

أثر الثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان،

المملكة العربية السعودية

فاطمة يحيى إسماعيل رياني

الرقم الجامعي 2021205345

مشروع تخرج - 1

كلية الإدارة جامعة ميدأوشن

إشراف

الدكتورة منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول 2024

الفهرس

1	الفصل الأول	الاطار العام للدراسة	4.....
1.1	المقدمة		5
1.2	مشكلة البحث		7
1.2.1	الفجوات النظرية		7
1.2.2	الفجوات التطبيقية		8
1.3	أهمية البحث		8
1.3.1	الأهمية النظرية		8
1.3.2	الأهمية العملية		9
1.4	أسئلة البحث		9
1.5	أهداف البحث		10.....
1.6	فرضيات البحث		12.....
1.7	نموذج البحث		13.....
1.8	الدراسة الميدانية		14.....
1.9	هيكل المشروع		14.....
2	الفصل الثاني	الإطار النظري	15.....
2.1	المقدمة		16.....
2.2	المتغير الأول: الثقافة المحلية		16.....
2.3	المتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة		17.....
2.4	العلاقة بين متغيرات البحث		18.....
2.5	الخاتمة		19.....
3	الفصل الثالث:	منهجية البحث	22.....
3.1	المقدمة		23.....
3.2	التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث		23.....
3.2.1	الثقافة المحلية (المتغير المستقل)		23.....
3.2.2	ممارسات الأعمال (المتغير التابع)		23.....
3.3	تصميم البحث		24.....
3.4	مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينة		26.....
3.4.1	مجتمع البحث		26.....
3.4.2	عينة البحث		26.....
3.4.3	طريقة وتقنيات أخذ العينة		27.....
3.5	طريقة جمع البيانات		27.....
3.5.1	المتغير المستقل (الثقافة المحلية)		27.....
3.5.2	المتغير التابع (ممارسات الأعمال)		28.....
3.6	أنواع البيانات		29.....

30.....	طرق وإجراءات تحليل البيانات	3.7
30.....	التحليل الوصفي للعينة	3.7.1
31.....	اختبارات الصلاحية	3.7.2
31.....	اختبارات الثبات	3.7.3
32.....	الفصل الرابع: التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة	4
32.....	المقدمة	4.1
32.....	خصائص عينة الدراسة	4.2
36.....	قياس صدق وثبات أدوات الدراسة	4.2.1
36.....	صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة	4.2.2
38.....	ثبات أداة الدراسة	4.2.3
39.....	ملخص نتائج الثبات	4.2.4
39.....	الفصل الخامس: النتائج، المناقشة، والاستنتاج	5
40.....	قائمة المراجع	6
43.....	فصل الملاحق	7
47.....	المعلومات الشخصية	
47.....	الأسئلة الشخصية للاستبيان	
47.....	الأسئلة الشخصية للاستبيان	
48.....	Personal questions for the questionnaire	
48.....	Personal questions for the questionnaire	
49.....	استبيان تقييم الثقافة المحلية	
49.....	جدول التعريف بالمتغيرات وأبعادها	
50.....	استبيان تقييم ممارسات المؤسسات الصغيرة	
50.....	جدول التعريف بالمتغيرات وأبعادها	
51.....	الأسئلة الخاصة بالمتغير الأول: الثقافة المحلية	
51.....	استبيان تقييم الثقافة المحلية	
53.....	الأسئلة الخاصة بالمتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة	
53.....	استبيان تقييم ممارسات المؤسسات الصغيرة	
55.....	Questions related to the first variable: local culture	
55.....	A questionnaire assessing local culture	
57.....	Questions for the second variable: practices of small enterprises	
57.....	Small business practice assessment questionnaire	

1 الفصل الأول

الاطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

تعتبر المؤسسات الصغيرة العمود الفقري للعديد من الاقتصادات، خاصة في المناطق النامية. يعتمد نجاحها على الإدارة الفعالة، الكفاءة التشغيلية، والقدرة على التكيف مع التغيرات السوقية. ومع ذلك، فإن العوامل الثقافية التي تعمل في إطارها هذه الأعمال غالبًا ما تكون مهمة. تشمل ممارسات المؤسسات الصغيرة عمليات اتخاذ القرار، استراتيجيات التسويق، وإدارة الموظفين. هذه الممارسات ضرورية لنمو وتنافسية الشركات الصغيرة. في جازان، تلعب المؤسسات الصغيرة دورًا حيويًا في خلق فرص العمل، الابتكار، والتنمية الاقتصادية.

جازان، منطقة في الجزء الجنوبي الغربي من المملكة العربية السعودية، تشتهر بتراتها الثقافي الغني ونشاطاتها الاقتصادية المتنوعة. يجعل الموقع الاستراتيجي للمنطقة على طول ساحل البحر الأحمر منها مركزًا حيويًا للتجارة والتجارة. تستفيد المؤسسات الصغيرة في جازان من التنوع الثقافي للمنطقة، والذي يشمل تأثيرات من الثقافات الأفريقية واليمنية والبدوية. يقدم هذا الفسيفساء الثقافي فرصًا وتحديات فريدة لأصحاب الأعمال الصغيرة الذين يجب عليهم التنقل في بيئة معقدة من العادات والتقاليد والتوقعات الاستهلاكية المحلية (Al-Ghamdi & Al-Muharib, 2008).

لا يمكن التغاضي عن أهمية المؤسسات الصغيرة في جازان. فهي تساهم بشكل كبير في الاقتصاد المحلي من خلال توفير فرص العمل، تعزيز الابتكار، ودعم التنمية المجتمعية (Al-Tamimi & Al-Amiri, 2003). تتراوح هذه الأعمال من الحرف التقليدية والمتاجر الصغيرة إلى مقدمي الخدمات الحديثة والشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا. تعتمد قدرة هذه الشركات على الازدهار على قدرتها على التكيف مع السياق الثقافي المحلي، الذي يؤثر على كل شيء من استراتيجيات الأعمال إلى التفاعلات مع العملاء وإدارة الموظفين (Mellahi, 2003).

تشير الأبحاث إلى أن الثقافة المحلية تؤثر بشكل كبير على ممارسات الأعمال. أبرز Hofstede (1980) كيف تؤثر الأبعاد الثقافية على الممارسات الإدارية في مختلف البلدان. وأشار Schein (1985) إلى أن ثقافة المنظمة تؤثر على القيادة ومشاركة الموظفين. ومع ذلك، يختلف الباحثون حول مدى وطبيعة هذا التأثير. جادل Trompenaars و Hampden-Turner (1998) بأن الاختلافات الثقافية يمكن أن تؤدي إلى سوء الفهم والصراعات داخل المنظمات، بينما اقترح Hall (1990) أن التعرف على هذه الاختلافات يمكن أن يعزز الأداء التجاري. في الآونة الأخيرة، قدم Aycan et al. (1999) و House et al. (2004) رؤى مفصلة حول كيفية تأثير الصفات الثقافية المحددة على الديناميكيات التنظيمية في مختلف المناطق.

في سياق جازان، تلعب السمات الثقافية الفريدة للمنطقة، مثل التركيز القوي على العلاقات الأسرية والضيافة والتضامن المجتمعي، دورًا حاسمًا في تشكيل ممارسات الأعمال. أظهرت الدراسات أن المناطق ذات القيم المجتمعية القوية، الأعمال التي تتوافق ممارساتها مع هذه القيم تميل إلى الأداء الأفضل (Al-Ghamdi & Al-Muharib, 2008). على سبيل المثال، استراتيجيات التسويق التي تبرز التقاليد المحلية والمشاركة المجتمعية من المرجح أن تلقى صدى لدى العملاء في جازان. وبالمثل، يمكن أن تؤدي ممارسات إدارة الموظفين التي تعكس المعايير الثقافية المحلية، مثل احترام الأكبر والالتزامات الأسرية، إلى زيادة رضا العمل والإنتاجية. (Al-Yahya, 2009)

على الرغم من تزايد الأبحاث حول تأثير الثقافة على ممارسات الأعمال، لا يزال هناك فهم محدود حول كيفية تفاعل هذه الديناميكيات في مناطق محددة مثل جازان. غالبًا ما تركز الدراسات الحالية على المقارنات الثقافية الأوسع أو الشركات متعددة الجنسيات الكبرى، مما يترك المؤسسات الصغيرة المحلية غير مستكشفة بشكل كافٍ. هذا الفجوة واضحة بشكل خاص في الأسواق الناشئة، حيث تتقاطع القيم التقليدية والممارسات التجارية الحديثة بطرق فريدة. بينما تقدم الدراسات العالمية رؤى عامة، فإنها غالبًا ما تتجاهل كيفية تأثير التقاليد الثقافية العميقة المتأصلة على العمليات التجارية على المستوى المجتمعي. (Kavoossi, 2000)

يمثل تقاطع القيم التقليدية والممارسات التجارية الحديثة في جازان تحديات وفرصًا فريدة للمؤسسات الصغيرة. على سبيل المثال، في حين أن العولمة والتطورات التكنولوجية قد أدخلت نماذج وممارسات تجارية جديدة، يجب على الأعمال المحلية في جازان التنقل في بيئة متجذرة بعمق في التقاليد الثقافية. فهم كيفية تأثير هذه العوامل الثقافية على ممارسات الأعمال ضروري لتطوير استراتيجيات فعالة يمكنها تعزيز تنافسية واستدامة المؤسسات الصغيرة في المنطقة. (Mellahi, 2003)

علاوة على ذلك، يعني نقص الدراسات المحلية أن أصحاب الأعمال الصغيرة وصناع السياسات في جازان قد لا يكون لديهم الوصول إلى الرؤى والأدوات اللازمة لمواجهة التحديات المحددة التي يواجهونها. يهدف هذا البحث إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم تحليل شامل لكيفية تأثير القيم الثقافية المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان. من خلال التركيز على هذا السياق المحدد، يسعى البحث إلى تقديم رؤى عملية يمكن أن تساعد الأعمال على التوافق مع السياقات الثقافية بشكل أكثر فعالية. (Al-Faleh, 1987)

تتمثل المشكلة الأساسية التي يعالجها هذا البحث في نقص الفهم التفصيلي لكيفية تأثير القيم الثقافية المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان. هذه الفجوة مهمة لملئها، حيث يمكن أن توفر رؤى قيمة لأصحاب

الأعمال الصغيرة وصناع السياسات في المنطقة، مما يساعدهم على مواءمة استراتيجيات الأعمال مع السياقات الثقافية بشكل أكثر فعالية. يهدف هذا البحث إلى تعميق الفهم للتفاعل بين الثقافة المحلية وممارسات الأعمال، مما قد يعزز الكفاءة التشغيلية واستدامة المؤسسات الصغيرة في جازان. بالإضافة إلى ذلك، يسعى البحث إلى تطوير إطار شامل يمكن للباحثين والممارسين الآخرين استخدامه لاستكشاف الديناميكيات المماثلة في السياقات الثقافية والجغرافية المختلفة. (Weir, 2003)

يهدف هذا البحث إلى سد الفجوات النظرية والتطبيقية في الأدبيات الحالية. من خلال التركيز على المؤسسات الصغيرة في جازان، سيوفر هذا البحث رؤى محلية تفتقر إليها الدراسات الثقافية الأوسع. يمكن أن تساهم النتائج في كل من الأبحاث الأكاديمية والتطبيقات العملية، وتقديم توجيهات لأصحاب الأعمال الصغيرة وصناع السياسات حول تحسين ممارسات الأعمال بطرق تتماشى مع الثقافة. إلى جانب المساهمات الأكاديمية، سيقدم البحث رؤى عملية يمكن أن تساعد في خلق بيئة أعمال أكثر دعمًا في جازان والمناطق المماثلة. (Al-Shaikh, 2003).

