Entrepreneurship Journal for Finance and Business (EJFB)
2025, VOL. 06, NO. (special), 03-15, E-ISSN: 2709-4251, P-ISSN: 2708-8790
DOI: https://doi.org/10.56967/ejfb2025624

Contribution of competition in supporting medium, small and micro youth projects

Saba T. Wahab[1], Hussein W. Hussein[2], Saadoun H. Jatheir[3*]
[1]College of medicine, Al-Iraqia university, Baghdad, Iraq
[2]Ministry of higher education and scientific research, Baghdad, Iraq
[3]College of administration and economics, Al-Farahidi University, Baghdad, Iraq

[*]Corresponding author:
Saadoun H. Jatheir
Sadoon_1971n@yahoo.com

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Abstract:

This research aims to identify the contribution made by competition in helping young people implement their medium, small and micro projects, in order to ensure their success and achieve the desired goals, specifically in the early stages of establishing these projects. The research problem confirmed that many young people rely on the main pillars of competition (cost, quality, creativity, flexibility) in implementing their projects, but they do not have sufficient knowledge about their most important cognitive contents and how to invest them in competition with others. Accordingly, there is a cognitive deficiency more than a field deficiency in this field. As for the importance of the research, it was represented in presenting a set of proposals that contribute to enhancing the ability of the researched sample and society to invest in the relationship between competition and the success of youth projects (medium, small, and micro). Accordingly, this research aims to diagnose the reality of these two variables and discover the relationships of association and influence between them. To complete the research in its theoretical and field areas, the descriptive approach was adopted. The researchers also relied on a set of previous ideas in designing the questionnaire that was used in collecting data, after testing and adapting it to suit the Iraqi environment, which was distributed to a sample of young people with projects (medium, small, and micro) in the Shorjah area and the Arab market in Baghdad, numbering (376) individuals. The researchers also used measures of central tendency in processing the data from a statistical perspective using a set of tools available in the statistical program (SPSS.v23). These statistical tools provided researchers with a set of results that confirmed the application of the foundations of competition (cost, quality, creativity, flexibility), and youth projects (medium, small, and micro) to a high degree from a statistical point of view. Moreover, the foundations of competition contribute to a moral and statistical degree in enhancing the ability of youth to implement their projects and their success. Accordingly, the researchers recommended reviewing the world's experiences and the mechanisms that were adopted to encourage competition among youth, in addition to the support that was provided to them, whether materially or morally, and helping them build their various projects, and trying to transfer them to the Iraqi environment to invest their results and employ them in innovating various projects, whether (medium, small, and micro).

Keywords: Competition, projects, youth, small, medium and micro, environment.

Conclusions:

1. The analysis results confirm that the surveyed youth primarily rely on competition among themselves when intending to launch various types of projects (medium, small, and micro). This is to generate ideas and learn how to implement them as productive ventures that can meet labor market demands, in addition to providing financial resources to satisfy their personal needs.
2. The analysis indicates that the surveyed youth mainly depend on cost as the basis of competition among themselves when seeking to start various projects (medium, small, and micro). This approach helps them in acquiring ideas and understanding how to transform them into productive projects that serve labor market requirements and provide financial sources for their personal needs.
3. It is evident from the analysis that the surveyed youth primarily rely on quality as a competitive basis when planning to initiate diverse projects (medium, small, and micro). This enables them to obtain ideas and convert them into productive ventures that can fulfill labor market needs and secure the necessary funding for their personal requirements.
4. The analysis shows that the surveyed youth predominantly depend on creativity as the foundation of competition when they consider launching various projects (medium, small, and micro). This helps them generate ideas and apply them in ways that lead to productive enterprises aligned with market demands, while also fulfilling their financial needs.
5. The analysis confirms that the surveyed youth rely on flexibility as a key competitive factor when aiming to start various types of projects (medium, small, and micro). This enables them to explore and utilize ideas in productive forms that cater to labor market requirements and provide financial means for their personal necessities.

مجلة الريادة للمال والاعمال
2025، المجلد السادس، العدد (الخاص)، الصفحات 03 - 15

مساهمة المنافسة في دعم مشاريع الشباب المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر

صبا طالب وهاب[1]، حسين وليد حسين[2]، سعدون حمود جثير[3*]
[1]كلية الطب، الجامعة العراقية، بغداد، العراق
[2] وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، العراق
[3] كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الفراهيدي، بغداد، العراق

*المؤلف المراسل:
سعدون حمود جثير
Sadoon_1971n@yahoo.com

المستخلص:
يهدف هذا البحث الى التعرف على الاسهام الذي تمارسه المنافسة في مساعدة الشباب على تنفيذ مشاريعهم المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر، من اجل ضمان نجاحها وتحقيق الاهداف المرجوة منها وعلى وجه التحديد في المراحل المبكرة لتأسيس هذه المشاريع، اذ اكدت مشكلة البحث بان العديد من الشباب يعتمدون على مرتكزات المنافسة الرئيسة (الكلفة، الجودة، الابداع، المرونة) في تنفيذ مشاريعهم ولكن ليس لديهم معرفة كافية حول اهم مضامينها المعرفية وكيفية استثمارها في المنافسة مع الاخرين، وعليه يوجد قصور معرفي اكثر منه ميداني في هذا المجال، اما اهمية البحث فقد تمثلت بتقديم مجموعة من المقترحات التي تسهم في تعزيز قدرة العينة المبحوثة والمجتمع في استثمار العلاقة بين المنافسة ونجاح مشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، وعليه فان هذا البحث يهدف الى تشخيص واقع هذين المتغيرين واكتشاف علاقات الارتباط والتأثير بينها. ولإنجاز البحث بمجالاته النظرية والميدانية اعتمد المنهج الوصفي، كما استند الباحثون على مجموعة من الافكار السابقة في تصميم الاستبانة التي تم استخدامها في جمع البيانات، بعد اختبارها وتكييفها لتلائم البيئة العراقية، والتي تم توزيعها على عينة من الشباب ذوي المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) في منطقة الشورجة والسوق العربي في بغداد والبالغ عددهم (376) فرداً، كما استعانة الباحثون بمقاييس النزعة المركزية في معالجة البيانات من الناحية الاحصائية باستخدام مجموعة من الادوات المتاحة في البرنامج الاحصائية .(SPSS.v23) وقد قدمت هذه الادوات الاحصائية للباحثين مجموعة من النتائج اكدت تطبيق مرتكزات المنافسة (الكلفة، الجودة، الابداع، المرونة)، ومشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) بدرجة عالية من الناحية الاحصائية، كما ان مرتكزات المنافسة تسهم بدرجة معنوية واحصائية في تعزيز قدرة الشباب على تنفيذ مشاريعهم ونجاحها، وعليه فقد اوصى الباحثون بالاطلاع على تجارب العالم والآليات التي تم اعتمادها في تشجيع المنافسة بين الشباب، فضلاً عن الدعم الذي تم تقديمه اليهم سواء من الناحية المادية او المعنوية ومساعدتهم على بناء مشاريعهم المتنوعة، ومحاولة نقلها الى البيئة العراقية لاستثمار نتائجها وتوظيفها في ابتكار مشاريع متنوعة سواء كانت (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر).

الكلمات المفتاحية: المنافسة، المشاريع، الشباب، المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر، البيئة.

