



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مذكرة تخرج

مقدمة للحصول على شهادة ماستر

في علوم التسيير

تخصص: مقاولاتية

بعنوان

حلويات بمادة الخروب

تحت إشراف الأستاذة

قراري يمينة

إعداد الطالبة

جعطوط نور الهدى

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

جامعة تلمسان

أ.د ثابت وسيلة

مشرفا

جامعة تلمسان

د. قراري يمينة

ممتحنا

جامعة تلمسان

د. حللمي وهيبة

السنة الجامعية: 2021 - 2022

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم:

﴿ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والديّ وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين﴾ سورة النمل "الآية 19"

الشكر أولاً لله عز وجل الذي أعانني في إنجاز هذا العمل.

كما أتقدم بعميق شكري وخالص تقديري وعرفاني إلى أستاذتي الفاضلة "قراري يمينة" على توجيهاتها ونصائحها القيمة وصبرها عليّ.

كما لا أنسى أستاذتي الكرام بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير الذين درسوني، وإلى كل من موظفي مكتبة الكلية وقسم علوم التسيير.

وإلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة في إنجاز هذا العمل طالبين من المولى عز وجل أن ينفع به غيرنا.

فالحمد لله حتى يرضى

والحمد لله إذا رضى

والحمد لله بعد الرضى

الإهداء

اللهم إن هذا بعض ما علمتني فهو منك وإليك، والصلاة والسلام على سيد الخلق رسول الله صلى الله عليه وسلم.

قال الله تعالى: ﴿واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيراً﴾

أهدي ثمرة عملي والجهد إلى والجهد إلى: نور قلبي وقرّة عيني إلى القلب الدافق حنانا والصدر الغامر أمانا، إلى أول كلمة نطق بها اللسان إلى من تمدني بالقوة وتبعث فيا الأمل فأبتسم وأنا في عز البكاء، أمي الغالية حفظها الله تعالى وأطال في عمرها.

وأهدي ثمرة هذا العمل أيضا إلى كل من علمني حرفا وإلى كل من أبكاني ولكن إلى الخيرات قد هداني.

وإلى الأصدقاء درفوف محمد فاتح وشركة بوبلانزا ... الخ

إلى من شاركني عناء إنجاز هذه المذكرة وإلى الأساتذة الكرام وزملاء في الدراسة وإلى كل من نسيهم قلمي ويذكرهم قلبي.

الملخص

لقد أصبح موضوع المقاولاتية وإنشاء المؤسسات يحتل حيزا كبيرا من الاهتمام في الساحة الاقتصادية والاجتماعية في العالم، خاصة مع المكانة التي تحتلها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والدور الذي تلعبه في مختلف برامج التنمية المستقبلية. وبالتالي فإن المقاولاتية هي المحور الأساسي للتطور وخلق مناصب العمل للقضاء على البطالة، حيث زاد اهتمام الجزائر بهذا القطاع لأنه الوسيلة الفعل لتحقيق التنمية الاقتصادية وذلك من خلال إنشاء مجموعة من الهياكل وأجهزة الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ومن هنا ظهرت فكرة مشروعنا فكرة مشروعنا التي تتمثل في إنشاء مؤسسة لصناعة الحلويات بمادة الخروب، وقد قمنا من خلال هذه الدراسة إلى شرح مفهوم المقاولاتية، وذكر جميع مراحل إنشاء مشروعنا وذلك بالقيام بدراسة السوق وطرح استبيان على عينة عشوائية من 200 شخص، والدراسة التقنية والمالية للمشروع حيث أنه سيمول مشروعنا عن طريق الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ANADE، مع وضع مخطط الأعمال يتكون من مخطط تحليل SWOT و BMC لمعرفة الصعوبات والعقبات التي تواجه مشروعنا وتجنبها لتحقيق النجاح لمشروعنا.

- الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حلويات طبيعية، مادة الخروب.

Résumé :

La question de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise est devenue primordial et de grande importance dans la sphère économique. En particulier avec la place qu'occupe les petites et moyennes entreprises et le rôle qu'elles jouent pour le développement économique. D'où vient le rôle important de l'entrepreneuriat, considéré comme facteur clé dans la croissance économique.

L'idée principale de notre travail porte sur la création d'entreprise de « fabrication de gâteaux à la Caroube ».

A travers cette étude, nous avons expliqué le concept d'entrepreneuriat, et évoqué tous les étapes de mise en place du projet en réalisant une étude de marché à travers un échantillon aléatoire de 200 personnes, et l'étude technique et financière appuyé par l'ANADE.

Mots clés : Entrepreneuriat, Petites et Moyennes Entreprises Gâteaux naturels à la caroube, Dispositifs de soutien et d'accompagnement, l'Agence Nationale d'appui et de développement à l'entrepreneuriat.

قائمة الفهرس

الصفحة	الفهرس
أ	مقدمة
01	الفصل الأول: عموميات حول المقاولاتية وتقديم فكرة المشروع
02	مقدمة الفصل الأول
03	المبحث الأول: ماهية المقاولاتية
08	المبحث الثاني: ماهية المقاول
11	المبحث الثالث: المقاولاتية في الجزائر
17	المبحث الرابع: اقتراح فكرة مشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب
25	خاتمة الفصل الأول
26	الفصل الثاني: مصادر التمويل ودراسة السوق للمشروع
27	مقدمة الفصل الثاني
28	المبحث الأول: إشكالية التمويل في الجزائر
32	المبحث الثاني: أجهزة الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
43	المبحث الثالث: دراسة السوق
45	المبحث الرابع: الطريقة المتبعة في دراسة السوق
66	خاتمة الفصل الثاني
67	الفصل الثالث: مخطط الأعمال
68	مقدمة الفصل الثالث
69	المبحث الأول: تقديم المؤسسة ودراسة السوق
72	المبحث الثاني: عمليات الإنتاج والمزيج التسويقي
77	المبحث الثالث: الدراسة التقنية والمالية للمشروع
84	المبحث الرابع: خطة العمل
87	خلاصة الفصل
88	خاتمة
90	قائمة المراجع
	الفهرس

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
12	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتصنيفها	01
15	تطورات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	02
40	التمويل الثنائي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية	03
40	التمويل الثلاثي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية	04
47	يوضح طبيعة الجنس	05
48	يوضح طبيعة العمر	06
49	يوضح طبيعة الحالة العائلية	07
50	يوضح مكان الإقامة	08
51	يوضح الدخل الشهري	09
52	يوضح آراء العينة حول فكرة صناعة حلويات طبيعية	10
53	يوضح هل يجب أفراد العينة حلويات بصنع الخروب أم لا	11
54	يوضح سبق ومعرفة حلويات بصنع الخروب	12
55	يوضح سبق واستهلاك حلويات بصنع الخروب	13
56	يوضح رضى المستهلكين عن المنتجات التي يستهلكونها	14
57	يوضح هل يفضل أفراد العينة حلويات بصنع الخروب أم حلويات أخرى؟	15
58	يوضح نوع الحلويات التي تستهلكها أفراد العينة	16
59	يوضح السعر الذي يشتري به أفراد العينة الحلويات	17
60	يوضح هل أفراد العينة يحبون الحلويات المصنوعة بالخروب التقليدية أم العصرية؟	18
61	يوضح المكان الذي يفضله أفراد العينة لشراء الحلويات المصنوعة بمادة الخروب	19
62	يوضح القدرة الشرائية لأفراد العينة	20
63	يوضح الوسيلة التي يريد أن يتواصل بها أفراد العينة	21
64	يوضح آراء أفراد العينة حول فكرة مشروعنا	22

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
70	يوضح موردي مؤسستنا	23
73	المكونات وأسعارها	24
74	المكونات وأسعارها	25
75	أسعار الحلويات (الوحدة دج)	26
78	يوضح احتياجات الموارد البشرية للمشروع	27
78	أجور العاملين	28
79	أسعار الآلات والمعدات	29
80	النفقات الضرورية	30
81	حساب سعر التكلفة الشهرية وثمان بيع الإنتاج	31
82	حساب النفقات	32
83	يوضح قيمة الاستثمار الإجمالية	33
84	تحليل SWOT	34
85	مخطط BMC	35
86	يوضح خطة عمل مشروعنا لمدة أربع سنوات الأولى	36

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
15	تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	1
16	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاعات	2
21	الرسم التخطيطي لخطوات صنع الحلويات بمادة الخروب	3
38	الهيكل التنظيمي للوكالة لدعم وتنمية المقاولاتية - تلمسان -	4
47	يوضح طبيعة الجنس	5
48	يوضح العمر	6
49	يوضح طبيعة الحالة العائلية	7
50	يوضح مكان الإقامة	8
51	يوضح الدخل الشهري	9
52	يوضح آراء العينة حول فكرة صناعة حلويات طبيعية	10
53	يوضح هل يجب أفراد العينة حلويات بصنع الخروب أم لا؟	11
54	يوضح سبق ومعرفة حلويات بصنع الخروب	12
55	يوضح سبق واستهلاك حلويات بصنع الخروب	13
56	يوضح رضى المستهلكين عن المنتجات التي يستهلكونها	14
57	يوضح هل يفضل أفراد العينة حلويات صنع الخروب أو حلويات أخرى؟	15
58	يوضح نوع الحلويات التي تستهلكها أفراد العينة	16
59	يوضح السعر الذي يشتري به أفراد العينة للحلويات	17
60	يوضح هل أفراد العينة يحبون الحلويات المصنوعة بالخروب التقليدية أم العصرية؟	18
61	يوضح المكان الذي يفضله أفراد العينة للشراء	19
62	يوضح القدرة الشرائية لأفراد العينة	20
63	يوضح الوسيلة التي يريد أن يتواصل بها معنا أفراد العينة	21
64	يوضح آراء أفراد العينة حول فكرة مشروعنا	22
77	الهيكل التنظيمي للمشروع	23

مقدمة

مقدمة عامة

اتسم مختلف الباحثين الاقتصاديين وكذا دول العالم باهتمامهم في مجال المقاولاتية الذي أصبح يلعب دورا مهما في النشاط حيث من خلاله يمكن للأفراد تحقيق ذواتهم وتوفير مناصب شغل جديدة وتطوير منتجات جديدة مع خلق قيمة مضافة مع الخروج من نموذج العمل المأجور إلى عمل حر.

وتضم الصناعات الغذائية الجديدة من المشاريع التي تسعى النهوض بالاقتصاد الوطني ومن بينها صناعة الحلويات الطبيعية والصحية حيث تكون لها مكانة كبيرة في السوق.

وإن أغلب الحلويات الموجودة في السوق الجزائرية رائعة ولذيذة المذاق ولكن كيميائية غير طبيعية وليست صحية. ولهذا يهدف مشروعنا إلى صنع حلويات بمادة صحية ومفيدة التي يأكلها الكبير والصغير، الشخص العادي والمريض.

وتكون صناعة هذه الحلويات في كل الفصول لأن مادة الخروب موجودة مع مراعاة طريقة التخزين هذه المادة لتفادي فسادها، فصناعتها تكون بوصفات طبيعية أساسها مادة صحية وهي الخروب والتي تكون متوفرة في جميع الفصول كما سنحصل على هذه المادة من مصنع الخروب حيث يتموقع مشروعنا في المنزل كبداية ثم بعد ذلك مؤسسة لا تتطلب رأس مال كبير.

الإشكالية:

إن المقاولاتية هي من بين المرتكزات الأساسية لخلق الثروة والنهوض بالاقتصاد الجزائري وإمكانية الابتكار والإبداع وتطوير منتجات جديدة.

ولذلك فإن خلقنا لمشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب يدفعنا لطرح الإشكالية التالية: ما

- هل فكرة مشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب ناجح؟

ولتوضيح المزيد من الإشكالية نطرح الأسئلة التالية:

1- ما هو واقع المقاولاتية في الجزائر؟

2- ما هي محددات اختيارنا للمشروع؟ والفرص والتحديات التي تصادفنا في السوق الجزائرية؟

الفرضيات:

فرضيات الإجابة عن الإشكالية:

"استثمار مشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب تكلفته غير مرتفعة"

"المستهلكون يحبون الحلويات الطبيعية الصحية عوض الحلويات الكيميائية الغير الصحية للجسم"

"يفضل المستهلك شراء حلويات مصنوعة بمادة تعتبر دواء للأمراض أكثر من شراء حلويات أخرى"

- أهداف الدراسة:

التعرف على مفهوم المقاولاتية وواقعها في الجزائر

معرفة سمات المقاول

شرح فكرة المشروع

دراسة المشروع

- تقسيمات الدراسة:

قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاث فصول على النحو التالي:

الفصل الأول: يتناول عموميات حول المقاولاتية وواقعها في الجزائر وتوضيح فكرة المشروع

الفصل الثاني: يتناول مصادر التمويل ودراسة السوق للمشروع

الفصل الثالث: وضع مخطط الأعمال Business Plan

الفصل الأول

عموميات حول المقاولاتية

وتقديم فكرة المشروع

مقدمة الفصل:

تعتبر المقاولاتية أهم حقل في العلوم الاقتصادية ولذلك أصبح الباحثين يهتفون إلى تنمية وتطوير المقاولين والاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنهوض بالاقتصاد.

فقد أصبح لها مكان هام في الجزائر من خلال إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة لأنها هي الوسيلة الأنجح لخلق القيمة المضافة وتحقيق التنمية المستدامة.

فقد تعددت التوجهات الفكرية بين علماء النفس والاجتماع الاقتصاديين وعلماء الإدارة، فكل منهما كان له منهج مختلف.

وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل من خلال أربع مباحث التالية:

- المبحث الأول: ماهية المقاولاتية

- المبحث الثاني: ماهية المقاول

- المبحث الثالث: المقاولاتية في الجزائر

- المبحث الرابع: اقتراح فكرة المشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب

المبحث الأول: ماهية المقاولاتية

المطلب الأول: نشأة وتطور المقاولاتية ومفهومها

1- نشأة وتطور المقاولاتية:

كانت الأنشطة الإنتاجية في البداية تتم بشكل يدوي دون استعمال الآلات مقرها في المنزل حيث كان ذلك إلى غاية القرن 18 ثم بدأت بالتطور لتصبح حرفة.

حيث شهدت هذه الفترة بظهور النظام الرأسمالي الذي أدى إلى خلق مؤسسات صغيرة ومتوسطة لكن الباحثين الاقتصاديين لم يهتموا بدراستها في هذه الفترة وقد عرفت النظرية النيوكلاسيكية على أن المؤسسة يكمل دورها في الجمع بين رأس المال والعمل وعلى أن العرض يساوي الطلب.

ونتيجة الثورة الصناعية الثانية ثم ظهور مؤسسات كبيرة حيث ظهر الانفصال بين الملكية والحديدية وكان ذلك بداية من التسيير الأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1870، في مجال السكك 1920 الذي شهد في فترة نهاية القرن 19 حيث تم معالجته بإصدار مبادئ حوكمة المؤسسات.

وفي ظهور الأزمة الاقتصادية بعد منتصف الثمانينات ارتفعت معدلات البطالة وذلك نتيجة تسريح العمال الذي لجأت إليه المؤسسات الكبيرة، كان الباحثين يؤمنون بالمؤسسات الكبيرة هي الأمثل لنجاح السوق لكن بعد ظهور هذه الأزمة أعطت الاهتمام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بعد دراستها ومعرفة خصائصها ونظرياتها، منها نظرية اقتصاديات السلم ونظرية الفرص الضائعة وذلك للنهوض من هذه الأزمة الاقتصادية.

في الفترة ما بين 1963-1988 لم تحظ الجزائر في المقابلة باهتمام السلطات العمومية وذلك لطبيعة النظام السياسي الموجود وعدم ظهور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا تلك التابعة للقطاع العام، أي أن السياسة في المقابلة لم تكن بارزة⁽¹⁾.

وفي سنة 2001 تم ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بواسطة قانون تم إصداره 01/18 المؤرخ في 12-12-2001.

المقاربة الوصفية L'approche descriptive: كانت المقابلة تعتبر كتفسير لفهم التطور الاقتصادي لكن هناك بعض الباحثين خالفوا هذا الرأي مثل : (1968) H.leibenstein: يرى أن المنافسة هي التي تفسر تطور النظرية الاقتصادية ويمكننا عن مجال المقابلة.

المقاربة السلوكية L'approche Comportementale: إن العلم الذي تأسست عليه هذه المقاربة هو علم النفس وكان ذلك من أعمال D clelland فهذه المقاربة اهتمت بكثير من العلوم (علم الاقتصاد، علم التسيير، علم الاجتماع، ...).

المقاربة المرحلية L'approche processuelle: تهدف المقاربة إلى تحليل المتغيرات الشخصية والمحيطية التي تشجع أو تمنع روح المقابلة.

وهناك باحثين حاولوا تفسير كيفية انطلاق الحدث المقاولاتي وأن نهاية كل مرحلة هي بداية مرحلة أخرى وهما

SHAPERO و L.SOKOR (1982)⁽²⁾.

1- جودي محمد علي، دكتوراه نحو تطور المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، الدفعة 2014-2015، ص ص 5-6.

2- أمال بعبط، برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر - واقع وآفات - أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، شعبة تسيير المنظمات 2016-2017، ص ص 04-05.

2- مفهوم المقاوالتية:

أصبحت المقاوالتية أهم أسس التنمية الاقتصادية، لذلك نجد تعدد التعاريف التي تناولت المقاوالتية.

- المقاوالتية هي كلمة انجليزية « Entrepreneurship » وتم ترجمتها من طرف الكيكيكين إلى الفرنسية « Entrepreneuriat » ومن التعاريف العديدة نذكر منها:

- تعريف الاتحاد الأوروبي المقاوالتية سنة 2003: "هي الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والابتكار والإبداع والفاعلية التسيير وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة"⁽¹⁾.

- ويعرف "Beranger" أن المقاوالتية هي الركيزة على إنشاء وتنمية الأنشطة بطريقتين⁽²⁾:

- على أساس أنها نشاط: وهي النشاط أو مجموعة من الأنشطة تدمج لإنشاء وتطوير مؤسسة.
- على أساس أنها تخصص جامعي: أي هي علم يوضح المحيط وسيرورة خلق ثروة وتكوين اجتماعي من خلال مواجهة الخطر بشكل فردي.

- تعريف BARROW أن المقاوالتية على أنها: "عملية الانتفاع بتشكيلة واسعة من المهارات من أجل تحقيق قيمة مضافة في مجال محدد من مجالات النشاط البشري وتكون محصلة هذا الجهد إما زيادة في الدخل، أو على الاستقلالية، بالإضافة إلى الإحساس بالفخر نتيجة الجهد المبذول"⁽³⁾.

- وجاء أيلن فايل "ALAIN FAYOLLE" المقاوالتية على أنها: "خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم الإعادة أي تواجد الخطر والتي تدمج فيها أفراد ينبغي تكون لهم "سلوكات ذات قاعدة تتخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي"⁽⁴⁾.

1- مولاي حاجة مباركة، آيت جميلة، مذكرة لنيل شهادة ماستر بعنوان "الرغبة المقاوالتية عند الطلبة"، سنة 2015-2016، ص 12.
2- خدري توفيق، حسب بن طاهر، مداخلة بعنوان "المقاوالتية كخيار فعال لنجاح المؤسسات ص.و.م الجزائرية" سنة 2013، ص 5.
3- محمد قوجيل، تقييم أداء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في إنشاء ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ماجيستر علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007-2008، ص 16.
4- علي فلاح مفلح الزعبري، زيادة الأعمال صناعة القرن الحادي والعشرين، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، ص 37.

- نجد البروفيسور "HAWARD STEVENSON" يوضح أن: "المقاولة عبارة عن فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات متابعتها وتجسيدها"⁽¹⁾.

المطلب الثاني: دور المقاولاتية وروح المقاولة

1- دور المقاولاتية:

للنشاط المقاولاتي أدوار عديدة ومتنوعة منها على المستوى الاجتماعي، البيئي والاقتصادي:

- على المستوى الاجتماعي:

توسيع الثروة في المجتمع الذي يمكنها من إظهار العديد من الأنشطة، تحسين المستوى المعيشي من خلال خلق مناصب شغل للتقليل من ظاهرة البطالة.

تعتبر المقاولة سبيل لإظهار إمكانية المرأة في مجال الأعمال.

تساهم في تلبية حاجات المستهلكين.

- على المستوى البيئي:

المحافظة البيئية وذلك من خلال حماية الموارد الطبيعية.

المقاولون يقومون باختيار المشاريع كالبنائات الخضراء وغيرها من المشاريع للتقليل من المشاكل البيئية وغيرها من المشاكل⁽²⁾.

- على المستوى الاقتصادي:

المساهمة في تحقيق التقدم الاقتصادي من خلال تحقيق نسب نمو مميزة زيادة الإنتاج الوطني المحلي.

1- صندرة سايبى، محاضرات في إنشاء المؤسسة، جامعة قسنطينة، 2014-2015، ص 6.

2- فؤاد نجيب الشيخ، يحي ملهم، وجدان محمد العكاليك، صاحبات الأعمال الرياديات في الأردن لمجلة الأردنية في مجال الأعمال، المجلد 05 العدد 04، 2009، ص 497.

استمرارية المنافسة والقضاء على الاحتكار الذي يكون من طرف المؤسسات الكبيرة بسبب التطور والإبداع في المنتجات.

تمويل الخزينة العمومية من خلال دفع الضرائب والرسوم التي تقوم بها المقاولات.

التكامل الاقتصادي على المستوى الوطني.

2- روح المقاومة:

إن الروح المقاولة لها أهمية كبيرة في تدعيم المقاولة فهي تركز على تحقيق الأهداف وتطوير الكفاءات الفردية، فإن

الأفراد الذين تغرس فيهم روح المقاولة يستطيعون إنجاز الأعمال بطريقة متغيرة بكل مبادرة وعقلانية وإبداع.

"تشير HELEN VERIN إلى تطور التحليل الاقتصادي بما فيه شبكة المفاهيم سمح بظهور شكل جديد

للرجل الاجتماعي، فهو يبادر حسب عقلانية غاياته ويصبح بذلك مقاولاً"⁽¹⁾.

وبالتالي فإن الروح المقاولة لها معاني متعددة فهي تساعد الأفراد على تطوير أنفسهم وذلك بإنشاء مؤسسات فردية

ينتج عنها تجريب أفكار واكتساب مهارات جديدة وذلك بكسر حاجز الخوف"⁽²⁾.

1- بدرابي سفيان، ثقافة المقاومة لدى الشباب الجزائري المقاول، جامعة أبو بكر بلقايد، سنة 2014-2015، ص 39.

2- جودي محمد علي، مرجع سبق، ذكره، 2014-2015، ص 15-16.

المبحث الثاني: ماهية المقاول:

المقاول هو الشخص الذي يسعى جاهداً إلى تحمل المخاطر ولكي نفهم معنى المقاولاتية بشكل سليم يجب فهم سلوك المقاول وتحديد أهم الخصائص التي يتصف بها وهو ما سنراه في هذا البحث.

