

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التجارية

العنوان

دور الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات

دراسة حالة وكالة ANADE ولاية جيجل

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التجارية

تخصص: تسويق الخدمات

إشراف الأستاذة:

أسماء شعور

إعداد الطالبين :

صباح بومييمز

وسام بوسنة

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة جيجل	أستاذ مساعد أ	بوغرة لطفي
مشرفا ومقرار	جامعة جيجل	أستاذة محاضرة ب	أسماء شعور
مناقشا	جامعة جيجل	أستاذة مساعدة أ	بن عريبة مونية

2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨

شكر وتقدير

الحمد لله تعالى على توفيقى من أجل إتمام هذا العمل
أتقدم بخالص الشكر وعظيم التقدير والامتنان إلى
الأستاذة "شعور أسماء" التي شرفتنا بقبولها
الإشراف على هذه المذكرة وصبرها طوال مدة إنجاز
العمل رغم مشاغلها الكثيرة بحكم مسؤولياتها.
أتوجه بالشكر المسبق إلى أعضاء لجنة المناقشة
الموقرة الذين سيبذلون جهدًا في قراءة هذه الأطروحة
من أجل تقييمها وتثمينها.
كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى مسؤولي
وكالة anade الذين أمدوني بالمعلومات لإنجاز
الدراسة التطبيقية
كما لا يفوتني أن أتقدم بشكري لجميع الزملاء في
التخصص ماستر "تسويق الخدمات"
وفي الأخير أحمد الله الذي وفقنا في هذا العمل ونسأله
تبارك وتعالى أن يكون علما ينتفع به لوجهه الله.

إهداء

أحمد الله وأشكره أن سير لي إتمام هذا العمل سائلة الله عز وجل أن يرقى إلي المستوى المطلوب

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما الله عز وجل
وقضى ربه ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحساناً"

إلى سدي في الحياة سمع الحبايب "أمي الحبيبة" أطال
الله في عمرها

إلى من سعى جامدا في تربيتي وتعليمي "أبي العزيز"
حفظه الله

إلى عائلتي الكبيرة

إلى شقيقتي: مريم ، خولة

إلى إخوتي: فارس ، سليمان ، فاروق

إلى صديقتي ورفيقتي مريم

إلى كل من سعتهم ذاكرتي ولم تسعهم ذكرتي.

علاج

إهداء

الحمد لله الذي نفتتح به الكلام و الحمد لله الذي حمده
أفضل ما جرى به الأقلام

: أهدي عملي هذا

إلى التي ظلت نظراتها و دعواتها ترافقني طيلة مشواري
الدراسي رمز الحب و بلسم الشفاء "أمي" الحبيبة أطال الله
عمرها .

إلى مصدر عزة نفسي و شعاعي الذي استمد منه الأمل
لأصنع من الفضل نجاة "أبي الغالي" حفظه الله

إلى اخوتي : محمد، أفرخه، لطفي

إلى رمز المحبة و الوفاءإلى من ساندني في أصعب
"الأوقات" عماد

إلى كل الأهل و الأقران....خالاتي و خوالي و أولادهم كل
باسم

إلى كل من هو في داكرتي و لم تسعمو مدكرتي

وسام

ملخص الدراسة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات، مسلطين الضوء في ذلك على أهم المفاهيم المتعلقة المقاولاتية والمقاربات الأساسية لها، بالإضافة إلى المقاول الذي يعتبر المحور الأساسي للقيام بالمشاريع المقاولاتية والتي يتم تتميتها عن طريق أجهزة الدعم والمرافقة التي تم إنشائها في الجزائر كما تطرقنا إلى أهم الجوانب النظرية المتعلقة بقطاع الخدمات في الجزائر

وفي الجانب التطبيقي قمنا بتوزيع عدد من الاستبيانات على عينة غير عشوائية من أصحاب المشاريع لولاية جيجل، حيث تم استرجاع 50 استبيانا قابلا للدراسة، وبعد تفريغ وتحليل نتائج هذا الإستبيان معتمدين على أدوات إحصائية مختلفة، وباستخدام برنامج SPSS وصلنا إلى مجموعة من الإستنتاجات كان أهمها وجود دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات، بالإضافة إلى دورها في دعم المؤسسات في الدخول إلى السوق، وفي طرح المنتج في السوق، وكذلك كان لها دور في الإنتاج والتوزيع وفي تحقيق المبيعات والأرباح

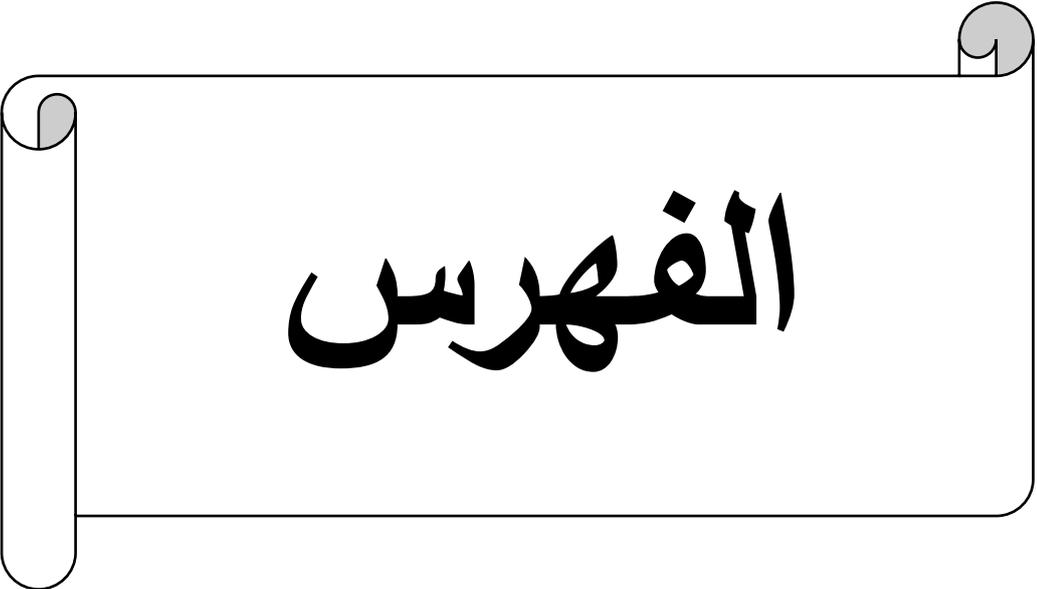
الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، الوكالة الوطنية ، قطاع الخدمات.

Abstract

Through this study, we tried to identify the role played by the National Agency for Entrepreneurship Support and Development in supporting the services sector, highlighting in this the most important concepts related to entrepreneurship and the basic approaches to it, in addition to the contractor, who is the main focus for undertaking entrepreneurial projects that are developed. Through the support and escort devices that were established in Algeria, we also touched on the most important theoretical aspects related to the service sector in Algeria

On the practical side, we distributed a number of questionnaires to a non-random sample of project owners in the state of Jijel, where 50 questionnaires that can be studied were retrieved, and after unpacking and analyzing the results of this questionnaire based on different statistical tools, and using the spss program, we reached a set of conclusions, the most important of which was The existence of a role for the National Agency for Entrepreneurship Support and Development in supporting the services sector, in addition to its role in supporting institutions in entering the market, and in introducing the product to the market, as well as having a role in production and distribution and in achieving sales and profits.

Keywords: entrepreneurship, the national agency, the service sector.



الفهرس

الصفحة	العنوان
/	كلمة شكر وعرافان
/	اهداء
/	قائمة الجداول
/	قائمة الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للمقاولاتية	
7	تمهيد
8	المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية
8	المطلب الأول: ماهية المقاولاتية
10	المطلب الثاني: أهداف المقاولاتية
16	المطلب الثالث: مقاربات المقاولاتية
18	المطلب الرابع: دور المقاولاتية ومعوقاتهما
21	المبحث الثاني: ماهية المقاول
21	المطلب الأول: تعريف المقاول
23	المطلب الثاني: خصائص ومميزات المقاول
27	المطلب الثالث: أنواع المقاولين وأهدافهم
29	المبحث الثالث: ماهية الثقافة المقاولاتية
29	المطلب الأول: مفهوم ثقافة المقاولاتية
30	المطلب الثاني: مقومات ثقافة المقاولاتية
32	المطلب الثالث: عناصر الثقافة المقاولاتية
34	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني : هيئات دعم التشغيل في الجزائر ومساهمتها في دعم قطاع الخدمات	
36	تمهيد

37	المبحث الأول : الهيئات الداعمة للمقاولاتية في الجزائر
37	المطلب الأول الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI.
39	المطلب الثاني: الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM
43	المطلب الثالث: الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC
47	المطلب الرابع: الوكالة الوطنية
49	المبحث الثاني : ماهية قطاع الخدمات
49	المطلب الأول: مفاهيم عامة حول الخدمة
52	المطلب الثاني: مفهوم قطاع الخدمات
54	المطلب الثالث: عوامل نمو قطاع الخدمات
59	المطلب الرابع: أهمية قطاع الخدمات
60	المبحث الثالث: مساهمة هيئات الدعم في قطاع الخدمات
60	المطلب الأول: مساهمات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI
64	المطلب الثاني: مساهمة الوكالة الوطنية ANJEM في دعم قطاع الخدمات.
66	المطلب الثالث: مساهمة وكالة ANADE في تنمية قطاع الخدمات
68	خلاصة
الفصل الثالث : دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات، فرع جيجل	
70	تمهيد
71	المبحث الأول: تقديم الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية فرع جيجل
71	المطلب الأول : نشأة ومهام وشروط تأهيل الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولين ANDE
73	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي ومسار انشاء مؤسسة.
78	المطلب الثالث: مساهمة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية -فرع جيجل- في دعم قطاع الخدمات.
81	المبحث الثاني: أساليب المعالجة الاحصائية واختبار أداة الدراسة

81	المطلب الأول : منهجية الدراسة
84	المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة
85	المطلب الثالث: اختبار أداة الدراسة
87	المبحث الثالث: دراسة تحليل نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات
87	المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة
90	المطلب الثاني: تحليل البيانات التطبيقية
94	المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة
100	الخلاصة
105	الخاتمة
108	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الأشكال

والجداول

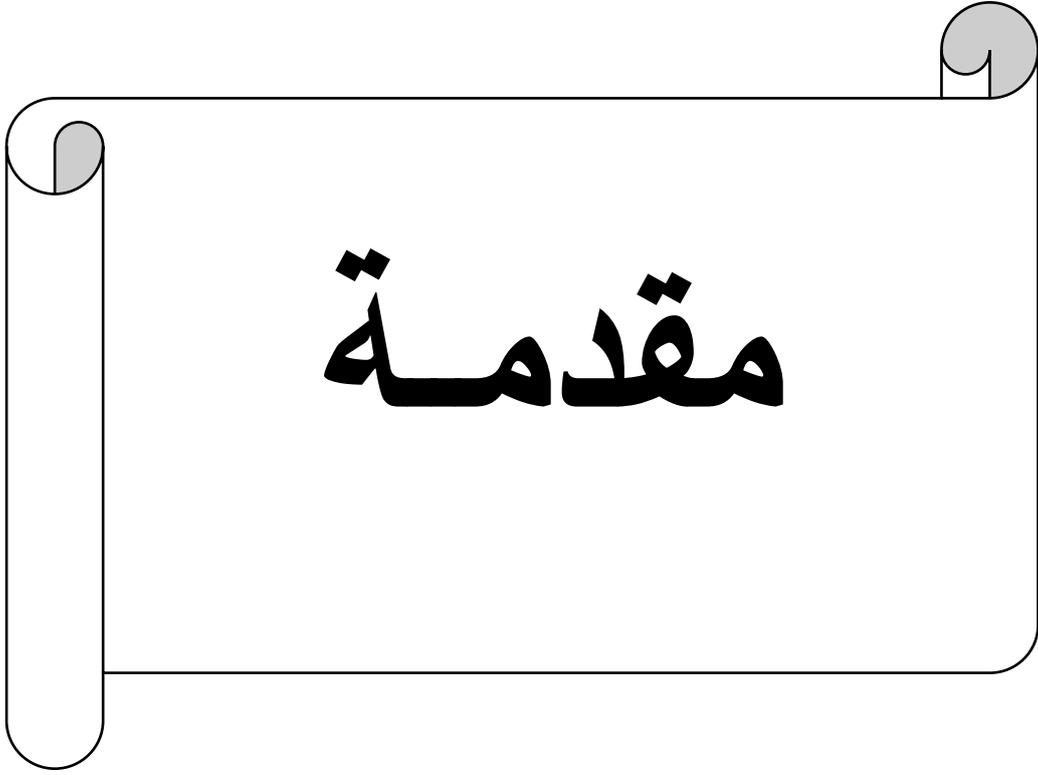
قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
11	أنواع المقاولات	1
42	أنماط التمويل في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر	2
46	التمويل الثلاثي من المستوى الأول	3
46	التمويل الثلاثي من المستوى الثاني	4
55	نمو قطاع الخدمات	5
60	المشاريع الاستثمارية المصرح بها في الفترة (2002- أفريل-2017)	6
62	تطور المشاريع الممولة من طرف الوكالة حسب عدد مناصب العمل (2002-2017)	7
64	عدد القروض الممنوحة حسب قطاعات النشاط في إطار الوكالة الوطنية ANJEM	8
66	توزيع المشاريع المصرح بها من طرف الوكالة الوطنية ANADE للفترة (2010-2016) مع النسب.	9
79	توزيع المشاريع الاستثمارية المصرح بها من طرف الوكالة الوطنية من الفترة (1998-2020) - فرع جيجل-	10
81	حصيلة توزيع الاستبيان	11
83	سلم ليكرت الخماسي	12
84	فئات مقياس ليكرت	13

86	إختبار ألفا كرونباخ	14
87	الصدق البنائي	15
87	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حصولهم على مرافقة الوكالة الوطنية للمقولاتية	16
88	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نشاط مؤسساتهم في مجال قطاع الخدمات	17
89	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد العمال داخل مؤسساتهم	18
89	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الشراكة مع أشخاص آخرين	19
90	تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الأول	20
91	تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الثاني	21
92	تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الثالث	22
93	تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الرابع	23
95	نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الأولى	24
96	نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الثانية	25
97	نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الثالثة	26
98	نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الرابعة	27
99	نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الرئيسية	28

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
25	الصفات الأربع للمقاول في العالم	1
61	نسبة المشاريع الاستثمارية المصرح بها من طرف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في الفترة (2002-أفريل-2017)	2
63	نسبة تطور المشاريع الممولة من طرف الوكالة الوطنية ANDI حسب عدد مناصب العمل (2002-2017)	3
65	نسبة القروض الممنوحة حسب قطاعات النشاط في إطار الوكالة الوطنية ANJEM	4
75	مخطط الهيكل التنظيمي	5
80	نسبة توزيع المشاريع الاستثمارية المصرح بها من طرف الوكالة الوطنية من الفترة (1998-2020) - فرع جيجل-	6



فرضت التغييرات الاقتصادية في الآونة الأخيرة على الاقتصاد الجزائري ضرورة الاهتمام بتنوع الدخل الوطني، وتبني الفكر المقاوطني كمدخل لتحقيق هذا الهدف من خلال العمل على تطوير وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عبر استحداث قنوات تمويلية مرافقة للعمل الاستثماري ومحفزة له، ويعتبر التطور النشاط المقاوطني مؤشرا هاما لقياس مدى قدرة الاقتصاد على تنوع مصادر الدخل المحقق فضلا عن تحديد مستوى الإبداع والتطوير المتوفرين، فيمن تتوفر لديهم القدرة والرغبة في تأسيس عمل خاص يرد المنفعة عليهم وعلى الاقتصاد ككل.

وبالحديث عن المقاوئنية فإن نجاحها يعتمد على توفر مجموعة أساسية من العوامل المحفزة لانتشارها، كالثقافة من جهة حتى تصلح تدريجيا نمط حياة وأسلوب يرمي من خلاله الفرد إلى إثبات وتطوير ذاته معيشي وتحسين مستوى معيشته، والخروج من دائرة الفقر والتهميش ومن جهة أخرى نجاحها يعتمد على هيئات ووكالات داعمة ومرافقة في إطار تنميتها تهدف إلى دعم وإنشاء وترقية المشاريع المقاوئنية من إقامة مشروعات ريادية جديدة تسعى لبناء نظام اقتصادي يتسم بالإبداع والابتكار لتصبح مشاريع رائدة منتجة.

ومن أكبر أحد القطاعات التمويلية التي تسعى الهيئات الوطنية الداعمة لتنمية " قطاع الخدمات " والمسمى بالقطاع الثالث هذا القطاع الذي يلعب دورا حيويا في الاقتصاد العالمي اليوم، فقد شهدت في الآونة الأخيرة حركة جذب عمالة كبيرة نحو قطاع الخدمات أدت إلى انتقال العمال من القطاع الاقتصادي والقطاع الزراعي إلى العمل في قطاع الخدمات، ويرجع سبب ذلك التحول كون قيام الشركات بتنفيذ الخدمات داخل حدود الدولة يؤدي بها إلى زيادة مستوى الرفاهية فيها ، فهيمنة الاقتصاد على الخدمات من سمات الدول المتقدمة.

وانطلاقا من مختلف الآليات التمويلية الداعمة باستراتيجيات واضحة في هذا القطاع فإن الجزائر كغيرها من الدول سارعت إلى تطبيق مجموعة من الإصلاحات لإعادة تنظيم النشاط الاقتصادي لهذا القطاع وحل المشكلات التمويلية به، وفي إطار دعم وتنمية المقاوئنية لجأت ولاية جيجل إلى تنصيب أجهزة دعم رسمية، تهدف إلى إعداد برامج توظيف العمالة، وتنشيط سوق العمل، ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من أجل دعم المؤسسات الخدماتية والنهوض بقطاع الخدمات بالولاية، وهذا ما دفعنا إلى طرح هذه الإشكالية.

1- إشكالية الدراسة:

بناء على ما سبق من هذا المنطلق يمكن أن تتجلى معالم الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة على النحو التالي:

- ما مدى مساهمة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية فرع ولاية "جيجل" في دعم قطاع الخدمات؟

2- الأسئلة الفرعية:

وللإجابة عن التساؤل الرئيسي المطروح أننا تمت صياغة مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تتمثل في:

- ما هو الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية في دعم المؤسسات في الدخول إلى السوق؟
- ما هو الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية في تمكين المؤسسات من طرح المنتج في السوق؟
- ما هو الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية في دعم المؤسسات في الإنتاج والتوزيع؟
- ما هو الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح؟

3- فرضيات الدراسة

من أجل الإجابة على أسئلة البحث قمنا بوضع الفرضية الرئيسية التالية:

- يوجد دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم المؤسسة الخدمائية. وتدرج تحت هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية:

- يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق
- يوجد دور للوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق
- يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الإنتاج والتوزيع
- يوجد دور للوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح

4- أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على:

- توضيح العلاقة بين قطاع الخدمات والمقاولاتية من خلال معرفة مدى مساهمتها هذه الأخيرة في هذا القطاع.
- تبيان دور هيئات الدعم في تشجيع الشباب الطموح للعمل المقاولاتي.

- تبيان دور الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات ANADE من خلال مساهمتها في خلق مناصب الشغل والخفض من حدة البطالة، وزيادة المشاريع الاستثمارية وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- التعرف على أجهزة دعم المقاولاتية لمختلف هيئات الدعم الموجودة في الجزائر وآلية عملها.

5- أهمية موضوع الدراسة

- تتجلى أهمية هذه الدراسة في كون تنمية المقاولاتية هي الركيزة الأساسية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عن طريق هيئات الدعم الوطنية، وذلك في سبيل تطوير ونمو المؤسسات لتساهم في بناء اقتصاد وطني فعال.
- يركز موضوع الدراسة حول متغيرين أساسيين، هي الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية والمتغير التابع لها والمتمثل في قطاع الخدمات، لذا فإن أهمية البحث تأتي من أهمية هاذين المتغيرين في تفعيلهما وترابطهما لخدمة القطاع الاقتصادي.

6- أسباب اختيار الموضوع

- وتنقسم إلى أسباب شخصية وأخرى موضوعية:
- أسباب شخصية:** وتتمثل في:
- الرغبة الشخصية لدراسة مثل هذه المواضيع التي لها أهمية بالغة في تحقيق التنمية الاقتصادية والقضاء على البطالة.
 - الميل الشخصي لدراسة المواضيع المرتبطة بالمقاولاتية.
 - علاقة الموضوع بالتخصص المدروس.
- أسباب موضوعية:** ترتبط بالموضوع في حد ذاته وهي:
- تسليط الضوء على واقع المقاولاتية في ولاية جيجل
 - الرغبة في معرفة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في جيجل
 - معرفة الأهمية البالغة التي تحظى بها هذه المواضيع من طرف الاقتصاديين

7- المنهج وأدوات الدراسة المستخدمة

- من أجل الإحاطة بأهم جوانب الموضوع اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتناسب مع الجانب النظري للموضوع من خلال استعراض الجوانب النظرية ومحاولة تحليلها لإسقاطها على الواقع، معتمدين في ذلك على كتب ومقالات ومذكرات ورسائل تخرج

سابقة التي تهتم ببعض جوانب الموضوع، ومن جهة الاعتماد على أداة الاستبيان التي عولجت إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعي (spss) الإصدار رقم 22.

8- حدود الدراسة

وتنقسم إلى الحدود الموضوعية والمكانية وكذا الزمانية وهي:

- **الحدود الموضوعية:** ممثلة في أهم المفاهيم المعتمدة خلال الدراسة المتمثلة في شقين المقاولاتية من جهة وقطاع الخدمات من جهة أخرى.
- **الحدود المكانية:** الدراسة اقتصر على الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية فرع " جيجل "
- **الحدود الزمنية:** الدراسة النظرية خلال الموسم الجامعي 2021/2020 أما الدراسة الميدانية فكانت خلال شهر ماي من نفس الموسم.

9- صعوبات الدراسة

واجهنا العديد من الصعوبات خلال انجازنا هذا البحث من أهمها

- صعوبة جمع المراجع ذات صلة بالموضوع نظرا لتعديلات الوزارة الجديدة حول الوكالة قيد الدراسة خاصة بموضوع البحث.
- صعوبة جمع المراجع حول الموضوع نظرا لحدثته.
- صعوبة طرح الاستمارة نظرا للعدد القليل للمستثمرين في قطاع الخدمات
- صعوبة الحصول على الإحصائيات الخاصة بالوكالة الوطنية لدعم وترقية المقاولاتية بالإضافة أيضا لإحصائيات للوكالات الوطنية الأخرى.

10- هياكل الدراسة

- بهدف معالجة الموضوع قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاث فصول منها اثنين نظريين وفصل أخير مخصص للدراسة الميدانية، وفيما يلي عرض أهم:
- الفصل الأول: تناول الإطار المفاهيمي للمقاولاتية حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى الأسس النظرية للمقاولاتية، أما المبحث الثاني : ماهية المقاول ويندرج المبحث الثالث والأخير تحت عنوان: ماهية الثقافة المقاولاتية.
- أما الفصل الثاني جاء تحت عنوان: دور هيئات دعم المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات.

- حيث تطرقنا في المبحث الأول : أجهزة دعم المقاولاتية في حين المبحث الثاني ماهية قطاع الخدمات أما المبحث الثالث والأخير بعنوان: مساهمة الوكالات الوطنية في دعم قطاع الخدمات.
- أما الفصل الثالث والأخير تطرقنا من خلاله إلى دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية فرع جيجل.

الفصل الأول: الإطار النظري للمقاولاتية

تمهيد

المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية

المبحث الثاني: ماهية المقاول

المبحث الثالث : ماهية الثقافة المقاولاتية

خلاصة

تمهيد

لقد أدت والتحويلات السريعة التي مست الاقتصاد العالمي إلى زيادة اهتمام الباحثين بمجال المقاولاتية التي تعبر عن مختلف العمليات الهادفة إلى خلق مشروع أو تطوير مشروع قائم على التغيرات الإبداع المخاطرة، وحسن استغلال الفرص المتاحة للوصول إلى الأهداف حيث حققت العديد من الدول نتائج وإنجازات كبيرة من خلالها، على المستوى المحلي والدولي لما لها من أهمية كبيرة في تنويع الاقتصاد وتوفير مناصب الشغل. إلا أن رهان نجاح مثل هذه المشاريع مرتبط بالمهارات المتوفرة لدى المقاول نفسه.

وانطلاقاً مما سبق ، سوف نستعرض في هذا الفصل نظرة عن الإطار النظري للمقاولاتية حيث نتناول في المبحث الأول : الأسس النظرية للمقاولاتية ، المبحث الثاني: فقد خصصناه لماهية المقاول، أما المبحث الثالث والأخير فقد خصصناه لماهية الثقافة المقاولاتية.

المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية

تعتبر المقاولاتية أحد أهم مصادر تحقيق التنمية للدول، بما أفرز ضرورة الاهتمام بها من طرف الأكاديميين والباحثين في هذا المجال، فقد سارعت الدول المتقدمة إلى تبني إستراتيجيات مبنية على مجموعة حوافز لها، لاستهداف الشباب بصفة عامة لتعريف بها من ناحية وتأهيلهم للعمل بها، أما من ناحية أخرى فقد استهدف ذلك لإنجاح الإستراتيجيات التي تبنتها الدول لأجل تحقيق مجموعة أهداف مسطرة .

وكمدخل للمقاولاتية سنحاول من خلال هذا المبحث تقديم ماهية المقاولاتية من خلال مفهومها وخصائصها حسب الاتجاهات الفكرية وأهميتها، بالإضافة إلى أنواعها وأشكالها وكذلك نماذج التوجه المقاولاتي وفي الأخير دور المقاولاتية ومعيقاتها.

المطلب الأول: ماهية المقاولاتية

أصبحت المقاولاتية مفهوما شائع الاستعمال، ونظرا لاستعمال مصطلح المقاولاتية في عدة مجالات مختلفة فلا نجد تعريفا واحدا يشملها لوجود عدة اتجاهات تعرفه .

أولا: مفهوم المقاولاتية

يعود الأصل التاريخي لمفهوم المقاولاتية إلى العلوم الاقتصادية، ويعتبر "AdamSmith" أول من أرسى قواعد الاقتصاد الحر والمبادرات الفردية على أساس مبدأ "دعه يعمل دعه يمر"، ويعتبر "GosephSumputer" أب مجال المقاولاتية ، الذي أعطى للمقاول صورة محورية في التنمية الاقتصادية من خلال كتابه "نظرية التطور الاقتصادي " وهو أول من أشاد بالمقاول وأهميته، حيث قام بوضع فكرتين أساسيتين تطورتا واستمرتتا عبر الزمن، وأصبحتا تستعملان إلى غاية اليوم وهما الابتكار والتنمية الاقتصادية¹.

ولقد أصبح مفهوم المقاولاتية شائع الاستعمال ومتداول بشكل واسع بعد أن تناول العديد من الاقتصاديين والإداريين مسألة المبادرة الفردية والمقاولاتية ويعد "بيتر داكلر" من الأوائل الذين أشاروا

¹محمد قوجيل، «دراسة و تحليل سياسة دعم المقاولاتية في الجزائر»، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015/2016، ص3-5.

إلى ذلك سنة 1985 من خلال إشارته إلى تحول الاقتصاديات الحديثة من اقتصاديات التسيير إلى اقتصاديات مقاولاتية¹.

ولقد تعددت التعاريف الخاصة بالمقاولاتية نذكر منها:

يعرف ALAIN FAYOLE المقاولاتية على أنها: "خلق ثروات اقتصادية واجتماعية تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر والتي يندمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكات ذات قاعدة تتخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي"².

SCHUMPETER تحدث عن خلق القيمة، فهي تدرج هذا المفهوم كمبدأ أساسي للمقاولاتية، والذي يتحدث عن درجة الإبداع، أو القيمة المخلوقة عن طريق المنظمة وبدفع من الطرد، الذي يدخل في حركية التغيير على المستوى الشخصي ونقول عن الوضع بأنه مقاولاتي مادام هناك حركية في التغيير المتلازم بين الفرد ووسائل خلق القيمة³.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن المقاولاتية هي الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، بإنشاء مؤسسة جديدة أو تطوير مؤسسة قائمة في ظل إطار قانوني محدد بهدف تحقيق الربح .

ثانيا: خصائص المقاولاتية

تتم المقاولاتية بأنها إنشاء مؤسسة غير نمطية فهي تتميز بارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تأتي بالجديد، وبمعدلات عوائد مرتفعة في حالة قبول المنتج في السوق، حيث تملك المقاولات قدرة قوية وإمكانية في النمو، كما تتميز المقاولاتية بالفردية النسبية والمبادرة كما تمكن المقاول من ممارسة التسيير بشكل مباشر ومستقل بدل الاعتماد على مجلس الإدارة، وهو ما يسمح له بتجسيد أفكاره على الواقع، كما تساهم في زيادة متوسط دخل الفرد والتغيير في

¹-عوادي مصطفى، مساعي تأهيل وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر الملتقى الوطني حول "إشكالية استدامة

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، يومي 06-07 ديسمبر 2017، جامعة حمة لخضر، الوادي، ص.3.
²-محمد شكرون ، «دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة»، مذكرة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015، ص.3.

³-ممنيرة سلامي، التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر، الملتقى الوطني حول "استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، يومي 18 و19 أبريل 2017، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص.3.

