

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان -

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



مذكرة تخرج

مقدم للحصول على شهادة مساتر

في شعبة: علوم التسيير

تخصص: مقاولاتية

من طرف : بلحسن زينب آية

جباري إيناس

بعنوان

خلق مؤسسة لصناعة زينة الحلويات بولاية تلمسان

السيدة:	براشد بربار وفاء	أستاذة محاضرة - جامعة تلمسان	رئيسا
السيدة:	ثابت أول لعشعاشي وسيلة	أستاذة التعليم العالي-جامعة تلمسان	مشرفا
السيدة:	حاج سليمان هند	أستاذة محاضرة- جامعة تلمسان	ممتحنا

السنة الجامعية

2022- 2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر

الحمد و الشكر لله الذي أنار لنا دروب العلم والمعرفة و منحنا التوفيق و السداد وأعاننا على تأدية هذا الواجب ووقفنا إلى انجاز هذا العمل.

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من مد لنا يد المساعدة من قريب أو من بعيد لانجاز هذا العمل واعاننا تذليل وتسهيل ما واجهناه من صعوبات و عراقيل ، ونخص بالذكر الأستاذة المشرفة "العشعاشي وسيلة" التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا البحث و تشجيعنا على تحقيق مشروعنا .

الاهداء

اللهم إني أسألك خير المسألة، خير النجاح وخير الدعاء وخير الحياة والممات وثبتي وثقل موازيني، وحقق إيماني وارفع درجاتي.

أهدي عملي وثمره جهدي ونجاحي

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها وأول حب ينبض في وجداني بسمة الحياة وسر الوجود من اشعر معها بالامان و الحنان و تمدني بالقوة في هذا الزمان إلى أمي حياتي (اكرام)اطال الله عمرها .

إلى من علمني الصبر و حب العمل ، إلى من احمل اسمه بكل افتخار، إلى من سعى و ضحى من أجلي وأرجو من الله أن يطيل في عمره ليرى ثماره و قد حان قطافها بعد طول انتظار أبي العزيز(فرحات).

إلى من هم اغلى ما عندي و من ضمني معهم بيت واحد وبهم اكتسبت قوة ومحبة ليس لها مثيل لها الى إخوتي وقرّة عيني(صهيب ، معاذ وافنان) .

والى كل أفراد عائلتي صغيرهم وكبيرهم الذين هم مصدر إلهامي ونجاحي.

إلى الأستاذة المشرفة التي كانت لنا عوناً في إنجاز هذا العمل "د. العشعاشي وسيلة "

إلى من كان للحياة طعم آخر بوجودهم و رفقتهم صديقاتي الوفيات(هدى ، غزلان ، رانيا ، اسيا ، فرح، شيماء و اسماء) .

الى جدي و جدتي رحمهما الله و جدي و جدتي اطال الله في عمرهما.

إلى من ساعدني من قريب أو من بعيد و كل من في قلبي ويعجز اللسان عن ذكره.

إلى كل هؤلاء، ألف تحية تقدير واحترام.

وفقكم المولى وسدد خطاكم وبوأكم مقعداً من الجنة.

بلحسن زينب اية .

الاهداء

اهدي هذا العمل المتواضع الذي اجتهدت في اعداده الى:

الى اغلى ما ملكت و اغلى ما املك و اغلى ما ساملك ، الى سبب وجودي و نور دربي الى من منحني و لم تمنعني من شيء الى من علمتني الصبر و منها استمد القوة و العزيمة الى من تشجعتني دوما و تدفع بي الى الامام لتحقيق اهدافي

الى من الكلمات لا تكفي لمدحها و عرفان فضلها

امي الغالية

الى ابي الغالي حفظه الله لنا

الى جدي و جدتي الغالين حفظهما الله لنا اللذان منحاني حنان والدي

الى خالاتي ومصدر قوتي : عمارية و امينة و ازواجهم و ابناءهم

الى اخوالي وسندي: عثمان و عبد السلام و ابناءهم و زوجاتهم

الى اختي التي لم تلدها امي: حنان

جباري إيناس

قائمة المحتويات:

أ	الشكر
ب	الاهداء.....
ج	الاهداء.....
د	قائمة المحتويات:
د	المحتويات:
ز	قائمة الجداول:.....
ي	قائمة الأشكال:
ك	قائمة الملاحق:.....
1	مقدمة عامة
6	الفصل الأول
6	الفصل الأول: الإطار النظري للمقاوالاتية وواقع المرأة المقاولة:.....
6	مقدمة الفصل:
7	المبحث الأول: مفهوم المقاوالاتية والمقاولة الحرفية
7	المطلب الاول :مفهوم المقاوالاتية.....
11	المطلب الثاني : خصائص و اشكال المقاوالاتية:.....
15	المطلب الثالث :المقاولة الحرفية في الجزائر
18	المبحث الثاني : المقاوالاتية النسوية وفكرة مشروع NEYA

18	المطلب الأول : واقع المرأة المقاتلة.
27	NEYA المطلب الثاني : تقديم مشروع
30	خلاصة الفصل الأول :
6	الفصل الثاني
30	الفصل الثاني: دراسة جدوى مشروع NEYA
30	مقدمة الفصل الثاني
31	المبحث الأول : دراسة السوق.
31	المطلب الأول : مفاهيم حول دراسة السوق.
61	المبحث الثاني : اليات دعم و تمويل مشروع NEYA
61	المطلب الأول : تمويل المؤسسة
66	المطلب الثاني : اهمية التمويل :
67	المطلب الثالث: مزايا و عيوب التمويل الذاتي :
70	خلاصة الفصل الثاني:
45	الفصل الثالث
68	الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية لمشروع NEYA
68	مقدمة الفصل الثالث :
69	المبحث الأول : مخطط الاعمال.
69	المطلب الأول: مفاهيم حول مخطط الأعمال:

70	المطلب الثاني: وظائف، خصائص ومحتويات مخطط الأعمال
73	المبحث الثاني: مخطط أعمال مشروع NEYA
73	المطلب الأول: الدراسة الفنية للمشروع
79	القيود الرئيسي في السجل التجاري
84	المطلب الثاني: الدراسة المالية للمشروع:
91	خلاصة الفصل الثالث:
68	خاتمة عامة
96	الملاحق:
102	قائمة المصادر والمراجع:

قائمة الجداول:

رقم الصفحة	الجدول
22	الجدول رقم 1: يمثل عدد القروض المصغرة الممنوحة للنساء والرجال خلال 3 السنوات الأخيرة
24	الجدول رقم 2 يمثل احصائيات المقاولاتية في الجزائر حسب الجنس والعمر الى غاية 2021
25	الجدول 3 يمثل تصنيف المؤسسات الممولة حسب الجنس.
28	الجدول رقم 4 يمثل : business model canvas
36	الجدول رقم 05: يمثل عدد الأشخاص الذين استعملوا زينة الحلويات المصنوعة من عجينة السكر لتزيين حلوياتهم.
37	جدول رقم 06: يمثل عدد المرات التي يتم فيها استعمال زينة الحلويات من قبل الأشخاص الذين اجابوا بنعم على السؤال الأول .
38	الجدول رقم 07: يمثل اراء الأشخاص حول وجود خيار واسع في زينة الحلويات في السوق.
39	الجدول رقم 08: يمثل اراء الأشخاص حول تقديم منتجات لزينة الحلويات تتناسب مع جميع المناسبات.
40	الجدول رقم 09: يمثل اراء الأشخاص وتفضيلاتهم حول حجم المنتج.

41	الجدول رقم 10: يمثل اراء الأشخاص وتفضيلاتهم حول حجم المنتج
42	الجدول رقم 11: يمثل اراء الأشخاص حول تقديم منتجات معطرة.
43	الجدول رقم 12: يمثل اراء الأشخاص حول مادة تغليف المنتج.
44	الجدول رقم 13: يمثل اراء الأشخاص حول كمية المنتج في العبوة الواحدة
45	الجدول رقم 14: يمثل اراء الأشخاص حول مكان شراء المنتج
46	الجدول رقم 15: يمثل استعدادات الأشخاص لشراء المنتج
47	الجدول رقم 16: يمثل اراء الأشخاص حول ان كان سعر المنتج يعكس جودته
48	الجدول رقم 18: يمثل السعر الذي يراه الأشخاص مناسب للمنتج.
49	الجدول رقم 19: يمثل تفضيلات الأشخاص واراؤهم فيما يخص الترويج للمنتج.
51	الجدول رقم 20: يمثل النسب حسب الجنس
52	الجدول رقم 21: يمثل فئات الاعمار المختلفة
53	الجدول رقم 22: يمثل الدخل الفردي
54	الجدول رقم 23: يمثل الحالة الاجتماعية للأشخاص
82	الجدول رقم 24: تحليل swot الخاص بالمؤسسة
83	الجدول رقم 25: جدول المعدات و الادوات
83	الجدول رقم 26: جدول الاستثمارات

84	الجدول رقم 27 :مختلف مصادر التمويل
84	الجدول رقم 28 :الوظائف، مؤهلاتها و اجورها
85	الجدول رقم 29 :الجدول التقديري للمبيعات خلال السنوات الثلاث الأولى
85	الجدول رقم 30: الجدول التقديري لتكلفة المنتج خلال السنوات الثلاث الأولى
86	الجدول رقم 31 : جدول حسابات النتائج خلال الثلاث السنوات الأولى
87	الجدول رقم 32: جدول النتائج
87	الجدول رقم 33:الميزانية الافتتاحية
89	الجدول رقم 34 : مخطط النشاط

قائمة الأشكال:

رقم الصفحة	الشكل
14	الشكل رقم 01: نموذج سيرورة المقاولاتية
23	الشكل رقم 2: يمثل أعمدة بيانية لعدد المشاريع الممولة حسب القطاعات بالنسبة لـ ANGEM للنساء والرجال لسنة 2021.
23	الشكل رقم 03: يمثل النسبة المئوية لعدد المشاريع الممولة بالنسبة للجنسين
25	الشكل رقم 04: يمثل النسبة المئوية لعدد المشاريع الممولة للجنسين
36	الشكل رقم 05: يمثل عدد الأشخاص الذين استعملوا زينة الحلويات المصنوعة من عجينة السكر لتزيين حلوياتهم.
37	الشكل رقم 06: يمثل عدد المرات التي يتم فيها استعمال زينة الحلويات من قبل الأشخاص الذين اجابوا بنعم على السؤال الأول
38	الشكل رقم 07: يمثل اراء الأشخاص حول وجود خيار واسع في زينة الحلويات في السوق
39	الشكل رقم 08: يمثل اراء الأشخاص حول تقديم منتجات لزينة الحلويات تتناسب مع جميع المناسبات
40	الشكل رقم 09: يمثل اراء الأشخاص وتفضيلاتهم حول حجم المنتج
41	الشكل رقم 10: يمثل اراء الأشخاص وتفضيلاتهم حول حجم المنتج
42	الشكل رقم 11: يمثل اراء الأشخاص حول تقديم منتجات معطرة

43	الشكل رقم 12: يمثل اراء الأشخاص حول مادة تغليف المنتج
44	الشكل رقم 13: يمثل اراء الأشخاص حول كمية المنتج في العلبة الواحدة
45	الشكل رقم 14: يمثل اراء الأشخاص حول مكان شراء المنتج
46	الشكل رقم 15: يمثل استعدادات الأشخاص لشراء المنتج.
47	الشكل رقم 16: يمثل اراء الأشخاص حول ان كان سعر المنتج يعكس جودته
48	الشكل رقم 17: يمثل السعر الذي يراه الأشخاص مناسب للمنتج.
49	الشكل رقم 18: يمثل تفضيلات الأشخاص واراؤهم فيما يخص الترويج للمنتج.
51	الشكل رقم 19: يمثل النسب حسب الجنس
52	الشكل رقم 20: يمثل فئات الاعمار المختلف
53	الشكل رقم 21: يمثل الدخل الفردي
54	الشكل رقم 22: يمثل الحالة الاجتماعية للأشخاص

قائمة الملاحق:

رقم الصفحة	الملاحق
71	الملاحق الأول: الاستبيان
76	الملاحق الثاني: الفاتورة الشكلية

مقدمة عامة

في ظل التغيرات والتحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم، برزت المشاريع الصغيرة والمتوسطة وأصبحت من القطاعات الاقتصادية التي تستحوذ على اهتمام كبير من قبل دول العالم من اجل تنويع الدخل الوطني، وذلك لأهميتها ودورها في الإنتاج، التشغيل، الدخل والابتكار علاوة على انها تساهم في دفع الوتيرة الاقتصادية لاي بلد بحيث لا تتطلب استثمارات كبيرة و تدرج ضمن السياسات الهادفة الى تخفيض معدلات البطالة.

برز في الجزائر الاهتمام بقطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة الا مؤخرا وذلك لضمان تنمية اقتصاد البلاد ، فأصبحت تشجع المقاوله لتوسيع سيوررة النشاط الاقتصادي والوصول الى الاكتفاء دون الاعتماد على قطاع المحروقات الذي يعتبر مصدر دخلها الأول او بالأحرى الوحيد اذا لم نبالغ، وهذا عن طريق عملها جاهدة بكل الأساليب لدعوة الشباب لإنشاء مشاريعهم الخاصة خاصة المتخرجين الجدد لتفادي مواجهتهم شبح البطالة، وتشجيع حاملي المشاريع على تجسيد أفكارهم وذلك بإنشاء هياكل المرافقة كالحاضنات ودار المقاولاتية..الخ والأجهزة الداعمة منها :

l'anade et l'angem

و ذلك لدعم ومرافقة حاملي الأفكار والمشاريع خلال خلق مؤسستهم أي من الفكرة الى الافتتاح وقد تتواصل هذه المرافقة لسنوات قليلة أخرى من اجل ضمان استمرارية هذه المؤسسة الجديدة.

فحسب الاحصائيات بلغ عدد الشركات ذات الوضع القانوني للشخص الاعتباري برقم تعريف احصائي 194567 حتى 30 جوان 2020 ففي السداسي الأول من سنة 2020، انشات 1497 مؤسسة في قطاع التجارة، 750 مؤسسة في قطاع الصناعة التحويلية و788 مؤسسة في اعمال البناء.¹

كما يجب الإشارة الى دور المرأة في عالم المقاوله اذ انها حظيت بمكانة مهمة في هذا المجال وذلك لإبداعاتها وابتكاراتها وامكانياتها على إضفاء لمستها الخاصة، وجعل مشروعها يحمل صورة خاصة بها ومن ناحية أخرى تعد المقاوله بالنسبة للمرأة وسيلة لأخذ الحرية والاستقلال المالي ولهذا أصبحت في الآونة الأخيرة تشارك الرجل في اعماله وحتى في بعض الأحيان تكون منافسة له، وبذلك تكون قد كسرت تلك الصورة النمطية عن مجال المقاوله الذي كان حكرا على الرجال فقط.

من جهة أخرى تبنت الحكومة الجزائرية خلال السنوات الأخيرة استراتيجية التعليم المقاولاتي في الجامعات لنشر الفكر المقاولاتي للشباب ، وتوعيتهم واستخراج الأفكار الإبداعية لهم ومرافقتهم من اجل خلق مؤسسات تساهم في الانتعاش الوطني.

فنحن كتخصص مقاولاتية في الجامعة درسنا سداسي عن تولد الأفكار وكيفية تجسيدها واستطعنا ابراز ميولاتنا، والجمع بين تطبيق ما تعلمناه خلال مشوارنا الدراسي وبين رغبتنا في انشاء مؤسساتنا الخاصة المتمثلة في صناعة مختلف انواع زينة الحلويات باستخدام عجينة السكر.

¹<https://www.aps.dz/economie/125936-plus-de-194-000-entreprises-dotees-du-nis-en-2020>

إشكالية البحث : تهدف إشكالية البحث الى الإجابة عن الإشكالية التالية :

"ما مدى إمكانية انشاء مؤسسة لصناعة مختلف انواع زينة الحلويات بعجينة السكر في تلمسان؟"

يندرج تحت هذه الإشكالية الرئيسية التساؤلات الفرعية التالية :

ما هو واقع المرأة المقاوله في الجزائر؟

ما هو الدافع لاختيار تمويل ذاتي للمشروع ؟

ما هي القيمة المضافة لمنافسة الغير في نفس النشاط ؟

فرضيات البحث :

من اجل معالجة إشكالية البحث نستعين بمجموعة من الفرضيات ناكدها ونتحقق منها او ننفىها من

خلال العرض :

- تمكنت المرأة المقاوله من فرض نفسها وتمكنت من انشاء العديد من المؤسسات في مجالات مختلفة وذلك رغم المعوقات.
- التمويل الذاتي امن ونسبة المخاطر فيه قليلة.
- توفير العديد من الاشكال من الزينة لإرضاء جميع الاذواق .

اهداف الدراسة : تهدف الدراسة الى ما يلي :

- التعرف على مكانة المرأة المقاتلة في الجزائر.
- تسليط الضوء على أجهزة الدعم والمرافقة في الجزائر.
- مخطط الاعمال ودوره وأهميته في خلق مؤسسة.
- التأكد من مدى استجابة السوق لهذا المنتج.

دوافع وأهمية البحث :

باعتبارنا طلاب تخصص مقاولاتية نحن احق واسبق بدراسة هذه المواضيع ولم لا تحقيقها على ارض الواقع، وذلك لرغبتنا في انشاء مؤسستنا الخاصة والاستفادة من الموهبة التي نمتلكها في صناعة زينة الحلويات كما نرى ان هناك طلب مهم على هذا النوع من المنتوجات حاليا في الأسواق والمشروع بحد ذاته يتطلب خيال واسع وابداع دائم في تصميم واختيار الاشكال مما يمنحنا الشعور بالحرية، كما يجب الإشارة انه للمشاريع الصغيرة دور فعال في تنمية الاقتصاد المحلي وخدمة المجتمع.

منهجية البحث :

من اجل دراسة الإشكالية والإجابة على الأسئلة المطروحة ونظرا لأهمية الموضوع اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي في الجانب النظري من اجل جمع المعلومات وابرار المفاهيم المتعلقة بالموضوع، واعتمدنا المنهج التحليلي في الفصل التطبيقي الخاص بالدراسة التطبيقية لمخطط الاعمال الخاص بالمؤسسة.

صعوبات البحث :

من بين الصعوبات التي واجهناها :

- قلة المراجع المتعلقة بموضوعنا.
- قلة الاحصائيات المتعلقة بالمؤسسات التي تعتمد على التمويل الذاتي.
- جمع اراء الاخرين في الاستبيان.

حدود الدراسة :

الحدود الزمانية : بدانا جمع المعلومات في شهر جانفي الى غاية ماي.2022

الحدود المكانية :مكان البحث كان في مدينة تلمسان.

هيكل البحث :

تم تقسيم العمل الى ثلاث فصول في الفصل الأول تناولنا اهم المفاهيم حول المقاولاتية واشكالها وتحديثنا عن واقع المرأة المقاوله مع تقديم فكرة المشروع.

الفصل الثاني تطرقنا الى مفاهيم حول دراسة السوق والدراسة السوقية لمشروعنا والية دعمه وتمويله

الفصل الثالث خصص لمخطط الاعمال الخاص بمشروعنا.

الفصل الأول

الفصل الأول: الإطار النظري للمقاوالاتية وواقع المرأة المقاتلة:

مقدمة الفصل:

أصبحت المقاتلة مفهوم شائع الاستعمال في وقتنا الحالي حيث تعرف حاليا كمجال للبحث الحديث و نظرا لأهميتها المتزايدة أصبحت كل من الحكومات والباحثين يهتمون أكثر بتطور المقاتلين ومؤسستهم وبقدرتهم على البقاء والنمو، ويمكن تفسير هذا الاهتمام الكبير به في ان لها القدرة على رفع مستويات الإنتاج وزيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة ، وتجديد النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات الفاشلة وإعادة التوازن للأسواق فلهذا قامت الجزائر بإنشاء شبكات ووكالات تساعد حاملي المشاريع على تجسيد أفكارهم في الواقع سواء كانوا رجال او نساء حيث لعبت المرأة دورا هاما في هذا المجال.

من هنا سنتطرق في هذا الفصل الى مبحثين : أولهما يعالج مفاهيم المقاتلاتية واشكالها بشكل عام اما الثاني سنتطرق فيه الى واقع المرأة المقاتلة وفكرة المشروع .

المبحث الأول: مفهوم المقاولاتية والمقاولاتية الحرفية

المطلب الأول: مفهوم المقاولاتية

➤ تعريف ثقافة المقاولاتية : هي مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة الأفراد، ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال بإيجاد أفكار مبتكرة، وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين، بالإضافة إلى التخطيط، اتخاذ القرارات، التنظيم والرقابة.¹

➤ لقد تطور مفهوم المقاولاتية وأصبحت تأخذ أكثر من صورة، حيث يري Fayolle Alain أن هذه الظاهرة يمكن أن تأخذ الأشكال التالية:

- إنشاء مؤسسة أو نشاط من طرف أفراد مستقلين أو من طرف مؤسسات.
- استعادة نشاط أو مؤسسة، تكون في وضع جيد (سليمة) أو تواجه صعوبات من طرف أفراد مستقلين أو من طرف مؤسسات.

¹<https://moodle.univ-chlef.dz/ar/course/info.php?id=1435#:~:text=3%2D%20%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%20%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9%20%3A%20%D9%87%D9%8A,%D8%8C%20%D8%A7%D8%AA%D8%AE%D8%A7%D8%B0%20%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D8%8C%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D8%A7%D8%A8%D8%A9%D8%8C,12/03/2020 ;16 :17>

- تطوير وإدارة بعض المشاريع (التي في خطر) في المؤسسات.

- القيام بتسيير بعض الوظائف أو المسؤوليات داخل المؤسسات¹

➤ تعريف المقاولاتية لغة: "المقاوله هي صيغة مبالغة على وزن مفاعلة تقتضي المشاركة من أطراف

متعددة ، و أصل اشتقاقها الفعل قال يقول قولاً و مقالاً، و قاوله في أمره و تقاولاً، فالمقاوله

معناها المفاوضة و المجادلة². "

➤ تعريف المقاولاتية اصطلاحاً : هي الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة

و بأشكال متنوعة ، فيمكن ان يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني ، كما

يمكن ان يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها³.

