

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة البليدة 2 - علي لونيبي -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - الأمير خالد الجزائري -



قسم: العلوم الإنسانية
شعبة: علوم الإعلام والاتصال

د. فتيحة أمرار

الرتبة العلمية: أستاذ محاضر ب

دروس مقدمة عبرمنصة مودل

محاضرات في مقياس المقاولاتية
موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر
اتصال جماهيري ووسائط جديدة

المقياس: المقاولاتية

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

المستوى: السنة الثانية ماستر

السداسي: الثالث

السنة الجامعية: 2020-2021م

مقياس: المقاولاتية

السنة الثانية ماستر اتصال جماهيري و وسائل جديدة

الاستاذة: أمرار فتيحة

تمهيد:

عرف موضوع المقاولاتية اهتماما كبيرا من طرف الحكومات، وهذا كونها أضحت تمثل أحد أقطاب الاقتصاد، وقاطرات نموه، و ما يؤكد على هذا تزايد الملتقيات العلمية، و المؤتمرات الدولية التي تناقش الموضوع في مختلف المحافل و المناسبات، وكذا الاعانات و التسهيلات التي تمنحها الدولة لتشجيعها.

تعريف المقاول: إن تعريف مصطلح المقاول ليس بالعملية السهلة، فهناك العديد من التعاريف، والعديد من النقاشات تثار حول هذا المصطلح في مختلف التخصصات، كما عرف عدة تطورات، ففي مرحلة سابقة تم استعماله للدلالة على النشاطات الانسانية التي يمكن أن تكون ثقافية، علمية، جمعوية... الخ، لكن فيما بعد ارتبط تحليل ظاهرة المقاول من خلال البناء المعرفي و الاستمولوجي بالبراديغمات الثلاث السابقة الذكر، بالنسبة للعلوم الاقتصادية و الانسانية الاجتماعية.

المحور الأول: مفهوم المقاول و المقاولاتية

تعريف المقاول: عبارة عن السيرورة التي تبدأ بفكرة وتنتهي بعرض منتج جديد ذو قيمة في السوق، وبين المرحلتين المغامرة بالجمع و التنسيق بين مختلف الموارد المتوفرة، وخوض كافة المخاطر المترتبة عن هذه العملية، و بما أن السيرورة هي التجديد سواء على مستوى المنتج المادي أو الفكري، أو اكتشاف موارد جديدة، فهي تنطوي على مبدأ الابداع.

إذن فالمقاول هي الافعال و العمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في اطار القانون السائد، من أجل انشاء ثروة من خلال المبادرة وتحمل المخاطر، و التعرف على فرص الاعمال ومتابعتها و تجسيدها على أرض الواقع.

فالمقولة تجمع بين المفاهيم الثلاث الرئيسية (انشاء مؤسسة، المقاول، روح المقولة).

2- روح المقاولاتية: تعرف بأنها مجموعة المهارات، والعمليات التي يقوم بها الافراد، ومحاولة

استغلالها، وذلك بتطبيقها لاستثمار الاموال، وذلك من خلال ايجاد أفكار مبتكرة.

وبصفة عامة انه الابداع في جميع القطاعات في ظل وجود هيكل تنظيمي تسييري واضح، بالاضافة

الى التخطيط الجيد والتنظيم المحكم، و التوجيه (الاتصال، التجهيز، مهارات القيادة الادارية)، والرقابة

الصارمة، واخيرا صنع واتخاذ القرارات.

3- تعريف المقاول

أ- حسب الاتجاه الاقتصادي : تضمن هذا الاتجاه محاولات عديدة لتعريف المقاول انطلاقا

من وظائفه الاقتصادية، مما أدى الى تطوير مفهوم المقاول عبر الزمن تماشيا مع التحولات

التي عرفها النظام الاقتصادي العالمي، حيث استعملت كلمة مقاول عام 1616 من

طرف Mont Chrétien وكانت تعني الشخص، الذي يوقع عقدا مع السلطات

العمومية من أجل ضمان انجاز عمل ما، أو مجموع أعمال مختلفة، وبناء على ذلك كانت

تدكل اليه مهام تشييد المباني العمومية، انجاز الطرقات ...الخ.

ويعود الفضل في ادخال هذا المصطلح الى الاقتصاديين العالميين Cantillon 1755 و

Say 1803.

فالمقاول حسب Cantillon هو شخص مخاطر يقوم بتوظيف أمواله الخاصة، و يعتبر عدم

اليقين عنصرا أساسيا في تعريف المقاول، و هو شخص يشتري أو يستأجر بسعر أكيد لبيع أو

ينتج بسعر غير أكيد، و لأن المقاول لا يمكنه التأكد من نجاح نشاطه الذي أسسه بأمواله

الخاصة، فهو يتحمل وحده الاخطار المرتبطة بشروط السوق وبتقلبات الاسعار، و بالظروف

الطبيعية.

يعكس هذا التعريف خصائص الفترة الزمنية التي عاش فيها الباحث و التي تتميز باقتصاد مبني اساسا على الفلاحة، مع تطور ملحوظ في مجال المبادلات التجارية.

أما ما يميز المقاول بالنسبة ل Say، خاصة المقاول الصناعي، هو قدرته على تطبيق العلم والمعرفة، حيث فرق بين كل من العالم الذي يدرس ويقوم بإجراء البحوث، و المقاول و العامل الذي يعمل لحسابهما، فالمقاول يعمل على استغلال المعارف التي يمتلكها العالم من اجل انتاج سلع ذات منفعة، و يعتمد في ذلك على العامل الذي تتمثل مهنته في انجاز العمل.

يتفق Say مع Cantillon في أنه لا يشترط ان يكون المقاول شخصا ثريا، إذ يمكنه ان اللجوء الى الاقتراض من اموال الآخرين، وبذلك يفرق بين الرأسمالي الذي تتمثل مهنته في اقراض الاموال مقابل الحصول على مبلغ معين يعرف بالفائدة، وبين المقاول الذي يتحمل المخاطر التي يمكن أن تعرقل نجاح نشاطه الذي اسسه بأمواله الخاصة، أو باللجوء الى الاقتراض من ملاك رؤوس الاموال .

اما مارشال فاعتبر اول كاتب انجليزي اهتم بالمقاول وذلك في بداية القرن العشرين حيث تزامنت اعماله مع ظهور المؤسسات الكبيرة، ولذلك فهو يعتبر أن التحول في الاقتصاد هو التحول من الاعتماد على نظام الحرف الصغيرة التي يسيروها العمال الى نظام المؤسسات الكبيرة، المسيرة من طرف المقاولين الرأسماليين.