هياكل الأعمال والمجتمع، وتعمل على زيادة متوسط الدخل الفردي، كما تسمح أيضا بتشكيل الثروة للأفراد عن طريق زيادة عدد المشاركين في مكاسب التنمية ، مما يحقق العدالة في توزيع مكاسب التنمية.¹

ثالثا: أهمية المقاولاتية

تحتل المقاولاتية أهمية بالغة في الاقتصاد العالمي بصفة عامة والاقتصاد الوطني بصفة خاصة، وذلك لأنها تشكل أهم عناصر ومكونات النشاط الاقتصادي لكل دول العالم، فهي تعتبر المحرك الأساسي للتنمية والتطور الاقتصادي، كما توفر قاعدة صناعية وبنية تحتية وركيزة أساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية ومن النقاط التي تتبلور فيها هذه الأهمية نذكر: الرفع من مستويات الإنتاج، وزيادة العائدات الناتجة من نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشائها، وتجديد النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات الفاشلة وإعادة التوازن للأسواق، بالإضافة إلى تشجيع الابتكار عن طريق إنشاء مؤسسات مبتكرة جديدة يمتد تأثيرها لتشمل حتى المؤسسات القائمة التي تجد نفسها مضطرة إلى التكيف مع التغيرات الحاصلة من أجل تعزيز قدراتها التنافسية بما يضمن بقائها في الأسواق.²

كما تعتبر وسيلة لإعادة الاندماج الاجتماعي للعمال الذين فقدوا مناصبهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم. وسيلة الإنتاج للسلع والخدمات. خلق ثروة إضافية وأسواق جديدة.³

المطلب الثاني: أهداف المقاولاتية وأنواعها وأشكالها

أولا: أهداف المقاولاتية:

تتمثل أهداف المقاولاتية في استقطاب الشباب للعمل الحر، والمبادرة الفردية والأعمال المقاولاتية واستثمار أموالهم وطاقتهم في مشروعات صغيرة، وتحقيق المكاسب المالية وتعظيم الربح فهو

¹ قواسمي رشيدة، التأصيل النظري للمقاولاتية كمشروع والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه المقاولاتي، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، المجلد 04/ العدد 02 (2020/10/24) ص161.

² لبال خلف السكارية، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، الطبعة 01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2008، ص92.

³ سعيد أحمد يوسف، «تأثير المهارات المقاولاتية على الطلبة الجامعيين»، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص المالية والمؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، السنة الجامعية 2017-2018، ص19.

أهم هدف تسعى إليه المقاولاتية، كما تعتبر عامل من عوامل الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي خاصة أثناء الأزمات، بالإضافة إلى نشر ثقافة المقاولاتية في الأوساط العلمية، والاهتمام أكثر بالعلم والتكنولوجي، والعمل على تغيير اتجاهات جميع فئات المجتمع وغرس ثقافة العمل الحرفي في مختلف مجالاته، وأيضاً تساهم في تنمية القدرات والمواهب وإتاحة الفرص للإبداع، وتوفير فرص أكثر ورؤية أوسع وأشمل للمقاولين، والسعي إلى إنشاء مشروعات جديدة أو استحداث وحدات إدارية داخل المنشآت، وتطبيق التجديد الاقتصادي الذي يشمل إعادة التفكير بالوجهات والفرص المتاحة للمنشآت¹.

ثانياً: أنواع المقاولات

تتنوع المقاولات تنوعاً كبيراً نتيجة لتنوع الأعمال التي يلتزم المقاول بأدائها، وهذه الأعمال تختلف من مقاولاتية إلى أخرى بحسب اعتبارات عديدة، وتصنف المقاولات بحسب معايير مختلفة حسب الجدول التالي:

الجدول (1): أنواع المقاولات

أنواع المقاولات	الشرح
مقاولات ملكية الرأسمالية	- مقاولات عمومية. - مقاولات خصوصية. - مقاولات فردية أو جماعية. - مقاولات شبه عمومية أو شبه خصوصية.
حجم المقاولات	- المقاولات الصغيرة مثل المهن الحرة كالتجارة. - المقاولات الكبيرة مثل تشييد المباني والجسور.
نشاط المقاولات	- القطاع الأول ينشط في القطاع الفلاحي وتربية المواشي. - القطاع الثاني يقوم بأنشطة الصناعات التكريرية والتحويلية والكيميائية. - القطاع الثالث يقوم بأنشطة تجارية، صناعية، خدماتية.

¹حمزة لفقير، مرجع سبق ذكره ص 07.

<p>-المقاولات التجارية وتضم مقاولات التوزيع، الإنتاج، تقديم الخدمات، مقاولات المساعدة والوساطة أو الدعم.</p> <p>-المقاولات الصناعية تقوم على المعطيات الاقتصادية.</p> <p>-المقاولات الفلاحية تضم المقاولات التي تعتمد على النشاط الفلاحي.</p> <p>-المقاولات الحرفية يقصد بها مقاولات الحرف اليدوية.</p> <p>-المقاولات البنكية والمالية تقوم بعمليات النقود والائتمان كالمقاولات أو الشركات والبورصة والتأمين.</p>	<p>من حيث طبيعة عملها وهدف تخصصها</p>
---	---------------------------------------

المصدر: شقرون محمد، دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة، (دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب لولاية سيدي بلعباس)، شهادة ماجستير، علوم التجارية، جامعة ابي بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، 2014-2015، ص7.

من الجدول رقم (01) يلاحظ أنه إذا كانت مقاوله ملكية رأسمالها تعود إلى الدولة فالمقاوله تسمى عمومية، أما إذا كان الرأسمال في ملكية الخواص فالمقاوله خصوصية سواء كان مملوكة ملكية فردية، أو ملكية جماعية أما إذا كان الرأسمال مشتركا بين الدولة والخواص فالمقاوله شبه عمومية أو شبه خصوصية والمعنى من هذه المقاولات هو أنها تساهم فيها الدولة أو المؤسسات العمومية برأسمال إلى جانب رأسمال الخاص والغاية منها هي المشاركة أو المساهمة¹.

ثالثا: أشكال المقاولاتية:

إن إقامة الأعمال من قبل الأفراد، يمكن أن يحصل بثلاث طرق، الأولى تأسيس مؤسسة جديدة وإقامتها من البداية والاستمرار في إدارتها وتطورها حتى تصبح مؤسسة كبيرة الحجم، أما الطريقة الثانية فهي شراء مؤسسة قائمة من الآخرين، وأخيرا هناك إمكانية اللجوء إلى المقاوله الداخلية، ويقوم المقاول بالمفاضلة بين مختلف هذه الحالات وذلك بعد الإطلاع على خصائص كل منها.

1- إنشاء مؤسسة جديدة:

¹-شقرون محمد، مرجع سبق ذكره، ص10

تعتبر عملية إنشاء مؤسسة جديدة عملية معقدة وغير متجانسة، تختلف دوافعها من مقاول لآخر، فهناك من تتبلور لديه الفكرة عبر الزمن، وبعد دراسة مختلفة الاحتمالات والبدائل يقوم باتخاذ قرار إنشاء مؤسسته الخاصة، وهناك من ينشئ مؤسسته بالصدفة وبدون القيام بدراسات مسبقة مثلا في حالة اكتشاف فرصة مربحة يقوم المقاول باستغلالها، كما أن هناك أيضا من يتخذ القرار وهو مجبر أو مضطر لأنها الطريقة الوحيدة لإيجاد عمل والاندماج في المجتمع.

إن عملية إنشاء مؤسسة جديدة يمكن أن تتم وفق عدة طرق سنتطرق لأهمها فيما يلي:

أ- إنشاء مؤسسة من العدم «La création ex-nihilo»:

إن عملية إنشاء مؤسسة من العدم ليست بالأمر السهل، حيث تحتاج هذه المؤسسة إلى وقت كبير حتى تتمكن من إطلاق منتجها في السوق، وحتى تقنع المستهلكين به، وهذا الأمر يزداد صعوبة مع ارتفاع درجة الابتكار في المنتج، وللتغلب على هذه الصعوبات يجب على المقاول تحديد احتياجات المؤسسة بدقة خاصة المالية منها، كما أن عملية إنشاء المؤسسة في هذه الحالة تتطلب الكثير من العمل والجهد، والكثير من الصلابة والإصرار، بالإضافة إلى ضرورة توخي الدقة في تقدير الأخطار المحتملة.

ب- إنشاء مؤسسة عن طريق التفريغ «La création par essaimage» :

إن هذه الطريقة تسمح للمقاول بإنشاء مؤسسته الخاصة والمستقلة أو بشراء مؤسسة موجودة بشكل مستقل عن مؤسسته الأصلية التي يغادرها، والتي تقدم له بالمقابل أشكالاً مختلفة من الدعم والمرافقة وذلك بهدف التقليل من أخطاء الفشل.

إن هذه العملية تعتبر سهلة إذا ما قورنت بالسابقة، حيث تقوم المؤسسات بإنشاء أجهزة موجهة لحث ودعم موظفيها على إنشاء مؤسساتهم الخاصة، ويمكن للأجراء السابقين والذين تحولوا إلى مقاولين في النشاط في مختلف المجالات سواء كانت تجارية أو صناعية وذلك بالاعتماد على المرافق المقدمة لهم من مؤسساتهم السابقة والمتمثلة في تقديم الدعم المالي الضروري للانطلاق في النشاط، أو النفي والمتمثل في مختلف الاستشارات التقنية، وكما يمكنها أيضا استغلال شبكات التوزيع الخاصة بها، الأمر الذي يقلل من أخطار الفشل التي تواجههم ويزيد من فرص نجاحهم.

كما تمثل هذه العملية بالنسبة للمؤسسة الأصلية للمقاول طريقة للإبداع أو النمو يهدف من خلالها إلى اكتشاف نشاطات جديدة قريبة من النشاط الرئيسي للمؤسسة الأصلية وطريقة كذلك لإنجاز بعض النشاطات الحالية بشكل أفضل، ويمكن لها أيضا الإستفادة من هذه المؤسسات بإبرام علاقات تعاقدية معها، كالمقاوله من الباطن أو شراكة تسمح لها بالتمتع بمزايا تفضيلية مقابل الدعم الذي قدمته لها.

ت-إنشاء مؤسسة عن طريق الحصول على إمتياز «La création en franchise» :

يعتبر الإمتياز صيغة مهمة من أشكال إنشاء المؤسسات الجديدة، إذ عرف تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة خاصة بعد التأكد من حقوق الملكية في الدول المختلفة، يمثل الإمتياز نظاما تسويقيا يحتوي على اتفاقات قانونية تعطي الحق للمرخص له والمسمى أيضا الطرف الحاصل على الإمتياز بقيادة عمل يمكنه وفق شروط وفترة متفق عليها مع الجهة المانحة لترخيص الإمتياز.

إن إنشاء مؤسسة وفق هذه الصيغة يسمح للمقاول بالاستفادة من دعم مهم مقدم من طرف المؤسسة المانحة للإمتياز مقابل دفع مبلغ معين، وبهذا الشكل تمثل اتفاقيات الإمتياز بأشكالها المتعددة سواء كانت الحصول على امتياز توزيع المنتج، أو امتياز تصنيعه، أو غيرها من الأشكال حلا للمقاولين الذين لا يملكون أفكارا خاصة، أو للذين لا يملكون الإمكانيات الضرورية للابتكار، حيث يمكنهم إنشاء مؤسسات جديدة للاستفادة من الخبرة المتراكمة لدى الأطراف والشركات المانحة للترخيص والتي لها تجربة تنتقل إلى جميع المشاركين في نظام الإمتياز.

ث-إنشاء الفروع «La création de succursale» :

في هذه الحالة يعمل المقاول لصالح مؤسسة قائمة توكل له مشروع ذو طبيعة مقاولاتية، الأخطار الشخصية التي يتحملها المقاول في هذه الحالة جد محدودة وفي المقابل يحظى هذا الأخير بامتيازات مماثلة لتلك الامتيازات الممنوحة للإطارات أو المدراء¹.

¹دباح نادية، «دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر و أفاقها 2000-2009»، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2011-2012، ص4.

2- شراء عمل قائم «La reprise d'entreprise»:

تتطلب عملية شراء عمل قائم دراسة وتحليل مقارنة بين عملية الشراء والتأسيس، ولا بد في هذه الحالة التعرف على المزايا المتوفرة في عملية الشراء وعيوبها حتى يكون القرار صحيحاً¹.

وتختلف عملية شراء عمل قائم عن إنشاء مؤسسة جديدة لكون أن المؤسسة موجودة ولا حاجة لإنشائها، ويتم الاعتماد على ما تملكه المؤسسة من إمكانيات، مما يقلل من درجة عدم اليقين ومستوى الخطر، ونميز في هذا النوع من النشاط حالتين:

إما شراء مؤسسة في حالة جيدة مما يزيد في تكلفة شرائها، إلى جانب امتلاكها مهارات جيدة وتجربة ناجحة في التسيير يستفاد منها، وإما شراء مؤسسة ليست بحالة جيدة تواجه صعوبات فيصبح التحدي للمقاول أن يكون على دراية بالالتزامات القانونية التي تترتب عن شرائه لهذه المؤسسة، ولإنجاح هذه العملية يجب امتلاك علاقات طيبة مع المتعاملين الأساسيين في القطاع، وتتطلب ضخ أموال كبيرة لتستطيع هذه المؤسسة معاودة نشاطها وبناء الثقة لدى الموظفين والزبائن والموردين ومختلف الشركاء وخبرة في التعامل مع حالات الأزمات².

3- المقاولاتية الداخلية

تعني المقاولاتية الداخلية تنظيم المشاريع داخل المنظمات القائمة والتي من خلالها تستطيع المؤسسة مواكبة هذه المستجدات والتكيف معها، كما يمكنها أيضا العمل على تطوير وتنويع منتجاتها بشكل دائم ومستمر عن طريق تشجيع الإبداع والابتكار، فالمقاولاتية الداخلية تعتبر مخرجا للمؤسسات تمكنها من تقادي الانعكاسات السلبية لتزايد ميول الأفراد للعمل المستقل والحر من خلال قيامها بإنشاء مشاريع جديدة إلى جانب مشاريعها السابقة، من خلال تشجيع روح المبادرة لدى الموظفين الذين يتمتعون بميول للمقاولاتية وبالتالي توظيف طاقاتهم واستغلال إمكانياتهم وأفكارهم البناءة لصالحها.

¹ -فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص83.

² -أحلام قزال، «المقاولاتية كأداة لإنشاء المؤسسات الابتكارية في القطاع البترولي بحاسي مسعود»، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص التسويق الاستراتيجي والابتكار، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017-2018، ص38.

ويجب على الإدارة العليا في المؤسسة توفير المصادر المالية والبشرية اللازمة لمساندة المشروع القائمين وبدون الحصول على مثل هذه المساندة لا يمكن توفير بيئة مناسبة للمقاولاتية الداخلية¹.

المطلب الثالث: مقاربات المقاولاتية

تطورت البحوث في مجال المقاولاتية من خلال تيارات فكرية رئيسية والتي بدورها اختلفت في تناولها لهذا المجال، إلا انها مكتملة لبعضها البعض.

أولاً: المقاربات الوظيفية للاقتصاديين (الوصفية):

إهتمت المقاربة الوظيفية للاقتصاديين بأثر المقاولاتية وبدور المقاول في تنمية النظام الاقتصادي، ففي هذا السياق يقول كل من J.stevenson و Carlos Jarillo (1990): "اهتم الباحثون بنتائج أعمال المقاول وليس المقول أو حتى نشاطاته في حد ذاتها".

يعتبر J.A. Shumpeter و J.B.Say. R Cantillon من رواد الذين إهتمت وبنشاطات المقاول وسعوا إلى تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه هذا الأخير في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، غير أن من كان له الفضل في إدخال هذا المفهوم إلى النظرية الاقتصادية هو R Cantillon ، الذي عرف المقاول.

أما J. B. Say يرى أن المقاول حجر الزاوية في العملية الاقتصادية كما أنه وسيط بين مختلف مستويات المنتجين وبين المنتجين والمستهلكين وهذا المقاول يمكن أن يكون مزارعاً، صناعياً، أو تاجراً، وقد ركز على المقاول الصناعي².

فلقد كان استعمال هذه المقاربة لتحليل المقاولاتية في البدايات إلى غاية سنوات السبعينات من القرن العشرين، إذ كانت المقاولاتية تعتبر من طرف الاقتصاديين كتفسير مفيد لفهم التطور الاقتصادي، إلا أن بعض الباحثين لم يشاطروا هذا الرأي مثل H. Leibenston (1968) الذي يرى أنه من غير الممكن تأسيس نموذج كامل ومفصل للتطور الاقتصادي له علاقة بالمقاولاتية، ويرى أن نظرية المنافسة تكفي لوحدها من أجل تفسير التطور الاقتصادي ولا داعي لوجود مجال للمقاولاتية ويفسر هذا بأنه ناتج عن إغفال وإخفاء الدور الحيوي للمقاول، وبهذا أصبحت العلوم

¹دباح نادية، المرجع السابق، ص32.

²أمينة قايد، «تطور التوجه المقاولاتية للطلبة الجامعيين»، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة معسكر، السنة الجامعية 2016-2017، ص ص 6-7.

الاقتصادية في منء عن التفسير العديد من الظواهر في مجال المقاوله لأنه يجدر أولاً تحديد العوامل السلوكية لظاهرة المقاولاتية.

ثانياً: المقاربة الاقتصادية:

لقد تمت دراسة المقاولاتية لفترة طويلة من الزمن انطلاقاً من العلوم الاقتصادية والاجتماعية التي قامت بالتركيز على نتائج المقاولاتية في محاولة منها للإجابة على السؤالين التاليين :

ما هو تأثير الأنشطة المقاولاتية على الاقتصاد؟

وما هي الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تشجع المقاولاتية؟

فالمقاول حسب Schumpeter وقبل كل شيء شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة، كما يعتمد على الاختراعات والتقنيات المبتكرة من أجل الوصول لتوليفات إنتاجية جديدة تتمثل في صنع منتج جديد؛ استعمال طريقة جديدة في الإنتاج؛ اكتشاف قنوات توزيع جديدة في السوق؛ اكتشاف مصادر جديدة للموارد الأولية أو المواد نصف مصنعة؛ إنشاء تنظيمات جديدة . احتلت المقاربة الاقتصادية أهمية كبيرة لفترة طويلة من الزمن، حيث ساهمت في تطور مفهوم المقاول تماشياً مع التحولات التي عرفها النظام الاقتصادي العالمي، حيث تعاملت مع المقاولاتية دون إعطاء باعتبارها ظاهرة اقتصادية بحتة تستند إلى عقلانية السوق 148 أي أهمية للأبعاد الاجتماعية للظاهرة المقاولاتية، هذه الأمور أدت إلى ظهور مقاربات أخرى، سعت إلى دراسة خصائص المقاول باعتباره شخصاً يتميز عن غيره بمجموعة من الخصائص، تحركه مجموعة من الدوافع، ويتأثر بعدد من المتغيرات.¹

ثالثاً: المقاربة السلوكية:

عمل الكثير من المختصين في العلوم السلوكية على الإجابة على الكثير من التساؤلات المتعلقة بطبيعة المقاول وخصائص المقاول، ذلك من خلال معالجتهم للمقاول لمقاربة لسمات الشخصية والمقاربة النموذجية . هذه المقاربة تركز على الخصائص البيكولوجية للمقاولين مثل الصفات الشخصية والدوافع والسلوك لإضافة إلى أصولهم ومسارهم الاجتماعية لذا نجد ماكس فيبر اهتم بنظام القيم ودوره في إضفاء الشرعية وتشجيع أنشطة المقاولاتية كشرط لا غنى عنه للتطور

¹بيبي وليد واخرون، " المسؤولية الاجتماعية وتخطيط الأعمال بالمشاريع المقاولاتية" مجلة المالية وحوكمة الشركات ، جامعة أم البواقي، العدد 01، جوان 2017، ص ص 7 ، 6.

الرأسمالي ، في نفس الإطار نجد ماكلياند ونظريته حول الانجاز والذي حاول تفسير سلوك المقاول من خلال الحاجة للإنجاز والحاجة للقوة.

بعض الباحثين يميلون إلى التحليل النمطي للمقولة، حيث أن تعدد ونمو أنماط المعرفة عن المقاولين لا تسمح لأخذ بنموذج موحد للمقاول، فمن بين الخصائص المتعددة المعرفة لمقاول أشار FAYOLLE لخصوص إلى إسهام مدرسة التحليل النفسي " :وجهة نظر رئيسية جاءت من مدرسة التحليل النفسي نقلها KETZ و VRIES (1977) هذا الأخير اعتبر أن السلوك المقاولاتي هو نتاج التجارب المعاشة في الطفولة والتميز لبيئة العائلية العدوانية والمشاكل العاطفية المتعددة، هذه الوضعيات تقود الأفراد إلى تطوير أشكال من الشخصية المنحرفة والقابلة للتدرج في بيئات اجتماعية مبنية، بمعنى لديهم صعوبات لقبول السلطة عليهم والعمل كفريق مع أشخاص آخرين " ¹.

المطلب الرابع: دور المقاولاتية ومعوقاتها

ترجع أهمية المقاولاتية إلى ما تلعبه من أدوار سواء على المستوى الإقتصادي أو

الاجتماعي أو البيئي، ويمكن تلخيص هذا الدور فيما يلي:

أولاً: الدور المقاولاتي

1. دور المقاولاتية في الجانب الاقتصادي:

تتبع الأهمية الإقتصادية للمقاولاتية عددا من الأدوار الهامة في الإقتصاد والمتمثلة عموما في أن إقامة المؤسسات الصغيرة يهدف إلى استغلال الطاقات المعطلة وإحاقها بالأيدي المنتجة التي تساهم في البناء والتنمية والاعتماد على الذات في الحصول على الدخل والذي يخرجها من دائرة العوز، وعموما يتمثل دور المقاولاتية في التنمية الاقتصادية فيما يلي: ²

زيادة مستوى الإنتاجية في الأعمال والأنشطة من خلال استغلال المواد المتاحة، وبالتالي زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وخلق فرص من خلال إنشاء مشاريع ومؤسسات جديدة.

¹لقبير حمزة " مرجع سبق ذكره ، ص24.

² -سفيان فنيط، هشام بورمة، " ثقافة وروح المقاولاتية لدى الشباب الجامعي في ولاية جيجل " ، مجلة إنماء الإقتصاد والتجارة، جامعة جيجل، عدد خاص ، الصادرة بتاريخ 2018 ص224

والإسهام في تنويع الإنتاج والخدمات من خلال الإبداع والابتكار وتنويع الأنشطة المقاولاتية، بالإضافة زيادة القدرة على المنافسة التي تؤدي إلى إجبار المؤسسات المماثلة على تحسين الأداء والخدمة والجودة والسعر.

ونقل التكنولوجيا من خلال المبادرة وابتكار سلع وخدمات جديدة وبأساليب وتقنيات عمل جديدة والتجديد وإعادة الهيكلة للمؤسسات الاقتصادية وتنميتها وتطويرها من خلال التغيير في الإدارة، والأنظمة، وثقافة المنظمة، والإجراءات، والمعايير... الخ.

إيجاد أسواق جديدة من خلال استغلال الفرص في الأسواق والبحث عن عملاء جدد وخلق طلب وعرض جديدين على المنتج أو الخدمة في السوق.

المساهمة في تحسين ميزان المدفوعات من خلال زيادة الإنتاج المحلي بدل الاستيراد وكذلك الذهاب إلى التصدير وجلب العملة الصعبة. وزيادة المسؤولية الاجتماعية من خلال ابتكار منتجات وخدمات تحترم البيئة وتحترم متطلبات المجتمع.

2. دور المقاولاتية في الجانب الاجتماعي

إلى جانب الدور الاقتصادي الذي تلعبه المقاولاتية هناك أدوار على الصعيد الاجتماعي يمكن إجمال أهمها فيما يلي :

- ✓ **زيادة التشغيل:** وبالتالي المساهمة في حل مشكل البطالة، مما يجعلها أداة هامة لاستيعاب العرض المتزايد للقوة العاملة، خاصة في الدول النامية التي تتميز بالتوفر النسبي لليد العاملة على حساب رأس المال، لذلك فهي تساهم في تحريك سوق العمل وضمان توازنه¹.
- ✓ **عدالة التنمية الاجتماعية وتوزيع الثروة:** تعمل المقاولاتية على تحقيق التوازن الإقليمي بالانتشار الجغرافي المتوازن في مختلف الأقاليم ما يقلل من تمركز الأنشطة في إقليم معين.
- ✓ **الحد من النزوح الريفي:** فوجود المقاولاتية في المناطق الريفية يعتبر عامل استقرار حيث من شأنها أن تستوعب فائض العمالة والحد من البطالة.
- ✓ **المساهمة في تشغيل المرأة:** إذ تستوعب المقاولاتية العمالة النسائية أكثر في صناعة الملابس إلى جانب الأعمال الأسرية مما يحقق استغلال القوى العاملة من النساء .
- ✓ **تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع.**

¹-الجودي محمد علي، "نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي" أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-2014، ص46.

- ✓ إشباع رغبات واحتياجات الأفراد.
- ✓ التخفيف من المشكلات الاجتماعية.
- ✓ زيادة إحساس الأفراد بالحرية والاستقلال¹.

3. دور المقاولاتية في الجانب البيئي

بعد ما كان دور المشاريع المقاولاتية يقتصر على تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية أصبح وفي ظل متطلبات تحقيق التنمية الشاملة والمتوازنة يعمل على خلق توليفة اقتصادية واجتماعية بيئية تكنولوجية تحقق من خلالها التنمية الشاملة، حيث أصبحت تحتل المشاريع المقاولاتية أهمية كبيرة وتلعب دور جد محوري في المساهمة في رفع الوعي البيئي للمجتمع الجزائري من خلال احتواء برامج تدريبية تقوم بتدريب العمال على المسؤوليات البيئية لكون الميزة التي تميز هذه المشاريع تجعل عملية جمع وتدوير القمامات والمخلفات والنفائات أمر سهل مقارنة بالمؤسسات الكبيرة هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن المشاريع المقاولاتية تهدف إلى نشر المفاهيم القيم الصناعية الحديثة مثل: إدارة الوقت، الجودة العالية، الإبداع والابتكار، الكفاءة.

كما أن هذه المشاريع تعتبر أحد أهم آليات التطور التكنولوجي، من حيث قدرتها الفائقة على تطوير وتحديث عمليات الإنتاج بما يخدم المتطلبات الاقتصادية والبيئية في نفس الوقت بشكل أسرع وبتكلفة أقل كثيرا عن الشركات الضخمة ذات الاستثمارات العالية كما تساهم المشاريع المقاولاتية في تنشيط استخدام الخامات المحلية بشكل رشيد وعقلاني وتساهم أيضا في تطوير استخدام التكنولوجيات الحالية ورفع مستواها عبر الاحتكاك بالأسواق الخارجية وقوانين الجودة وتحافظ بذلك على الهوية المحلية في تنشيط ودعم الصناعات والمؤسسات ذات الطبيعة المرتبطة بالبيئة المحلية².

ثانيا: معوقات المقاولاتية

يواجه تطور المشروعات المقاولاتية في جميع أنحاء العالم مجموعة من المشكلات حيث تتمثل أغلبها في صعوبة الحصول على التمويل في بدء المشروع، صعوبة زيادة رأس المال في مراحل

¹ ابراهيم خوني، رقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، اترك للطباعة والنشر والتوزيع، بسكرة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008، ص42.

² مشري محمد الناصر، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمصغرة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة "دراسة حالة الإستراتيجية الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة ولاية بسكرة" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2008-2011، ص95.

التطوير، كذلك صعوبة الحصول على التمويل في بدء المشروع، بالإضافة إلى صعوبة زيادة رأس المال في مراحل التطوير، أيضا ارتفاع كلفة رأس المال (كلفة الاقتراض والتمويل)، ارتفاع معدلات التضخم وتأثير ذلك في ربحية المشروع وقدرته على المنافسة، كما تواجه المشروعات المقاولاتية صعوبات تمويلية بسبب حجمها (نقص الضمانات) وبسبب حداثتها، بالإضافة إلى منافسة المنتجات المستورة ومنتجات المنظمات الكبيرة العاملة في ذات المجال، عدم القدرة على إتباع إستراتيجية تسويقية واضحة وشاملة بسبب ارتفاع كلفة التسويق، كما توجد مشكلات أخرى تتعلق بجودة الإنتاج مما يؤثر في القدرة التنافسية، وضعف قدرات أصحاب المشروعات المقاولاتية في النواحي المالية والإدارية والتسويقية، كذلك عدم قناعة أصحاب المشروعات في التدريبات وإمكانية تطوير المهارات¹.

بالإضافة إلى عدم استقرار الدخل، حيث لا يضمن إنشاء مشروع مقاولاتي الحصول على دخل كافي وخاصة خلال المراحل الأولى من حياة المشروع ومع ضغوط الالتزامات المالية، كذلك ساعات العمل الطويلة لها تأثير حيث يتطلب نجاح أي مشروع مقاولاتي في بداية تطبيقه إلى ساعات طويلة من العمل الجاد تمنعهم من أوقات الراحة والإجازات الأسبوعية لتحقيق دخل مناسب، كما يؤثر الإحباط على المقاولاتية إذ يتطلب إنشاء المشروع المقاولاتي تضحيات كبيرة وصبر طويل، ولذلك فإن المشكلات التي تواجه المشروع المقاولاتي قد تؤدي إلى شعور بالقلق والإحباط في ضوء بطء النتائج المحققة².

المبحث الثاني: ماهية المقاول

يعتبر المقاول حجر الزاوية في الظاهرة المقاولاتية بل في الديناميكية الاقتصادية ككل، ذلك أنه هو المحرك والمنسق بين مختلف عوامل الإنتاج الأخرى، وبالتالي فإن الفهم السليم للمقاولاتية يجب أن ينطلق من فهم المقاول.

المطلب الأول: تعريف المقاول

إن محاولة تعريف المقاول ليست بالشأن الهين، حيث أن هناك عددا كبيرا جدا من التعريف، وفي محاولة من Gartner 1990 لحصر تعاريف المقاول وجد ما يقل عن 90

¹-إثار عبد الهادي محمد، "دور الريادة منظمات الأعمال في التنمية الاقتصادية". الملتقى الدولي حول المنظمات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، نوفمبر 2011، ص18، 17.
²-وفاء بنت ناصر وآخرون، ريادة الأعمال، مكتبة الملك فهد الوطنية، الطبعة 02، السعودية، 2011، ص35.

تعريفًا مختلفًا، ويرجع ذلك لأسباب مختلفة منها تشعب مجال الدراسة إلى علوم مختلفة (الاقتصاد، علم النفس، علم الاجتماع، الأنثروبولوجيا، علم الإدارة، التاريخ... الخ)، وقد اعتمدت أغلب الدراسات التي تطرقت إلى موضوع المقاول على أسلوبين لتعريف المقاول هما¹ :

أولاً: الأسلوب الوظيفي

وهو يركز على أعمال المقاول وسلوكاته ووظائفه، وهذه الطريقة تعرف المقاول على حسب سلوكاته وأفعاله، حيث أنها تصف وظائف المقاول التي على أساسها يتم تحديد المقاول من غيره.

ثانياً: الأسلوب الوصفي

هو الذي يصف المقاول في حد ذاته أي صفاته وخصائصه.

