



جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير
التخصص: إدارة مالية

بعنوان:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة
والمتوسطة في الجزائر

(دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج)

من إعداد الطالبين:

- بثينة بن قاسي
- محمد بن فرج

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذ محاضر أ	د. محمد رزقي
مشرفا	أستاذ محاضر ب	د. زوبير العمراوي
مناقشا	أستاذ محاضر ب	د. سامي زيادي

السنة الجامعية: 2022-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى من علمتني مبادئ الإيمان والأخلاق، إلى من ضحت بالغالي والنفيس سهرًا على راحتني... فجات من أجل شبعي، وعطشت من أجل ارتوائني، وسهرت الليالي من أجل راحتني... إلى التي سلحتني بالدعوات في السفر والحضر وحالفني القدر أن يغمرني ماء منهمر: أمي الغالية حفظها الله ورعاها.

إلى سندي واستقامة ظهري والدي العزيز أطال الله في عمره.

إلى أختاي صافية ومريم، وأخي عادل حفظهم الله وسخر لهم من حظوظ الدنيا ما لا عين رأت ولا أذن سمعت.

إلى أخت لم تتجبهها أمي "كوثر"، سهل الله عليها وفتح عليها فتوح العارفين.

إلى من غرس بذرتي الأولى وصقل خط بدايتي، إلى من لقنني مكارم القيم وحب الأحلام معلمي "سعود الفتيح".

إلى مهندس النظافة بكليتنا "عمي عمار" الذي ما إن لاقاني إلا وغمرني بدعواته.

إلى رفيقات الدرب: ياسمينة ونجاة.

إليكم أهدي ثمرة جهدي.

بثينة بن قاسي

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا، والصلاة والسلام على أشرف خلق الله محمد رسول الله.

أهدي ثمرة جهدي:

إلى من انتظرتني تسعة أشهر واستقبلتني بدموعها وفرحتها، وربتني فأحسنت تربيتي، إلى من سيبقى حبها للأبد، أُمِّي الحبيبة نورة أطل الله في عمرها.

إلى من كان حبه واهتمامه قوام عزيمتي، إلى نور طريقي ومنبع طموحي، إلى ضياء حياتي، أبي كمال حفظه الله ورعاه.

إلى من كانت لي أما ثانية والتي كان فضلها علي كبير، كانت لي أساسا وسبيل معرفة، أم تعلمت منها معنى النجاح والتفوق، كل عبارات الشكر لا تفيك حقك رزقك الله الصحة والعافية " نورة خلوي " .

إلى من شاركوني أوقاتي وكانوا معي في السراء والضراء أخواتي " هديل، أماني، نور " .

إلى من منحهم الله لي رفقاء درب وقاسموني لحظاتي وإخوة لم تلدهم أُمِّي "بن علي"، "الطاهر" وأمہاتہم "سليمة" " سعيدة" .

وفي الأخير أرجو أن يكون عملي هذا نفعا يستفيد منه جميع الطلبة المقبلين على التخرج.

محمد بن فرج

الشكر والتقدير

قبل كل شيء الشكر لله تعالى الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل، الذي ما كان سيكتمل لولا توفيقه هذا.

ثم جزيل الشكر والتقدير والاحترام لأستاذي الدكتور "العمراوي زوبير"

الذي لم يدخر جهدا في سبيل مساعدتنا ولم يبخل علينا بنصائحه القيمة وإرشاداته الثرية، سواء في فترة إشرافه على هذه المذكرة أو في سنة تدريسه لنا.

كما أتوجه بالشكر والتقدير:

إلى الدكتورة "سعود وسيلة" بجامعة البويرة.

إلى من غرس بذرتي الأولى وصقل خط بدايتي معلمي "سعود الفتيح".

إلى موظفي المكتبة المركزية.

إلى مسيري شركة ميس فلور باريس وشركة صارل باور فينتس.

إلى كل أستاذ يعمل بضمير.

كما لا يفوتني أن أشكر لجنة المناقشة على قبولهم تقييم ومناقشة هذا العمل.

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لأهميتها البالغة في اقتصاديات الدول سواء المتقدمة منها أو النامية، وذلك من خلال دراسة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج للقيام بمقارنة زمنية لمجموعة من النسب ومؤشرات المردودية والمخاطرة قبل وبعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي. توصلت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما يساهم في التخفيض من مخاطرة هذه المؤسسات، ويساهم كذلك في زيادة مبيعاتها، وعموماً توصلت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحسن من الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مواقع التواصل الاجتماعي، تقييم الأداء المالي، الأداء المالي، المردودية، المخاطرة.

Résumé:

Cette étude vise à indiquer l'impact des sites de réseaux sociaux sur la performance financière des PME en Algérie pour son importance dans les économies des États, développées ou développées, en étudiant certaines petites et moyennes entreprises dans l'État de Burj Bou Arreridj pour faire une comparaison maximale de la gamme de Ratios, créanciers et risques avant et après l'utilisation de sites de réseautage social. L'étude a conclu que l'utilisation de sites de réseautage social posait de manière positive à l'évitement des PME et contribue à la réduction de ces institutions et contribue également à accroître leurs ventes, et l'étude a généralement conclu que l'utilisation de sites de réseautage social améliore la performance financière et les PME.

Mots clés: Petites et Moyennes entreprises, Réseaux sociaux, évaluation de la performance financière, performance financière, La Rentabilit, Risque.

Abstract:

This study aims to show the impact of social networking sites on the financial performance of small and medium enterprises in Algeria due to their great importance in the economies of countries, whether developed or developing, through the study of some small and medium enterprises in the state of Bordj Bou Arreridj to make a temporal comparison of a set of ratios and indicators of profitability and risk before and after Use of social networking sites. The study concluded that the use of social networking sites positively affects the profitability of small and medium enterprises, and also contributes to reducing the risk of these enterprises, and also contributes to increasing their sales. In general, the study concluded that the use of social networking sites improves the financial performance of small and medium enterprises.

Key words: small and medium enterprises, social networking sites, evaluation of financial performance, financial performance, profitability, risk.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الإهداء
-	الشكر والتقدير
I	ملخص الدراسة
III	قائمة المحتويات
V	قائمة الجداول
XIII	قائمة الأشكال
XVII	قائمة الملاحق
أ-ز	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي والأداء المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
3	المطلب الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
27	المطلب الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
40	المطلب الثالث: عموميات حول تقييم الأداء المالي
62	المبحث الثاني: الدراسات السابقة ومقارنتها مع الدراسة الحالية
62	المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية والأجنبية
64	المطلب الثاني: مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة
66	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج
68	تمهيد

69	المبحث الأول: عرض المؤسستين محل الدراسة ومنهجية الدراسة
69	المطلب الأول: تقديم المؤسستين محل الدراسة
73	المطلب الثاني: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
76	المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج
76	المطلب الأول: تقييم الأداء المالي للمؤسستين باستخدام مؤشرات المردودية والمخاطرة
94	المطلب الثاني: مقارنة النتائج واختبار الفرضيات
118	خلاصة الفصل الثاني
119	الخاتمة
123	قائمة المراجع
133	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
4	تعريف الم ص و م حسب البنك الدولي	01
5	تعريف الم ص و م حسب توصية الاتحاد الأوروبي لسنة 1996	02
6	تعريف الم ص و م حسب توصية الاتحاد الأوروبي لسنة 2003	03
9	تصنيف الم ص و م حسب القانون الجزائري رقم 17/02	04
17	مساهمة الم ص و م في توفير مناصب شغل خلال الفترة (2001-2015)	05
19	مساهمة الم ص و م في الناتج الداخلي الخام بالجزائر خلال الفترة (2001-2015)	06
20	مساهمة الم ص و م الخاصة والعامة في القيمة المضافة خارج المحروقات خلال الفترة (2004-2014)	07
22	مساهمة الم ص و م في تنمية الصادرات للفترة (2001-2015)	08
33	رقم العملاء المكتسبين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	09
34	مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في التقليل من تكلفة اكتساب العملاء	10
34	سياسة وسائل التواصل الاجتماعي	11
35	وسائل التواصل الاجتماعي والمخاطر الرئيسية	12
60	تحليل خطر الإفلاس بواسطة التحليل الساكن	13
64	مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية	14
77	المردودية المالية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)	15
78	المردودية الاقتصادية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)	16

79	المردودية التجارية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)	17
80	الرافعة المالية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)	18
81	أثر الرافعة المالية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)	19
82	الخطر الاقتصادي للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)	20
84	الخطر المالي للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)	21
85	خطر الإفلاس للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)	22
86	المردودية المالية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)	23
87	المردودية الاقتصادية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)	24
88	المردودية التجارية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)	25
89	الرافعة المالية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)	26
90	أثر الرافعة المالية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)	27
91	الخطر الاقتصادي للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)	28
92	الخطر المالي للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)	29
93	خطر الإفلاس للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)	30
117	مقارنة نتائج الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة	31

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	نموذج الدراسة المعتمد	و
02	التطور التاريخي لشبكات التواصل الاجتماعي	31
03	الهيكل التنظيمي للمؤسسة "أ"	71
04	الهيكل التنظيمي للمؤسسة "ب"	72
05	المنحنى البياني للمردودية المالية للمؤسسة "أ"	95
06	المنحنى البياني للمردودية الاقتصادية للمؤسسة "أ"	96
07	المنحنى البياني للمردودية التجارية للمؤسسة "أ"	97
08	المنحنى البياني للرافعة المالية للمؤسسة "أ"	98
09	المنحنى البياني لأثر الرافعة المالية للمؤسسة "أ"	99
10	المنحنى البياني للخطر الاقتصادي للمؤسسة "أ"	100
11	المنحنى البياني للخطر المالي للمؤسسة "أ"	101
12	المنحنى البياني للاستقلالية المالية للمؤسسة "أ"	102
13	المنحنى البياني للسيولة العامة للمؤسسة "أ"	103
14	المنحنى البياني للسيولة الجاهزة للمؤسسة "أ"	104
15	المنحنى البياني للمردودية المالية للمؤسسة "ب"	105
16	المنحنى البياني للمردودية الاقتصادية للمؤسسة "ب"	106
17	المنحنى البياني للمردودية التجارية للمؤسسة "ب"	107
18	المنحنى البياني للرافعة المالية للمؤسسة "ب"	108
19	المنحنى البياني لأثر الرافعة المالية للمؤسسة "ب"	109
20	المنحنى البياني للخطر الاقتصادي للمؤسسة "ب"	110

111	المنحنى البياني للخطر المالي للمؤسسة "ب"	21
112	المنحنى البياني للاستقلالية المالية للمؤسسة "ب"	22
113	المنحنى البياني للسيولة العامة للمؤسسة "ب"	23
116	المنحنى البياني للسيولة الجاهزة للمؤسسة "ب"	24

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
134	الميزانية المالية للمؤسسة "أ" لسنة 2016	01
135	الميزانية المالية للمؤسسة "أ" لسنة 2017	02
136	الميزانية المالية للمؤسسة "أ" لسنة 2018	03
137	الميزانية المالية للمؤسسة "أ" لسنة 2019	04
138	جدول حسابات النتائج للمؤسسة "أ" لسنة 2016	05
139	جدول حسابات النتائج للمؤسسة "أ" لسنة 2017	06
140	جدول حسابات النتائج للمؤسسة "أ" لسنة 2018	07
141	جدول حسابات النتائج للمؤسسة "أ" لسنة 2019	08
142	الميزانية المالية للمؤسسة "ب" لجانب الأصول لسنة 2018	09
143	الميزانية المالية للمؤسسة "ب" لجانب الخصوم لسنة 2018	10
144	الميزانية المالية للمؤسسة "ب" لجانب الأصول لسنة 2019	11
145	الميزانية المالية للمؤسسة "ب" لجانب الخصوم لسنة 2019	12
146	جدول حسابات النتائج للمؤسسة "ب" لسنة 2018	13
147	جدول حسابات النتائج للمؤسسة "ب" لسنة 2019	14

مقدمة

تكتسي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية بالغة في اقتصاديات الدول، سواءً المتقدمة منها أو النامية، كما تلعب دوراً هاماً في تطوير ونمو وزيادة رفاهية الدول، بفضل خصائصها الهيكلية كصغر حجمها وبساطة هيكلها ومرونتها. وينبع هذا الدور التنموي أساساً من خلال قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المساهمة في التقليل من مشكلة البطالة بفضل توفير مناصب الشغل، مع دعم وفتح المجال أمام التجديد والابتكار، بالإضافة إلى انتشارها الجغرافي الذي يساعد على تحقيق تنمية متوازنة بين الأقاليم، وتلبية الطلب المحلي على العديد من السلع والخدمات التي يمكن ألا تهتم بها المؤسسات الكبيرة، مما يؤدي إلى خلق نوع من التكامل بين هذه المؤسسات وبالتالي خدمة مصلحة الاقتصاد.

وبالرغم من وجود عدد كبير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، إلا أن العديد من الباحثين والمسؤولين ينتقدون مساهمتها البعيدة عن النتائج المرجوة منها في دعم الاقتصاد الوطني أو في تنمية الإنتاج خارج المحروقات، دون إغفال إفلاس العديد منها بعد فترة وجيزة من النشاط.

وتعد مشكلة التسيير والتفاعل مع مختلف المواقف والمتغيرات من أهم أسباب فشل هذه المؤسسات في الجزائر، وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى نقص المهارات والمعارف اللازمة لدى المشرفين على هذه المؤسسات في التكيف مع المستجدات وظروف السوق من جهة، ومن جهة أخرى الصراعات الناشئة بين الأطراف التي لها علاقة بهذه المؤسسات من مالك ومسير وموظفين وغيرهم، وذلك راجع لتداخل الصلاحيات والمهام بين هذه الأطراف بالرغم من بساطة التنظيم، إضافة إلى تضارب المصالح بين أطراف الصراع والتي يسعى من خلالها كل طرف إلى تحقيق مصلحته بغض النظر عن مصالح الآخرين. هذا كله يؤدي إلى انخفاض الأداء المالي للمؤسسة ويعيق قدرتها على الاستمرار في أحيان كثيرة.

هذا الأخير يمكن متخذي القرارات في المؤسسة من معرفة مستوى الأداء المالي الذي بلغته هذه المؤسسات، كما يعطي كذلك صورة واضحة عن النتائج التي حققتها خلال السنة المالية ويسمح بإبراز نقاط القوة وتطويرها، ومعالجة نقاط الضعف وتعزيز قدرتها على البقاء والاستمرارية.

تسعى المؤسسات كافة عبر أنحاء العالم بأن تدرج مواقع التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التسويقية كونها مواقع يمكن استغلالها وتطويرها بفعالية لخدمة كل من الأفراد والمؤسسات، خاصة مع الانتشار الواسع لاستخدامات الفيسبوك والانسستغرام وغيرها من المواقع ووصولها إلى شرائح متنوعة من المجتمع، فنرى العديد من

المؤسسات توظف هذه المواقع للإعلان عن سلعتها وخدماتها أو لبيع منتجاتها أو حتى للحفاظ على سمعتها وصورتها الايجابية في أذهان الناس والمستهلكين بشكل خاص، وهذا كله من شأنه الرفع من أداءها المالي.

أولاً: مشكلة الدراسة

أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما فيها تلك التي تنشط في الجزائر، أمام العديد من التحديات والعقبات التي فرضتها عليها التغيرات المتلاحقة في عالم الأعمال، وفي سبيل ضمان بقاءها واستمرارها تعتمد هذه المؤسسات على العديد من الأساليب من بينها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتي تسمح لها بتحسين مستويات أداءها المالي. انطلاقاً من ذلك تظهر مشكلة الدراسة التي تتمحور حول السؤال الرئيسي التالي:

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر؟

انطلاقاً من السؤال الرئيسي تظهر مجموعة من الأسئلة الفرعية المتمثلة في:

- 1- هل يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إيجاباً على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
- 2- هل يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التخفيض من مخاطر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
- 3- ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على حجم مبيعات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
- 4- هل يؤثر عدد المتابعين والتفاعلات على مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

ثانياً: فروض الدراسة

للإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية الملحقة بها، تم صياغة الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية والتي سيتم اختبارها وتأكيد صحتها من عدمه من خلال محاور الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي، وذلك كما يلي:

الفرضية الرئيسية التي تنص على أن:

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

الفرضيات الفرعية التي تنص على:

- 1- يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إيجابا على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- 2- يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التخفيض من مخاطر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- 3- يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إيجابا على حجم مبيعات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- 4- يؤثر عدد المتابعين والتفاعلات على مواقع التواصل الاجتماعي إيجابا على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

ثالثا: مبررات اختيار الموضوع

يعود السبب في اختيار هذا الموضوع لمجموعة من المبررات والدوافع، نذكر منها:

- ✓ الميول الشخصي للمواضيع ذات الصلة بمالية المؤسسات؛
- ✓ الرغبة في دراسة الموضوع لحدائته ومحاولة الخروج بإضافة علمية؛
- ✓ الرغبة في معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ الأهمية الكبيرة التي تحظى بها الدراسات الاتصالية في العصر الحديث خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أكثر تقنيات الاتصال استخداما وتأثيرا في العالم؛

رابعا: أهداف الدراسة

تتمثل الأهداف التي يسعى الباحث للوصول إليها من خلال هذه الدراسة في كل من الجانبين النظري والتطبيقي فيما يلي:

- ✓ تناول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالدراسة والتحليل لأغلب الجوانب النظرية المتعلقة بها، في سبيل الفهم الأحسن لهذا النوع من المؤسسات وآليات عمله؛
- ✓ إظهار أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأحد العناصر الضرورية المكونة للاقتصاد الوطني؛
- ✓ تقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ الكشف عن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ الكشف عن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مخاطر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ إعطاء بعض الاقتراحات والحلول المناسبة لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة؛

خامسا: أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذا الموضوع في النقاط التالية:

- ✓ لفت أنظار القائمين على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على سلوك المستهلكين لتحسين أداءها المالي؛
- ✓ تمكن الباحثين في المجال بعد تقديم نتائج البحث لهم من الاستفادة من أدوات وطريقة الدراسة في إجراء بحوث مماثلة للبحث الحالي، للحصول على نتائج أكثر دقة؛

سادسا: حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود المكانية: بهدف دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تمت دراسة مؤسستين اثنتين تم اختيارهما قصديا من مجموع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تمثيل هذا المجتمع، تمثلتا في كل من المؤسسة "أ" و"ب" بولاية برج بوعرييج.

الحدود الزمنية: تم دراسة الحالة لهاتين المؤسستين "أ" و"ب" خلال سنة 2022-2023، وذلك بالاعتماد على الميزانيات المالية وجداول حسابات النتائج. بالنسبة للمؤسسة "أ" تمتد الفترة من سنة 2016 إلى غاية 2019، أما المؤسسة "ب" فتمتد الفترة من سنة 2018 إلى 2019.

سابعا: المنهج المتبع في الدراسة

تماشيا مع طبيعة وأهداف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، وذلك من خلال وصف وتحليل مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بكل من مواقع التواصل الاجتماعي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتقييم الأداء المالي. أما فيما يخص الجانب التطبيقي فتم فيه الاعتماد على منهج دراسة الحالة والذي تم في المؤسستين "أ" و"ب".

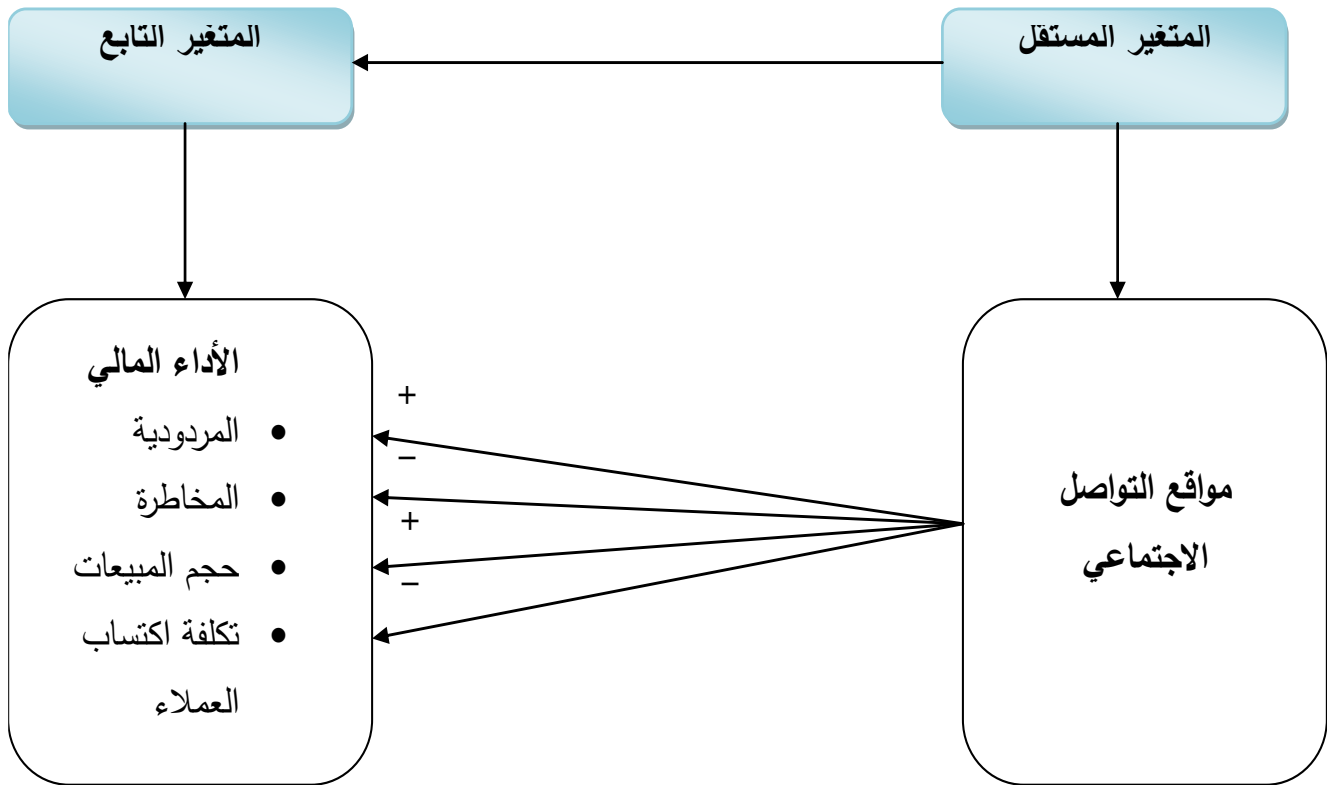
ثامنا: صعوبات الدراسة

من بين الصعوبات والعراقيل التي واجهتنا في إعداد هذا البحث ما يلي:

- ✓ تضارب بعض المراجع في الضبط الدقيق لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي بسبب تشابهه وتداخله مع مصطلحات أخرى على رأسها وسائل التواصل الاجتماعي؛
- ✓ محدودية المراجع المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي؛
- ✓ محدودية الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع خاصة باللغة العربية والتي تكاد تكون منعدمة؛
- ✓ تحفظ بعض المؤسسات اتجاه الإفصاح عن بياناتهم؛
- ✓ محدودية الدراسات السابقة التي جمعت بين متغيرات الدراسة؛
- ✓ صعوبة الحصول على عينة الدراسة، فبعض المؤسسات باشرت نشاطها في البداية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومؤسسات أخرى لا تستخدم هذه المواقع من الأساس؛

تاسعا: نموذج الدراسة

بعد تحليل مختلف الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، والتحليل النظري والمفاهيمي لمتغيرات الدراسة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي (كمتغير مستقل) وتقييم الأداء المالي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (كمتغير تابع) يمكن تقديم نموذج الدراسة المعتمد كما يلي:



المصدر: من إعداد الطلبة

عاشرا: هيكل الدراسة

للإجابة على الإشكالية والتساؤلات المطروحة واختبار الفرضيات وتحقيق أهداف الدراسة، قمنا بتقسيم هذه الأخيرة إلى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي كما يلي:

الفصل الأول تناولنا من خلاله الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقد تم تقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول تناولنا فيه الإطار المفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي والأداء المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه الدراسات السابقة ومقارنتها مع الدراسة الحالية. أما **الفصل الثاني** والذي يحتوي على دراسة حالة لبعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج، فقد حاولنا من خلاله إسقاط الدراسة النظرية على المؤسسات "أ" و"ب"، حيث تم تقسيمه إلى: المبحث الأول والذي تطرقنا فيه إلى عرض المؤسسات محل

الدراسة والطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة، والمبحث الثاني تطرقنا فيه إلى عرض ومناقشة النتائج واختبار الفرضيات للمؤسستين محل الدراسة.

الفصل الأول

الإطار النظري لمواقع التواصل
الاجتماعي وتقييم الأداء المالي
للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد

عرفت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال السنوات الأخيرة اهتماما كبيرا في العديد من دول العالم على اختلاف درجة نموها ونوعية اقتصادها. يعود ذلك لإدراكها للدور الأساسي الذي يلعبه هذا الصنف من المؤسسات في توسيع وتنويع النشاط الاقتصادي وفي تحقيق التنمية الاقتصادية. تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (لاحقا الم ص و م) بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن باقي المؤسسات الأخرى سواء من حيث التمويل، الإدارة أو قدرتها على الإبداع وغيرها من الخصائص التي منحها قيمة إضافية.

حيث باتت هذه المؤسسات تتنافس فيما بينها مستغلة في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على مركزها المالي، والذي يتوقف إلى حد كبير على مدى كفاءة أداءها المالي، حيث يسمح تقييم الأداء المالي للم ص و م باكتشاف نقاط الضعف لمعالجتها ونقاط القوة لتعزيزها واتخاذ القرارات المناسبة.

وبناءً عليه سوف نستعرض هذا الفصل في ثلاثة مباحث كما يلي:

- **المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي والأداء المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.**
- **المبحث الثاني: الدراسات السابقة ومقارنتها مع الدراسة الحالية.**

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي والأداء المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

أثبتت العديد من الدراسات والإحصائيات أن الم ص و م تمثل الأغلبية من المجموع الكلي للمؤسسات التي تنشط في أغلب اقتصاديات العالم، إضافة إلى فضلها الكبير في خلق الوظائف والتقليل من نسبة البطالة في هذه الدول ومن بينها الجزائر، حيث أعطت هذه الأخيرة اهتماما كبيرا بهذا النوع من المؤسسات والتي أصبحت تستغل مواقع التواصل الاجتماعي للوصول لأكبر قدر من الأسواق وذلك نظرا لتغير نمط استهلاك وتواجد الأفراد.

المطلب الأول: ماهية الم ص و م

يهدف هذا المطلب إلى تبيان تعريف، خصائص وأهمية الم ص و م إضافة إلى المشاكل والصعوبات التي تواجهها.

الفرع الأول: مفهوم الم ص و م

أولا: تعريف الم ص و م

على الرغم من الدور الأساسي الذي تلعبه الم ص و م في التنمية الأساسية في أي دولة في العالم باعتبارها من المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي، إلا أن مفهومها يعرف تداولاً كبيراً بين الباحثين حيث أنه يختلف من دولة إلى أخرى، فالتعريفات المعتمدة في الدول النامية تختلف عن تلك المعتمدة في الدول المتقدمة، وحتى في الدولة بحد ذاتها تتطور فيها التعريفات بمرور الزمن. ترجع هذه الصعوبة إلى مجموعة من العوامل أهمها: اختلاف مستوى النمو الاقتصادي، تنوع الأنشطة واختلاف فروعها، إضافة إلى اختلاف معايير التصنيف، فهناك من يعتمد في تعريف الم ص و م على المعايير الكمية (حجم العمالة، رأس المال، النواتج السنوية... الخ) وهناك من يعتمد على المعايير النوعية (نوع الملكية، المسؤولية، محلية النشاط) رغم أن بياناتها غير قابلة للقياس إلا أنها تساعد في التفرقة بين مختلف المؤسسات.

لذا سنحاول التطرق لأهم التعاريف المعتمدة من قبل بعض الهيئات والمنظمات الدولية، وبعض الدول المتقدمة إضافة إلى التعريف المعتمد في الجزائر.

1- تعريفات المنظمات والهيئات الدولية للم ص و م

1-1- تعريف البنك الدولي

يعرف البنك الدولي الم ص و م باستخدام ثلاث معايير هي:

عدد العمال، مجموع الأصول ورقم الأعمال السنوي¹، كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): تعريف الم ص و م حسب البنك الدولي

الوحدة: الدولار الأمريكي

رقم الأعمال السنوي	مجموع الأصول	عدد العمال	المعيار نوع المؤسسة
أقل من 100000	أقل من 100000	1-10	المصغرة
3-100000 ملايين	3-100000 ملايين	11-50	الصغيرة
3 ملايين-15 مليون	3 ملايين-15 مليون	51-300	المتوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على:

عبد الرحمان كساب عامر، "جسور التنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، ط1، دار كتاب للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص 25.

1-2- تعريف الإتحاد الأوروبي

نظرا لتوحد الأسواق من دون حدود داخلية، سعى الإتحاد الأوروبي لإيجاد تعريف موحد داخل المجموعة الأوروبية، وذلك تجنباً لعدم الاتساق والتأثير السلبي على التنافسية بين المؤسسات المختلفة، بالإضافة إلى الاستفادة من الدعم المقدم لهذا النوع من المؤسسات²، وفي سنة 1996* تم الاتفاق على تعريف للم ص و م، يمكن تلخيصه في الجدول التالي:

¹ عبد الرحمان كساب عامر، "جسور التنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، ط1، دار كتاب للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص 24.
² عبد الرحمن صيد، "أثر الإبداع التكنولوجي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر _ دراسة حالة مؤسسة برودياك مطاحن الزهرة للفترة 2009-2014"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، معهد الباحث للتكوين والدراسات العليا بالجزائر، قسم الدراسات العليا جامعة اريس الامريكية، الجزائر، 2016، ص 32.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (02): تعريف الم ص و م حسب توصية الاتحاد الأوروبي لسنة 1996

الوحدة: الأورو

المعيار	الحد الأقصى للعمال	الحد الأقصى لرقم الأعمال السنوي	الحد الأقصى للميزانية السنوية
المصغرة	9	-	-
الصغيرة	49	7 ملايين	5 ملايين
المتوسطة	249	40 مليون	27 مليون

المصدر: سامية عزيز، "مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، العدد 02، جوان 2011، ص 79.

بالإضافة إلى المعايير الثلاثة السابقة، تمت مراعاة معيار الاستقلالية بحيث لا تكون الم ص و م مملوكة بنسبة 25% من قبل مؤسسة أخرى لتبقى سلطة القرار في يد مدراءها.¹

أدخلت سنة 2003 بعض التعديلات على التعريف السابق، وتم تبني هذا التعريف انطلاقا من 1 جانفي 2005 كما يوضحه الجدول التالي:

* الدول العضوة في الاتحاد الأوروبي سنة 1996 هي: بلجيكا، الدنمارك، فرنسا، ألمانيا، بريطانيا، اليونان، إيطاليا، هولندا، البرتغال، إسبانيا، السويد، النمسا، إيرلندا، لكسمبورغ، فنلندا، والدول حديثة العضوية سنة 2004 هي: تشيكيا، استونيا، قبرص، المجر، مالطا، بولندا، لتفيا، لتوانيا، سلوفاكيا، سلوفينيا.
¹ سليمة غدير أحمد، عائشة سلمكحيلي، "تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وأفاق"، الملتقى الدولي حول استراتيجيات تنظيم ومراقبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة قاصدي مرباح، 19/18 أفريل 2012، ص 2.

الوحدة: الأورو

المعيار	الحد الأقصى للعمال	الحد الأقصى لرقم الأعمال السنوي	الحد الأقصى للميزانية السنوية	الاستقلالية
نوع المؤسسة				
المصغرة	9	2 مليون	2 مليون	ضرورة توفير مبدأ
الصغيرة	49	10 ملايين	10 ملايين	الاستقلالية في
المتوسطة	249	50 مليون	43 مليون	التسيير

المصدر: فيروز قوزورين، "دور إدارة الحياة الوظيفية في تحفيز العاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة _ دراسة ميدانية بشركة مامي للمشروبات التجارية"، سطيف، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010، ص 126.

2- تعريف الدول المتقدمة للم ص و م

اختلف تعريف الم ص و م في الولايات المتحدة الأمريكية عن التعريف المقدم بالمملكة المتحدة والاتحاد الأوروبي، حيث تعتبر المملكة المتحدة المؤسسة الصغيرة تلك التي توظف أقل من 50 عامل، أما الولايات المتحدة الأمريكية فتعتبر المؤسسة صغيرة إذا كانت توظف أقل من 500 عامل¹، بينما في اليابان تعد المؤسسة صغيرة إذا كانت تشغل أقل من 300 عامل، أما كندا فتري أن المؤسسة الصغيرة بالنسبة لقطاع الصناعة هي تلك التي توظف أقل من 200 عامل². وفيما يلي بعض هذه التعريفات:

¹Oswald Jones, Flona Tilley, "Competitive advantage in SMEs _ organising for innovation and change", Wiley editions, England, 2003, p. 35.

² ميساء حبيب سليمان، سمير العابدي، "المشروعات الصغيرة وأثرها التنموي"، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2015، صص 24-25.

2-1- تعريف الولايات المتحدة الأمريكية

أصبحت للمص و م أهمية كبيرة في الولايات المتحدة الأمريكية فهي تمثل حوالي 90% من المشروعات المنتجة¹، ولكن رغم ذلك ومع المحاولات العديدة من قبل هيئة إدارة الأعمال التجارية الصغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية لتعريف المؤسسة الصغيرة وتحديد شكلها وحجمها بشكل دقيق وذلك من خلال:

أ- الاستخدام أو العمالة؛

ب- قيمة الموجودات؛

ج- حجم المبيعات؛

إلا أن جميع هذه المحاولات لم تحقق الهدف المنشود، وهذا راجع للخصائص المتعددة للمؤسسة الصغيرة.²

وحسب قانون المص و م لعام 1953 تعرف المؤسسة الصغيرة بأنها «تمثل المؤسسة التي يتم امتلاكها وإدارتها بطريقة مستقلة حيث لا تسيطر على مجال العمل الذي تنشط في نطاقه»³، وتم تحديد عدد العاملين بها ب 250 عامل، وتكون الأموال المستثمرة فيها 9 ملايين دولار على الأكثر. بالنسبة لبعض الصناعات تعتبر المؤسسة صغيرة إذا كان عدد العاملين أقل من 1000 عامل.⁴

2-2- تعريف اليابان

حسب القانون الأساسي الخاص بالمص و م لسنة 1963، فقد تم تحديد رأس المال الأقصى ب 100 مليون ين ياباني وعدد العاملين لا يتجاوز 300 عامل.⁵

¹ فاطمة الصبيحي، علياء محمود جراد، "ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة"، منشورات كلية التجارة، جامعة الاسكندرية، مصر، 2019، ص261.

² جهاد عبد الله عفانة، قاسم موسى أبو عيد، "إدارة المشاريع الصغيرة"، دار البازوزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص12.

³ خديجة لدرع، "تحو تعزيز البنوك الإسلامية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة بنك البركة الجزائري"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، العدد06، 2011، ص3.

⁴ مصطفى عوادي، "المسؤولية الاجتماعية كآلية في استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر- الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 07/06 ديسمبر 2017، ص8.

⁵ أحمد رحموني، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في إحداث التنمية الشاملة في الاقتصاد الجزائري"، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، 2011، ص31.

3- تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد كانت أول محاولة لإبراز الدور الهام لقطاع الم ص و م والتعريف به في التقرير الخاص ببرنامج تنمية الم ص و م، حيث عرفها على أنها¹: «كل وحدة إنتاج مستقلة قانونيا وتشغل أقل من 500 عامل وتحقق رقم أعمال أقل من 15 مليون دج، واستثماراتها لا تتجاوز 10 مليون دج، وتأخذ أحد الأشكال التالية:

- ✓ المؤسسات التابعة للجماعات المحلية (مؤسسات ولائية وبلدية)؛
- ✓ فروع المؤسسات الوطنية؛
- ✓ المؤسسات المختلطة؛
- ✓ المؤسسات المسيرة ذاتيا؛
- ✓ المؤسسات الخاصة»؛

وكانت ثاني محاولة لتعريف هذه المؤسسات من قبل المؤسسة الوطنية للهندسة وتنمية الصناعات الخفيفة بمناسبة الملتقى الأول حول الم ص و م، وقد عرفها على أنها «كل مؤسسة تشغل أقل من 200 عامل وتحقق رقم أعمال أقل من 10 مليون دج»².

أما المحاولة الثالثة للتعريف، صدرت خلال الملتقى الوطني حول تنمية المناطق الجبلية كما يلي «كل وحدة إنتاج و/أو وحدة خدمات صناعية ذات حجم صغير تتمتع بالتسيير المستقل وتأخذ إما شكل مؤسسة خاصة أو مؤسسة عامة وهذه الأخيرة هي مؤسسات محلية (بلدية وولائية)»³.

أما القانون رقم 18/01 المؤرخ في 2001/12/12، فقد عرفها على أنها: «مؤسسة إنتاج السلع والخدمات تشغل ما بين عامل إلى 250 عاملا ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي ملياري دينار جزائري أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دينار جزائري، ومع استثناءها لمعيار الاستقلالية وذلك مهما كانت طبيعتها القانونية»⁴.

أما فيما يخص التعريف المعتمد في الجزائر حاليا هو التعريف الوارد في القانون رقم 17/02 المؤرخ في 10 جانفي 2017. فحسب المادة الخامسة من هذا القانون تعرف الم ص و م مهما كانت طبيعتها القانونية

¹ وسيلة سعود، "حوكمة المؤسسات كأداة لرفع أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016، ص88.

² رابح خوني، رقية حساني، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها"، ط1، أنراك للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص34.

³ نفس المرجع، ص34.

⁴ أحمد رحموني، مرجع سابق، صص24-25.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

بأنها: مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات، والتي تشغل من 1 إلى 250 شخص، ورقم أعمالها السنوي لا يتعدى 4 مليار دج أو لا تتعدى حصيلتها السنوية 1 مليار دينار جزائري، وتستوفي معايير الاستقلالية.¹

كما أشارت المادة 10-09-08 من نفس القانون إلى التعريف المفصل للم ص و م كما يلي:²

المؤسسة المتوسطة: تعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 50 إلى 250 عاملا، ويكون رقم أعمالها ما بين 400 مليون و 4 مليار دينار أو أن تكون إيراداتها ما بين 200 مليون دج و 1 مليار دج؛

المؤسسة الصغيرة: تعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 عاملا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 400 مليون دج أو لا يتجاوز مجموع إيراداتها السنوية 200 مليون دج؛

المؤسسة المصغرة: تعرف بأنها مؤسسة تشغل عامل إلى تسعة عمال، وتحقق رقم أعمال أقل من 40 مليون دج أو لا يتجاوز مجموع إيراداتها السنوية 20 مليون دج، والجدول التالي يوضح ما سبق:

جدول رقم (04): تصنيف الم ص و م حسب القانون الجزائري رقم 17/02

الوحدة: الدينار الجزائري

المعيار	عدد العمال	رقم الأعمال السنوي	الحصيلة السنوية
المصغرة	1-9	أقل من 40 مليون	أقل من 20 مليون
الصغيرة	10-49	أقل من 400 مليون	أقل من 200 مليون
المتوسطة	50-250	400 مليون - 4 مليار	1-200 مليار

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على ما سبق.

¹ عمر بن دادة، "مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الحد من مشكلة البطالة"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريش، العدد 01، 2017، ص 51.

² عبد الحق بوقفة، عبد الله مايو، "مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والصعوبات التي تواجهها"، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 05، 2018، ص 12، 13.