➤ تعريف المختصين للمقاولاتية :

- عرف "غارتنر" ، " Gartener" المقاولاتية على إنها عمل بسيط يتمثل في إنشاء مؤسسة مع

تحمل المخاطر ، إن إنشاء المؤسسة يستوفي ثلاث حالات مختلفة : الانشاء، إعادة بعث المؤسسة ،

تفعيل المؤسسة⁴.

¹<https://fsnv.univ-setif.dz/images/telecharger/BEV/38,%2049,%2055,%2058,66.pdf> ;

12/03/2022 ;16 :44

²ريم لونيبي ، المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر ((. رسالة لنيل شهادة الماجستير ، قسم العلوم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة سطيف 2 ، الجزائر، السنة الجامعية 2014/2015 ، ص32.

³ - سفيان بدرأوي، ((ثقافة المقاوله لدى الشباب الجزائري المقاول((رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علم الاجتماع التنمية البشرية ، قسم علم الاجتماع التنمية البشرية، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة ابي بكر بلقايد، السنة الجامعية:2014/2015، ص34

⁴ - أمال بعبط ، ((برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر - واقع و افاق -)) . مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة باتنة ، السنة الجامعية ، 2016/2017 ص11

-حسب " "Peters et Hisrich" بيتر وهيسريش" تعرف على أنها 'نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار ، تنظيم الاليات الاقتصادية و الاجتماعية¹.

➤ هي عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة، و هذه الثروة تقدم عن طريق الافراد الذين يتخذون

المخاطرة في رؤوس أموالهم و من هنا نصل إلى أربعة جوانب رئيسية وهي:

❖ عملية إنشاء شيء جديد ذا قيمة

❖ تخصص الوقت ، الجهد و المال.

❖ حركية إنشاء و استغلال فرص أعمال من طرف فرد أو عدة أفراد و ذلك عن طريق

إنشاء منظمات جديدة ، من أجل خلق القيمة أي أن المقاولاتية تقوم على أساس

الافتراضات التالية:

وجود فرص

وجود فروق بين الناس

العلاقة بالمخاطرة²

¹فضيلة بوطورة، فاطمة زهراء، مداخلة حول التعليم المقاولاتي في الجامعة، "ملتقى وطني حول اهمية ودور دار المقاولاتية في الجزائر" ، جامعة تبسة ، سنة 2018 ، ص3.

² - عمر علي إسماعيل، "خصائص الزيادة في المنظمات الصناعية و مآثرها على إبداع التقني". مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد4 ، الصادرة في 2010 ، ص 10

➤ مرصد المقاولة العالمي (GEM) Global Entrepreneurship Monitor على ان

المقاولة : محاولة جديدة في العمل أو خلق مغامرة جديدة و إنشاء منظمة جديدة أو توسيع

المنظمة الحالية أو توسيع مجالات العمل الحالي من قبل الأفراد أو فرق الافراد أو تأسيس أعمال

تجارية¹.

➤ اما fayolAlian فقد حددها على أنها حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية و

اجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر، و التي تدمج فيها أفراد ينبغي أن

تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تخصص بتقبل التغير و أخطار مشتركة و الاخذ بالمبادرة .

2

و عليه نستنتج ان المقاولاتية تتمثل في النشاط الذي يقوم به الافراد في خلق مجموعة من الابداعات و

المخططات, يسعى لتطبيقها بغية خلق ثروة إنتاجية وهذا بتحمل المخاطر والمجازفات باستعمال

المهارات الفنية والفكرية من اجل تحقيق أهداف المشروع .

و منه و من خلال التعاريف المقدمة يمكننا استخلاص ان المقاولاتية هي مجموع الافعال و العمليات

الجماعية التي يقوم بها المقاول ، من اجل انشاء مؤسسة جديدة ، أو تطوير مؤسسة قائمة مسبقا تحت

ظل إطار قانوني محدد ، بهدف تحقيق الربح ، و هذا بتحمل المخاطر و الاخذ بالمبادرات واستغلال

على فرص الاعمال ، والعمل عليها لتجسيدها على ارض الواقع.

¹ - عمر علي اسماعيل , نفس مرجع سابق ص 70.

² صكري أيوب، "واقع التعليم المقاولاتية في الجزائر الإنجازات و الطموحات"، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال، العدد 4 الصادر بتاريخ 2017، ص

وعرفها (Damours et Gasse) بأنها " تعني مسار الحصول على شيء وتسيير الموارد البشرية بهدف إنشاء وتطوير وغرس حلول تسم بالاستجابة لحاجيات الافراد والجماعات ¹ .

وتعرف أيضا أنها " ظاهرة معقدة وشكلا خاصا للتنظيم مدفوعا من طرف مقاول الذي يتصرف ليحاول تحقيق في داخل الهيئة المتواجدة بها النظرة التي يراها عن هذه المنظمة ، فهو يحاول جاهدا أن يعيدها موافقة للتمثيل الذي يراه. ²

المطلب الثاني : خصائص و اشكال المقاولاتية:

1. خصائص المقاولاتية

تتسم المقاولاتية بأنها إنشاء مؤسسة غير نمطية فهي تتميز بالابداع :

- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لانها تأتي بالجديد، و بمعدلات عوائد مرتفعة ، في حالة قبول المنتج في السوق.
- إمكانية النمو: تملك المقاولات قدرة قوية و إمكانية النمو.
- الاهداف الاستراتيجية: ان المشروع المقاولاتي عادة يذهب الى بعد كبير حيث يرتبط بتطوير السوق.

¹ 4 محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسة دعم المقاولاتية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة، منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2016/2015، ص15.

² يحيوي مفيدة، إنشاء المؤسسة والمقاولاتية: هل هي قضية ثقافة؟، التكوين وفرص العمل، جامعة بسكرة أيام 1/6 و9 أبريل 2212، ص3.

- تتميز المقاولاتية بالفردية النسبية، المبادرة و تمكن المقاول من ممارسة التسيير بشكل مباشر و مستقل بدل الاعتماد على مجلس الادارة، وهو مايسمح له بتجسيد أفكاره على الواقع .
- زيادة متوسط دخل الفرد و التغيير في هياكل الاعمال و المجتمع ،تعمل المقاولة على زيادة متوسط الدخل الفردي .
- تسمح بتشكيل الثروة للأفراد عن طريق زيادة عدد المشاركين في مكاسب التنمية، مما يحقق العدالة في توزيع مكاسب التنمية.
- توجيه الانشطة في المناطق المستهدفة .¹

2. اشكال المقاولاتية :

إن اقامة الاعمال من قبل الافراد يمكن أن يكون عن طريق تأسيس مؤسسة جديدة أو شراء مؤسسة قائمة أو عن طريق اللجوء إلى المقاولة الداخلية ويمكن تلخيص اشكال المقاولة فيمايلي:

■ إنشاء مؤسسة من العدم (Création pure d'entreprise):

ونعني به ان لا يكون النشاط استمرارية لنفس نوع النشاط الممارس سابقا أو حتى من قبل شركة

أخرى مثال: افتتاح أعمال تجارية جديدة أو مؤسسة انتاج جديدة غير موجودة سابقا Counot

(et Mulic 2004).

■ إنشاء مؤسسة عن طريق الإفراق (La création par essaimage):

¹ بوبريتشينة، مخلوف صورية ، دور المقاولاتية في التنوع الاقتصادي الجزائري 2010-2018 ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم السياسة و العلاقات الدولية ، تخصص ادارة موارد بشرية ، جامعة مولود معمري -تيزي وزو- 2018/2019 ، ص16.

ونعني به هنا الدعم الذي تقدمه المؤسسة للعمال الأجراء لديها لإنشاء مؤسساتهم الخاصة أو شراء

مؤسسة موجودة ((Office québécois langue français (2007)).

■ شراء عمل قائم (Reprise d'entreprise):

ونعني به شراء أو ميراث لمؤسسة قائمة (Mulic et Counot 2004).

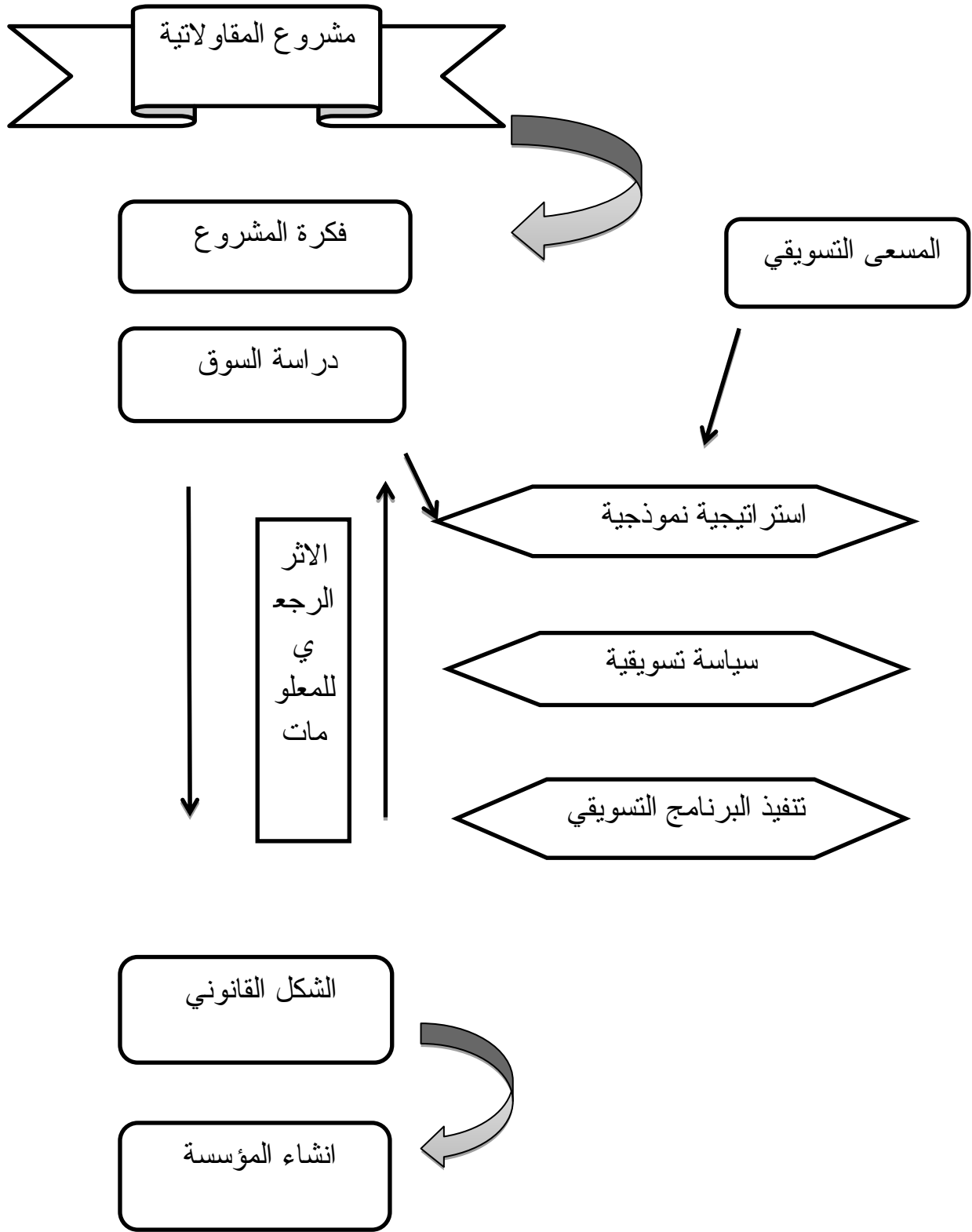
■ المقاولاتية الداخلية (L'intrapreneuriat): ونعني به مشاريع جديدة أو أنشطة جديدة أو

تطوير أنشطة حالية داخل مؤسسة قائمة بغض النظر عن حجم المؤسسة.¹

3- نموذج سيرورة المقاولاتية: يشمل هذا النموذج مجموعة مراحل.

الشكل رقم 01: نموذج سيرورة المقاولاتية

¹<https://elearning-facsceg.univ-annaba.dz/course/view.php?id=60#section-5>, 17/05/2022, 19:32



المصدر: من اعداد الطالبتين استنادا على مذكرة آمال بعيط، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه

(ل م د) في علوم التسيير، شعبة تسيير المنظمات، سنة 1121-1122، ص 9.

المطلب الثالث: المقاول الحرفية في الجزائر

المقاول الحرفية: كل مقاول تنشأ وفق أحد الأشكال المنصوص عليها في القانون التجاري الجزائري وتتوفر فيها الخصائص التالية - :

- ممارسة نشاط الإنتاج أو التحويل أو الصيانة أو التصليح أو أداء الخدمات في ميدان حرف الإنتاج والخدمات؛ -

- تشغيل عدد من العمال الأجراء الدائمين أو صناع لا يتجاوز عددهم 10 ولا يحسب ضمنهم كل من: رئيس المقاول، الأشخاص الذين لهم روابط عائلية مع الرئيس (زوج، أصول، فروع)، متمهنون لا يتعدى عددهم ثلاثة ويربطهم بالمقاول عقد تمهين؛

- تسيير الإدارة من طرف حرفي أو حرفي معلّم أو بمشاركة أو تشغيل حرفي آخر على الأقل يقوم بالتسيير التقني للمقاول في حالة عدم إمتلاك رئيسها صفة الحرفي¹.

- تعريف المؤسسة الحرفية

تعرف المؤسسة الحرفية بأنها كل مؤسسة تمارس نشاطا من نشاطات الصناعة التقليدية والحرف، وذلك إما فرديا أو في شكل مؤسسة مصغرة أو صغيرة أو متوسطة.

¹ الأمانة العامة للحكومة، الأمر رقم 01-96 المؤرخ في 10 جانفي 1996، الجريدة الرسمية، رقم 3، الجزائر، الصادرة في 14/01/1996، ص7.

السنوات	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المشاريع الحرفية	79.850	86.732	96.072	106.222	116.347	126.887	168.020	184.850

- المصدر: نشرية المعلومات الاقتصادية (2014-2015-2016-2017-2018)

- مكتب الدراسة و الاستشارة Ecotechnics

سياسة دعم قطاع المؤسسات الحرفية المعتمدة في الجزائر

إتجهت الجهود في السنوات الأخيرة إلى التركيز على توفير مختلف أشكال الدعم والشروط التي من شأنها أن تساعد على الحفاظ على النسيج الصناعي القاعدي المشكّل أساسا من المؤسسات المصغرة ذات الطابع الحرفي، ومن ثم توفير الظروف المواتية للنهوض بالقطاع؛ ولهذا فقد تم العمل على تحفيز الإستثمارات في قطاع الصناعة التقليدية والحرف من خلال تحسين المناخ الإستثماري فيه، فبعد جعل القطاع تحت وصاية وزارة المؤسسات ص وم والصناعة التقليدية، خصص له مجموعة من الآليات والبرامج والتدابير التي من شأنها المساعدة في تحقيق ذلك.¹

¹<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/495/2/1/68141>;17/05/2022;02:03.

المبحث الثاني : المقاوالاتية النسوية وفكرة مشروع NEYA

المطلب الأول : واقع المرأة المقاولة.

1- مفهوم المقاولة النسوية :

ان المقاولة بصفة عامة هي عملية انشاء واستغلال فرص العمل من طرف شخص واحد او عدة اشخاص عن طريق انشاء منظمات جديدة من اجل خلق قيمة مضافة.¹

من العوامل المسببة في ظهور المقاولة النسوية : التطورات التي يشهدها العالم حيث تزايد مؤخرًا اهتمام الدول بالمقاولة النسوية كونها احد مصادر النمو والتنمية الاقتصادية ، كما اتضح انه لا يمكن تحقيق التطور والتقدم بإقصاء المرأة المقاولة من نظام التنمية لما تحقّقه من إنجازات ونجاحات حيث فرضت نفسها في عالم المقاولة الذي لطالما عرف على انه عالم مخصص للرجال.

حسب الأستاذة عائشة تايب هناك نموذجين أساسيين للنساء المقاولات :

الأول الذي يربط دخول المرأة الى عالم الاعمال بمنظومة تقاليد عائلية ثابتة في مجال المال والاعمال مع وجود ثقافة مقاوالاتية.

¹Eric Michael Laviolette et christopheloue , les compétences entrepreneuriales le 8eme congrès international francophone : l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales , Suisse , Haute ecole de gestion Figourg ,25-27 octobre 2006, p04.

الثاني يرتبط بدخول المرأة الى عالم الاعمال كعالم جديد وكبير وغريب عنها وعن المحيط العائلي من خلال شغفها وإصرارها على انشاء مؤسستها الخاصة¹.

2- تعريف المرأة المقاولة :

ينطبق مفهوم المرأة المقاولة على كل امرأة لوحدها كانت او برفقة شريك او اكثر أسست مؤسسة اشترتها او تحصلت عليها عن طريق الإرث فتصبح مسؤولة عليها إداريا ماليا واجتماعيا وتساهم في تسييرها الجاري.²

فيمكن القول ان كلمة امراة مقاولة تشمل كل من الاتي :

- كل النساء الاتي يمارسن مهنة الاعمال المقاولاتية.
- كل امراة تتحكم وتأخذ قرارات بذاتها مستقلة وتدير مؤسسة لحسابها الخاص.

بناء على ما تقدم يمكن تعريف المرأة المقاولة على انها كل امراة تسعى الى التمكين الاقتصادي وتستغل الفرص السوقية ولديها روح المبادرة ، والقدرة والابداع لتحويل افكارها الى مشروع وممارسة مهارتها بشكل قانوني، وهي تلك المرأة التي تسهر على نجاح عملها وتطويره بدخول أسواق جديدة وتحمل المخاطر المتعلقة به ويكون هدفها النجاح والتفوق في المستقبل.³

¹ عائشة التايب، النوع وعلم اجتماع العمل والمؤسسة ، مصر، منظمة المرأة العربية ، 2011 ، ص 228.

² سلامي منيرة، التوجه المقاولاتية للمرأة في الجزائر ، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة الجزائر ، 2008 ، ص 36

³ صابرينة مغنتات، واقع المقاولاتية النسوية في الجزائر في ظل تجارب دولية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 14 العدد 16، جوان 2018.

3 خصائص المرأة المقاولة:

تتميز المرأة المقاولة عن غيرها من النساء فيما يلي¹

➤ خصائص شخصية :

- الثقة في النفس.
- روح المبادرة والبحث عن فرص جديدة.
- التميز والكفاءة فمن المهم ان يكون لديها الهام في العمل الذي تقوم به.
- الابداع والابتكار.
- القدرة على تحمل المخاطر والصعوبات.
- تحمل المسؤولية والرغبة في الحصول عليها.

➤ خصائص اجتماعية :

- امكانية التوفيق والتفريق بين الحياة العملية والحياة الخاصة.
- بيئة اسرية مشجعة وداعمة.
- المرونة في التعامل مع الأشخاص.

➤ خصائص تعليمية وذهنية :

¹ شلوف فريدة، المرأة المقاولة في الجزائر، دراسة سوسولوجية، مذكرة ماجستير في علم اجتماع تنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة، 2009، ص-ص 54-55.

- مستوى تعليمي يمكنها من احتياز العوائق.
- سرعة الاستيعاب والفهم باعتبارها منبع الأفكار الجديدة والمدبرة والمخططة.
- إمكانية النظر البعيد للمؤسسة والتخطيط وفق ذلك.
- القدرة على الربط بين الأنشطة والوظائف ضمن كيان المقاولة.

➤ خصائص تنظيمية :

- القدرة على التحكم في الوقت وإدارته لصالح المؤسسة
- قدرة التعرف على نوعية وطبيعة النشاط ومستلزماته المناسبة وكذا الأخذ بعين الاعتبار التوافق الذي يجب ان يكون بين مهاراتها ومواصفات العمل.

4- العوامل المحددة للتوجه المقاولاتي للنساء:

ان توجه المرأة لعالم المقاولة لا يعتمد فقط على الحصول على الاستقلال المادي بل يتحدد أيضا بمجموعة من العوامل التي من شأنها تشجيع او تقليص الاستعدادات المقاولاتية عند المرأة والتي نلخصها كما يلي:¹

أ. الخبرة : ان الخبرة الملائمة عنصر جد مهم في المسار المقاولاتي أي منذ تحديد الفكرة الى غاية التسيير الفعلي للمؤسسة، وحسب نظرية الراس المال البشري فكلما كان هذا الأخير يتكون من اشخاص ذو مستوى علمي مرتفع كلما كان تنفيذ المهام سهل.

¹ محمد امين بربري، نحو تبشيرة المرأة المقاولاتية في الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، جامعة الجزائر، 3، المجلد 8، الجزائر، 2017.

ب. تقليد نموذج مقاول : بينت الدراسات انه يوجد رابط قوي بين وجود نموذج مقاول في المحيط

وبروز مقاولين جدد، كما انه جنس له تأثير كبير حيث يتأثر الافراد في اختياراتهم

وطموحاتهم من اشخاص من نفس جنسهم أي ان المرأة تتأثر اكثر بالمرأة المقاولة.

ج. الموارد المالية : فمن المعلوم انه كل شخص يريد انشاء مؤسسة يجب ان يمتلك السيولة الكافية

لذلك وان قيمة راس المال هي التي تحدد حجم المشروع في بدايته، فمن الممكن ان يكون

المورد المالي دافعا أساسيا للمرأة لبدء مشروعها لاستثمار واستغلال أموالها.

د. المحفزات الشخصية : لاعطاء القيمة للعلم الذي اكتسبته بالتكوين والخبرة والانفتاح للحصول

على الاستقلالية الذاتية وتحسين نوعية المعيشة واثراء الحياة الاجتماعية بمضاعفة المقابلات

والعلاقات.

