وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر 2 –أبو القاسم سعد الله–

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والأنتربولوجيا

مطبوعة مقياس:

المقاولاتية

موجهة لطلبة ماستر 2 أنتربولوجيا اجتماعية وثقافية

من إعداد الأستاذ:

عبد النور محسن

السنة الجامعية: 2022/ 2023

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

اسم المادة: المقاولاتية

الرصيد: 1

المعامل: 1

أهداف التعليم: تعريف طلبة الماستر بالمقاولاتية وتقريب المقاربة الميدانية لهم حتى يتم إدراك أهمية هذا المقياس أثناء المسار الدراسي وخلال مشوارهم المهني، التدريب على خلق ثقافة المبادرة الفردية لخوض مجال المقاولاتية والتشجيع على تجسيد الفكر المقاولاتي على أرض الواقع.

المعارف المسبقة المطلوبة: على الطالب أن يكون لديه معارف قاعدية حول المؤسسة وأنواعها، وأهم المنظرين الاجتماعيين حول هذا الموضوع بالإضافة إلى معارف نظرية وميدانية حول علم الاقتصاد وهذا حتى يتمكن من الربط بين تلك المعارف السابقة وبين ما سيتلقاه في هذا المقياس.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... الخ (يترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

-- مفهوم المقاولاتية غير منفصل مع ذلك التقدم وإمكانيات الشغل والتقدم في الكفاءات الفردية لديهم ولديهن والتي يتولونها.

-- المقاولاتية ليس هي فقط ممارسة براغماتية مبنية على المصلحة ولكن تكون أكثر فأكثر هي اليوم ميدان يدرس في الجامعات.

-- المقاولون هم في الأساس هم رواد في الأوقات المعاصرة.

المراجع: (كتب ومطبوعات، مواقع انترنت، الخ)

LEGER-JARNIOU , **Le Grand Livre de l'Entrepreneuriat**, Ed. Dunod, 2013.

JANSSEN Franc, (s.d), Préface de Pierre-André Julien, **Entreprendre**, Ed. De Boek.

MESSEGHEM Karim et SAMMUt Sylivie, **L'Entrepreneuriat**, Ed. Dunod, 2011.

الفهرس

مقدمة ..... أ
المحاضرة الأولى: مفهوم المقاولاتية 2
تمهيد:..... 3
1.تعريف المقاولاتية:..... 4
2.نشأة المقاولاتية:..... 5
المحاضرة الثانية: المقاربات النظرية للمقاولاتية 7
تمهيد..... 8
1.المقاربة الوظيفية..... 9
2.المقاربة السلوكية:..... 10
3.المقاربة العملياتية:..... 11
المحاضرة الثالثة: خصائص المقاولاتية والمقاول 13
تمهيد:..... 14
1.خصائص المقاولاتية:..... 15
2.خصائص المقاول:..... 16
المحاضرة الرابعة: خطوات إنجاز المشروع المقاولاتي..... 18
تمهيد:..... 19
1.اختيار فكرة المشروع:..... 20
1.1.مراحل إيجاد فكرة المشروع..... 21
2.1.مصادر الحصول على الفكرة:..... 21
3.1.طرق إنشاء وتجسيد الفكرة:..... 22
2.بناء خطة التسويق:..... 23
1.2.مصادر نجاح المشروع..... 23
2.2.الخطة التسويقية:..... 23
3.2.الخطة الإنتاجية:..... 24
4.2. الخطة التمويلية:..... 24
5.2. الخطة التنظيمية:..... 24
المحاضرة الخامسة: العوامل السوسيوثقافية للمقاولاتية 26
تمهيد..... 27
1.الرأسمال الاجتماعي..... 28
2.القيم الثقافية:..... 29
3.الدين والمقاولاتية:..... 30

المحاضرة السادسة: المقاولاتية والثقافة 32
تمهيد:.....33
.1مفاهيم حول ثقافة المقاولاتية:.....34
2.أساسيات ثقافة المقاولاتية:.....34
.3عناصر ثقافة المقاولاتية:.....35
المحاضرة السابعة: الجامعة والمقاولاتية 37
تمهيد:.....38
.1البحث العلمي والمقاولاتية:.....39
2.العلاقة التفاعلية: الجامعة/ المقاولاتية.....39
3.علاقة الجامعة الجزائرية بالمقاولاتية:.....40
المحاضرة الثامنة: المقاولاتية الإلكترونية 41
تمهيد:.....42
1.المقاولاتية عبر الأنترنت:.....43
2.أنواع المقاولاتية الإلكترونية:.....44
3.مزايا ومعوقات تطبيق المقاولاتية الإلكترونية:.....44
المحاضرة التاسعة: المقاولاتية الإقليمية والدولية 47
تمهيد:.....48
1.مفهوم المقاولاتية الدولية:.....49
2.متطلبات تدويل المقاولاتية الدولية:.....49
3.معوقات المقاولاتية الدولية:.....50
المحاضرة العاشرة: المقاولاتية في الجزائر 51
تمهيد:.....52
1.أجهزة دعم الشباب:.....53
.1.1التعاونيات الشبابية:.....53
.2.1الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة:.....53
.3.1المؤسسات المصغرة.....54
4.1. القرض المصغر:.....54
5.1. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار:.....54
6.1. الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ANDPME:.....54
2.حاضنات الأعمال:.....55
الخاتمة:.....57
قائمة المراجع.....58

مقدمة:

تعتبر المقاولاتية من أهم المواضيع طرحا للنقاش في الآونة الأخيرة، وهذا لما تحظى به من تناول سواء على المستوى العالمي، الإقليمي أو المحلي وهذا في ظل التغيرات التي عرفها العالم وخاصة على المستوى السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي أين سيطرت العولمة على كل المجتمعات وعلى جميع الأصعدة.

ولقد استهدفت الجزائر هذا التغير أيضا أين تجسد في مختلف الإصلاحات السياسية والاقتصادية التي عرفتها على إثر أزمة 1988م والتي انبثق منها تحرير الاقتصاد وتجسيد الخوصصة وظهور المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمشاريع الفردية –المقاولاتية –والمبنية أساسا على المنافسة، الإبداع والابتكار.

وعلى العموم فإن محاور هذا المقياس ستهدف إلى ما يلي:

- تعريف طلبة الماستر بالمقاولاتية.
- خلق ثقافة المبادرة الفردية لخوض مجال المقاولاتية.
- التشجيع على تجسيد الفكر المقاولاتي على أرض الواقع.

المحاضرة الأولى: مفهوم المقاولاتية

- تمهيد

1. تعريفات المقاولاتية
2. نشأة المقاولاتية

تمهيد:

سنعرض في هذه المحاضرة أهم المفاهيم التي تبلورت حول المقاولاتية، وإلى جانب ذلك سنركز أيضا على نشأة المفهوم وفق السياق التاريخي، السياسي، الاقتصادي، الثقافي، الاجتماعي والميداني وهذا وفق النقاط الآتية:

- المقاولاتية: المفهوم حسب مختلف الأخصائيين
- المقاولاتية وظروف النشأة وتجسيدها ميدانيا

وإن الهدف الأساسي من هذه المحاضرة يدور بالأساس حول تمكين الطالب من التعرف بعمق وبقرب على المقاولاتية كمفهوم نظري، وذلك بهدف الوصول إلى المفهوم الميداني والمتجسد عالميا، إقليميا ومحليا.

1. تعريف المقاولاتية:

لقد ازداد الاهتمام بمفهوم المقاولاتية في الآونة الأخيرة وهذا مع التطور الذي شهدته المجتمعات على الصعيد السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي وفي ظل التطور التكنولوجي والعولمة.

ويرجع هذا الاهتمام بهذا المفهوم إلى ارتباطه الوثيق بنمو الاقتصاد وتطور المؤسسة وتنمية الموارد البشرية وظهور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسيطرة اقتصاد السوق على جميع دول العالم، لهذا أصبحت المقاولاتية ضرورة حتمية لا يمكن للعالم أن يتغاضى عنها أو يتجاهلها ولا بأس أن نقدم بعض التعريفات الخاصة بها.

1.1 ألان فايول FAYOLLE Allain:

هي حالة خاصة بواسطتها يتم خلق ثروات اقتصادية واجتماعية ومن أهم خصائصها:

- عدم تواجد الخطر
- يتميز أفرادها بتقبل الغير، تحمل المخاطرة المشتركة، روح المبادرة، والتدخل الفردي.

وترتبط هذه الحالات حسب « Fayolle » بما يلي:[1]

1. إنشاء مؤسسة أو نشاط من طرف أفراد مستقلين
2. استعادة نشاط أو مؤسسة تواجه بعض الصعوبات
3. تطوير وإدارة بعض المشاريع التي هي في خطر.
4. القيام بتسيير بعض الوظائف أو المسؤوليات داخل المؤسسات.

2.1. "هوارد ستيفانسون" HOWARD Stevenson

المقاولاتية هي طريقة يحدد من خلالها الأفراد أو المنظمات **الفرص**، متابعتها وتجسيدها من خلال:

- استغلال مختلف الموارد المتاحة.[2]

وهذا التعريف اعتمد عليه الأمريكيون منذ تسعينيات القرن الماضي.

3.1. تعريف فارسترات تيري Thierry VERSTRAETE

[1]Alain Fayolle, **Le Métier de créateur d'entreprise**, édition d'organisation, Paris, 2003, p17.
[2] Alain FAYOLLE, *op.cit.*, p 17.

المقاولاتية هي عملية تواصل بين مقاول ومنظمة محركة من طرفه ولها ثلاثة أبعاد وميزات سنذكرها باختصار على النحو الآتي:[1]

أ) البعد المعرفي للمقاول: يشمل القدرة على ترجمة الأحداث، فهم ما يجب فعله من خلال الأحداث، التعليم الناتج عن تجارب المقاول السابقة والحالية، ومجموعة المعارف والاستعدادات المكتسبة.

ب) البعد الهيكلي: ويخص الاهتمام بالإدماج المقاولاتي والتميز بالذاتية وخاصية الغاية والمدى الذي يؤثر في المقاول وفي منظمته.

4.1 تعريف إجرائي للمقاولاتية:

هي فكرة فرد خاصة تشمل إنشاء مشروع، مؤسسة أو فكرة تتجسد من خلال مجهود فردي أو جماعي، كما تعمل أيضا على تحقيق الاستقلالية المادية والاقتصادية ويتميز صاحب الفكرة المقاولاتية بالشجاعة، سرعة اتخاذ القرار، القيادة والتسيير والمجازفة.

2. نشأة المقاولاتية:

ترتبط نشأة المقاولاتية بالعديد من الخلفيات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وحتى التاريخية.

وقبل هذا لابد وأن نشير إلى أن مفهوم المقاولاتية ليس حديث النشأة، وإنما هو مصطلح ظهر في حقيقة الأمر في القرن السادس عشر وهو كلمة لاتينية تعني: ريادة الأعمال.[2]

وعلى العموم نستطيع القول بأن المقاولاتية ظهرت في النظام الرأسمالي بشكل عام واعتمدت على المؤسسات والشركات الخاصة، وهذا دون أن ننسى الصراع الذي كان قائما بين النظام الرأسمالي والاشتراكي وتغلب الرأسمالية فيما بعد وسيطرة أحادية قيادة العالم وفق نظام اقتصاد السوق، هذا ما جعل المقاولاتية تتطور وتتوسع في جميع أنحاء العالم وعلى جميع الأصعدة، ومن الخصائص التي استمدتها من الرأسمالية نجد على وجه الخصوص الاستقلالية والمجازفة والتشجيع على إنشاء المشاريع

[1] Thierry VERSTRAETE, **Entrepreneur : Connaitre l'entrepreneur, Comprendre ses actes**, L'Harmattan Paris, 1999, p 23-24.
[2] Thierry VERSTRAETE, *op.cit.*, p12.

والمؤسسات والشركات، ووفق هذا السياق التاريخي نصل إلى نتيجة مفادها أن تغلب الرأسمالية أدى إلى انتشار المقاولاتية في العالم كله نتيجة العولمة المفروضة.

وخلاصة لهذا كله، فإن التحول في الأنظمة السياسية، الاقتصادية والاجتماعية في العالم أدى إلى إعادة هيكلة جميع المؤسسات وبالتالي تم تكييفها مع اقتصاد السوق والانتقال الضروري إلى الخوصصة. وبالتالي نستنتج أيضا بأن عولمة الاقتصاد العالمي والذي انحصر أساسا في سيره وفق اقتصاد السوق فقط أدى إلى بروز طبقات اجتماعية تقريبا موحدة عالميا واندثار الطبقة المتوسطة وبقاء طبقة البرجوازيين وطبقة العاملين.