هذا العمل مرخص بموجب المشاع الابداعي نسب المصنف 4.0 دولي (CC BY 4.0)

المقدمة

تعتبر المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر من اهم المجالات التي يمكن الاستناد عليها في مساعدة الشباب على العمل، وايجاد مصادر لكسب الاموال ومن ثم معالجة العديد من حالات البطالة، وتوجد مجموعة من المحددات والمحركات التي تمارس دور مهم في نجاح هذه المشاريع او فشلها، والتي يتوجب العمل على تحديدها واستثمارها بالطريقة الصحيحة من قبل الشباب من اجل توظيف نتائجها في تحقيق الاهداف المرجوة من هذه المشاريع، ومن ثم العمل على تعزيزها لضمان استدامة نجاح هذه المشاريع وعلى وجه التحديد في مراحلها المبكرة. كما تمارس المنافسة دور مهم وحيوي في تشجيع الشباب على تقديم الافكار الجديدة وغير المألوفة، من اجل احتلال المواقع المتميزة في السوق او القطاع الذي يعملوا ضمن حدوده، وذلك من خلال التركيز على احد مجالاتها سواء من خلال تقديم منتجات بكلفة منخفضة تتناسب مع القوى الشرائية للزبائن، او من خلال تقديم منتجات متميزة تتفوق على المنتجات المنافسة لها، وكذلك الابداع في تقديم الافكار الجديدة واخيراً المرونة والسرعة في التعامل مع المستجدات التي تحدث في رغبات الزبائن، ومن ثم فقد تمثلت الفكرة الرئيسة للبحث والتي تشير الى آلية توظيف المنافسة وركائزها في دعم مشاريع الشباب المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغرة. ومن اجل تطبيق هذه الفكرة على ميدان البحث فقد تم تقديم البحث الى اربعة مباحث، ركز الاول على المنطلقات المنهجية للبحث، ام المبحث الثاني فقد تم مناقشة فيه مجموعة من

الطروحات المعرفية للبحث، وجاء المبحث الثالث لمناقشة وتحليل البيانات وتفسيرها من الناحية الاحصائية لاختبار فرضيات البحث، وخصص المبحث الرابع لاستنباط الاستنتاجات واقتراح التوصيات.

المبحث الاول: منهجية البحث

يستعرض الباحثون اهم الخطوط المنهجية للبحث في هذا المبحث لتشكل الاساس الذي يتم الاستناد عليه في انجاز هذا البحث بجوانبه المتنوعة النظرية والتطبيقية، ومن اهم فقراته الآتي:

اولا: مشكلة البحث

يسعى الشباب الى تنفيذ مجموعة متنوعة من المشاريع لمساعدتهم على العيش والقضاء على البطالة، وقد تزايدت في الآونة الاخيرة اعداد المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر التي تنفذ من قبل الشباب وذلك لقلة المستلزمات المادية والبشرية والمالية التي تتطلبها من اجل نجاحها، ومع ذلك فان المنافسة تشكل واحدة من اهم المحركات الرئيسة لنجاح هذه المشاريع او فشلها، لذا من الضروري ان تكون لدى الشباب معرفة حول اهم المرتكزات التنافسية التي يتوجب التركيز عليها عند تنفيذ مشاريعهم المتنوعة، وعليه يمكن الاشارة الى مشكلة البحث بانخفاض المعرفة لدى الشباب حول اهم مكونات التنافسية (الكلفة، الجودة، الابداع، والمرونة) كيفية استثمارها في دعم مشاريعهم المتنوعة (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) على الرغم من تطبيق العديد منها من الناحية الميدانية، ويمكن تعزيز هذه المشكلة بطرح بعض التساؤلات وهي:

1. ما المقصود بمفهوم المنافسة والمشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر من الناحية المعرفية.
2. هل هناك تطبيق للمنافسة والمشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية.
3. هل هناك دور الذي للمنافسة في دعم مشاريع الشباب المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية.

ثانياً: اهمية البحث

يمكن الاشارة الى اهمية البحث من خلال التعرف على اهمية المشاريع في مساعدة الشباب للحصول على فرص العمل، لذا يمكن تقسيم اهمية البحث الى الاهمية النظرية التي تتمثل بدراسة مجموعة من الافكار النظرية والمعرفية التي توضح الدور الذي تمارسه تنافسية الاعمال في دعم مشاريع الشباب المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر، فضلاً عن اجراء استقصاء آراء مجموعة من الشباب الذين يمتلكون المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر، وذلك باستخدام الاستبانة التي تم اعدادها وفق افكار عدد من الباحثون الذين طبقوا بحوثهم في البيئة العالمية المتطورة، كمحاولة من قبل الباحثون لنقل نجاحات هذه التجارب الى البيئة العراقية لتعزيز معرفة الشباب حول آلية استخدام التنافسية في تعزيز نجاح مشاريعهم المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر.

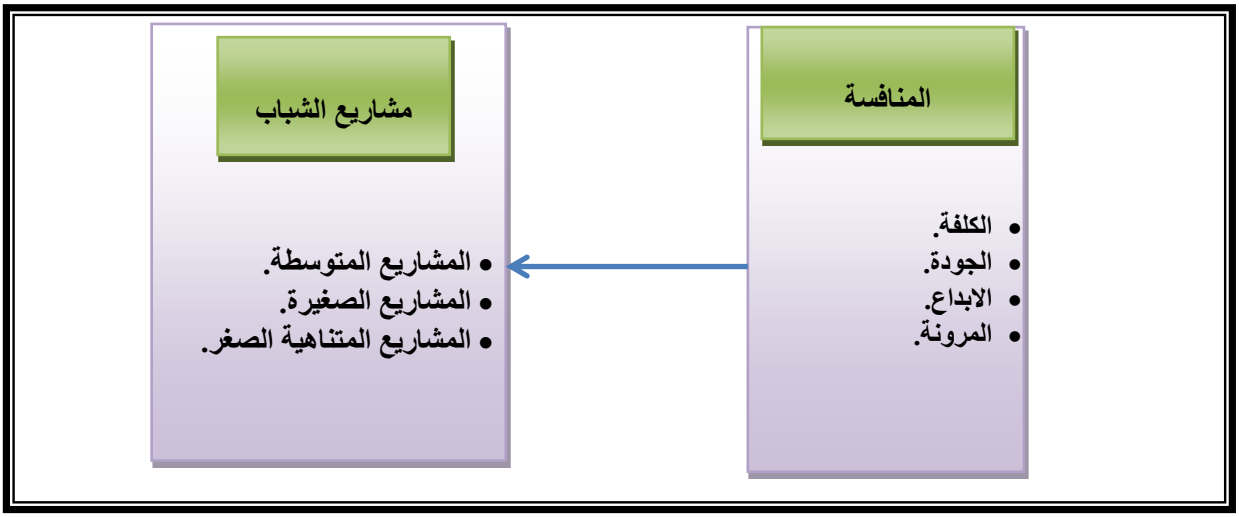
ثالثا: اهداف البحث

يهدف البحث الى تحقيق مجموعة متنوعة من الاهداف النظرية والتطبيقية والتي تحدد اهمها بالاتي:

1. مناقشة مجموعة من الافكار المعرفية السابقة لصياغة الجانب النظري للبحث.
2. التعرف على واقع المنافسة والمشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية.
3. التعرف على طبيعة الدور الذي تسهم من خلاله المنافسة في دعم مشاريع الشباب المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر.
4. تقديم مجموعة من التوصيات التي تساعد الشباب في استثمار مرتكزات المنافسة لدعم مشاريعهم المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر.