التطور التاريخي للم ص و م الجزائرية

مرت الم ص و م في الجزائر بعدة مراحل أهمها:

❖ المرحلة الأولى 1962-1988

مباشرة بعد الاستقلال أقرت الحكومة أول قانون يتعلق بحرية الاستثمار هو القانون رقم 277/63 الصادر عام 1963، والموجه أساسا للمستثمرين الأجانب، وبالرغم من المزايا والضمانات التي قدمت للمستثمرين إلا أنه لم يصل للنتائج المنتظرة منه فيما يخص تطوير قطاع الم ص و م¹. تمت صياغة قانون آخر للاستثمار في 15/09/1966 حيث حاول إعطاء أهمية أكبر للقطاع الخاص في عملية التنمية الاقتصادية في الجزائر، وتم بموجبه إنشاء اللجنة الوطنية للاستثمار وهي هيئة تقوم بإصدار التراخيص لكل مستثمر أو مقاول. بهدف إعطاء التصريح للم ص و م لمباشرة نشاطها، وقد اعتبر القطاع الخاص آنذاك قطاعا انتهازيا غير قادر على خلق قيمة إضافية في الاقتصاد الوطني.²

خلال فترة 1982 إلى غاية 1988 بدأ الاهتمام بالم ص و م من جديد، ولكن بشرط أن تكون أهداف هذه المؤسسات تتوافق والأهداف العامة للمخطط الوطني. وتميزت هذه المرحلة ببعض العراقيل التي أثرت على تطور الم ص و م مثل:³

✓ التمويل من خلال البنوك لا يتجاوز 30% من المبلغ الكامل للاستثمار؛

✓ المبالغ المستثمرة محددة ب 30 مليون دج للمؤسسات ذات المسؤولية المحدودة ومؤسسات المساهمة،

وب 10 مليون دج للمؤسسات الفردية أو الجماعية؛

✓ منع اكتساب العديد من الأعمال؛

❖ المرحلة الثانية 1988-1994⁴

نتيجة للأزمة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي عرفت الجزائر، والتي دفعت بصناع القرار وأجبرتهم إلى إعادة النظر في الاختيارات الأولى واللجوء إلى الإصلاحات الهيكلية في إطار اقتصاد السوق - الذي عكس الاقتصاد الموجه- يعطي الكثير من الأهمية للم ص و م.

¹ أحمد رحموني، مرجع سابق، ص 31.

² عبد الله خبايا، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة"، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2013، ص 19.

³ وسيلة سعود، مرجع سابق، ص 93.

⁴ عبد الله خبايا، مرجع سابق، صص 21-22.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وقد جاء قانون النقد والقرض في 14 أبريل 1990، لتدعيم الإصلاحات لصالح الم ص و م والذي نص

على:

- (1) تشجيع الاستثمارات الأجنبية حتى في الأنشطة التي كانت حكرًا على الدولة؛
 - (2) تحري المؤسسات المالية والمصرفية الأجنبية؛
 - (3) المساواة بين المؤسسة الوطنية والمؤسسة الخاصة؛
- اتبعت العديد من الإجراءات والإصلاحات في إطار المرسوم التشريعي الصادر في 1993/10/05، والمتعلق بترقية الاستثمار. حيث منح عدة امتيازات للاستثمار الخاص في الم ص و م، ومن أهم هذه الامتيازات:

✓ الحرية في الاستثمار في أي مجال؛

✓ المساواة بين القطاع العام والخاص؛

✓ تقليص دخل الدولة؛

✓ التخفيض من معدلات الضريبة؛

✓ إنشاء وكالة ترقية ودعم الاستثمارات ومتابعتها؛

✓ الحد الأقصى لدراسة الملفات على مستوى الوكالة هو 60 يوم؛

وبالرغم من أن هذه الفترة عرفت تفتحًا أكبر اتجاه الم ص و م وتشجيع إنشائها، إلا أن بعض هذه الممارسات أدت إلى ظهور نتائج سلبية على الاقتصاد الوطني.

❖ المرحلة الثالثة بعد 1994¹

لقد شهدت الفترة تبني الحكومة الإطار القانوني لخصوصية المؤسسات العمومية سنة 1994، وتنفيذ برنامج الاستقرار الاقتصادي القصير المدى (1 أبريل 1994 إلى 31 ماي 1995)، وتطبيق برنامج التصحيح الهيكلي المتوسط المدى (31 مارس 1995 إلى 01 أبريل 1998)، وعقد مجموعة من الاتفاقات مع البنك الدولي من أهمها برنامج التعديل الهيكلي لسنة 1998 لمدة سنتين، الأمر الذي ساهم في تطوير الم ص و م

¹ صباح شاوي، "أثر التنظيم الإداري على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة تطبيقية لبعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية سطيف"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010، ص 184-185.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في بعض الأنشطة والمجالات. كما رافقه اتخاذ عدة إجراءات وصدور العديد من التشريعات والقوانين المنظمة لهذا القطاع، من أهمها:

✓ إصدار قانون جديد للاستثمار في جوان 2001 ينص على:

- عدم تمركز نشاط الوكالة الوطنية للترقية والدعم ومتابعة الاستثمار بخلق مكاتب جهوية؛

- إنشاء مجلس وطني للاستثمار الذي يعمل على اقتراح استراتيجيات وآليات لتطوير الاستثمار؛

- إمضاء الحكومة على عقود أجنبية بهدف الشراكة؛

✓ صدور القانون التوجيهي رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بترقية المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة، من بين أهدافه:

- تشجيع بروز مؤسسات جديدة وتوسيع ميدان نشاطه؛

- ترقية توزيع المعلومات ذات الطابع الصناعي والتجاري والاقتصادي والمهني والتكنولوجي المتعلقة بقطاع الم

ص و م؛

- تشجيع تنافسية الم ص و م؛

- تحسين أداء الم ص و م؛

✓ صدور المرسوم التنفيذي رقم 02-372 المؤرخ في 11/11/2002، والمتضمن إنشاء صندوق ضمان

القروض للم ص و م وتحديد قانونه الأساسي، حيث يتمتع هذا القانون بالشخصية المعنوية والاستقلال

المالي، ويهدف إلى ضمان القروض الضرورية للاستثمارات التي يجب على الم ص و م أن تنجزها.

✓ صدور المراسيم التنفيذية سنة 2003 ومن أهمها:

- المرسوم التنفيذي رقم 3-78 المؤرخ في 25-03-2003 المحدد للطبيعة القانونية لمراكز التسهيل للم ص

و م ومهامها وتنظيمها؛

- المرسوم التنفيذي رقم 03-374 المؤرخ في 30-10-2003 والمتعلق بالتصريح الشخصي للم ص و م؛

ثانياً: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن لهذه المؤسسات دور لا يستهان به في بناء الاقتصاد الوطني، حيث تظهر أهميتها من خلال استغلال الطاقات والإمكانيات وتطوير الخبرات والمهارات كونها تعتبر أحد أهم روافد العملية التنموية¹، وكما أن لهذه المؤسسات ما هو ايجابي لها أيضا ما هو سلبي، غير أن الجوانب السلبية لا ترجع إليها مباشرة بقدر ما هي مرتبطة بالمشكلات التي تواجهها². وعموماً من بين خصائص هذه المؤسسات ما يلي:

- تميزها بمرونة عالية تساعد على البقاء والتكيف مع احتياجات السوق، وهذه ميزة لا تتمتع بها المؤسسات الكبيرة وذلك لأنها تمتلك جهازاً إدارياً وتنظيماً أكبر يجعلها أقل قدرة على تحسس الأخطار والأخطاء ومعالجتها؛³

- قد لا تبقى طويلاً على شكل واحد، فقد تكون صغيرة الحجم مرحلياً ثم تنمو من حيث عدد العمال وحجم المصنع والمعدات ومعدلات الإنتاج؛⁴

- تعطي الفرصة للأغلبية في العمل الذاتي لإظهار قدرات ومهارات أي فرد له طموحات يريد أن يحققها من خلال الأعمال الفنية والحرفية والتحويلية، مما يجعله يستثمر هذه القدرات والمهارات في مشروع صغير؛⁵

- انخفاض حجم رأس المال اللازم لإنشاء هذه المؤسسات، وذلك في ظل تدني حجم المدخرات لهؤلاء المستثمرين في الم ص و م؛⁶

- انخفاض درجة المخاطر التي من الممكن أن تتعرض لها المؤسسة؛⁷

- صعوبة توفير ضمانات كافية للبنوك خاصة في المراحل الأولى من عمر المشروع؛⁸

- صعوبة توفير مستندات، أو قوائم مالية بدرجة كبيرة؛⁹

¹ محمد أبو غزالة، "إدارة المشاريع الصغيرة"، الطبعة العربية، امجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص44.

² ميساء حبيبي سليمان، سمير العبادي، "المشروعات الصغيرة وأثرها التنموي"، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2015، ص27.

³ سعاد نائف برنوطي، "إدارة الأعمال الصغيرة - أبعاد للريادة"، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص80.

⁴ أيمن علي عمر، "إدارة المشروعات الصغيرة - مدخل بيني مقارن"، ط1، دار الجامعة للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2007، ص38
⁵ نفس المرجع، ص40.

⁶ محمد أبو غزالة، مرجع سابق، ص45.

⁷ مصطفى يوسف كافي، "بيئة وتكنولوجيا إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص35.

⁸ هالة محمد لبيب عنية، "إدارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2004، ص23.

⁹ نفس المرجع، ص23.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- المنهج الشخصي في التعامل مع العاملين، وهي إحدى المزايا الهامة التي تجعلها تتفوق على المؤسسات الكبيرة فالعلاقات الشخصية بين صاحب العمل والعاملين تكون قوية نظرا لقلّة العاملين وأسلوب وطريقة اختيارهم؛¹

- المحافظة على استمرارية المنافسة، فهي تتنافس فيما بينها في مجالات كثيرة؛²

- لا تستعمل مستوى عالٍ من التكنولوجيا ومن الموارد البشرية المؤهلة، وهذا لكون بعض الصناعات التي تنتمي لقطاع الم ص و م لا تتطلب استثمارا كبيرا ولا يد عاملة ذات اختصاص عالٍ؛³

الفرع الثاني: أهمية الم ص و م والمعوقات التي تواجهها

أصبحت الم ص و م علما بذاته يدرس في الجامعات والمعاهد العلمية، وقد أفردت لها مقررات خاصة، واعتبرت كواحدة من أقوى أدوات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأحد أهم العناصر الإستراتيجية في عمليات التنمية والتطور الاقتصادي في معظم دول العالم الصناعية، والدول النامية على حد سواء، مما دفع بهذه الدول إلى الاهتمام بها. ومع ذلك إلا أن هذه المؤسسات تواجه مجموعة من المشاكل المختلفة من حيث شدتها وخطورتها والتي تحد من عملها واحتمالات نموها، ويعتبر التعرف على كل من الأهمية والمشاكل التي تواجه الم ص و م أمرا ضروريا.

أولا: أهمية الم ص و م ودورها في الاقتصاد الوطني

يعتبر قطاع الم ص و م أحد أكبر القطاعات المهيمنة على اقتصاديات العديد من دول العالم والمشجعة على التقدم، كونها عملت على الحد من البطالة وفتحت الملايين من مناصب الشغل في كافة أنحاء العالم،⁴ إضافة إلى دورها الفعال في تحقيق التكامل مع المؤسسات الكبيرة وزيادة حجم الاستثمار وتعظيم القيمة المضافة... الخ. وسوف نحاول التطرق إلى الأهمية الاقتصادية والاجتماعية لهذه المؤسسات ودورها في الاقتصاد الوطني.

¹ يوسف عبد الرحيم يوسف، "إدارة الأعمال التجارية الصغيرة"، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2002، ص27.

² نفس المرجع، ص 28.

³ الطيب داودي، "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الواقع والمعوقات _حالة الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، العدد11، 2011، ص67.

⁴Giusy C, GiarettaE, Paltrinieri A., (2017)"Financial Markets, SME Financing and Emerging Economies", p. 5.

1- الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للم ص و م

تكمن أهمية الم ص و م فيما يلي:

1-1- توفير فرص عمل جديدة: وذلك من خلال مساهمتها في الحد من مشكلة البطالة، فهي تعمل على توفير وخلق فرص عمل، ففي اليابان مثلا تمثل فرص العمل التي توفرها المؤسسات الصغيرة 79% من إجمالي العمالة بها، وهنا يظهر أن نسبة مساهمة المؤسسات الكبيرة في تشغيل العمالة باليابان هي 21% فقط من إجمالي عدد العمال بها، كما أن المؤسسات الصغيرة ساعدت من امتصاص فائض العمالة في المؤسسات الكبيرة.¹

1-2- تحقيق التوازن الجغرافي لعملية التنمية: تتصف الم ص و م بالمرونة في التنقل بين مختلف المناطق والأقاليم، الأمر الذي ساهم في خلق مجتمعات إنتاجية جديدة في المناطق النائية والريفية، وإعادة التوزيع السكاني والحد من الهجرة إلى المدن الكبرى.²

1-3- الإسهام في تحقيق التكامل الاقتصادي مع الصناعات الكبرى: تؤدي هذه المؤسسات دورا مهما وملحوظا في مجال تنوع هيكل الصناعة، فهي تقوم بإنتاج السلع التي تحتاجها الأسواق المحلية فضلا عن المكونات والإجراءات التي تحتاجها المؤسسات الكبيرة وتقوم بدور الصناعات المغذية لها، ففي اليابان توفر الم ص و م (72%) من احتياجات صناعة الآلات، و(79%) من احتياجات صناعة الأجهزة الكهربائية.³

1-4- تشجيع الإبداع والابتكار: من أجل الصمود أمام المنافسة الشرسة التي تواجهها الم ص و م من المؤسسات الكبيرة والمؤسسات متعددة الجنسيات، لجأت الم ص و م إلى الاهتمام بمجال الإبداع والابتكار، فهي تلعب دور ريادي في هذا المجال، حيث أنها تفوقت على المؤسسات الكبيرة من حيث عدد الابتكارات المحققة، كما أنها تطرح هذه الأخيرة على نطاق تجاري في الأسواق خلال مدة زمنية تصل إلى 2.2 سنة مقابل 3 سنوات بالنسبة للمؤسسات الكبيرة، وعلى مستوى الجزائر ساهمت الم ص و م ب 15% من مجموع الإبداعات المسجلة وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بمساهمة هذه المؤسسات في الدول المتقدمة.⁴

¹أيمن علي عمر، مرجع سابق، ص126.

²وسيلة سعود، مرجع سابق، ص72.

³أحمد عارف العساف وآخرون، "الأصول العلمية والعملية لإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة"، ط1، دار صن للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص44.

⁴عبد الرحمن ياسر، عماد الدين براشن، "قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر الواقع والتحديات"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 3، جوان 2018، ص222.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

1-5- دمج المدخرات البسيطة في العملية الإنتاجية: بسبب صغر حجم رأس المال المطلوب للاستثمار في المؤسسات الصغيرة، فإن الأفراد الذين يمتلكون المهارات ويملكون مدخرات بسيطة يستطيعون تشغيل مدخراتهم البسيطة من خلال تأسيس مؤسسات صغيرة خاصة. هذه الميزة تعمل على جذب مدخرات الناس المتواضعة إلى العملية الإنتاجية بدلا من أن تظل جامدة وبدون استغلال.¹

1-6- حجم الناتج المحلي: تعتبر المؤسسات الصغيرة أداة فاعلة في توسيع القاعدة الإنتاجية، عند تطبيق استراتيجيات إنتاج بدائل الواردات ImportSubstitution لتوفير حاجة السوق من السلع الاستهلاكية والسلع الوسيطة إضافة إلى قدرتها واعتمادها على الخامات المحلية. هذا يؤدي بدوره إلى زيادة حجم الناتج المحلي الإجمالي.²

2- دور الم ص و م في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري

يتمثل الدور الاقتصادي الذي تلعبه الم ص و م فيما يلي:

2-1- مساهمة الم ص و م في توفير مناصب الشغل

حيث تلعب الم ص و م دورا هاما في تخفيف حجم البطالة في حالة الكساد، وكبح معدلات التضخم في حالات الرواج من جهة أخرى، من خلال المساهمة في خلق فرص عمل جديدة بتكلفة رأسمالية منخفضة³. والجزائر عمدت كغيرها من العديد من الدول لتحفيز إنشاء الم ص و م نظرا لقدرتها على استيعاب العمالة بكافة أشكالها ومستوياتها، والجدول الموالي يوضح مساهمة الم ص و م في توفير مناصب شغل في الجزائر للفترة (2001-2015).

¹ محمد أبو غزالة، مرجع سابق، ص 59.

² نبيل جواد، "إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2007، صص 94-95.

³ عامر خربوطلي، "ريادة الاعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2018، ص 62.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

جدول رقم (05): مساهمة الم ص و م في توفير مناصب شغل خلال الفترة (2001-2015م)

السنوات	طبيعة المؤسسة	المؤسسات الخاصة		المؤسسات العامة		الصناعة التقليدية و الحرفية		المجموع								
		2001	2002	2003	2004	2005	2006		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
		503541	538055	207949	225449	888829	977942	1064983	1233073	1363444	1577030	1676111	1728046	1953636	2110665	2327293
		74763	74763	74763	71826	76283	61661	57146	52786	51635	48656	48086	48415	48256	46567	43727
		158758	71523	79850	173920	192744	213044	233270	254350	341885	-----	-----	-----	-----	-----	-----
		737062	684341	704999	838504	838504	1252647	1355399	1540209	1756964	1625686	1724197	1776461	2001892	2157232	2371020

المصدر: محمد الأمين وليد طالب، نظيرة قلاوي، "الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وهيئات دعمها"، مجلة ميلاف

للبحوث والدراسات، المجلد5، العدد1، جوان 2019، المركز الجامعي محمد بو الصوف، ميله، الجزائر، 2019، ص219.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن مناصب الشغل التي توفرها الم ص و م في الجزائر في تزايد. حيث ارتفع عدد العمال خلال الفترة المدروسة (2001-2015) من 737062 عامل إلى 2371020 عامل، وهذا بفضل العديد من الأجهزة المخصصة لهذا الغرض، كما نر أن القطاع الخاص يساهم بنسبة كبيرة في توفير مناصب الشغل، حيث ارتفع عدد مناصب الشغل خلال الفترة المدروسة من 503541 عامل إلى 2327293 عامل، وهذا بفضل برامج التنمية المخصصة للرفع من مستويات التشغيل. أما فيما يخص القطاع العام، فقد عرف تراجعاً في مناصب الشغل التي يوفرها وهذا راجع لتسريح العمال، حيث انخفض هذا الأخير خلال الفترة المدروسة من 74763 عامل إلى 43727 عامل.

2-2- مساهمة الم ص و م في الناتج الداخلي الخام

يمثل الناتج الداخلي الخام كل ما يتم إنتاجه داخل الحدود الجغرافية للدول من المنتجات الاقتصادية النهائية خلال فترة زمنية معينة، سواء باستخدام عناصر الإنتاج الوطنية أو الأجنبية¹. وبينت تجارب الدول المتقدمة في قطاع الم ص و م أن هذه المؤسسات تساهم بشكل عام بأكثر من 15% في الناتج الداخلي الخام في الدول ذات الدخل المرتفع، وبشكل خاص بنسبة 31% من الناتج الداخلي الخام في الولايات المتحدة الأمريكية وب 25% في البرازيل²، وللوقوف على مدى مساهمة الم ص و م في تحقيق الناتج الداخلي الخام بالجزائر ندرج الجدول التالي:

¹ محمد الأمين وليد طالب، نظيرة قلادي، "الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وهيئات دعمها"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 5، العدد 1، جوان 2019، المركز الجامعي محمد بو الصوف، ميلة، الجزائر، 2019، ص 220.

² حسينة شملول طيار، "أثر إصلاحات النظام المصرفي الجزائري على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2018، ص 45.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

جدول رقم (06): مساهمة الم ص و م في الناتج الداخلي الخام بالجزائر خلال الفترة (2001-2015)

الوحدة: مليار دج

السنوات	قطاع النشاط	القطاع الخاص	القطاع العام	إجمالي الناتج الداخلي
2015		8143.96	515	8658.96
2014		7368.79	723.7	8092.49
2013		6741.19	893.24	7634.43
2012		5813.02	793.38	6606.4
2011		5137.46	923.34	6060.8
2010		4681.68	827.53	5509.21
2009		4162.02	816.8	4978.82
2008		3551.33	686.59	4237.92
2007		3153.77	749.86	3903.63
2006		2740.06	704.05	3444.11
2005		2364.5	651	3015.5
2004		2146.75	598.65	2745.4
2003		1884.2	550.6	2434.8
2002		1679.1	505	2184.1
2001		1560.2	481.5	2041.7

المصدر: محمد الأمين وليد طالب، نظرية قلاوي، "الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وهيئات دعمها"، مجلة ميلاف

للبحوث والدراسات، المجلد 5، العدد 1، جوان 2019، المركز الجامعي محمد بو الصوف، ميلة، الجزائر، 2019، ص 221.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نلاحظ من الجدول السابق أن الناتج الداخلي الخام خارج المحروقات الذي تساهم به الم ص و م في تزايد، حيث ارتفعت خلال الفترة المدروسة (2001-2015) من 2041.7 مليار دج إلى 8658.96 مليار دج سنة 2015 م، وهذا بفضل القطاع الخاص، حيث ارتفع الناتج الداخلي الخام في هذا الأخير خلال الفترة المدروسة من 1560.2 مليار دج إلى 8143.96 مليار دج سنة 2015م، وهو ما يوضح مجهودات القطاع الخاص لتلبية الطلب المتزايد على المستوى الوطني رغم منافسة المنتجات الوطنية.

2-3- مساهمة الم ص و م في القيمة المضافة

تعتبر عملية خلق القيمة المضافة من أهم المؤشرات على قوة أي اقتصاد في العالم، حيث تظهر قدرة ذلك الاقتصاد في الإنتاجية، فهي تقيس المساهمة الإنتاجية للمؤسسة في الاقتصاد الوطني. ووفقا للنظام المحاسبي الجزائري فهي تعبر عن إجمالي الناتج المحلي الخام مطروحا منه الرسم الوحيد الإجمالي على الإنتاج والرسم الجمركية على الواردات¹، وللوقوف على مدى مساهمة الم ص و م الخاصة والعامة في تحقيق القيمة المضافة خلال الفترة (2004-2014م) ندرج الجدول التالي:

الجدول رقم(07): مساهمة الم ص و م الخاصة والعامة في القيمة المضافة خارج المحروقات خلال الفترة (2004-2014م)

الوحدة: النسبة المئوية %

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	
14.6	13.6	14.7	15.5	15.8	16.4	17.6	19.1	19.6	21.1	21.5	القطاع العام
85.4	86.4	85.3	84.5	84.2	83.6	82.4	80.9	80.4	78.9	78.5	القطاع الخاص

المصدر: حسينة شملول طيار، "أثر إصلاحات النظام المصرفي الجزائري على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2018، ص 49.

¹ محمد الأمين وليد طالب، نظيرة قلادي، مرجع سابق، ص 222.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نلاحظ من الجدول السابق أن حصة القطاع الخاص أكبر بكثير من حصة القطاع العام في القيمة المضافة، حيث بلغت خلال الفترة المدروسة (2004-2014م) في المتوسط ما يساوي 82.77% مقابل 17.22% للقطاع العام، فقد سجلت مساهمة القطاع العام في القيمة المضافة تراجعاً بين 2003 و2007 ويعود هذا التراجع إلى تغير الهيكل الاقتصادي الجزائري وخصخصة المؤسسات الاقتصادية، مما يفسر ارتفاع نسبة مساهمة القطاع الخاص، خاصة مع العدد الكبير للمؤسسات الجديدة.

2-4- مساهمة الم ص و م في تعبئة المدخرات

تقوم الم ص و م باستقطاب فوائد الأموال والمدخرات الصغيرة، كون تكاليف إنشاء هذه المؤسسات لا تحتاج لرؤوس أموال ضخمة من جهة، وانخفاض درجة المخاطرة في الاستثمارات الصغيرة من جهة أخرى.¹

2-5- مساهمة الم ص و م في دعم الصادرات

تلعب المؤسسات الصغيرة دوراً مؤثراً في دعم الصادرات من خلال سد جزء من حاجة الطلب المحلي، وبالتالي إتاحة فرصة أكبر لتصدير إنتاج المؤسسات الكبيرة لما تتميز به من مميزات نسبية ووفرات اقتصادية أو من خلال تصدير منتجاتها مباشرة، حيث تساهم بذلك بتوفير العملة الصعبة أيضاً.²

حيث عملت الجزائر خلال السنوات الأخيرة جاهدة على تشجيع صادرات القطاع الخاص، وخاصة صادرات الم ص و م، وللوقوف على مدى مساهمة الم ص و م في تنمية الصادرات ندرج الجدول التالي:

¹ عامر خربوطلي، مرجع سابق، ص 61.

² نبيل جواد، مرجع سابق، ص 94.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

جدول رقم(08): مساهمة الم ص و م في تنمية الصادرات للفترة (2001-2015)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	الصادرات والواردات	الصادرات المحروقات	الصادرات المحروقات	إجمالي الصادرات	الواردات	الميزان التجاري
2015	2063	35724	37787	51501	13714	
2014	2582	60304	62886	58580	4306	
2013	2165	63752	65917	54852	11065	
2012	2062	69804	71866	47490	24376	
2011	2062	71427	73489	46453	27036	
2010	1526	55527	57053	40472	16581	
2009	1066	44128	45194	39294	5900	
2008	1937	77361	79298	39479	39819	
2007	1332	58831	60163	27631	32532	
2006	1158	53456	54613	21456	33157	
2005	1099	43937	45036	20357	24679	
2004	781	31302	32083	18308	13775	
2003	673	23939	24612	13534	11078	
2002	734	9118	18825	12009	6816	
2001	648	18484	19132	9940	9192	

المصدر: محمد الأمين وليد طالب، نظيرة فلاحي، "الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وهيئات دعمها"، مجلة ميلاف

للبحوث والدراسات، المجلد 5، العدد 1، جوان 2019، المركز الجامعي محمد بو الصوف، ميلة، الجزائر، 2019، ص 224.

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن أغلب صادرات الجزائر تتمثل في صادرات المحروقات، إذ يستحوذ على نسبة كبيرة تفوق 97٪، بينما تبقى مساهمة الم ص و م جد ضعيفة تقدر حوالي ب 3٪. فرغم تشجيع الدولة للصادرات خارج المحروقات إلا أنه لا يزال دون المستوى المطلوب، فمن خلال الجدول السابق وبتتبع التصدير خارج المحروقات خلال الفترة المدروسة (2001-2015) نلاحظ أن هناك ارتفاع في الصادرات خارج

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المحروقات خلال هذه الفترة، حيث ارتفعت من 648 مليون دولار أمريكي سنة 2001م وإلى 2582 مليون دولار أمريكي سنة 2014، ثم سجلت انخفاض سنة 2015م إلى 2063 مليون دولار أمريكي. مع ارتفاع في صادرات المحروقات خلال هذه الفترة، حيث أن هذه الأخيرة عرفت انخفاضا كبيرا من 60304 مليون دولار أمريكي سنة 2014 إلى 35724 مليون دولار أمريكي سنة 2015، وهذا بسبب الانخفاض الكبير الذي شهدته أسعار البترول أواخر سنة 2014م.

ونلاحظ أن الواردات عرفت ارتفاعا مستمرا خلال الفترة المدروسة ماعدا سنة 2015، حيث انخفضت بسبب ارتفاع أسعار البترول والذي يؤثر بدوره على نفقات الدولة، وبالتالي تبني الدولة للسياسة التقشفية في الاستيراد.

وبهذا فالميزان التجاري خلال الفترة (2001-2015) عرف تذبذبا، وهذا بسبب ارتفاع الصادرات وانخفاضها في سنة وارتفاع الواردات وانخفاضها في سنة، وسجل أقل قيمة خلال هذه الفترة سنة 2015، حيث سجل عجز في الميزان التجاري قدر ب 13714 مليون دولار أمريكي. وذلك نتيجة انخفاض صادرات المحروقات بسبب ارتفاع أسعار البترول.

2-6- توسيع وتنويع الاقتصاد الوطني

إن امتداد أنشطة الم ص و م وتنوعها لتشمل كافة القطاعات الاقتصادية، جعل قطاع الم ص و م قطاع أفقي موجود في جميع الأنشطة ولا يختص بنشاط معين. حيث يمكن لقطاع الم ص و م أن يعزز من مرونة الاقتصاد من خلال توسيع وتنويع الاقتصاد المحلي، وبالتالي الحد من التعرض للصدمات الخاصة بقطاع معين (قطاع المحروقات) والتقلبات في تدفقات رأس المال الخاص الدولي، ويتركز نشاط الم ص و م في سبعة قطاعات أساسية تجذب الاستثمارات إليها وهي: الصناعة، النقل، التجارة، الخدمات، السياحة والفلاحة، البناء والأشغال العمومية.¹

ثانيا: المشاكل والمعوقات التي تواجه الم ص و م

بالرغم من تفرد وتميز الم ص و م عن المؤسسات الأخرى بمجموعة من الصفات، إلا أنها تشترك في مجموعة من المشاكل والعراقيل المتشابهة التي قد تؤثر على نشاطها ونموها. نذكر منها:

¹ حنان جودي، "إستراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار لتدارك الفجوة الإستراتيجية والاندماج في الاقتصاد التنافسي _دراسة حالة الجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2017، ص15.

1- مشاكل الموقع غير الملائم

إن اختيار الموقع المناسب للمؤسسة يتطلب دراسة جيدة وبحث وتخطيط، ولكن معظم هذه المؤسسات لا يولون هذا الجانب أهمية كبيرة، فقد يختارون موقع معين فقط لوجود بناية شاغرة أو تكلفة منخفضة. إن عملية اختيار الموقع من الأمور الهامة خاصة للأعمال التجارية التي تعتمد على حجم المبيعات لهذا يجب ألا يترك لمحض الصدفة، وللاختيار الأحسن يجب الأخذ بعين الاعتبار المبلغ المخصص للإيجار بحيث يجب على صاحب المؤسسة أن يوازي بين التكلفة وتأثير الموقع على حجم المبيعات، وبذلك فإن للموقع خاصيتان أساسيتان التكلفة وحجم المبيعات المحققة¹، بالإضافة إلى توفر شروط العمل الأخرى وخدمات البنية الأساسية.²

2- مشاكل التمويل

اعتبرت مسألة تمويل الم ص و م عن طريق مختلف المصادر المتاحة بما في ذلك هيئات الدعم الحكومي ثاني إشكالية بعد مشكلة العقار تصادف إنشاء وتوسع هذا النوع من المؤسسات، حيث تواجه صعوبات في الحصول على الموارد المالية اللازمة لقيام المشروع أو تسويق منتجاتها. ويرجع السبب في ذلك إلى:³

أ- الضمانات: يشترط البنك مقابل الإقراض من أصحاب المشاريع ضمانات، حيث يكونون في الطور الأول لا يملكون ذلك، كما أن انعدام أغلبهم للتجربة والخبرة في هذا الميدان تجعل تقييم البنوك لتعثر هذه المشاريع أمر قائم.

ب- ضعف تكييف المنظومة المالية المحلية: مع متطلبات المحيط والفضاء الاقتصادي الجديد، نجد الحديث عن إجراءات الدعم المالي وتشجيع وتحفيز الاستثمارات والشراكة، لكن الواقع يسير خلف ذلك حيث يعكس اصطدام كل هذه التطورات بتعقيدات ذات طابع مالي منها:

- غياب ونقص شديد في التمويل طويل الأجل؛

- غياب الشفافية في تسيير عملية منح القروض؛

¹ ماجدة العطية، "إدارة المشروعات الصغيرة"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2004، صص20-21.

² رابع خوني، رقية حساني، مرجع سابق، ص81.

³ فريدة قاضي، "التصدي لمعوقات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، الملتقى الوطني حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل مستجدات القانون الجزائري، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 28 نوفمبر 2019، صص223-224.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ج- كثرة الإجراءات وصيغ التمويل البديلة: تعتبر البنوك التجارية العمومية الممول الرئيسي في الجزائر، وكما هو معروف أنها تضع إجراءات لضمان استرجاع القروض، غير أن المشاريع تعجز عن توفيرها.

يمثل التمويل محور اهتمام الم ص و مالى درجة يمكن القول معها أنه يمثل الحد الفاصل بين بقاء أو فناء المؤسسة، لذا توجب عليها اجتياز عقبة المشكلات التمويلية إن أرادت الاستمرار ونمو أعمالها.¹

3- مشاكل التسويق

تعتبر الصعوبات التسويقية من أهم الصعوبات التي تواجه الم ص و م، وتختلف باختلاف نوع المنشأة وطبيعة النشاط الذي تمارسه. وتتمثل أهم هذه الصعوبات فيما يلي:²

أ- انخفاض الإمكانيات لهذه المؤسسات، مما يؤدي إلى ضعف الكفاءة التسويقية نتيجة لعدم قدرتها على توفير معلومات عن السوق المحلي والخارجي وأذواق المستهلكين، بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف النقل وتأخر العملاء في تسديد قيمة المبيعات، وعدم دعم المنتج الوطني بالدرجة الكافية؛

ب- تفضيل المستهلك المحلي للمنتجات الأجنبية المماثلة في بعض الأحيان، بدافع التقليد أو المحاكاة أو الاعتماد على استخدام هذه السلع الأجنبية، مما يحد من حجم الطلب على المنتجات المحلية؛

ج- عدم توفر الحوافز الكافية للمنتجات المحلية، مما يؤدي إلى منافسة المنتجات المستوردة لمثيلاتها من المنتجات المحلية وقيام بعض المؤسسات الأجنبية بإتباع سياسة المزاومة لتوفر منتجاتها للأسواق المحلية بأسعار تقل عن أسعار المنتج المحلي، وهذا يؤدي إلى ضعف الموقف التنافسي للمؤسسات الوطنية العاملة في هذه الصناعات؛

د- اتجاه نسبة كبيرة من هذه المؤسسات إلى القيام بالبيع المباشر للمستهلك النهائي أو بالبيع لتجار التجزئة الصغار، مما يؤدي إلى زيادة الأعباء التسويقية لهذه المنشآت وعدم قيامها بأداء هذه المهمة بكفاءة؛

4 - مشاكل الضرائب والتأمينات

أحيانا تتعامل أجهزة التأمينات ومصالح الضرائب مع أصحاب هذا النوع من المؤسسات بنفس الطريقة التي تتعامل بها مع أصحاب المؤسسات الكبيرة، بل أنه في كثير من الحالات لا تتوافر الم ص و م حتى على الإعفاءات والمميزات التي تتوفر للمؤسسات الكبيرة، ويترتب على ذلك تزايد الأعباء الضريبية التي تتحملها،

¹ رابح خوني، رقية حساني، مرجع سابق، ص 82.

² نبيل جواد، مرجع سابق، ص 104-105.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

حيث أنها لا تساعد بأي حال من الأحوال على العمل الإنتاجي بل تؤدي إلى تعدد وتنامي الأنشطة الموازية التي تصب في خانة التهرب الضريبي. وبالتالي يجب على السياسة الضريبية اتجاه هذه المؤسسات أن تأخذ بعين الاعتبار أهمية تشجيعها على الاستثمار من خلال عدم معاملتها بنفس الطريقة التي تتعامل بها المؤسسات الكبيرة والعمومية، بل يجب أن تخصصها بنوع ضريبي خاص يأخذ بعين الاعتبار المنطقة ونوع وطبيعة النشاط والمنتج، وكذا تشجيعها على المساهمة في رفع معدلات التشغيل وذلك بإلغاء الأعباء العمالية تماما.¹

5- مشاكل المنافسة

المنافسة والتسويق من المشاكل الجوهرية التي تتعرض لها الم ص و م، وأهم مصادر المنافسة هي الواردات والمؤسسات الكبيرة²، فتلحاح المنافسة الشرسة في اقتصاد السوق وخاصة مع المؤسسات الكبرى والمؤسسات متعددة الجنسيات وفروعها في الأسواق المحلية إلى ضرورة قيام الم ص و م بدور فعال في التجديد والابتكار وتمييز المنتجات والخدمات، حتى تصبح ذات علامة تجارية وخصائص وطابع مميز.³

6- مشاكل نقص المعلومات

نظرا لعدم قدرة الم ص و م للإففاق على البحث وتوفير المستشارين والاتصال بمصادر المعلومات، فإنها تواجه مشكلات نقص المعلومات والتي تؤثر على نشاطها بل وعلى بقائها واستمرارها. وتتمثل أهم هذه المشكلات في:⁴

أ- نقص المعلومات عن المؤسسات وتطورها وطبيعة نشاطها وحجم إنتاجها وقدرتها المالية، يتسبب في وقوع الم ص و م التجارية بل والمستثمرين الأفراد فريسة للمؤسسات والمشاريع الوهمية والغش والاحتيال الخارجي؛
ب- نقص المعلومات عن أسواق الموارد ومستلزمات الإنتاج التي تستخدمها المؤسسات أو السلع التي تتعامل فيها الم ص و م، يؤدي إلى وقوع تلك المؤسسات الصغيرة فريسة للاستغلال والحصول على مستلزماتها أو السلع التي تحتاجها بأسعار مرتفعة أو بجودة أقل، نظرا لجهل تلك المؤسسات بالمصادر الأخرى التي يمكن أن تمددها باحتياجاتها؛

¹ محمد الناصر مشري، "دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة -دراسة الإستراتيجية الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة ولاية تبسة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011، ص35.

² بيث عبد الله القهوي، بلال محمود الوادي، "المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية"، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2012، ص35.

³ فريد النجار، "الصناعات والمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم -مدخل رواد الأعمال"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص259.

⁴ عبد الله خبابة، مرجع سابق، صص 46-47.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ج- نقص المعلومات عن المؤسسات المنافسة في السوق من حيث عددها وطاقاتها الإنتاجية، ومواصفات السلع التي تتعامل فيها والأسعار التي تبيع بها، ويؤدي ذلك إلى عدم قدرة مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة على مسايرة السوق وتحول العملاء عنها، وقد ينتهي الأمر بخروجها من السوق؛

7- المشاكل الإدارية والتنظيمية:

تتشأ المشكلات الإدارية والتنظيمية نتيجة عدم الفصل بين ملكية المؤسسة وإدارتها، فصاحب المؤسسة يتولى جميع النواحي الإدارية فهو المخطط المالي، ومدير المبيعات، ومدير الأفراد، ومدير العلاقات العامة، وهذا يعني بالضرورة عجزه عن أداء هذه المهام بنفس الكفاءة بما لا يسمح باتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب، ولاشك أن هذا الفشل الإداري يعني فشل المؤسسة بأكملها.

ويرجع مصدر هذا الفشل الإداري إلى أحد السببين التاليين أو كليهما:

- جهل صاحب المشروع بأسس التنظيم؛

- عدم محاولته الاستعانة بأراء المتخصصين في النواحي الإدارية، إما لنقص الإمكانيات المادية أو لعدم تقديره لأهمية هذه الاستثمارات، أو لحرصه على الاحتفاظ بأسرار العمل، أو لعدم الاعتراف بالعجز عن مباشرة الأعمال الإدارية على الوجه السليم؛

يتضح هذا الفشل الإداري في قصور وظيفة التخطيط كأحد المهام الإدارية، أو قصور وظيفة الرقابة على العمليات. وهذا يعني عدم وجود ملفات منظمة توضح بيانات المخزون والإنتاج وملفات العملاء وغيرها، أو عدم الإلمام بالتشريعات والقوانين ذات الصلة بالمشروع، أو عدم القدرة على تقييم الأداء.¹

المطلب الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تطورت شبكات التواصل الاجتماعي لتضم العديد من التصنيفات، من بينها مواقع التواصل الاجتماعي والتي برزت مع ظهور الويب 2.0 الذي أضاف لها صفة التفاعلية والاشتراكية، مما أتاح للمستخدمين إمكانية إضافة محتويات على هذه المواقع وبكل حرية، وقد ساعدت هذه التسهيلات على ظهور مواقع مختلفة لقت إقبالا كبيرا من قبل مستخدمي الإنترنت وبالأخص المؤسسات بمختلف أنواعها. سنتطرق في هذا المطلب المقسم

¹ نهى إبراهيم خليل إبراهيم، "الصناعات ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية"، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر، 2009، صص166-167.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لفرعين إلى التطور التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي ومفهومها والخصائص التي تميزها عن باقي المواقع الالكترونية وأهميتها، إضافة إلى ذكر أهم هذه المواقع وأكثرها رواجاً.