إن تطور فكرة المقاولاتية من مجرد فكرة فردية إلى مشروع أو مؤسسة خاصة قائمة بحد ذاتها يجب تحقيقها حتى داخل المشروع الواحد وعليه تطور مفهوم المقاولاتية وتعددت تعاريفه وتشعبت مصادره ومجالاته نظريا وميدانيا فكيف تطور سياقه المقارباتي والنظري؟

المحاضرة الثانية: المقاربات النظرية للمقاولاتية

- تمهيد

1. المقاربة الوظيفية
2. المقاربة السلوكية
3. المقاربة العملياتية

تمهيد

سنعرض في هذه المحاضرة أهم التوجهات والمقاربات النظرية والتي أسهم فيها الكثير من المفكرين والعلماء، وهذا في ضوء النقاط التالية:

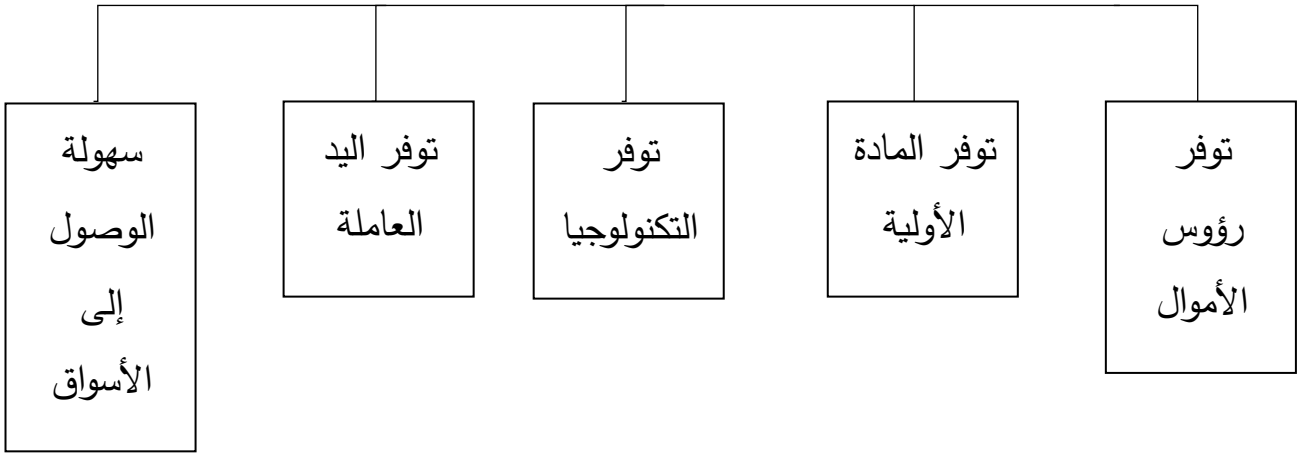
1. المقاربة الوظيفية
2. المقاربة السلوكية
3. المقاربة العملياتية

وإنما نهدف من خلال هذا إلى إيصال مختلف النظريات المفسرة للمقاولاتية حتى نستطيع فهم كل المصطلحات والإلمام بكل جوانب هذا المفهوم.

يجمع الكثير من الباحثين والمفكرين في مجال المقاولاتية على أن هناك ثلاث مقاربات أساسية لتحليل الفكر المقاولاتي وهي: المقاربة الوظيفية، المقاربة السلوكية والمقاربة العملياتية، وعلى هذا الأساس سنقوم بعرض كل على حدى وفق ما يلي:

1. المقاربة الوظيفية

- يركز هذا الاهتمام على الدور المركزي للمقاول والذي يعتبر بمثابة محرك التنمية الاقتصادية والمسؤول على مواجهة وتحمل الأخطار.
- وتشترط هذه المدرسة النيوكلاسيكية على أن نجاح النشاط المقاولاتي مرهون بالظروف الاقتصادية المشجعة على ذلك وأهمها: [1]



ولقد برز في هذا الاتجاه "جوزيف شومبتير" SHUMPTER Joseph وهو الأب الحقيقي للحقل المقاولاتي من خلال نظرية التطور الاقتصادي[2] حيث أن هذا الأخير يركز على المقاول ودوره الأساسي في التنمية الاقتصادية وفق المجازفة، الابتكار والإبداع ومحاولة خلق فرص النجاح والإنتاج.[3]

وعندما يكون النظام الاقتصادي في حالة توازن بين العرض والطلب فإن المقاول هو الذي يكسر ذلك التوازن عن طريق ابتكارات جديدة وأساليب إنتاج حديثة ويكسر تلك القيود وذلك الجمود عن طريق طرح ابتكارات وأساليب وأفكار جديدة حتى يحدث تلك النقلة الاقتصادية الإيجابية.

[1] ALLALI Brahim, « Vers une théorie de l'entreprenariat », **Cahier de L'ISCALE**, n° 17, Maroc, p03.
[2] ALLALI Brahim, *op.cit*., p03.
[3] *Ibid*., p04.

من خلال هذا الطرح يتبين لنا جليا النهج الاقتصادي في الفكر المقاولاتي حيث اعتبرت المقاولاتية كظاهرة اقتصادية بحتة.

2. المقاربة السلوكية:

يركز هذا الاتجاه أيضا على خصائص وسمات **المقاول** الشخصية إذ ترتكز أساسا على الخصائص السيكولوجية للمقاول أي الصفات الشخصية، الدوافع والسلوك بالإضافة إلى الأصل الاجتماعي.

وفي هذا الصدد نجد "ماكس فيبر" Max Weber الذي اهتم **بنظام القيم** ودوره في إضفاء الشرعية، أين شجع النشاط المقاولاتي واعتبره كشرط أساسي في التطور الرأسمالي.[1]

وإلى جانبه أيضا نجد "ماكيلاند" MAKILLAND ونظريته حول الإنجاز والذي حاول تفسير سلوك المقاول من خلال:

الحاجة للإنجاز

الحاجة للقـو ة [2]

وأشار أيضا "فايول" FAYOLLE إلى إسهامات مدرسة التحليل النفسي والتي جسدها كل من "كيتز" Ketz وفريس VRIES حيث اعتبر "فريس" أن السلوك المقاولاتي هو نتاج تجارب الطفولة والتميز بالبيئة العائلية العدوانية، والمشاكل العاطفية المتعددة. وهذه الوضعيات تقود الأفراد حتما إلى تطوير أشكال الشخصية المنحرفة والقابلة للتدرج في بيئات اجتماعية مختلفة، أي أنهم لا يتقبلون السلطة عليهم ولديهم صعوبات في العمل كفريق مع الآخرين أي يتصفون بالأنانية وممارسة السلطة على الآخرين[3].

[1] FILLON (L.J), « Le champs de l'entreprenariat : histoire, évolution, tendances », **Cahier de recherche**, n°97,01, HEC, Montréal, 1997, p04.
[2] FAYOLLE (A), « Au champ de l'entreprenariat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », **6ème congrès international francophone sur la PME,** HEC, Montréal, Octobre 2002, p05.
[3] *Ibid*., p06.

وفي نفس هذا الاتجاه دائما نجد أيضا "قاس" GASSE الذي يؤكد على أهمية الخصائص السوسيو–سيكولوجية في إنشاء المؤسسة أين يؤكد على الحاجة إلى الإنجاز الشخصي أي الثقة بالنفس، الاستقلالية، حب المخاطرة والطاقة الإيجابية.[1]

ولا يجب أن تتوفر كل تلك الخصائص لنجاح شخصية المقاول حسب GASSE باعتبار أن الشخصية كل مركب ومعقد وغير موحد بالنسبة لجميع الأفراد.

وعلى العموم فإن كل مفكر اعتمد على خاصية معينة دون الأخرى ليأتي المفكر قارتنير GARTNER ليقترح مستوى نظري حول المقاولة أين يركز على دمج كل العوامل والمتغيرات السيكولوجية، الاجتماعية والاقتصادية ضمن نظرية سلوكية تفسر المسار المقاولاتي للمقاول[2]

3. المقاربة العملياتية:

يركز هذا الاتجاه بالأساس على ماذا يفعل المقاول؟ وليس على شخصيته وهنا يتضمن المسار المقاولاتي جميع الوظائف والنشاطات والأفعال المتضمنة لإدراك الفرص وإنشاء المؤسسة أين نستخلص ما يلي:

- التنظيم (إنشاء المؤسسة)
- الفرصة (فرصة الأعمال)

وهذا التنظيم يتعلق أساسا بتصور قارتنر GARTNER والذي يعتبر المقاولة على أنها ظاهرة ترتكز على إنشاء وتنظيم مؤسسات جديدة، ويتكون النموذج التفاعلي الذي أقره GARTNER من أربعة أبعاد هي: البيئة– الأفراد– المسار والتنظيم.[3]

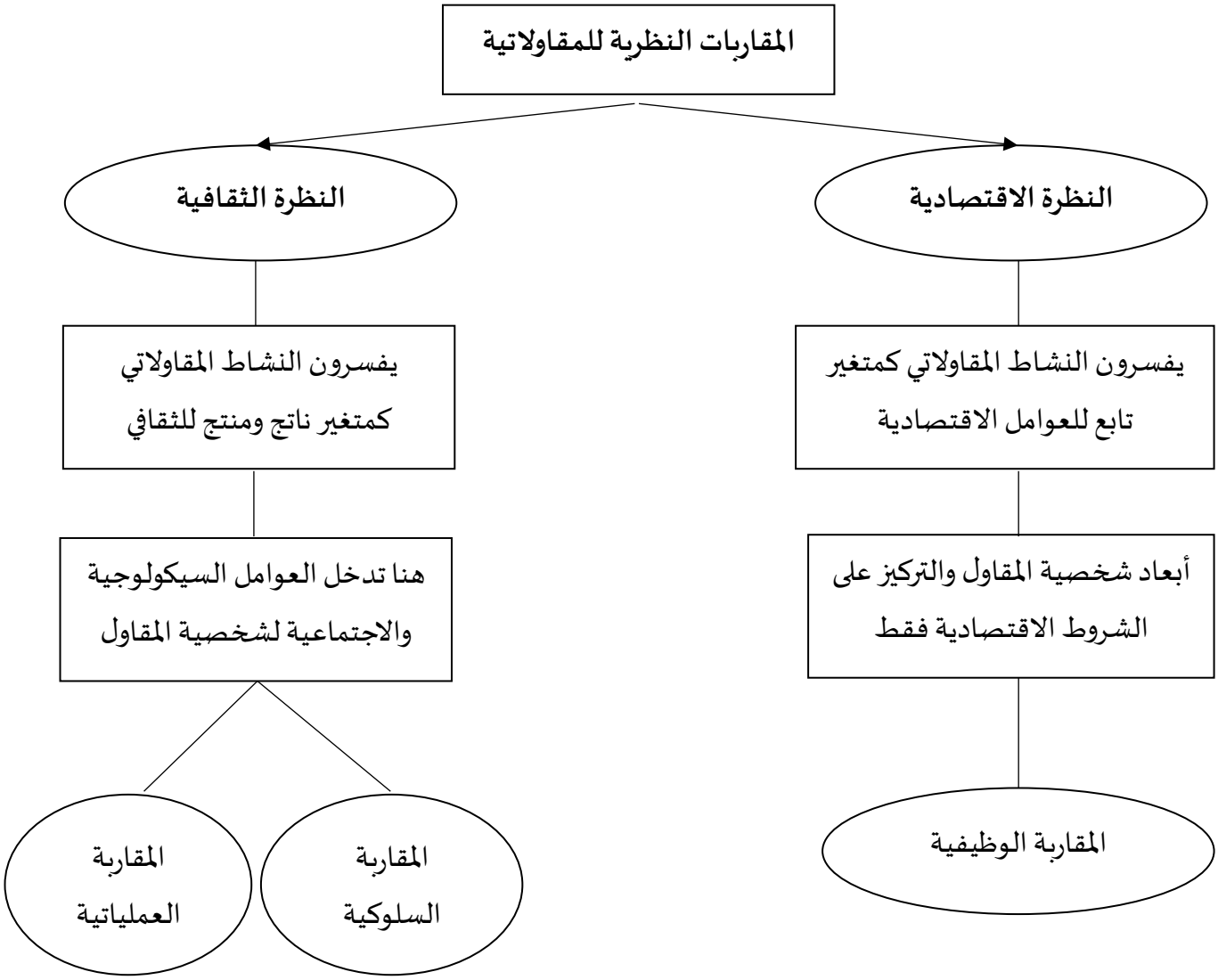
وفي اتجاه مغاير يركز VENKATARMAN على ظهور نشاطات اقتصادية جديدة بدل ظهور تنظيم جديد آخر، أي في نفس ذلك التنظيم يمكن أن تظهر نشاطات اقتصادية جديدة.[4]

وعلى العموم نصل إلى نتيجة مفادها أن المسار المقاولاتي يركز على العوامل البيئية، الاجتماعية والخصائص الفردية لتأسيس المقاولاتية وفق تفاعل ديناميكي.

---

[1] GASSE (Y), DIOCHON (M), MENZIES (T.v), « Les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise, une étude longitudinale », **6ème congrès international francophone sur le PME,** HEC, Octobre, 2002, p06.
[2] *Ibid*., p29.
[3] GARTNER (W.B), What are we talking about entrepreneurship, **Journal of Business**, Ventururing, V5, 1990, pp 15-28.
[4] *Ibid*., p29.

وخلاصة القول حول كل تلك المقاربات السالفة الذكر نستنتج أن هناك عدة مدارس ونظريات حاولت تفسير الظاهرة المقاولاتية والتي لا تعد سوى مظهر من مظاهر المؤسسات كما نستطيع تمييز المقاربات النظرية وفق النموذج الآتي[1]



ونتيجة هذه المقاربات المتعددة فإنه حتما ستتعدد أيضا الخصائص فما هو محتواها سواء بالنسبة للمقاولاتية أو بالنسبة للمقاول؟

[1] هذا النموذج إجرائي جاء نتيجة القراءات النظرية الخاصة بهذا الموضوع

المحاضرة الثالثة: خصائص المقاولاتية والمقاول

- تمهيد

1. خصائص المقاولاتية
2. خصائص المقاول

تمهيد:

للمقاولاتية شروط لا بد من توفرها، كما للمقاول خصائص يجب أن تتوفر فيه لإنجاح فكرة المقاولاتية والعمل على تطوير مشروعها، والوصول دائما إلى النجاح والربح وهذا ما سنتعرف عليه في هذه المحاضرة من خلال النقاط التالية:

1. خصائص المقاولاتية
2. خصائص المقاول

لقد استخدم مفهوم المقاولاتية في بداية الأمر للدلالة على النشاطات الإنسانية، الثقافية، العلمية والجمعوية.....الخ.

