار الأقرب للتعبير عن القدرة على التشغيل لهذه المشروعات.

ولقد عرف الاتحاد الروسي المشروع الصغير بأنه "المؤسسة التي تضم أقل من 50عاملاً ويكون إجمالي أصولها أقل من 5 مليون يورو"، أما المشروع المتوسط فهو "تلك المؤسسة التي يتراوح عدد العاملين فيها من 50إلى 249عامل، و إجمالي أصولها أكبر من 5 مليون يورو.(دليلة وشيراز،2012).

وأخيرا أكد (السبيعي، 1434هـ) أن حجم العمالة في المشروعات الصغيرة يتراوح ما بين1_10عامل، وحجم العمالة في المشروعات المتوسطة يتراوح ما بين 21-100عامل وذلك طبقاً للتشريع السعودي في هذه المجال لذا سيتم الاعتماد على هذا المعيار في تعريف المشروعات الصغيرة التي تنتمي لحاضنات الأعمال بمنطقة تبوك كمجتمع للدراسة الحالية.

**وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه:** كل مؤسسة تضم عدد محدود من العاملين فيها ولايحتاج لإقامتها أصول رأسمالية ضخمة وتكون ملكيتها محصورة بصاحب المؤسسة أو شريك آخر.

**ثانياً: الميزة التنافسية وعلاقتها بالمشروعات الصغيرة:**

تعد الميزة التنافسية للمشاريع الصغيرة من اهم المفاهيم في عالم الأعمال، فالشركات التي تستطيع البقاء في سوق المنافسة القوية تلك التي تستطيع تحقيق النجاح المستدام، فهى سمة تمنح عملك ميزة على منافسيك كما تشير الميزة التنافسية إلى الظروف التي يمكن للشركة فيها انتاج سلع أو خدمات أفضل أو أرخص من منافسيها في الأسواق. وبتوليد المزيد من المبيعات أو هوامش ربح أعلى في السوق مقارنةً بمنافسيهاز ويمكن تصنيف المزايا التنافسية للشركات إلى: هيكل التكلفة وجودة عروض المنتجات والعلامات التجارية وشبكة التوزيع وخدمة العملاء والملكية الفكرية.

( https://blog.kafiil.com)

**ثالثاً: أهمية المشروعات الصغيرة:**

تساعد المشروعات الصغيرة في سد احتياجات السوق المحلى، وتساهم في تقليل فاتورة الاستيراد نظرًا لدورها في تحسين الإنتاجية وزيادة المعروض من بعض المنتجات في السوق المصرية، وكذلك فإنها تقدم المزيد من فرص العمل وتساهم في تشغيل ملايين الشباب مما يقلل نسبة البطالة، كما يُمكن لتلك الصناعات أن تُشارك في زيادة الاحتياطي النقدي من خلال تصدير بعض السلع، خاصة المنتجات الحرفية والغذائية. كما أنها تتميز بقدرتها على توظيف العمالة نصف الماهرة، وتعطى فرصة للتدريب أثناء العمل لرفع القدرات والمهارات، وبالإضافة إلى ذلك، تنخفض نسبة المخاطرة فيها بالمقارنة بالشركات الكبرى، وأخيرًا، فإنها تساهم في تحسين الإنتاجية وتوليد وزيادة الدخل.

( https://www.youm7.com/story/2021/3/27/)

**رابعاً: أنواع المشروعات الصغيرة:**

يمكن تصنيف المشروعات الصغيرة إلى:

1_ مشروعات إنتاجية: وهى نوعان :

أ–المشروعات التي تنتج سلعاً استهلاكية مثل الصناعات الصغيرة واليدوية وورش الإنتاج التي تستخدم الموارد المحلية.

ب–أو تنتج سلعاً إنتاجية لأجزاء تساهم في إنتاج سلعة أخرى كالصناعات المغذية لأنتاج الملابس الجاهزة أو الصناعات المغذية للسيارات.

2_ مشروعات خدمية: وهى التي تقدم خدمات لعملائها مثل خدمة الاستشارات الطبية أو الهندسية أو الإدارية أو السياحية أو إصلاح السيارات أو خدمات الكمبيوتر.

3_ خدمات تجارية: وهى كل مشروع يقوم بشراء سلعة ثم يقوم بإعادة بيعها أو تعبئتها وتغليفها وبيعها بقصد الحصول على ربح مثل تجارة الجملة والتجزئة.(محمد هيكل،2002).

كما يمكن تصنيفها لأنواع مختلفة: من حيث النشاط إلى إنتاجية وتجارية – من حيث الحجم إلى صغيرة وصغيرة جداً ومتناهية الصغر – من حيث الهدف إلى مشروعات تنفيذية لمشروع كبير ومشروعات صغيرة لتحقيق الربح والدخل ومشروعات صغيرة لاشباع الحاجات ومشروعات صغيرة لإيجاد فرص العمل – من حيث نظام الإنتاج إلى نظام انتاج علمى ونظام الصناعة العائلية ونظام الحرف اليدوية ونظام الورش – من حيث الشكل القانوني إلى فردية وشركات أشخاص وشركات أموال – من حيث المجال إلى صناعى وزراعى وخدمى وتربية.(هناء شيحة،2017).

هناك أفكار كثيرة ومتنوعة للمشروعات الصغيرة منها: كوفي شوب – متاجر الورد – الخياطة والتطريز – الصناعات الخشبيّة – تطوير مواقع الويب – التدريب الشخصي الرياضى – التدريس عن طريق الإنترنت – كتابة المحتوى – الترجمة – التصوير – تجارة التجزئة – أعمال البناء – مشاريع تقديم خدمات السيّارات.

**خامساً: دور المشروعات الصغيرة في التنمية الاقتصادية:**

تعد هذه المشاريع طاقة انتاجية مولدة للدخل وفرص العمل ، حيث تعمل على زيادة الناتج القومي. كما أنها تمثل دوار في التنمية الاجتماعية من خلال خفض معدلات الفقر والبطالة ، مشاركة المرأة في العملية الانتاجية وتحفيز المشاركة الشعبية في الاقتصاد الوطني وتوفير فرص العمل للمواطنين.

وتقوم بدور ظاهر في التنمية الاقتصادية حيث تساعد في استيعاب الموارد الانتاجية على مستويات الاقتصاد كافة حيث تنتشر في حيز جغرافي أوسع من المشاريع الكبيرة ، وتزيد من حدة المنافسة في السوق المحلي ، وتحل محل المشاريع الكبيرة التي أجبرت على الخروج من السوق.

كما أن لها أثرها الايجابي في التطوير والابتكار لارتفاع قدرة أصحابها على الابتكارات الذاتية في مشاريعهم. وتسهم بقدر كبير في استغلال مدخرات المواطنين. ومثل هذه المشاريع لها القدرة على تحمل الأزمات المالية والاقتصادية العالمية ، وقدرتها على مواجهة المتغيرات والمرونة على التكيف بسرعة معها .(زكية مقري,2011)

**سادساً: دعم المشروعات الصغيرة في المملكة العربية السعودية:**

1–وزارة العمل ودعم المشاريع الصغيرة

تدعم الحكومة الشباب كخيار استراتيجي، والابتعاث خير دليل حيث وصل أرقاماً قياسية. كما أنشأت جهات داعمة للشباب فأصبح هناك أكثر من 26 جهة تدعم الشباب، قدمت وزارة العمل الدعم للشباب الذى يبحث عن عمل ، ولكنها في المقابل لم تدعم المبدعين من الشباب الذين يبحثون عن خلق وظائف لغيرهم ، ألا وهم شباب الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والذين يعتبرون شركاء لوازرة العمل في القضاء على البطالة . المبدعون هؤلاء رغم قلة نسبتهم في العالم إلا أنهم يوظفون حوالي 50% من القوى العاملة في أمريكا ، ومثلها تقريباً في كندا . لذا نجد دول العالم المتقدمة تدعمهم . وحتى في المناسبات التي تدعم المشاريع الصغيرة مثل جائزة صاحب السمو الملكي الأمير سلمان بن عبد العزيز ، وجائزة رواد الأعمال الأكثر ابداعاً في السعودية والتي أقامها فوربز، ومنتدى التنافسية الذي تشرف عليه هيئة الاستثمار، نرى الجميع يدعمها ولكن لا نرى وازرة العمل تدعمها.(صندوق موارد العمل،2014)

**٢–مبادرة باب رزق جميل:**

أحد مبادرات عبداللطيف جميل الاجتماعية .وهذا البرنامج يركز بشكل مباشر على مجالات توفير فرص العمل من خلال فروعة في جميع مناطق المملكة. وتتركز أهدافخ في توفير فرص عمل للشباب والشابات ، وتعريف الشركات بالكوادر الباحثة عن عمل، والباحثين عن العمل بالفرص المتاحة في تلك الشركات. كما يهدف البرنامج إلى دعم أصحاب المشاريع الصغيرة ، ودعم برامج العمل من المنزل ، وتوفير البيئة المتميزة لأصحاب المشاريع الصغيرة.