المطلب الأول: مفهوم المقاول وخصائصه

1- مفهوم المقاول: هو الذي يقوم بمسؤولية تسيير المؤسسة وحل المشاكل التي تواجهه من مخاطر وعراقيل فهو يقوم بالإبداع والابتكار بهدف خلق شيء له قيمة ينفعه به الاقتصاد.

يعتبر (J.B.SAY 1803) "المقاول على أنه الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج، بهدف خلق منفعة جديدة"⁽¹⁾.

بالنسبة للباحث CANTILLOH يرى أن المقاول مكانته وموقعه في النشاط الصناعي والتجاري وهو أول من وجد العلاقة التي تربط بين المخاطرة والمقاول"⁽²⁾.

ويرى DONTTARVEY ET DONALD بأن المقاول هو الشخص الذي يمكن التمييز بين الفرص وانتهازها بينما الأشخاص الآخرون ليس لهم القدرة على ذلك"⁽³⁾.

ومن خلال التعاريف السابقة نجد أن المقاول هو كل شخص لديه فكرة يريد تجسيدها على أرض الواقع من خلال خلق مؤسسة لتحقيق أرباح مالية وإنتاج شيء جديد مقابل تحمل الأخطار الناجمة عن ذلك.

1- بدرابي سفيان، مرجع سابق، ص 37.

2- وفاء أريس، دور التكوين في تنمية الحس المقاولاتي، مداخلة ضمن ملتقى حول المقاولاتية التكوينية وفرص الأعمال، جامعة بسكرة، أبريل 2010 ص 16.

3- فايضة جمعة صالح، الريادة وإدارة الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ص 09.

2- خصائص المقاول:

- الخصائص السلوكية: هناك نوعين من المهارات المقاول وهي:

▪ مهارات تكاملية: هي المهارات التي يتم تطويرها المقاولون والعاملين مع بعضهم البعض كأنهم يد واحدة متكاملة.

▪ مهارات تفاعلية: وهي عملية التواصل المتبادلة والمشاركة بين العمال والإدارة بكل تفاعل بينهم.

- الخصائص الإدارية: وتمثل مهاراتها كالتالي:

▪ مهارات فكرية: وهي التي تكون بتحليل مشكلات العمل وإيجاد الحل المناسب لها واتخاذ القرارات⁽¹⁾.

▪ مهارات إنسانية: وهي المهارات التي تتمثل في الاهتمام بالمشكلات العمال والاحترام المتبادل ومراعاة احتياجاتهم وذلك لدورهم الكبير في تحقيق الأهداف ونجاح المشروع.

- الخصائص النفسية: ومن أهم هذه الخصائص هي كالتالي:

▪ الإحساس بالمسؤولية.

▪ يسعى إلى تجاوز المخاطر وتحقيق النجاح.

▪ القدرة على التواصل عن طريق الاتصال.

▪ الاهتمام والتميز بالابتكار والإبداع.

▪ مواجهة وحل المشاكل.

▪ البحث عن الفرص الجديدة.

▪ الرغبة في الاكتشاف.

1- عامر خربوطلي، ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2018 ص ص 13-14.

المطلب الثاني: أنواع المقاولين⁽¹⁾

لقد قسم MINTZBERG المقاولين إلى أربع مجموعات وهي كالتالي:

- المقاولين ذوي الإمكانية.

- الرياديين الذين لديهم النية لإقامة مشروع.

- الرياديين فاعلين.

- الرياديين الذين ليس لديهم النية لإنشاء مشروع.

وهناك UCBASARAN الذي قسم المقاولين إلى أنواع:

المقاول المبتدئ، والمقاول تسلسلي، والمقاول الأصيل، والمقاول الاحتوائي.

فالمقاول المبتدئ هو الذي تكون عنده خبرة مسبقة في إدارة المشاريع ولكن يملك مشروعاً واحداً.

والمقاول التسلسلي هو الذي يقضي فترة زمنية في المشروع السابق ثم يصبح بعده عنده مشروع آخر أي أنه يملك أكثر

من مشروع واحد.

والمقاول الاحتوائي هو الذي يملك أكثر من مشروع واحد في وقت زمني واحد

1- مجدي عوض مبارك، ريادة الأعمال، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2009، ص 39.

المبحث الثالث: المقاولاتية في الجزائر

اهتمت الدولة الجزائرية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك لخلقها للتنمية وقدرتها على الإبداع والتقليل من نسبة البطالة، فهي لا تستحق أموالا كثيرة مقارنة مع المؤسسات الكبيرة وهي تعتبر أساس التنمية الاقتصادية وحركة نشاطها.

المطلب الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

رغم انتشار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جميع دول العالم إلى أن هناك اختلاف في تعريفها وعدم وجود تعريف موحد لها من دولة لأخرى.

هناك القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي تعتمد عليه الجزائر، وهو قانون 02-17 المؤرخ في 2017/01/10 وهو يتضمن بأن المؤسسات هي مؤسسة خدمات أو إنتاج سلع لا يتجاوز رقم أعمالها 04 ملايين دينار جزائري وهي تستوفي معيار الاستقلالية ويقصد بهذا القانون ما يلي⁽¹⁾:

- الأشخاص المستخدمون: عدد العاملين الأجراء بصفة دائمة خلال سنة واحدة أما العمل الموسمي فيعتبر أجزاء من وحدات العمل السنوي.

- الحدود المعتبرة لتحديد رقم الأعمال هي المتعلقة بآخر نشاط مقفل مدة 12 شهر.

- المؤسسة المستقلة: هي المؤسسة التي لا يمتلك رأس مالها 25% وما أكثر من قبل المؤسسة لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ومن خلال هذا الجدول يوضح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتضمن عدد العمال ورقم الأعمال والميزانية العامة السنوية من خلال المواد 08، 09، 10 في المرسوم التنفيذي.

1- المرسوم التنفيذي رقم 02-17 المؤرخ في 2017/01/10 للجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 02، المادة رقم 05، ص 05.

الجدول رقم 01: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتصنيفها

نوع المؤسسة	عدد العمال	رقم الأعمال السنوي	الميزانية العامة السنوية
مصغرة	من 01 إلى 09	أقل من 40 مليون	لا يتجاوز 20 مليون
صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 400 مليون	لا يتجاوز 200 مليون
متوسطة	من 50 إلى 250	بين 400 مليون و 04 ملايين	بين 200 مليون و 01 مليار

المصدر: الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 17-02، المواد 08، 09، 10.

يمثل الجدول تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب عدد العمال ورقم الأعمال السنوي والميزانية العامة السنوية.

المطلب الثاني: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وواقعها

1- تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

تعرفت الدولة تحولات اقتصادية من مرحلة الاقتصاد الموجه إلى مرحلة الاقتصاد السوق حيث بعدة مراحل وهي كالتالي:

❖ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مرحلة 1962-1979:

كان لها دور كبير في خدمة أهداف المستعمر وتمثلت في الصناعات الاستخراجية التي تتبع القطاع الخاص حيث كان ذلك قبل الاستقلال أما بعد الاستقلال كان يبلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 1964 حوالي 1120 عدد عمالها 57480 وفي سنة 1966 حوالي 1873 مؤسسة عدد عمالها 65053 وقد قدمت هذه المؤسسات بعد ذهاب مالكيها الأجانب إلى لجان التسيير الذاتي ثم تم دمجها من بين أملاك المؤسسة الوطنية في سنة 1967.

كما صدرت عدة قوانين كان لها الفضل في تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومنها⁽¹⁾:

1- آمال بعيظ، مرجع سابق، ص 126.

- قانون التسيير الاشتراكي: وهو يهدف إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية للتنمية.

فقد تم التركيز في هذا القطاع على بناء قاعدة صناعية ضخمة تقوم الدولة بتسييرها بشكل مباشر مما رجع بنتائج غير ايجابية كلفت الدولة أموالا كبيرة وضخمة.

- القانون الأول الخاص بالاستثمار: جاء هذا القانون سنة 1964 فرغم مزاياه وضماناته التي قدمها لم يكن أثر كبير في تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

❖ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مرحلة 1980-1989:

حسب الأهداف التي يحددها المخطط الجزائري والتغيرات الاقتصادية ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطور الاقتصادي، ترجمت بإصدار قوانين كان لها أثر على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومنها:

- القانون الذي يقوم بإعادة الهيكلة العضوية والمالية للمؤسسات الاقتصادية 1981-1982.
- قانون الاستثمار الخاص رقم 11/82 المؤرخ في 21-08-1982 بالاستثمار الاقتصادي الوطني الخاص.
- قانون استقلالية المؤسسة رقم 01/88 المؤرخ 12-01-1988 الذي قدم للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية الاستقلالية

❖ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مرحلة 1990-2000:

في بداية التسعينات شهدت الجزائر تراجع وارتفاع نسبة البطالة وانخفاض العملة الصعبة لذلك لجأت إلى الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة والمؤسسات الدولية وأهم ما صدر عن هذه المرحلة هو⁽¹⁾:

- قانون النقد والقرض رقم 90-10 المؤرخ في 14-04-1990 وهو يهدف إلى مبدأ حرية الاستثمار الأجنبي.

- المرسوم التشريعي الصادر في 05-10-1993 وقد صدر عنه تدعيم السياسة الجديدة.

1- آمال بعيظ، مرجع سابق، ص 127.

- المرسوم الرئاسي رقم 234/26 الصادر في 1996/07/20 بإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الهادفة لتوظيف الشباب.

❖ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مرحلة 2001 إلى يومنا هذا:

يتضمن إنشاء صناديق تهدف إلى تأهيل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهذا راجع إلى القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصادر في 12 ديسمبر 2001 بإصدار 18/01⁽¹⁾.

حيث أنشأت هيئات قدمت مساعدات عديدة لهذا القطاع وهي:

- الوكالة الوطنية للاستثمار (ANDI) بموجب الأمر الرئاسي 03-01 المؤرخ في 2001/08/20
- إنشاء المجلس الوطني الاستشاري في 2003/04/22 والمكلف بدمج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق العالمية.
- إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ANDPMI) في 2005/05/03.

2- واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

شهد قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نموا كبيرا وذلك راجع إلى جهود الدولة في ذلك كانت تهدف إلى تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك لتقليل من البطالة فقد قدمت هيئات دعم تساعد على ذلك وإنشاء مجموعة من الهياكل لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

فقد بلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 288577 سنة 2003 حيث عرف نمو بلغ عدده 410959 في سنة 2007 وبقي في ارتفاع حتى نهاية 2014 قدمت الحكومة الجزائرية مخطط يرتكز على إنشاء 1 مليون مؤسسة صغيرة ومتوسطة⁽²⁾ حيث سنوضح من خلال الإحصائيات التالية التطورات التي شهدت هذا القطاع.

1- بن العايش فاطمة، مرجع سابق، ص 138.

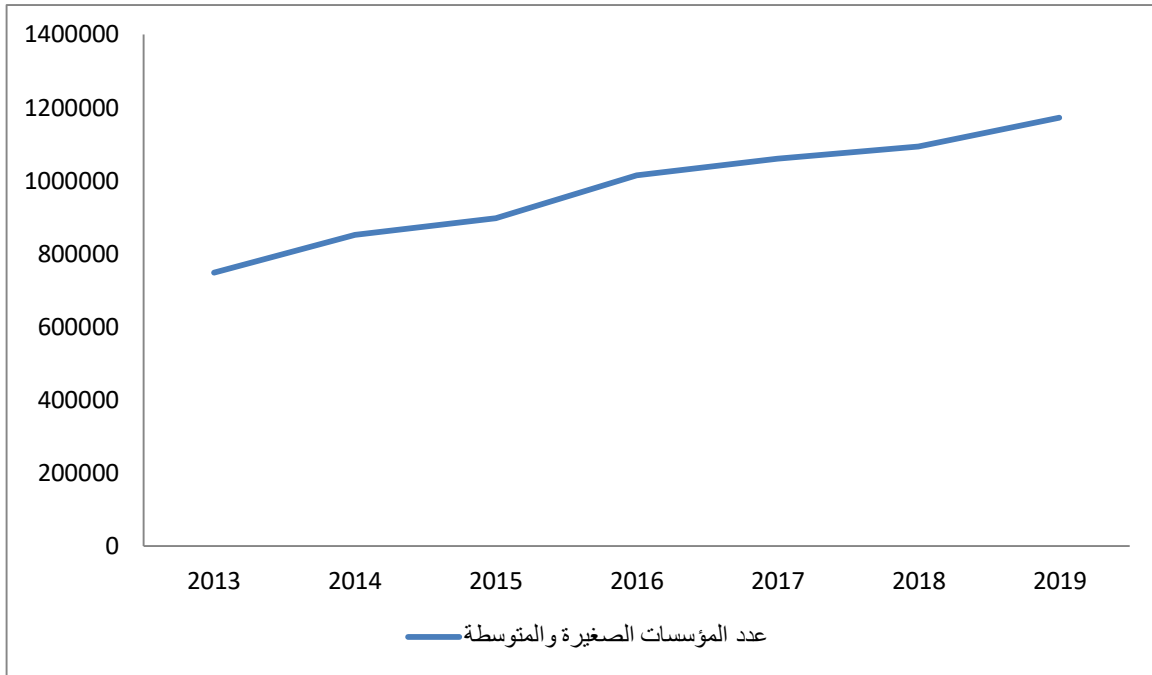
2- زير محمد، التوجه نحو قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار استراتيجي للتنمية في الجزائر، جامعة خميس مليانة، ص 9.

الجدول رقم 02: تطورات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من 2013 إلى 2019

السنوات	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	747934	852053	896811	1014075	1060289	1093170	1171945

المصدر: المعلومات الإحصائية لوزارة الصناعة والمناجم رقم (28، 30، 32، 33، 35)

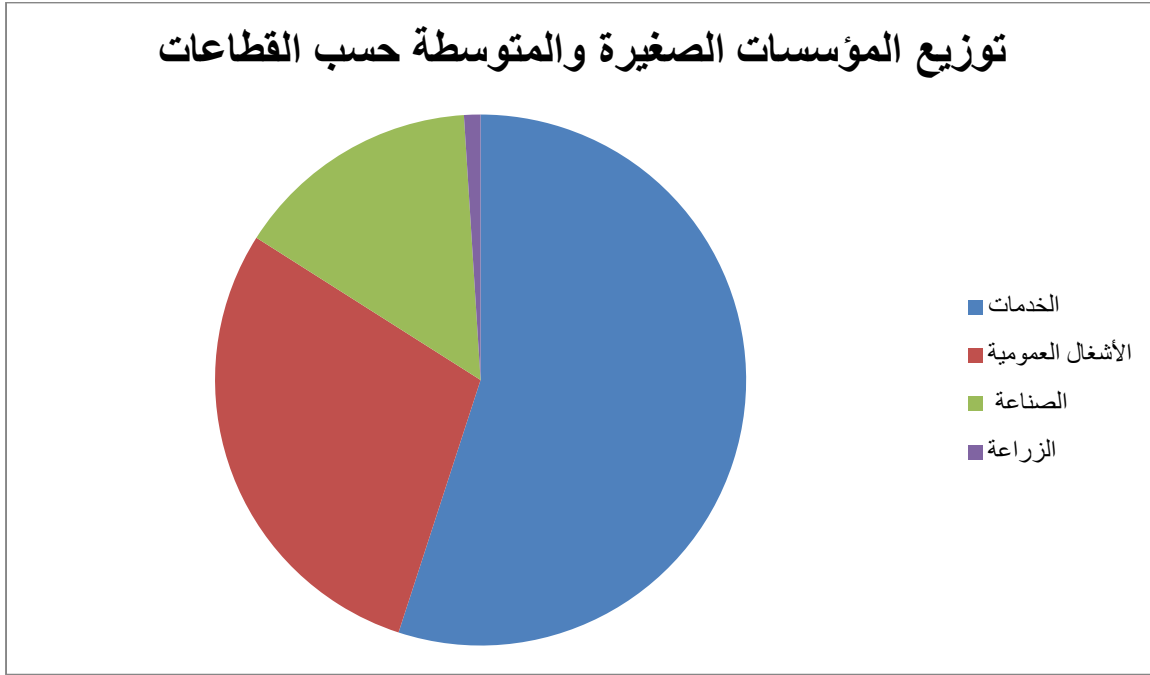
الشكل رقم 01: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من 2013 إلى 2019



المصدر: مخرجات برنامج Excel من معطيات الجدول رقم 02

نلاحظ من خلال الجدول والمنحى البياني تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث بلغ عددها في الجزائر 747934 مؤسسة في سنة 2013، حيث ارتفع عددها إلى 852053 مؤسسة سنة 2014 وبدأ يتزايد عدد المؤسسات الصغيرة سنة 2016 ثم 2017 وأصبح عددها 1093170 في سنة 2018 أما في سنة 2019 قد بلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إجمالي 1171945 مؤسسة صغيرة ومتوسطة وهذه الأرقام توضح مدى سعي الدولة إلى تحقيق النمو الاقتصادي وذلك بوجود آليات قامت بتوفيرها من أجل نجاحها وعدم وجود خسائر واستمرار ترقية هذا القطاع.

الشكل رقم 02: توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاعات لسنة 2019



المصدر مخرجات برنامج Excel

من خلال الشكل نلاحظ أن قطاع الخدمات يحتل أكبر نسبة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بنسبة 55% وذلك باعتبارها مساحة واسعة ولها موقع جغرافي متنوع وأنها تعود بفائدة كبيرة على الاقتصاد الوطني ويليهما قطاع البناء والأشغال العمومية ما يعادل 29% وتأتي بعدها قطاع الصناعة بنسبة 15% وقطاع الفلاحة بنسبة 1%.

المبحث الرابع: اقتراح فكرة مشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب

إن الصناعة الغذائية هي مجموعة متنوعة من الأعمال التي تقوم بتقييم للسكان العالم الطاقة الغذائية التي يحتاجونها لذلك هي من أهم المشاريع التي يطرق إليها الفرد باعتبارها حل مناسب للاقتصاد وذلك بحفظ الإنتاج الزراعي وتسويقه فقد لاحظنا أن هناك من المواد الغذائية الصحية يمكن استخدامها في صناعة حلويات صحية ومفيدة باعتبار أن صناعة الحلويات لها أهمية كبيرة واهتمام كبير وأنها من المشاريع الناجحة والأكثر طلبا في الأسواق.

ومن هنا جاءت فكرة مشروع صناعة الحلويات بمادة طبيعية صحية وهي مادة الخروب التي ستكون لها شريحة تسويقية كبيرة في الأسواق المحلية والوصول لنتيجة مرضية.

المطلب الأول: ماهية المشروع

1- تعريف المشروع:

يهدف مشروعنا إلى صناعة الحلويات بمادة الخروب بالاعتماد على صفات منزلية اعتدنا على صناعتها وذلك باستخدام وإضافة مادة صحية ومفيدة خالية من المواد الكيميائية تعتبر دواء للأمراض وكذلك مراعاة الطرق السليمة في التصنيع والتخزين.

تكمل أهمية المشروع بتحسين المأكولات التي تأكلها من مأكولات كيميائية إلى مأكولات صحية، طبيعية خالية من السكريات الكيميائية كالكيك والموسكوتش والبريوش... الخ بمادة الخروب التي لها فوائد عديدة وعديدة.

ولا نهدف من خلال المشروع إلى صناعة الحلويات بمادة الخروب فقط بل إظهار أن المادة الغذائية يمكن إضافة منها منتجات جديدة كمرابي الخروب وعصير الخروب وغيرها من الأغذية الصحية، حيث يساهم هذا المشروع كذلك في تشغيل الشباب.

2- أسباب اختيار المشروع:

- حاجة المنطقة لمثل هذا المشروع باعتباره غير متوفر ونادر في الجزائر فرغم وجود مؤسسات لصناعة الحلويات إلا أن جميع الحلويات كيميائية غير طبيعية إذ يشتكون من زيادة السكريات خاصة مرضى السكري.

- يعتبر دواء لأنه طبيعي وصحي باحتوائه على مادة تساعد على علاج الإسهال العادي والمزمن لدى الصغار والكبار، يحمي الكلى من ترسب المواد الضارة بها، يزيل الإفرازات بها، يزيل الإفرازات الضارة في المعدة ويريح الجهاز الهضمي خصوصا عند مرضى القلون العصبي.
- نحن من محبي صناعة الحلويات بصورة جذابة وتعتمد على الكفاءة والفعالية في العمل للوصول إلى الأهداف بصورة تدريجية.
- بحث الزبائن عن التميز والخدمة الجيدة.
- الطلب المتزايد على الحلويات في مختلف المناسبات.
- حلويات صحية يأكلها الشخص العادي والشخص المريض لأنها خالية من المواد الكيميائية.
- لا يحتاج مشروعنا إلى رأس مال كبير ولا يكلف كثيرا رغم أنه له فوائد وعوائد كبيرة.

3- أهداف المشروع:

- على المدى القريب:
 - * تعظيم الربح والاستقلال ماليا.
 - * البقاء والاستمرارية في السوق.
 - * التمرکز في السوق وجذب عدد أكبر من الزبائن في مختلف أعمارهم.
- على المدى البعيد:
 - * تقديم حلويات ذات جودة والتشجيع على الاستهلاك المحلي.
 - * تحقيق التنمية الاقتصادية وذلك بخلق القيمة وتشغيل الأفراد.
 - * توفير طلبات الزبائن في الوقت المناسب.

المطلب الثاني: ماهية الحلويات المصنوعة بمادة الخروب

1- تعريف الحلويات بمادة الخروب:

إن الحلويات هي مرغوبة ومعجبة من قبل الأطفال والكبار على حد سواء فهي الأكثر جاذبية لأنها مصنوعة بطرق مختلفة وبمكونات مختلفة وتتميز بأشكال وأحجام جذابة لجذب الانتباه لذا ستكون حلوياتنا مميزة عن طريق إضافة مادة صحية وطبيعية يستهلكها الكبير والصغير، الشخص العادي والشخص المريض وهذه المادة هي مادة الخروب التي نجدها في بلادنا على شكل مسحوق نقوم باستعماله في الحلويات وذلك لإعطاء ميزة وذوق والتقليل من السكر وخالي من المواد الكيميائية صحي وطبيعي، فهو يعتبر من السكريات الخالية من المواد المصنعة والدهنيات والتي تدخل عبر الدورة الدموية وهو عكس الكاكاو فهو أكثر حلاوة أثناء إعداد حلوة أثناء إعداد الحلوى لا يتطلب استخدام سكر إضافي.