وبعد ذلك تطور مفهوم المقاولاتية من خلال تطور البناء المعرفي والنظري للظاهرة المقاولاتية أين ارتبط بالجانب الاقتصادي، السلوكي والاجتماعي إلى أن وصلت فكرة المقاولاتية إلى النضج المعرفي في العصر الحديث ونتج عن هذا كله عدة خصائص سنذكرها في العنصر الموالي:

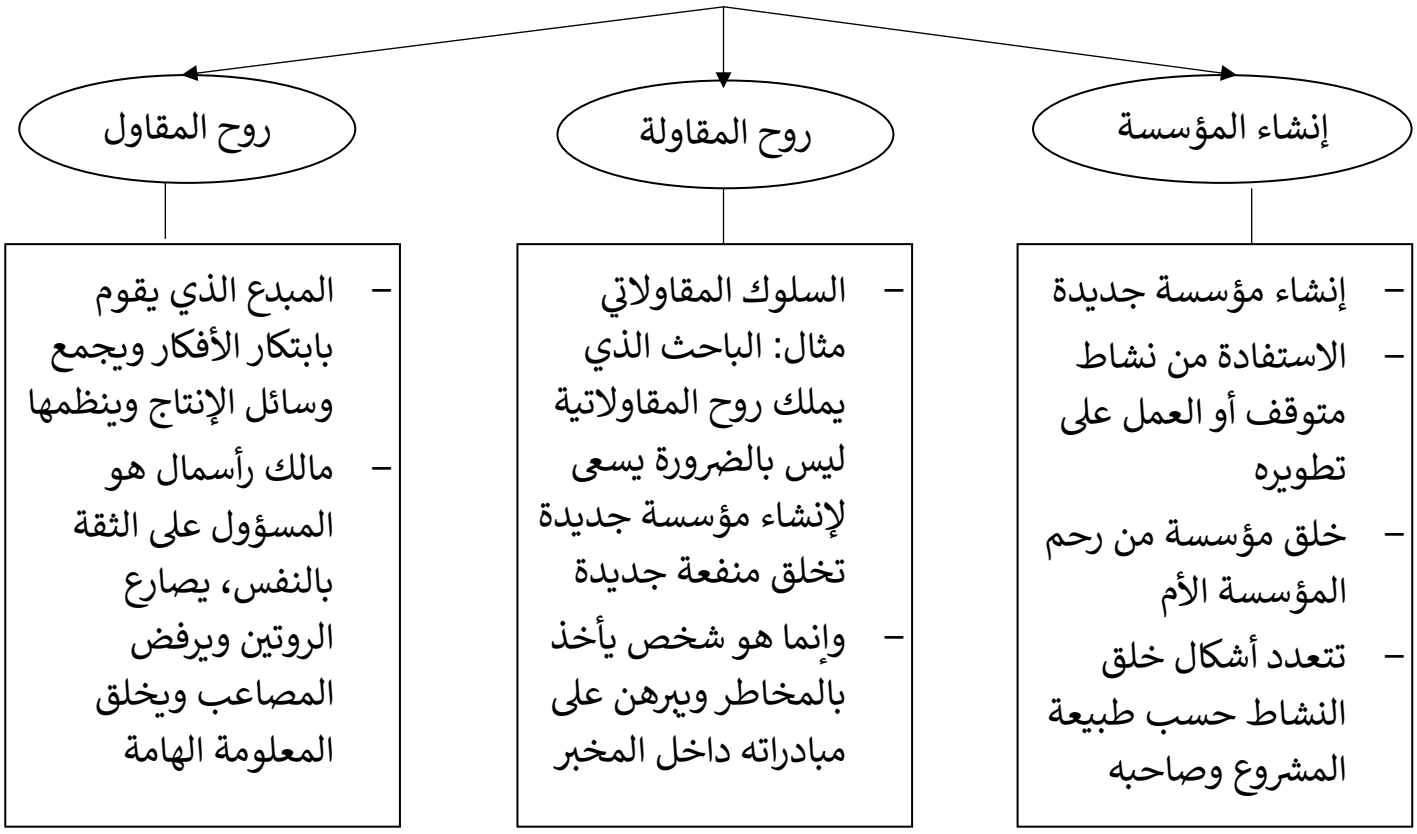
1. خصائص المقاولاتية:

لقد عرفت المقاولاتية على أنها ذلك المسار الذي **يبدأ بفكرة وينتهي بعرض منتوج جديد** ذو قيمة في السوق وهنا لابد من توافر شروط: المغامرة، المخاطرة، والتجديد سواء في الجانب الفكري، أو المادي وهذا عن طريق الإبداع.[1]

وفي تعريف آخر فهي الفعل الذي يقوم به المقاول وينفذ بأشكال متنوعة: إذ يمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها إذن هي عمل اجتماعي على حد قول "مارسيل موس" Marcel MAUSS [2] أما هوارد ستيفانسون HOWARD STEVENSON فيعرف المقاولاتية على أنها فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات وتتم متابعتها وتجسيدها.[3]

إذن فالمقاولاتية هي مجموع الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول من أجل إنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من أجل إنشاء ثروة بشروط تحمل: المخاطر، والمجازفة في تحقيق الأهداف وبعبارة أخرى وخلاصة لكل التعاريف السابقة الذكر فإن المقاولة تجمع بين الخصائص الرئيسية التالية[4]:

[1] حياة مراح، "إشكالية المقاول الجزائري الجديد"، ج1، **مجلة دراسات اجتماعية**، العدد 3، جانفي 2010، مركز البصيرة للبحوث، الجزائر، ص 26.
[2] HERNANDEZ (EM), **L'entreprenariat : approche théorique**, Edition L'Harmattan, Paris, 2001, p13.
[3] FAYOLLE (A), op.cit., p 16.
[4] هذا النموذج إجرائي نتيجة القراءات النظرية الخاصة بالموضوع



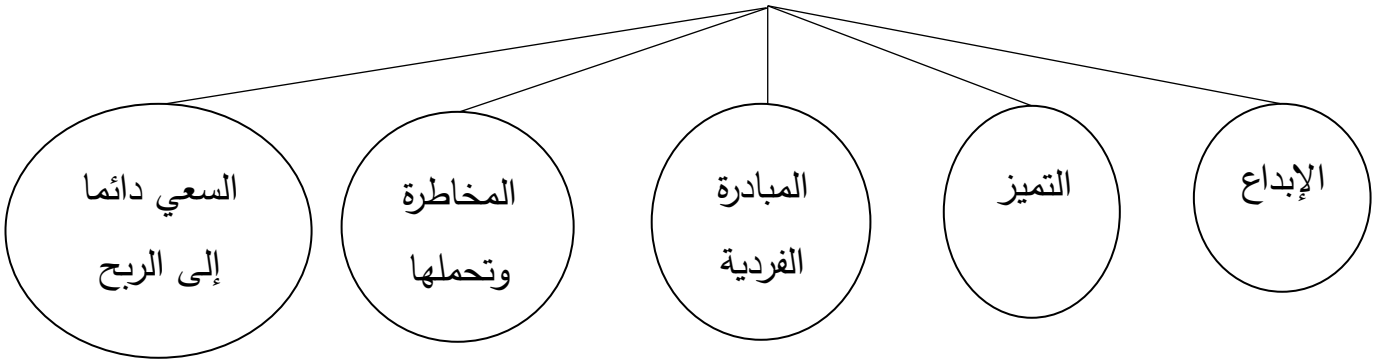
2. خصائص المقاول:

للمقاول أيضا عدة خصائص سنستخلصها من التعاريف المختلفة والخاصة بالمقاولاتية وهذا ما سنعرضه بإيجاز في النقاط التالية:

- إن عملية إنشاء مؤسسة أو إعادة بعث نشاط مؤسسة لابد وأن يتميز بالإبداع سواء من خلال تقديم المنتوج، أو عرضه أو استخدام طريقة جديدة في التسويق والتوزيع.
- التميز بالمخاطرة لأن أصل الفكرة جديدة وما يتبعها من نتائج إيجابية كانت أو سلبية.
- التميز بتحقيق أرباح احتكارية ناتجة عن حقوق الابتكار والتي تظهر اختلاف المنتوج عن مثله في العرض.
- التميز بالمبادرة الفردية والتي تمنح المقاول القدرة على تحقيق أفكاره ورؤيته وتسيير مؤسسته بشكل مباشر وباستقلالية.
- المقاول هو الفاعل الرئيسي في الديناميكية المقاولاتية في مختلف مراحلها.
- التميز بالخيال الواسع والحرص على تجسيد الأفكار على أرض الواقع.

- البحث دائما عن الجديد علة مستوى الاختراع والإنتاج.
- التمكن من استثمار عناصر النجاح: المال والمادة الأولية والأفراد المحيطين.
- التميز باليقين وتحمل نتائج قراراته والسعي دائما إلى الوصول إلى تحقيق فكرة الربح.[1]

وخلاصة لكل تلك الخصائص نستطيع القول بأن للمقاولاتية وللمقاول عدة خصائص لابد من توفرها لإنجاح العمل المقاولاتي وأهمها على وجه التحديد:



وإضافة إلى كل هذه الخصائص فلابد من خطوات إنجاز خاصة بالمشروع المقاولاتي فما هي أهم تلك الخطوات وما هي أهم ميزاتها؟

[1] GUYOT (J.L), VANDEWATTYNE (J), **Les logiques d'action entrepreneuriale**, Edition De Boeck, Université Bruxelles, 1ère éd, 2008, pp 16-24.

المحاضرة الرابعة: خطوات إنجاز المشروع المقاولاتي

- تمهيد

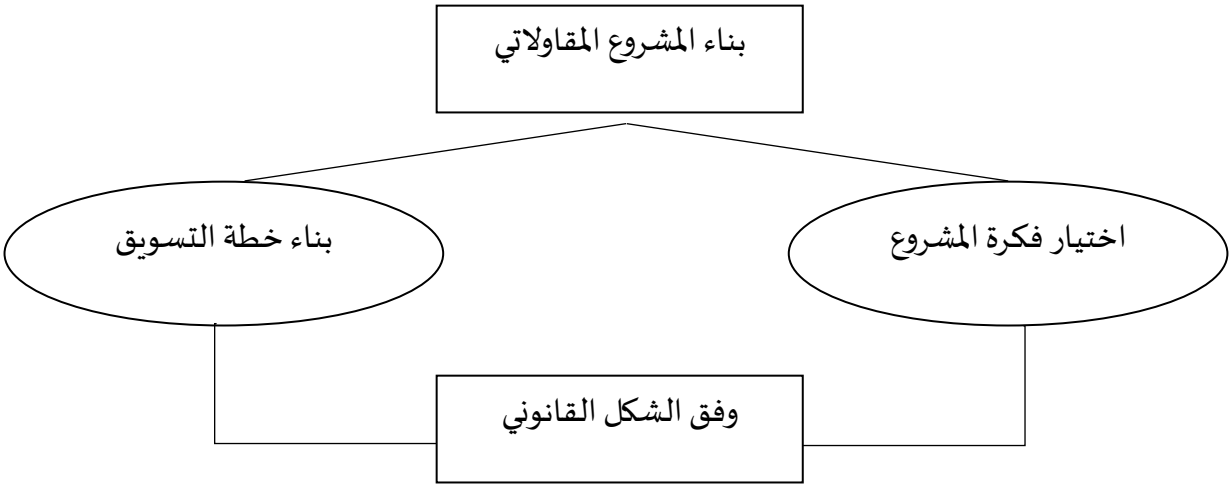
1. اختيار فكرة المشروع
2. بناء خطة التسويق

تمهيد:

بعد أن عرضنا أهم خصائص المقاولاتية والمقاول، نأتي الآن إلى عرض أهم خطوات إنشاء المشروع المقاولاتي وهذا في ضوء العناصر التالية:

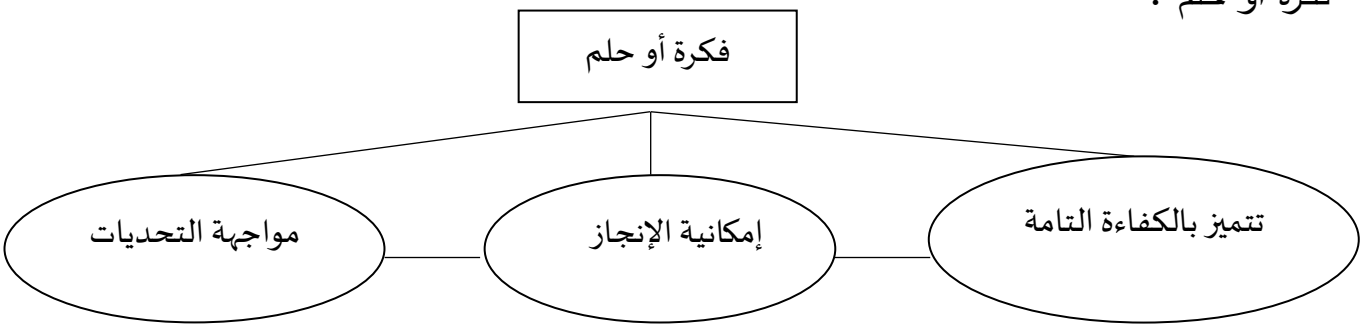
1. اختيار فكرة المشروع
   - **1.1.** مراحل إيجاد فكرة المشروع
   - 2.1. مصادر الحصول على الفكرة
   - 3.1. طرق إنشاء وتجسيد الفكرة
2. بناء خطة التسويق
   - 1.2. مصادر نجاح التسويق
   - 2.2. الخطة التسويقية
   - 3.2. الخطة الإنتاجية
   - 4.2. الخطة التمويلية
   - 5.2. الخطة التنظيمية

يعتمد تأسيس المشروع المقاولاتي على عدة خطوات أساسية لابد من القيام بها من طرف المقاول وهي على النحو التالي[1]:



1. اختيار فكرة المشروع:

قبل الكفاءة اللازمة والإمكانيات المادية الضرورية لإنشاء المشروع المقاولاتي لابد من وجود: فكرة أو حلم[2]:



وبعبارة أخرى يجب أن تكون الفكرة واضحة وبسيطة وأن تتميز بالكفاءة وإمكانية الإنجاز والقدرة على مواجهة التحديات.[3]

[1] هذا مخطط إجرائي مستنبط من القراءات

[2] هذا مخطط إجرائي مستنبط من القراءات

[3] عبد الرحمن بن أحمد حريري، استكشاف الأفكار وتقييمها في شركتك الناشئة، دون تاريخ نشر، ص 18، متاح بتاريخ 18-02-2018 على الموقع https://startupidevalidation.com/ideas-bookdown-land

1.1. مراحل إيجاد فكرة المشروع: نقطة البداية والأساس لنجاح المشروع هو: الإيمان بنجاح الفكرة والقابلية لتطبيقها وبعبارة أخرى الإيمان بتحويل الفكرة إلى مشروع واقعي وناجح والفكرة التي يتم تجسيدها حالما تتوفر الفرصة المناسبة. وتكون وفق الخطوات التالية:

أ. صياغة الفكرة: وتتضمن القدرة على صياغتها والتعبير عنها والقدرة أيضا على استخراج العديد من الأفكار الناتجة عن الفكرة الرئيسية والقدرة فيما بعد على اختيار الأحسن منها.