هـ. العوامل النفسية : حسب علم النفس لكي يتجه الفرد نحو المقاولة لا بد ان تتدخل في حياته

اثارة نفسية قوية عدم الامن الاجتماعي الحرمان من الحياة الاجتماعية عدم الرضا في العمل

،فان مثل هذا الانشقاق النفسي يولد حالة من الخوف وأخيرا حاجة ملحة وإرادة صارمة

للنجاح.

و. الدوافع الاجتماعية والثقافية : تتولد من العائلة والنظام التربوي فالعائلة تؤثر على توجه الفرد

ز. لإنشاء مؤسسة، خاصة اذا كان احد الابوين مقاول بالإضافة الى ذلك شبكة علاقات

ومعارف الفرد.

ح. الأساس الإقليمي : الإقليم وبالتسهيلات التي يمكن ان يقدمها يآثر على العمل والمسار المقاولاتي وذلك يتمثل في قرب مراكز، و مصادر الكفاءات مجتمع متفتح للمبادرات الفردية وجود مؤسسات راس المال والمنظمات المالية النشاطات المسبقة والملحقة المتولدة من شبكات المؤسسات المتواجدة.

ط. العوامل السياسية : تكمن في مجهودات الدولة فيما يخص الترقية النسوية ورصد برامج تساعد على تشجيع الافراد وخاصة المرأة على الدخول لمجال المقاول.

إحصائيات حول النساء المقاولات في الجزائر:

➤ : ANGEM الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر

أنشئت الوكالة الوطنية للقرض المصغر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 تعمل على تقديم سلفيات بنكية صغيرة مضمونة من طرف الدولة لإقامة مشاريع صغيرة وتهدف الى تشجيع العمل الذاتي خاصة لفئة النساء الماكثات بالبيت.

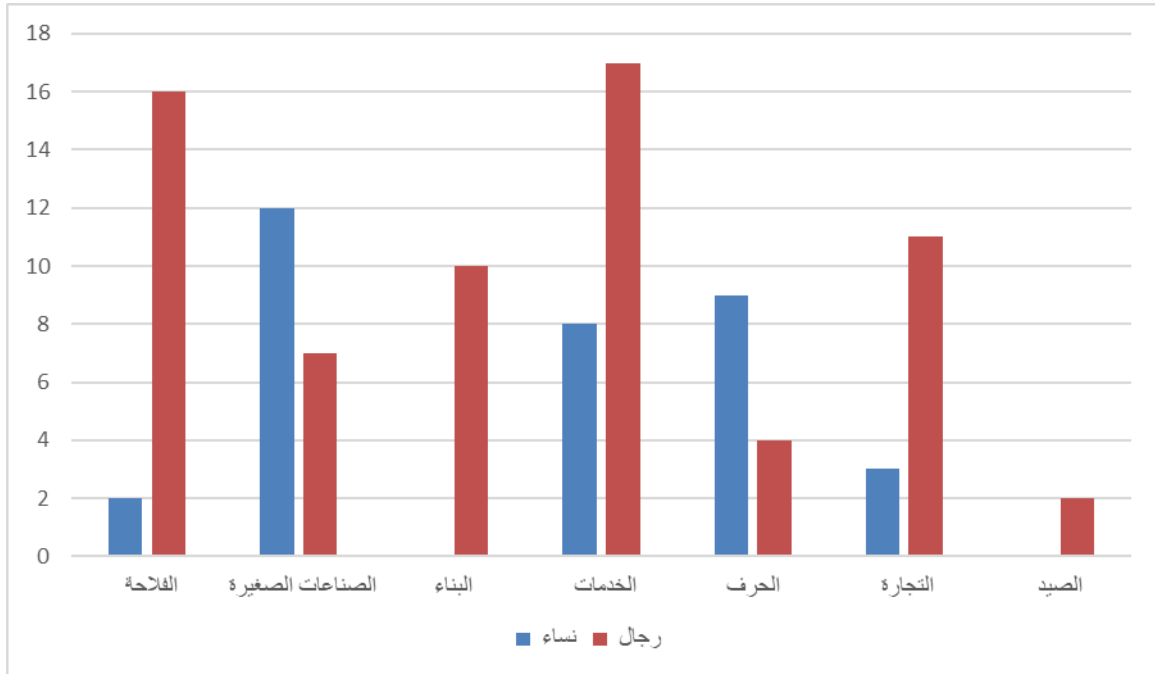
الجدول رقم 1: يمثل عدد القروض المصغرة الممنوحة للنساء والرجال خلال 3 السنوات الأخيرة

عدد القروض الممنوحة	عدد القروض الممنوحة للنساء	عدد القروض الممنوحة للرجال
79531	51237	28294

من اعداد الطلبة المصدر : موقع ANGEM

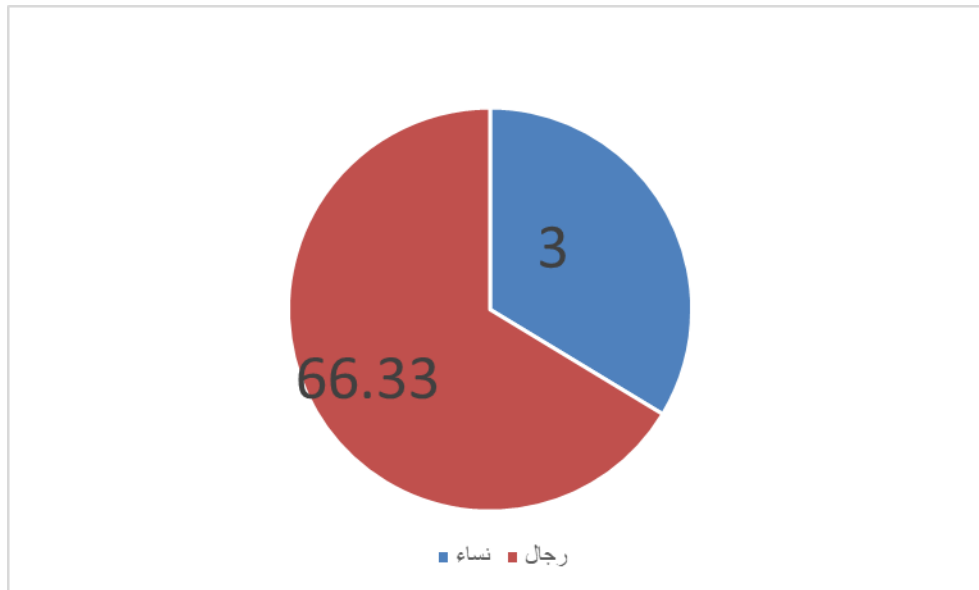
الشكل رقم 2: يمثل أعمدة بيانية لعدد المشاريع الممولة حسب القطاعات بالنسبة للنساء والرجال

من طرف ANGEM لسنة 2021:



المصدر موقع ANGEM

الشكل رقم 03: يمثل النسبة المئوية لعدد المشاريع الممولة بالنسبة للجنسين :



الجدول رقم 2 يمثل احصائيات المقاولاتية في الجزائر حسب الجنس والعمر الى غاية 2021:

الفئات العمرية	رجال	نساء	المجموع	النسبة المئوية للمقاولاتية النسوية
18-19 سنة	848	54	902	0.04
20-28 سنة	129023	6702	135725	4.56
29-38 سنة	559047	29358	055884	19.98
39-48 سنة	536227	37692	573919	25.65
49-58 سنة	300043	35785	335828	24.36
59-68 سنة	118341	19973	138314	13.59
69 سنة واكثر	66222	17361	83583	11.82
المجموع	1709751	146925	1856676	100

المصدر: المركز الوطني للسجل التجاري، مؤشرات واحصائيات، 2021 ص 49

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه ان اكبر نسبة للمقاولاتية النسوية تملكها النساء التي تتراوح

أعمارهم بين 39 الى 48 سنة بنسبة 25.65 تليها الفئة العمرية 49-58 سنة بنسبة 24.36 بينما

الفصل الأول:

الإطار النظري للمقاولاتية وواقع المرأة المقاول

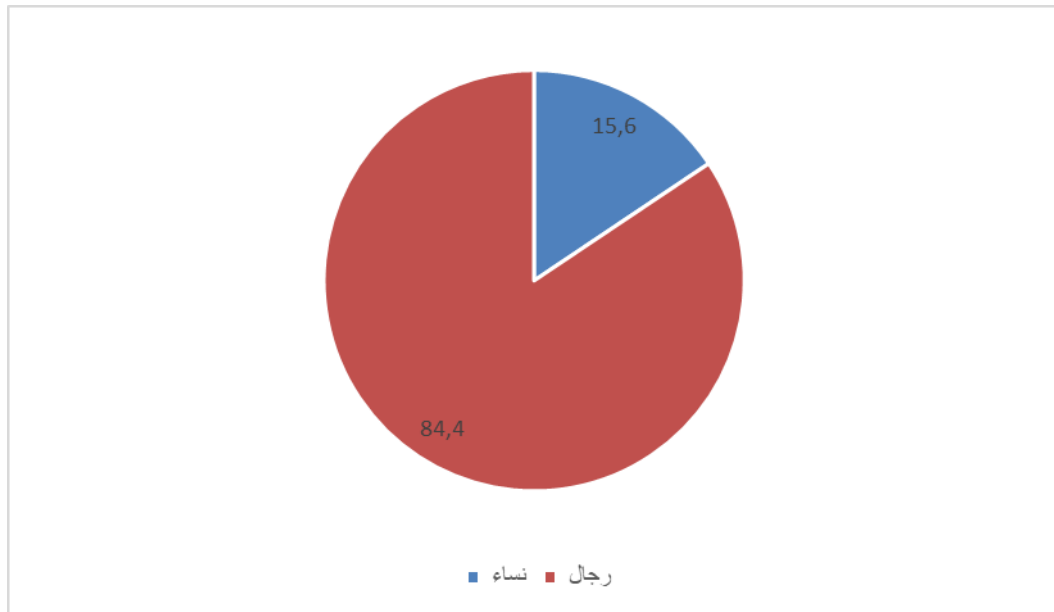
اضعف نسبة هي للنساء بين 18-19 سنة والمقدرة ب 0.04 وهذا قد يعود الى ان النساء في هذا السن يكون اهتمامهم منصب على الدراسة اكثر من العمل وتبقى النسب ضعيفة مقارنة بالفئة الرجالية.

الجدول 3 يمثل تصنيف المؤسسات الممولة حسب الجنس.

الجنس	عدد المشاريع	عدد مناصب الشغل
رجال	433	131
نساء	80	125

المصدر: الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية لتلمسان

الشكل رقم 04: يمثل النسبة المئوية لعدد المشاريع الممولة للجنسين



المصدر من اعداد الطلبة

المطلب الثاني : تقديم مشروع NEYA

فكرة المشروع :

ان المادة الأولية والأهم بالنسبة للمقاول هي أفكاره وتنشأ هذه الفكرة من الشعور بالحاجة والرغبة في تلبيةها ثم عرضها في السوق وكذا تطويرها.

فكرة مشروعنا هي "صناعة زينة الحلويات بكل انواعها" نظرا لكثرة استعمالها في وقتنا الحالي وخاصة ان في مجتمعنا نقدم الحلويات في كل المناسبات، الا ان أنواع الزينة محدودة في السوق فنجد العديد من النساء يفضلن صناعة الزينة بنفسهن على ان يشترينها جاهزة، و ذلك لعدم توفر ما يناسب حلوياتهن او ذوقهن، فجاءت فكرة NEYA لتلبية حاجة المستهلك بهدف إرضاء جميع الاذواق بحيث تكون الزينة متكونة من مادة أولية واحدة فقط وهي عجينة السكر وتأخذ مختلف الاشكال والاحجام والألوان من اشكال كرتونية وزهور ومجسمات وتزيين حلويات كل المناسبات ، وسنعمد على التغليف الجذاب والسعر المناسب لجميع فئات المجتمع فهو مشروع يستهدف محبي صنع الحلويات الجميلة على ان يتوسع في المستقبل ويوسع من شريحة المستهدفة.

تجسيد الفكرة :

من اجل تجسيد المشروع على ارض الواقع نحتاج لمورد مادي مالي وبشري للحصول على منتج مرضي وذلك وفق نموذج مبدئي يتمثل في :

شراء المادة الأولية المتمثلة في عجينة السكر بالوان مختلفة ، صنع اشكال متعددة من هذه الأخيرة باستعمال قوالب بلاستيكية او من مادة السيليكون نتركها للهواء لبضع ساعات كي تستريح ثم نعلبها ونوضبها وتصبح جاهزة للبيع.

لن نحتاج لعمال كثيرين في بداية المشروع لأننا لن ننتج بكم هائل والعمل سيكون يدوي.

نحتاج لورشة صغيرة وقد اعتمدنا في ذلك على ملكية خاصة في تلمسان لتفادي التكاليف وكبداية سنبيع منتوجاتنا للمحلات المختصة في بيع مستلزمات الحلويات وبعد ذلك سيتوسع نشاط وانتاج المؤسسة في مجالات أخرى وبكميات اكبر.

الجدول رقم 4 يمثل : business model canvas

الشراكات الرئيسية	الأنشطة الرئيسية	القيم المقترحة	العلاقات مع العملاء	شرائح العملاء..
موردو المواد الأولية موردو المعدات محلات بيع مستلزمات الحلويات	زينة صناعة الحلويات باستعمال عجينة السكر الترويج للمنتوج	خيار واسع في الاشكال والأنواع	الاشهارات عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.	صانعي الحلويات المختصين هواة صناعة الحلويات
	الموارد الرئيسية		القنوات	
	مراب معدات مادة أولية يد عاملة		محلات بيع مستلزمات الحلويات	
هيكل التكاليف			مصادر الإيرادات	
المعدات. المادة الأولية مواد التغليف الضرائب والتأمينات مصاريف الكهرباء والماء مصاريف الصيانة			الأرباح من المبيعات	

المصدر: من إعداد الطالبتين

خلاصة الفصل الأول :

انقسم هذا الفصل الى شقين أولهما كان مدخل لدراسة شاملة عن مفهوم المقاولة واشكالها كما تطرقنا الى مفاهيم حول المرأة المقاولة والقيادة النسوية، واهم الصفات التي تميزها وتوصلنا الى ان المرأة المقاولة الناجحة هي التي بإمكانها تجسيد فكرتها على ارض الواقع رغم كل المعوقات المادية والمعنوية كما سلطنا الضوء على المؤسسات الداعمة الموجودة، اما الشق الثاني فعرضنا فيه فكرة مشروعنا و كيفية تجسيده.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: دراسة جدوى مشروع NEYA

مقدمة الفصل الثاني

لتجسيد فكرة المشروع على ارض الواقع يستوجب على حاملها القيام ببعض الدراسات والخطط والتقييمات للتمكن من تحقيق أهدافه لذا ارتأينا ان نخصص هذا الفصل للدراسة السوقية الخاصة بمشروعنا وذلك من خلال تحليل الاستبيان الذي مكنا من جمع المعلومات اللازمة للمشروع و متطلباته وسنتطرق أيضا الى الية التمويل الخاصة بمشروعنا.

المبحث الأول : دراسة السوق.

المطلب الأول : مفاهيم حول دراسة السوق.

1 مفهوم السوق :

تعرف السوق على انها الحيز أو المكان الذي يلتقي فيه بائعو السلع أو الخدمات مع مشتريها سواء كان في المكان نفسه أو عبر وسائل الاتصال، وهذا الحيز يمكن أن يكون قرية أو حياً أو مدينة أو قطراً أو إقليمياً وقد يشمل العالم بأسره.¹

طبقاً للمفهوم الاقتصادي فان السوق هو نقطة البداية الطبيعية لاي نشاط اقتصادي، وقد يعبر عن المكان والموقع او الوقت الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل أنواع معينة من السلع والخدمات.

من الناحية التسويقية فللسوق تعريف اخر فهو مجموعة المشترين الحاليين والمرقبين الذين تتوافر لديهم الرغبة في المنتج او الخدمة، أي هو عبارة عن رغبات وحاجيات المستهلك وتعبر عن نوع المنتج.²

فبصفة عامة يتمثل السوق في العلاقات المتبادلة بين المتعاملين فيه الذين تتلاقى رغباتهم المتمثلة في تبادل السلع والخدمات المتنوعة من حيث طلبها او عرضها، وفي وقتنا الحالي لم يعد السوق منحصرًا في

¹<https://drcblida.dz/index.php/ar/2017-01-30-10-00-45> consulté le 21.03.2022 à 22 25.

²الدكتورة فريجة ليندة، دروس مطبوعة دراسة السوق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قلمة. 2014*2015، ص16

مكان جغرافي محدد بسبب تطور وسائل الاتصال بحيث أصبحت التعاملات واسعة المجال ومثال حي عن ذلك هو الانترنت التي أصبحت سوق عالمية تربط كافة أسواق العالم.¹

2 مفهوم دراسة السوق :

هي مجموعة من الأدوات والتقنيات لجمع وتحليل ثم تفسير المعطيات المتعلقة بالأسواق المرتبطة بالمؤسسة وذلك بالبحث عن معطيات كمية ونوعية لسوق معينة، ومن ثم اتخاذ قرارات التسويق المبنية طرق ومناهج صحيحة للمحافظة على استمرار وتطور المؤسسة.²

3 أهمية الدراسة التسويقية :

عندما نفكر في بدء مشروع جديد فإننا قد نفاضل بين مجموعة من الافكار او قد يكون لدينا فكرة نؤمن بها او نراها جيدة ونريد تنفيذها، وهذه هي

المرحلة المبدئية والتي يجب فيها دراسة الفكرة او مجموعة من الافكار التي توصلنا اليها من حيث مدي ملائمتها للموارد المتاحة لدينا ولا مكانياتنا وقدراتنا

المالية والادارية وغيرها، والخطوة التالية هي اعداد دراسة السوق وتحديد شريحة او شرائح العملاء المستهدفين او بمعنى اسهل تحديد العملاء

الذين ستقدم لهم السلعة او الخدمة، وتكمن اهمية دراسة السوق في انها تمكن صاحب المشروع من معرفة نقاط هامة جداً نذكرها فيما يلي :

¹ زينب حسين عوض الله، مبادئ علم الاقتصاد، دار الجامعة الجديدة، 2004، ص 225

² الدكتورة فريجة ليندة، دروس مطبوعة دراسة السوق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، 2014*2015، ص 16

تحديد المحيط الكلي للمؤسسة الذي يشمل المحيط القانوني الاقتصادي والتكنولوجي .

تقييم فكرة المشروع وإعطاء تلميحات عن مقدار الوقت والجهد الواجب استثماره في تجسيد الفكرة.

وصف السوق وتحديد حجمها وتقسيمها بين فئات المستهلكين المختلفة.

دراسة الطلب المتوقع على البضاعة.

التعرف على المستهلكين المتوقعين وسلوكهم الشرائي بصفة عامة.

دراسة الحالة التنافسية التي يمكن ان يشهدها المنتج في الأسواق المختلفة.

دراسة المنافسين وذلك من خلال معرفتهم وتحليل الاستراتيجيات التي يتبعونها وتحليل عرضهم وطلبهم

ونواتجهم.

اكتشاف الفجوات والعيوب والثغرات التي لم يتم اكتشافها من قبل المنافسين وتمكن صاحب المشروع

من اكتساب مكانة في السوق.

معرفة طبيعة البيئة التي يعمل فيها المشروع من حيث المناخ الاقتصادي والسياسي والثقافي¹

معرفة أسعار السلع المختلفة ووضع العرض والطلب ومعرفة اتجاهات السوق.

دراسة السياسات السعرية.

¹ صندرة سايبى، محاضرات في انشاء مؤسسة جامعة قسنطينة - عبد الحميد مهري، 2014-2015، ص 19 ص 20

رفع حصة السوق وتغطية الأسواق الجديدة.

اكتشاف شريحة جديدة من العملاء.

تقدير احتمالات الطلب ومدى استيعاب المتوج الجديد في الأسواق.

التقليل من المخاطر التي قد تلحق بالمؤسسة.

دراسة التقلبات الموسمية لمبيعات السلعة لمعرفة مدى حساسيتها.

دراسة النتائج العامة للحملات الاشهارية.¹

الدراسية السوقية لمشروع neya.المطلب الثاني :

بعد إيجاد الفكرة ودراستها يجب التأكد من نجاحها وليس هناك انجع من التقرب من المستهلك وذلك

بطريقة مباشرة، والأداة المناسبة لدراستنا هي تحليل الاستبيان، لانه يعتبر الأسلوب المباشر لمعرفة

احتياجات وخصائص الزبائن، وسنمر عبر عدة خطوات تتمثل في :

1. تحليل أداة الدراسة :

قمنا بإنجاز استمارة الاستبيان بناء على ما ورد في دراستنا والنصائح المقدمة من طرف الأستاذة

المؤطرة. بلغ عدد الأسئلة 19 وتم تقسيم الاستبيان الى جزئين :

¹ يحه عيسى، لعلاوي عمر، بلحيمر إبراهيم "تحليل السوق"، دار الخلد ونية للنشر والتوزيع الجزائر، الطبعة الأولى، السنة 2007

الجزء الأول.. يهتم بتسويق المنتج حيث خصصت الأسئلة فيه لمعرفة مدى قابلية الفكرة للتجسيد على أرض الواقع وأيضاً شروط تجسيدها من خلال معرفة اذواق الزبائن واحتياجاتهم وأي إضافات واقتراحات جديدة وقدرتهم المالية واين يفضلون ان يكون المنتج.

الجزء الثاني : خصص هذا الجزء للأسئلة الشخصية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في الجنس،

العمر، الدخل الشهري والحالة الاجتماعية.

ب. حدود الدراسة : هناك 3 حدود:

الحدود الزمانية : أجريت الدراسة في السداسي الثاني من السنة الجامعية 2021 _ 2022

و كانت مدة توزيع وجمع البيانات خلال 20 يوم.

