

القدرة التنافسية للمشروعات الصغرى والمتوسطة ودورها في التوظيف بمدينة مصراته

(دراسة تحليل لبعض الشركات داخل مدينة مصراته خلال الفترة 2012 – 2018)

رمضان علي محمد أبو راوي حسن محمد العربي الشريف محسن علي عمر أنتيفة
كلية العلوم التقنية مصراته كلية العلوم التقنية مصراته كلية الاقتصاد – جامعة مصراته
hasanelarabi@ctsm.edu.ly ramadanaborawi@yahoo.com

ملخص الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى الوصول لبعض المؤشرات للقدرة التنافسية لبعض الشركات المختارة بمدينة مصراته على قدرتها التنافسية، و توضيح أهم الأسباب الحقيقية لقدرة المشروعات الصغرى والمتوسطة وترتيبها حسب الأهمية للوصول إلى القدرة التنافسية بالسوق المحلي، و مدي مشاركة المشروعات الصغرى والمتوسطة في توظيف العنصر البشري للحد من البطالة، واستخدم النهج التحليل الوصفي وذلك بتحليل بيانات للعينة المختارة من المؤسسات لاستخلاص المؤشرات المطلوبة، وكذلك تقييم استمارة استبيان للمستهلكين، والمنتجين، والتجار، وستخدم برنامج ال SPSS لتحليل البيانات للوصول إلى أهداف البحث، وتوصل هذا البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها، مؤشرات لتحليل القدرة التنافسية لشركات عينة الدراسة النسيم وشيماء، معدل تطور حجم الإنتاج، و معدل تطور كمية المبيعات، ومعدل نسبة المبيعات إلى كمية الإنتاج الفعلي، ومعدل تطور عدد العمالة، أهم الأسباب الحقيقية لقدرة المشروعات الصغرى والمتوسطة وترتيبها حسب الأهمية للوصول إلى القدرة التنافسية بالسوق المحلي، أن المشروعات الصغرى والمتوسطة لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف، توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية للمشروعات الصغرى والمتوسطة بين توظيف العنصر البشري بها والقدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي حيث بلغ معامل الارتباط لبيرسون (0.515).

الكلمات الدلالية: المؤشرات للقدرة التنافسية، مدينة مصراته، المشروعات الصغرى والمتوسطة، معدل نسبة المبيعات.

Abstract:

This Study aims to reach some indicators of the competitiveness of some selected companies in the city of Misurata on their competitive ability, and to clarify the most important real reasons for the ability of small and medium enterprises and their arrangement according to importance to reach competitiveness in the local market, and the extent of participation of small and medium enterprises in employing the human element to reduce unemployment The descriptive analysis approach was used by analyzing data for the selected sample of institutions to extract the required indicators, as well as evaluating a questionnaires for consumers, producers, and traders, and using the SPSS program to analyze data to reach the objectives of the research, and this research reached a set of results, the most important of which are indicators to analyze the competitiveness of companies The study sample Al-Naseem and Shaima, the rate of development of the volume of production, the rate of development of the amount of sales, the rate of the ratio of sales to the amount of actual production, and the rate of development of the number of workers, the most important real reasons for the ability of small and medium enterprises and their arrangement in order of importance to reach competitiveness in the local market, that small and medium enterprises It has good competitiveness in the local market and has a role in employment Positive correlation with a statistical significance for small and medium enterprises between the employment of the human element in them and the good competitiveness in the local market ,where the Pearson(correlation coefficient was (0.515)

• **مقدمة:**

وتكمن أهمية القدرة التنافسية في أنها تساعد على الاستخدام الأمثل الكفو للموارد وتخصيصها، فضلاً على أنها تحفز على الإبداع والابتكار الأمر الذي يؤدي إلى

تحسين مستوى الإنتاج ونوعيته، ورفع مستوى معيشة الأفراد عن طريق خفض التكاليف والأسعار.

إن تحسين مستوى المنتج ونوعيته وانخفاض سعره، يجعله قادراً على منافسة المنتجات الأجنبية وهذا يعني تنويع الصادرات ومن ثم تنويع مصادر الدخل.

أصبح الاهتمام متزايداً بالمشروعات الصغرى والمتوسطة؛ لأهميتها الاقتصادية حيث تساهم في تشغيل الأيدي العاملة العاطلة وتساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وأثبتت قدرتها وكفاءتها في معالجة المشاكل الرئيسية التي تواجه الاقتصاد الليبي، الذي أهتم بالمشروعات الصغرى والمتوسطة بخطوات ثابتة للمشاركة الفعالة في النهوض بالاقتصاد الليبي، حيث توجد العديد من هذه المشاريع التي لها القدرة التنافسية، ولتوضيح هذه الجوانب أخذت عينة من الشركات والتي تتوفر بياناتها داخل مدينة مصراته لتحليل بعض مؤشرات القدرة التنافسية، وتقديم استمارة الاستبيان، للمستهلكين والمنتجين والتجار للوقوف على الأسباب الحقيقية للقدرة التنافسية للمشروعات الصغرى والمتوسطة، ودورها في التوظيف.

مجلة دراسات الإنسان و المجتمع
Human and Community Studies Journal

المشكلة البحثية " الإشكالية "

تكمن المشكلة البحثية في أن المشروعات الصغرى والمتوسطة تساعد على الاستخدام الأمثل للكفؤ للموارد وتخصيصها، فضلاً على أنها تحفز على الإبداع والابتكار الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوى الإنتاج ونوعيته، ورفع مستوى معيشة الأفراد عن طريق خفض التكاليف والأسعار.

إن تحسين مستوى المنتج ونوعيته وانخفاض سعره، يجعله قادراً على منافسة المنتجات الأجنبية وهذا يعني تنويع الصادرات ومن ثم تنويع مصادر الدخل، كما تؤكد النظريات الحديثة في التنمية على أهمية التنافسية ودورها في تحقيق النمو الاقتصادي فالتنافسية تعني القدرة على إنتاج السلع والخدمات القادرة على اقتحام الأسواق المحلية والإقليمية والدولية، ونتيجة للتحويلات التي يشهدها الاقتصاد الليبي وانفتاحه على العالم الخارج لاسيما في ظل مساعي ليبيا للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، ولتوفير أعداد كبيرة من الوظائف للكوادر الليبية، لذا يمكن صياغة المشكلة البحثية في التساؤل التالي:

هل تتمتع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الليبي داخل مدينة مصراته بالقدرة على منافسة المنتجات الأجنبية والمساهمة في عملية التوظيف وامتصاص البطالة ؟.

أهداف البحث :

- 1- الوصول إلى بعض المؤشرات للقدرة التنافسية لبعض الشركات المختارة بمدينة مصراته (عينة الدراسة) للوقوف على قدرتها التنافسية .
- 2- توضيح أهم الأسباب الحقيقية لقدرة المشروعات الصغرى والمتوسطة وترتيبها حسب الأهمية للوصول إلى القدرة التنافسية بالسوق المحلي .
- 3-مدي مشاركة المشروعات الصغرى والمتوسطة في توظيف العنصر البشري للحد من البطالة .

الفرضية : "تعد أغلب المشروعات الصغرى والمتوسطة لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف"، وفي حين كان الهدف من الدراسة تسليط الضوء على الوضع التنافسي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة داخل مدينة مصراته، وتحليل القدرة التنافسية لهذه المشروعات ومدى مساهمتها في زيادة مستوى التوظيف. وتكمن أهمية هذا البحث في الاتي :

1. التعرف على كيفية المساعد على الاستخدام الأمثل الكفؤ للموارد وتخصيصها .
2. القدرة التنافسية تساهم في التحفز على الإبداع والابتكار الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوى الإنتاج ونوعيته .

3. الرفع من مستوى معيشة الأفراد عن طريق خفض التكاليف والأسعار.
 - 4 - توضيح قدرة المشاريع الصغرى والمتوسطة على توظيف الكوادر الليبية .
- المنهجية :

ثم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة وتحليل بيانات القدرة التنافسية للمشروعات الصغرى و المتوسطة من خلال الكتب والمراجع والدراسات السابقة ومن خلال تحليل البيانات لعينة الدراسة باستخدام احدي البرامج الإحصائية الجاهزة (spss)

وأيضاً من خلال استمارة الاستبيان التي تم تقديمها إلى المنتجين بالمشروعات الصغرى والمتوسطة، والتجار، والمستهلكين للوصول إلى أهداف هذا البحث، تم توزيع 130 استمارة وكانت منها 118 استمارة صالحة، للوقوف على أهمية القدرة التنافسية.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (الشويرف وآخرين، سبتمبر 2019) المشروعات الصغيرة كآلية للحد من البطالة: التجربة الليبية، وهدفت هذه الدراسة إلى تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع البطالة وحجمها داخل الاقتصاد الليبي، ومن ثم الحد منها، وذلك بإتباع المنهج الوصفي التحليلي المعتمد على تحليل المؤشرات الاقتصادية والبيانات والإحصائية المنشورة في بعض التقارير والنشرات الإحصائية وتوصلت هذه الدراسة أن المشروعات الصغيرة الفردية هي النمط الغالب على المشروعات الصغيرة في ليبيا لمواجهة مشكلة البطالة داخل كبرى من القوى العاملة سواء الوطنية أو الأجنبية في الاقتصاد الليبي.