الفرع الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

إن معرفة نشأة مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب منا بالضرورة معرفة المراحل التقنية التي ساهمت في نشأتها، خاصة مع ظهور الانترنت والويب 2.0.

❖ المرحلة التمهيدية لظهور مواقع التواصل الاجتماعي

شهدت هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات حيث تزامنت مع ظهور الجيل الأول للويب (web1.0) والذي يشير إلى شبكة المعلومات التي تتكون من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجالاً صغيراً للتفاعل¹. حيث بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بالظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com سنة 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع Sixdegrees.com سنة 1997 أين ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وعرضت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل بين مجموعة من الأصدقاء. بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها. بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين سنوات 1999 و2000 وبالتالي تم إغلاقها²، غير أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تقف عند هذا الحد بل استمرت في التطور والظهور.

❖ مرحلة الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي

تزامن هذا الظهور مع بداية الجيل الثاني للويب (web 2.0) والذي يميل إلى تقليب التسلسلات الهرمية والسماح لمستخدمي الانترنت بأن يصبحوا فاعلين حقيقيين وأن يكونوا في مركز التبادلات. مصطلح (web2.0) صاغه ديل دوجيرتي عضو جمعية أورابلي، ولكن تيم أورابلي هو من جعل المصطلح مشهوراً حيث ذكر المفهوم

¹زينة مرمول، "مواقع التواصل الاجتماعي والسياحة البيئية - دراسة وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك بمدينة سطيف"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018، ص144.
²ماهر عودة الشمايلية، وآخرون، "الإعلام الرقمي الجديد"، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2014، صص 200-201.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لأول مرة من خلال مؤتمر "العصف الذهني" بين شركة أورابلي ميديا ومجموعة ميديا لايف (Media Live)، وعليه شهدت هذه المرحلة الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم.¹

مع بداية عام 2002 ظهر موقع (Friendster) في كاليفورنيا والذي حقق نجاحا باهرا دفع بالشركة العالمية (Google) إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ من طرف الشركة ومصممي الموقع، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (Skyrock) كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع هذا الموقع تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز التاسع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.²

في سنة 2003 كان أهم ما يميز (web 2.0) هو الانطلاقة الفعلية لموقع Myspace وهو الموقع الأمريكي المشهور الذي تفوق على Google فيعدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر الموقع من أكبر الشبكات على مستوى العالم، وأهم ما يقدمه هذا الموقع هو تفصيلات الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية وتضمن عرض الصور ومشغلات الصوت.³ في سنة 2004 ظهر موقع الفيس بوك على يد مارك زوكربيرج وأصدقائه كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماتش" بالإنجليزية (Facemach.com) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من Hot or not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماتش في 28 أكتوبر عام 2003، وفي النصف الثاني من العام الدراسي له في جامعة هارفارد قام بتأسيس موقع the facebook.com وبعد انتشاره قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها ليصبح Facebook.com⁴. ولما كان من الصعب الوصول للفيديوهات لأي حدث أو مشاركتها عبر الانترنت، جاءت فكرة اليوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين هم Chad Hurley (أمريكي)، Steve Chen (تايواني)، Jawad Karim (بنغالي)، وفي الرابع عشر من فبراير 2005 تأسس موقع YouTube. في مارس 2006 ظهر موقع تويتر، وهو خدمة أطلقتها شركة Obvious وقامت بفصل تويتر في شركة تحمل اسم تويتر

¹LamiriH, Belmoufeq B, "L'impact des réseaux sociaux sur la création de la valeur des Entreprises en termes de E-Recrutement _Etude Exploratoire", Journal of social sciences and Organization Management, Université Hassan II, Casablanca, p6.

²زينة مرمول، مرجع سابق، ص145.

³نفس المرجع، ص146.

⁴سهام بوقلوف، "استخدام مواقع التواصل وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية _دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018، ص 119-120.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

Twitter¹. تتبع ذلك تطبيقات متعددة تساهم في التواصل الاجتماعي نذكر أهمها، السكايب (Skype)، الوات ساب (Whatsapp)، الفيبير (Viber)، لتستمر بذلك مواقع التواصل الاجتماعي في التطور والتنوع.²

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، برزت مع ظهور الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد من خلال مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة... الخ)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.³

من تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "منظومة من المواقع الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".⁴ أما الموسوعة الحرة فتعرفها بأنها "مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية، الرسائل الخاصة، البريد الالكتروني، الفيديو، مشاركة الملفات وغيرها من الخدمات".⁵

أما التواصل الاجتماعي كعملية تعرفه ايفا نس Evans على أنه "مشاركة اتصالية عبر الانترنت حيث يتم تداول الصور والفيديوهات والأخبار والمقالات والمدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة".⁶

من خلال ما سبق يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر صنف أو نوع من شبكات التواصل الاجتماعي، حيث ارتبطت بظهور (web 2.0) أو ما يعرف بالجيل الثاني من تطور الانترنت والويب، وانفردت عن وسائل التواصل التقليدية بمجموعة من المميزات والخدمات أهمها الخدمات التفاعلية.

¹ علي حسين، "إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير إدارة المعرفة في مؤسسات قطاع الهاتف النقال -دراسة حالة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2018، ص91.

² سهام بوقلوف، مرجع سابق، ص122.

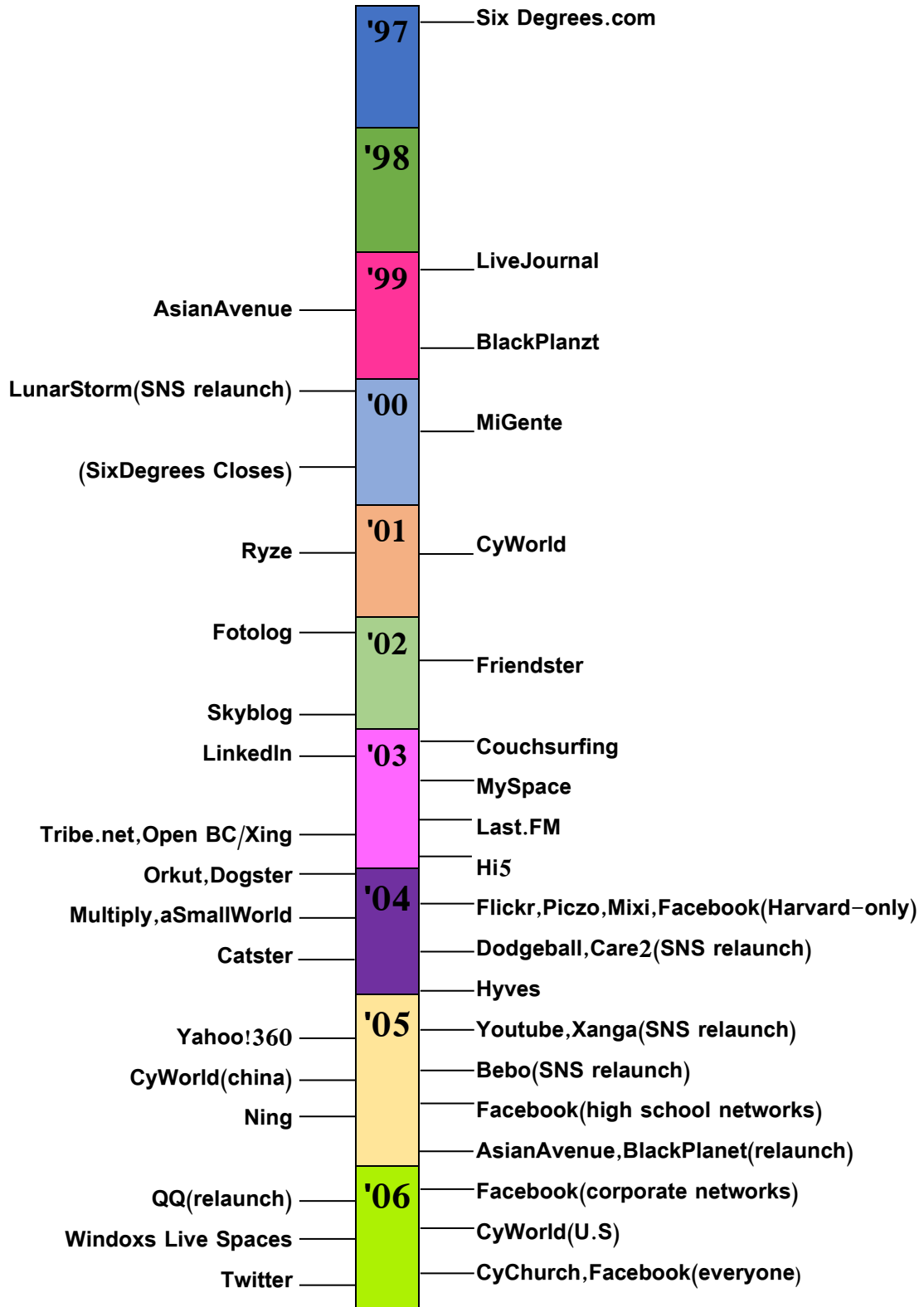
³ عيسى صالح عنابي، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري -دراسة حالة منتجات مجمع عمر بن عمر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة عمار تليجي، الأغواط، الجزائر، 2016، ص60.

⁴ علي كاظميغدير، "آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأطفال"، المجلة الدولية لنشر الدراسات العلمية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة بغداد العراق، 2018، ص22.

⁵ طلب فاضلمشتاق، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي"، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، 2017، ص204.

⁶ حنان بن قسيمي، "مواقع التواصل الاجتماعي ونشر الوعي البيئي -دراسة مسحية لعينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015، ص35.

الشكل رقم (02): التطور التاريخي لشبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: ماهر عودة الشمايلية، وآخرون، "الإعلام الرقمي الجديد"، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص202.

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتشارك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية أبرزها:¹

- **التفاعلية والتشاركية:** ويقصد بالتفاعلية إلغاء السلبية التي كانت ميزة الإعلام القديم (التلفاز، الصحف الورقية...)، فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك؛

- **تعدد الاستعمالات:** تتميز مواقع التواصل بأنها سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لإيصال علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا؛

- **سهولة الاستخدام:** تسهل مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم استعمالها والتفاعل من خلالها، حيث تكمن بساطتها في استعمالها للحروف وبساطة اللغة بالإضافة إلى الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين؛

- **الشمولية:** يقصد بها أن مواقع التواصل الاجتماعي تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب بكل سهولة، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا؛

- **المجانية:** قد تكون أفضل سمة لمواقع التواصل الاجتماعي هي أنها مجانية،² فالكل يستطيع التسجيل على مواقع التواصل الاجتماعي وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى؛³

- **الملفات الشخصية/الصفحات الشخصية:** يقوم المستخدم عند تسجيله الدخول بوضع اسمه ومعلوماته الأساسية (الجنس، تاريخ الميلاد، مكان الدراسة، البلد، الاهتمامات...)، حيث من خلال صفحته الرئيسية يمكنك مشاهدة نشاطه مؤخرا، من هم أصدقاؤه، وما هي الصور الجديدة التي نشرها إلى غير ذلك من النشاطات؛⁴

4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات

تتطوي مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات على أهمية بالغة، فهي منصة للتفاعل المباشر مع العملاء بحيث تتفاعل هذه الأخيرة مباشرة مع جمهورها وتستمع لتعليقاتهم واستفساراتهم، ويمكنها تلبية احتياجاتهم

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، "مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني"، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015، ص67.

² أليكس بليث، "التسويق الإلكتروني المتميز"، ترجمة: أسماء عليوة، مجموعة النيل العربية للنشر، ط1، 2013، ص152.

³ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص67.

⁴ سهام بوقلوف، مرجع سابق، صص122-123.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

بشكل فوري، كما يمكن لها الترويج لمنتجاتها وخدماتها. فقد بينت دراسة حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي على البنوك التجارية في كينيا بأن هذه المواقع ساهمت بشكل جدي فيما يلي¹:

✓ اكتساب عملاء جدد ونمو الإيرادات:

تكسب البنوك التجارية العملاء من خلال التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يوضحه الجدول رقم (09)، حيث تظهر النتائج أنه ارتفع عدد العملاء من 1740 سنة 2011 إلى 5000 سنة 2013. وقد ساهم العملاء المكتسبون بدورهم في نمو الإيرادات من خلال زيادة حجم المبيعات.

الجدول رقم (09): رقم العملاء المكتسبين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي

السنة	رقم العملاء المكتسبين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي
2011	1740
2012	3000
2013	5000

المصدر: Mutero Winfred Njeri, “Effect Of Social Media Interactions On Financial Performance Of Commercial Banks In Kenya”, A Research Project Submitted In Partial Fulfilment Of The Requirement For The Award Of The Degree Of Master Of Science In Finance, School Of Business, University Of Nairobi, 2014, P32.

✓ تخفيض تكلفة اكتساب العملاء:

إن التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي أقل تكلفة بكثير مقارنة بأشكال التسويق الأخرى المتاحة خاصة مع تحسن التكنولوجيا في الصناعة المصرفية، حيث أشار المشاركون في الدراسة إلى أنه بعد اعتماد التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي شهدت بنوكها التجارية انخفاضا في تكلفة اكتساب العملاء، وهذا ما يوضحه الجدول رقم(10)، حيث انخفضت تكلفة اكتساب العملاء إما إلى حد كبير 41.38% أو إلى حد كبير جدا 34.48%.

¹Mutero Winfred Njeri, (2014)“Effect Of Social Media Interactions On Financial Performance Of Commercial Banks In Kenya”, A Research Project Submitted In Partial Fulfilment Of The Requirement For The Award Of The Degree Of Master Of Science In Finance, School Of Business, University Of Nairobi, 2014, pp. 32-37.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (10): مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في التقليل من تكلفة اكتساب العملاء

النسبة	التكرار	المدى
6.90%	2	مدى ضئيل
17.24%	5	مدى معتدل
41.38%	12	مدى كبير
34.48%	10	مدى كبير جدا
100.00%	29	Total

المصدر: MuteroWinfredNjeri, "Effect Of Social Media Interactions On Financial Performance Of Commercial Banks In Kenya", A Research Project Submitted In Partial Fulfilment Of The Requirement For The Award Of The Degree Of Master Of Science In Finance, School Of Business, University Of Nairobi, 2014, P35.

✓ إدارة المخاطر والتخفيض من حدتها:

البنوك التجارية التي لديها سياسة وسائل التواصل الاجتماعي لها الحرية في معظم ممارساتها التجارية عند جمع ومعالجة ومشاركة معلومات العملاء ومراعاة الخصوصية. في حين تحتاج بقية البنوك التي ليس لها سياسة وسائل التواصل الاجتماعي إلى صياغة واعتماد واحدة التأكد من أنها شفافة ومتوافقة مع سلوك العمل الأخلاقي في وسائل التواصل الاجتماعي، وكما يوضحه الجدول رقم (11) فإن 58.62% من البنوك التجارية لديها سياسية وسائل التواصل الاجتماعي. أشار جميع المشاركين في الاستطلاع إلى أن البنوك التجارية لديها خبرة في إدارة المخاطر كما يوضح الجدول رقم (11).

الجدول رقم(11): سياسة وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	الإجابة
%58.62	17	نعم
%41.38	12	لا
%100.00	29	Total

المصدر: MuteroWinfredNjeri, "Effect Of Social Media Interactions On Financial Performance Of Commercial Banks In Kenya", A Research Project Submitted In Partial Fulfilment Of The Requirement For The Award Of The Degree Of Master Of Science In Finance, School Of Business, University Of Nairobi, 2014, P36.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (12): وسائل التواصل الاجتماعي والمخاطر الرئيسية

الإجابة	مخاطر السمعة		المخاطر التشغيلية		المخاطر التنظيمية للبيانات والمعلومات	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
نعم	21	72.41%	19	65.52%	17	58.62%
لا	8	27.59%	10	34.48%	12	41.38%
total	29	100.00%	29	100.00%	29	100.00%

المصدر : MuteroWinfredNjeri, "Effect Of Social Media Interactions On Financial Performance Of Commercial Banks In Kenya", A Research Project Submitted In Partial Fulfilment Of The Requirement For The Award Of The Degree Of Master Of Science In Finance, School Of Business, University Of Nairobi, 2014, P37.

الفرع الثاني: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

يوجد العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي تحظى بشعبية كبيرة حول العالم وحققت نجاحا غير مسبوق نتيجة لخصائصها والخدمات التي تقدمها على المستخدمين، وفيما يلي أهم هذه المواقع:

أولاً: موقع الفاييس بوك Facebook

1- تعريف الفاييس بوك:

يعتبر من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث انه شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الانترنت، تقدم العديد من الخدمات للمستخدمين المسجلين.¹ وسمي الفاييس بوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعرف والتواصل فيما بينهم، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج. فكان الهدف تأسيس موقع إلكتروني ليقوم بعمل "كتب الوجوه" بطريقة أسهل وأوسع انتشارا وأكثر فعالية.²

¹حسان أحمد قمحية، "الفايسبوك تحت المجهر"، النخبة للنشر والتوزيع، ط1، الجزيرة، مصر، 2017، ص24.

²علي خليل شقرة، "الإعلام الجديد_شبكات التواصل الاجتماعي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014، ص64.

2- النشأة:

تم إنشاء موقع الفاييس بوك في شهر فيفري لعام 2004 م من طرف مارك زوكربيرج وكان عمره آنذاك تسعة عشر سنة داخل غرفة إقامته بجامعة هارفارد، كان الموقع في البداية يضم فقط طلاب جامعته ثم وسع المجال لطلبة الجامعات الأخرى، ثم وسعه أكثر ليستوعب طلبة الثانويات وعدد محدد من المؤسسات، ثم استلهم فكرة فتحه لأي شخص يرغب التعامل معه وفتح حساب به¹.

3- مزايا استخدام الفاييس بوك في المؤسسات: من أهم مزايا استخدام موقع الفاييس بوك في المؤسسات ما يلي:²

- بناء وتحسين سمعة المؤسسة لدى الزبائن؛
- التعريف بموقع المؤسسة على الشبكات العنكبوتية وزيادة الحركة عليه؛
- زيادة المبيعات وانخفاض التكلفة؛
- تسهيل عملية إدارة العلاقة من الزبائن بالنسبة لأصحاب المؤسسات ومدراء التسويق من خلال التفاعل والتواصل المستمر الذي يتاح من خلالها؛
- تصحيح الإشاعات التي تطلق على المؤسسة؛
- أداة فعالة للعلاقات العامة ونشر أخبار المؤسسة؛
- التعرف على رغبات الزبائن من خلال نشرهم للآراء والتعليقات على الموقع؛

ثانيا: موقع تويتر Twitter

1- تعريف تويتر:

يعد تويتر من مواقع التواصل الاجتماعي التي لا تقل أهمية عن الفيس بوك حيث يعتبر المنافس الأكبر له. واخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد"، واتخذ من العصفورة رمزا له، ويسمح

¹ بدر الدين بن بلعباس، "شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين_ الفيس بوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاجتماعي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015، ص54.

² سهيلة عماري، "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على سلوك الزبائن السياحيين في الجزائر"، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد2، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2020، ص19.

للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويمكن للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة¹.

2- النشأة

كانت ولادة هذا الموقع في عام 2006، وقد تم إنشاؤه في سان فرانسيسكو² كمشروع بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، ومن ثم بدأ الموقع بالانتشار كخدمة جديدة على في عام 2008 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2008 قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter³.

3- المميزات: لموقع تويتر العديد من المميزات أهمها:⁴

- سهل وسريع: فبمجرد إدخال بريد الكتروني يصبح المستخدم مشتركاً من الموقع ويستطيع أن يبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح الموقع إرفاق صورة شخصية أو شعار مع كل تدوينة قصيرة؛
- محمول ومتحرك: يعتبر موقع تويتر من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين وإرسال الصور والرسائل القصيرة عبر الهواتف المحمولة من أي مكان؛
- مجاني: في إرسال التدوينات القصيرة يعكس إرسال الرسائل من المحمول؛
- التفاعل والمشاركة: يوفر تويتر منصة قوية للتفاعل والمشاركة مع المستخدمين الآخرين. يمكن للمستخدمين من الإعجاب بالتغريدات وإعادة التغريد والتعليق عليها، مما يساهم في تواصل مفتوح وحيوي؛
- الفورية: فالتدوين الفوري أهم ميزة لموقع تويتر، حيث يسمح بمراقبة الحدث والتفاعل معه؛
- أداة فعالة لتسويق المؤسسات لمنتجاتها وعروضها الجديدة ويكون مجاني؛
- شعار مميز: حيث يوفر تويتر إمكانية تحميل صور خاصة بشعار يميز كل مستخدم عند التدوين؛

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، "الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية"، المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2015، ص43، 44.

² ليندا كولز، "التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، ترجمة: أحمد المغربي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2016، ص96.

³ حنان بن قسبي، مرجع سابق، ص48.

⁴ ربيعة بوزيدي، "الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية - دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفايس بوك نموذجاً"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017، ص74.

1- تعريف لينكدإن:

يعد موقع لينكد إن من المواقع المختصة بالأعمال Businessrelated ويعتبر أكبر منصة للتواصل المهني في العالم، فهو شبكة اجتماعية مهنية تهدف إلى التواصل المهني تمكن مستخدمه من التواصل مع الناس في نفس مجال عملهم، وهو مخصص للذين يعملون في نفس القطاع أو ضمن نفس المؤسسة أو الشركة أو في قطاعات مختلفة¹. تأسس في سنة 2003 وتم شراؤه من طرف شركة مايكروسوفت في سنة 2016.

2- النشأة:

تم إنشاء موقع لينكد إن من قبل "ريد هوفمان"، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام 2003 للعامة في كاليفورنيا (تم شراؤه لاحقاً من طرف شركة مايكروسوفت سنة 2016)، وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص كونوا شبكة معارف من المحترفين برجال الأعمال، ثم تطور الموقع ليصبح أهم موقع للتوظيف على شبكة الانترنت².

3- المميزات: من بين مميزات موقع لينكد إن ما يلي:³

- يسمح ببناء شبكة اجتماعية مهنية، حيث يمكن الاتصال بزملاء العمل السابقين والحاليين؛
- يسهل عملية متابعة الشركات والمؤسسات والتواصل مع الموظفين في مجالات مشابهة، وطلب وتقديم التوصيات والنصائح المهني؛
- يمكن للمستخدمين وضع صورة مشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين؛
- يمكن للمستخدمين التعرف على عدد الأشخاص الذين يبحثون عنهم؛
- يمكن لأصحاب العمل وضع قائمة وظائف البحث عن مرشحين محتملين؛
- يسمح بعرض السيرة الذاتية للأشخاص والترويج للمهارات الشخصية؛

¹حنان بن قسيمي، مرجع سابق، ص 51.

²نفس المرجع، ص 51.

³سهيلة عماري، مرجع سابق، ص 21.

-يسمح بتضمين عدد من التطبيقات وكذا عرض الكتب التي يمكن شراؤها عبر الانترنت؛

رابعاً: موقع اليوتيوب YouTube

1- تعريف اليوتيوب:

موقع اليوتيوب هو منصة على الإنترنت يتيح للمستخدمين مشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو ويعتبر من أبرز وأشهر المواقع على الإنترنت في العالم. بالنسبة لتصنيفه كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي فقد اختلفت الآراء في ذلك، فبعضها مالت إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو، إلا أن تصنيفه يعد من مواقع التواصل الاجتماعي لاشتراكه معها في العديد من الخصائص. حيث يعتبر اليوتيوب الموقع الأكثر مشاهدة للمحتوى الخاص بالفيديوهات، سواءً مقاطع فيديو إخبارية أو تعليمية للدراسة عن بعد.¹ ويعد ثاني أكبر موقع تجرى عليه عمليات البحث بعد موقع غوغل مباشرة.²

2- النشأة:

ظهر موقع اليوتيوب على شبكة الانترنت عام 2005 من قبل ثلاثة موظفين سابقين لشركة "باي بال"، هم كل من تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا الأمريكية، وهو ينتشر بأربع وخمسين لغة. في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google عن الوصول لاتفاقية شراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، واختارت مجلة "تايم" الأمريكية موقع يوتيوب على الانترنت رجل موقع سنة 2006 لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج الموارد التي يعرضونها في الموقع.³

3- المميزات: من أهم مميزات اليوتيوب ما يلي:⁴

- عام ومجاني؛

- داعم لتحميل الأفلام؛

¹ سامي زعباط، فاتح سردوك، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة الداخلية ولاية جيجل_دراسة عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 7، العدد 1، جامعة الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2022، ص 227.

² محمد الناصر مشري، "مواقع التواصل الاجتماعي كمدخل لتنمية المواطنة البيئية_دراسة آراء عينة من الأساتذة بجامعة سوق أهراس"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد 1، جامعة مساعدي محمد الشريف، سوق أهراس، الجزائر، 2021، ص 238.

³ مركز المحتسب للاستشارات، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب نموذجاً"، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط1، المملكة العربية السعودية، الرياض، 2017، ص 35.

⁴ ربيعة بوزيدي، مرجع سابق، صص 76-77.

- سهل الاستعمال من قبل عموم الناس؛

- سهل المشاهدة؛

- سهل البحث؛

- الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم؛

- أداة للترويج: حيث يعد أبرز وسيلة لترويج الأفكار في قالب سمعي بصري، كما يتيح مشاهدته عالميا؛

خامسا: موقع الانستغرام Instagram

1- تعريف الانستغرام:

هو موقع تواصل اجتماعي يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور والفيديوهات¹، أول مرة استخدم فيها كان سنة 2010 من جهاز الأيفون.²

أطلق الانستغرام في أكتوبر سنة 2010 في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية من قبل المطور التقني كيفن سيستورم K. Sidtorm، في شهر أبريل 2012 تم إضافة Instagram دعم لمنصة Android 2.2، وفي شهر جوان 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين. وقد استحوذت شركة Facebook على تطبيق Instagram في 2012 وذلك بصفقة بلغت مليار دولار، وكتب مارك زوكربيرج على حائطه في facebook عما حصل بعد هذا الاستحواذ العبارة *committed to building and growing independently* Instagram سنلتزم بتطوير وإنماء Instagram بشكل مستقل.³

المطلب الثالث: عموميات حول تقييم الأداء المالي

يعد تقييم الأداء المالي ذو أهمية كبيرة سواءً بالنسبة للمؤسسة أو للأطراف الخارجية المهتمة بها، كونه يسمح بالمقارنة بين النتائج الفعلية والأهداف المخطط لها وبالتالي معرفة نقاط القوة والضعف للمؤسسة

¹حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، "وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق"، دار حروف للنشر والتوزيع، ط1، أبو ظبي، 2020، ص28.

²رزيقة عثمان، "تمثلات الشباب الجزائريين للإعلام الجديد دراسة سوسولوجية على عينة خطابات مستخدمي الفيسبوك في الجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع الثقافي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2018، ص44.

³نوال بركات، "انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية دراسة حالة على عينة من المستخدمين الجزائريين"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016، ص196.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الاقتصادية. سنحاول في هذا المطلب عرض عناصر كل من الأداء المالي وتقييم الأداء المالي بالإضافة إلى المؤشرات التقليدية لتقييم الأداء المالي بأنواعها والمؤشرات الحديثة والمخاطرة.

الفرع الأول: ماهية تقييم الأداء المالي

قبل التطرق إلى تقييم الأداء المالي لابد من المرور على الأداء المالي أولاً.

أولاً: أساسيات الأداء المالي

1- تعريف الأداء

أعطيت عدة تعريفات للأداء من بينها:

يعرف Chevalier الأداء على أنه "ينحدر أو ينتج مباشرة من عنصر العمل، وبالتالي فإن كل عامل سيعطي الأداء الذي يتناسب مع قدراته ومع طبيعة عمله".¹

كما يمكن تعريفه أيضاً بأنه "المخرجات أو الأهداف التي تسعى المؤسسة للوصول إليها، باستخدام موارد وإمكانات معينة"².

يتكون مصطلح الأداء من عنصرين أساسيين هما: مستوى الفعالية، ودرجة الكفاءة، وهما عاملين مهمين لتقييم مدى قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها، والذي يعرفهما Planchet كما يلي:³

الفعالية: هي القدرة على تحقيق النشاط المرتقب والوصول إلى النتائج المنتظرة.

الكفاءة: هي القدرة على القيام بالعمل المطلوب بقليل من الإمكانيات.

2- تعريف الأداء المالي

يمثل الأداء المالي المفهوم الضيق لأداء المؤسسات حيث يركز على استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى إنجاز الأهداف، ويعبر الأداء المالي عن أداء الشركات حيث أنه الداعم الأساسي للأعمال المختلفة التي

¹وسيلة سعود، مرجع سابق، ص117.

²سليم عماري، "دور تقييم الأداء المالي في التنبؤ بالفشل المالي للشركات-دراسة حالة عينة من الشركات المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية خلال الفترة(2012-2009)", مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2015، ص25.

³نفس المرجع.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمارسها المؤسسة، ويساهم في إتاحة الموارد المالية وتزويد الشركة بفرص استثمارية في ميادين الأداء المختلفة والتي تساعد على تلبية احتياجات أصحاب المصالح وتحقيق أهدافهم.¹

كما يعرف بأنه "وصف لوضع المؤسسة الحالية وتحديد الاتجاهات التي استخدمتها للوصول إليها وذلك من خلال دراسة المبيعات، الإيرادات، الموجودات، المطلوبات وصافي الثروة. كما يذكر بأن الأداء المالي يوضح اثر هيكل التمويل على ربحية المؤسسة، ويعكس كفاءة السياسة التمويلية لها"².

يمكن تعريفه أيضا على أنه "مدى مساهمة الأنشطة في خلق القيمة أو الفعالية في استخدام الموارد المالية المتاحة، وذلك من خلال تحقيق الأهداف المالية بأقل التكاليف المالية"³.

أيضا من تعريفاته أنه يعبر عن "قدرة المؤسسة على تحقيق التوازن المالي وتوفير السيولة اللازمة لتسديد ما عليها وتحقيق معدل مردودية جيد وتكاليف منخفضة"⁴.

3- العوامل المؤثرة على الأداء المالي

تصنف العوامل المؤثرة على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية إلى عوامل داخلية وأخرى خارجية تخص المحيط الاقتصادي الخارجي.

3-1- العوامل الداخلية

تتلخص أهم العوامل الداخلية المؤثرة على الأداء المالي في:⁵

- **الهيكل التنظيمي والقيادة:** يؤثر الهيكل التنظيمي على الأداء المالي من خلال النجاح (الفشل) في تنفيذ الخطط وذلك بتحديد المهام المراد القيام بها ومن ثم تخصيص الموارد اللازمة لها، بالإضافة إلى تسهيل تحديد

¹ محمد محمود الخطيب، "الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات"، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص45.
² سليمان بن بوزيد، "استخدام مخرجات القوائم المالية في قياس أداء البنوك التجارية والتنبؤ بالتعثر المصرفي-دراسة عينة من البنوك التجارية في الجزائر خلال الفترة (2015-2001)"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2017، ص19.

³ زاهية لعربية، مصطفى فريد، "قياس الأداء المالي باستخدام مؤشرات الربحية في البنوك التجارية الجزائرية"، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد6، العدد1، الجزائر، 2020، ص489.

⁴ مراد حجاج، "دراسة قدرة المؤشرات المالية على تفسير الكفاءة النسبية للأداء المالي لمؤسسات الاسمنت الجزائرية-دراسة تطبيقية لمؤسسات المجمع الصناعي لإسمنت الجزائر خلال الفترة (2016-2011)"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر، 2019، ص29.

⁵ محمد محمود الخطيب، مرجع سابق، ص ص48-51.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الأدوار للأفراد في المؤسسات والمساعدة في اتخاذ القرارات ضمن المواصفات التي تسهل لإدارة المؤسسة اتخاذ القرار بأكثر فاعلية.

- **المناخ التنظيمي:** يقصد به مدى وضوح التنظيم في المؤسسة وإدراك العاملين لمهامها وأهدافها ونشاطاتها وعلاقتها بالأداء المالي، ومدى العقلانية في اتخاذ القرار وملائمته للمعلومات، حيث يعمل المناخ التنظيمي على ضمان سلامة الأداء بصورة ايجابية وكفاءته من الناحيتين الإدارية والمالية وإعطاء معلومات لمتخذي القرارات لرسم صورة حول مدى تطبيق الإدارة لمعايير الأداء في تصرفها في أموال المؤسسة.

- **التكنولوجيا:** يقصد بها تلك الأساليب والمهارات والطرق المعتمدة في المؤسسة لتحقيق الأهداف المنشودة والتي تعمل على ربط المصادر بالاحتياجات، وينبغي على المؤسسة تحديد نوع التكنولوجيا المناسبة لطبيعة أعمالها والمنسجمة مع أهدافها، وذلك لأهميتها كونها تغطي جوانب متعددة من القدرة التنافسية وخفض التكاليف والمخاطرة والتنويع بالإضافة إلى زيادة الأرباح والحصة السوقية.

- **الحجم:** يقصد به تصنيف المؤسسات إلى صغيرة، متوسطة أو كبيرة الحجم، وقد يؤثر الحجم سلباً على الأداء المالي للمؤسسة، حيث كلما زاد حجمها كلما أصبحت عملية إدارتها أكثر تعقيداً ويصبح أداؤها أقل فاعلية. وقد يؤثر حجم المؤسسة إيجاباً في حالات أخرى، حيث كلما زاد حجمها زاد عدد المحللين الماليين المهتمين بالمؤسسة وان سعر المعلومة للوحدة الواحدة الواردة في التقارير المالية يقل بزيادة حجم المؤسسة. وقد أجريت عدة دراسات بينت أن العلاقة بين الحجم والأداء علاقة طردية.

3-2- العوامل الخارجية

تتلخص أهم العوامل الخارجية المؤثرة على الأداء المالي في:¹

- **السوق:** يوجد العديد من الأشكال التي يمكن أن تأخذها أسواق السلع الاقتصادية، حيث يعتمد ذلك على هيكل السوق والسلوك الذي تقوم المؤسسة بإتباعه من أجل تحقيق هدفها الأساسي والمتمثل في تعظيم الأرباح، ويؤثر السوق على الأداء المالي من ناحية قانوني العرض والطلب، فإن تميز السوق بالانتعاش وكثرة الطلب فذلك سيؤثر إيجاباً على الأداء المالي، أما في الحالة العكسية فنلاحظ تراجع في الأداء المالي.

- **المنافسة:** تعتبر المنافسة سلاح ذو حدين بالنسبة للأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية، فبإمكانها أن تكون محفزاً لتعزيزه عندما تواجه المؤسسة تداعيات المنافسة فتحاول جاهدة تحسين صورتها ووضعها

¹نجلاء نوبلي، "استخدام أدوات المحاسبة الإدارية في تحسين الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص 81.

المالي عن طريق أداءها المالي لتواكب هذه التداعيات، أما من جهة أخرى فإن لم تكن المؤسسة أهلا لهذه التداعيات ولا تستطيع مواجهة المنافسة فإن وضعها المالي يتدهور وبالتالي يسوء الأداء المالي.

- الأوضاع الاقتصادية: إن الأوضاع الاقتصادية العامة قد تؤثر على الأداء المالي سواءً بطريقة سلبية أو ايجابية. فنجدها مثلا في الأزمات الاقتصادية أو حالات التضخم تؤثر بالسلب على الأداء المالي، أما في حالة ارتفاع الطلب الكلي أو دعم الدولة لإنتاج ما قد يؤثر إيجابا على الأداء المالي.

4- أهمية الأداء المالي

تتبع أهمية دراسة الأداء المالي في المؤسسة فيما يلي:¹

- متابعة ومعرفة طبيعة نشاط المؤسسة؛

- متابعة ومعرفة الظروف المالية خصوصا والاقتصادية عموما المحيطة بالمؤسسة؛

- المساعدة في إجراء عملية التحليل والمقارنة وقياس البيانات؛

- المساعدة في فهم التفاعل بين البيانات المالية؛

ثانيا: مفهوم تقييم الأداء المالي

1- تعريف تقييم الأداء المالي

يعني تقييم الأداء المالي للمؤسسة تقديم حكم ذو قيمة على إدارة الموارد الطبيعية والمالية والمادية المتاحة، وذلك لخدمة رغبات أطراف مختلفة، أي أن تقييم الأداء المالي هو قياس النتائج المحققة أو المنتظرة على ضوء معايير محددة مسبقا.² وتتمثل المعلومات المستعملة في عملية تقييم الأداء المالي عموما في المعلومات المقدمة من قبل مصلحة المحاسبة، وأهمها الميزانية وجدول حسابات النتائج.³

¹ سليمان بن بوزيد، "استخدام مخرجات تحليل القوائم المالية في قياس أداء البنوك التجارية والتنبؤ بالتعثر المصرفي _ دراسة عينة من البنوك التجارية في الجزائر خلال الفترة 2001-2015"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2017، ص19.

² زاهية لعرفة، عباس فرحات، "تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية في ظل قيد السيولة"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 1، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، ص347.

³ دلال خطاب، نور الدين زعبيط، "تحليل وتقييم الأداء المالي باستخدام المؤشرات المالي"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 4، العدد 1 جوان 2018، جامعة عبد الحفيظ بوضوف، الجزائر، 2018، ص199.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ينظر الباحثين إلى عملية تقييم الأداء المالي على أنها عملية لاحقة لعملية اتخاذ القرار، والغرض منها هو فحص المركز المالي والاقتصادي للمؤسسة في تاريخ معين كما في استخدام أسلوب التحليل المالي والمراجعة الداخلية.¹

يعرف تقييم الأداء المالي كذلك على أنه قياس العلاقة بين العناصر المكونة للمركز المالي للمؤسسة للوقوف على درجة التوازن المالي بين هذه العناصر، وبالتالي تحديد مدى متانة المركز المالي للمؤسسة.²

2- أهمية تقييم الأداء المالي

يستمد تقييم الأداء المالي أهميته من الفوائد التي يحققها للمؤسسة الاقتصادية والمتمثلة في:³

- يوفر للإدارة مختلف المعلومات المالية التي من شأنها أن تساعد في اتخاذ القرارات المناسبة، سواء كانت قرارات استثمارية أو تطويرية أو متعلقة بتغيير السياسات؛
- المساهمة الفعالة في التسيير الجيد للمؤسسة الاقتصادية من خلال تعزيز تحسين القيمة والمساهمة في تلبية التكاليف؛
- يعتبر من أهم الركائز لتسطير السياسات العامة سواء بالنسبة للمؤسسة أو بالنسبة للهيئات القائمة عليها؛
- توصيل أهداف المؤسسة إلى جميع الأنشطة والمستويات؛
- تقييد في التقييم الشامل طويل الأجل بالاعتماد على التقييم قصير المدى الذي ساهم في رسم السياسات والاستراتيجيات؛
- تعزيز الاتصالات بين مختلف المستويات والمصالح وتسهيل التنسيق فيما بينها؛

¹ نور الدين بهلول، "تحليل وتقييم الأداء المالي للمؤسسة الجزائرية للدهن وحدة سوق أهراس"، المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية المالية، العدد 3 ديسمبر 2016، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، الجزائر، 2018، ص74.

² مراد حجاج، مرجع سابق، ص29.

³ نجلاء نوبلي، مرجع سابق، ص94.