ويعمل باب رزق جميل على تحقيق أهدافه من خلال البرامج التالية : برنامج التدريب المنتهي بالتوظيف– برنامج التوظيف المباشر– برنامج دعم المشاريع الصغيرة – برنامج دعم الاسر المنتجة – برنامج تمليك سيارات النقل– برنامج الامتياز التجاري.(جريدة الجزيرة 2013)

**المبحث الرابع: سلوك المخاطرة وعلاقته بالمشروعات الصغيرة:**

مفهوم المشروع الصغير يختلف بين الدول المتقدمة والنامية، من حيث طبيعة نشاط المشروع إذا كام صناعي أو زراعي أو تجاري أو حرفي، خدمي، حتى في المجال الواحد تختلف المشروعات الصغيرة عن بعضها البعض. من أجل ذلك ظهرت عدة محاولات لتعريف المشروع الصغير من خلال بعض المعايير منها: تحديد (عدد العاملين في المشروع – حجم مبيعات المشروع – قيمة الموجودات (حجم رأس المال المستثمر) – حصة المنشأة في السوق وحجم الأرباح التي تحققها المنشأة).

قد تكون المنشأة صغيرة قياساً بمنافسيها من حيث عدد العاملين في المشروع إلا أنها قد تكون كبيرة من حيث حجم مبيعاتها وقيمة موجوداتها والعكس صحيح، وقد تكون قيمة موجودات المنشأة كبيرة مقارنة بحجميها وعدد الأفراد فيها والعكس صحيح، وقد تكون المؤسسة كبيرة من حيث حجم مبيعاتها ولكنها صغيرة من حيث عدد الأفراد العاملين فيها، أو قد تكون صغيرة من حيث قيمة موجوداتها رغم امتلاكها لعدد كبير من القوى العاملة.

وبالتالي فإننا لا نستطيع وصفها كمعايير للحكم فيما إذا كان المشروع صغيرا أو كبيراً بحكم تفاوت تلك المعايير بين مشروع وآخر، وفي كافة دول العالم تقوم جهات مختلفة بوضع معايير أو أسس من خلالها يتم تحديد ماهية المشروع الصغير، هذه المعايير تختلف من دولة إلى أخر، ومن هنا يحدث الاختلاف في تحديد المشاريع الصغيرة وهو اختلاف ناتج عن اختلاف الأوضاع الاقتصادية والديموغرافية والاجتماعية.

وقد تبنى بنك الاحتياط الفدرالي الأمريكي تعريف المشروع الصغير بأنه: المنشأة المستقلة في الملكية والإدارة يستحوذ على نصيب محدد في السوق."، كما يمكن تعريفه بأنه ذلك المشروع الذي يستخدم عددا قليلا من العاملين ويدار من قبل المالكين ويخدم السوق المحلية أو "هو المشروع الذي يخلق عملا بدرجة مخاطر عالية أو عدم تأكد عالي لغرض تحقيق الربحية والنمو عن طريق التعرف على الفرص المتاحة وتجميع المواد الضرورية لإنشاء المشروع."

رغم ما سبق لا يوجد تعريف شامل لهذه الاعمال الصغيرة حيث عرضت تعاريف نوعية وكمية منها أن الاعمال الصغيرة هي عبارة عن مشروعات تشتمل على أقل من مئة مستخدم ومنها المشروعات التي تمتلك وتعمل بشكل مستقل وتتصف بالتفرد والتميز وعدم الشيوع في أعمالها.file:///C:/Users/FILOON/Documents/Downloads/small-and-medium

**أولاً: أصناف المخاطر في المشروعات الصغيرة:**

لكي نتمكن من تحديد هذه المخاطر فلابد من التعرف على مناطق الخطر التى يمكن ان تصادفها المشروعات مثل: مخاطر مالية, مخاطر الامان, مخاطر السمعة, مخاطر العمليات ويوجد العديد من مناطق او اصناف الخطر تتعلق بالمشاريع الصغيرة, واصناف الخطر هي مناطق محددة أو مواضيع يتم الاهتمام بها بالتتابع، مما يوفر مدخل مهيكل للتحقق من الخطر والذي بدوره سيودي الى تركيز أكبر ضمن كل صنف ويحفز التفكير ويزيد من فرصة التحديد مدى واسع من المخاطر.كما يمكن ان تساعد اصناف الخطر في تخطيط الخطر وايصال معلومات الخطر من خلال توفير مدخل مهيكل لتحديد الخطر والتي تتم في اغلب الاحيان من خلال تمارين العصف الذهني.(Campbell,2005:15)

-**المخاطر المالية:** ويتضمن تدفق النقد، بمتطلبات الميزانية، التزامات الضريبية، إدارة الدائن والمدين، اهتمامات إدارة المحاسبة الأخرى .

-**المخاطر التنظيمية:** المتطلبات الداخلية للأعمال والهيكل والثقافة وقضايا الأفراد وربطها بالعمليات الفاعلة للعمل .

-**المخاطر القانونية:** يتضمن هذا الصنف التزاماً بالمتطلبات القانونية مثل التشريع، التعليمات، المعايير، متطلبات التعاقد، ويمتد هذا الصنف إلى السياسات والاجراءات والتوقعات التي توضع من قبل البيئة الاجتماعية، الزبائن و المتعاقد. .

-**مخاطر العمليات:**وتشمل أنشطة العمليات، الموارد و متطلبات الدعم ضمن عمليات الأعمال التي تنتج في التطوير الناجح وتسليم المنتجات والخدمات. .

-**المخاطر التجارية:** يتضمن الأعمال التي ترتبط بالسوق ونمو الأعمال، التنويع والنجاح التجاري، قابلية نجاح المنتجات والخدمات، والمدى الذي تستطيع به النمو على أساس القاعدة الزبائن.

-**مخاطر الأمان:** ويتضمن تحقيق الأمان لكل شخص يرتبط بالعمل، وتشمل سلامة الأفراد ومكان العمل و السلامة العامة ، وأمان المنتجات والخدمات المقدمة.

-**مخاطر الاستراتيجية:** ويتضمن التخطيط والموارد المطلوبة لتأسيس ونمو وتوسع.

-**مخاطر المعدات:** وتشمل الاستفادة من المعدات في العلميات العامة للمعدات ، الصيانة ، الملائمة ، الاندثار، التحديث

-**مخاطر الامن:** ويتضمن الأمن العام للعمل، الموجودات والأفراد ويمتد إلى أمن المعلومات وحقوق الملكية الفكرية و التكنولوجية.

-**مخاطر السمعة:** أي تهديد قد تتعرض له السمعة هو تهديد للمنظمة ككل، ويمتد إلى قابلية المنتجات والخدمات، سلوك المستخدمين والأفراد الآخرين المرتبطين بالعمل.(Campbell,2005)

**ثانياً: المدخل الاستراتيجي للمشروعات الصغيرة:**

بعد العديد من السنوات تحول اهتمام البحث العلمي و الاكاديمي في استراتيجيات المنظمات الكبيرة الى الاهتمامات بالسلوك الاستراتيجي للمشروعات الصغيرة وان اعتماد الادارة الاستراتيجية فى المشاريع الصغيرة اصبح ضرورة حاسمة لنجاح هذه الانشطة. (Lobontiu.2002: P4)

تكمن أهمية الادارة الاستراتيجية في تحفيزها على التفكير بالمستقبل والاستجابة للتغيرات التي تحصل في البيئة الخارجية، فكلما زادت سرعت التغير التي تحدث في البيئة الخارجية فان فرص بقاء المشروعات الصغيرة تصبح اقل وتعتمد قدرتها في تقليل نقاط الضعف وتستخدم نقاط القوة في اقتناص الفرص وتجنب التهديدات .

ويعتمد نجاح المشروعات الصغيرة أيضاً على قدرتها على التفكير بالمستقبل وتكوين رؤية ورسالة واضحة وشاملة تقود مجهود المشروع بإتجاه تحقيقها من خلال استراتيجيات تناسبها، مما يسهم فى تحقيق البقاء والريادة .

ويمكن ان يتم تصنيف البحوث في مجال التخطيط الاستراتيجي و الاداء للمشاريع الصغيرة في اربع مجاميع وهي _ممارسات التخطيط الاستراتيجي التي تتضمن بحوث تركز على طبيعة عملية التخطيط الاستراتيجي في المشاريع الصغيرة

ومداخل اتخاذ القرار في هذه المشاريع .

_قيمة التخطيط التي تهتم بكيفية التخطيط الاستراتيجي والاداء للمشاريع الصغيرة التي تتصل بها .

_تحديد الخصائص لعملية التخطيط التي تركز على سمات معينة للتخطيط الاستراتيجي .

_المحتوى الاستراتيجي الذي يتعامل مع انواع من الاستراتيجيات التي تتبنى من قبل اصحاب المشاريع في اوضاع بيئية مختلفة .( . (Wheelen,2002

**ثالثاً: خصوصية الإدارة الاستراتيجية فى المشروعات الصغيرة:**

ان عملية الادارة الاستراتيجية في المشاريع الصغيرة هي حالة محددة واضحة ويكون بها كل مضمون مدى من التغيرات ونتائج الاستراتيجية (Lobontiu,2002:P7) رجل الاعمال او صاحب المشروع الذي يقوم بتنظيم وادارة الاعمال على مسؤوليته ويتحمل المخاطر من أجل الحصول على الربح .

وفي عالم الاعمال الصغيرة الاستراتيجية يمكن ان تكون اقل رسمية في طبيعتها ومالك المشروع الصغير يمتلك استراتيجية ضمنية بدلا من الاستراتيجية الظاهرة (Lobontiu,2002:P9).