1.2 مشكلة البحث

مقدمة

يعالج هذا البحث نقص الفهم الكافي لكيفية تأثير القيم الثقافية المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان، المملكة العربية السعودية. هذه القضية مهمة بشكل خاص نظرًا للديناميات الثقافية الفريدة في المنطقة، حيث تتداخل القيم التقليدية مع الطموحات الاقتصادية الحديثة. (Al-Shaikh, 2003)

1.2.1 الفجوات النظرية

هناك نقص في الدراسات الشاملة التي تفحص التأثيرات المحددة للثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان. ركزت الأبحاث السابقة عمومًا على التأثيرات الثقافية الأوسع على الشركات الكبيرة، متجاهلة الديناميات الفريدة للمؤسسات الصغيرة في المناطق المحددة. توفر دراسات Hofstede (1980) و Trompenaars و Hampden-Turner (1998) رؤى قيمة حول الأبعاد الثقافية ولكنها لا تتناول التأثيرات الدقيقة على الشركات الصغيرة في المناطق المحددة مثل جازان. (Mellahi, 2003)

1.2.2 الفجوات التطبيقية

دراسة تأثير الثقافة المحلية على المؤسسات الصغيرة في جازان أمر ضروري نظرًا للسياق الثقافي المميز للمنطقة، والذي يختلف بشكل كبير عن باقي أجزاء المملكة العربية السعودية والشرق الأوسط الأوسع. هذه الخصوصية الجغرافية حيوية لتطوير استراتيجيات تجارية متماسكة ثقافيًا. بينما تميل الدراسات السابقة إلى تجميع البيانات عبر مناطق متنوعة، يركز هذا البحث تحديدًا على جازان لالتقاط الفروق الثقافية الفريدة التي تؤثر على ممارسات الأعمال. (Al-Faleh, 1987)

السؤال الرئيسي للبحث:

ما هو تأثير الثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان، المملكة العربية السعودية؟

1.3 أهمية البحث

مقدمة إلى الأهمية

يهدف هذا البحث إلى فهم تأثير القيم الثقافية المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان، المملكة العربية السعودية. من المتوقع أن توفر النتائج رؤى مهمة يمكن أن تساعد في سد الفجوة بين القيم الثقافية التقليدية والممارسات التجارية الحديثة في هذه المنطقة. (Weir, 2003)

1.3.1 الأهمية النظرية

من خلال معالجة الفجوات في الدراسات السابقة، يهدف هذا البحث إلى تقديم مفاهيم وأطر عمل جديدة يمكن أن تفسر كيفية تأثير الثقافة المحلية على ممارسات الأعمال. سيساهم ذلك في المجال الأوسع للسلوك التنظيمي والدراسات الثقافية من خلال تقديم رؤى محلية. على سبيل المثال، يمكن أن يبني البحث على نظرية ثقافة المنظمة لشيبين (1985) من خلال دمج الأبعاد الثقافية المحددة ذات الصلة بجازان، مما يعزز تطبيقية النظريات الحالية في سياقات جديدة. (House et al., 2004)

1.3.2 الأهمية العملية

ستكون للنتائج تطبيقات عملية لأصحاب الأعمال الصغيرة وصناع السياسات في جازان. يمكن أن يساعد فهم السياق الثقافي الشركات على تطوير استراتيجيات متمشية مع القيم المحلية، مما يحسن الكفاءة التشغيلية والاستدامة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يوجه هذا البحث صناع القرار في خلق بيئات داعمة للمؤسسات الصغيرة تأخذ في الاعتبار العوامل الثقافية. على سبيل المثال، يمكن تخصيص السياسات لدعم استراتيجيات التسويق المتماسكة ثقافياً وممارسات إدارة الموظفين، والتي تعتبر حيوية لنجاح المؤسسات الصغيرة في جازان (Al-Ghamdi & Al-Muharib, 2008).

1.4 أسئلة البحث

السؤال الرئيسي للبحث:

ما هو تأثير الثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان، المملكة العربية السعودية؟

الأسئلة الفرعية للبحث:

1. كيف تؤثر العادات والتقاليد على عمليات اتخاذ القرار داخل المؤسسات الصغيرة في جازان؟
- يهدف هذا السؤال إلى استكشاف مدى تأثير الأعراف والتقاليد الثقافية المحلية على القرارات الاستراتيجية والتشغيلية التي يتخذها أصحاب ومديرو المؤسسات الصغيرة في المنطقة. (Schein, 1985)
2. ما هو دور الثقافة المحلية في تشكيل استراتيجيات التسويق وممارسات التفاعل مع العملاء في المؤسسات الصغيرة بجازان؟
- يهدف هذا السؤال إلى فهم كيفية تأثير العوامل الثقافية على الطرق التي تسوق بها الشركات الصغيرة منتجاتها وخدماتها، وكيفية تفاعلها مع وجذب العملاء. (Al-Yahya, 2009)

3. كيف تؤثر الثقافة المحلية على إدارة الموظفين والديناميات داخل مكان العمل في المؤسسات الصغيرة بجازان؟

-يحقق هذا السؤال في تأثير القيم الثقافية على علاقات الموظفين، أنماط الإدارة، والبيئة العامة للعمل داخل الشركات الصغيرة.(House et al., 2004)

4. كيف تؤثر المهرجانات والفعاليات المحلية على أنشطة الأعمال والجدول التشغيلية للمؤسسات الصغيرة في جازان؟

-ينظر هذا السؤال في كيفية تأثير الفعاليات والاحتفالات الثقافية على العمليات التجارية، بما في ذلك التكاليف أو التعديلات التي تقوم بها الشركات لاستيعاب هذه الأحداث الثقافية-(Trompenaars & Hampden Turner, 1998).

5. ما هي التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة في جازان عند تحقيق التوازن بين القيم الثقافية التقليدية والممارسات التجارية الحديثة؟

-يهدف هذا السؤال إلى تحديد الصعوبات المحددة التي تواجهها الشركات الصغيرة عند محاولة دمج القيم الثقافية التقليدية مع المنهجيات التجارية الحديثة.(Mellahi, 2003)

1.5 أهداف البحث

الهدف العام:

استكشاف تأثير الثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان، المملكة العربية السعودية.

الأهداف الفرعية:

1. تحديد كيفية تأثير العادات والتقاليد على عمليات اتخاذ القرار داخل المؤسسات الصغيرة في جازان.

-الفعل الأساسي: تحديد

-إطار العمل SMART: هذا الهدف محدد لفهم عمليات اتخاذ القرار، قابل للقياس من خلال الاستطلاعات والمقابلات، يمكن تحقيقه ضمن الإطار الزمني للدراسة، ذو صلة بسؤال البحث الرئيسي، ومحدد بموعد المشروع.(Al-Ghamdi & Al-Muharib, 2008)

2. تحليل دور الثقافة المحلية في تشكيل استراتيجيات التسويق وممارسات التفاعل مع العملاء في المؤسسات الصغيرة بجازان.

-الفعل الأساسي: تحليل

-إطار العمل SMART: هذا الهدف يستهدف التسويق والتفاعل مع العملاء، قابل للقياس من خلال دراسات الحالة ومقاييس أداء الأعمال، يمكن تحقيقه بالموارد المتاحة، ذو صلة بالعمليات التجارية، ومحدد بإطار زمني واضح.(Al-Yahya, 2009)

3. تقييم تأثير الثقافة المحلية على إدارة الموظفين والديناميات داخل مكان العمل في المؤسسات الصغيرة بجازان.

-الفعل الأساسي: تقييم

-إطار العمل SMART: يركز هذا الهدف على إدارة الموظفين، قابل للقياس من خلال تقييمات تنظيمية واستطلاعات الموظفين، يمكن تحقيقه بالنظر إلى نطاق البحث، ذو صلة بفهم ثقافة مكان العمل، ومحدد بالإطار الزمني للدراسة.(House et al., 2004)

4. مقارنة تأثير المهرجانات والفعاليات المحلية على أنشطة الأعمال والجدول التشغيلية للمؤسسات الصغيرة في جازان.

-الفعل الأساسي: مقارنة

-إطار العمل SMART: يفحص هذا الهدف تأثير الأحداث الثقافية، قابل للقياس من خلال سجلات الأنشطة التجارية والتقويمات الأحداث، يمكن تحقيقه ضمن إطار البحث، ذو صلة بجدولة العمليات، ومقيد بموعد المشروع.(Trompenaars & Hampden-Turner, 1998)

5. تحديد التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة في جازان عند تحقيق التوازن بين القيم الثقافية التقليدية والممارسات التجارية الحديثة.

-الفعل الأساسي: تحديد

-إطار العمل: SMART يواجه هذا الهدف تحديات في موازنة القيم الثقافية والممارسات الحديثة، قابل للقياس من خلال جمع البيانات النوعية، يمكن تحقيقه ضمن قيود البحث، ذو صلة بقدرة الأعمال على التكيف، ومحدد بالإطار الزمني للبحث.(Mellahi, 2003)

1.6 فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية: H1

-هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقافة المحلية وممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان، المملكة العربية السعودية.