2- دراسة (مقري ويحياوي، 2011) الكيفية التي تساهم بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في

توظيف اليد العاملة بالشكل الذي يعمل على التخفيف من حدة البطالة في الوطن العربي، وقدمت شرحاً لواقع سوق العمل في البلدان العربية مبرزة أهم التحديات التي تواجهها. وتوصلت هذه الدراسة لجملة من وتوصلت إلى أهم النتائج أهمها، تعد المشروعات الصغيرة والمتوسطة من القوى المحركة لنمو الاقتصاد المحلي من خلاله توفير فرص العمل، وخلق فرص جيدة الاستثمار، وضرورة العمل على زيادة فاعلية هذه المشاريع في البلدان العربية وتذليل كافة الصعوبات التي تواجهها لزيادة دورها في عملية التشغيل بصفة خاصة وفي عملية التنمية الاقتصادية بصفة عامة.

3- دراسة (هامان، سبتمبر 2019) التفكير الإبداعي كمصدر للميزة التنافسية وأثره في تطوير المنظمات الصغرى والمتوسطة، تهدف هذه الدراسة النظرية إلى بيان أهمية ودور التفكير الإبداعي في صناعة الميزة التنافسية للمنظمات وأثر ذلك في تطوير بيئة العمل وزيادة تحسين أداء المنظمات الصغرى والمتوسطة. تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج التحليلي من خلال تحليل ما تم تناوله في الأدبيات الحديثة في حقل الإدارة

والتسويق حول مفاهيم ونظريات ريادة الأعمال والمنظمات الصغرى والمتوسطة والتفكير الإبداعي للقادة، تم الوصول إلى أهم النتائج إن بناء ودعم واستمرار المنظمات الصغيرة والمتوسطة مسؤولية مشتركة بين الأفراد والمنظمات والدولة، يجب أن يتعاونوا جميعا على الالتزام بها، إضافة إلى أنه عمل يجب أن ينظر إليه كواجب وان يتمتع قادة وصناع القرار في المنظمات الصغيرة والمتوسطة بمهارات التفكير الإبداعي يجعلهم قادرين على إيجاد الحلول للكثير.

4. **دراسة (هامان، 2019)** كانت بعنوان الدراسة الميزة التنافسية للصناعة الأجنبية وأثرها في عزوف المستهلك عن الصناعة الوطنية في السوق الليبي (وكانت مشكلة الدراسة عزوف المستهلك الليبي عن منتجات المجمع الاستثماري لصناعة مواد البناء من البلاط الخزفي (السيراميك) الأرضي والحائطي المصنعة في ليبيا وتفضيله المنتجات الأجنبية المعروضة في السوق الليبي، وتم اختيار العينة العشوائية البسيطة التطبيقية غير النسبية وكان حجمها (255) مستهلك من كافة شرائح المجتمع الاستهلاكي الليبي، ومن أهم النتائج أن المستهلك الليبي يفضل المنتجات الأجنبية في السوق الليبي بسبب ما تتمتع به هذه المنتجات من مزايا تنافسية، متمثلة في التشطيب الجيد، وتعدد المقاسات، وتوفر الألوان، والتصميم العصري، وهذا الاتجاه يعبر عن نسبة (5.83%) من جمهور المستهلكين .

5. **دراسة (أخضر، 2011)** تناولت الدراسة موضوع دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية: دراسة حالة مؤسسة EGTT الجزائرية، رسالة ماجستير في الإدارة غير منشورة، جامعة تلمسان، الجزائر، وتوصلت هذه الدراسة إلى أهم النتائج منها أن الإبداع له دور فعال في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية إلا أن المؤسسة المعنية كانت غير مدركة لأهمية وطبيعة الإبداع بسبب نقص عامل الثقافة الإبداعية لدى الإدارة والعاملين بالمؤسسة .

6. **دراسة (عباس، 2012)** تناولت الدراسة موضوع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودوره في الرفع من قدرتها التنافسية، الملتقى الوطني الثاني المعنون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة، جامعة أم البواقي بالجزائر وخلصت الدراسة إلى بعض النتائج منها أن الميز التنافسية للمؤسسة مصدرا حاسما للتفوق

المؤسسي على المنافسين في مجال الصناعة، وأن المؤسسة لا تحقق الميزة التنافسية عن طريق تقديم منتج متميز أو تكلفة أقل فقط، وإنما يتعدى الأمر إلى التوظيف الأمثل لمواردها حتى تتمكن من تصميم وتطبيق استراتيجيتها التنافسية .

مفهوم التنافسية: (العباس وآخرون، 2011، ص 123)

ويقصد بالتنافسية على مستوى المشروع بأنها القدرة على إنتاج السلع التي تلبي حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة والخدمات بالنوعية الجيدة وبالسعر والوقت المناسب، وبهذا يمكن القول بأن القدرة التنافسية على مستوى المشروع تعني قدرته على زيادة حصته من السوق، وذلك من خلال توفير منتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة للمستهلكين مقارنة بالمنافسين الآخرين، ويمكن التمييز بين عدة أنواع من التنافسية وذلك على النحو التالي:

تنافسية التكلفة أو السعر: أي أن البلد ذو التكاليف الأرخص يمكنه أن يصدر سلعة إلى الأسواق الخارجية بشكل أسرع وبصورة أفضل، هذا مع عدم إغفال أثر سعر الصرف المحلي لما له من تأثير واضح عند المقارنة بين السعيرين (المحلي والخارجي).

التنافسية غير السعيرية: إن السعر في واقع الأمر لا يعتبر العامل الوحيد المؤثر في التنافسية فهناك عوامل أخرى غير سعيرية يمكن أن تؤثر في التنافسية مثل جودة المنتج ونوعيته ومدى ملائمته للتطور التكنولوجي، لذا يمكن تصنيف التنافسية غير السعيرية إلى نوعين: أ- تنافسية نوعية: فالبلد الذي يتمتع بالقدرة التنافسية النوعية تكون منتجاته متطورة وذات نوعية جيدة وأكثر ملاءمة للمستهلك لذلك فإن هذا البلد يتمكن من تصدير سلعته حتى لو كانت أعلى سعراً من منافسين.

التنافسية التقنية: وترتكز هذه التنافسية على التقدم التكنولوجي، حيث تتنافس المشروعات من خلال النوعية في صناعة عالية التقنية، ومن ثم يمكنها أن تقدم منتجات ذات جودة عالية وبأقل تكلفة ممكنة. (وديع، 2003، ص 7)

• معايير قياس القدرة التنافسية: (سلطان، 2007، ص 6 - 8)

يمكن تقسيم معايير قياس القدرة التنافسية إلى: 1- القدرة التنافسية السعيرية:

وتنقسم القدرة التنافسية السعرية إلى: أ- الأسعار النسبية للصادرات: ويقصد بها نسبة أسعار الصادرات للمنتج في دولة المقارنة إلى أسعار الصادرات للمنتج نفسه في الدولة المحلية معبراً عنها بالعملة الملحية ويمكن التعبير عن ذلك بالصيغة التالية:

$$px = \frac{px_2}{px_1}$$

P_x : الأسعار النسبية للصادرات. P_{x1} : أسعار صادرات منتج صافي الدولة المحلية.

P_{x2} : أسعار صادرات المنتج نفسه في الدولة المقارنة.

ويتضح من خلال هذا المعيار أنه كلما ارتفعت النسبة دل ذلك على أن أسعار الصادرات المحلية للمنتج في الدولة المحلية أقل من أسعار صادرات المنتج نفسه في الدولة المقارنة، مما يدل على ارتفاع القدرة التنافسية لهذا المنتج محلياً والعكس عند انخفاض هذه النسبة.

1. **الربحية النسبية للصادرات:** ويبين هذا المعيار نسبة أسعار الصادرات للمنتج في الدولة المحلية إلى أسعار الجملة للمنتج نفسه في الدولة لمحلية ويمكن التعبير عن هذا المعيار بالصيغة التالية:

$$ER_x = \frac{PT_x}{PT} \times 100$$

حيث: ER_x : الربحية النسبية للصادرات. PT_x : أسعار صادرات المنتج.

PT : أسعار الجملة للمنتج محلياً.

يتضح من هذا المعيار أنه كلما زادت قيمته دل ذلك على أن سعر المنتج بالجملة محلياً أقل من أسعار صادراته إلى الخارج، مما يعني زيادة قدرته على التنافس في الأسواق العالمية والعكس صحيح.

2. **التنافسية السعرية للواردات:** يعكس هذا المعيار نسبة أسعار واردات المنتج داخل الاقتصاد المحلي إلى أسعار نفس المنتج في الدولة المحلية، ويمكن التعبير عن ذلك رياضياً كما يلي:

$$PM = \frac{PML}{PL} \times 100$$

حيث: PM : التنافسية السعرية للواردات. PML : أسعار واردات نفس المنتج في الداخل.

PL : سعر المنتج محلياً.

إن انخفاض نسبة هذا المعيار يدل على أن سعر المنتج محلياً يكون أعلى من سعر المنتج نفسه المستورد، ما يدل على انخفاض القدرة التنافسية للمنتج المحلي مع المنتج المستورد في الداخل والعكس بالعكس.

ذ- **التكاليف النسبية لوحدة العمل:** يعكس هذا المعيار نسبة تكلفة وحدة العمل لقطاع معين في الدولة إلى تكلفة وحدة العمل في القطاع نفسه داخل الدولة المحلية معبراً عنها بالعملة المحلية، ويأخذ هذا المعيار الصيغة التالية $ELC = LC_2 / LC_1 \times 100$:
ELC: التكاليف النسبية لوحدة العمل. LC_1 : تكلفة وحدة العمل لقطاع الصناعة في الدولة المحلية.

LC_2 : تكلفة وحدة العمل لقطاع الصناعة في الدولة المقارنة.

إن ارتفاع نسبة هذا المعيار تعني أن تكلفة وحدة العمل لقطاع الصناعة في الدولة المقارنة تكون أعلى من تكلفة وحدة العمل لقطاع الصناعة في الدولة المحلية مما يدل على زيادة القدرة التنافسية للمنتج المحلي والعكس صحيح.