2- فوائد الحلويات المصنوعة بمادة الخروب

باعتبار الخروب مادة صحية وطبيعية ومفيدة للجسم فله عدة فوائد بينها:

- يعتبر مضاد للجراثيم والبكتيريا ويحمي الجسم من الفيروسات.
- مليء بالمعادن والفيتامينات مثل الكالسيوم والمغنيزيوم والبوتاسيوم والفيتامين B.
- يخفف الضغط العالي لذلك مفيد لمرضى ضغط الدم.
- يحمي من هشاشة العظام.
- بديل السكر خالي من المواد الكيميائية، ينظم مستوى السكر.
- يستخدم في الحلويات وذلك للرجيم.
- تناول الخروب باستمرار يساعد الجسم من حمايته من السرطان لأنه طبيعي.
- يوجد بداخله الكثير من المضادات الأكسدة المفيدة للجسم.
- فهو قليل الأملاح وقليل السكر بديل الكاكاو

3- مكونات الحلويات المصنوعة بمادة الخروب:

تختلف مكونات الحلويات حسب أنواعها ومن أهم مكوناتها هي:

- مسحوق الخروب: وهي عن مسحوق يوضع في مكان الكاكاو.

- الدقيق: وهو يستعمل في جميع الحلويات لتكوين عجينة صلبة.

- بيض.

- خميرة كيميائية للحلويات.

- فانيليا.

- كوب لبن.

- كوب زيت.

- كوب سكر.

- رشة ملح.

4- طريقة تحضير الحلويات المصنوعة بمادة الخروب:

أ- نقوم بخلط المكونات الجافة مع بعضها البعض، السكر والدقيق والملح.

ب- وفي العجان الكهربائي أو باستخدام المضرب اليدوي نمزج البيض والزيت مع اللبن والفانيليا ومسحوق الخروب.

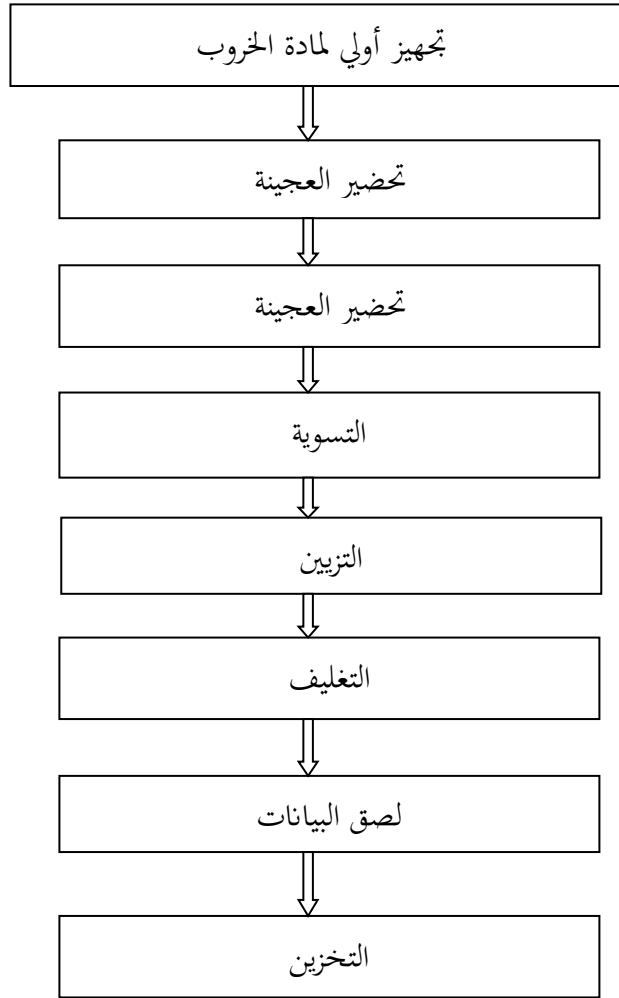
ج- بعد ذلك نضيف مزيج الدقيق للمزيج السائل ونخلط كل المكونات معا حتى نحصل على قوام متماسك.

د- نسكب العجين في الصينية التي سندخلها إلى الفرن بعد أن نضع عليها القليل من الزبدة حتى لا تلتصق العجينة

و- ثم بعد ذلك نمزج مكعبات زبدة مع سكر ومسحوق الخروب في إناء منفصل ثم نضعه على الكيكة الخروب بعد

خروجها من الفرن.

الشكل رقم 03: الرسم التخطيطي لخطوات صنع الحلويات بمادة الخروب



المصدر: من إعداد الطالبة

- التجهيز الأولي لمادة الخروب:

يتم أولاً إحضار مسحوق الخروب والذي يعتبر القيمة المضافة في صناعة هذه الحلويات من شركة معروفة بإنتاج الخروب ذو جودة رائعة وهي شركة بوبلانزا.

- تقديم لشركة بوبلانزا: من مواليد ولاية تلمسان عام 1942 تابع للسيد بوبلانزا عبد الحق، مدير الشركة، دورة جامعية لمهندس الدولة في الهيدروليكا، انطلاقاً من قوة خبراته المهنية والعائلية (من عائلة من المزارعين والمصدرين) تحول مركز اهتمامه إلى صناعة المواد الغذائية منذ نهاية الثمانينات يعود تاريخ بدأ مشروعه (تحويل الخروب) إلى عام 1994 قامت الشركة ببناء مصنع لإنتاج مسحوق الخروب في زناتة بولاية تلمسان والمخصص حصرياً للتصدير، تستثمر

الشركة باستمرار من أجل إنتاج كميات التي يطلبها عملاؤها بأفضل جودة وسعر وأفضل الخدمات، أحاط السيد بوبلنزة بنفسه مع أبنائه الأربعة لإدارة الشركة.

فهي شركة توظف إطارات عالية المستوى مع التركيز على الموارد البشرية بالإضافة إلى التكوين الجيد في الجزائر وخارجها.

منذ تأسيس شركة بوبلانزا حققت 100% من رقم أعمالها في التصدير من خلال التصدير للقارات الخمسة عبر أكثر من دولة.

هي الآن أول مصدر وطني للمواد الغابية المحولة ورابع مصدر في الفلاحة الغذائية وثاني مصدر عالمي لمسحوق الخروب.

هذه لمحة قصيرة عن شركة بوبلانزا التي تسع بجودة منتوجها وهو مسحوق الخروب الذي سيكون لنا التعامل معها وذلك بشراء مسحوق الخروب بالكمية التي نحددها من شركة بوبلانزا، هذا المسحوق يشبه الكاكاو ولكن خالي من السكريات طبيعي وصحي قابل للتخزين غير قابل للتلف.

* تحضير العجينة:

- المقادير: مسحوق الخروب: 3 أكواب.

دقيق: 3 أكواب

لبن: كوب واحد

زيت: كوب واحد

سكر: كوب واحد

خميرة كيميائية: ملعقتان

فانيليا: ملعقة واحدة

بيض: 4 بيضات

ملح: نصف ملعقة

* طريقة التحضير:

1- نضع كوب من اللبن، وكوب من السكر وكوب من الزيت ونخلط المكونات جيدا، ثم نضيف 4 بيضات وملعقتان من الخميرة الكيميائية وملعقة واحدة فانيليا ونصف ملعقة ملح ونحرك المقادير حتى نلاحظ ظهور فقعات في الخليط.

2- تبدأ بإضافة أكواب الطحين بالتدرج في كل مرة ثم نضيف إليه 3 أكواب مسحوق الخروب حتى يصبح الخليط متماسك.

تقسم العجينة إلى قسمين ونقوم بتشكيلها.

* تشكيل العجينة:

بواسطة المدلاك نفرّد العجينة بسماكة 20 مم تقريبا

نزبل النايلون من الأعلى ونأخذ الشكل المطلوب بواسطة طباعة الحلويات ونصف الحلويات في صينية فرن ممدد عليها القليل من الزبدة حتى لا تلتصق.

* التسوية:

ندخل صينية الحلويات في فرن محمى مسبقا بدرجة حرارة 180 مدة 10 دقائق ثم نخرجها من الفرن ونضعها جانبا حتى تبرد.

* التزيين:

نأخذ مسحوق الخروب بمزجه مع القليل من الحليب ونتركه على نار هادئة حتى يتخثر.

ونأخذ الحلوى نضع فوقها التزيين الذي قمنا بتحضيره ونرشها بالتقليل من البندق أو جوز الهند.

ونتركه على شبكة حتى يجف.

* التغليف:

بعد أن نحضر الحلويات وتزين يتم ترتيبها وضعها في علب وتغليفها.

* لصق البيانات:

تلصق في علب البيانات التالية التي توضح مميزات هذه الحلويات: نوع الحلويات، المكونات، السعة، اسم المنتج، تاريخ الإنتاج، مدة الصلاحية بعد فتح العلبة.

* التخزين:

يتم تخزين الحلويات في مكان بارد كالثلاجة في فصل الصيف وفي فصل الشتاء حسب درجة حرارة المكان.

خاتمة الفصل:

حاولنا في هذا الفصل تسليط الضوء على المفاهيم التي لها على علاقة بالمقاولاتية والمقاول والروح المقاولاتية كما تطرقنا إلى الشكل المؤسساتي في المقاولاتية وذلك بتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطورها في الجزائر ومدى اهتمام الجزائر بها حيث بالنسبة لها تعد الركيزة في النظام الاقتصادي.

إن الجزائر اهتمت بهذا القطاع حيث أعطت جهود كبيرة لتطوره وبقائه واستمرار تزايد عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

حيث قامت الجزائر بتوفير هياكل ومنظمات كمساعدة في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

كما تناولنا لمحة عن فكرة مشروعنا الذي يتمثل في صناعة الحلويات بمادة الخروب مع شرح أسباب اختيارنا لهذا المشروع وأهدافه وطريقة تحضيرها مع ذكر القيمة المضافة للمشروع.

الفصل الثاني
مصادر التمويل
ودراسة السوق للمشروع

مقدمة الفصل:

تعتبر عملية التمويل المؤسسات إشكالية كبيرة وتعتبر أكبر عقبة تواجه صاحب فكرة صاحب المشروع، في طريقة حصوله على رأس المال الذي يحتاجه في بداية مشروعه.

فقد اهتمت الدولة الجزائرية لتشجيع المؤسسات من خلال وضع أجهزة الدعم لتسهيل إنشائها وتطويرها وتوجيه الشباب إلى المشاريع ذات الأرباح المرتفعة خاصة أصحاب الشهادات والجامعيين وهذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذا الفصل عبر هذه المباحث التالية:

المبحث الأول: إشكالية التمويل في الجزائر.

المبحث الثاني: أجهزة الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المبحث الثالث: دراسة السوق

المبحث الرابع: الطريقة المتبعة في دراسة السوق

المبحث الأول: إشكالية التمويل في الجزائر

مشكلة التمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة له أثر كبير على المؤسسة لأنه هو الذي يمكن للمؤسسة من إنشائها وتطويرها ومساعدتها على تغطية عجزها المالي لذلك يعتبر المحرك الأساسي لنشاطاتها.

قد تعددت مفاهيم التمويل والتي سنذكر منها كالتالي:

التمويل هو الوظيفة الإدارية في المؤسسة التي تهتم بعمليات التخطيط الأموال والحصول عليها من مصادر التمويل المناسب لتوفير الاحتياجات المالية اللازمة لأداء أنشطة المؤسسة مما يساعد على تحقيق التوازن من بين الرغبات للفئات المؤثرة في نجاح واستمرار المؤسسة.

كما يعرف على أنه "عملية تجميع لمبالغ مالية ووضعها تحت تصرف المؤسسة بصفة دائمة ومستمرة من طرف المساهمين أو المالكين لهذه المؤسسة، وهذا ما يعرف برأس المال الاجتماعي، فهو إذن تدبير الموارد المالية للمؤسسة في أي وقت تكون هناك حاجة إليه، ويمكن أن يكون تمويل طويل، متوسط أو قصير الأجل"⁽¹⁾.

ويعرف كذلك "أنه البحث الطرائق المناسبة للحصول على الأموال يناسب كمية ونوعية احتياجات المؤسسة"⁽²⁾.

ومن خلال هذا التعريف نستنتج أنه التمويل يحدد احتياجات الأفراد والمنظمات من موارد نقدية وتغطية مختلف احتياجاتها وهو المساعد الرئيسي في استمرار نجاح المؤسسة ودعمها لتطويرها في الأوقات المناسبة لها.

1- هيثم صاحب عجم، نظرية التمويل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص 20.

2- رابح خوني، سارة عدوان، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص 9.

المطلب الأول: مصادر التمويل الكلاسيكية

1- التمويل الداخلي

يتميز هذا التمويل بالأموال التي تحصل عليها المؤسسة من تراكم المدخرات والأرباح من خلال أعمالها. وفي هذا الصدد سوف نتطرق إلى مفهوم التمويل الذاتي.

* مفهوم التمويل الذاتي:

هو عبارة عن الأموال الناتجة عن النشاطات التي تقوم بها المؤسسة خلال دورة الاستغلال أي عندما تكون للمؤسسة لها القدرة الذاتية على تمويل نفسها دون اللجوء إلى شخص آخر⁽¹⁾.

فإن التمويل الذاتي يسمح للمؤسس من التمتع بالاستقلالية المالية والإدارية ولكن في بعض الأحيان لا يكفي حجم التمويل الذاتي إلى تغطية كل احتياجات المؤسسة مما يؤدي إلى التأخر في توسعها وتطورها.

2- التمويل الخارجي:

تبحث المؤسسة عن مصادر تمويل جديدة كالقروض، سندات أو أسهم في حالة عدم كفاية التمويل الذاتي لمواجهة احتياجاتها حيث التمويل الخارجي مصادر التمويل قصيرة الأجل ومصادر التمويل متوسطة الأجل ومصادر التمويل طويلة الأجل.

* مصادر التمويل قصيرة الأجل:

أ- الائتمان التجاري:

فقد يكون في بعض الأحيان أكبر مصدر خاص بالنسبة للمشاريع الصغيرة فهو تتحصل عليه المؤسسة من الموردين وتتمثل في قيمة السلع التي تتاجر فيها أو تستخدمها في عملية الإنتاج⁽²⁾.

ب- الائتمان المصرفي:

فهو يعتمد على البنوك التجارية والشركات الأموال المتخصصة في توفر الأموال لتمويل مشروع الشخص على شكل ائتمان قصير الأجل تمنحه لسد حاجياته من الأموال لتمويل أعماله التجارية⁽³⁾.

1- سلوم امبارك، التسيير المالي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 36.

2- عواطف حسن، رسالة ماجستير بعنوان التمويل المصرفي للمؤسسات ص و م في الجزائر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008، ص 36.

3- عدنان هاشم السمراني، الإدارة المالية، منهج التحليل الشامل، الجامعة المفتوحة، الطبعة 2، 1997، ص 262.

- مميزات الائتمان المصرفي⁽¹⁾:

يتميز فيما يلي:

* سهولة الحصول عليه وذلك لأن المخاطر تكون قليلة على المقرض في حالة القرض القصير الأجل ولكن العكس في القرض طويل الأجل يكون الخطر في صعوبة التسديد.

* انخفاض سعر الفائدة وذلك بالمقارنة بفوائد القروض طويلة الأجل.

ج- القروض والهيئات المتخصصة في التمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

وهي تتمثل في جهات غير المؤسسات المصرفية والبنوك تقدم عروض كالحصول على قروض الائتمان المصرفي وتكون صناديق أو جمعيات مثل: ANADE، ANGEM، CNAC، وغيرها⁽²⁾.

* مصادر التمويل متوسطة الأجل:

أ- قروض مباشرة:

فهي تعتبر نوعاً من القروض التي على المشروع أن يلزم بسدادها عند الحصول عليها ويكون السداد من أصل القرض والفائدة المستحقة في تاريخ معين وقد تكون الجهة المقرضة مؤسسات غير مصرفية مثل الحكومة أو بنوك تجارية أو مؤسسات مالية ويتميز هذا النوع من الاقتراض بسرعة.

- مزايا القروض المباشرة:

* بما أنها تتم دون تدخل وسيط، يكون سعر الفائدة أقل من أنواع القروض الأخرى.

* هي قروض يتم الحصول عليها بسرعة لأنها أوراقها ومعاملاتها غير معقدة.

* تقدم مزايا عديدة ويتم تقديمها مع أسعار فائدة ثابتة.

ب- الاستئجار:

هو اتفاق بين منشأتين حيث تقوم المؤسسة المستأجرة باستخدام أحد الأصول المملوكة للمنشأة بدفع مبلغ معين⁽³⁾.

1- جمال الدين مرسي، الإدارة المالية، ص 319.

2- عواطف محسن، مرجع سابق، 2008، ص 87.

3- محمد مفلح عمد، مقدمة الإدارة المالية والتحليل المالي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة، 2006، ص 129.

- أنواع الاستئجار⁽¹⁾:

* الاستئجار التشغيلي:

حيث يكون المؤجر له المسؤولية على خدمة الأصل المؤجر، وتكون مدة التأجير أقل من الحياة الإنتاجية المتوقعة الأصل المؤجر.

* الاستئجار المالي:

يكون الاستئجار المالي وذلك:

على المستأجر أن يدفع تكلفة التأمين والضرائب، وهو عقد غير قابل للإلغاء كما أنه ينتهي بتملك المستأجر الأصل المؤجر حيث أن المؤجر لا يعتبر مسؤولاً عن خدمات الصيانة.

* البيع وإعادة الاستئجار:

هذا النوع من التأجير يكون معروفًا في العقارات حيث يكون الأصل في هذه الحالة مملوكًا للمستأجر، ثم يتم شراؤه من قبل المؤجر وإعادة تأجير نفسه إلى البائع.

* مصادر التمويل طويلة الأجل:

* تكون باقتراض عن طريق قروض مصرفية طويلة الأجل وتعرف بأنها: "قروض تمنحها المؤسسات المتخصصة، حيث تكون مدتها لا تتجاوز سبع سنوات ولها هدف رئيسي وهو المساهمة في تغطية الاحتياجات المشاريع الاستثمارية الكبيرة"⁽²⁾.

* وتكون كذلك باقتراض عن طريق السندات حيث يمثل السند صك مستند تصدره المؤسسات، تعتبر على شكل عقد بين المؤسسة وبين حامل السند، وهذا العقد يحتوي على التزامات وحقوق وهي⁽³⁾:

- تاريخ استحقاق الفوائد وتاريخ الاستحقاق قيمة السند.

- يكون لحامل السند الحق في معدل الفائدة دوري.

1- نفس المرجع، ص 133-134.

2- لسلم مبارك، مرجع سابق، ص 190.

3- نور الدين ذبابة، الإدارة المالية، دار النشر، بيروت، لبنان، 1997، ص 498.

المطلب الثاني: الطرق الحديثة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

هناك طرق حديثة ظهرت لحل المشاكل التمويلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومن بينها:

1- التمويل التجاري

ويكون هذا التمويل باتفاق بين طرفين يخول أحدهما حق الانتفاع بأصل مملوك للطرف الآخر، مقابل دفعات دورية لمدة زمنية محددة، ويشترط على المستأجر دفع الأجرة شهريا أو كل سداسي أو سنويا حسب الاتفاق الموجود في العقد⁽¹⁾.

2- التمويل بشركات رأس المال

يعتبر التمويل بشركات رأس المال لسد احتياجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك بتوفير الأموال من البورصة حيث يكون رأس المال عبارة عن مشارك يتحمل جزء من الخطر الذي يحيطه من المؤسسة حيث تكون المدة بين 5 إلى 10 سنوات مع المساهمة برأس مال لا يقل عن 20%⁽²⁾.

1- بلوچ سعید، الائتمان التجاري كإحدى صيغ التمويل الإسلامي، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع الأورو مغاربي، جامعة قسنطينة، 2004، ص 594.

2- عواطف محسن، مرجع سابق، 2008، ص 95.

المبحث الثاني: أجهزة الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الأول: أجهزة الدعم من أجل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

قامت الدولة بإنشاء العديد من الأجهزة لمساعدة الشباب البطل في تحقيق أنشطتهم الخاصة وتقديم المساعدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومن بين هذه الأجهزة كالتالي:

❖ الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC:

تأسس الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة بالمرسوم التنفيذي رقم 94-188 المؤرخ في 6 جويلية 1994م، يعمل الصندوق على القيام بمجموعة من المهام وهي عبارة عن مساعدات تهدف إلى تقليص خطر البطالة، فهي تسعى إلى توفير جميع الظروف التمكّن من إنجاز المشاريع، كما توفر خدمات ومساعدات مالية تشبه ما تقدمه ANSEJ فهو يستخدم صيغة التمثيل الثلاثي على مستويين⁽¹⁾:

المستوى الأولي: عندما تكون قيمة الاستثمار أقل أو تساوي 5 ملايين دينار جزائري.

المستوى الثاني: عندما تكون قيمة الاستثمار أكثر من 5 ملايين دينار جزائري.

- مهام الصندوق⁽²⁾:

* المرافقة أثناء جميع مراحل المشروع ووضع مخطط الأعمال.

* المساعدة خلال جميع مراحل المشروع وتطوير دعم خطة العمل.

* التخفيض في الفوائد البنكية.

يمثل القرض على شكل هبة من 28-29 بالمائة من التكلفة الإجمالية للمشروع.

1- علي عبد الحق وبلال أحمدوش، المرافقة المقاولاتية في الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب - دراسة تقييمية لولاية تيبازة، المجال الدولية الأداء الاقتصادي المجلد 03، العدد 02، ص 91، 92.

2- <http://www.cnac.dz>, consulté le 13/05/2020

❖ الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (ANSEJ) الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE):

أنشئت هذه المؤسسة بمرسوم تنفيذي رقم 26-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996 فقد كانت منذ البداية مكلفة تحت إشراف رئيس الحكومة ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل والمتابعة العملية لنشاطها ثم أصبحت تابعة لوزارة التشغيل والتضامن الوطني⁽¹⁾.

- مهام هذه الوكالة الوطنية:

* تقديم المساعدات خاصة في الميدان التكنولوجي والمالي.

* تخفيض للفائدة وتقييم مخصصات الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب.

* تقييم الاستثمارات التي ينجزها الشباب المستفيد والحرص على بنود وقواعد دفاتر الشروط التي يكون موقع عليها⁽²⁾.

❖ الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI:

هي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، أنشئت بمقتضى الأمر الرئاسي رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 تعمل على خدمة المستثمرين ومن أهم مهامها⁽³⁾:

* مساعدة المستثمرين المقيمين وغير الذين يرغبون في إقامة المشاريع وإعلامهم.

* منح الامتيازات التي لها ارتباط بالاستثمارات.

* تطوير الاستثمارات الأجنبية والمحلية ومتابعتها.

* متابعة الاستثمارات وذلك بالتأكد من مستوى التقدم وإلى مدى احترام المستثمر للقواعد المتفق عليها.

* تسيير صندوق دعم الاستثمار.

1- المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لدعم الشباب.

2- تشغيل الشباب وتحديد قانونها الأساسي، الجريدة الرسمية، العدد 52، 1996، ص 12.

3- عواطف محسن، مرجع سابق، ص 50.

❖ الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM:

تتميز هذه الوكالة بشخصية معنوية واستقلال مالي أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 ولها عدة فروع محلية وتقوم بعدة مهام حيث يتولى الوزير المكلف بالتشغيل متابعة نشاطات هذه الوكالة⁽¹⁾.

- مهام الوكالة⁽²⁾:

* دعم ومرافقة المستفيدين من القرض المصغر في تنفيذ أنشطتهم.

