

جامعة الشهيد حمة لخضر – الوادي-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

محاضرات في مقياس المقاولاتية

موجهة لطلبة العلوم التجارية تخصص مالية وتجارة دولية- تسويق فندقي وسياحي

وظلية المالية المحاسبية تخصص محاسبة ومحاسبة وتدقيق

إعداد الدكتور عمار مصطفىاوي

الموسم الجامعي 2022/2021

الهدف من دراسة مقياس المقاولاتية هو معرفة أساسيات الفكر المقاولاتي
لدى الطالب الجامعي ، و دفع الطالب نحو التفكير في الاستقلالية و بعث
مسيره الجاص و فك الارتباط مع فكرة الوظيف .

ماهية المقاول والمقاولاتية:

لقد عجلت التغييرات المسارعة والعميقة التي شهدتها الاقتصادية العالمي لبروز المشاريع الصغيرة والمتوسطة كمحرك أساسي للتنمية الاقتصادية، وعليه فقد أصبح المقاول نموذجاً يعتد به، ويعطي دفعة للآخرين للسير على خطاه وبالتالي الزيادة في تعداد المشروعات الجديدة، ما يؤدي تلقائي إلى النمو الاقتصادي

أولاً: مفهوم والمقاولاتية.

* مفهوم المقاول وتطوره: تصب مجمل آراء المفكرين، أن فرنسا هم البلد الأول الذي ظهر فيه مصطلح المؤسسة (ENTREPRISE) والمصطلح المرافق له المقاول (ENTREPRENEUR) في القرن 15 ونجد الإشارة إلى أن مصطلح المؤسسة اشتق من لفظ (ENTREPRENDRE) والذي يعني الالتزام بإنجاز عمل ما يكتسي أهمية كبرى، ومن ثمة فإن هذا العمل يتضمن عنصر المخاطرة.

ومنه فإن المصطلح المؤسسة ارتبط منذ وجود بفكره المخاطرة، هذا العمل ذو الأهمية والذي يتميز بالمخاطرة، يزاوله شخص معين هو المقاول.

وبالرغم من استعمال مصطلح المقاول من قبل، إلا أن الفضل في ادخاله إلى المدارس الاقتصادية يعود إلى CONTILLON عام 1755 و SAY عام 1803 واللذان يعتبران من الاقتصاديين الأوائل الذين قدموا تصوراً واضحاً لوظيفة المقاول.

فالمقاول حسب CONTILLON و SAY (المدرسة الكلاسيكية) هو شخص مخاطر يقوم بتوظيف أمواله الخاصة، ويعتبر CON عدم التأكد عنصراً أساسياً في تعريفه للمقاول، حيث يعرفه وبعض النظر عن نشاطه (زراعة، حرف، تجارة) بأنه الشخص الذي يشتري

(يتاجر) بسعر أكيد يبيع (أو ينتج) بسعر غير أكيد ولأن المقاول لا يمكنه التأكد من نجاح نشاطه فهو يتحمل الاخطار.

أما بالنسبة لـ SAY فإن الذي يميز المقاول هو "قدرته على تطبيق المعرفة فهو يقوم باستغلال المعارف لإنتاج سلع نفعيه ويعتمد في ذلك على العامل الذي ينجز العمل".

كذلك نجد اعمال MARSHAL (قدرات وكفاءة المقاول) "الذي يعتبر من أوائل المفكرين الانجليز الذي أهتموا بالمقاوله في بداية القرن الـ 20 حيث تزامنت أعماله مع ظهور المؤسسات الكبيرة لهذا فهو يعتبر أن تحول الاقتصاد من الاعتماد على الحرف الصغيرة التي يسيرها العمال الى نظام المؤسسات الكبيرة المسيرة من طرف المقاولين الرأسماليين يتطلب وجود أشخاص ذوو طاقات كبيرة يقومون بتسيير الانتاج لتقديم أحسن نتيجة ممكنة"

بالرغم من مختلف هذه الدراسات لم يصبح المقاول عنصرا محوريا في التطور الاقتصادي إلا مع ظهور الابحاث التي قام بها SHUMPTER (1935) (من المدرسة النيو كلاسيكية يقوم على الابداع في إدارة المشروع) حيث يعتبر أول من تفتن لأهمية عامل التغيير، أي عن طريق الاستخدام المختلف للموارد المتاحة للمؤسسة، وضرورة العمل على اكتشاف واستغلال الفرص الجديدة.