رابعاً: المخطط الفرضي

يجسد المخطط الفرضي الفكرة التي يسعى هذا البحث الى تحقيقها بصورة مباشرة، والتي تتمثل في تحديد الدور الذي تمارسه المنافسة كمتغير تفسيري في دعم مشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) كمتغير استجابي، وذلك في إطار الاسهم المشار اليها في الشكل (1):



شكل (1) مخطط البحث الفرضي
المصدر: اعداد الباحثون، 2024.

خامساً: فرضيات البحث

يحاول البحث اختبار فرضية رئيسة تنص على: (تمارس المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية)، وتتفرع منها فرضيات فرعية اربعة وهي:

الفرضية الفرعية الاولى : (تمارس الكلفة كأحد مرتكزات المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).

الفرضية الفرعية الثانية : (تمارس الجودة كأحد مرتكزات المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).

الفرضية الفرعية الثالثة : (يمارس الابداع كأحد مرتكزات المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).

الفرضية الفرعية الرابعة : (تمارس المرونة كأحد مرتكزات المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).

سادساً: ادوات البحث

تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي من قبل الباحثون في انجاز بحثهم بجوانبه النظرية والتطبيقية، لكونه يساعدهم في دراسة الظاهرة المراد البحث فيها من جوانبها كافة، كما تم اختيار الاستبانة في جمع البيانات لكونها تتوافق مع منهج البحث الذي يسمح بتحويل البيانات الوصفية الى كمية قابل للتحليل من الناحية الاحصائية، والتي تم تصميمها بالاستناد الى آراء وافكار مجموعة من المقاييس والمصادر السابقة بعد اخضاعها لمجموعة من الاختبارات للتوافق مع طبيعة البيئة ميدان البحث، اما البيانات التي تم جمعها فقد تمت معالجتها احصائية باستخدام مقاييس النزعة المركزية المتاحة في البرنامج الاحصائي (SPSS.v23).

سابعاً: مجتمع وعينة البحث

تم اختيار القطاع التجاري كميدان للبحث، اذ قام الباحثون باختيار مجموعة من الشباب العاملين في منطقة الشورجة اصحاب المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، كعينة للبحث، والذي تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية للإتاحة الفرصة لأكبر عدد للمشاركة في العينة والتي بلغ حجمها (376) فرداً، وبعد استقصاء آراءهم بشأن فقرات الاستبانة يمكن تحديد أبرز خصائصهم بالآتي:

1. جميع افراد عينة البحث هم من الذكور.
2. تراوحت اعمار عينة البحث بين (15 -40) سنة.
3. النسبة الاكبر من عينة البحث والبالغة (67%) هم من حملة الشهادة البكالوريوس.
4. النسبة الاكبر من عينة البحث والبالغة (73%) لديهم خبرة تجاوزت العشر سنوات في مشاريعهم.

المبحث الثاني: الجانب النظري

يناقش الباحثون مجموعة من الطروحات النظرية والمعرفية للباحثون السابقون في هذا المبحث، من اجل الارتكاز عليها في كتابة الجانب النظري للبحث، وكما في الفقرات الآتية:

اولا: المنافسة

تشكل المنافسة واحد من اهم مؤشرات النجاح التي يمكن من خلال الوقوف على مدى ثبات المشروع والتقدم بخطوات ثابته نحو الاهداف التي يسعى اليها، وقد قدم الباحثون والمهتمون مجموعة من المداخل (مدخل التحليل الاستراتيجي، المدخل المستند للموارد، مدخل هيكل الصناعة) التي يمكن الاستناد عليها في دراسة الميزة التنافسية والتعرف على اهم مرتكزاتها المعرفية (Abbasi el at, 2022)، وعليه فقد تنوعت التعاريف الخاصة بالمنافسة اذ عرفت بانها مجموعة من الخصائص الفريدة التي تقدم للزبائن وتسهم بتعزيز رغبتهم في التعامل مع المشاريع والمنتجات التي تقدم لهم (Farida & Setiawan, 2022)، كما عرفت بانها مجموعة من الطرائق الجديدة التي تستخدم بطريقة احترافية بالشكل الذي يعزز من قدرة المشروع على تقديم منتجات تتوافق مع احتياجات الزبائن، لتعزيز قدرته على اكتسابهم وضمان استمرارية التعامل معها (Algarni el at, 2023)، وقد تم تحديد اهمية المنافسة باعتبارها المحرك الرئيس لاحتلال مواقع سوقية متقدمة، ومساعدة المشروع على تنفيذ الاستراتيجية الخاصة به بالطريقة الصحيحة، فضلاً عن دورها في الدفاع عن المركز التنافسي واستدامته لأطول مدة ممكنة، كما تسهم في تعزيز قدرة المشروع على استثمار الموارد المتاحة بأعلى كفاءة ممكنة لتحقيق الاهداف بالفاعلية القصوى (Hart & Rodgers, 2023)، كما تم تعريف المنافسة بانها الموقع المتميز الذي يتمتع به المشروع بالمقارنة مع المشاريع الاخرى ضمن القطاع الخاص به، بسبب الخصائص القيمة التي تمتاز بها منتجاته (Zhang el at, 2023)، وبذات الاتجاه عرفت بانها مجموعة من المقدرات الجوهرية والمعرفة القيمة التي يمتلكها المشروع والذي يستخدمها في احتلال موقع سوقي متميز بالمقارنة مع المنافسين لها (Okorie el at, 2023)، وكذلك عرفت بانها قدرة المشروع على استخدام مجموعة من الطرائق التسويقية لإيصال منتجاته الى زبائنه، بالشكل الذي يتوافق مع رغباتهم واحتياجاتهم ومن ثم تحقيق الولاء والرضا الخاص بهم اتجاه (Tajeddini el at, 2023)، وعليه تعرف المنافسة بانها نجاح المشروع بتقديم مجموعة من المنتجات الجديدة غير المألوفة من قبل الزبائن، بالشكل الذي يساعدها على تحقيق التفوق بالمقارنة مع المشاريع المنافسة لها (Waqas el at, 2024). وهناك مجموعة من الابعاد التي يمكن الاستناد عليها في دراسة المنافسة والتي يمكن تحديدها بأربعة ابعاد، البعد الاول (**الكلفة**): يتم في هذه الحالة تحقيق الميزة التنافسية للمشروع من خلال تقديم المنتجات بأسعار منخفضة تتوافق مع القدرات الشرائية الخاصة بالزبائن (Chong el at, 2024)، اي بعبارة اخرى تقديم منتجات

بأسعار منخفضة مع جودة ملائمة بالمقارنة مع المنتجات المقدمة من قبل المشاريع المنافسة (Sharma & Gupta, 2024). البعد الثاني (**الجودة**) : يتم هنا تحقيق الميزة التنافسية من خلال تقديم منتجات تمتاز بدرجة عالية من التميز بالمقارنة مع المنتجات المقدمة من قبل المنافسين، وذلك للخصائص القيمة والفريدة التي تمتاز بها والجودة العالية الخاصة بها (Du el at, 2024). البعد الثالث (**الابداع**) يتم هنا تحقيق الميزة التنافسية من خلال تقديم افكار جديدة وغير المألوفة وتوظيفها في تقديم منتجات جديدة للزبائن، قادرة على اشباع حاجاتهم ورغباتهم بطريقة (Glowik el at, 2024). البعد الرابع (**المرونة**) تشير الى قدرة الشباب على تعزيز الميزة التنافسية الخاصة بهم من خلال قدرتهم على تعديل المنتجات او تغييرها بالشكل الذي يتوافق مع رغبات واحتياجات الزبائن الذين يتعاملوا معها (Li el at, 2024)، اي بعبارة اخرى يمكن للشباب استثمار التنافسية في دعم مشاريعهم من خلال اجراءات التعديلات الضرورية التي تتوافق مع احتياجات ورغبات زبائنها للحفاظ عليهم وعدم خسارتهم في المستقبل (Mailani el at, 2024).