الفرضيات الفرعية:

Ha: -هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين العادات والقيم التقليدية وعمليات اتخاذ القرار داخل المؤسسات الصغيرة في جازان.

Hb: -هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقافة المحلية وتشكيل استراتيجيات التسويق وممارسات التفاعل مع العملاء في المؤسسات الصغيرة بجازان.

Hc: -هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقافة المحلية وإدارة الموظفين وديناميات مكان العمل في المؤسسات الصغيرة بجازان.

Hd: -هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهرجانات والأحداث المحلية والأنشطة التجارية والجداول التشغيلية للمؤسسات الصغيرة في جازان.

He: -هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة في موازنة القيم الثقافية التقليدية وممارسات الأعمال الحديثة في جازان.

1.7 نموذج البحث

المتغيرات البحثية:

المتغير المستقل: الثقافة المحلية

-العادات والقيم التقليدية

-المهرجانات والأحداث المحلية

-التحديات في موازنة التقاليد والممارسات الحديثة

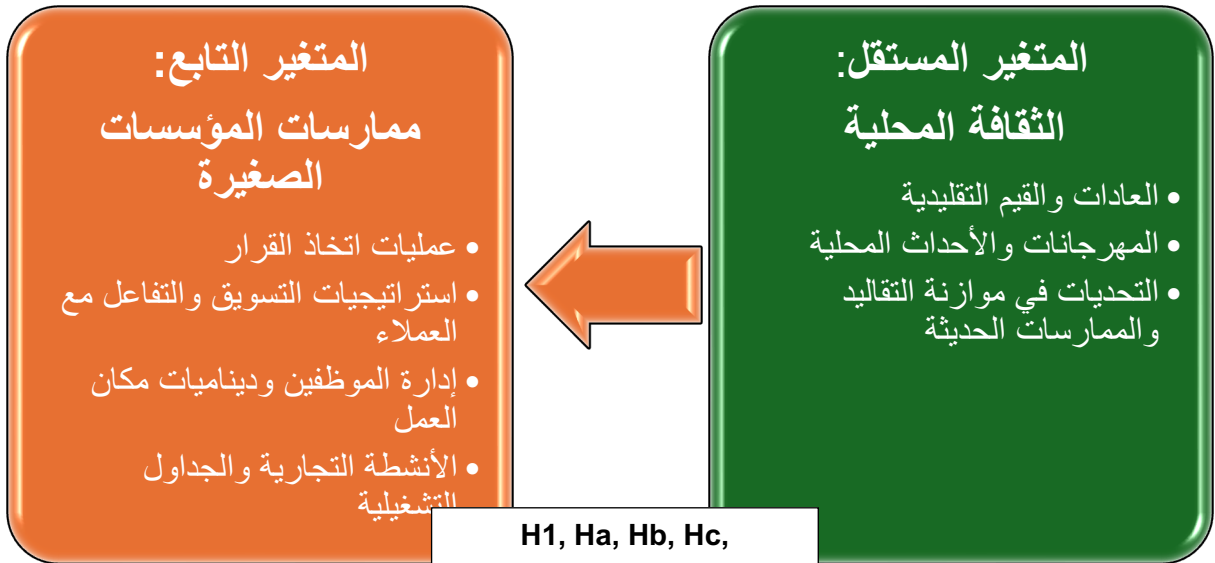
المتغير التابع: ممارسات المؤسسات الصغيرة

-عمليات اتخاذ القرار

-استراتيجيات التسويق والتفاعل مع العملاء

-إدارة الموظفين وديناميات مكان العمل

-الأنشطة التجارية والجداول التشغيلية



1.8 الدراسة الميدانية

مكان التطبيق

سيتم إجراء البحث على المؤسسات الصغيرة في جازان، المملكة العربية السعودية. تراث جازان الثقافي الغني والاقتصاد المتنوع يجعلها مناسبة لدراسة تأثير الثقافة المحلية على ممارسات الأعمال.

نظرة عامة على الصناعة

قطاع التجزئة

يشمل المحلات الصغيرة المملوكة للعائلات وسلاسل التجزئة الأكبر، والتي تتأثر بتفضيلات الثقافة المحلية في خدمة العملاء وتقديم المنتجات.

قطاع الضيافة

يتكون من الفنادق والمطاعم وخدمات السياحة، حيث تؤثر العوامل الثقافية على الضيافة والخدمات المقدمة للضيوف.

قطاع الخدمات

يشمل الاستشارات والخدمات المالية والرعاية الصحية، والتي تتأثر بالمعايير الثقافية في ممارسات الأعمال وعلاقات العملاء.

1.9 هيكل المشروع

الفصل الأول: المقدمة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: النتائج، المناقشة، والاستنتاج

2 الفصل الثاني

الإطار النظري

2.1 المقدمة

يعتبر الإطار النظري للدراسات السابقة حجر الزاوية في البحث العلمي، حيث يساهم في توضيح السياق العام للبحث ويبرز الأهمية النظرية والعملية للدراسة. في هذا الفصل، سنستعرض الأدبيات المتعلقة بتأثير الثقافة المحلية على ممارسات الأعمال في المؤسسات الصغيرة، مع التركيز على منطقة جازان في المملكة العربية السعودية.

2.2 المتغير الأول: الثقافة المحلية

تعريف الثقافة المحلية

تُعرف الثقافة المحلية بأنها مجموعة القيم والمعتقدات والعادات والتقاليد التي يتبناها الأفراد في مجتمع معين، وتؤثر هذه القيم بشكل مباشر على سلوك الأفراد وتوجهاتهم بما في ذلك ممارسات الأعمال (Hofstede, 1980). الثقافة المحلية تشكل النسيج الاجتماعي للمجتمع وتلعب دورًا رئيسيًا في تحديد العلاقات الاجتماعية والاقتصادية.

تطور الثقافة المحلية

تتطور الثقافة المحلية عبر الزمن نتيجة للتفاعلات الاجتماعية والتاريخية والجغرافية. في جازان، تتأثر الثقافة بالتاريخ الطويل من التبادلات التجارية والتفاعلات مع الثقافات المجاورة مثل اليمن وأفريقيا، مما أضاف إلى التنوع الثقافي وأثرى التقاليد المحلية. (Al-Ghamdi & Al-Muharib, 2008).

أبعاد الثقافة المحلية

- القيم العائلية : التركيز على الأسرة والعلاقات العائلية.

- الضيافة : أهمية الضيافة والكرم في التعاملات اليومية.
- التضامن المجتمعي : التأكيد على العلاقات الاجتماعية والدعم المتبادل.

نظريات الثقافة المحلية

تعد نظرية هوفستيد للأبعاد الثقافية من النظريات الرائدة في هذا المجال. تحدد هذه النظرية ستة أبعاد للثقافة التي تؤثر على ممارسات الأعمال:

- المسافة إلى السلطة : الدرجة التي يتقبل بها الأفراد التفاوت في السلطة.
- الفردية مقابل الجماعية : تفضيل الفردانية مقابل التوجه الجماعي.
- الذكورية مقابل الأنوثة : تفضيل القيم الذكورية مثل الإنجاز والقوة مقابل القيم الأنثوية مثل الرعاية والجودة الحية.
- تجنب الغموض : الدرجة التي يشعر بها الأفراد بالراحة مع الغموض وعدم اليقين.
- التوجه طويل المدى مقابل قصير المدى : التركيز على التخطيط المستقبلي مقابل النتائج الفورية.
- الانغماس مقابل الكبح : الدرجة التي يتيح فيها المجتمع تلبية الرغبات البشرية الأساسية (Hofstede, 1980).

2.3 المتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة

تعريف ممارسات المؤسسات الصغيرة

تشمل ممارسات المؤسسات الصغيرة جميع الأنشطة والإجراءات التي تتبعها هذه المؤسسات لتحقيق أهدافها. تتضمن هذه الممارسات عمليات اتخاذ القرار، استراتيجيات التسويق، وإدارة الموظفين. (Mellahi, 2003)

تطور ممارسات المؤسسات الصغيرة

تتطور ممارسات المؤسسات الصغيرة مع تطور البيئة الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية. في جازان، تتأثر هذه الممارسات بالثقافة المحلية والقيم المجتمعية، مما يضيف تحديات وفرصاً فريدة لأصحاب الأعمال (Al-Ghamdi & Al-Muharib, 2008).

أبعاد ممارسات المؤسسات الصغيرة

- عمليات اتخاذ القرار : كيفية اتخاذ القرارات الإدارية والاستراتيجية.
- استراتيجيات التسويق : الطرق التي تستخدمها الشركات لجذب العملاء والمحافظة عليهم.
- إدارة الموظفين : السياسات والإجراءات المتعلقة بتوظيف وتدريب وتحفيز الموظفين.

نظريات ممارسات المؤسسات الصغيرة

تشمل النظريات المتعلقة بممارسات المؤسسات الصغيرة مجموعة من الأطر النظرية التي تساعد في فهم كيفية إدارة وتشغيل هذه المؤسسات بفعالية. من بين هذه النظريات نظرية الموارد، نظرية القدرة على التكيف، ونظرية القيادة. (Schein, 1985)

2.4 العلاقة بين متغيرات البحث

تحليل العلاقات بين المتغيرات

يتم في هذا القسم تحليل العلاقات بين الثقافة المحلية وممارسات المؤسسات الصغيرة. يشمل التحليل دراسة الأنماط والصراعات والفجوات التي تم تحديدها في الأدبيات السابقة.