و بالرغم من مختلف هذه الدراسات المرتبطة بهؤلاء الكتاب و الاقتصاديين، لم يصبح المقاول عنصرا محوريا في التطور الاقتصادي الا مع ظهور الابحاث التي قام بها اب المقاولاتية schampeter 1937 حيث تفتن لأهمية عامل التغيير، وذلك عن طريق الاستعمال المختلف للموارد و الإمكانيات المتاحة للمؤسسة و ضرورة العمل على اكتشاف واستغلال الفرص الجديدة، وادخال تنظيمات جديدة حيث تتمثل وظيفة المقاول في البحث عن التغيير والتصرف بما يوافقه و استغلاله كأنه فرصة.

فالمقاول حسب schampeter شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة
كما يعتمد على الاختراعات و التقنيات المبتكرة من أجل الوصول الى تركيبات انتاجية جديدة
تتمثل في:

- صنع منتج جديد
 - استعمال طريقة جديدة في الانتاج .
 - اكتشاف قنوات توزيع جديدة في السوق.
 - اكتشاف مصادر جديدة للمواد الأولية أو المواد نصف مصنعة.
 - انشاء تنظيمات جديدة.
- ومن أجل الابداع يتحمل المقاول الأخطار المترتبة من عملية البحث عن تنظيمات جديدة لعوامل
الانتاج، ولكنه لا يتحمل هو بنفسه الخطر الذي يمكن ان يلحق بمؤسسته، انما سوق رؤوس
الاموال هي التي تسمح له بإيجاد ممولين يتحملون الاخطار بدلا عنه، كما ان الدافع الأول الذي
يجرئه لا يكمن في البحث عن الارباح، وإنما هي الرغبة في النجاح من خلال تحقيق تنظيمات
جديدة.

اما بالنسبة ل Kizner المقاول شخص حساس للفرص ففي حين ان وظيفة المقاول حسب
schampeter تتمثل في إحداث حالة تخل بالتوازن و تكسر الروتين من اجل إحداث
التغييرين فالمقاول حسبه تتمثل مهمته في إعادة التوازن باستغلال الفرص الناتجة عن
اختلاله، فالخاصية الاساسية للمقاول حسبه تتمثل في ادراكه لوجود فرص مربحة، معرفة
بالفرق بين أسعار المدخلات و اسعار المخرجات.

كما يفرق بين المقاولاتية و التسيير، فإذا كان المقاول ينتج عندما يقوم شخص باستغلال
فرص ربح غير مستغلة، فالمسير يسعى للرفع من فعالية طرق الانتاج الى أقصى حد ممكن،
وذلك بتعظيم كمية المخرجات انطلاقا من مستوى معين من المدخلات.

4- دوافع المقاول: في أغلب الاحيان ما يجعل المقاولون ينطلقون، هي الارادة في الذهاب دائما الى البعيد و الرغبة في الحرية في أداء العمل، و تأتي في درجة أقل الرغبة في امتلاك السلطة، حيث أن الرغبة في الذهاب الى البعيد تمكن من تجاوز الحواجز و المصاعب، وغالبا ما يكون هذا هو هدف كل من يرغب في انشاء مؤسسة، فالاستمرار في العمل في هذه الحالة سيتم بكل ثقة دون النظر الى الصعوبات رغبة في الوصول الى الاهداف المسطرة، بأكبر سرعة ممكنة.

5- تحديد المواصفات: حسب روبرت باين **r-paapin** ، هناك حد أدنى من الصفات

التي يجب توفرها في الشخص صاحب الفكرة و التي يمكن حصرها فيما يلي:

أ- **الطاقة و الحركية:** الطاقة و الحركية سلوك ضروري، لأن عملية انشاء مؤسسة تتطلب بذل مجهود معتبر، اضافة الى تهيئة الوقت الكافي و الطاقة اللازمة لإنجاز الاعمال.

ب- **الثقة في النفس:** حيث تعمل على تنشيط الجوانب الادراكية و التصورية للمقاول وذلك ما يجعله أكثر تفاؤلا تجاه المتوقع من أعماله الجديدة ، وتحمله جزء من ضريبة الاعمال، ودافع كبير للإبداع و التطوير.

ت- **القدرة على احتواء الوقت:** يجب على صاحب الفكرة أن يضع في حسابه أنه سيقوم بتطوير مجموعة من الانشطة في الحاضر و التي سوف لن يكون لها اي أثر الا لاحقا، فلا يمكن تصور نجاح مؤسسة دون التفكير في المستقبل وتحديد الرؤية على المدى المتوسط و الطويل.

ث- **القدرة على حل مختلف المشاكل:** قد تواجه المقاول عدة عقبات عند انشاء مؤسسته، وهذا ما يفرض عليه حلها.

ج- **تقبل الفشل:** يشكل الفشل جزءا من النجاح، و بالنسبة للمقاول الفشل والخطأ و الحلم هي مصادر لاستغلال فرص جديدة، و بالتالي تحقيق نجاحات مستقبلية.

- ح- **قياس المخاطر:** ينبغي على المقاول أن يكون قد قدر المخاطر التي ستواجهه، في المستقبل سواء كانت على المدى المتوسط أو الطويل.
- خ- **الابتكار و الابداع:** من أجل ان تستمر المؤسسة يجب ان تتطور من ناحية منتوجها و هيكلها و مخططها الاجتماعي، لهذا تنشأ ضرورة الانفتاح على الابتكار و التطوير، وهذا ما يتطلب الاستجابة للتوجهات الجديدة.
- د- **القدرة على تقلد منصب قائد:** يقود التطور الايجابي لنشاط المؤسسة الى هيكل معقد شيئاً فشيئاً، وهذا ما يتطلب وجود قائد إداري يمكنه من تسيير منظمته، ويتمتع بالقدرة على انعاش النشاط و التعامل مع الصراعات وتكييف الهياكل.