وهي تهتم بتحقيق النجاح المالي قصير الامد والبقاء أكثر عبر الاستمرارية بعيدة الامد ويضاف الى هذا رغبة او عدم قدرة اصحاب المشاريع الصغيرة بتشكيل انموذج ديناميكي لعمليات التفاعل الداخلي ضمن المنظمة او التفاعل مع البيئة الخارجية وان مستويات الادارة الاستراتيجية الثلاثة وهي مستوى المنظمة, مستوى وحدة الاعمال و المستوى الوظيفي تكون كلها مرتبطة بمالك المشروع, وتمتلك المنظمات الصغيرة استراتيجيات تنشا عن طريق احدث وتكون غامضة وتستقر بشكل رئيسي في عقل مالك المشروع والمدى الزمني المتاح يكون قصير ويستجيب المدراء في المشاريع الصغيرة للظروف البيئية بطريقة او اسلوب غير مخطط وتدريجي وتوحي ادبيات الادارة الاستراتيجية بان استراتيجيات المشاريع الصغيرة تكون غير مهيكلة, اقل شمولية ومشتتة (Lobontiu,2002:P11)

بالنسبة للمنظمات الكبيرة فغالبا تختار استراتيجية النمو للمنافع الكثيرة التي يمكن ان تحققها للإدارة وكذلك الى اصحاب المصالح . اما في المشاريع الصغيرة غالبا ما يتم اختيار استراتيجية البقاء, بسبب اهتماماتها بتوظيف افراد العائلة – توفير معيشة عائلية محترمة – ان يتولى رئيس المشروع الصغير أدارته. وهكذا فان اهداف المشروع الصغير ستكون هي نفسها اهداف المدير او مالك المشروع (Wheelen&Hunger,2002:P309).

## منهجية الدراسة:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي.

**أدوات الدراسة:** قامت الباحثة بإعداد أدوات البحث والمتمثلة في أداة الاستبيانة (مغلقة) والمقابلات الشخصية حيث اشتملت الاستبانة على ثلاث أقسام:

- **القسم الأول:** يشمل البيانات الشخصية (العمر،المستوى التعليمي، العمل، السكن).
- **القسم الثاني:** البيانات الأساسية: لديك (مشروع صغير – معرفة بالميزة التنافسية – معرفة بسلوك المخاطرة).
- **القسم الثالث:** محاور الاستبيان:

– المحور الأول: الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة.
– المحور الثاني: تأثير سلوك المخاطرة على نجاح المشاريع الصغيرة.
– المحور الثالث: وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وعلاقتهما في نجاح المشاريع الصغيرة.

تم اعداد الاستبانة في ضوء الاطار النظرى والدراسات والبحوث وأيضاً اجراء مقابلات مع المبحوثين.

وقد اشتمل على(21) عبارة موزعة على الأبعاد الثلاثة كالاتى:

1_ الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة. (9عبارات).
2_ تأثير سلوك المخاطرة على نجاح المشاريع الصغيرة.(7عبارات).
3_ وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وعلاقتهما في نجاح المشاريع الصغيرة(5عبارات).

- **الصورة النهائية للإستبانة:**

تم إعداد الاستبانة للتطبيق بعد إجراء التعديلات التي اقترحها السادة المحكمين ومن حيث إعادة صياغة بعض العبارات وتبسيطها، كما تم تغيير موقع العبارات بحيث لا ترد أكثر من عبارة لقياس نفس السلوك بصورة متتالية حتى لا يظهر للمبحوثين (عينة البحث) المغزي وراء كل عبارة وما تريد قياسه وإجراء معاملات الصدق والثبات وأصبحت الاستبانة معدة للتطبيق على عينة البحث.

- **مفتاح تصحيح الاستبانة:**

تم تصحيح المقياس باستخدام مفتاح تصحيح خماسي وهو (إوافق بشدة، أوافق، أوافق لحد ما، لاأوافق، لاأوافق بشدة) بإعطاء درجات (1، 2، 3، 4، 5)على أن تقدر أعلى استجابة بخمس درجات وأقل استجابة بدرجة واحدة ، وقد تم جمع الدرجات في جميع المحاور وكانت الدرجة الكلية للمواقف الشخصية 105 وأقل درجة 21.

**7- تقنين الأدوات:**

- **حساب صدق أدوات البحث : اعتمد البحث الحالى على حساب الصدق بالطرق التاليه :-**

**قياس صدق محتوى الاستبانة:**

- تم عرض الاستبانة في صورته المبدئية على مجموعة من الأساتذة المتخصصين من أعضاء هيئة التدريس بقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة – كلية الاقتصاد المنزلي – جامعة حلوان ، والكلية الجامعية بصامطة – جامعة جازان، وذلك للتأكد من: ملائمة الاستبانة للهدف منه – صلاحية كل عبارة بالنسبة لمحورها وملائمة العبارة لقياس السلوك المطلوب – وضوح العبارات أمام المبحوثين مما يضمن دقة وصحة الإجابات – صحة تقدير الباحثة لدرجات كل استجابة.

- **صدق وثبات الاستبيان باستخدام معامل الفا كرونباخ**
- جدول (1) صدق وثبات الاستبيان باستخدام معامل الفا كرونباخ

| Reliability Statistics | |
|---|---|
| N of Items | Cronbach's Alpha |
| 17 | .926 |

يتضح مدى صدق و ثبات الاستبيان الكلي حيث نسبة الثبات 92.6٪ و هي نسبة مرتفعة جدا من حيث الاتساق الداخلي لجميع محاور الاستبيان.

**1_ التطبيق الميداني على عينة البحث:**

- أجريت الدراسة الميدانية على العينة التي قوامها (99) مبحوث ممن لديهم مشروعات صغيرة أو أفكار لإقامة مشروعات صغيرة مستقبلية في الفترة من 2024/1/5 إلى 2024/2/26.

**سادساً : تحليل النتائج ومناقشتها:**

**أولاً: النتائج الوصفية:** البيانات الشخصية:

**العمر**

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | اثل من 30 | 42 | 42.4 | 42.4 | 42.4 |
| | من 30 الى50 | 54 | 54.5 | 54.5 | 97.0 |
| | اكثر من50 | 3 | 3.0 | 3.0 | 100.0 |
| | Total | 99 | 100.0 | 100.0 | |

جدول (2) يوضح العمر

شكل (1) يوضح العمر



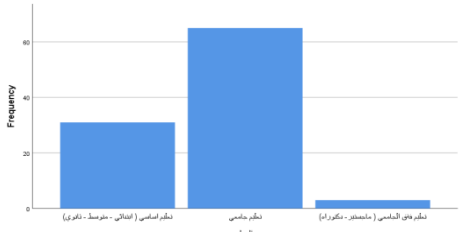

يتضح من الجدول(2) والشكل (1) أن معظم فئات العينة لفئة العمر هي من 30 فأكثر بنسبة 54. 5% بينما أقل فئات العينة اقل من 30 بنسبة 42.4%

جدول (3) يوضح المستوى التعليمي

شكل (2) يوضح المستوى التعليمي

**المستوى التعليمي**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | تعليم اساسي (ابتدائي – متوسط – ثانوي) | 31 | 31.3 | 31.3 | 31.3 |
| | تعليم جامعي | 65 | 65.7 | 65.7 | 97.0 |




يتضح من الجدول (3)والشكل (2) أن معظم فئات العينة لفئة المستوى التعليمي هي تعليم جامعي بنسبة 65.7% بينما أقل فئات العينة تعليم أساسي ( ابتدائي – متوسط – ثانوي) بنسبة 31.3%

**العمل**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | لا يعمل | 61 | 61.6 | 61.6 | 61.6 |

ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing
الإصدار التاسع – العدد التاسع والثمانون
تاريخ الإصدار: 2 – آذار – 2026م
www.ajsp.net

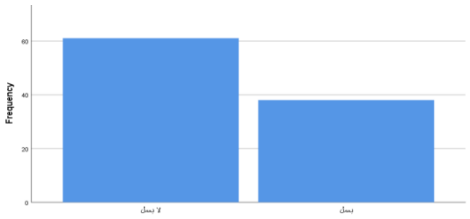
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | يعم | 38 | 38.4 | 38.4 | 100.0 |

**السكن**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | قرية | 61 | 61.6 | 61.6 | 61.6 |
| | مدينة | 38 | 38.4 | 38.4 | 100.0 |
| | Total | 99 | 100.0 | 100.0 | |

جدول (4) يوضح العمل

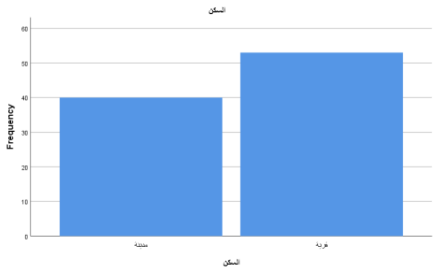
شكل (3) يوضح العمل




يتضح من الجدول(4) والشكل (3) أن معظم فئات العينة لا يعمل بنسبة ٦١.٦% بينما أقل فئات يعمل بنسبة ٣٨.٤%.