ثانيا: مشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)

تنوعت وتعدد المفاهيم والمنطلقات المعرفية التي تناولها الباحثون والمهتمون بدراسة مشاريع الشباب (المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر)، والتي سنحاول مناقشة ابرزها في هذه الفقرة، اذ تم تعريف مشاريع الشباب بانها مجموعة من المشاريع التي تقوم بها الشباب بهدف تحقيق مجموعة من الارباح، التي تساعدهم على توفير السيولة اللازمة لتنمية مشاريعهم وتطويرها في المستقبل (Malorni el at, 2022)، وهذا التعريف يؤكد بان المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) هي مصدر لتوفير السيولة اللازمة لتطوير الاعمال وتنمية في المستقبل. وتبرز اهمية مشاريع الشباب من خلال دورها في تعجيل عملية التنمية الاقتصادية وذلك بتوليد الأفكار الجديدة وتحويلها إلى مجموعة من الاعمال المربحة التي تسهم بمعالجة البطالة وسد جزء منها (Ratriyana el at, 2022). ومن وجهة نظر اقتصادية عرفت المشاريع بانها تلك المشاريع التي تسهم بقوة ايجابية في زيادة النمو الاقتصادي وبناء العلاقة قوية، بين الابتكار والاسواق، وهذا يؤدي الى زيادة الدخل القومي وايجاد فرص جديدة للعمل (Redmond el at, 2022)، وعليه فان المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) تمارس دور مهم في عمليات التنمية الاقتصادية من خلال علاقتها بالدخل القومي وفرص العمل. ومن وجهة نظر (Sloam el at, 2022) تتعزز أهمية المشاريع (المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر)، للدور المهم الذي تلعبه في تحسين الانتاجية وتشجيع النمو الاقتصادي، وخلق اعمال تجارية جديدة وتطوير السوق وتبني التجديد الاستراتيجي. ومن جهة اخرى عرفت بانها المشاريع التي يقوم بها الشباب بهدف استثمار الموارد المتاحة لديهم، من اجل الحصول على مجموعة من الموارد المالية اللازمة لتغطية مصاريفهم الشخصية والعائلية (McMullin, 2022)، وعليه فان المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) هي المحرك الرئيس لاستثمار الاموال المتاحة لدى الشباب من اجل الحصول على مصادر معيشتهم. كما تم تعريفها بانها محاولة جدية للعمل والمغامرة الجديدة لتوظيف الاموال وإنشاء الاعمال الجديدة أو توسيع الاعمال الحالية في قطاع معين (Mkwananzi el at, 2023)، وهذا التعريف يؤكد بان المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) هي طريقة للتوسع في الاعمال او المشاريع الموجودة بالفعل داخل الصناعة. وكذلك عرفت بانها الشباب التي يمتلكون القوة والكفاءة اللازمة لتنفيذ مجموعة من المشاريع، التي تحتاج الى عمليات التنظيم والتخطيط لتحقيق النتائج المطلوبة بأقل الخسائر مع تحمل مستوى محدد من المخاطرة الجديدة (Khussainova el at, 2023)، وهذا التعريف يؤكد بان المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) تحتاج الى القوة والكفاءة لتحقيق النتائج المطلوبة منها، وبالاتجاه ذاته عرفت بانها المشاريع التي تميز الفرص الجيدة، وتستخدم المـوارد لتنفيذ الأفكار الإبداعية والمجازفات الجديدة لتنفيذها (Dodd el at, 2023)، وهذا التعريف يؤكد على اهمية الابداع لنجاح المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر). كما عرفت بانها المشاريع التي تستخدم التكنولوجيا الحديثة لتقديم المنتجات في الاسواق، لتحقيق استراتيجية مرتبطة بتنافسية تلك المشاريع (Silva el at, 2023)، وهذا يؤكد بان هذه المشاريع تتمتع بأهمية استراتيجية حيوية في مجال ادارة الاعمال. كما تساهم المشاريع في تحسين موقع الشباب التنافسي وتحسين الأداء الحالي لمشاريعهم، بوصفها عنصراً حيوياً لكل من التكنولوجيا عالية المستوى التي تتبنى التوجه الريادي قد تحسن أدائها (Corney el at, 2024)، وعليه يمكن تعريف مشاريع الشباب بانها احد الطرائق او الاساليب التي يستند عليها الشباب لتحويل افكارهم وطموحاتهم، الى مجموعة من النتائج الملموسة التي يمكن من خلالها الوقوف على مدى نجاحهم في تحقيق الاهداف التي يسعوا اليها (Lohmeyer el at, 2024)، وهنا يتضح لنا بان المشاريع (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) هي الاداة التي يمكن من خلال تحويل الافكار الى نتائج ملموسة يمكن قياسها. وسنحاول في هذا البحث التعرف على ثلاثة انواع من المشاريع السائدة بين الشباب وهي: **المشاريع المتوسطة**: وهي المشاريع التي يتم تأسيسها براس مال متوسط ليس كبير او محدود بالدرجة الاولى، وتستخدم مستوى متقدم نوعاً ما من التكنولوجيا واعداد متوسطة من العاملين، ويهدف بدرجة رئيسة الى تلبية احتياجات ومتطلبات الاسواق المحلية (Ward el at, 2024). **المشاريع الصغيرة**: وهي المشاريع التي يتم تأسيسها براس مال محدود بالدرجة الاولى، ولا تستخدم مستوى متقدم نوعاً من التكنولوجيا واعداد قليلة من العاملين، ويهدف بدرجة رئيسة الى تلبية احتياجات ومتطلبات الاسواق المحلية مستهدفة (Heidbrink, 2024). **المشاريع متناهية الصغر**: وهي المشاريع التي يتم تأسيسها براس مال قليل جداً، ولا تستخدم التكنولوجيا في العمل ويتم تأسيسها بعاملين او اقل، ويهدف بدرجة رئيسة الى تلبية احتياجات ومتطلبات فئة محددة من الزبائن (Sala-Torrent el at, 2024).

ثالثاً: علاقة المنافسة بدعم مشاريع الشباب

يستنتج الباحثون من الافكار السابقة بان المنافسة تسهم بصورة مهمة في مساعدة الشباب على تنفيذ المشاريع

المتنوعة التي يسعوا الى تحقيقها، سواء كانت (متوسطة، صغيرة، متناهية الصغر)، اذ يمكن المنافسة على اساس الكلفة وذلك من خلال تنفيذ مشاريع تقوم بتقديم مجموعة من المنتجات بأسعار منخفضة، تتناسب مع القدرة الشرائية للزبائن بحيث يكونوا قادرين على شراءها بالمقارنة مع المنتجات المنافسة لها، كما يمكن ان تدعم المنافسة مشاريع الشباب (متوسطة، صغيرة، متناهية الصغر)، من خلال مساعدتهم على تقديم منتجات ذات جودة عالية تتوافق مع احتياجات ورغبات الزبائن، وقادرة على تلبيتها بأعلى كفاءة ممكنة، فضلاً عن اهمية المنافسة على اساس الابداع في تقديم منتجات جديدة وغير مألوفة سابقاً من قبل الزبائن، بالشكل الذي يساعد مشاريع الشباب على تخطي المراحل الاولى لتأسيسها واستمرارها في العمل، واخيراً تسهم المنافسة من خلال المرونة في دعم مشاريع الشباب (متوسطة، صغيرة، متناهية الصغر) وذلك بتوفير المنتجات التي يحتاجها الزبائن في الوقت والمكان المناسب.