* منح السلف بدون فائدة.

* الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربط المستفيدين بهذه الوكالة.

* تمنح الوكالة فترة السماح تقدر بسنة واحدة لتسديد باقي فوائد القرض البنكي.

* الحرص على بناء علاقات متواصلة مع البنوك من أجل تطبيق خطة تمويل ناجحة

❖ حاضنات الأعمال:

عرفت هذه الحاضنات في الجزائر بمشاكل في القانون رقم 02/17 حيث ذكرت في المادة 20 فهي تتكون من مشاتل المؤسسات تقوم بدعم المؤسسات الناشئة واحتضانها، ومراكز التسهيل تقوم بدعم إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنسيقها.

أ- مهام مشاتل المؤسسات⁽³⁾:

* مساعدة المؤسسات على تجاوز العقبات التي تواجهها.

* تتولى المشاتل باحتضان أصحاب المشاريع.

* تقوم بتسيير وإيجار المحلات.

* تقديم الخدمات الملحقه.

1- المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 6، 2004، ص 08.

2- <http://www.angem.dz>, consulté le 13/05/2020.

3- لخضر عيسى وعائشة العربي، حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ص 278.

ب- مهام مراكز التسهيل⁽¹⁾:

- * دراسة ومتابعة الملفات أصحاب المشاريع.
- * تشجيع نشر المعلومات بمختلف وسائل الاتصال المتعلقة بقرض الاستثمار.
- * مرافقة أصحاب المشاريع في ميداني التكوين والتسيير.
- * تقديم الخدمات المحددة في سياسة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1- لخضر عيسى وعائشة العربي، نفس المرجع، ص 280.

المطلب الثاني: الوسيلة المختارة لتمويل مشروعنا:

بعد دراستنا لجميع أنواع التمويلات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعرفنا على أجهزة الدعم المنشأة من طرف الحكومة الجزائرية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فقد توصلنا إلى اختيار الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) من أجل تمويلنا ودعمنا لإنشاء مؤسستنا.

1- تعريف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ANADE:

أنشئت الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية بمقتضى المرسوم التنفيذي سنة 1996 وهي ذات طابع عمومي تعمل تحت وصاية الوزارة المكلفة بالعمل والتشغيل والضمان الاجتماعي. بالنسبة لفرع ولاية تلمسان كان قد أنشأ في فيفري سنة 1998⁽¹⁾.

أنشأت هذه الوكالة لدعم الشباب بهدف مرافقة الشباب ذوي المشاريع قصد إحداث أنشطة إنتاجية وخدماتية وكذلك بهدف خلق مناصب شغل.

حيث تم تغيير اسم الوكالة وذلك وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 20-329 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020 تسميتها لتصبح الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية.

- المهام الرئيسة التي تقوم بها الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية⁽²⁾:

- * تدعيم وتقديم الاستشارة ومرافقة الشباب ذوي المشاريع في تطبيق نشاطاتهم.
- * تطوير الشراكة بين القطاعات لتحديد الفرص الاستثمار في مختلف القطاعات.
- * تشجيع كل أشكال الأعمال والتدابير الأخرى الرامية إلى ترقية تشغيل الشباب.
- * متابعة الاستثمارات التي ينجزها الشباب ذوي المشاريع مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة.

- الأهداف الأساسية التي تسعى إليها هذه الوكالة:

* تشجيع أنواع الأعمال الرامية إلى ترقية المبادرة المقاولاتية.

* ضمان استقرارية وديمومة المؤسسات الصغيرة.

1- المرسوم التنفيذي رقم 96-296، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، الصادر في 11 سبتمبر 1996، ص 12.

2- المرسوم التنفيذي رقم 96-296، الجريدة الرسمية، المرجع السابق، ص 12، 13.

* تحسين مستوى المعيشة والقضاء على الاستيراد.

* تقديم المساعدة للشباب ذوي المشاريع في مسار التركيب المالي.

2- شروط التأهيل

- أن يكون ذوي تأهيل مهني.

- أن يتراوح الشباب بين 18 و55 سنة.

- ليس شروط أن يكون عاطل عن العمل فالموظف له الحق في الحصول على الدعم.

- أن يكون مسجلا لدى مصالح الوكالة كطالب العمل.

- أن لا يكون قد استفاد من إعانة بعنوان إحداث النشاطات.

- أن يقدم مساهمة شخصية في تمويل المشروع.

3- الهيكل التنظيمي للوكالة لدعم وتنمية المقاولاتية

يتكون الهيكل التنظيمي من:

* مدير الفرع: هو مسير الوكالة.

* الأمانة: هي كل ما يتعلق بمهام المدير.

* الاستقبال والتوجيه: استقبال وتوجيه الوافدين للوكالة إلى المصالح المقصودة.

* خلية الاتصال والإصغاء: تتعلق بجميع العلاقات الوكالة الداخلية والخارجية.

* الأرشيف: وهي أرشفة جميع الوثائق الوكالة.

* مصلحة المحاسبة والمالية: تمول جميع النشاطات المالية للوكالة

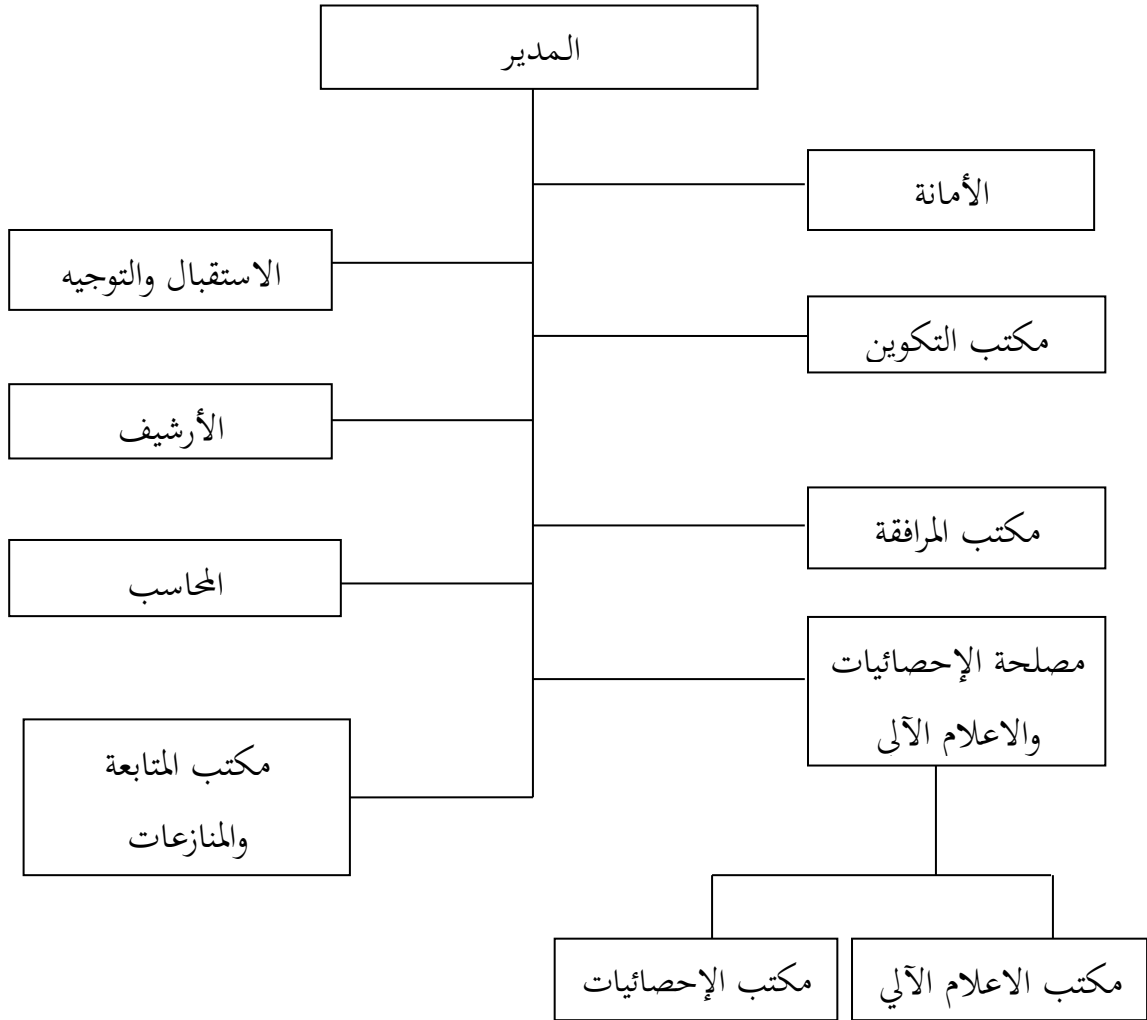
* مصلحة المتابعة والمنازعات: متابعة إنجاز المؤسسات المصغرة ومتابعة قضائيا للذين أدخلوا بدفتر الشروط.

* مصلحة المرافقة: استقبال الشباب الذي يحملون فكرة المشروع بالإضافة إلى مراقتهم في جميع مراحل سير الملف

إلى غاية تجسيد الفكرة على أرض الواقع.

* مصلحة التكوين: تقوم بتكوين الشباب حاملي المشاريع قبل تمويل مشاريعهم.

الشكل رقم 04: الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية - تلمسان -



المصدر: من إعداد الطالبة

4- التركيبة المالية:

توفر هذه الوكالة صيغتين للتمويل وهما⁽¹⁾:

- التمويل الثنائي:

وهو يشمل المساهمة المالية لصاحب المشروع والقروض بدون فائدة المقدم من طرف الوكالة

الجدول رقم 03: التمويل الثنائي للوكالة لدعم وتنمية المقاولاتية

قيمة الاستثمار	المساهمة الشخصية	مساهمة الوكالة
حتى 10.000.000	%50	%50

المصدر: من إعداد الطالبة

- التمويل الثلاثي:

وهو يشمل المساهمة المالية لصاحب المشروع والقروض بدون فائدة المقدم من طرف الوكالة والقروض البنكي

الجدول رقم 04: التمويل الثلاثي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية

قيمة الاستثمار	الفئة	المنطقة	المساهمة الشخصية	مساهمة الوكالة	القروض البنكي
حتى 10.000.000	البطالين والطلبة الغير البطالين	كافة المناطق	%05	%25	%70
		مناطق الجنوب	%10	%20	%70
		مناطق الهضاب	%12	%18	%70
		بقية المناطق	%15	%15	%70

المصدر: من إعداد الطالبة

1- الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ANADE فرع تلمسان.

5- الإعانات المالية والامتيازات الجبائية

تقدم الإعانات المالية والامتيازات الجبائية كالتالي⁽¹⁾:

أ) الإعانات المالية:

- قرض غير مكافئ:

تمنح الوكالة قرض غير مكافئ للشباب ذوي المشاريع والذي تتراوح نسبته بين 15% و50% حسب صيغة التمويل والمنطقة التي ينجز فيها المشروع ووضعية صاحب المشروع.

- تخفيض نسبة الفوائد البنكية:

تخفيض في نسب فائدة قروض الاستثمارات الخاصة بإعدادات أو توسيع الأنشطة التي تمنحها إياهم البنوك بنسبة 100%.

- مدة تسديد القروض:

القرض غير مكافئ	القرض البنكي	
05 سنوات (التمويل الثلاثي)	سنة ونصف	مدة التأجيل أو الإرجاء لتسديد القرض
06 سنوات (التمويل الثنائي)		
05 سنوات	05 سنوات	مدة تسديد القرض

1- الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولانية ANADE فرع تلمسان.

(ب) الامتيازات الجبائية:

تميزت بمرحلتين هما:

* مرحلة الإنجاز: وهي الإعفاء من حقوق نقل الملكية بمقابل مالي الاكتساب العقارية الخاصة في العقارية الخاصة في إطار إنشاء نشاط صناعي.

- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة (TVA) لمقتنيات التجهيزات والخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار الخاص بمرحلتى الإنشاء والتوسيع بالنسبة للنشاطات الخاضعة للنظام الضريبي الحقيقي.

- تطبيق نسبة مخفضة بـ 5% تخص الحقوق الجمركية للتجهيزات المستوردة والداخلة مباشرة في إنجاز الاستثمار.

* مرحلة الاستغلال:

- الإعفاء من الرسم العقاري على البناءات الإضافية لمدة 03 سنوات، 06 سنوات أو 10 سنوات حسب موقع المشروع ابتداء من تاريخ إتمامها.

- الإعفاء من الضريبة الجزافية الوحيدة IFU أو حسب الحالة (IRG، IBS أو TAP) لمدة 03 سنوات، 06 سنوات أو 10 سنوات حسب موقع المشروع ابتداء من تاريخ الاستغلال.

- عند انتهاء فترة الإعفاء المذكورة في المطلة الثانية، يمكن تمديدها لسنتين (02) عندما يتعهد المستثمر بتوظيف ثلاثة (03) عمال على الأقل لمدة غير محددة.

(عدم احترام التعهد الخاص بخلق مناصب شغل يؤدي إلى سحب الامتيازات الممنوحة والمطالبة بالحقوق والرسوم الواجب دفعها).

6- القروض الغير المكافأة الإضافية:

أ) قرض إضافي غير مكافئ لكراء محل⁽¹⁾:

عند الضرورة يمكن لحاملي المشاريع الاستفادة من قرض إضافي غير مكافئ تصل قيمته إلى 500.000 دج للتكفل بإيجار المحل أو مكان الرسو على مستوى الموانئ المخصص لإحداث أنشطة إنتاج السلع والخدمات باستثناء الأنشطة غير المقيمة ويمنح هذا القرض عندما يلجأ الشاب أو الشباب ذوي المشاريع إلى التمويل البنكي في مرحلة إحداث النشاطات.

ب) قرض إضافي غير مكافئ للاستغلال:

يمكن الشباب ذوي المشاريع الاستفادة من قرض إضافي غير مكافئ للاستغلال بصفة استثنائية تصل قيمته إلى مليون دينار 1.000.000 دج.

1- الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولانية ANADE فرع تلمسان.

المبحث الثالث: دراسة السوق

المطلب الأول: عموميات حول دراسة السوق

تعتبر دراسة السوق دراسة الاحتياجات للخدمات التي سيقدمها المشروع لذلك سنحاول القيام بدراسة السوق لمنتجنا المتمثل في حلويات المصنوعة بمادة الخروب وذلك من خلال وضع استبيان وطرحه على عينة عشوائية. يعتبر السوق نقطة تلاقي بين العرض والطلب تتم فيه تبادل كل من السلع والخدمات مقابل الأموال.

1- تعريف دراسة السوق:

إن دراسة السوق هو العملية المستمرة القائمة على جمع وتحليل المعلومات والبيانات حول الزبائن والمنافسين والسوق وتشكل دراسة السوق كالتالي⁽¹⁾:

* التعرف على حجم السوق والتعرف على احتياجات المستهلكين الحقيقية.

* الدراسة والتعرف على التكاليف والعادات الاستهلاكية والشرائية ومستوى الدخل والإنفاق.

* تحديد حجم الطلب ودراسة التغيرات المتوقعة مستقبلا.

وهناك تعريف آخر: على أنه تحليل كمي ونوعي للسوق معناه تحليل العرض والطلب لسلعة أو خدمة معينة لكي نستطيع اتخاذ القرارات التجارية.

المطلب الثاني: أنواع دراسة السوق وأهميته

1- أنواع دراسة السوق:

أ- الدراسة النوعية: نقصد بها جمع وتحليل البيانات وتفسيرها.

ب- الدراسة الكمية: نقصد بها استخدام مقاييس محددة ويكون في الدراسة الإستنتاجية.

1- نصيب رجم دراسة السوق، دار العلوم والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2008، ص 12.

2- أهمية دراسة السوق:

* يتم فيه تحديد الطاقة الإنتاجية للمشروع واختيار الوسائل التكنولوجية والإنتاجية وحجم المشروع.

* تحديد خطة الإنتاج والمبيعات ومنها يستنتج الربحية وعائد المشروع⁽¹⁾.

المبحث الرابع: الدراسة المتبعة في دراسة السوق:

المطلب الأول: الاستبيان

في هذه المرحلة من الدراسة المتبعة ستكون عبارة عن مجتمع الدراسة وعينته بحيث سيتم فيها تحديد المتغيرات وكيفية قياسها.

1- مجتمع الدراسة وعينته:

إن مجتمع الدراسة هي عبارة عن مجموعة من الأفراد من السوق الاستهلاكية حيث تم اختيار عينة الدراسة بشكل عشوائي من أحد السوبر ماركت حيث كانت المقابلة عبارة عن تقديم استمارات يتم الاستجواب عليها مع شرح الهدف من توزيعها.

2- مكونات الاستبيان:

إن الاستبيان هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة وذلك من أجل تجميع المعلومات من الأشخاص للوصول إلى معرفة النتائج التي نسعى إلى معرفتها من خلال ذلك.

فتكون عبارة عن أسئلة محددة يسهل فهمها من قبل المستجوبين حيث قمنا بتقسيم الاستبيان إلى جزأين وهما:

- الجزء الأول:

* المعلومات الشخصية حيث تضع فيها الأسئلة حول الجنس، السن، والحالة العائلية، مكان الإقامة والدخل الشهري.

1- إدريس ثابت عبد الرحمان "بحوث التسويق"، الدار الجامعية، مصر 2003-2004.

- الجزء الثاني:

* تضم فيها مجموعة من الأسئلة تتعلق برغبات المستهلكين وآرائهم ونسبة استهلاك الحلويات المصنوعة بمادة الخروب وتفضيلات المستهلكين حول نوع الحلويات ونستطيع من خلال الأسئلة تحديد السياسة التسويقية للمنتج فهي تضم المكان والزمان والفئة المستهدفة والقدرة الشرائية.

3- البرامج والأدوات المستخدمة في معالجة البيانات

بعد الحصول على الاستبيانات بغرض المعالجة الإحصائية للبيانات نقوم بنقلها إلى برنامج Google forum بغرض المعالجة الإحصائية للبيانات بالإضافة إلى EXCEL للمساعدة في التمثيل البياني للمتغيرات حيث قد استعملنا النسب المئوية والتكرارات كأدوات إحصائية.

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1- عرض النتائج المتعلقة بالعوامل الشخصية

لقد اخترنا عشوائية تتكون من 200 شخص طبيعي من مختلف الأعمار والفئات سنقوم بتحليل المتغيرات المتمثلة في الجنس، السن، الحالة العائلية، مكان الإقامة والدخل الشهري وذلك لمعرفة آراء المجتمع المختلفة.

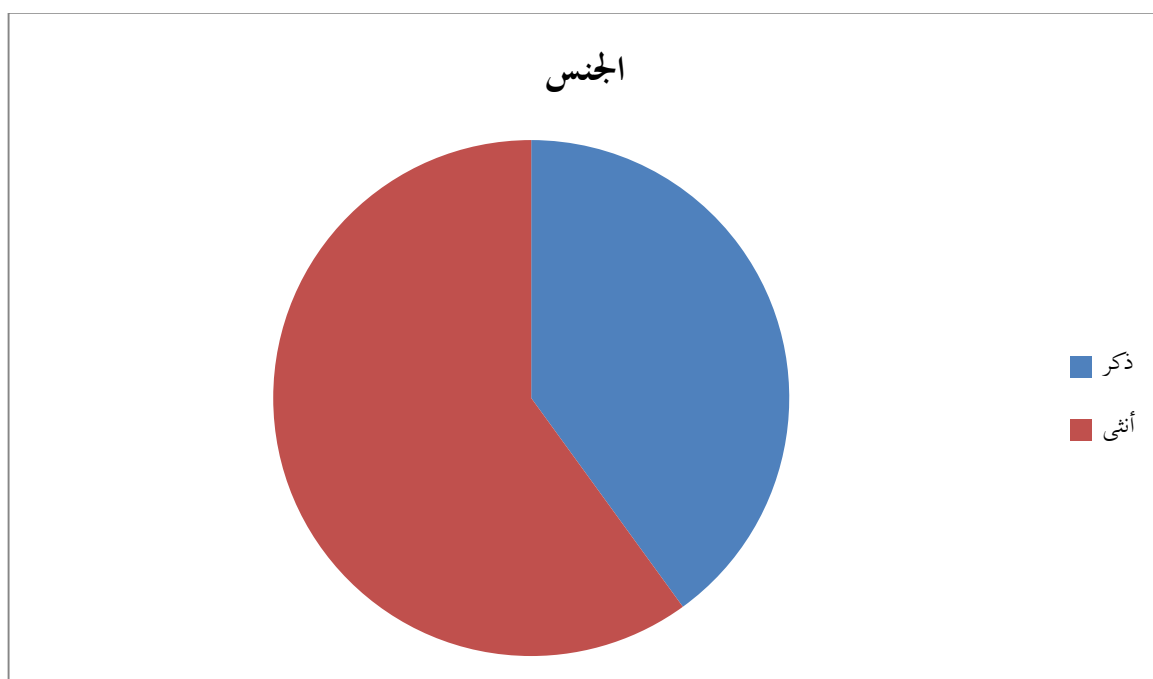
1-1 متغير الجنس:

الجدول رقم 05: يوضح طبيعة الجنس

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	الجنس
0	40	80	ذكر
40	60	120	أنثى
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 05: يوضح طبيعة الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات الاستبيان وExcel

من هذا الجدول والشكل البياني يتضح لنا أن عينة البحث مكونة من 80 ذكر بنسبة 40% من حجم العينة الكلي ومكون من 120 إناث بنسبة 60% من المجموع الكلي لحجم العينة، حيث يتضح لنا أن نسبة الإناث وهذا يبين أن غالبية من يشتركون الإناث.