3- خطوات تقييم الأداء المالي

إن تقييم الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية يعد وسيلة ضرورية لتحسينه وذلك لأهميته السابقة الذكر، وحتى تستطيع المؤسسة الاستفادة من فوائده يجب عليها أن تقوم بعملية تقييم الأداء المالي وفق منهجية معينة لتضمن فعاليتها. ويمكن أن تتلخص عملية تقييم الأداء المالي بالخطوات التالية:¹

- الحصول على مجموعة القوائم المالية السنوية وقائمة الدخل، حيث أن من خطوات الأداء المالي إعداد الموازنات والقوائم المالية والتقارير السنوية المتعلقة بأداء المؤسسات خلال فترة زمنية معينة؛
- احتساب مقاييس مختلفة لتقييم الأداء مثل نسب الربحية والسيولة والنشاط والرفع المالي والتوزيعات، وتتم بإعداد واختيار الأدوات المالية التي تستخدم في عملية تقييم الأداء المالي؛
- دراسة وتقييم النسب، وبعد استخراج النتائج يتم معرفة الانحرافات والفروقات ومواطن الضعف بالأداء المالي الفعلي من خلال مقارنته بالأداء المتوقع أو مقارنته بأداء الشركات التي تعمل في نفس القطاع؛
- الاستنتاجات ووضع التوصيات الملائمة معتمدين على عملية تقييم الأداء المالي من خلال النسب، بعد معرفة أسباب هذه الفروق وأثرها على المؤسسة للتعامل معها؛

4- أهداف تقييم الأداء المالي

تستهدف عملية تقييم الأداء المالي ما يلي:²

- الوقوف على مستوى إنجاز المؤسسة الاقتصادية مقارنة بالأهداف المدرجة في خطتها الإنتاجية؛
- الكشف عن مواصلة الخلل والضعف في نشاط المؤسسة الاقتصادية وإجراء تحليل شامل لها وبيان مسبباتها وذلك بهدف وضع الحلول اللازمة لها وتصحيحها وإرشاد المنفذين إلى وسائل تلافيها مستقبلاً؛
- تحديد مسؤولية كل مركز أو قسم في المؤسسة الاقتصادية، وذلك من خلال قياس إنتاجية كل قسم من أقسام العملية الإنتاجية وتحديد انجازاته سلباً أو إيجاباً الأمر الذي من شأنه خلق منافسة بين الأقسام باتجاه رفع مستوى أداء المؤسسة؛

¹ محمد محمود الخطيب، مرجع سابق، صص 51-52.

² توفيق سميح محمد الأغواط، "دور المؤشرات المالية في تقييم الأداء المالي لشركة البوتاس العربية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإدارية والمالية، قسم المحاسبة، جامعة الإسراء، عمان، الأردن، 2015، صص 41-42.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- الوقوف على مدى كفاءة استخدام الموارد المتاحة بطريقة رشيدة تحقق عائد أكبر بتكاليف أقل وبنوعية جيدة؛
- تسهيل تحقيق تقييم شامل للأداء على مستوى الاقتصاد الوطني وذلك بالاعتماد على نتائج التقييم الأدائي لكل مؤسسة؛

- تصحيح الموازنات التخطيطية ووضع مؤشرات في المسار الصحيح بما يوازن بين الطموح والإمكانات المتاحة حيث يشكل تقييم الأداء قاعدة معلوماتية كبيرة في رسم السياسات والخطط العلمية البعيدة عن المزاجية والتقدير غير المتوقعة؛

الفرع الثاني: مؤشرات تقييم الأداء المالي

أولاً: مؤشرات قياس المردودية

تترجم المردودية قدرة المؤسسة على توسيع مواردها المالية وتحقيق الأرباح بصفة دائمة، وعموماً تعبر عن ذلك الارتباط الموجود بين النتائج المحققة والوسائل المستعملة لتحقيقها، كما أنها تعبر على قدرة المؤسسة على توليد الربح لمساهميها وتسديد دانيها. يعتبر مؤشر المردودية أحد أهم المؤشرات الاقتصادية المحددة لمستوى كفاءة الأداء، من خلال هذا الفرع سنستعرض بالتفصيل لقياس المردودية حسب المؤشرات التقليدية والمؤشرات الحديثة.

1- المؤشرات التقليدية في تقييم الأداء المالي

تنقسم المردودية غالباً إلى ثلاثة أنواع رئيسية سنتناولها كما يلي:

1-1- المردودية الاقتصادية

1-1-1- تعريف المردودية الاقتصادية

المردودية الاقتصادية هي مردودية تقيس الفعالية في استخدام الأصول الموضوعة تحت تصرف المؤسسة¹، حيث تهتم بالنشاط الرئيسي للمؤسسة وتستبعد النشاطات الثانوية ذات الطابع غير الاعتيادي وتحمل في مكوناتها عناصر دورة الاستغلال ممثلة بالنتيجة العملياتية المتحصل عليها من جدول حسابات النتائج والأصول الاقتصادية من الميزانية.

¹إلياس بن ساسي، يوسف قريشي، "التسيير المالي (الإدارة المالية)"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2006، ص267.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تقاس المردودية بمعدل المردودية الاقتصادية كما يلي:

معدل المردودية الاقتصادية = النتيجة العملياتية بعد الضريبة / الأصول الاقتصادية

تقيس مساهمة الأصول الاقتصادية في تكوين نتيجة الاستغلال، أي تبين ما مدى مساهمة كل دينار مستثمر كأصول في تكوين نتيجة الاستغلال.

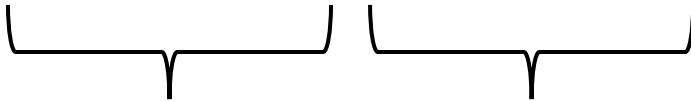
1-1-2- مكونات المردودية الاقتصادية (Re)¹

لاستخراج التركيبة الأساسية للمردودية الاقتصادية نقوم بإعادة كتابة الصيغة الرياضية لها مع إدراج رقم الأعمال، كما يلي:

$$\text{معدل المردودية الاقتصادية (Re)} = \left(\frac{\text{نتيجة العملياتية بعد الضريبة}}{\text{رقم الأعمال HT}} \right) \times \left(\frac{\text{رقم الأعمال HT}}{\text{الأصول الاقتصادية}} \right)$$

ومن هنا نستنتج أن المردودية الاقتصادية تحلل بتركيبة كل من معدل الهامش الاقتصادي ومعدل دوران الأصول كما هو موضح فيما يلي:

$$\text{المردودية الاقتصادية (Re)} = \left(\frac{\text{نتيجة الصافية للاستغلال}}{\text{رقم الأعمال HT}} \right) \times \left(\frac{\text{رقم الأعمال HT}}{\text{الأصول الاقتصادية}} \right)$$



المكون الثاني

المكون الأول

حيث أن:

المكون الأول: يمثل معدل الهامش الاقتصادي، وهو يمثل الأرباح قبل الضرائب والفوائد. يحسب انطلاقاً من جدول حسابات النتائج.

¹حنان بوطغان، "تحليل المردودية المحاسبية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة الشركة الوطنية للبيرو كيمياء"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم التسيير والعلوم الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2007، ص 111.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المكون الثاني: يمثل معدل دوران الأصول، وهو يوضح مستوى دوران الأنشطة الاستثمارية. يحسب بالاعتماد على الميزانية وجدول حسابات النتائج.

1-2-2- المردودية المالي (RF):

1-2-1- تعريف المردودية المالية

يصطلح عليها أيضا بعائد أو مردودية الأموال الخاصة أو عائد حقوق الملكية وتعرف على أنها: ذلك المقياس الذي يعبر عن مدى قدرة المؤسسة على تحقيق الأرباح للمساهمين، وتوفير الأموال الكافية لضمان استمرار نشاطها.¹ حيث تهتم المردودية المالية بإجمالي أنشطة المؤسسة.

تقاس المردودية المالية أو مردودية الأموال الخاصة بالعلاقة التالية:²

$$\text{المردودية المالية (RE)} = \frac{\text{النتيجة الصافية}}{\text{الأموال الخاصة}}$$

نأخذ النتيجة الصافية من جدول حسابات النتائج والأموال الخاصة من الميزانية.

تعتبر العلاقة السابقة على مدى مشاركة الأموال الخاصة في تحقيق نتائج صافية تمكن المؤسسة من استعادة ورفع حجم الأموال الخاصة، وهي تمثل مقدار الربح الذي يعود على المساهمين عن كل دينار مستثمر في رأسمال المؤسسة، وكلما كان المعدل أكبر كلما كان ذلك أفضل للمؤسسة.³

كما تحسب أيضا بالعلاقة التالية:⁴

$$\text{المردودية المالية} = \text{المردودية الاقتصادية} + (\text{المردودية الاقتصادية} - \text{تكلفة الاستدانة}) \times \frac{\text{الاستدانة الصافية}}{\text{الأموال الخاصة}}$$



¹ باية كنزة شرابي، "العوامل المحددة لبناء الهيكل المالي للمؤسسة_حالة عينة من المؤسسات الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2014، ص 82.

² نفس المرجع، ص 82.

³ مولود مليكاوي، "مطبوعة مقدمة في مقياس إستراتيجية مالية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، ص 99.

⁴ نفس المرجع.

$$\text{المردودية المالية} = \text{المردودية الاقتصادية} + \text{أثر الرافعة المالية}$$

1-2-2- مفهوم وأثر الرفع المالي

يعرف الرفع المالي على أنه درجة اعتماد المؤسسة في تمويل أصولها على مصادر التمويل ذات الدخل الثابت (قد تكون قروض، سندات أو أسهم ممتازة) مما يؤثر على الأرباح التي يحصل عليها الملاك بالإضافة إلى درجة المخاطرة التي يتعرضون لها.¹

يشير أثر الرفع المالي إلى أثر الاستدانة على الأموال الخاصة، ويعتمد على الهيكل المالي للمؤسسة². حيث يزداد كلما زاد اعتماد المؤسسة على المصادر الخارجية للتمويل، ويكون الرفع المالي فعالا إذا تمكنت المؤسسة من تحقيق معدل مردودية اقتصادية أكبر من تكلفة الأموال المقترضة.

1-2-3- الصيغة الرياضية لأثر الرفع المالي³

للضريبة أثر واضح في حساب أثر الرفع المالي، حيث أن اللجوء إلى الاستدانة يؤدي إلى تقليل الوعاء الضريبي وذلك لأن الفوائد تطرح من الأرباح قبل حساب الضرائب، فالمؤسسات التي تدفع معدل ضريبة مرتفع تفضل مثلا التمويل بالاقتراض بدلا عن التمويل عن طريق الأموال الخاصة لأن الوفر الضريبي لهذه المؤسسات سيكون أكبر وبالتالي يمكن صياغة أثر الرفع المالي كما يلي:

$$RCP = \left(Re + (Re - i) \times \frac{D}{CP} \right) (1 - T)$$

حيث أن:

(Re-i): يمثل الهامش بين المردودية الاقتصادية وتكلفة الاستدانة.

D: مبلغ الديون المالية.

T: معدل الضريبة على الأرباح.

¹باية كنزة شرابي، مرجع سابق، ص 83.

²غنية الجوزي، أهمية اعتماد البورصة كوسيلة تقييم مردودية المؤسسة وتمويل تطورها_دراسة حالة مجمع صيدال"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019، ص 97.

³بلخير بكاري، عبد الرحمن دغوم، "دراسة أثر الرفع المالي على المردودية المالية"، مجلة العدد الاقتصادي، المجلد 8، العدد 1، جامعة الأغواط، الجزائر، 2017، ص 104.

Cp: الأموال الخاصة.

$\frac{D}{CP}$: الرفع المالي ويقاس تركيبة الهيكل المالي.

$\frac{D}{CP}(\mathbf{Re} - \mathbf{i})$: أثر الرفع المالي.

فيكون لدينا أثر الرفع المالي = المردودية المالية - المردودية الاقتصادية

1-2-4- حالات أثر الرفع المالي

يمكن أن يلعب أثر الرفع المالي ثلاثة أدوار هي:¹

الحالة الأولى $\mathbf{Re} > \mathbf{i}$: الدور الايجابي لأثر الرفع المالي، وتتحقق عندما تكون المردودية الاقتصادية أعلى من معدل الديون \mathbf{i} . ففي هذه الحالة كلما زادت نسبة الدين $\frac{D}{CP}$ أي زيادة المديونية كلما أدى ذلك إلى ارتفاع المردودية المالية.

الحالة الثانية $\mathbf{Re} < \mathbf{i}$: الدور السلبي لأثر الرفع المالي، وتتجسد هذه الحالة عندما تكون المردودية الاقتصادية اقل من معدل الديون \mathbf{i} . ففي هذه الحالة كلما زادت النسبة $\frac{D}{CP}$ أدى ذلك إلى انخفاض المردودية المالية.

الحالة الثالثة $\mathbf{Re} = \mathbf{i}$: حياد اثر الرفع المالي، وتتجسد هذه الحالة عند تساوي المردودية الاقتصادية مع معدل الديون \mathbf{i} . فمهما تغيرت النسبة $\frac{D}{CP}$ فإن المردودية المالية تبقى على حالها.

1-3- المردودية التجارية

1-3-1- تعريف المردودية التجارية

هي المردودية التي تحققها المؤسسة من خلال مجموع مبيعاتها، وتقيم هذه النسبة السياسة التسعيرية المنتهجة من طرف المؤسسة، ومدى تحكمها في تكاليف نشاطها التجاري وتخفيضها.² تحسب بالعلاقة التالية:³

¹ عادل عشي، "الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية قياس وتقييم دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل بيسكرة (2002-2000)"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2002، ص 86.

² محمد رزقي، "مطبوعة مقدمة في مقياس التحليل المالي"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، ص 3.

³ مليكة زغيب، ميلود بوشنقير، "التسيير المالي حسب البرنامج الرسمي الجديد"، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص 87.

$$\text{معدل المردودية التجارية} = \frac{\text{نتيجة الدورة الصافية}}{\text{رقم الأعمال خارج الرسم}}$$

ونجد أن أهم النسب أو المؤشرات التي تقيس المردودية التجارية للمؤسسة ما يلي:¹

❖ **مؤشر الهامش الإجمالي:** يستخدم بكثرة في المؤسسات التجارية، ويربط هذا المؤشر الهامش الإجمالي باعتباره المصدر الأساسي لربح المؤسسة التجارية ورقم الأعمال، يحسب كما يلي:

$$\text{نسبة الهامش الإجمالي} = \frac{\text{الهامش التجاري}}{\text{رقم الأعمال خارج الرسم}}$$

تعبر النسبة المتحصل عليها عن مدى قدرة دينار واحد من المبيعات على توليد هامش ربح خام، أو بتعبير آخر هو مقدار الربح الخام في كل دينار من دنانير المبيعات. ومعدل الهامش المنخفض يعبر عن انخفاض سعر البيع.

❖ **مؤشر الهامش للاستغلال (التشغيلي):** يعد مقياساً للأداء التجاري والإنتاجي للمؤسسة، إضافة إلى كونه مقياس لقدرة المؤسسة على توليد مواد الخزينة فهو يعبر عن نسبة الربح المحقق لكل دينار تم تحقيقه من خلال النشاط الأساسي للمؤسسة مقابل كل دينار صرف في التكلفة التشغيلية للمؤسسة قبل الضريبة والأرباح. عادة ما تستعمل هذه النسبة في المقارنة بين المؤسسات الناشطة في القطاع الصناعي الواحد من أجل مقارنة كفاءة كل مؤسسة في تحقيق الربح والحد من التكاليف، ويحسب كما يلي:

$$\text{نسبة الهامش للاستغلال} = \frac{\text{فائض الاستغلال الإجمالي}}{\text{رقم الأعمال خارج الرسم}}$$

❖ **مؤشر الهامش الصافي:** يسمى أيضاً بالربحية، ويقوم على أساس مقارنة الربح الصافي برقم الأعمال، فهو يقيس معدل الربح المتحصل عليه من عمليات الاستغلال، والعمليات ذات الطابع المالي إضافة إلى العمليات غير الاعتيادية. ويحسب كما يلي:

$$\text{مؤشر الهامش الصافي} = \frac{\text{النتيجة الصافية}}{\text{رقم الأعمال خارج الرسم}}$$

¹ عادل عشي، مرجع سابق، ص ص 82-83.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يدل هذا المؤشر عن نسبة الأرباح التي تعود إلى المساهمين من صافي المبيعات بعد أن سددت المؤسسة الفوائد المالية للدائنين والضريبة للدولة، وهذه النسبة تعبر أيضا عن كفاءة المؤسسة في تحقيق الأرباح للمساهمين باعتبارهم آخر الدائنين. ارتفاع هذا المؤشر يدل على ارتفاع الربحية. هذا الأخير يتحكم فيه عنصرين هما السعر والتكاليف اللذان بفضلهما تستطيع المؤسسة مزاحمة منافسيها.

2- المؤشرات الحديثة في تقييم الأداء المالي

جاء هذا النوع من المؤشرات نتيجة لعيوب مؤشرات الأداء المالي التقليدية المتمثلة في: إهمالها للقيم السوقية فهي مقاييس تعتمد على القيم المحاسبية فقط، إضافة إلى إهمالها لتكلفة الأموال الخاصة مما يجعل النتيجة الصافية لا تعبر حقيقة عن مدى قدرة المؤسسة على خلق القيمة، دون أن ننسى سهولة التأثير على هذه المؤشرات من طرف المسيرين وفقا لما يتماشى مع مصالحهم.

بالإضافة إلى أسباب أخرى مثل: تحرير سوق رأس المال، وتضارب المصالح بين المساهمين والمسيرين. من بين أهم هذه المؤشرات نذكر ما يلي:

2-1- القيمة الاقتصادية المضافة EVA

تم طرح مصطلح القيمة الاقتصادية المضافة في منتصف القرن العشرين تحت صيغ ومفاهيم مختلفة من ضمنها الدخل المتبقي، حيث تعد مؤشرا للأداء المالي للمؤسسات ومقياسا لقدرة الإدارة على تعظيم القيمة السوقية للمؤسسة، فالمؤسسة التي تخلق قيمة اقتصادية هي المؤسسة التي يكون فيها العائد على رأس المال أكبر من تكلفة الفرصة البديلة، أي بمعنى المؤسسة التي تخلق الثروة هي التي لديها عائد أكبر من تكلفة رأس المال (تكلفة الديون مضافا إليها تكلفة حق الملكية).¹ ويتم حساب مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة كما يلي:

- الصيغة الأولى:²

$$EVA = NOPAT - WACC \times I$$

حيث أن:

EVA: القيمة الاقتصادية المضافة

NOPAT: صافي الربح التشغيلي بعد الضريبة

¹عدنان تايه النعيمي، ارشد فؤاد التميمي، "التحليل والتخطيط المالي اتجاهات معاصرة"، دار البازوي، 2007، ص 130.

²مجدي الجعيري، "التحليل المالي المتقدم"، الحكمة للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص 242.

WACC:تكلفة رأس المال

I:مبلغ الاستثمار

فإذا كانت القيمة الاقتصادية المضافة أكبر من تكلفة الاستثمار (قيمة موجبة) سوف يزيد من تأثيره الايجابي في ثروة المساهمين من خلال تأثيرها في أسعار الأسهم السوقية، أما إذا كان الفرق سالبا نتيجة زيادة تكلفة الاستثمار على الربح التشغيلي فإن الأثر السلبي لهذا المقدار واضح على القيمة السوقية للسهم، وبالتالي التأثير السلبي في ثروة المساهمين.¹

- الصيغة الثانية: وفقا لشركة ستورت (Stern&Stewar) كما يلي:²

صافي الربح التشغيلي بعد الضريبة

+الزيادة في مخصص الديون المشكوك في تحصيلها.

+ الزيادة في تكلفة البحث والتطوير.

+ الزيادة في احتياط تقييم المخزون (Lifo).

+ الزيادة في إطفاء الشهرة.

+ الخسائر غير العادية.

- الأرباح غير العادية.

= القيمة الاقتصادية المضافة

وفق هذه التعديلات يتم حساب كما يلي :

$$EVA=NAPATA-WACC \times I$$

حيث أن:

NAPATA: صافي الربح التشغيلي بعد الضريبة المعدل

¹عدنان تايه النعيمي، ارشد فؤاد التميمي، مرجع سابق، ص131.

²مجدي الجعيري، مرجع سابق، ص243.

2-2- عائد التدفق النقدي على الاستثمار (CFROI)¹

ويعرف بأنه متوسط معدل المردودية الداخلية للاستثمارات الحالية في المؤسسة، بعبارة أخرى معدل المردودية الداخلي الذي يحقق توازن الأصل الاقتصادي للمؤسسة بالمبالغ الإجمالية، بما في ذلك مبلغ الاهتلاكات ومعدل التضخم قبل تصحيحه و EBE بعد الضرائب لفترة زمنية متساوية لمدة حياة الالتزامات وبحسب كما يلي:

$$CI = \sum_{t=1}^T \frac{CF_t}{(1 + CFROI)^t} + \frac{VR_t}{(1 + CFROI)^t}$$

حيث أن:

CI: المبلغ المستثمر بالمبالغ الإجمالية قبل الاهتلاكات والمؤونات وبحسب بعد الضريبة.

CFt: التدفقات النقدية التشغيلية أو التدفقات النقدية المتاحة.

بعد حساب (CFROI) يتم مقارنته بالتكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال، فإن كان:

CFROI > CMPC: معناه المؤسسة تساهم في خلق القيمة.

CFROI < CMPC: معناه المؤسسة تهدم القيمة.

2-3- القيمة السوقية المضافة MVA

يعد مؤشر القيمة السوقية المضافة MVA أحد أهم المؤشرات الذي طورته شركة Stern & Stewart كمؤشر لتقييم الأداء، حيث تمثل القيمة المضافة السوقية الفارق بين القيمة السوقية لحقوق الملكية للمؤسسة المدرجة والقيمة الدفترية لمجموع الديون وحقوق الملكية المستثمرة فيها. ويمكن القول بأنها تمثل مجموع الخصوم الرأسمالية المستحقة على المؤسسة أي القيمة السوقية لكل من الديون وحقوق الملكية، وتعطى بالصيغة التالية:²

$$\text{القيمة السوقية المضافة (MVA)} = \text{القيمة السوقية لحقوق الملكية} - \text{رأس المال المستثمر}$$

¹ عبد الغنيادان، قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية نحو إرساء نموذج للإنذار المبكر باستعمال المحاكاة المالية حالة بورصتي الجزائر وباريس"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007، صص 53-54.

² سامر مظهر قنطقجي، "فقه الإدارة المالية والتحليل المالي"، ط1، 2019، ص562.

$$MVA = \sum_{t=0}^n \left(\frac{PE^t}{(1 + CMPC)^t} \right)$$

حيث أن:

PE: الربح الاقتصادي للسنة.

CMPC: التكلفة المتوسطة المرجحة.

كلما ارتفعت القيمة المضافة السوقية MVA كان ذلك أفضل، لأن ذلك يشير إلى أن المؤسسة قد حققت ثروة للمساهمين. وتشير القيمة المضافة السوقية MVA السالبة إلى أن قيمة نشاطات واستثمارات الإدارة اقل من قيمة رأسمال المؤسسة المساهم به مما هو عليه في أسواق رأس المال، وهذا دليل على تلاشي الثروة.²

2-4- إجمالي عائد المساهمين TSR

يعكس مؤشر إجمالي عائد المساهمين الظرف الحالي والسوقي للمؤسسة حيث يفسر هذا المؤشر النسبة المئوية المتراكمة لمرردودية الأسهم مضافا إليها معدل ارتفاع القيمة السوقية للسهم "Taux de plus-value" وهو معدل المرردودية المحقق من قبل المساهم.³ يتم حسابه وفق الصيغة التالية:⁴

$$TSR = \frac{P_1 + P_0 + D_1}{P_0}$$

حيث أن:

P1: سعر الإقفال (سعر السهم في الزمن 1).

P0: سعر الفتح (سعر السهم في الزمن 0).

D1: نصيب السهم من الربح الموزع في الزمن 1.

2-5- بطاقة قياس الأداء المتوازن BSC

¹ سليم عماري، مرجع سابق، ص 35.

² سامر مظهر قنطجني، مرجع سابق، ص 562.

³ عبد الغنيان، مرجع سابق، ص 50.

⁴ أمين السيد احمد لطفي، "التحليل المالي الأساسي للاستثمار في الأوراق المالية"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 254.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمثل بطاقة الأداء المتوازن مدخلا جديدا في تحليل الأداء الاستراتيجي للمؤسسة حيث تستند على فلسفة واضحة في قياس مستوى التقدم في الأداء باتجاه تحقيق الأهداف، وتضم مجموعة من المقاييس المالية وغير المالية تترجم الأداء الاستراتيجي للمؤسسة، وتوفر هذه البطاقات وصف واضح للأنشطة المطلوب قياسها مما يساعد في وضوح وتوازن الرؤية المالية للأداء. هذه البطاقات عبارة عن قائمة مركزية توضح أداء الشركة في المجالات المالية والموارد المالية والعمليات ونظم اتخاذ القرار.¹

تهدف بطاقة قياس الأداء المتوازن إلى تحقيق ما يلي:²

- تمكين الشركة من توضيح رؤيتها وتفسير استراتيجيتها؛

- توفير تغذية عكسية حول الأعمال الداخلية والنتائج النهائية لضمان تحسين الأداء الاستراتيجي؛

- ضمان تطبيق مبدأ إدارة الجودة الشاملة للأنشطة والفعاليات؛

ثانيا: مؤشرات قياس المخاطرة

تواجه المؤسسة العديد من المخاطر خلال دورة حياتها والتي تكون مرتبطة بالمرودية حيث أنه كلما ارتفعت هذه الأخيرة ترتفع المخاطر، ويعود هذا الارتفاع على كل المتعاملين مع المؤسسة. وسنتناول في دراستنا كل من الخطر الاقتصادي، الخطر المالي، وخطر الإفلاس.

1- الخطر الاقتصادي (خطر الاستغلال)

1-1- مفهوم الخطر الاقتصادي

يقصد بالخطر الاقتصادي على أنه حساسية النتيجة العملياتية نتيجة تغيرات نشاط المؤسسة ممثلة في رقم الأعمال خارج الرسم، والذي يؤثر سلبا على مختلف معايير المردودية والتسيير، والمتمثلة في نتيجة الاستغلال، المردودية الاقتصادية، المردودية المالية... الخ.³

كما يقصد بالخطر الاقتصادي عجز المؤسسة عن تمويل دورة الاستغلال بواسطة مستحقاتها الخاصة المتمثلة أساسا في حقوق الزبائن، ففي حالة حدوث هذا العجز تلجأ المؤسسة إلى الديون القصيرة لتمويل دورة الاستغلال مما ينجم عن هذا الإجراء خطورة تتمثل في الخطر الاقتصادي. حيث أن دورة الاستغلال في حالة

¹ مجدي الجعبري، مرجع سابق، صص 252-253.

² عدنان تايه النعيمي، ارشد فؤاد التميمي، مرجع سابق، ص 145.

³ إلياس بن ساسي، يوسف قريشي، مرجع سابق، ص 455.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المؤسسة الإنتاجية فإنها تتمثل في عمليات الشراء، التخزين، الإنتاج، البيع، إما فيما يخص المؤسسة التجارية فهي تنحصر في عمليتي البيع والشراء.¹

1-2- تحليل الخطر الاقتصادي

تحليل الخطر الاقتصادي بواسطة عامل الحساسية:² ونقصد بها تغير نتيجة الاستغلال مقارنة بتغير الإنتاج أو رقم الأعمال، ويحدد من خلال الصيغة التالية:

$$\text{معدل الخطر الاقتصادي (عامل الحساسية)} = \frac{\text{التغير في النتيجة العملية/النتيجة العملية (ن - 1)}}{\text{التغير في الإنتاج/الإنتاج (ن - 1)}}$$

أو

$$\text{معامل الخطر الاقتصادي} = \frac{\text{التغير في النتيجة العملية/النتيجة العملية (ن - 1)}}{\text{التغير في رقم الأعمال خارج الرسم/رقم الأعمال خارج الرسم (ن - 1)}}$$

وهذا المعامل يعبر عن حساسية النتيجة العملية لتغيرات الإنتاج أو رقم الأعمال خارج الرسم. - إذا كان هذا المعامل يساوي 1، هذا يعني بأن تغير النتيجة العملية يساوي تغير الإنتاج أو رقم الأعمال، ومنه لا توجد حساسية وبالتالي لا يوجد خطر اقتصادي. - كلما ارتفع هذا المعامل عن 1 ارتفعت الحساسية وبالتالي يرتفع الخطر الاقتصادي. تحليل الخطر الاقتصادي بواسطة عتبة المردودية:³ وتسمى أيضا بالنقطة الميتة، وتتحقق عتبة المردودية في المؤسسة عند حد معين من الإنتاج، والذي عنده لا توجد أرباح أو خسائر، أي أن نتيجة الاستغلال تساوي الصفر، وعند هذه النقطة تكون المؤسسة في منطقة الخطر الاقتصادي وينبغي أن تبتعد عن ذلك.

ويحسب الخطر الاقتصادي بواسطة عتبة المردودية كما يلي:

$$\text{عتبة المردودية} = \frac{\text{التكاليف الثابتة}}{a - 1}$$

حيث أن:

a: هي النسبة المئوية للتكاليف المتغيرة مقارنة بالإنتاج أو رقم الأعمال.
1-a: معدل الهامش على التكلفة المتغيرة.

¹أحنان بوطغان، مرجع سابق، ص168.

²مرجع سابق، ص169.

³مليكة زغيب، ميلود بوشنقير، مرجع سابق، ص99.

2- الخطر المالي

2-1- مفهوم الخطر المالي

إذا كان الخطر الاقتصادي يرتبط أساساً بقرارات الاستثمار، فإن الخطر المالي يرتبط أساساً بقرارات التمويل، أي يرتبط باختيار المؤسسة للخليط الذي يكون هيكل رأس المال، فكلما زاد اعتماد المؤسسة على مصادر التمويل التي تلزمها بأعباء ثابتة، أدى تغير معين في صافي ربح العمليات إلى تغير أكبر في صافي الربح بعد الضريبة (صافي الربح المتاح للملاك) أي تغير أكبر في ربح السهم العادي، والعكس صحيح، وهذا ما يعرف بالرفع المالي.¹

ونقصد بالخطر المالي ذلك الخطر المتعلق بالمردودية المالية، وهنا يتحمل المساهمون وحدهم عبء الخسارة نتيجة الزيادة في الديون المالية للمؤسسة، والتي قد تؤدي بالمساهمين إلى سحب أموالهم نتيجة ارتفاع الخطر المالي.²

2-2- تحليل الخطر المالي

تحليل الخطر المالي بواسطة عامل الحساسية:³ يحدد كما يلي:

$$\frac{\text{التغير في النتيجة العادية قبل الضرائب/ النتيجة العملياتية - التكاليف المالية (ن - 1)}}{\text{التغير في الانتاج/ الانتاج (ن - 1)}} = \text{الخطر المالي}$$

أو

$$\frac{\text{التغير في النتيجة العادية قبل الضرائب/ النتيجة العملياتية - التكاليف المالية (ن - 1)}}{\text{التغير في رقم الأعمال/ رقم الأعمال (ن - 1)}} = \text{الخطر المالي}$$

الخطر المالي متعلق بالمردودية المالية، فعندما ترتفع المردودية المالية بواسطة الديون المالية يرتفع الخطر المالي، وبالتالي العبء يرجع على المساهمين وحدهم. تحليل الخطر المالي بواسطة عتبة المردودية:⁴ يمكن تحديد الخطر المالي بواسطة عتبة المردودية كما يلي:

$$\frac{\text{التكاليف الثابتة}}{a - 1} = \text{عتبة المردودية}$$

¹ بابة كنزة شرابي، مرجع سابق، صص 82-83.

² مليكة زغيب، ميلود بوشنقير، مرجع سابق، ص 102.

³ نفس المرجع، ص 103.

⁴ نفس المرجع.

3- خطر الإفلاس

3-1- مفهوم خطر الإفلاس

بخلاف الخطر المالي الذي يعود على الشركاء وحدهم، فإن خطر الإفلاس يعود على المؤسسة وجميع المتعاملين معها من مساهمين، بنوك، زبائن، موردين... الخ.¹ يعرف خطر الإفلاس بأنه خطر زوال وتصفية المؤسسة بسبب عدم قدرتها على سداد ديونها المالية،² وبالتالي فإن مستوى الخطر يعد كبيراً أو شديداً إذا رفض المقرضون منح المزيد من القروض للمؤسسة، أو تحديد مبلغ القرض تأجير عالٍ أو ضمانات عالية.³ يري Boscos تعريف الإفلاس من زاوية نظر خارجية، فهو يرى أن المؤسسة التي تواجه مشاكل هيكلية نتيجة لتطور المحيط، وعدم تكيفها مع هذا التغيير يمكن أن يكون تهديداً لحياتها، وبالتالي وقوعها في خطر الإفلاس.⁴

3-2- تحليل خطر الإفلاس

❖ تحليل خطر الإفلاس بواسطة التحليل الساكن: يعتمد هذا التحليل على النسب المالية بحيث يدرس قدرة المؤسسة على المدى القصير، المتوسط والطويل كما يلي:

الجدول رقم (13): تحليل خطر الإفلاس بواسطة التحليل الساكن

المعيار	العلاقة الرياضية	البيان
المدى المتوسط والطويل		
$1 \geq$	$\frac{\text{الديون المتوسطة و الطويلة الأجل}}{\text{الأموال الخاصة}}$	نسبة الاستقلالية المالية
في المدى القصير		
$1 \leq$	$\frac{\text{المخزون + الزبائن + قيم الاستغلال الأخرى}}{\text{ديون المورد + ديون الاستغلال الأخرى}}$	نسبة السيولة العامة

¹ نفس المرجع، ص 108.

² إلياس بن ساسي، يوسف قريشي، مرجع سابق، ص 463.

³ حنان بوطغان، مرجع سابق، ص 180.

⁴ نفس المرجع، ص 180.

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

3/2 <	$\frac{\text{الزبائن + قيم الاستغلال الأخرى}}{\text{ديون المورد + ديون الاستغلال الأخرى}}$	نسبة السيولة المختصرة
1 ≤	$\frac{\text{القيم جاهزة + سندات التوظيف على المدى القصير}}{\text{ديون قصيرة الأجل}}$	نسبة السيولة الجاهزة

المصدر: مليكة زغيب، ميلود بوشنقير، "التسيير المالي حسب البرنامج الرسمي الجديد"، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص110.

وتعني النسب السابقة ما يلي:

- **نسبة الاستقلالية المالية:** إذا كانت هذه النسبة أقل من 1، هذا يعني أن المؤسسة لها القدرة على الاستدانة من جديد، وإذا كانت أكبر من 1 يمكن القول أن المؤسسة ليست لها القدرة على الاستدانة لأجل معين، ويحب عليها أما زيادة أموالها الخاصة أو تحاول التمويل بالمدى القصير.¹

- **نسبة السيولة العامة:** تعبر هذه النسبة عن قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل من خلال إجمالي أصولها المتداولة، إذا كانت هذه النسبة أكبر من 1 فالأصول المتداولة كافية لتسديد الديون قصيرة الأجل.²

- **نسبة السيولة المختصرة:** تعبر هذه النسبة عن قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل من خلال أصولها سهلة التحويل إلى نقدية، إذا كانت هذه النسبة أكبر من 2/3 فالمؤسسة لديها أصول متداولة سهلة التحويل إلى نقدية لتسديد التزاماتها المالية قصيرة الأجل.³

- **نسبة السيولة الجاهزة:** تبين هذه النسبة قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل بالاعتماد على النقدية المتاحة، كلما ارتفعت هذه النسبة عن كان ذلك مؤشرا إيجابيا للوضع المالي للمؤسسة، لأنها دليل على انخفاض مخزونها السلعي بسبب ارتفاع الطلب عليه.⁴

❖ **تحليل خطر الإفلاس بواسطة فائض الخزينة للاستغلال:**⁵ يعتبر فائض الخزينة للاستغلال عن قدرة

المؤسسة على تحقيق فائض نقدي بواسطة نشاط الاستغلال ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

فائض الخزينة للاستغلال (ETE) = الفائض الإجمالي للاستغلال (EBE) - تغير الاحتياج في رأس المال العامل

¹حنان بوطغان، مرجع سابق، ص185.

²محمد مدحت غسان الخيري، دلال غسان الخيري، "التحليل المالي - الكشف عن الانحراف والاختلاس"، الصابيل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص54.

³محمود الخلايلة، "التحليل المالي باستخدام البيانات المحاسبية"، ط2، الأردن، 1998، ص72.

⁴منير شاكر محمد، وآخرون، "التحليل المالي مدخل صناعة القرارات"، مطبعة الطلبة، ط1، عمان، الأردن، 2000، صص 74-75.

⁵نفس المرجع، ص111.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة ومقارنتها مع الدراسة الحالية

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى ما توصل إليه بعض الباحثين السابقين حول موضوع دراستنا، حيث قمنا بتقسيمه إلى مطلبين، تمثل المطلب الأول في بعض الدراسات السابقة باللغة العربية والأجنبية والمطلب الثاني تمثل في إجراء مقارنة بين هذه الدراسات ودراستنا الحالية.

المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية والأجنبية

سنستعرض في هذا المطلب بعض الدراسات المشابهة لدراستنا باللغة العربية والأجنبية.

الفرع الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

سنتناول في هذا الفرع بعض الدراسات القريبة لموضوع دراستنا باللغة العربية.

أولاً- دراسة عيسى صالح عباني تحت عنوان:

أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السلوك الشرائي للمستهلك الشرائي دراسة حالة عمر بن عمر.

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان أثر رسائل مجمع عمر بن عمر وإعلاناته عبر صفحة الفيس بوك على سلوك المستهلك الجزائري، تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي وتمثلت الأداة المستعملة في جمع البيانات في الاستبيان والمقابلة. توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة (تقنيات التسويق الإلكتروني، صورة العلامة، قادة الرأي والأصدقاء والمشاهير، وأخيراً البعد الاجتماعي للعلامة) على سلوك المستهلك المنتسب لشبكة التواصل الاجتماعي في المجمع عبر موقع الفيس بوك.

الفرع الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

سنتناول في هذا الفرع بعض الدراسات القريبة لموضوع دراستنا باللغة الأجنبية.

أولاً- دراسة Halil Akmese, Sarcan Aras, Kadriye Akmese تحت عنوان:

الأداء المالي ووسائل التواصل الاجتماعي دراسة حالة لـ 11 مؤسسة سياحية في اسطنبول لسنة 2014.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كان هناك اختلاف فيما يخص الأداء المالي للمؤسسات السياحية التي تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي والمؤسسات غير المستعملة لمواقع التواصل الاجتماعي. دراسة حالة

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمت على مستوى 11 مؤسسة سياحية في اسطنبول واقتصرت على سنة 2014 فقط وكان الاستبيان هو الأداة المستعملة لجمع البيانات إضافة إلى القوائم المالية، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي. توصلت الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي على الأداء المالي للمؤسسات التي تستعمل وسائل التواصل الاجتماعي وذلك من حيث صافي الربح والقيمة السوقية والقيمة السوقية لصافي المبيعات، وتوصلت كذلك إلى أنه لا يوجد فرق ذو مغزى بين المؤسسات التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي وتلك التي لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من حيث صافي المبيعات والقيمة السوقية للقيمة الدفترية، وعموما توصلت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يساهم في تحسين الأداء المالي لهذه المؤسسات.

ثانيا - دراسة Rana Tajvidi, AzhdarKarami تحت عنوان:

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة على المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في المملكة المتحدة لسنة 2015-.

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تركز على الفنادق في المملكة المتحدة، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي وتمثلت الأداة المستعملة في جمع البيانات في الاستبيان من خلال توزيعه على العينة المدروسة. بينت نتائج الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح أحد أكثر الأدوات انتشارا للتسويق والتواصل للشركات الصغيرة والمتوسطة العاملة في صناعة الفنادق فهناك علاقة إيجابية ومهمة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأداء الشركة.