الحدود المكانية : بما ان المشروع بولاية تلمسان فخصصت الدراسة بمدينة تلمسان فقط.

الحدود البشرية : استهدف هذا الاستبيان كل الشرائح الاجتماعية والعمرية.

ج. مجتمع الدراسة :

استهدفت الدراسة جميع الشرائح الاجتماعية والعمرية للأفراد فقد مست الموظفون والنساء الماكثات بالبيت والطلبة وقد بلغ عددهم 97 شخص.

د. أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة :

قمنا بطبع عدة نسخات من الاستبيان ووزعناها على افراد عائلتنا ومعارفنا وكانت اجابتهم فورية

باستخدام التوزيعات التكرارية والدوائر النسبية. قمنا بصياغة الإجابات عن طريق ال word

و كانت نتائج الاستبيان كالآتي:

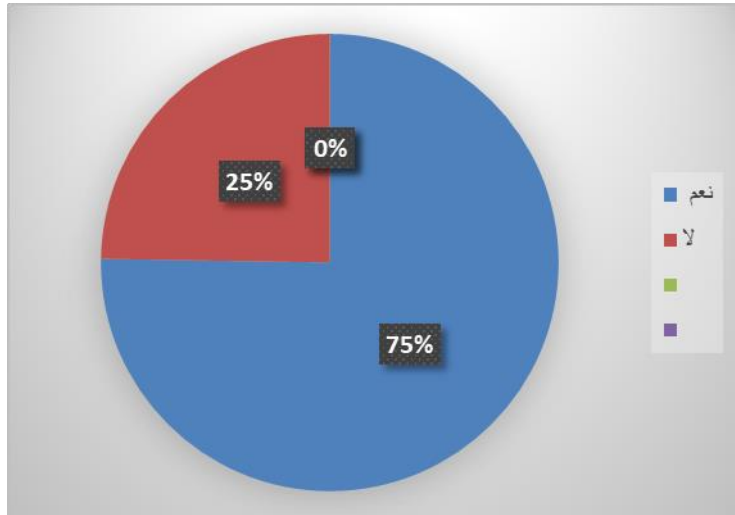
1 avez vous déjà utilisé des décorations en pate a sucre pour vos gâteaux ?

الجدول رقم 05: يمثل عدد الأشخاص الذين استعملوا زينة الحلويات المصنوعة من عجينة السكر لتزيين حلوياتهم.

المجموع	لا	نعم	
97	24	73	عدد الاشخاص
% 100	% 24.74	% 75.26	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم 05: يمثل عدد الأشخاص الذين استعملوا زينة الحلويات المصنوعة من عجينة السكر لتزيين حلوياتهم.



من اعداد الطالبين

نلاحظ ان 80% من الأشخاص قد استعملوا زينة الحلويات المصنوعة من عجينة السكر.

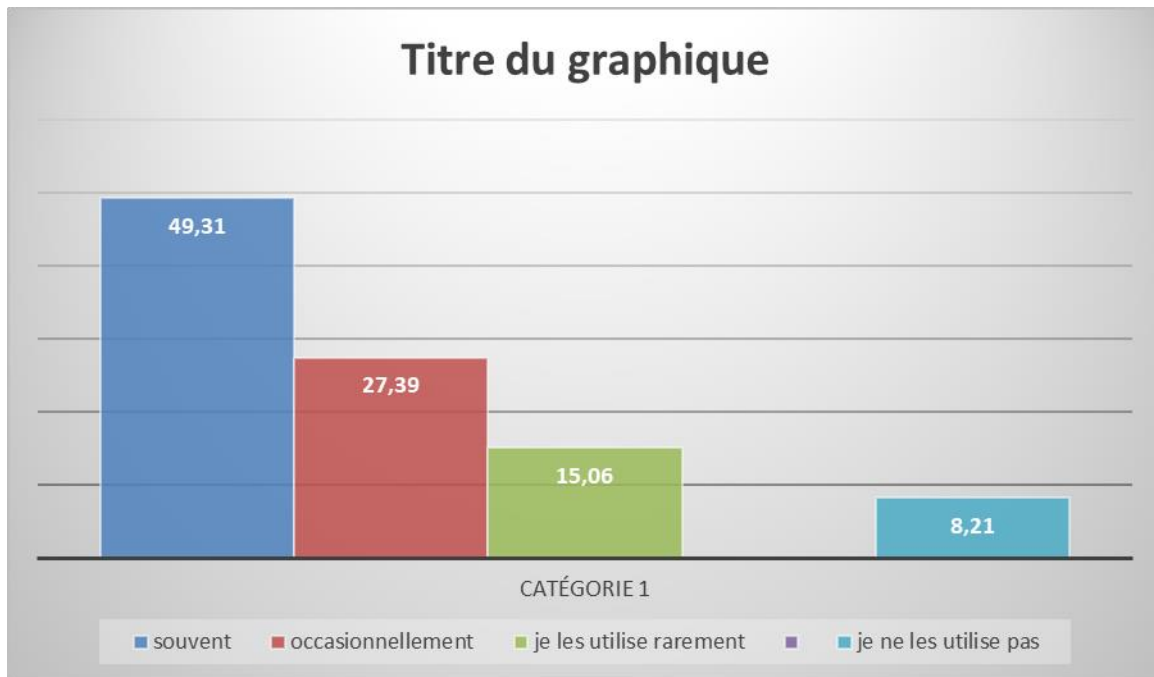
2 si oui a quelle fréquence utilisez-vous les décorations en pate a sucre ?

جدول رقم 06: يمثل عدد المرات التي يتم فيها استعمال زينة الحلويات من قبل الأشخاص الذين اجابوا بنعم على السؤال الأول

Total	Je ne les utilise pas	Je les utilise rarement	Occasionnellement	Souvent	
73	6	11	20	36	عدد الأشخاص
100%	8.21%	15.06%	27.39%	49.31%	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 06: يمثل عدد المرات التي يتم فيها استعمال زينة الحلويات من قبل الأشخاص الذين اجابوا بنعم على السؤال الأول



من اعداد الطالبين

نلاحظ ان 49.31% من الأشخاص يستعملون كثيرا زينة الحلويات

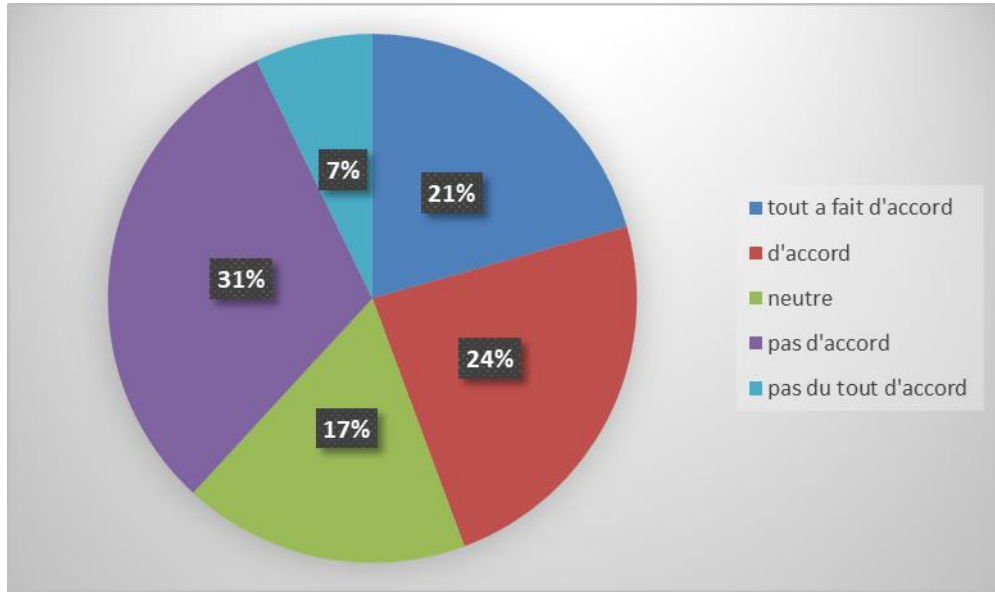
3 Etes vous d'accord avec la proposition suivante : il y a assez de choix de décorations en pate a sucre sur le marché.

الجدول رقم 07: يمثل اراء الأشخاص حول وجود خيار واسع في زينة الحلويات في السوق.

Total	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout a fait d'accord	
97	7	30	17	23	20	عدد الاشخاص
% 100	% 7.21	% 30.92	% 17.52	% 23.71	% 20.61	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 07: يمثل اراء الأشخاص حول وجود خيار واسع في زينة الحلويات في السوق



من اعداد الطالبين:

نلاحظ ان نسب الأشخاص الذين يظنون ان هناك خيار واسع في السوق متقاربة اما الأغلبية تقول انه

ليس هناك خيار واسع.

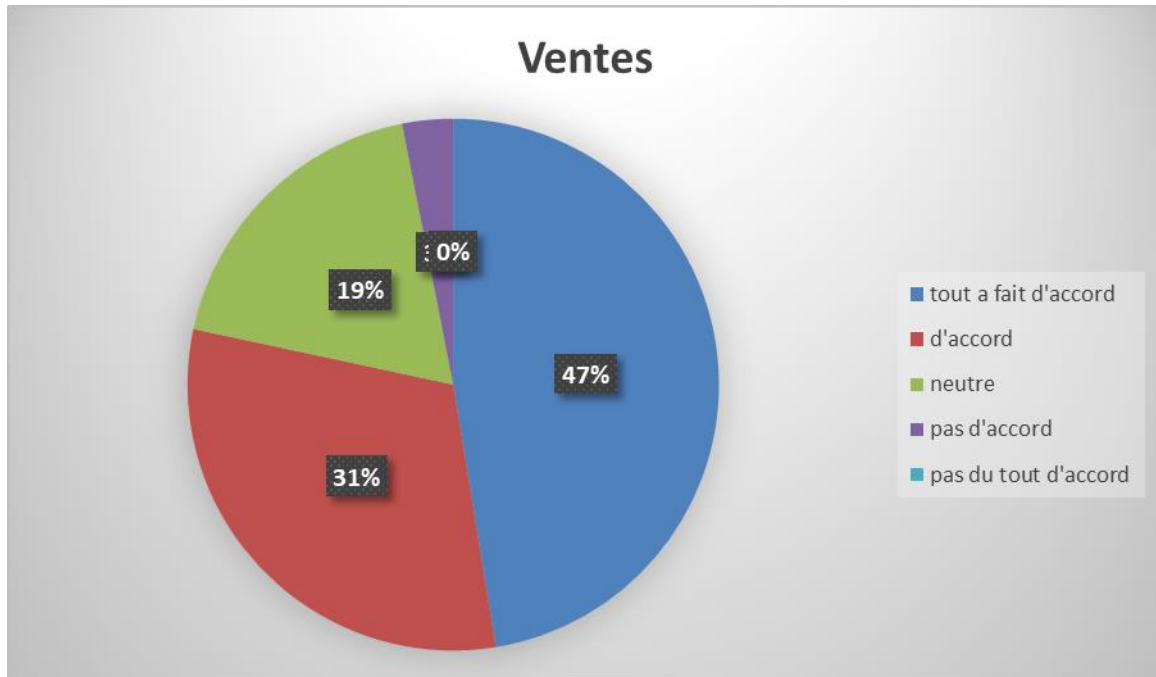
4 si l'on vous propose des décorations en pate a sucre a thèmes suivant vos occasions seriez vous :

الجدول رقم 08: يمثل اراء الأشخاص حول تقديم منتوجات لزيينة الحلويات تتناسب مع جميع المناسبات.

Total	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout a fait d'accord	
97	0	3	18	30	46	عدد الاشخاص
%100	0	%3.09	%18.55	%30.92	%47.42	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 08: يمثل اراء الأشخاص حول تقديم منتوجات لزيينة الحلويات تتناسب مع جميع المناسبات



من اعداد الطالبين

نلاحظ ان اغلبية الأشخاص تاييد فكرة وجود زينة للحلويات مناسبة لجميع المناسبات

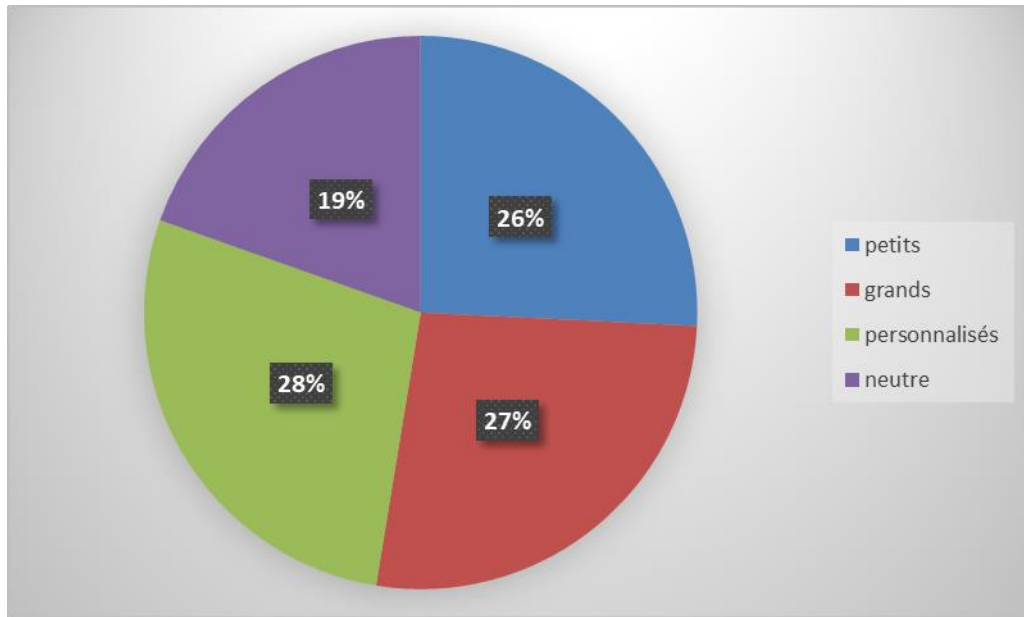
5 pour vos décorations vous préférez des motifs :

الجدول رقم: 09 يمثل اراء الأشخاص وتفضيلاتهم حول حجم المنتج

Total	Neutre	Personalises	Grands	Petits	
97	19	27	26	25	عدد الاشخاص
% 100	% 19.58	% 27.83	% 26.8	% 25.77	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 09: يمثل اراء الأشخاص وتفضيلاتهم حول حجم المنتج



من اعداد الطالبين

يوضح الشكل ان النسب متقاربة وبالتالي الآراء مختلفة فيما يخص حجم الزينة

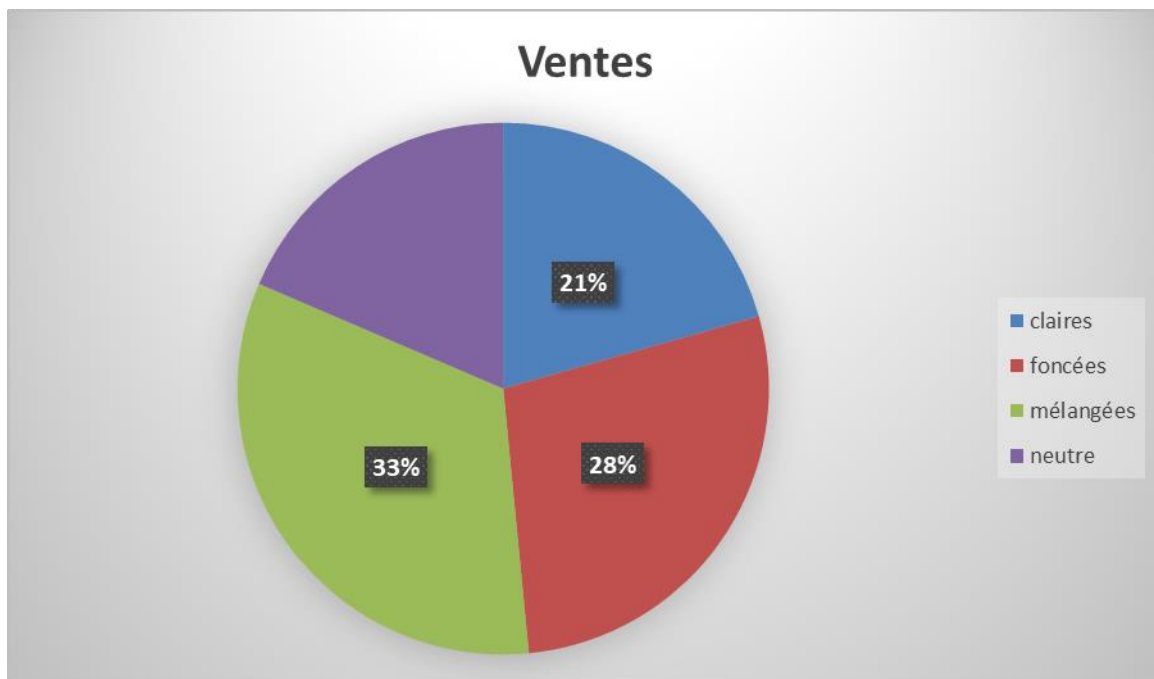
6 pour vos décorations vous préférez des couleurs :

الجدول رقم 10: يمثل آراء الأشخاص وتفضيلاتهم حول حجم المنتج

Total	Neutre	Mélangées	Foncées	claires	
97	18	32	27	20	عدد الأشخاص
% 100	% 18.55	% 32.98	% 27.83	% 20.61	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 10: يمثل آراء الأشخاص وتفضيلاتهم حول حجم المنتج



من اعداد الطالبين

كما هو موضح في الشكل فان الآراء حول الألوان مختلفة أيضا فلا يوجد فارق كبير في التفضيلات.

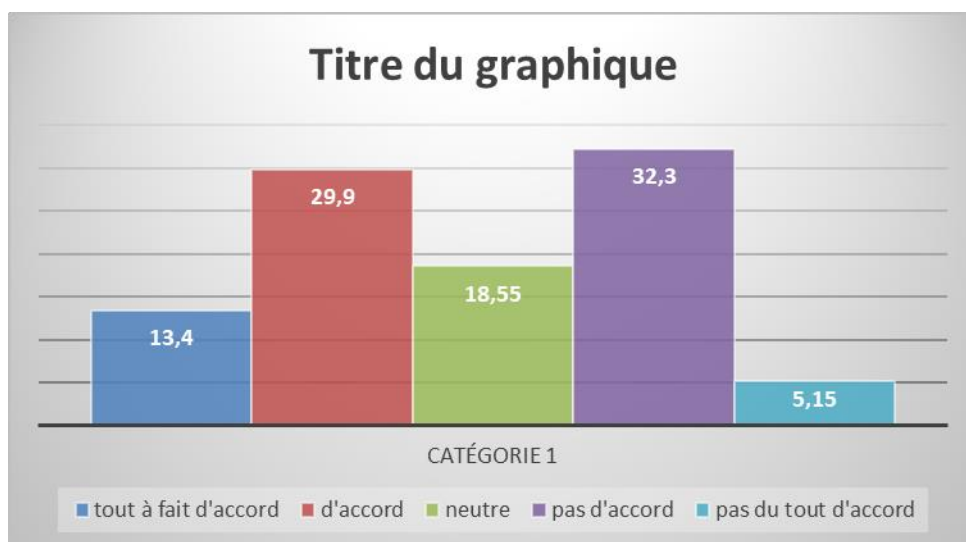
7 seriez vous d'accord si les décorations étaient aromatisées :

الجدول رقم 11: يمثل اراء الأشخاص حول تقديم منتوجات معطرة

Total	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	neutre	D'accord	Tout a fait d'accord	
97	5	32	18	29	13	عدد الأشخاص
100%	5.15%	32.3%	18.55%	29.9%	13.4%	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 11: يمثل اراء الأشخاص حول تقديم منتوجات معطرة



من اعداد الطالبين

نلاحظ ان 32.3% من الأشخاص لا يفضلوا ان تكون الزينة منكهة وهي نسبة تمثل الأغلبية

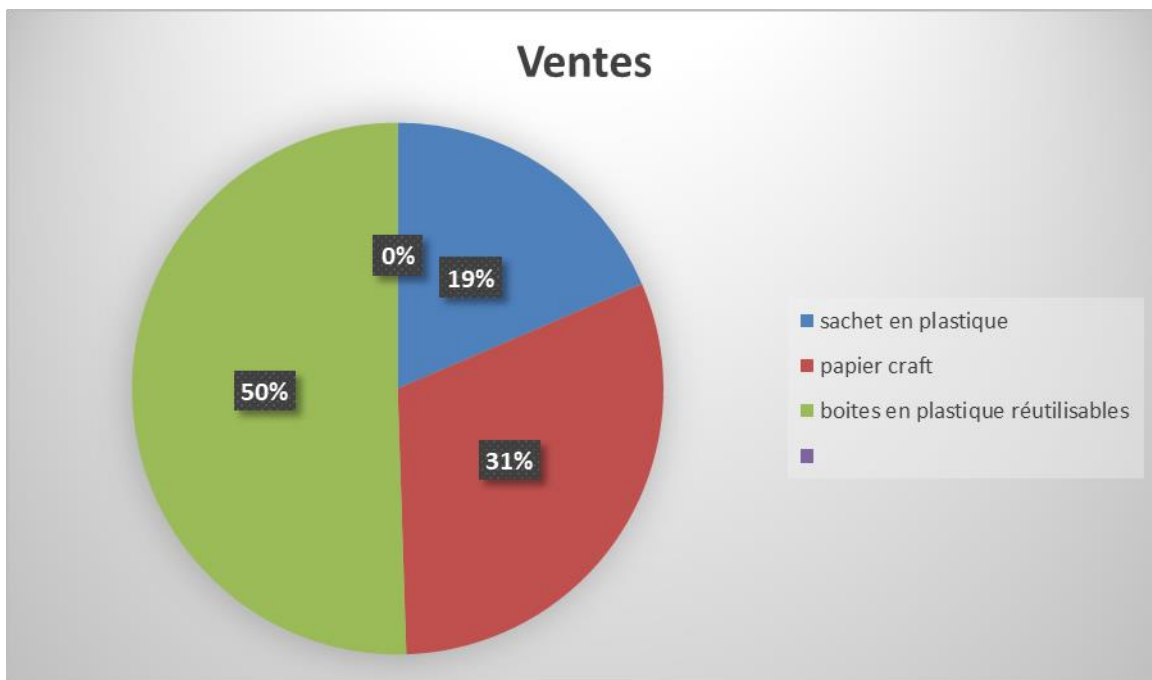
8 vous préférez que l'emballage de vos decorations soit en :

الجدول رقم 12: يمثل اراء الأشخاص حول مادة تغليف المنتج

total	Boites en plastique réutilisables	Papier craft	Sachet en plastique	
97	49	30	18	عدد الاشخاص
% 100	% 50.51	% 30.92	% 18.55	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 12: يمثل اراء الأشخاص حول مادة تغليف المنتج



من اعداد الطالبين

50% من الاشخاص فضلوا ان تكون العلب من البلاستيك وان تكون قابلة للاستعمال مرة أخرى

وذلك لعدم التبذير.