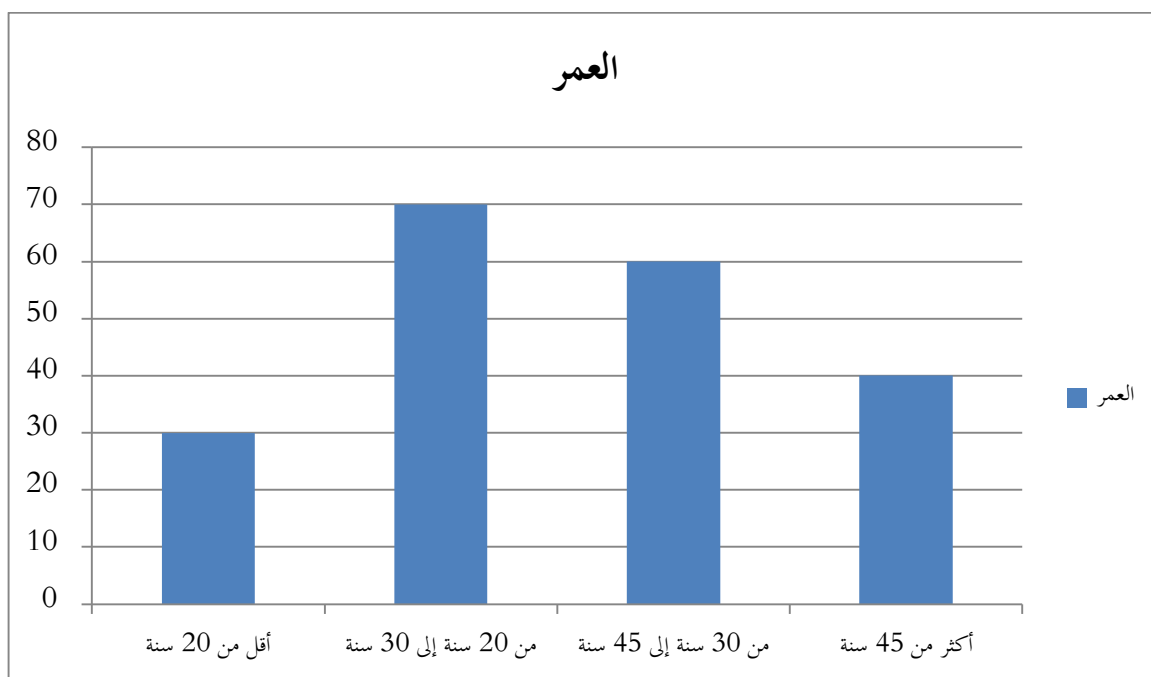
1-2 متغير العمر:

الجدول رقم 06: يوضح طبيعة العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية	النسبة المئوية المتزايدة
أقل من 20 سنة	30	15	0
من 20 إلى 30 سنة	70	35	15
من 30 إلى 45 سنة	60	30	50
أكثر من 45 سنة	40	20	80
المجموع	200	100	100

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 06: يوضح طبيعة العمر



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات الاستبيان وExcel

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 07 والشكل البياني رقم 06 أن الفئة الغالبة تتراوح أعمارهم من 20 إلى 30 سنة بـ 70 شخص بنسبة 35% أما الفئة الثانية تتراوح أعمارهم من 30 إلى 45 سنة بـ 60 شخص بنسبة 30% والفئة الثالثة تتراوح أعمارهم أكثر من 45 سنة بـ 40 شخص بنسبة 20% وفي الأخير الفئة من تقل أعمارهم عن 20 سنة بـ 30 شخص بنسبة 15% من مجموع الأفراد.

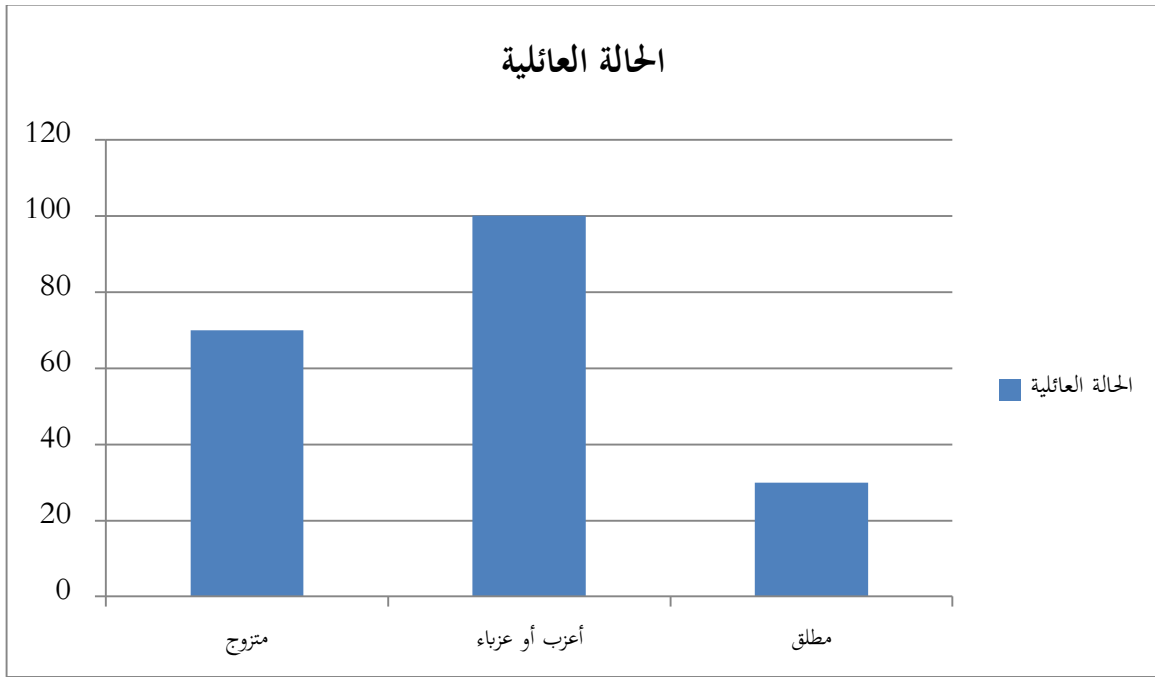
3-1 متغير الحالة العائلية:

الجدول رقم 07: يوضح طبيعة الحالة العائلية

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	الحالة العائلية
0	35	70	متزوج
35	50	100	أعزب أو عزباء
85	15	30	مطلق
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 07: يوضح طبيعة الحالة العائلية



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات الاستبيان وExcel

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 والشكل البياني رقم 07 أن بلغ عدد العزاب 100 شخص بنسبة 50% وهي الأكثر وتليها المتزوجون 70 شخص بنسبة 35% وفي الأخير المطلقين 30 شخص بنسبة 15% وهي الأقل.

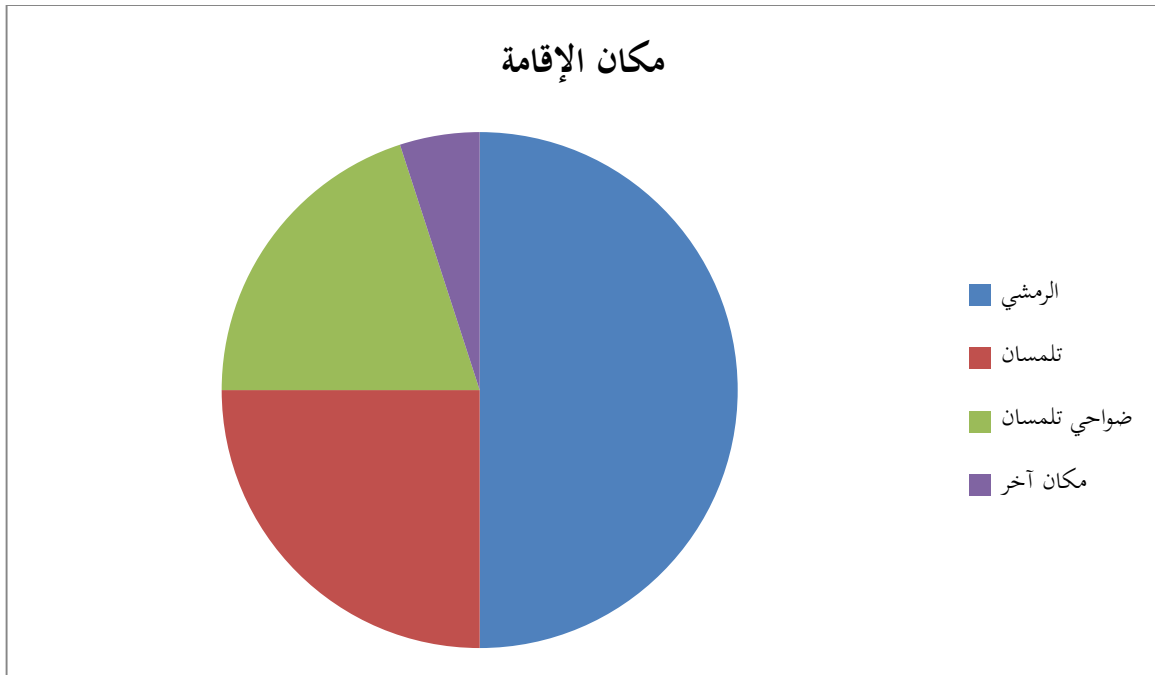
1-4 متغير مكان الإقامة

الجدول رقم 08: يوضح مكان الإقامة

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
0	50	100	الرمشي
50	25	50	تلمسان
75	20	40	ضواحي تلمسان
95	5	10	مكان آخر
100	100	200	المجموع

المصدر من إعداد الباحثة بناء على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 08: يوضح مكان الإقامة



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات الاستبيان وExcel

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 والشكل رقم 08 أن الفئة المقيمين في الرمشي هي الأكثرية حيث بلغ عددهم 100 شخص بنسبة 50% ويليه المقيمون بتلمسان 50 شخص بنسبة 25% ثم ضواحي تلمسان 40 شخص بنسبة 20% أما الأماكن الأخرى خارج تلمسان بلغ 10 أشخاص بنسبة 5%.

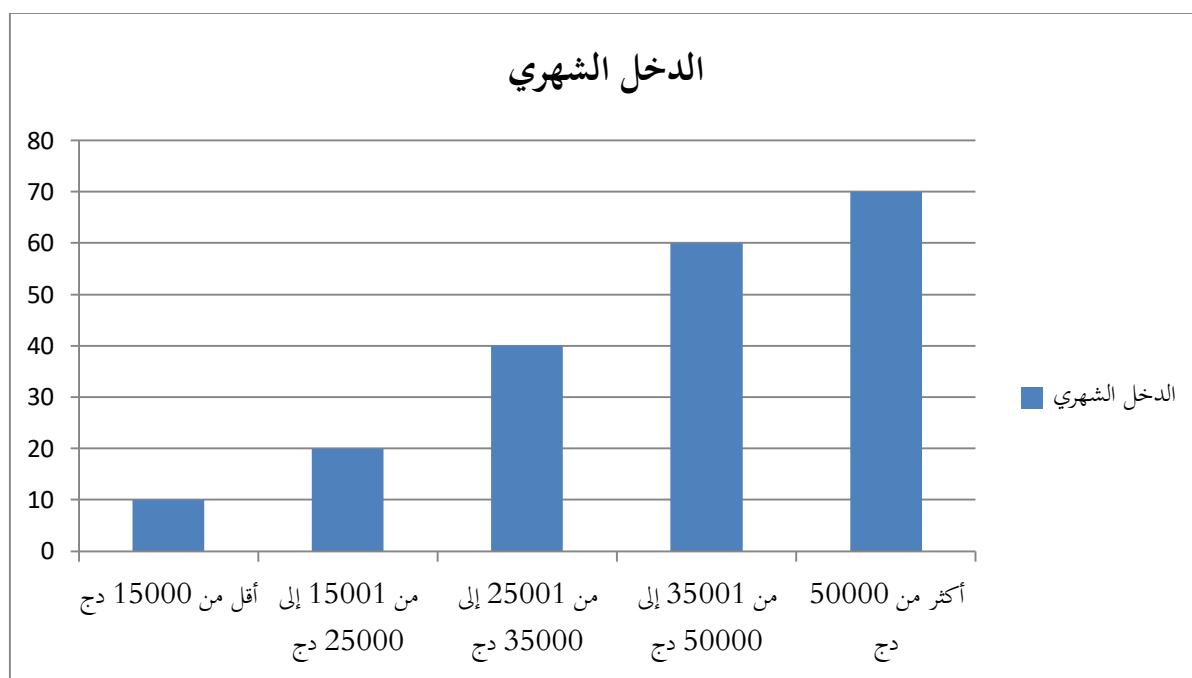
1-5 متغير الدخل الشهري:

الجدول رقم 09: يوضح الدخل الشهري

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	الدخل الشهري
0	5	10	أقل من 15000 دج
5	10	20	من 15001 إلى 25000 دج
15	20	40	من 25001 إلى 35000 دج
35	30	60	من 35001 إلى 50000 دج
65	35	70	أكثر من 50000 دج
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 09: يوضح الدخل الشهري



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات الاستبيان وExcel

يتضح لنا الجدول رقم 09 والشكل رقم 09 أن الدخل الشهري أقل من 15000 دج بلغ 10 أشخاص بنسبة 5% ومن يتقاضون من 25001 إلى 35000 دج 40 شخص بنسبة 20% ويليه من يتقاضون من 35001

إلى 50000 دج 60 شخص بنسبة 30% وأما من وصل عدد الأفراد 70 شخص هم من يتقاضون أكثر من 50000 دج بنسبة 35% وهم الفئة الغالبة.

2- تحليل نتائج الاستبيان

سنقوم بتحليل النتائج الدراسة وفقا على المعطيات المستخرجة من الاستبيان وبذلك سنقوم بتحديد صحة الفرضية الممتثلة: "أن مشروعنا المتمثل في صناعة الحلويات بمادة الخروب هو مشروع ناجح" وهل نقبل هذه الفرضية أو نرفضها.

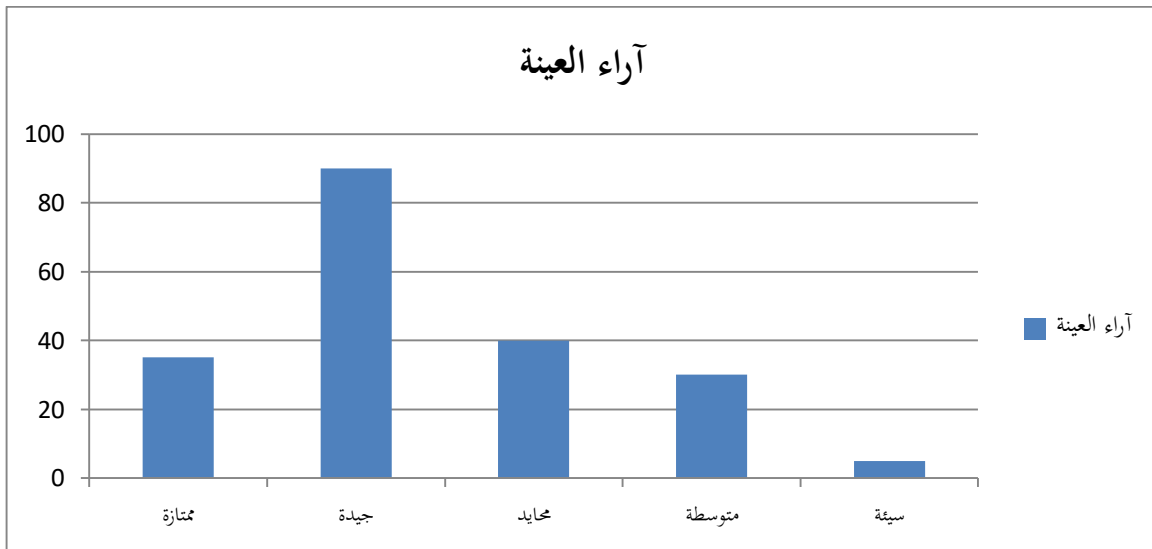
1-2 ما رأيك في فكرة صناعة حلويات طبيعية بدون ماد كيميائية؟

الجدول رقم 10: يوضح آراء العينة حول فكرة صناعة حلويات طبيعية

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	17,5	35	ممتازة
17,5	45	90	جيدة
62,5	20	40	محايد
82,5	15	30	متوسطة
97,5	2,5	05	سيئة
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان و Excel

الشكل رقم 10: يوضح آراء العينة حول فكرة صناعة حلويات طبيعية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان و Excel

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 والشكل 10 نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة ترى أن فكرة صناعة الحلويات الطبيعية فكرة جيدة حيث بلغ عدد الأفراد 90 شخص بنسبة 45% بينما كان رأي 35 شخص بنسبة 17,5% أنها فكرة ممتازة.

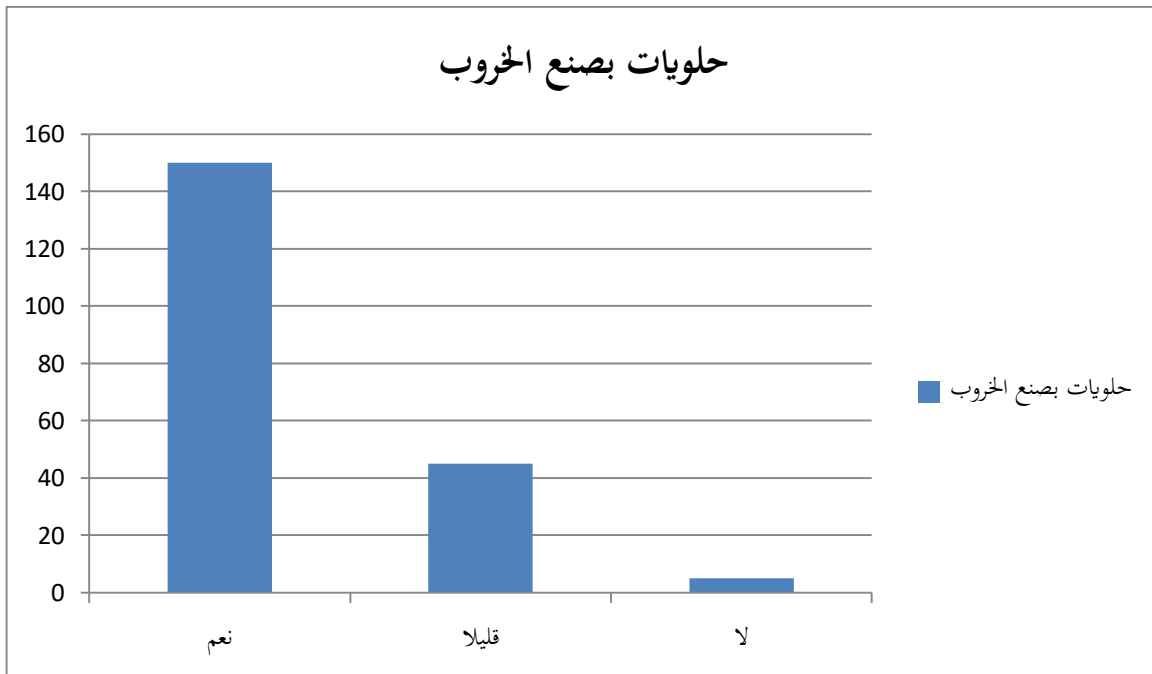
2-2 هل تحب حلويات بصنع الخروب؟

الجدول رقم 11: يوضح هل يحب أفراد العينة حلويات بصنع الخروب أم لا؟

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	75	150	نعم
75	22,5	45	قليلا
97,5	2,5	5	لا
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 11: يوضح هل يحب أفراد العينة حلويات بصنع الخروب أم لا؟



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 والشكل رقم 11 أن الأشخاص الذين يحبون حلويات الخروب يصل عدد أفراد 150 شخص بنسبة 75% فيما كان الذين يحبونه قليلا 45 شخص بنسبة 22,5% أما الأشخاص الذين لا يحبون حلويات الخروب يصل عددهم إلى 5 أشخاص بنسبة 2,5% وهذا يوضح لنا أن حلويات الخروب محبوبة ومقبولة من مختلف فئات المجتمع.

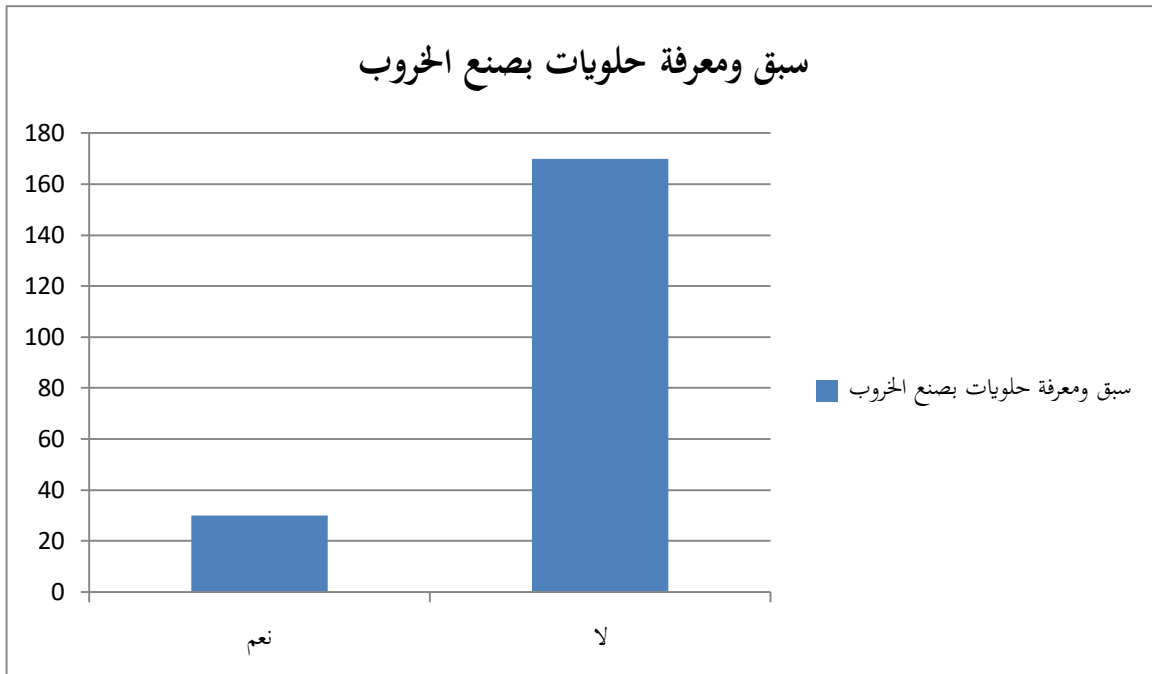
2-3 هل سبق لك معرفة حلويات بصنع الخروب؟

الجدول رقم 12: يوضح سبق ومعرفة حلويات بصنع الخروب

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	15	30	نعم
15	85	170	لا
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 12: يوضح سبق ومعرفة حلويات بصنع الخروب



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

من خلال الجدول رقم 12 والشكل رقم 12 نرى أن بلغ عدد الأفراد الذين لم يسبق لهم التعرف على حلويات من صنع الخروب 170 شخص بنسبة 85% وبينما الذين سبق لهم التعرف على هذه الحلويات بلغ عددهم 30 شخص بنسبة 15%، وهذا ما يجعلنا إنشاء هذا المشروع ليصبح مختلف الفئات معرفة حلويات من صنع الخروب.