فالمقاوله حسب SHUMPTER هو قبل كل شيء شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة، كما يعتمد على الاختراعات والتقنيات المبتكرة للوصول الى توليفات إنتاجية جديدة.

- استعمال طرف جديد في الانتاج

- اكتشاف قنوات توزيع جديدة في الاسواق.

- اكتشاف مصادر جديدة للموارد الأولية.

ومن أجل الابداع " يقوم المقاول بتحمل الاخطار المترتبة عن عملية البحث عن

تنظيمات جديدة لعوامل الانتاج.

وعليه " فالمقاول هو الشخص الذي يتمتع بقدرات على تحمل المخاطر ورؤية الفرص

والادارة الابداعية لعمل خاص به".

2- مفهوم المقاولاتية:

هناك تصورات مختلفة في تعريف المقاولاتية:

أ- انشاء مؤسسات جديدة:

تعرف المقاولاتية حسب هذا الاتجاه أنها "عملية إنشاء مؤسسة جديدة وحتى يتسنى لنا

فهم هذه الظاهرة يتوجب علينا دراسة العملية التي تؤدي الى ظهور هذه المؤسسات ويرى

هذا الاتجاه أن المقاولاتية تشمل مجموعة من الاعمال التي يقوم من خلالها المقاول بجمع

وتنسيق الموارد المختلفة من أجل تجسيد الفرصة في شكل مشروع.

ب- التعرف على الفرص واستغلالها:

يقوم هذا الاتجاه على أن المقاولاتية هي العملية التي تم خلالها اكتشاف واستغلال

الفرص التي تسمح بخلف سلع وخدمات مستقبلية.

والفرصة هي الحالة التي تسمح بتقديم منتجات جديدة، اضافة الى ادخال طرق جديدة في تنظيم. وبالتالي فإن هذا الاتجاه يركز على دراسة ظهور نشاط اقتصادي جديد والذي ليس بالضرورة مرتبط بظهور مؤسسة جديدة.

-ج- الازدواجية بين الثنائية الفرد- القيمة:

حسب هذا الاتجاه تتمحور دراسة المقاولاتية حول الفرد والقيمة التي انشأها، والثنائية هنا تعرف من المنظورين

المنظور الاول: ينطلق من الفرد ويعتبر الشرط الاساسي في خلق القيمة وبالتالي فالمقاول هو الشخص يقوم بخلق القيمة كإنشاء مؤسسة جديدة والذي بدوره لا يمكن لهذه القيمة أن تقدم لولا وجود الفرد

الفرد ← خلق القيمة.

المنظور الثاني: يعتبر أن خلق القيمة من خلال المؤسسة الى انشأها هذا الفرد، ويجعل الفرد مرتبط بالمشروع الذي انشأه لدرجة أنه يصبح معروفا به، وتحتل القيمة التي قدمها مكانة كبيرة في حياته كما يؤثر عليه بشكل أو بآخر أي أنه عندما يقوم الفرد بإنشاء مؤسسة وتقديم ابتكار معين فهو يصبح مقيد بالمشروع الذي أقامه.

خلف قيمة ← الفرد

يمكن اعتبار هذه الاتجاهات الثلاثة متكاملة وبشكل عام يمكن أن نعرف المقاولاتية على أنها

" مجموع النشاطات التي تسمح بإنشاء مؤسسة جديدة من خلال اكتشاف واستغلال

الفرص المتاحة في السوق وذلك بتوفير الموارد الضرورية بهدف تقديم قيمة معينة".

ثانيا: الخصائص الشخصية للمقاولين:

لا بد أن تتوفر في المقاول العديد من الخصائص الشخصية والتي تميزه عن باقي الافراد من أهمها.

*الاستعداد والميل نحو المخاطر؛

* الرغبة في النجاح؛

* الثقة بالنفس؛

*الاندفاع نحو العمل؛

*الاستعداد للعمل ساعات طويلة؛

* التفاؤل؛

* الالتزام وأن يكون منهجي ومنظم.