وهناك عدة مؤشرات تعكس تطور المبيعات للمنشأة داخل السوق المحلي وهذه المؤشرات يمكن استخدامها في تقييم القدرة التنافسية على مستوى المؤسسة ومن أهم هذه المؤشرات:

3. **نسبة تطور المبيعات:** ويعبر عن هذه المؤشر بالصيغة التالية:

$$PSD = SV_1 / SV_2 \times 100$$

حيث: PSD: نسبة تطور المبيعات. SV_1 : قيمة المبيعات للسنة الحالية. SV_2 : قيمة المبيعات للسنة السابقة، ويوضح هذا المؤشر تطور المبيعات خلال سنة معينة بالمقارنة مع السنة السابقة، فكلما ارتفعت النسبة كلما دل ذلك على وجود تطور فيه المبيعات والعكس عند انخفاض النسبة.

4. **نسبة المبيعات إلى الإنتاج الفعلي:** ويأخذ هذا المؤشر الصيغة التالية:

$$SPR = QPV / QPQV \times 100$$

حيث: QPV: كمية المبيعات السنوية. QPQV: كمية الإنتاج السنوية.

SPR: نسبة المبيعات من كمية الإنتاج الفعلي.

يتضح من هذا المؤشر أنه كلما ارتفعت النسبة كلما دل ذلك على ارتفاع مستوى المبيعات أي زيادة الطلب على السلعة المنتجة لدى المنشأة مما يعكس زيادة القدرة التنافسية لها.

الجانب التطبيقي الأول :

تحليل القدرة التنافسية للوحدات الصناعية داخل مدينة مصراته يتناول هذا الجزء الجانب التطبيقي على المستوى المؤسس داخل نطاق مدينة مصراته، وذلك من خلال تحليل بعض المؤشرات الخاصة بقياس القدرة التنافسية لبعض المصانع والشركات خلال سبع سنوات (2012 - 2018)، لاستخدام بيانات هذه المؤسسات في الوصول إلى بعض المؤشرات الهامة والوصول إلى أهداف البحث.

الجدول رقم (1) تطور كمية الإنتاج والمبيعات وعدد العاملين ومعدلات تطورها سنوياً لشركة النسيم للصناعات الغذائية خلال الفترة (2012 - 2018)

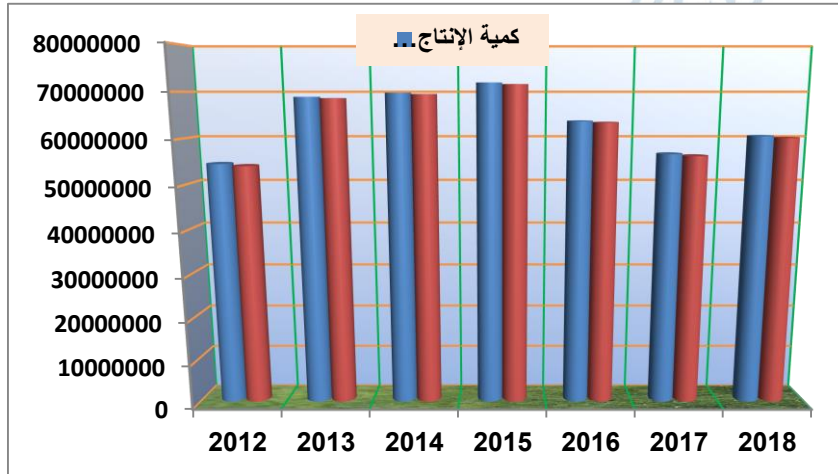
السنة	الصف	وحدة القياس	كمية الإنتاج السنوي	معدل تطور الإنتاج	كمية المبيعات السنوية	معدل تطور المبيعات	عدد العمالة	معدل تطور عدد العمالة	نسبة المبيعات للإنتاج
2012م	ألبان	كج	20620400	-	20222500	-	954	-	98%
	زيادي	كج	27600000	-	27550000	-			99%
	جبلاتي	كج	6320000	-	6300000	-			99%
	الإجمالي	كج	54540400	-	54072500	-			99%
2013م	ألبان	كج	26500000	29%	26350000	30%	965	1%	99%
	زيادي	كج	35450000	28%	35380000	28%			99%
	جبلاتي	كج	6953000	10%	6900000	10%			99%
	الإجمالي	كج	68903000	26%	68630000	27%			99%
2014م	ألبان	كج	26000000	2%	25930000	-2%	989	2%	99%
	زيادي	كج	36600000	3%	36320000	3%			99%
	جبلاتي	كج	7200000	4%	7270000	5%			100%
	الإجمالي	كج	69800000	1%	69520000	1%			99%
2015م	ألبان	كج	27300000	5%	27160000	5%	1002	1%	99%

%99			%2	37200000	%2	37350000	كج	زيادي	
%99			%0	7260000	%1	7300000	كج	جيلاتي	
%99			%3	71620000	%3	71950000	كج	الإجمالي	
%99	%2	1020	%19-	21890000	%19-	22000000	كج	ألبان	م2016
%99			%4-	35670000	%4-	35800000	كج	زيادي	
%99			%19-	5900000	%18-	5950000	كج	جيلاتي	
%99			%11-	63460000	%11-	63750000	كج	الإجمالي	
%99	%3	1055	%19-	17820000	%18-	18000000	كج	ألبان	م2017
%99			%10-	32115000	%10-	32300000	كج	زيادي	
%99			%7	6320000	%7	6380000	كج	جيلاتي	
%99			%11-	56255000	%11-	56680000	كج	الإجمالي	
%99	%5	1105	%8	19180000	%8	19360000	كج	ألبان	م2018
%99			%7	34390000	%7	34580000	كج	زيادي	
%99			%4	6590000	%4	6605000	كج	جيلاتي	

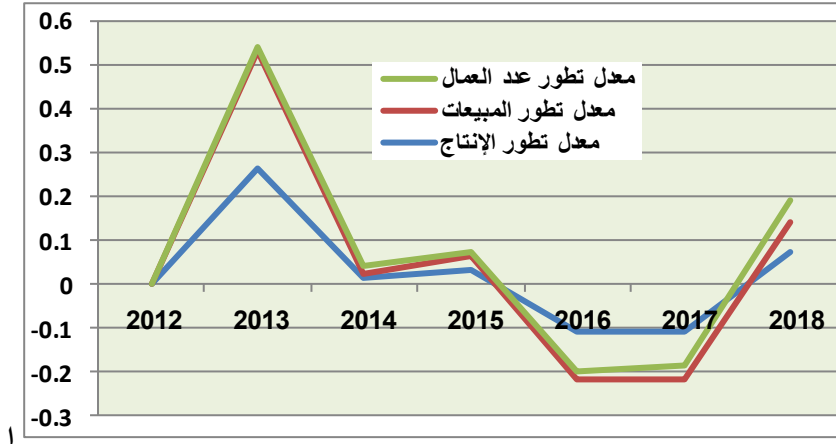
المصدر: بيانات تم الحصول عليها من إدارة الشركة أما فيما يخص المعدلات تم احتساب وفقاً للصيغة:

Human and Community Studies Journal

HCSJ



الشكل (1) يوضح كمية الإنتاج والمبيعات السنوية لشركة النسيم للصناعات الغذائية الفترة (2012 - 2018)



شكل (2) يوضح معدل تطور المبيعات والإنتاج وعدد العمال السنوية لشركة النسيم للصناعات الغذائية خلال الفترة (2012 - 2018)

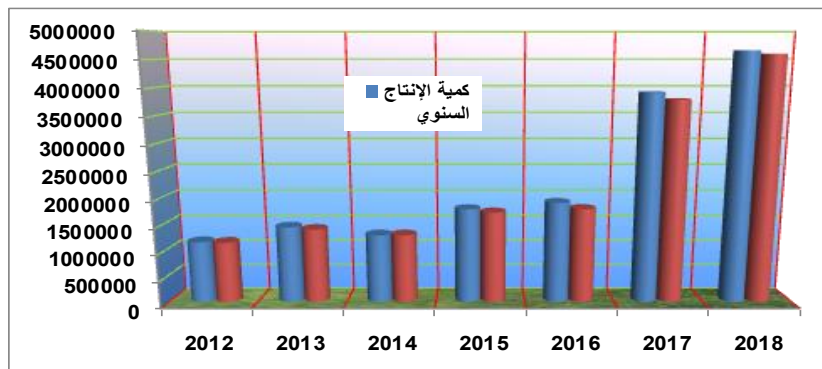
الجدول رقم (2) تطور كمية الإنتاج والمبيعات وعدد العاملين ومعدلات تطورها سنوياً لشركة النسيم البحر لصناعة العصائر المحدودة خلال الفترة (2012 - 2018)

السنة	الصف	وحدة القياس	كمية الإنتاج السنوي	معدل تطور الإنتاج السنوي	كمية المبيعات السنوية	معدل تطور المبيعات السنوي	عدد العمالة	معدل تطور عدد العمالة	نسبة المبيعات إلى الإنتاج
2012م	عبوة 0.170 لتر	ستيك	624000	-	617760	-	35	-	%99
	عبوة 0.340 لتر	ستيك	179712	-	177915	-			%99
	عبوة 1 لتر	ستيك	353808	-	350270	-			%99
	الإجمالي	ستيك	1157520	-	1145945	-			%99
2013م	عبوة 0.170 لتر	ستيك	975000	%56	945750	%53	42	%20	%97
	عبوة	ستيك	359425	%100	348642	%96			%97