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي

يفسر الباحثون اهم النتائج التي تم التوصل اليها بعد معالجة البيانات وتحليلها احصائياً، ليتم الاستناد عليها في تحقيق اهداف هذا البحث واختبار فرضياته وكما في الفقرات الآتية:

اولا: التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

يناقش الباحثون اهم النتائج التي تم التوصل اليها بعد تحليل البيانات من الناحية الاحصائية، ومحاولة تفسيرها للتعرف على واقع تطبيقها في البيئة العراقية، وذلك بالاستعانة بآراء مجموعة من الشباب ذوي المشاريع الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر، وباستخدام مقاييس النزعة المركزية في تحليلها، والجدول (1) يوضح أبرز هذه النتائج:

جدول (1) نتائج التحليل الوصفي

الابعاد	نسبة الاتفاق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية	التقدير
الكلفة	%87	3.7	0.71	0.19	0.81	جيد جداً
الجودة	%91	4.1	0.62	0.15	0.85	جيد جداً
الابداع	%79	3.1	0.96	0.31	0.69	متوسط
المرونة	%81	3.5	0.82	0.23	0.77	جيد
المنافسة	%85	3.6	0.78	0.22	0.78	جيد
المشاريع المتوسطة	%86	3.6	0.75	0.21	0.79	جيد
المشاريع الصغيرة	%84	3.4	0.87	0.26	0.74	جيد
المشاريع المتناهية الصغر	%92	4.2	0.59	0.14	0.86	جيد جداً
مشاريع الشباب	%87	3.7	0.74	0.20	0.80	جيد جداً

المصدر: اعداد الباحثون بالاستناد الى نتائج البرامج الاحصائية، 2024.

يتضح للباحثين من الجدول (1) ان المنافسة حققت نسبة اتفاق (85%) بين الشباب الذين تم استقصاء آراءهم، وهذه النتيجة تشير وبدلالة واضحة بان التنافسية تمارس دور مهم في مساعدة الشباب على تنفيذ العديد من المشاريع فيما بينهم، ومقارنة النتائج التي يقوموا بتحقيقها مع بعضهم البعض، وما يؤكد ذلك هو الوسط الحسابي البالغة قيمته (3.6) والذي يعكس اهتمام الشباب بالتنافس فيما بينهم بدرجة عالية من الناحية الاحصائية، اما الانحراف المعياري الذي بلغت قيمته (0.78) وهي تؤكد الانسجام العالي بين اجاباتهم، كما تؤكد قيمة معامل الاختلاف التشتت المنخفض بين افراد عينة البحث عند التعامل مع فقرات الاستبانة، كما بلغت الاهمية النسبية للمنافسة (0.78) وهي نسبة جيدة في المجتمع المبحوث، وعلى مستوى المكونات الرئيسة للمنافسة فقد حققت الكلفة المنخفضة اهمية نسبية (0.81) وهي نسبة جيدة جداً في المجتمع المبحوث، اما الجودة فقد حققت اهمية نسبية (0.85) وهي الاعلى بالمقارنة مع المكونات الاخرى للمنافسة، في حين حقق الابداع اهمية نسبية (0.69) وهي نسبة متوسطة والاقل بالمقارنة مع المكونات الاخرى للمنافسة، واخيراً حققت المرونة اهمية نسبية جيدة اذ بلغت (0.77). كما يتبين للباحثون من الجدول (1) ان المشاريع المتنوعة التي يقوم الشباب بتنفيذها حققت نسبة اتفاق (87%) بين الشباب الذين تم استقصاء آراءهم، وهذه النتيجة تشير وبدلالة واضحة بان الشباب يقوموا بتنفيذ مجموعة من المشاريع لأجل الحصول على فرص العمل الخاص بهم، والتعامل معها بدرجة عالية من المهنية والاحترافية لضمان نجاحها وعلى وجه التحديد في المراحل المبكرة لضمان نجاحها واستمرارها بالعمل، وما يؤكد ذلك هو الوسط الحسابي البالغة قيمته (3.7) والذي يعكس اهتمام الشباب بتنفيذ المشاريع المتنوعة (المتوسط، الصغير، والمتناهية الصغر) بدرجة عالية من الناحية الاحصائية، اما الانحراف المعياري الذي بلغت قيمته (0.74) وهي تؤكد الانسجام العالي بين اجاباتهم، كما تؤكد قيمة معامل الاختلاف التشتت المنخفض بين افراد عينة البحث عند التعامل مع فقرات الاستبانة اذ بلغت (0.20)، كما بلغت الاهمية النسبية للتنافسية (0.80) وهي نسبة جيدة في المجتمع المبحوث، وعلى مستوى الانواع الرئيسة لمشاريع الشباب فقد حققت المشاريع المتوسطة اهمية نسبية (0.79) وهي نسبة جيدة في المجتمع المبحوث، اما المشاريع الصغيرة فقد حققت اهمية نسبية (0.74) وهي الاقل بالمقارنة مع الانواع الاخرى للمشاريع، في حين حققت المشاريع المتناهية الصغر اهمية

نسبية (0.86) وهي نسبة جيدة جداً وهي الاعلى بالمقارنة مع الانواع الاخرى لمشاريع الشباب.

ثانيا: اختبار الفرضيات

يقدم الجدول (2) اهم النتائج التي تم الاستناد عليها في اختبار الفرضيات الخاصة بهذا البحث والتي يمكن تحديدها بالآتي:

جدول (2) نتائج اختبار الفرضيات

المتغيرات	a	β	r	R^2	f	المعنوية	التقييم
تأثير الكلفة كأحد مكونات المنافسة على نجاح مشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، المتناهية الصغر).	0.90	0.79	**0.59	%35	34.91	0.01	يوجد تأثير معنوي
تأثير الجودة كأحد مكونات المنافسة على نجاح مشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، المتناهية الصغر).	0.94	0.76	**0.67	%46	37.26	0.01	يوجد تأثير معنوي
تأثير الابداع كأحد مكونات المنافسة على نجاح مشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، المتناهية الصغر).	0.85	0.83	**0.48	%23	19.72	0.01	يوجد تأثير معنوي
تأثير المرونة كأحد مكونات المنافسة على نجاح مشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، المتناهية الصغر).	0.88	0.81	**0.54	%29	23.41	0.01	يوجد تأثير معنوي
تأثير المنافسة على نجاح مشاريع الشباب (المتوسطة، الصغيرة، المتناهية الصغر).	0.89	0.78	**0.58	%34	28.83	0.01	يوجد تأثير معنوي