جدول (5) يوضح **السكن**

شكل (4) يوضح السكن



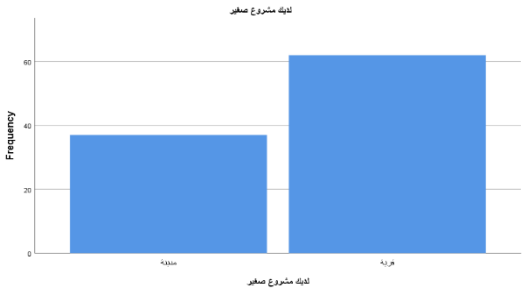

يتضح من الجدول(5) والشكل (4) أن معظم فئات العينة لفئة السكن هي قرية بنسبة 61.1% بينما أقل فئات العينة مدينة بنسبة 38.4%

**ثانياً: البيانات الأساسية:**

جدول (6) لديك مشروع صغير

**لديك مشروع صغير**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | نعم | 37 | 37.4 | 37.4 | 37.4 |
| | لا | 62 | 62.6 | 62.6 | 100.0 |
| | Total | 99 | 100.0 | 100.0 | |




شكل (5) يوضح لديك مشروع صغير

يتضح من الجدول(6) والشكل (٥) أن معظم فئات العينة لديك مشروع لفئة لا بنسبة 62.6 % بينما أقل فئات العينة نعم بنسبة 37.4 % .

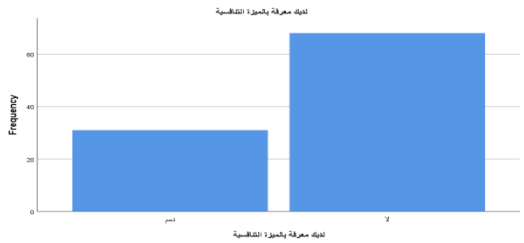
AJSP
المجلة العربية للنشر العلمي
ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing
الإصدار التاسع – العدد التاسع والثمانون
تاريخ الإصدار: 2 – آذار – 2026م
www.ajsp.net

جدول (7) يوضح لديك معرفة بالميزة التنافسية

**لديك معرفة بالميزة التنافسية**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | نعم | 31 | 31.3 | 31.3 | 31.3 |
| | لا | 68 | 68.7 | 68.7 | 100.0 |
| | Total | 99 | 100.0 | 100.0 | |

شكل (6) يوضح لديك معرفة بالميزة التنافسية




يتضح من الجدول (7) والشكل (6) أن معظم فئات العينة لفئة هل لديك معرفة بالميزة التنافسية لفئة لا بنسبة ٦٨.٧% بينما آقل فئات العينة لفئة نعم بنسبة ٣١.٣ % .

جدول (8) يوضح لديك معرفة بالسلوك المخاطرة

**لديك معرفة بسلوك المخاطرة**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | نعم | 53 | 53.5 | 53.5 | 53.5 |
| | لا | 46 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 99 | 100.0 | 100.0 | |

الشكل (7)




يوضح لديك معرفة بسلوك المخاطرة

يتضح من الجدول (8) والشكل (7) أن معظم فئات العينة لديك معرفة بسلوك المخاطرة لفئة نعم ٥٣.٥ % بينما أقل لفئة لا ٤٦.٥ %.

**ثالثاً: النتائج فى ضوء الفروض:**

جدول(9) يوضح النسب والتكرارات

المحور الأول: الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة

| العبارة | أوافق بشدة | | أوافق | | صحيح لحد ما | | لا أوافق | | لا أوافق بشد | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة |
| هناك علاقة وثيقة بين الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة | 46 | %46.5 | 39 | %39.4 | 13 | %13.1 | 1 | %1.0 | 0 | ٪0 |
| اهتمام اصحاب المشاريع بتطبيق الميزة التنافسية يوصلهم لمكانة متميزة في السوق | 62 | %62.6 | 33 | %33.3 | 3 | %3.0 | 1 | %1.0 | 0 | ٪0 |

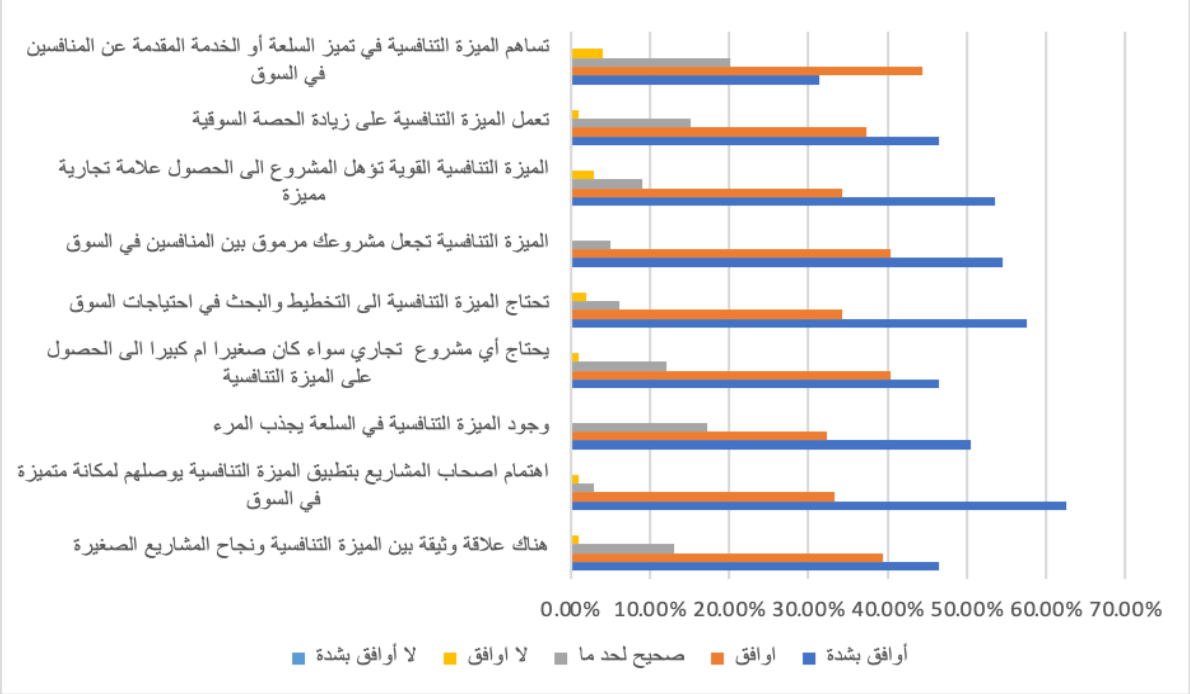
| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| وجود الميزة التنافسية في السلعة يجذب المرء | 50 | %50.5 | 32 | %32.3 | 17 | %17.2 | 0 | 0% | 0 | ٪0 |
| يحتاج أي مشروع تجاري سواء كان صغيرا ام كبيرا الى الحصول على الميزة التنافسية | 46 | %46.5 | 40 | %40.4 | 12 | %12.1 | 1 | %1.0 | 0 | ٪0 |
| تحتاج الميزة التنافسية الى التخطيط والبحث في احتياجات السوق | 57 | %57.6 | 34 | %34.3 | 6 | %6.1 | 2 | %2.0 | 0 | ٪0 |
| الميزة التنافسية تجعل مشروعك مرموق بين المنافسين في السوق | 54 | %54.5 | 40 | %40.4 | 5 | %5.1 | 0 | 0 % | 0 | ٪0 |
| الميزة التنافسية القوية تؤهل المشروع الى الحصول علامة تجارية مميزة | 53 | %53.5 | 34 | %34.3 | 9 | %9.1 | 3 | %3.0 | 0 | ٪0 |
| تعمل الميزة التنافسية على زيادة الحصة السوقية | 46 | %46.5 | 37 | %37.4 | 15 | %15.2 | 1 | %1.0 | 0 | ٪0 |
| تساهم الميزة التنافسية في تميز السلعة أو الخدمة المقدمة عن المنافسين في السوق | 31 | %31.3 | 44 | %44.4 | 20 | %20.2 | 4 | %4.0 | 0 | ٪0 |

جدول (10) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور الأول: الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة

| Descriptive Statistics | | | |
|---|---|---|---|
| | N | Mean | Std. Deviation |
| هناك علاقة وثيقة بين الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة | 99 | 1.42 | .497 |
| اهتمام اصحاب المشاريع بتطبيق الميزة التنافسية يوصلهم لمكانة متميزة في السوق | 99 | 1.68 | .726 |
| وجود الميزة التنافسية في السلعة يجذب المرء | 99 | 1.67 | .756 |
| يحتاج أي مشروع تجاري سواء كان صغيرا ام كبيرا الى الحصول على الميزة التنافسية | 99 | 1.53 | .705 |
| تحتاج الميزة التنافسية الى التخطيط والبحث في احتياجات السوق | 99 | 1.42 | .608 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| الميزة التنافسية تجعل مشروعك مرموق بين المنافسين في السوق | 99 | 1.51 | .595 |
| الميزة التنافسية القوية تؤهل المشروع الى الحصول علامة تجارية مميزة | 99 | 1.62 | .779 |
| تعمل الميزة التنافسية على زيادة الحصة السوقية | 99 | 1.71 | .759 |
| تساهم الميزة التنافسية في تميز السلعة أو الخدمة المقدمة عن المنافسين في السوق | 99 | 1.97 | .826 |
| Valid N (listwise) | 99 | | |

شكل (8) يوضح الشكل البياني المحور الأول: الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة




يتضح من الجدول(10,9) والشكل (8) أن معظم الفئات العينة توافق بشدة على عبارة اهتمام اصحاب المشاريع بتطبيق الميزة التنافسية يوصلهم لمكانة متميزة في السوق بنسبة 62.6% ووسط حسابي 1.68وانحراف معياري608. بينما اقل فئات العينة توافق بشدة على عبارة تساهم الميزة التنافسية في تميز السلعة أو الخدمة المقدمة عن المنافسين في السوق "بنسبة 31.3% ووسط حسابي 1.97 وانحراف معياري 826.