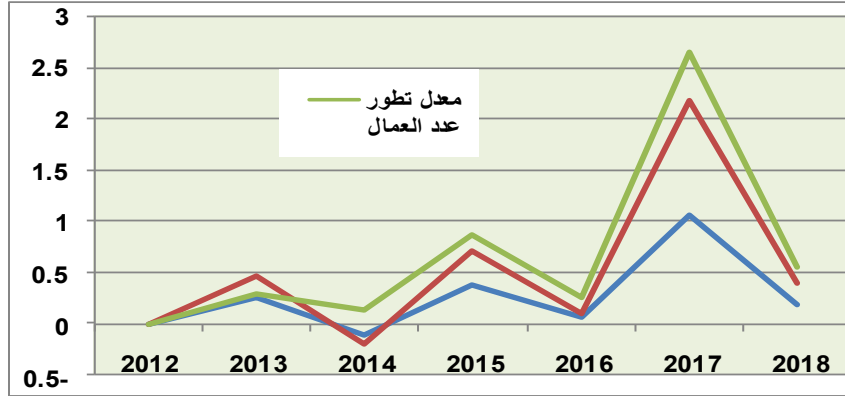
							0.340 لتر	
%97			%70-	106227	%69-	109512	عبوة 1 لتر	سنيكية
%97			%22	1400619	%25	1443937	الإجمالي	سنيكية
%100	%14	48	%51-	468000	%52-	468000	عبوة 0.170 لتر	سنيكية
%100			%20	419328	%17	419328	عبوة 0.340 لتر	سنيكية
%100			%280	404352	%270	404352	عبوة 1 لتر	سنيكية
%100			%8-	1291680	%11-	1291680	الإجمالي	سنيكية
%98	%25	60	%104	955500	%108	975000	عبوة 0.170 لتر	سنيكية
%96			%59-	172524	%57-	179712	عبوة 0.340 لتر	سنيكية
%94			%47	593892	%56	631800	عبوة 1 لتر	سنيكية
%96			%33	1721916	%38	1786512	الإجمالي	سنيكية
%96	%17	70	%6-	898560	%4-	936000	عبوة 0.170 لتر	سنيكية
%90			%108	3594124	%122	399360	عبوة 0.340 لتر	سنيكية
%93			%10-	532734	%9-	572832	عبوة 1 لتر	سنيكية
%94			%4	1790718	%7	1908192	الإجمالي	سنيكية

%99			%83	1640925	%77	1657500	عبوة 0.170 لتر	ستنيكة	2017م
%93	%16	81	%171	974938	%161	1048320	عبوة 0.340 لتر	ستنيكة	
%97			%120	1176664	%110	1213056	عبوة 1 لتر	ستنيكة	
%97			%112	3792527	%105	3918876	الإجمالي	ستنيكة	
%99			%6-	1544400	%6-	1560000	عبوة 0.170 لتر	ستنيكة	2018م
%98	%57	127	%141	2348237	%129	2396160	عبوة 0.340 لتر	ستنيكة	
%100			%-40	707616	%4-	707616	عبوة 1 لتر	ستنيكة	
%99			%21	4600253	%19	4663776	الإجمالي	ستنيكة	

المصدر: بيانات تم الحصول عليها من إدارة الشركة.



الشكل (3) يوضح كمية الإنتاج والمبيعات السنوية لشركة النسيم البحر لصناعة العصائر المحدودة خلال الفترة (2012 - 2018)



الشكل (4) يوضح معدل تطور المبيعات والإنتاج وعدد العمال لشركة النسيم البحر لصناعة العصائر المحدودة خلال الفترة (2012 - 2018)

الجدول رقم (3) تطور كمية الإنتاج والمبيعات وعدد العاملين ومعدلات تطورها سنوياً لشركة شيماء للصناعة وتنقية مياه الشرب المحدودة خلال الفترة (2012 - 2018)

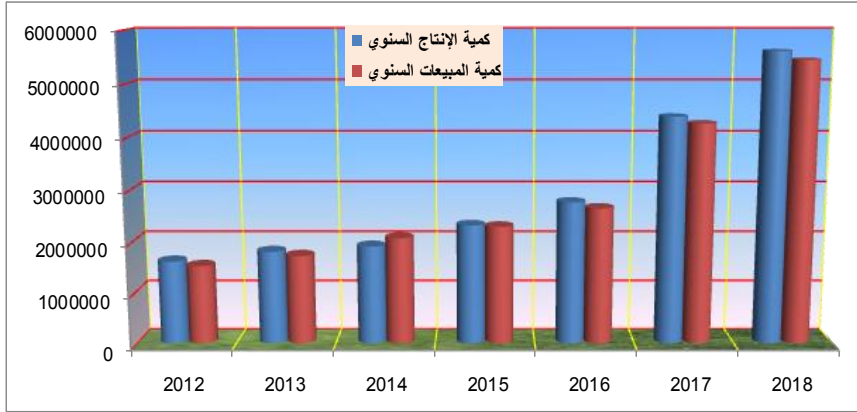
السنة	الصف	وحدة القياس	كمية الإنتاج السنوي	معدل تطور الإنتاج	كمية المبيعات السنوية	معدل تطور المبيعات	عدد العمالة	معدل تطور العمالة	نسبة المبيعات للإنتاج
2012م	عبوة 0.330 لتر	سنتيكة	499200	-	459264	-	67	-	%
	عبوة 0.5 لتر	سنتيكة	125700	-	124443	-			
	عبوة 1.5 لتر	سنتيكة	915201	-	869441	-			
	عبوة 7 لتر	سنتيكة	70310	-	68904	-			
	الإجمالي	سنتيكة	1610411	-	1522052	-			

94%	18-%	55	14%	522374	11%	555717	سنيكية	عبوة 0.330 لتر	2013م
97%			51%	187959	54%	193772	سنيكية	عبوة 0.5 لتر	
96%			10%	955297	9%	995101	سنيكية	عبوة 1.5 لتر	
93%			17-%	56869	14-%	60499	سنيكية	عبوة 7 لتر	
95%			13%	1722499	12%	1805089	سنيكية	الإجمالي	
100%	33-%	73	18%	616720	11%	616720	سنيكية	عبوة 0.330 لتر	2014م
112%			22%	229729	6%	205115	سنيكية	عبوة 0.5 لتر	
114%			18%	1123029	1-%	985113	سنيكية	عبوة 1.5 لتر	
98%			82%	99465	66%	100470	سنيكية	عبوة 7 لتر	
108%			20%	2068943	6%	1907418	سنيكية	الإجمالي	
98%	16-%	85	24%	762854	25%	770560	سنيكية	عبوة 0.330 لتر	2015م
100%			44%	330220	61%	330220	سنيكية	عبوة 0.5 لتر	
97%			13-%	980323	2%	1000330	سنيكية	عبوة 1.5 لتر	
100%			118%	217011	116%	217011	سنيكية	عبوة 7 لتر	
98%			11%	2290408	22%	2318121	سنيكية	الإجمالي	

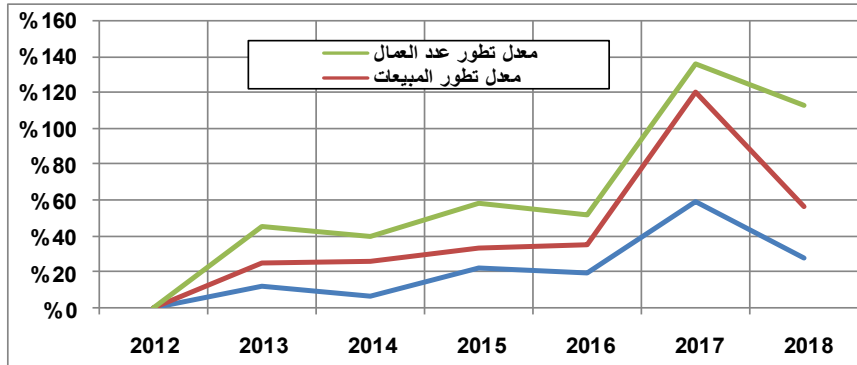
%89	16	99	%0.04-	732885	%7	823466	سنتيكة	عبوة 0.330 لتر	2016م
%99			%5	346699	%6	350201	سنتيكة	عبوة 0.5 لتر	
%100			%2	1004300	%0.4	1004300	سنتيكة	عبوة 1.5 لتر	
%100			%4-	120125	%45-	120125	سنتيكة	عبوة 7 لتر	
%96			-	177600	-	185000	سنتيكة	عبوة 200مل (40)	
%95			-	266865	-	280910	سنتيكة	عبوة 200مل (36)	
%95			%16	2648774	%19	2764002	سنتيكة	الإجمالي	
%96	48	147	%50	1096320	%39	1142000	سنتيكة	عبوة 0.330 لتر	2017م
97 %			%29	446888	%32	460709	سنتيكة	عبوة 0.5 لتر	
97 %			%98	1989597	%102	2030201	سنتيكة	عبوة 1.5 لتر	
%100			%17	140771	%17	140771	سنتيكة	عبوة 7 لتر	
%94			%181	499007	%180	525271	سنتيكة	عبوة 200مل (40)	
95 %			%65-	92179	%66-	96020	سنتيكة	عبوة 200مل (36)	
97 %			%61	4264762	%59	4394972	سنتيكة	الإجمالي	

%95	%16	171	%105	2476882	%105	2351200	سنيكية	عبوة 0.330 لتر	م 2018
%97			%23-	344649	%23-	355308	سنيكية	عبوة 0.5 لتر	
%98			%7	2119099	%7	2162958	سنيكية	عبوة 1.5 لتر	
%100			%-8	129955	%8-	129955	سنيكية	عبوة 7 لتر	
%98			%-3	481802	%7-	486669	سنيكية	عبوة 200مل (40)	
%100			%46	134809	%40	134809	سنيكية	عبوة 200مل (36)	
%97			%28	5458602	%28	5620899	سنيكية	الإجمالي	