ولقد تعددت التعاريف والأراء حول مصطلح المقاول حيث عرفها كل حسب وجهة نظره، ونذكر منها:

يعرفه الإقتصادي جوزيف شومبتر: "هو الشخص الذي يريد وقادر على تحويل فكرة إلى ابتكار ناجح"²، كما ويعرفه أيضا على أنه: "كل شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة، كما يعتمد على الإختراعات والتقنيات المبتكرة من أجل الوصول لتوليفات صناعية جديدة".

كما يعرفه Cantillon (1730) الذي يعتبر أول من وضع مفهوماً للمقاول، ثم جاء بعده جملة من الباحثون من المدرسة التقليدية الفرنسية على أنه: "المقاول هو صاحب رأس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن الالاقين البيئية".

يعرفه D.MC Clelland: "المقاول هو الشخص الديناميكي الذي يخوض مخاطر محسوبة.

¹-MARK CASSON, L'entrepreneur, édition d'économica, paris, 1991 p20.

²-أمينة قايدى ، مرجع سبق ذكره، ص82.

ويعرفه knight: "المقاول هو الذي يتصرف على أساس توقعاته لتقلبات السوق، ويتحمل اللاتيقين في ديناميكية عمل السوق"¹.

المقاول فقد كان بسبب فئة المقاولين التي أظهرت أعلى الإستعدادات الريادية².

وعليه فالمقاول هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة، وبشكل مستقل إذا كانت لديه الموارد الكافية على تحويل قدرة جديدة أو إختراع إلى إبتكار يجسد على أرض الواقع، بالإعتماد على معلومة هامة، من أجل تحقيق عوائد مالية، عن طريق المخاطرة، ويتصف بالإضافة إلى ماسبق بالجرأة، الثقة بالنفس، المعارف التسييرية، والقدرة على الإبداع وبهذا يقود التطور الإقتصادي للبلاد³.

المطلب الثاني: خصائص ومميزات المقاول

يتميز المقاول بمجموعة خصائص ومميزات تجعل منه المحور الأساسي لفهم المقاولاتية والتي هي:

أولاً: خصائص المقاول

1- الخصائص الشخصية

حسب R.Papin هناك تعدد وتنوع كبير في الجوانب الواجب توفرها لدى المقاول الناجح، فليس بالإمكان اقتراح صفة تسمح بالقول أنه لدى شخص ما مزايا المقاول الناجح أم لا، ولكن هناك حد أدنى من الصفات التي ينبغي توفرها لدى الشخص صاحب الفكرة والتي يمكن حصرها فيما يلي⁴:

أ. الطاقة والحركية: سلوك ضروري لا يمكن الاستغناء عنه لأن عملية إنشاء مؤسسة تتطلب بذل جهد معتبر وتهيئة الوقت الكافي والطاقة الأزمة لإنجاز الأعمال.

¹- عمر علاء الدين زيداني ، ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية ، القاهرة ، مصر ، 2008 ، ص: 98.

²-سعاد نايف برطوني، إدارة الأعمال الصغيرة، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر ، 2010، ص 28.

³-صندرة سايبى، محاضرات في إنشاء مؤسسة، جامعة قسنطينة 2، عبد الحميد مهري، سنة 2014-2015، ص7.

⁴-صندرة سايبى، سيرورة إنشاء المؤسسة و أساليب المرافقة، دار المقاولاتية، جامعة قسنطينة، 2010، ص 9، 8.

ب. القدرة على احتواء الوقت: ينبغي على صاحب الفكرة القيام بتطوير مجموعة من الأنشطة في الحاضر، والتي سوف لن يكون لها أي أثر إلا لاحقاً، فلا يمكن تصور نجاح مؤسسة دون التفكير في المستقبل وتحديد الرؤية على المدى المتوسط والطويل.

ت. القدرة على حل مختلف المشاكل: فقد تواجه المقاول عدة عقبات وهذا ما يفرض عليه محاولة حلها واللجوء في بعض الأحيان إلى أطراف أخرى ومع ذلك لا يجب نقل كل المشاكل إلى استشاري ما، لأنه ما قد يشكل له مشكلة لا يكون كذلك بالنسبة إلى استشاري أو مساعد.

ث. تقبل الفشل: يشكل الفشل جزءاً من النجاح وبالنسبة للمقاول الفشل، الخطأ والحلم هي مصادر لاستغلال فرص جديدة، وبالتالي تحقيق نجاحات مستقبلية.

ج. قياس المخاطر: ينبغي أن يواجه المخاطر التي تواجهه في المستقبل وأن لا يعتمد على الحظ الذي نادراً ما يتكرر، فالنجاح يأتي نتيجة لجهود طويلة وعمل دائم وتقييم مستمر للنشاط.

ح. التجديد والإبداع: فلا استمرار المؤسسة يجب أن تتطور من ناحية منتجاته أو مخططاتها الاجتماعية، لهذا تنشأ ضرورة للانفتاح على التجديد والتطوير، وهذا ما يتطلب قدرة على التحليل واستعداد للاستماع وتوفير الطاقة اللازمة للاستجابة للتوجهات التي ستكون مفاتيح تطوير المؤسسة.

خ. الثقة بالنفس: فيها يجعل المقاول أعماله ناجحة، حيث يملك شعوراً متفوقاً وحساساً بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى أظهرت الدراسات أن المقاولين يملكون الثقة بالنفس وقدرة على ترتيب المشاكل المختلفة وتصنيفها والتعامل معها بطريقة أفضل من الآخرين¹. بالإضافة إلى خصائص أخرى مثل الاندفاع للعمل، الالتزام، التفاؤل، الرغبة في الاستقلالية... الخ، والشكل التالي يوضح أهم خصائص المقاولين.

¹-فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، مرجع سبق ذكره، ص 12.

الشكل(1): الصفات الأربع للمقاول في العالم

منطق مقاول متطور



منطق مقاول تقليدي

المصدر: لفقيه حمزة: تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاول، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص المؤسسة الصغيرة والمتوسطة جامعة بومرداس الجزائر 2009، ص2.

2- الخصائص السلوكية

تتمثل في نوعين يتمثلان فيمايلي:

أ. المهارات التفاعلية: وتتمثل مجموعة المهارات من حيث بناء وتكوين علاقات انسانية بين العاملين والإدارة والمشرفين على الأنشطة والعملية الإنتاجية، والسعي خلق بيئة

عمل تفاعلية تستند على التقدير والإحترام والمشاركة في حل المشكلات ورعاية وتنمية الابتكارات، فضلا عن تحقيق العدالة في توزيع الأعمال وتقسيم الأنشطة وإقامة قنوات اتصال متفاعلة تضمن سير العمل بروح الفريق الواحد، وهذه المهارات توفر الأجواء لتحسين الإنتاجية وتطوير العمل.

ب. المهارات التكاملية: المقاولون يسعون باستمرار إلى تنمية مهاراتهم التكاملية بين العالمين، حيث تصبح المؤسسة أو المشروع وكأنه خلية عمل متكاملة وتضمن انسانية الأعمال والفعاليات بين الوحدات والأقسام¹.

3- الخصائص الإدارية

تشتمل على تشكيلة او توليفة متنوعة من المهارات نذكر منها مايلي²:

أ. المهارات الانسانية: تمثل المهارات الخاصة بالتعامل الانساني والتركيز على انسانية العاملين، ظروفهم الإنسانية والاجتماعية وتهيئة الأجواء الخاصة بتقدير واحترام الذات فضلا عن احترام المشاعر الإنسانية والكيفية التي يتم فيها استثمار الطاقات خلال بناء بيئة عمل تركز على الجانب السلوكي والإنساني.

ب. المهارات الفكرية: وتتطلب إدارة المشروعات مجموعة المهارات الفكرية وامتلاك المعارف والجوانب العلمية والتخطيطية والرؤيا لادارة مشروعه والقدرة على تحديد السياقات والنظم وصياغة الأهداف على أسس الرشد والعقلانية.

ت. المهارات التحليلية : وتهتم بتفسير العلاقات بين العوامل والمتغيرات المؤثرة حاليا ومستقبليا على أداء المشروع وتحليل (الأسباب وتحديد عناصر القوة والضعف الخاصة بالبيئة الداخلية للمشروع، عناصر الفرص والتهديدات المحيطة بالمشروع في بيئته الخارجية، تحديد اثر ذلك على المركز التنافسي للمؤسسة، سلوكيات المنافسين وتصوراتهم المستقبلية

¹-فضيلة بوطورة وعلاء الدين الوافي، دور التكوين للمرافقين والمقترضين في تفعيل المرافقة المقاولتية في الجزائر، دراسة حالة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر - مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مجلد 9 العدد 1 ،

2020، ص 625

²-لفقيه حمزة، مرجع سبق ذكره ص 28.

وكذا سلوكيات المستهلكين وأثر ذلك على الحصة السوقية للمشروع، والجوانب المالية والمحاسبية والإنتاجية والتسويقية وغير ذلك).

ث. المهارات الفنية (التقنية): وتتمثل في المهارات الأدابية ومعرفة طبيعة العلاقات بين المراحل الإنتاجية، والمهارات التصميمية للسلع ومعرفة كيفية أداء العديد من الأعمال الفنية خاصة فيما يتعلق بتصميم المنتج وكيفية تحسين أدائه وكل ما يرتبط بالجوانب التشغيلية، ومعرفة كيفية تركيب الأجزاء وصيانة بعض المعدات والآلات، والمكونات الأساسية للآلات والمعدات، وهذه المهارات تكون ذات تأثير كبير في بعض المشروعات، كما هو الحال في مصانع الملابس والأقمشة، أو الشركات ذات الطبيعة التصنيعية والفنية كالنجارة والمشغل الأخرى، وحتى في بعض المجالات الخدمية كصيانة الأجهزة الكهربائية والمعدات الأخرى، حيث ينظر العاملون إلى المقاولين وكأنهم المرجع الأساسي لهم في هذا النشاط.

ثانيا: مميزات المقاول

يجب أن يكون واثقا من نفسه، تكون له إرادة واضحة فيكون حازم وجدي في عمله، كذلك أن يركز على إتمام مهامه بشكل فعال بغرض الوصول إلى النتائج المرغوبة، بحيث يهتم بالتجديد وأخذ المبادرة، وأيضا أن يتميز بروح المخاطرة والتحدي مع أخذه بعين الاعتبار نسبة هذه المخاطرة قبل البدء بها، وان يكون مؤهلا للقيادة ومستعدا لها، بحيث يتميز بأنه متصل جيد، مهتم بالآخرين، كذلك يجب ان يكون مبدعا، مبتكرا، مرنا، ماهرا، يتفاعل بسرعة ويسر مع المتغيرات الحاصلة، ويهتم بالمستقبل بحيث تكون له القدرة على التنبؤ.¹

المطلب الثالث: أنواع المقاولين وأهدافهم

أولا: أنواع المقاولين

لقد قسمت النظرية الاقتصادية المقاولين من حيث السلوك إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي المبدع، والمخاطر والمدير.

¹لونيبيريم، المعوقات الإجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة سطيف 2، سنة 2014-2015 ص54

ولقد قسم Mintzberg المقاولين إلى أربع مجموعات وهي: المقاولين ذوي الإمكانيات، والرياديين الذين لديهم النية لإقامة مشروع، والرياديين الفعليين، ليست لهم النية لبدء وإنشاء مشروع جديد¹.

أما Usbasaran فقد قسم المقاولين إلى أنواع أخرى مثل: مقاول أصيل، ومقاول مبتدئ، ومقاول تسلسلي أو تتابعي، ومقاول إحتوائي، فالمقاول الأصيل يحوي مفاهيم متعددة كالتالي تم تبيينها في مختلف التعاريف، أما المقاول المبتدئ أو الأولي فهو الذي يملك حاليا مشروعا واحدا ولكن عنده خبرة سابقة في ملكية المشاريع وإدارتها كونه مؤسسا لهذا المشروع أو أحد ورثته او في وقت واحد قد يكون مشتر لهذا المشروع، والمقاول التسلسلي أو التتابعي هو المقاول الذي يملك مشروعا واحدا في وقت واحد بعد أن قضى فترة زمنية في مشروع سابق، والمقاول الإحتوائي هو الذي يملك أكثر من مشروع واحد في وقت زمني واحد.

نلاحظ من التقسيمات والأنواع السابقة للمقاولين تعدد وتنوع تصنيفاتهم، وقد يعزى ذلك إلى اختلاف المنهج الفكري والخلفية العلمية لكل باحث بالنظر إلى تصنيف المقاولين وإبراز تطبيقاتهم وأنواعهم المختلفة واختلاف طبيعة الفرصة ونوعها.

ثانيا: أهداف المقاول

يحاول المقاول من خلال مشروعه المقاولاتي تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

1- الأهداف الإجتماعية:

تتمثل في إدخال منتج من مناطق أخرى إلى مجتمعه بدافع الإلتواء إلى هذا المجتمع، بالإضافة إلى رفع مستوى معيشة الأسرة وزيادة مصدر دخلها، وأيضا إلى تحقيق الأمان الوظيفي، وخلق مناصب شغل جديدة، الحفاظ على إسم العائلة،أيضا تحقيق مركز إجتماعي

2- الأهداف الإقتصادية

فتحقيق الربح هو ابرز تلك الأهداف، والهدف الذاتي الذي يسعى المقاول لتحقيقه هو أن إنشاء مقاوله يكون الفرد مالکها يسمح بإبراز طاقته، هذا يعتمد عليه إستمرار ونجاح المقاوله، وبالتالي لن يكون العائد الإقتصادي هو سبب الإستمرارية بل كذلك تحقيق طموح الشخص وثقته

¹-الجوديمحمد على، مرجع سبق ذكره، ص 27.

بقدراته، حيث ينتقل الفرد من مرؤوس إلى رئيس ومالك، وبالتالي يتحرر من القيود واللوائح التي كانت تحكم سلوكه المرتبطة بالوظائف التي كان يشغلها وبالتالي يمكنه برمجة وتخطيط وقته وفق مصالحه وبما يخدم المؤسسة¹.

المبحث الثالث: ماهية الثقافة المقاولاتية

تلعب ثقافة المقاولاتية دورا هاما في إرساء العملية المقاولاتية وتشجيعها لتحقيق أهداف النمو الاقتصادي، حيث يقترح اليوم عدد من الاقتصاديين ومنظري الفكر المقاولاتي أن تمر عملية خلق الثروة عبر تطوير الثقافة المقاولاتية التي تفضل المبادرة الذاتية في إعطاء الأولوية لتنمية العديد من القيم المقاولاتية.

وسنحاول من خلال هذا المبحث إعطاء لمحة عامة حول الثقافة المقاولاتية من خلال تقديم مفهوم لها مع الإشارة إلى الأهمية التي تلعبها والتطرق إلى مقوماتها وعناصرها الأساسية .

المطلب الأول: مفهوم ثقافة المقاولاتية

أولا: تعريف الثقافة المقاولاتية

تعرف ثقافة المقاولاتية على أنها: مجمل المهارات و المعلومات المكتسبة من الفرد أو مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال وذلك بإيجاد أفكار مبتكرة جديدة، ابتكار في مجمل القطاعات الموجودة إضافة إلى وجود هيكل تسييري تنظيمي، وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين، بالإضافة للتخطيط، اتخاذ القرارات، التنظيم والمراقبة. كما أن هناك ثلاث أماكن يمكن أن تنتسخ فيها هذه الثقافة هي: العائلة، المدرسة، المؤسسة².

تمثل ثقافة المقاولاتية " جميع القيم والمعتقدات المشتركة والمهارات والمعارف التي توجه بشكل أو باخر سلوك الافراد والأفكار وسكان فيما يتعلق بتنظيم المشاريع المقاولاتية³.

¹-الجودي محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص 184.

²-أوبختي نصيرة وآخرون، "دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات المصغرة في الجزائر"، دراسة حالة مقاولي الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تلمسان، المجلد 13، العدد 03، 2020، ص745.

³Fondation de l'entrepreneurship , pourquoi simuler la culture entrepreneurial et l'entrepreneuriat dans nos collectivité, avril 2009, page3

إن ثقافة المقاولاتية تشير إلى مجموعة القيم والرموز والمثل العليا، والمعتقدات والافتراضات الموجهة والمشكلة للإدراك والتقدير والسلوك والمساعدة على التعامل في مختلف الظواهر والمتغيرات، فهي تمثل روح المقاولاتية والسبب الرئيس والفاعل لإنشائها¹. وبهذا تكون ثقافة المقاولاتية كمجموعة متناسقة من الاتجاهات والسلوكيات المشتركة بين الأفراد في مجال المقاولاتية².

ثانيا: أهمية ثقافة المقاولاتية

تمثل ثقافة المقاولاتية المحرك لإنشاء المؤسسات، فالثقافة تلعب دورا في غاية الأهمية في تماسك الأعضاء، والحفاظ على هوية الجماعة وبقائها، فالثقافة أداة فعالة في توجيه سلوك أفراد المجتمع ومساعدتهم على اكتشاف قدراتهم على الإبداع واكتساب الثقة بالنفس، من خلال تحريك الدوافع النفسية والمالية نحو المقاولاتية.

حيث يرى كل من Pederson & Scrensen أن للثقافة أربع وظائف وهي كالتالي:

- ✓ تستخدم الثقافة كأداة تحليلية للباحثين، حيث تساهم نماذج الثقافة في فهم التنظيمات الاجتماعية المعقدة.
- ✓ تستخدم الثقافة كأداة للتغيير ووسيلة من وسائل التطوير.
- ✓ تستخدم الثقافة كأداة لتحسين سلوكيات محددة، وأيضا لتهيئة فئات اجتماعية مستهدفة لتقبل قيم محددة.
- ✓ تستخدم الثقافة كأداة لتحريك الحس الإدراكي للأفراد³.

المطلب الثاني: مقومات ثقافة المقاولاتية

تتمثل مقومات ثقافة المقاولاتية فيما يلي⁴:

أولا: المحيط الاجتماعي

يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرا مهما في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظرا لتركيبته المعقدة والثرية؛

¹- أشواق بن قدور، ومحمد بالخير، أهمية نشر ثقافة المقاولاتية وإنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، العدد 11، 2017، ص 350.

²- المرجع نفسه ص 350.

³- أوبختي نصيرة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 746.

⁴- بديوي سفيان، مرجع سبق ذكره، ص 77.

ثانيا الأسرة:

تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني خاصة إذا كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق تشجيع الأطفال منذ الصغر على بعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة؛

ثالثا المدرسة:

ليست المدرسة بمعزل عن الديناميكية السوسيو إقتصادية للمجتمع، فبالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي المعتاد يتعين عليها ان تقيم جسور الالتقاء مع المقاول، وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحها على المقاول وتنمية ثقافة المقاول لدى الشباب، وهنا تكمن أهمية نقل المعارف للمجتمع من اجل خلق الثروات ضمن منظور مقاولاتي للتربية والتكوين؛

رابعا الدين:

يعتبر الدين من بين المؤسسات الإجتماعية التي يستمد منها الفاعلون الاجتماعيون الكثير من القيم والمعايير، فقيم العمل وإتقانه وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت هي عناصر تشترك فيها كل الديانات السماوية وحتى بعض الديانات الوضعية، وعليه يشكل الدين والقيم الحامل لها أحد مقومات الفكر المقاولاتي؛

خامسا العادات والتقاليد:

تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع لبنائها اما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فتوارثها الأجيال، بالإضافة إلى العديد من المهارات الواجب توفرها في المقاول الناجح مثل:

سادسا المهارات التقنية:

وهي تتمثل في الخبرة، المعرفة، والقدرة التقنية العالية المتعلقة بالأنشطة الفنية للمشروع في مختلف المجالات من إنتاج، بيع، تخزين وتمويل وهذه المهارات تساعد في إدارة اعمال المشروع بجدارة؛

سابعا المهارات التفاعلية:

وهي قدرات الاتصال، نقل المعلومات، استلام، ردود فعل، مناقشة القرارات قبل إصدارها، الإقناع، التي يحتاجها المقاول في حالة تحويل الصلاحيات اللازمة لإدارة النشاط للأخرين؛

ثامنا المهارات الإنسانية:

وتتمثل في القدرات التي تمكن المقاول من تطوير علاقاته مع مرؤوسيه وزملائه لخدمة المشروع والمؤسسة بشكل عام، حيث أن هذه العلاقات تبنى على الإحترام والثقة والدعم المستمر للعنصر البشري داخل المؤسسة والاهتمام بمشكلاته خارج المؤسسة، وهي قدرات تتعلق بالاستجواب والتحفيز والاستمالة للآخرين والمعاملة الحسنة والتصرف اللبق مع أعضاء المؤسسة؛

تاسعا مهارات فكرية:

تتمثل في إكتساب أسس ومبادئ علمية في ميدان الإدارة واتخاذ القرار والمحكمة المنطقية وتحليل المشكلات وإيجاد العلاقات بين المشكلات وأسبابها وحلولها؛

عاشرا مهارات تحليلية:

أي القدرة على التفكير المجرد حيال نظرتهم إلى مؤسساتهم التي تعمل ككل وليس كجزء وأن أجزاؤها ووظائفها ترتبط مع بعضها البعض لتصبح كل في محيطها، حيث أن هذا الإدراك في حد ذاته تخوله تعقيدات العمل الحاصلة امامه بعد مواجهته اغلبية المشاكل ليتمكن فيما بعد من وضع الحلول المناسبة.

المطلب الثالث: عناصر الثقافة المقاولاتية

الحديث عن ثقافة المقاوله يحيل إلى الحديث عن العناصر المشكلة لهذه الثقافة والتي تتعلق بالدرجة الأولى بمجموعة من القيم المهنية للمقاول الذي عرف بأنه الشخص الذي يحمل قدرات تتعلق بالحاجة إلى الإنجاز، الثقة بالنفس، الرؤيا المستقبلية، الرغبة في الاستقلالية، ونذكرها في النقاط التالية¹:

أولا الحاجة إلى الإنجاز:

أي الرغبة والاندفاع للعمل والالتزام وتقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتميز، ولذلك فالمقاول دائما يقيم أداءه وإنجازه في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.

¹سفيان فنيط، هشام بورمة، مرجع سبق ذكره ص، ص 224-225.

ثانياً الثقة بالنفس:

حيث يمتلك المقومات الذاتية والمقومات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة التحديات المستقبلية، وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس وبالقدرات والشعور بالتفوق.

ثالثاً الرؤيا المستقبلية:

أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.

رابعاً التضحية والمثابرة:

يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمن استمراريتها إنما يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما تتبع من خلال الجِد والاجتهاد والعطاء.

خامساً الرغبة في الاستقلالية:

ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوافر لديهم الموارد المالية الكافية، كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنباً لحالات التحجيم، بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم، كما يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة الدخل الكافي للمعيشة وتحقيق الثراء، إلى جانب التحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطيهم استقلالية في العمل، وهذا ما سماه "shumpeter" بالمملكة الصغيرة.

خلاصة

لقد تعددت الاتجاهات التي تناولت مفهوم المقاولاتية حيث حاولنا من خلال هذا الفصل إعطاء مفهوم لها وتبسيط الضوء على المقاربات التي سعت إلى وضع إطار واضح للشخصية المقاولاتية بالإضافة إلى تقديم أشكال المقاولاتية التي تدفع الفرد إلى فكرة إنشاء مؤسسة. كما تطرقنا إلى الثقافة المقاولاتية التي تمثل مجمل المهارات و المعلومات المكتسبة من الفرد حيث يقوم باستغلالها و تطبيقها في الإستثمار، و بهذا تكون كمجموعة متناسقة من الإتجاهات و السلوكيات بين الأفراد في مجال المقاولاتية. وعليه لا يمكن حصر مفهوم للمقاولاتية حيث ان الفهم السليم لها يجب أن ينطلق من فهم المقاول باعتباره المحور الأساسي وذلك من خلال تحديد أهم خصائصه والصفات التي تميزه عن غيره بالإضافة إلى الدور الذي يلعبه في الحياة الإقتصادية والإجتماعية.

الفصل الثاني: هيئات دعم التشغيل في الجزائر ومساهمة في دعم قطاع الخدمات

تمهيد

المبحث الأول: الهيئات الداعمة للمقاولاتية في الجزائر.

المبحث الثاني: ماهية قطاع الخدمات.

المبحث الثالث: دور هيئات الدعم في دعم قطاع الخدمات.

الخلاصة.

تمهيد:

لقد عرفت الدولة الجزائرية تدهورا كبيرا في المجال الاقتصادي خلال فترة الثمانينات وخاصة في ظل اعتمادها على ربح المحروقات في تغطية نفقاتها العامة، لذلك قامت بعدة إصلاحات حيائية في سنوات التسعينات ركزت فيها على تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي، حيث قامت بإنشاء أجهزة دعم المقاولاتية وذلك لتشجيع الأفراد على الاستمرار في مشاريعهم وتخفيف العراقيل وخاصة المالية منها التي يواجهها المقاول.

ولذلك تطرقنا في هذا الفصل لإلقاء نظرة عن هيئات دعم التشغيل في الجزائر، حيث نتناول في هذا المبحث الأول إلى الهيئات الداعمة للمقاولاتية في الجزائر والمتمثلة في الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI) والوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (ANSEJ) والتي تحولت لتصبح الوكالة الوطنية لدعم وترقية المقاولاتية، الصندوق الوطني للتأمين على البطالة (CNAC) الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM).

والمبحث الثاني فقد خصصناه لقطاع الخدمات في الجزائر من خلال معرفة المفهوم والخصائص وأما المبحث الثالث والأخير فتحت عنوان دور هيئات الدعم في دعم قطاع الخدمات من خلال التطرق للإحصائيات.

المبحث الأول: الهيئات الداعمة للمقاولاتية في الجزائر.

لقد تعددت أجهزة دعم المقاولاتية في الجزائر وذلك لتشجيع الأفراد على الاستمرار في مشاريعهم، وتخفيف العراقيل وخاصة المالية التي يواجهها المقاول. وسوف نستعرض من خلال هذا المبحث تقديم هذه الهيئات والمتجسدة في الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار والوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية والصندوق الوطني للتأمين على البطالة والوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

المطلب الأول: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI.**أولاً: التعريف بالوكالة**

أنشئت الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI بمقتضى الأمر الرئاسي رقم 03/01 المؤرخ في 20 أبريل 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار¹، لتحل محل الوكالة الوطنية لدعم ومتابعة الاستثمار سابقا APSI وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تعني بخدمة المستثمرين الوطنيين والأجانب على حد سواء، وتعتبر هذه الوكالة الأداة الأساسية للتعريف بفرص الاستثمار القائمة والترويج بها واستقطاب رؤوس الأموال والاستثمارات الأجنبية المباشرة، وتهدف الوكالة إلى تشجيع وتطوير الاستثمار من خلال الخدمات التي تقدمها وتطبيق المزايا الجبائية المرتبطة بالاستثمار والذي ينعكس إيجابيا في إحداث مناصب العمل.²

ثانياً: أهداف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI) :

تعمل الوكالة على تحقيق الأهداف الآتية:

- ✓ دعم ومساعدة المستثمرين بمختلف أنواعهم لانجاز مشاريعهم.
- ✓ تعمل الوكالة على تطوير الاستثمارات في جميع مجالاتها.
- ✓ تقرر منح المزايا حسب المنطقة التي يتموقع فيها الاستثمار.
- ✓ جمع المعلومات الخاصة بالمحيط الاقتصادي الوطني والعالمي ووضعها تحت تصرف المستثمرين.

¹ المادة 6، الأمر الرئاسي رقم 03-01 المؤرخ في 01 جمادى الثانية 1422 الموافق 20 أوت 2001.

² دحماني محمد درويش، إشكالية التشغيل في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012، ص255.

✓ تشجيع الاستثمار في بعض المناطق التي تعرف تدهورا في الجانب الاقتصادي.¹

ثالثا: مهام الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI):

✓ تتولى الوكالة القيام بالمهام الآتية:

✓ جمع الوثائق الضرورية الخاصة بالتشريعات والتنظيمات المتعلقة بالاستثمار، وكذا

ضمان خدمة الاستقبال والإعلام لصالح المستثمرين.

✓ تقديم التسهيلات اللازمة للمستثمرين، عن طريق معالجة العراقيل والمشاكل التي يواجهها

الاستثمار، وكذلك إنجاز الدراسات المبسطة الخاصة بالعملية الاستثمارية.

✓ تنظيم مختلف التظاهرات العلمية (ملتقيات، أيام دراسية منتديات... إلخ) من أجل العمل

على ترقية محيط الاستثمار داخل الوطن، وكذلك المشاركة في مختلف التظاهرات

الاقتصادية خارج الوطن من أجل إقامة علاقات تعاون مع الهيئات الاستثمارية الأجنبية.

✓ مساعدة ومرافقة المستثمرين.

✓ إصدار القرارات المتعلقة بمنح الامتيازات بعد التأكد من أن المشاريع الاستثمارية

المصرح بها مؤهلة للاستفادة.

✓ متابعة الاستثمارات عن طريق جمع المعلومات المتعلقة بمدى تقدمها، وكذا التأكد من

احترام المستثمرين لالتزاماتهم.²

رابعا: طريقة عمل الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI):

بعد أن يقوم المستثمر بتقديم ملف الاستثمار للوكالة من أجل طلب المزايا والتصريح

بالاستثمار، تقوم الوكالة بتقييم المشروع الاستثماري حسب درجة مشاركته في تحقيق التنمية

والرفاهية الاقتصادية، حيث تعطي الأولوية للمشاريع التي تحقق المنفعة العامة، ثم يتم منح

المشروع قرار المنح أو رفض منح المزايا.

بالنسبة للمشاريع التي تم رفضها يمكن لأصحابها أن يقوموا بتقديم طعن للسلطة الوصية

أو على مستوى القضاء، أما المشاريع التي قبلت فتتكفل الوكالة بمساعدتها لدى الإدارات

¹ بن لحرش صراح، دور التحفيزات الجبائية وهاكل الدعم والمرافقة في تشجيع المقاولاتية بالجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد 01، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي الجزائر، جوان، 2020، ص 289، 290.

² المرجع السابق، ص 290.