ثالثا: الاثار الاقتصادية الاجتماعية للمقاولاتية

الآثار الاقتصادية:

- زيادة متوسط دخل الفرد والتغيير في هيكل الاعمال والمجتمع حيث تسمح بتشكيل

الثروة للأفراد عن طريق زيادة المشاركين في مكاسب التنمية مما يحقق العدالة في

توزيع مكاسب التنمية؛

- الزيادة في جانبي العرض الطلب؛

- توجيه الأنشطة للمناطق التنموية المستهدفة؛

- تنمية الصادرات والمحافظة على استمرارية المنافسة؛

- التعامل مع المؤسسات الكبيرة وترباط الاعمال التجارية؛

- العمل على تطوير الاقتصاد.

الاثار الاجتماعية:

- امتصاص البطالة وتأمين فرص عمل جديدة؛

- عدالة التنمية الاجتماعية وتوزيع الثروة؛

- الحد من الهجرة من ريف الى المدينة.

رابعا: المقاولاتية وانشاء المؤسسات

ان عملية انشاء مؤسسة جديدة تمثل شكل من أشكال الانشطة المقاولاتية المختلفة نظرا لصعوبتها، وتركز على ابراز مختلف المواقف المقاولاتية اضافة الى عرض المراحل الاساسية لانشاء المؤسسات.

● المواقف المقاولاتية المختلفة.

إن اقامة الاعمال من قبل الافراد يمكن أن يحصل بثلاث طرق، ويقوم المقاول هنا بالمفاضلة بين مختلف هذه الطرق بعد الاطلاع على خصائص كل منها.

1- انشاء مؤسسة جديدة :

تعتبر هذه العملية معقدة وتختلف دوافعها من مقاول الى آخر، ويمكن أن تتم هي

لأخرى رفقا لعدة طرق.

أ- انشاء مؤسسة من العدم:

ان عملية انشاء مؤسسة من العدم ليست بأمر سهل، حيث تحتاج هذه المؤسسة الى وقت كبير حتى تتمكن من اطلاق منتجها في السوق، وحتى تقنع المستهلكين به، ويزداد هذا الأمر صعوبة مع ارتفاع درجة الابداع في المنتج، وللتغلب على هذه الصعوبات يجب على المقاول تحديد احتياجات المؤسسة بدقة، وخاصة المالية منها، بما أن هذه العملية تتطلب كثيرا من الجهد، اضافة الى توخي الحذر في تقدير الاخطار.

ب- انشاء مؤسسة عن طريق التفريخ (ESSAIMAGE):

هنا يقوم الاجراء (العمال) على انشاء مؤسساتهم الخاصة والمستقلة من خلال الدعم المقدم لهم من طرف المؤسسات التي يعملون فيها.إن هذه الطريقة تسمح للعامل بأنشاء مؤسسة خاصة أو شراء مؤسسة موجودة بشكل مستقل عن مؤسسته الأصلية التي غادرها والتي تقدم له بالمقابل أشكال مختلفة من الدعم بهدف التقليل من اخطار الفشل وتمثل هذه العملية بالنسبة للمؤسسة الأصلية طريقة للإبداع أو للنمو، تهدف من خلالها لاكتشاف نشاطات جديدة قريبة من نشاطها الرئيسي وكذا لانجاز بعض النشاطات الحالية بشكل أفضل، ويمكن لها ايضا الاستفادة من هذه المؤسسة بإبرام علاقات تعاقدية معها أو شراكة تسمح لها بالتمتع بمزايا تفضيلية مقابل، ودعمها لهذا المقاول.

ج- الحصول على امتياز:

يعتبر الامتياز صيغة مهمة في انشاء المؤسسة الجديدة، حيث يمثل نظام تسويقيا يحتوي على اتفاقيات قانونية تعطي الحق للمرخص له (المستفيد) بقيادة عمل ليمتلكه وفقا لشروط وفترة متفق عليها مع الجهة المانحة للامتياز. إن انشاء مؤسسة بهذه الطريقة يسمح للمقاول بالاستفادة من دعم مهم مقدم من طرف المؤسسة المانحة مقابل دفع مبلغ معين (كفالة وضمان)، وبهذا الشكل يمثل الامتياز حلا للمقاولين الذين لا يملكون افكار خاصة بهم أو لا يملكون الإمكانيات اللازمة للأبداع.