5- انماط المقاول

- أ- **انماط المقاولين تبعا لظروف الانشاء: التقليديون ، الحرفيون، المنتهزون للفرص**
- بعد دراسة قام بها نورمان سميث Norman Smith خلال سنة 1980 على مجتمع يضم منشئ المؤسسات في قطاع نشاط معين في الولايات المتحدة الامريكية، اقترح ترتيب المقاولين، ليفرق بين المقاول الحرفي، و المقاول المنتهز للفرص، فحسب رأيه يقوم المقاول الحرفي بانشاء مؤسسته دون ان تكون له خبرة كبيرة في مجالات عديدة و بالأخص مجال التسيير، فهو لديه مهارات تقنية أكثر، ويركز على نشاطات ذات تجديد ضعيف، أما المقاول المنتهز للفرص، فيكون سنه أكبر وذو خبرة كبيرة خاصة في مجال التسيير (بإمكانه أن يكون إطار أو مهندس)، أما نمو ونضج مشروعه فيعود لاستغلاله لفرصة التجديد بالاعتماد على استثمار أمواله الشخصية ودعم متين من أطراف أخرى.
- ب- **أنماط المقاولين تبعا لمواصفات المسيرين و التقنيين و المدراء:** يمتد هذا التصنيف من سابقه حيث يعطي اهتمام بالغ لأسلوب إدارة الاعمال إذ يهتم التقنيون في المستوى الأول بظروف تصنيع المنتج ، وفي هذا الاطار يسعون لتثمين مهاراتهم المهنية وحرفتهم لذلك تجدهم

يقترّبون من نمط المقاول الحرّفي عند سميث، أما بالنسبة للمدراء و كنتيجة لطبيعة تكوينهم (امتلاكه لشاهدات في مجال التسيير)، و / او خبرتهم المهنية تجدهم يركزون على طرق و اشكال تسيير الموارد، كما يتميزون باليقظة في مجال تدنية التكاليف و الاقتصاد في الموارد، والاستثمار خارج الانتاج (مثال نظام المعلومات).

و الملاحظ أن هذا التصنيف لم يعط اهتماما كبيرا للمقاول، ويركز على المنظم (وبالتالي يمكن ربطه بالتصنيف الأول مثلما فعله بعض الاقتصاديون).

كما يمكن ملاحظة تواجد نمط آخر من المقاولين، وهم التجار الذين يولون اهتماما أكبر من المسائل المرتبطة بالسوق و التوزيع أما المسائل الادارية فتأتي في مستوى أقل.

ت- **انماط المقاولين تبعا لظروف التجديد:** يعتبر كل من الاقتصاديين الامريكيين ميلز Miles و سناو SNOW صاحبي هذا التصنيف، قاما بدراسة العلاقة بين المقاولاتية و التجديد وقاما بالتفرقة أربعة أنماط من المقاولين.

ث- **المقاول الباحث عن التجديد:** يعتبر هذا النمط أن المقاول يبحث عن التجديد في المنتج، اجراءات الانتاج... الخ رغم عدم تأكده التام من قدرته على تجسيده على أرض الواقع، لذا يقوم بتنظيمها أولا ثم يطرحها على مستوى السوق بشكل يمكنه من خلق مؤسسة، ويتلاءم هذا النمط من المقاول مع النشاطات ذات التكنولوجيا العالية، التي تكون فيها امكانيات التسويق و التصنيع تتجاوز القدرات الفردية، فغالبا ما تشتري هذه الافكار و المشاريع من طرف المجمعات الصناعية الكبرى التي ترغب في خلق فرع جديد.

ج- **المقاول المجدد** يمتلك هذا النمط من المقاولين ميل كبير للسيرورة المقاولية، حيث يبحث عن التجديد بشكل نظامي يقوم باستغلاله هو بنفسه و الاستثمار فيه و تحويله الى مؤسسة ، ويمتلك هذا الفرد درجة عالية من اليقظة للتكنولوجيا و المنافسة، وهذا ما يفترض امتلاكه ميزانية عالية تجند في البحث و التطوير التي تضمن تنمية عملية التجديد.

ح- **المقاول المتفاعل مع التجديد**: يتبنى هذا النمط من المقاولين استراتيجية تنمية ناتجة عن رد فعل، حيث يتكيف مع الوقائع التي تحدث و يبدي لها ردود أفعال تتلاءم و الافعال التي تحدث، وقد يحمل هذا الموقف الانتهازي خطرا يرتبط بالنزاعات التي يمكن أن تطرأ على القطاع، وضعف درجة استجابة الزبائن للتجديد نتيجة لوفائهم لمنتجاتهم و مؤسساتهم المفضلة.

خ- **انماط المقاولين تبعا لمنطق النشاط pic - cap**: اقترح هذا التصنيف من طرف جوليان و ماركزي Julien et Marcheziney ، انطلقا من مبدأ تواجد ثلاث مبتغيات سوسيو اقتصادية للمقاولة هيحيثح

1- **استمرارية المؤسسة (pérenmité)**: أي أمل استمرار المؤسسة عبر الزمن، حتى لو اضطر المقاول لبيعها لأفراد آخرين، أو لأحد أفراد العائلة أو مؤسسات أخرى.

2- **الاستقلالية (indépendance)**: يملك المقاول مستوى عال من الأنا، و يرغب دائما في الحصول على الاستقلالية فيما يخص اتخاذ القرار.

3- **النمو (croissance)**: و الذي يشبه الى حد ما الرغبة في القوة و السلطة. ومن خلال هذه العناصر الثلاثة قام الباحثون باستخلاص نمطين هامين من المقاولين و هما:

أ- **الفرد الذي يعمل تبعا للمنطق الوراثي pic** : يبحث المقاول في هذا النمط على تكديس الثروة قبل كل شيء، قد تكون على شكل ممتلكات ذات قيم استعمالية، يعطي الاولوية لاستمرارية المؤسسة و يطمح للحفاظ على استقلالية ذمته المالية فيرفض ادخال شركاء أو مقترضين خارجيين، ما قد يجعل هدف نمو المؤسسة يتنافى مع فكرة الاستقلالية المالية، و ينتشر هذا النمط بشكل كبير على مستوى المؤسسات العائلية، التي يرغب المقاول فيها بتوسيع استثمارات عائلية، و يظهر في شكل استثمارات في البناء والزراعة كما أن الفرد في هذا النمط لا يثق في ادراج الانشطة الاستثمارية المعنوية(التكوين، التجديد، البيع...).

ب- الفرد الذي يعمل تبعا لمنطق الفعل المقاولي cap : انطلاقا من منطق تكديس الثروة يمكن اقتراح منطق آخر هو منطق رأس المال، ويتعلق الامر بالأنشطة الخدمائية خاصة والتي قد تظهر قدرة عالية على النمو، و بالتالي ستكون ذات مردودية عالية، لكن وفي حالة ما تم التخلي عن هذه المؤسسة ستكون قيمة التخلي عنها شبه معدومة. المقاولون في هذا النمط يبحثون عن الأنشطة ذات النمو القوي فلا يولون اهتماما كبيرا بالقيمة المادية للمؤسسة، ويتجهون نحو المشاريع الخطرة (في حين أن مقاولو نموذج pic يحاولون تفادي الخطر)، وهم في بحث دائم عن الاستقلالية في اتخاذ القرار، دون الاهتمام بمسألة الاستقلالية في رأس المال، الامر الذي قد يجعله يبحث عن أموال خارجية، و التي قد تؤدي الى استقلالية في فروع المؤسسة، مع بقائه سيد المؤسسة، في حين لا يأبه كثيرا في لاستمرارية مؤسسته، فيمكن تغيير النشاط بسهولة، ماعدا في بعض الحالات الاستثنائية، ويطلق على هذا النوع المقاولين (cap)، وهذا النوع من المقاولين يتموقع ضمن أنشطة متزعزعة، و متطورة، و في توسع، و يعطي الاولوية للاستثمارات المعنوية، مثل البحث والتطوير و الاشهار و الاتصال، وتكوين الافراد، ويفضل الهياكل المرنة و القدرة على التكيف مع المحيط.