والهيئات المعنية بإنجاز الاستثمار، ومن ثم متابعة مدى تقدمها ومدى احترامها للقواعد والالتزامات المتفق عليها.¹

المطلب الثاني: الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM

أولاً: إنشاء القرض المصغر في الجزائر:

ظهر القرض المصغر في الجزائر سنة 1999، حسب المنشور رقم 10 والمؤرخ في جويلية 1999 والمتعلق بتطبيق الإجراءات الخاصة بالقرض المصغر حيث سمح آنذاك بإنشاء أكثر من 15000 نشاط في مختلف القطاعات، إلا أنه لم يعرف حينها النجاح الذي كانت تتوخاه السلطات العمومية منه، بسبب ضعف عملية المرافقة أثناء مراحل إنضاج المشاريع ومتابعة إنجازها.

وقد تبين ذلك من خلال الملتقى الدولي الذي نظم في ديسمبر 2002 حول موضوع "تجربة القرض المصغر في الجزائر" وبناء على التوصيات المقدمة من خلال هذا التجمع الذي ضم عددا معتبرا من الخبراء في مجال التمويل المصغر، تم إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 ويتوجه القرض المصغر نحو ترقية الشغل الحر والشغل المنجز بمقر السكن وكذا نحو الحرف الصغيرة والتقليدية والمنتجة للسلع والخدمات وتعبير آخر يتوجه نحو النشاطات التجارية المنتجة، ابتداء من النشاطات الموفرة للخدمة للمؤسسات الصغيرة، وهذا بقصد تغطية احتياجات كل الفئات التي تتوفر على قدرات في خلق نشاط لحسابها الخاص.²

ثانياً: تعريف الوكالة الوطنية لتسيير جهاز القرض المصغر:

تعتبر الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر الجهة المسؤولة عن تسيير ومتابعة جهاز القرض المصغر في الجزائر، ولقد أعطيت لها جميع الصلاحيات اللازمة ضمن عدة نصوص تشريعية، وتنظيمية للقيام بالمهام المخولة لها، حيث وضعت الدولة الإطار العام للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر والأسس المنظمة لها ضمن سلسلة نصوص تشريعية، والتي تم نشرها سنة 2004.³

¹ نفس المرجع السابق، ص 290.

² www.angem.dz 22/06/2021 17 : 00.

³ سبرينة مانع، فضيلة بوطورة، المرافقة المقاولاتية آلية داعمة لإنشاء وترقية المشاريع الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد الثالث، العدد الأول، جوان 2018، جامعة الشهيد حمة الخضر، الوادي، الجزائر، ص 158.

ثالثا: أهداف الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM):

- تعمل الوكالة على تحقيق جملة من الأهداف نلخصها في الآتي:
- تقديم الدعم والنصح لأصحاب المشاريع المستفيدة من القرض المصغر.
 - إطلاع المستفيدين من القرض المصغر على الخدمات التي سيحظون بها.
 - مراقبة ومتابعة المستفيدين من القروض مع الحرص على التزامهم بالبنود المتفق عليها.
 - مساعدة المستفيدين عند الحاجة.

رابعا: مهام الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:

تتمثل المهام الأساسية لهذه الوكالة فيما يلي:

تسيير جهاز القرض المصغر وفق التشريع والقانون المعمول بهما، دعم ونصح ومرافقة المستفيدين من القرض المصغر في إطار إنجاز أنشطتهم، منح سلف بدون فائدة، إبلاغ المستفيدين ذوي المشاريع المؤهلة للجهاز بمختلف المساعدات التي ستمنح لهم ضمان متابعة الأنشطة التي ينجزها المستفيدون مع الحرص على احترام بنود دفاقر الشروط التي تربط هؤلاء المستفيدين بالوكالة، بالإضافة إلى مساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بتنفيذ مشاريعهم.

بهذه الصفة تتكلف الوكالة الوطنية للقرض المصغر على وجه الخصوص بما يلي:

- تشكيل قاعدة معطيات حول الأنشطة والأشخاص المستفيدين من الجهاز.
- تكوين علاقات دائمة مع البنوك والمؤسسات المالية في إطار التركيب المالي للمشاريع، وتنفيذ خطة التمويل ومتابعة إنجاز المشاريع واستغلالها والمشاركة في تحصيل الديون غير المسددة في آجالها.
- إبرام اتفاقيات مع كل هيئة أو مؤسسة أو منظمة هدفها القيام بأنشطة إعلامية وتحسيسية، وكذا مرافقة المستفيدين من القرض المصغر في إطار تنفيذ أنشطتهم وذلك لحساب الوكالة.
- تكوين حاملي المشاريع والمستفيدين من القروض المصغرة فيما يخص تقنيات تمويل وتسيير الأنشطة المدرة للمداخيل.
- تنظيم المعارض الجهوية للعرض أو البيع للمنتجات الوطنية للقرض المصغر.

- التكوين المستمر للموظفين المسؤولين بتسيير الجهاز.¹

خامسا: أنواع التمويل التي تمنحها الوكالة:

- شهدت الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر تعديلات متعلقة بصيغة التمويل ابتداء من 22 فيفري 2011. حيث اتخذ مجلس الوزراء قرارات هامة تقتضي بتثمين أجهزة دعم إنشاء النشاطات ويتعلق الأمر بمجموعة من التعديلات المقترحة شملت بالخصوص النقاط التالية:
- رفع قيمة القروض بدون فوائد من المخصص لاقتناء المواد الأولية من 30.000 إلى 100.000 دج وإلغاء المساهمة الشخصية لصاحب المشروع والتي كانت تقدر ب 10% وأصبحت الوكالة تتكفل 100% من قيمة المشروع.
 - رفع قيمة القرض الموجه لاقتناء أدوات صغيرة وكذا المادة الأولية الضرورية المباشرة النشاط من 40.000 دج إلى 1.000.000 دج في إطار التمويل الثلاثي.
 - تخفيض المساهمة الشخصية المفروضة على طالب القرض المصغر إلى 1% بالنسبة لنمط التمويل الثلاثي.
 - رفع نسبة تخفيض الفوائد التجارية التي تطبقها البنوك على القرض البنكي إلى 95% في المناطق الخاصة (الجنوب والهضاب العليا).
 - رفع السلفة بدون فوائد الموجهة إلى تكلفة القرض البنكي في حالة اقتناء الأدوات البسيطة والمواد الأولية إلى 29% في تكلفة النشاط.
- وعموما تعتمد الوكالة في برنامج تمويلها على صبغتين من التمويل انطلاقا من سلفة صغيرة إلى قروض معتبرة تستدعي تركيبة مالية مع إحدى البنوك والصبغتين هما كما يلي:
- **التمويل الثنائي:** ويكون بين الوكالة والمقترض تتراوح قيمته بين 100.000 دج بدون فائدة وتصل قيمته إلى 250.000 دج. على مستوى ولايات الجنوب. ممنوحة للمقترض من شراء مواد أولية ويتم تسديده على مدى 24 إلى 30 شهرا.
 - **التمويل الثلاثي:** ويكون بين الوكالة والمقترض وتدخل طرف ثالث هو البنك حيث لا تتعدى قيمته 1.000.000 دج. من أجل اقتناء عتاد صغير ومواد أولية لإنشاء مؤسسة، ويتم تسديده على 12 شهرا إلى 60 شهرا (من سنة إلى 5 سنوات). ويقدم كما يلي: المساهمة الشخصية

¹المرسوم التنفيذي 14/04، الجريدة الرسمية، المؤرخ في 22 جانفي 2004، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وتحديد قوانينها الأساسية.

1%، قرض بدون فائدة من الوكالة 29%، قرض بنكي 70%، تخفيض على الفوائد من 5% إلى 20% من نسبة الفائدة للبنوك حسب الحالات. وقد تصل مدة تسديده إلى ثمانية سنوات مع فترة تأجيل التسديد تقدر بثلاثة

(3) سنوات بالنسبة للقرض البنكي، والجدول رقم (2) التالي يبين أنماط التمويل في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:

الجدول رقم (2): أنماط التمويل في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر

قيمة المشروع	صنف المقاول	المساهمة الشخصية	القرض البنكي	سلفة الوكالة	نسبة الفائدة
لا تتجاوز 100.000 دج	كل الأصناف (شراء مواد أولية)	0%	-	100%	-
لا تتجاوز 250.000 دج	كل الأصناف (شراء مواد أولية على مستوى ولايات الجنوب)	0%	-	100%	-
لا تتجاوز 1.000.000 دج	كل الأصناف	1%	70%	29%	5% من النسبة التجارية للمناطق خاصة (الجنوب والهضاب العليا)
	كل الأصناف	1%	70%	29%	10% من النسبة التجارية لبقية المناطق

المصدر: الموقع الرسمي للوكالة الوطنية للقرض المصغر (www.angem.dz)

المساهمات والامتيازات التي تمنحها الوكالة:

تتقسم إلى خدمات مالية وأخرى غير مالية والمتمثلة فيما يلي:

✓ الخدمات المالية: وتتمثل فيما يلي:

- القرض البنكي والذي يتم ضمانه من طرف صندوق الضمان المشترك للقروض المصغرة. حيث تمنح دون فوائد والتي تتحملها الخزينة العمومية وتختلف حسب قيمة الاستثمار وموطنه.
- يمنح تأجيل لمدة ثلاث سنوات لتسديد قرض الوكالة، ومنح أجل أقصاه سنة للمستفيدين لتسديد فائدة القرض البنكي.
- إعفاء كلي من الضريبة على الدخل الإجمالي على أرباح الشركات لمدة ثلاث سنوات.
- إعفاء من الرسم العقاري على البنايات المستعملة في الأنشطة التي تمارس لمدة ثلاث سنوات.
- تعفى من رسم نقل الملكية الاقتناء العقارية التي يقوم بها المقاولون قصد إنشاء أنشطة صناعية.
- إعفاء من جميع حقوق التسجيل العقود المتضمنة تأسيس الشركات التي تم إنشاؤها من قبل المقاولون.
- يمكن الاستفادة من الإعفاء الضريبي على القيمة المضافة مقتنيات مواد التجهيز والخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار الخاص بالإنشاء.
- تخفيض من الضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات وكذا من الرسم على النشاط المهني المستحق عند نهاية فترة الإعفاءات، وذلك خلال ثلاث سنوات الأولى من الإخضاع الضريبي، ويكون التخفيض كالتالي: السنة الأولى من الإخضاع الضريبي: تخفيض بنسبة 70%، السنة الثانية من الإخضاع الضريبي: تخفيض بنسبة 50%، السنة الثالثة من الإخضاع الضريبي:
- تخفيض بنسبة 25%.
- تحدد الرسوم الجمركية المتعلقة بالتجهيزات المستوردة التي تدخل مباشرة في تخفيض الاستثمار بتطبيق نسبة 5%.
- ✓ الخدمات غير المالية: تشمل ما يلي:
- المرافقة والدعم والمساعدة التقنية على إنشاء الأنشطة ومرافقة مجانية أثناء التنفيذ.
- الاستفادة من التكوينات في مجال تسيير المؤسسة والمشاركة في الصالونات والمعارض التي تنظمها الوكالة.¹

المطلب الثالث: الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC

أولاً: تعريف الصندوق الوطني للتأمين:

¹www.angem.dz 24/05/2021 10 : 00.

قامت السلطات الجزائرية بإنشاء الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة بمقتضى المرسوم التشريعي رقم 94-11 المؤرخ في 26 ماي 1994، والذي كلف بمهمة تقديم تعويضات للعمال المسرحين لأسباب اقتصادية المنصوص عليها في نظام للتأمين عن البطالة، بالإضافة إلى مساعدتهم من أجل إعادة الاندماج في الحياة المهنية وبصفته مؤسسة عمومية للضمان الاجتماعي يتمتع الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة بالاستقلالية المالية والشخصية المعنوية، أوكلت إليه صلاحيات تحصيل الاشتراكات المخصصة لتمويل أداءات التأمين عن البطالة وضبط ملفات المنخرطين فيه، ومن ثم صرف التعويضات المستحقة للبطالين المعنيين بخدماته، ولم تتوقف مهامه عند هذا الحد بل امتدت لتشمل مساعدة البطال المسرح على إعادة الاندماج في الحياة العملية من جديد، وفي كل مرة كانت تسند إليه مهام جديدة سنتطرق إليها بشيء من التفصيل فيما يلي.¹

ثانيا: آليات الصندوق الوطني للتأمين على البطالة:

1. **التأمين على البطالة:** بتاريخ 26 ماي 1994 وبموجب مرسومين تشريعيين منشورين بالجريدة الرسمية رقم 34، إنشاء نظام التأمين عن البطالة لفائدة أجراء القطاع الاقتصادي الذين فقدوا مناصب عملهم بصفة لا إرادية ولأسباب اقتصادية.²
- إما بتسريح إجباري أم بتوقف نشاط المستخدم لا ينحصر نظام التأمين عن البطالة في دفع تعويض للأجير الذي فقد بصفة لا إرادية منصب عمله فقط وإنما بتوفير إجراءات احتياطية لزيادة فرص رجوعه إلى العمل وهذا عن طريق:
 - المساعدة عن البحث عن الشغل.
 - دعم العمل الحر.
 - إعادة التأهيل عن طريق التكوين.
2. **دعم إحداث وتوسع النشاطات من طرف البطالين ذوي المشاريع البالغين ما بين ثلاثين وخمس وثلاثين سنة.**
3. **جهاز تشجيع ودعم وترقية الشغل:**

¹ الجريدة الرسمية، العدد 34، الصادر في 1 جوان 1994، ص12.
² www.cnac.dz الموقع الرسمي للصندوق الوطني للتأمين على البطالة، اطلع عليه بتاريخ 2021/05/15 على الساعة 10h20.

ابتداء من سنة 2010، سمحت الإجراءات الجديدة المتخذة لفائدة الفئة الاجتماعية التي يتراوح عمرها ما بين ثلاثين 30 سنة وخمسين 50 سنة الالتحاق بالجهاز بمزايا متعددة منها مبلغ الاستثمار الإجمالي الذي أصبح في حدود عشرة ملايين دج بعدما كان لا يتعدى خمسة ملايين دج، وكذا إمكانية توسع إمكانيات إنتاج السلع والخدمات لذوي المشاريع الناشطين.¹

ثالثا: أهداف الصندوق الوطني للتأمين على البطالة CNAC: يعمل الصندوق الوطني للتأمين على البطالة من أجل تحقيق الأهداف التالية :

- إعلام صاحب المشروع حول مختلف مراحل إنشاء مشروعه
 - توجيه وتقديم النصح لصاحب المشروع من أجل تشكيكه من اتخاذ قرارات الحالة من بين الخيارات المتاحة لديه.
 - متابعة صاحب المشروع لتجنب الاختلالات التي قد تعترض مسار مشروعه.
- رابعا: مهام الصندوق:** لقد عرف الصندوق الوطني للتأمين على البطالة عدة محطات تخص جلها وفي كل مدة التكفل بالمهام الجديدة المسندة إليه من طرف السلطات العمومية والمتمثلة أساسا فيما يلي:

1. لقد تمثلت أول مهمة للصندوق الوطني للتأمين عن البطالة والتي أوكلت إليه بمجرد إنشائه سنة 1994 في التأمين عن البطالة والتي تقتضي دفع تعويض البطالة للعمال الذين فقدوا مناصبهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم.
2. أما المهمة الثانية قد تمثلت في تسهيل عملية إعادة الإدماج المهني للبطال في سوق الشغل في خلال إنشاء مراكز البحث عن الشغل (C.R.E) والتي تتمثل مهمتها في العمل على تعزيز قدرات البطالين في البحث عن عمل من جديد، وتزويدهم بمختلف المعلومات الضرورية لذلك والدعم الكفيل بمساعدته على تطوير قدراتهم في التعامل مع الموافق الصعبة، وتنمية الثقة في النفس بالإضافة إلى مختلف المهارات الضرورية في عملية البحث عن العمل.
3. كما كلف الصندوق أيضا بإجراءات دعم العمل الحر التي تتكفل بها مراكز المساعدة على العمل الحر (C.A.T.I) هذا الإجراء بهدف هو كإجراء السابق إلى تسهيل عملية إعادة الإدماج المهني

¹ مصطفى بلقلم ومصطفى طويطي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كإستراتيجية حكومية لامتناس البطالة في الجزائر، مداخلة ضمن ملتقى دولي حول إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة مسيلة، يومي 15، 16 نوفمبر 2001، ص 15.

للبطال ولكن هذه المدة من خلال مرافقة المقاولين في إنشاء مؤسساتهم الخاصة، وذلك بتزويدهم بخدمات الإعلام والتوجيه والتكوين.

4. التكوين التمويلي والذي يسمح للبطالين المستفيدين باكتساب مؤهلات جديدة تساعدهم على تنمية قدراتهم الإدماج مجددا في الحياة العملية، وذلك من خلال تنظيم دورات تكوينية قصيرة المدى (أشهر عموما) على مستوى مؤسسات التكوين المهني المتعاقد مع الصندوق.

5. وفي إطار الحفاظ على مناصب الشغل المدفوعة الأجر وتقادي اللجوء إلى تسريحات لأسباب اقتصادية، كلف الصندوق انطلاقا من سنة 1998 بتبني برنامج لمساعدة المؤسسات التي تواجه صعوبات عن طريق العديد من الإجراءات.

خامسا: طريقة عمل الصندوق الوطني على البطالة. CNAC

يقوم الصندوق بمنح تمويل ثلاثي (مساهمة شخصية، قرض دون فائدة، يمنح من قبل الصندوق، قرض بنكي) لأصحاب المشاريع المقاولاتية قيمة الاستثمار على مستويين، وهو ما يمكن توضيحه في الجدولين الآتيين:

الجدول رقم 03: التمويل الثلاثي من المستوى الأول:

القرض البنكي	المساهمة الشخصية	قرروض دون فوائد يمنحها CNAC	قيمة الاستثمار
70%	1%	29%	لا تتجاوز 5.000.000

Source : Caisse Nationale d' Assurance- chomage 2016.

الجدول رقم 04: التمويل الثلاثي من المستوى الثاني

القرض البنكي	المساهمة الشخصية	قرروض دون فوائد يمنحها CNAC	قيمة الاستثمار
70%	1%	29%	5.000.001 دج إلى 10.000.000 دج

Source : Caisse Nationale d' Assurance- chomage 2016.

المطلب الرابع: الوكالة الوطنية

أولاً: نشأة الوكالة الوطنية لدعم تنمية المقاولات ANADE

• الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب المسماة بإختصار " وودت ش " تم انشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996، حيث نصت المادة الأولى من المرسوم التنفيذي على انشاء الوكالة.

وجاء فيها ما يلي: ¹ " عملاً بأحكام المادة 16 من الأمر 96-14 المؤرخ في 24 جوان 1996، تحدث هيئة ذات طابع خاص تسري عليها أحكام هذا المرسوم ، تسمى الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وتدعى في صلب النص " الوكالة " .

في سنة 2020 صدر في العدد الأخير (70) من الجريدة الرسمية المرسوم التنفيذي 20-329 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020 المعدل للمرسوم التنفيذي 96-296، يتضمن تغيير تسمية الوكالة الوطنية لتدعيم الشباب إلى الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات، وهذا بعد تمويل سلطة الوصاية عليها من وزارة العمل والتشغيل إلى الوزارة المكلفة بالمؤسسات المصغرة.

وجاء فيما يلي: ² " تحدث هيئة ذات طابع خاص تسري عليها أحكام هذا المرسوم تسمى " الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات" وتدعى في صلب الموضوع الوكالة "

ويليها بناء على ما جاء في المادة الثانية³ " تعوض تسميتا " الوزير المكلف بالتشغيل " والوزير المكلف بالعمل والتشغيل بتسمية " الوزير المكلف بالمؤسسات المصغرة" في كل أحكام المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1417 الموافق ل 8 سبتمبر 1996 والمذكور أعلاه"

وتعرف بأنها هيئة وطنية ذات طابع خاص، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وحدد مقر الوكالة بمدينة الجزائر العاصمة، ويمكن نقله إلى أي مكان آخر من التراب الوطني بمرسوم

¹ المرسوم التنفيذي رقم 96 / 296 المؤرخ في 18 سبتمبر ، المادة 01 يتضمن انشاء الوكالة الوطنية لدعم

الشباب وتحديد قانونها الأساسي ، الجريدة الرسمية عدد 52 ، الصادرة بتاريخ 11 سبتمبر 1996، ص 10

² المرسوم التنفيذي رقم 20-329 مؤرخ في 22 نوفمبر سنة 2020 ، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 96-

296 المؤرخ في 8 سبتمبر سنة 1996 المادة الأولى والمتضمن انشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب

وتحديد قانونها الأساسي ويغير تسميتها ، الجريدة الرسمية ، العدد 70، الصادرة 25 نوفمبر 2020 ص 9

³ المرسوم التنفيذي رقم 20-330 مؤرخ في نوفمبر سنة 2020، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 98 - 2020 المؤرخ في 09

يونيو سنة 1998 والمتضمن احداث صندوق الكفالة المشترك لضمان أخطار القروض الممنوحة إياها للشباب ذو المشاريع وتحديد

قانونه الأساسي ، ج ر العدد 70 الصادرة 25 نوفمبر 2020 ص 10.

تنفيدي يتخذ بناء على تقدير مجلسها التوجيهي¹. كما تهدف هذه الوكالة إلى تشجيع أنواع الأعمال والتدابير الرامية إلى ترقية المبادرة المقاولاتية كما أنها تهدف لمرافقة الشباب ذوي المشاريع قصد إحداث أنشطة إنتاجية وخدمائية أو توسيعها وفق مقارنة اقتصادية تهدف إلى خلق الثروة ومناصب عمل.

وتضم الوكالة شبكة تتكون من 51 فرع تغطي كل الولايات وكذا العديد من الملخصات المتواجدة على مستوى بعض المناطق²

ثانيا: مهام الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ANADE :

قد أسندت للوكالة عند نشأتها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96 - 296 المهام التالية:³

- منح الدعم والمرافقة للشباب أصحاب المشاريع في سبيل تطبيق مشاريعهم الاستثمارية.
- التكفل بتسيير تخصيصات الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب لاسيما منها الاعلانات وتخفيض نسب الفوائد، في حدود الغلافات التي يضعها الوزير المكلف بالتشغيل تحت تصرفها.
- تشجيع كل مبادرة من شأنها أن تؤدي إلى خلق مناصب عمل دائم.
- في سنة 2020 أسندت للوكالة مهام أخرى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20 - 329 المهام التالية:⁴

- تطبيق كل تدابير من شأنه أن يسمح برصد الموارد الخارجية المختصة لتمويل إحداث نشاطات لصالح الشباب واستعمالها في الاجال المحددة وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.
- تعد البطاقة الوطنية للنشاطات التي يمكن استحداثها من طرف الشباب أصحاب المشاريع وتعيينها دوريا بالاشتراك مع مختلف القطاعات المعنية
- تشجيع استحداث وتطوير الأنظمة البيئية بناء على فرص الاستثمار المتاحة من مختلف القطاعات التي تلبي احتياجات السوق المحلي أو الوطني.
- تسهر على عصرنه وتقييس عملية انشاء المؤسسات المصغرة ومراقبتها ومتابعتها.
- تعد وتطور أدوات الذكاء الاقتصادي وفق نهج استشرافي بهدف تنمية اقتصادية متوازنة وفعالة
- تعمل على عصرنه ورقمنة اليات ادارة وتسيير الوكالة وجهاز استحداث المؤسسات المصغرة.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 96 - 296، المادة 02، ج، ر، مرجع سابق ص 12.

²الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب المرافق، منشورات اعلامية صادرة عن الوكالة، جيجل، الجزائر سنة 2013.

³المرسوم التنفيذي رقم 96 - 296، المادة 06، ج، ر، مرجع سابق، ص 12، 13.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 20 - 329 من المادة 06، ج، ر، مرجع سبق ذكره ص 9.

- تشجيع تبادل الخبرات من خلال برامج الهيئات الدولية والشراكة مع الوكالات الأجنبية لدعم وترقية المقاولاتية والمؤسسة المصغرة.

- تضمن تسيير مناطق نشاطات مصغرة متخصصة مجهزة لفائدة المؤسسات المصغرة.

المبحث الثاني : ماهية قطاع الخدمات

إن تحديد المفهوم العام لقطاع الخدمات يتطلب بالضرورة تحديد مختلف الجوانب المحيطة بعنصر الخدمة، هذا الأخير يتميز بمجموعة من المميزات والخصائص التي تجعله مختلفا، وهذا ماسيتم التطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول الخدمة

أولاً: مفهوم الخدمة

الخدمة مفهوم واسع، فهناك عدة مفاهيم تضبط تعاريفها تتفق معها ولعل أهمها ما يلي:

1-تعريف الخدمة

لقد أظهرت أدبيات التسويق العديد من التعريفات للخدمة إلا أنه سيتم ذكر بعضها مع التركيز على الخصائص المشتركة لهذه التعريفات في محاولة لوضع تعريف محدد يشمل كافة هذه الخصائص:

فقد عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة" إلا أن هذا التعريف لم يميز بصورة كافية بين السلعة والخدمة، وهناك تعريف لـ (Groarros (2000 يقول فيه إن الخدمة هي: أي نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة ولكن ليس ضروريا أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك وموظفي الخدمة أو الموارد المادية أو السلع والأنظمة والتي يتم تقديمها كحلول لمشاكل العميل".¹

¹ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2008، ص20.

أما Ketler Barmstrong فقد عرف الخدمة بأنها "نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة أو غير مادية ولا يترتب عليها أي ملكية، فتقديم الخدمة قد يكون مرتبط بمنتج مادي أو لا يكون".¹

أما ستانتون (Stanton,1997) فقد عرف الخدمة بأنها "النشاطات غير المحسوسة (Intangible) والتي تحقق منفعة للزبون أو المستفيد، والتي ليست بالضرورة مرتبطة بسلعة أو خدمة أخرى، أي أن إنتاج خدمة معينة أو تقديمها لا يتطلب استخدام سلعة مادية".²

2-أهمية الخدمة:

إن أهمية الخدمة تستمد من تزايد الطلب عليها نتيجة العوامل التالية:

ظهور منتجات جديدة ارتبطت بها خدمات كثيرة، تيسر من الأداء الوظيفي لها مثل خدمات الكمبيوتر، وسائل الاتصالات، بالإضافة إلى إرتفاع الدخل الفردي للكثير من أفراد المجتمع، وتليها عامل تزايد التعقيد والتنوع في قطاع الخدمات المقدمة، وهو العامل الذي دفع الكثير من المنشآت إلى البحث عن شركة متخصصة أو توظيف أخصائيين لأداء تلك الخدمات.³

ثانيا: خصائص الخدمة: هناك مجموعة من الخصائص والسمات المميزة للخدمات والتي تجعل تسويقها يختلف بصورة جوهرية عن تسويق المنتجات الملموسة، ومن أهم هذه الخصائص:

1-عدم الملموسية: حيث لا يمكن للمستهلك أو المشتري الصناعي تذوق الخدمة أو رؤيتها أو لمسها قبل شرائها، كما يحدث بالنسبة لعدد كبير من المنتجات ويترتب على ذلك ما يلي:

هناك بعض الوظائف التسويقية كالنقل والتخزين والتغليف والتعبئة والرقابة على المخزون بحيث لا يمكن القيام بها عند تسويق الخدمات.

عدم إمكانية المستهلك تذوق الخدمة أو إدراكه لها أو رؤيتها قبل استهلاكها أو شرائها يلقي على جهاز التسويق بالمنظمة عبئا كبيرا ويقع هذا العبء أساسا على عاتق البرنامج الترويجي .⁴

¹ زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2008، ص250.

² حميد الطائي، بشير العلاق، مبادئ التسويق الحديث، دار البيزوري العملية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص139.

³ زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق الخدمات، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص42.

⁴ زاهر عبد الرحيم عاطف، مرجع سبق ذكره، ص46.

2-التلازمية: تعني التلازمية الترابط الوثيق بين الخدمة والشخص الذي يتولى تقديمها الأمر الذي يترتب عليه ضرورة حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها كما هو الحال في الطبيب وتجميل السيدات ويترتب على هذه الخاصية ما يلي:

- ✓ يكون تقديم الخدمة في الوقت الذي تطلب منه
- ✓ التوزيع المباشر هو الأسلوب الأمثل لإيصال الخدمة للمستفيد
- ✓ عدم قياس الخدمات وخاصة أنها تعتمد على العنصر البشري
- ✓ زيادة العلاقات الشخصية بين مقدم الخدمة والمستفيد
- ✓ أن للبيئة المادية دور هام جدا في ذهن المستفيد مثل النظافة، الأثاث، الديكور، الإضاءة، العاملين... إلخ¹

3-عدم التجانس: والمقصود عن هذه السمة هو عدم إمكانية تقديم خدمات متجانسة للعملاء، أي بمعنى آخر صعوبة تمييز الخدمة المقدمة لعدد كبير من الأفراد أو المشروعات، على سبيل المثال فإن شركات السكك الحديدية وشركات الطيران لا تستطيع تقديم نفس مستوى الجودة للخدمة بالنسبة لكل رحلة من الرحلات، كما تختلف أيضا هذه الخدمات من شركة إلى أخرى، ويترتب على هذه السمة صعوبة التنبؤ بجودة أداء الخدمة وفي مواجهة هذه المشكلات الخاصة بتتميط ناتج الخدمة وعلى الإدارة أن تبذل ما في وسعها لكن تضمن نوعا من التناسق في الأداء مع توافر الجودة العالية.²

4-الزوالية (القابلية للتلاشي): تعكس تلك الصفة حقيقة أن الخدمات لا يمكن تخزينها بهدف البيع أو الاستخدام اللاحق للمنتجات فالكثير من دول العالم المتقدم نجد الأطباء العاملين عموما وأطباء الأسنان على وجه الخصوص يدركون ما يجب على المستفيدين من المرضى أن يدفعوا كي يكون لهم دور في المراجعة، فالقيمة الحقيقية لتلك الخدمة هي فقط عند لحظة المراجعة، وبالتالي فإنهم يفقدون القيمة عند عدم الحضور بالوقت والمكان المحددين سلفا. فقابلية الخدمة للتلاشي لا تمثل مشكلة عندما يكون الطلب عليه ثابت.³

¹ زكرياء عزام وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص256.

² محمد عبد حافظ، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، الناشر المكتب العربي للمعارف، مصر الجديدة، القاهرة، ص62.

³ زكي خليل مساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ص2016، ص45.