**جدول (11) يوضح النسب و التكرارات**

**المحور الثاني: تأثر سلوك المخاطرة على نجاح المشاريع الصغيرة**

| العبارة | أوافق بشدة | | أوافق | | صحيح لحد ما | | لا موافق | | لا أوافق بشد | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة |
| اذا استخدم سلوك المخاطرة بعد دراسة | 57 | %57.6 | 26 | %26.3 | 11 | %11.1 | 5 | %5.1 | 0 | %0 |

جدول (12)

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| احتياجات السوق سيكون هناك تأثير ايجابي في نجاح المشاريع الصغيرة | | | | | | | | | | |
| يتأثر نجاح المشاريع الصغيرة بشخصية وقيم صاحب المشروع | 39 | %39.4 | 41 | %41.4 | 16 | %16.2 | 3 | %3.0 | 0 | %0 |
| يقدم سلوك المخاطرة عدد من البدائل الممكنة لكل موقف | 39 | %39.4 | 35 | %35.4 | 15 | %15.2 | 9 | %9.1 | 1 | %1.0 |
| أتخذ قرار بعد دراسة دقيقة لجميع جوانب المشروع | 46 | %46.5 | 39 | %39.4 | 13 | %13.1 | 1 | %1.0 | 0 | %0 |
| أتمتع بروح المخاطرة في المشروع بأمل الحصول على نتائج مرضية | 58 | %58.6 | 34 | %34.3 | 7 | %7.1 | 0 | %0 | 0 | %0 |
| يؤدي سلوك المخاطرة الى توقع الأزمات محتملة الحدوث وطرق تجنبها | 35 | %35.4 | 41 | %41.4 | 19 | %19.2 | 4 | %4.0 | 0 | %0 |
| يدرس سلوك المخاطرة نقاط القوة والضعف في المشروع الى جانب الفرص والتهديدات المحتملة | 46 | %46.5 | 39 | %39.4 | 13 | %13.1 | 1 | %1.0 | 0 | 0 |

يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري

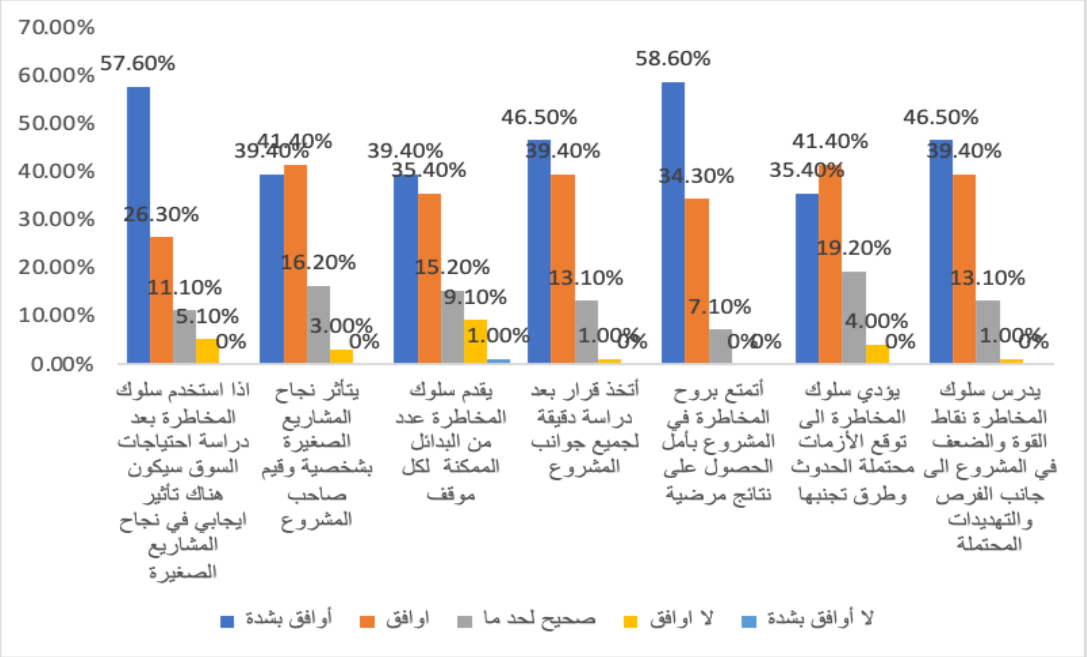
ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing

الإصدار التاسع – العدد التاسع والثمانون
تاريخ الإصدار: 2 – آذار – 2026م
www.ajsp.net

المحور الثاني: تأثير سلوك المخاطرة على نجاح المشاريع الصغيرة

| Descriptive Statistics | | | |
|---|---|---|---|
| | N | Mean | Std. Deviation |
| اذا استخدم سلوك المخاطرة بعد دراسة احتياجات السوق سيكون هناك تأثير ايجابي في نجاح المشاريع الصغيرة | 99 | 1.64 | .874 |
| يتأثر نجاح المشاريع الصغيرة بشخصية وقيم صاحب المشروع | 99 | 1.83 | .809 |
| يقدم سلوك المخاطرة عدد من البدائل الممكنة لكل موقف | 99 | 1.97 | 1.005 |
| أتخذ قرار بعد دراسة دقيقة لجميع جوانب المشروع | 99 | 1.69 | .737 |
| أتمتع بروح المخاطرة في المشروع بأمل الحصول على نتائج مرضية | 99 | 1.48 | .629 |
| يؤدي سلوك المخاطرة الى توقع الأزمات محتملة الحدوث وطرق تجنبها | 99 | 1.92 | .841 |
| يدرس سلوك المخاطرة نقاط القوة والضعف في المشروع الى جانب الفرص والتهديدات المحتملة | 99 | 1.69 | .737 |
| Valid N (listwise) | 99 | | |

شكل (9) يوضح الشكل البياني المحور الثاني: تأثير سلوك المخاطرة على نجاح المشاريع الصغيرة




يتضح من الجدول( 12, 11) والشكل (9) أن معظم الفئات العينة توافق بشدة على عبارة اتمتع بروح المخاطرة في المشروع بأمل الحصول على نتائج مرضية " بنسبة 58.6% ووسط حسابي 1.48 وانحراف معياري 62. بينما اقل فئات العينة توافق بشدة على عبارة يؤدي سلوك المخاطرة الى توقع الأزمات محتملة الحدوث وطرق تجنبها بنسبة 35.4% ووسط حسابي 1.92وانحراف معياري .841

**جدول ( 13) يوضح النسب والتكرارات**

**المحور الثالث: وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وعلاقتهما في نجاح المشاريع الصغيرة**

| العبارة | أوافق بشدة | | أوافق | | صحيح لحد ما | | لا موافق | | لا أوافق بشد | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة |
| سلوك المخاطرة يلعب دورا اساسيا في الوصول للميزة التنافسية | 43 | %43.4 | 45 | %45.5 | 10 | %10.1 | 1 | %1.0 | 0 | ٪0 |
| اهتم بدراسة تطورات السوق للاستفادة منها في مشروعي الصغير | 58 | %58.6 | 34 | %34.3 | 7 | %7.0 | 0 | %0 | 0 | ٪0 |
| تحقيقي الميزة التنافسية يتطلب روح المخاطرة وذلك لضمان استمرارية ونجاح المشروع في سوق المنافسة | 47 | %47.5 | 39 | %39.4 | 12 | %12.1 | 1 | %1.0 | 0 | ٪0 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| سلوك المخاطرة بشكل فعال يلبى توقعات العملاء ويحقق الميزة التنافسية المرجوة | 35 | %35.4 | 41 | %41.4 | 19 | %19.2 | 4 | %4.0 | 0 | ٪0 |
| سلوك المخاطرة يساعد صاحب المشروع على استخدام ميزة تنافسية جديدة | 44 | %44.4 | 40 | %40.4 | 14 | %14.1 | 1 | %1.0 | 0 | ٪0 |

**جدول (14) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري**

**للمحور الثالث: وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وعلاقتهما في نجاح المشاريع الصغيرة**

| Descriptive Statistics | | | |
|---|---|---|---|
| | N | Mean | Std. Deviation |
| سلوك المخاطرة يلعب دورا اساسيا في الوصول للميزة التنافسية | 99 | 1.69 | .695 |
| اهتم بدراسة تطورات السوق للاستفادة منها في مشروعي الصغير | 99 | 1.48 | .629 |
| تحقيقي الميزة التنافسية يتطلب روح المخاطرة وذلك لضمان استمرارية ونجاح المشروع في سوق المنافسة | 99 | 1.67 | .728 |
| سلوك المخاطرة بشكل فعال يلبى توقعات العملاء ويحقق الميزة التنافسية المرجوة | 99 | 1.92 | .841 |
| سلوك المخاطرة يساعد صاحب المشروع على استخدام ميزة تنافسية جديدة | 99 | 1.72 | .743 |
| Valid N (listwise) | 99 | | |

ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing
الإصدار التاسع – العدد التاسع والثمانون
تاريخ الإصدار: 2 – آذار – 2026م
www.ajsp.net

**شكل ( 10) يوضح الشكل البياني المحور الثالث: وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وعلاقتهما في نجاح المشاريع الصغيرة**




يتضح من الجدول( 14, 13) والشكل ( 10) أن معظم الفئات العينة توافق بشدة على عبارة اهتم بدراسة تطورات السوق للاستفادة منها في مشروعي الصغير "بنسبة 58.6% ووسط حسابي 1.48 وانحراف معياري 629. بينما اقل فئات العينة توافق بشدة على سلوك المخاطرة بشكل فعال يلبي توقعات العملاء ويحقق الميزة التنافسية المرجوة بنسبة 35.4% ووسط حسابي 1.92وانحراف معياري 841.