1. **اختبار الفرضية الفرعية (1):** نلاحظ من الجدول (2) ان الكلفة كأحد مرتكزات المنافسة تفسر (35%) من التباين في قدرة الشباب على تنفيذ المشاريع المتنوعة التي يقوموا بها (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر)، كما بلغت قيمة الارتباط بينها (0.59**) وهي علاقة قوية ومعنوية وتؤكد الدور المتبادل للكل من الكلفة باعتبارها أحد مكونات المنافسة وبين مشاريع الشباب المتنوعة. كما اشارة قيمة (f) المحسوبة البالغة (34.91) والتي تؤكد اهتمام الشباب باعتماد المنافسة على اساس الكلفة عند تأسيس مشاريعهم والمنافسة مع المشاريع الاخرى ضمن القطاع الخاص بهم، اما قيمة (a=0.90) وهي تؤكد اهتمام الشباب بالمنافسة على اساس الكلفة بمقدار (0.90) عند تأسيس المشاريع المتنوعة (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) الخاصة بهم، في حين بلغت قيمة (0.79) (β) وهي تؤكد بان اعتماد الشباب على الكلفة في المنافسة كلما ارتفع بمقدار وحدة واحدة كلما زادت قدرتهم على تنفيذ مشاريعهم (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) بنسبة (79%). وعليه فان النتائج التي سبق وان تم تفسيرها تساعد الباحثون في قبول الفرضية الفرعية (1) التي اشارت الى (تمارس الكلفة كأحد مرتكزات المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).
2. **اختبار الفرضية الفرعية (2):** يتضح من الجدول (2) ان الجودة كأحد مرتكزات المنافسة تفسر (46%) من التباين في قدرة الشباب على تنفيذ المشاريع المتنوعة التي يقوموا بها (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر)، كما بلغت قيمة الارتباط بينها (0.67**) وهي علاقة قوية ومعنوية وتؤكد الدور المتبادل للكل من الجودة باعتبارها أحد مكونات المنافسة وبين مشاريع الشباب المتنوعة. كما اشارة قيمة (f) المحسوبة البالغة (37.26) والتي تؤكد اهتمام الشباب باعتماد المنافسة على اساس الجودة عند تأسيس مشاريعهم والمنافسة مع المشاريع الاخرى ضمن القطاع الخاص بهم، اما قيمة (a=0.94) وهي تؤكد اهتمام الشباب بالمنافسة على اساس الجودة بمقدار (0.94) عند تأسيس المشاريع المتنوعة (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) الخاصة بهم، في حين بلغت قيمة (0.76) (β) وهي تؤكد بان اعتماد الشباب على الجودة في المنافسة كلما ارتفع بمقدار وحدة واحدة كلما زادت قدرتهم على تنفيذ مشاريعهم (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) بنسبة (76%). وعليه فان النتائج التي سبق وان تم تفسيرها تساعد الباحثون في قبول الفرضية الفرعية (2) التي اشارت الى (تمارس الجودة كأحد مرتكزات المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).
3. **اختبار الفرضية الفرعية (3):** يتبين من الجدول (2) ان الابداع كأحد مرتكزات المنافسة يفسر (23%) من التباين في قدرة الشباب على تنفيذ المشاريع المتنوعة التي يقوموا بها (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر)، كما بلغت قيمة الارتباط بينها (0.48**) وهي علاقة قوية ومعنوية وتؤكد الدور المتبادل للكل من الابداع باعتبارها أحد مكونات المنافسة وبين مشاريع الشباب المتنوعة. كما اشارة قيمة (f) المحسوبة البالغة (19.72) والتي تؤكد اهتمام الشباب باعتماد المنافسة على اساس الابداع عند تأسيس مشاريعهم والمنافسة مع المشاريع الاخرى ضمن القطاع الخاص بهم، اما قيمة (a=0.85) وهي تؤكد اهتمام الشباب بالمنافسة على اساس الابداع بمقدار (0.85) عند تأسيس المشاريع المتنوعة (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر)

الخاصة بهم، في حين بلغت قيمة (0.85) (β) وهي تؤكد بان اعتماد الشباب على الابداع في المنافسة كلما ارتفع بمقدار وحدة واحدة كلما زادت قدرتهم على تنفيذ مشاريعهم (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) بنسبة (85%). وعليه فان النتائج التي سبق وان تم تفسيرها تساعد الباحثون في قبول الفرضية الفرعية (3) التي اشارت الى (يمارس الابداع كأحد مرتكزات المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).

4. **اختبار الفرضية الفرعية (4):** نلاحظ من الجدول (2) ان المرونة كأحد مرتكزات المنافسة تفسر (29%) من التباين في قدرة الشباب على تنفيذ المشاريع المتنوعة التي يقوموا بها (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر)، كما بلغت قيمة الارتباط بينها (0.54**) وهي علاقة قوية ومعنوية وتؤكد الدور المتبادل للكل من المرونة باعتبارها أحد مكونات المنافسة وبين مشاريع الشباب المتنوعة. كما اشارة قيمة (f) المحسوبة البالغة (23.41) والتي تؤكد اهتمام الشباب باعتماد المنافسة على اساس المرونة عند تأسيس مشاريعهم والمنافسة مع المشاريع الاخرى ضمن القطاع الخاص بهم، اما قيمة (a=0.88) وهي تؤكد اهتمام الشباب بالمنافسة على اساس المرونة بمقدار (0.88) عند تأسيس المشاريع المتنوعة (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) الخاصة بهم، في حين بلغت قيمة (0.81) (β) وهي تؤكد بان اعتماد الشباب على المرونة في المنافسة كلما ارتفع بمقدار وحدة واحدة كلما زادت قدرتهم على تنفيذ مشاريعهم (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) بنسبة (81%). وعليه فان النتائج التي سبق وان تم تفسيرها تساعد الباحثون في قبول الفرضية الفرعية (4) التي اشارت الى (تمارس المرونة كأحد مرتكزات المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).

5. **اختبار الفرضية الرئيسة:** يتبين من الجدول (2) ان المنافسة تفسر (34%) من التباين في قدرة الشباب على تنفيذ المشاريع المتنوعة التي يقوموا بها (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر)، كما بلغت قيمة الارتباط بينها (0.58**) وهي علاقة قوية ومعنوية وتؤكد الدور المتبادل بين المنافسة وبين مشاريع الشباب المتنوعة. كما اشارة قيمة (f) المحسوبة البالغة (28.83) والتي تؤكد اهتمام الشباب باعتماد المنافسة عند تأسيس مشاريعهم والمنافسة مع المشاريع الاخرى ضمن القطاع الخاص بهم، اما قيمة (a=0.89) وهي تؤكد اهتمام الشباب بالمنافسة بمقدار (0.89) عند تأسيس المشاريع المتنوعة (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) الخاصة بهم، في حين بلغت قيمة ((β (0.78) وهي تؤكد بان اعتماد الشباب على المنافسة كلما ارتفع بمقدار وحدة واحدة كلما زادت قدرتهم على تنفيذ مشاريعهم (المتوسط، الصغير، المتناهية الصغر) بنسبة (78%). وعليه فان النتائج التي سبق وان تم تفسيرها تساعد الباحثون في قبول الفرضية الرئيسة التي اشارت الى (تمارس المنافسة تأثير معنوي في تعزيز قدرة الشباب لنجاح المشاريع المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر في البيئة العراقية).