6- العوامل المفسرة للسلوك المقاولاتي: لقد أوضحت عدة كتابات أن التأهيل والتعليم والتدريب هو العامل الذي يحدد ظهور المقاولين في المجتمع، وأنه لا يوجد مقاولين بالفطرة، فالمقاولاتية ما هي الا نظام يخضع للتعليم و التأهيل كغيره من المجالات. و بالرغم من هذا الاقرار من الباحثين حول دور التعليم، في تكوين المقاولين، إلا أن الاختصاصيين يرون تحويل الافراد الى مقاولين ليس من السهولة بمكان، فلا بد من توفر الحد الادنى من المميزات التي تمكن هؤلاء الافراد من النجاح. كمقاولين، كما أنه من الصعب حصر كل الجوانب في العملية التعليمية، فالمقاولاتية تعتبر مجال متعدد الابعاد ولا يمكن حصره في مجال واحد، لكن التدريس في هذا المجال لا بد أن يتوسع اطاره ليشمل

جميع البرامج التعليمية (الابتدائي، الثانوي، التعليم العالي)، وكذلك ادماج هذه المفاهيم في مختلف التخصصات حتى يكون هذا النظام أكثر كفاءة في تحويل الافراد الى المقاولين.

المحور الثاني: السيورة المقاولاتية

i. ماهية فرصة الاعمال

أ- طبيعة ومفهوم فرصة العمل: اعتبر Shane et Venkatrmane أن وجود المقاولاتية مرهون بوجود الفرصة، حيث أن الفرصة المقاولاتية هي الوضعية التي يستطيع منتج أو مادة أولية أو آلية تنظيمية جديدة أن تتخذ شكلا جديدا يوفر فرصة للربح، وبشكل واضح ترتبط الفرصة بالربح، ويجب النظر إليها على أنها نقطة الانطلاق في النقاش حول المقاولاتية.

ب- الفرق بين الفكرة و الفرصة: استعمل بعض الباحثين مصطلح الفرصة الجيدة وهي التي تتصف بانها قابلة للتحقيق وتمثل حالة مرغوبة في المستقبل.

أما bygrawe فقد أكد أن ليس كل الافكار فرصا بالضرورة، و ان الفرصة قد لا تكون مناسبة للجميع.

و بالنسبة لآخرين تعتبر أو تعرف الفرصة على انها تابعة للظروف، تنشأ بسبب الاختلال أو عدم التوازن أو عجز أو نقص في المعلومات أو التطورات في السوق، و تعتبر فرصة للمقاولين الذين يمكنهم العمل في مثل هذه الظروف، و إيجاد الحلول و معالجة العيوب الموجودة.

وتتميز الفرصة المقاولاتية بالتنوع و التعدد، كما تتميز بصعوبة تكرارها مرة أخرى، فحينما تذهب الفرصة و لا تستغل لن تأتي مرة أخرى، بل يجب على المقاول أن يكتشف فرصة أخرى.

ت- مصادر فرص المقاولاتية : يمكن أن تتخذ الفرص أشكالا متعددة حسب اختلاف مصادرها حيث يمكن أن تكون نتيجة للعوامل السوقية، كإكتشاف مواد أولية جديدة أو ابداع في أسلوب الانتاج، أو استغلال مصادر طاقة جديدة، كما يمكن أن تنتج عن التباين في المعلومات أو الابداع بمختلف أشكاله، فهي تكون نتيجة لتغيرات معقدة والتكنولوجيا والبيئة

الاقتصادية و السياسية و الاجتماعية و الديمغرافية، فهي توجد بسبب توفر ظروف لم تكن موجودة من قبل.

ث- **أهم العوامل المؤثرة في خلق أو اكتشاف فرص المقاولاتية:** انه من الضروري اقتراح العوامل الرئيسية التي من المحتمل أن تؤثر على خلق أو اكتشاف أو تطوير الفرصة، وتحويلها الى حالة دائمة في شكل مؤسسة.

1- **اليقظة ، المعرفة المقاولاتية:** تركز سيرورة اكتشاف الفرصة واستغلالها على ما يسمى باليقظة المقاولاتية، و يعتبر Kizner أول من استخدم مصطلح اليقظة (vigilance)، ليعبر بها عن ادراك الفرصة، حيث عرفها على انها القدرة على التعرف على التعرف على الفرصة المهملة من الآخرين، و اضاف Cardozo 1996 أن ادراك الفرصة من طرف المقاولين هي حالة من حالات اليقظة للمعلومات وأطلق على هذه الحالة اسم الوعي المقاولاتي وعرفه على أنه الميل لمعرفة المعلومات حول المنتج و السوق والتركيز على المشاكل التي تواجه المنتجين و المستهلكين و الحاجات المتجددة للسوق، بالإضافة الى الامكانيات الجديدة لدمج الموارد، كما أضاف آخرون أن السمات الشخصية و البيئة قد يتفاعلان لخلق ظروف من شأنها تحفيز الوعي المقاولاتي و بالتالي اكتشاف الفرص، وبالنسبة للكثير من الباحثين فإن المقاولين أكثر يقظة للفرص الجديدة، و يستعملون المعلومات بشكل يختلف عن الآخرين(المدراء مثلا).

2- **التباين في المعلومات و المعارف السابقة :** بالنسبة لShane وانطلاقا من النظرة النمساوية التي تعتبر أن وجود المقاولاتية هو سبب التباين في المعلومات المتوفرة لدى الاقتصاديين، فقد فرض أن الأفراد يكتشفون الفرص المقاولاتية لأن معارفهم السابقة تمكنهم من تحديد قيمة المعلومات الجديدة ، وأكد انه مهما كانت طبيعة المقاول فإنه يكتشف الفرص انطلاقا من معارفه السابقة التي تمكنه من استيعاب المعلومات المتوفرة، وأكد عدة فرضيات نلخصها كما يلي:

➤ ليست هناك فرصة مقاولاتية يمكن أن تكون واضحة لدى كل المقاولين المحتملين، حيث أنه من المستحيل تقريبا أن يمتلك الجميع نفس المعلومات و في نفس الوقت.