ثالثا - دراسة Nicholas Schmidt تحت عنوان:

محددات ربحية الشركة: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي دراسة حالة ل 392 شركة أمريكية كبيرة من الفترة 2005-2013.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة أثر وسائل التواصل الاجتماعي على ربحية الشركة وقد تم تسليط الضوء على بعض العوامل التي تعتبر محددات أساسية لأرباح الشركة، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي واستعمال الاستبيان لجمع المعلومات. توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ذات أهمية معتبرة بحيث أنها عامل مهم في شرح الأرباح مما يشير إلى أنه من المفيد للشركة أن تتبنى وسائل التواصل الاجتماعي.

تأثير تفاعلات وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للبنوك التجارية في كينيا للفترة 2011-2013.

هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للبنوك التجارية في كينيا. تمثل مجتمع الدراسة في جميع البنوك التجارية في كينيا وكان الاستبيان هو الأداة المستعملة لجمع البيانات، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي. توصلت الدراسة إلى أن جميع البنوك التجارية تستعمل وسائل التواصل الاجتماعي وموقع الفاييس بوك هو الموقع المهيمن الذي يضم أكبر عدد من المستخدمين، حيث تم الوصول إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في كسب العملاء مما سمح بزيادة المبيعات وبالتالي شهدت البنوك التجارية نمواً لإيراداتها، إضافة إلى مساهمتها في التقليل من تكلفة اكتساب العملاء.

المطلب الثاني: مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية

بعد استعراض الدراسات السابقة المشابهة لموضوع دراستنا الحالية تم تسجيل بعض التشابه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية وهذا ما يضمن الحصول على نتائج جديدة بصفة مستمرة، وفيما يلي بعض أوجه هذا التشابه والاختلاف.

الجدول رقم (14): مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية

الدراسة الحالية	الدراسات السابقة	مجال المقارنة
أجريت الدراسة للفترة 2016-2019 بالنسبة للمؤسسة "أ" وللفترة 2018-2019 للمؤسسة "ب".	انحصرت خلال الفترة 2005-2015.	الفترة الزمنية
هدفت الدراسة الحالية لإبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات.	هدفت معظم الدراسات لإبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات.	الأهداف

الفصل الأول: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المنهج المتبع	معظم الدراسات استخدمت كل من المنهج الوصفي التحليلي لاختبار الفرضيات ومنهج دراسة الحالة.	استخدمت الدراسة الحالية كل من المنهج الوصفي التحليلي لاختبار الفرضيات ومنهج دراسة الحالة.
أداة البحث المستخدمة	معظم الدراسات انحصرت استخدامها على الاستبيان فقط لتحديد أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات.	استخدمنا في الدراسة الحالية القوائم المالية لتقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال قياس مؤشرات المردودية والمخاطرة بالإضافة إلى المقابلة.
بيئة الدراسة	أجريت معظم الدراسات على المستوى الوطني.	أجريت الدراسة الحالية على المستوى المحلي.
مجتمع الدراسة والعينة	يتكون مجتمع الدراسة تارة من المؤسسات الكبيرة وتارة أخرى من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستعملة لمواقع التواصل الاجتماعي وغير المستعملة، إضافة إلى البنوك التجارية.	يتكون مجتمع الدراسة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستعملة لمواقع التواصل الاجتماعي بولاية برج بوعرييج، وأخذنا مؤسستين اثنتين "أ" و"ب" لتمثيل هذا المجتمع.

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على الدراسات السابقة

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على اختلاف أنواعها وأشكالها من الأساسيات المهمة التي يقوم عليها أي اقتصاد في العالم، وهذا نظرا لعددتها الكبير والصفات التي تميزها عن باقي المؤسسات مثلا كسهولة التأسيس والمرونة في الإدارة، بالرغم من المشاكل والصعوبات التي تواجهها كصعوبة الحصول على التمويل والمشاكل الضريبية وغيرها، إلا أنها تساهم بشكل فعال في الاقتصاد.

والمؤسسات حاليا باختلاف أنشطتها أصبحت تسعى إلى استغلال مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التقرب والتواجد في أي مكان يتواجد فيه زبائنهم كمحاولة منها للتعريف بموقعها وعرض مختلف خدماتها ومنتجاتها منا يؤدي إلى تحسن أدائها المالي. ولقد تم التركيز في هذا الفصل على مختلف المفاهيم النظرية، حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى الأدبيات النظرية لكل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مواقع التواصل الاجتماعي، وأخيرا تقييم الأداء المالي. والمبحث الثاني خصصناه للدراسات السابقة ومقارنتها مع الدراسة الحالية.

الفصل الثاني

دراسة حالة بعض المؤسسات
الصغيرة والمتوسطة بولاية برج

بوعرييج

تمهيد

بعد الإلمام بجميع الجوانب النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة، حاولنا في هذا الفصل تطبيق بعض الأدوات والمؤشرات التي تعرضنا لها في الجانب النظري وذلك بغية تقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية برج بوعريريج. حيث اخترنا مؤسستي Miss Flowers Paris لصناعة العطور ومؤسسة Nutritionpower Fitness And Sport لاستيراد العتاد الرياضي لتكونا ميدانا لتربصنا ودراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على أدائها المالي.

لإنجاز هذه الدراسة تم تقسيم هذا الفصل كما يلي:

- المبحث الأول: عرض المؤسستين محل الدراسة ومنهجية الدراسة.
- المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج.

المبحث الأول: عرض المؤسستين محل الدراسة ومنهجية الدراسة.

سنحاول في هذا المبحث القيام بتصميم للدراسة الميدانية، حيث سنتطرق إلى لمحة عن المؤسستين محل الدراسة، بالإضافة إلى الطريقة والأدوات المستخدمة في ذلك.

المطلب الأول: تقديم المؤسستين محل الدراسة.

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى تعريف المؤسستين محل الدراسة واستعراض الهيكل التنظيمي لكليهما.

أولاً: التعريف بالمؤسستين

1- تعريف المؤسسة "أ"

تأسست الشركة ذات المسؤولية المحدودة ميس فلور باريس (s.a.r.l miss FLOWER PARIS) في 2002/10/13، مؤسسة متوسطة الحجم تتكون من 50 عامل، مديرتها السيد بوعوينة، مقرها الاجتماعي مزرعة أخروف طريق سطيف قسم 07 مم 29 ولاية برج بوعرييج، حيث تأسست بإمكانيات جد بسيطة برأس مال لا يتجاوز 1 000 000 دج، وبأربع عمال دائمين، حيث اقتصر نشاطها في البداية على تعبئة وتسويق العطور ذات الماركات العالمية.

من مرحلة التسويق و التعبئة كسبت المؤسسة الخبرة من خلال احتكاكها و تعاملها مع الشركات العالمية الرائدة في الميدان والتي سمحت لها بالدخول إلى عالم التصنيع و الابتكار(سنة 2011)، و ذلك بعد زيادة الاستثمار في رأس مالها المادي و البشري. أين توجت هذه المرحلة بتسويق أول منتج محلي الصنع الخاص بالشركة والذي حقق رواجاً في السوق الجزائري ولقي رضا كبير من قبل المستهلكين وإلى يومنا هذا تم تسويق أكثر من 30 منتج محلي الصنع والذي ينافس وبكل فخر العلامات العالمية، وحاليا رأس مال المؤسسة يقدر بحوالي 50 000000 دج.

أهداف المؤسسة "أ":

تسعى المؤسسة "أ" إلى:

- إنتاج أرقى العطور وبأسعار تنافسية.

- الرفع من كمية الإنتاج وخلق مناصب الشغل الجديدة.
- كسب ولاء الزبون.
- تصدير المنتجات إلى الشرق الأوسط وإفريقيا في أول خطوة.
- الانفتاح على الأسواق العالمية.

2- تعريف المؤسسة "ب"

تعتبر مؤسسة صارل باور فيتنس أند سبور (SARL POWER FITNESS AND SPORTNUTRITION) مؤسسة متوسطة الحجم تتكون من 15 عامل، مديرها السيد حناشي طارق، مقرها الاجتماعي مزرعة أخروف طريق سطيف قسم 07 مم 29 ولاية برج بوعرييج. يتمثل دورها في استيراد الأجهزة الرياضية لقاعات كمال الأجسام، كما دخلت مجال استيراد المكملات الغذائية نهاية عام 2014.

قامت شركة باور فيتنس بأعمال تجارية مع العديد من شركات الضيافة الكبيرة مثل صوناتراش والعديد من الفنادق والمجمعات الرياضية وجميع الهيئات الحكومية برامج الدولة مثل: ENSEJ. ENJEM. CNAC... من خلال مصداقيتها الفاصلة أصبحت الممثل الوحيد والحصري للعديد من العلامات التجارية العالمية، بما في ذلك:

✓ بالنسبة للعتاد الرياضي:

- HOIST FITNESS ÉQUIPEMENT USA
- M D BOODY
- Z K C FITNESS
- INSPIRE FITNESS
- REALLEADER USA
- WNQ FITNESS
- ELEIKO FITNESS

✓ وبالنسبة للمكملات الغذائية:

- ULTIMATE NUTRITION USA
- ELITE LABS USA
- APPLEID NUTRITION U K

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

نجحت الشركة في بيع أكثر من 600 غرفة وزن في جميع أنحاء البلاد، فنلاحظ تطورها على ضوء حجم مبيعاتها المقدّر بـ 18 مليون دينار عام 2014، وفي عام 2019 بلغ حجم مبيعاتها 287 مليون دينار جزائري.

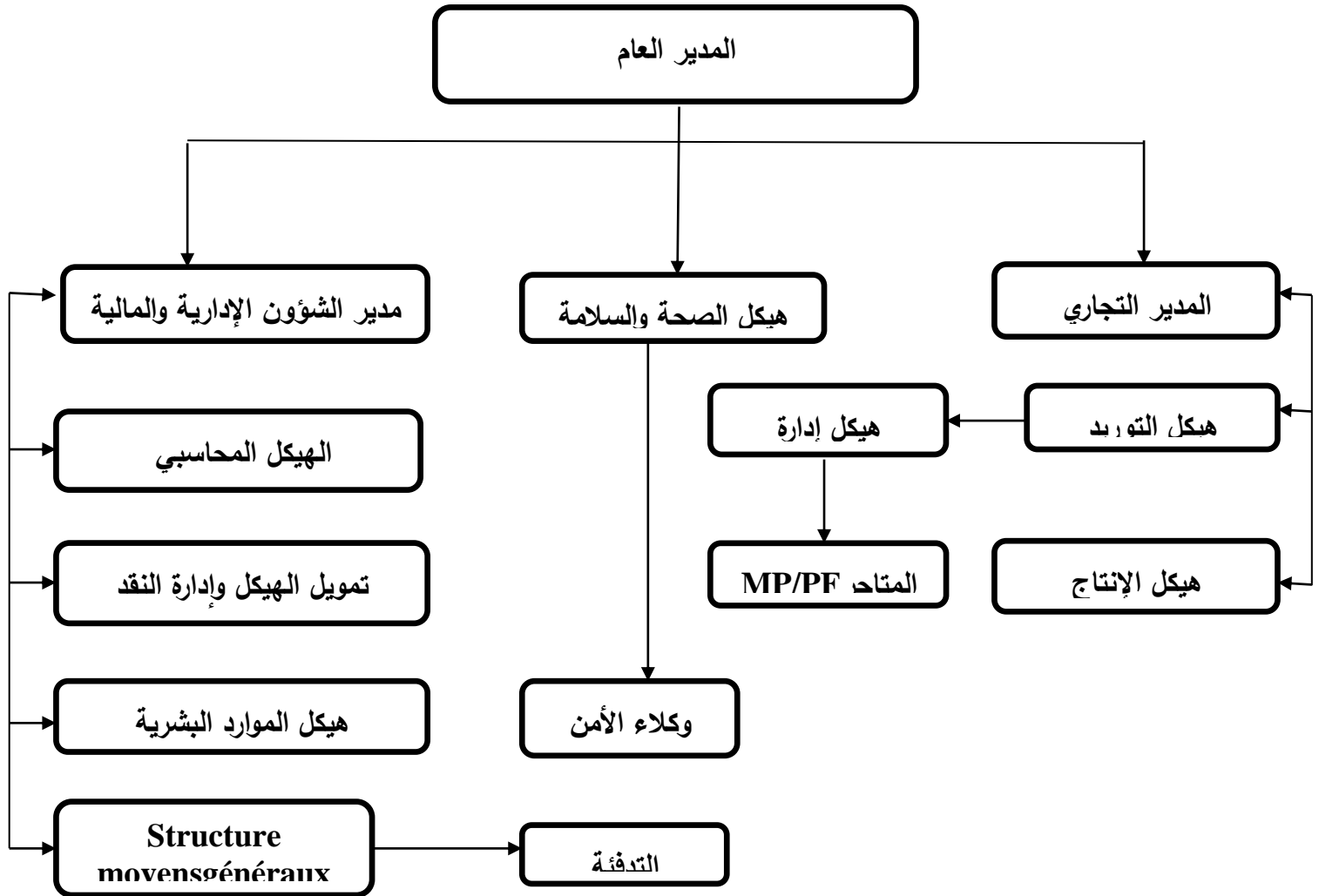
ثانيا: الهيكل التنظيمي للمؤسستين

الهيكل التنظيمي للمؤسسة ما هو إلا وسيلة لتنظيم المؤسسة وتقييم العمل فيها بغية تحقيق الأهداف المسطرة.

1- الهيكل التنظيمي للمؤسسة "أ"

يتكون الهيكل التنظيمي للمؤسسة "أ" من:

الشكل رقم (03): الهيكل التنظيمي للمؤسسة "أ"

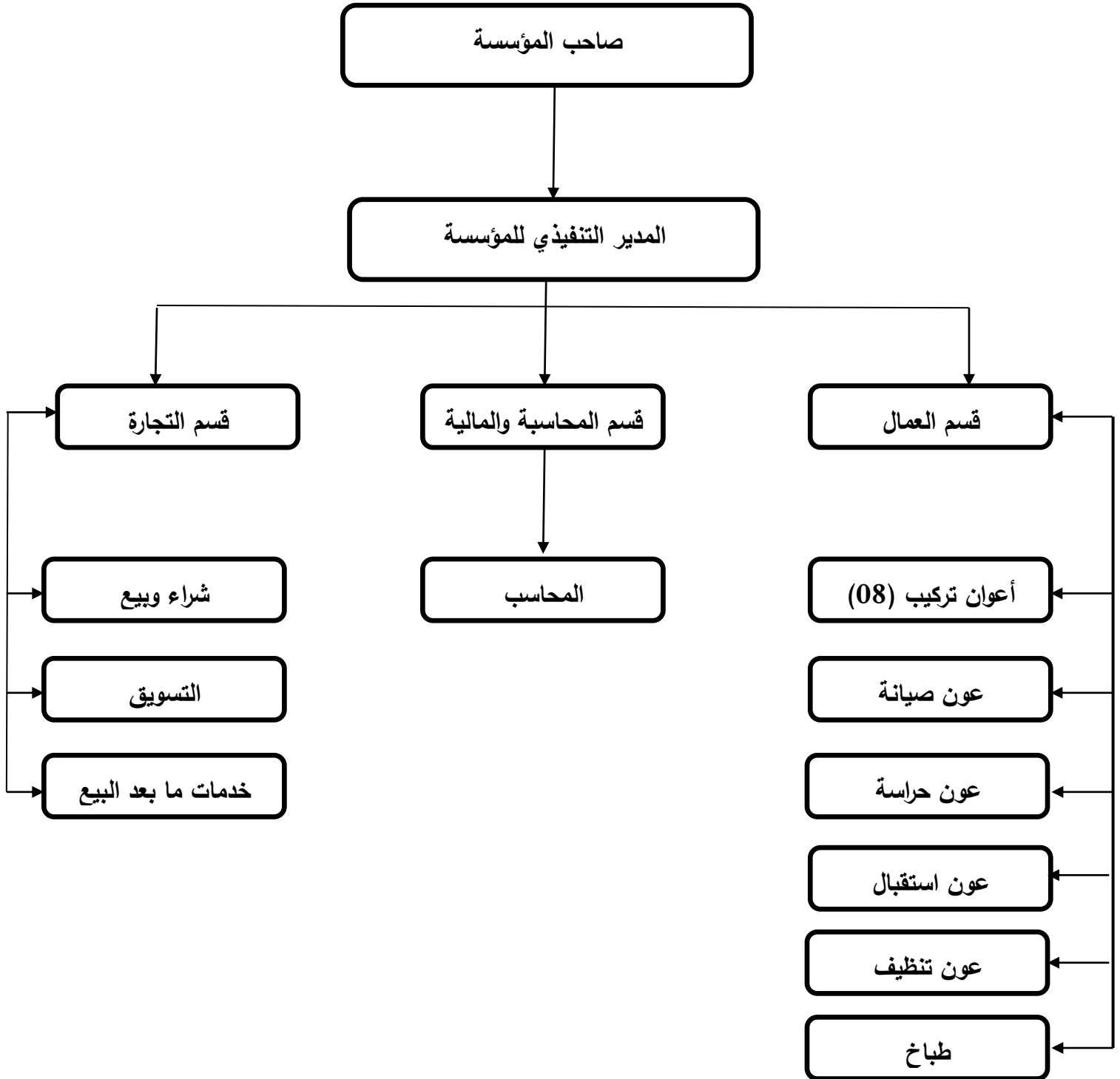


المصدر: مقدم من طرف صاحب المؤسسة

2- الهيكل التنظيمي للمؤسسة "ب"

يتكون الهيكل التنظيمي للمؤسسة "ب" من:

الشكل رقم (04): الهيكل التنظيمي للمؤسسة "ب"



المصدر: مقدم من طرف صاحب المؤسسة

المطلب الثاني: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة ومعالجة موضوع البحث، لابد من توضيح طريقة الدراسة والأدوات المستعملة لدراستها.

الفرع الأول: الطريقة المستخدمة في الدراسة

أولاً: التعريف بمجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وقد تم دراسة مؤسستين اثنتين تم اختيارهما قصدياً من مجموع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تمثيل هذا المجتمع، تمثلتا في كل من المؤسسة "أ" والمؤسسة "ب"، وهما متركزتان بولاية برج بوعرييرج في العنوان التالي:

مزرعة أخروف طريق سطيف قسم 07 مم 29 ولاية برج بوعرييرج.

ثانياً: متغيرات الدراسة والطريقة المستخدمة في الدراسة

تتمحور متغيرات الدراسة حول متغيرين اثنين هما كل من مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمتغير مستقل، والأداء المالي في هذه المؤسسات كمتغير تابع، باعتبار انه كلما اعتمدت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان هناك أثر ايجابي على أدائها المالي. ولقياس هذا الأثر لابد من استخدام مؤشرات المردودية المتمثلة في كل من المردودية المالية والمردودية الاقتصادية والمردودية التجارية وقياس الرفع المالي وأثره، بالإضافة إلى قياس مؤشرات المخاطرة والمتمثلة في المخاطرة المالية، مخاطر الاستغلال ومخاطر الإفلاس، وذلك بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة المتمثلة في الميزانيات المالية وجداول حسابات النتائج من أجل معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي لهاته المؤسستين.

ثالثًا: تلخيص معطيات الدراسة

1- مصادر جمع المعلومات

أ- المصادر الأولية

❖ الوثائق والسجلات: تم جمع معلومات الدراسة من خلال القوائم المالية والمتمثلة في الميزانيات المالية وجداول حسابات النتائج الخاصة بالمؤسستين محل الدراسة وذلك لفترة تقدر بأربع سنوات متتالية فيما يخص المؤسسة "أ" وستين متتاليتين فيما يخص المؤسسة "ب"، وقد تم تحليل هذه القوائم المالية بالاستعانة ببرنامج Microsoft Excel وذلك بغية تقييم الأداء المالي للمؤسستين. وتم قياس كل من مؤشرات المردودية والمخاطرة.

❖ المقابلة: تم الاعتماد على أسلوب المقابلة لجمع المعلومات حيث تم إجراء المقابلة الأولى مع السيد "عبلة خالد" مدير المالية والمحاسبة والسيد "بوعوبنة خالد صايبي" المدير التجاري والسيد "قايدي بومدين" وذلك على مستوى مقر المؤسسة "أ". والمقابلة الثانية تمت مع السيد "منكوشة حمزة" مدير المالية والمحاسبة وذلك على مستوى مقر المؤسسة "ب".

ب- المصادر الثانوية:

تمثلت في الكتب والدوريات والمنشورات الورقية والالكترونية المتمثلة في المجلات ورسائل وأطروحات الماجستير والدكتوراه المتعلقة بالبحث سواء بشكل مباشر أو غير مباشر والتي ساعدت في انجازه.

2- تلخيص المعطيات المجمعة

البحث عبارة عن دراسة مقارنة زمنية لمؤسستي "أ" و"ب" قبل وبعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن المؤسسة:

"أ" يعتبر موقع التواصل الاجتماعي المهيمن لديها هو موقع الانستغرام. والتي بدأت استعماله في أبريل 2018، حيث قدر عدد متابعي صفحتها على الانستغرام 64.6 ألف متابع.

"ب" يعتبر موقع التواصل الاجتماعي المهيمن لديها هو موقع الفيس بوك. والتي بدأت استعماله في 2019، حيث قدر عدد متابعي صفحتها على الفيس بوك 54 ألف متابع.

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج

تتمثل بيانات الدراسة في الميزانيات المالية وجداول حسابات النتائج، بالنسبة للمؤسسة "أ" فتمثلت فترة الدراسة في أربع سنوات متتالية سنتين قبل البدء في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وسنتين بعد الاستعمال، تمثلت هذه السنوات في كل من 2016-2017-2018-2019، أما المؤسسة "ب" فتمثلت فترة الدراسة في سنتين متتاليتين سنة قبل البدء في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وسنة بعد الاستعمال، تمثلت هاته السنتين في كل من 2018-2019.

الفرع الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة

أولاً: منهجية الدراسة.

لدراسة هذا الموضوع تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وهذا فيما يخص الجانب النظري، أي الفصل الأول والذي يقوم على وصف وتحليل مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بكل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الأداء المالي لها. أما في الجانب التطبيقي أي الفصل الثاني فتم فيه الاعتماد على منهج دراسة الحالة والتي تمت في مؤسستي "أ" و"ب".

ثانياً: الطرق المستخدمة في الدراسة.

بغية معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة قمنا بتقييم الأداء المالي للمؤسستين محل الدراسة "أ" و"ب" وتم ذلك من خلال حساب مجموعة من النسب والمؤشرات المتمثلة في مؤشرات المردودية والمخاطرة، بالاعتماد على القوائم المالية المتعلقة بسنوات الدراسة والحديث هنا يخص كل من الميزانيات المالية وجداول حسابات النتائج. إضافة إلى إجراء مقابلة على مستوى مقر كل مؤسسة وتحليل مختلف النتائج المتوصل إليها.

المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج

سنحاول في هذا المبحث تقييم الأداء المالي للمؤسستين انطلاقا من الميزانيات المالية وجداول حسابات النتائج، وذلك من خلال قياس كل من المردودية والمخاطرة لكلا المؤسستين. مما يسمح بمعرفة الوضعية المالية للمؤسسة ومدى قدرتها على مواجهة التزاماتها بتاريخ الاستحقاق من جهة، ومدى قدرتها على خلق عوائد مالية تساعد في تطوير نشاطها وتوسيعه من جهة أخرى. إضافة إلى مقارنة النتائج قبل وبعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي لكلا المؤسستين واختبار الفرضيات.

المطلب الأول: تقييم الأداء المالي للمؤسستين باستخدام مؤشرات المردودية والمخاطرة

سنتناول في هذا المطلب قياس مؤشرات المردودية المتمثلة في المردودية المالية والمردودية الاقتصادية والمردودية التجارية وحساب الرفع المالي وأثره، إضافة إلى قياس مؤشرات المخاطرة. حيث سنقوم بمعرفة إن كانت المؤسسة معرضة للوقوع في الخطر الذي يؤثر على نشاطها الاستغلالي وكذلك الخطر الذي يهددها من الناحية المالية دون أن ننسى خطر الإفلاس وهذا لكلا المؤسستين.

الفرع الأول: تقييم الأداء المالي للمؤسسة "أ"

أولا: قياس المردودية

1- المردودية المالية: وتحسب بالعلاقة التالية.

$$\text{المردودية المالية (RF)} = \frac{\text{النتيجة الصافية/الأموال الخاصة}}{\text{الأموال الخاصة}}$$

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (15): المردودية المالية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	2017	2016	السنوات البيان
48711416.00	40372342.69	8462134.14	4103224.24	النتيجة الصافية
200677444.49	151966028.49	111593685.80	104734367.66	الأموال الخاصة
0.242734883	0.265666893	0.075829865	0.039177438	المردودية المالية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 01-08)

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن معدل المردودية المالية في ارتفاع مستمر خلال السنوات الثلاث الأولى، حيث اخذ في سنة 2016 نسبة 3.91% كحد أدنى لها، وفي سنة 2017 ارتفع ليصل إلى نسبة 7.58%، وشهد ارتفاعا ملحوظا سنة 2018 وذلك راجع لارتفاع قيمة النتيجة الصافية إذ بلغت النسبة 26.56% كحد أقصى تسجله المؤسسة، مع تسجيل انخفاض بسيط سنة 2019 وقدر بنسبة 24.27% وذلك راجع لارتفاع النتيجة الصافية بقدر أقل من الأموال الخاصة، ويعود هذا ربما لسوء تسيير واستخدام الموارد المالية المحققة. وأمام هذه النسب المتدهورة للمردودية المالية يجب على المؤسسة تحسين أدائها لتحقيق مردودية مالية أكبر.

وتبين لنا أيضا هذه النسب السابقة أن كل 1 دج مستثمر من رأس مال المؤسسة يحقق عائد للمستثمرين ويقدر ب (0.039 دج، 0.075 دج، 0.265 دج، 0.242 دج) على مدار أربع سنوات على التوالي.

2- المردودية الاقتصادية: وتحسب بالعلاقة التالية.

معدل المردودية (Re) = النتيجة العملياتية بعد الضريبة / متوسط الأصول الاقتصادية

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (16): المردودية الاقتصادية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)

الوحدة: دج

السنوات البيان	2016	2017	2018	2019
النتيجة العملياتية بعد الضريبة	11560528.13	24930435.86	50832082.06	57279287.14
الأصول الاقتصادية ن	35783758.22	59425745.91	76714201.15	65582222.94
الأصول الاقتصادية ن-1	25539465.23	35783758.22	59425745.91	76714201.15
متوسط الأصول الاقتصادية	30661611.73	47604752.07	68069973.53	71148212.05
المردودية الاقتصادية	0.377035892	0.523696370	0.746762183	0.805069944

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 01-08)

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن المؤسسة قد حققت مردودية اقتصادية خلال سنوات الدراسة، وقد سجلت نسب المردودية الاقتصادية ارتفاعا مستمرا، حيث كانت النسبة 37.70% في سنة 2016، وارتفعت إلى 52.36% سنة 2017، وفي سنة 2018 سجلت نسبة تقدر ب 74.76%، لتحقق أعلى نسبة سنة 2019 وقدرت ب 80.50% وهذا راجع إلى حسن استخدام الأصول الموضوعه تحت تصرف المؤسسة.

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

وتبين لنا هذه النتائج أن كل 1 دج مستخدم في الأصول الاقتصادية يحقق لنا عائد يقدر ب (0.3770 دج، 0.5236 دج، 0.7467 دج، 0.8050 دج) على مدار الأربع سنوات على التوالي.

3-المردودية التجارية: وتحسب بالعلاقة التالية.

المردودية التجارية=النتيجة الصافية/رقم الأعمال خارج الرسم

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (17): المردودية التجارية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	2017	2016	السنوات البيان
48711416.00	40372342.69	8462134.14	4103224.24	النتيجة الصافية
1443345435.00	987895379.90	757495400.20	588590352.51	رقم الأعمال خارج الرسم
0.033748965	0.040867022	0.011171202	0.006971273	المردودية التجارية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 05-08)

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن معدل المردودية التجارية في كل السنوات اخذ قيما موجبة، وهذا يعتبر مؤشر جيد بالنسبة للمؤسسة، ويفسر ايجابية رقم الأعمال. حيث سجلت هذه النسبة أي نسبة المردودية التجارية ارتفاعا مستمرا خلال السنوات الثلاث الأولى، حيث كانت النسبة 0.69% في سنة 2016، ثم ارتفعت إلى

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج

1.11% في سنة 2017، إلى أن أصبحت النسبة 40.8% في سنة 2018 وهذا كأقصى تقدير لها. لتسجل انخفاضا بسيطا سنة 2019 لتصبح 3.37%، وهذا يعود للارتفاع الحاصل في رقم الأعمال إذ أن الارتفاع في رقم الأعمال صاحبه ارتفاع بسيط في النتيجة الصافية المحققة بسبب ارتفاع تكاليف النشاط، الأمر الذي يستدعي من المؤسسة إعادة النظر في طريقة تسييرها لأنشطتها المختلفة ومزيدا من التحكم في التكاليف الناتجة عن هذه الأنشطة لأنه إذا استمر الوضع على هذا الحال السنوات المقبلة فالمؤسسة تتجه نحو الخطر.

وتبين لنا هذه النتائج السابقة أن كل وحدة من صافي المبيعات تحقق لنا مقدار معين من الأرباح (0.0069 دج، 0.0111 دج، 0.0408 دج، 0.0337 دج) على مدار أربع سنوات على التوالي.

4-الرافعة المالية: وتحسب بالعلاقة التالية.

الرافعة المالية=الديون طويلة الأجل/الديون طويلة الأجل+الأموال الخاصة

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (18): الرافعة المالية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	2017	2016	السنوات البيان
8000000.00	8000000.00	8000000.00	16200000.00	الديون طويلة الأجل
200677444.49	151966028.49	111593685.80	104734367.66	الأموال الخاصة
0.038336678	0.050010618	0.066893163	0.133956957	الرافعة المالية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 01-04)

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسب الرفع المالي أخذت قيم منخفضة وتتناقص تدريجيا خلال سنوات الدراسة، حيث قدرت النسبة سنة 2016 ب 13.39% وهي أقصى نسبة تم تسجيلها، ثم بدأت بالانخفاض لتصبح 6.68% ثم 5% ثم 3.83% سنة 2017 2018 2019 على التوالي، وهذا يدل على أن المؤسسة لا تعتمد في تمويل أصولها الاقتصادية بنسبة كبيرة على الديون الخارجية وإنما اختارت بدل ذلك الرفع من أموالها الخاصة، وهذا في صالحها.

5- أثر الرافعة المالية: وتحسب بالعلاقة التالية.

أثر الرافعة المالية = المردودية المالية - المردودية الاقتصادية

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (19): أثر الرافعة المالية للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)

الوحدة: دج

السنوات	2016	2017	2018	2019
المردودية المالية	0.03917743843	0.0758298651	0.2656668934	0.242734883
المردودية الاقتصادية	0.377035892	0.5236963701	0.7467621834	0.8050699447
اثر الرافعة المالية	-0.337858453	-0.447866505	-0.48109529	-0.562335061

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على النتائج السابقة.

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أن المؤسسة قد حققت أثر رافعة مالية سالب على مدار الأربع سنوات وهي ترتفع تدريجيا، حيث كانت النسبة (33.78)% في سنة 2016، ونسبة (44.78)% في سنة 2017، ونسبة

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

(48.81)% في سنة 2018، وفي سنة 2019 قدرت النسبة ب (56.62)% وهي أعلى نسبة محققة، وهذا راجع إلى كون معدل المردودية الاقتصادية اقل من معدل تكلفة الديون، وهذا لا يساهم بالتأكيد في الرفع من المردودية المالية بل يؤثر عليها سلبا، أي بزيادة الاعتماد على القروض تتخفف المردودية المالية، وعلى المؤسسة إعادة النظر في سياسات التمويل المنتهجة.

ثانيا: قياس المخاطرة

1-الخطر الاقتصادي: ويحسب بالعلاقة التالية.

$$\text{الخطر الاقتصادي} = \frac{\text{التغير في النتيجة التشغيلية/النتيجة التشغيلية (ن - 1)}}{\text{التغير في رقم الأعمال خارج الرسم /رقم الأعمال خارج الرسم (ن - 1)}}$$

ونعرضه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (20): الخطر الاقتصادي للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	2017	2016	السنوات البيان
57279287.14	50832082.06	24930435.86	11560528.13	النتيجة التشغيلية ن
50832082.06	24930435.86	11560528.13	48806785.11	النتيجة التشغيلية ن-1
1443345435.00	987895379.90	757495400.20	588590352.51	رقم الأعمال ن
987895379.90	757495400.20	588590352.51	608342413.82	رقم الأعمال ن-1
0.275108356	3.415820643	4.030150328	23.50380121	الخطر الاقتصادي

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 05-08)

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن المؤسسة تواجه الخطر الاقتصادي خلال السنوات الأربع وتتناقص تدريجياً، حيث سجلت أكبر نسبة سنة 2016 والمقدرة بـ 2350.38% لكن هذا لا يعد مؤشراً خطيراً للمؤسسة كونها تنتظر للمدى البعيد، فعند انخفاض الأسعار تستغل المؤسسة الوضع لتقوم بعملية تمويل مكثفة لاجتناب ارتفاع الأسعار مستقبلاً ولهذا ترتفع ديونها، ثم بالمقابل ترتفع لاحقاً كتلة الأموال المخصصة لتسديد الديون إلا أن هذا يعتبر في صالح المؤسسة (تم التوصل إليها من خلال المقابلة). ثم انخفضت نسبة الخطر الاقتصادي سنة 2017 2018 2019 لتصبح 403.01% 341.58% 27.51% على التوالي. وهذا يدل على أن التغيرات في رقم الأعمال تؤدي إلى تغيرات في نتيجة الاستغلال.

2-الخطر المالي: وبحسب بالعلاقة التالية.

$$\text{الخطر المالي} = \frac{\text{التغير في النتيجة قبلالعادية الضرائب} / \text{النتيجة قبلالعادية الضرائب (ن - 1)}}{\text{التغير في رقم الأعمال خارج الرسم} / \text{رقم الأعمال خارج الرسم (ن - 1)}}$$

ونعرضه من خلال الجدول التالي:

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

جدول رقم (21): الخطر المالي للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	2017	2016	السنوات البيان
60453750.39	50295818.69	11695103.14	9734740.24	النتيجة العادية قبل الضرائب ن
50295818.69	11695103.14	9734740.24	34469221.62	النتيجة العادية قبل الضرائب ن-1
1443345435.00	987895379.90	757495400.20	588590352.51	رقم الأعمال ن
987895379.90	757495400.20	588590352.51	608342413.82	رقم الأعمال ن-1
0.438070090	11.50169402	0.662078783	22.1007496	الخطر المالي

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 05-08)

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أنه يوجد خطر مالي يواجه المؤسسة خلال السنوات الأربع وهو في تذبذب، حيث قدرت النسبة سنة 2016 ب 2210.07% وهي أكبر نسبة محققة وهذا راجع لكون المؤسسة كما ذكرنا من قبل تنظر للمدى البعيد فتقوم باستغلال الفرصة عند انخفاض الأسعار لتقوم بعملية تمويل مكثفة وبأسعار تنافسية، وبهذه الطريقة تخفض من الخطر المتوقع التعرض له مستقبلا (تم التوصل إليها من خلال المقابلة). لتتخفف سنة 2017 لتصبح 66.20%، ثم تعاود الارتفاع من جديد سنة 2018 لتصبح 1150.16% وهذا راجع لنفس السبب السابق، ثم تتخفف سنة 2019 لتقدر ب 43.80%.

3-خطر الإفلاس: تم استعمال طريقة التحليل الساكن لخطر الإفلاس، ونعرضها من خلال الجدول التالي:

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

جدول رقم (22): خطر الإفلاس للمؤسسة "أ"، للسنوات (2016-2017-2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	2017	2016	العلاقة الرياضية	السنوات البيان
0.03	0.05	0.07	0.15	$\frac{\text{الديون المتوسطة والطويلة الأجل}}{\text{الأموال الخاصة}}$	نسبة الاستقلالية المالية
2.32	1.14	1.40	1.65	$\frac{\text{الأصول المتداولة}}{\text{ديون قصيرة الأجل}}$	نسبة السيولة العامة
0.31	0.17	0.20	0.16	$\frac{\text{قيم جاهزة + سندات التوظيف على المدى القصير}}{\text{ديون قصيرة الأجل}}$	نسبة السيولة الجاهزة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 01-04)

التعليق:

- نسبة الاستقلالية المالية: تقيس لنا هذه النسبة حجم الديون إلى الأموال الخاصة، ونلاحظ أن المؤسسة قد حققت نسب استقلالية مالية أقل بكثير من الواحد للسنوات الأربع وهي نسب جيدة، حيث تدل هذه النسب المحققة على أن المؤسسة غير مشبعة بالديون وليست تابعة للغير، حيث أن أموالها الخاصة أكبر من ديونها وهذا جيد لوضعيتها المالية ولتعزيز قدرتها على الاستدانة، وتدل على أنه لا يوجد خطر للإفلاس وهي قادرة على الاستدانة من جديد.
- نسبة السيولة العامة: تقيس لنا هذه النسبة قدرة المؤسسة على تغطية التزاماتها قصيرة الأجل، وذلك بالاعتماد على إجمالي الأصول المتداولة. وكما نلاحظ أن المؤسسة حققت نسب سيولة عامة أكبر من الواحد وهذا مؤشر جيد للمؤسسة، حيث تدل على أن كل واحد دينار من الخصوم المتداولة يقابلها 1.65 دينار، 1.40 دينار، 1.14 دينار، 2.32 دينار من الأصول المتداولة التي يمكن تحويلها إلى سيولة

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

نقدية خلال السنة دون الاستعانة بمصادر تمويل خارجية أخرى خلال السنوات الأربع على التوالي، وهذا يعني أن المؤسسة في وضعية آمنة، وتدل أيضا على أنه لا يوجد خطر للإفلاس.

• **نسبة السيولة الجاهزة:** تقيس هذه النسبة قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل بالاعتماد على النقدية المتاحة، ومن المستحسن أن تكون أكبر من الواحد، وكما نلاحظ أن هذه النسب هي أقل من الواحد خلال السنوات الأربع، ولكن هذا لا يعتبر مؤشر غير جيد للمؤسسة فالموردون بحكم العلاقة الجيدة مع هذه الأخيرة يمنحون لها مهلة طويلة للتسديد وهي المسيطرة عليهم ويعتبر هذا امتياز لها (تم التوصل إليها من خلال المقابلة).

الفرع الثاني: تقييم الأداء المالي للمؤسسة "ب"

أولا: قياس المردودية

1- المردودية المالية: وتحسب بالعلاقة التالية.

$$\text{المردودية المالية (RF)} = \frac{\text{النتيجة الصافية/الأموال الخاصة}}{\text{الأموال الخاصة}}$$

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (23): المردودية المالية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	السنوات البيان
5215303.83	3151576.70	النتيجة الصافية
35645370.02	30370066.19	الأموال الخاصة
0.146310834	0.103772467	المردودية المالية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 10-14)

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن معدل المردودية المالية في ارتفاع خلال سنتي الدراسة، حيث أخذ في سنة 2018 نسبة 10.37% كحد أدنى لها، ثم ارتفع سنة 2019 ليصل إلى 14.63% وهذا راجع لارتفاع قيمة النتيجة الصافية. وأمام هذه النسب المنخفضة للمردودية المالية فإنه يجب على المؤسسة تحسين أدائها المالي لتحقيق مردودية مالية أكبر.

وتبين لنا هذه النتائج السابقة أن كل 1 دج مستثمر من رأس مال المؤسسة يحقق عائد للمستثمر يقدر ب (0.103 دج. 0.146 دج) على مدار السنتين على التوالي.