5- الملكية: إن عدم انتقال الملكية يمثل خاصية مميزة للخدمات مقارنة بالسلع المادية، فبالنسبة للسلع يمكن للمشتري أن يستخدم السلعة بشكل كامل وبإمكانه تخزينها واستهلاكها أو بيعها في وقت لاحق وعندما يدفع ثمنها فإن المستهلك يمتلك السلعة أما بالنسبة للخدمة فإن المستفيد قادر على الحصول عليها واستخدامها شخصيا لوقت محدد في كثير من الأحيان (مثل تأجير غرفة في فندق أو استئجار شقة أو سيارة) وأن ما يدفعه لا يكون إلا لقاء المنفعة المباشرة التي تحصل عليها من الخدمة المقدمة إليه.¹

المطلب الثاني: مفهوم قطاع الخدمات

أولاً: تعريف قطاع الخدمات

إن أكثر ما يميز قطاع الخدمات عن غيره من القطاعات هو التنوع (Diversity)، إن مؤسسات الخدمة تتباين من حيث الحجم، فهناك المؤسسات الدولية العملاقة العاملة في مجالات مثل الطيران، المصارف والتأمين والاتصالات والفندقة، وهناك أيضا الشركات المحلية الصغيرة المملوكة من قبل أشخاص مثل المطاعم، صالونات التجميل والحلاقة.

كما توجد شركات تتعامل بالسلع، إلا أنها صارت هي الأخرى تتبارى في تقديم خدماتها للعملاء والزبائن، مثل السوبرماركت وورش الصيانة وغيرها.

وتختص العديد من الخدمات في مجالات مثل توزيع وبيع وتسويق وتركيب وتخزين أشياء مادية وهذه الخدمات تضم عمليات متنوعة مثل تجار التجزئة، وتوجد شركات مسؤولة عن تكوين مخرجات مادية مرتبطة بالوقت مثل شركات الطباعة والتصوير، إن هذه الشركات تعتبر نفسها "خدمة" وتعمل في قطاع الخدمات، أيضا المنظمات الحكومية وتلك التي لا تتبغى الربح هي الأخرى تعمل في قطاع الخدمات.²

ثانياً: خصائص قطاع الخدمات

سوف نتطرق إلى ذكر خصائص قطاع الخدمات وذلك بمراعاته مع قطاع الخدمات الموجهة للخدمات.

1- التعقيد المتزايد والتحويل إلى خدمات ماذا وكيف (what – how)

¹ فريد كورتل، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص96.

² حميد عبد النبي الطائي وبشير عباس العلق، تسويق الخدمات، الطبعة العربية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص18.

في أعقاب العمل الريادي خصوصا هاري فرين (1966) وكذا العديد من المؤلفين (stanback وآخرون 1981) على الأهمية المتزايدة للخدمات الموجهة إلى المؤسسات والدور المركزي للخدمات الرفيعة المستوى للشركات والمنظمات، أصحاب هذا التيار الذي يسمى "انتاج الخدمات الموجهة نظر المجتمع الصناعي الجديد)" على حد تعبير Delaunay و Gadrey (1987)، وتبسيط الضوع على التطور والتنوع وزيادة التمايز في المنتجات (what we produce) والتعقيد المتزايد في الهياكل الإنتاجية للمؤسسات (how we produce)، هذا التحول في (what -how) هو سبب توسيع نطاق الخدمات الوسيطة الموجهة أساسا للمؤسسات، في حين يعتبر هذا البعد مهمل أكثر من قبل نموذج فيشر كلارك ثم يأتي أقل إهمالا في نظريات المجتمع ما بعد الصناعة، وأيضا جزء كبير من تيار الصناعة الجديدة. في هذا السياق، يرجع التوسيع في الخدمات أساسا إلى زيادة الاحتياجات من الخدمات الإضافية الموجهة إلى الشركات، هذه الخدمات تتمثل في خدمات مصاحبة لتوزيع السلع، تدريب الموارد البشرية، التوزيع المكاني أو التنظيم الشامل للنظام الإنتاجي، ومن هنا يبدو أن النظام الإنتاجي هو الذي يظهر من خلال التغيرات التقنية والتنظيمية، وهو في مركز تحليل اقتصاد الخدمات.

2- الخدمات أنظمة معقدة واقتصاد المخاطرة

خلال سنوات 1980، نسجل ظهور نظرية في نمو الخدمات (Giarini 1986) حصته تتقارب بطريقة معينة مع أن من stanback وآخرون، من جانب التعقيد، حيث يعتبر Giarini أنه في المجتمعات الحديثة، الأفراد وأيضا المنظمات لا تشتري شراء السلع ولكن تشتري الأنظمة المعقدة، التي هذه الأنظمة

لنمو بعض الخدمات التي تهدف إلى الحد من عدم اليقين وتغطية المخاطر المالية، فمن المفهوم أن قيمة السلع متزايد مع أدائها واستخداماتها، فكل من الزراعة والصناعة تحتاج إلى الاعتماد بشكل متزايد على الخدمات لتحسين أدائها الاقتصادي، سواء من حيث الإنتاج أو التوزيع وبالتالي لاحظ Giarini أن وظائف الخدمة تتمحور في خمسة مستويات للإنتاج واستخدام الثروة:

- على المستوى البحث والتطوير، خطط الاستثمار ودراسات السوق.
- على مستوى التخطيط والصيانة والتخزين ومراقبة الجودة وإجراءات السلامة.

- على مستوى التوزيع.
- على مستوى العمر الافتراضي للمنتجات.
- على مستوى إدارة النفايات والتلوث في كل مرحلة من مراحل الإنتاج، ولكن أيضا في نهاية العمر الافتراضي للمنتجات.
- ويبدو أن الخدمات كوسيلة استباق، والأغلب والحد من الضعف الطبيعي للأنظمة التي تزداد تعقيدا، فالأمر يتعلق برؤية تأمينية لصالح الخدمات.¹

المطلب الثالث: عوامل نمو قطاع الخدمات

النمو الحاد في الخدمات في بعض البلدان ناتج عن مجموعة من العوامل ومن بين الأوجه الأكثر أهمية هو ارتفاع الضغوط التنافسية التي بهذه العقود الأخيرة، الإصلاح التنظيمي الأسرة النقل والاتصالات والخدمات المالية وبعض خدمات الموجهة إلى المؤسسات، ترجمت في تقليل العقبات التجارة الدولية والاستثمار في الخدمات، ومع تزايد الفرص التنافسية والتبادل الدولي وفتح الحدود الدولية جراء التقدم التكنولوجي وعقود الخدمات أدى إلى فتح أسواق الخدمات.

هناك عدة عوامل ساهمت حاليا في تغييرات ضمن تسيير الخدمات منها:

- عدم وجود قوانين في قطاعات الاتصال، البنوك، النقل، الكهرباء، إلخ، تمنح للزبون إمكانية اختيار المؤسسة الخدمية دون أي عائق جغرافي.
 - التوجه إلى خصوصية القطاع العام الهندسي وتحويله إلى وحدات اقتصادية مسيرة من طرف المستثمرين الخواص والذين يتمتعون بأهداف مختلفة.
 - الإيداعات التكنولوجية سمحت بالعمل على مبادئ التكنولوجية للاتصال والمعلومات في العلاقة مع الزبائن.
 - اتساع رقعة المؤسسة الخدمية أدى إلى تعميم مستوى الخدمات وتدقيق الجودة.
- وهذا النمو السريع في قطاع الخدمات زاد في حصته السوقية من نفقات المستهلكين وكذا من اهتمامات المؤسسات الخدمية بالجودة.²

وهناك عدة أسباب أيضا ساهمت في هذا النمو السريع نلخصها في الجدول التالي:

¹بوصالح سفيان، بوثلجة عبد الناصر، "دور قطاع الخدمات في التنمية المستدامة"، مجلة البديل الاقتصادي، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد 4، 2015، ص82.

² بوصالح سفيان، "التحكم في جودة الخدمة البنكية، دراسة نوعية-كمية في البنك الوطني الجزائري BNA"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة العمليات والإنتاج، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016، ص7.

الجدول رقم (05) : نمو قطاع الخدمات

السبب	النتيجة
- ارتفاع المستوى المعيشي	- استبدال الخدمات الموجهة للاستهلاك
- زمن العطل	- الذاتي بالخدمات المؤقتة
- المرأة في ميدان الشغل	- رحلات وخدمات ثقافية
- الأمل في الحياة	- مساعدات عائلية
- تعقد المنتجات	- الصيب
- اهتمامات بيئية وانخفاض الموارد	- وكلاء
- عدد كبير من المنتجات الجديدة	- كراء، تقاسم
	- تكوين، تنصيب

المصدر: بوصالح سفيان، التحكم في جودة الخدمة البنكية دراسة نوعية، كمية في البنك الوطني الجزائري BNA أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة العمليات والإنتاج، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016.

كما يمكن تقسيم أسباب هذا التطور الحاصل في الخدمات حسب الوجهة النهائية للخدمة

إلى قسمين:

1- الخدمات الموجهة للمستفيدين مباشرة: ساعدت عدة قوى في نمو قطاع الخدمات، حيث تساهم خدمات المستفيدين في تحسين ظروف الحياة، وكلما تقدمت المجتمعات كلما تقلصت المنفعة الحدية الناشئة عن الزيادات الإضافية في المنتجات، وبالرغم من التحسن في أنواع الأغذية والملابس إلا أن استهلاك السلع يعتبر محدودا، ويأتي هذا التراجع بسبب ردود الفعل الحاصلة ضد الفكرة المادية في الحياة، واخذ البحث في التجارب والنشاطات الأكثر حدودية، بالبروز والتصاعد، ولم يعد البحث المستمر عن المعدات هو الهدف الوحيد على الرغم من أن هذا الهدف لم يختفي بأي حال من الأحوال، ويعتبر الوصف الحالي ملائما "إنتاج شيء لا نملكه" وصفا مناسباً مع النقل الحاصل في حجم الأسرة خاصة في الأقطار المتقدمة ما يعني انخفاض الحاجة للسلع.

2- خدمات ذات وساطة: يمكن حصر ثلاث أسباب رئيسية لنمو هذه الخدمات المقدمة من طرف جهات لا تمد بصلة للمستهلك النهائي كالمؤسسات الصناعية والمعاهد الدولية، وهذه الأسباب:

- الفوائد الناجمة عن التخصص في ضوء ذلك تقوم المنظمات الصحية والتعليمية بإحالة مسؤولية التزود بالغذاء ولكن إلى منظمات جديدة متخصصة وتقوم المنظمة الخاصة بالأعمال بإنفاذ عمليات الإعلان إلى وكالة متخصصة في نشاط الإعلان.
- مزيج من فعل التطور التقني السريع والانفجار الحاصل في مجال المعرفة أدى إلى تركيز جل اهتمام منظمات الأعمال في الأزمات اليومية إلا تواجه المنظمة والرغبة في احراز النجاح في وقت قصير ورغبة في مسايرة التطور التقني لجأت منظمات الأعمال والمنظمات الغير ربحية إلى الاستغاثة بمنظمات الخدمات التي لا تملك إلا المعرفة (منظمات خاصة بالاستثمارات).
- الرغبة في المرونة التي تشير إلى شراء الكثير من الخدمات غير الاستهلاكية بالشكل الذي تحتاجه وليس على هيئة تنظيم اجتماعي يقع ضمن المنظمة وعلى هيئة أقسام خاصة بالكلفة الثابتة، فعلى سبيل المثال تقوم أغلب المنظمات بالتعاقد مع منظمة بحوث التسويق للقيام بهذا العمل، وفي نفس الوقت يمكن للمنظمة أن تعتمد على خدمات منظمة تنفيذية للبحث عندما تدعو الحاجة لذلك بدلا من تكوين هذا النوع من النشاط الطارئ ضمن تنظيمها.¹

أولا: الخدمات تضغط تدريجيا

المعهد الوطني للإحصاءات INSEE نشر دراسات عديدة حول الخدمات محاولا تحديد تقسيمات لها، من جهة أخرى نجد غرفة التجارة والصناعة اقترحت تغيير التسمية إلى كلمة "خدمة".

على المستوى الدولي، ظهرت جماعات الضغط، مثل (منتديات الخدمات الأوروبية ESF: مجموعة ضغط تتكون من خمس شركات كبيرة مثل Axa Allaic ، بنك باركليز، فرانس تيليكوم، شركة أليطاليا، UGC إلخ).

وGNS الشبكة العالمية للخدمات جماعة ضغط غير رسمية تكون من شركات أمريكية تعمل في القطاع الخاص الخدمي وقد أنشأت هذه المنظمات للدفاع عن مصالح الخدمة خلال

¹بن قري سميير، "آثار تحرير تجارة الخدمات على التنمية المستدامة في الاقتصاديات النامية"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي وتنمية مستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013-2014، ص10.

مفاوضات منظمة التجارة العالمية، OMC في 2000، هذه الضغوطات تبلورت في وضع مقترحات إلى الدول بهدف توسيع نطاق المواضيع المحددة للخدمات والتي لم تشهد لها مثل مند عدة سنوات حيث عمدت هذه المنظمات ESF و GNS إلى عدة مؤتمرات وتقديم تقارير ومحاضرات دولية في عدة محافل كمؤتمر بانكوك 2000 والمؤتمر العالمي للخدمات في أتلانتا عام 1999.

ثانيا: الخدمات تدرس في الجامعات والمعاهد:

في التعليم ومنذ أكثر من عشر سنوات، MBA الأمريكية وأيضا المدارس العليا للتجارة الأوروبية لديها مناهج أكثر أو أقل متخصصة بشأن موضوع الخدمات، ونذكر من بين جامعة أريزونا، أما في فرنسا، مبادرات منه قبل Aix-en-provence مع شهادة MBA في الخدمات، مبادرة جامعة Lyon DESS Management de la production de services ومبادرات أخرى أكثر أو أقل موجودة حاليا ترمي إلى اعداد الإطارات والمسيرين المستقبلية في التعامل مع الحقائق اليومية للإدارة وتسويق الخدمات التي أصبحت معيار وليس الاستثناء.¹

ثالثا: الخدمات تسيطر على المؤسسات

إن أكبر المؤسسات الخدمية كمجموعة Accor قد أنشئت منذ فترة طويلة جامعات داخلية خاصة بها، وفي أعقاب سنوات 1990 أنشئت حركة MEDEF (Mouvement des entreprises de France) بعض الأسماء الخدمية مثل Sode xho (مؤسسة خدمية متواجدة في 80 بلد) وهي مبادرة لتعزيز الخدمة تحت اسم معهد روح الخدمة داخل الحركة الفرنسية للجودة، هدفها تعزيز الثقافة والسلوك وصورة الخدمة بهدف خلق القيمة.

من جانب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لم يعد المسيرين للمؤسسات باعتبارهم المسؤولين عن عملية الإنتاج بل أصبحوا يعرفون بصيغة أخرى تتمثل في عقود خدمات النظام ومشاريع العمل.

البرامج المجتمعية والإقليمية كانت مخصصة لإعادة تحفيز الصناعات الصغيرة والمتوسطة PMI والآن هي مكرسة بالكامل لخدمة PME على سبيل المثال، بعد الإنتاج الهزيل أطلقت Ceforalp (جمعية الاستثمارات لأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات

¹ بوصالغ سفيان، بوتلجة عبد الناصر، مرجع سبق ذكره، ص 84-85.

الصغيرة والمتوسطة، التي تأسست عام 1997 من قبل منظمات أرباب العمل) برامج قيادية في المرافقة والتكوين حول موضوع احترافية الخدمات.

رابعاً: الخدمات تستحوذ على التكنولوجيات.

الخدمات تمكن الابتكار والتحديث في الشركات، وخاصة الخدمات الموجهة إلى المؤسسات تلعب دوراً أساسياً في نشر التقدم التقني، للتكامل وتكييف المعرفة الجديدة، التكنولوجية ومعرفة العمل ساهمت في تطوير البنية داخل الشركات، فهي في نفس الوقت مسير ووسيط لا يعمل على تسهيل التغيير، فهي حالة التغيير السريع، بعض الخدمات هي في الواقع عوامل متميزة لإنشاء ونشر وتكييف الابتكارات، ويمكن أيضاً اعتبار الخدمات الموجهة إلى المؤسسات بمثابة الابتكارات "المؤسسة" أو "الهيكليّة" لدرجة أنها استطاعت إدخال طرق جديدة للسيطرة على توزيع السلع والخدمات (Gallouj Gallouj).

أحسن مثال على ذلك، ويتعلق الأمر بشركة التكنولوجيا NIKU المتطورة في مجال صناعة البرمجيات الإدارية، تم إنشاؤها عام 2000 على فكرة بسيطة: أتمتة عملية الخدمات الداخلية مثل البحث والتطوير والتسويق والاستثمارات، وخدمة معالجة البيانات سميت .mid-office

بعد موجة انتشار البرامج المتكاملة التي تهتم بالتسيير الإداري والصناعي (مثل على ذلك برنامج ERP: Solutions de gestion intégrées)، بعد أن تركزت البحوث على أنظمة إدارة العميل أو الزبائن CRM ou Gestion de la relation client ظهر أخيراً تسيير الخدمات الداخلية الشاملة (SRM service relation ship Management).

فالشركات الكبيرة مثل شركة يونيليفر اختارت بالفعل خدمات XIKU في أبريل 2002، فحالياً تموقع الخدمات هو موقع تفسيري حيث يجعل من الخدمة المبرر لتحديد المواقع المبتكرة.

خامساً: الخدمات هي مستقبل الصناعة:

لأن في غالب الأحيان عند اقتناء السيارات وجود عدة إعلانات مفاده أنه باقتنائك السيارات ستحصل على كل وسائل الراحة وكذلك استفادتك من خدمات ما بعد البيع وبالتالي تستنتج أنك حصلت على خدمات أكثر منها السيارة في حد ذاتها حيث جاء على لسان شركة بيجو أن الخدمة في مستقبل السيارات.

مثال آخر عن شركة IBM هي بالفعل موجودة لسنوات عديدة كأول شركة لخدمات تكنولوجيا المعلومات في العالم والتي تعدد كشركة منظمة الكمبيوتر، ولكن هي أيضا، تزود البرامج الخاصة بمستخدميها وتكونهم وتتصحبهم... في عام 2000 IBM حققت في مجال الخدمات رقم أعمال يمثل 40% من إجمالي المجموعة، حتى أن نائب رئيس IBM العالمية للخدمات يعتقد أن حساب البرمجيات والخدمات عندما يقرب من 50% من إجمالي مبيعات IBM وأكثر من 80% من الأرباح.¹

المطلب الرابع: أهمية قطاع الخدمات

سوف نتطرق إلى ذكر أهمية قطاع الخدمات أو الدور الذي يلعبه قطاع الخدمات في الدفع بالتنمية الاقتصادية للبلد، وفقا لاقتصاديين من كولين كلارك وسيمون كوزندس وغيرهما، فإن تطوير دولة يعتمد على أداء قطاع الخدمات وتتمثل أهمية هذا القطاع في:

✓ يستطيع قطاع الخدمات توفير مدخلات الإنتاج المادي في قطاع الزراعة والصناعة وفي المرحلة الخلفية التي تسبق عملية الإنتاج مثال ذلك دراسات الجدوى، البحوث المتعلقة بالسوق، تصميم المنتجات.

✓ يلبي حاجات أساسية في شكل غير مباشر كما هو الحال في تقديم فرص العمالة أو توليده لانتاج السوق في القطاع السلي والإنتاجي.

✓ يقوم بدور اجتماعي يتمثل في تخفيض البطالة والفقر، وما يرتبط ذلك من التأثير على المناخ السياسي والاقتصادي، والذي هو ضرورة ملحة كالعلمية الاستثمارية...²

✓ يساهم قطاع الخدمات في الرفع من حجم الاستثمارات في العالم خلال سنة 2018 شكل قطاع الخدمات لوحده 50% من حجم الاستثمارات في العالم، وساهم بحوالي 59% من الوظائف على المستوى العالمي، كما تبلغ مساهمة في إجمالي الناتج المحلي الإجمالي 52%.³

✓ زيادة الإنتاجية: يساعد هذا القطاع القوى العامة من خلال توفير التعليم التقني الكافي والمرافق الطبية المناسبة، علاوة على ذلك تعمل شبكة منظمة من أنظمة النقل

¹ بوصالح سفيان، مرجع سبق ذكره، ص 8 إلى 10.

² سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار الجائس، الطبعة 1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2007، ص 48.

³Centre –univ-mila.dz, 22/6/2021, 16 :00.

والاتصالات على زيادة الحركة والتنقل بين العمال، كل هذه التمويل تجعل العمال أكثر مهارة وكفاءة وبالتالي تزيد الإنتاجية (القدرة الإنتاجية للعمال) في وقت واحد.

✓ الارتقاء في التجارة الدولية: يساعد قطاع الخدمات المتطور، وخاصة النقل والاتصالات المصرفية وما إلى ذلك، على توسيع التجارة الدولية، وبالتالي فإنه سيساعد أيضا على زيادة احتياطي النقل الأجنبي داخل البلاد.

✓ المشاركة في صافي الناتج القومي: في الوقت الحالي، يساهم قطاع الخدمات بأكثر حصة في صافي الناتج القومي للبلاد بتكلفة عوامل الإنتاج (الدخل القومي)، ووفقا للأعوام 2000-2001، فإن 48,5% من الدخل القومي يأتي من قطاع الخدمات، وعلاوة على ذلك، 42,9% من إجمالي السكان العاملين في هذا القطاع.¹

المبحث الثالث: مساهمة هيئات الدعم في قطاع الخدمات

المطلب الأول: مساهمات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI:

سنحاول من خلال هذا المطلب التعرف على الأنشطة التي استأثرت على أكبر عدد من المشاريع على المستوى الوطني في إطار الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، بإعطاء إحصائيات عن عدد المشاريع الممولة من طرف الوكالة حسب كل قطاع، وعدد مناصب العمل التي يوفرها كل قطاع، وذلك الغرض مقارنتها بقطاع الخدمات ومدى مساهمة الوكالة في تمويل هذا القطاع والاهتمام به، بالاعتماد على حصيلة الوكالة في الفترة (2002-2017).

الجدول رقم: (6): المشاريع الاستثمارية المصروح بها في الفترة (2002-أفريل-2017)

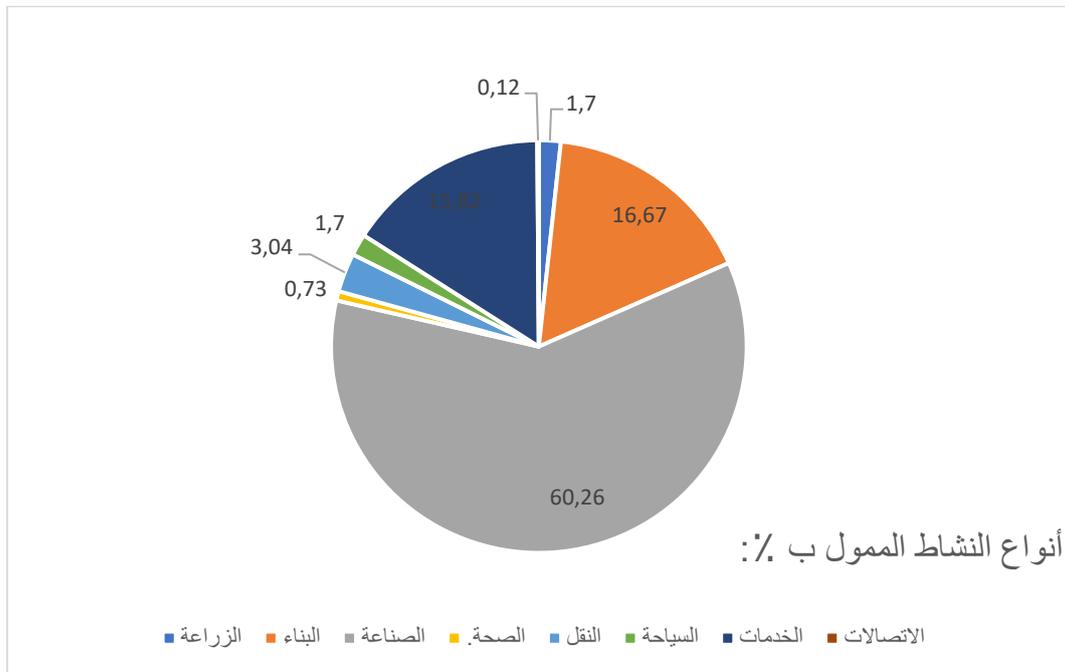
الفرع الصناعي	عدد المشاريع	النسبة	مناصب الشغل
الزراعة	14	1.70%	618
البناء	137	16.67%	23040
الصناعة	495	60.22%	70793

¹<https://tringleinnovationhub.com>, 22/6/2021, 17 :30.

2196	%0.73	6	الصحة
1727	%3.04	25	النقل
6309	%1.70	14	السياحة
13342	%15.82	130	الخدمات
1500	%0.12	01	الاتصالات
119525	%100	822	المجموع

المصدر: بوفاتح بلقاسم: دور الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI) في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الفترة (2002-2017)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي كوغلو بالأغواط، الجزائر، 2017، ص 11.

الشكل رقم (02):نسبة المشاريع الاستثمارية المصرح بها من طرف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في الفترة (2002-أفريل-2017)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (6)

من خلال الجدول رقم (6) نلاحظ أن قطاع الصناعة يحتل المرتبة الأولى من حيث عدد المشاريع الممولة من طرف الوكالة حيث بلغ عدد المشاريع 495 مشروع بنسبة 60.22% من إجمالي المشاريع يليه بعد ذلك قطاع البناء ب 137 مشروع بنسبة 16.67%، ثم قطاع الخدمات في المرتبة الثالثة بحوالي 130 مشروع بنسبة 15.82%، في حين لم تحظى بقية القطاعات إلا بنصيب متواضع من حيث المشاريع رغم أهميتها.

من خلال الشكل رقم (2) أن قطاع الصناعة يعادل بالتقريب أربعة اضعاف قطاع الخدمات وقطاع البناء وهو في المرتبة الأولى وهذا ما يتطابق مع السياسة المتبعة من طرف الوكالة لتشجيع الصناعات المحلية، في حين يليها قطاع البناء وقطاع الخدمات بنسب معتبرة مقارنة بباقي النشاطات الأخرى، وهذا ما يؤكد تشجيع الوكالة لهذه القطاعات السائرة النمو.

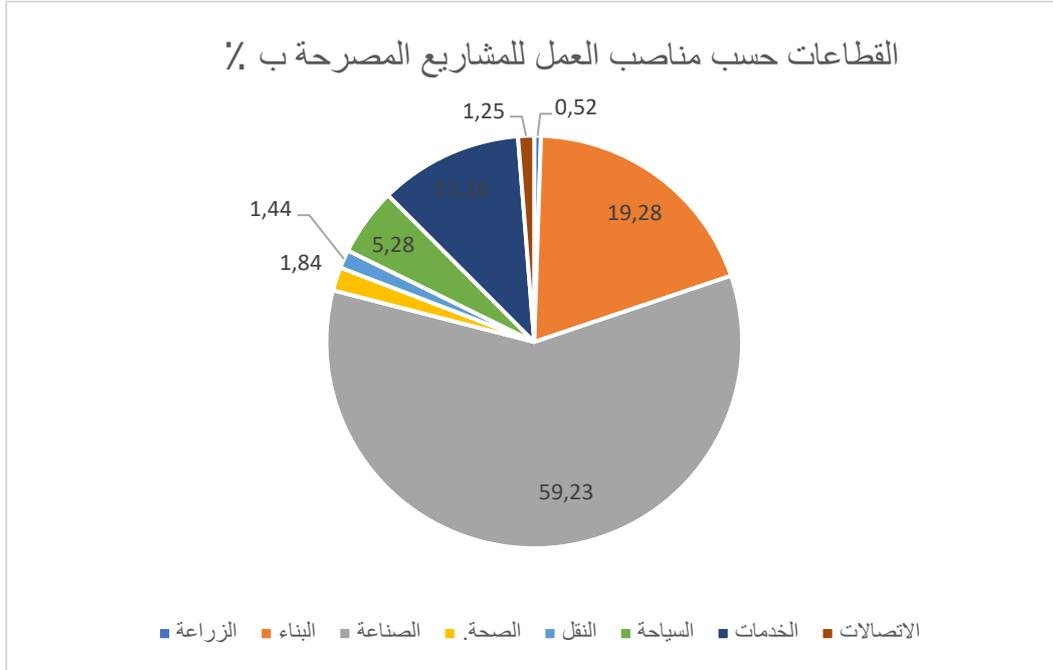
الجدول رقم (7): تطور المشاريع الممولة من طرف الوكالة حسب عدد مناصب العمل (2017-2002)

النسبة	مناصب الشغل	الفرع الصناعي
0.52%	618	الزراعة
19.28%	23040	البناء
59.23%	70793	الصناعة
1.84%	2196	الصحة
1.44%	1727	النقل
5.28%	6309	السياحة
11.16%	13342	الخدمات
1.25%	1500	الاتصالات
100%	119525	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقع الإلكتروني للوكالة (<https://andi.dz>) ومعطيات

الجدول رقم (6)

الشكل (03): نسبة تطور المشاريع الممولة من طرف الوكالة الوطنية ANDI حسب عدد مناصب العمل (2017-2002)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (7)

من خلال الجدول رقم (7) نلاحظ أن قطاع الصناعة يحتل المرتبة الأولى من حيث مناصب العمل حيث بلغت 70793 منصب عمل بنسبة 59.23% من إجمالي المشاريع، وهي نسبة مرتفعة وهذا باعتبار أن عدد المشاريع الممولة كانت من نصيب المشاريع الصناعية، في حين قطاع البناء ب 23040 منصب عمل بنسبة 19.28%، وفي المرتبة الثالثة قطاع الخدمات ب 13342 منصب عمل بنسبة 11.16% وهي نسب مقبولة مقارنة بعدد المشاريع الممولة، في حين جاءت السياحة في المرتبة الرابعة ب 6309 منصب عمل بنسبة 5.28%، وهذا ما يدل على أنها قطاع يحظى باستقطاب العمال رغم نسبته الضعيفة في عدد المشاريع الممولة المصروح بها في حين وفرت لبقية القطاعات الأخرى مناصب عمل ضعيفة.

المطلب الثاني: مساهمة الوكالة الوطنية ANJEM في دعم قطاع الخدمات.