ب. تقييم الفكرة: وهنا تكون القدرة على تقييم الفكرة القابلة للتجسيد والقدرة على التركيز وعلى الأفضل وهذا يتم طبعا وفق الخبرات السابقة ووفق التنبؤات.

ج. اختيار الفكرة: وهذا يتم عن طريق استشارة الخبراء أو السابقين في هذا المجال وتنظيم خطة زمنية للتنفيذ مع توضيح المخاطر المحتملة وعوامل الفشل المتوقعة وكيفية التعامل معها[1].

2.1. مصادر الحصول على الفكرة:

تتعدد وتتنوع مصادر الحصول على الفكرة وسيتم إيجازها في النقاط التالية [2]

أ. الملاحظة اليومية: الاعتماد على المعلومات المتواجدة في البيئة المحيطة بشكل مستمر، مراقبة الإحصائيات اليومية–تصرفات الأفراد اليومية وظروفهم المادية والاجتماعية ومراقبة المنافسة أين يتم وباستمرار مراقبة نقاط قوة وضعف المنافسين من أجل اكتشاف أفكار جديدة تميز المنتوج عن البقية وأيضا التمكن من تحديد الصعوبات المحتملة وطرق مواجهتها.

ب. البحث عن البدائل أو الحلول: التحضير دائما للبدائل والحلول في حالة حدوث وقائع غير محتملة والمفاضلة في اختيار الأكثر ملاءمة.

ج. المستهلك: دراسة المستهلك الذي سيوجه إليه المنتج أو الخدمة وهذا من خلال متابعة أذواقه وطرق تغيرها والتشجيع على إبداء رايه حول المنتجات المتواجدة أو التي يأمل الحصول عليها مستقبلا من خلال سبر الآراء على سبيل المثال.

[1] عبد الرحمن بن أحمد حريري، مرجع سابق، ص 19.
[2] نفس المرجع، ص 20.

د. المؤسسات المتواجدة في السوق: المراقبة الدائمة للمنتجات المتواجدة في السوق ومراقبة طبيعة المنافسين وبالتالي القدرة على إيجاد أفكار من شأنها أن تعمل على تحسين العرض أو تطوير تلك المنتجات أو تقديم بديل لها.[1]

هـ. شبكات التوزيع: مصدر مهم للحصول على أفكار جديدة تهدف إلى تحسين أو تغيير المنتجات وهذا بفضل قرب هؤلاء الموزعين من السوق وقدرتهم على التقييم وبالتالي المساهمة في خلق أفكار جديدة

و. الإدارة: براءة الاختراع التي تساعد على وضع أفكار جديدة والقوانين الداخلية التي يمكن صياغتها لتحسين الإنتاج وتوزيعه وتحفيز العاملين أيضا على الإبداع وعلى الإتقان في الإنتاج، التسيير، التوزيع، التسويق والإشهار.... الخ.

ي. البحث والتطوير: التشجيع دائما على البحث والتطوير إما في إنتاج أفكار جديدة أو انطلاقا من أفكار سابقة والعمل على تحديثها.[2]

3.1. طرق إنشاء وتجسيد الفكرة:

يتم تجسيد الفكرة عن طريق عدة عناصر أهمها ما يلي:

أ. حلقات النقاش: وهي من أهم الطرق لتوليد وتجميع الأفكار مع المشاركين كالاستشاريين والذين لديهم الخبرات السابقة وهنا يكون التنسيق بمثابة منشط تلك الحلقات والتي تتيح الفرصة لجميع هؤلاء المشاركين في إثراء الآراء وهذا ما يساعد في الوصول إلى اتخاذ قرارات تخص منتجات جديدة أو خدمات جديدة.

ب. أسلوب تحليل المشاكل: من أهم الطرق المساعدة في توليد أفكار جديدة من خلال المشاركين في النقاش.[3]

وهنا يتم إدراج جميع البيانات والمعلومات المتحصل عليها من طرف المستهلكين والخاصة بنوعية المنتج أو تلك الخدمة ومن ثم يتم تطوير أو استحداث وخلق منتج بديل أو خدمة جديدة من شأنها أن تحل تماما المشاكل السابقة.

[1] نفس المرجع، ص 21-22.
[2] نفس المرجع، ص 21.
[3] عبد الرحمن بن أحمد حريري، مرجع سابق، ص 21.

2. بناء خطة التسويق:

تعتبر ثاني أهم خطوة في بناء المشروع المقاولاتي ومن أهم الخطوات اللازمة لوضع خطة التسويق نذكر ما يلي:

1.2. مصادر نجاح المشروع: تشمل أهم النقاط التالية:

تضم هذه الخطة مختلف المعلومات والتفاصيل المتعلقة بحجم المشروع ومردوديته، طبيعة المنتج أو الخدمة المقدمة، كيفية التصنيع، السوق المستهدف وحجم المنافسة به، ومستوى النمو، نوعية التمويل، مصادره والمخاطر المرتبطة به، وبالتالي فإن نجاح المشروع مرتبط بالحصول على :

معلومات تنظيمية– معلومات عن السوق – ومعلومات مرتبطة بالإنتاج

وعليه يجب تحديد ملكية المشروع وشكله، التعرف على طبيعة السوق، تحديد موقع المشروع وتحديد الزبائن وطبيعة المستهلك ومستواه، التركيز على قنوات التوزيع وتوضيح صلاحيات ومسؤوليات كل المشاركين.[1]

2.2. الخطة التسويقية:

- يمثل الواجهة الأولية للمشروع وخاصة على البيئة الخارجية المحيطة به مثل: ذوق المستهلك، توقعات الطلب على السلعة أو الخدمة وحجم المنافسة.
- يتم الحصول على هذه الأفكار من خلال المصادر الأولية للمعلومات والمتمثلة في البحوث الميدانية والتي تزود المقاول بالمعلومات الحقيقية الخاصة بالمستهلك وبمدراء التسويق والعاملون في ميدان الإشهار والتجار بالجملة وبالتجزئة.
- المصادر الثانوية لا تقل أهمية هي الأخرى والمتمثلة في المصدر غير الميداني للمعلومة كسجلات المحاسبة وتقارير مندوبي البيع ودراسات الباحثين المستقلين عن المقاول ومن مراكز بحوث أخرى.[2]
- وإن الحصول على هذه المعلومات من شأنها أن تزود المقاول بكل جوانب التسويق من حيث حجم السوق، تحليل المنافسين والمستهلكين وخطة البيع والتسويق وبالتالي التحكم بموضوعية وعقلانية في عملية التسويق.

[1] فيصل عبد الله بابكر، **فيليب كوتلر يتحدث عن التسويق، كيف ننشئ الأسواق ونغزوها ونسيطر عليها**، مكتبة جرير، دون سنة، ص 07.

[2] فيصل عبد الله بابكر، مرجع سابق، ص 08.

3.2. الخطة الإنتاجية:

على ضوء الخطة التسويقية تتضح معالم خطة الإنتاج الفنية حيث أن الإنتاج هو التجسيد المادي للفكرة المقاولاتية والتي تتأثر بعوامل داخلية وأخرى خارجية.[1]

4.2. الخطة التمويلية:

بعد الإنتاج تأتي الخطة التمويلية والتي هي نتاج التفاعل بين الاستثمار والتمويل.

أ. الاستثمار: والذي يرتكز على المقاربة بين النفقات النقدية الداخلية والخارجية للمشروع.

ب. التمويل: يستدعي البحث عن التمويل تقييم الاحتياجات التمويلية من خلال تحديد خصائص المشروع وتحديد مصادر التمويل المتاحة وطريقة الحصول عليها، ووضع مخطط بعد ذلك لعملية التمويل وبالتالي التفاوض مع المؤسسات الممولة على تجديد التمويل.[2]

5.2. الخطة التنظيمية:

إن الهدف من وضع خطة تنظيمية هو توضيح مراكز اتخاذ القرار في المشروع أي تحديد المسؤوليات لجميع العاملين بالمشروع وهذا ما يسهل عملية الرقابة.[3]

ويمكن اعتماد الهيكل التنظيمي العمومي أو الهرمي القائم على مبدأ التدرج في العلاقات بين الرئيس والمرؤوس.

وهناك أيضا الهيكل التنظيمي الأفقي والذي يوضح العلاقة الأفقية بين أقسام المشروع والعلاقة بين الأفراد في المستوى الإداري وهذا ما يتناسب مع المشاريع المقاولاتية الصغيرة والمتوسطة.

وإلى جانب الهيكل التنظيمي نجد أيضا الشكل القانوني الذي يعد من أهم عناصر الخطة التنظيمية والذي يتم اختياره بما يتماشى وأهداف المقاول وإمكانياته المادية ونوع الهيكل التنظيمي المختار.[4]

---

[1] JOSEE (ST. Pierre), BEAUDON Robert, **Les décisions d'investissement dans les PME, comment évaluer la rentabilité financière**, Presses de l'université du Québec, Canada, 2003, p217.
[2] *Ibid.*, p217.
[3] *Ibid.*, p218.
[4] JOSEE (ST. Pierre), BEAUDON Robert, *op.cit.*, p218.

وخلاصة لهذا كله يمكننا القول بأن عملية تأسيس المشروع المقاولاتي تمكننا من معرفة أهداف المقاول وطموحاته وهذا من خلال خطة التسويق والجانب الفني والمالي والتنظيمي وهذا في ضوء العلاقات على المستوى الداخلي والخارجي لمشروع المقاول.

هذا لا يتم طبعا بمنأى عن العوامل الاجتماعية والثقافية الخاصة بالمقاولاتية وبالمقاول على حد سواء فما هي مختلف تأثيراتها؟

المحاضرة الخامسة: العوامل السوسيوثقافية للمقاولاتية

- تمهيد

1. الرأسمال الاجتماعي
3. القيم الثقافية
2. الدين والمقاولاتية

تمهيد

بعد أن عرضنا خصائص كل من المقاولاتية والمقاول وخطوات المشروع المقاولاتي نأتي الآن إلى التركيز على العوامل السوسيوثقافية للمشروع ولصاحبه باعتبارها ضرورة حتمية لا يمكن التغاضي عنها وهذا وفق العناصر التالية:

1. الرأسمال الاجتماعي
2. القيم الثقافية
3. الدين والمقاولاتية

ومن خلال هذا سنحاول التأكيد على أهمية العوامل الاجتماعية والثقافية والدينية في اختيار المشروع وكيفية تجسيده على أرض الواقع وهذا ليس بمنأى عن بيئة المقاول وشخصيته وانتماءاته المختلفة.

يجمع الكثير من العلماء والمفكرين على أن المقاولاتية لها مداخل وأبعاد متعددة سياسية، اقتصادية، اجتماعية وثقافية وحتى سيكولوجية من شأنها أن تؤثر على شخصية المقاول وعلى طبيعة المشروع المقاولاتي وهذا ما يؤكد عليه DRUKER Peter في قوله "إن ظهور الاقتصاد المقاولاتي هو حدث ثقافي وسيكولوجي أكثر منه حدثا اقتصادي وتكنولوجي"[1]

1. الرأسمال الاجتماعي

لقد استخدم مفهوم الرأسمال في العديد من التخصصات وأبرزها الاقتصاد وعلم الاجتماع، التربية والثقافة وهذا ما تجسد في اعمال "كارل ماركس"، "أنجلز"، "بورديو"، "بيكر" وغيرهم من العلماء والمفكرين.

ويشير الرأسمال البشري إلى مجموع الكفاءات المكتسبة من خلال الأفراد الذين يهدفون إلى تحقيق عائدات في سوق العمل[2] وهذا ما أشار إليه كل من "غاري بيكر" Gary BECKER و"تيودور شارتز" CHURTZ Theodor في ستينيات القرن الماضي من حيث تفسير الاختلافات الخاصة بالإنتاجية وإعطاء الأهمية البالغة للاستثمار في الموارد البشرية وذلك من خلال النظام التعليمي الذي اعتبره المفكران على أنه اقتصادي بالدرجة الأولى.

وإلى جانب هذا نجد أيضا "كلومان" COLEMAN الذي يشير إلى أن المردودية تتطلب درجة من الثقة الغالبة داخل الجماعة [3]ومن هنا يظهر جليا أهمية التبادل والتفاعل في العلاقات البشرية من خلال القيم المشتركة.

ومن خلال هذا كله نصل إلى فكرة مفادها أن خلق أو إنشاء مؤسسة من طرف مقاول لا يأتي من العدم بل من خلال استثمار كل الموارد المتاحة كالتمويل والانتماء إلى عائلة أعمال وما تقدمه من تنشئة اجتماعية.

[1] GASSE (Y), DIOCHEN (M) et MENZIES (T.V), *op.cit*., p03.
[2] COLOT (O), COMBLE (K) et LADHARI (J), Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entreprenariat, document de travail, Centre de recherche Warocque, Bruxelles, Belgique, 2007, 13, p09.
[3] BOUDON (R), CHAMBOREDON (J.C), Dictionnaire de sociologie, Larousse, Paris, 2005, p21.