الاستنتاجات والتوصيات

يستنبط الباحثون مجموعة من الاستنتاجات ويقترحون مجموعة من التوصيات التي تسهم في استكمال البحث، وكما في الفقرتين الآتيتين:

اولا: الاستنتاجات

1. اكدت نتائج التحليل بان الشباب الذين تم استقصاء آراءهم يعتمدون على المنافسة فيما بينهم بصورة رئيسة عند رغبتهم بفتح المشاريع المتنوعة (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، من اجل الحصول على الافكار والتعرف على كيفية توظيفها بشكل مشاريع منتجة يمكن الاستناد عليها في تلبية احتياجات سوق العمل، فضلاً عن توفير مصادر للأموال اللازمة لتلبية احتياجاتهم الخاصة.
2. يتضح من نتائج التحليل بان الشباب الذين تم استقصاء آراءهم يعتمدون على الكلفة كأساس للمنافسة فيما بينهم بصورة رئيسة عند رغبتهم بفتح المشاريع المتنوعة (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، من اجل الحصول على الافكار والتعرف على كيفية توظيفها على شكل مشاريع منتجة يمكن الاستناد عليها في تلبية احتياجات سوق العمل، فضلاً عن توفير مصادر للأموال اللازمة لتلبية احتياجاتهم الخاصة.
3. يتبين من نتائج التحليل بان الشباب الذين تم استقصاء آراءهم يعتمدون على الجودة كأساس للمنافسة فيما بينهم بصورة رئيسة عند رغبتهم بفتح المشاريع المتنوعة (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، من اجل الحصول على الافكار والتعرف على كيفية توظيفها على شكل مشاريع منتجة يمكن الاستناد عليها في تلبية احتياجات سوق العمل، فضلاً عن توفير مصادر للأموال اللازمة لتلبية احتياجاتهم الخاصة.
4. نلاحظ من نتائج التحليل بان الشباب الذين تم استقصاء آراءهم يعتمدون على الابداع كأساس للمنافسة فيما بينهم بصورة رئيسة عند رغبتهم بفتح المشاريع المتنوعة (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، من اجل الحصول على الافكار والتعرف على كيفية توظيفها على شكل مشاريع منتجة يمكن الاستناد عليها في تلبية احتياجات سوق العمل، فضلاً عن توفير مصادر للأموال اللازمة لتلبية احتياجاتهم الخاصة.
5. تؤكد نتائج التحليل بان الشباب الذين تم استقصاء آراءهم يعتمدون على المرونة كأساس للمنافسة فيما بينهم بصورة رئيسة عند رغبتهم بفتح المشاريع المتنوعة (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، من اجل الحصول على الافكار والتعرف على كيفية توظيفها على شكل مشاريع منتجة يمكن الاستناد عليها في تلبية احتياجات سوق العمل، فضلاً عن توفير مصادر للأموال اللازمة لتلبية احتياجاتهم الخاصة.

ثانياً: التوصيات

1. يرى الباحثون ضرورة تنويع المرتكزات التنافسية التي يستندوا عليها عند تأسيس مشاريعهم المتنوعة

(المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، من اجل ضمان استقرارهم في المراحل الاولى ومن ثم ضمان نجاحها واستمرارها في العمل، بالشكل الذي يتوافق مع طبيعة المستجدات البيئية التي يمكن ان تؤثر عليهم.

2. يوصي الباحثون الشباب بضرورة فتح مشاريعهم المتنوعة (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر) في المناطق التي تتناسب قدرة الزبائن الشرائية مع اسعار المنتجات التي يقوموا بتقديمها إليهم، لتعزيز قدرتهم في المنافسة على اساس الكلفة وتحديد اسعار منتجات بطريقة تضمن بيعها وتصريفها.
3. يقترح الباحثون على الشباب القيام باختيار المنتجات التي يقوموا بتسويقها عند فتح مشاريعهم (المتوسطة، الصغيرة، والمتناهية الصغر)، بطريقة تحقق التوافق بين اسعارها ومستويات الجودة الخاصة بها، لضمان تقديم منتجات ذات جودة عالية للزبائن وبذات الوقت ذات كلفة معقولة.
4. يوصي الباحثون الشباب بضرورة متابعة المستجدات ذات العلاقة بالمشاريع المتنوعة الخاصة بهم، والعمل على توظيفها بالشكل الذي يتوافق مع التغييرات التي تحدث في احتياجات ورغبات زبائنها، بالشكل الذي يساعدهم على اشباعها بالطريقة التي تضمن لهم استمرار تعامل زبائنهم معها.
5. يرى الباحثون من الضروري قيام الشباب بتوفير مجموعة من الادوات والاجراءات التي يمكن الاستناد عليها، في توفير منتجاتهم الى الزبائن الذين يتعاملوا معها بالوقت والمكان الذين يحتاجونها فيه، ومن ثم ضمان تلبية احتياجاتهم ورغباتهم بالوقت المناسب او الوقت الذي يحتاجونها فيه.

توافر البيانات:

تم تضمين البيانات المستخدمة لدعم نتائج هذه الدراسة في المقالة.

تضارب المصالح:

يعلن المؤلفون أنه ليس لديهم تضارب في المصالح.

موارد التمويل:

لم يتم تلقي اي دعم مالي.

شكر وتقدير:

لا أحد أو ذكر اي شخص اخر.

References:

1. Abbasi Kamardi, A., Amoozad Mahdiraji, H., Masoumi, S., & Jafari-Sadeghi, V. (2022). Developing sustainable competitive advantages from the lens of resource-based view: Evidence from IT sector of an emerging economy. Journal of Strategic Marketing, 1-23.
2. Algarni, M. A., Ali, M., Leal-Rodríguez, A. L., & Albort-Morant, G. (2023). The differential effects of potential and realized absorptive capacity on imitation and innovation strategies, and its impact on sustained competitive advantage. Journal of Business Research, 158, 113674.
3. Chong, C. L., Abdul Rasid, S. Z., Khalid, H., & Ramayah, T. (2024). Big data analytics capability for competitive advantage and firm performance in Malaysian manufacturing firms. International Journal of Productivity and Performance Management, 73(7), 2305-2328.
4. Corney, T., Marion, J., Baird, R., Welsh, S., & Gorman, J. (2024). Youth work as social pedagogy: Toward an understanding of non-formal and informal education and learning in youth work. Child & Youth Services, 45(3), 345-370.
5. Dodd, W., Wyngaarden, S., Humphries, S., Lobo Tosta, E., Zelaya Portillo, V., & Orellana, P. (2023). How long-term emancipatory programming facilitates participatory evaluation: building a methodology of participation through research with youth in Honduras. Action Research, 14767503231160960.
6. Du, X., Wang, N., Lu, S., Zhang, A., & Tsai, S. B. (2024). Sustainable competitive advantage under digital transformation: an eco-strategy perspective. Chinese Management Studies.
7. Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: the role of performance and innovation. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8(3), 163.
8. Glowik, M., Chwialkowska, A., & Bhatti, W. A. (2024). Global solar photovoltaic industry network dynamics 2007-2023. Inter-organizational relationships as a source of competitive advantage. Journal of Cleaner Production, 142921.
9. Hart, P. F., & Rodgers, W. (2023). Competition, competitiveness, and competitive advantage in higher education

affected youth. Conflict, Security & Development, 22(5), 517-541.

18. Mkwananzi, F., Cin, F. M., & Marovah, T. (2023). Transformative youth development through heritage projects: connecting political, creative, and cultural capabilities. International Journal of Heritage Studies, 29(6), 581-597.

19. Okorie, O., Russell, J., Cherrington, R., Fisher, O., & Charnley, F. (2023). Digital transformation and the circular economy: Creating a competitive advantage from the transition towards Net Zero Manufacturing. Resources, Conservation and Recycling, 189, 106756.

20. Ratriyana, I. N., Setiawan, L. D., & Yudarwati, G. A. (2022). Development communication for youth empowerment in Indonesia's renewable energy projects. Asian Journal of Communication, 32(4), 290-308.