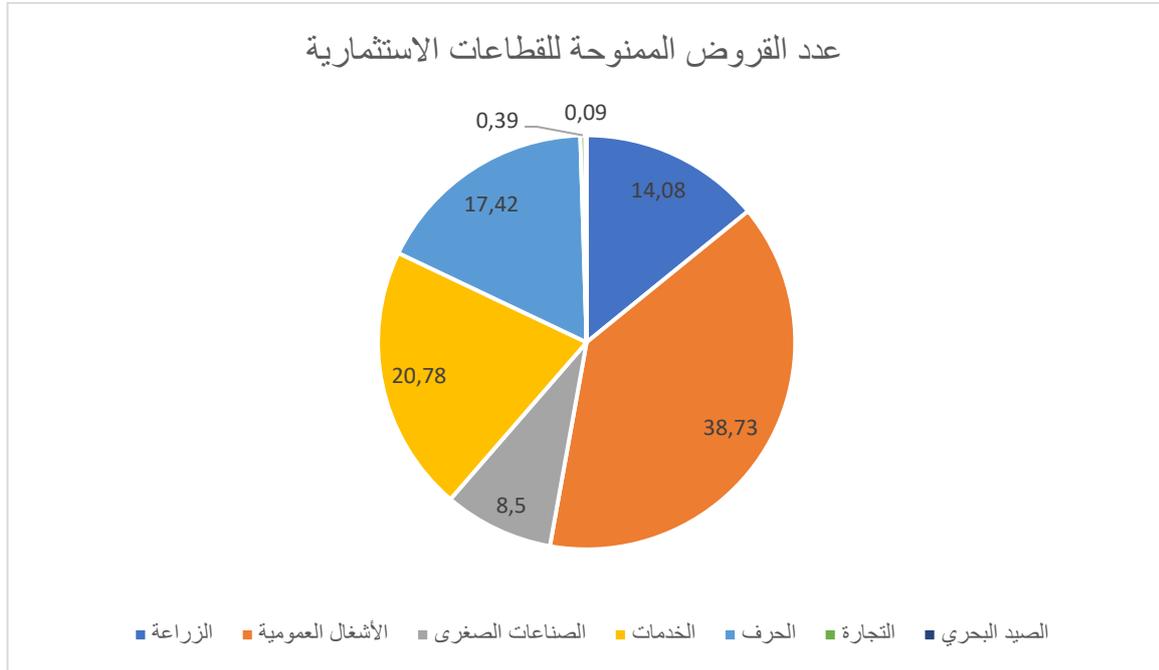
سنحاول من خلال هذا المطلب التعرف على الأنشطة التي تستحوذ على أكبر عدد من القروض الممولة للمشاريع الاستثمارية المصرح بها من طرف الوكالة لتسيير القرض المصرفي على المستوى الوطني.

الجدول رقم (8): عدد القروض الممنوحة حسب قطاعات النشاط في إطار الوكالة الوطنية ANJEM:

النسبة (%)	عدد القروض الممنوحة	القطاعات
14.08%	112880	الزراعة
38.73%	310426	الأشغال العمومية
8.50%	68134	الصناعات الصغرى
20.78%	166534	الخدمات
17.42%	139617	الحرف
0.39%	3164	التجارة
0.09%	758	الصيد البحري
100%	801513	المجموع

المصدر: من الموقع الرسمي للوكالة (www.angem.dz)

الشكل رقم (4):نسبة القروض الممنوحة حسب قطاعات النشاط في إطار الوكالة الوطنية ANJEM:



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (8)

يظهر من خلال معطيات الجدول رقم (8) والشكل رقم (4) أن قطاع الأشغال العمومية وقطاع الخدمات يتصدران قائمة تمويل القروض الممنوحة من طرف الوكالة على المستوى الوطني، حيث بلغت مجموع القروض الممنوحة لقطاع الأشغال العمومية 310426 قرض بنسبة 38.73% من إجمالي المشاريع الممولة، يعود ارتفاع هذه النسب إلى تعدد وتنوع أنشطة هذان القطاعان، بالإضافة إلى إقبال الشباب على هذان النوعان من الاستثمار، في حين تحظى قطاعات الحرف والزراعة بنصيب معتدل، وبقية القطاعات لم تحظى إلا بنصيب ضعيف من إجمالي القروض الممنوحة من طرف الوكالة الوطنية منذ بداية النشاط إلى غاية 2017/08/13.

المطلب الثالث: مساهمة وكالة ANADE في تنمية قطاع الخدمات

سحاول من خلال هذا المطلب التعرف على الأنشطة التي استأثرت على أكبر عدد من المشاريع على المستوى الوطني في إطار الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المشاريع المقاولاتية ANADE بإعطاء إحصائيات عن عدد المشاريع الممولة من طرف الوكالة ومقارنتها بقطاع الخدمات بالاعتماد على حصيلة الوكالة الوطنية في الفترة (2010-2016).

الجدول رقم (9): توزيع المشاريع المصرح بها من طرف الوكالة الوطنية ANADE للفترة (2010-2016) مع النسب.

السنوات	الفلاحة والصيد	%	الحرف	%	البناء والأشغال العمومية	%	الصناعة والصيانة	%	المهن الحرة	%	الخدمات	%	المجموع
2010/12/31	15171	%11	21979	%16	9818	%7	10807	%8	3648	%3	79080	%56	140503
2011	3686	%9	3559	%8	3672	%9	2118	%5	569	%1	29228	%68	42832
2012	6705	%10	5438	%8	4375	%7	3301	%5	826	%1	45167	%69	65812
2013	8225	%19	4900	%11	4347	%10	3333	%8	1042	%2	21192	%49	43039
2014	10487	%26	4255	%10	5106	%12	6614	%16	1450	%4	12944	%32	40856
2015	6862	%29	2170	%9	3838	%16	4913	%21	1205	%5	4688	%20	23676
2016	3479	%31	320	%3	1672	%15	2720	%24	716	%6	2355	%21	11262
2016/12/31	54615	%15	42621	%12	32828	%9	33806	%9	9456	%3	194654	%53	367980

المصدر: من الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (www.ansej.dz)

من خلال الجدول رقم (9) نلاحظ المشاريع الاستثمارية الأكثر تمويلا من طرف الوكالة الوطنية والتوجهات الجديدة في شروط الأنشطة التي يتم تمويلها، حيث سجلنا سيطرة قطاع الخدمات على الاستثمارات الممولة من إجمالي الاستثمارات خلال معظم السنوات، وبنسب معتبرة مقارنة بنسب ضعيفة في القطاعات الاستثمارية الأخرى رغم أهميتها وهذا راجع إلى رغبة

معظم الشباب في تحقيق الربح السريع ونقص روح المبادرة لديهم في الاستثمار طويل المدى، بالإضافة إلى سهولة تسيير هذا القطاع، إلا أنه خلال سنتي 2015 و2016 تفوق قطاع الزراعة والصيد البحري على قطاع الخدمات، مما يدل على بداية الاعتماد والتوجه نحو هذا القطاع، وكذلك قطاع الصناعة شهد ارتفاع محسوس.

خلاصة

و كخلاصة لهذا الفصل يمكن القول أنه بهدف تنمية وتطوير مختلف القطاعات في الجزائر وخاصة قطاع الخدمات ، تم إنشاء مجموعة من الهيئات المختصة في دعم المقاولاتية والتي تعمل على تقديم جملة من المساعدات المالية وغيرها من التسهيلات اللازمة لتنمية المشاريع المقاولاتية الصغيرة وبالتالي إنشاء المؤسسات، اد تتمثل هذه الهيئات في الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، بالإضافة إلى الصندوق الوطني للتأمين على البطالة.

و من خلال ما عرضناه سابقا، فهي تعمل على تشجيع وتوجيه الشباب إلى إنشاء المؤسسات الصغيرة والقيام بالمشاريع الاستثمارية للتخفيف من حدة البطالة وتحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية للدولة، وبالتالي النهوض بمختلف القطاعات في الجزائر ولاسيما قطاع الخدمات.

الفصل الثالث: دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية
المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات، فرع جيجل

تمهيد

المبحث الأول: تقديم الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية فرع جيجل

المبحث الثاني: أساليب المعالجة الاحصائية واختبار أداة الدراسة

المبحث الثالث: دراسة تحليل نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات.

الخلاصة.

تمهيد

نظرا لأهمية موضوع الدراسة واتساعه وبعد الانتهاء من الجانب النظري له، كان لابد من ربط الجانب النظري بالجانب التطبيقي وذلك بهدف التحقق من الاستنتاجات التي تم التوصل إليها في الدراسة النظرية للبحث إذ لابد من إسقاطه على الواقع العملي من أجل معرفة الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات وذلك بالتوجه إلى الوكالة من أجل منحنا المعلومات اللازمة للدراسة.

وفي هذا السياق سنتطرق في هذا الفصل بالدراسة والتحليل إلى ما يلي:

- 1- تقديم الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية فرع جيجل
- 2- أساليب المعالجة الاحصائية واختبار أداة الدراسة.
- 3- دراسة تحليل نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: تقديم الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية فرع جيجل ANDE

تعتبر الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية إحدى الهياكل التي أنشأتها الدولة بهدف تنمية وتطوير المؤسسات المصغرة، وتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية المرجوة منها وأهمها التخفيض معدلات البطالة وتحقيق دعم المشاريع المقاولاتية لدى الشباب المقاول الراغب في الاستثمار، وسوف نتطرق في هذا المبحث لمختلف الجوانب القانونية التي تتعلق بالوكالة من المهام المسطرة لها وكذا الهيكل التنظيمي للوكالة ، وكذا الأجهزة المكملة لعملها.

المطلب الأول : نشأة ومهام وشروط تأهيل الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولين ANDE

أولاً: نشأة الوكالة الوطنية ANDE

نشأة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ضمن سلسلة الاجراءات المتخذة من طرف الدولة بهدف دعم سياسة التشغيل، وقد تم انشاء الوكالة عبر سلسلة من النصوص التشريعية واضحة بذلك الاطار العام والأسس المنظمة لها والتي تم نشرها في سنة 1996م وسنة 2020:¹ الأمر التنفيذي رقم 96- 296 المؤرخ في سبتمبر 1996 يتضمن انشاء الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب وتحديد قانونها الاساسي.

الأمر التنفيذي رقم 20 - 329 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 96-296 يتضمن تغيير تسمية الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية وهذا بعد تحويل سلطة الوصاية عليها من وزارة العمل والتشغيل إلى الوزارة المكلفة بالمؤسسات المصغرة.

1-تعريف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ANDE: هي هيئة ذات طابع عمومي، تعمل تحت وصاية الوزير المنتدب المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أنشأت بهدف مرافقة الشباب ذوي المشاريع قصد احداث أنشطة انتاجية وخدماتية أو توسيعها وفق مقاربة اقتصادية تهدف إلى خلق الثروة ومناصب العمل، بالاضافة إلى تشجيع أنواع الأعمال والتدابير الرامية إلى ترقية المبادرة المقاولاتية.

تضم الوكالة الوطنية فرع " جيجل " تغطية كل الدوائر والبلديات على مستوى الولاية، يقع الفرع حاليا في حي عسوس 200 مسكن عدل - بومارشي بعد ما كان سابقا مقره الحي الاداري.

¹مجموعة من النصوص التشريعية والتنظيمية لجهاز دعم التنمية المقاولاتية، الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، الجريدة الرسمية.

يتم التسجيل فيها من طرف الشباب ذوي المشاريع عن طريق وثيقة واحدة فقط تسمى استمارة التسجيل تحمل من الموقع الإلكتروني للوكالة www.ansej.org.dz أو من خلال التسجيل عن طريق الموقع الإلكتروني promoteur.ansej.org.dz. كما يحدد المبلغ الأقصى للاستثمار فيها بعشرة ملايين دينار جزائري (10.000.000) دج سواء في مرحلة الانشاء أو التوسيع.

القروض الغير مكافأة والمكملة للمشروع لا تدخل في حساب الحد الأقصى للاستثمار.

ثانيا: مهام الوكالة الوطنية ANDE:

- تقديم الاستشارة ومرافقة الشباب ذوي المشاريع.
- تزويد الشباب ذوي المشاريع بكافة المعلومات ذات الطابع الاقتصادي والتقني والتشريعي والتنظيمي المتعلقة بنشاطاتهم
- تطوير العلاقة مع مختلف شركاء الجهاز (بنوك ، مصالح الضرائب، صناديق الضمان الاجتماعي للاجراء ولغير الاجراء....)
- تطوير الشراكة بين القطاعات لتحديد فرص الاستثمار في مختلف القطاعات
- ضمان تكوين متعلق بالمؤسسة لصالح الشباب ذوي المشاريع.
- تشجيع كل شكل اخر من الأعمال والتدابير الرامية إلى ترقية احداث الأنشطة وتوسيعها.

ثالثا: شروط التأهيل:

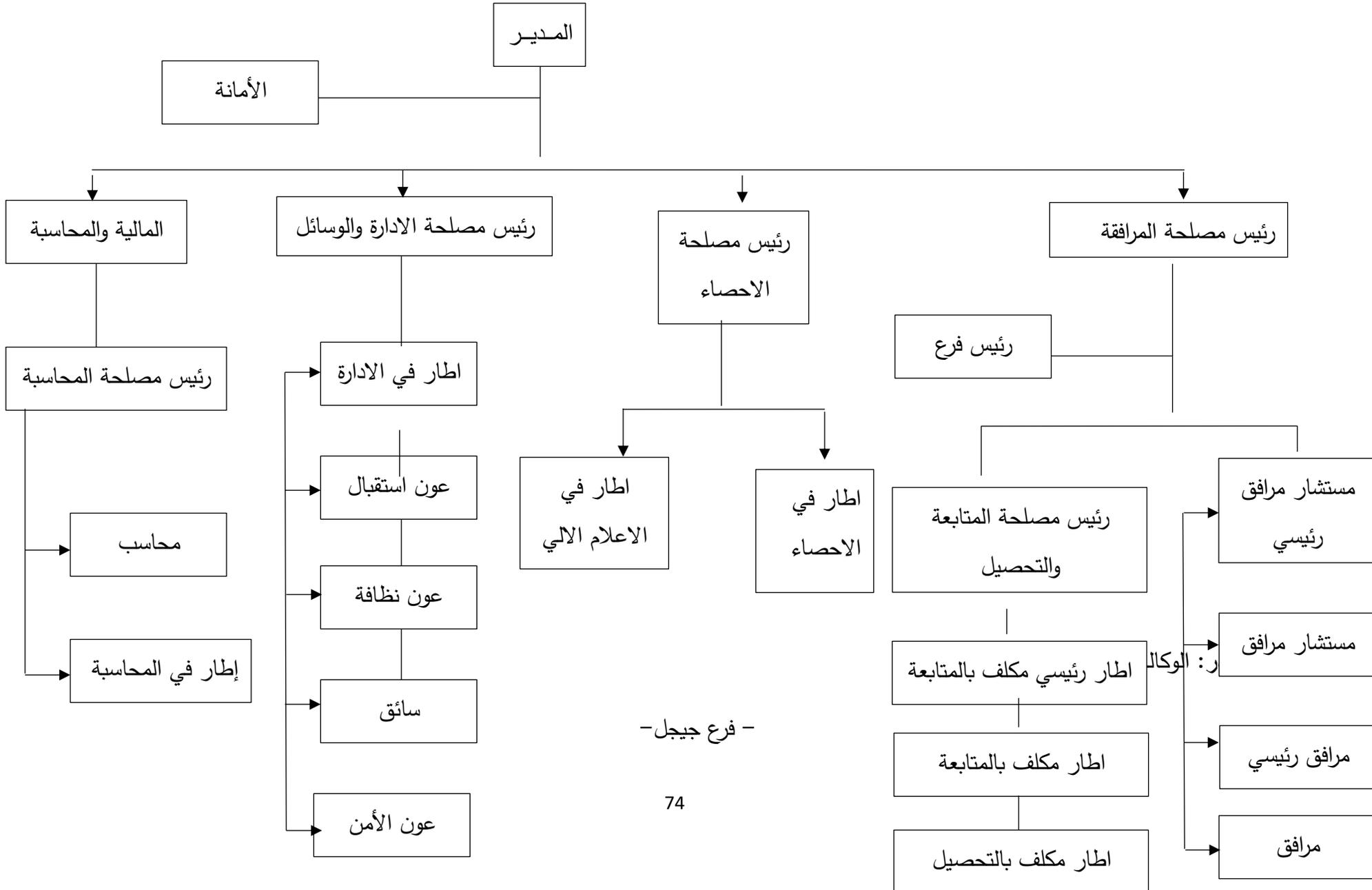
- أن يتراوح سن الشاب أو الشباب ما بين 19 و40 سنة كحد أقصى.
- أن يكون أو يكونوا ذوي شهادة أو تأهيل مهني و/ أو لديهم مؤهلات معرفية معترف بها.
- أن يقدم أو يقدموا مساهمة شخصية في شكل أموال خاصة
- أن لا يكونوا شاغلين وظيفية مأجورة عند تقديم استمارة التسجيل للاستفادة من الاعانة.
- أن لا يكون قد استفاد من اعانة بعنوان احداث النشاطات.

المطلب 2: الهيكل التنظيمي ومسار انشاء مؤسسة

أولا : الهيكل التنظيمي:

كانت الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاوالتية تعتمد على هياكل بسيطة جدا، ولا تحتوي على خلايا كثيرة الفروع المكلفة بالتشغيل، ومع مرور الوقت والتعديلات الوزارية الجديدة أبدت الدولة اهتمامها بهذا الجهاز، ومنه عرف الهيكل التنظيمي تطور كبير وتعديلات في مختلف المصالح والتي نستعرضها في الشكل 5 .

الشكل 05: مخطط الهيكل التنظيمي



- فرع جيجل -

ثانيا : مهام كل مصلحة من مصالح الوكالة:**مهام المدير:**

- متابعة مشاريع التنمية في الوكالة.
- إدارة الوكالة السهر على حسن سيرها.
- يدير ويسير الميزانية التي تمول المشاريع.

مهام المكلف بالإحصاء:

- إنشاء وتحديث ملف المؤسسات المصغرة الناجحة.
- الاستماع إلى انشغالات الشباب.
- المشاركة في إثراء وتحديث الموقع الإلكتروني في النشرة الخاص بالوكالة في الولاية.
- تعريف وتبسيط جهاز الوكالة لدى الشباب وللاستفادة منه.
- يعتبر كمساعد للمدير حيث يكلفه المدير بمهام داخلية أو خارجية مع هيئات أخرى.
- المشاركة في التظاهرات حيث يقوم بتحضير كل ما يلزم للمشاركة في المظاهرات.

مهام قسم الإحصاء والاعلام الآلي:

- المبادرة بكل دراسة تتعلق بالمؤسسة المصغرة وتشجيع روح المقاولتية لدى الشباب.
- اعداد المخططات التقديرية لتعداد المستخدمين.
- اعداد مخطط التكوين وتحسين المستوى وتحديد المعارف وتمويل مستخدمي الوكالة.
- ضمان المحافظة على الأرشيف طبقا للتنظيم المعمول به.
- تحسين جرد ممتلكات الوكالة المنقولة والعقارية.
- القيام بعملية تهيئة وإعادة تهيئة منشأة الوكالة.

المهام المالية والمحاسبية:

- اعداد ميزانية الوكالة وضمان تنفيذها ومتابعتها ومراقبتها.
- ضمان مسك الدفاتر وسجلات الوكالة طبقا للتنظيم المعمول به.
- تدعيم الحصيلة المحاسبية والجبائية للوكالة.
- الحرص على التمويل المنتظم للحسابات البنكية لتمويل مشاريع الشباب وأصحاب المشاريع.

- ضمان تسيير طلبات التمويل.

مهام مصلحة المرافقة:

- المهنة الرئيسية هي مرافقة الشباب للحصول على التجهيزات اللازمة.
- توجيه الشباب نحو الاستثمار في المشاريع التي تخلق قيمة مضافة.
- مرافقة الشباب عند دخوله مرحلة الاستغلال عن طريق المعايينات المبدئية في مقر عمله.
- تكوين الشاب صاحب المشروع في تقنيات تسيير المؤسسة المصغرة عن طريق تقديم نصائح في مختلف المواد التي تفيد الشباب في تسيير أحسن لمشروعه.

مهام مصلحة المتابعة والتحصي:

- تحصيل القروض.
- المتابعات القضائية والمنازعات.
- المتابعة الميدانية للمشاريع.

ثالثا: مسار انشاء مؤسسة مصغرة

يجب على الشاب المقاول الراغب في انشاء مؤسسة مصغرة اتباع المراحل التالية:

1-التحسيس والاعلام

حصول الشاب على كافة المعلومات الخاصة بالجهاز من مرافقة، تكوين، امتيازات، وفرص الإستثمار، وذلك عن طريق حضور إحدى التظاهرات التي تنظمها الوكالة بصفة دورية أو عبر الإطلاع على البوابة الرقمية للوكالة أو التقرب المباشر من إحدى فروع وملحقات الوكالة التي تغطي كافة التراب الوطني.

2-تكوين فكرة المشروع

إن فكرة المشروع يجب أن تكون نتيجة الدراسة والتقصي الناجع لفرص الإستثمار وكذا توافقها مع مؤهلاتكم (العلمية أو المهنية) وقدر اتمك على تجسيدها.

3-التسجيل عبر البوابة الإلكترونية :

بعد تعيين المشروع المراد إنشائه وكذا العتاد الواجب إقتنائه، يمكن للشاب الدخول إلى الموقع الإلكتروني للوكالة قصد مباشرة عملية التسجيل الإلكتروني عبر إدراج كافة البيانات المتعلقة بشخصه، شركائه إن وجدوا ومؤسسته.

4-دراسة المشروع ومخطط الاعمال

بعد اتمام مرحلة التسجيل تبدأ مرحلة التعمق في دراسة المشروع وعملية انجاز مخطط الاعمال بعد دعوتكم من طرف الوكالة، بمعية الاطار المكلف بمرافقة مشروعكم من خلال جمع كل المعلومات اللازمة فيما يخص:

✓ العتاد المراد اقتنائه.

✓ مقر النشاط ولاسيما محيط المؤسسة المصغرة المراد انشاؤها.

✓ دراسة السوق.

✓ اختيار التقنيات.

✓ الموارد البشرية.

✓ الدراسة المالية.

5-تقديم المشروع أمام لجنة انتقاء واعتماد وتمويل المشاريع

خلال هذه المرحلة تقومون بعرض مشروعكم أمام لجنة انتقاء واعتماد وتمويل المشاريع، لدراسته والفصل فيه سواء بالقبول والتأجيل او الرفض المعلن.

حالة القبول: ابداع ملفكم الاداري والمالي.

حالة التأجيل : عليكم برفع التحفظات الموضوعية من طرف اللجنة من اجل اعادة عرض المشروع مرة اخرى امام اللجنة.

حالة الرفض: يمكنكم تقديم طعن لدى الملحقة في غضون 15 يوما بعد الحصول على قرار رفض اللجنة.

6- الموافقة البنكية والإنشاء القانوني للمؤسسة المصغرة

1. يودع ملفكم لدى البنك فيما يخص التمويل الثلاثي من طرف ممثل الوكالة للحصول على الموافقة البنكية.
2. بعد الحصول على الموافقة البنكية، انتم ملزمون بالقيام بإنشاء القانوني لمؤسستكم المصغرة.

7- تكوين الشاب المستثمر

قبل تمويل مشروعكم، يجب عليكم اتباع تكوين فيما يخص

تقنيات تسيير المؤسسة المصغرة، الذي تتكفل به الوكالة داخليا عن طريق مكونيها.

8- تمويل المشروع

بعد الانشاء القانوني للمؤسسة المصغرة واتمام الإجراءات تقوم الوكالة بتمويل مشروعكم.

9- انجاز المشروع والدخول في مرحلة الاستغلال

بعد تمويل المشروع من طرف الوكالة واتباع كل الاجراءات المعمول بها بخصوص هذه المرحلة، يجب عليكم الحصول على العتاد وتركيبه لمباشرة النشاط.

المطلب الثالث: مساهمة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية - فرع جيجل - في دعم قطاع الخدمات.

سنحاول من خلال هذا الفرع التعرف على أكبر الأنشطة الاستثمارية الممولة على مستوى ولاية جيجل

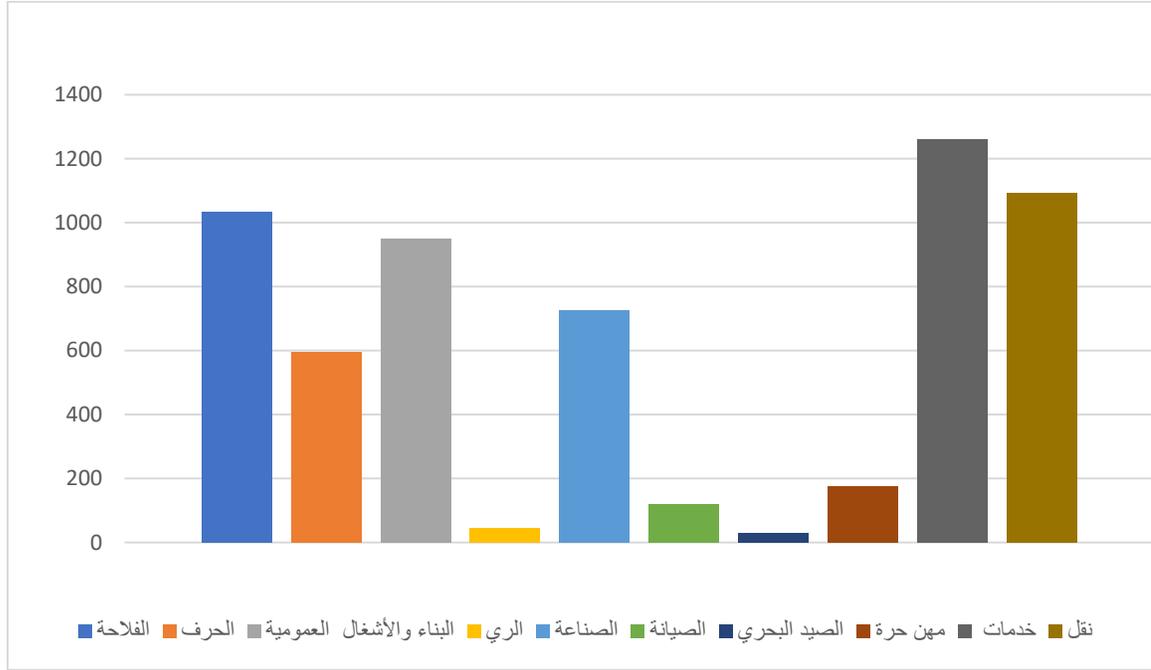
في إطار الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في الفترة الممتدة من (1998-2020).

الجدول رقم (10): توزيع المشاريع الاستثمارية المصرح بها من طرف الوكالة الوطنية من الفترة (1998-2020) - فرع جيجل -

النسبة %	عدد المشاريع الممولة	قطاعات النشاط
17.15%	1034	الفلاحة
9.87%	595	الحرف
15.74%	949	البناء والاشغال العمومية
0.76%	46	الري
12.06%	727	الصناعة
1.99%	120	الصيانة
0.48%	29	الصيد البحري
2.92%	176	مهن حرة
20.91%	1261	خدمات
18.12%	1092	النقل
100%	6029	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية - فرع جيجل -

الشكل رقم (6): نسبة توزيع المشاريع الاستثمارية المصرح بها من طرف الوكالة الوطنية من الفترة (1998-2020) - فرع جيجل -



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (10)

يظهر من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (6) أن قطاع الخدمات يتصدر قائمة النشاطات الاستثمارية الممولة بحوالي 1261 مشروع خدمات ممول بنسبة 20.91% التي مولتها الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في ولاية جيجل من إجمالي المشاريع الممولة في الفترة (1998 إلى غاية 2020)، وهذا الارتفاع يرجع إلى اهتمام الشباب المستثمر بهذا القطاع لسهولة تسيير هذا القطاع وتحقيق الربح فيه.

في المرتبة الثانية نجد قطاع النقل بحوالي 1092 مشروع بنسبة 18.12% ثم يليها قطاع الفلاحة في المرتبة الثالثة ب 1034 مشروع بنسبة 17.15%، ثم يليها قطاع البناء والأشغال العمومية ب 949 مشروع بنسبة 5.74% وقطاع الصناعات ب 727 مشروع بنسبة 12.46% من إجمالي المشاريع الممولة، وهي نسب معتدلة ويعود ذلك إلى تنوع وتعدد الأنشطة في هذه القطاعات وإقبال الشباب على هذه القطاعات نظرا لقلّة المخاطر فيها ولحيوية هذه القطاعات على مستوى ولاية جيجل، في حين حظيت القطاعات الأخرى بنسب ضعيفة رغم أهميتها.

المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

المطلب الأول : منهجية الدراسة

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

أ- مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث مصطلح علمي ومنهجي يراد به كل ما يمكن أن يعمم نتائج البحث، حيث يشتمل مجتمع دراستنا على مجموعة من أصحاب المشاريع بولاية جيجل المستفيدين من خدمات الوكالة.

ب- عينة الدراسة :

العينة هي مجموعة جزئية ومختارة لمجتمع الدراسة الكفيلة لتوفير البيانات المطلوبة ، حيث تم الاعتماد في دراستنا على عينة غير عشوائية، وقد اشتغلنا على 80 مفردة وقمنا بتوزيع استمارة الاستبيان عليهم، ويوضح الجدول الموالي حصيلة توزيع الاستبيان على عينة دراستنا:

الجدول رقم (11):حصيلة توزيع الاستبيان

النسبة المئوية	التوزيع التكراري	الاستبانة
62,5	50	الاستبانات المسترجعة
37,5	30	الاستبانات الغير مسترجعة
100	80	الاستبانات الموزعة

المصدر : من إعداد الطالبتين

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنه تم توزيع (80) استبانة، حيث تم استرجاع (50) استبانة أي ما يعادل نسبة 62,5% من اجمالي الاستبانات الموزعة، في حين بلغ عدد الاستبانات غير مسترجعة (30) استبانة بنسبة 37,5% من اجمالي الاستبانات الموزعة.

وبناء على ما تم استرجاعه من استبانات والمقدر عددها ب (50) استبانة، فإن حجم العينة الخاضعة للدراسة هو (60) صاحب مشروع.

ثانيا: تصميم الاستبيان

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قمنا باستخدام الأسلوب الميداني، وذلك بعد خضوع الاستبيان لبعض أساتذة التخصص، تم الوصول إلى استبيان واعتماده كأداة لجمع البيانات والمعلومات من أفراد عينة الدراسة وهذا باعتباره الأداة الأكثر ملائمة وفعالية لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة، حيث تم تقسيم الاستبيان إلى قسمين كالتالي:

القسم الأول:تضمن البيانات الشخصية.