2. شراء عمل قائم:

إن شراء مؤسسة قائمة تختلف عن انشاء مؤسسة جديدة لأن المؤسسة موجودة اساسا، هنا يمكن الاعتماد على ممتلكات المؤسسة من إمكانيات في الحاضر وعلى تاريخها السابق وايضا على هيكلها التنظيمي ما يقلل درجة الخطورة وهنا نميز حالتين هما.

أ- شراء مؤسسة في حالة جيدة:

تكمن الصعوبة هنا في كيفية الحصول على المعلومات التي تتعلق بوجود مؤسسة في صحة جيدة للبيع، من الضروري ضمان أن يمتلك المقاول موارد مالية معتبرة كافية لشرائها.

ب- شراء مؤسسة تواجه صعوبات:

هنا يجب أن يكون المقاول على دراية بالالتزامات القانونية التي تقع عليه نتيجة شراء مؤسسة في هذه الوضعية رغم انخفاض قيمة الاموال التي تحتاجها مقارنة

بالمؤسسة في الوضعية جيدة، إلا انها تتطلب هي الاخرى أموال كثيرة، ليتمكن من وصول الى حالة الاستقرار كما تتطلب الخبرة في التعامل في المشاكل والأزمات.

3. المقابلة الداخلية:

تعني تنظيم المشاريع داخل المؤسسات أي أن المقاول يكون موجود داخل التنظيم وتعتبر مخرجا للمؤسسات لتفادي الانعكاسات السلبية لتزايد ميول الافراد الى العمل الحر والاستقلالية، حيث تجد المؤسسات في اللجوء لإنشاء مشاريع جديدة الى جانب مشاريعها السابقة حلا يمكنها من تشجيع روح المبادرة لدى الموظفين الذين يتمتعوا بميول للمقاولاتية ، وبالتالي توظيف طاقاتهم وأفكارهم البناءة لصالحها، وهذا ما يمكنها من الخروج من حالة الجمود ونقص الابداع وبالتالي الاستمرار في المنافسة.

من أجل تطوير المقاولات الداخلية يجب على المؤسسة توفير مجموعة من الشروط وهي كالتالي:

- تشجيع التجربة والعمل على خلق جو يسمح بالخطأ وال فشل داخل المؤسسة؛
 - توفير الموارد الضرورية للمشاريع الجديدة ؛
 - تشجيع العمل الجماعي المنظم؛
 - مكافئة المقاول على الجهد و الطاقة اللتين يبذلها في تطوير مشروع جديد.
- خطوات انشاء مؤسسة جديدة

تمر هذه العملية بالعديد من الخطوات والمراحل التحضيرية ويعتبر الاطلاع عليها أمر في غاية الأهمية بالنسبة للمقاول الذي لا يملك تجربة في هذا المجال، وسنتطرق فيما يلي إلى أهم هذه الخطوات.

1- من فكرة العمل إلى الفرصة:

بالرغم من امتلاك العديد من الأشخاص الرغبة في إنشاء مؤسسة جديدة إلا أنهم يفتقرون إلى الفكرة التي سيتمحور حولها نشاط المؤسسة ولكن هذا الأمر لا يعد عائقاً في ظل وجود العديد من المصادر التي يمكن الاعتماد عليها في تطوير الأفكار ومن بينها.

* الأفكار الناتجة عن مراقبة الحياة اليومية؛

* الأفكار الناتجة عن الحياة الاقتصادية؛

* تجربة المقاول في المؤسسة ما تسمح له باكتشاف بعض الأفكار من خلال مراقبة ظروف العمل؛

* الاعتماد على أفكار مرتبطة بنشاط معروف بالنسبة للمقاول؛

* اكتشاف حاجات جديدة غير مشبعة؛

* الاعتماد على أفكار الآخرين ومعارفهم وذلك بالدخول في شراكة مع شخص يملك فكرة شخصية أو إبرام عقد استغلال لبراءة اختراع.