المصدر: بيانات تم الحصول عليها من إدارة الشركة



الشكل (5) يوضح كمية الإنتاج والمبيعات السنوية لشركة شيماء للصناعة وتنقية مياه الشرب المحدودة خلال الفترة (2012 - 2018)



الشكل (6) يوضح تطور الإنتاج والمبيعات السنوية لشركة شيماء للصناعة وتنقية مياه الشرب المحدودة خلال الفترة (2012 - 2018)

تم التركيز في هذا الجزء من الدراسة على تحليل القدرة التنافسية لمجموعة من الشركات المحلية شركة النسيم للصناعات الغذائية، شركة نسيم البحر لصناعة العصائر، وشركة شيماء لصناعة وتنقية مياه الشرب)، بالإضافة إلى دور كل منها في استيعاب العمالة والمساهمة في الحد من ظاهرة البطالة والعاملة في مدينة مصراته خلال الفترة (2012 - 2018) حيث أن هذه الفترة شهدت انفتاحاً في جميع منافذ الدولة أمام السلع الأجنبية، وغياب الرقابة الجمركية، وقد اقتصرت الدراسة على هذه الشركات نظراً لتوفر

البيانات المطلوبة في هذه الشركات بالإضافة إلى أن هذه الشركات تتمتع بوجود هيكل إداري وإنتاجي متماسك في تبويب وتسجيل البيانات، وتم الاعتماد على عدة مؤشرات في تحليل القدرة التنافسية لكل شركة على حدة أهمها:
أولاً: تحليل القدرة التنافسية لشركة النسيم للصناعات الغذائية باستخدام المؤشرات سالفة الذكر وهي:

1. معدل تطور حجم الإنتاج : من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (1) والذي يعكس الشكل البياني رقم (2) نلاحظ أن معدل تطور حجم الإنتاج كان بنسب متفاوتة حيث بلغ (26%) في سنة 2013م في حين كان معدل التطور في سنة 2014 حوالي (1%) فقط ثم ارتفع إلى (3%) في سنة 2015 بينما كان معدل التطور في حجم الإنتاج سلبياً في عامي 2016، 2017 حيث سجل نسبة سالبة مقدارها (-11%) وقد يرجع ذلك لتقلبات سعر الصرف والاعتمادات التي مرت بها البلد خلال تلك الفترة في حين تحسنت هذه النسبة في عام 2018 حيث بلغت حوالي (7%) ، وبصورة عامة فإن معدل تطور حجم الإنتاج خلال الفترة يعتبر مطمئن وجيد وذلك لأن الزيادة في حجم الإنتاج ينم عن سياسية إنتاجية توسيعية تعكس التنامي في حجم الطلب على السلع المنتجة من قبل الشركة وتوسع لحجم السوق أمام هذه المنتجات حيث بلغ معدل التطور العام (المركب) خلال الفترة 2%.*

2. معدل تطور كمية المبيعات:

من خلال تحليل البيانات الواردة في نفس الجدول رقم (1) والتي يعكسها نفس الشكل البياني رقم (2) نلاحظ أن معدل تطور كمية المبيعات السنوية كانت متفاوتة تبعاً لحجم الإنتاج حيث بلغ معدل تطور حجم المبيعات في سنة 2013 نسبة مقدارها (27%) في حين كان معدل تطور المبيعات في سنة 2014 حوالي (1%) فقط ثم ارتفع إلى (3%) في عام 2015 بينما كان معدل التطور في عامي 2016، 2017 سلبياً حيث بلغ نسبة سالبة مقدارها (-11%) في حين تحسن هذا المؤشر في عام 2018 حيث بلغ حوالي (7%) وبصورة عامة يمكن القول أن هذا المؤشر كان إيجابياً عاكساً زيادة حجم

الطلب على هذه السلع وهو ما يعكس القدرة التنافسية للمنتجات لشركة النسيم للصناعات الغذائية المحلية حيث كان معدل النمو المركب حوالي 3%.

3. معدل نسبة المبيعات إلى إجمالي الإنتاج الفعلي:

من خلال تحليل لبيانات الواردة في الجدول رقم (1) نلاحظ أن نسبة المبيعات إلى إجمالي الإنتاج بلغت حوالي 99% من الإنتاج خلال فترة الدراسة وهذا يعكس مدى التناغم ما بين الإنتاج والتسويق أي أن 99% من الإنتاج يتم تصريفه في السوق، وهذا يؤشر إيجابياً للقدرة التنافسية للشركة.

4. معدل تطور عدد العمالة:

من خلال تحليل للبيانات الواردة في ذات الجدول رقم (1) والذي يعكسه الشكل البياني رقم (2) نلاحظ أن معدل تطور عدد العمالة داخل الشركة كان إيجابياً حيث يتراوح ما بين (1%) إلى (5%) خلال فترة الدراسة وهذا يعكس القدرة التنافسية للشركة بالإضافة إلى المساهمة في استيعاب القوى العاملة والحد من ظاهرة البطالة ، حيث كان معدل تطور عدد العمالة المركب خلال الفترة 2% تقريباً.

ثانياً: تحليل القدرة التنافسية لشركة نسيم البحر للصناعة العصائر باستخدام ذات المؤشرات وهي: 1- معدل تطور الإنتاج:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (2) والذي يعكسها الشكل البياني رقم (4) نلاحظ أن معدل تطور حجم الإنتاج خلال عام 2013 بلغ نسبة مقدارها (25%)، أما في سنة 2014 فقد انخفضت الكمية المنتجة من 1443937 إلى 1291680 تحقق بذلك معدل سالب قدره (-11%)، في حين نجد هذه النسبة وصلت إلى حوالي (38%) في عام 2015، (7%) في عام 2016 وبلغت ذروتها في سنة 2017 حيث وصلت إلى (105%) وهذا ما يعكس تنامي القدرة الإنتاجية للشركة بينما بلغ معدل التطور (19%) في السنة الأخيرة وبصورة عامة فإن معدل تطور حجم الإنتاج خلال الفترة كان إيجابياً ويؤشر على تنامي القدرة التنافسية للمنتجات التي تنتجها شركة النسيم للصناعات الغذائية حيث شهد معدل التطور المركب ما يقارب من 22% خلال فترة الدراسة.

2. معدل تطور كمية المبيعات:

من خلال تحليل البيانات الواردة في نفس الجدول رقم (2) والذي يعكسها الشكل البياني ذاته رقم (4) نلاحظ أن معدل تطور كمية المبيعات السنوية كانت متفاوتة حيث كانت تشكل حوالي (22%) في سنة 2013 ثم انخفضت إلى السالب (-8%) في سنة 2014 بينما وصلت إلى (33%) في سنة 2015 ثم انخفضت إلى (4%) في سنة 2016 وبلغت هذه النسبة أقصاها عام 2017 حيث بلغت (112%) في حين كانت تقدر بحوالي (21%) في سنة 2018 وبصورة عامة يمكن القول بأن هذا المؤشر كان إيجابياً مما يدل على تنامي حجم الطلب على هذه السلع ومن ثم القدرة التنافسية للمنتجات المحلية وبمعدل نمو مركب مقداره 21% خلال الفترة.

3. معدل نسبة المبيعات إلى كمية الإنتاج الفعلي:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (2) يلاحظ أن متوسط نسب المبيعات إلى إجمالي الإنتاج (97.7%) خلال فترة الدراسة وهذا يدل على قدرة الشركة في تصريف منتجاتها في السوق الأمر الذي يؤثر إيجابياً للقدرة التنافسية للشركة.

4. معدل تطور عدد العمالة:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (2) والمتعلقة بعدد العمالة والذي يعكسه الشكل البياني رقم (4) نلاحظ أن معدل تطور عدد العمالة داخل الشركة كان إيجابياً حيث يتراوح ما بين (14%) إلى (57%) خلال فترة الدراسة حيث كان في عام 2013 يشكل (20%) ثم انخفض (17%)، (16%) في عامي 2016، 2017 على التوالي في حين بلغ هذا المعدل أقصى في السنة الأخيرة ليصل إلى (57%) وهذا يعكس بصورة عامة زيادة القدرة التنافسية للشركة بالإضافة إلى مساهمتها في استيعاب القوى العاملة والحد من ظاهرة البطالة وحيث بلغ معدل النمو بشكل العام حوالي (20%).

ثالثاً: تحليل القدرة التنافسية لشركة شيماء للصناعة وتنقية مياه الشرب باستخدام المؤشرات الآتية: 1. معدل تطور حجم الإنتاج:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (3) والتي يعكسها الشكل البياني رقم (6) نلاحظ أن معدل تطور حجم الإنتاج بشكل عام كان إيجابياً وينسب متفاوتة حيث بلغ خلال عام 2013 حوالي (12%) بينما انخفض إلى (6%) في عام 2014 ثم عاود الارتفاع ليصل إلى حوالي (22%) في سنة 2015، أما في عام 2016 فإن معدل التطور انخفض بمقدار (3%) حيث سجل معدل مقداره (19%) ثم عاود الارتفاع إلى أن وصل ذروته في عام 2017 ليلعب نسبة مقداره (59%) أما في السنة الأخيرة فقد نخفض معدل التطور ليصل إلى حوالي (28%)، وبشكل عام يمكن القول من خلال المعدلات المتحققة أن القدرة التنافسية للشركة خلال فترة الدراسة كانت جيدة وذلك لأن الزيادة في حجم الإنتاج تدل عن سياسة إنتاجية توسعية تعكس الزيادة في حجم الطلب على منتجات الشركة وتوسع نطاق السوق وزيادة عدد المستهلكين (الكمية المباعة) حيث كان معدل النمو المركب للإنتاج 19.5% خلال فترة الدراسة.