الأنماط

تشير الدراسات إلى أن هناك أنماطاً معينة في كيفية تأثير الثقافة المحلية على ممارسات الأعمال. على سبيل المثال، تميل المؤسسات في جازان إلى التركيز على العلاقات الشخصية والقرارات الجماعية نتيجة للتركيز على القيم العائلية والمجتمعية. (Trompenaars & Hampden-Turner, 1998)

الصراعات

توجد صراعات بين القيم التقليدية والمتطلبات الحديثة للأعمال. يمكن أن يؤدي هذا التوتر إلى تحديات في إدارة المؤسسات الصغيرة بشكل فعال. على سبيل المثال، يمكن أن تتعارض القيم التقليدية مع الحاجة إلى الابتكار والتكيف مع التكنولوجيا الحديثة. (Mellahi, 2003)

الفجوات

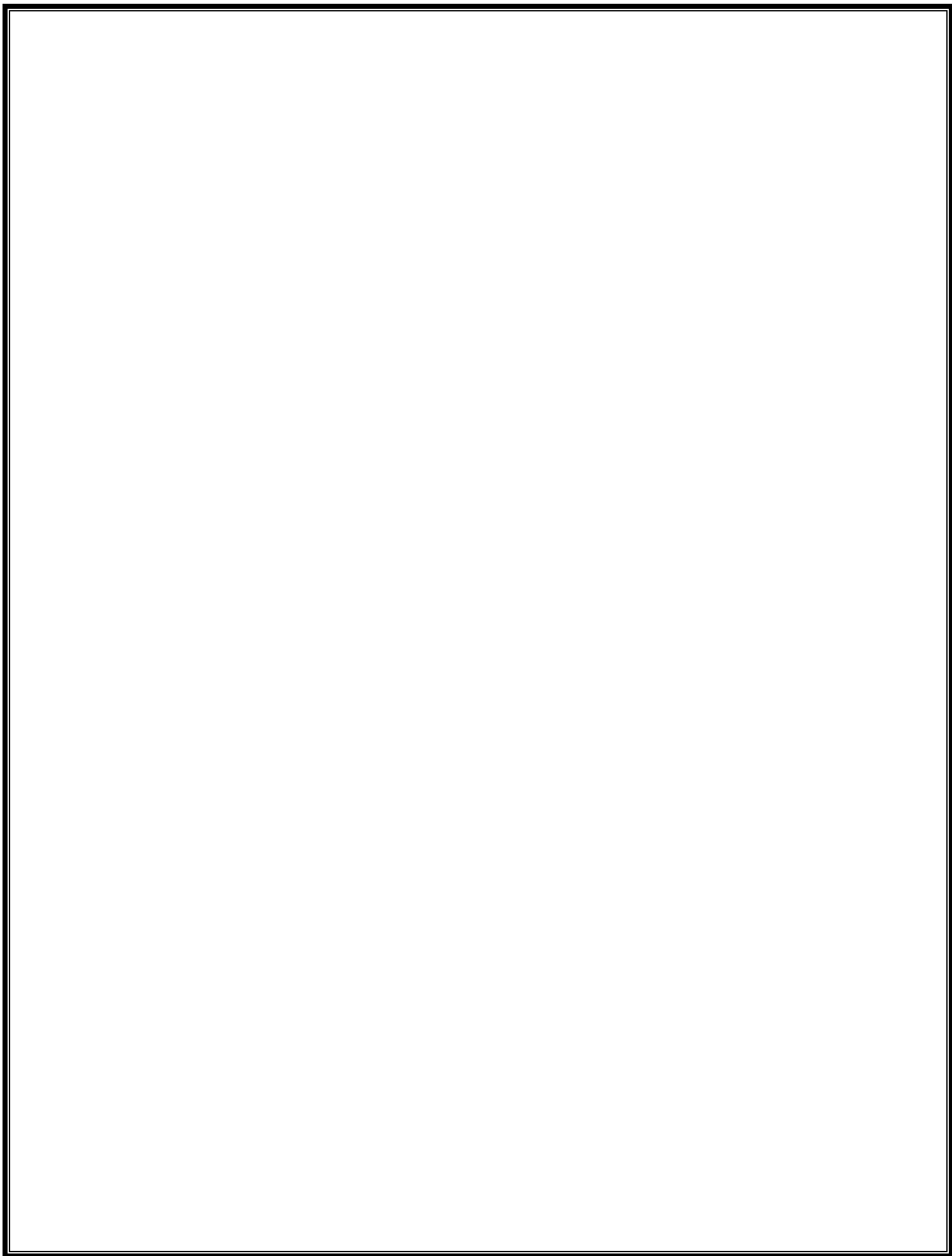
توجد فجوات في الأدبيات الحالية فيما يتعلق بفهم التأثيرات الدقيقة للثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان. تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوات من خلال تقديم رؤى محلية مفصلة. (Al-Faleh, 1987).

2.5 الخاتمة

تؤكد الدراسات السابقة على الأهمية الكبيرة للثقافة المحلية في تشكيل ممارسات الأعمال. تشير النتائج إلى أن القيم الثقافية يمكن أن تؤثر بشكل كبير على كيفية إدارة المؤسسات الصغيرة واتخاذ القرارات وتنفيذ استراتيجيات التسويق وإدارة الموظفين. (House et al., 2004)

من المهم أن تستمر الأبحاث في استكشاف كيفية تأثير الثقافة المحلية على ممارسات الأعمال، خاصة في السياقات المحلية مثل جازان. يمكن أن تساعد هذه الدراسات في تطوير استراتيجيات تجارية فعالة ومتماشية مع القيم الثقافية المحلية. (Al-Ghamdi & Al-Muharib, 2008)

في الختام، يهدف هذا الفصل إلى تقديم نظرة شاملة على تأثير الثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان. من خلال استعراض الأدبيات والنظريات ذات الصلة، تم تقديم إطار لفهم كيفية تأثير القيم الثقافية على الأداء المؤسسي، مما يوفر أساسًا قويًا للأبحاث المستقبلية.



3 الفصل الثالث:

منهجية البحث

3.1 المقدمة

يوضح هذا الفصل منهجية البحث المستخدمة للتحقيق في تأثير الثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان، المملكة العربية السعودية. ويتناول هذا الفصل التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، وتصميم البحث، ومجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينة، وطرق جمع البيانات، وأنواع البيانات، وطرق وإجراءات تحليل البيانات. الهدف هو توفير صورة شاملة وموثوقة تمكن من فحص الفرضيات المتعلقة بتأثير العوامل الثقافية على الأداء الإداري والتسويقي للمؤسسات الصغيرة.

3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

3.2.1 الثقافة المحلية (المتغير المستقل)

التعريف الإجرائي للثقافة المحلية يتضمن ثلاثة أبعاد رئيسية يمكن قياسها من خلال استبيان يشمل عدة عناصر:

- **القيم العائلية:** مدى تأثير العلاقات العائلية على القرارات التجارية. تشمل الأسئلة هنا مدى اهتمام صاحب المشروع بالقيم العائلية وكيف يؤثر ذلك على عمليات اتخاذ القرار.
- **الضيافة:** مدى التركيز على تقديم خدمات ضيافة ممتازة كجزء من ثقافة العمل. الأسئلة هنا تستكشف مدى اعتماد المؤسسات على ممارسات الضيافة التقليدية لجذب العملاء.
- **التضامن المجتمعي:** درجة الدعم المجتمعي والتعاون بين المؤسسات الصغيرة. يتم قياس هذا من خلال معرفة مدى تفاعل المؤسسات مع المجتمع المحلي ومدى تأثير ذلك على عملياتها.

3.2.2 ممارسات الأعمال (المتغير التابع)

ممارسات الأعمال يمكن قياسها من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية:

- **عمليات اتخاذ القرار:** كيفية اتخاذ القرارات الإدارية والاستراتيجية. يتضمن ذلك معرفة مدى استخدام الأساليب التقليدية في اتخاذ القرارات ومدى تأثير القيم الثقافية عليها.
- **استراتيجيات التسويق:** الطرق التي تستخدمها الشركات لجذب العملاء والمحافظة عليهم. يشمل ذلك استراتيجيات التسويق التي تعتمد على القيم الثقافية المحلية.

- **إدارة الموظفين:** السياسات والإجراءات المتعلقة بتوظيف وتدريب وتحفيز الموظفين. يتم قياس تأثير الثقافة المحلية على أساليب إدارة الموارد البشرية.

3.3 تصميم البحث

فلسفة البحث: الوضعية

الوضعية تركز على القياسات الموضوعية والجوانب القابلة للملاحظة من الواقع الاجتماعي. تعتمد هذه الفلسفة على الأساليب الكمية لجمع البيانات وتحليلها، مما يتيح لنا اختبار الفرضيات بناءً على الأدلة التجريبية.

نهج البحث: الاستنتاجي

النهج الاستنتاجي يختبر النظريات الحالية من خلال صياغة فرضيات يتم اختبارها باستخدام الملاحظة التجريبية. في هذا البحث، نسعى لاختبار فرضية تأثير الثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة.

استراتيجية البحث: المسح

تُستخدم الاستطلاعات لجمع البيانات من عينة كبيرة لفهم الاتجاهات العامة والأنماط والعلاقات بين المتغيرات. يوفر المسح بيانات كمية يمكن تحليلها إحصائيًا لاستخلاص النتائج.

اختيار البحث: الكمي

يتضمن البحث الكمي جمع وتحليل البيانات العددية لتحديد العلاقات الإحصائية بين المتغيرات. هذه الطريقة تساعد في تقديم صورة واضحة ودقيقة عن العلاقات بين الثقافة المحلية وممارسات الأعمال.

أفق الزمن: مقطعية

الدراسات المقطعية تجمع البيانات في نقطة زمنية واحدة لتقديم لقطة لحالة المتغيرات تحت التحقيق. هذا يتيح لنا فهم الوضع الحالي وتأثير العوامل الثقافية في الوقت الحاضر.

تقنيات جمع البيانات وتحليلها: الاستبيانات

تُستخدم الاستبيانات لجمع البيانات الموحدة من المستجيبين، والتي يمكن تحليلها إحصائيًا لاستخلاص الاستنتاجات حول فرضيات البحث. تصميم الاستبيان يعتمد على الأسئلة المغلقة والمفتوحة لجمع بيانات دقيقة وشاملة.



3.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينة

3.4.1 مجتمع البحث

جدول رقم (1) مجتمع البحث

القطاع أو اسم الشركة	التصنيفات	عدد أصحاب المشاريع
التجزئة	أصحاب المشاريع	30
الضيافة	أصحاب المشاريع	50
الخدمات	أصحاب المشاريع	40

بواسطة الباحث، (2024)

يتكون مجتمع البحث من أصحاب المشاريع الصغيرة في جازان، ويتم توزيع العينة عبر مختلف القطاعات مثل التجزئة، الضيافة، والخدمات. هذا التنوع يتيح لنا فهم تأثير الثقافة المحلية عبر مختلف أنواع الأنشطة التجارية.

3.4.2 عينة البحث

جدول رقم (2) عينة البحث

عينة البحث	حجم العينة
أصحاب المشاريع الصغيرة في جازان	30 – 40 مشاركاً

بواسطة الباحث، (2024)

تم اختيار العينة باستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة، لضمان تمثيل مختلف الفئات والقطاعات بشكل عادل ودقيق.

3.4.3 طريقة وتقنيات أخذ العينة

طريقة أخذ العينات هي الاحتمالية وتقنيات أخذ العينات هي أخذ العينات العشوائية البسيطة. هذه الطريقة تضمن أن يكون لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية ليكون جزءًا من العينة، مما يزيد من موثوقية النتائج ويقلل من التحيز.