وبالتالي فإن إنشاء مؤسسة وإنجاح الفعل المقاولاتي يرتكز على عدة مقومات أهمها ما يلي:[1]

- موقع الفرد داخل النسق الاجتماعي والرأسمال الاجتماعي الذي يميزه فكل العلاقات الشخصية والمؤسسية والمعارف النظرية والعملية ترجع بالأساس إلى ذلك الرأسمال الاجتماعي.
- الموقع الاجتماعي للمقاول في بيئة المجتمع هي التي تحدد خياراته وفرص المبادرة لديه.

2. القيم الثقافية:

ترتبط المقاولاتية والثقافة أساسا بالسلوك الإنساني حيث تلعب الثقافة دورا أساسيا في التأثير على السلوك المقاولاتي والتنظيمي والإداري حيث أنها تنتج مجمل التصورات والرموز والقيم والمفاهيم التي تساهم في بناء التمثلات وأنماط التفكير التي تؤطر السلوك المقاولاتي، كما أنها أيضا تعتبر بمثابة مرجعية محورية لتفسير الأطر المرجعية لسلوك المقاول وخاصة الطقوس، العادات والتقاليد.

وإن الربط بين المقاولاتية والثقافة لا يكون فقط من خلال ثقافة المجتمع في المؤسسات الاقتصادية بل أيضا من خلال الناحية الأنتربولوجية باعتبار التفاعلات الاجتماعية القائمة بين الأفراد وهذا من خلال ما يلي:

- المقاولاتية ليست فقط تنظيما قانونيا، اقتصاديا، واجتماعيا بل هي مسار وخطوات مرحلية من الفكرة إلى التأسيس.
- البيئة الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، السياسية والقانونية والتكنولوجية تؤثر بصفة مباشرة على الفعل المقاولاتي وهذا ما يجسد الثقافة المقاولاتية ومن أهم مقوماتها: المحيط الاجتماعي، الأسرة، المدرسة، الدين، العادات والتقاليد، المهارات الفكرية والتحليلية والتقنية والإنسانية والتفاعلية.[2]

أما أهم عناصرها فهي تتمحور حول: الحاجة إلى الإنجاز، الثقة بالنفس، الرؤيا المستقبلية، التضحية والمثابرة، والرغبة في الاستقلالية.[3]

وفي آخر هذا العنصر لا بأس أن نعرض وبإيجاز الدراسة التي قام بها "جيرارد هوفستيد" HOFSTEDE Gérard سنة 1980 حول القيم الثقافية لدى المسيرين بشركة IBM في فروعها بـ 57 بلدا

[1] BOUTILLER (S), UZUNIDIS (D), Les dimensions socio-économiques et politiques de l'entrepreneur, in VERSTAET (T), Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entreprenariat, édition Management et Société, Paris, 2000, in MOREAU (R), p 89.

[2] FAYOLLE (A), « Instiller l'esprit d'entreprendre dans les grandes entreprises et les organisations, **Revue Gérer et comprendre**, n°72, France, Juin 2003, p22.

[3] ADAM (M), **Réinventer l'entreprenariat : pour soi, pour nous, pour eux**, Edition L'Harmattan, Paris, 2009, p 21-22.

حيث توصل إلى أن الاختلافات الثقافية بين البلدان تتميز بالأبعاد السوسيوثقافية التالية: الجماعة مقابل الفردانية، الذكورية مقابل الأنثوية، التوجه البعيد المدى مقابل التوجه القريب المدى وهذا ما يؤثر على المشروع المقاولاتي وعلى المقاول في حد ذاته.[1]

3. الدين والمقاولاتية:

عند محاولة تحليل المؤسسة من الناحية السوسيوثقافية غالبا ما نركز على نظرية "ماكس فيبر" Max Weber لأنه يعتبر من أهم من تناولوا مناقشة القيم الدينية وعلاقتها بالظهور المؤسساتي، وهنا يشير "فيبر" إلى الصلة القائمة بين القيم البروتستانتية وصعود الرأسمالية مثل: العمل الجاد، التقشف، تراكم المال وهذا ما يتجسد عند المقاول عند تجسيده لتلك القيم بدافع تحقيق الذات والنجاح ولمواجهة الخطر وعدم اليقين والخوف من الفشل.

حيث أن هذه التحولات أحدثت تأثيرات في عالم الأعمال وعلى ممارسة الأفراد لأعمالهم انطلاقا من الدوافع الشخصية لإنشاء المؤسسة وقد تمثلت تلك التحولات في: احترام العهود، النزاهة في التعاملات، الاجتهاد والمثابرة، والوفاء لمختلف المسؤوليات الفردية في مختلف الميادين.[2]

وأشار "فيبر" أيضا إلى أن الكاثوليكية ترسخ اللامبالاة بالعالم المادي على عكس البروتستانتية ويصل إلى أن الأخلاق هي التي شجعت على تطور الرأسمالية وساهم في بروز أخلاق وقيم مشجعة للمقاولاتية وللمقاول.

وانطلاقا من نظرية "فيبر" جاء "غاري تريبو" TRIBOU Gary بدراسة مماثلة تخص "المقاول المسلم: الإسلام وعقلانية المؤسسة "أين توصل إلى أن هناك تماثل بين البروتستانتية والإسلام من حيث التأثير على تشكل روح المؤسسة وخاصة من حيث الاعتقاد والخضوع لله والعقلانية في تسيير المخاطر والإبداع.[3]

وأخيرا يمكننا القول بأن المقاولاتية تخضع للعوامل والأبعاد التاريخية، الاجتماعية، الثقافية والدينية باعتبار أن دافع الربح للمقاول تحدده تلك العوامل إضافة إلى الجانب الاقتصادي.

---

[1] JULIAN (P.A), et all, « Pour une théorie entrepreneuriale tenant compte des différences culturelles », **10ème congrès international francophone en entreprenariat et PME**, 27-29 Octobre 2010, Bordeaux, France, p 06.

[2] ماكس فيبر، **الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية**، تر: محمد علي مقلد، مراجعة: جورج أبي صالح، مركز الإنماء القومي، لبنان، ص 08.

[3] TRIBOU (G), **L'entrepreneur musulman : L'Islam et la rationalité d'entreprise**, Edition L'Harmattan, Paris, 1995, p209.

ولا بأس أن نستفيض في المجال الثقافي للمقاولاتية في المحاضرة القادمة، فما هي أساسيات هذا المجال وما هي أهم عناصره؟

المحاضرة السادسة: المقاولاتية والثقافة

- **تمهيد**

1. **مفاهيم حول ثقافة المقاولاتية**
2. **أساسيات ثقافة المقاولاتية**
3. **عناصر ثقافة المقاولاتية**

تمهيد:

سنركز في هذه المحاضرة على العلاقة التفاعلية القائمة بين الثقافة والمقاولاتية وذلك وفق العناصر التالية:

1. مفاهيم حول ثقافة المقاولاتية
2. أساسيات ثقافة المقاولاتية
3. عناصر ثقافة المقاولاتية

وإن الهدف الأساسي من هذه المحاضرة يكمن أساسا في محاولة تقريب الجانب السوسيوثقافي للمقاولاتية وبالتالي يستطيع الولوج إلى عالمها ولو من هذا الجانب.

إن الحديث عن الجانب السوسيوأنتربولوجي والثقافي للمقاولاتية لا يقتصر فقط على ثقافة المجتمع في المؤسسات الاقتصادية وإنما يتعدى ذلك بكثير ليصل إلى ثقافة المقاولاتية كنتاج التفاعل الاجتماعي القائم داخل المقاولة بصفتها مؤسسة لها تنظيمها ولها استقلاليتها ولها قيمتها المتمثلة في التنظيم والتدبير والأخلاق والتنافسية، المهنية والكفاءة والقدرة المستمرة على التجديد والابتكار في جو المخاطرة والتعامل مع الفشل المحتمل بأقل الأضرار.

1. مفاهيم حول ثقافة المقاولاتية:

ترتبط ثقافة المقاولاتية بمفاهيم جوهرية لها خصائص مرتبطة بعدة عناصر أهمها ما يلي:

أ. المقاولاتية ليست فقط تنظيم قانوني، اقتصادي وليست مجموعة موارد مالية، تقنية وبشرية وإنما هي أيضا كيان نفسي، اجتماعي ثقافي يحمل كل تمثلات المجتمع بصفة عامة، وهذا ما أكد عليه كل من إيرهارد فريدبرغ FRIEDBERG Edherd وميشال كروزي CROZIER Michel اللذين أكدا على أن مظاهر وآليات الدمج والتوفيق للفعل الجماعي ليست أشكالا ثقافية فحسب وإنما هي أيضا بنيات ووظائف التنظيم، وهي محددة بفضل القيم والسمات الثقافية القاعدية الخاصة بالمجتمع وأيضا هي بمثابة مكونات اجتماعية داخل هذا النسق.[1]

ب. يعتبر الوسط الاجتماعي، الاقتصادي، الثقافي، السياسي، القانوني والتكنولوجي بمثابة المؤثر الحقيقي والجوهري في الفعل المقاولاتي وهذه التركيبة من شأنها أنها العامل القاعدي في تشكيل ثقافة المقاولاتية، ولا يمكن بأي حال من الأحوال الاستغناء عن أي أحد من عناصرها.

2. أساسيات ثقافة المقاولاتية:

لكي تتشكل ثقافة المقاولاتية لابد وأن تتوافر عدة مقومات وأساسيات لها علاقة وطيدة بالجانب الفكري والديني وفي ظل تفاعل مستمر وهي على النحو التالي:

أ. الأسرة: وهنا تعمل على تنمية الفكر المقاولاتي لدى أفرادها وتشجيعهم على إنشاء مؤسسات كمسار مهني لمستقبلهم ونخص بالذكر هنا الأولياء الذين يمتلكون مشاريع خاصة وثم الإقبال على تشجيع أبنائهم على تبني المشاريع المهنية من خلال إشراكهم في بعض المسؤوليات الخاصة بتلك المشاريع،

[1] CROZIER (M), FRIEDBERG (E), **L'Acteur et le système : les contraintes de l'action collective**, Ed Seuil, n°1, France, 1977 p46.

وبالتالي التدريب المبكر على النشاط المؤسساتي أو التجاري أو الخدماتي أو ما يسمى في بعض الأدبيات بتوريث المهن والذي كان سائدا في الحضارات القديمة وعند الشعوب القديمة.

ب. المدرسة والتي لها الدور التربوي والتكويني والذي مصدره من المجتمع، ولكن حاليا الكثير من المجتمعات تعمل "على تلقين أسس الفكر المقاولاتي في المدارس باعتبارها مؤسسة تنشئوية بفضلها يتم نقل ذلك الفكر عبر قنوات رسمية والتي لا تخرج عن نطاق التكوين والتربية"[1].

ج. الدين والذي يعتبر من أهم المصادر المنتجة للقيم والمعايير مثل قيم العمل وإتقانه، الاعتماد على النفس، النزاهة وغيرها من القيم هي بحد ذاتها من مقومات وأساسيات الفعل المقاولاتي.

د. العادات والتقاليد: والتي تعتبر أيضا من العوامل المؤثرة في توجه الأفراد نحو الفعل المقاولاتي مثل توريث المهن الذي تحدثنا عنه سابقا.

وبصفة عامة يمكن القول بأن المحيط الاجتماعي، الثقافي والديني والعلائقي بصفة عامة يعتبر من المقومات الأساسية لغرس فكرة الفعل المقاولاتي ولتجسيدها فيما بعد على أرض الواقع.

وبالإضافة إلى هذا لا بأس أن نستعرض بعض المهارات اللازمة لنجاح المقاول وهذا إلى جانب تلك المقومات والأساسيات وهي على النحو التالي:[2]

- المهارات الإنسانية: وهي القدرات التي تساعد المقاول على تنمية علاقاته وتطويرها مع زملائه في المشروع، وعلى العموم يجب أن تكون تلك المهارات مبنية على الاحترام والثقة والدعم داخل المؤسسة وخارجها والاهتمام بكل المشاكل والعمل على حلها وتسييرها وهنا نميز: التحفيز، المعاملة الحسنة والتصرف بدبلوماسية مع الجميع.
- المهارات الفكرية والتي تخص بالأساس مختلف الأسس والمبادئ العلمية المكتسبة في ميدان الإدارة والخاصة باتخاذ القرار، تحليل المشاكل وتحديد أسبابها والعمل على إيجاد حلول موضوعية لها.
- المهارات التحليلية ويعنى بها القدرة على التفكير الخاص بالنظرة المستقبلية للمشروع أو المؤسسة أي القدرة التنبئية على التسيير المستقبلي من خلال معطيات الماضي والحاضر.

3. عناصر ثقافة المقاولاتية:

والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

[1] مصطفى محسن، **التربية وتحولات عصر العولمة، مداخل للفقد والاستشراف**، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، بيروت، ص 54.

[2] FAYOLLE (A), « Instiller l'esprit d'entreprendre dans les grandes entreprises et les organisations », *op.cit.*, p 33-34.

- الرؤية المستقبلية وتخص كما ذكرنا في العنصر السابق التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية مستمرة والتفكير المستمر أيضا نحو تحقيق الربح ومستويات متميزة لمكانة المشروع أو المؤسسة.
- الثقة بالنفس وهذا من خلال شخصية المقاول التي تتميز دائما وتنفرد بالمقومات الذاتية والقدرات الفكرية والمجازفة في تحقيق وإنجاز الأفكار وبسرعة فائقة وهذا طبعا لا يتم إلا وفق الاعتماد على الذات وعلى الإمكانيات الفردية واتخاذ القرارات لمواجهة التحديات وحل المشاكل بعفوية وبدون تردد.
- الحاجة إلى الإنجاز: وهنا يجب على المقاول أن يسعى دائما إلى تقديم الأفضل والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل دائما على الابتكار والتطوير المستمر والتميز وهذا كله في ظل الطموح والمجازفة.
- التضحية والمثابرة وهذه الميزة يجب أن تتوفر لدى المقاول وتميزه عن الآخرين وهذا لا يتم إلا من خلال الاجتهاد والعطاء، الصبر، والتضحية برغبات كثيرة آنية بغية تحقيق غايات مستقبلية.
- الرغبة في الاستقلالية: ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف والسعي المستمر لتحقيق النجاح والابتعاد قدر الإمكان عن الشراكة لتحقيق الاكتفاء والتميز.