➤ المعارف السابقة لكل فرد تخلق ما يسمى بمجال المعرفة الذي يمكن من إدراك بعض الفرص فقط و ليس الكل، وهناك ثلاث أبعاد رئيسية للمعارف الداخلية المهمة لسيرورة اكتشاف الفرصة المقاولاتية وهي المعرفة السابقة للسوق، المعرفة السابقة لمختلف طرق العمل في السوق، المعرفة السابقة لمشاكل الزبائن.

3- **شبكة العلاقات الاجتماعية: Hils** و زملاؤه وجهوا اهتمامهم نحو دراسة أهمية العلاقات الاجتماعية في اكتشاف الفرص، حيث أشاروا الى أن العلاقات الضعيفة، المعارف العارضة و غير الوطيدة هي جسور توصلنا لمصادر المعلومات، تلك المصادر لا نصل اليها بالضرورة من خلال العلاقات القوية كالعائلة و الأصدقاء، وأكد Granovetter أن احتمال حصولنا على المعلومات المهمة من العلاقات الضعيفة أكبر من احتمال حصولنا عليها من العلاقات القوية، لأنه في الغالب علاقاتنا الضعيفة أكثر تشعبا بكثير من علاقاتنا القوية، و بالتالي فالمقاول الذي لديه شبكة علاقات واسعة لديهم احتمال اكتشاف فرص أكبر من غيرهم.

4- **السمات الشخصية:** أشار Shaver et Scott الى أن الاختبارات النفسية توصلت الى تحديد سمتين رئيسيتين لهما علاقة بتحديد الفرص الناجحة و هما:
أولا : التفاؤل المقاولاتي: يرتبط بالإيمان بالكفاءة الذاتية، الثقة بالنفس، و التفاؤل هنا مرتبط بالقدرة على تحقيق الأهداف و ليس مرتبطا بتحمل مخاطر أكبر.

ثانيا: الطاقة و الحركية: سلوك ضروري ولا يمكن الاستغناء عنه لأن عملية انشاء المؤسسة تتطلب بذل جهد معتبر، إضافة الى تهيئة الوقت الكافي و الطاقة اللازمة لانجاز الأعمال.

1- **تعريف الابتكار:** لا يوجد اتفاق على تعريف الابتكار، الا أنه يمكن تعريفه على أنه الاتيان بالجديد" الذي لم يكن معروف من قبل وتطبيقه على أرض الواقع، وهو عملية تطبيق للإبداع و انشاء قيمة مضافة بتطوير أعمال او اشياء تم اختراعها من قبل، وعرفت مؤسسة التعاون الاقتصادي و التنمية، الابتكار في المؤسسات على انه مجموع الطرق العلمية التكنولوجية، التنظيمية، المالية و التجارية التي تمكن المؤسسة من طرح منتجات جديدة أو محسنة في السوق، فكل ابتكار يبدأ بأفكار مبدعة، و الابداع يكون إما من طرف الأفراد او الفرق و الذي هو نقطة بداية الابتكار فالأول ضروري لكنه غير كاف، ويشكل الابداع أحد مدخلات الابتكار، حيث أن الابداع هو عملية عقلية تؤدي الى انتاج أفكار جديدة، أما الابتكار فهو عملية التطبيق الإيجابي لتلك الأفكار الابداعية.

2- **العوامل الرئيسية للابتكار:**

تشمل كفاءة العاملين في البحث و التطوير والمخصصات المالية للبحث و التطوير و استخدام التكنولوجيا الجديدة الحديثة و وفرة المعلومات وقواعد البيانات و التعاون مع الجهات الأكاديمية و المؤسسات.

أ- **كفاءة العاملين في البحث و التطوير:** حيث تعتبر كفاءة العاملين كعامل محدد للابتكار ولدرجة التجديد أو تحسين المنتج.

ب- **المخصصات المالية للبحث و التطوير:** لا بد من تخصيص ميزانية للبحث والتطوير تسمح للمؤسسة بممارسة الأنشطة الابتكارية.

ت- **استخدام التكنولوجيا الحديثة:** تعد وفرة الأجهزة و التجهيزات و كذا البرامج الحديثة اللازمة لتطوير الابتكار كبرامج التصميم الحديثة من أهم العوامل لتحقيق امكانية تقديم منتجات او عمليات جديدة أو تطوير ما هو موجود فعلا.

ث- **وفرة المعلومات وقواعد البيانات** : حيث لا تعتبر المعلومات الداخلية الناجمة عن البحث و التطوير كافية لمواجهة التطوير التكنولوجي، بل على المؤسسة ان توسع حلقة البحث و التطوير.

➤ **العوامل التنظيمية:** وتشمل دعم وتأيد الادارة العليا لمسعى الابتكار، أذ ان من أهم عوامل الابتكار هو اقناع الإدارة بضرورته واهميته، كما أن وجود هذا الاقتناع ضروري لتهيئة المناخ المناسب لوجود الابتكار ونموه وتشجيعه، بل واعتباره جزء لا يتجزأ من سياسة المؤسسة.

أ- **التنسيق والتكامل بين مختلف وظائف المؤسسة:** يتطلب الابتكار العمل على وجود تنسيق وتكامل بين الادارات في المؤسسة، فكل إدارة يجب أن تعمل في اطار العمل كفريق واحد متكامل لأن جميع الانشطة متداخلة و متكاملة في أدائها سواء كان النشاط ماليا، أو النشاط المتعلق بالبحث و التطوير و الشراء وغيرها وتقوم الإدارة العليا بأخذ القرارات ضمن اطار المخطط و البرامج التي تكون قد وضعتها من أجل تنفيذ عملية الابتكار.

ب- **تقديم الحوافز للعاملين في ميدان الابتكار:** تمثل الحوافز الطريقة الأكثر تأثيرا في ارسال اشارات ذات دلالة لكل العاملين على اهتمام المؤسسة بالابتكار و المبتكرين، لذلك يجب أن تكون الحوافز واضحة في المؤسسة من أجل الابتكار، ومن الضروري أن تكون موجهة للمكافأة في الابتكار، كذلك الذين لم يصلوا الى نتائج في محاولتهم ، وهذه السمة في الحوافز هي التي تجعل المؤسسة ميدانا فعالا و خلاقا للإبتكار.

3- **معوقات الابتكار** : يوجد العديد من العوامل المرتبطة بالتفكير الابتكاري نوجزها فيما يلي:

يلي:

- الخوف من الفشل.
- الأحكام المسبقة التي يصطدم بها الفرد قبل الانتهاء من عرض أفكاره.
- الجمود و الكسل و احباط الهمة من المحيطين بالمبتكر.