2- المردودية الاقتصادية: وتحسب بالعلاقة التالية.

معدل المردودية الاقتصادية (Re) = النتيجة العملياتية بعد الضريبة / متوسط الأصول الاقتصادية

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (24): المردودية الاقتصادية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	السنوات البيان
8659096.11	5082243.14	النتيجة العملياتية بعد الضريبة
30495402.28	3113913.09	الأصول الاقتصادية ن
3113913.09	2527075.48	الأصول الاقتصادية ن-1
16804657.69	2820494.285	متوسط الأصول الاقتصادية
0.515279529	1.801898046	المردودية الاقتصادية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 09-14)

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن المؤسسة قد حققت مردودية اقتصادية خلال سنتي الدراسة، مع تسجيل انخفاض، حيث كانت النسبة 180.18% في سنة 2018، ثم انخفضت إلى 51.52% سنة 2019. وهذا راجع إلى سوء استخدام الأصول الموضوعة تحت تصرف المؤسسة.

وتبين لنا هذه النتائج أن كل 1 دج مستخدم في الأصول الاقتصادية يحقق لنا عائد يقدر ب (1.8018 دج. 0.5152 دج) على مدار السنتين على التوالي.

3- المردودية التجارية: وتحسب بالعلاقة التالية.

المردودية التجارية = النتيجة الصافية / رقم الأعمال خارج الرسم

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (25): المردودية التجارية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	السنوات البيان
5215303.83	3151576.70	النتيجة الصافية
287811040.25	192197785.07	رقم الأعمال خارج الرسم
0.018120582	0.016397570	المردودية التجارية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 13-14)

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن معدل المردودية التجارية في كلتا السنتين أخذ قيم موجبة، وهذا يعتبر مؤشر جيد بالنسبة للمؤسسة، ويفسر ايجابية رقم الأعمال. حيث سجلت هذه النسبة أي نسبة المردودية التجارية ارتفاعا طفيفا خلال سنتي الدراسة، حيث كانت النسبة 1.63% في سنة 2018، ثم ارتفعت قليلا لتصبح 1.81% في سنة 2019، وهذا يعود للارتفاع الحاصل في رقم الأعمال إذ أن الارتفاع في رقم الأعمال صاحبه ارتفاع بسيط في النتيجة الصافية المحققة بسبب ارتفاع تكاليف النشاط، الأمر الذي يستدعي من المؤسسة إعادة النظر في طريقة تسييرها لأنشطتها المختلفة ومزيدا من التحكم في التكاليف الناتجة عن هذه الأنشطة لأنه إذا استمر الوضع على هذا الحال للسنوات القادمة فالمؤسسة تتجه نحو الخطر.

وتبين لنا هذه النتائج السابقة أن كل وحدة من صافي المبيعات تحقق لنا مقدار معين من الأرباح (0.0163 دج. 0.0181 دج) على مدار السنتين على التوالي.

4- الرافعة المالية: وتحسب بالعلاقة التالية.

$$\text{الرافعة المالية} = \frac{\text{الديون طويلة الأجل}}{\text{الديون طويلة الأجل} + \text{الأموال الخاصة}}$$

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (26): الرافعة المالية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	السنوات البيان
17005930.16	1322018.49	الديون طويلة الأجل
35645370.02	30370066.19	الأموال الخاصة
0.322991647	0.041714469	الرافعة المالية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 10-12)

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسب الرفع المالي منخفضة سنة 2018، حيث اعتمدت المؤسسة في هذه السنة على الاستدانة بنسبة 4.17% كمصدر لتمويل استثماراتها، ورفعت من اعتمادها على الاستدانة في التمويل في السنة الموالية أي سنة 2019 لتصبح النسبة 32.29%. وهذا راجع لزيادة إمكانية حصول المؤسسة على وفر ضريبي وتحقيقها لنتائج جيدة.

5- أثر الرافعة المالية: وتحسب بالعلاقة التالية.

أثر المردودية المالية = المردودية المالية - المردودية الاقتصادية

ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (27): أثر الرافعة المالية للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	السنوات البيان
0.1463108344	0.1037724673	المردودية المالية
0.5152795296	1.801898046	المردودية الاقتصادية
-0.368968695	-1.698125579	أثر الرافعة المالية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على النتائج السابقة.

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أن المؤسسة قد حققت أثر رافعة مالية سالب في كلتا السنتين. وهي تتخضع تدريجياً، حيث حققت في سنة 2018 و 2019 نسبتي (169.81)% و (36.89)% على التوالي سالبتين. وهذا راجع إلى كون معدل المردودية الاقتصادية أقل من معدل تكلفة الديون، وهذا لا يساهم بالتأكيد في الرفع من

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج

المردودية المالية بل يؤثر عليها سلبا، أي بزيادة الاعتماد على القروض تنخفض المردودية المالية، وعلى المؤسسة إعادة النظر في سياسات التمويل المنتهجة.

ثانيا: قياس المخاطرة

1-الخطر الاقتصادي: ويحسب بالعلاقة التالية.

$$\text{الخطر الاقتصادي} = \frac{\text{التغير في النتيجة التشغيلية/النتيجة التشغيلية (ن - 1)}}{\text{التغير في رقم الأعمال خارج الرسم /رقم الأعمال خارج الرسم (ن - 1)}}$$

ونعرضه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (28): الخطر الاقتصادي للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	السنوات البيان
8659096.11	5082243.14	النتيجة التشغيلية ن
5082243.14	5127009.24	النتيجة التشغيلية ن-1
287811040.25	192197785.07	رقم الأعمال ن
192197785.07	193030806.73	رقم الأعمال ن-1
1.414737692	2.023277687	الخطر الاقتصادي

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 13-14)

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن المؤسسة تواجه الخطر الاقتصادي خلال سنتي الدراسة، مع تسجيل انخفاض، حيث سجلت نسبة 202.32% سنة 2018 وهذا مؤشر خطير جدا يدل على أن المؤسسة تعاني من خطر اقتصادي كبير يتمثل في عدم قدرتها على تمويل دورة الاستغلال بواسطة مستحققاتها الخاصة المتمثلة أساسا في الزبائن، مما دفعها إلى الاعتماد على الديون قصيرة الأجل، وانخفضت نسبة الخطر الاقتصادي سنة 2019 لتصبح 141.47%. وهذا يدل على أن التغيرات في رقم الأعمال تؤدي إلى تغيرات في نتيجة الاستغلال.

2-الخطر المالي: وبحسب بالعلاقة التالية.

$$\text{الخطر المالي} = \frac{\text{التغير في النتيجة قبلالعادية الضرائب} / \text{النتيجة قبلالعادية الضرائب (ن - 1)}}{\text{التغير في رقم الأعمال خارج الرسم} / \text{رقم الأعمال خارج الرسم (ن - 1)}}$$

ونعرضه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (29): الخطر المالي للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	السنوات البيان
5215303.83	4258886.70	النتيجة العادية قبل الضرائب ن
4258886.70	4910687.53	النتيجة العادية قبل الضرائب ن-1

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

287811040.25	192197785.07	رقم الأعمال ن
192197785.07	193030806.73	رقم الأعمال ن-1
0.451420766	30.75692689	الخطر المالي

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 13-14).
التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أنه يوجد خطر مالي يواجه المؤسسة خلال سنتي الدراسة، حيث قدرت النسبة سنة 2018 ب 3075.69%، لتتخف سنة 2019 لتصبح 45.14%، ورغم انخفاضها إلا أنها تبقى نسبة كبيرة وهذا يعتبر مؤشر خطير على المؤسسة، فالمساهمون يتحملون وحدهم عبء الخسارة نتيجة الزيادة في الديون المالية للمؤسسة والتي قد تؤدي بالمساهمين إلى سحب أموالهم نتيجة ارتفاع الخطر المالي.

3- خطر الإفلاس: تم استعمال طريقة التحليل الساكن لخطر الإفلاس، ونعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (30): خطر الإفلاس للمؤسسة "ب"، للسنوات (2018-2019)

الوحدة: دج

2019	2018	العلاقة الرياضية	السنوات البيان
0.47	0.04	$\frac{\text{الديون المتوسطة والطويلة الأجل}}{\text{الأموال الخاصة}}$	نسبة الاستقلالية المالية
1.08	1.16	$\frac{\text{الأصول المتداولة}}{\text{ديون قصيرة الأجل}}$	نسبة السيولة العامة
0.43	0.33	$\frac{\text{قيم جاهزة + سندات التوظيف على المدى القصير}}{\text{ديون قصيرة الأجل}}$	نسبة السيولة الجاهزة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على القوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة (أنظر الملاحق 09-14)

التعليق:

- **نسبة الاستقلالية المالية:** تقيس لنا هذه النسبة حجم الديون إلى الأموال الخاصة، ونلاحظ أن المؤسسة قد حققت نسب استقلالية مالية أقل من الواحد للسنتين وهي نسب جيدة، حيث تدل هذه النسب المحققة على أن المؤسسة غير مشبعة بالديون وليست تابعة للغير، حيث أن أموالها الخاصة أكبر من ديونها وهذا جيد لوضعيتها المالية ولتعزيز قدرتها على الاستدانة، وتدل على أنه لا يوجد خطر للإفلاس وهي قادرة على الاستدانة من جديد.
- **نسبة السيولة العامة:** تقيس لنا هذه النسبة قدرة المؤسسة على تغطية التزاماتها قصيرة الأجل، وذلك بالاعتماد على إجمالي الأصول المتداولة. وكما نلاحظ أن المؤسسة حققت نسب سيولة عامة أكبر من الواحد وهذا مؤشر جيد للمؤسسة، حيث تدل على أن كل واحد دينار من الخصوم المتداولة يقابلها 1.16 دينار، 1.08 دينار من الأصول المتداولة التي يمكن تحويلها إلى سيولة نقدية خلال السنة دون الاستعانة بمصادر تمويل خارجية أخرى خلال سنتي الدراسة على التوالي، وهذا يعني أن المؤسسة في وضعية آمنة، وتدل أيضا على أنه لا يوجد خطر للإفلاس.
- **نسبة السيولة الجاهزة:** تقيس هذه النسبة قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل بالاعتماد على النقدية المتاحة، ومن المستحسن أن تكون أكبر من الواحد، ونستطيع القول أن هذه النسب تعد مؤشرا غير جيد للمؤسسة خلال سنتي الدراسة، فهي لا تستطيع تغطية التزاماتها المالية قصيرة الأجل متى استحققت الدفع، ولذلك على المدير المالي لهذه المؤسسة أن يعمل على الإسراع في تحويل عناصر الأصول المتداولة الأخرى إلى سيولة من خلال تحصيل جزء من الذمم المدينة أو بيع جزء من المخزون السلعي حتى تتمكن من تسديد التزاماتها.

المطلب الثاني: مقارنة النتائج واختبار الفرضيات.

من أجل التأكد من صحة الفرضيات من عدمها لابد من مقارنة النتائج المتوصل إليها في كلتا المؤسستين قبل وبعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى ضوء النظريات التحليلية والعملية سيتبين لنا أهم النتائج التي أسفرت عنها الدراسة.

الفرع الأول: مناقشة ومقارنة النتائج.

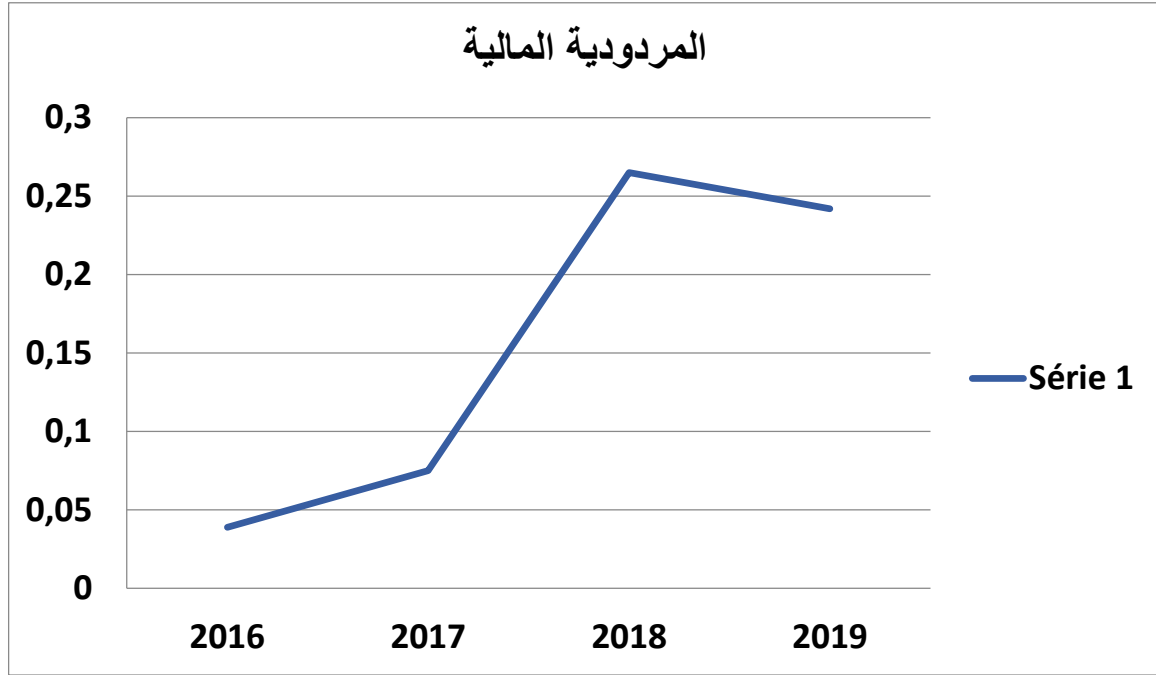
فيما يلي مقارنة نتائج كل من المؤسستين قبل وبعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: مقارنة نتائج المؤسسة "أ" قبل وبعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

1- مقارنة نتائج قياس المردودية:

1-1 المردودية المالية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (05): المنحنى البياني للمردودية المالية للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن المردودية المالية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من المردودية المالية قبل الاستعمال.

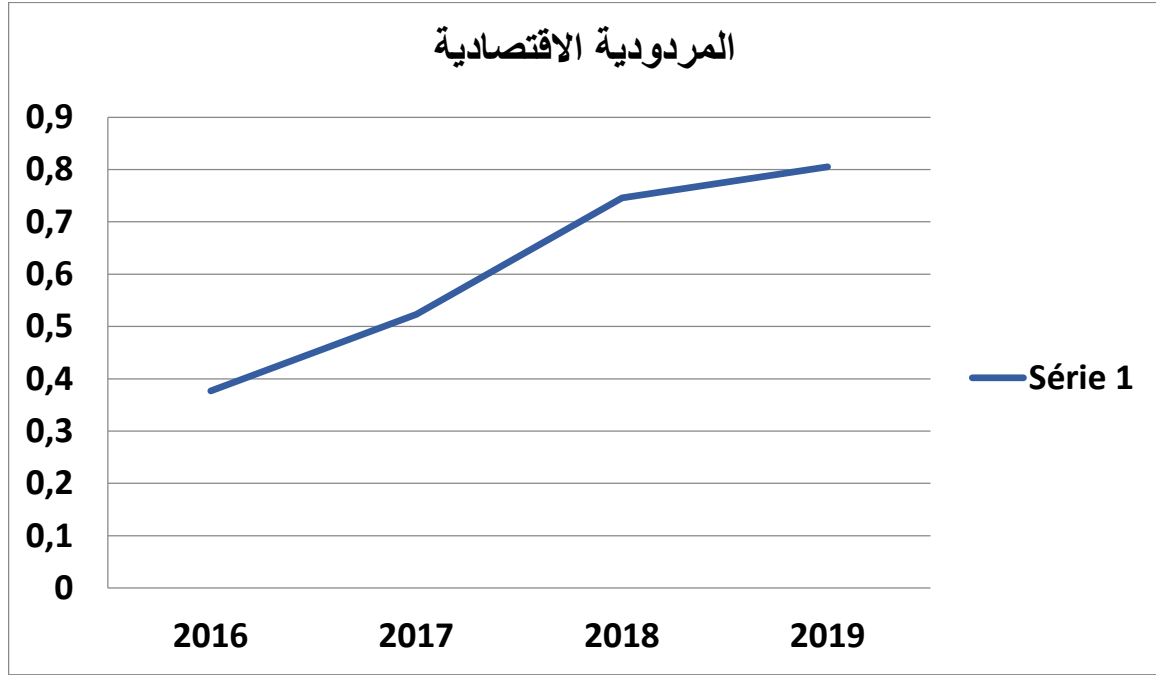
حيث كانت مردودية المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و 2017 تقدر ب 3.91% و 7.58% على التوالي، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 شهدت النسبة ارتفاعا ملحوظا فقد وصلت إلى 26.56% والتي تعد أعلى نسبة حققتها المؤسسة خلال هذه الفترة. ثم تراجعت النسبة بشكل طفيف سنة 2019 لتقدر ب 24.27%.

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

وهذا يعني أن كل دينار مستثمر من رأس مال المؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي يحقق ربح صافي يعود على المستثمرين بشكل أحسن من فترة عدم الاستعمال.

1-2 المردودية الاقتصادية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (06): المنحنى البياني للمردودية الاقتصادية للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

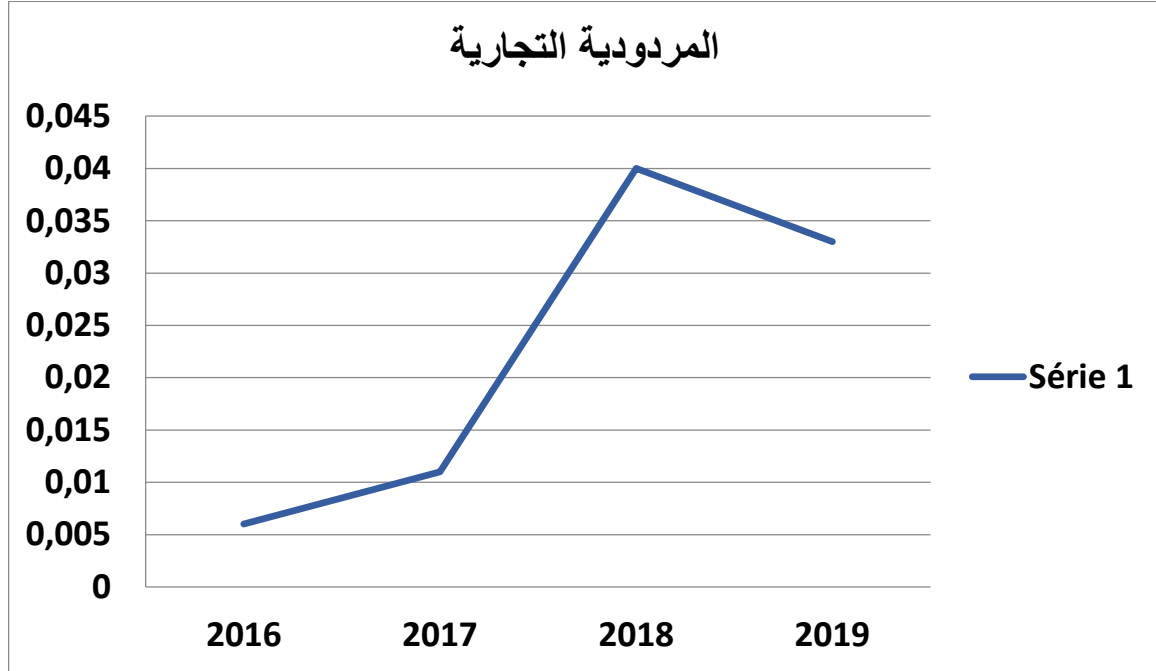
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن المردودية الاقتصادية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من المردودية الاقتصادية قبل الاستعمال.

حيث كانت مردودية المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و 2017 تقدر ب 37.70% و 52.36% على التوالي، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 ارتفعت النسبة لتصبح 74.67% وبقيت في ارتفاع لتقدر ب 80.50% سنة 2019.

وهذا يعني أن المؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تستخدم أصولها بطريقة فعالة وأحسن مقارنة بفترة عدم الاستعمال.

1-3 المردودية التجارية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (07): المنحنى البياني للمردودية التجارية للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

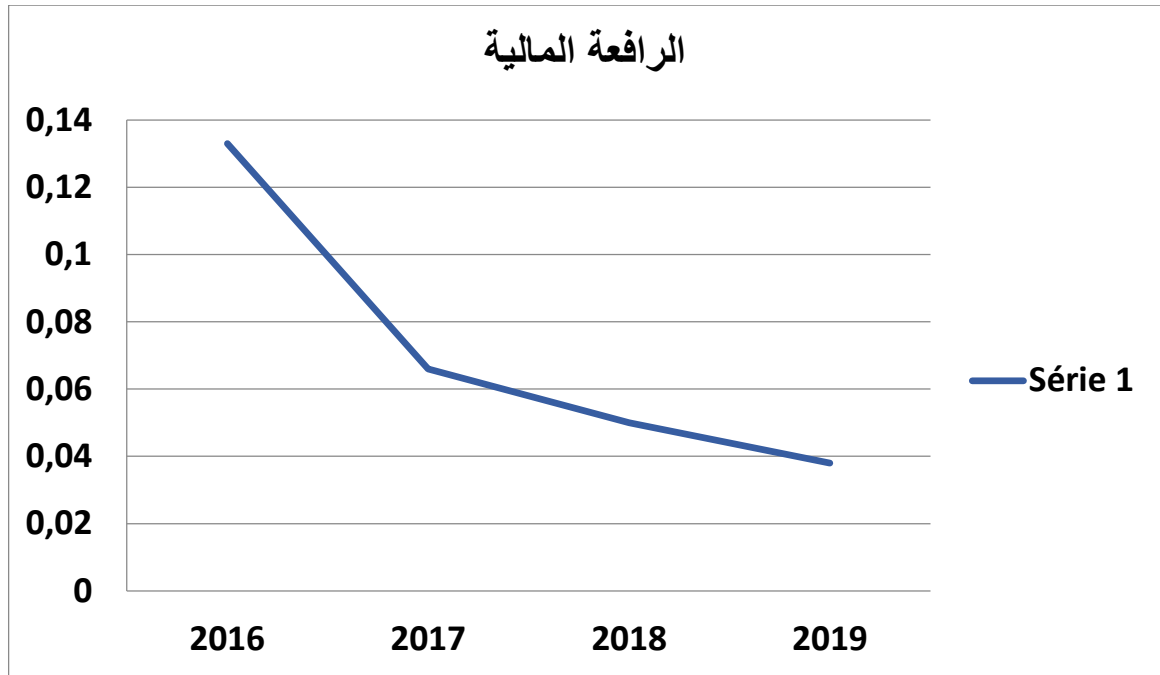
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن المردودية التجارية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من المردودية التجارية قبل الاستعمال.

حيث كانت مردودية المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و 2017 تقدر ب 0.69% و 1.11% على التوالي، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 ارتفعت النسبة لتصل إلى 4.08% وهي أعلى نسبة حققتها المؤسسة خلال هذه الفترة. ثم تراجعت النسبة بشكل طفيف سنة 2019 لتقدر ب 3.37%.

وهذا يعني أن كل دينار من المبيعات الصافية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي يحقق نتائج أكبر مقارنة بفترة عدم الاستعمال.

1-4 الرافعة المالية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (08): المنحنى البياني للرافعة المالية للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

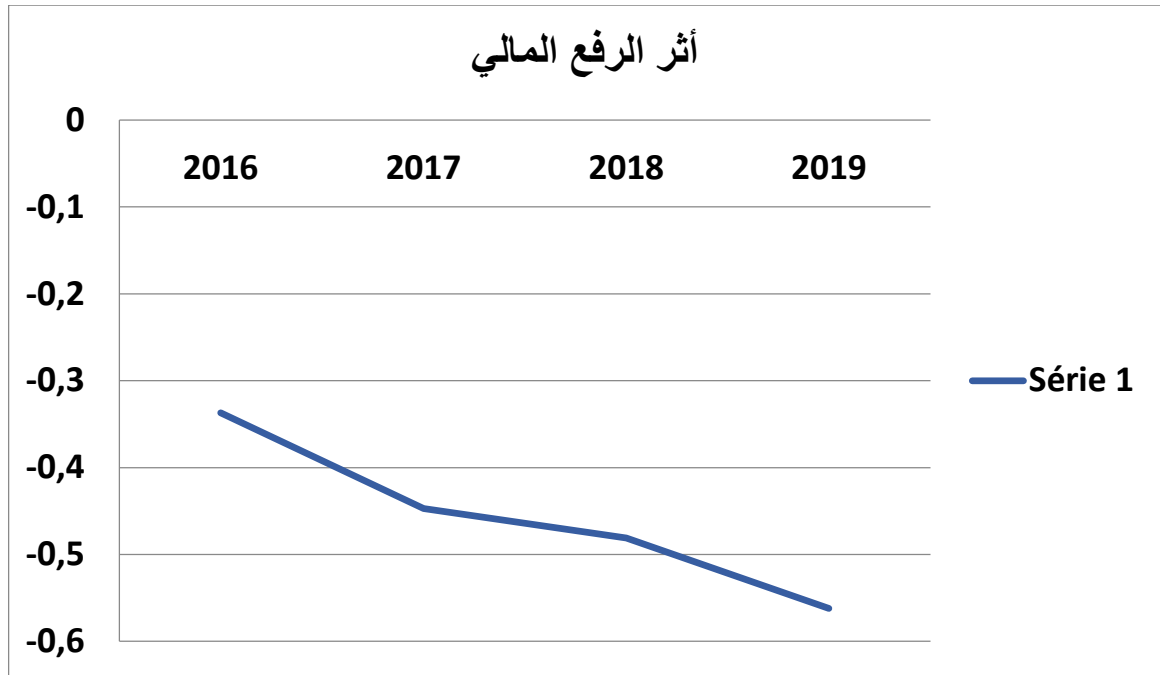
التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن الرافعة المالية للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكبر من الرافعة المالية بعد الاستعمال.

حيث اعتمدت المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و2017 على 13% و6% للاستدانة على التوالي، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 انخفضت النسبة لتصبح 5% وبقيت في انخفاض لتقدر ب 3% سنة 2019. وهذا يدل على اعتماد المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي للاستدانة بشكل أكبر مقارنة بفترة الاستعمال.

1-5 أثر الرافعة المالية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (09): المنحنى البياني لأثر الرافعة المالية للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

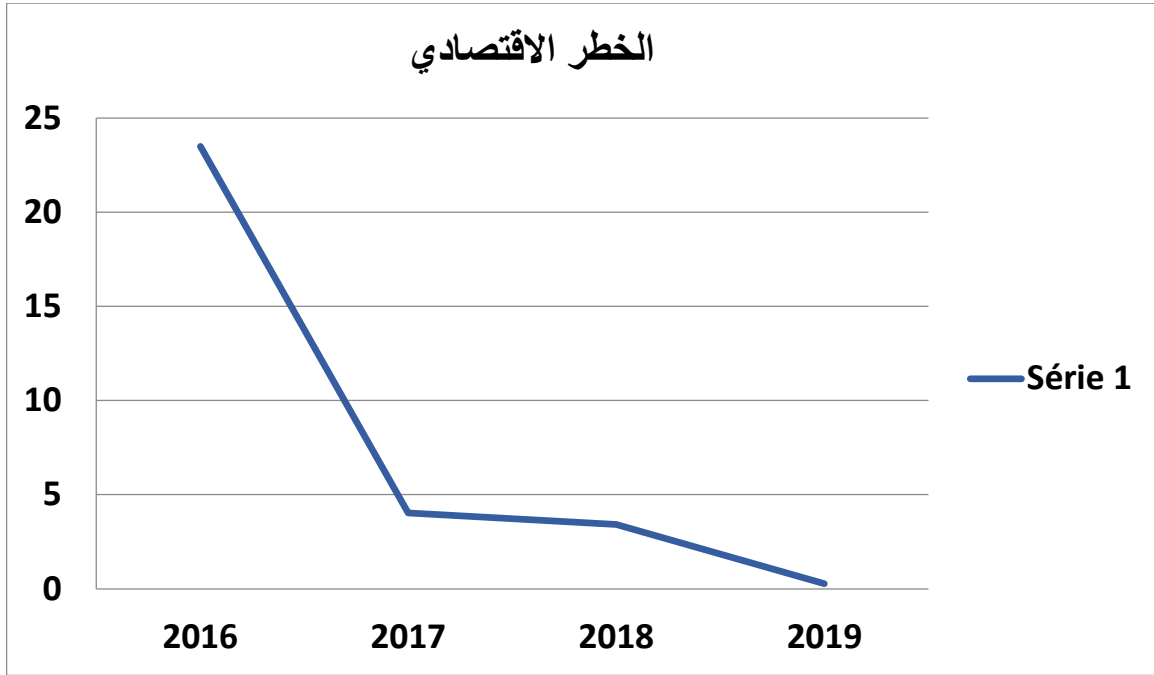
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن أثر الرافعة المالية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كان أكبر من أثر الرافعة المالية قبل الاستعمال.

حيث كان اثر الرافعة المالية في المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و 2017 يقدر ب (33.37)% و (44.78)% على التوالي، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 ارتفعت النسبة لتصبح (48.10)% و بقيت في ارتفاع لتقدر ب (56.23)% سنة 2019.

2- مقارنة نتائج قياس المخاطرة.

1-2 الخطر الاقتصادي: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (10): المنحنى البياني للخطر الاقتصادي للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

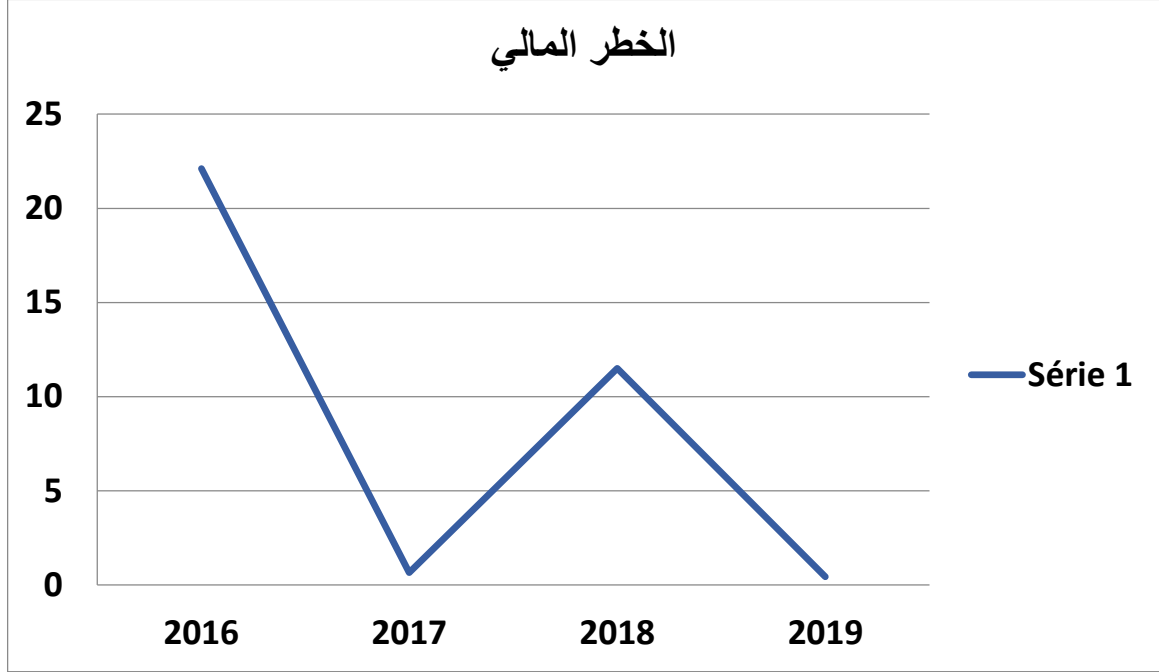
التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن الخطر الاقتصادي للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وضعه نفس الوضع الذي كان عليه قبل الاستعمال أي لم يحدث تغير كبير.

حيث كان الخطر الاقتصادي للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و 2017 يقدر ب 2350% و 403% على التوالي، مع العلم أن الارتفاع في سنة 2016 راجع لكون المؤسسة تنظر للمدى البعيد، فعند انخفاض الأسعار تستغل المؤسسة الوضع لتقوم بعملية تمويل مكثفة لاجتناب ارتفاع الأسعار مستقبلا ولهذا ترتفع ديونها، ثم بالمقابل ترتفع لاحقا كتلة الأموال المخصصة لتسديد الديون إلا أن هذا يعتبر في صالح المؤسسة (تم التوصل إليها من خلال المقابلة). ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 انخفضت النسبة قليلا لتصبح 341% وبقيت في انخفاض لتقدر ب 27% وهي أقل نسبة حققتها المؤسسة خلال هذه الفترة.

2-2 الخطر المالي: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (11): المنحنى البياني للخطر المالي للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن الخطر المالي للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وضعه نفس الوضع الذي كان عليه قبل الاستعمال.

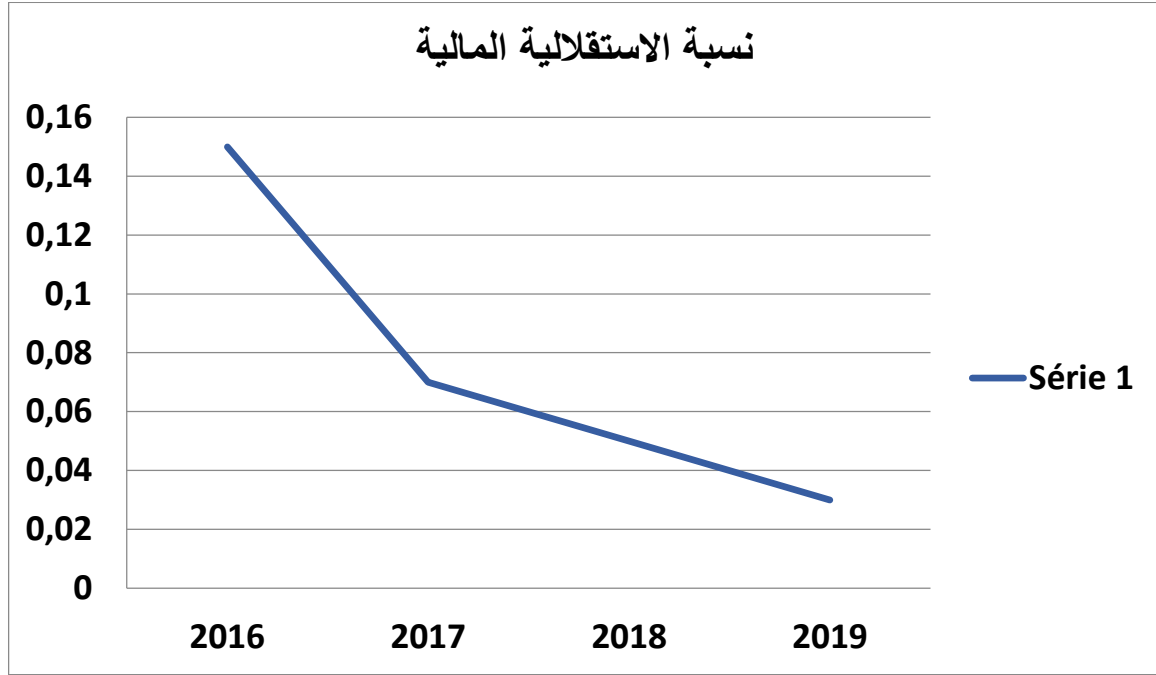
حيث كان الخطر المالي للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و2017 يقدر ب 2210% و66% على التوالي، مع العلم أن الارتفاع في سنة 2016 راجع لكون المؤسسة كما ذكرنا من قبل تنظر للمدى البعيد فتقوم باستغلال الفرص عند انخفاض الأسعار لتقوم بعملية تمويل مكثفة وبأسعار تنافسية، وبهذه الطريقة تخفض من الخطر المتوقع التعرض له مستقبلا، وبفضل جودة منتجات المؤسسة هي متأكدة من سيطرتها على الأسواق في الوقت المناسب للبيع (تم التوصل إليها من خلال المقابلة). ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 ارتفعت النسبة لتصبح 1150% وهذا راجع لنفس السبب السابق، ثم سنة 2019 عادت للانخفاض لتصبح 43% وهي أقل نسبة حققتها المؤسسة خلال هذه الفترة.

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

3-2 خطر الإفلاس: سيتم مقارنة النتائج المتحصل عليها عن طريق منحنيات التحليل الساكن لخطر الإفلاس، وهي كالتالي:

1-3-2 نسبة الاستقلالية المالية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (12): المنحنى البياني للاستقلالية المالية للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن نسبة الاستقلالية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من نسبة الاستقلالية المالية قبل الاستعمال.

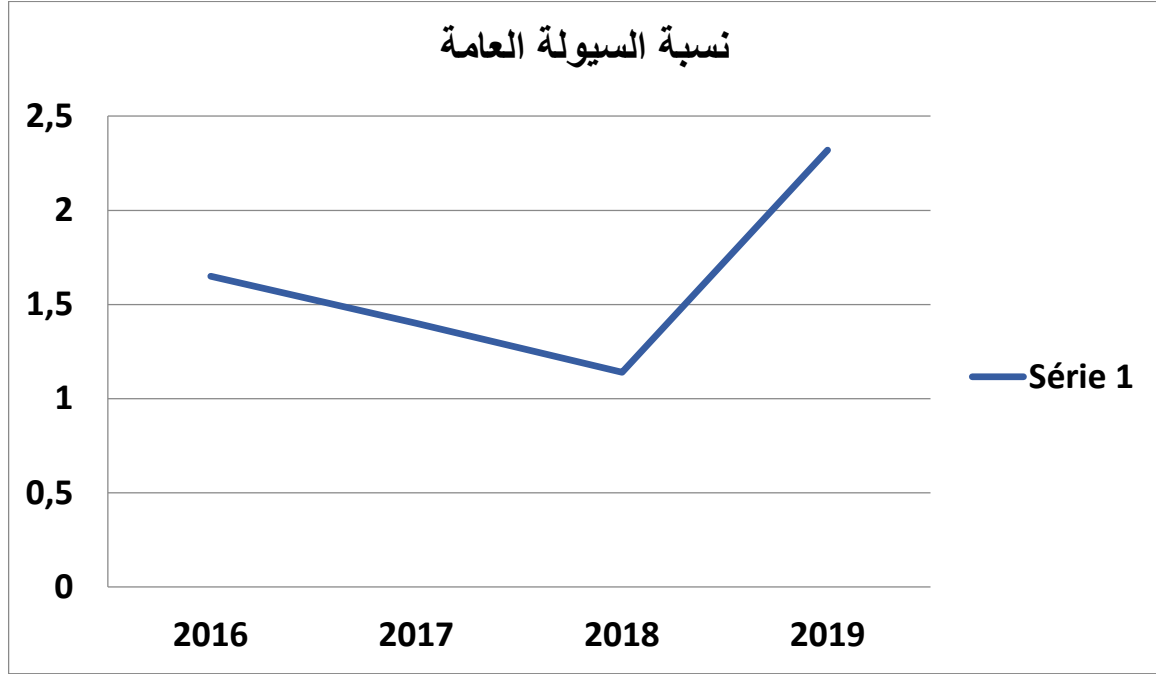
حيث كانت نسبة الاستقلالية المالية قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و2017 تقدر ب 15.4% و 7.1% على التوالي، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 انخفضت النسبة فقد قدرت ب 5.2% وسنة 2019 ب 3.9%.

وتعني هذه النسب أن المؤسسة لديها القدرة على الاستدانة لأن أموالها الخاصة أكبر من ديونها متوسطة وطويلة المدى.