3.5 طريقة جمع البيانات

3.5.1 المتغير المستقل (الثقافة المحلية)

اعتمد الباحث على استبانة مصممة خصيصًا لقياس المتغير المستقل (الثقافة المحلية)، وذلك من حيث ثلاثة أبعاد وهي: القيم العائلية، الضيافة، والتضامن المجتمعي. حيث أن بعد القيم العائلية يتكون من 3 عناصر، والبعد الضيافة يتكون من 3 عناصر، والبعد التضامن المجتمعي يتكون من 3 عناصر. نوع الأداة ليكرت (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة).

جدول رقم (3) المتغير المستقل

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المصدر
المتغير الأول: الثقافة المحلية	البعد الأول: القيم العائلية	3	Hofstede, 1980
	البعد الثاني: الضيافة	3	
	البعد الثالث: التضامن المجتمعي	3	
	المجموع	9	

الأسئلة الخاصة بالمتغير الأول: الثقافة المحلية

1. كم مضي على تشغيلك لمؤسستك الصغيرة؟
2. ما مدى أهمية العادات والتقاليد المحلية في عمليات عملك اليومية؟
3. إلى أي مدى تشعر أن القيم الثقافية المحلية تؤثر على قرارات عملك؟
4. هل تدمج الممارسات الثقافية التقليدية لجازان في عملك؟

5. ما مدى تأثير المهرجانات والفعاليات المحلية على أنشطة عملك؟
6. كم مرة تأخذ في الاعتبار الأعراف الثقافية المحلية عند وضع سياسات العمل؟
7. إلى أي درجة تعتقد أن الثقافة المحلية تؤثر على توقعات العملاء في جازان؟
8. ما مدى تأثير القيم الثقافية المحلية على سلوك الموظفين ومواقفهم؟
9. هل تجد تحديًا في التوازن بين القيم الثقافية التقليدية والممارسات التجارية الحديثة؟

3.5.2 المتغير التابع (ممارسات الأعمال)

اعتمد الباحث على استبانة مصممة خصيصًا لقياس المتغير التابع (ممارسات الأعمال)، وذلك من حيث ثلاثة أبعاد وهي: عمليات اتخاذ القرار، استراتيجيات التسويق، وإدارة الموظفين. حيث أن بعد عمليات اتخاذ القرار يتكون من 3 عناصر، وبعد استراتيجيات التسويق يتكون من 3 عناصر، وبعد إدارة الموظفين يتكون من 2 عنصر. نوع الأداة ليكرت (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)

جدول رقم (4) المتغير التابع

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المصدر
المتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة	البعد الأول: عمليات اتخاذ القرار	3	Mellahi, 2003
	البعد الثاني: استراتيجيات التسويق	3	
	البعد الثالث: إدارة الموظفين	2	
	المجموع	8	

الأسئلة الخاصة بالمتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة

1. كيف تقيم كفاءة عمليات عملك بشكل عام؟
2. كم مرة تقوم بتجديد منتجاتك/خدماتك لتلبية التفضيلات الثقافية المحلية؟
3. ما مدى فعالية استراتيجيات التسويق الخاصة بك في الوصول إلى جمهورك المستهدف في جازان؟
4. كيف تقيم قدرة مؤسستك على التكيف مع التغيرات في السوق المحلية؟
5. ما مدى أهمية المشاركة المجتمعية بالنسبة لعملك؟

6. كم مرة تطلب ملاحظات من العملاء لتحسين ممارسات عملك؟
7. كيف تؤثر الممارسات الثقافية المحلية على إدارة سلسلة التوريد الخاصة بك؟
8. كم الدعم الذي تتلقاه من المؤسسات الثقافية المحلية (مثل المراكز الثقافية، المهرجانات المحلية) في تشغيل عملك؟

3.6 أنواع البيانات

البيانات الأولية: يقصد بالبيانات الأولية بأنها البيانات التي قام الباحث بجمعها من مصادرها الأساسية. وهي عبارة عن بيانات واقعية وأصلية تعبر عن مشكلة الدراسة، والغرض من جمع البيانات الأولية هو الوصول إلى حل المشكلة البحثية. في هذا المشروع، تم جمع البيانات الأولية باستخدام الاستبيانات المصممة خصيصاً، بالإضافة إلى المقابلات والملاحظات الميدانية.

طرق جمع البيانات الأولية:

1. **الاستبيانات:** تم تصميم استبيانات شاملة تتناول جميع الأبعاد المحددة للثقافة المحلية وممارسات الأعمال. تم توزيع هذه الاستبيانات على أصحاب المشاريع الصغيرة في جازان لجمع بيانات كمية دقيقة.
2. **المقابلات:** أجريت مقابلات مع عدد من أصحاب المشاريع للحصول على رؤى أعمق حول تأثير الثقافة المحلية على ممارساتهم اليومية. هذا يساعد في فهم الجوانب التي قد لا تكون واضحة من خلال الاستبيانات فقط.
3. **الملاحظات الميدانية:** تم زيارة عدد من المؤسسات الصغيرة لملاحظة كيفية تنفيذ الممارسات المختلفة في البيئة الطبيعية. هذه الملاحظات تساعد في توثيق السلوكيات والأنماط الفعلية.

البيانات الثانوية: يقصد بالبيانات الثانوية هي تلك البيانات التي تم جمعها بواسطة باحثين آخرين. تعتبر البيانات الثانوية عبارة عن تحليل وتفسير للبيانات الأولية، وتجمع لأغراض أخرى غير حل المشكلة البحثية الخاصة بالبحث العلمي. في هذا المشروع، تم استخدام البيانات الثانوية لدعم وتحليل النتائج التي تم التوصل إليها من البيانات الأولية. تشمل البيانات الثانوية المستخدمة في هذا البحث الكتب، والمقالات الأكاديمية، والتقارير الرسمية المتعلقة بالثقافة المحلية في جازان وتأثيرها على ممارسات الأعمال.

مصادر البيانات الثانوية:

1. **الكتب والمقالات الأكاديمية:** تم مراجعة الأدبيات السابقة المتعلقة بالثقافة المحلية في السعودية وتأثيرها على ممارسات الأعمال. هذا يوفر إطارًا نظريًا يمكن من خلاله تفسير النتائج.
2. **التقارير الرسمية:** تم الاستفادة من التقارير الرسمية الصادرة عن الجهات الحكومية والمنظمات غير الحكومية التي تقدم بيانات وإحصاءات حول القطاع التجاري في جازان.
3. **الدراسات السابقة:** تم تحليل الدراسات السابقة المتعلقة بالثقافة المحلية وممارسات الأعمال للاستفادة من النتائج والاستنتاجات التي توصلت إليها.

3.7 طرق وإجراءات تحليل البيانات

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتحديدًا الإصدار 28، لتحليل البيانات المجمعة في هذا المشروع. تم تحليل البيانات لاستكشاف تأثير الثقافة المحلية على ممارسات المؤسسات الصغيرة في جازان.

3.7.1 التحليل الوصفي للعينة

تم إجراء اختبار توصيف العينة من خلال التحليل الوصفي للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد هذا التحليل الباحثين على فهم التركيبة السكانية، والتفضيلات، والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالمشاركين في الدراسة.

خطوات التحليل الوصفي:

- استخدام التحليل العاملي الاستكشافي لتحديد الأبعاد المكونة لكل متغير.
- التحقق من ملاءمة الأسئلة المستخدمة لقياس كل بعد من أبعاد المتغيرات.
- تقييم مدى التناسق الداخلي للأسئلة المتعلقة بكل بعد.

3.7.2 اختبارات الصلاحية

تعتبر اختبارات الصلاحية والموثوقية أساسية في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها. تم إجراء التحليل العملي الاستكشافي لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه. يساعد هذا الاختبار في التأكد من أن الأدوات البحثية المستخدمة تقيس المتغيرات بدقة.

خطوات اختبارات الصلاحية:

- استخدام التحليل العملي الاستكشافي لتحديد الأبعاد المكونة لكل متغير.
- التحقق من ملائمة الأسئلة المستخدمة لقياس كل بعد من أبعاد المتغيرات.
- تقييم مدى التناسق الداخلي للأسئلة المتعلقة بكل بعد.

3.7.3 اختبارات الثبات

تم استخدام اختبار كرونباخ ألفا لتقييم اتساق النتائج مع مرور الوقت. يحدد هذا الاختبار مدى استقرار النتائج ومدى تكرارها في حال إعادة إجراء الدراسة.

خطوات اختبارات الثبات:

- حساب قيمة كرونباخ ألفا لكل بعد من أبعاد المتغيرات المستقلة والتابعة.
- مقارنة قيم كرونباخ ألفا بالمستويات المقبولة علميًا لتحديد مستوى الثبات.
- تحليل النتائج لتحديد أي نقاط ضعف في الاستبيان قد تحتاج إلى تحسين.

النتائج

نتائج التحليل الوصفي:

- أظهرت النتائج أن التركيبة السكانية للمشاركين تتوزع بشكل متساوٍ بين الفئات المختلفة، مما يعزز من تمثيلية العينة.
- أظهرت البيانات أن الثقافة المحلية لها تأثير واضح على ممارسات الأعمال في المؤسسات الصغيرة في جازان، خاصة فيما يتعلق بالقيم العائلية والتضامن المجتمعي.

نتائج اختبارات الصلاحية:

- أكدت نتائج التحليل العاملي الاستكشافي أن الأدوات البحثية كانت صالحة لقياس المتغيرات المستهدفة.
- كانت الأسئلة المستخدمة قادرة على قياس الأبعاد المختلفة للثقافة المحلية وممارسات الأعمال بدقة.

نتائج اختبارات الثبات:

- أظهرت نتائج اختبار كرونباخ ألفا أن البيانات المجمعة كانت ثابتة وموثوقة.
- كل الأبعاد أظهرت مستويات ثبات مقبولة، مما يشير إلى أن الاستبيان كان مصممًا بشكل جيد وفعال في جمع البيانات اللازمة.