**اختبار صحة الفروض**

تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين متغيري البحث وتم بناء مصفوفة معاملات الارتباط باستخدام برنامج spss

- **إختبار صحة الفرض الأول** : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة.

جدول (15) يوضح قيمة ومستوى الدلالة باستخدام معامل بيرسون لاختبار صحة الفرض الاول

**Correlations**

| | | تساهم الميزة التنافسية في تميز السلعة أو الخدمة المقدمة عن المنافسين في السوق" | تعمل الميزة التنافسية على زيادة الحصة السوقية ." | الميزة التنافسية القوية تؤهل المشروع إلى الحصول على ع2مة تجارية مميزة | الميزة التنافسية تجعل مشروعك مرموق بين المنافسين في السوق | اهتمام أصحاب المشاريع بتطبيق الميزة التنافسية يوصلهم لمكانة متميزة في السوق | تحتاج الميزة التنافسية إلى التخطيط و البحث في احتياجات السوق | وجود الميزة التنافسية في السلعة يجذب العم2ء | يحتاج أي مشروع تجاري سواء كان صغيرًا إلى أم كبيرًا إلى الحصول على الميزة التنافسية | هناك علاقة وثيقة بين الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | Pearson Correlation | .682** | .723** | .785** | .851** | .757** | .767** | .712** | .773** | .409** |
| 1 | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول (15) وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الأول وكلا من درجات العينة علي الاستبيان، مما يعني صحة الفرض الأول الذي ينص علي أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة.

ومن الدراسات من تناولت الميزة التنافسية من جوانب عدة منها ما أكدته دراسة (بن موهوب،2022) أن المورد البشري يمثل العنصر الفاعل في كسب المزايا التنافسية بما أنه يتدخل في جميع الأنشطة المكونة لمصادرها، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بعملية استقطاب العنصر البشري الموهوب والبحث الجاد في الحصول عليه لتحقيق التنافسية المستقبلية المنشودة وفتح الأفق المستقبلية للموهوبين، واحتضانهم في المؤسسة لضمان بقائهم و استمرارهم في العمل لصالحها والعمل على اكتشاف المواهب في سنها المبكرة لمرافقتها باعتبارها أسبقيات تنافسية للمستقبل، وناقشت دراسة (Bambenger,1989) أهمية تطوير الميزة التنافسية كأحد المكونات الرئيسية للسلوك الاستراتيجي. نتيجة للاهتمام المتزايد باستراتيجيات الأعمال، أصبحت أسس ونشر المزايا التنافسية حاليًا جزءًا مهمًا من دراسة النظرية الاستراتيجية. وقد ساهمت العديد من منشورات بورتر بشكل كبير في هذا التطور .فقامت بتحليل نظري وتجريبي لـ (أ) الكفاءات التي تستخدمها الشركات الصغيرة الحجم لخلق مزايا تنافسية في أسواقها و(ب) قدراتها التنافسية.

كما أكدت دراسة (Barey, 1995) أن الشركات التي تستخدم نقاط قوتها الداخلية في استغلال الفرص البيئية وتحييد التهديدات البيئية، مع تجنب نقاط الضعف الداخلية، هي الأكثر احتمالا الحصول على مزايا تنافسية مقارنة بأنواع الشركات الأخرى، وكما أوصى بإستخدام إطار SWOT البسيط الذى يساعد فالتعرف على أهمية الظواهر الخارجية والداخلية في فهم مصادر الميزة التنافسية، وضرورة تطوير أدوات تحليل الفرص والتهديدات البيئية بسرعة أكبر بكثير من تطوير أدوات تحليل نقاط القوة والضعف الداخلية للشركة. كما قدم منهجًا بسيطًا وسهل التطبيق لتحليل الآثار التنافسية لنقاط القوة والضعف الداخلية للشركة.

وأيضاً يتفق مع ما أكدته دراسة (بوطلاعة, 2008) أن حيازة ميزة تنافسية مستدامة يعتبر هدفا استراتيجيا ، تسعى أغلب المؤسسات الاقتصادية لتحقيقه في ظل الضغوط التنافسية التي يتسم بها الاقتصاد العالمي المبني على الجودة ، والمعرفة ، والكفاءات ، الأمر الذي يفرض على المؤسسة الاقتصادية حتمية انتهاج نظام التسيير الاستراتيجي لمواردها وكفاءاتها الداخلية وتفعيل نظام التشخيص الاستراتيجي بغية تحديد مصادر الميزة التنافسية الكامنة في بيئتها الداخلية بهدف تنميتها واستغلالها بكفاءة من جهة ، والتعرف بدقة على مختلف فرص البيئة التنافسية لاستثمارها وتجنب التهديدات والمخاطر الملازمة لها من جهة أخرى، الأمر الذي يمكن المؤسسة من اختيار أنسب الاستراتيجيات التنافسية المحققة لأهدافها الاستراتيجية . لذلك نجد أن المؤسسات على اختلاف أشكالها وحجومها ومجالات عملها بحاجة ماسة إلى تطوير قدراتها وتعزيز الممارسات الاستراتيجية فيها، لكي تنتقل من الممارسات الإدارية المرتبكة إلى إيجاد الأرضية والقاعدة المنهجية المنظمة لتطبيق إداري سليم وبناء فكر استراتيجي تتعزز من خلاله الخصوصية المنفتحة على الآخرين، والمساهمة في تطوير الممارسة الإدارية بل والفكر الاستراتيجي الشامل والمتكامل.

- **إختبار صحة الفرض الثاني:** إذا استخدم سلوك المخاطرة بأسلوب صحيح سيكون هناك تأثير ايجابي في نجاح المشاريع الصغيرة.

ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing
الإصدار التاسع – العدد التاسع والثمانون
تاريخ الإصدار: 2 – آذار – 2026م
www.ajsp.net

جدول (16) يوضح قيمة ومستوى الدلالة باستخدام معامل بيرسون لاختبار صحة الفرض الثاني

**Correlations**

| | | يدرس سلوك المخاطرة نقاط القوة والضعف في المشروع الى جانب الفرص والتهديدات المحتملة | يؤدي سلوك المخاطرة الى توقع الأزمات محتملة الحدوث و طرق تجنبها" | أتمتع بروح المخاطرة في المشروع بأمل الحصول على نتائج مرضية" | أتخذ قرار بعد دراسة دقيقة لجميع جوانب المشروع" | يقدم سلوك المخاطرة عدد من البدائل الممكنة لكل موقف" | يتأثر نجاح المشاريع الصغيرة بشخصية وقيم صاحب المشروع | اذا استخدم سلوك المخاطرة بعد دراسة احتياجات السوق سيكون هناك تأثير إيجابي في نجاح المشاريع الصغيرة. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| otal2 | Pearson Correlation | .834** | .728** | .620** | .834** | .647** | .736** | .686** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول (16) وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الثاني وكلا من درجات العينة علي الاستبيان، مما يعني صحة الفرض الذي ينص علي أنه إذا استخدم سلوك المخاطرة بأسلوب صحيح سيكون هناك تأثير ايجابي في نجاح المشاريع الصغيرة، وهذا يتفق مع نتائج دراسة (عبد المحسن جودة,2022) حيث أكدت وجود تأثيراً معنوياً ايجابياً مباشراً لبعدي مناخ الابتكار (دعم الابتكار وتوفير الموارد) على تحمل مخاطرة الخطأ. كما أظهرت النتائج تأثيراً ايجابياً معنوياً لتحمل مخاطرة الخطأ على السلوك الابتكاري لديهم.

وإستهدفت دراسة (Rachdi,H,& Ameur,I.G .B.2011 ) تحليل كيفية تأثير خصائص مجلس الإدارة على الأداء والحوافز لتحمل المخاطر في الصناعة المصرفية، وتوصلت إلى أن أن هيكل مجلس إدارة البنك هو عامل محدد لأداء البنك وتحمل المخاطر البنكية. وركزت دراسة (simu,k,2007) على المشروعات الصغيرة وكيفية إدارة المخاطر، بما في ذلك الأدوات والتقنيات المستخدمة من خلال المسح القائم على المقابلات لإدارة المخاطر على مستوى الموقع. تم إجراء 28مقابلة في 10مشروعات مختلفة في السويد، شغل المشاركون مناصب رئيسية في تلك المشروعات، حيث يمثلون المقاول وكذلك العميل. وأظهرت النتائج أن هناك مستوى منخفض إلى معدوم من التعليم في مجال إدارة المخاطر بين أفراد العينة. إن استخدام إدارة المخاطر الرسمية منخفض وهناك نقص في النهج المنهجي. ويخلص البحث إلى أن نظام إدارة المخاطر المطبق على المشروعات الصغيرة ضعيف إلى حد ما. حيث يعتمد موظفو المشروع على

حدسهم وخبرتهم وأحكامهم الشخصية للتحكم في المشروعات. يتم التحكم بشكل رئيسي بطريقة تقليدية من خلال الجداول الزمنية وخطط العمل التفصيلية وليس من خلال أنظمة الإدارة. وتناقش دراسة ( Rowe,2020) كيفية تصميم عمليات التخطيط البيروقراطية إلى الحد الأدنى الأنيق مع الحفاظ على تشغيل مشروعك مثل آلة جيدة التجهيز. تتطلب إدارة المشاريع الوقت والجهد والانضباط، بغض النظر عن حجم المشروع مما يساعد في إدارة للمشروعات الصغيرة، فحاول من خلال دراسته مساعدة مديري المشاريع الصغيرة على تصميم عمليات قابلة للتطوير وأدوات مبسطة للاستخدام الفوري في إدارة المشاريع الصغيرة. وبما أن معظم المشاريع الصغيرة تميل إلى أن تكون متشابهة في الهيكل أو النتيجة، فيمكن استخدام قالب لمشروع واحد في المشاريع المستقبلية.