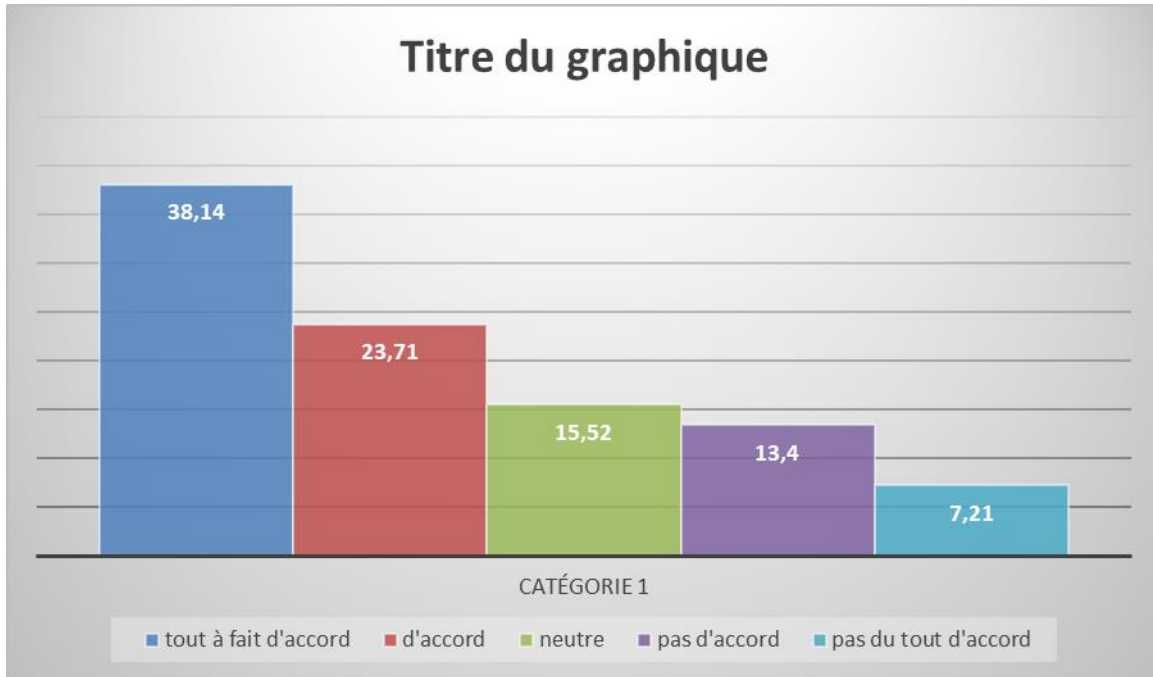
9 Si les paquets proposes contiendront 15 unités vous serez :

الجدول رقم 13: يمثل اراء الأشخاص حول كمية المنتج في العبوة الواحدة

Total	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	neutre	D'accord	Tout à fait d'accord	
97	7	13	17	23	37	عدد الأشخاص
%100	%7.21	%13.4	%15.52	%23.71	%38.14	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 13: يمثل اراء الأشخاص حول كمية المنتج في العبوة الواحدة



من اعداد الطالبين

كما نرى في الشكل 38.14% من الأشخاص موافقون جدا على فكرة وجود 15 وحدة في العبوة.

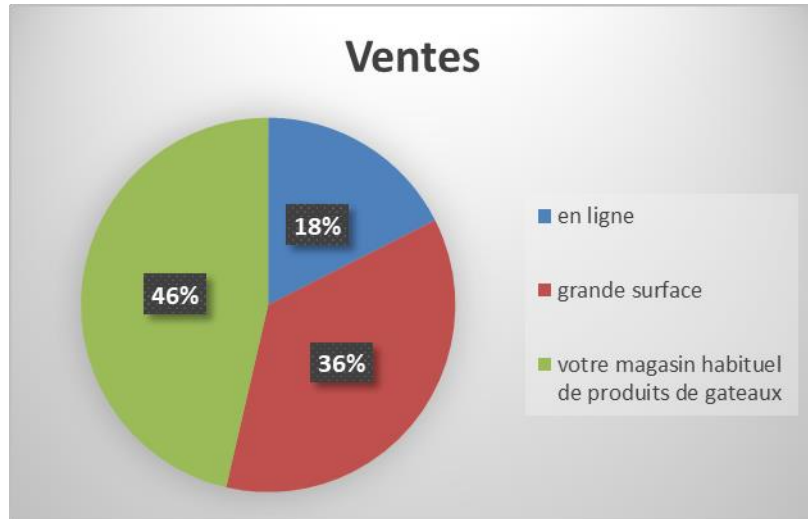
10 quel est l'endroit qui vous arrange le plus pour vous procurer les décorations en pate à sucre :

الجدول رقم 14: يمثل اراء الأشخاص حول مكان شراء المنتج

Total	Votre magasin habituel de produits de gateaux	Grande surface	En ligne	
97	45	35	17	عدد الاشخاص
% 100	%46.39	%36.08	%17.52	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 14: يمثل اراء الأشخاص حول مكان شراء المنتج



من اعداد الطالبين

36% من الأشخاص مؤيدين لفكرة وجود المنتج عند بائعي مستلزمات الحلويات فذلك يجعل

الامر سهلا عندما نعرف انه بإمكاننا ان نشترى جميع لوازم الحلويات من مكان واحد.

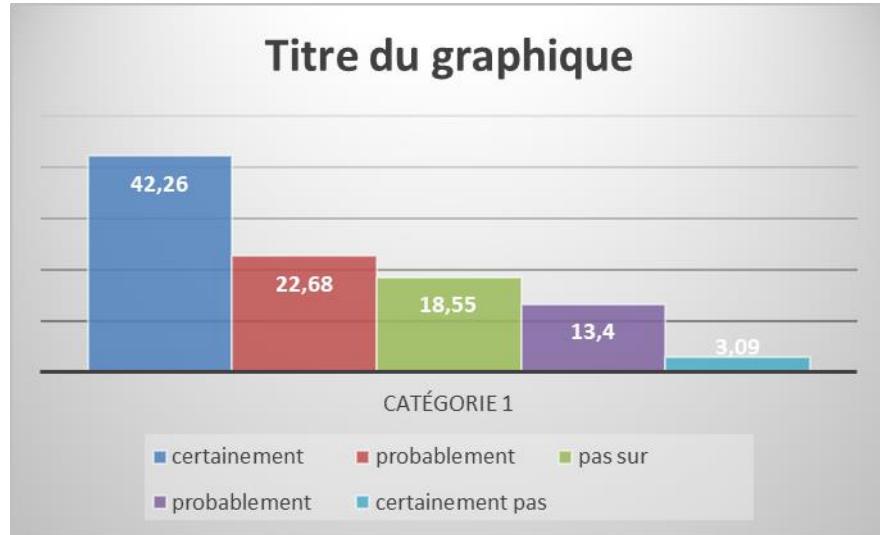
11 que feriez vous si vous trouvez les décorations en pate a sucre dans votre magasin habituel de produits de gâteaux :

الجدول 15: رقم يمثل استعدادات الأشخاص لشراء المنتج :

Total	Je ne l'achèterai certainement pas	Je ne l'achèterai probablement pas	Je ne sais pas si je l'achèterai	Je l'achèterai probablement	Je l'achèterai certainement	
97	3	13	18	22	41	عدد الاشخاص
100 %	%3.09	%13.4	%18.55	%22.68	%42.26	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 15: يمثل استعدادات الأشخاص لشراء المنتج.



من اعداد الطالبين

كما هو موضح في الشكل 42.26% ياكدون شراء المنتج اذا صادفوه في المتجر المعتادين عليه.

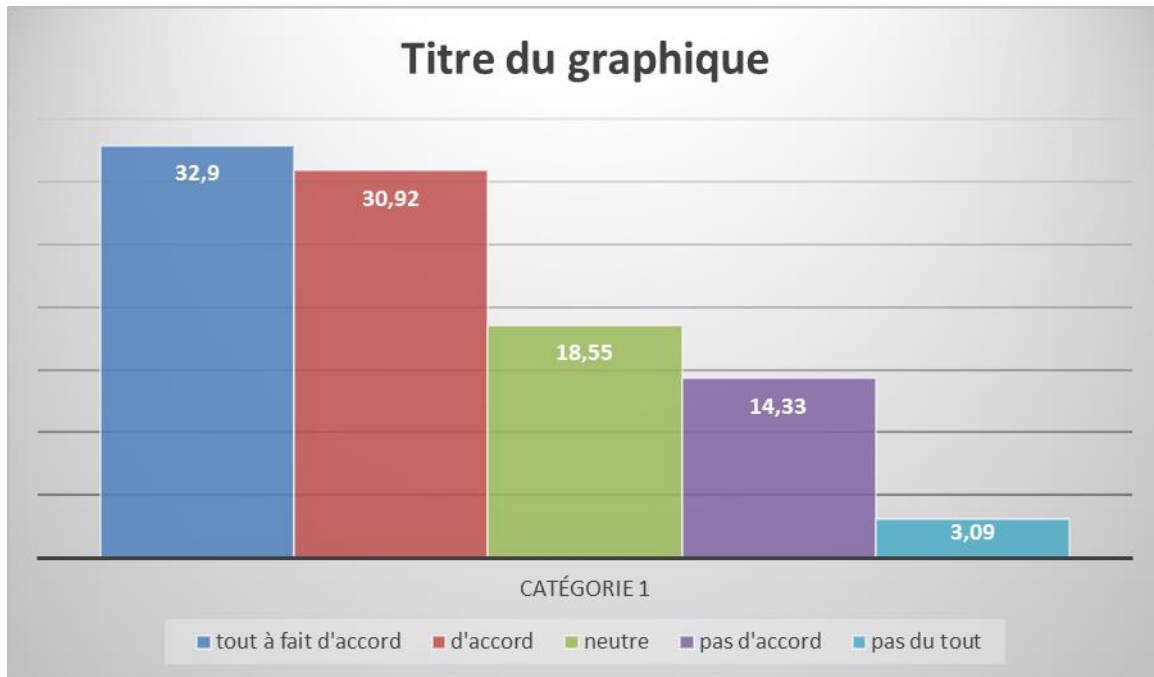
12 Etes vous d'accord avec la proposition suivante : le prix du produit reflète sa qualité :

الجدول رقم 16: يمثل اراء الأشخاص حول ان كان سعر المنتج يعكس جودته

Total	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	neutre	D'accord	Tout à fait d'accord	
97	3	14	18	30	32	عدد الاشخاص
100%	3.09%	14.33%	18.55%	30.92%	32.9%	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 16: يمثل اراء الأشخاص حول ان كان سعر المنتج يعكس جودته



من اعداد الطالبين

32.9% من الأشخاص أي الأغلبية تظن انه السعر يعكس جودة المنتج لئرى في الشكل التالي الى أي مدى يمكنهم الدفع لشراء هذا النوع من المنتجات.

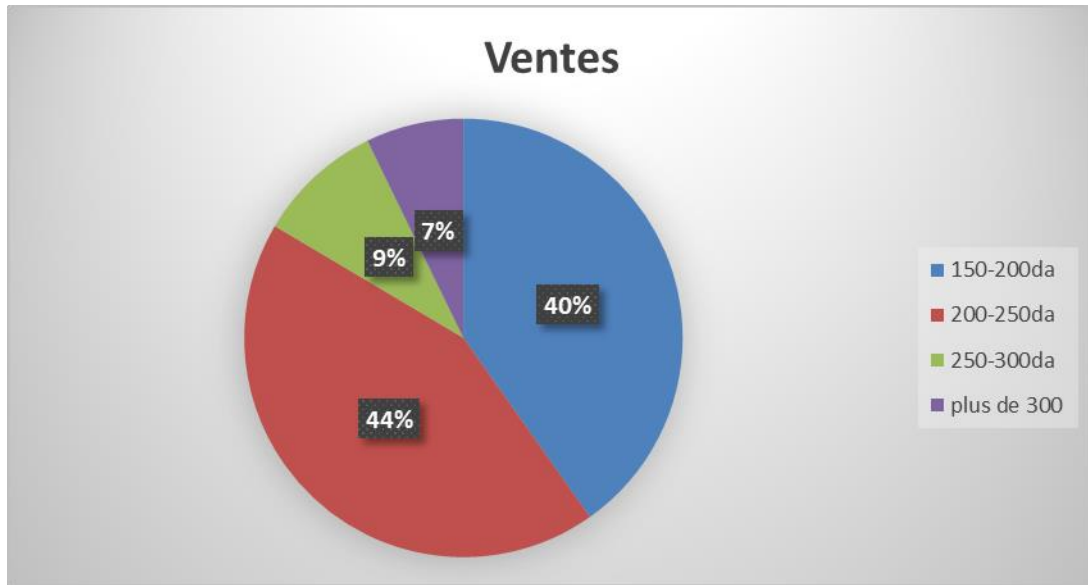
13 quelle est la somme que vous êtes prêts a dépenser pour les décorations en pate a sucre ?

الجدول رقم 18: يمثل السعر الذي يراه الأشخاص مناسب للمنتوج.

Total	Plus de 300da	250-300da	200-250da	150-200 da	
97	7	9	42	39	عدد الاشخاص
100%	7.21%	9.27%	43.3%	40.2%	النسبة المئوية

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 17: يمثل السعر الذي يراه الأشخاص مناسب للمنتوج.



من اعداد الطالبين

40% من الأشخاص مستعدون لدفع بين 150 و 200 دج 9 مستعدون لدفع بين 250 و 300 دج و 44 موافقون على التسعرة بين 200 و 250 دج وهو سعر معقول لعلبة تحتوي على 15 وحدة.

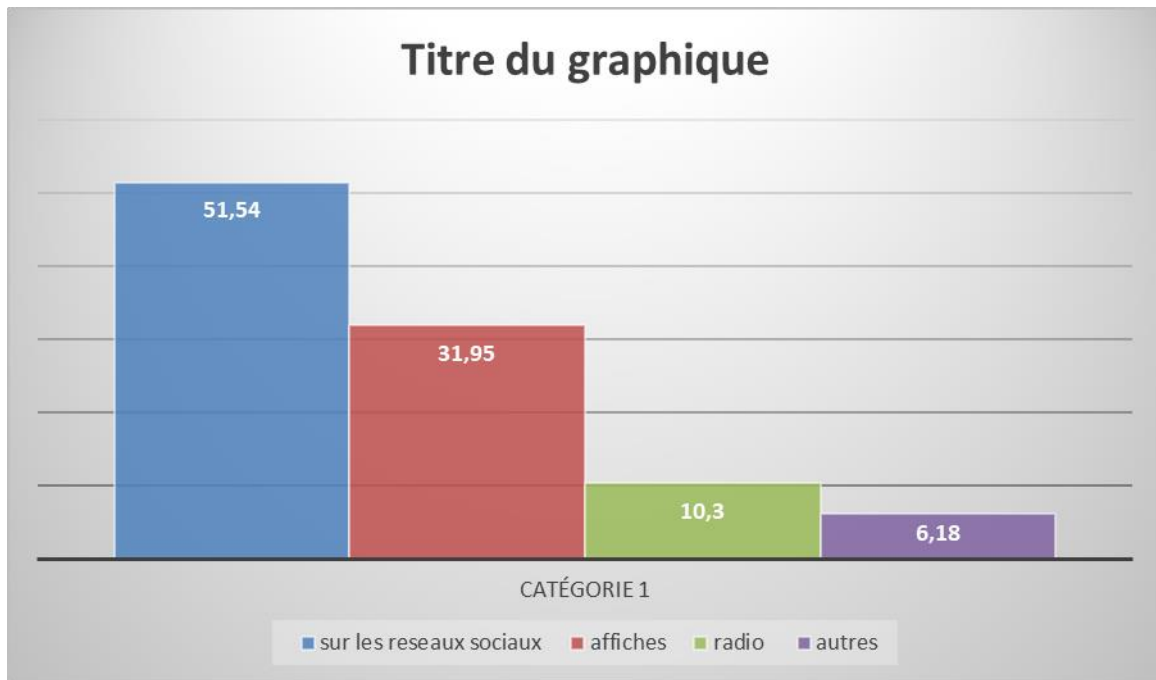
14 vous préférez voir les promotions de ce genre de produits :

الجدول رقم 19: يمثل تفضيلات الأشخاص و آراءهم فيما يخص الترويج للمنتوج.

Total	autres	A la radio	Affiches publicitaires	Sur les reseaux sociaux	
97	6	10	31	50	عدد الاشخاص
100	6.18	10.30	31.95	51.54	النسبة المئوية %

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 18: يمثل تفضيلات الأشخاص و آراءهم فيما يخص الترويج للمنتوج.



من اعداد الطالبين

51.54% من الأشخاص موافقين على رؤية الترويج للمنتوج في مواقع التواصل الاجتماعي فاغلب الأشخاص يستخدمون هذه الأحيرة في حياتهم اليومية.

15 qu'est ce que vous aimeriez voir de nouveau dans les décorations en pate a sucre ?

كانت الإجابات على هذا السؤال تدور حول الطلب للتنوع في الاشكال واقتراح منتوجات تتناسب أيضا مع مناسباتنا الدينية.

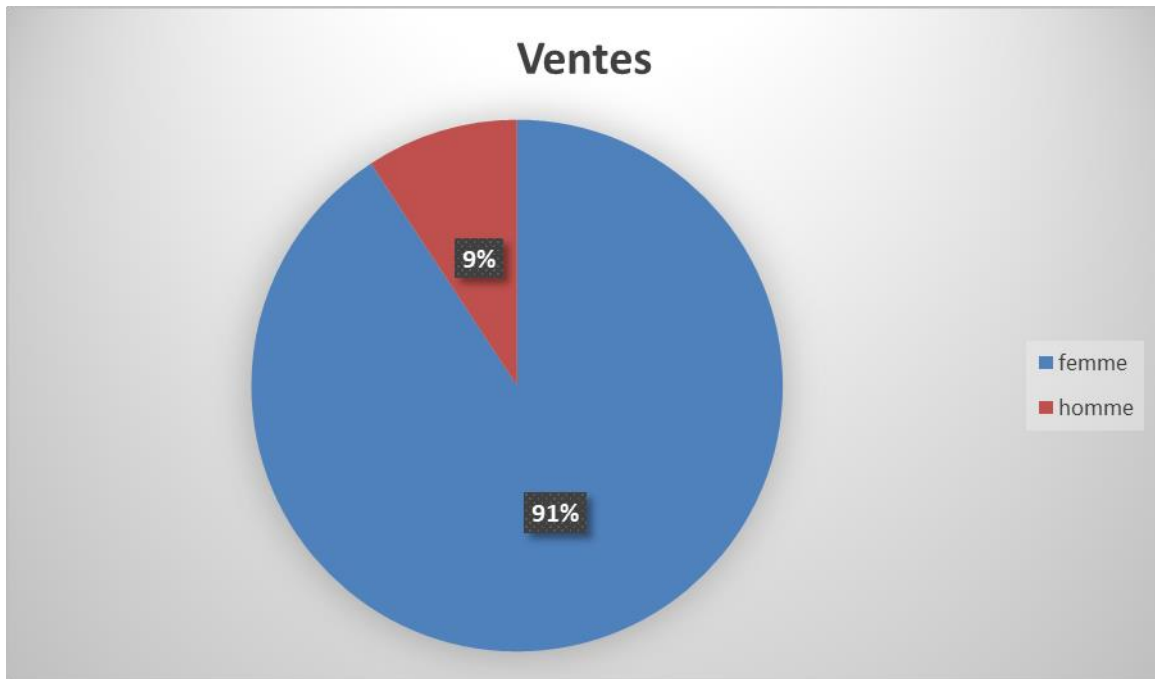
16 etes vous : une femme ou un homme ?

الجدول رقم 20: يمثل النسب حسب الجنس

total	Femme	Homme	
97	88	9	عدد الاشخاص
100	90.7	9.27	النسبة المئوية %

من اعداد الطالبتين

الشكل رقم 19: يمثل النسب حسب الجنس



من اعداد الطالبتين

91% من الأشخاص الذين سألناهم نساء فهي الفئة المهتمة أكثر بصناعة الحلويات.