ونختم هذه العناصر بالقول التالي:

"... يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة تحقيق الثراء والدخل الكافي للمعيشة والتحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطيهم استقلالية في العمل وهذا ما سماه SHUMPETER بالمملكة الصغيرة"[1].

وختاما لهذا كله نستطيع القول بأن للمقاولاتية بعدا ثقافيا يتجسد في فكرة المشروع وطريقة إنجازه واختيار مكانه والعاملين فيه وطبعا لا يكون بمنأى عن شخصية المقاول وأصله الثقافي، الاجتماعي وحتى الديني والعلائقي. وإن حديثنا بصفة عامة عن الأبعاد الثقافية والاجتماعية للمقاولاتية سيقودنا حتما إلى ربط هذه المتغيرات بالجامعة والبحث العلمي كخارطة طريق لتجسيد وتفعيل التنمية الخاصة بالمقاولاتية بصفة عامة والمقاولاتية الثقافية بصفة خاصة، فما هو دور الجامعة في تفعيل الفكر المقاولاتي؟

[1] ADAM (M), *op.cit.*, p 21.

المحاضرة السابعة: الجامعة والمقاولاتية

- **تمهيد**

1. **البحث العلمي والمقاولاتية**
2. **العلاقة التفاعلية: الجامعة/ المقاولاتية**
3. **علاقة الجامعة الجزائرية بالمقاولاتية**

تمهيد:

سوف نقوم بتقديم القراءة التحليلية لدور الجامعة والبحث العلمي في بلورة الفكر المقاولاتي وكيفية تجسيده على أرض الواقع من خلال النقاط التالية:

1. البحث العلمي والمقاولاتية
2. العلاقة التفاعلية: الجامعة/ المقاولاتية
3. علاقة الجامعة الجزائرية بالمقاولاتية

وإنما نهدف أساسا من خلال هذه المحاضرة إبراز الدور الأساسي للجامعة والبحث العلمي في تكوين وإرساء ثقافة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج حتى يتمكنوا من تحديد مسارهم المهني وفق ذلك التكوين.

لقد سبق وأن نادى معظم المفكرين على ضرورة تفعيل الفكر المقاولاتي في المدرسة باعتبارها مؤسسة للتنشئة الاجتماعية فما بالك بالجامعة التي تعتبر امتدادا للمدرسة وامتدادا للتربية والتكوين وهذا ما أصبح مجسدا على أرض الواقع في جميع أنحاء العالم وبمختلف الجامعات التقنية والأدبية والاجتماعية والإنسانية.

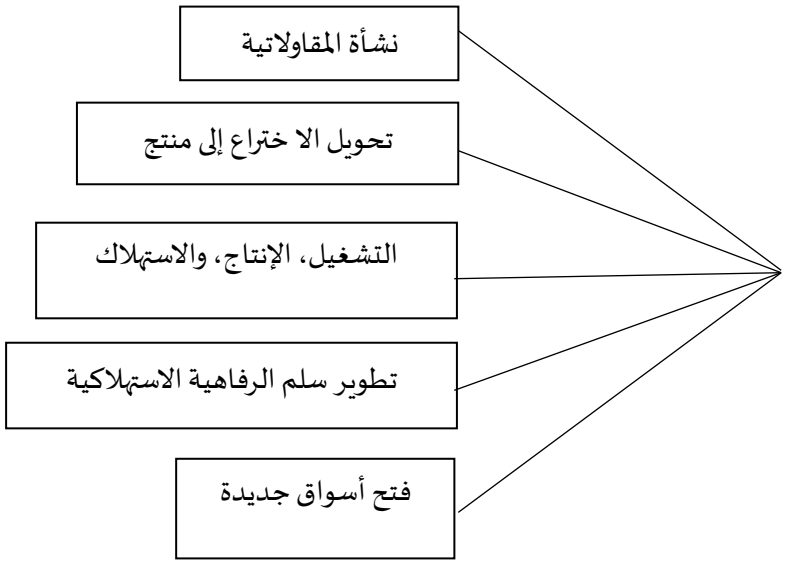
1. البحث العلمي والمقاولاتية:

من خلال اكتساح اقتصاد السوق المعولم مختلف أنحاء العالم، أصبح من الضرورة تجسيده على أرض الواقع من خلال إنشاء المقاولات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقد لا يتم هذا إلا من خلال تفعيل البحث العلمي في الجامعة وربطه بالمحيط السياسي، الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وهذا من خلال تشجيع وتلقين الطلبة مرتكزات التنمية وجعل المقاولاتية كمشروع اقتصادي واستثماري وآلية اجتماعية لخريجي الجامعات للولوج إلى سوق العمل.

2. العلاقة التفاعلية: الجامعة/ المقاولاتية

تظهر علاقة الجامعة بالمقاولة في التكوين والعمل، بل تتعدى ذلك لتصل إلى ما يسمى الابتكار بالقطيعة[1]، وبعبارة أخرى: كيف لك أن تكون السيد والأحسن في ميدانك وتحقق الانطلاقة الحقيقية وهذا من خلال ما يلي:

- يجب أن يتفاعل البحث العلمي والمقاولاتية وفق ما يلي: [2]



[1] ADAM (M), *op.cit.*, p 22.
[2] *Ibid.*, p 24.

حيث أن هذا التفاعل لابد أن يكون وفق تفاعل الجامعة والبحث العلمي مع الفكر المقاولاتي ومع متطلبات السوق ومع البيئة التي ينتمي إليها المقاول والبيئة المراد تجسيد المشروع المقاولاتي عليها، وبعبارة أخرى يجب على الجامعة أن تراعي الخلفيات التاريخية، السياسية، الاجتماعية والثقافية والدينية لتجسيد برنامج المقاولاتية نظريا وميدانيا وكطريق لمسار مهني مستمر ومستدام وهذا وفق الاختراع، الإبداع وروح المقاولاتية التي تتطلع دائما إلى خلق وإنشاء المشاريع المقاولاتية.

ومن خلال هذه القراءة المختصرة للعلاقة الجامعة/ المقاولاتية نتوصل إلى فكرة أساسية مفادها أن هذه العلاقة تكاملية، وهذا من خلال ضرورة العمل على التأكيد على أهمية المقاولاتية نظريا وميدانيا وضرورة تلقينها إلى الطلبة وفي جميع التخصصات التقنية والاجتماعية والاقتصادية وذلك عن طريق المحاضرات والورشات التدريبية والملتقيات العلمية بهدف تشجيع الاهتمام بالمقاولاتية، أضف إلى ذلك ضرورة انفتاح الجامعة على المجتمع وذلك عن طريق الاتفاقيات البحثية والعلمية مع مختلف المؤسسات وفي جميع المجالات ووفق شعار: تجسيد الفكرة والانتقال بها إلى التنفيذ وعلى أساس العملية التحسيسية والتوعوية، التكوين النظري والميداني المستمر والدعم بمختلف أشكاله وكذلك المتابعة الفعلية.

3. علاقة الجامعة الجزائرية بالمقاولاتية:

إن علاقة الجامعة الجزائرية بالمقاولاتية لا تزال في خطاه الأولية أين تم ملاحظة النقص الواضح لإدراج ثقافة المقاولاتية ضمن المسارات التعليمية والتكوينية باستثناء بعض التجارب الفنية والتي تجسدت في إنشاء دار المقاولاتية سنة 2006 بجامعة قسنطينة وتلمسان وتعميمها مؤخرا على جميع جامعات الوطن وكذلك التكفل بتدريس مقياس المقاولاتية في كل التخصصات الجامعية وبدون استثناء وفتح مسارات تكوينية فيما بعد التدرج والماستر حول المقاولاتية والإبداع في العديد من الكليات والمعاهد.[1]

وغير بعيد عن تلك العوامل والأبعاد الثقافية والاجتماعية للمقاولاتية ودور الجامعة والبحث العلمي في تجسيد وبلورة ذلك وفي ظل سيطرة اقتصاد السوق المعولم، أصبح انتشار المقاولاتية وتوسعها وفق ذلك النظام أين أفرز العديد من الأنواع وعلى رأسها نجد المقاولاتية الإلكترونية، فما هي خصائصها وأنواعها؟

[1] ساندرة صيابي، **سيرورة إنشاء المؤسسة، أساليب المرافقة**، دار المقاولاتية، قسنطينة، 2008-2009.

المحاضرة الثامنة: المقاولاتية الإلكترونية

- **تمهيد**

1. **المقاولاتية عبر الأنترنت وخصائصها**
2. **أنواع المقاولاتية الإلكترونية**
3. **مزايا ومعوقات تطبيق المقاولاتية الإلكترونية**

تمهيد:

سنعرض بالشرح والتفصيل في هذه المحاضرة مفهوم المقاولاتية الإلكترونية، أنواعها، المزايا والمعوقات وهذا وفق النقاط التالية:

1. المقاولاتية عبر الأنترنت وخصائصها
2. أنواع المقاولات الإلكترونية
3. مزايا ومعوقات تطبيق المقاولاتية الإلكترونية

للمقاولاتية عدة مميزات سبق وأن ذكرناها في المحاضرات السابقة وأهمها على سبيل الحصر لا على سبيل الذكر نجد: التفرد والتميز واعتمادها على استخدامات التكنولوجيا الحديثة كاستراتيجية أساسية، هذه الأخيرة التي أصبحت ميزة تنافسية في المقاولاتية وخاصة التي تمارس أعمالها إلكترونيا.

حيث ظهر هذا المصطلح بعد التجارة الإلكترونية إذ أنها عمليات بيع وشراء أو تبادل المنتجات، الخدمات والمعلومات من خلال الشبكات المعلوماتية أو شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الأنترنت.

وتهدف عموما الأعمال الإلكترونية إلى محاولة تلبية رغبات الشركات والمستهلكين وإلى خفض تكلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع توصيل الخدمة[1]؛ وبمعنى آخر: توصيل كافة الخدمات والمعلومات عبر وسائط إلكترونية، وهذا ما توسع ووصل إلى المقاولة الإلكترونية.

1. المقاولاتية عبر الأنترنت:

تهدف بالأساس إلى تحقيق أهداف واستراتيجيات جديدة وذلك بالولوج إلى الأسواق الجديدة المنتشرة عبر أنحاء العالم وبتكاليف أقل.

- وتهدف إلى ضمان نموها وبقائها واستمراريتها
- وتهدف أيضا إلى تطوير أدائها الإداري
- تلبية حاجات المستهلك والفوز بولائه في ظل منافسة شديدة
- لها نفس ميزات المقاولاتية العادية: الابتكار– الإبداع– المخاطرة والتركيز على المقاول الذي يتحمل المسؤولية ويخاطر من أجل إثبات نفسه وتحقيق النجاح.[2]

1.1. خصائصها:

- تقليل التكاليف الخاصة بأمور التسويق، الموارد المالية والبشرية، المشتريات والمبيعات.
- الانفتاح على العالم الخارجي إلى أقصى حد وبأقل تكلفة وفي اقل وقت ممكن.
- السرعة في اتخاذ القرار وصنعه وهذا من خلال الاعتماد على عدد محدد من العمال والمتميزين بكفاءة ومهارة خاصة في استخدام تكنولوجيات المعلومات.
- القدرة على الولوج إلى الأسواق بسهولة.

[1] بلال خلف السكارنة، الابداع الريادي، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2011، ص 267.
[2] نفس المرجع، ص 268.

– العدد المحدود من العمال يساعد في السرعة على انتقال المعلومة والسرعة أيضا في اتخاذ القرار.[1]

ونستطيع القول بأن المقاولاتية عبر الأنترنت ساعد على ظهور المقاولاتية الإلكترونية مما ساعد أيضا على ظهور وانتشار المنتجات الرقمية مثل: برامج الحاسوب، التسجيلات الموسيقية، الكتب الإلكترونية، وكذلك الأبحاث والتقارير الإلكترونية وكذلك حتى الاستشارات والخدمات الإلكترونية.

ولكن ما يعيق هذا النوع من المقاولاتية يتمثل أساسا في غياب الوثائق الورقية للمعاملات والاعتماد التام على الرسائل الإلكترونية التي تمثل السند القانوني الوحيد لتلك المعاملات وهذا ما قد يشكل صعوبة في إثبات تلك العقود وتلك المعاملات وإن زيادة ظهور الشركات التي تمارس أنشطتها التجارية عبر العالم من خلال قنوات التجارة الإلكترونية وخاصة الصغيرة منها أدى في كثير من الأحيان إلى التضارب بين مصالح تلك الشركات والمصالح القومية الاقتصادية.