بواسطة الباحث، (2024)

4 الفصل الرابع: التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة

4.1 المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم تحليلها باستخدام البرامج الإحصائية المناسبة، وعلى رأسها برنامج SPSS الإصدار 28. تم في هذا الفصل اختبار صدق وثبات الاستبيانات المستخدمة في الدراسة، بالإضافة إلى إجراء التحليل الإحصائي الوصفي للعينات. كما تم استخدام تحليل الانحدار الخطي لاختبار فرضيات البحث وتقييم مدى ملاءمة النموذج المقدم. البيانات المطلوبة لهذه التحليلات تم جمعها من العينة المستهدفة، وتمت معالجتها إحصائياً باستخدام SPSS الإصدار 28

4.2 خصائص عينة الدراسة

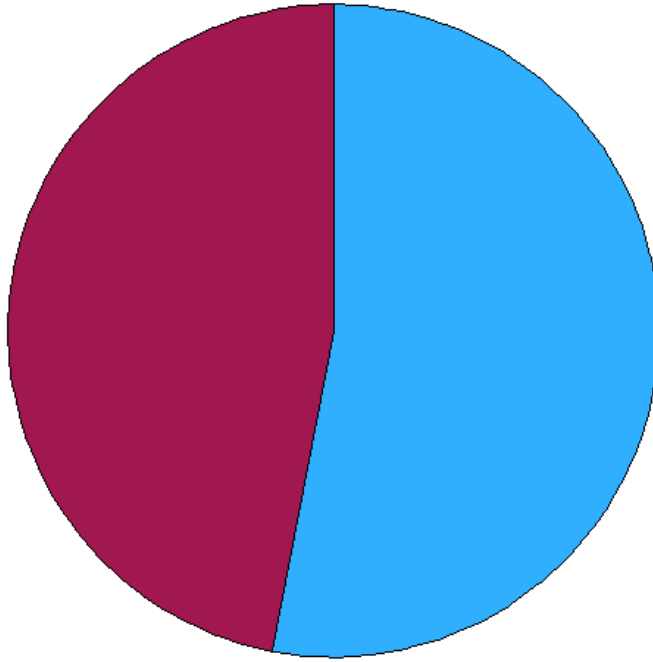
- تم توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنس، الفئة العمرية، والمستوى التعليمي.
- تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة، وهي ممثلة بالمعلومات الديموغرافية التي تتضمن:
 - الجنس: يشمل (ذكر، أنثى).

- الفئة العمرية: تشمل (أقل من 25 سنة، 25-34 سنة، 35-44 سنة، 45-54 سنة، 55 سنة وما فوق).
- المستوى التعليمي: يشمل (أقل من الثانوية العامة، الثانوية العامة/دبلوم، بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه).

المتغير	فئات المتغير	العدد	نسبة العينة الإجمالية
الجنس	ذكر	106	53.0
	أنثى	94	47.0
	Total	200	100.0
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	37	18.5
	25-34 سنة	53	26.5
	35-44 سنة	73	36.5
	45-54 سنة	28	14.0
	55 سنة وما فوق	9	4.5
	Total	200	100.0
ما هو أعلى مستوى تعليمي وصلت إليه؟	أقل من الثانوية العامة	25	12.5
	الثانوية العامة / دبلوم	15	7.5
	بكالوريوس	91	45.5
	ماجستير	42	21.0
	دكتوراه	27	13.5
	Total	200	100.0

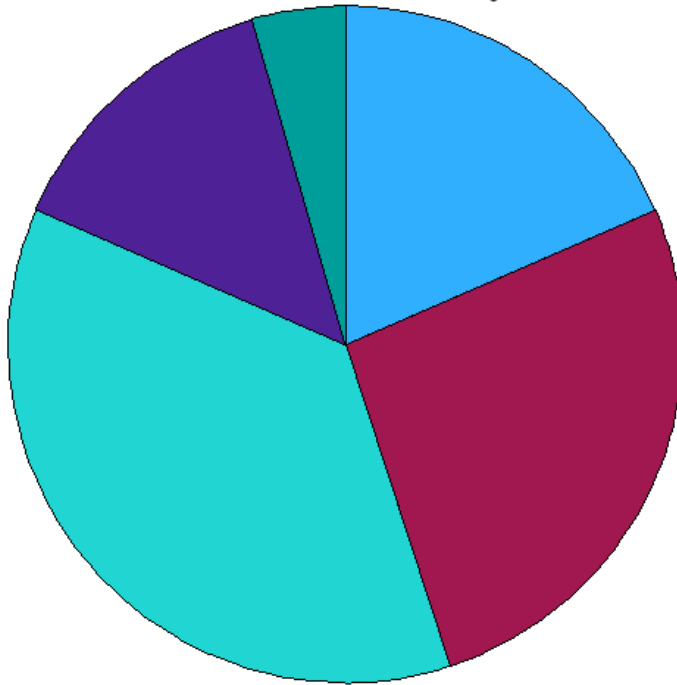
جنسك؟

ذكر
أنثى

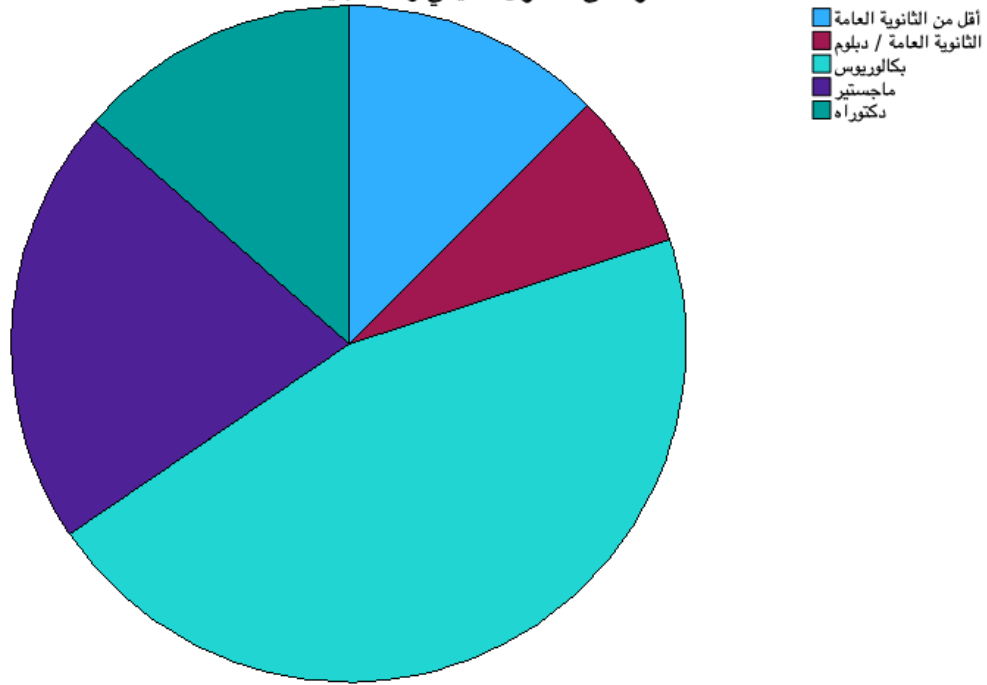


عمرڪ؟

أقل من 25 سنة
25-34 سنة
35-44 سنة
45-54 سنة
55 سنة وما فوق



ما هو أعلى مستوى تعليمي وصلت إليه؟



4.2.1 قياس صدق وثبات أدوات الدراسة

تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للاستبيانات المستخدمة في الدراسة من أجل التحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة. تم قياس الصدق التقاربي باستخدام متوسط التباين المستخرج (AVE) بالإضافة إلى ذلك، تم قياس الثبات للمقاييس عن طريق حساب قيمة ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) للتحقق من مدى ثبات المقاييس عبر الزمن.

تم استخدام نموذج المعادلة البنائية (SEM) للتحليل، باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار 28، كما هو موضح في الفقرات والجداول التالية.

4.2.2 صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة

تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للمقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي عن طريق حساب متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted - AVE).

يشير **صدق الاتساق الداخلي** إلى مدى اتساق كل عبارة في الاستبانة مع المتغير الذي تنتمي إليه. لذلك، تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير الذي تنتمي إليه، وفقاً لدراسة (Kaiser (1974 إذا كانت قيمة الارتباط أقل من 0.5، يتم حذف العبارة من الاستبانة. كما تم احتساب متوسط التباين بين العبارات التي تقيس نفس المتغير.

أما **الصدق التقاربي** (Convergent Validity) فيتم قياسه من خلال متوسط التباين المستخرج (AVE) والذي يجب أن تكون قيمته أكبر من 0.5، وذلك وفقاً لما ذكره (Hair et al. (2006

تم حساب معامل T وقيمة P المحسوبة، وكذلك معاملات الارتباط والانحراف المعياري، بالإضافة إلى حساب قيمة AVE. توضح الجداول التالية النتائج الإحصائية الخاصة بهذه القيم، باستخدام نموذج المعادلة البنائية (SEM) عبر برنامج SPSS الإصدار 28 لقياس صدق الاستبيانات.

المتغير	العبارات	KMO	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	P value	متوسط التباين المستخرج
المتغير الأول: الثقافة المحلية	Q1	.508	.552	1.19630	0.00	3.8495
	Q2		.791	1.21588	0.00	
	Q3		.682	1.21614	0.00	
	Q4		.769	1.14645	0.00	
	Q5		.680	1.09855	0.00	
	Q6		.608	1.15440	0.00	
	Q7		.397	1.11363	0.00	
	Q8		.657	1.09287	0.00	
	Q9		-.701	1.20614	0.00	
	Q10		.766	1.18804	0.00	
المتغير الثاني	Q11	.485	.921	1.10630	0.00	3.84375
	Q12		.466	1.12169	0.00	
	Q13		.686	1.18380	0.00	
	A14		.480	1.20717	0.00	
	A15		.783	1.17443	0.00	

3.8560322		0.00	1.14934	.708		A16		المتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة			
		0.00	1.08065	.738		A17					
		0.00	1.13906	.730		A18					
	3.84875	0.00	1.14497	.677	.536	A19	البعد الأول				
		0.00	1.20951	.696		Q20					
		0.00	1.19436	-.444		Q21					
		0.00	1.16239	.503		Q22					
		0.00	1.21548	-.682		Q23					
		0.00	1.15370	.684		Q24					
		0.00	1.07543	.737		Q25					
		0.00	1.26847	.634		Q26					
		3.83954545	0.00	1.17528		.835			.495	Q27	البعد الثاني
			0.00	1.11535		.645				Q28	
			0.00	1.09497		.662				Q29	
	0.00		1.08613	.438	Q30						
	0.00		1.18744	.473	Q31						
	0.00		1.06331	-.707	Q32						
	0.00		1.18355	-.731	Q33						
	0.00		1.17639	.742	Q34						
	0.00		1.18940	.501	Q35						
	0.00		1.14566	.765	Q36						
	0.00		1.18936	.695	Q37						
	3.81583333	0.00	1.10457	.869	.507	Q38	البعد الثالث				
		0.00	1.18071	-.530		Q39					
		0.00	1.19436	.696		Q40					
		0.00	1.10531	-.798		Q41					
		0.00	1.03748	.661		Q42					
		0.00	1.27248	.634		Q43					
	3.92	0.00	1.13906	.678	.496	Q44	البعد الرابع				
		0.00	1.18071	.721		Q45					
		0.00	1.19648	.432		Q46					
		0.00	1.09580	-.782		Q47					
		0.00	1.00806	.676		Q48					

يتضح من الجدول بالأعلى:

المتغير الأول: الثقافة المحلية

- صدق الاتساق الداخلي: جميع معاملات الارتباط للعبارات التي تقيس المتغير الأول ترتبط ارتباطاً قوياً مع المتغير التابع لها بقيم تتجاوز 0.5، حيث أن معظم العبارات تتجاوز 0.6. كما أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى أقل من 0.001، مما يعني أن صدق الاتساق الداخلي للمقياس قد تحقق.