- **اختبار صحة الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وبين نجاح المشاريع الصغيرة.

جدول ( 17 ) يوضح قيمة و مستوى الدلالة باستخدام معامل بيرسون لاختبار صحة الفرض الثالث

**Correlations**

| | | سلوك المخاطرة يساعد صاحب المشروع على استخدام ميزة تنافسية جديدة" | سلوك المخاطرة بشكل فعّال يلبي توقعات العملاء ويحقق الميزة التنافسية المرجوة" . | تحقيق الميزة التنافسية يتطلب روح المخاطرة و ذلك لضمان اسمرارية ونجاح المشروع في سوق المنافسة | اهتم بدراسة تطورات السوق للأستفادة منها في مشروعي الصغير | سلوك المخاطرة يلعب دورا اساسيا في الوصول للميزة التنافسية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Total3 | Pearson Correlation | .881** | .785** | .829** | .739** | .815** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول (17 ) وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الثالث وكلا من درجات العينة علي الاستبيان ، مما يعني صحة الفرض الثالث الذي ينص علي انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وبين نجاح المشاريع الصغيرة.

وأوضحت دراسة (رضوان,عبد اللطيف2021) أن المؤسسات الصغيرة تعد النواة الأساسية لبناء اقتصاد أي بلد، حيث يكمن دورها في محاربة البطالة، وتحقيق النمو ودفع عجلة التنمية الاقتصادية وهذا لما لها من مردودية على الاقتصاد الوطني، وتناولت دراسة (أبو

حمادة،عبدالموجود2016)تحليل علاقة المعرفة التسويقية بالميزة التنافسية للمشروعات الصغيرة المنتمية لحاضنات الأعمال في منطقة تبوك، ومن نتائجها وجود علاقة طردية معنوية لأبعاد المعرفة التسويقية (المعرفة بالسوق، المعرفة بالعملاء، المعرفة بالمنافسين، المعرفة بالوسطاء، المعرفة التكنولوجية) والميزة التنافسية للمشروعات الصغيرة، وأن أبعاد المعرفة التسويقية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجة تأثيرها في الميزة التنافسية هي (المعرفة بالعملاء، المعرفة بالمنافسين، المعرفة بالسوق، المعرفة بالوسطاء، وأخيراً المعرفة التكنولوجية).وفي النهاية قدم البحث مجموعة من التوصيات تستهدف زيادة المعرفة التسويقية للمشروعات الصغيرة المنتمية لحاضنات الأعمال بمنطقة تبوك ودعم الميزة التنافسية لهذه المشروعات في الأسواق المستهدفة.

تناولت دراسة (de Araújo Lima, P. F., Crema, M., & Verbano,C.2020)العلاقة المهمة بين المخاطر والميزة التنافسية. على مدى العقدين الماضيين، قامت مجموعة من الأطر النظرية، المستمدة من نظرية القرار السلوكي، ونظرية الوكالة، والإدارة الاستراتيجية، بدراسة المفاضلات التنظيمية بين المخاطر والعائد. تقوم هذه الورقة بتطوير نموذج للإدارة الاستراتيجية للمخاطر. يتم تقديم نموذج ديناميكي للاستراتيجية التنافسية التي تربط بين المخاطر والمنافسة، حيث يتم تحديد النقاط المرجعية الاستراتيجية ومواقف المخاطر بشكل داخلي وتؤثر على أداء المخاطر/العائد. في أعقاب حجج شابيرا (1995) القائلة بأن المديرين الجيدين يتحملون مخاطر عالية ولكنهم قادرون على تقليلها بمرور الوقت، فإننا نسلط الضوء على أهمية إدارة المخاطر لتحقيق ميزة تنافسية ومن ثم نبين كيف يمكن للمنظمات التي تسعى إلى المخاطرة أن تحقق بشكل استراتيجي عوائد عالية مستدامة بمخاطر منخفضة .

**ملخص النتائج:**

- معظم فئات العينة لفئة العمر هي من 30 فأكثر بنسبة 5 .54% بينما أقل فئات العينة اقل من 30 بنسبة 42.4%
- معظم فئات العينة لفئة المستوى التعليمي هي تعليم جامعي بنسبة 65.7% بينما أقل فئات العينة تعليم أساسي ( ابتدائي – متوسط – ثانوي) بنسبة 31.3%
- معظم فئات العينة يعمل بنسبة ٣٨.٤% بينما أكثر فئات العينة لا يعمل بنسبة ٦١.٦%
- معظم فئات العينة لفئة السكن هي قرية بنسبة 61.1% بينما أقل فئات العينة مدينة بنسبة 38.4%
- معظم فئات العينة لديك مشروع لفئة نعم بنسبة 37.4 % بينما أكثر فئات العينة لفئة لا بنسبة 62.6 %
- معظم فئات العينة لديك معرفة بالميزة التنافسية لفئة نعم ٣١.٣ % بينما أكثر لفئة لا ٦٨.٧%
- معظم فئات العينة لديك معرفة بسلوك المخاطرة لفئة نعم ٥٣.٥ % بينما أقل لفئة لا ٤٦.٥ %
- معظم الفئات العينة توافق بشدة على عبارة اهتمام اصحاب المشاريع بتطبيق الميزة التنافسية يوصلهم لمكانة متميزة في السوق بنسبة 62.6% ووسط حسابي 1.68وانحراف معياري608. بينما اقل فئات العينة توافق بشدة على عبارة تساهم الميزة التنافسية في تميز السلعة أو الخدمة المقدمة عن المنافسين في السوق "بنسبة 31.3% ووسط حسابي 1.97 وانحراف معياري .826
- معظم الفئات العينة توافق بشدة على عبارة اتمتع بروح المخاطرة في المشروع بأمل الحصول على نتائج مرضية " بنسبة 58.6% ووسط حسابي 1.48 وانحراف معياري .62 بينما اقل فئات العينة توافق بشدة على عبارة يؤدي سلوك المخاطرة الى توقع الأزمات محتملة الحدوث وطرق تجنبها بنسبة 35.4% ووسط حسابي 1.92وانحراف معياري .841

- معظم الفئات العينة توافق بشدة على عبارة اهتم بدراسة تطورات السوق للاستفادة منها في مشروعي الصغير "بنسبة 58.6% ووسط حسابي 1.48 وانحراف معياري 629. بينما اقل فئات العينة توافق بشدة على سلوك المخاطرة بشكل فعال يلبي توقعات العملاء ويحقق الميزة التنافسية المرجوة بنسبة 35.4% ووسط حسابي 1.92وانحراف معياري 841.
- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الأول وكلا من درجات العينة علي الاستبيان ، مما يعني صحة الفرض الأول الذي ينص علي أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الميزة التنافسية ونجاح المشاريع الصغيرة.
- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الثاني وكلا من درجات العينة علي الاستبيان ، مما يعني صحة الفرض الذي ينص علي أنه إذا استخدم سلوك المخاطرة بأسلوب صحيح سيكون هناك تأثير ايجابي في نجاح المشاريع الصغيرة.
- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا عند مستوي 0.01 بين الدرجة الكلية للمحور الثالث وكلا من درجات العينة علي الاستبيان ، مما يعني صحة الفرض الثالث الذي ينص علي انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وجود سلوك المخاطرة والميزة التنافسية وبين نجاح المشاريع الصغيرة.

## التوصيات:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث الحالية توصى الباحثة بما يلي :-

1- تنظيم دورات ومحاضرات توعوية يقدمها متخصصون في أسباب نجاح وتطوير المشاريع الصغيرة .

2- ضرورة دراسة متطلبات السوق قبل البدء في المشروع .

3- تقديم الدعم المادي والفني من الجهات المعنية لأصحاب المشاريع الصغيرة بعد تقديم دراسة الجدوى الخاصة بالمشروع.

4-اهمية وجود سلوك المخاطرة وعلاقته بنجاح المشاريع الصغيرة وتثقيف المقبلين على المشاريع الصغيرة من خلال الندوات والمؤتمرات في الغرف التجارية بأهمية وجود الميزة التنافسية في المنتج أو السلعة المقدمة للأستمرار بالسوق.

5- الاهتمام بدراسة تطورات السوق للاستفادة منها في مشروع الصغير.

6- يجب التمتع بسلوك المخاطرة الذي يساعد على توقع الأزمات محتملة الحدوث وطرق تجنبها في المشروع.

## قائمة المراجع:

ابو بكر, مصطفى ( 2007): الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية, الإسكندرية، الدار الجامعية.