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج

2-3-2 نسبة السيولة العامة: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (13): المنحنى البياني للسيولة العامة للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

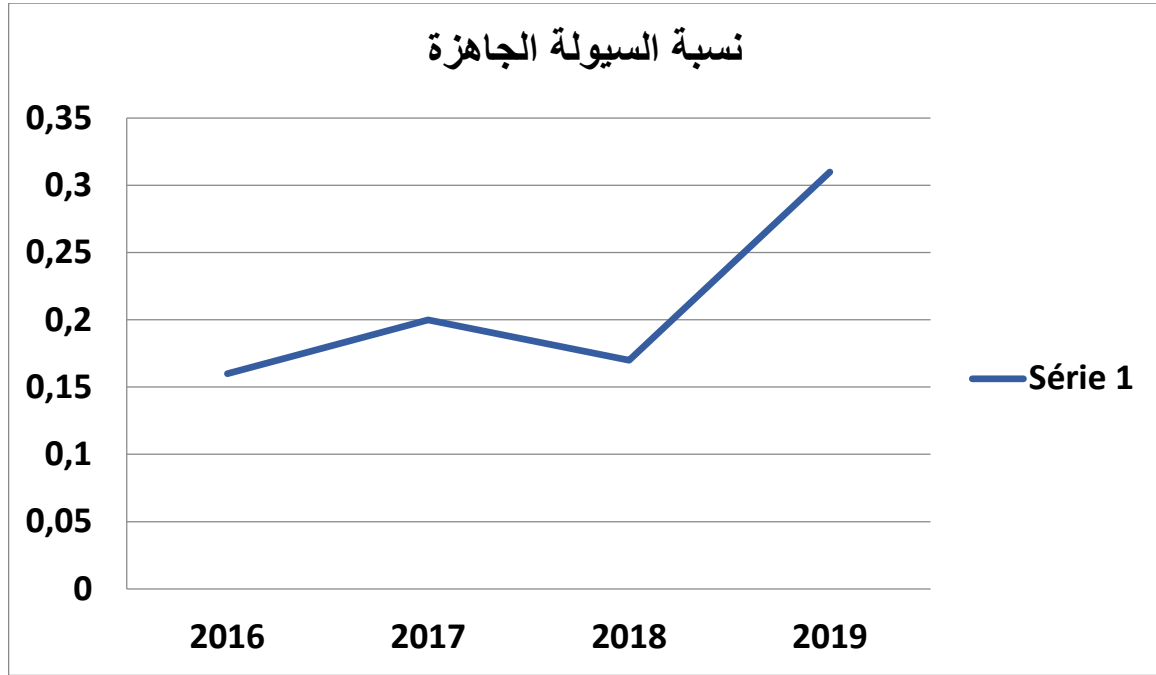
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن نسبة السيولة العامة للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من نسبة السيولة العامة قبل الاستعمال.

حيث كانت نسبة السيولة العامة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و 2017 تقدر ب 165.6% و 140.5% على التوالي، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 انخفضت النسبة قليلا لتصبح 114% وهذا راجع إلى ارتفاع الديون قصيرة الأجل، ثم سنة 2019 عادت للارتفاع لتصبح 232.9% وهي أعلى نسبة حققتها المؤسسة خلال هذه الفترة.

وهذا يدل على القدرة الكبيرة للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي على تغطية أصولها المتداولة لديونها قصيرة الأجل مقارنة مع فترة عدم الاستعمال.

2-3-3 نسبة السيولة الجاهزة: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (14): المنحنى البياني للسيولة الجاهزة للمؤسسة "أ"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن نسبة السيولة الجاهزة للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من نسبة السيولة الجاهزة قبل الاستعمال.

حيث كانت نسبة السيولة الجاهزة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنتي 2016 و 2017 تقدر ب 16.9% و 20% على التوالي، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 انخفضت النسبة قليلا لتصبح 17.1% وهذا راجع لكون المؤسسة فضلت استغلال النقدية الجاهزة في توفير احتياجاتها بدل تسديد الموردين الذين لا يمانعون على ذلك لعلاقتهم الجيدة مع المؤسسة وهم يمنحون لها مهلة طويلة للتسديد (تم التوصل إليها من خلال المقابلة)، ثم سنة 2019 ارتفعت لتصبح 31.5% وهي أعلى نسبة حققتها المؤسسة خلال هذه الفترة.

هذا يدل على أن المؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت في حالة أحسن مقارنة بعدم الاستعمال، لكن في كلتا الحالتين تعتبر هذه المؤسسة غير قادرة على الوفاء بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل متى استحققت الدفع.

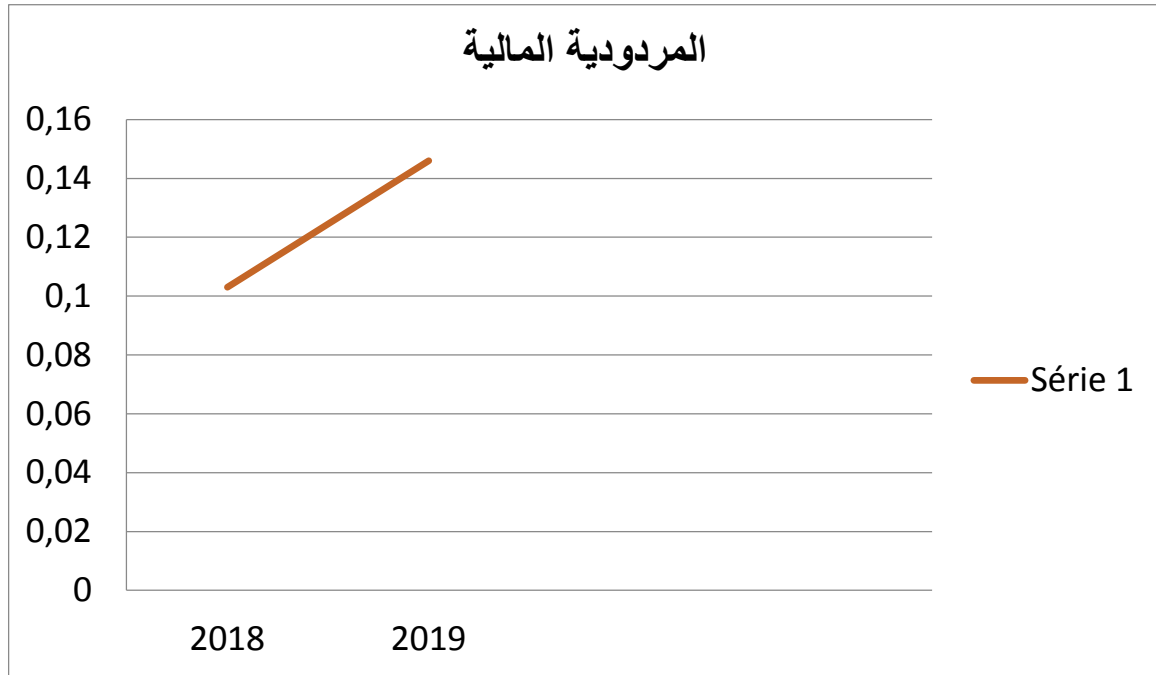
ثانيا: مقارنة نتائج المؤسسة "ب" قبل وبعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

1- مقارنة نتائج قياس المردودية:

1-1 المردودية المالية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني

التالي.

المنحنى رقم (15): المنحنى البياني للمردودية المالية للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

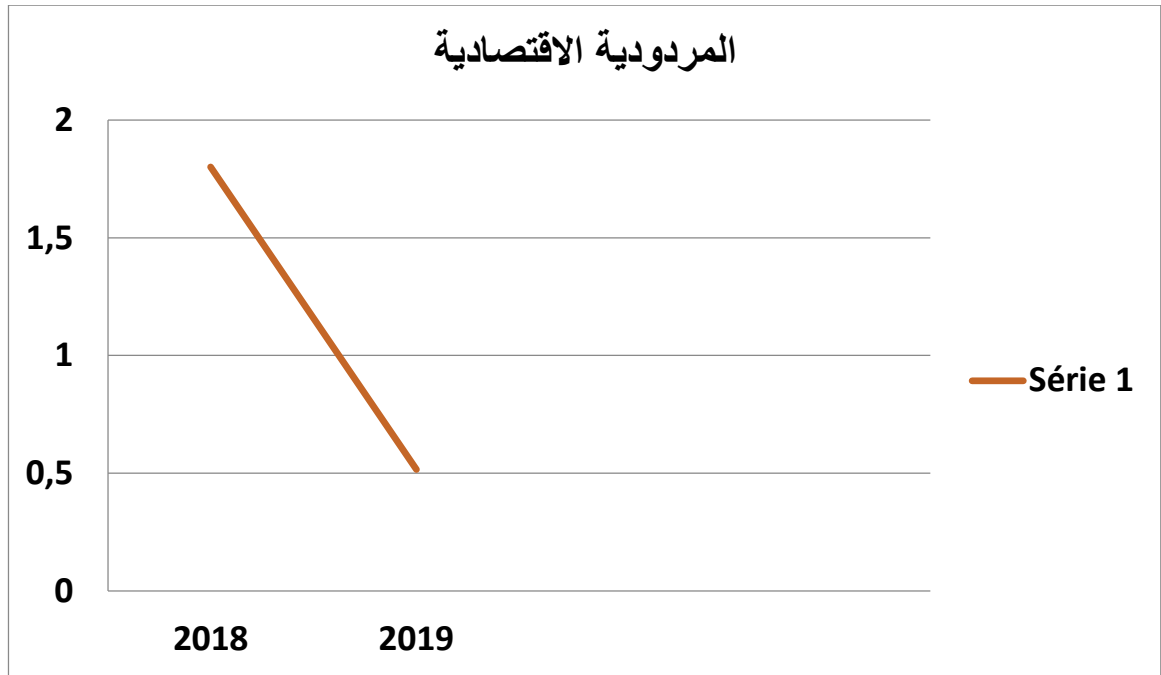
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن المردودية المالية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من المردودية المالية قبل الاستعمال.

حيث كانت مردودية المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 تقدر ب 10.37%، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 ارتفعت النسبة لتصبح 14.63%.

وهذا يعني أن كل دينار مستثمر من رأس مال المؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي يحقق ربح صافي يعود على المستثمرين بشكل أحسن من فترة عدم الاستعمال.

1-2 المردودية الاقتصادية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (16): المنحنى البياني للمردودية الاقتصادية للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

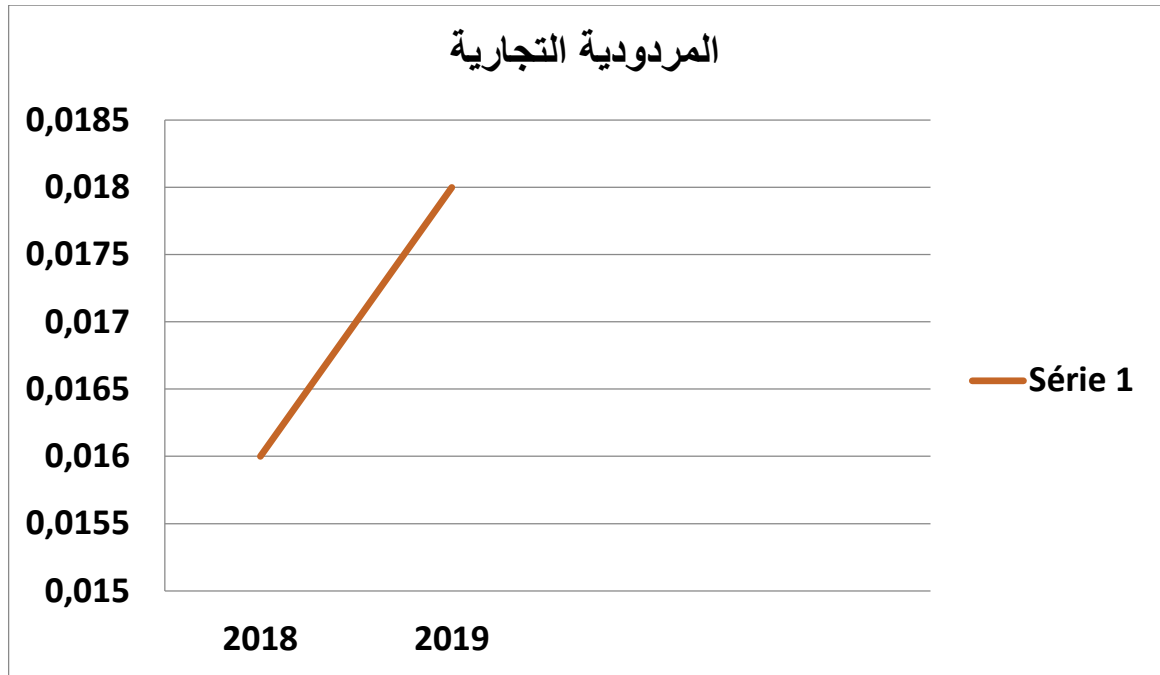
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن المردودية الاقتصادية للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من المردودية الاقتصادية بعد الاستعمال.

حيث كانت مردودية المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 تقدر ب 180.18%، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 انخفضت النسبة بشكل كبير لتصبح 51.52%.

وهذا يعني أن المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت تستخدم أصولها بطريقة فعالة وأحسن مقارنة بفترة استعمالها لهذه المواقع.

1-3 المردودية التجارية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (17): المنحنى البياني للمردودية التجارية للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

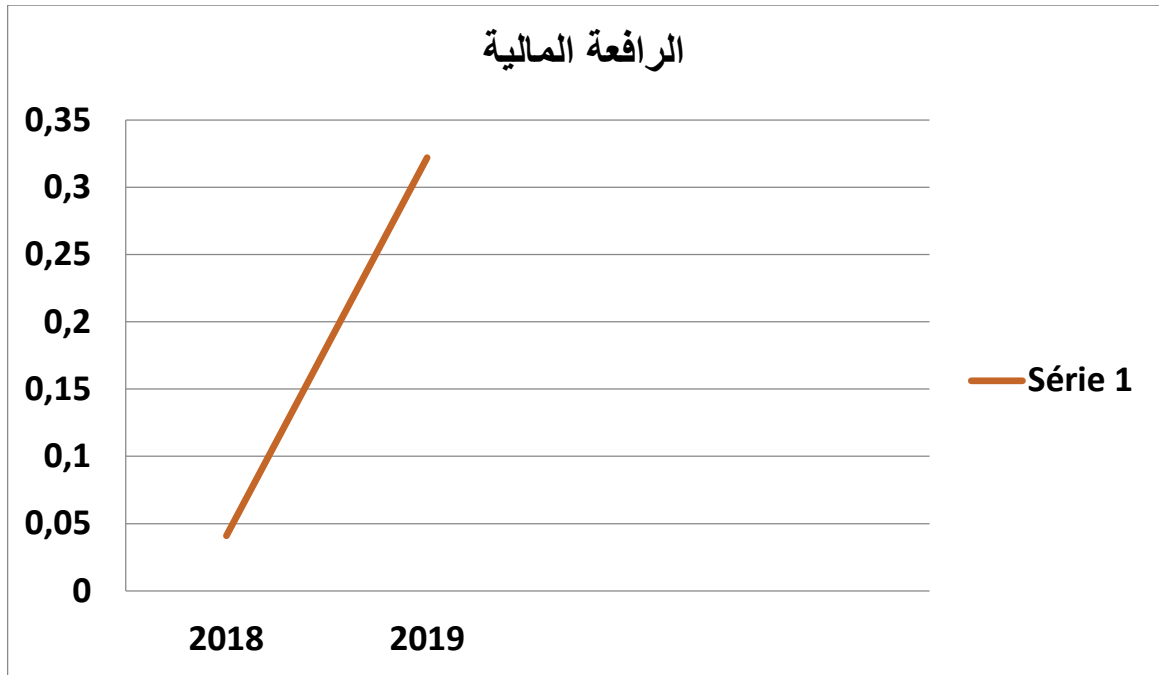
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن المردودية التجارية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من المردودية التجارية قبل الاستعمال.

حيث كانت مردودية المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 تقدر ب 1.63%، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 ارتفعت النسبة لتصبح 1.81%.

وهذا يعني أن كل دينار من المبيعات الصافية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي يحقق نتائج أكبر مقارنة بفترة عدم الاستعمال.

1-4 الرافعة المالية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (18): المنحنى البياني للرافعة المالية للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

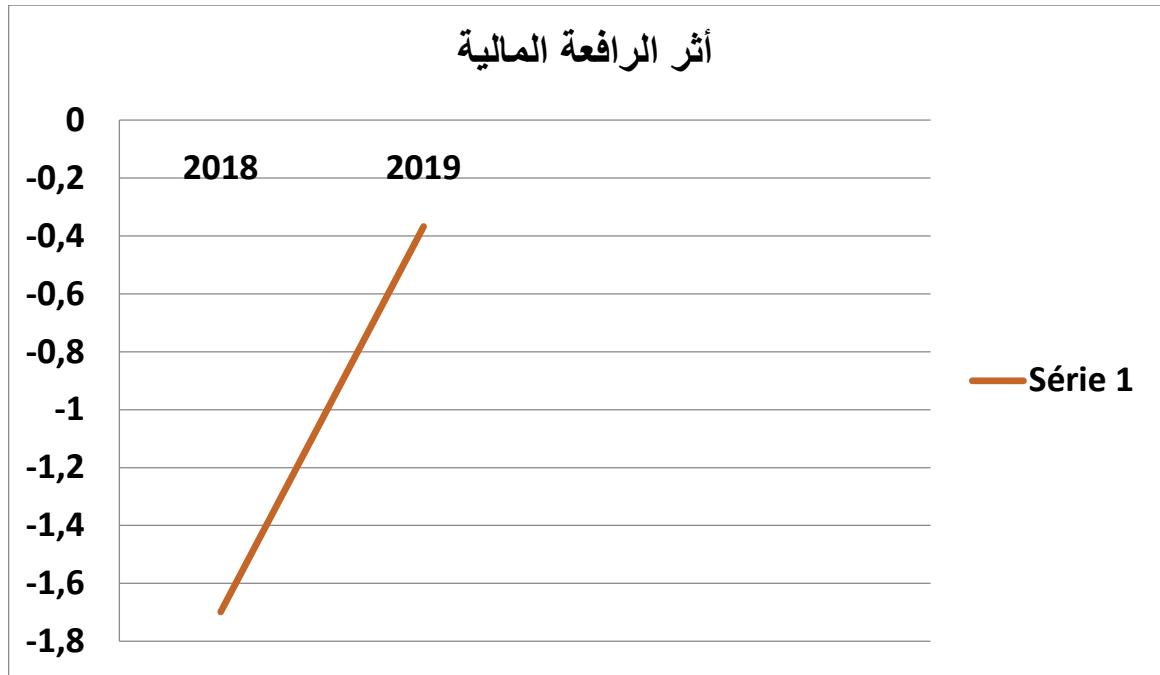
التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن الرافعة المالية للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكبر من الرافعة المالية قبل الاستعمال.

حيث اعتمدت المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 على نسبة 4% للاستدانة، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 ارتفعت نسبة الاستدانة لتصل إلى 32%. وهذا يدل على اعتماد المؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي للاستدانة بشكل أكبر مقارنة بفترة عدم الاستعمال.

1-5 أثر الرافعة المالية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (19): المنحنى البياني لأثر الرافعة المالية للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

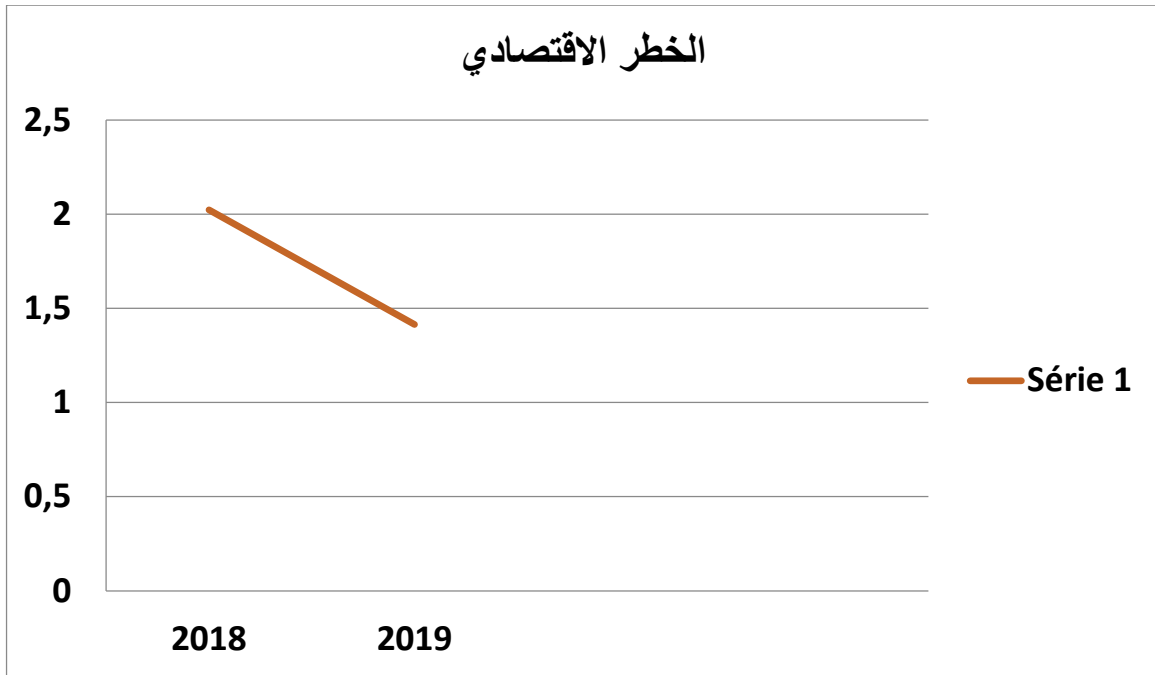
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن أثر الرافعة المالية للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكبر من أثر الرافعة المالية بعد الاستعمال.

حيث كان اثر الرافعة المالية في المؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 يقدر ب (169) %، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 انخفضت النسبة لتصبح (36) %.

2- مقارنة نتائج قياس المخاطرة.

1-2 الخطر الاقتصادي: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (20): المنحنى البياني للخطر الاقتصادي للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

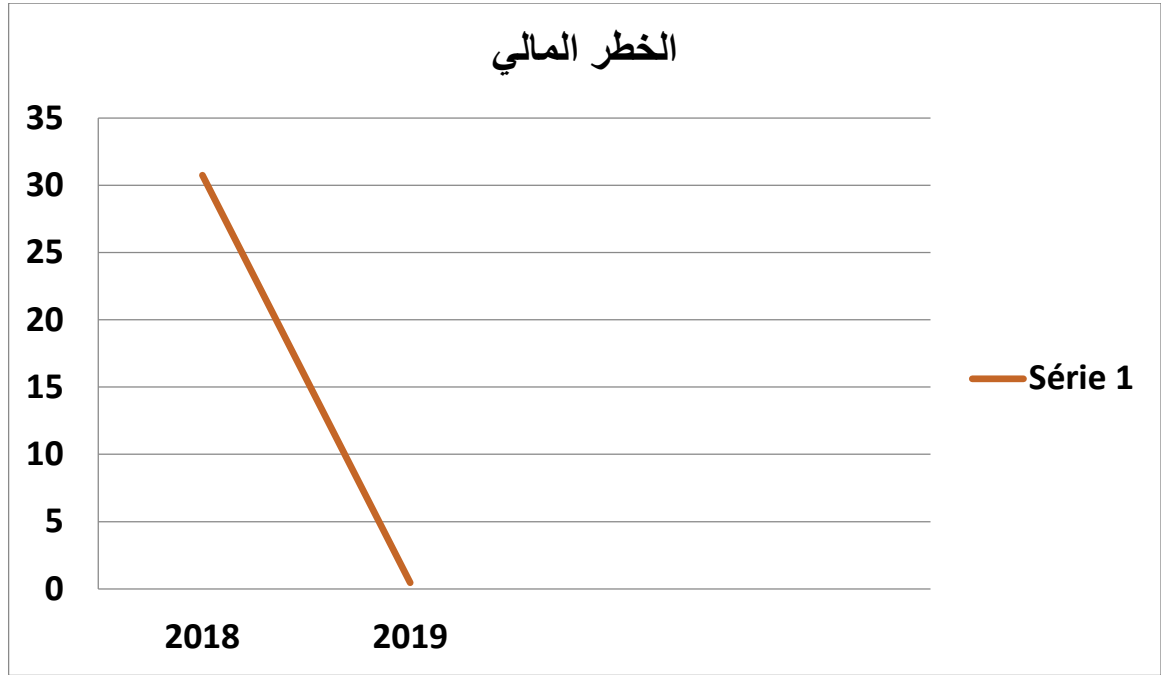
التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن الخطر الاقتصادي للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ما كان عليه قبل الاستعمال.

حيث كان الخطر الاقتصادي للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 يقدر ب 202.32%، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 انخفضت النسبة لتصبح 141%.

2-2 الخطر المالي: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (21): المنحنى البياني للخطر المالي للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن الخطر المالي للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي اقل من ما كان عليه قبل الاستعمال.

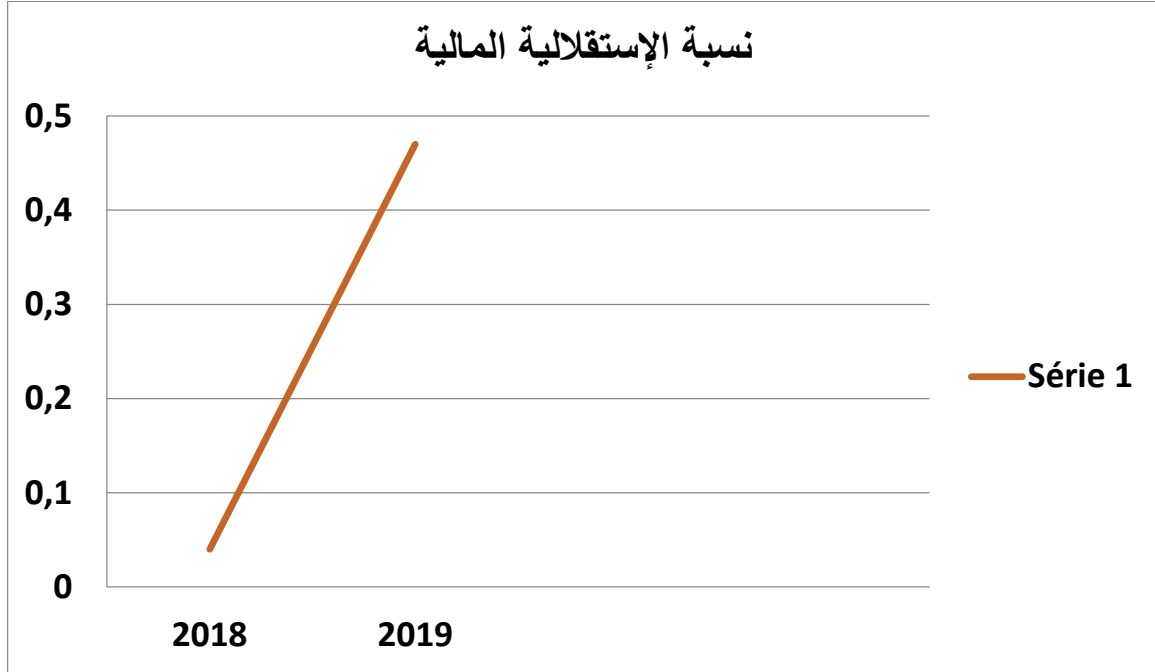
حيث كان الخطر المالي للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 يقدر ب 3075%، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 انخفضت النسبة لتصبح 45%.

2-3 خطر الإفلاس: سيتم مقارنة النتائج المتحصل عليها عن طريق منحنيات التحليل الساكن لخطر

الإفلاس، وهي كالتالي:

2-3-1 نسبة الاستقلالية المالية: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (22): المنحنى البياني للاستقلالية المالية للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

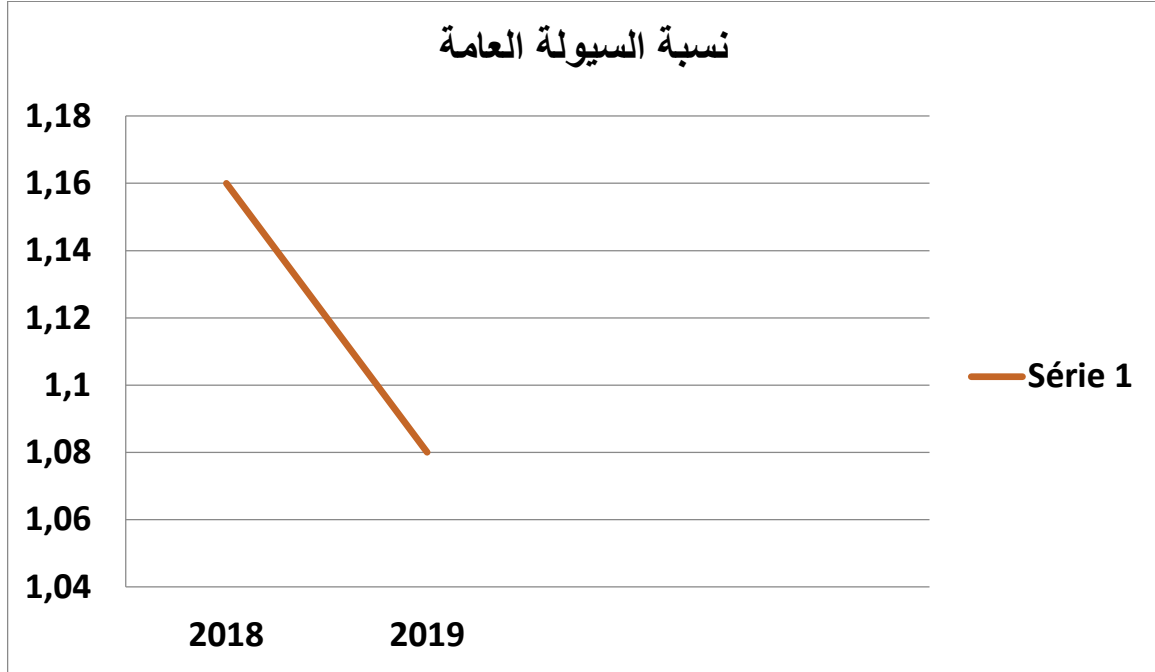
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن نسبة الاستقلالية المالية للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من نسبة الاستقلالية المالية بعد الاستعمال.

حيث كانت نسبة الاستقلالية المالية قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 تقدر ب 4.35%، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 ارتفعت النسبة لتصبح 47.70% وهذا راجع لكون المؤسسة تحصلت على تسبيقات من قبل الزبائن نظرا لتحسن نشاطها في هذه السنة (تم التوصل إليها من خلال المقابلة).

وتعني هذه النسب أن المؤسسة لديها القدرة على الاستدانة لان أموالها الخاصة أكبر من ديونها متوسطة وطويلة المدى.

2-3-2 نسبة السيولة العامة: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (23): المنحنى البياني للسيولة العامة للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

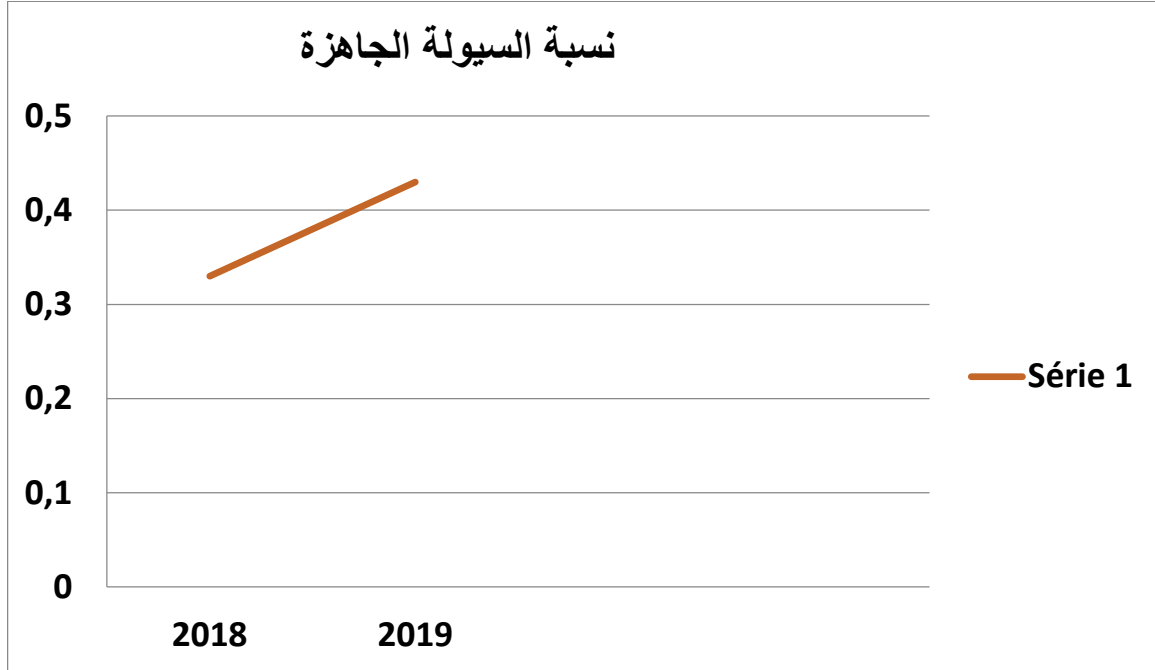
من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن نسبة السيولة العامة للمؤسسة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من نسبة السيولة العامة بعد الاستعمال.

حيث كانت نسبة السيولة العامة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 تقدر ب 116%، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 انخفضت النسبة قليلا لتصبح 108% وهذا راجع للفرق بين فترة الدفع والاستلام فالمؤسسة تدفع قبل استلام السلع أي أنها تنتظر فترة لاستلام سلعتها لتقوم بعد ذلك ببيعها ثم عملية التحصيل (تم التوصل إليها من خلال المقابلة).

وهذا يدل على أن المؤسسة قبل استعمالها لمواقع التواصل الاجتماعي كانت لديها قدرة أكبر على تغطية أصولها المتداولة لديونها قصيرة الأجل مقارنة مع فترة الاستعمال.

2-3-3 نسبة السيولة الجاهزة: سنقوم بمقارنة النتائج المتحصل عليها من خلال المنحنى البياني التالي.

المنحنى رقم (24): المنحنى البياني للسيولة الجاهزة للمؤسسة "ب"



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول السابقة.

التعليق:

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن نسبة السيولة الجاهزة للمؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كانت أحسن من نسبة السيولة الجاهزة قبل الاستعمال.

حيث كانت نسبة السيولة الجاهزة قبل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2018 تقدر ب 33%، ثم بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أي سنة 2019 ارتفعت النسبة لتصبح 43.83%.

هذا يدل على أن المؤسسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت في حالة أحسن مقارنة بعدم الاستعمال، لكن في كلتا الحالتين تعتبر هذه المؤسسة غير قادرة على الوفاء بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل متى استحققت الدفع.

الفرع الثاني: اختبار صحة الفرضيات ومقارنة النتائج مع الدراسات السابقة.

أولاً: اختبار صحة الفرضيات.

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، سيتم اختبار مجموعة الفرضيات الفرعية والفرضية الرئيسية التي تم وضعها في البداية، بغية التعرف على مدى صحتها أو خطئها.

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها من الجداول رقم (15)، (16)، (17)، (23)، (25)، والمنحنيات رقم (05)، (06)، (07)، (15)، (17)، تم قبول الفرضية الأولى جزئياً والتي تنص على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها من الجداول رقم (22)، (28)، (29)، (30) والمنحنيات رقم (12)، (13)، (14)، (20)، (21)، (24)، تم قبول الفرضية الثانية جزئياً والتي تنص على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في التخفيض من مخاطر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

من خلال ما تم التوصل إليه جراء إجراء المقابلة مع المؤسستين "أ" و"ب" وذلك أن العديد من المنتجات اشتهرت وكان عليها إقبال كبير بفضل عرضها على مواقع التواصل الاجتماعي، تم قبول الفرضية الثالثة والتي تنص على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً على مبيعات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

من خلال ما تم التوصل إليه جراء إجراء المقابلة مع المؤسستين "أ" و"ب" وذلك أن التفاعل والإشهار المجاني عبر مواقع التواصل الاجتماعي الذي يقوم به ويقدمه العملاء السابقين للعملاء المحتملين يساهم في نمو الإيرادات والرفع من الأداء المالي للمؤسسة. فوجود منتجات المؤسستين بقوة في الأسواق يثبت أن احتمال متابع واحد يؤثر على عشرات العملاء المحتملين. إضافة إلى أن المؤسسة "ب" الدافع الذي جعلها تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي هو الإشهارات المجانية التي كان يقوم بها العملاء السابقين على صفحاتهم الخاصة،

الفصل الثاني: دراسة حالة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج

والذي ساعد كثيرا في كسب عملاء جدد. تم قبول الفرضية الرابعة والتي تنص على أن عدد المتابعين والتفاعلات على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثران إيجابا على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

اختبار الفرضية الرئيسية:

من خلال النتائج المتوصل إليها من الدراسة واختبار الفرضيات الفرعية، تم التوصل إلى النتيجة النهائية المتعلقة بالفرضية الرئيسية، والتي تنص على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجابا على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي: يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إيجابا على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة.

ثانيا: مقارنة النتائج مع الدراسات السابقة.

جدول رقم (31): مقارنة نتائج الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة

المقارنة العنصر	أوجه التشابه والاختلاف بين نتائج الدراسة الحالية والدراسات السابقة
أوجه التشابه	
حجم المبيعات	تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة MUTERO WINFRED NJERI وذلك من ناحية حجم المبيعات، ف كلا الدراستين توصلتا إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في زيادة حجم المبيعات مما يسمح بنمو الإيرادات.
تكلفة اكتساب العملاء	تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة MUTERO WINFRED NJERI وذلك من ناحية تكلفة اكتساب العملاء، ف كلا الدراستين توصلتا إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في التقليل من تكلفة اكتساب العملاء.
الأداء المالي	تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة وذلك من حيث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أوجه الاختلاف	
<p>اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة (دراسة Nicholas Schmidt ودراسة Halil Akmese, Sarcan Aras, Kadriye Akmese) وذلك من حيث أن الدراسة الحالية توصلت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أما الدراسات السابقة فلم تدرس عنصر المردودية وإنما درست عنصر الربحية، حيث أنها توصلت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً على ربحية المؤسسات سواء الصغيرة والمتوسطة منها أو الكبيرة.</p>	المردودية
<p>اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث أن دراستنا توصلت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في التخفيض من مخاطر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أما الدراسات السابقة فلم تدرس عنصر المخاطرة.</p>	المخاطرة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

خلاصة الفصل

تعد الدراسة الميدانية التطبيقية جانبا مهما جدا لاستكمال وتعزيز الجانب النظري لأي بحث علمي، وهو ما تم تطبيقه في هذه الدراسة من خلال استخدام مجموعة من الوسائل التطبيقية المتمثلة في: دراسة حالة مؤسستين "أ" و"ب" بولاية برج بوعريريج من خلال مؤشرات قياس المردودية ومؤشرات قياس المخاطرة، إضافة إلى إجراء مقابلة مع مسيري كل من المؤسسة "أ" والمؤسسة "ب" بمقرهما الخاص.

حيث بينت النتائج المتحصل عليها أن الأداء المالي للمؤسستين حسن، ولكنهما يواجهان الخطر الاقتصادي والمالي.

ومن خلال كل ما سبق تم التوصل إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في الرفع من الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الخاتمة

لم تعد مواقع التواصل الاجتماعي تقتصر على كونها وسيلة اتصال بين الأفراد والشعوب فقط، بل تعدت وتعددت استخداماتها وفوائدها، فأصبح من الضروري على كل المؤسسات خاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لضمان نموها واستمراريتها أن تستغل ما تقدمه هذه المواقع من فوائد اتصالية وقدرة على التفاعل مع محيطها، من أجل دمجها في استراتيجيتها التسويقية وتحسين صورتها وعلامتها في أذهان العملاء.