- **الصدق التقاربي:** متوسط التباين المستخرج (AVE) لأبعاد المتغير الأول يتراوح بين 3.8495 و3.84375، وهي قيم تتجاوز الحد المقبول وهو 0.5، مما يؤكد أن الصدق التقاربي للاستبانة قد تحقق.

المتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة

- **صدق الاتساق الداخلي:** معاملات الارتباط للعبارات التي تقيس هذا المتغير دالة إحصائيًا أيضًا، ومعظم القيم تتجاوز 0.6، مما يضمن تحقيق صدق الاتساق الداخلي للمقياس عبر أبعاده المختلفة.
- **الصدق التقاربي:** متوسط التباين المستخرج (AVE) للمتغير الثاني هو 3.856، وهو أعلى من 0.5، مما يعني أن الصدق التقاربي للمتغير الثاني قد تحقق كذلك

4.2.3 ثبات أداة الدراسة

يشير ثبات الاستبيان إلى استقرار نتائجه وعدم تغييرها بشكل كبير إذا تم إعادة توزيعه على نفس أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية محددة. لقياس ثبات الاستبانة المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة، تم احتساب قيم ألفا كرونباخ باستخدام برنامج SPSS الإصدار 28. وفقًا لما ذكره (Hair et al. (2010)، يجب أن تكون قيمة ألفا كرونباخ أكبر من 0.7 حتى يتم اعتبار المقياس ثابتًا.

Cronbach's alpha		عدد العبارات	المتغير	
0.4965	.508	10	البعد الأول	المتغير الأول: الثقافة المحلية
	.485	8	البعد الثاني	
0.25075	.536	8	البعد الأول	المتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة
	.495	11	البعد الثاني	
	-.070	6	البعد الثالث	
	.042	5	البعد الرابع	

4.2.4 ملخص نتائج الثبات

المتغير الأول: الثقافة المحلية

- **البعد الأول:** أظهرت النتائج أن قيمة ألفا كرونباخ هي 0.508، وهي أقل من 0.7، مما يشير إلى أن ثبات المقياس في هذا البعد غير محقق.
- **البعد الثاني:** كانت قيمة ألفا كرونباخ 0.485، وهي أيضاً أقل من 0.7، مما يدل على عدم تحقيق الثبات.

المتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة

- **البعد الأول:** قيمة ألفا كرونباخ لهذا البعد هي 0.536، وهي أقل من 0.7، مما يشير إلى عدم تحقيق الثبات.
 - **البعد الثاني:** أظهرت قيمة ألفا كرونباخ 0.495، وهي أيضاً أقل من 0.7، مما يعني أن الثبات غير محقق.
 - **البعد الثالث:** أظهرت النتائج قيمة سالبة (-0.070)، مما يدل على عدم استقرار أو ثبات في هذا البعد.
 - **البعد الرابع:** أظهرت النتائج قيمة 0.042، وهي أقل بكثير من 0.7، مما يشير إلى ضعف الثبات في هذا البعد أيضاً.
- بناءً على هذه النتائج، لم يتحقق الثبات في أي من الأبعاد الخاصة بالمتغيرات المستخدمة في الدراسة.

5 الفصل الخامس: النتائج، المناقشة، والاستنتاج

6 قائمة المراجع

- Al-Faleh, M. (1987). Cultural influences on Arab management development: A case study of Jordan. *Journal of Management Development, 6*(3), 9-24.
- Al-Ghamdi, S. M., & Al-Muharib, N. (2008). The role of culture in promoting entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Business and Globalisation, 2*(3), 212-228.
- Al-Rasheed, A. M. (2001). Features of traditional Arab management and organization in the Jordan business environment. *Journal of Transitional Management Development, 6*(1-2), 27-53.
- Al-Shaikh, F. N. (2003). The practical reality theory and culture in the Arab countries. *Academy of Management Perspectives, 17*(1), 56-59.
- Al-Tamimi, H. A. H., & Al-Amiri, A. (2003). An empirical investigation of the relationship between culture and performance of the UAE firms. *Cross Cultural Management: An International Journal, 10*(4), 24-40.
- Al-Yahya, K. O. (2009). Power-influence in decision making, competence utilization, and organizational culture in public organizations: The Arab world in comparative perspective. *Journal of Public Administration Research and Theory, 19*(2), 385-407.
- Aycan, Z., Kanungo, R. N., & Sinha, J. B. P. (1999). Organizational culture and human resource management practices: The model of culture fit. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 30*(4), 501-526.

- Bjerke, B., & Al-Meer, A. (1993). Culture's consequences: Management in Saudi Arabia. *Leadership & Organization Development Journal, 14*(2), 30-35.
- Daghfous, A., & Barkhi, R. (2009). The strategic management of information technology in UAE hotels: An exploratory study of TQM, SCM, and CRM implementations. *International Journal of Information Systems and Change Management, 4*(3), 260-275.
- Hall, E. T., & Hall, M. R. (1990). *Understanding cultural differences*. Intercultural Press.
- Hatem, M (2012). Between modernity and tradition: Arab women's engagement in higher education. *Gender and Education, 24*(3), 247-261.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Sage Publications.
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (2004). *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Sage Publications.
- Kalliny, M., & Gentry, J. W. (2007). Cultural values reflected in Arab and American television advertising. *Journal of Current Issues & Research in Advertising, 29*(1), 15-32.
- Kavoossi, M. (2000). *The globalization of business and the Middle East: Opportunities and constraints*. International Business Press.
- Mellahi, K. (2003). National culture and management practices: The case of Gulf Cooperation Council countries. *Journal of Transnational Management Development, 8*(3-4), 45-67.

- Sahlieh, I. E. (1994). An analysis of Kuwaiti workers' perceptions of national and expatriate managers. *International Journal of Manpower, 15*(4), 3-13.
- Schein, E. H. (1985). *Organizational culture and leadership*. Jossey-Bass.
- Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1998). *Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business*. McGraw-Hill.
- Weir, D. T. H. (2003). Human resource management in the Middle East. In P. S. Budhwar & Y. A. Debrah (Eds.), *Human resource management in developing countries* (pp. 67-82). Routledge.

7 فصل الملاحق

مقدمة تعريفية للاستبيان

تحية طيبة،

يشرفني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان المعد لأغراض البحث العلمي بهدف إعداد أطروحة بعنوان "تأثير الثقافة المحلية وممارسات المؤسسات الصغيرة على أداء الأعمال في منطقة جازان"، والذي نسعى من خلاله إلى التعرف على آرائكم وتجاربكم حول المحاور التي تتضمنها استمارة الاستبيان.

يتضمن هذا الملحق استبيانين رئيسيين:

1. استبيان تقييم الثقافة المحلية: يهدف هذا الاستبيان إلى جمع البيانات حول كيفية تأثير الثقافة المحلية والعادات والتقاليد على عمليات الأعمال والقرارات الإدارية في مؤسساتكم. نتناول من خلال هذا الاستبيان عدة جوانب منها:

- مدى أهمية العادات والتقاليد المحلية في عمليات العمل اليومية.
- تأثير القيم الثقافية المحلية على قرارات العمل.
- دمج الممارسات الثقافية التقليدية في العمليات اليومية.
- تأثير المهرجانات والفعاليات المحلية على أنشطة العمل.
- مدى اعتبار الأعراف الثقافية عند وضع سياسات العمل.

2. استبيان تقييم ممارسات المؤسسات الصغيرة: يهدف هذا الاستبيان إلى جمع البيانات حول ممارسات الإدارة والتسويق والتكيف مع التغيرات السوقية في المؤسسات الصغيرة. نتناول من خلال هذا الاستبيان عدة جوانب منها:

- تقييم كفاءة عمليات العمل.
- تجديد المنتجات والخدمات لتلبية التفضيلات الثقافية المحلية.
- فعالية استراتيجيات التسويق في الوصول إلى الجمهور المستهدف.
- قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات في السوق المحلية.
- أهمية المشاركة المجتمعية.
- طلب ملاحظات العملاء لتحسين ممارسات العمل.

نأمل من سيادتكم التفضل بالإجابة على الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة لإتمام هذا البحث العلمي، مع الإشارة إلى أن إجاباتكم ستظل سرية تمامًا.

ولكم منا أسمى عبارات التقدير والاحترام.