أبو حمادة, ع. ا. ع., & عبد الموجود عبدالله. (2016): المعرفة التسويقية وعلاقتها بالميزة التنافسية للمشروعات الصغيرة المنتمية لحاضنات الأعمال في منطقة تبوك. التجارة والتمويل, 36(2), 34-84.

أبو هين, فضل.(1995م): سيكولوجية التحدي , كلية التربية الخاصة , غزة, فلسطين.

العبد, حامد مصطفى , محمد, ( 1985): مواصفات المخاطر عند طلاب وأساتذة كلية البحرين الجامعية.

الغرفة التجارية بالرياض (1434هـ), المنشآت الصغيرة محركات أساسية لنمو اقتصادي منشود, منتدى الرياض الاقتصادي نحو تنمية مستدامة, الرياض.

القريطي, عبداللطيف . (2002): في الصحة النفسية ,القاهرة , ط1 , دار الفكر العربي

بشرى ، جاب الله .(2014): أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عل اكتساب ميزة تنافسية دراسة حالة مؤسسة موبيليس فرع ورقلة,

بن موهوب. (2022). مساهمة إدارة المواهب في تحقيق الميزة التنافسية (Doctoral dissertation, University of Eloued جامعة الشهيد حمه لخضر).

بن ناصر, عيسى(2010): حاضنا الأعمال كلية لدعم وتنمية المؤسسات الصغييرة. مجلة العلوم الإنسانية, جامعة محمد خيضر بسكرة, العدد51.

بوطلاعة, محمد, شمام, وآخرون. (2008): دور إستراتجية المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية.

جريدة الجزيرة ( الاقتصادي) ص16, تاريخ29 يوليو2013 م

حسن , نادية دسوقي محمود, (2007): تقنين اختبار الاتجاه نحو المخاطرة.مجلة كلية التربية الاسماعيلية مصر,ع9.

حماد , طارق عبد العال .(2007): ادارة المخاطر . مصر, الدار الجامعية , الاسكندرية.

خليل, منير حسن جمال.(1996): سلوك الميل للمخاطرة وخصائص الشخصية الايجابية دراسة عبر البيئة و الجنس ,مجلة كلية التربية جامعة طنطا , مصر , س15, ع59 ص86-123

درويش ,عبد الفتاح السيد (2005): بعض محددات الميل الى الحوادث المرورية سلوك المخاطرة والتوجه القيمي , دراسات نفسية, قسم علم النفس , جامعة المنوفية, مصر, مج15, ع3, ص 421- ص45

دليلة, بركان وشيراز, حايف (2012): حاضنات الأعمال كأداة فعالة لدعم وتنمية المؤسسات

رضوان, & عرين جاسم عبد اللطيف. (2021): أثر الضريبة على أداء المشاريع الصغيرة في القطاع الزراعي في فلسطين من وجهة نظر أصحاب المشاريع الزراعية (Doctoral dissertation, An-Najah National University).

رمضان ,رشيد عبد الرؤوف .(1999): الصحة النفسية لابناء. القاهر, مصر, ط6, عالم الكتب.

زكريا مطلق الدوري: الإدارة الإستراتيجية، دار البازوري للطباعة والنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٢،ص٦٥_٦٦.

زكية مقري د. نعيمة يحياوي (2011):المشروعات الصغيرة و المتوسطة كآلية لمكافحة البطالة في الدول العربية .

شيحة,هناء أحمد شوقى ,(20117): المشروعات الصغيرة(إدارتها-دراسة الجدوى-التسويق الالكترونى),ط1,مكتبة الاكليل,الطائف,المملكة العربية السعودية.

صندوق الموارد البشرية .( 2014): جريدة الرياض الاقتصادي ، العدد 16649 ص (2 ) بتاريخ الخميس 22 ربيع الأول 1435هـ الموافق 23 يناير 2014م .

عبد الحميد, صفوت ابراهيم . (1992): العلاقة بين اتجاه المخاطرة وحوادث المرور لدى طلاب جامعة الملك سعود بالرياض .مجلة دراسات نفسية عدد يناير ,الرياض, رابطة الأخصائيين النفسية المصرية "رانم"

عبد المحسن جودة, وآخرون. (2022):الدور الوسيط لتحمل مخاطرة الخطأ في العلاقة بين مناخ الابتكار والسلوك الابتكاري للموظف بالتطبيق علي العاملين بشركات تعهيد الأعمال بالقرية الذكية – مصر. المجلة المصرية للدراسات التجارية, 46(3), 251-300.

عبدالله, عبدالله جاد محمود (2011):العوامل المزاجية واسهامها في سلوك المخاطرة واساليب المواجهة. مجلة كلية التربية, جامعة عين شمس, مصر ,ع35,ج١

كايوساكي , روبرت. (2000): كتاب أبي الغني-أبي الفقير ( ترجمة مكتبة جرير ) نيويورك.

محمد, أحمد طه .(2003):المخاطرة الاكاديمية وعلاقتها ببعض المتغيرات الشخصية. مجلة كلية التربية , جامعة القاهرة , مصر,ع27.

معيوف عرجونة, وآخرون(2006): أهمية الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية (جامعة المسلية).

مكتب العمل العربي (2011): المنشآت الصغرى والصغيرة قاطرة النمو الداعمة للتشغيل.

نجوى أحمد نعمان عثمان. (2022): أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر التي يديرها الشباب في مديريتي عبس وبني قيس في محافظة حجة. مجلة الآداب, (24), 613-645.

هارفان بزنس ريفيو,(1922): مجلة للإدارة والعمل العربي الدورة الثامنة والثلاثون والمنعقدة في الفترة 15-22 مايو, القاهرة. صدرت عام1922م.

هيكل,محمد(2003): مهارات إدارة المشروعات الصغيرة,ط1,مجموعة النيل العربية,مدينة نصر,القاهرة.

يوسف عزالدين(1994): المخاطرة لدى الاحداث الجناحين وعلاقتها بالذكاء 13، القاهرة, مصر , مكتبة التربية المعاصرة.

Bambenger, I. (1989). Developing competitive advantage in small and medium-size firms. Long Range Planning, 22(5), 80-88.

Barney, J. B. (1995). Looking inside for competitive advantage. Academy of Management Perspectives, 9(4), 49-61.

Business Policy"8th, publication by pearson Prentice Hall INC in united states of America

de Araújo Lima, P. F., Crema, M., & Verbano, C.

Develop Global Risk Alliance Pty Ltd jointly with NSW Department of State and Regional

Petri, H, and Govern, J, (2004). Motivaion: Theory, Research and Applicates Thomoson Wads worth, Australia.2020 .(Risk management in SMEs: A systematic literature review and future directions. European Management Journal, 38(1), 78-94.

Rachdi, H., & Ameur, I. G. B. (2011). Board characteristics, performance and risk-taking behaviour in Tunisian banks. International Journal of Business and Management, 6(6), 88-97.

Rowe, S. F. (2020). Project management for small projects. Berrett-Koehler Publishers

Simu, K. (2007). Risk management on small projects. In Nordic Conference on Construction Economics and Organsiation: 14/06/2007-15/06/2007 (pp. 259-270). Luleå tekniska universitet

Sources from: Wheelen T& Hunger J, (2002)"Strategic management and

Sources From Campbell:" Risk management guide for small business)"' 2005

file:///C:/Users/FILOON/Documents/Downloads/small-and-medium-enterprises-pdf%20(4).pdf

https://www.youm7.com/story/2021/3/27/

https://blog.kafiil.com

https://almerja.net/reading.php?idm=206853

https://www.almrsal.com/post/1097711

https://www.business4lions.com

ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing

الإصدار التاسع – العدد التاسع والثمانون
تاريخ الإصدار: 2 – آذار – 2026م
www.ajsp.net

# "Department of Home Economics, University College in Farasan, Jazan University, Farasan, Saudi Arabia"

## Competitive Advantage and Risk-Taking Behavior and their Relationship to the Developmemt of Small Projects

**Researcher:**

**Dr. Nadia Saleh Fatahala Elshaier**
Assistant Professor,
Department of Home Economics, University College in Farasan, Jazan University, Farasan, Saudi Arabia.

**Abstract:**
This research aims to identify the relationship between competitive advantage and risk-taking behavior among small business owners, and their connection to small business development. The research sample consisted of 99 respondents who own small businesses or have ideas for establishing future small businesses. The research instruments included a closed-ended questionnaire containing preliminary data on age, education level, occupation, and residence, as well as baseline data on existing small businesses, knowledge of competitive advantage, and knowledge of risk-taking behavior. A questionnaire on competitive advantage, risk-taking behavior, and their relationship to small business development, comprising three main axes, was also used. This research employed a descriptive-analytical approach. The results showed a statistically significant positive correlation at the 0.01 level between the total score for the first axis and the sample's scores on the questionnaire, thus confirming the first hypothesis, which states that there is a statistically significant correlation between competitive advantage and small business development. A statistically significant positive correlation at the 0.01 level was also found between the total score for the second axis and the sample's scores on the questionnaire, thus confirming the second hypothesis. It states that using risk-taking behavior in a correct manner has a positive impact on the development of small projects. There is a statistically significant positive correlation at the 0.01 level between the total score of the third axis and the sample scores on all questionnaires, which means the validity of the third hypothesis, which states that there is a statistically significant correlation between the presence of risk-taking behavior and competitive advantage and the development of small projects.

**Keywords:** Competitive Advantage - Risk-Taking Behavior - Small Projects.