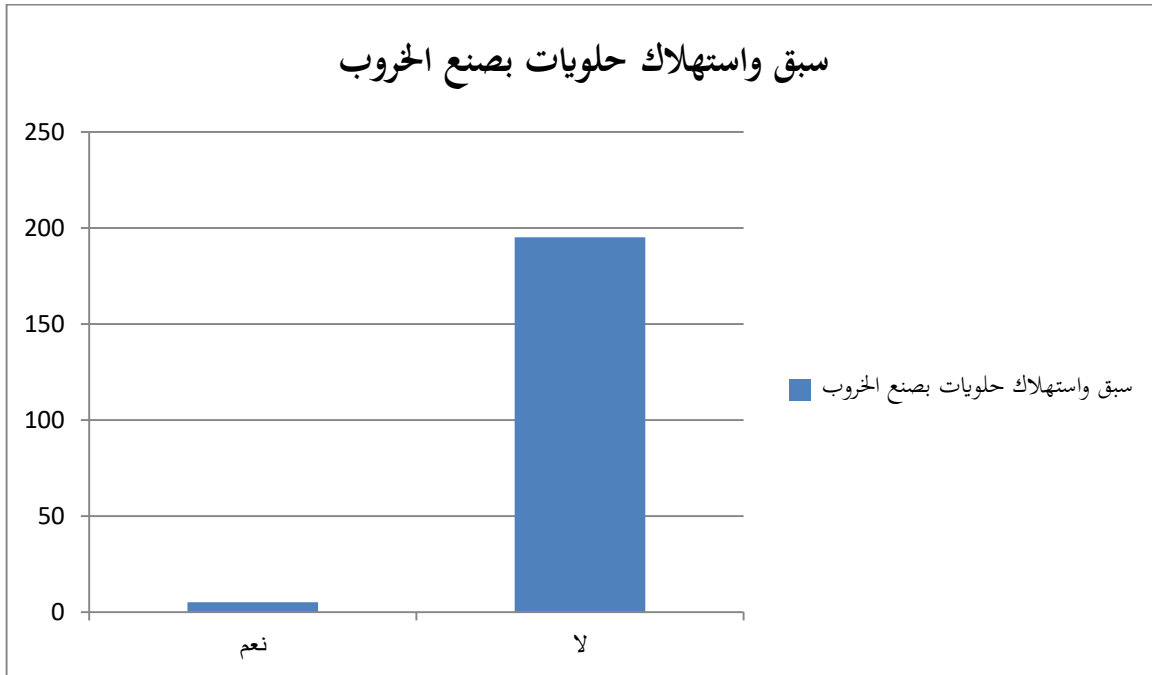
4-2 هل سبق لك واستهلك حلويات بصنع الخروب؟

الجدول رقم 13: يوضح سبق واستهلاك حلويات بصنع الخروب؟

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	2,5	05	نعم
2,5	97,5	195	لا
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 13: يوضح سبق واستهلاك حلويات بصنع الخروب



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

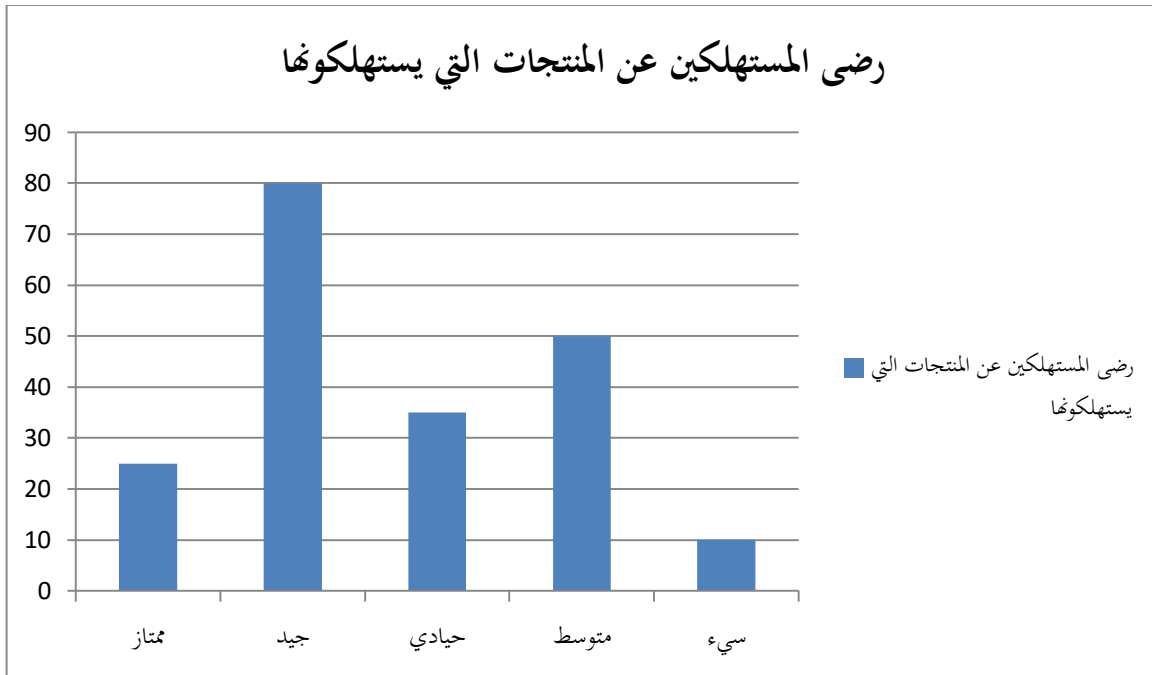
نلاحظ في الجدول رقم 13 والشكل رقم 13 أن أغلبية الأفراد لم يستهلكون حلويات بصنع الخروب حيث يصل عدد الأشخاص من حجم العينة 195 شخص بنسبة 97,5% أما الذين سبق لهم وقد استهلكوه يصل عدد الأشخاص 05 أشخاص بنسبة 2,5%.

5-2 هل أنت راض عن المنتج الذي تستهلكه؟

الجدول رقم 14: يوضح رضى المستهلكين عن المنتجين التي يستهلكونها

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	12,5	25	ممتاز
12,5	40	80	جيد
52,5	17,5	35	حيادي
70	25	50	متوسط
95	5	10	سيء
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 14 والشكل رقم 14 أن 80 فرد بنسبة 40% راضون عن المنتج الذي يستهلكونه و50 شخص بنسبة 25% أجابوا أنه متوسط و35 شخص بنسبة 17,5% لم يجيبوا، فيما بقيا 10 أشخاص بنسبة 5% أجابوا أنها سيئة، بما أن الأغلبية أجابوا أنها جيدة وممتازة، هذا يدفعون إلى الاستمرار في هذا المشروع ولكن مع زيادة معايير الجودة لمنتجنا بغية إرضاء كل الفئات وكسب أكبر شريحة ممكنة.

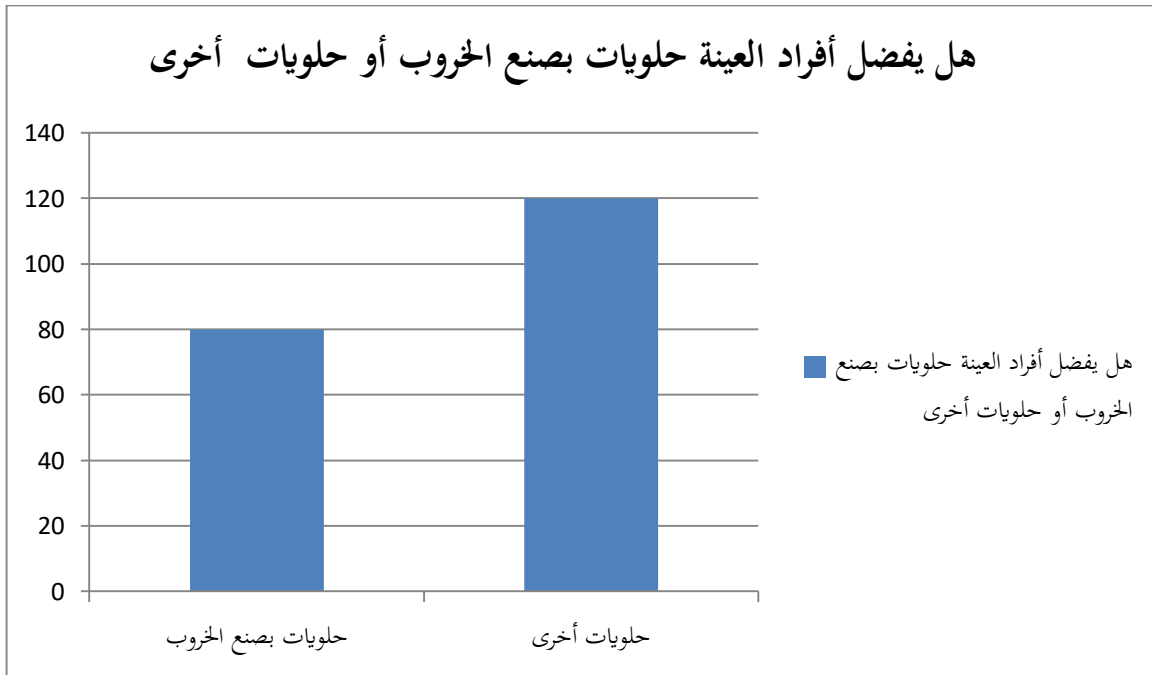
2-6 هل تشتري حلويات بصنع الخروب أم تفضل حلويات أخرى؟

الجدول رقم 15: يوضح هل يفضل أفراد العينة حلويات بصنع الخروب أو حلويات أخرى

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	40	80	حلويات بصنع الخروب
40	60	120	حلويات أخرى
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 15: يوضح هل يفضل أفراد العينة حلويات بصنع الخروب أو حلويات أخرى



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 15 والشكل رقم 15 أن بلغ عدد الأفراد 80 شخص بنسبة 40% الذين يفضلون حلويات بصنع الخروب و120 شخص بنسبة 60% الذين يفضلون حلويات أخرى ولذلك سنعمل ما باستطاعتنا لتكون حلويات صنع الخروب تجذب أكبر عدد من الفئات وبجودة عالية.

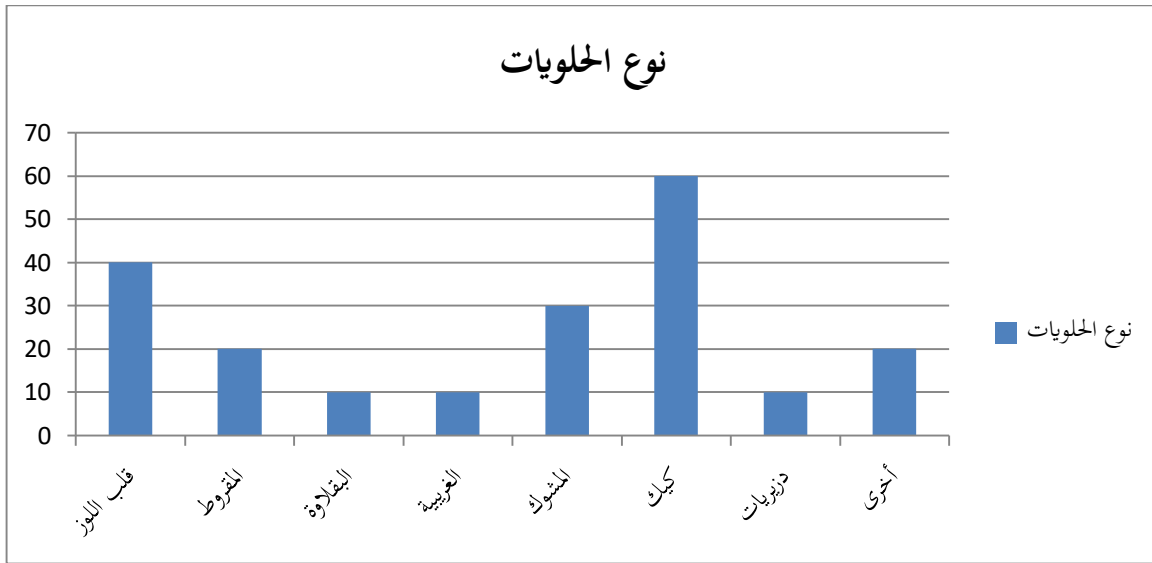
2-7 ما نوع الحلويات التي تستهلكها؟

الجدول رقم 16: يوضح نوع الحلويات التي تستهلكها أفراد العينة

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	20	40	قلب اللوز
20	10	20	المقروط
30	5	10	البقلاوة
35	5	10	الغريبة
40	15	30	المشوك
55	30	60	كيك
85	5	10	دزيريات
90	10	20	أخرى
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 16: يوضح نوع الحلويات التي تستهلكها أفراد العينة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 والشكل رقم 16 أن أذواق المستهلكين تختلف من شخص إلى آخر حيث نجد النوع المفضل لدى الأغلبية هي حلويات الكيك التي بلغت 60 شخص بنسبة 30% تليها حلويات قلب اللوز 40 شخص بنسبة 20% ثم المشوك 30 شخص بنسبة 15% ثم المقروط وحلويات أخرى 20 شخص بنسبة 10% ثم وفي الأخير حلويات الدزيريات والبقلاوة والغريبة التي بلغ أفرادها 10 أشخاص بنسبة 5% وهذا يساعدنا إلى تحديد نوع المفضل للأفراد لمعرفة ما يستهلكها الفرد.

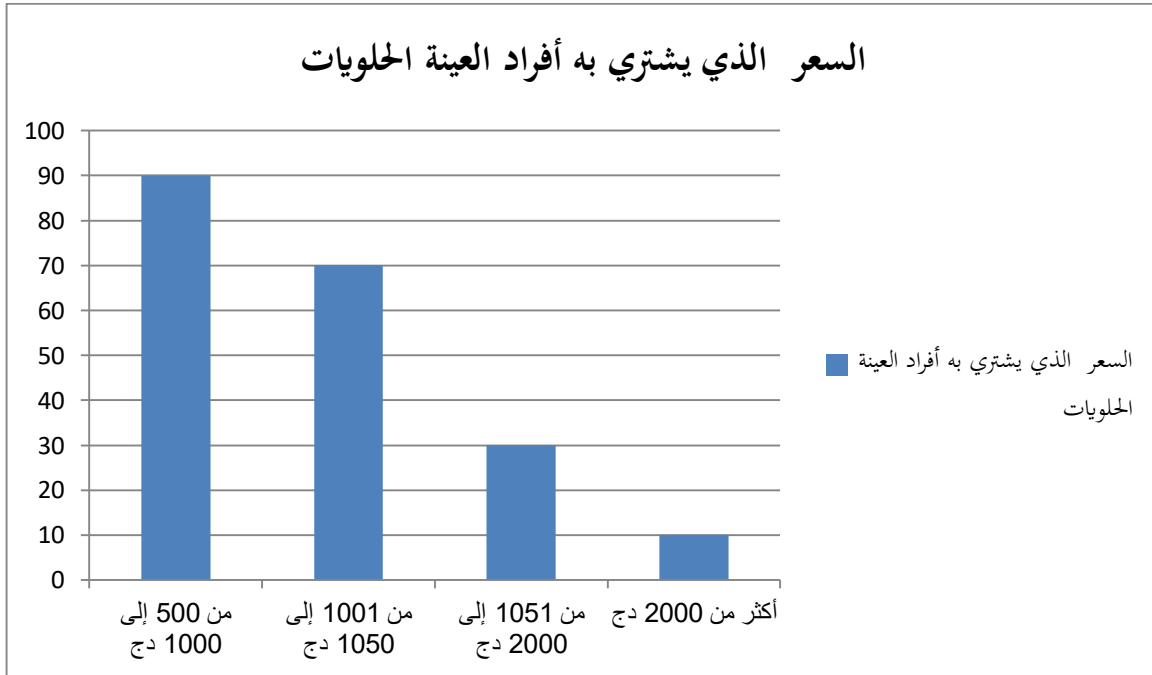
2-8 ما هو السعر الذي تشتري به الحلويات؟

الجدول رقم 17: يوضح السعر الذي يشتري به أفراد العينة للحلويات

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	45	90	من 500 إلى 1000 دج
45	35	70	من 1001 إلى 1050 دج
80	15	30	من 1051 إلى 2000 دج
95	5	10	أكثر من 2000 دج
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 17: يوضح السعر الذي تشتري به أفراد العينة للحلويات



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 17 والشكل رقم 17 أن أفراد العينة يشترون الحلويات بأسعار مختلفة حيث منهم 90 شخص بنسبة 45% يشترون الحلويات بسعر من 500 إلى 1000 دج، ومنهم 70 شخص بنسبة 35% يشترون الحلويات بنسبة 35% يشترون الحلويات بسعر من 1001 إلى 1050 دج ويشتري 30 شخص بنسبة 15% وفي الأخير 10 أشخاص بنسبة 5% يشترون الحلويات بسعر أكثر من 2000 دج وهذه النتائج تساعدنا على تحديد القدرة الشرائية لتحديد سعر منتجاتنا.

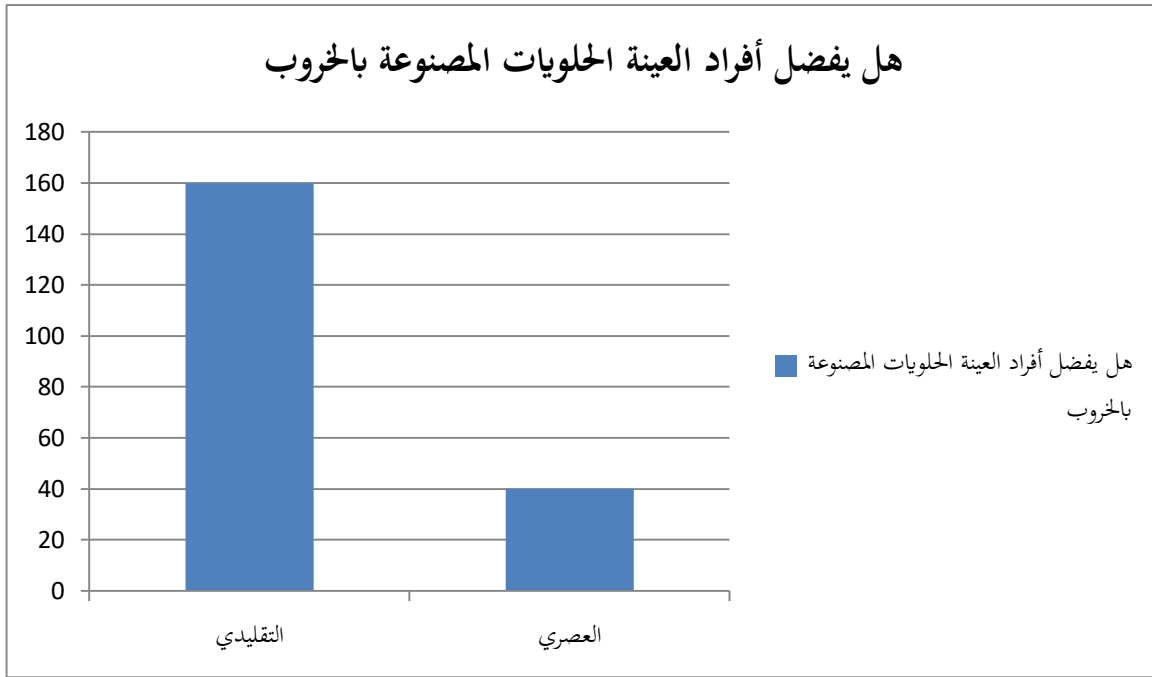
2-9 هل تفضل الحلويات المصنوعة بالخروب التقليدية أم العصرية؟

الجدول رقم 18: يوضح هل يفضل أفراد العينة للحلويات المصنوعة بالخروب التقليدية أم العصرية

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	80	160	التقليدي
80	20	40	العصري
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 18: يوضح هل يفضل أفراد العينة للحلويات المصنوعة بالخروب التقليدية أم العصرية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

من خلال الجدول رقم 18 والشكل رقم 18 نلاحظ 160 شخص بنسبة 80% يفضلون الحلويات التقليدية بينما 40 شخص بنسبة 20% يفضلون الحلويات العصرية وهذا ما يجعلنا معرفة ميول المجتمع إلى التقليدي أكثر مما يجعلنا اختيار صنع الحلويات حسب ميولهم ورغبتهم أكثر.

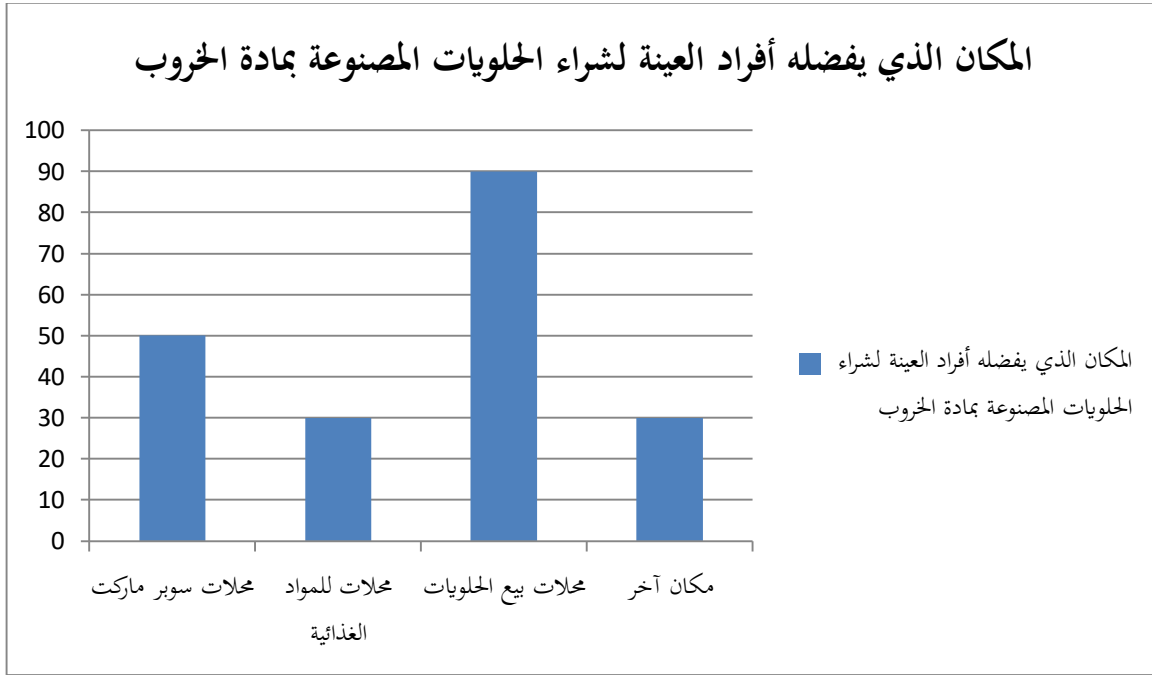
2-10 أين تريد أن تشتري الحلويات المصنوعة بمادة الخروب؟

الجدول رقم 19: يوضح المكان الذي يفضله أفراد العينة لشراء الحلويات المصنوعة بمادة الخروب

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	25	50	محلات سوبر ماركت
25	15	30	محلات للمواد الغذائية
40	45	90	محلات بيع للحلويات
85	15	30	مكان آخر
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 19: يوضح المكان الذي يفضله أفراد العينة لشراء الحلويات المصنوعة بمادة الخروب



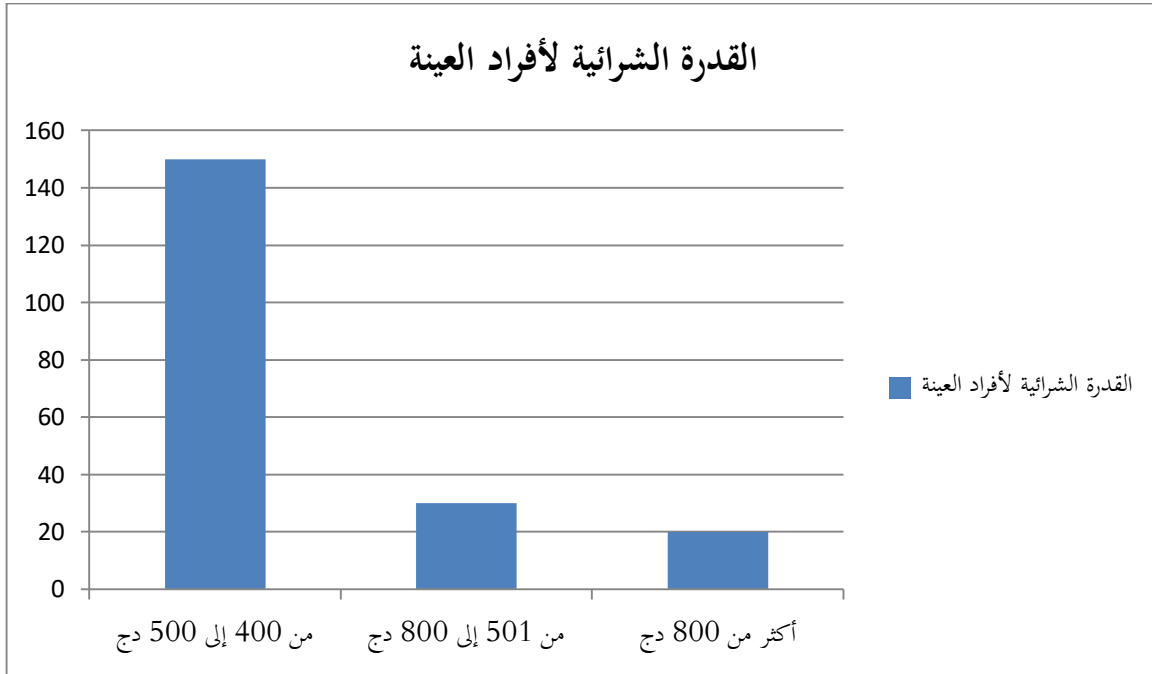
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 والشكل رقم 19 أن 90 شخص بنسبة 45% يفضلون محلات بيع الحلويات لشراؤها لأنها المحلات المختصة في ذلك وتليها محلات سوبر ماركت التي بلغ عدد أفرادها 50 شخص بنسبة 25%، فيما يرى 30 شخص بنسبة 15% أن محلات المواد الغذائية والأماكن الأخرى هي الأنسب في بيع الحلويات، حيث نلاحظ أن الأغلبية يفضلون بيعها في محلات الحلويات وهذا ما سنسعى إليه.