- التسليم بالأمور و تقبل الواقع.
- قلة الموارد المخصصة للابتكار.
- قلة الدعم من الإدارة لمشاريع الابداع و الابتكار .
- نقص المعلومات المتاحة عن التطور التكنولوجي في القطاع الذي تعمل فيه المؤسسة.
- iii. **تحليل السوق:** دراسة السوق هي وسيلة لجمع المعلومات التي تستخدم كأساس في تحديد الخطة التسويقية، وتتضمن هذه الأخيرة عملية جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، مما يؤدي في الأخير الى التمكن من تحديد العناصر التالية:
- تحليل المحيط الكلي للمؤسسة الذي يشمل المحيط الاقتصادي و القانوني والتكنولوجي.
- التنبؤ بالطلب الكلي وتحديد قدرات الطلب و المبيعات المحتملة لمنتج المؤسسة.
- دراسة المستهلكين من خلال تعريفهم و التعرف على دوافعهم و مواقفهم وسلوكهم وبصفة عامة سيورثهم فب الشراء.
- دراسة التوزيع من خلال القنوات المستعملة و تطورها، ومواقف و سلوكيات المستهلكين حسب هذه القنوات، وتحديد استراتيجيات التوزيع.
- دراسة المنافسين، ويتم ذلك من خلال التعريف بهم وتحديد استراتيجياتهم و أيضا تحليل عرضهم و نتائجهم.
- وذكر مصادر قوة وضعف المنافسين المختلفة واختلافهم عن المشروع ل يتم في النهاية تحديد العوامل التي تميز المشروع.

iv. المحور الثالث:

- 1- **خطة الأعمال:** إن مخطط الاعمال وثيقة مكتوبة يجري تطويرها بناء على التوسع في تحديد الفرصة، حيث أنها تعطي الصورة الكاملة عن طبيعة المشروع الذي سنقوم به، ويتم توضيح كافة الأمور المتعلقة بالتسويق و المالية و الانتاج و الموارد البشرية... الخ.

حيث أن مخطط الأعمال هو المرحلة الأخيرة قبل أن ينطلق التمويل لتنفيذ المشروع، وستتناول فيما يلي تفاصيل مخطط الأعمال وكيفية إعداده.

أ- ماهية مخطط الأعمال: يعرف بأنه وثيقة مكتوبة يعدها المقاولون تصف كل العوامل الداخلية و الخارجية انشاء مشروع جديد، وهي خارطة طريق المشروع، تبين تصور المقاولين لما سيؤول اليه مشروعهم في النهاية.

فمخطط الأعمال هو وصف تفصيلي وشامل لمختلف قرارات المقاول المستقبلية فيما يتعلق بمشروعه، ويتم الاعتماد على هذا المخطط لتحديد الموارد المطلوبة و الحصول عليها ولتمكينه من إدارة مشروعه، وينظر البعض لمخطط الأعمال على أنه مجرد أداة اتصال واقناع بين المؤسسة ومختلف شركائها بهدف الحصول على الموارد خاصة المالية منها، بينما يرى أغلب الكتاب أن دوره يتعدى ذلك ليكون خارطة طريق يمكن من خلالها رصد مدى قدرة المشروع على النجاح فهو وسيلة للتسيير الداخلي، يوضح تفاصيل حول كل الجوانب المتعلقة بحياة المؤسسة، و بالتالي فإن لمخطط الأعمال نوعين من الوظائف الاساسية إحدهما داخلية و الأخرى خارجية.

● الوظائف الداخلية: يساعد المقاول على بناء مشروعه و تشغيله من خلال المخططات التفصيلية لكل وظائف المشروع ، فهو أداة للقيادة الاستراتيجية للمشروع.

● الوظائف الخارجية تساعد على الحصول على الموارد الخارجية (خاصة الموارد المالية).

ب- مكونات مخطط الأعمال: يجري تطوير خطة العمل بناء على التوسع في تحديد الفرص التي تعتبر من أصعب المراحل، حيث تعطي الصورة الكاملة عن طبيعة الاعمال التي سوف تقوم بها و المبينة كما يلي:

1- صفحة المقدمة

- اسم و عنوان المشروع
- طبيعة المشروع
- الحاجات المالية

2- الملخص

3- التحليل الصناعي

- الاتجاهات المستقبلية
- تحليل المنافسين
- تجزئة السوق
- التوقعات حول الصناعة و السوق

4- وصف المشروع

- المنتجات
- الخدمات
- حجم المشروع
- التجهيزات و الافراد

5- خطة الانتاج و العمليات

- العمليات
- معدات و آليات
- أسماء موردي المواد الأولية الاساسية

6- خطة التسويق

- السعر
- التوزيع
- الترويج
- التنبؤ للإنتاج
- الرقابة

7- الخطة التنظيمية

- شكل الملكية
- تحديد المساهمين و الشركاء الاساسيين
- الصلاحيات
- خلفية فريق العمل
- المسؤوليات و قواعد العمل

8- طبيعة المخاطر

- التكنولوجيا الحديثة
- خطط الطوارئ

9- الخطة المالية

- تقدير الايرادات
- تقدير التدفقات النقدية
- تحديد نقاط التعادل بين الايرادات و النفقات
- مصادر التمويل

10- المرفقات

- بيانات بحث السوق
- أوراق العقد
- قائمة الأسعار من الموردين

2- أجهزة دعم المقاولاتية في الجزائر

نتيجة الضرورة الملحة لتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (م ص م) في الجزائر قامت الدولة الجزائرية بإنشاء العديد من الهيئات الداعمة لإنشاء وتطوير ال (م ص م)، نذكر منها:

أ- وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الصناعات التقليدية:

انشأت سنة 1991 كوزارة منتدبة مكلفة بال(م ص م)، وتحولت الى وزارة المؤسسات الصغيرة

سنة 2001، من مهامها:

- اعداد السياسة و الاستراتيجية الوطنية لقطاع ال(م ص م)، واقتراحها وتنفيذها.
- التنسيق مع مختلف الوزارات و الهيئات الأخرى فيما يخص تطوير و تشجيع القطاع.
- ضمان حماية الطاقات الموجودة و تطويرها، مع اقتراح التدابير الكفيلة بإزالة الضغوط التي تواجهها.
- اقتراح التدابير التشجيعية لإنشاء و تطوير (م ص م)، سواء المالية أو الجبائية، أو تنظيمية أو تكنولوجية.
- ترقية المقاوله.
- تحديد سياسة التعاون الدولي في مجال (م ص م)، و السهر على تطبيق الاتفاقيات الدولية .
- تحسين آليات الحصول على العقار الموجه لقطاع (م ص م).
- اعداد التدابير التشريعية المشجعة (م ص م)، ومؤسسات التعليم و التكوين و البحث العلمي.
- وضع منظومة إعلامية للقطاع تتضمن النشرات، الاحصائيات، و المعلوماتية.
- التنسيق الدائم مع السلطات المحلية و الفضاءات الوسيطة و الحركة الجمعوية، بهدف تشجيع و تطوير القطاع.