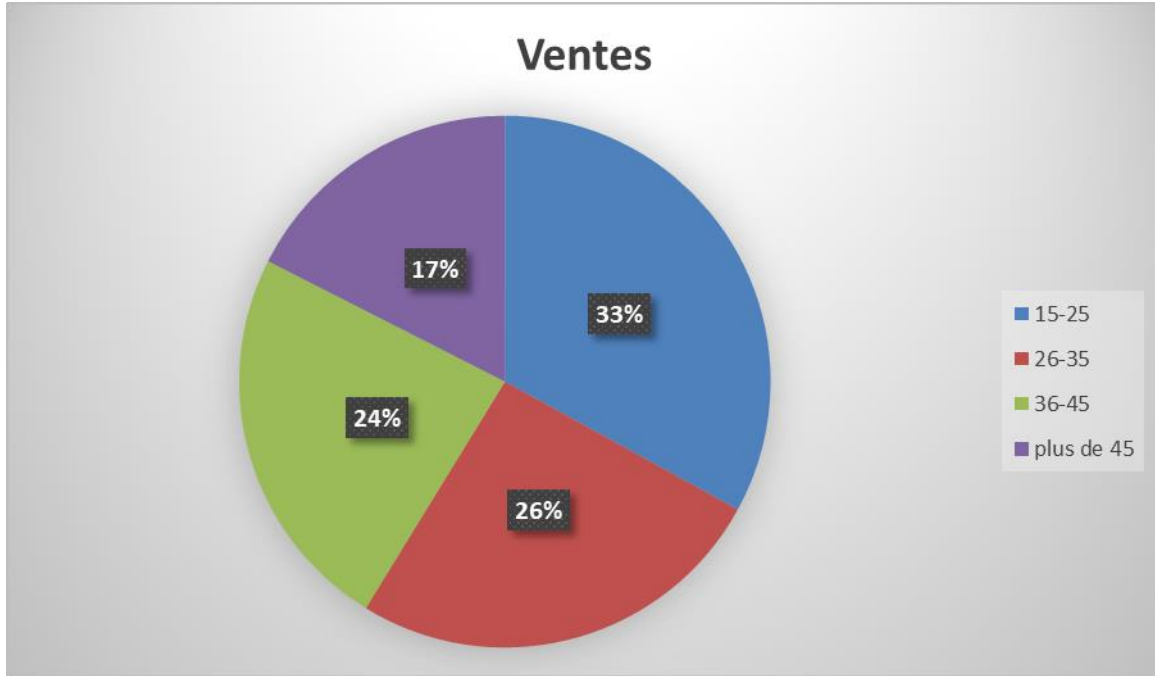
17 quel age avez-vous ?

الجدول رقم 21: يمثل فئات الاعمار المختلفة

Total	Plus de 45	36-45	26-35	15-25	
97	17	23	25	32	عدد الاشخاص
100	17.52	23.77	25.77	32.98	النسبة المئوية %

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 20: يمثل فئات الاعمار المختلف



من اعداد الطالبين

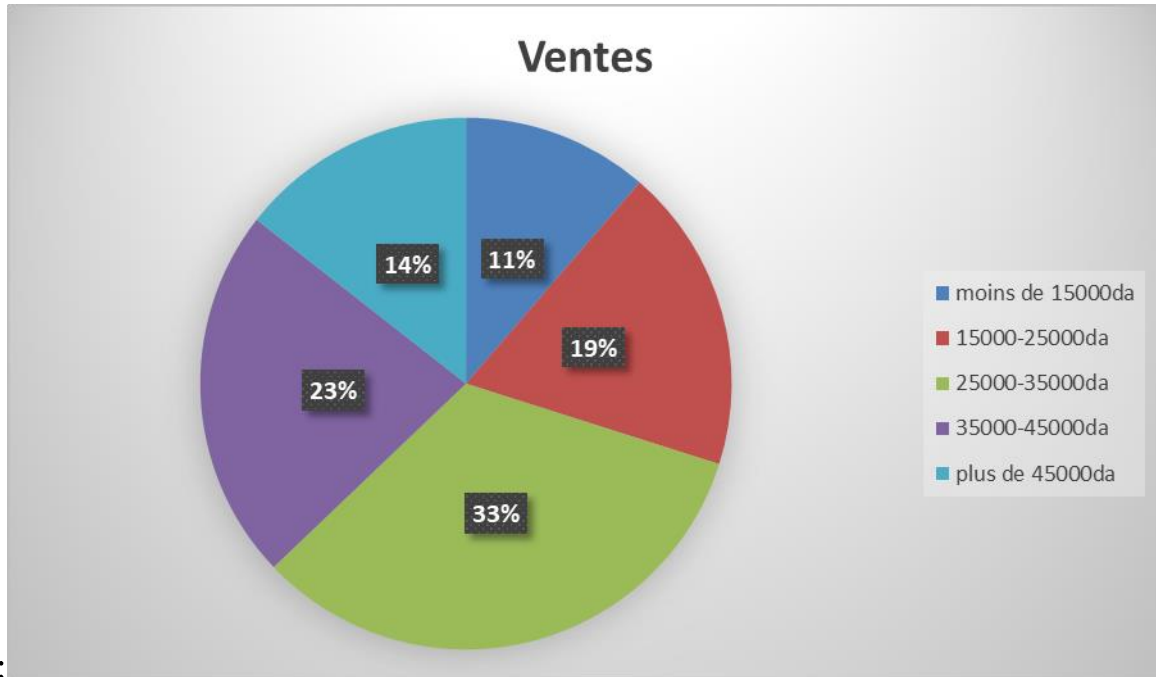
18 quel est le revenu de votre ménage ?

الجدول رقم 22: يمثل الدخل الفردي

Total	Plus de 45000	35000-45000	25000-35000	15000-25000	Moins de 15000	
97	14	22	32	18	11	عدد الاشخاص
100	14.43	22.68	32.98	18.55	11.34	النسبة المئوية %

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 21: يمثل الدخل الفردي



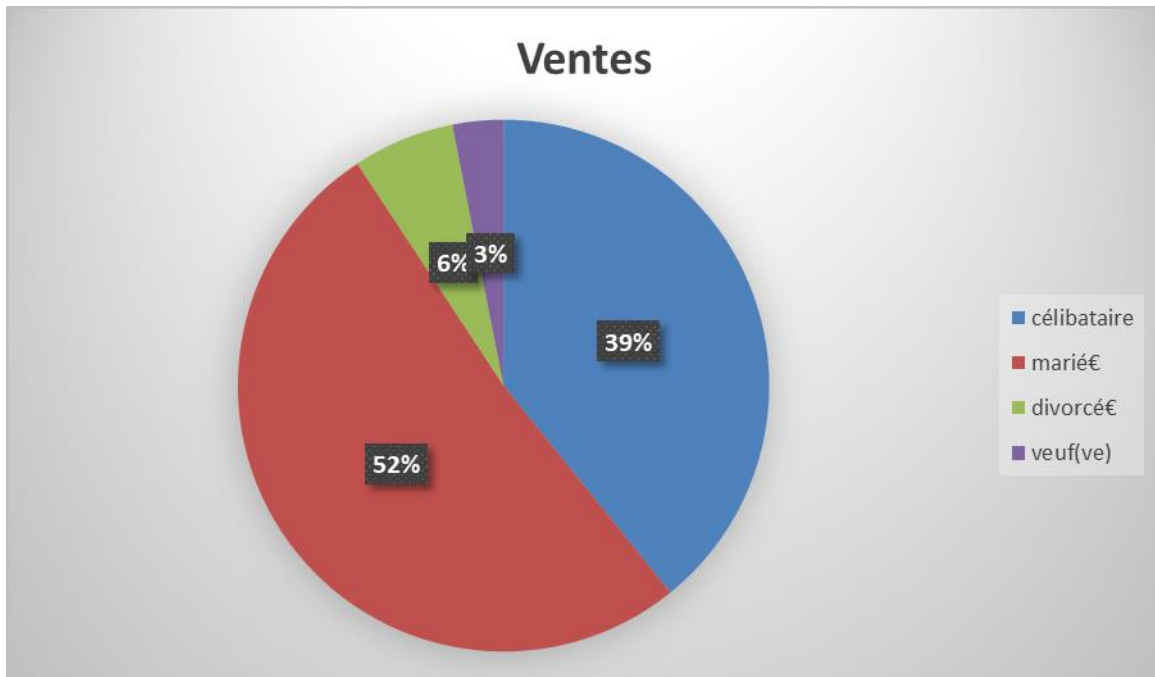
19 quel est votre statut social ?

الجدول رقم 23: يمثل الحالة الاجتماعية للأشخاص

total	Veuf(ve)	Divorcé(e)	Marié(e)	celibataire	
97	3	6	50	38	عدد الاشخاص
100	3.09	6.18	51.5	39.17	النسبة المئوية %

من اعداد الطالبين

الشكل رقم 22: يمثل الحالة الاجتماعية للأشخاص



من إعداد الطالبين

الاستنتاج العام من الاستبيان :

1 المنافسون :

في مدينة تلمسان:

Jasmin , plaisir sucré , déco gâteau.

2 الزبائن :

الحرفيين المتخصصين في صناعة الحلويات.

محلات البيع بالتجزئة.

محلات بيع مستلزمات الحلويات.

3 الموردون :

مورد المادة الأولية : بائعوا عجينة السكر بالجملة.

مورد مواد التعليب : افراح تلمسان.

4 المزيج التسويقي :

• المنتج: product

و هو اهم عناصر المزيج التسويقي فمنتوجنا عبارة عن زينة للحلويات مصنوعة من عجينة السكر من مختلف الاشكال والألوان لكل المناسبات والأعياد بحيث تمنح المستهلك خيار واسع مقتصدا له الوقت والجهد ونعمل ان تكون لدينا اشكال مناسبة لجميع الاذواق.

• السعر: price

من الجيد تقديم منتجات ترضي الزبائن ولكن الأهم ان يكون السعر المحدد لها مقبول لديهم، ولذلك نحرص على ان يكون سعر منتجنا في متناول الجميع بحيث نعمل على الحد من التكاليف لكي نتمكن من تحديد ثمن معقول وذلك رغم تذبذب أسعار المواد التي نستخدمها.

• المكان: Place

و هو مكان تواجد المنتج أي اين يسهل على المستهلك ايجاده بحيث ستساهم قنوات التوزيع في إيصال هذا الأخير الى المستهلك النهائي، كبداية للمشروع سوف نتعامل مع البائعين بالتجزئة بشكل مباشر ونعمل على ان يكون لدينا في المستقبل محلنا الخاص.

• الترويج : promotion

و هو نشاط الاتصال التسويقي هدفه اقناع الافراد بالشراء او بإعادة الشراء. وبخصوص مشروعنا

سنروج له من خلال :

مواقع التواصل الاجتماعي.

توزيع بطاقات خاصة بالمنتج.

التواصل المباشر مع المستهلكين.

المبحث الثاني : اليات دعم و تمويل مشروع NEYA

ظهر التخصص في التمويل في شكل مستقل بكلية الأعمال الإدارية بداية القرن الماضي و كان تركيز هذا التخصص في البدايات على تكوين الشركات والمؤسسات الاقتصادية وعمليات الاندماج وكانت تلك الأمور محور اهتمام المفكرين ، فيمكن تعريف مصطلح التمويل على انه عملية الحصول على الأموال و استغلالها و ذلك من أنسب المصادر المتاحة حيث ان علم التمويل و كأحد مجالات المعرفة فهو يضم أربعة حقول اساسية تشمل والأسواق المالية والنقدية و الاستثمارات والتمويل الدولي و تمويل الشركات .

المطلب الأول : تمويل المؤسسة

1 مصادر التمويل :

إن أحد أهم العوامل المحددة للإستراتيجية المالية هو اختيار التمويل الملائم، حيث ينبغي على المؤسسة المفاضلة بين المصادر المتاحة واختيار الأفضل و الأنسب منها، مما يحقق التوازن بين المخاطر والعائد ، ولن يأتي ذلك إلا بالمعرفة المسبقة لمجموعة مصادر التمويل الممكنة و المتاحة وخصائص كل منها، وكذا المعايير المعتمدة في اتخاذ قرار التمويل و يصنف التمويل من حيث المصدر كما يلي:

أ- التمويل الداخلي :

نقصد بالتمويل الداخلي للمؤسسة مجموعة الموارد التي يمكن للمؤسسة الحصول عليها بطريقة ذاتية دون اللجوء إلى الخارج, أي مصدرها ناتج عن دورة الاستغلال للمؤسسة, و تتمثل أساسا في التمويل الذاتي¹.

حيث يعتبر التمويل الذاتي المصدر الأساسي لتمويل المؤسسات المصغرة في مرحلة الانطلاق، حيث يعتمد أصحاب المؤسسات المصغرة على جزء كبير من احتياجاتها التمويلية في البداية على مواردها الذاتية. و يعرف التمويل الذاتي بأنه اعتماد المؤسسة على مواردها الذاتية المتاحة والمتمثلة في الاحتياطات والأرباح المحتجزة وعلى ما تحوزه في خزينتها من أصول نقدية سائلة وكذا الاهتلاكات².

ب- التمويل الخارجي:

● التمويل الخارجي المباشر: والتمويل المباشر قناة تمويلية يتم بواسطتها انتقال الأموال من الوحدات المقرضة (المدخرة) إلى الوحدات المقترضة حيث تقوم الوحدات

¹قلش عبد الله، بدائل تمويل المؤسسة في ظل العولمة المالية، مجلة علوم الإنسانية، السنة الرابعة، العدد 32، 02 جانفي 2007 .
/http://www.uluminsania.net

²مصطفى رشيد شبيحة، النقود والمصارف والائتمان، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، مصر، 1999، ص: 186.

الإنفاقية العجزية (المقترضة) بإصدار الأدوات المالية وبيعها، إلى الوحدات المدخرة مباشرة

وتسمى بالأدوات المالية أو الأوراق المالية المباشرة¹

نظرا للخصائص التي تتميز بها المؤسسات المصغرة من صغر في رأس المال ومحدودية في أفرادها، فإن الشكل القانوني الذي يمكن أن تأخذه و سيكون محل الدراسة هو شركة تضامن، شركة ذات المسؤولية محدودة، شركة وحيدة الأسهم ذات مسؤولية محدودة، وحسب الخصائص الذي يتميز به هذا النوع من المؤسسات والذي تطرقنا إليه في الفصل الأول، فإن مصادر حصولها على التمويل المباشر تكون محدودة لأنها لا تستطيع إصدار أسهم ولا سنداتها عكس شركات الأموال ويعتبر الائتمان التجاري المصدر الخارجي الوحيد لتمويل الخارجي المباشر للمؤسسات المصغرة².

- التمويل الخارجي الغير مباشر: إن الصعوبات التي تواجه المدخر والمقترض في عملية التمويل المباشر هي التي أدت إلى ظهور قناة التمويل غير المباشر والتي يتم خلالها انتقال الأموال بطريقة غير مباشرة من الوحدات المدخرة إلى الوحدات العجزية وذلك عن طريق تدخل الوسيط الماليين كالبنوك التجارية وجمعيات الادخار والاقتراض وشركات التامين ومشاكلها من مؤسسات الوساطة.

¹عبد المنعم السيد علي، نزار سعد الدين العيسى، النقود والمصارف والاسواق المالية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2004، ص:89

²<http://thesis.univ-biskra.dz/1073/6/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%8A.pdf> ;03/05/2022 ,17 :39

و تعتبر البنوك التجارية، المصدر الرئيسي من مصادر التمويل الخارجي للمؤسسات المصرفية، حيث يأخذ التمويل البنكي دورا هاما في إشباع الاحتياجات التمويلية للمؤسسات، والناجحة عن قصور الموارد المالية المتاحة لديها عن مقابلة متطلبات نشاطها وتحقيق أهدافها، وتتفاوت التسهيلات الائتمانية التي تمنحها البنوك من حيث آجال الاستحقاق إلى: قروض قصيرة أجل ومتوسطة الأجل وطويلة الأجل¹.

في الجزائر أو في أي مكان آخر ، يتعين على الشركات تمويل نفسها على المدى الطويل والمتوسط ، ليس فقط من الموارد الخاصة (الداخلية) مثل التمويل الذاتي ، وزيادة رأس المال ، ولكن أيضا الموارد الخارجية مثل التأجير والموارد المصرفية.

تمت ديناميكيات إنشاء الأعمال الجديدة من خلال ثلاث عمليات رئيسية: الابتكارات الكلاسيكية التي تتعلق بالاستثمار الخاص الذي يتكون أساساً من الأسهم (ما يقرب من 70 ٪ من الإيداعات) ، والمؤسسات الصغيرة الداعمة للشباب لإنشاء أعمالهم مثل ANAD ANGEM (فهي تساهم ب 29٪ من الإيداعات) ، والشركات العاملة المكونة من شركات عامة منحة اشتراها موظفون بشروط ائتمانية مميزة (تساهم ب 1٪).

لم تفلت الجزائر من هذه الموجة ، فقد تم وضع العديد من البرامج والهياكل فيما يتعلق بهذا القطاع.

¹<http://thesis.univ-biskra.dz/1073/6/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%8A.pdf> ,03/05/2022,19 :02

نلاحظ كأمثلة: قانون التوجيه بشأن الشركات الصغيرة والمتوسطة لعام 2001 - وزارة الشركات الصغيرة والمتوسطة والحرف الوكالة الوطنية لتنمية الشركات الصغيرة والمتوسطة (ANDPME) - صناديق الضمان للشركات الصغيرة والمتوسطة (FGAR) - صندوق ضمان الاستثمار الاعتمادات للشركات الصغيرة والمتوسطة (CGCI) - المجلس الاستشاري الوطني لحاضنات الأعمال للشركات الصغيرة والمتوسطة - برامج التطوير.

2- طريقة تمويل مشروع NEYA

اخترنا في مشروعنا NEYA لصناعة مختلف انواع زينة الحلويات بعجينة السكر اتباع طريقة التمويل الذاتي كمصدر لتمويل انشاء المؤسسة و تجسيد فكرة المشروع على ارض الواقع و تمويله و ذلك بعد الدراسات السوقية و المالية التي اجريناها و كانت تكلفة المشروع منطقية و مناسبة و مساعدة لان يكون التمويل ذاتيا و بمساهمات شخصية بالإضافة الى اننا اخترنا هذه الطريقة لما وجدناه فيها من مزايا و فوائد تناسب نمط مشروعنا NEYA و ذلك لأنه يعطينا حرية اختيار الخطط و القرارات و التحكم بمسار المشروع كما نريد نحن ، كما ان طريقة التمويل الذاتي انقصت علينا عبء الديون التي ستكون عقبة تعرقل سرعة تطور و ازدهار المشروع .

المطلب الثاني : أهمية التمويل :

تأتي أهمية التمويل من الحاجة للاموال ، وتزداد أهمية ووظيفة التمويل بزيادة الحاجة إلى التمويل وتنقص بنقصان الحاجة ، ويرجع التمويل في أصله سواء كان عاما أو خاصا إلى الحاجة الاقتصادية للسلع و الخدمات و الحاجة إلى المبادلة وتزداد أهمية التمويل وتنقص أهميته أيضا في المجتمع الذي لا يهتم بالمبادلة ، بل يتم إشباع الحاجات الاقتصادية بواسطة الانتاج المباشر و بالاعتماد على استغلال العمل للموارد الاقتصادية ومع انخفاض أهمية المبادلة في هذه المجتمعات تنخفض أهمية توفر رأس المال المستخدم في الانتاج، و لا شك أن تقسيم العمل و مبادلة الفائض الشخصي هما اللذان اكسب المال (باعتباره وسيلة للتبادل) أهمية خاصة وازدادت بالتالي أهمية التمويل¹ ومن هذا المنطلق يمكن القول أن للتمويل أهمية كبيرة تتمثل في :

- تحرير الاموال و الموارد الاولية المجمدة سواء داخل المؤسسة أو خارجيا.
- ساهم في انجاز مشاريع معطلة وأخرى جديدة والتي بما تزيد التنمية الوطنية.
- ساهم في تحقيق هدف المؤسسة من اجل اقتناء أو استبدال المعدات.
- المحافظة على سيولة المؤسسة و حمايتها من خطر الافلاس و التصفية.
- ساهم في ربط الهيئات و المؤسسات المالية والتحويل الدولي.
- يعتبر التمويل وسيلة سريعة تستخدمها المؤسسة للخروج من حالة العجز المالي.

¹- كنجو عبود كنجو. الإدارة المالية. الطبعة الأولى. دار المسيرة لمنشر والتوزيع والطباعة. الأردن. 1997. ص 42-43.

- ساهم في تحسين الوضع الاجتماعي خاصة بالنسبة للدول النامية.
- ساهم في بناء اقتصاديات الدول وخروجها من أزمة المديونية .
- مواجهة مشكل البطالة وخلق وتوفير فرص عمل.
- تفعيل مشاركة المرأة¹.

المطلب الثالث: مزايا و عيوب التمويل الذاتي :

1 مزايا التمويل الذاتي

- التمويل الذاتي هو عملية الحصول على شيء ما باحتياطاته المالية الخاصة دون اللجوء إلى الائتمان أو إصدار سندات لشخص معدم.
- إنه المال الأسهل والأسرع للتأمين
- لا يحتاج أحد إلى الإقناع ولا يلزم إجراء عملية موافقة وبالتالي ، فإن هذا يتكون من تمويل نفسه ، بموارده الخاصة ، ورأس ماله. وينطبق هذا المعنى أيضاً على الشركات التي تسعى إلى التنمية والنمو من تلقاء نفسها من الأفراد الذين يبحثون عن الاستثمار مع مدخراتهم الشخصية.
- يتمتع التمويل الذاتي بالميزة الرئيسية المتمثلة في إجبار المدير على إنشاء أسس متينة جداً لأعماله بفضل الإدارة المالية المعصومة ، يمكن أن تضمن طريقة التمويل هذه نمو الشركة بشكل كبير ، حتى مع الموارد المحدودة.

¹ جميل احمد توفيق . أساسيات الادارة المالية .الدار الجامعية. دون سنة نشر . ص 340.