ويجب أن ترتبط الفكرة بفرصة حقيقية يقوم المقاول بتقييمها والتأكد من قيمتها

الاقتصادية من وجود امكانية تجسيدها، ويتمكن من ذلك من خلال الاستعانة بخبراء في

المجال أو مختصين في مرافقة المؤسسات إضافة إلى التظاهرات المهنية كالمعارض التي تعتبر

فرصة مهمة نظرا لتجمع كل الاطراف الرئيسية في نفس المكان الجغرافي، ويتم في الاخير أخذ فكرة اولية حتى تتماشى مع حاجات واحتمالات معينة.

2- الدراسة التجارية والمالية للمشروع :

تعبير الدراسة التجارية والمالية للمشروع المستقبلي من بين أهم الخطوات التي يجب أن يقوم بها قصد معرفة إمكانية تحقيق مشروعه للمردودية المنتظرة منه .

1.2 – الدراسة التجارية للمشروع :

يمكن تقسيم هذه الدراسة وفق المراحل التالية

- دراسة السوق :

تعتبر مرحلة تحضيرية لانطلاق المشروع حيث تهدف الى التقليل من احتمالات فشل المشروع من خلال التعرف على أبرز معالم السوق التي ينوي المفاوض النشاط فيه ، وترتكز هذه الدراسة على تحليل كل من في السوق وميولاته الرئيسية : الطلب والعرض ، بيئة المؤسسة .

وتجدر الإشارة إلى أن العملية الأساسية التي يقوم عليها دراسة السوق هي تجزئة السوق التي تسمح بتقسيم المستهلكين إلى شرائح معينة وفق معايير معينة (مثل ، السن الجنس، .. الخ)

- تحديد الاستراتيجية التسويقية :

تهدف الاستراتيجية التسويقية كتوضيح نقطتين

الأولى :

تتعلق بكيفية اختيار الزبائن ، بعد عملية التجزئة يجب على المقاول اختيار القطاع

السوقي المستهدف ، وحتى يتمكن من ذلك عليه الإجابة على المجموعة من التساؤلات مثل .

- هل يلبي المنتج رغبات القطاع السوقي المستهدف ؟

- هل عدد الزبائن كاف ويضمن لي البقاء ؟

- هل هذا القطاع يعرف منافسة شديدة ؟

- هل أملك المكانيات للنشاط في هذا القطاع؟

الثانية :

كيفية التموّج في السوق والصورة التي يقدمها المقاول عن مؤسسته للزبائن والمنافسين،

ويجب على هذه الخطوة أن تمكن المؤسسة من التمييز بشكل دائم مقارنة مع المنافسين .

- تحديد السياسة التجارية :

وهي تحديد عناصر المزيج التسويقي والذي يشمل خليط من الأنشطة يتم من خلالها

دراسة السلعة بما يتناسب مع المستهلك ثم دراسة وتحديد السعر المناسب ثم الترويج لها

لدى المستهلكين ومن ثم توزيعها وإيصالها للمكان وفي الزمان المناسبين لإشباع حاجات

المستهلك .

- تحديد رقم الأعمال التقديري :

بعد الانتهاء من دراسة السوق وتحديد القطاعات التسويقية يمكن حساب رقم الأعمال

التقديري .

2.2 الدراسة المالية للمشروع :

1. جدول التمويل الأولى .

2. جدول النتائج التقديرية

3. مخطط الخزينة يركز على السنة الأولى للنشاط هل النتيجة تغطي التكاليف ؟

(يقدر estimation)

مخطط قصير الأجل يعطي صورة على التدفقات النقدية لكل شهر (تسديد / تحصيل)

(على المدى القصير)

بعد الاستقرار على الفكرة التي ستمحور حولها نشاط المؤسسة و الانتهاء من دراسة

السوق يشرع المفاوض في الدراسة المالية لمشروعه والتي تعتبر مرحلة اساسية تمكنه من

اكتشاف مدى جاهزيته للانطلاق في النشاط وتتكون الدراسة المالية من أربع (04) مراحل

أساسية .