2. أنواع المقاولاتية الإلكترونية:

1.2. المؤسسات المدعومة بالأعمال الإلكترونية: هي وحدات أعمال إلكترونية ضمن مؤسسات تقليدية، أي أن هذه المؤسسات تدعم قدراتها وأساليبها التقليدية باستخدام الانترنت أي الاعتماد على الطرق التقليدية والحديثة في آن واحد.[2]

2.2. المؤسسات الممكنة بالأعمال الإلكترونية: هنا تستخدم الإنترنت في كل الخطوات ما عدا البيع والشراء ويتم هذا عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة والذي يتم عبره التواصل مع الزبائن وتزويدهم بآخر وأحدث المعلومات الخاصة بالمنتجات دون البيع والشراء الإلكتروني.[3]

3.2. مؤسسات الأعمال الإلكترونية: تدير أعمالها عبر الأنترنت وقد تكون في البداية تعتمد على المزج بين الأعمال التقليدية والإلكترونية ثم تتحول إلى الأعمال الإلكترونية بشكل كامل.[4]

3.مزايا ومعوقات تطبيق المقاولاتية الإلكترونية:

من أهم المزايا الخاصة بالمقاولاتية الإلكترونية نجد السرعة في الاستجابة لطلبات المستهلكين والعملاء وتمكينهم من التعرف على السلع والخدمات بصفة مستمرة وطوال اليوم، الأسبوع والسنة وبدون انقطاع، ومساعدة الأفراد والمؤسسات على التعرف على مختلف الخدمات الإلكترونية وبسرعة فائقة، أضف إلى ذلك سهولة المعاملات إلكترونيا وهذا في ظل القبول العالمي للنقود الإلكترونية وخلال وقت

[1] بلال خلف السكارنة، مرجع سابق، ص 269.
[2] نفس المرجع، ص 271.
[3] نفس المرجع، ص 271.
[4] بلال خلف السكارنة، مرجع سابق، ص 272.

وجيز مع تخفيض التكاليف المرافقة لعملية تسويق المنتج أو الخدمة كالطباعة، الإعلان، التصميم والتوزيع، وهذا بالاعتماد التام على الأنترنت.[1]

أما فيما يخص المعوقات الخاصة بتطبيق المقاولاتية الإلكترونية فلا بأس أن نوجزها في النقاط التالية:[2]

- المشاكل الفنية والتكنولوجية مثل تعرض البيانات إلى التخريب أو إلى القرصنة.
- السطو على المعلومات الخاصة بالزبائن والعملاء والاستيلاء على أموالهم مثلا أو سرقة التوقيع الإلكتروني وكل المعلومات التي تخص الزبون.
- غياب الوثائق الورقية في معظم الخدمات الإلكترونية يؤدي إلى إشكال قانوني خاص بإثبات العقود وفيما يخص أيضا الحقوق والالتزامات.
- ضعف البنية الأساسية في مجال الاتصالات وخاصة في دول العالم الثالث والتي تعرقل الخدمات الإلكترونية نظرا لضعف الشبكة وارتفاع تكلفة استهلاكها.
- التغير السريع والمستمر في تكنولوجيات المعلومات والاتصال يقابله البحث الدائم عن الاستقرار من طرف الأفراد وهذا ما يولد ضغوطات عامة.
- تدني المستويات المعرفية المتعلقة بالمعلوماتية وعدم التحكم في اللغات المختلفة، هذا من شأنه أن يعرقل تطور المقاولاتية الإلكترونية.
- المشاكل الاقتصادية والاجتماعية مثل الطابع العالمي للأعمال الإلكترونية والتي يجعلها عابرة للحدود مما قد يعيق تسديد الضرائب ويساعد على تبييض الأموال.
- ارتفاع معدلات البطالة والصعوبة في التوظيف نتيجة الاعتماد على الأعمال الإلكترونية وبالتالي قلة عدد العمال والاعتماد فقط على اليد العاملة المتدربة والتي لها مؤهلات عالية.
- المشاكل القانونية والتنظيمية أين نلاحظ غياب الضمانات اللازمة والمتعلقة بتدقيق صحة التوقيع الإلكتروني وعدم تزويده ومعاناة التشريعات الضريبية من عدم التحديث ومواكبة التطور التكنولوجي والذي يخلق لا محالة مشكل التهرب الضريبي.[3]

[1] نفس المرجع، ص 273.
[2] نفس المرجع ، ص 274.
[3] بلال خلف السكارنة، مرجع سابق، ص 274.

وعموما نستطيع القول بأن المقاولاتية الإلكترونية لها نفس خصائص المقاولاتية العادية كالإبداع والتميز، ولكن تختلف عنها فيما يخص السرعة في الإنجاز وفي تلبية الطلبات وبأقل تكلفة وفي أسرع وقت ممكن، وهناك من المؤسسات التي أدخلت هذا التعديل الإلكتروني مع الإبقاء على معاملاتها التقليدية بينما هناك مؤسسات أخرى غيرت معاملاتها جذريا على الالكترونية مع وجود الكثير من المزايا والتي تقابلها أيضا الكثير من المعوقات.

وفي ظل الانتشار التكنولوجي والذي طور المقاولاتية الإلكترونية أدى هذا أيضا إلى ظهور المقاولات الدولية، فما هو مفهومها وما هي متطلباتها ومعوقاتها؟

المحاضرة التاسعة: المقاولاتية الإقليمية والدولية

- تمهيد

1. مفهوم المقاولاتية الدولية
2. متطلبات تدويل المقاولاتية الدولية
3. معوقات المقاولاتية الدولية

تمهيد:

لقد ساعدت المقاولاتية الإلكترونية والتي تناولناها في المحاضرة السابقة إلى تطور هذا المفهوم ليصل إلى المقاولاتية الدولية أين سنناقشها في ضوء العناصر التالية:

1. مفهوم المقاولاتية الدولية
2. متطلبات تدويل المقاولاتية الدولية
3. معوقات المقاولاتية الدولية

تعد المقاولاتية الدولية جزء من الأعمال الدولية التي تقوم باستغلال الفرص ضمن الحدود الدولية باستغلال الفرص ضمن الحدود الدولية مع التركيز على التطور الاقتصادي، البيئي، الثقافي، التكنولوجي، القانوني والسياسي.

1. مفهوم المقاولاتية الدولية:

لقد وجد هذا المفهوم في أعمال كل من CONTILLON وSHUMPETER وكلاهما في المجال الاقتصادي.

وظهر كمفهوم قائم بحد ذاته في أعمال MORROW سنة 1988 أين ركز على أهم الشروط المساهمة في تطور المقاولاتية على الصعيد الدولي كالتطور التكنولوجي وتطور أسواق رأس المال.[1] وفي نفس السنة ركز PETERSON على أهمية الثقافة في تأثيرها على المقاولة[2].

وفي سنة 1994 جاءت أعمال كل من « OVIATT » و« DOUGALL » حيث عرفا المقاولة الدولية على أنها تلك المؤسسة التي تبحث منذ نشأتها على اكتساب ميزة تنافسية من خلال استعمال كل الموارد البشرية، المادية، والمالية وذلك بغية بيع كل منتجاتها في عدة دول.

وفي سنوات 1997، 2000، 2005 عمل « OVIATT » و« DOUGALL » على تطوير المقاولاتية وفقا لبيئة الأعمال.[3]

2. متطلبات تدويل المقاولاتية الدولية:

لكي تستطيع المقاولاتية من ولوج الأسواق الدولية هناك مجموعة من الشروط اللازمة لذلك وهي على النحو الآتي:

- البحث عن ميزة تنافسية من خلال الموارد المالية وغير المالية.
- تحسين مناخ الاستثمار في دولة المنشأ من خلال وضع سياسات تساعد على تحسين وتشجيع التصدير.
- تأهيل المورد البشري باستمرار من خلال مواصلة التكوين والتشجيع على الإبداع والابتكار.

[1] LUZ Marine Ferro, « Le processus de formation de l'opportunité dans le contexte de l'internationalisation des PME-HT », (Thèse de doctorat en administration), **Université du Québec**, Montréal, Canada, Novembre, 2002, p40.
[2] *Ibid*., p40.
[3] *Ibid*., p40.

- توفير البني التحتية والهياكل القاعدية المرتبطة بحركة وتدفق السلع والخدمات كشبكات الطرق داخل حدود الوطن ومع الدول المجاورة.

ومن شأن هذه المتطلبات أن تخلق العديد من المعوقات.

3. معوقات المقاولاتية الدولية:

هناك عدة معوقات تواجه المقاولاتية الدولية وأهمها على الإطلاق نجد ما يلي:[1]

- المنافسة القوية حول نفس المنتوج أو الخدمة ومن طرف مؤسسات عالمية.
- مشكل التسويق، الترويج والإشهار والتي قد لا تتناسب وقدرة المقاولات المتوسطة والصغيرة.
- المعوقات المرتبطة بالبيئة القانونية والتشريعية والتي تشمل مختلف قوانين الدولة التي ينتمي إليها المقاول ومدى تشجيعها لروح المبادرة الفردية وما يقابلها أيضا من قوانين الدول المضيفة والقيود المفروضة من طرفها على السلع المستوردة. بالإضافة إلى ملكية المشاريع المشتركة بين المقاول المحلي والأجنبي من حيث استخدام المواد المحلية وتغيرات أسعار الصرف والإجراءات الجمركية.[2]
- المعوقات المرتبطة بالبيئة الثقافية والتي تتمثل أساسا في الدين، اللغة، العادات والأذواق والتي من شأنها أن تؤثر على درجة إقبال المستهلكين الأجانب وتفضيل المنتجات والخدمات الخاصة بأسواق الدول المتقاربة معهم جغرافيا وثقافيا.[3] مثال: يلعب الدين واللغة عاملا مهما في تحديد درجة تدويل المقاولات مثل: نجاح تجارة اللحوم الحلال في أوربا.

وختاما لهذا كله نستطيع القول بأن مفهوم المقاولاتية تطور إلى أن وصل إلى الحدود العالمية وتناوله بالأخص الاقتصاديون في الشكل العالمي مع المحافظة على نفس خصائص المقاولاتية في بداية الأمر وكان هذا منذ سنة 1988، ولكن واجهتها العديد من المعوقات والتي مست المستويات التنافسية، القانونية، والبيئية والتي غالبا ما تعرقل سيرورتها وتطورها العالمي.

هذا عن المقاولاتية الدولية، فماذا عن المقاولاتية في الجزائر؟

---

[1] LUZ Marine Ferro, *op.cit.*, p61.

[2] جمال خنشور، حمزة كوادي، "نحو صياغة استراتيجية متكاملة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، مجلة الاستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، العدد 07، 2014، ص 23.

[3] نفس المرجع، ص 24.

المحاضرة العاشرة: المقاولاتية في الجزائر

- **تمهيد**

1. **أجهزة دعم الشباب**
2. **حاضنات الأعمال**

تمهيد:

سوف نركز في هذه المحاضرة على أهم الجهود المبذولة من طرف الجزائر في سبيل تطوير المقاولاتية والتي أصبحت ضرورة حتمية بعد تحرير الاقتصاد وتطبيق إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية وكل هذا سنعرضه وفق النقاط التالية:

1. أجهزة دعم الشباب
   1.1. التعاونيات الشبابية
   2.1. الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة
   3.1. المؤسسات المصغرة
      1.3.1. الهيئة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب
   4.1. القرض المصغر
   5.1. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار
   6.1. الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
2. حاضنات الأعمال

تعتبر المقاولة في الجزائر وليدة الإصلاحات السياسية والاقتصادية لسنة 1988، فبعد أن كانت الدولة هي المقاول الوحيد وهذا تبعا للنظام الاشتراكي وبعد ذلك تم تحرير النشاط الاقتصادي والمبادرات الفردية.

ولقد تجسد ذلك في بادئ الأمر بإعادة هيكلة المؤسسات وإعطاء فرصة للشباب أين تم خلق أجهزة عديدة للشغل وخلق مؤسسات صغيرة ومتوسطة للتكيف مع نظام اقتصاد السوق.

1. أجهزة دعم الشباب:

هناك العديد من الاستراتيجيات التي انتهجتها الجزائر في سبيل الانتقال السلس إلى اقتصاد السوق وخاصة مع الشباب الذي يمثل أكبر نسبة من سكان المجتمع وهذا ما سنذكر بإيجاز وفق مايلي:

1.1. التعاونيات الشبابية:

لقد تمت المصادقة على أول برنامج وطني لتشغيل الشباب في 23 ديسمبر 1987 والمتمثل في التعاونيات الشبابية والتي هي إطار تنظيمي يسمح للشباب بالعمل في جماعات ضمن أنشطة حرة.[1]

ولقد ركزت تلك التعاونيات في بداية الأمر على القطاع الفلاحي بالدرجة الأولى وبعد ذلك شمل الأمر التجارة والصناعة، كما تجسدت تلك المساعدات في تسهيل الحصول على قروض بنكية للشباب والإعفاء الكلي من الضرائب في السنوات الأولى من المشروع.

2.1. الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة: أنشئ سنة 2004 وشمل مساعدة الشباب البطال على إنشاء مشاريع حرة.

وهذا الصندوق موجه بالأساس للبالغين (35-50 سنة) بشرط أن يكونوا مسجلين في وكالة التشغيل لأكثر من 6 أشهر[2]. ويعد هذا الصندوق أيضا أحد أهم مصادر التمويل الخاصة بتلك المشاريع وخاصة المساهمة في صندوق ضمان الأخطار الناتجة عن القرض المصغر.

[1] جمال سعود، "الشباب والبطالة في المجتمع الجزائري، تصورات وممارسات اجتماعية"، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، علم الاجتماع، **جامعة الجزائر 2**، 2011-2012، ص 126.

[2] CNES, **Rapport sur la conjoncture économique et social du premier semestre 2004**, Algérie, 2004, p148.

3.1. المؤسسات المصغرة

في إطار دعم الشباب والقضاء على مشكلة البطالة تم إنشاء ما يلي:

1.3.1. الهيئة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب: ANSEJ والتي أنشئت سنة 1996 وهي الهيئة التي شهدت ميلاد تجربة المؤسسات المصغرة وتسعى لتشجيع كل الصيغ المؤدية لإنعاش قطاع التشغيل الشبابي وهذا من خلال إنشاء مؤسسات مصغرة لإنتاج السلع والخدمات، ولها عدة فروع جهوية عبر الوطن ويتابعها وزير التشغيل.[1]

4.1. القرض المصغر:

تجسد في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر والذي يسمح بمتابعة هذه التجربة التي تشمل الشباب ذوي 18 سنة فما فوق بدون دخل أو لهم دخل غير منتظم؛ كما شمل هذا القرض أيضا النساء بالمنزل والحرفيين.[2]

ولقد انطلق هذا البرنامج سنة 1999 وهو عبارة عن قرض بنكي يتراوح ما بين 50000 دج و350000 دج يتم تسديدها على مدى 12 إلى 60 شهرا وحتى إلى 5 سنوات من أجل اقتناء عتاد صغير أو مواد أولية لممارسة نشاط أو حرفة محدودة.