- تكمن إحدى مزاياها العظيمة أيضاً في حقيقة أنه لا يوجد دين لسداده مع البنوك أو المستثمرين الآخرين. إذا لزم اقتراض الأموال في وقت لاحق من هذه المؤسسات ، فإن عدم وجود ديون في البداية يجعل الحصول على هذه الأموال أسهل بكثير.
- من خلال تمويل عملك الخاص ، فأنت تتحكم في مصيرك.
- حرية المناورة كما يجلو لك وتطوير الأعمال كما يجلو لك.
- كن متحكماً في جميع القرارات المتعلقة بعملك ، غالباً ما تكون السيطرة الكاملة على الأعمال امتيازاً للطامحين الذين يمكنهم بدء مفاهيمهم من خلال التمويل الذاتي وهذا يعني أنه لن يكون هناك مستثمرون لإقناعهم في اختيار طرق التجارة ، ولا توجد بنوك تحد من السيطرة على الأموال ، ولا توجد مدفوعات للقبض على ائتمان الشركات تحت السيطرة
- امتلاك القدرة الكاملة على التحكم
- يرفع من القدرة الافتراضي و المالية للمؤسسة كما انه يكسبها حرية واسعة في التصرف في أموالها الخاصة.
- عند التمويل الذاتي لعملك ، يكون هناك مبلغ محدود من المال لاستخدامه وبالتالي عليك التخطيط لكيفية استخدامه بالضبط و لن يؤدي هذا إلى دفع الميزانية إلى الأمام فحسب ، بل سيؤدي إلى تبسيط الأعمال وجعلها أكثر كفاءة.

2 عيوب التمويل الذاتي

إن احتواء التمويل الذاتي للمؤسسة على مجموعة من المزايا و الالفوائد لا ينفي وجود العيوب و المساوى و التي يكمن ان نلخصها في النقاط التالية:

- ليس من غير المألوف أن تواجه صعوبات مالية خلال حياة عمل ممول ذاتياً. في الواقع ، لا تكفي دائماً الموارد المتاحة للحفاظ على تطور النشاط.
- التمويل الذاتي يعني غياب المستثمرين ،و يمكن اعتباره كنقص .
- المعرفة التي يمكن أن تكون مفيدة جداً لنمو الأعمال التجارية وبالتالي فإن التمويل الذاتي يعني أيضاً حرمان نفسك من النصائح السليمة لهؤلاء المستثمرين.
- من خلال التمويل الذاتي ، يستثمر رائد الأعمال الكثير من أمواله الشخصية و في حالة إفلاس الشركة ، قد يتعرض أيضاً لخطر الإفلاس الشخصي ". ويمكنه أن يفقد منزله وممتلكاته الشخصية الأخرى.
- قد لا يكون التمويل الداخلي كافياً لتمويل المشاريع المستقبلية مما يؤدي إلى عرقلة سير المشروع و يتم اختيار مشاريع متواضعة الحجم فيصبح التمويل الداخلي معرقلاً لنمو المؤسسة.

خلاصة الفصل الثاني:

في هذا الفصل تطرقنا الى مفاهيم حول دراسة السوق وأهميتها وتناولنا الدراسة السوقية الخاصة بمشروعنا، وذلك من خلال تحليل الاستبيان الذي وزعناه على افراد عائلتنا والذي تمكننا من خلاله معرفة اذواق ورغبات زبائننا المحتملين، اذ كانت ردود الفعل على فكرة المشروع إيجابية كما تطرقنا بعدها الى اهم طرق التمويل المتاحة لحاملي المشاريع في الجزائر، وارتائنا ان نعتمد على التمويل الذاتي فيما يخص مشروعنا كما تناولنا الأسباب التي أدت بنا الى اختيار هذا النوع من التمويل.

الفصل الثالث

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية لمشروع NEYA

مقدمة الفصل الثالث:

يعتبر مخطط الاعمال وثيقة هوية للمؤسسة اذ يشمل كل التفاصيل الخاصة بالمشروع الفنية منها والمالية ويوضح الرؤية الاستراتيجية للمقاول، كما يمثل وسيلة اتصال بين مختلف اطراف المشروع حيث يسمح لهم بتقييم المخاطر التي هم مقدمون عليها عند الانخراط في هذا الأخير.

و عليه خصصنا هذا الفصل لإعداد مخطط الاعمال الخاص بمشروعنا ودرسنا إمكانية تحقيقه من جميع النواحي اذ شرحنا فكرة المشروع بطريقة مفصلة وكيفية تحقيقه على ارض الواقع كما بينا خطة التمويل التي سنعتمدها ودرسنا التكاليف الضرورية لإقامة المشروع.

المبحث الأول : مخطط الاعمال.

المطلب الأول: مفاهيم حول مخطط الأعمال:

1تعريف مخطط الاعمال :

يعتبر مخطط الاعمال الركيزة الأساسية لانشاء مؤسسة جديدة ويعتبر كدليل لها فلذلك ينبغي ضبطه وصياغته بشكل دقيق ومحكم، يضم جميع الجوانب تفاديا الوقوع في الأخطاء ومن خلال هذا المبحث سنتعرف على هذه الوثيقة.

2مفهوم مخطط الاعمال :

عرفه ROBERT D HRISHبانه " وثيقة مكتوبة يعدها المقاولون تصف كل العوامل الداخلية والخارجية التي يشملها مشروع جديد ".

قد رأى MARION ان مخطط الاعمال " وصف لكل شيء عن المشروع من اصل وطبيعة الفرصة المستغلة الى الأهداف التطويرية على مدى 3 الى 5 سنوات والاسراتيجية والوسائل المستخدمة والنتائج المتوقعة من المشروع"¹

فمخطط الاعمال خريطة تستخدم كدليل خلال فترة حياة المشروع حيث تعطي المستثمرين المحتملين كل المعلومات اللازمة لهذا المشروع وأهدافه مرتبطة بنقطتين أساسيتين :

¹لفقيه حمزة، مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه بعنوان"روحالمقاولانية وانشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر " ، جامعة محمد بوقرة بومرداس. 2017.ص91.

ا. وسيلة استراتيجية متعلقة بالوظيفة الداخلية.

ب. وسيلة اتصال نهائي متعلقة بالوظيفة الخارجية.

أي ان مخطط الاعمال وثيقة تقديرية تساهم بشكل ملموس على مساعدة بناء المشروع ومعرفة محتواه الداخلي واستراتيجية تطويره والنمو المرتقب لرقم الاعمال والنتائج المستقبلية المحتملة، وخاصة حاجات التمويل أي انه يظهر الرؤية الاقتصادية والمالية للمؤسسة، فإعداده بالطريقة الصحيحة يضمن اهتمام وثقة الشركاء الذين قد يكونوا موردين او مستثمرين.¹

المطلب الثاني: وظائف، خصائص ومحتويات مخطط الأعمال

1 وظائف مخطط الاعمال :

ان مخطط الاعمال هو الوثيقة التي تقود المقاولين الى ما سيؤول اليه مشروعهم في النهاية وبالتالي له وظائف أساسية تعمل في المساعدة على ذلك وهي نوعان داخلية وخارجية.

-الوظائف الداخلية يعد مخطط الاعمال وسيلة للقيادة الاستراتيجية للمشروع بحيث انه يساعد المقاول في بناء مشروعه وضمان حسن سيرورته من خلال المخططات التفصيلية لجميع وظائف المشروع.

¹صندرة صايبي، "محاضرات في انشاء المؤسسة"، جامعة قسنطينة عبد الحميد مهري ، 2014-2015، ص 25.26

-الوظائف الخارجية يستعمل كاساس للحصول على الموارد الخارجية وخاصة المالية وجمع تمويل المستثمرين.¹

2 خصائصه مخطط الاعمال :

- الايجاز والتلخيص.
- الوضوح وسهولة الفهم.
- الواقعية.
- المصدقية والدقة.
- التجانس وعرض البيانات.²

3محتوياته :

- الصفحة الرئيسية : تضمن اسم المؤسسة،العنوان، طبيعة العمل، رقم الهاتف او الموقع الالكتروني، طبيعة الملكية لأصحاب الفكرة.
- ملخص تنفيذي.. فيه النقاط الرئيسية لوصف مفهوم العمل وبيانات من ما سيتم معالجته.
- وصف المنتج والبيئة المحاطة به : وذلك بتحديد كافة التغيرات المتعلقة بالبيئة وجمع المعلومات التي تساعدنا في تحليل البيئة.
- خطة الإنتاج او العمليات : تتضمن كافة الإجراءات المتعلقة بالإنتاج وفيها ما يلي :

¹لفقير حمزة، نفس المرجع السابق، ص91

²بلال خلف سكارنة، الريادة وإدارة منظمات الاعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008، ص116

○ الاشراف على كافة العمليات.

○ تكاليف الإنتاج.

○ الوسائل المستعملة.

○ المواد الأولية والموردين.

○ كيفية التخزين.

➤ خطة التسويق : الطريقة المتبعة في الترويج للمنتوج.

➤ تقدير المخاطر : أي الاستراتيجيات الملائمة لمواجهة نسبة المخاطرة والتقليل منها.

➤ الخطة المالية.. الجدوى المالية للمؤسسة والموازنات الأولية وبيانات الدخل والنفقات..الخ¹

و بالتالي يعتبر مخطط الاعمال الوثيقة الأساسية في اطلاق مشروع جديد بحيث يسمح بقياس ربحية

المشروع وتلخيص احتياجاته من موارد مالية ومادية. كما انه يسمح بإقناع المستثمرين والبنوك في

النظر الى تمويل المشروع وكذا اعداد خطة مالية مناسبة للمشروع وتسمح بتغطية النفقات.

¹ بلال خلف سكارنة، مرجع سابق، ص118.

المبحث الثاني: مخطط أعمال مشروع NEYA

المطلب الأول: الدراسة الفنية للمشروع

1- ملحة عن مؤسسة Neya

- رمز المؤسسة : NEYA
- الطبيعة القانونية للمؤسسة : شركة ذات مسؤولية محدودة SARL
- طبيعة النشاط :صناعي ،صنع مختلف انواع الزينة لمختلف انواع الحلويات بعجينة السكر
- عنوان المقر : حي 70 مسكن رقم 2 بوهناق
- رقم الهاتف : 0541831762/0793126931
- البريد الالكتروني : Neyadecopateasucre@gmail.com
- الموقع الالكتروني www.siteNeya.dz :
- LOGO



● الموقع :



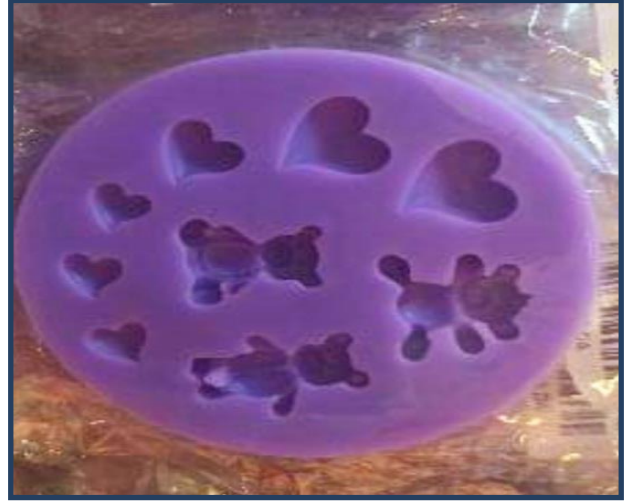
● بطاقة المؤسسة : Carte visite



2-صورة المنتج:



3-المعدات والأدوات:



4-التعريف بفكرة المشروع: فكرة مشروعنا هي "صناعة زينة الحلويات بكل انواعها بعجينة السكر " نظرا لكثرة استعمالها في وقتنا الحالي و خاصة ان في مجتمعنا نقدم الحلويات في كل المناسبات، الا ان أنواع زينة الحلويات محدودة في السوق فنجد العديد من النساء يفضلن صناعة هذه الاخيرة بأنفسهن على ان يشترينها جاهزة ، و ذلك لعدم توفر ما يناسب حلوياتهن او ذوقهن ، فجاءت الفكرة لتلبية حاجة المستهلك بهدف إرضاء جميع الاذواق بحيث تكون الزينة متكونة من مادة أولية واحدة فقط و هي عجينة السكر و تأخذ مختلف الاشكال و الاحجام و الألوان من اشكال كرتونية و زهور و مجسمات و تزين حلويات كل المناسبات ، و سنعتمد على التغليف الجذاب و السعر المناسب لجميع فئات المجتمع.

5-أصحاب المؤسسة :

❖ الشريك الاول : بلحسن زينب اية

العمر :23 سنة

المؤهلات :ماستر مقاولاتية + ليسانس ادارة اعمال

الخبرة : 3سنوات خبرة كوكيلة تجارية

الوظيفة بالمؤسسة : التسيير و عملية التوزيع و المساعدة في صناعة المنتج

❖ الشريك الثاني : جباري اناس

العمر :24سنة

المؤهلات : ماستر مقاولاتية+ ليسانس ادارة اعمال

+شهادة معتمدة لصناعة الحلويات و زيتها

الوظيفة بالمؤسسة :صناعة المنتج و المساعدة في التسيير .

6-راس المال الابتدائي :

راس المال الثابت : 400000دج

راس المال العامل :40000دج

المجموع :

7-مصادر التمويل :

مساهمة شخصية 100%

الشريك الاول 50% : 200000دج

الشريك الثاني 50% : 200000دج

6-الاجراءات القانونية لانشاء المؤسسة :

1. الشكل القانوني للمؤسسة : شركة ذات مسؤولية محدودة SARL وذلك للأسباب

الآتية :

- لا تطبق قانون أساسيا فتأسيسها بسيط

- استكمال إجراءات التحصيل لدى السجل التجاري سريعة .

- يمنح التسجيل في السجل التجاري الشخصية المعنوية للمؤسسة.

- لا يسأل فيها الشريك عن ديون الشركة إلا في قدر حصته.

- عدد الشركاء من شخص واحد أو عدة أشخاص.

2. تأسيس الشركة:

يوضع القانون الأساسي للشركة ويسجل في المركز الوطني للسجل التجاري CNRC ،

ويتم نشره في جريدة يومية بالإضافة الى نشر ملخص له في النشرة الرسمية للإعلانات

القانونية، ويجدر الإشارة إلى أن تسجيل العقد لدى السجل التجاري يجب أن تتم في فترة

زمنية لا تتجاوز شهر واحد.

وتقدر تكلفة تسجيل عقد الشركة في السجل التجاري بقيمة 0,5% من إجمالي رأس المال، وإيكم

الآن الوثائق المطلوبة لتحضير عقد القانون الأساسي للشركة¹:

• نسخة من بطاقة التعريف الوطنية لأطراف العقد.

• نسخة من شهادة ميلاد الأطراف.

• شهادة التسمية للشركة الناشئة.

• شهادة السوابق العدلية لأطراف العقد

القيد الرئيسي في السجل التجاري¹

¹<https://www.almaal.org/how-to-create-a-company-in-algeriakk> ;12/05/2022 ;20:17.

يتطلب القيد في السجل التجاري بالنسبة للشركات الناشئة في الجزائر، العديد من الأوراق والمستندات ونوضحها لكم فيما يلي:

- تقديم طلب ممضى ومحرم على استمارات القيد ويمكن الحصول عليها من خلال التوجه إلى المركز الوطني للسجل التجاري.
- تقديم عقد ملكية أو عقد إيجار موثق للمحل أو الشركة أو المؤسسة قيد الإنشاء، ويكون العقد باسم الشركة.
- تقديم نسختين من شهادة القانون الأساسي للشركة.
- تقديم نسخة من الإعلان عن القانون الأساسي للشركة الذي نشر في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، ونسخة أخرى نشرت في جريدة يومية وطنية.
- تقديم مستخرج شهادة الميلاد، ومستخرج صحيفة السوابق العدلية للمسيّرين و المتصرفين الإداريين وأعضاء مجلس المديرين أو أعضاء مجلس المراقبة.
- تقديم وصل تسديد حقوق الطابع الضريبي المنصوص عليه في التشريع الجبائي وتبلغ قيمته 4000 دينار جزائري.

¹<https://www.almaal.org/how-to-create-a-company-in-algeria>18/05/2022 , 11:32

- تقديم وصل تسديد حقوق القيد في السجل التجاري تبعا للقانون القائم والمعمول به وتبلغ قيمته 490 دينار جزائري.

- تقديم رخصة إنشاء الشركة أو الاعتماد الخاص بها، ويتم استخراجها من خلال الإدارات المختصة حسب نشاطات عمل الشركة

3. التصريح بالوجود:

يقدم ملف إداري في ظرف 30 يوم من تاريخ الشروع في النشاط على مستوى مصلحة الضرائب المختصة إقليميا لتأسيس البطاقة الضريبية يتكون من:

- صورة من عقد الشركة التأسيسي.
- شهادة الوحد + شهادة الميلاد + نسختين من السجل التجاري .
- و يجب أن تكون هذه الأوراق مصحوبة ايضا بطلب يتضمن الحصول على البطاقة الضريبية.

4. الانتساب إلى الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي:

1. للعمال الأجراء

التصريح بالعمال لدى الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي إلزامي لأرباب العمل فالتسجيل بالنسبة لرب العمل يجب عليه أن يرسل طلب التسجيل لعماله إلى وكالة الضمان الاجتماعي في ظرف عشرة أيام من تاريخ تشغيلهم أما الأخير بسجل من طرف العمل لدى الوكالة.¹

¹ الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء، <https://cnas.dz> ; 43 : 19 ; 19/05-2022

2 – لغير الأجراء :

ينسب وجوبا لصاحب المؤسسة عن طريق تقديم الوثائق التالية :

- نسخة من سجل التجاري .
- شهادة ميلاد مسير المؤسسة.
- بطاقة ضريبية (تسحب من مفتشية الضرائب التابع لها مكان النشاط).
- استمارة تسجيل تملأ على مستوى الوكالة CASNOS التابع لها مقر النشاط.

الجدول رقم 24: تحليل swot الخاص بالمؤسسة:

	S	W
داخل المؤسسة	<p>تكوين في مجال زينة الحلويات</p> <p>تكوين في مجال المقاولاتية</p> <p>فكرة مشروع غير متكررة</p> <p>مادة أولية بسيطة ومتوفرة</p> <p>سهولة الإنتاج</p> <p>تمويل ذاتي للمشروع</p>	<p>اعتبار المنتج جديد في السوق</p> <p>الترويج للمشروع لدى البائعين</p> <p>بالتجزئة</p> <p>نقص الخبرة في التفاوض</p>
	O	t
خارج المؤسسة	<p>ارتفاع أسعار المنافسين</p> <p>مدى قبول فكرة المشروع لدى المستهلكين</p> <p>الاثراالاجيبي لمواقع التواصل الاجتماعي</p>	<p>احتمالية ظهور منافسين جدد</p> <p>تذبذب اسعار المواد المستخدمة</p>

المطلب الثاني: الدراسة المالية للمشروع:

الجدول رقم 25: جدول المعدات و الادوات :

السعر الكلي دج	سعر الوحدة دج	الكمية (الوحدة)	المعدات الاولية
16000	400	40	قالب سيليكون
7500	250	30	قالب بلاستيكي
2400	120	20	صواني بلاستيكية (50/40سم)
400	100	4	قاطعة العجين
12000	12000	1	طاولة
38300	12870	95	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين .

الجدول رقم 26: جدول الاستثمارات

المبلغ دج	الاستثمارات
183744	تكلفة المادة الاولية
38300	معدات و ادوات
40000	راس المال العامل
12036.13	تأمينات
274080.13	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين .

الجدول رقم 27: مختلف مصادر التمويل

المبلغ دج	المصدر
20000	الشريك الاول
20000	الشريك الثاني
40000	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين .

الجدول رقم 28: الوظائف، مؤهلاتها و اجورها

الاجر دج	مؤهلاتها	الوظيفة	الاشخاص
18000	ماستر مقاولاتية	التسيير و التوزيع	الشريك الاول
18000	شهادة في صناعة الحلويات	صناعة المنتج	الشريك الثاني
36000	/	/	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين .

الجدول رقم 29: الجدول التقديري للمبيعات خلال السنوات الثلاث الأولى

السنة الثانية			السنة الاولى		
السعر دج	الكمية		السعر دج	الكمية	
95	1	الوحدة	90	1	الوحدة
30400	320	الاسبوع	19800	220	الاسبوع
121600	1280	الشهر	79200	880	الشهر
1459200	15360	السنة	950440	10560	السنة
			السنة الثالثة		
السعر دج	الكمية		السعر دج	الكمية	
100	1	الوحدة	100	1	الوحدة
45000	450	الاسبوع	45000	450	الاسبوع
180000	1800	الشهر	180000	1800	الشهر
2160000	21600	السنة	2160000	21600	السنة

المصدر: اعداد الطالبتين .

الجدول رقم 30: الجدول التقديري لتكلفة المنتج خلال السنوات الثلاث الأولى

السنة الثالثة			السنة الثانية			السنة الاولى		
السعر دج	الكمية		السعر دج	الكمية		السعر دج	الكمية	
19	1	الوحدة	16	1	الوحدة	17.40	1	الوحدة
8550	450	الاسبوع	5120	320	الاسبوع	3828	220	الاسبوع
34200	1800	الشهر	20480	1280	الشهر	15312	880	الشهر

الفصل الثالث:

الدراسة التطبيقية لمشروع NEYA

410400	21600	السنة	245760	15360	السنة	183744	10560	السنة
--------	-------	-------	--------	-------	-------	--------	-------	-------

المصدر: اعداد الطالبتين .

الجدول رقم 31 : جدول حسابات النتائج خلال الثلاث السنوات الأولى

السنة الاولى	السنة الثانية	السنة الثالثة	
10560	15360	21600	الكمية (وحدة)
950440	1459200	2160000	المبيعات دج
183744	245760	410400	تكلفة المادة الأولية دج
766696	1213440	1749600	القيمة المضافة دج
7660	7660	7660	الاهتلاكات دج
432000	720000	960000	اجور العمال دج
48000	48000	48000	مصاريف مختلفة دج
487660	775660	1015660	ايعاء الاستغلال دج
279036	437780	733940	نتيجة صافي الاستغلال دج
286696	445440	741600	التدفق النقدي الصافي دج
279036	437780	733940	الهامش دج

المصدر: اعداد الطالبتين .

الجدول رقم 32: جدول النتائج .