ب- الوكالة الوطنية لدعم و تشغيل الشباب ANSEJ: انشأت هذه الوكالة في سبتمبر 1996، تهتم الوكالة بالشباب العاطلين عن العمل الراغبين في انشاء مشاريعهم الخاصة، و الذين تتراوح أعمارهم بين 19 و 53 سنة، حيث تقدم الوكالة عدة صيغ للحصول على مساعدات مالية في شكل قروض ممنوحة من البنوك المحلية، كما توفر تسهيلات ضريبية واعفاءات جمركية، ومتابعة المشاريع المنشأة، و تعتبر هذه الوكالة من أهم الهيئات الموجهة لدعم (م ص م).

وتقوم الوكالة بالمهام التالية:

- تدعم و تقدم الاستشارة و ترافق الشباب في اطار تطبيق مشاريعهم الاستثمارية.

- تسير وفقا للتشريع و التنظيم المعمول به مخصصات الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب، لا سيما منها الاعانات و تخفيض نسب الفوائد في الحدود التي يضعها الوزير المكلف بالتشغيل تحت تصرفها.

- تبليغ الشباب ذوي المشاريع الذين ترشح مشاريعهم للاستفادة من قروض البنوك والمؤسسات المالية بمختلف الاعانات التي يمنحها الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب والامتيازات الأخرى التي يحصلون عليها.

- تقوم بمتابعة الاستثمارات التي ينجزها الشباب ذوي المشاريع مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة و مساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات و الهيئات المعنية بإنجاز الاستثمارات.

- تشجيع كل التدابير الأخرى الرامية الى ترقية تشغيل الشباب لا سيما من خلال برامج التكوين و التشغيل و التوظيف الأولي.

ت- الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC: انشئ بتاريخ 06 جويلية 1994، وذلك من أجل التخفيض من الآثار الاجتماعية و الاقتصادية الناجمة عن تسريح العمال اجباريا، حسب المرسوم المؤرخ بتاريخ 30-12-2003، و المتعلق بدعم و احداث النشاطات للبطالين البالغين ما بين 30 الى 50 سنة، اعطيت الصلاحية للصندوق لتمويل البطالين ومنحهم امتيازات خاصة لخلق المشاريع الصغيرة.

و يقدم الصندوق صيغ مشابهة لتلك التي تقدمها وكالة ANSEJ من قروض لإنشاء المشاريع (صيغة ثلاثية: CNAC و البنك و صاحب المشروع)، بالإضافة الى تحفيزات جبائية و اعفاءات جمركية و امتيازات أخرى، كما يتحصل صاحب المشروع على تكوين من خبراء في المقاولاتية لتوضيح السيرورة التي يجب أن تمر عليها عملية انشاء المؤسسة.

ث- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI: تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، وكلفت بالمهام التالية:

- مهمة الاعلام: وذلك بضمان استقبال المستثمرين و توفير جميع المعلومات التي يحتاجونها بمختلف الأشكال و الوسائل و انشاء بنك معلومات تعلق بفرص الأعمال و الشراكة والمشاريع و ثروات الأقاليم المحلية و طاقتها.
 - مهمة التسهيل: عن طريق انشاء الشباك الواحد بهدف تسهيل الاجراءات البيروقراطية، كما تسهر الوكالة عن تحديد العراقيل و الضغوطات التي تواجه المستثمرين، وانجاز دراسات تهدف الى الحد منها وتبسيط الاجراءات والتنظيمات المتعلقة بالاستثمار و انشاء الشراكات.
 - مهمة ترقية الاستثمار: عن طريق المبادرة بكل عمل في المجال الاعلامي أو الأكاديمي، أو العلاقات مع المستثمرين، و الهيئات الداعمة للاستثمار في الداخل و الخارج.
 - مهمة المساعدة: و تتضمن مساعدات وتسهيلات إدارية وكذا استشارية و توجيهية للمستثمرين، وتسيير الحافظة العقارية الموجهة للاستثمار وتمثيل الوكالة على مستوى الأجهزة المحلية المكلفة بالعقار الاقتصادي.
 - مهمة تسيير الامتيازات: عن طريق تحديد القطاعات المهمة و التي تستفيد من الامتيازات، و كذا منح الامتيازات و الغائها وكل ما له علاقة بملف الامتيازات.
 - مهمة المتابعة: عن طريق اعداد احصائيات حول الاستثمار ومدى تقدمها، و التدفقات النقدية المترتبة عنها ورصد مدى التزام المستثمرين بالاتفاقات الموقعة.
- ج- الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ENGEM:** ظهر القرض المصغر لأول مرة في الجزائر سنة 1999 حيث سمح آنذاك بإنشاء أكثر من 15000 نشاط في مختلف القطاعات إلا أنه لم يعرف في صيغته السابقة النجاح الذي كانت تتوخاه السلطات العمومية منه، بسبب ضعف عملية المرافقة أثناء مراحل المشاريع و متابعة إنجازها.
- وتشكل الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، أداة لتجسيد سياسة الحكومة فيما يخص محاربة الفقر و الهشاشة وتمثل مهامها في :
- تسيير جهاز القرض المصغر وفق التشريع و التنظيم المعمول بهما.

- دعم ونصح و مرافقة المستفيدين من القرض المصغر في تنفيذ أنشطتهم.
- منح سلف بدون فوائد.
- ابلاغ المستفيدين ذوي المشاريع المؤهلة للإنجاز بمختلف المساعدات التي تمنح لهم.
- ضمان متابعة الأنشطة التي ينجزها المستفيدون مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربط هؤلاء المستفيدين بالوكالة بالإضافة الى مساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بتنفيذ مشاريعهم.

ح- صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة **FGAR**: هو مؤسسة عمومية تحت وصاية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الصناعة التقليدية، ويتمتع هذا الصندوق بالشخصية المعنوية و الاستقلالية المالية، انطلق بصفة رسمية في 14 مارس 2004، يهدف الى تسهيل الحصول على القروض المتوسطة الأجل التي تدخل في التركيب المالي للاستثمارات الجديدة، وذلك من خلال منح الضمان للمؤسسات التي تفتقر للضمانات اللازمة التي تشرطها البنوك. وهي آلية تسمح بتسهيل عملية الحصول على القروض اللازمة لإنشاء (م ص م) وتطويرها وانشئ هذا الصندوق بسبب ضعف القدرات المالية و المساهمة الشخصية للمقاولين، وعدم توفر أو كفاية الضمانات التي تفرضها البنوك، لمنع القروض، حيث يلعب الصندوق دور الوسيط بين المقاول و البنك و يشاركه في تقاسم المخاطر خلال تقديم ضمانات مالية لهذا الأخير. ويتعلق الأمر بضمان تسديد جزء من الخسارة التي يتحملها البنك في حالة عدم تسديد القرض، حيث تتراوح نسبة الضمان بين 10% و 80% من القرض البنكي، المتعلقة بكل ملف حسب تكلفة القروض و درجة المخاطر، ويساوي 4 ملايين دينار و المبلغ الأصلي و يساوي 25 مليون دينار.