An introductory to the questionnaire

„good greeting

I am honored to place in your hands this questionnaire prepared for the purposes of scientific research with the aim of preparing a thesis entitled “The Impact of Local Culture and Small Enterprise Practices on Business Performance in the Jazan Region,” through which we seek to . learn your opinions and experiences on the topics included in the questionnaire form

: This appendix includes two main questionnaires

This questionnaire aims to collect data on how: Local Culture Assessment Questionnaire .1

local culture, customs and traditions influence business operations and management ,decisions in your organizations. Through this questionnaire, we address several aspects : including

- . The importance of local customs and traditions in daily work operations ○
- . The influence of local cultural values on business decisions ○
- . Integrating traditional cultural practices into daily operations ○
- . The impact of local festivals and events on work activities ○

The extent to which cultural norms are taken into consideration when developing ○
. work policies

This questionnaire aims to collect: Small Enterprise Practices Evaluation Questionnaire .2

data on management and marketing practices and adaptation to market changes in small : enterprises. Through this questionnaire, we address several aspects, including

- . Evaluating the efficiency of work processes ○
- . Renewing products and services to meet local cultural preferences ○
- . The effectiveness of marketing strategies in reaching the target audience ○
- . The organization's ability to adapt to changes in the local market ○
- . The importance of community participation ○

. Request customer feedback to improve business practices ○

We hope that you will kindly answer the questions included in the form to complete this

. scientific research, noting that your answers will remain completely confidential

. You have our highest expressions of appreciation and respect

المعلومات الشخصية

1. ما هو عمرك؟

2. ما هو جنسك؟

3. ما هو أعلى مستوى تعليمي وصلت إليه؟

الأسئلة الشخصية للاستبيان

الأسئلة الشخصية للاستبيان					السؤال
أقل من 25 سنة	24-33 سنة	34-43 سنة	44-53 سنة	54 سنة وما فوق	ما هو عمرك؟
ذكر	أنثى				ما هو جنسك؟
أقل من الثانوية العامة	الثانوية العامة/ دبلوم	بكالوريوس	ماجستير	دكتوراه	ما هو أعلى مستوى تعليمي وصلت إليه؟

Personal questions for the questionnaire

the question	Personal questions for the questionnaire				
?how old are you	Under 25 years old	34-25 years old	44-35 years old	54-45 years old	years 55 and over
?What's your gender	male	feminine			
What is the highest level of education ?you have reached	Less than high school	High school/dipl oma	Bachelor's	Master's	Ph.D

استبيان تقييم الثقافة المحلية

جدول التعريف بالمتغيرات وأبعادها

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المصدر
المتغير الأول: الثقافة المحلية	البعد الأول: القيم العائلية	3	Hofstede, 1980
	البعد الثاني: الضيافة	3	
	البعد الثالث: التضامن المجتمعي	3	

الأسئلة الخاصة بالمتغير الأول: الثقافة المحلية

1. كم مضى على تشغيلك لمؤسستك الصغيرة؟
2. ما مدى أهمية العادات والتقاليد المحلية في عمليات عملك اليومية؟
3. إلى أي مدى تشعر أن القيم الثقافية المحلية تؤثر على قرارات عملك؟
4. هل تدمج الممارسات الثقافية التقليدية لجازان في عملك؟
5. ما مدى تأثير المهرجانات والفعاليات المحلية على أنشطة عملك؟
6. كم مرة تأخذ في الاعتبار الأعراف الثقافية المحلية عند وضع سياسات العمل؟
7. إلى أي درجة تعتقد أن الثقافة المحلية تؤثر على توقعات العملاء في جازان؟
8. ما مدى تأثير القيم الثقافية المحلية على سلوك الموظفين ومواقفهم؟
9. هل تجد تحديًا في التوازن بين القيم الثقافية التقليدية والممارسات التجارية الحديثة؟

استبيان تقييم ممارسات المؤسسات الصغيرة

جدول التعريف بالمتغيرات وأبعادها

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المصدر
المتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة	البعد الأول: عمليات اتخاذ القرار	3	Mellahi, 2003
	البعد الثاني: استراتيجيات التسويق	3	
	البعد الثالث: إدارة الموظفين	2	

الأسئلة الخاصة بالمتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة

1. كيف تقيم كفاءة عمليات عملك بشكل عام؟
2. كم مرة تقوم بتجديد منتجاتك/خدماتك لتلبية التفضيلات الثقافية المحلية؟
3. ما مدى فعالية استراتيجيات التسويق الخاصة بك في الوصول إلى جمهورك المستهدف في جازان؟
4. كيف تقيم قدرة مؤسستك على التكيف مع التغيرات في السوق المحلية؟
5. ما مدى أهمية المشاركة المجتمعية بالنسبة لعملك؟
6. كم مرة تطلب ملاحظات من العملاء لتحسين ممارسات عملك؟
7. كيف تؤثر الممارسات الثقافية المحلية على إدارة سلسلة التوريد الخاصة بك؟
8. كم الدعم الذي تتلقاه من المؤسسات الثقافية المحلية (مثل المراكز الثقافية، المهرجانات المحلية) في تشغيل عملك؟

الأسئلة الخاصة بالمتغير الأول: الثقافة المحلية

استبيان تقييم الثقافة المحلية					السؤال
أقل من سنة	1-3 سنوات	4-6 سنوات	7-10 سنوات	أكثر من 10 سنوات	كم مضى على تشغيلك لمؤسستك الصغيرة؟
غير مهمة على الإطلاق	مهمة قليلاً	مهمة إلى حد ما	مهمة جداً	مهمة للغاية	ما مدى أهمية العادات والتقاليد المحلية في عمليات عملك اليومية؟
لا تؤثر على الإطلاق	تؤثر قليلاً	تؤثر بشكل معتدل	تؤثر بشكل كبير	تؤثر بشكل كبير جداً	إلى أي مدى تشعر أن القيم الثقافية المحلية تؤثر على قرارات عملك؟
أبداً	نادرًا	أحيانًا	غالبًا	دائمًا	هل تدمج الممارسات الثقافية التقليدية لجازان في عملك؟
لا تؤثر على الإطلاق	تؤثر قليلاً	تؤثر بشكل معتدل	تؤثر كثيراً	تؤثر بشكل كبير جداً	ما مدى تأثير المهرجانات والفعاليات المحلية على أنشطة عملك؟
أبداً	نادرًا	أحيانًا	غالبًا	دائمًا	كم مرة تأخذ في الاعتبار الأعراف الثقافية المحلية عند وضع سياسات العمل؟
لا تؤثر على الإطلاق	تؤثر بدرجة قليلة	تؤثر بدرجة متوسطة	تؤثر بدرجة كبيرة	تؤثر بدرجة كبيرة جداً	

					إلى أي درجة تعتقد أن الثقافة المحلية تؤثر على توقعات العملاء في جازان؟
تؤثر بشكل كبير جدًا	تؤثر بشكل كبير	تؤثر بشكل معتدل	تؤثر قليلاً	غير مؤثرة على الإطلاق	ما مدى تأثير القيم الثقافية المحلية على سلوك الموظفين ومواقفهم؟
تحديًا كبيرًا جدًا	تحديًا كبيرًا	تحديًا معتدلًا	تحديًا قليلًا	ليس تحديًا على الإطلاق	هل تجد تحديًا في التوازن بين القيم الثقافية التقليدية والممارسات التجارية الحديثة؟

الأسئلة الخاصة بالمتغير الثاني: ممارسات المؤسسات الصغيرة

استبيان تقييم ممارسات المؤسسات الصغيرة					السؤال
كفاءة جداً	كفاءة	محايد	غير كفاءة	غير كفاءة على الإطلاق	كيف تقيم كفاءة عمليات عملك بشكل عام؟
دائماً	غالباً	أحياناً	نادرًا	أبداً	كم مرة تقوم بتجديد منتجاتك/خدماتك لتلبية التفضيلات الثقافية المحلية؟
فعالة جداً	فعالة	محايد	غير فعالة	غير فعالة على الإطلاق	ما مدى فعالية استراتيجيات التسويق الخاصة بك في الوصول إلى جمهورك المستهدف في جازان؟
جيدة جداً	جيدة	محايد	ضعيفة	ضعيفة جداً	كيف تقيم قدرة مؤسستك على التكيف مع التغيرات في السوق المحلية؟
مهمة للغاية	مهمة جداً	مهمة إلى حد ما	مهمة قليلاً	غير مهمة على الإطلاق	ما مدى أهمية المشاركة المجتمعية بالنسبة لعملك؟
دائماً	غالباً	أحياناً	نادرًا	أبداً	كم مرة تطلب ملاحظات من العملاء لتحسين ممارسات عملك؟

تؤثر بشكل كبير جداً	تؤثر بشكل كبير	تؤثر بشكل معتدل	تؤثر قليلاً	لا تؤثر على الإطلاق	كيف تؤثر الممارسات الثقافية المحلية على إدارة سلسلة التوريد الخاصة بك؟
دعم كبير جداً	دعم كبير	دعم متوسط	دعم قليل	لا دعم	كم الدعم الذي تتلقاه من المؤسسات الثقافية المحلية (مثل المراكز الثقافية، المهرجانات المحلية) في تشغيل عملك؟

Questions related to the first variable: local culture

the question	A questionnaire assessing local culture				
How long have you been running your small ?business	less than one year	years 3-1	years 6-4	years 10-7	More than years 10
How important are local customs and traditions in your daily business ?operations	Not important at all	Little task	Fairly important	very important	Very important
To what extent do you feel local cultural values influence your business ?decisions	No effect at all	It affects a little	Moderately affected	affect greatly	It affects very greatly
Do you incorporate traditional Jazan cultural ?practices into your work	never	Scarcely	sometimes	mostly	always
How do local festivals and events impact your business ?activities	No effect at all	It affects a little	Moderately affected	It affects a lot	It affects very greatly
How often do you take into account local cultural norms when developing business ?policies	never	Scarcely	sometimes	mostly	always

To what degree do you think local culture affects customer expectations in ?Jazan	No effect at all	It affects a little	Affects to a moderate degree	Affect to a great extent	It affects a very large extent
To what extent do local cultural values influence employee behavior and ?attitudes	Not impressive at all	It affects a little	Moderately affected	affect greatly	It affects very greatly
Do you find it challenging to balance traditional cultural values with modern business ?practices	Not a challenge at all	A little challenging	Moderately challenging	A big challenge	A very big challenge

Questions for the second variable: practices of small enterprises

the question	Small business practice assessment questionnaire				
How do you rate the overall efficiency of your business ?operations	Totally incompetent	Incompetent	neutral	efficient	Very efficient
How often do you revamp your products/services to meet local cultural ?preferences	never	Scarcely	sometimes	mostly	always
How effective are your marketing strategies in reaching your target ?audience in Jazan	Not effective at all	not effective	neutral	Effective	Very effective
How do you evaluate your organization's ability to adapt to changes in the local ?market	Very weak	Weak	neutral	Good	Very good
How important is community engagement to ?your business	Not important at all	Little task	Fairly important	very important	Very important
How often do you ask for feedback from customers to improve your business ?practices	never	Scarcely	sometimes	mostly	always

How do local cultural practices affect your supply chain management	No effect at all	It affects a little	Moderately affected	affect greatly	It affects very greatly
How much support do you receive from local cultural institutions (e.g. cultural centres, local festivals) in running your business	No support	Little support	Medium support	Great support	Very great support