2. معدل تطور كمية المبيعات:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (3) والذي يعكسه الشكل البياني رقم (6) نلاحظ أن معدل التطور السنوي في كمية المبيعات كان متفاوتاً وإيجابياً في كل السنوات حيث سجل نسبة مقداره (13%) في سنة 2013 ثم ارتفع ليصل إلى (20%) في عام 2014 لينخفض قليلاً في عام 2015 حيث كان معدل التطور حوالي (11%) أما في سنة 2016 فإن المؤشر تطور ليصل إلى (16%) وفيما سنة 2017 ازداد هذا المعدل ليصل إلى أقصى قيمة له خلال فترة الدراسة حيث وصل إلى (61%) ليستقر في سنة 2018 عند (28%).

وبشكل عام يمكن القول بأن هذا المؤشر كان إيجابياً عاكساً بذلك تنامي حجم الطلب على هذه السلعة مباشرة بقدرة تنافسية جيدة لهذه الشركة حيث كان معدل النمو المركب خلال الفترة حوالي (20%).

3. مؤشر نسبة المبيعات إلى كمية الإنتاج الفعلي:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (3) نلاحظ أن نسبة المبيعات إلى إجمالي الإنتاج خلال الفترة تتراوح ما بين 94% إلى 108% حيث كان أقل نسبة في سنة 2012 وأعلى في سنة 2014 وهذا يعكس حجم التناغم والانسجام ما بين السياسة الإنتاجية والتسويقية للشركة عاكساً بذلك قدر عال من القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في السوق المحلي خصوصاً.

4. معدل تطور عدد العمالة:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (3) والذي يعكسه الشكل البياني رقم (6) نلاحظ أن تطور عدد العمالة خلال فترة الدراسة كان إيجابياً عدا في عام 2013 حيث كان المعدل سلبياً وبنسبة مقدارها (-18%)، حيث سجل (33%) في عام 2014، (16%) في السنوات 2015، 2016، 2018، أما في سنة 2017 فقد بلغ ذروته ووصل إلى 48%، وهذا يؤشر بصورة جيدة على زيادة القدرة التنافسية للشركة وذلك من خلال قدرتها في التوسع في التشغيل واستيعاب القوى العاملة من أجل المحافظة على كمية الإنتاج والمبيعات وهي بذلك ساهم في عملية التوظيف والحد من ظاهرة البطالة وبصورة عامة فإن معدل تطور عدد العمال بلغ بشكل عام لكل السنوات ما نسبته (14%).

• الجزء الثاني من الجانب العملي باستخدام أداة جمع البيانات الاستبيان :

لإجراء الدراسة الميدانية وجمع البيانات في الجزء الثاني استخدم الباحثان الاستبيان، تم توزيع 130 استمارة وكانت منها 118 استمارة صالحة وقد احتوى الاستبيان على جزئيين وهما:

1. البيانات الشخصية وتضمن (العمر- الجنس - الحالة الاجتماعية - الجنسية- المؤهل العلمي - الصفة).

2. محاور الدراسة :-

• المحور الأول (الأسباب الحقيقية المؤثرة في القدرة التنافسية) وينتضمن تسعة عبارات.

• المحور الثاني (دور المشروعات الصغرى والمتوسطة في التوظيف) ويتضمن أربعة عبارات.

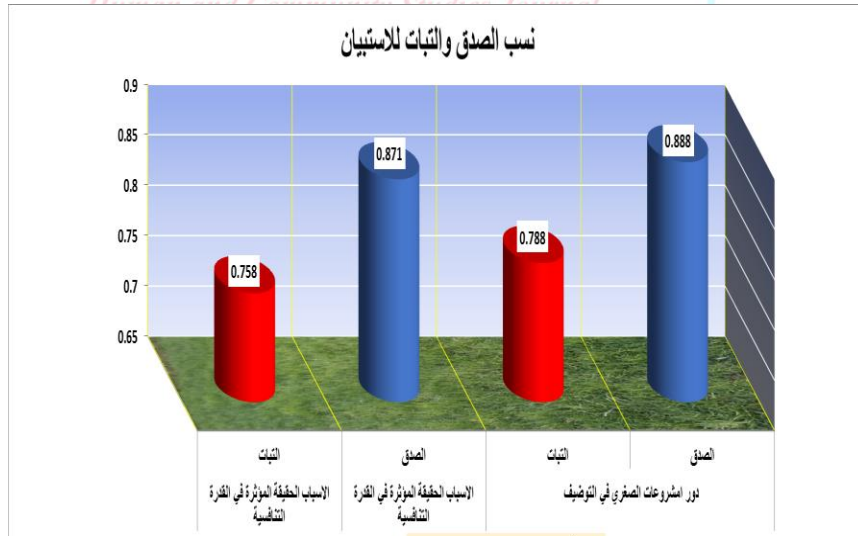
ووضع الباحثان إجابات مغلقة للعبارات على أساس مقياس ليكرت خماسي حيث أخذت عبارة (غير موافق على الإطلاق) قياس واحد وعبارة (غير موافق) قياس اثنان وعبارة (محايد) قياس ثلاثة وعبارة (موافق) قياس أربعة وعبارة (موافق تماما) قياس خمسة.

• اختبارات الثبات والصدق الإحصائي:

تم اختبار ثبات الاستمارة من خلال اختبار قياس الثبات والصدق والجدول رقم (4) والشكل رقم (7) يوضحان قيمة الصدق والثبات في الظاهرة .

جدول (4)

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
الأسباب الحقيقية المؤثرة في القدرة التنافسية	9	0.758	0.871
دور المشروعات الصغرى والمتوسطة في التوظيف	4	0.788	0.888
المحورين	13	0.820	0.906



الشكل (7) يوضح نسب الصدق و الثبات للاستبيان

يتضح من نتائج الجدول رقم (4) أن جميع نتائج الثبات والصدق لإجابات أفراد العينة كانت أكبر من (60%) على العبارات المتعلقة بكل بعد من محور الميزة التنافسية ، وعلى أبعاد المحور كاملة مما يدل على أن الاستبيان يتصف بالثبات والصدق وهو يحقق أغراض البحث، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

الطرق والأساليب الإحصائية المتبعة:

استخدام الباحثان برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss من أجل تحليل البيانات المتحصل عليها من الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة، حيث استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. النسبة المئوية.
- 2- المتوسط الحسابي المرجح والعام.
- 3- الانحراف المعياري.
- 4- اختبار مان - وتي.

التحليل الإحصائي:

1. خصائص أفراد العينة: الجدول رقم (5) يبين الأعداد والنسبة المئوية وفقاً لمتغيرات البيانات الشخصية.

جدول (5) الأعداد والنسبة المئوية وفقاً لمتغيرات البيانات الشخصية

المتغير	الفئة	العدد	النسبة %
العمر	اقل من 25	57	48.3
	من 25- 45	51	43.2
	من 46- 55	7	5.9
	اكثر من 55	3	2.6
الجنس	ذكر	92	78.0
	انثي	26	22.0
الحالة الاجتماعية	أعزب	81	68.6
	متزوج	37	31.4

94.9	112	ليبي	الجنسية
5.1	6	غير ليبي	
33.0	39	متوسط	المؤهل العلمي
17.8	21	دبلوم عالي	
42.4	50	جامعي	
6.8	8	أعلى من جامعي	
25.4	30	منتج	الصفة
48.3	57	مستهلك	
26.3	31	تاجر	

من الجدول أعلاه يتضح أن نسبة (48.3%) من أفراد عينة الدراسة أعمارهم اقل من 25 سنة وأن نسبة (43.2%) من افراد عينة الدراسة أعمارهم من 25 سنة الى 46 سنة ، أن نسبة (78.0%) من أفراد عينة الدراسة هم ذكور، أن نسبة (68.6%) من أفراد عينة الدراسة عزاب، أن نسبة (94.9%) من أفراد عينة الدراسة هم ليبيين، وأن نسبة (42.4%) مؤهلاتهم العلمية جامعية، أن نسبة (48.3%) من أفراد عينة الدراسة هم مستهلكين و أن نسبة (26.3%) من أفراد عينة الدراسة هم تجار من إجمالي افراد العينة.

التحليل الوصفي لعبارات المحاور

- المحور الأول الأسباب الحقيقية المؤثرة في القدرة التنافسية :

الجدول رقم (6) يبين المتوسط المرجح والانحراف المعياري وترتيب عبارات.