11-2 ما هو السعر الذي تراه مناسباً لكمية 1 Kg حسب قدرتك الشرائية؟
الجدول رقم 20: يوضح القدرة الشرائية لأفراد العينة

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	75	150	من 400 إلى 500 دج
75	15	30	من 501 إلى 800 دج
90	10	20	أكثر من 800 دج
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel
الشكل رقم 20: يوضح القدرة الشرائية لأفراد العينة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان وExcel

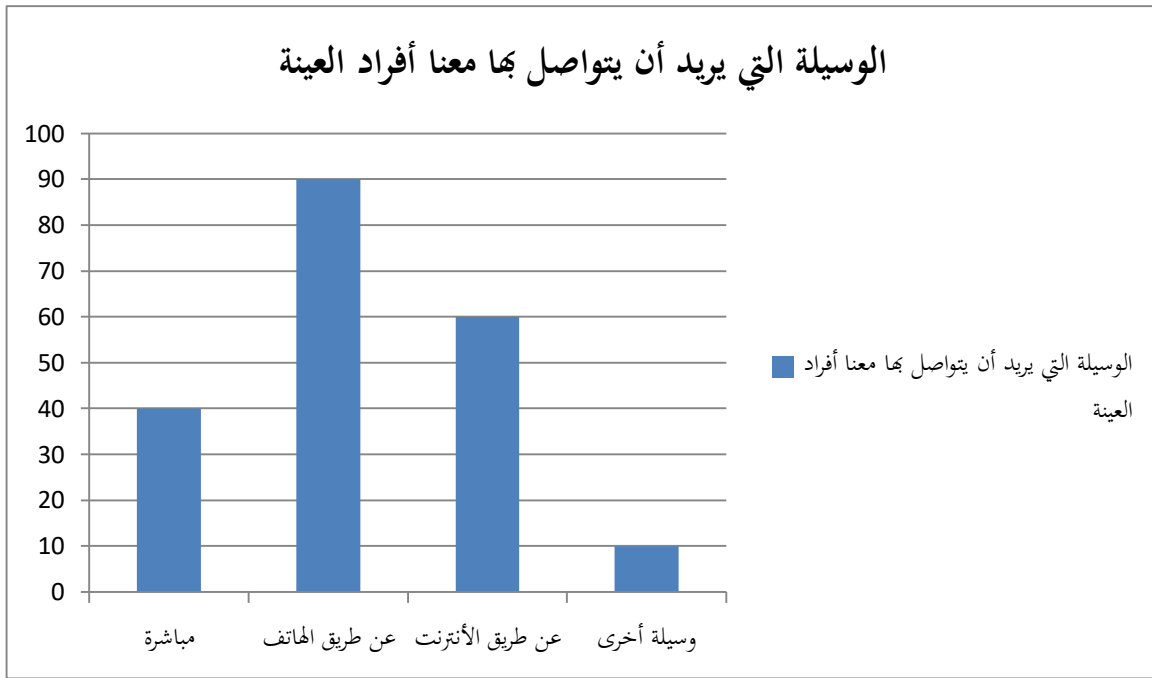
يتضح من خلال الجدول رقم 20 والشكل 20 حاولنا معرفة السعر المناسب لـ 1 Kg من الحلويات وبذلك تحديد القدرة الشرائية للمجتمع، حيث 150 شخص بنسبة 75% أن السعر من 400 إلى 500 دج هو السعر المناسب و30 شخص بنسبة 15% يرى أن السعر من 501 إلى 800 دج، فيما يرى 20 شخص بنسبة 10% يمكنهم شراءه حتى أكثر من 800 دج وذلك لكونها حلويات كيميائية بل هي طبيعية وصحية لأنها مصنوعة بمادة الخروب التي تعتبر دواءً لأمراض عديدة ومنفعة لصحتهم.

2-12 كيف تريد أن تتواصل معنا؟

الجدول رقم 21: يوضح الوسيلة التي يريد أن يتواصل بها معنا أفراد العينة

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	20	40	مباشرة
20	45	90	عن طريق الهاتف
65	30	60	عن طريق الأنترنت
95	5	10	وسيلة أخرى
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان و Excel



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات الاستبيان و Excel

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 والشكل رقم 21، فضل 90 شخص بنسبة 45% أفضل وسيلة هي عن طريق الهاتف والآخرين يرون عن طريق الأنترنت والتي بلغ عددهم 60 شخص بنسبة 30%، ثم 40 شخص بنسبة 20% اختاروا أن تكون مباشرة.

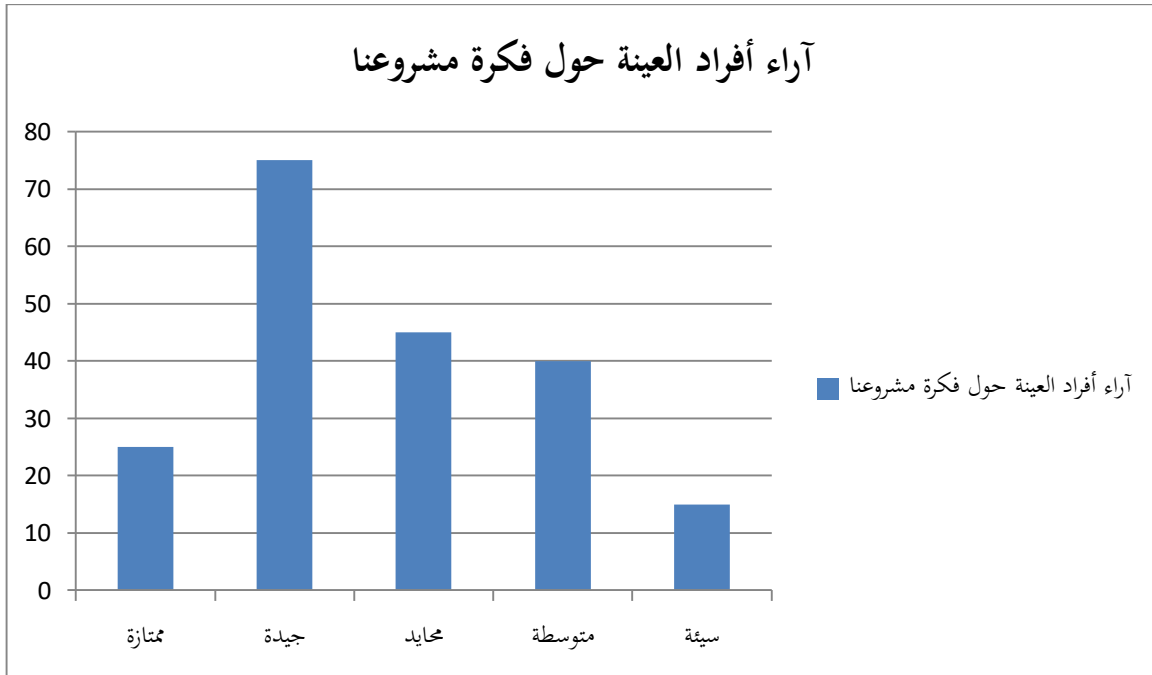
2-13 كيف تجد فكرة مشروعنا المتمثلة في صناعة الحلويات بمادة الخروب؟

الجدول رقم 22: يوضح آراء أفراد العينة حول فكرة مشروعنا

النسبة المئوية المتزايدة	النسبة المئوية	التكرار	
0	12,5	25	ممتازة
12,5	37,5	75	جيدة
50	22,5	45	محايد
72,5	20	40	متوسطة
92,5	7,5	15	سيئة
100	100	200	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات الاستبيان وExcel

الشكل رقم 22: يوضح آراء أفراد العينة حول فكرة مشروعنا



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات الاستبيان وExcel

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 والشكل رقم 22 أنه كان رأي أفرادنا حول فكرة مشروعنا في صناعة حلويات بمادة الخروب جيدة وذلك لبلوغ عدد أفرادها حول فكرة مشروعنا في صناعة الحلويات جيدة وذلك لبلوغ عدد أفرادها 75 شخص بنسبة 37,5% 45 شخص بنسبة 22,5% محايد بدون إجابة ثم 40 شخص بنسبة 20% متوسطة وفي الأخير 15 شخص بنسبة 7,5% سيئة، وهذا السؤال طرحناه لمعرفة مدى قابلية المجتمع في تقبل فكرة مشروعنا ومدى نجاحها.

تحليل النتائج:

من خلال جمعنا للبيانات من الاستبيان واعتمادا على برنامج Excel توصلنا بعد تحليلها من مجموعة من الأفكار حول فكرة مشروعنا، فمن خلال الإنتاج ستكون حلوياتنا تقليدية، وصحية، طبيعية بدون مواد كيميائية وسيكون التوزيع مباشرة من محل الحلويات أو عبر الهاتف عن طريق التوصيل إلى المكان المراد إليه، وسنحدد سعره حوالي من 400 إلى 500 دج حيث سيكون لدينا محل خاص للحلويات للبيع وسنتقل إلى التعامل مع محلات سوبر ماركت أو محلات مواد غذائية لتكون متوفرة في جميع المجالات.

أما عن طريق الاتصال فسنضع أرقام الهاتف الخاصة ببناء على بطاقات سيتم توزيعها الأفراد وفتح بريد إلكتروني للتواصل من خلاله عن طريق المباشرة سيكون في محلنا الخاص الذي ستصنع فيه حلوياتنا ويتم بيعها.

خاتمة الفصل:

في هذا الفصل تناولنا إشكالية التمويل في الجزائر والطرق الحديثة للتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تهدف إلى إنشاء ودعم المشاريع، وقد تم دراسة مختلف الاحتياجات المالية للمشروع من أجل اختيار وسيلة له حيث قد اخترنا الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات ANADE وذلك الامتيازات التي تصف بها الوكالة. والمبحث الثاني من هذا الفصل قمنا بدراسة السوق وبعد ذكر عموميات حول دراسة السوق قمنا بوضع استبيان يضم مجموعة من الأسئلة تخص فكرة المشروع ثم قمنا بطرحه على عينة عشوائية من 200 شخص من مختلف الأعمار، ثم قمنا بجمع وعرض وتحليل نتائج الدراسة.

الفصل الثالث:

مخطط الأعمال

مقدمة الفصل:

يعتبر مخطط الأعمال الدراسة المفصلة لأهم نواحي المشروع تسويقيا وتنظيما وإنتاجيا (دراسة السوق
الدراسة التقنية والدراسة المالية) وكذلك تحديد الفرص والتهديدات والاستراتيجيات للمؤسسة.
فهو يعتبر ترجمة لفكرة المشروع في شكل معطيات كمية وكيفية من خلال هذا الفصل سنقوم بوضع
مخطط أعمال مؤسستنا والذي يتضمن المباحث التالية:

المبحث الأول: تقديم المؤسسة ودراسة السوق

المبحث الثاني: عمليات الإنتاج والمزيج التسويقي

المبحث الثالث: الدراسة التقنية والمالية للمشروع

المبحث الرابع: خطة العمل

المبحث الأول: تقديم المؤسسة ودراسة السوق

المطلب الأول: تقديم المؤسسة

(1) ملخص المؤسسة:

مؤسستنا هي عبارة مؤسسة صغيرة لصنع الحلويات الطبيعية بمادة الخروب المتواجدة بدائرة الرمشي ولاية تلمسان تعتبر المؤسسة الأولى في هذه المنطقة لصنع الحلويات بمادة الخروب فرغم وجود المؤسسات التي تصنع الحلويات إلا أنه هي الوحيدة التي تصنع الحلويات بوجود مادة إضافية التي تجعله صحيا وهي مادة الخروب التي تعتبر دواء للعديد من الأمراض فهذه الحلويات تصنع بمسحوق الخروب الذي هو صحي 100% لذلك الحلويات التي نصنعها صحية 100% طبيعية خالية من المواد الكيميائية والسكريات الزائدة.

(2) اسم المؤسسة: نور الهدى لحلويات الخروب (Nour El Houda Sweets Carob)

(3) اسم صاحب المؤسسة: جعطوط نور الهدى

(4) مكان المؤسسة: الرمشي تلمسان

(5) اسم النشاط: حلويات مصنوعة بمادة الخروب

(6) الصيغة القانونية: EURL

(7) رقم الهاتف: 06.64.51.17.76

(8) رسالة المؤسسة: نطمح لتقديم الأحسن للزبون وتحقيق التميز

(9) شعار المؤسسة: الذوق الطبيعي في حلويات (Nour El Houda Sweets Carob)

(10) علامتنا:

Nour El Houda

Sweets Carob



- أهداف المشروع:

* تعظيم الربح والاستقلال ماليا.

* أن يكون الذوق الطبيعي والصحي هو ما يميز مؤسستنا.

* تشجيع الاستهلاك الطبيعي في بلادنا.

* ضمان الاستمرارية والتقديم بأقل الأسعار.

المطلب الثاني: دراسة السوق

سنقوم بتحليل السوق الذي ينشط فيه مشروعنا من خلال تحديد الفئة المستهدفة والموردون وتحليل المنافسة في السوق الجزائرية.

1- الفئة المستهدفة: من خلال مشروع صنع الحلويات بمادة الخروب فإننا نستهدف الصغار والكبار والعائلات وخاصة كبار السن المصابين بمرض السكري والقلون باعتبارها حلويات صحية وطبيعية وكل من يبحث عن خدمة جيدة وتقديم حلويات صحية وطبيعية خالية من السكريات والمواد الكيميائية.

2- الموردون: يحتاج إلى مشروعنا مواد أولية تتمثل في مسحوق الخروب وبعض المواد الطبيعية المضافة ولقد حاولنا زيارة شركة بوبلانزا الإنتاج مسحوق الخروب ومقابلتهم لأخذ الموافقة بالتعامل معهم وبيعنا كمية معتبرة من المسحوق، فتحصلنا على الموافقة منهم وفيما يخص المواد الأخرى كالزيت والبيض سيموننا أحد تجار الجملة للمواد الغذائية، ومحل آخر يقوم ببيع مستلزمات الحلويات بسعر مناسب أيضا سنتعامل معه لتمويننا بكل المستلزمات، أما بالنسبة للآلات والتجهيزات فقد تم اختيارنا لمحل بيع الأجهزة التجهيزات الكهربائية وذلك لجودة تجهيزاته.

الجدول رقم 23: يوضح موردي مؤسستنا

المهنة	المنطقة	المواد التي يوفرونها لنا
شركة بوبلانزا لإنتاج مسحوق الخروب	الرمشي	مسحوق الخروب
تاجر بالجملة المواد الغذائية	الرمشي - تلمسان	البيض والزيت (وباقى المواد الأولية)
بيع مستلزمات الحلويات	الرمشي	الأكواب والملاعق المعيارية (وباقى المستلزمات)
بيع الأجهزة الكهربائية	الرمشي - تلمسان	الفرن ومضرب كهربائي (وباقى الأجهزة)

المصدر: من إعداد الطالبة

3- المنافسة: بالنسبة للمنافسين تعتبر ولاية تلمسان منطقة غنية بالصناعات، حيث هناك مؤسسات تقوم بصنع الحلويات ولكن بدون إضافة مكون جديد يمكنهم من الاستغناء عن المواد الكيميائية كمادة الخروب التي تجعل الحلويات صحية طبيعية ليست كباقي الحلويات الموجودة حاليا كيميائية لذلك لا يمكن اعتبار هذه المنطقة متنافسة، أما في الجزائر فلا يوجد حتى وإن وجد ولكن ليست كمؤسسة صغيرة بل ربما يتم صنعها في المنازل بعيدة عن الأسواق.

المبحث الثاني: عمليات الإنتاج والمزيج التسويقي

المطلب الأول: عمليات الإنتاج

تم عمليات الإنتاج الحلوى بمراحل وهي كالتالي:

(أ) تحضير العجينة: وذلك بخلط المكونات مع بعضها البعض.

(ب) تشكيل العجينة: يتم تشكيلها بأشكال مختلفة ووضعها في الصواني.

(ج) الطهي: يتم وضعها في الفرن.

(د) التبريد والتزوين: يتم وضعها لتبرد وتزين بعد ذلك حسب شكلها.

(هـ) التغليف: بعدما تزين نقوم بتغليفها.

المطلب الثاني: المزيج التسويقي

يعتبر المزيج التسويقي عناصر أربعة "المنتوج، السعر، التوزيع والترويج" وهو يعتبر طريقة توصيل المنتج من المؤسسة إلى المستهلك.

1- المنتج: يتمثل المنتج المقدم في حلويات بمادة الخروب طبيعية وصحية وقد تم تصنيفها إلى رئيسة مع ذكر مكوناتها وذلك لتعدد أنواع الحلويات منها التقليدية ومنها المعاصرة، ويكون تصنيفها كالتالي:

- حلويات جافة: وهي تتمثل في حلويات بسيطة تقليدية كالكعكة الجافة ... الخ

الجدول رقم 24: المكونات وأسعارها

	Quantité	P U	Unité	Prix Total
Sucre	0,20	100,00	Kg	20
Lait	0,48	30,00	Litre	14,4
Œufs	4,00	17,5	Pièce	70
Levure	1,00	10,00	Sachet	10
Vanille	1,00	10,00	Sachet	10
Caroube	0,21	250,00	Kg	52,5
Farine	0,21	60,00	Kg	12,6
		Total		189,5

Nombre de Gateaux	35,00
Prix de revient / gateau	5,41

المصدر: من إعداد الطالبة

- حلويات بالمكسرات: وهي تتكون من المكسرات ذات السعر المرتفع وتكون هذه المكسرات

كاللوز والفستق وجوز الهند والبقول السوداني ... إلخ

وتكون هذه الحلويات كالبقلاوة ... إلخ

الجدول رقم 25: المكونات وأسعارها

	Quantité	P U	Unité	Prix Total
Caroube	0,420	250,00	Kg	105
Maizena	0,125	350,0	Kg	43,75
Farine	0,280	60,00	Kg	16,8
Boeurre	0,115	460,00	Kg	52,9
Vanille	1,000	10,00	Sachet	10
Eau de rose	0,480	50,00	Sachet	24
Cacahouettes	0,570	250,00	Kg	142,5
Lait en poudre	0,115	52,00	Kg	59,88
		Total		454,75

Nombre de Gateaux	45,00
Prix de revient / gateau	10,11

المصدر: من إعداد البطالة

2- السعر: في عملية التسعير نعتد على أسلوب التسعير حسب القدرة الشرائية للزبائن، مع سعر المواد الأولية وجميع المصاريف المتبقية واليد العاملة ... الخ إضافة إلى مراعاة سعر المنافسين في ذلك وكل هذا من أجل تحديد سعر يساعدنا على تحقيق أهدافنا.

الجدول رقم 26: أسعار الحلويات (الوحدة دج)

	Prix de revient	Prix de vente	Prix recommandé
Gateaux sec	5,41	15,00	20,00
Baklawa	10,11	25,00	40,00

المصدر: من إعداد الطالبة

3- التوزيع: سوف يكون التوزيع عن طريق الهاتف أو عن طريق زيارة للمحل والشراء من المحل مباشرة وكذلك سيتم التوزيع للسوبر ماركت ومحلات المواد الغذائية في خارج تلمسان كعين تموشنتت والجزائر ... الخ لتوسيع السوق وانتشار حلوياتنا في كل السوق الجزائرية.

4- الترويج: بالنسبة لعمليات الترويج هي الوسيلة التي تظهر التي تظهر أهداف المؤسسة لمحيطها الداخلي والخارجي وهي تستعمل لتعريف الزبائن بمنتجاتها حيث سيكون الترويج كالتالي:

* فئة الأطفال والنساء والرجال عن طريق الإشهار.

* وسائل الاتصال، كالهاتف والبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي ... الخ

* التحدث مباشرة مع الزبائن.

* الترويج داخل المحلات السوبر ماركت والمواد الغذائية.

* وضع قصاصات ترويجية وتوزيعها.