21. Redmond, G., Skattebol, J., Hamilton, M., Andresen, S., & Woodman, R. (2022). Projects-of-self and projects-of-family: young people's responsibilisation for their education and responsibility for care. British Journal of Sociology of Education, 43(1), 84-103.

22. Sala-Torrent, M., Planas-Lladó, A., Soler-Masó, P., & Gómez, C. (2024). Evaluation of youth empowerment projects from an educators' perspective. *Research on Social Work Practice*,*34*(1), 70-83.

23. Sharma, R., & Gupta, H. (2024). Harmonizing sustainability in industry 5.0 era: Transformative strategies for cleaner production and sustainable competitive advantage. Journal of Cleaner Production, 445, 141118.

24. Silva, I. S., Cunha-Saraiva, F., Ribeiro, A. S., & Bártolo, A. (2023). Exploring the Acceptability of an Environmental Education Program for Youth in Rural Areas: ECOCIDADANIA Project. Education Sciences, 13(10), 982.

25. Sloam, J., Pickard, S., & Henn, M. (2022). Young people and environmental activism: The transformation of democratic politics. Journal of Youth Studies, 25(6), 683-691.

institutions: a systematic literature review. Studies in Higher Education, 1-25.

10. Heidbrink, L. (2024). Containing futures: the governance of youths' migratory aspirations in comparative context. Journal of Ethnic and Migration Studies, 50(4), 811-829.

11. Khussainova, Z., Gazizova, M., Abauova, G., Zhartay, Z., & Raikhanova, G. (2023). Problems of generating productive employment in the youth labor market as a dominant risk reduction factor for the NEET youth segment in Kazakhstan. Economies, 11(4), 116.

12. Li, W., Waris, I., & Bhutto, M. Y. (2024). Understanding the nexus among big data analytics capabilities, green dynamic capabilities, supply chain agility and green competitive advantage: the moderating effect of supply chain innovativeness. Journal of Manufacturing Technology Management, 35(1), 119-140.

13. Lohmeyer, B. A., McGregor, J. R., & Wood, B. E. (2024). Youth Work, Youth Studies, and Co-design: Sustaining a Dynamic Nexus to Progress Youth Participation. Journal of Applied Youth Studies, 1-18.

14. Mailani, D., Hulu, M. Z. T., Simamora, M. R., & Kesuma, S. A. (2024). Resource-Based View Theory to Achieve a Sustainable Competitive Advantage of the Firm: Systematic Literature Review. International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies, 4(1), 1-15.

15. Malorni, A., Lea III, C. H., Richards-Schuster, K., & Spencer, M. S. (2022). Facilitating youth participatory action research (YPAR): A scoping review of relational practice in US Youth development & out-of-school time projects. Children and Youth Services Review, 136, 106399.

16. Martínez-Falcó, J., Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B., & Georgantzis, N. (2024). The interplay between competitive advantage and sustainability in the wine industry: a bibliometric and systematic review. Discover Sustainability,5(1), 13.

17. McMullin, J. R. (2022). 'What is the benefit of this project?'Representation and participation in research on conflict-

26. Tajeddini, K., Gamage, T. C., Tajdini, J., Qalati, S. A., & Siddiqui, F. (2023). Achieving sustained competitive advantage in retail and consumer service firms: The role of entrepreneurial orientation and entrepreneurial bricolage. Journal of Retailing and Consumer Services, 75, 103495.

27. Waqas, M., Meng, Q., Khan, S. A. R., & Hussain, K. (2024). Technological management capabilities as a pathway toward green production and green competitive advantage. Journal of Manufacturing Technology Management.

28. Ward, S., McBride, M., & Watson, N. (2024). Evaluating youth empowerment in neighborhood settings: applying the capabilities 3C model to evidence and extend the social justice outcomes of youth work in Scotland. Journal of Youth Studies, 27(1), 125-140.

29. Zhang, X., Chu, Z., Ren, L., & Xing, J. (2023). Open innovation and sustainable competitive advantage: The role of organizational learning. Technological Forecasting and Social Change, 186, 122114.

الاستبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...

السادة الافاضل

يسعى الباحثون الى تنفيذ بحث بعنوان (مساهمة المنافسة في دعم مشاريع الشباب المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر) ولغرض انجاز الجانب الميداني للبحث يرجى التعاون معنا في الاجابة على فقرات الاستبانة بحسب قناعتكم الشخصية والتي ستعتمد لأغراض البحث العلمي فقط، لذا لا داعي لذكر الاسم:

المعلومات الشخصية

1. النوع البشري
2. العمر
3. التحصيل الدراسي
4. السنوات السابقة في العمل

الفقرات	الاجابة				
	اتفق تماما	اتفق	نوعا ما	لا اتفق	لا اتفق تماما
الكلفة: بإمكان الشباب استثمار المنافسة من خلال تحقيق الآتي: **1.** تقديم المنتجات بأسعار تتناسب مع القدرة الشرائية للزبائن. **2.** تقديم المنتجات بأسعار اقل من المنتجات المنافسة. **3.** تخفيض اسعار المنتجات دون التأثير على جودتها.					
الجودة: بإمكان الشباب استثمار المنافسة من خلال تحقيق الآتي: **1.** تقديم منتجات ذات جودة عالية تتوافق مع احتياجات الزبائن. **2.** تقديم منتجات ذات عيوب قليلة الى الزبائن. **3.** تمتاز المنتجات بمجموعة من الخصائص والمزايا الفريدة والقيمة.					
الابداع: بإمكان الشباب استثمار المنافسة من خلال تحقيق الآتي: **1.** تطوير الافكار الجديدة وتوظيفها في المنتجات المقدمة للزبائن. **2.** ابتكار اساليب وطرائق جديدة في تقديم المنتجات الى الزبائن. **3.** امتلاك المقدرات الجوهرية والاستفادة منها في تطوير المنتجات الجديدة.					
المرونة: بإمكان الشباب استثمار المنافسة من خلال تحقيق الآتي: **1.** استخدام اساليب متنوعة لإيصال المنتجات الى الزبائن. **2.** اجراء العديد من التعديلات على المنتجات لتلاءم رغبات الزبائن.					

3. متابعة المستجدات في المنتجات ومحاولة الاستفادة منها لتطوير المنتجات.					
المشاريع المتوسطة: يمكن تحقيق التنافسية للمشاريع المتوسط من خلال الاتي: 1. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع المتوسطة من خلال تخفيض تكاليف المنتجات. 2. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع المتوسطة من خلال تعزيز جودة المنتجات. 3. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع المتوسطة من خلال استثمار الابداع في تطوير المنتجات. 4. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع المتوسطة من خلال تعزيز مرونة المنتجات.					
المشاريع الصغيرة: يمكن تحقيق التنافسية للمشاريع الصغيرة من خلال الاتي: 1. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع الصغيرة من خلال تخفيض تكاليف المنتجات. 2. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع الصغيرة من خلال تعزيز جودة المنتجات. 3. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع الصغيرة من خلال استثمار الابداع في تطوير المنتجات. 4. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع الصغيرة من خلال تعزيز مرونة المنتجات.					
المشاريع المتناهية الصغر: يمكن تحقيق التنافسية للمشاريع متناهية الصغر من خلال الاتي: 1. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر من خلال تخفيض تكاليف المنتجات. 2. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر من خلال تعزيز جودة المنتجات. 3. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر من خلال استثمار الابداع في تطوير المنتجات. 4. بالإمكان تحقيق التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر من خلال تعزيز مرونة المنتجات.					