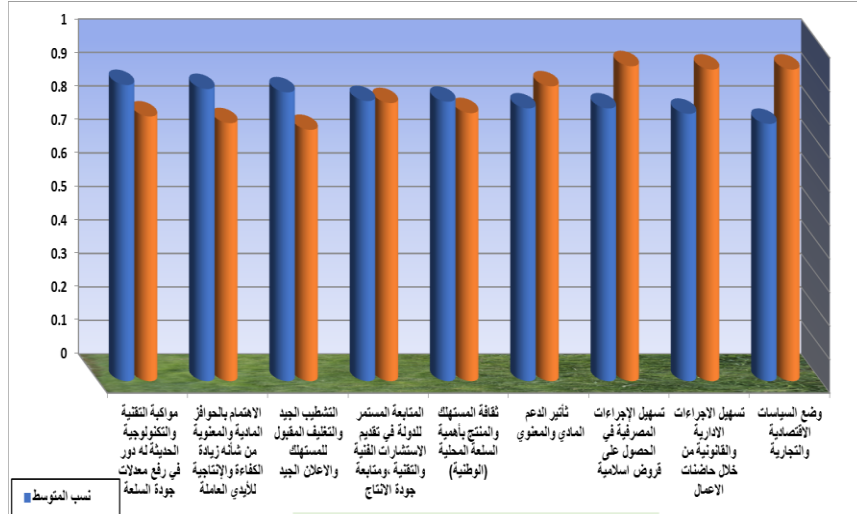
ت	العبرة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات
1	يعد إلى حد كبير الدعم المادي والمعنوي للمشروعات الصغر والمتوسطة من خلال تسهيل	4.07	0.88	6

			فتح الاعتمادات وتوفير النقد الأجنبي له دورا بارز في تحسين قدرتها التنافسية في السوق .	
9	0.93	3.84	وضع السياسات الاقتصادية والتجارية (القيود الكمية والرسوم الجمركية ...) أمام السلع الأجنبية من شأنه زيادة المساهمة في إنتاج المشروعات الصغرى والمتوسطة .	2
8	0.93	3.99	يعتبر تسهيل الإجراءات الإدارية والقانونية من خلال حاضنات الأعمال له دور بارز وقوي في الرفع من قدرتها التنافسية في السوق .	3
7	0.94	4.07	تسهيل الإجراءات المصرفية للمشروعات الصغرى والمتوسطة في الحصول على قروض إسلامية (بدون فوائد) له دور كبير في تخفيض تكاليف الإنتاج وزيادة في الجودة المطلوبة لزيادة قدرتها التنافسية في السوق	4
4	0.83	4.18	المتابعة المستمر للدولة في تقديم الاستشارات الفنية والتقنية ،ومتابعة جودة الإنتاج للمشروعات الصغرى والمتوسطة من شأنه الزيادة الكبيرة في جودة الإنتاج والتي له دور بارز في زيادة قدرتها على المنافسة في السوق .	5
1	0.79	4.42	مواكبة التقنية والتكنولوجية الحديثة له دور في رفع معدلات جودة السلعة ، والتي من شأنه الوصول إلى منتجات ذات الجودة العالية وبأقل التكاليف ينعكس ذلك إيجابا على قدرتها في المنافسة.	6
3	0.75	4.31	طريق عرض السلعة في السوق بصورة جيدة (التشطيب الجيد والتغليف المقبول للمستهلك والإعلان الجيد) له تأثير إيجابي على القدرة	7

			التنافسية بالسوق.	
5	0.80	4.17	ثقافة المستهلك والمنتج بأهمية السلعة المحلية (الوطنية) لها تأثير كبير على المشروعات الصغرى والمتوسطة وقدراتها على المنافسة .	8
2	0.77	4.36	الاهتمام بالحوافز المادية والمعنوية من شأنه زيادة الكفاءة والإنتاجية للأيدي العاملة بالمشروعات الصغرى والمتوسطة مما ينعكس إيجابيا على قدرتها التنافسية	9

الجدول رقم (7) يوضح ترتيب الأسباب حسب آراء عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الحالة	الرتبة
0.79	4.42	مواكبة التقنية والتكنولوجية الحديثة له دور في رفع معدلات جودة السلعة	1
0.77	4.36	الاهتمام بالحوافز المادية والمعنوية من شأنه زيادة الكفاءة والإنتاجية للأيدي العاملة	2
0.75	4.31	التشجيع الجيد والتغليب المقبول للمستهلك والإعلان الجيد	3
0.83	4.18	المتابعة المستمر للدولة في تقديم الاستشارات الفنية والتقنية، ومتابعة جودة الإنتاج	4
0.8	4.17	ثقافة المستهلك والمنتج بأهمية السلعة المحلية (الوطنية)	5
0.88	4.07	تأثير الدعم المادي والمعنوي	6
0.94	4.07	تسهيل الإجراءات المصرفية في الحصول على قروض إسلامية	7
0.93	3.99	تسهيل الإجراءات الإدارية والقانونية من خلال حاضنات الأعمال	8
0.93	3.83	وضع السياسات الاقتصادية والتجارية	9



الشكل (8) يوضح نسب الاجابات و الانحراف المعياري على المحور الاول

يتضح من نتائج الجدول أعلاه الآتي:

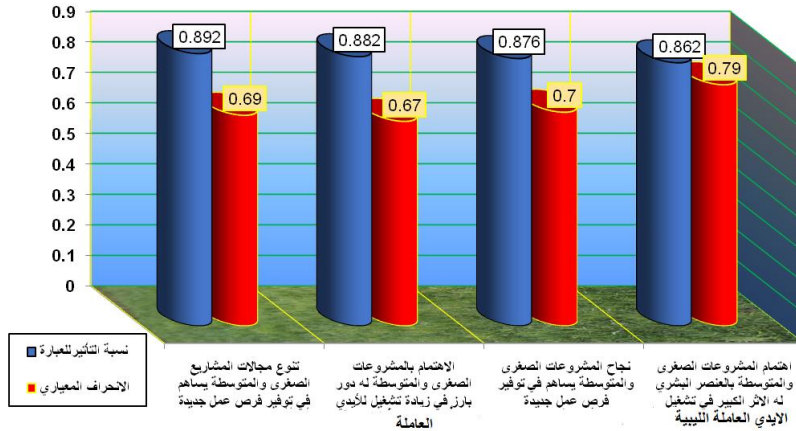
- جاءت العبارة رقم(6) وهي (مواكبة التقنية والتكنولوجية الحديثة له دور في رفع معدلات جودة السلعة ، والتي من شأنه الوصول إلى منتجات ذات الجودة العالية وبأقل التكاليف ينعكس ذلك إيجابا على قدرتها في المنافسة) في الترتيب الأول بمتوسط (4.42).
- جاءت العبارة رقم(9) وهي (الاهتمام بالحوافز المادية والمعنوية من شأنه زيادة الكفاءة والإنتاجية للأيدي العاملة بالمشروعات الصغرى والمتوسطة مما ينعكس إيجابيا على قدرتها التنافسية) في الترتيب الثاني بمتوسط (4.36).
- جاءت العبارة رقم(7) وهي (طريق عرض السلعة في السوق بصورة جيدة (التثقيب الجيد والتغليب المقبول للمستهلك والإعلان الجيد) له تأثير إيجابي على القدرة التنافسية بالسوق) في الترتيب الثالث بمتوسط (4.31).
- جاءت العبارة رقم(5) وهي (المتابعة المستمرة للدولة في تقديم الاستشارات الفنية والتقنية ،ومتابعة جودة الإنتاج للمشروعات الصغرى والمتوسطة من شأنه الزيادة

- الكبيرة في جودة الإنتاج والتي له دور بارز في زيادة قدرتها على المنافسة في السوق) في الترتيب الرابع بمتوسط (4.18).
- جاءت العبارة رقم (8) وهي (ثقافة المستهلك والمنتج بأهمية السلعة المحلية (الوطنية) لها تأثير كبير على المشروعات الصغرى والمتوسطة وقدراتها على المنافسة) في الترتيب الخامس بمتوسط (4.17).
 - المحور الثاني دور المشروعات الصغرى والمتوسطة في التوظيف :

الجدول رقم (8) يبين المتوسط المرجح والانحراف المعياري وترتيب عبارات.

رقم مسلسل	العبارة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات
1	الاهتمام بالمشروعات الصغرى والمتوسطة له دور بارز في زيادة تشغيل للأيدي العاملة .	4.41	0.67	2
2	يعتبر وإلى حد كبير أن الاهتمام المشروعات الصغرى والمتوسطة بالعنصر البشري من حيث الدورات التدريبية والمهنية والفنية والتقنية له الأثر الكبير في تشغيل الأيدي العاملة الليبية	4.31	0.79	4
3	نجاح المشروعات الصغرى والمتوسطة يساهم في توفير فرص عمل جديدة	4.38	0.70	3
4	تنوع مجالات المشاريع الصغرى والمتوسطة يساهم في توفير فرص عمل جديدة	4.46	0.69	1

نسب الايجابيات لتوضيح دور المشروعات في التوظيف



الشكل (9) يوضح دور مشاريع التوظيف بسوق العمل الليبي

يتضح من نتائج الجدول والشكل أعلاه الآتي: **دراسات الإنسان و المجتمع**

- جاءت العبارة رقم (4) وهي (تنوع مجالات المشاريع الصغرى والمتوسطة يساهم في توفير فرص عمل جديدة) في الترتيب الأول بمتوسط (4.46).
- جاءت العبارة رقم (1) وهي (الاهتمام بالمشروعات الصغرى والمتوسطة له دور بارز في زيادة تشغيل لأيدي العاملة) في الترتيب الثاني بمتوسط (4.41).
- جاءت العبارة رقم (3) وهي (نجاح المشروعات الصغرى والمتوسطة يساهم في توفير فرص عمل جديدة) في الترتيب الثالث بمتوسط (4.38).
- جاءت العبارة رقم (2) وهي (يعتبر وإلى حد كبير أن الاهتمام المشروعات الصغرى والمتوسطة بالعنصر البشري من حيث الدورات التدريبية والمهنية والفنية والتقنية له الأثر الكبير في تشغيل الأيدي العاملة الليبية) في الترتيب الرابع بمتوسط (4.31).

2. اختبار الفرضيات

للإجابة على فرضية الدراسة استخدم الباحثان متوسط بيانات المحور الأول وهو (مشاركة للمشروعات الصغرى والمتوسطة في توظيف العنصر البشري للحد من

البطالة) ومتوسط المحور الثاني (المشروعات الصغرى والمتوسطة ليس لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف) وذلك للوصول إلى قرار بشأن رفض أو قبول فرضيات الدراسة.