خ- الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ANDPME: هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلالية المالية و تقع تحت وصاية الوزير المكلف بال(م ص م) و الذي يرأس مجلس التوجيه و المراقبة.

وهي أداة الدولة في تنفيذ السياسة الوطنية لتطوير ال(م ص م)، نجدها مكلفة بما يلي:

- تنفيذ استراتيجية القطاع في ترقية و تطوير ال(م ص م).
- تنفيذ البرنامج الوطني لتطوير ال(م ص م).
- تعزيز الخبرات و الاستشارة لصالح ال(م ص م).
- متابعة و وضع (م ص م)، من حيث الانشاء و التوقف و تغيير النشاط، انجاز دراسات حول فروع النشاطات و مذكرات ظرفية دورية حول التوجهات العامة (م ص م).
- تحصيل و استغلال و نشر المعلومة المحددة في ميدان نشاط ال(م ص م).

د- صندوق ضمان قروض ال(م ص م) : أنشئ هذا الصندوق من أجل انشاء و تطوير ال(م ص م) بتسهيل حصولها على القروض و يشكل رأس مال الصندوق من 60% من طرف الخزينة العمومية، و نسبة 40% من طرف البنوك (البنك الوطني الجزائري، البنك الخارجي الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، و صندوق التوفير و الاحتياط)، و يمكن أن تساهم البنوك و المؤسسات المالية في رأس المال، و سبب حيازة الدولة على أغلبية رأس ماله و تشبيه هذا الضمان بالضمان الذي توفره الدولة يعزز مكانه.

ذ- هدف الصندوق هو ضمان المخاطر التي تواجه البنوك و المؤسسات المالية عند انجاز ال(م ص م) المقترضة، عند تسديد قروض الاستثمارات المخصصة لتمويل رؤوس أموال للانطلاق، و لا تتجاوز مهلة تسديدها الأولى مدة 07 سنوات مع احتساب فترات التأجيل، و القرض العقاري الذي لا يجب أن تتجاوز مهلة تسديده مدة 10 سنوات، أما الحد الأقصى للقرض المكفول بالضمان فلا يجب أن يتجاوز 350 مليون دينار.

المحور الرابع: نمو المؤسسة

1- ماهية النمو

النمو حسب الاتجاهات الاقتصادية

أ- النمو حسب النظرية الاقتصادية التقليدية: عرف Penrose 1963 نمو المؤسسة على أنه سلوك التعاضم و ما يخلفه من انعكاسات، فسلوك التعاضم هو (الارتفاع في حجم الانتاج، اليد العاملة القيمة المضافة ، رقم الأعمال، الصادرات...الخ)، أما الانعكاسات هي التغييرات الكيفية الداخلية، (التغيير في النشاط، والهيكل، ونمط التسيير).

ب- النمو حسب نظرية دورة حياة المؤسسة: كان المفكر الاقتصادي مارشال من الأوائل الذين أشاروا إلى نمو المؤسسة كنظام يشابه في تطوره الكائن الحين فقد ذكر في كتابه "مبادئ الاقتصاد" أن نمو المؤسسة يماثل نمو الشجرة التي تتطور إلى أن تصل إلى حجمها الطبيعي، خاضعة في ذلك إلى قانون الطبيعة وظروف المكان والزمان، حيث تمارس عليها ضغوط تؤدي في الأخير إلى إنهاء دورة حياتها.

ت- النمو حسب نظرية السيورة الداخلية للنمو: قام Penrose بإعداد نظرية عامة لنمو المؤسسة تركز على السيورة الداخلية لتطور المؤسسة، أن نظرية سيورة النمو، تستند على فكرة أساسية مفادها أن موارد المؤسسة هي وحدها القادرة على إتاحة فرص النمو لها، وبها تتحدد درجة النمو الذي تستطيع المؤسسة أن تصل إليه خلال فترة زمنية، وحسب هذه النظرية فإن المؤسسة تستطيع تحقيق نمو مستمر من خلال التوسع في تعداد أنشطتها وتنوعها، ويتحقق هذا النمو المستمر نتيجة التجديد في الموارد.

فالمؤسسة بداية تقوم بوضع الخطط لنشاطها وتحدد فيها قدر عوامل الإنتاج اللازمة، ثم تعمل جاهدة على الاستغلال الجيد لهذه العوامل، ولكن تسبب عوامل الإنتاج غير القابلة للتقسيم بقاء بعض الموارد مستغلة جزئياً مما يدفع المؤسسة إلى التفكير في التوسع بأنشطة أخرى واستعمال الموارد

الفائضة(العاطلة)، ثم إن تنفيذ الأنشطة الجديدة يبقي موارد أخرى معطلة وبذلك تستأنف المؤسسة النمو من جديد.

ت- النمو حسب نظرية السيرورة الداخلية للنمو: قام Penrose بإعداد نظرية عامة لنمو المؤسسة تركز على السيرورة الداخلية لتطور المؤسسة، أن نظرية سيرورة النمو، تستند على فكرة أساسية مفادها أن موارد المؤسسة هي وحدها القادرة على إتاحة فرص النمو لها، وبها تتحدد درجة النمو الذي تستطيع المؤسسة أن تصل إليه خلال فترة زمنية، وحسب هذه النظرية فإن المؤسسة تستطيع تحقيق نمو مستمر من خلال التوسع في تعداد أنشطتها وتنوعها، ويتحقق هذا النمو المستمر نتيجة التجديد في الموارد.

فالمؤسسة بداية تقوم بوضع الخطط لنشاطها وتحدد فيها قدر عوامل الإنتاج اللازمة، ثم تعمل جاهدة على الاستغلال الجيد لهذه العوامل، ولكن تسبب عوامل الإنتاج غير القابلة للتقسيم بقاء بعض الموارد مستغلة جزئياً مما يدفع المؤسسة الى التفكير في التوسع بأنشطة أخرى واستعمال الموارد الفائضة(العاطلة)، ثم إن تنفيذ الأنشطة الجديدة يبقي موارد أخرى معطلة وبذلك تستأنف المؤسسة النمو من جديد.