ويهدف هذا أيضا إلى تحقيق الاستقرار الريفي، تطوير النشاط الحرفي وتحسين شروط الرفاهية للفئات الاجتماعية التي كانت تعاني من البطالة.

5.1. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار:

تهدف هذه الوكالة ANDI إلى التكيف مع تغيرات الوضعية الاقتصادية والاجتماعية[3] ومهمتها تكمن في تسهيل وترقية الاستثمار ومتابعة أرباب العمل لأجل إنجاح مشاريعهم.

6.1. الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ANDPME:

لقد أنشئت هذه الوكالة سنة 2005 ومن أهم مهامها تنفيذ استراتيجية القطاع في تعزيز وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنفيذ البرنامج الوطني لتطوير تلك المؤسسات.[4] كما تعمل هذه الوكالة أيضا على إنجاز دراسات حول فروع النشاطات الاقتصادية.

---

[1] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 296/96 المؤرخ في 8 سبتمبر 1996.

[2] CNES, *op.cit*., p148

[3] CNES, *op.cit*., p149.

[4] Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement (MIP, MEPI), **Décret exécutif** n° 05-165 du 03 Mai 2005, portant création, organisation et fonctionnement de L'ANDPME.

2. حاضنات الأعمال:

تعتبر منظومة متكاملة والتي تتبنى كل مشروع صغير وكأنه وليد يحتاج إلى الرعاية والاهتمام وذلك لحمايته من المخاطر وتدفع به إلى الأمام.

وبعبارة أخرى هي وسيلة تساعد المؤسسات الحديثة على البقاء وعلى النمو منذ إنشائها وتشمل تلك الرعاية مختلف أنواع المساعدة الخاصة بالتمويل، التدريب والتكوين والدعم الفني الإداري.[1]

أي أن الحاضنات هي إطار متكامل من المكان والتجهيزات والخدمات والتسهيلات وآليات المساندة والاستشارة والتنظيم وهي مخصصة لمساعدة رواد الأعمال في إدارة وتنمية المنشآت الجديدة سواء المتخصصة في البحث والتطوير أو الإنتاجية أو الخدماتية بشرط أن تكون هذه الرعاية والدعم في مدة زمنية محددة في أغلب الأحيان على ألا تتجاوز السنتين، وإن الغرض من هذا الإجراء القانوني هو العمل على التخفيف من حدة المخاطر المعتادة وتوفير فرص أكبر من النجاح[2].

وفي تعريف آخر فإن حاضنات الأعمال هي منظومة متكاملة تعتبر كل مشروع صغير وكأنه وليد يحتاج إلى الرعاية الفائقة والاهتمام الشامل ولذلك يحتاج إلى حضانة تضمه منذ مولده لتحميه من المخاطر التي تحيط به وتمده بطاقة الاستمرارية وتدفع به تدريجيا بعد ذلك ليصبح قويا مؤهلا في المستقبل ومزودا بفعاليات وآليات النجاح[3].

ومن خلال كل تلك التعريفات يتبين لنا أهمية الحاضنات أين يتجسد في توفير العديد من الخدمات المختلفة للمنشآت المنتسبة لها مثل خدمات التدريب والتكوين كتنمية المهارات الخاصة بريادة الأعمال أو الاستفادة مباشرة من تقنيات المعلومات والاتصالات ومختلف استخداماتها فمثلا الحاضنات المرتبطة بالجامعات ومراكز البحث يمكن الاستعانة بالأكاديميين والباحثين في تقديم بعض الخدمات والمساعدات في شكل الاستشارات أو المشاركة في البحوث وفي خدمات التسويق.

وفي مثال آخر نجد أيضا الحاضنات التقنية التي توفر مختلف المرافق الأساسية من المخابر، المعامل والتجهيزات والبرامج التقنية وشبكة الاتصالات والتنسيق في البحث.

---

[1] محمد بن بوزيان، الطاهر زياني، دور تكنولوجيا الحاضنات في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المؤتمر الدولي. متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، 17-18 أفريل 2006، ص 530.

[2] نبيل محمد شلبي، نموذج مقترح لحاضنة تقنية بالمملكة العربية السعودية، ندوة "واقع ومشكلات المنشآت الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها"، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، 8-9 أكتوبر 2002.

[3] نفس المرجع

وهذا ما تجسد في التجربة البريطانية أين ربطت الحاضنات بالجامعات وعليه تمكنت من إطلاق أكثر من 300 شركة بين 2000 و2010 و40% من شركات التقنيات البيولوجية في بورصة لندن من إنشاء خريجي جامعة كامبردج.

أما تجربة الجزائر في الحاضنات فلم تبدأ إلا سنة 2001 تحت اسم مشاتل الجزائر، وعليه تم إنشاء 11 حاضنة في مختلف ولايات الوطن تحت رعاية وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية آنذاك.[1]وبعد ذلك تطور الأمر ليصل إلى خلق وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحاضنات الأعمال مؤخرا ودار المقاولاتية على مستوى كل جامعة.

وختاما لهذه المحاضرة نستطيع القول بأن الإصلاحات السياسية والاقتصادية في الجزائر سنة 1988 استطاعت أن تفرض الدخول إلى اقتصاد السوق وبالتالي ضرورة دعم الفئة الشبابية ومحاولة معالجة مشكل البطالة ولقد تجسدت كل المجهودات في إنجاز العديد من المشاريع الشبابية وفق خطة حكومية تهدف بالأساس إلى التشجيع على خلق مؤسسات صغيرة ومتوسطة، ولقد تطور ذلك الاهتمام إلى غاية إنشاء حاضنات الأعمال سنة 2001 ووزارة خاصة بها وبالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

[1] برحومة عبد الحميد، "واقع حاضنات الأعمال التقنية في الجزائر وسبل تغييرها على ضوء التجارب العالمية، عرض نماذج عالمية لحاضنات الأعمال"، مداخلة غير منشورة، **الملتقى الدولي 2 حول المقاولاتية**، جامعة بسكرة، 2011.

الخاتمة:

من خلال ما تم عرضه في محتوى هذا المقياس والمتعلق بالمقاولاتية والموجه لطلبة ماستر2 يتبين لنا أن كل المحاضرات كانت ذات طابع سردي يحمل الكثير من المعارف النظرية والميدانية ومن مختلف التخصصات الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية وحتى السيكولوجية.

ولقد تم هذا السرد وفق الانتقال من العام إلى الخاص أين انطلقنا في البداية من مختلف التعاريف الخاصة بالمقاولاتية ونشأتها عبر العصور مع ذكر أهم مؤسسيها ومنظريها، وبعد ذلك انتقلنا إلى خصائصها وخصائص المقاول والذي يعتبر من أهم الفاعلين الأساسيين في هذه المعادلة مع التركيز على أهم الخطوات اللازمة لإنجاز مشروع مقاولاتي؛ وبعد ذلك ركزنا على أهم العوامل السوسيوثقافية الخاصة بالمقاولاتية والمتمثلة في الرأسمال الاجتماعي، القيم الثقافية والدين لننتقل فيما بعد وفي نفس الإطار إلى التركيز على المقاولاتية والثقافة وطرق تجسيدها عن طريق الجامعة والبحث العلمي.

وبعد ذلك تأتي أنواع المقاولاتية كنتيجة لتطور مفهومها وتوسعه وانتشاره العلمي والميداني أين سنركز على المقاولاتية الإلكترونية والمقاولاتية الدولية والإقليمية؛ ونختم هذا المقياس بواقع المقاولاتية بالجزائر وظروف تجسيدها على أرض الواقع من طرف الدولة الجزائرية.

وإن الهدف الأساسي من هذا كله هو تزويد الطالب بالفكر التأسيسي للمقاولاتية والذي بفضله سينطلق في محاولة تجسيده على أرض الواقع سواء من حيث دراساته العليا والأكاديمية وسواء أيضا في حياته المهنية المستقبلية بعد التخرج.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

1) بابكر فيصل عبد الله، **فيليب كوتلر يتحدث عن التسويق، كيف ننشئ الأسواق ونغزوها ونسيطر عليها**، مكتبة جرير، دون سنة.

2) برحومة عبد الحميد، "واقع حاضنات الأعمال التقنية في الجزائر وسبل تغييرها على ضوء التجارب العالمية، عرض نماذج عالمية لحاضنات الأعمال"، **الملتقى الدولي 2 حول المقاولاتية**، جامعة بسكرة، 2011..

3) بلال خلف السكارنة، **الإبداع الريادي**، ط1، عمان، الأردن : دار المسيرة، 2011.

4) بن بوزيان محمد ، الطاهر زياني، "دور تكنولوجيا الحاضنات في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، **المؤتمر الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية**، 18-17 أفريل 2006، جامعة الشلف .

5) حريري عبد الرحمن بن أحمد، **استكشاف الأفكار وتقييمها في شركتك الناشئة**، 2018.

6) خنشور جمال، حمزة كوادي، "نحو صياغة استراتيجية متكاملة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، **مجلة الاستراتيجية والتنمية**،ع 07، 2014.

7) سعود جمال ، "الشباب والبطالة في المجتمع الجزائري، تصورات وممارسات اجتماعية". (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، **جامعة الجزائر** 2، 2011-2012.

8) شلبي نبيل محمد، نموذج مقترح لحاضنة تقنية بالمملكة العربية السعودية، ندوة "واقع ومشكلات المنشآت الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها"، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، 8-9 أكتوبر 2002.

9) صايبي ساندرة، **سيرورة إنشاء المؤسسة، أساليب المرافقة**، قسنطينة: دار المقاولة: 2008-2009.

10) فيبر ماكس، **الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية**، تر: محمد علي مقلد، مراجعة: جورج أبي صالح، لبنان : مركز الإنماء القومي، دون سنة.

11) محسن مصطفى، **التربية وتحولات عصر العولمة، مداخل للفقد والاستشراف**، الدار البيضاء-بيروت: المركز الثقافي العربي.

12) مراح حياة، "إشكالية المقاول الجزائري"، **مجلة دراسات اجتماعية**، الجزائر: مركز البصيرة للبحوث، ع 3، جانفي 2010.

المراجع باللغة الأجنبية:

1) ADAM (M), 2009, **Réinventer l'entreprenariat : pour soi, pour nous, pour eux**, Paris : L'Harmattan.
2) ALLALI Brahim ."vers une théorie de l'entreprenariat", **Cahier de L'ISCAL**, n°17.
3) BOUDON (R), CHAMBOREDON (J.C), 2005, **Dictionnaire de sociologie** .Paris : Larousse.
4) BOUTILLER (S), UZUNIDIS (D), 2000, **Les dimensions socio-économiques et politiques de l'entrepreneur** .in VERSTAET (T),2000, **Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entreprenariat**, Edition Management et Société, in MOREAU (R), 2000.
5) CNES, 2004, **Rapport sur la conjoncture économique et social du premier semestre 2004**, Algérie.
6) COLOT (O), COMBLE (K), LADHARI (J) , **Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entreprenariat,** document de travail, Bruxelles :Centre de recherche Warocque
7) CROZIER (M), FRIEDBERG (E), **L'Acteur et le système : les contraintes de l'action collective**, France : Ed Seuil, n°1.
8) FAYOLLE (A),2003 , « Instiller l'esprit d'entreprendre dans les grandes entreprises et les organisations »**, Revue Gérer et comprendre**, n° 72, Juin.
9) FAYOLLE Alain, 2003, **Le métier de créateur d'entreprise** .Paris : Edition d'organisation.
10) FAYOLLE (A), "Au champs de l'entreprenariat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche",**6 ème congrès international francophone sur la PME**, Octobre 2002 .Montréal : HEC.
11) FILLON (L.J), 1997, "Le champs de l'entreprenariat : histoire ,évolution, tendances" .**Cahier de recherche**, HEC, n° 97, 01, 1997.
12) GARTNER (W.B), 1990, **What are we talking about entrepreneurship** .Journal of Business,V 5.
13) GASSE (Y), DIOCHON (M) , MENZIES (T.Y) .Octobre 2002, "Les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise, une étude longitudinale", HEC, **6ème congrès de international francophone sur la PME.**
14) GUYOT (J.L), VANDEWATTYNE (J)2008 , **Les logiques d'action entrepreneurial,** 1ère éd, Edition De Boeck, Université Bruxelles.
15) HERNANDEZ (EM), 2001, **L'entreprenariat : approche théorique** .Paris : Edition L'Harmattan.
16) JOSEE (ST. Pierre) , BEAUDON Robert, 2003, **Les décisions d'investissement dans les PME, comment évaluer la rentabilité financière**, Presses de l'université du Québec.

17) JULIAN (P.A) & All, "Pour une théorie entrepreneuriale tenant compte des différences culturelles", 10ème Congrès international francophone en entreprenariat et PME Bordeaux, France 29-27 Octobre 2010 .

18) LUZ Marine Ferro .Novembre, 2002," Le processus de formation de l'opportunité dans le contexte de l'internationalisation des PME-HT", (Thèse de Doctorat en administration), **Université du Québec**.

19) Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement (MIP, MEPI) **.Décret exécutif,** n° 165-05 du 03 Mai 2005, portant création, organisation et fonctionnement de L'ANDPME .

20) TRIBOU G,1995 , **L'entrepreneur musulman : L'Islam et la rationalité d'entreprise** .Paris : L'Harmattan.

21) VERSTRAETE Thierry, 1999, **Entrepreneur : Connaitre l'entrepreneur, Comprendre ses actes**, Paris : L'Harmatan.