فاستخدام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمواقع التواصل الاجتماعي يساعد في نمو إيراداتها وتحسين أداءها المالي.

النتائج

من خلال هذه الدراسة وبناء على الجانب النظري والتطبيقي لها، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج بما يتماشى مع خطة الدراسة والأهداف المسطرة، ويمكن تقديم هذه النتائج كما يلي:

- ✓ مرت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بعدة مراحل منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، حيث ازدادت أهميتها من اعتبارها قطاعا هامشيا إلى قطاع مكمل وداعم للمؤسسات العمومية، وصولا إلى الاهتمام البالغ بها من قبل الهيئات المختصة؛
- ✓ يعرف عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تزايدا مستمرا وملحوظا على مدى السنوات السابقة، إلا أن هذه الزيادة تخص القطاع الخاص خلافا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية التي تعرف تراجعا مستمرا؛
- ✓ تزايد نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في التشغيل؛
- ✓ تملك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة إقبالا كبيرا على منتجاتها سواء في الأسواق المحلية أو العالمية، ويرجع الفضل في ذلك لجودتها وأسعارها التنافسية؛
- ✓ يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التخفيض من تكلفة اكتساب العملاء، فتكلفة الإشهار والتسويق من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أرخص بكثير مقارنة بالطرق التقليدية الأخرى كحضور المعارض مثلا، والتي أغنتهم هذه المواقع عن حضورها فيحضرونها أحيانا فقط لأهداف أخرى وليس لاكتساب العملاء (وعلى رأسها التعرف على المنافسين). أي أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة بعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تفضل استقطاب العملاء من خلالها نظرا لأنها بأقل تكلفة ووقت وجهد (تم التوصل إليها من خلال المقابلة).

- ✓ ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة مبيعات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة، فالعديد من المنتجات اشتهرت وكان عليها إقبال كبير بفضل عرضها على مواقع التواصل الاجتماعي؛
- ✓ يساهم التفاعل والإشهار المجاني الذي يقوم به ويقدمه العملاء السابقين للعملاء المحتملين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نمو الإيرادات، وتحسين الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

الاقتراحات المقدمة:

- انطلاقاً من جملة النتائج المتوصل إليها سابقاً، ومن أجل ضمان بقاء واستمرارية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سيتم تقديم مجموعة من الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أخذها بعين الاعتبار. من بينها ما يلي:
- ✓ على الهيئات الخاصة بدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غي الجزائر أن تضمن متابعة وتوجيه أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة في بداية انطلاقها لتجنب الفشل المبكر، وليس الانسحاب من عملية المتابعة بمجرد انطلاق المشروع؛
- ✓ الاهتمام الفعلي بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال تكثيف الأيام الثقافية والتحسيسية حول المقولة وإنشاء المؤسسات سواء على مستوى الجامعات أو على مستوى قاعات الثقافة من أجل توعية الشباب بوجود اختيارات أخرى بدل حصر تفكيرهم في الوظيفة؛
- ✓ لا بد من إقناع أصحاب وإطارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن الشفافية لا تتعارض أبداً مع مصالح مؤسساتهم، ولا تشكل خطراً عليها؛
- ✓ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لكسب عملاء جدد عن طريق تنظيم المسابقات التي تحفزهم للمشاركة مما يؤدي إلى متابعة جديد الصفحة، فيما يخص المؤسسات محل الدراسة فهي تستعمل هاته الوسيلة ولكن عليها بتنشيطها واستغلالها أكثر؛
- ✓ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتوضيح أسعار المنتجات المقدمة من طرف المؤسسات محل الدراسة؛
- ✓ عرض منتجات المؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل التيك توك؛
- ✓ زيادة معدل ترويج الصفحة؛

يمكن اقتراح بعض المواضيع التي من الممكن أن تكون إشكاليات لبحوث ودراسات مستقبلا، وهذا لتكون استمرارا وإضافة علمية في هذا المجال. وفيما يلي بعض هذه المواضيع:

- ✓ تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للمستهلك؛
- ✓ أهمية تبني معايير الشفافية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في تحسين أداءها المالي؛
- ✓ دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق الاقتصاد الوطني؛
- ✓ تقييم الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر باستخدام المؤشرات المالية الحديثة

قائمة المراجع

1- الكتب

- 1- أحمد رحموني، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في إحداث التنمية الشاملة في الاقتصاد الجزائري"، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، 2011.
- 2- أحمد عارف العساف، وآخرون، "الأصول العلمية والعملية لإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة"، ط1، دار صن للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 3- إلياس بن ساسي، يوسف قريشي، "التسيير المالي (الإدارة المالية)"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2006، ص267.
- 4- أليكس بليث، "التسويق الالكتروني المتميز"، ترجمة: أسماء عليوة، مجموعة النيل العربية للنشر، ط1، 2013.
- 5- أمين السيد احمد لطفي، "التحليل المالي الأساسي للاستثمار في الأوراق المالية"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
- 6- أيمن علي عمر، "إدارة المشروعات الصغيرة _مدخل بيني مقارن"، ط1، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2007.
- 7- بيت عبد الله القهيوي، بلال محمود الوادي، "المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية"، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2012.
- 8- جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، "الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية"، المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2015.
- 9- جهاد عبد الله عفانة، قاسم موسى أبو عيد، "إدارة المشاريع الصغيرة"، دار البازوزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 10- حسان أحمد قمحية، "الفيسبوك تحت المجهر"، النخبة للنشر والتوزيع، ط1، الجيزة، مصر، 2017.
- 11- حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، "وسائل التواصل الاجتماعي _رحلة في الأعماق"، دار حروف للنشر والتوزيع، ط1، أبو ظبي، 2020.
- 12- رايح خوني، رقية حساني، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها"، ط1، أتراك للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
- 13- سامر مظهر قنطججي، "فقه الإدارة المالية والتحليل المالي"، ط1، 2019.
- 14- سعاد نائف برنوطي، "إدارة الأعمال الصغيرة _أبعاد للريادة"، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005.

- 15- عامر خريوطي، "ريادة الاعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2018.
- 16- عبد الرحمان كساب عامر، "جسور التنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، ط1، دار كتاب للنشر والتوزيع، مصر، 2016.
- 17- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، "مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني"، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015.
- 18- عبد الله خبابة، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة"، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2013.
- 19- عدنان تايهالنعي، أرشد فؤاد التميمي، "التحليل والتخطيط المالي اتجاهات معاصرة"، دار البازوزي، 2007.
- 20- علي خليل شقرة، "الإعلام الجديد_شبكات التواصل الاجتماعي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014.
- 21- فاطمة الصيفي، علياء محمود جراد، "ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة"، منشورات كلية التجارة، جامعة الاسكندرية، مصر، 2019.
- 22- فريد النجار، "الصناعات والمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم_مدخل رواد الأعمال"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
- 23- ليندا كولز، "التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، ترجمة: أحمد المغربي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2016.
- 24- ماجدة العطية، "إدارة المشروعات الصغيرة"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2004.
- 25- ماهر عودة الشمالي، وآخرون، "الإعلام الرقمي الجديد"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- 26- مجدي الجعبري، "التحليل المالي المتقدم"، الحكمة للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- 27- محمد أبو غزالة، "إدارة المشاريع الصغيرة"، الطبعة العربية، أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 28- محمد محمود الخطيب، "الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات"، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.

- 29- محمد مدحت غسان الخيري، دلال غسان الخيري، "التحليل المالي_الكشف عن الانحراف والاختلاس"، الصابل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- 30- محمود الخلايلة، "التحليل المالي باستخدام البيانات المحاسبية"، ط2، الأردن، 1998.
- 31- مركز المحاسب للاستشارات، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب نموذجاً"، دار المحاسب للنشر والتوزيع، ط1، المملكة العربية السعودية، الرياض، 2017.
- 32- مصطفى يوسف كافي، "بيئة وتكنولوجيا إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 33- مليكة زغيب، ميلود بوشنقير، "التسيير المالي حسب البرنامج الرسمي الجديد"، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
- 34- منير شاكر محمد، وآخرون، "التحليل المالي مدخل صناعة القرارات"، مطبعة الطلية، ط1، عمان، الأردن، 2000.
- 35- ميساء حبيب سليمان، سمير العابدي، "المشروعات الصغيرة وأثرها التنموي"، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2015.
- 36- نبيل جواد، "إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2007.
- 37- نهى إبراهيم خليل إبراهيم، "الصناعات ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية"، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر، 2009.
- 38- هالة محمد لبيب عنبة، "إدارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2004.
- 39- يوسف عبد الرحيم يوسف، "إدارة الأعمال التجارية الصغيرة"، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2002.
- 2- أطروحات الدكتوراه
- 40- حسينة شملول طيار، "أثر إصلاحات النظام المصرفي الجزائري على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تحت إشراف بعداش مسيكة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2018.
- 41- حنان جودي، "إستراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار لتدارك الفجوة الإستراتيجية والاندماج في الاقتصاد التنافسي_دراسة حالة الجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تحت إشراف

بن بركة عبد الوهاب، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2017.

42- رزيقة عثمان، "تمثلات الشباب الجزائريين للإعلام الجديد_دراسة سوسيوولوجية على عينة خطابات مستخدمي الفايبروك في الجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع الثقافي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2018.

43- سليمان بن بوزيد، "استخدام مخرجات تحليل القوائم المالية في قياس أداء البنوك التجارية والتنبؤ بالتعثر المصرفي _ دراسة عينة من البنوك التجارية في الجزائر خلال الفترة 2001-2015"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2017.

44- سليمان بن بوزيد، "استخدام مخرجات القوائم المالية في قياس أداء البنوك التجارية والتنبؤ بالتعثر المصرفي_دراسة عينة من البنوك التجارية في الجزائر خلال الفترة (2001-2015)", أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2017.

45- سهام بوقلوف، "استخدام مواقع التواصل وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية _دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018.

46- عبد الغني دادن، "قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية نحو إرساء نموذج للإنذار المبكر باستعمال المحاكاة المالية_حالة بورصتي الجزائر وباريس"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007.

47- علي حسين، "إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير إدارة المعرفة في مؤسسات قطاع الهاتف النقال _دراسة حالة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2018.

48- عيسى صالح عنابي، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري _دراسة حالة منتجات مجمع عمر بن عمر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، الجزائر، 2016.

49- مراد حجاج، "دراسة قدرة المؤشرات المالية على تفسير الكفاءة النسبية للأداء المالي لمؤسسات الاسمنت الجزائرية_دراسة تطبيقية لمؤسسات المجمع الصناعي لإسمنت الجزائر خلال الفترة (2016-

(2011)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر، 2019.

50- نجلاء نوبلي، "استخدام أدوات المحاسبة الإدارية في تحسين الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية_دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

51- نوال بركات، "انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية_دراسة حالة على عينة من المستخدمين الجزائريين"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016.

52- وسيلة سعود، "حوكمة المؤسسات كأداة لرفع أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016.

3- رسائل الماجستير

53- باية كنزة شرابي، "العوامل المحددة لبناء الهيكل المالي للمؤسسة_حالة عينة من المؤسسات الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2014.

54- بدر الدين بن بلعباس، "شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين_الفييس بوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015.

55- توفيق سميح محمد الأغواط، "دور المؤشرات المالية في تقييم الأداء المالي لشركة البوتاس العربية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإدارية والمالية، قسم المحاسبة، جامعة الإسراء، عمان، الأردن، 2015.

56- حنان بن قسمي، "مواقع التواصل الاجتماعي ونشر الوعي البيئي_دراسة مسحية لعينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2015.

57- حنان بوطغان، "تحليل المردودية المحاسبية للمؤسسة الاقتصادية_دراسة حالة الشركة الوطنية للبيبترو كيمياء"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم التسيير والعلوم الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2007.

- 58- ربيعة بوزيدي، "الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية _دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفايس بوك نموذجا"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، قسم علون الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017.
- 59- زينة مرمول، "مواقع التواصل الاجتماعي والسياحة البيئية _دراسة وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي موقع الفايس بوك بمدينة سطيف"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علون الاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018.
- 60- سليم عماري، "دور تقييم الأداء المالي في التنبؤ بالفشل المالي للشركات_دراسة حالة عينة من الشركات المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية خلال الفترة (2009-2012)"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2015.
- 61- صباح شاوي، "أثر التنظيم الإداري على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة _دراسة تطبيقية لبعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية سطيف"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010.
- 62- عادل عشي، "الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية قياس وتقييم_دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل ببسكرة (2000-2002)"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2002.
- 63- عبد الرحمن صيد، "أثر الإبداع التكنولوجي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر _دراسة حالة مؤسسة برودياك مطاحن الزهرة للفترة 2009-2014"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، معهد الباحث للتكوين والدراسات العليا بالجزائر، قسم الدراسات العليا جامعة اريس الامريكية، الجزائر، 2016.
- 64- غنية الجوزي، "أهمية اعتماد البورصة كوسيلة تقييم مردودية المؤسسة وتمويل تطورها_دراسة حالة مجمع صيدال"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019.
- 65- فيروزة بوزورين، "دور إدارة الحياة الوظيفية في تحفيز العاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة _دراسة ميدانية بشركة مامي للمشروبات التجارية"، سطيف، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تحت إشراف بن مهدي عبد الوهاب، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010.

- 66- محمد الناصر مشري، "دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة_دراسة الإستراتيجية الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة ولاية تبسة"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تحت إشراف بورغدة حسين، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011.
- 4-المجلات
- 67- بلخير بكاري، عبد الرحمن دغوم، "دراسة أثر الرفع المالي على المردودية المالية"، مجلة العدد الاقتصادي، المجلد 8، العدد 1 جانفي 2017، جامعة الأغواط، الجزائر، 2017.
- 68- خديجة لدرع، "تحو تعزيز البنوك الإسلامية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة_دراسة حالة بنك البركة الجزائري"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، العدد 06، 2011.
- 69- دلال خطاب، نور الدين زعبيط، "تحليل وتقييم الأداء المالي باستخدام المؤشرات المالي"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 4، العدد 1 جوان 2018، جامعة عبد الحفيظ بو الصوف، ميلة، الجزائر، 2018.
- 70- زاهية لعرابة، مصطفى فريد، "قياس الأداء المالي باستخدام مؤشرات الربحية في البنوك التجارية الجزائرية"، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 6، العدد 1، الجزائر، 2020.
- 71- زاهية لعرابة، عباس فرحات، "تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية في ظل قيد السيولة"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 1، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر.
- 72- سامي زعباط، فاتح سردوك، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة الداخلية ولاية جيجل_دراسة عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 7، العدد 1، جامعة الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2022.
- 73- سامية عزيز، "مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، العدد 02، جوان 2011.
- 74- سهيلة عماري، "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على سلوك الزبائن السياحيين في الجزائر"، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2020.
- 75- طلب فاضل مشتاق، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي"، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، 2017.
- 76- الطيب داودي، "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الواقع والمعوقات_حالة الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، العدد 11، 2011.

- 77- عبد الحق بوقفة، عبد الله مايو، "مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والصعوبات التي تواجهها"، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 05، 2018.
- 78- عبد الرحمن ياسر، عماد الدين براشن، "قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر الواقع والتحديات"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 3، جوان 2018.
- 79- على كاظمي غدير، "آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأطفال"، المجلة الدولية لنشر الدراسات العلمية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة بغداد العراق، 2018.
- 80- عمر بن دادة، "مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الحد من مشكلة البطالة"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريبيج، العدد 01، 2017.
- 81- محمد الأمين وليد طالب، نظيرة قلادي، "الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وهيئات دعمها"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 5، العدد 1، جوان 2019، المركز الجامعي محمد بو الصوف، ميلة، الجزائر، 2019.
- 82- محمد الناصر مشري، "مواقع التواصل الاجتماعي كمدخل لتنمية المواطنة البيئية _دراسة آراء عينة من الأساتذة بجامعة سوق أهراس"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد 1، جامعة مساعدية محمد الشريف، سوق أهراس، الجزائر، 2021.
- 83- نور الدين بهلول، "تحليل وتقييم الأداء المالي للمؤسسة الجزائرية للدهن وحدة سوق أهراس"، المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية المالية، العدد 3 ديسمبر 2016، جامعة محمد الشريف مساعدية، سوق أهراس، الجزائر، 2018.
- 5- الملتقيات
- 84- سليمة غدير أحمد، عائشة سلمى كحيلي، "تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وأفاق"، الملتقى الدولي حول استراتيجيات تنظيم ومراقبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة قاصدي مرباح، في 19/18 أبريل 2012.
- 85- فريدة قاضي، "التصدي لمعوقات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، الملتقى الوطني حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل مستجدات القانون الجزائري، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، يوم 28 نوفمبر 2019.
- 86- مصطفى عوادي، "المسؤولية الاجتماعية كآلية في استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر _الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 07/06 ديسمبر 2017.

6- المطبوعات والمحاضرات الجامعية

- 87- محمد رزقي، "مطبوعة مقدمة في مقياس التحليل المالي"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج.
- 88- مولود مليكاوي، "مطبوعة مقدمة في مقياس إستراتيجية مالية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج.
- ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

- 89- Giusychesini, elisagiaretta and andreapaltrinieri, (2017) "**financial markets, sme financing and emerging economies**".
- 90- Hibalamiri, bouchrabelmoufeq, "**l'impact des reseaux sociaux sur la creation de la valeur des entreprises en termes de e-recrutement _etude exploratoire**", journal of social sciences and organization management, universitehassan ii, casablanca.
- 91- Muterowinfrednjeri, "**effect of social media interactions on financial performance of commercial banks in kenya**", a research project submitted in partial fulfilment of the requirement for the award of the degree of master of science in finance, school of business, university of nairobi, 2014.
- 92- Oswald jones, flonatilley, "**competitive advantage in smes _ organising for innovation and change**", wileyéditions, england, 2003.

الملاحق

الملحق رقم 01: الميزانية المالية للمؤسسة "أ" لسنة 2016

الملحق 01

ENTREPRISE: SARL MISS FLOWERS PARIS

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2016

BILAN ACTIF - PASSIF

Libelle		2016
ACTIF	Actifs non courants	35 783 758,22
	Actifs courants	192 865 528,32
	Trésorerie active	22 025 355,37
	Total	250 674 641,91
PASSIF	Fonds Propres	104 734 367,66
	Passifs non courants	16 200 000,00
	Passifs courants	129 740 274,25
	Trésorerie passive	
Total	250 674 641,91	

الملحق رقم 02: الميزانية المالية للمؤسسة "أ" لسنة 2017

الملحق 02

ENTREPRISE: SARL MISS FLOWERS PARIS		
Bilan comptable arrêté au : 31-12-2017		
		BILAN ACTIF - PASSIF
	Libelle	2017
ACTIF	Actifs non courants	59 425 745,91
	Actifs courants	178 185 066,60
	Trésorerie active	30 399 382,94
	Total	268 010 195,45
PASSIF	Fonds Propres	111 593 685,80
	Passifs non courants	8 000 000,00
	Passifs courants	148 415 846,86
	Trésorerie passive	662,79
	Total	268 010 195,45

الملحق رقم 03: الميزانية المالية للمؤسسة "أ" لسنة 2018

الملحق 03

ENTREPRISE: SARL MISS FLOWERS PARIS

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2018

BILAN ACTIF - PASSIF

Libelle		2018
ACTIF	Actifs non courants	76 714 201,15
	Actifs courants	561 008 291,87
	Trésorerie active	99 072 601,67
Total		736 795 094,69
PASSIF	Fonds Propres	151 966 028,49
	Passifs non courants	8 000 000,00
	Passifs courants	576 828 403,41
	Trésorerie passive	662,79
Total		736 795 094,69

الملحق رقم 04: الميزانية المالية للمؤسسة "أ" لسنة 2019

الملحق 04

ENTREPRISE: SARL MISS FLOWERS PARIS

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2019

BILAN ACTIF - PASSIF

Libelle		2019
ACTIF	Actifs non courants	65 582 222,94
	Actifs courants	216 752 087,29
	Trésorerie active	33 998 390,89
Total		316 332 701,12
PASSIF	Fonds Propres	200 677 444,49
	Passifs non courants	8 000 000,00
	Passifs courants	107 653 879,84
	Trésorerie passive	1 376,79
Total		316 332 701,12

الملحق رقم 05: جدول حسابات النتائج للمؤسسة "أ" لسنة 2016

الملحق 05

ENTREPRISE: SARL MISS FLOWERS PARIS		
Bilan comptable arrêté au : 31-12-2016		
COMPTES DES RESULTATS (TR)		
Libelle	2016	2015
Chiffre D'affaires	588 590 352,51	608 342 413,82
Production stockée ou destockée	- 40 832 419,71	- 9 371 612,07
Matière première consommée et autres	- 465 351 018,83	- 508 090 060,56
Services et autres	- 34 581 038,56	- 36 213 593,82
III- Valeur ajoutée d'exploitation (I-II)	47 825 875,41	54 667 147,37
Frais de personnel	- 15 195 107,57	- 6 560 302,19
Impôts et taxes	- 6 515 110,45	- 8 268 761,04
IV- Excédent brut d'exploitation	26 115 657,39	39 838 084,14
Autres produits opérationnels	610 025,50	908 603,74
Autres charges opérationnels	- 11 276 938,62	- 1 601 453,40
Dotations aux amortissements et provisions	- 4 008 216,14	- 2 875 490,23
Reprise sur provision et perte de valeur	120 000,00	12 537 040,86
V- Résultat opérationnel	11 560 528,13	48 806 785,11
Produits financiers	2 975 122,76	1 717 171,29
Charges financières	- 4 800 910,65	- 16 054 734,78
VI- Résultat financier	- 1 825 787,89	- 14 337 563,49
VII- Résultat ordinaire (V+VI)	9 734 740,24	34 469 221,62
VIII- Résultat extraordinaire		
Impot exigibles sur résultat	- 5 631 516,00	- 5 902 455,00
Impôts différés (variation)		
IX - Résultat de l'exercice	4 103 224,24	28 566 766,62

الملحق رقم 06: جدول حسابات النتائج للمؤسسة "أ" لسنة 2017

الملحق 06

ENTREPRISE: SARL MISS FLOWERS PARIS	
Bilan comptable arrêté au : 31-12-2017	
COMPTES DES RESULTATS (TR)	
Libelle	2017
Chiffre D'affaires	757 495 400,20
Production stockée ou destockée	22 371 243,40
Matière première consommée et autres	- 676 365 575,95
Services et autres	- 52 207 292,69
III- Valeur ajoutée d'exploitation (I-II)	51 293 774,96
Frais de personnel	- 14 499 542,94
Impôts et taxes	- 8 620 574,00
IV- Excédent brut d'exploitation	28 173 658,02
Autres produits opérationnels	950 257,31
Autres charges opérationnels	- 380 189,72
Dotations aux amortissements et provisions	- 3 813 289,75
Reprise sur provision et perte de valeur	
V-Résultat opérationnel	24 930 435,86
Produits financiers	3 499 568,39
Charges financières	- 16 734 901,11
VI- Résultat financier	- 13 235 332,72
VII-Résultat ordinaire (V+VI)	11 695 103,14
VIII- Résultat extraordinaire	
Impot exigibles sur résultat	- 3 232 969,00
Impôts différés (variation)	
IX - Résultat de l'exercice	8 462 134,14

الملحق رقم 07: جدول حسابات النتائج للمؤسسة "أ" لسنة 2018

الملحق 07

ENTREPRISE: SARL MISS FLOWERS PARIS	
Bilan comptable arrêté au : 31-12-2018	
COMPTES DES RESULTATS (TR)	
Libelle	2018
Chiffre D'affaires	987 895 379,90
Production stockée ou destockée	14 470 113,32
Matière première consommée et autres	- 873 803 429,05
Services et autres	- 42 096 055,37
III- Valeur ajoutée d'exploitation (I-II)	86 466 008,80
Frais de personnel	- 20 685 863,37
Impôts et taxes	- 10 258 953,00
IV- Excédent brut d'exploitation	55 521 192,43
Autres produits opérationnels	894 616,77
Autres charges opérationnels	- 1 760 004,62
Dotations aux amortissements et provisions	- 3 823 722,52
Reprise sur provision et perte de valeur	
V- Résultat opérationnel	50 832 082,06
Produits financiers	7 687 625,84
Charges financières	- 8 223 889,21
VI- Résultat financier	- 536 263,37
VII- Résultat ordinaire (V+VI)	50 295 818,69
VIII- Résultat extraordinaire	
Impot exigibles sur résultat	- 9 923 476,00
Impôts différés (variation)	
IX - Résultat de l'exercice	40 372 342,69

الملحق رقم 08: جدول حسابات النتائج للمؤسسة "أ" لسنة 2019

الملحق 08

ENTREPRISE: SARL MISS FLOWERS PARIS		
Bilan comptable arrêté au : 31-12-2019		
COMPTES DES RESULTATS (TR)		
Libelle	2019	
Chiffre D'affaires	1 443 345 435,00	
Production stockée ou destockée	- 21 742 476,72	
Matière première consommée et autres	- 1 264 679 706,18	
Services et autres	- 62 067 403,67	
III- Valeur ajoutée d'exploitation (I-II)	94 855 848,43	
Frais de personnel	- 19 540 393,74	
Impôts et taxes	- 17 056 522,00	
IV- Excédent brut d'exploitation	58 258 932,69	
Autres produits opérationnels	2 973 210,56	
Autres charges opérationnels	- 1 333 169,52	
Dotations aux amortissements et provisions	- 2 619 686,59	
Reprise sur provision et perte de valeur		
V-Résultat opérationnel	57 279 287,14	
Produits financiers	4 444 182,64	
Charges financières	- 1 269 719,39	
VI- Résultat financier	3 174 463,25	
VII-Résultat ordinaire (V+VI)	60 453 750,39	
VIII- Résultat extraordinaire		
Impot exigibles sur résultat	- 11 742 334,39	
Impôts différés (variation)		
IX - Résultat de l'exercice	48 711 416,00	

الملحق رقم 09: الميزانية المالية للمؤسسة "ب" لجانب الأصول لسنة 2018

ENTREPRISE : SARL POWER FITNESS

M.FISCAL : 0012340542513

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2018

الملحق 09

ACTIF	2018			2017
	Montant	Amor-Prov	Net	Net
ACTIFS NON COURANTS				
Ecart d'acquisition-goodwill pos ou négatif	0 00	0 00	0 00	0 00
Immobilisations incorporelles	0 00	0 00	0 00	0 00
Immobilisations corporelles	4,408,547 01	2,294,633 92	2,113,913 09	2,527,075 48
Terrains	0 00	0 00	0 00	0 00
Bâtiments	0 00	0 00	0 00	0 00
Autres immobilisations corporelles	0 00	0 00	0 00	0 00
Immobilisations en concession	0 00	0 00	0 00	0 00
Immobilisations encours	1,000,000 00	0 00	1,000,000 00	0 00
Titres mis en équivalence	0 00	0 00	0 00	0 00
Autres participations et créances rattachées	0 00	0 00	0 00	0 00
Autres titres immobilisés	0 00	0 00	0 00	0 00
Autres actifs financiers non courants	0 00	0 00	0 00	0 00
Impôts différés actif	0 00	0 00	0 00	0 00
TOTAL ACTIF NON COURANT	5,408,547 01	2,294,633 92	3,113,913 09	2,527,075 48
ACTIFS COURANTS				
Stocks et encours	119,417,505 84	0 00	119,417,505 84	64,329,485 32
Clients	1,366,007 77	0 00	1,366,007 77	11,449,002 73
Autres débiteurs	6,452,125 39	0 00	6,452,125 39	4,100,995 69
Impôts et assimilés	14,639,818 07	0 00	14,639,818 07	6,752,144 77
Autres créances et emplois assimilés	210,000 00	0 00	210,000 00	0 00
Placements et autres actifs financiers courants	0 00	0 00	0 00	0 00
Trésorerie	57,080,139 43	0 00	57,080,139 43	62,000,482 56
TOTAL ACTIF COURANT	199,165,596 50	0 00	199,165,596 50	148,632,111 07
TOTAL GENERAL ACTIF	204,574,143 51	2,294,633 92	202,279,509 59	151,159,186 55

الملحق رقم 10: الميزانية المالية للمؤسسة "ب" لجانب الخصوم لسنة 2018

ENTREPRISE : SARL POWER FITNESS

M.FISCAL : 0012340542513

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2018

الملحق ١٥

PASSIF	2018	2017
CAPITAUX PROPRES		
Capital émis	17,000,000.00	17,000,000.00
Capital non appelé	0.00	0.00
Primes et réserves- Réserves consolidées(1)	0.00	0.00
Ecart de réévaluation	0.00	0.00
Ecart d'équivalence (1)	0.00	0.00
Résultat net - Résultat net part du groupe (1)	3,151,576.70	3,618,307.53
Autres capitaux propres I Report à nouveau	10,218,489.49	6,600,181.96
Part de la société consolidante (1)	0.00	0.00
Part des minoritaires (1)	0.00	0.00
TOTAL I	30,370,066.19	27,218,489.49
PASSIFS NON-COURANTS		
Emprunts et dettes financières	1,322,018.49	1,322,018.49
Impôts (différés et provisionnés)	0.00	0.00
Autres dettes non courantes	0.00	0.00
Provisions et produits constatés d'avance	0.00	0.00
TOTAL II	1,322,018.49	1,322,018.49
PASSIFS COURANTS		
Fournisseurs et comptes rattachés	-625,267.23	15,656,247.40
Autres débiteurs	0.00	0.00
Impôts	1,806,958.19	1,095,733.00
Autres dettes	169,405,733.95	105,866,698.17
Trésorerie Passif	0.00	0.00
TOTAL III	170,587,424.91	122,618,678.57
TOTAL PASSIF (I+II+III)	202,279,509.59	151,159,186.55

الملحق رقم 11: الميزانية المالية للمؤسسة "ب" لجانب الأصول لسنة 2019

ENTREPRISE : SARL POWER FITNESS

M.FISCAL : 0012340542513

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2019

الملحق ١١

ACTIF	2019			2018
	Montant	Amor-Prov	Net	Net
ACTIFS NON COURANTS				
Ecart d'acquisition-goodwill pos ou négatif	0 00	0 00	0 00	0 00
Immobilisations incorporelles	0 00	0 00	0 00	0 00
Immobilisations corporelles	35 593 983 99	6 098 581 71	29 495 402 28	2 113 913 09
Terrains	0 00	0 00	0 00	0 00
Bâiments	0 00	0 00	0 00	0 00
Autres immobilisations corporelles	0 00	0 00	0 00	0 00
Immobilisations en concession	0 00	0 00	0 00	0 00
Immobilisations encours	1 000 000 00	0 00	1 000 000 00	1 000 000 00
Titres mis en équivalence	0 00	0 00	0 00	0 00
Autres participations et créances rattachées	0 00	0 00	0 00	0 00
Autres titres immobilisés	0 00	0 00	0 00	0 00
Autres actifs financiers non courants	0 00	0 00	0 00	0 00
Impôts différés actif	0 00	0 00	0 00	0 00
TOTAL ACTIF NON COURANT	36 593 983 99	6 098 581 71	30 495 402 28	3 113 913 09
ACTIFS COURANTS				
Stocks et encours	89 132 288 09	0 00	89 132 288 09	119 417 505 84
Clients	60 492 062 96	0 00	60 492 062 96	1 366 007 77
Autres débiteurs	8 969 845 98	0 00	8 969 845 98	6 452 125 39
Impôts et assimilés	5 673 330 13	0 00	5 673 330 13	14 639 818 07
Autres créances et emplois assimilés	2 136 000 00	0 00	2 136 000 00	210 000 00
Placements et autres actifs financiers courants	0 00	0 00	0 00	0 00
Trésorerie	112 593 249 05	0 00	112 593 249 05	57 080 139 43
TOTAL ACTIF COURANT	278 996 776 21	0 00	278 996 776 21	199 165 596 50
TOTAL GENERAL ACTIF	315 590 760 20	6 098 581 71	309 492 178 49	202 279 509 59



الملحق رقم 12: الميزانية المالية للمؤسسة "ب" لجانب الخصوم لسنة 2019

ENTREPRISE : SARL POWER FITNESS

M.FISCAL : 0012340542513

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2019

الملحق 12

PASSIF	2019	2018
CAPITAUX PROPRES		
Capital émis	17 000,000 00	17,000,000 00
Capital non appelé	0 00	0 00
Primes et réserves- Réserves consolidées(1)	157,578 83	0 00
Ecart de réévaluation	0 00	0 00
Ecart d'équivalence (1)	0 00	0 00
Résultat net - Résultat net part du groupe (1)	5,215,303 83	3,151,576 70
Autres capitaux propres Report à nouveau	13,272,487 36	10,218,489 49
Part de la société consolidante (1)	0 00	0 00
Part des minoritaires (1)	0 00	0 00
TOTAL I	35,645,370 02	30,370,066 19
PASSIFS NON-COURANTS		
Emprunts et dettes financières	17,005,930 16	1,322,018 49
Impôts (différés et provisionnés)	0 00	0 00
Autres dettes non courantes	0 00	0 00
Provisions et produits constatés d'avance	0 00	0 00
TOTAL II	17,005,930 16	1,322,018 49
PASSIFS COURANTS		
Fournisseurs et comptes rattachés	3,709,086 53	-625,267 23
Autres débiteurs	0 00	0 00
Impôts	527,330 14	1,806,958 19
Autres dettes	252,604,461 64	169,405,733 95
Trésorerie Passif	0 00	0 00
TOTAL III	256,840,878 31	170,587,424 91
TOTAL PASSIF (I+II+III)	309,492,178 49	202,279,509 59

الملحق رقم 13: جدول حسابات النتائج للمؤسسة "ب" لسنة 2018

ENTREPRISE : SARL POWER FITNESS

M.FISCAL : 0012340542513

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2018

الملحق 13

RESULTAT	2018	2017
Ventes et produits annexes	192,197,785 07	193,030,806 73
Variation stocks produits finis	0 00	0 00
Production immobilisé	0 00	0 00
Subventions d'exploitation	0 00	0 00
I - PRODUCTION DE L'EXERCICE	192,197,785 07	193,030,806 73
Achats consommés	174,821,962 17	179,980,566 31
Services extérieurs et autres consommations	7,323,063 83	3,358,952 87
II - CONSOMMATION DE L'EXERCICE	182,145,026 00	183,339,519 18
III - VALEUR AJOUTÉE D'EXPLOITATION (I-II)	10,052,759 07	9,691,287 55
Charges personnel	1,590,726 54	1,211,848 89
Impôt, taxe et versement assimilés	2,966,627 00	2,966,482 47
IV - EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	5,495,405 53	5,512,956 19
Autres produits opérationnels	0 00	33,290 56
Autres charges opérationnelles	0 00	6,075 12
Dotations aux amortissements, provision et perte de valeur	413,162 39	413,162 39
reprise sur pertes de valeur et provisions	0 00	0 00
V - RESULTAT OPERATIONNEL	5,082,243 14	5,127,009 24
Produits financiers	82,386 90	215,192 38
Charges financiers	905,743 34	431,514 09
VI - RESULTAT FINANCIER	-823,356 44	-216,321 71
VII - RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPÔTS (V+VI)	4,258,886 70	4,910,687 53
Impôt exigibles sur résultats ordinaires	1,107,310 00	1,292,380 00
Impôt différés (variations) sur résultats ordinaires	0 00	0 00
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	192,280,171 97	193,279,289 67
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	189,128,595 27	189,660,982 14
VIII - RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	3,151,576 70	3,618,307 53
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)	0 00	0 00
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)	0 00	0 00
IX - RESULTAT EXTRAORDINAIRE	0 00	0 00
X - RESULTAT NET DE L'EXERCICE	3,151,576 70	3,618,307 53

الملحق رقم 14: جدول حسابات النتائج للمؤسسة "ب" لسنة 2019

ENTREPRISE : SARL POWER FITNESS

M.FISCAL : 0012340542513

Bilan comptable arrêté au : 31-12-2019

الملحق 14

RESULTAT	2019	2018
Ventes et produits annexes	287,811,040.25	192,197,785.07
Variation stocks produits finis	0.00	0.00
Production immobilisée	0.00	0.00
Subventions d'exploitation	0.00	0.00
I - PRODUCTION DE L'EXERCICE	287,811,040.25	192,197,785.07
Achats consommés	261,982,025.94	174,821,962.17
Services extérieurs et autres consommations	5,221,343.25	7,323,063.83
II - CONSOMMATION DE L'EXERCICE	267,203,369.19	182,145,026.00
III - VALEUR AJOUTÉE D'EXPLOITATION (I-II)	20,607,671.06	10,052,759.07
Charges personnelles	3,469,494.92	1,590,726.54
Impôt, taxe et versement assimilés	4,738,594.00	2,966,627.00
IV - EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	12,399,582.14	5,495,405.53
Autres produits opérationnels	91,268.76	0.00
Autres charges opérationnelles	27,807.00	0.00
Dotations aux amortissements provision et perte de valeur reprise sur pertes de valeur et provisions	3,803,947.79	413,162.39
V - RESULTAT OPERATIONNEL	8,659,096.11	5,082,243.14
Produits financiers	0.00	82,386.90
Charges financières	3,443,792.28	905,743.34
VI - RESULTAT FINANCIER	-3,443,792.28	-823,356.44
VII - RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V+VI)	5,215,303.83	4,258,886.70
Impôt exigibles sur résultats ordinaires	0.00	1,107,310.00
Impôt différés (variations) sur résultats ordinaires	0.00	0.00
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	287,902,309.01	192,280,171.97
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	282,687,005.18	189,128,595.27
VIII - RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	5,215,303.83	3,151,576.70
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)	0.00	0.00
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)	0.00	0.00
IX - RESULTAT EXTRAORDINAIRE	0.00	0.00
X - RESULTAT NET DE L'EXERCICE	5,215,303.83	3,151,576.70

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لأهميتها البالغة في اقتصاديات الدول سواء المتقدمة منها أو النامية، وذلك من خلال دراسة بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج للقيام بمقارنة زمنية لمجموعة من النسب ومؤشرات المردودية والمخاطرة قبل وبعد استعمال مواقع التواصل الاجتماعي. توصلت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما يساهم في التخفيض من مخاطرة هذه المؤسسات، ويساهم كذلك في زيادة مبيعاتها، وعموماً توصلت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحسن من الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مواقع التواصل الاجتماعي، تقييم الأداء المالي، الأداء المالي، المردودية، المخاطرة.

Résumé:

Cette étude vise à indiquer l'impact des sites de réseaux sociaux sur la performance financière des PME en Algérie pour son importance dans les économies des États, développées ou en développement, en étudiant certaines petites et moyennes entreprises dans l'État de Burj Bou Arreridj pour faire une comparaison maximale de la gamme de Ratios, créanciers et risques avant et après l'utilisation de sites de réseautage social. L'étude a conclu que l'utilisation de sites de réseautage social posait de manière positive à l'évitement des PME et contribue à la réduction de ces institutions et contribue également à accroître leurs ventes, et l'étude a généralement conclu que l'utilisation de sites de réseautage social améliore la performance financière et les PME.

Mots clés: Petites et Moyennes entreprises, Réseaux sociaux, évaluation de la performance financière, performance financière, La Rentabilité, Risque.

Abstract:

This study aims to show the impact of social networking sites on the financial performance of small and medium enterprises in Algeria due to their great importance in the economies of countries, whether developed or developing, through the study of some small and medium enterprises in the state of Bordj Bou Arreridj to make a temporal comparison of a set of ratios and indicators of profitability and risk before and after Use of social networking sites. The study concluded that the use of social networking sites positively affects the profitability of small and medium enterprises, and also contributes to reducing the risk of these enterprises, and also contributes to increasing their sales. In general, the study concluded that the use of social networking sites improves the financial performance of small and medium enterprises.

Key words: small and medium enterprises, social networking sites, evaluation of financial performance, financial performance, profitability, risk.