تمثل كل مرحلة منها إجابة على التساؤلات التالية:

- ماهي الأموال الضرورية للانطلاق في المشروع؟ وهل بإمكان المفاوض تأمينها؟ وللإجابة على

هذا التساؤل يتطلب الأمر:

تحضير جدول التمويل الأولي الذي يسمح بتقدير الاحتياجات المالية الدائمة للمؤسسة من

جهة ومن جهة أخرى حصر الموارد المالية.

- هل ستتمكن المؤسسة من تحقيق رقم أعمال كاف لتغطية كل التكاليف؟ الإجابة بعد

جدول حساب النتائج التقديرية.

- هل ستسمح النتائج المحققة من طرف المؤسسة خلال السنة الأولى من نشاطها بتغطية تكاليف ذات الفترة؟ مخطط الخزينة كفيل بالإجابة على هذا.

- تماشياً مع تطور نشاطها هل بإمكان هذه المؤسسة المحافظة على صلابتها المالية المحققة من خلال جدول التمويل الأولي؟ هذا الجدول (جدول التحويل) لـ 03 سنوات هو الذي يسمح بالتأكد من قدرة الهيكل المالي للمؤسسة على الصمود يكون على المدى الطويل

2-3 تحديد مصادر تمويل المشروع:

من بين أهم القرارات المالية التي تواجه المقاول هو اختيار مصدر تمويل مؤسسته لذلك لا بد من دراسة مصادر التمويل لاختيار المصدر الملائم.

*مصادر التمويل الداخلية:

تعتبر المدخرات الشخصية للمقاولين أهم المصادر الداخلية للتمويل، كما قد يلجأ المقاول الى القروض ذات الطابع الشخصي المقدمة من طرف أفراد الاسرة الواحدة أو الاقرباء أو الاصدقاء وذلك عند الحاجة.

* مصادر التمويل الخارجية:

يعتبر أحد المصادر الرئيسية ومن أهم أشكاله.

✓ الائتمان التجاري: هو وسيلة شراء مع تأجيل الدفع (الحصول على وسائل الانتاج و

المواد الأولية قبل دفع المستحقات) على فترات مختلفة وأخذ فترة سماح معين قبل

بدأ عملية التسديد وإذا استطاع المقاول الحصول على هذا النوع من الائتمان

يكون قد وفر جزء كبير من احتياجات رأس المال العامل.

✓ الائتمان المصرفي: تشكل التسهيلات الائتمانية المقدمة من البنوك التجارية
والمؤسسات المصرفية مصدرا آخر من مصادر التمويل بحيث يمكن للمقاول
الحصول على ائتمان مصرفي قصير أو طويل حيث يقدم التمويل المطلوب مقابل
تعهد المقاول بسداد القرض والفوائد المستحقة عليه.

*التمويل عن طريق شركات رأس مال المخاطر:

هو عبار عن اسلوب تمويل للمشاريع الاستثمارية بواسطة شركات تدعى شركات رأس مال
المخاطر وفي هذا الاسلوب لا يقتصر دور هذه الشركات على تقديم أموال أو التمويل اللازم
للمقاول إنما تدخل معه كشريك في التسيير حيث تقوم بتمويل المشاريع منها ذات المخاطر
العالية التي تتميز باحتمال نمو قوي بدون ضمان العائد وتتحمل في المقابل الخسارة الكلية
أو الجزئية في حالة فشل المؤسسة الممولة ومن أجل التخفيف من حدة هذه المخاطرة فإن
هذه المقاولات لا تكتفي بتقديم هذه الاموال انما تساهم في ادارة المؤسسة بما يضمن
تطويرها ونجاحها.

شركات رأس مال المخاطرة في الجزائر:

1/- الشركة المالية الجزائرية الاوروبية للمساهمة؛

2/- الشركة المالية للاستثمار والمساهمة والتوظيف؛

3/- الشركة الجزائرية السعودية للاستثمار؛

4/- الجزائر للاستثمار؛

5/- الصندوق المغربي رأس مال الاستثماري.

*تمويل الايجاري:

طريقة جديدة في تمويل تقوم على مبدأ تأجير الاصول بمعنى أن المفاوض لا يشتري الاصول
الثابتة ولكن بإمكانه تأجيرها للاستفادة منها لاستعمالها أو شرائها.