• الفرضية الأولى:

الفرضية الصفرية : لا توجد مشاركة للمشروعات الصغرى والمتوسطة في توظيف العنصر البشري للحد من البطالة.

الفرضية البديلة : توجد مشاركة للمشروعات الصغرى والمتوسطة في توظيف العنصر البشري للحد من البطالة

جدول(9) يوضح متوسط إجابات أفراد العينة والانحراف المعياري وقيمة الإحصائية t

المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية المشاهدة	مدى المتوسط بدرجة ثقة 95%	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
4.155	0.496	25.310	117	0.000	4.065	4.246

يتضح من نتائج الجدول أعلاه الآتي:.

- المتوسط العام للإجابات هو (4.155) وانحراف معياري(0.496) ومدى المتوسط العام لهذا المحور يتراوح بين (0.000) وهو (صغر) من 0.05 مما يعني رفض الفرضية الصفرية وهو يدل على انه (توجد مشاركة للمشروعات الصغرى والمتوسطة في توظيف العنصر البشري للحد من البطالة).

• الفرضية الثانية: الفرضية الصفرية : المشروعات الصغرى والمتوسطة ليس لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وليس له دور في التوظيف.

الفرضية البديلة : المشروعات الصغرى والمتوسطة لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف. الجدول رقم (10) يبين متوسط إجابات أفراد العينة والانحراف المعياري وقيمة الإحصائية t ومستوى المعنوية المشاهد ومدى مشاركة

المشروعات الصغرى والمتوسطة في القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف.

جدول (10)

المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية المشاهدة	مدى المتوسط بدرجة ثقة 95%	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
4.388	0.558	27.008	117	0.000	4.286	4.489

يتضح من نتائج الجدول أعلاه الآتي.:

المتوسط العام للإجابات هو (4.388) وانحراف معياري (0.558) ومدى المتوسط العام لهذا المحور يتراوح بين (4.286) و(4.489) بدرجة ثقة 95% .

• مستوى معنوية مشاهد (0.000) وهو (اصغر) من 0.05 مما يعني رفض الفرضية الصفرية وهو يدل على انه (المشروعات الصغرى والمتوسطة لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف).

الفرضية الثالثة.

الفرضية الصفرية : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للمشروعات الصغرى والمتوسطة بين توظيف العنصر البشري بها والقدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي.

الفرضية الصفرية : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للمشروعات الصغرى والمتوسطة بين توظيف العنصر البشري بها والقدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي.

المعنوية	مستوى	كانت نتائج اختبار الفرضية باستخدام اختبار بيرسون
المعنوية	المعنوية	للارتباط كما هو مبين في الجدول قيمة الارتباط
p value	المعنوية	0.515
	0.000	

من نتائج الجدول السابق يتبين قيمة مستوى المعنوية المشاهد تساوي (0.000) وهي اصغر من 0.05 وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية أي توجد علاقة ذات دلالة

إحصائية للمشروعات الصغرى والمتوسطة بين توظيف العنصر البشري بها والقدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي.

النتائج والتوصيات

أولاً- النتائج:

من خلال تحليل البيانات وما تمّ سرده تمّ التوصل لإثبات الفرضية التي تقوم عليها الدراسة، وهي "تعد أغلب المشروعات الصغرى والمتوسطة لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف"، وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- المؤشرات التي تمّ التوصل إليها في تحليل القدرة التنافسية لشركات عينة الدراسة النسيم وشيما، أن

- معدل تطور حجم الإنتاج في شركة النسيم بلغ معدل التطور العام (المركب) خلال الفترة 2%، وشركة شيما معدل النمو المركب للإنتاج 19.5% خلال فترة
-معدل تطور كمية المبيعات بنسبة لشركة النسيم معدل النمو المركب مقداره 21% خلال الفترة، وبنسبة لشركة شيما، كان معدل النمو المركب خلال الفترة حوالي (20%).

-معدل نسبة المبيعات إلى كمية الإنتاج الفعلي، المبيعات بلغت حوالي 99% من الإنتاج بنسبة لشركة النسيم خلال الفترة، وبنسبة لشركة شيما، حيث بلغ متوسط نسب المبيعات إلى إجمالي الإنتاج (98%).

-معدل تطور عدد العمالة، بنسبة لشركة النسيم معدل النمو المركب خلال الفترة 2% تقريباً، وبنسبة لشركة شيما، كان معدل النمو المركب خلال الفترة حوالي ما نسبته (14%).

2- أهم الأسباب الحقيقية لقدرة المشروعات الصغرى والمتوسطة وترتيبها حسب الأهمية للوصول إلى القدرة التنافسية بالسوق المحلي، حيث كانت بترتيب : مواكبة التقنية والتكنولوجية الحديثة له دور في رفع دالات جودة السلعة ، الاهتمام بالحوافز المادية والمعنوية من شأنه زيادة الكفاءة والإنتاجية للأيدي العاملة ، لتشطيب الجيد والتغليب

المقبول للمستهلك والإعلان الجيد ، المتابعة المستمر للدولة في تقديم الاستشارات الفنية والتقنية ، ومتابعة جودة الإنتاج ، ثقافة المستهلك والمنتج بأهمية السلعة المحلية (الوطنية) ، تأثير الدعم المادي والمعنوي ، تسهيل الإجراءات المصرفية في الحصول على قروض إسلامية، تسهيل الإجراءات الإدارية والقانونية من خلال حاضنات الأعمال ، وضع السياسات الاقتصادية والتجارية ، وكانت الإجابات على هذا الجانب بمتوسط عام قدرها (4.155) أي بنسبة 83.1% وهي نسبة عالية .

3- أن المشروعات الصغرى والمتوسطة لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف ، المتوسط العام للإجابات هو (4.388) وبانحراف معياري (0.558) ومدى المتوسط العام لهذا المحور يتراوح بين (4.286) و(4.489) بدرجة ثقة 95% مستوى معنوية مشاهد (0.000) وهو (اصغر) من 0.05 مما يعني رفض الفرضية الصفرية وهو يدل على انه (المشروعات الصغرى والمتوسطة لها القدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي وله دور في التوظيف).

4-توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية للمشروعات الصغرى والمتوسطة بين توظيف العنصر البشري بها والقدر التنافسية الجيدة في السوق المحلي حيث بلغ معامل الارتباط لبيرسون (0.515)

التوصيات :

يخلص البحث إلى مجموعة من التوصيات المهمة يمكن إجمالها فيما يلي:

- 1- يجب وضع خطط للاهتمام بالقطاع الخاص والمتمثل بالمشروعات الصغرى والمتوسطة في المدى القصير والمدى الطويل للاهتمام بها ومساعدتها في تحقيق أهدافها والوصول إلى المنافسة ، وتحقيق القدرة التنافسية بسوق المحلي والخارجي .
- 2- يجب تسهيل الإجراءات الإدارية والقانونية من خلال حاضنات الأعمال والتي لها دور كبير في إنجاح هذه المؤسسات لكي تكون قادر على التنافس .
- 3- نشر الثقافة الإبداعية للقادة للارتقاء بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- 4- توفير ودعم الهيئات الممولة لإنشاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
3. توفير البنية التحتية الأساسية والتكنولوجية والمعلوماتية للمنظمات.

قائمة المراجع

1. أسامة عبدالمجيد العاني، "مستقبل الصناعة التحويلات في ضوء اتفاقيات منظمة التجارة العالمية"، مجلة العلوم الإنسانية العدد (31)، الأردن، نوفمبر 2006.
2. أنور عطية القدل، "التتمية الصناعية في الدول النامية"، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1987).
3. بلقاسم العباس، وآخرون، "التنافسية وأثره على الاستثمارات العربية، بحوث وأوراق عمل"، (مصر، منشورات المنظمة العربية، 2011).
4. سهيل حسين الفتلاوي، "منظمة التجارة العالمية"، (عمان، وزارة الثقافة للنشر والتوزيع، 2009)، ط 2.
5. صالح إبراهيم الهادي، القدرة التنافسية للوحدات الإنتاجية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة طرابلس، ليبيا، 2004).
6. عطية صلاح سلطان، (تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقاً لمعايير الأداء الاستراتيجي، (ورقة عمل مقدمة في ندوة تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقاً لمعايير الأداء الاستراتيجي)، القاهرة، يونيو 2007.
7. علي مفتاح عبدالله الغويل، القدرة التنافسية للصناعات التحويلية في الاقتصاد الليبي، (دراسة تحليلية لقطاع التصنيع مع الإشارة إلى مصانع مدينة مصراته)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مصراته، كلية الاقتصاد، 2017.
8. محمد عدنان وديع، "تخصيص القدرة التنافسية وقياسه"، (منشورات المعهد العربي للتخطيط بالكويت)، العدد الرابع وعشرون، ديسمبر، 2003.
9. محمد عمر الشويرف، القدرة التنافسية للشركات الصناعية الليبية دراسة حالة الشركة الأهلية للإسمنت، (مؤتمر القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي- الواقع وسبل النهوض)، ليبيا، فبراير 2014.
10. نوري فير، "تحليل التنافسية العربية في ظل العمولة الاقتصادية"، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد (4)، يونيو 2006.

11. بروبي، سمية (2011). دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة المتوسطة: دراسة حالة مؤسسة المشروبات الغازية مامي، رسالة ماجستير في الإدارة غير منشورة، جامعة سطييف، الجازة.
12. حريز، نوار، ومفلح، فدوى (2010). إدارة الذات نحو النجاح والإبداع. الأردن، عمان: دار البداية للنشر والتوزيع
13. الحسيني، فلاح حسن (2006). إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز، الأردن، عمان: دار الشروق.