القسم الثاني:يشمل أربعة محاور، حيث يمكن توضيحها كما يلي:

- ✓ **المحور الأول:**تضمن عبارات لدور الوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق (العبارات 01 – 02).
- ✓ **المحور الثاني:** تضمن عبارات لدور الوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق (العبارات من 03 إلى 08).
- ✓ **المحور الثالث:**تضمن عبارات لدور الوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الانتاج والتوزيع (العبارات من 09 إلى 15).
- ✓ **المحور الرابع:**تضمن عبارات لدور الوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح (العبارات من 16 إلى 21).

ثالثا: تحديد شكل الأسئلة

لمعالجة البيانات الإحصائية تم الاعتماد على برنامج spss الإصدار 20 ، في إدخال البيانات والحصول على مختلف النتائج المطلوبة بدقة ومصداقية في حساب المتوسطات الحسابية للعبارات وكذلك الانحراف

المعياري للتعرف على مدى انحراف إجابات مفردات العينة لكل عبارات متغيرات الدراسة، وقد اعتمدنا على سلم ليكرت ، وهو سلم يهدف لقياس درجة الموافقة .

الجدول رقم (12): سلم ليكرت الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين.

يتكون هذا المقياس من خمسة نقاط تتراوح بين 1 ويعبر عن غيرالموافقة بشدة ، الرقم 2 يعبر عن غير الموافقة على العبارات، في حين يعبرالرقم 3 على الحيادية، أما الرقم 4 فيعبر على الموافقة، وأخيرا الرقم 5والذي يعبر عن الموافقة بشدة، وعليه قمنا بتقسيم السلم كمايلي :

✓ حساب المدى:

المدى يعبر عن الفرق بين أعلى وأدنى درجة.

$$\text{المدى: } 4=1-5$$

✓ حساب طول الفئة:

$$\text{طول المدى} = \frac{\text{الفئة}}{\text{عدد درجات المقياس}} = \frac{4}{5} = 0.8$$

يتم إضافة هذه القيمة (0.8) إلى قيمة في مقياس ليكرت الخماسي (1) وذلك لتحديد الحد الأعلى لطول الفئة الأولى ويمكننا إظهار فئات مقياس ليكرت ودلالاته في الجدول التالي :

الجدول رقم (13): فئات مقياس ليكرت

الفئات	الدرجة	دالاتها
[من 1 - 1,80]	غير موافق بشدة	درجة عالية من الرفض
[من 1,80-2,60]	غير موافق	درجة ضعيفة من الرفض
[من 2,60-3,40]	محايد	بين الرفض والقبول
[من 3,40-4,20]	موافق	درجة منخفضة من القبول
[من 4,20-5]	موافق جدا	درجة مرتفعة من القبول

المصدر: من إعداد الطالبين.

المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة

بعد فحص جميع الاستبانات المسترجعة، قمنا بتفريغ وإدخال بياناتها في الحاسوب باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية "Statistical Package For Social Sciences" والذي يرمز له اختصارا (SPSS) والذي يحتوي على مجموعة من الأساليب والإختبارات الإحصائية التي تندرج ضمن الإحصاء الوصفي والإستدلالي ومن خلاله فقد استخدمنا الأساليب الإحصائية التالية:

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الإستبانة، ومعرفة مقدار تشتت الإجابات.

التكرارات والنسب المئوية: تم الاستعانة بها للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وتحديد استجابات أفرادها اتجاه فقرات المحاور الخاصة بالاستبانة.

معامل الثبات "ألفا كرونباخ": تم استخدامه للتأكد من ثبات الإستبانة، حيث أنه من الناحية التطبيقية يعتبر ثبات أداة الدراسة⁽¹⁾:

- ضعيفا: إذا كان معامل ألفا كرونباخ أقل من (0.6) .
- مقبولا: إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين (0.6 و 0.7) .
- جيدا: إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين (0.7 و 0.8) .
- ممتازا: إذا كان معامل ألفا كرونباخ أكبر من (0.8) .

إختبار (T) في حالة عينة واحدة: لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي 3 أو زادت أو قلت عن ذلك، وقد تم استخدامه في إختبار الفرضيات.

المطلب الثالث: اختبار أداة الدراسة

بعد الانتهاء من تصميم الاستبانة، قمنا باختبار مصداقيتها وثباتها بمعنى مدى ملائمتها لقياس ما صممت من أجله، وذلك عن طريق الإجراءات التالية:

1- إختبار الثبات:

بعد حصولنا على البيانات المتعلقة بالموضوع من خلال الاستبيان، قمنا بحساب ثبات المقياس والبيانات من خلال معامل (الفالكرونباخ)، وتعتبر القيمة المقبولة لهذا المعامل من 60 % فأكثر وكانت نتائج اختبار الفالكرونباخ كما هو مبين في الجدول الموالي:

⁽¹⁾ محمود مهدي البياتي، تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS). الطبعة الأولى، دارالحامد، عمان، الأردن، 2005، ص50.

الجدول رقم (14) : إختبار ألفا كرونباخ

ألفا كرونباخ	عدد العبارات	محاور الإستمارة
0,60	02	المحور الأول
0,62	05	المحور الثاني
0,69	06	المحور الثالث
0,63	05	المحور الرابع
0,78	18	المجموع الكلي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن معامل الثبات الكلي لأداة البحث بلغ (0,78)، وهو معامل ثبات جيد ومناسب لأغراض البحث، كما تعتبر جميع معاملات الثبات لمحاور البحث وأبعادها مناسبة لأغراض البحث، بهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث (أي ثبات استبانة البحث)، مما يجعلنا على ثقة تامة بصحتها وصلاحياتها لتحليل النتائج.

2- إختبار صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المجال الذي تنتمي إليه هذه العبارات، وقد تم حساب صدق الاتساق الداخلي لعينة الدراسة المكونة من (50 فردا) وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط (بيرسون).

نتائج اختبار صدق الاتساق الداخلي لمحاور الدراسة موضحة في الجدول الموالي:

جدول رقم (15): الصدق البنائي

مستوى المعنوية	معامل الارتباط R	
0,001	0,466	المحور الأول
0,000	0,784	المحور الثاني
0,000	0,847	المحور الثالث
0,000	0,746	المحور الرابع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات spss.

يبين الجدول رقم () معاملات الارتباط (بيرسون) لمحاور الدراسة، حيث أن قيم معاملات الارتباط تراوحت بين (0,466) و(0,847) وهي جميعها موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0,05، وهذا يعني أن عبارات الاستبانة صادقة لما وضعت له.

المبحث الثالث: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة على الاستبانة

سوف يتم التطرق من خلال هذا المبحث إلى نتائج الدراسة التي تحصلنا عليها من خلال البحث الميداني الذي قمنا به، ومحاولة مناقشة وإعطاء تفسيرات لهذه النتائج.

المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة

1. توزيع أفراد عينة الدراسة

الجدول رقم (16): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حصولهم على مرافقة الوكالة الوطنية للمقاولاتية

النسب المئوية	التكرار	المرافقة
98	49	نعم

02	01	لا
100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة فئة الحاصلين على مرافقة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية كانت كبيرة جدا بنسبة (98%) على عكس فئة الغير حاصلين على مرافقتها بنسبة (2%) .

الجدول رقم (17): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نشاط مؤسساتهم في مجال قطاع الخدمات

النسب المئوية	التكرار	المجال
42	21	الخدمات الفندقية والسياحية
14	7	خدمات النقل والمواصلات
44	22	خدمات أخرى
100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه، نلاحظ أن أعلى نسبة لنشاط مؤسسات أفراد العينة في قطاع الخدمات بلغت (44%) وهي الخاصة بالخدمات الأخرى، تليها الخدمات الفندقية والسياحية بنسبة (42%) أما خدمات النقل والمواصلات فسجلت أقل نسبة ب (14%).

الجدول رقم (18): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد العمال داخل مؤسساتهم

النسب المئوية	التكرار	الفئة
38	19	أقل من 9
56	28	من 10 - 49 عامل
6	3	من 50 - 200 عامل
100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه، نلاحظ أن أغلب فئة لعدد العمال هي الفئة (من 10-49 عامل) بنسبة (56%)، تليها الفئة (أقل من 9) بنسبة (38%)، أما الفئة (من 50-200 عامل) فسجلت أقل نسبة ب (6%).

الجدول رقم (19): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المشاركة مع أشخاص آخرين

النسب المئوية	التكرار	المشاركة
34	17	نعم
66	33	لا
100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه، نلاحظ أن فئة أفراد العينة التي كانت لها مشاركة مع أشخاص آخرين بلغت (34%)، في حين أن الفئة التي لم تكن لها مشاركة بلغت (66%).

المطلب الثاني: تحليل البيانات التطبيقية

سنحاول من خلال هذا المطلب عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات محاور الاستبانة

1. تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الأول :

الجدول رقم (20): تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الأول

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة	موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
1	01	08	10	09	22	3,6	1,03	مرتفعة	2
2	06	14	00	09	21	3,66	0,91	مرتفعة	1
					المتوسط الحسابي العام، والانحراف المعياري العام				
					مرتفعة				
					0,82				
					3,63				

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي العام (3,63) والانحراف المعياري العام (0,82) وحسب المقياس المعتمد فإن متوسط درجة موافقة الأفراد حول عبارات المحور الأول هي درجة مرتفعة، حيث احتلت المرتبة الأولى العبارة رقم (2) متوسط حسابي (3,66) وانحراف معياري (0,91) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، في حين احتلت المرتبة الثانية العبارة رقم (1) متوسط حسابي (3,6) وانحراف معياري (1,03) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة.

2. تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الثاني :

الجدول رقم (21): تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الثاني

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
3	02	10	13	21	04	3,28	1,05	متوسطة	4
4	01	01	10	30	08	3,92	0,77	مرتفعة	1
5	03	11	12	17	07	3,26	1,12	متوسطة	5
6	02	06	09	27	06	3,56	0,95	مرتفعة	2
7	03	05	17	17	08	3,46	1,03	مرتفعة	3
						3,49	0,62	مرتفعة	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي العام (3,49) والإنحراف المعياري العام (0,62) وحسب المقياس المعتمد فإن متوسط درجة موافقة الأفراد حول عبارات المحور الثاني درجة مرتفعة، حيث احتلت المرتبة الأولى العبارة رقم (4) بمتوسط حسابي (3,92) وإنحراف معياري (0,77) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، في حين احتلت المرتبة الثانية العبارة رقم (6) بمتوسط حسابي (3,56) وإنحراف معياري (0,95) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة. أما المرتبة الثالثة فكانت للعبارة رقم (7) بمتوسط حسابي (3,46) وإنحراف معياري قدره (1,03) ووفق المقياس المعتمد فالعبارة مرتفعة، وجاءت العبارات (3) و(5) في المرتبتين الرابعة والخامسة،

وجاء كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارتين على التوالي كمايلي: المتوسط الحسابي (3,28) و(3,26) الانحراف المعياري (1,05) و(1,12).

3. تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الثالث:

الجدول رقم (22): تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الثالث

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
8	07	08	13	19	03	3,00	1,14	متوسطة	6
9	00	08	19	16	07	3,42	0,92	مرتفعة	2
10	02	12	09	19	08	3,36	1,13	متوسطة	3
11	03	11	12	18	06	3,20	1,16	متوسطة	5
12	00	12	12	19	07	3,44	1,03	مرتفعة	1
13	03	09	15	16	07	3,30	1,11	متوسطة	4
		المتوسط الحسابي العام، والانحراف المعياري العام				3,28	0,68	متوسطة	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي العام (3,28) والانحراف المعياري العام (0,68) وحسب المقياس المعتمد فإن متوسط درجة موافقة الأفراد حول عبارات المحور الثالثي درجة متوسطة. حيث احتلت المرتبة الأولى العبارة رقم (12) بمتوسط حسابي (3,44) وانحراف معياري (1,03) ووفقا لمقياس

الدراسة فأن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، في حين إحتلت المرتبة الثانية العبارة (9) بمتوسط حسابي (3,42) وانحراف معياري (0,92) ووفقا لمقياس الدراسة فأن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة أما المرتبة الثالثة فهي العبارة رقم (10) بمتوسط حسابي (3,36) وانحراف معياري (1,13) ووفقا لمقياس الدراسة فأن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة متوسطة أما المرتبة الرابعة في العبارة رقم (13) بمتوسط حسابي (3,30) وانحراف معياري (1,11) ووفقا لمقياس الدراسة فإنها تشير إلى درجة موافقة متوسطة والمرتبة الخامسة فهي العبارة (11) بمتوسط حسابي (3,20) وانحراف معياري (1,16) ومنه فهي تشير إلى درجة موافقة متوسطة أما المرتبة السادسة والاخيرة فهي العبارة (8) بمتوسط حسابي (3,00) وانحراف معياري (1,14) ووفقا لمقياس الدراسة فهي تشير إلى درجة موافقة متوسطة.

4. تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الرابع:

الجدول رقم (23): تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الرابع

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب	التكرار
										التكرار
14	04	09	10	22	05	3,34	1,15	متوسطة	5	05
15	01	08	18	15	08	3,44	1,01	مرتفعة	4	15
16	00	05	16	18	10	3,52	1,05	مرتفعة	1	18
17	01	09	14	19	07	3,48	1,01	مرتفعة	3	19
18	05	04	08	25	08	3,50	1,21	مرتفعة	2	25

مرتفعة	0,69	3,45	المتوسط الحسابي العام، والانحراف المعياري العام
--------	------	------	---

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي العام (3,45) والانحراف المعياري العام (0,69) وحسب المقياس المعتمد فإن متوسط درجة موافقة الأفراد حول عبارات المحور الثالثي درجة مرتفعة، حيث إحتلت المرتبة الأولى العبارة رقم (16) بمتوسط حسابي (3,52) وانحراف معياري (1,05) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة في حين إحتلت المرتبة الثانية العبارة (18) بمتوسط حسابي (3,50) وانحراف معياري (1,21) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة أما المرتبة الثالثة فهي العبارة رقم (17) بمتوسط حسابي (3,48) وانحراف معياري (1,01) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى درجة موافقة مرتفعة أما المرتبة الرابعة في العبارة رقم (15) بمتوسط حسابي (3,44) وانحراف معياري (1,01) ووفقا لمقياس الدراسة فإنها تشير إلى درجة موافقة مرتفعة والمرتبة الخامسة فهي العبارة (14) بمتوسط حسابي (3,34) وانحراف معياري (1,15) ومنه فهي تشير إلى درجة موافقة متوسطة .

المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة

الفرع الأول: إختبار فرضيات الدراسة

يهدف هذا المطلب إلى إختبار الفرضيات التالية:

- . الفرضية الرئيسية: يوجد دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم المؤسسات الخدمية.
- . الفرضية الفرعية الأولى: يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق.
- . الفرضية الفرعية الثانية: يوجد دور للوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق.
- . الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الإنتاج والتوزيع .
- . الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد دور للوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح.

أولاً: نتائج الفرضية الفرعية الأولى

نعيد صياغة هذه الفرضية كما يلي:

- . الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق .
- . الفرضية البديلة H_1 : يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق.

والجدول الموالي يوضح نتيجة الاختبار:

الجدول رقم (24): نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الأولى

الحكم	مستوى	T الجدولية	T المحسوبة	الانحراف	المتوسط	الفرضية
على	الدلالة			المعياري	الحسابي	
الفرضية	المحسوبة					
قبول	0,000	2,00	5,395	0,82567	3,63	H1
(مستوى المعنوية المحسوبة) = 0,05						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان ومخرجات برنامج spss.

من الجدول أعلاه نلاحظ نتائج الفرضية الفرعية الأولى حول وجود دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3,63) وانحراف معياري (0,82567) وهو اتجاه إيجابي بدرجة مرتفعة، أما قيمة T المحسوبة قد بلغت (5,395) وهي أكبر من T الجدولية ومستوى الدلالة المحسوبة (0,000) وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية (0,05)، منه نقبل الفرضية (H1) التي تثبت وجود دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق، ونرفض الفرضية (H0) التي تدل على أنه لا يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق.

ثانياً: نتائج الفرضية الفرعية الثانية

نعيد صياغة هذه الفرضية كما يلي:

. الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد دور للوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق

. الفرضية البديلة H_1 : يوجد دور للوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق

والجدول الموالي يوضح نتيجة الاختبار:

الجدول رقم (25): نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الثانية

الفرضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	مستوى الدلالة المحسوبة	الحكم
H1	3,49	0,62758	5,588	2,00	0,000	قبول
(مستوى المعنوية المحسوبة) = 0,05						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان ومخرجات برنامج spss.

من الجدول أعلاه نلاحظ نتائج الفرضية الفرعية الثانية حول وجود دور للوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3,49) وانحراف معياري (0,62758) وهو اتجاه إيجابي بدرجة مرتفعة، أما قيمة T المحسوبة قد بلغت (5,588) وهي أكبر من T الجدولية ومستوى الدلالة المحسوبة (0,000) وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية (0,05)، منه نقبل الفرضية (H1) التي تثبت وجود دور للوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق، ونرفض الفرضية (H0) التي تدل على أنه لا يوجد دور للوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق.

ثالثاً: نتائج الفرضية الفرعية الثالثة

نعيد صياغة هذه الفرضية كما يلي:

. الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الإنتاج والتوزيع

. الفرضية البديلة H_1 : يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الإنتاج والتوزيع

والجدول الموالي يوضح نتيجة الاختبار:

الجدول رقم (26): نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الثالثة

الفرضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	مستوى الدلالة المحسوبة	الحكم على الفرضية
H1	3,2	0,68183	2,973	2,00	0,05	قبول
(مستوى المعنوية المحسوبة) = 0,05						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان ومخرجات برنامج spss.

من الجدول أعلاه نلاحظ نتائج الفرضية الفرعية الثالثة حول وجود دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الإنتاج والتوزيع ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3,2) وانحراف معياري (0,68183) وهو اتجاه إيجابي بدرجة مرتفعة، أما قيمة T المحسوبة قد بلغت (2,973) وهي أكبر من T الجدولية أما مستوى الدلالة المحسوبة (0,05) وهي مساوية لمستوى الدلالة المعنوية (0,05)، منه نقبل الفرضية (H1) التي تثبت وجود دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الإنتاج والتوزيع ونرفض الفرضية (H0) التي تدل على أنه لا يوجد دور للوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الإنتاج والتوزيع.

رابعا: نتائج الفرضية الفرعية الرابعة

نعيد صياغة هذه الفرضية كما يلي:

. الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد دور للوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح

. الفرضية البديلة **H1**: يوجد دور للوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح

والجدول الموالي يوضح نتيجة الاختبار:

الجدول رقم (27): نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الرابعة

الفرضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	مستوى الدلالة المحسوبة	الحكم على الفرضية
H1	3,45	0,698	4,615	2,00	0,000	قبول
(مستوى المعنوية المحسوبة) = 0,05						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان ومخرجات برنامج spss.

من الجدول أعلاه نلاحظ نتائج الفرضية الفرعية الرابعة حول وجود دور للوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3,45) وانحراف معياري (0,698) وهو اتجاه إيجابي بدرجة مرتفعة، أما قيمة T المحسوبة قد بلغت (4,615) وهي أكبر من T الجدولية ومستوى الدلالة المحسوبة (0,000) وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية (0,05)، منه نقبل الفرضية (H1) التي تثبت وجود دور للوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح، ونرفض الفرضية (H0) التي تدل على أنه لا يوجد دور للوكالة الوطنية في تحقيق المبيعات والأرباح.

خامسا: نتائج الفرضية الفرعية الرئيسية

نعيد صياغة هذه الفرضية كما يلي:

. الفرضية الصفرية **H0**: لا يوجد دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم المؤسسات الخدمية.

. الفرضية البديلة **H1**: يوجد دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم المؤسسات الخدمية.

والجدول الموالي يوضح نتيجة الاختبار:

الجدول رقم (28): نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الرئيسية

الفرضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	مستوى الدلالة المحسوبة	الحكم على الفرضية
H1	3,4	0,51676	5,884	2,00	0,000	قبول
(مستوى المعنوية المحسوبة) = 0,05						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان ومخرجات برنامج spss.

من الجدول أعلاه نلاحظ نتائج الفرضية الفرعية الرئيسية حول وجود دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم المؤسسات الخدمية ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3,4) وانحراف معياري (0,51676) وهو اتجاه إيجابي بدرجة مرتفعة، أما قيمة T المحسوبة قد بلغت (5,884) وهي أكبر من T الجدولية ومستوى الدلالة المحسوبة (0,000) وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية (0,05)، منه نقبل الفرضية (H1) التي تثبت وجود دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم المؤسسات الخدمية، ونرفض الفرضية (H0) التي تدل على أنه لا يوجد دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم المؤسسات الخدمية.

الخلاصة:

تأتي الوكالة الوطنية لدعم و تنمية المقاولاتية على رأس أجهزة دعم المقاولاتية التي يعرفها المقاول مقارنة بالوكالات الأخرى، و ذلك من خلال مساهمتها العديدة في دعم قطاع الخدمات و باتالي خلق مناصب الشغل و التقليل من البطالة.

حيث تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى مختلف الجوانب التي ترتبط بها على مستوى فرع جيجل وهذا بهدف الاجابة على الاشكالية الرئيسية لبحثنا حيث تعرضنا بصفة عامة للوكالة الوطنية كما أظهرت النتائج عن الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات وذلك من خلال النتائج المتحصل عليها بالمعالجة عن طريق استخدام برنامج SPSS .



الخاتمة

خاتمة

ان موضوع المقاوالاتية تم تناوله من وجهات نظر عديدة ، فالبعض عرفها على أنها فرصة وجب استغلالها والبعض تطرق إليها على أنها ظاهرة تنظيمية حيث قورنت بمصطلح الثقافة المقاوالاتية سواء تلك المجسدة في روح المقاول او المكتسبة، هذا الأخير الذي يساهم في إعداد الثروة البشرية اد أصبح من خلاله توفير مقاولين قادرين على المخاطرة والإستثمار وذلك من خلال مجموعة من الهيئات المختصة في دعم المقاوالاتية والمتمثلة في مختلف الوكالات الوطنية AND..ANDI ANGEM CNAC.... وبالتالي المساهمة في الحد من البطالة والنهوض بمختلف القطاعات خاصة قطاع الخدمات.

و من خلال الدراسة النظرية والميدانية لهذا البحث تحصلنا على النتائج التالية:

- 1-تعتبر المقاوالاتية احد أقطاب الإقتصاد الوطني وذلك لما تقدمه من دعم للمؤسسات الكبرى وإلى ما تحققه من مزايا تدفع بمسار التنمية الإقتصادية التي تجعل الشباب يفكرون هم بأنفسهم في القيام بمشاريعهم بمبادرة فردية وبدعم من الدولة من الناحية المالية.
- 2-للمقاوالاتية دور هام في تحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية والبيئية.
- 3-أصبح للمقاوالاتية دور مهم في مختلف القطاعات لما لها من أهمية بالغة في النهوض بالقطاعات ودفع عجلة الإقتصاد كما أصبحت تحظى بدعم من طرف مختلف الهيئات التي وفرها المشرع الجزائري.
- 4-هناك مجموعة من الخصائص الشخصية، السلوكية والإدارية التي تتداخل فيما بينها لتشكل شخصية المقاول الذي يعتبر المحور الأساسي في إنشاء المؤسسات والمشاريع المقاوالاتية.
- 5-تولي الجزائر اهتماما كبيرا بقطاع الخدمات والمؤسسات الخدماتية، وهذا يتجلى في مختلف الإجراءات والإصلاحات وكذا الأساليب العديدة المنتهجة لترقيتها.
- 6-تعتبر أجهزة الدعم والمرافقة التي تبنتها الدولة أحد أهم السبل للتسهيل على المقاولين انشاء مؤسساتهم وتطويرها لما تقدمه هذه الهيئات من خبرات ومرافقة هؤلاء المقاولين.
- 7-إن للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاوالاتية دور كبير في دعم المؤسسات في الدخول إلى السوق ذلك بالنظر إلى عدد المشاريع المستحدثة في إطار هذا الجهاز.
- 8-ساهمت الوكالة الوطنية في تمكين المؤسسات من طرح المنتج في السوق، وذلك من خلال مرافقتها لأصحاب المشاريع بدرجة عالية

9- ساعدت الوكالة الوطنية أصحاب المشاريع في دعم المؤسسات في الإنتاج والتوزيع من خلال تقديم الإرشادات والتوجيهات لأصحاب المشاريع وخاصة المشاريع المصغرة من أجل تمويلها ومساعدتها على تقديم الأحسن والأنسب فيما يخص نشاطها

10- لعبت الوكالة الوطنية دور كبير في تحقيق المبيعات والأرباح، وذلك عن طريق توفير المتطلبات الضرورية لتنمية وترقية المشاريع الاستثمارية من خلال إمدادها بكل ما تحتاجه من عوامل الدعم لمواجهة الصعوبات التي تعرقل أهداف المؤسسة المتمثلة في تحقيق المبيعات والأرباح

11- تمتع أصحاب المشاريع بالخبرة والتكوين جعل جل المشاريع تنصب في قطاع الخدمات.

12- الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية بولاية جيجل خلال الفترة المدروسة (1998 إلى 2020) مولت مختلف القطاعات خاصة قطاع الخدمات الذي برز بشكل كبير وهذا راجع إلى إهتمام الشباب المستفيدين بهذا القطاع.

13- عدد المشاريع الممولة من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية بولاية جيجل عرفت ارتفاعا في السنوات الأولى المدروسة ثم بدأت في التراجع بشكل واضح في السنوات الأخيرة لإنخفاض الطلب عليها بالإضافة إلى الظروف السائدة مؤخرا بسبب جائحة كورونا.

14- جاءت الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في إطار سياسة هادفة للتخفيف من مستوى البطالة.

التوصيات:

بناء على ما تم عرضه في أدبيات الدراسة والنتائج التي توصلنا إليها في الدراسة، نقترح هنا جملة من التوصيات هي:

1- على الشاب المستثمر إتحاد القرار في المشروع الملائم قيل طلب الاستفادة من الأموال الممنوحة من طرف الوكالات الداعمة لتقدي المشاكل وعدم فشل المشروع .

2- تساعد الوكالات الوطنية أصحاب المشاريع الجديدة على اكتساب مكانة في السوق وذلك من خلال دعم مؤسساتهم.

3- تقديم التسهيلات التمويلية والدعم من طرف الوكالات الداعمة بطرق سريعة حتى تتمكن المؤسسات المنشأة من الانطلاق في نشاطها بكل حماس وروح مقاولاتية عالية .

4- ضرورة المرافقة الحقيقية والمتابعة الميدانية للمستفيدين في كل مراحل الدعم لتسهيل عملية إنجاز المشاريع .

5- قطاع الخدمات من أكبر القطاعات المستهدفة من طرف الشباب المستثمر لذلك وجب على الوكالات الوطنية الداعمة لتمويلية تطوير هذا القطاع والاهتمام به بإضافة توسعات جديدة في نشاطاته بالنسبة للمدن والقرى والمداشر ودمج العنصر النسوي، وهذا ما يساعد على إستغلال طاقتهن ورفع مستوى معيشتهن فيها وعدم الاكتفاء بالعنصر الذكري فقط .



قائمة المراجع

الكتب:

1. بلال خلف السكارية، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، الطبعة 01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2008.
2. حميد الطائي، بشير العلاق، مبادئ التسويق الحديث، دار البيزوري العملية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
3. حميد عبد النبي الطائي وبشير عباس العلاق، تسويق الخدمات، الطبعة العربية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
4. رابع خوني، رقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، اترك للطباعة والنشر والتوزيع، بسكرة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008.
5. زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق الخدمات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
6. زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2008 .
7. زكي خليل مساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ص2016.
8. سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار الجائس، الطبعة 1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2007.
9. سعاد نايف برطوني، إدارة الأعمال الصغيرة، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر ، 2010.
10. صندرة سايبني، سيرورة إنشاء المؤسسة وأساليب المرافقة، دار المقاولاتية، جامعة قسنطينة، 2010.
11. عمر علاء الدين زيداني ، ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية ، القاهرة ، مصر 2008 .
12. فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
13. فريد كورتل، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

14. محمد عبد حافظ، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، الناشر المكتب العربي للمعارف، مصر الجديدة، القاهرة.
 15. محمود مهدي البياتي، تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS). الطبعة الأولى، دار الحامد، عمان، الأردن، 2005.
 16. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2008.
 17. وفاء بنت ناصر وآخرون، ريادة الأعمال، مكتبة الملك فهد الوطنية، الطبعة 02، السعودية، 2011.
- المذكرات والرسائل العلمية:**
- أ- أطروحات دكتوراه:**
1. أحلام قزال، «المقالة كأداة لإنشاء المؤسسات الإبتكارية في القطاع البترولي بحاسي مسعود»، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص التسويق الاستراتيجي والابتكار، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017-2018.
 2. أمينة قايد، « تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين »، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة معسكر، السنة الجامعية 2016-2017.
 3. بوصالح سفيان، "التحكم في جودة الخدمة البنكية، دراسة نوعية-كمية في البنك الوطني الجزائري BNA"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة العمليات والإنتاج، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016.
 4. الجودي محمد علي، "نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي" أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2010.
 5. خدري توفيق، عماري علي، "المقاولاتية كحل لمشكلة البطالة لخريجي الجامعة"، دراسة حالة لطلبة جامعة باتنة، سنة 2009.
 6. دحماني محمد درويش، إشكالية التشغيل في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012.

7. سيد أحمد يوسف، «تأثير المهارات المقاولاتية على الطلبة الجامعيين»، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص المالية والمؤسسة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، السنة الجامعية 2017-2018.
8. لفقيه حمزة " روح المقاولة وانشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر " أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، جامعة أمحد بوقرة، بومرداس 2016/2017.

ب- مذكرات ماجستير:

1. بن قري سمي، «آثار تحرير تجارة الخدمات على التنمية المستدامة في الاقتصاديات النامية»، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي وتنمية مستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013-2014.
2. دباح نادية، «دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وافاقها 2000-2009»، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011-2012.
3. لونيسي ريم ، المعوقات الإجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة سطيف 2، سنة 2014-2015.
4. محمد شكرون ، «دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة»، مذكرة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015.
5. محمد قوجيل ،«دراسة وتحليل سياسة دعم المقاولاتية في الجزائر»، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015/2016.
6. مشري محمد الناصر، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمصغرة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة "دراسة حالة الإستراتيجية الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة ولاية بسكرة" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2008-2011.