المبلغ دج	القيم
CA=950440	رقم الاعمال
CV=183744	التكاليف المتغيرة
M/CV=766696	الهامش/التكاليف المتغيرة
Tm/cv=0.8	نسبة الهامش/التكاليف المتغيرة
CF=451696.13	التكاليف الثابتة
SR=564620.1625	عتبة المردودية
213 jours	مدة الاسترداد

المصدر: اعداد الطالبتين .

- الهامش/التكاليف المتغيرة = رقم الاعمال - التكاليف المتغيرة .
- نسبة الهامش / التكاليف المتغيرة =الهامش على التكاليف المتغيرة /رقم الاعمال .
- عتبة المردودية =التكاليف الثابتة /نسبة الهامش على التكاليف المتغيرة .
- مدة الاسترداد = عتبة المردودية /رقم الاعمال *365

حسب حسابات هذا الجدول فاننا توصلنا الى انه يمكننا استرداد قيمة الاستثمار الذي يقدر ب 274080.13 دج في مشروع NEYA في فترة زمنية تقدر ب 213 يوم و منه فان 152 يوم التي تبقت من السنة تعد ربح للمؤسسة .

الجدول رقم 33:الميزانية الافتتاحية

المبلغ دج	الخصوم	المبلغ دج	الاصول
200000	مساهمة الشريك 1	/	الاستثمارات
200000	مساهمة الشريك 2	195780.13	مصاريف اعدادية
		38300	معدات و ادوات
		204219.87	تكلفة الانتاج
400000	المجموع	400000	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين .

دراسة المخاطر

سنوضح المخاطر المحتملة مواجهتها في بداية و أثناء النشاط المتوقع حدوثها و ضرورة إتخاذ الحيلة والحذر و القرارات المناسبة .

1/ غلاء المواد المستعملة : إن التقلبات في أسعار المواد الاولية كعجينة السكر و أسعار العلب بسبب التغيرات الاقتصادية يعد من المخاطر المحتملة

2/ ندرة المادة الاولية في الاسواق

3/ التخزين غيرالصحيح او غير الأمن: الخطر في سوء عملية التخزين كوضعه في اماكن قد يصلها الماء مما يؤدي الى تلفها و يمكن تفاديه بالحرص على التخزين الجيد و الامن للسلع و استعمالها بصفة مستمرة و المحافظة عليها .

4/ التعبئة الغير صحية: بما أنه سيتم توزيع المنتج على المحلات لا بد من الحرص على مقاييس الجودة لضمان الصحة والسلامة للمستهلكين و تفادي فقد ثقة و سمعة المؤسسة.

5/ الاشكال الجذابة المقنعة للمستهلك: الخطر الكامن في شراء المستهلك للمنتج و عدم اقتناعه بالشكل او اللون و لا حتى طريقة تقديم و تغليف العلب ، لذا يجب الحرص على التطويروالمستمر و التنوع في المنتج .

6/ مشاكل في توزيع المنتج للمحلات .

7/ ظهور منافسين جدد باستمرار في السوق .

الجدول رقم 34 : مخطط النشاط

يعطي مخطط نشاط مؤسسة NEYA لمحة عما ستؤول اليه في السنوات المقبلة :

الاهداف	الآجال
1-بدء النشاط	السنة الاولى: اوت 2022
2-توسيع عملية البيع على مستوى كل مدينة تلمسان	السنة الثانية :2023
3-توسيع النشاط و اضافة منتوجات جديدة	السنة الثالثة :2024
4- توسيع عملية توزيع المنتج الى خارج ولاية تلمسان	السنة الثالثة :2024
5-فتح محل متخصص في منتجات تزيين الحلويات من NEYA	السنة الرابعة:2025
6-الوصول الى الحصول على شهادة الجودة	السنة الرابعة:2025

المصدر: اعداد الطالبتين .

خلاصة الفصل الثالث:

في هذا الفصل قمنا بإعداد مخطط الاعمال الخاص بمؤسستنا ووضحنا كافة الأمور المتعلقة بكيفية وإمكانية انشائها وأنجزنا دراسة مالية مفصلة للمشروع الذي تكلفته قدرت ب 670744 دج حيث بلغ رقم اعمال المشروع 950440 دج للسنة الأولى و بلغ التدفق النقدي الصافي 286696 دج فبذلك تأكدنا من قابلية تجسيد الفكرة وتحقيق المشروع اذ انه لا يتطلب راس مال كبير وهو ضمن المنتوجات التي عليها

طلب كبير في وقتنا الحالي

عسى ان تساهم مؤسستنا في تنمية الاقتصاد الوطني.

خاتمة عامة

ان التغيرات والاحداث التي يشهدها العالم تساهم وبشكل ملحوظ في خلق جو اقتصادي وسياسي

مختلف ومتغير عن ما كان في السابق وتغير العقليات بين افراد المجتمع زاد من تفضيل الملكيات

الخاصة والاستثمار فيها وإعطائها ما يلزم من أهمية وجهد ووقت كافي لتحقيق الأهداف الشخصية

وبالتالي الأهداف الاقتصادية للدول كالجائر التي تشجع على هاته الاعمال التي تدفع بعجلة التنمية.

و بهذا تكون الجزائر قد اولت أهمية كبيرة للمؤسسات المتوسطة والصغيرة والتي تلعب دورا هاما في

تنمية اقتصاد البلاد خاصة ان هذه الأخيرة شهدت ظروف صعبة في فترة التسعينات وحتى بداية

اللفية الثالثة اتسمت باختلالات في سوق العمل حيث وهي متزايدة ومستمرة الى يومنا هذا اذ ان

تراوحت معدلات البطالة بين 10% و 13% في الفترة الممتدة بين 2019 و 2021 ذلك

راجع الى عجز الدولة الجزائرية على توفير مناصب شغل جديدة والذي يرجع أساسا الى كثرة خريجي

الجامعات والمعاهد رغم محاولات الدولة امتصاص البطالة من خلال دعم قطاعات الإنتاج والصناعة

والاستثمار في الثروات مما يساعد على خلق القيم التي تأتي بها هذه الأخيرة .

اعتبرت المقاول كطريق ومنهج للخروج من بعض المشاكل الاقتصادية وكذا ارتباطها بخصائص

الشخص المقاول الذي يعد الفاعل الأساسي في نجاح المشاريع التي تكون في اغلب الأحيان عبارة عن

مؤسسات صغيرة ومتوسطة كما يساهم التكوين في هذا المجال سواء كان اكاديميا او في المعاهد او

عن طريق أجهزة الدعم على توضيح المهام والأهداف والمساعدة على التكيف مع التغيرات الاقتصادية

و الاجتماعية للبلد.

لا يمكننا التحدث عن المقابلة دون ذكر أهمية المرأة المقابلة والتي نجدها دائما في معركة للحصول على مكانتها المرجوة في عالم الريادة وتحقيق الأهداف الاقتصادية.

يعتبر قطاع الصناعة والحرف من اهم القطاعات التي تدعم الهيكل الاقتصادي الجزائري والذي اولته الدولة أهمية كبيرة مدعمة إياه بكل التسهيلات والدوافع للرفع من اقبال الأشخاص على الاستثمار فيه وذلك بتوفير التكوينات والدعم المالي والمادي لحامل المشروع في هذا القطاع.

في اطار الدراسة في مجال المقاولاتية والطرق الاكاديمية التي تعلمنا منها استخلاص الأفكار والتحفيز على خوض التجارب في الريادة لم ينته الموسم الا ونحن متشوقون للخطو نحو انشاء مؤسستنا الخاصة لذا ارتأينا الى التفرغ والتقدم لإنشاء ماركة خاصة بنا **NEYA** ل"انشاء مؤسسة لتزيين الحلويات" في تلمسان والتي بطرق بسيطة ورأس مال صغير يمكن تجسيدها على ارض الواقع .

كل ما سبق من تحصيل معلومات وتجارب جعلتنا نقوم بدراسة تفصيلية عن إمكانية الاستثمار في مشروعنا وتجسيد ماركة **NEYA** والتي تعتبر مشروعا حرفيا صغيرا بالاعتماد على رأس مال شخصي بحيث قسمت الدراسة الى 3 فصول..

تناولنا في الفصل الأول الجانب النظري أي مفاهيم حول المقاولاتية واشكالها وخصائصها وتكلمنا عن واقع المرأة المقابلة في الجزائر كما عرفنا بفكرة المشروع.

في الفصل الثاني تطرقنا الى دراسة السوق الخاصة بمشروعنا وعرضنا طريقة التمويل المعتمدة في المشروع الا وهي التمويل الذاتي.

في الفصل الثالث خصص لمخطط الاعمال الخاص بمشروع وتمت فيه الدراسة المالية بتفاصيلها حيث قدر رقم الاعمال للسنة الاولى 950440 دج و تكلفة المشروع 670744 دج الذي كانت فترة استرداده 213 يوم .

مما سبق توصلنا الى الإجابة على التساؤل الرئيسي والإشكالية المطروحة والتي من خلالها نقول ان لما ركنتنا إمكانية التجسيد على ارض الواقع في مدينة تلمسان وان تدر علينا بربح يحقق المساعي الذاتية الشخصية ولم لا المشاركة في تنمية الاقتصاد الوطني.

الملاحق:

الملحق الأول: الاستبيان

« Questionnaire pour une étude de marché sur les décorations de gâteaux »

Dans le cadre d'un mémoire de fin d'étude en sciences de gestion , master entrepreneuriat , Nous réalisons une étude de marché sur les différentes décorations de gâteaux . Nous aimerions savoir quelles sont vos habitudes de consommation de ce genre de produits , et ce que vous souhaiteriez voir développés , le sondage ne devrait prendre que 5 minutes et vos réponses resteront totalement anonymes .

On vous remercie d'avance pour votre contribution .

1* Avez-vous déjà utilisé des décorations en pâte à sucre pour vos gâteaux ?

Oui

Non

2* Si oui A quelle fréquence utilisez-vous les décorations en pâte à sucre ?

Souvent

Occasionnellement

Je les utilise rarement

Je ne les utilise pas

3* Etes-vous d'accord avec la proposition suivante : il y a assez de choix de décorations en pâte à sucre sur le marché .

Tout à fait d'accord

D'accord

Neutre

Pas d'accord

Pas du tout d'accord

4* si l'on vous propose des décorations en pate à sucre à thèmes suivant vos occasions , seriez-vous :

Tout à fait d'accord

D'accord

Neutre

Pas d'accord

Pas du tout d'accord

5* Pour vos décorations vous préférez des motifs : petits

Grands

Personnalisés

Neutre

6* Pour vos décorations vous préférez des couleurs : claires

Foncées

Mélangées

Neutre

7* Seriez-vous d'accord si les décorations étaient aromatisées ? :

Tout à fait d'accord

D'accord

Neutre

Pas d'accord

Pas du tout d'accord

8* Vous préférez que l'emballage de vos décorations soit en :

Sachet en plastique

Papier craft

Boîtes en plastique réutilisables

9* Si les les paquets proposés contiendront 15 unités vous serez :

Tout à fait d'accord

D'accord

Neutre

Pas d'accord

Pas du tout d'accord

10* Quel est l'endroit qui vous arrange le plus pour vous procurer les décorations en pate en sucre ? :

En ligne

Grande surface

Votre magasin habituel de produits de gâteaux

11* que feriez-vous si vous trouvez les decorations en pate a sucre dans votre magasin habituel de produits de gâteaux ? :

Je l'achèterai certainement

Je l'achèterai probablement

Je ne sais pas si Je l'achèterai

Je ne l'achèterai probablement pas

Je ne l'achèterai certainement pas

12* Etes-vous d'accord avec la proposition suivante : le prix du produit reflète sa qualité :

Tout à fait d'accord

D'accord

Neutre

Pas d'accord

Pas du tout d'accord

13* Quelle est la somme que vous êtes prêts à dépenser pour les décorations en pate à sucre :

150-200da

200-250 da

250-300 da

Plus de 300 da

14* vous préférez voir la promotion de ce genre de produits :

Sur les réseaux sociaux

Affiches publicitaires

A la radio

Autres

15* qu'est-ce que vous aimeriez voir de nouveau dans les décorations en pate à sucre ? :

.....

15* Etes-vous : un homme

Une femme

16* quel âge avez-vous : 15-25

26-35

36-45

Plus de 45

17* Quel est le revenu de votre ménage :

Moins de 15000 da

15000-25000 da

25000-35000 da

35000-45000 da

Plus de 45000 da

18* quel est votre statut social : célibataire

Marié(e)

Divorcé(e)

Veuf (ve)

الملحق الثاني: الفاتورة الشكلية

FACTURE PROFORMA

Mon entreprise : bendiouis
 Adresse postale 13000
 Adresse mail :abd78@gmail.com
 Téléphone :0775925485

Facturé à : NEYA Nom : Belahcene Adresse : Neyadecopateasucre@gmail.com	Facture n° :1720 Date :11/05/2022 Commande n° :1720
--	---

Désignation	Quantités	Prix unitaire HT	Montant HT
Moules en silicone	40	400	16000
Moules en plastique	30	250	7500
Plateaux en plastique	20	120	2400
Coupe pate	4	100	400
Table	1	12000	12000

Total : 38300 DA
 TVA : 00DA

BENDI OUIS Abderrahmane
 « Com m e r ç a n t »
 65,Oudjilda Centre -13000-TLEMCEN
 RC.N°: 13/00 - 1389837 A 16
 T 61 : 0553 - 00 - 96 - 30

Signature



قائمة المصادر والمراجع:

بالعربية:

1. امال بعيط ، ((برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر - واقع وافاق -)) .مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة باتنة ، السنة الجامعية ، 2017/2016 .
2. الأمانة العامة للحكومة، الأمر رقم 01- 96 المؤرخ في 10 جانفي 1996، الجريدة الرسمية، رقم 3، الجزائر، الصادرة في 14/01/1996.
3. بلال خلف سكارنة. الريادة وإدارة منظمات الاعمال. دار المسيرة للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى. عمان. الأردن.
4. بوبريتشينة، مخلوف صورية، دور المقاولاتية في التنوع الاقتصادي الجزائري 2010-2018، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم السياسة والعلاقات الدولية، تخصص ادارة موارد بشرية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو- 2019/2018 .
5. جميل احمد توفيق . أساسيات الادارة المالية .الدار الجامعية. دون سنة نشر.
6. الدكتورة فريجة ليندة. دروس مطبوعة دراسة السوق. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة قالمة.2014.*2015.
7. الدكتورة فريجة ليندة.دروس مطبوعة دراسة السوق. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة قالمة 2014*2015.
8. ريم لونيسي ، المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر. رسالة لنيل شهادة الماجستير ، قسم العلوم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة سطيف 2 ، الجزائر، السنة الجامعية 2015/2014.
9. زينب حسين عوض الله. مبادئ علم الاقتصاد. دار الجامعية الجديدة 2004 ص 225
10. سفيان بدرأوي، ثقافة المقاوله لدى الشباب الجزائري المقاول((رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علم الاجتماع التنمية البشرية ، قسم علم الاجتماع التنمية

- البشرية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة ابي بكر بلقايد، السنة الجامعية:2015/2014.
11. سلامي منيرة التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر 2008.
12. شلوف فريدة المرأة المقاولاتية في الجزائر دراسة سوسيولوجية مذكرة ماجستير في علم اجتماع تنمية وتسيير الموارد البشرية جامعة الاخوة منتوري قسنطينة 2009 .
13. صابرينة مغتات، واقع المقاولاتية النسوية في الجزائر في ظل تجارب دولية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 14 العدد 16، جوان 2018.
14. صكري أيوب، "واقع التعليم المقاولاتية في الجزائر الإنجازات والطموحات"، مجلة اقتصاديات المال والعمال، العدد 4 الصادر بتاريخ 2017.
15. صندرة سايبى. محاضرات في انشاء مؤسسة جامعة قسنطينة -عبد الحميد مهري- 2015-2014.
16. صندرة صايبي "محاضرات في انشاء المؤسسة" جامعة قسنطينة عبد الحميد مهري 2015-2014.
17. الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء،.
18. عائشة التايب النوع وعلم اجتماع العمل والمؤسسة مصر منظمة المرأة العربية 2011.
19. عبد المنعم السيد علي، نزار سعد الدين العيسى، النقود والمصارف والاسواق المالية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
20. عمر علي إسماعيل، "خصائص الزيادة في المنظمات الصناعية ومآثرها على إبداع التقني". مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 4، الصادرة في 2010.
21. فضيلة بوطورة، فاطمة زهراء، مداخلة حول التعليم المقاولاتي في الجامعة، "ملتقى وطني حول اهمية ودور دار المقاولاتية في الجزائر"، جامعة تبسة، سنة 2018.

22. قلش عبد الله، بدائل تمويل المؤسسة في ظل العولمة المالية، مجلة علوم الإنسانية، السنة الرابعة، العدد 02/32.
23. كنجو عبدو كنجو. الإدارة المالية. الطبعة الأولى. دار المسيرة لمنشر والتوزيع والطباعة. الأردن. 1997.
24. لفقير حمزة. مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه بعنوان "روحالمقاولاتية وانشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر" جامعة احمد بوقرة بومرداس. 2017.
25. محمد امين بربري، نحو تبنيثقافة المرأة المقاولاتية في الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، المجلد 8، الجزائر، 2017.
26. محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسة دعم المقاولاتية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة، منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2016/2015.
27. مصطفى رشيد شيحة، النقود والمصارف والائتمان، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، مصر، 1999.
28. يجه عيسى. لعلاوي عمر. بلحيمر إبراهيم "تحليل السوق" دار الخلد ونية للنشر والتوزيع الجزائر الطبعة الأولى السنة 2007
29. يجياوي مفيدة، إنشاء المؤسسة والمقاولاتية: هل هي قضية ثقافة؟، التكوين وفرص العمل، جامعة بسكرة أيام 1/6 و9 أفريل 2012..

بالفرنسية:

1. Eric Michael Laviolette et christopheloue , les compétences entrepreneuriales le 8eme congrés international francophone : l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales , Suisse , Haute ecole de gestion Figourg ,25-27 octobre 2006, p04.

المواقع الإلكترونية:

1. <https://www.aps.dz/economie/125936-plus-de-194-000-entreprises-dotees-du-nis-en-2020>
2. <https://moodle.univ-chlef.dz/ar/course/info.php?id=1435#:~:text=3%2D%20%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%20%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88>

- [D9%84%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9%20%3A%20%D9%87%D9%8A,%D8%8C%20%D8%A7%D8%AA%D8%AE%D8%A7%D8%B0%20%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D8%8C%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D8%A7%D8%A8%D8%A9%D8%8C](#)
3. <https://fsnv.univ-setif.dz/images/telecharger/BEV/38,%2049,%2055,%2058,66.pdf>.
 4. <https://elearning-facsceg.univ-annaba.dz/course/view.php?id=60#section-5>
 5. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/495/2/1/68141> ;
 6. <https://drcblida.dz/index.php/ar/2017-01-30-10-00-45>
 7. <http://thesis.univ-biskra.dz/1073/6/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%8A.pdf>
 8. <http://thesis.univ-biskra.dz/1073/6/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%8A.pdf>
 9. <https://www.almaal.org/how-to-create-a-company-in-algeriakk>
 10. <https://www.almaal.org/how-to-create-a-company-in-algeria>

الملخص :

تزايد في الآونة الأخيرة اهتمام الدول بالمقاولاتية اذ تعتبر هذه الأخيرة القوة الاقتصادية والطريق الى النمو الذي تتبعه الدول المتطورة، لذا أصبحت الجزائر تدعم هذا المجال للخروج من الازمات الاقتصادية وامتصاص البطالة، حيث تبنت استراتيجية هامة من خلال توفير أجهزة الدعم والمرافقة لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحاملي المشاريع كما اصبح للمرأة المقاوله حصة في هذا المجال.

و بصفتنا طالبة ماستر تخصص مقاولاتية واتتنا فكرة انشاء مؤسسة لإنشاء مختلف أنواع زينة الحلويات بعجينة السكر في مدينة تلمسان على وقد تطرقنا في دراستنا هذه الى جميع مراحل تجسيد فكرتنا وانشاءها على ارض الواقع والمتمثلة في دراسة السوق مخطط الاعمال الخاص بمشروع

والذي اظهر نتائج توشي بإمكانية ونجاعة المشروع.

الكلمات المفتاحية: المقاوله، المرأة المقاوله، دراسة السوق، مخطط الاعمال.

Résumé :

Récemment, l'intérêt des pays pour l'entrepreneuriat s'est accru, ce dernier étant considéré comme la puissance économique et la voie de la croissance que suivent plusieurs pays développés. C'est pourquoi l'Algérie a soutenu ce domaine pour sortir de la crise économique et résorber le chômage, comme elle a adopté une stratégie importante en proposant des dispositifs d'appui et d'accompagnement pour aider les petites et moyennes entreprises et les porteurs de projets, les femmes entrepreneures ont aussi leur place dans ce domaine.

En tant qu'étudiantes en master spécialisé en entrepreneuriat, nous avons eu l'idée de créer une entreprise spécialisée dans la confection de différentes décorations de gâteaux en pâte à sucre dans la ville de Tlemcen. Pour ce fait nous avons abordé toutes les étapes liées à la création de ce projet, représentées par l'étude de marché et le business plan; Ce qui a montré des résultats suggérant la faisabilité et l'efficacité du projet.

Mots clés: entrepreneuriat, femme entrepreneur, étude de marché, plan d'affaire.

Abstract

Recently, the interest of countries in entrepreneurship has increased, as it is considered as the economic power and the path of growth that the developed countries follow. This is why Algeria has supported this field to emerge from economic crises and reduce unemployment, as it has adopted an important strategy by proposing support and accompaniment mechanisms to help small and medium-sized enterprises and project promoters, women entrepreneurs also have their share in this field.

As a master student specializing in entrepreneurship, we had the idea of establishing an enterprise to create various types of sugar paste candy decorations in the city of Tlemcen. For this fact we have approached all the stages related to the creation of this project: the market study and the business plan; Which showed results suggesting the feasibility and effectiveness of the project.

Keywords: entrepreneurship, women's entrepreneurship, market study, business plan.