Carte Visite

Nour El Houda Sweets Carob

Notre Gâteaux est :

100% Naturel

100% Sain

N de Tél : 06.64.51.17.76

Email : nourelhouda.sweetscarob.dz@gmail.com

Adresse : Remchi Tlemcen



المبحث الثالث: الدراسة التقنية والمالية للمشروع

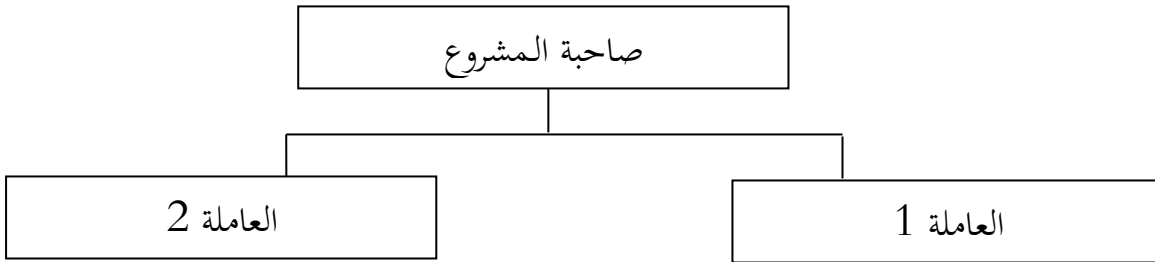
من خلال هذا البحث سوف نتطرق لاحتياجات المشروع من مواد بشرية وهيكل المؤسسة التنظيمي واحتياجات المشروع من آلات ومعدات والمواد الأولية وفي الجانب المالي سنذكر أهم القوائم المالية:

المطلب الأول: الدراسة التقنية

في هذا الجزء سنذكر الهيكل التنظيمي للمؤسسة والمواد البشرية وكيفية تقسيم الأجور واحتياجات المشروع من آلات ومعدات والمواد الأولية

1- الهيكل التنظيمي للمشروع

الشكل رقم 23: الهيكل التنظيمي للمشروع



المصدر: من إعداد الطالبة

- صاحبة المشروع:

* تسيير شؤون العمل واستقبال الزبائن

- العاملات:

* التمتع بالكفاءة المهنية في صنع الحلويات.

* تزيين الحلويات

* العمل على نظافة المحل.

* حسن المعاملة مع الزبائن مع تقديم أفضل الحلويات.

2- الموارد البشرية

(1-2) احتياجات المشروع من الموارد البشرية:

يحتاج مشروعنا إلى 03 عاملات يتكون من صاحبة المشروع والباقي عاملتين كل واحدة فيهم لها مهامها وهي كالتالي:

الجدول رقم 27: يوضح احتياجات الموارد البشرية للمشروع

المؤهلات	المهام	الوظيفة
شهادة ماستر مقاولاتية	استقبال الزبائن وتسيير شؤون العاملات	صاحبة المشروع
كفاءة مهنية	صنع الحلوى	العاملة 1
كفاءة معنية	المساعدة	العاملة 2

المصدر: من إعداد الطالبة

(2-2) الأجور:

تحديد الأجور العاملات كالتالي

الجدول رقم 28: أجور العاملات

	Salaire Brut	CNASS 9%	CNASS 26%	Salaire imposable	IRG	Salaire Net	Charges Salariales
Responsable	50 000,00	4500,00	13000,00	45 500,00	4585,00	40 915,00	63 000,00
Ouvrière 01	30 000,00	2700,00	7800,00	27 300,00		27 300,00	37 000,00
Ouvrière 02	30 000,00	2700,00	7800,00	27 300,00		27 300,00	37 000,00

المصدر: من إعداد الطالبة

3- الآلات والمعدات

لا يتم بدأ المشروع بدون آلات ومعدات ولذلك تعتبر ضرورية لأي مشروع ولهذا ما سنذكره بالنسبة للآلات والمعدات مشروعنا:

الجدول رقم 29: أسعار الآلات والمعدات

Réf	Désignation de Produit	Quantité	Prix
1	Four Ventile	1	468 000,00
2	Pétrin à Fourches	1	81 900,00
3	Batteur Mélanger	1	52 650,00
4	Table Travail	1	43 290,00
5	Vitrine Horizontale	1	152 100,00
6	Vitrine Horizontale	1	122 850,00
7	Table Carre Bleu	1	5265,00
8	Chaise Plastique	3	5967,00
Total	/	/	932 022,00

المصدر: من إعداد الطالبة

4- النفقات الضرورية

تتمثل هذه النفقات في المعدات والتأجير والغاز والكهرباء والمادة الأولية

الجدول رقم 30: النفقات الضرورية

Matériel	932 022,00
Loyer	10 000,00
Electricité et Gaz	15 000,00
Matière Première	254 034 ,00

المصدر: من إعداد الطالبة

المطلب الثاني: الدراسة المالية

Production :

الجدول رقم 31: حساب سعر التكلفة الشهرية وثن البيع الإنتاج

* 22 Jours de Travail/ Mois :

	Production Quotidienne	Production Mensuelle
Gâteau Sec	1200	26 400
Baklawa	500	11 000

* Prix De Revient Mensuel :

	Production Quotidienne	Production Mensuelle
Gâteau Sec	5,41	142 824,00
Baklawa	10,11	111 210,00
		254 034,00

* Prix De Vente :

	Production Quotidienne	Production Mensuelle
Gâteau Sec	15,00	396 000,00
Baklawa	25,00	275 000,00
		671 000,00

المصدر: من إعداد الطالبة

Budget Mensuel

الجدول رقم 32: حساب النفقات

* Dépenses :

Remboursement prêt	35 000,00
Salaires	138 600,00
Loyer	10 000,00
Electricité et Gaz	15 000,00
Matière Première	254 034,00
	452 634,00

Recettes	671 000,00
----------	------------

Bénéfices	218 366,00
-----------	------------

المصدر: من إعداد الطالبة

Structure de L'Investissement

الجدول رقم 33: يوضح قيمة الاستثمار الإجمالية

Frais de Location	10 000,00
Cotisation Fonds de Garantie	
Assurances	30 000,0
Autres Frais	
Equipements Locaux	932 022,00
Equipements Importés	
Cheptel	
Matériaies Roulants	
Aménagement	
Outillages	
Mobilier Bureau	
Matérieles Informatiques	
Droit De Douanes Et Taxes	
Frais De Transport	
Montage Et Essais	
Fond De Roulement	138 600,00
Total	1 110 622,00

المصدر: من إعداد الطالبة

المبحث الرابع: خطة العمل

سنقوم بها في هذا المبحث بتحديد الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف بالنسبة لمشروعنا، ووضع مخطط BMC الذي يلخص كل ما يتعلق بمشروعنا والذي يعتبر كنموذج له، مع وضع مخطط آخر يهدف إلى تحديد المسار الذي نتبعه من خلال السنوات لتحقيق أهدافنا.

المطلب الأول: تحليل SWOT ومخطط BMC

1- تحليل SWOT:

يعتبر تحليل SWOT أسلوب تحليلي يهدف إلى تحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات للمشروع.

الجدول رقم 34: تحليل SWOT

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - فكرة جيدة في ولاية تلمسان. - مادة تكلفتها ليست كثيرة. - حلوليات صحية. إضافة إلى أنها خالية من السكر 	<ul style="list-style-type: none"> - رأس المال
الفرص	التهديدات
<ul style="list-style-type: none"> - استعمال هذه المادة بدلا من الكاكاو. - تعتبر دواء لمختلف الأمراض. - يستهلكها أمراض السكر بكثرة لأنها خالية من السكر فهي طبيعية وصحية. 	<ul style="list-style-type: none"> - إمكانية ظهور منافسين جدد. - الحجر يمكن أن يوقف العمل.

المصدر: من إعداد الطلبة

2- مخطط BMC:

يعتبر مخطط BMC مناسب لمرحلة إنشاء المؤسسة على نحو خاص ويمكن أيضا استخدامه لصياغة مخطط إطلاق منتج جديد أو خدمة جديدة.

فهو يتميز بالبساطة والوضوح، يمثل في جدول رقم 35 يحتوي على تسع خانات وهي كالتالي:

شرائح العملاء	العلاقات مع العمال	القيم المقترحة	الأنشطة الرئيسية	الشركات الرئيسية
<ul style="list-style-type: none"> - المستهلكين العاديين - المرضى - الزبائن - المحلات - الأعراس - الفئة التي تحب - الخروب في الحلويات 	<ul style="list-style-type: none"> - الثقة والمصداقية في العمل. - علاقة بسيطة وراقية في التواصل - سعر معقول في متناول الجميع. - الحفاظ على الزبائن الأوفياء من خلال تلبية حاجاتهم وجلب عدد أكبر عدد من الزبائن 	<ul style="list-style-type: none"> - الحصول على منتج طبيعي 100% - وصحي لجميع الفئات العمرية. 	<ul style="list-style-type: none"> - هي صنع حلويات طبيعية وتزيينها وبيعها عن طريق التوزيع. 	<ul style="list-style-type: none"> - مصنع بوبلانزا للخروب. - شركات أخرى للزيوت والدقيق.
قنوات التوزيع	المواد الرئيسية	مصادر الإيرادات	هيكل التكاليف	
<ul style="list-style-type: none"> - الانترنت - قنوات التواصل الاجتماعي. - المحل التجاري (مباشرة) 	<ul style="list-style-type: none"> - مادة الخروب - الدقيق - السكر - البيض - الزيت 	<ul style="list-style-type: none"> - ثمن بيع الحلويات بالخروب 	<ul style="list-style-type: none"> - تكاليف شراء المادة الأولية. - تكاليف شراء المعدات واللوازم. - تكاليف الكراء 	

المصدر: من إعداد الطالبة.

المطلب الثاني: خطة العمل

تعتبر خطة العمل عملية وضع المهام التي يجب أن نتبعها خطوة بخطوة وذلك للوصول إلى تحقيق الأهداف المراد إليها.

قمنا بوضع جدول يوضح الخطة التي رسمناها بالنسبة لمشروعنا لمدة أربع سنوات القادمة، مع تحديد كل سنة الهدف الذي يجب الوصول إليه وتحقيقه في كل سنة.

الجدول رقم 36: وضع خطة عمل لمشروعنا لمدة أربع سنوات الأولى

السنوات	الأهداف
السنة الأولى	هدفنا في السنة الأولى هو التعريف بمؤسستنا في ولاية تلمسان وتقديمها في أحسن صورة والعمل على استقطاب أكبر حصة سوقية وذلك من خلال إرضاء الأفراد.
السنة الثانية	هدفنا هو توزيع منتجاتنا في جميع المحلات بالنسبة لولايتنا مع وجود طبعا محل يخصصنا للتوزيع مباشرة ثم بعد ذلك إذا وجدنا قبول سيتم توزيعها إلى ولاية أخرى وذلك لتوسيع مشروعنا
السنة الثالثة	إذا وجد قبول وتوزيعها لولايات أخرى: كالجزائر، وهران وغيرها سنكمل التوزيع إلى بقية الولايات الأخرى وذلك لتوسيع مؤسستنا بتكبير حجمها وتطوير مشروعنا إلى الأحسن.
السنة الرابعة	توسيع منتجاتنا أي بإضافة أنواع أخرى بالنسبة للحلويات وبأشكال متنوعة ويمكن كذلك إضافة عصير الخروب عند تقديمنا للحلويات الذي يعتبر كذلك إضافة جديدة وغير موجودة في ولاية تلمسان.

المصدر: من إعداد الطالبة

خلاصة الفصل:

لقد قمنا في هذا الفصل بوضع مخطط الأعمال الذي يشمل دراسة السوق أي المخطط التسويقي والدراسة التقنية والمالية للمشروع، كما وضعنا أساليب ساعدتنا على تحديد نقاط القوة والضعف والتهديدات التي يمكن أن تواجهنا وكذلك ساعدتنا على معرفة وتحديد التكاليف التي يجب مراعاتها والأنشطة الرئيسية ومراعاة العلاقة مع العملاء.

يساعدنا مخطط الأعمال على الدفاع عن فكرة مشروعنا وشرحها للأفراد وذلك من أجل الحصول على الدعم ومساعدتنا في نجاحه وبناءه ومن أجل مصالح مشتركة.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة

من خلال الدراسة التي قمنا بها في موضوع البحث الذي يدرس مشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب حاولنا من خلالها التعرف على المقاولاتية وواقعها في الجزائر وكذلك دراسة مختلف جوانب مشروعنا حيث تمثلت إشكالية الدراسة في: "هل فكرة مشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب ناجحة؟"

وللإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاثة فصول حيث قدمنا في الفصل الأول بتناول عموميات حول المقاولاتية وتقديم فكرة المشروع حيث لاحظنا أن المقاولاتية لها مكان هام في الجزائر من خلال إنشاء المؤسسات الذين يكمن إنشاءها من عدة عوامل تبدأ من الفكرة دراسة سوق، دراسة مالية، مخطط الأعمال ... الخ، ومن جهة عوامل التي تخص المقاول (العمل كيد واحدة، عملية التواصل المتبادلة، حل المشكلات واتخاذ القرارات، الاحترام المتبادل، الإحساس بالمسؤولية، الرغبة في الاكتساب، تجاوز المخاطر وتحقيق النجاح).

وقد تناولنا كذلك واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر الذي نقص دراستها وعدم متابعتها أدى إلى زوال الكثير منها، ولكن عملت الحكومة الجزائرية من أجل تطوير هذا القطاع بإنشاء هيكل ومؤسسات مرافقة، وقمنا بتناول في هذا الفصل كذلك شرح جوانب فكرة مشروعنا المتمثلة في صناعة الحلويات بمادة الخروب.

في الفصل الثاني تعريف التمويل والطرق الحديثة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا أجهزة الدعم من أجل تمويلها المختلفة، وبعد دراستنا لها قمنا باختيار الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ANADE كوسيلة لتمويل مشروعنا نظرا لامتيازاتها الجبائية والمالية هذا يضم في المبحث الأول وفي المبحث الثاني قمنا بدراسة السوق من خلال تقديم مفهوم له وأهميته وطرح استبيان يتكون من أسئلة تضم مختلف جوانب فكرة مشروعنا على عينة عشوائية من 200 شخص، قمنا بجمع الإجابات وتحليلها من خلال البيانات.

في الفصل الثالث قدمنا مخطط الأعمال وذلك بتعريف مؤسستنا، دراسة السوق والدراسة التقنية والمالية للمشروع ووضع تحليل SWOT مع مخطط BMC، كما تناولنا كذلك بوضع خطة عمل تحدد كل سنة من المشروع والهدف منها.

ومن خلال هذه النتائج، فيمكن الحكم على الفرضيات التي وضعناها كالتالي:

- الفرضية الأولى: "استثمار مشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب تكلفته غير مرتفعة" فرضية مرفوضة لم يثبت صحتها.

- الفرضية الثانية: "المستهلكون يحبون الحلويات الطبيعية الصحية عوض الحلويات الكيمائية الغير الصحية للجسم"

فرضية مقبولة لأنه تم إثبات صحتها.

- الفرضية الثالثة: "يفضل المستهلك شراء حلويات مصنوعة بمادة الخروب تعتبر دواء للأمراض أكثر من شراء حلويات أخرى"

فرضية مقبولة لأنه تم إثبات صحتها.

ومن خلال الإجابة عن الفرضيات ووضعنا لمخطط الأعمال وجدنا قبول يمكننا من إنشاء مؤسستنا لأن فكرة مؤسستنا هي فكرة مشروع ناجح، خاصة في ظل الدعم الذي تقدمه أجهزة الدعم كوكالة الوطنية لدعم المقاولات ANADE، فسنحاول صناعة حلويات بمادة الخروب ذو جودة عالية ومذاق رائع وصحية ومن حيث السعر سيكون مناسب وسنعمل كذلك على حسن المعاملة مع عملائنا، وكل هذا سيكون من خلال الجهد المبذول والرغبة في النجاح وتحقيق أهدافنا.

المراجع

الكتب:

- 1- إدريس ثابت عبد الرحمان، "بحوث التسويق"، الدار الجامعية، مصر، 2003 - 2004.
- 2- جمال الدين المرسي، الإدارة المالية، ص 319.
- 3- سلوم مبارك، التسيير المالي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 36.
- 4- عامر خريوطلي، ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2018، ص ص 13-14.
- 5- عدنان هاشم السمراني، الإدارة المالية، منهج التحليل الشامل، الجامعة المفتوحة، الطبعة 2 1997، ص 262.
- 6- علي فلاح الزعبري، زيادة الأعمال صناعة القرن الحادي والعشرين، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، ص 37.
- 7- فايزة جمعة صالح، الريادة وإدارة الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ص 09.
- 8- فؤاد نجيب الشيخ، يحي ملهم، وجدان محمد العكاليك، صاحبات الأعمال الرياديات في الأردن لمجلة الأردنية في مجال الأعمال، المجلد 05 العدد 04، 2009، ص 497.
- 9- مجدي عوض مبارك، ريادة الأعمال، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2009، ص 39.
- 10- محمد مفلح عقل، مقدمة الإدارة المالية والتحليل المالي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع الطبعة، 2006، ص 129.
- 11- نصيب رجم دراسة السوق، دار العلوم والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2008، ص 12.
- 12- نور الدين ذبابة، الإدارة المالية، دار النشر، بيروت، لبنان، 1997، ص 498.
- 13- هيثم صاحب عجام، نظرية التمويل، دار الزهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص 20.

مذكرات:

- جودي محمد علي، دكتوراه نحو تطور المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم.
- آمال بعيط، برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر، واقع وآفات، أطروحة شهادة الدكتوراه، في علوم التسيير، شعبة تسيير المنظمات، 2016-2017، ص ص 04-05.
- مولاي حاجة مباركة، آيت جميلة، مذكرة لنيل شهادة ماستر بعنوان "الرغبة المقاولاتية عند الطلبة" 2015 - 2016، ص 12.
- خدري توفيق، حسين بن طاهر، مداخلة بعنوان " المقاولاتية كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية" سنة 2013، ص 5.
- محمد قوجيل تقييم أداء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في إنشاء المؤسسات والمتوسطة ماجستير علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007 - 2008، ص 16.
- صندرة سايب، محاضرات في إنشاء المؤسسة، جامعة قسنطينة، 2014 - 2015، ص 6.
- بدرابي سفيان، ثقافة المقاوله لدى الشباب الجزائري المقاول، جامعة أبو بكر بلقايد، سنة 2014 - 2015، ص 39.
- وفاء أريس، دور التكوين في تنمية الحس المقاولاتي، مداخلة ضمن ملتقى حول المقاولاتية التكوين وفرص الأعمال.
- زبير محمد، التوجه نحو القطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار استراتيجي للتنمية في الجزائر جامعة خميس مليانة، ص 9.
- رابح خوني، سارة عدوان، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016 ص 9.

- عواطف حسن، رسالة ماجستير بعنوان التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
جامع قاصدي مرباح، ورقلة، 2008، ص 36.

- بلوج سعيد، الائتمان التجاري كإحدى صيغ التمويل الإسلامي، منشورات مخبر الشراكة
والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع الأورو مغاربي، جامعة قسنطينة، 2004، ص
594.

- علي عبد الحق وبلال أحمدوش، المرافقة المقاولاتية في الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب دراسة
تقييمية لولاية تيبازة، المجال الدولية الأداء الاقتصادي، المجلد 03، العدد 02، ص ص 91-92.

- لخضر عيسى وعائشة العربي، حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ص
278.

- المراسيم:

- المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية
لدعم الشباب.

- الجريدة الرسمية العدد 52، 1996، ص 12.

- المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004، الجريدة الرسمية للجمهورية
الجزائرية، العدد 6، 2004، ص 08.

- المرسوم التنفيذي رقم 26-296، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52 الصادر في
11 سبتمبر 1996، ص 12.

مواقع الكترونية:

- <http://www.cnac.dz> consulté le 13/05/2020.

- <http://www.angem.dz> consulté le 13/05/2020.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وعرfan
	إهداء
	الملخص
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ	مقدمة عامة
1	الفصل الأول: عموميات حول المقاولاتية وتقديم فكرة المشروع
2	مقدمة الفصل
3	المبحث الأول: ماهية المقاولاتية
3	المطلب الأول: نشأة وتطور المقاولاتية ومفهومها
3	1- نشأة وتطور المقاولاتية
5	2- مفهوم المقاولاتية
6	المطلب الثاني: دور المقاولاتية وروح المقاولاتية
6	1- دور المقاولاتية
7	2- روح المقاولاتية
8	المبحث الثاني: ماهية المقاول
8	المطلب الأول: مفهوم المقاول وخصائصه
8	1- مفهوم المقاول
9	2- خصائص المقاول
10	المطلب الثاني: أنواع المقاولين
11	المبحث الثالث: المقاولاتية في الجزائر
11	المطلب الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
12	المطلب الثاني: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وواقعها
12	1- تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

14	2- واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
17	المبحث الرابع: اقتراح فكرة مشروع صناعة الحلويات بمادة الخروب
18	المطلب الأول: ماهية المشروع
19	المطلب الثاني: ماهية الحلويات المصنوعة بمادة الخروب
25	خاتمة الفصل
26	الفصل الثاني: مصادر التمويل ودراسة السوق للمشروع
27	مقدمة الفصل
28	المبحث الأول: إشكالية التمويل في الجزائر
29	المطلب الأول: مصادر التمويل الكلاسيكية
29	1- التمويل الداخلي
29	2- التمويل الخارجي
32	المطلب الثاني: الطرق الحديثة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
32	1- التمويل الإيجاري
32	2- التمويل بشركات رأس المال
33	المبحث الثاني: أجهزة الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
33	المطلب الأول: أجهزة الدعم من أجل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
37	المطلب الثاني: الوسيلة المختارة لتمويل مشروعنا
37	1- تعريف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات ANADE
38	2- شروط التأهيل
38	3- الهيكل التنظيمي لوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات
40	4- التركيبة المالية
41	5- الإعانات المالية والامتيازات الجبائية
43	6- القروض الغير المكافأة الإضافية
44	المبحث الثالث: دراسة السوق
44	المطلب الأول: عموميات حول دراسة السوق

44	1- تعريف دراسة السوق
44	المطلب الثاني: أنواع دراسة السوق وأهميته
44	1- أنواع دراسة السوق
45	2- أهمية دراسة السوق
45	المبحث الرابع: الطريقة المتبعة في دراسة السوق
45	المطلب الأول: الاستبيان
45	1- مجتمع الدراسة وعينته
45	2- مكونات الاستبيان
46	3- البرامج والأدوات المستخدمة في الاستبيان
46	المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
46	1- عرض النتائج المتعلقة بالعوامل الشخصية
52	2- تحليل نتائج الاستبيان
66	خاتمة الفصل
67	الفصل الثالث: مخطط الأعمال
68	مقدمة الفصل
69	المبحث الأول: تقديم المؤسسة ودراسة السوق
69	المطلب الأول: تقديم المؤسسة
70	المطلب الثاني: دراسة السوق
72	المبحث الثاني: عمليات الإنتاج والمزيج التسويقي
72	المطلب الأول: عمليات الإنتاج
72	المطلب الثاني: المزيج التسويقي
77	المبحث الثالث: الدراسة التقنية والمالية للمشروع
77	المطلب الأول: الدراسة التقنية
77	1- الهيكل التنظيمي للمشروع
78	2- الموارد البشرية

79	3- الآلات والمعدات
80	4- النفقات الضرورية
81	المطلب الثاني: الدراسة المالية
84	المبحث الرابع: خطة العمل
84	المطلب الأول: تحليل SWOT ومخطط BMC
84	1- تحليل SWOT
85	2- مخطط BMC
86	المطلب الثاني: خطة العمل
87	خلاصة الفصل
89	الخاتمة
91	قائمة المراجع
94	المحتويات