مجلات:

1. أشواق بن قدور، ومحمد بالخير، أهمية نشر ثقافة المقاوله وإنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست ، الجزائر، العدد11، 2017.
2. أوبختي نصيرة وآخرون ، "دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات المصغرة في الجزائر"، دراسة حالة مقاولي الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، مجلة العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تلمسان ، المجلد 13، العدد03، 2020.
3. بن لحرش صراح، دور التحفيزات الجبائية وهياكل الدعم والمرافقة في تشجيع المقاولاتية بالجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد 01، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي الجزائر، جوان، 2020.
4. بوصالح سفيان، بوتلجة عبد الناصر، "دور قطاع الخدمات في التنمية المستدامة"، مجلة البديل الاقتصادي، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد 4، 2015.
5. ببيبي وليد وآخرون، " المسؤولية الاجتماعية وتخطيط الأعمال بالمشاريع المقاولاتية" مجلة المالية وحوكمة الشركات ، جامعة أم البواقي، العدد 01، جوان 2017.
6. سبرينة مانع، فضيلة بوطورة، المرافقة المقاولاتية آلية داعمة لإنشاء وترقية المشاريع الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد الثالث، العدد الأول، جوان 2018، جامعة الشهيد حمة الخضر، الوادي، الجزائر.
7. سفيان فنيط، هشام بورمة، " ثقافة وروح المقاولاتية لدى الشباب الجامعي في ولاية جيجل " مجلة إنماء الإقتصاد والتجارة، جامعة جيجل، عدد خاص ، الصادرة بتاريخ 2018.
8. فتيحة ملعي، سيد علي بلحمدي، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM) كإستراتيجية مرافقة للمؤسسات الصغيرة في الجزائر، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 06، العدد 04، جوان 2002.
9. فضيلة بوطورة وعلاء الدين الوافي، دور التكوين للمرافقين والمقترضين في تفعيل المرافقة المقاولاتية في الجزائر، دراسة حالة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر – مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية" ، مجلد 9 العدد 1 ، 2020.

10. قواسمي رشيدة، التأصيل النظري للمقاولاتية كمشروع والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه المقاولاتي، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلة 04/ العدد 02 (2020) جامعة الجزائر 3، الجزائر.

ملتقيات:

1. إثار عبد الهادي محمد، "دور الريادة منظمات الأعمال في التنمية الاقتصادية". الملتقى الدولي حول المنظمات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، نوفمبر 2011 .
2. عوادي مصطفى، الملتقى الوطني حول "إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، جامعة حمة لخضر، الوادي، يومي 06-07 ديسمبر 2017.
3. مصطفى بلمقدم ومصطفى طويطى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كإستراتيجية حكومية لامتناهات البطالة في الجزائر، مداخلة ضمن ملتقى دولي حول إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة مسيلة، يومي 15، 16 نوفمبر 2001.
4. منيرة سلامي، التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر، الملتقى الوطني حول "إستراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 18 و19 أبريل 2017.
5. صندرة سايبى، محاضرات في إنشاء مؤسسة، جامعة قسنطينة 2، عبد الحميد مهري، سنة 2014-2015.

المحاضرات:

1. صندرة سايبى، محاضرات في إنشاء مؤسسة، جامعة قسنطينة 2، عبد الحميد مهري، سنة 2014-2015.

النصوص القانونية والوثائق الرسمية :

1. الجريدة الرسمية، العدد 34، الصادر في 1 جوان 1994.

2. المادة 6، الأمر الرئاسي رقم 01-03 المؤرخ في 01 جمادى الثانية 1422 الموافق 20 غشت 2001.
3. المادة 6، الأمر الرئاسي رقم 01-03 المؤرخ في 01 جمادى الثانية 1422 الموافق 20 اوت 2001.
4. المرسوم التنفيذي رقم 20-329 مؤرخ في 22 نوفمبر سنة 2020 ، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 8 سبتمبر سنة 1996 المادة الأولى والمتضمن انشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وتحديد قانونها الأساسي ويغير تسميتها ، الجريدة الرسمية العدد 70، الصادرة 25 نوفمبر 2020 .
5. المرسوم التنفيذي 04/ الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 06، الصادرة في 25 جانفي 2004.
6. المرسوم التنفيذي 14/04، الجريدة الرسمية، المؤرخ في 22 جانفي 2004، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وتحديد قوانينها الأساسية.
7. المرسوم التنفيذي رقم 20-330 مؤرخ في نوفمبر سنة 2020، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 98 - 2020 المؤرخ في 09 يونيو سنة 1998 والمتضمن احداث صندوق الكفالة المشترك لضمان أخطار القروض الممنوحة إياها للشباب ذو المشاريع وتحديد قانونه الأساسي ، ج ر العدد 70 الصادرة 25 نوفمبر 2020 .
8. المرسوم التنفيذي رقم 96 / 296 المؤرخ في 18 سبتمبر ، المادة 01 يتضمن انشاء الوكالة الوطنية لدعم الشباب وتحديد قانونها الأساسي ، الجريدة الرسمية عدد 52 ،الصادرة بتاريخ 11 سبتمبر 1996.

المنشورات:

1. الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب المرافق ، منشورات اعلامية صادرة عن الوكالة ، جيجل الجزائر سنة 2013.

مراجع باللغة الأجنبية:

1. Fondation de l'entrepreneurship, pourquoi simuler la culture entrepreneuriale et l'entrepreneuriat dans nos collectivités, avril 2009, page3

2. -MARK CASSON, **L'entrepreneure**, édition d'Economica, paris.

المواقع:

1. <https://tringleinovationhub.com>.
2. الموقع الرسمي لجامعة ميله Centre -univ-mila.dz.
3. الموقع الرسمي للصندوق الوطني للتأمين على البطالة، www.cnac.dz.
4. الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار www.andi.dz.
5. الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية www.ansej.dz.
6. الموقع الرسمي للوكالة الوطنية للقرض المصغر على الرابط الإلكتروني www.angem.dz



ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات، مسلطين الضوء في ذلك على أهم المفاهيم المتعلقة المقاولاتية والمقاربات الأساسية لها، بالإضافة إلى المقاول الذي يعتبر المحور الأساسي للقيام بالمشاريع المقاولاتية والتي يتم تتميتها عن طريق أجهزة الدعم والمرافقة التي تم إنشاءها في الجزائر كما تطرقنا إلى أهم الجوانب النظرية المتعلقة بقطاع الخدمات في الجزائر

وفي الجانب التطبيقي قمنا بتوزيع عدد من الاستبيانات على عينة غير عشوائية من أصحاب المشاريع لولاية جيجل، حيث تم استرجاع 50 استبيانا قابلا للدراسة، وبعد تفريغ وتحليل نتائج هذا الإستبيان معتمدين على أدوات إحصائية مختلفة، وباستخدام برنامج SPSS وصلنا إلى مجموعة من الإستنتاجات كان أهمها وجود دور للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات، بالإضافة إلى دورها في دعم المؤسسات في الدخول إلى السوق، وفي طرح المنتج في السوق، وكذلك كان لها دور في الإنتاج والتوزيع وفي تحقيق المبيعات والأرباح

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، الوكالة الوطنية ، قطاع الخدمات.

Abstract

Through this study, we tried to identify the role played by the National Agency for Entrepreneurship Support and Development in supporting the services sector, highlighting in this the most important concepts related to entrepreneurship and the basic approaches to it, in addition to the contractor, who is the main focus for undertaking entrepreneurial projects that are developed. Through the support and escort devices that were established in Algeria, we also touched on the most important theoretical aspects related to the service sector in Algeria

On the practical side, we distributed a number of questionnaires to a non-random sample of project owners in the state of Jijel, where 50 questionnaires that can be studied were retrieved, and after unpacking and analyzing the results of this questionnaire based on different statistical tools, and using the spss program, we reached a set of conclusions, the most important of which was The existence of a role for the National Agency for Entrepreneurship Support and Development in supporting the services sector, in addition to its role in supporting institutions in entering the market, and in introducing the product to the market, as well as having a role in production and distribution and in achieving sales and profits.

Keywords: entrepreneurship, the national agency, the service sector.



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

قسم العلوم التجارية

تخصص تسويق الخدمات

دور الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في دعم قطاع الخدمات

استمارة دراسة بعنوان

هاته الإستمارة هي احدى أدوات جمع البيانات لإتمام دراسة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات، وهي تهدف لقياس دور الوكالة الوطنية في دعم قطاع الخدمات.

نرجو منكم الإجابة على أسئلتنا بكل صدق وشفافية عن طريق وضع علامة (x) في المكان المناسب، كما ننوه إلى أن كل الإجابات مقبولة مهما كانت، فهدفنا هو الوصول إلى آرائكم بكل مصداقية.

شكرا على تعاونكم.

تحت إشراف الأستاذة :

شعور أسماء

إعداد الطلبة :

- بوسنة وسام
- بوميمز صباح

الموسم الجامعي 2020 / 2021

البيانات الشخصية:

- هل تحصلت على مرافقة من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية : نعم لا
- في أي قطاع تنشط مؤسستكم؟: الفلاحة الخدمات الصناعة التجارة والتوزيع
- عدد العمال داخل المؤسسة؟:

أقل من 9

من 10 – 49 عامل

من 50 – 200 عامل

- هل أنتم شركاء مع أشخاص آخرين؟ : نعم لا

المحور الأول : دور الوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الدخول إلى السوق :

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	مكنتنا الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية من استغلال الفرص المتاحة في السوق					
2	مكنتنا الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية من فهم الأسواق المستهدفة					

المحور الثاني : دور الوكالة الوطنية في تمكين المؤسسة من طرح المنتج في السوق :

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
3	مكنتنا الوكالة الوطنية من طرح منتجات ذات جودة في السوق.					
4	مكنتنا الوكالة الوطنية من تسهيل طرح منتجاتنا في السوق.					
5	مكنتنا الوكالة الوطنية من طرح منتجات تنافسية وبأسعار مناسبة.					
6	مكنتنا الوكالة الوطنية من طرح منتجات تستجيب لحاجات ورغبات المستهلكين.					
7	مكنتنا الوكالة الوطنية من طرح منتجاتنا في الوقت المناسب					

المحور الثالث : دور الوكالة الوطنية في دعم المؤسسة في الإنتاج والتوزيع :

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
8	مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في تكاليف الإنتاج بشكل أفضل.					
9	مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق مستويات أداء أفضل.					
10	مكنتنا الوكالة الوطنية من الاستفادة من آراء خبراء الإنتاج.					
11	مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في حجم الإنتاج بما يتناسب مع حجم الطلب المتغير في السوق.					

					مكنتنا الوكالة الوطنية من اختيار قنوات التوزيع المناسبة.	12
					مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في تكاليف التوزيع.	13

المحور الثالث : المبيعات والأرباح :

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
14	ساعدتنا الوكالة في تحقيق نمو معتبر في الأرباح منذ بداية النشاط					
15	مكنتنا الوكالة من تحقيق نمو معتبر في المبيعات منذ بداية النشاط					
16	مكنتنا الوكالة من تحقيق النمو في حصتنا السوقية					
17	عموما انا راضي عن مستوى الأرباح المحققة مقارنة بالمؤسسات المنافسة					
18	عموما انا راضي عن حجم المبيعات المحققة مقارنة بالمؤسسات المنافسة					

كرونباخ الكلي

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,780	22

كرونباخ المحور الأول

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,605	2

كرونباخ المحور الثاني

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,623	5

كرونباخ المحور الثالث

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,690	6

كرونباخ المحور الرابع

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,638	5

كرونباخ المحاور الأربعة (بدون البيانات الشخصية)

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,810	17

الصدق البنائي لأداة الدراسة

Corrélations

		المتوسط الكلي	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع
المتوسط الكلي	Corrélation de Pearson	1	,466**	,784**	,847**	,746**
	Sig. (bilatérale)		,001	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50
المحور الأول	Corrélation de Pearson	,466**	1	,283*	,319*	,139
	Sig. (bilatérale)	,001		,047	,024	,335
	N	50	50	50	50	50
المحور الثاني	Corrélation de Pearson	,784**	,283*	1	,532**	,432**
	Sig. (bilatérale)	,000	,047		,000	,002
	N	50	50	50	50	50
المحور الثالث	Corrélation de Pearson	,847**	,319*	,532**	1	,455**
	Sig. (bilatérale)	,000	,024	,000		,001
	N	50	50	50	50	50
المحور الرابع	Corrélation de Pearson	,746**	,139	,432**	,455**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,335	,002	,001	
	N	50	50	50	50	50

** . La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélacion est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

T- Test "اختبار"

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
المحور_الأول	50	3,6300	,82567	,11677
المحور_الثاني	50	3,4960	,62758	,08875
المحور_الثالث	50	3,2867	,68183	,09643
المحور_الرابع	50	3,4560	,69873	,09882
المتوسط_الكلي	50	3,4300	,51676	,07308

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المحور_الأول	5,395	49	,000	,63000	,3953	,8647
المحور_الثاني	5,588	49	,000	,49600	,3176	,6744
المحور_الثالث	2,973	49	,005	,28667	,0929	,4804
المحور_الرابع	4,615	49	,000	,45600	,2574	,6546
المتوسط_الكلي	5,884	49	,000	,43000	,2831	,5769

الإنحرافات المعيارية والمتوسطات الحسابية

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
هل تحصلت على مرافقة من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية	50	1,00	2,00	1,0200	,14142
في أي مجال من قطاع الخدمات تنشيط مؤسستكم؟	50	1,00	3,00	2,0200	,93656
عدد العمال داخل المؤسسة؟	50	1,00	3,00	1,6800	,58693
هل أنتم شركاء مع أشخاص آخرين؟	50	1,00	2,00	1,6600	,47852
مكنتنا الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية من استغلال الفرص المتاحة في السوق.	50	1,00	5,00	3,6000	1,03016
مكنتنا الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية من فهم الأسواق المستهدفة.	50	2,00	5,00	3,6600	,91718

ساعدتنا الوكالة الوطنية تحقيق نمو معتبر في الأرباح منذ بداية النشاط.	50	1,00	5,00	3,2800	1,05056
مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق نمو معتبر في المبيعات منذ بداية النشاط.	50	1,00	5,00	3,9200	,77828
مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق نمو في حصتنا السوقية.	50	1,00	5,00	3,2600	1,12141
عموما أنا راض عن مستوى الأرباح المحققة مقارنة بالمؤسسات المنافسة.	50	1,00	5,00	3,5600	,95105
عموما أنا راض عن حجم المبيعات مقارنة بالمؤسسات المنافسة.	50	1,00	5,00	3,4600	1,03431
مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في تكاليف الإنتاج.	50	1,00	5,00	3,0000	1,14286
مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق مستويات أداء أفضل.	50	2,00	5,00	3,4200	,92780
مكنتنا الوكالة الوطنية من الاستفادة من آراء خبراء الإنتاج.	50	1,00	5,00	3,3600	1,13856
مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في حجم الإنتاج بما يتناسب مع حجم الطلب المتغير في السوق.	50	1,00	5,00	3,2000	1,16058
مكنتنا الوكالة الوطنية من اختيار قنوات التوزيع المناسبة.	50	2,00	5,00	3,4400	1,03332
مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في تكاليف التوزيع.	50	1,00	5,00	3,3000	1,11117
ساعدتنا الوكالة الوطنية تحقيق نمو معتبر في الأرباح منذ بداية النشاط.	50	1,00	5,00	3,3400	1,15370
مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق نمو معتبر في المبيعات منذ بداية النشاط.	50	1,00	5,00	3,4400	1,01338
مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق نمو في حصتنا السوقية.	50	1,00	5,00	3,5200	1,05444
عموما أنا راض عن مستوى الأرباح المحققة مقارنة بالمؤسسات المنافسة.	50	1,00	5,00	3,4800	1,01499
عموما أنا راض عن حجم المبيعات مقارنة بالمؤسسات المنافسة.	50	1,00	5,00	3,5000	1,21638
المحور_الأول	50	2,00	5,00	3,6300	,82567
المحور_الثاني	50	1,80	4,60	3,4960	,62758
المحور_الثالث	50	1,83	4,50	3,2867	,68183
المحور_الرابع	50	1,80	5,00	3,4560	,69873
المتوسط_الكلي	50	2,06	4,61	3,4300	,51676
N valide (liste)	50				

التكرارات

Table de fréquences

هل تحصلت على مرافقة من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	49	98,0	98,0	98,0
	لا	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

في أي مجال من قطاع الخدمات تنشط مؤسستكم؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الخدمات الفندقية والسياحية	21	42,0	42,0	42,0
	خدمات النقل والمواصلات	7	14,0	14,0	56,0
	خدمات أخرى	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

عدد العمال داخل المؤسسة؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 9	19	38,0	38,0	38,0
	من 10 – 49 عامل	28	56,0	56,0	94,0
	من 50 – 200 عامل	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

هل أنتم شركاء مع أشخاص آخرين؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	17	34,0	34,0	34,0
	لا	33	66,0	66,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية من استغلال الفرص المتاحة في السوق

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	2,0	2,0	2,0
	غير موافق	8	16,0	16,0	18,0
	موافق إلى حد ما	10	20,0	20,0	38,0
	موافق	22	44,0	44,0	82,0
	موافق تماما	9	18,0	18,0	100,0
	Total		50	100,0	100,0

مكنتنا الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية من فهم الأسواق المستهدفة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	6	12,0	12,0	12,0
	موافق إلى حد ما	14	28,0	28,0	40,0
	موافق	21	42,0	42,0	82,0
	موافق تماما	9	18,0	18,0	100,0
	Total		50	100,0	100,0

ساعدتنا الوكالة الوطنية تحقيق نمو معتبر في الأرباح منذ بداية النشاط

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	2	4,0	4,0	4,0
	غير موافق	11	22,0	22,0	26,0
	موافق إلى حد ما	13	26,0	26,0	52,0
	موافق	19	38,0	38,0	90,0
	موافق تماما	5	10,0	10,0	100,0
	Total		50	100,0	100,0

مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق نمو معتبر في المبيعات منذ بداية النشاط

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	2,0	2,0	2,0
	غير موافق	1	2,0	2,0	4,0
	موافق إلى حد ما	8	16,0	16,0	20,0
	موافق	31	62,0	62,0	82,0
	موافق تماما	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق نمو في حصتنا السوقية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	3	6,0	6,0	6,0
	غير موافق	11	22,0	22,0	28,0
	موافق إلى حد ما	12	24,0	24,0	52,0
	موافق	18	36,0	36,0	88,0
	موافق تماما	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

عموما أنا راض عن مستوى الأرباح المحققة مقارنة بالمؤسسات المنافسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	2	4,0	4,0	4,0
	غير موافق	5	10,0	10,0	14,0
	موافق إلى حد ما	11	22,0	22,0	36,0
	موافق	27	54,0	54,0	90,0
	موافق تماما	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

عموما أنا راض عن حجم المبيعات مقارنة بالمؤسسات المنافسة.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	3	6,0	6,0	6,0
	غير موافق	4	8,0	8,0	14,0
	موافق إلى حد ما	17	34,0	34,0	48,0
	موافق	19	38,0	38,0	86,0
	موافق تماما	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في تكاليف الإنتاج.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	7	14,0	14,0	14,0
	غير موافق	9	18,0	18,0	32,0
	موافق إلى حد ما	13	26,0	26,0	58,0
	موافق	19	38,0	38,0	96,0
	موافق تماما	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق مستويات أداء أفضل.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	8	16,0	16,0	16,0
	موافق إلى حد ما	20	40,0	40,0	56,0
	موافق	15	30,0	30,0	86,0
	موافق تماما	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من الاستفادة من آراء خبراء الإنتاج.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	2	4,0	4,0	4,0
	غير موافق	12	24,0	24,0	28,0
	موافق إلى حد ما	10	20,0	20,0	48,0

موافق	18	36,0	36,0	84,0
موافق تماما	8	16,0	16,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في حجم الإنتاج بما يتناسب مع حجم الطلب المتغير في السوق

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	4	8,0	8,0	8,0
	غير موافق	11	22,0	22,0	30,0
	موافق إلى حد ما	12	24,0	24,0	54,0
	موافق	17	34,0	34,0	88,0
	موافق تماما	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من اختيار قنوات التوزيع المناسبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	12	24,0	24,0	24,0
	موافق إلى حد ما	12	24,0	24,0	48,0
	موافق	18	36,0	36,0	84,0
	موافق تماما	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من التحكم في تكاليف التوزيع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	3	6,0	6,0	6,0
	غير موافق	9	18,0	18,0	24,0
	موافق إلى حد ما	15	30,0	30,0	54,0
	موافق	16	32,0	32,0	86,0
	موافق تماما	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ساعدتنا الوكالة الوطنية تحقيق نمو معتبر في الأرباح منذ بداية النشاط

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	4	8,0	8,0	8,0
	غير موافق	9	18,0	18,0	26,0
	موافق إلى حد ما	9	18,0	18,0	44,0
	موافق	22	44,0	44,0	88,0
	موافق تماما	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق نمو معتبر في المبيعات منذ بداية النشاط

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	2,0	2,0	2,0
	غير موافق	8	16,0	16,0	18,0
	موافق إلى حد ما	17	34,0	34,0	52,0
	موافق	16	32,0	32,0	84,0
	موافق تماما	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

مكنتنا الوكالة الوطنية من تحقيق نمو في حصتنا السوقية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	2	4,0	4,0	4,0
	غير موافق	6	12,0	12,0	16,0
	موافق إلى حد ما	15	30,0	30,0	46,0
	موافق	18	36,0	36,0	82,0
	موافق تماما	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

عموما أنا راض عن مستوى الأرباح المحققة مقارنة بالمؤسسات المنافسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	2,0	2,0	2,0
	غير موافق	9	18,0	18,0	20,0
	موافق إلى حد ما	12	24,0	24,0	44,0
	موافق	21	42,0	42,0	86,0
	موافق تماما	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

عموما أنا راض عن حجم المبيعات مقارنة بالمؤسسات المنافسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	6	12,0	12,0	12,0
	غير موافق	4	8,0	8,0	20,0
	موافق إلى حد ما	7	14,0	14,0	34,0
	موافق	25	50,0	50,0	84,0
	موافق تماما	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

المحور_الأول

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2,00	4	8,0	8,0	8,0
	2,50	3	6,0	6,0	14,0
	3,00	8	16,0	16,0	30,0
	3,50	12	24,0	24,0	54,0
	4,00	12	24,0	24,0	78,0
	4,50	6	12,0	12,0	90,0
	5,00	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

		المحور_الثاني			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1,80	1	2,0	2,0	2,0
	2,40	3	6,0	6,0	8,0
	2,60	2	4,0	4,0	12,0
	2,80	6	12,0	12,0	24,0
	3,20	4	8,0	8,0	32,0
	3,40	4	8,0	8,0	40,0
	3,60	11	22,0	22,0	62,0
	3,80	3	6,0	6,0	68,0
	4,00	9	18,0	18,0	86,0
	4,20	4	8,0	8,0	94,0
	4,40	1	2,0	2,0	96,0
	4,60	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

		المحور_الثالث			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1,83	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	1	2,0	2,0	4,0
	2,17	1	2,0	2,0	6,0
	2,33	2	4,0	4,0	10,0
	2,50	3	6,0	6,0	16,0
	2,67	5	10,0	10,0	26,0
	2,83	6	12,0	12,0	38,0
	3,00	2	4,0	4,0	42,0
	3,17	3	6,0	6,0	48,0
	3,33	2	4,0	4,0	52,0
	3,50	3	6,0	6,0	58,0
	3,67	3	6,0	6,0	64,0
	3,83	8	16,0	16,0	80,0
	4,00	5	10,0	10,0	90,0
	4,17	2	4,0	4,0	94,0
	4,33	2	4,0	4,0	98,0

4,50	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

		المحور_الرابع			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1,80	2	4,0	4,0	4,0
	2,20	1	2,0	2,0	6,0
	2,40	1	2,0	2,0	8,0
	2,60	1	2,0	2,0	10,0
	2,80	6	12,0	12,0	22,0
	3,00	3	6,0	6,0	28,0
	3,20	4	8,0	8,0	36,0
	3,40	9	18,0	18,0	54,0
	3,60	4	8,0	8,0	62,0
	3,80	8	16,0	16,0	78,0
	4,00	4	8,0	8,0	86,0
	4,20	2	4,0	4,0	90,0
	4,40	1	2,0	2,0	92,0
	4,60	1	2,0	2,0	94,0
	4,80	2	4,0	4,0	98,0
	5,00	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

		المتوسط_الكلي			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2,06	1	2,0	2,0	2,0
	2,44	1	2,0	2,0	4,0
	2,56	2	4,0	4,0	8,0
	2,72	2	4,0	4,0	12,0
	2,89	1	2,0	2,0	14,0
	3,00	3	6,0	6,0	20,0
	3,06	2	4,0	4,0	24,0
	3,11	3	6,0	6,0	30,0
	3,17	2	4,0	4,0	34,0

3,22	2	4,0	4,0	38,0
3,28	1	2,0	2,0	40,0
3,33	2	4,0	4,0	44,0
3,44	3	6,0	6,0	50,0
3,50	1	2,0	2,0	52,0
3,56	4	8,0	8,0	60,0
3,61	3	6,0	6,0	66,0
3,67	1	2,0	2,0	68,0
3,72	2	4,0	4,0	72,0
3,78	1	2,0	2,0	74,0
3,83	2	4,0	4,0	78,0
3,89	1	2,0	2,0	80,0
3,94	2	4,0	4,0	84,0
4,00	3	6,0	6,0	90,0
4,06	2	4,0	4,0	94,0
4,17	1	2,0	2,0	96,0
4,28	1	2,0	2,0	98,0
4,61	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

اختبار كولموغوروف-سميرنوف للوضع الطبيعي

Test Kolmogorov-Smirnov pour un échantillon

		المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	المتوسط الكلي
N		50	50	50	50	50
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	3,6300	3,4960	3,2867	3,4560	3,4300
	Ecart type	,82567	,62758	,68183	,69873	,51676
Différences les plus extrêmes	Absolue	,137	,166	,149	,108	,076
	Positif	,107	,106	,127	,091	,053
	Négatif	-,137	-,166	-,149	-,108	-,076
Statistiques de test		,137	,166	,149	,108	,076
Sig. asymptotique (bilatérale)		,019 ^c	,001 ^c	,007 ^c	,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. La distribution du test est Normale.

b. Calculée à partir des données.

c. Correction de signification de Lilliefors.

d. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

AIDES FINANCIERES ET AVANTAGES FISCAUX ACCORDES PAR LE DISPOSITIF ANSEJ

Le jeune promoteur bénéficie d'avantages fiscaux et aides financières au moment de la réalisation, et d'exonération lors de l'exploitation de son projet. Ces avantages sont accordés tant en phase de création que lors de l'extension des capacités de production.

Les avantages fiscaux accordés à la micro-entreprise, en phase d'extension, concernent uniquement les nouveaux apports. Le prorata est déterminé par rapport au total des apports.

Aides financières

- Un prêt non rémunéré ;
- Un prêt non rémunéré supplémentaire si nécessaire ; (cas financement triangulaire)
- Une bonification du taux d'intérêt bancaire à 100%. (cas financement triangulaire)

Avantages fiscaux

La micro-entreprise bénéficie des avantages fiscaux suivants :

a. Phase réalisation :

- Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle;
- Exonération des droits en matière d'enregistrement pour les actes constitutifs de sociétés.
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

b. Phase exploitation :

- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions pour une période de <<03 ans, 06 ans ou 10 ans >> selon le lieu de l'implantation du projet, à compter de la date de sa réalisation
 - Exonération totale pour une période de <<03 ans, 06 ans ou 10 ans>> selon l'implantation du projet, à compter de la date de sa mise en exploitation de l'impôt Forfaitaire Unique(IFU) ou de l'impôt d'après le régime du bénéfice réel.
 - A l'expiration de la période d'exonération citée dans le tiret n°2, cette dernière peut être prorogée de deux (2) années, lorsque le promoteur d'investissement s'engage à recruter au moins trois (3) employés à durée indéterminée.
- le non-respect des engagements liés au nombre d'emplois créés entraîne le retrait des avantages et le rappel des droits et taxes qui auraient dus être acquittés.

Toutefois, les investisseurs – les personnes physiques au titre de l'impôt forfaitaire unique- demeurent assujettis au paiement d'un minimum d'imposition correspondant à 50% du montant (10000 DA), prévu dans le code des impôts soit, pour chaque exercice, et quel que soit le chiffre d'affaires réalisé.

-Un abattement d'impôt sur le revenu global (IRG) ou l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS), selon le cas, ainsi que sur la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) à l'issue de la période d'exonération, pendant les trois premières années d'imposition comme suit :

70 % durant la première année d'imposition
50 % durant la deuxième année d'imposition
25 % durant la troisième année d'imposition



LES MODES DE FINANCEMENT

Le dispositif ANSEJ prévoit deux modes de financement

- Le financement triangulaire.
- Le financement mixte.
- L'autofinancement.

Création de micro-entreprises dans le cadre du financement TRIANGULAIRE

Le montage financier

Le financement triangulaire est constitué comme suit.

- 1 - Apport personnel du jeune promoteur ;
- 2 - Prêt non rémunéré de l'ANSEJ (PNR) ;
- 3 - Crédit bancaire bonifié à 100% pour tous les secteurs d'activités, et garanti par le Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs.

La structure du financement triangulaire

Niveau 1				Niveau 2			
Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré (ANSEJ)	Apport personnel	Crédit bancaire	Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré (ANSEJ)	Apport personnel	Crédit bancaire
Jusqu'à 5.000.000 DA	29%	01%	70%	De 5.000.001 DA à 10.000.000 DA	28%	02%	70%

Création de microentreprise dans le cadre du financement MIXTE

Le montage financier

Le financement mixte est constitué comme suit :

- 1 - Apport personnel du jeune promoteur
- 2 - Prêt non rémunéré de l'ANSEJ (PNR)

Structure du financement mixte

Niveau 1			Niveau 2		
Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré (ANSEJ)	Apport personnel	Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré (ANSEJ)	Apport personnel
Jusqu'à 5.000.000 DA	29%	71%	De 5.000.001 DA à 10.000.000 DA	28%	72%

Création de microentreprise en type de l'AUTOFINANCEMENT

Montant de l'investissement	Apport personnel
Jusqu'à 10.000.000 DA	100%

