



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان



كلية العلوم الاقتصادية والمالية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية



دروس عبر الخط في مقياس اقتصاد المؤسسة

موجه لطلبة السنة الثانية (ل.م.د) علوم مالية ومحاسبة

من اعداد د. العجاج فاطمة الزهراء

## بطاقة المقياس:

يعتبر مقياس اقتصاد المؤسسة من المقاييس الاساسية في الوحدة التعليمية لكونه يهتم بدراسة المؤسسة الاقتصادية و جوانبها المختلفة باعتبارها النواة الاساسية في الاقتصاد. و بهذا يعتبر المقياس قاعدة اساسية للمعارف المكتسبة لطالب العلوم المالية و المحاسبة بكلية العلوم الاقتصادية التسيير و العلوم التجارية و هو ما سيفيده في عالم الشغل.

الفئة المستهدفة: طلبة السنة الثانية علوم مالية و محاسبة بكلية العلوم الاقتصادية التسيير و العلوم التجارية.

اهداف المقياس: إعطاء الطالب صورة واضحة حول مختلف مفاهيم ، تصنيفات ووظائف المؤسسة الاقتصادية و التمكن من تعليمه منهجية تحضير البحوث و القاءها من خلال مجموعة من البحوث في الاعمال الموجهة.

محتوى المقياس: يتضمن المقياس ملخص لمجموعة من الدروس ضمن البرنامج الوزاري كما يلي:

- المؤسسة الاقتصادية.

- تصنيفات المؤسسة الاقتصادية.

- وظائف المؤسسة الاقتصادية ، الوظيفة المالية ،

-وظيفة التموين ، وظيفة الانتاج ،

-وظيفة التسويق ، وظيفة الموارد البشرية).

### المحاضرة الاولى المؤسسة الاقتصادية

تعتبر المؤسسة الاقتصادية من أوسع المجالات للدراسات الاقتصادية والعلمية والأبحاث النظرية والميدانية فهي الأداة الرئيسية لإحداث التنمية والنمو في أي بلد كان، ولهذا كانت محور الباحثين والمفكرين الاقتصاديين.

مفاهيم أساسية حول المؤسسة الاقتصادية:

أولاً: تعريف المؤسسة الاقتصادية.

إن عملية إعطاء ووضع تعريف موحد وواضح للمؤسسة الاقتصادية يعتبر أمر بالغ الصعوبة، فقد تعددت وتباينت آراء الاقتصاديين حول مفهوم المؤسسة الاقتصادية، وهناك جملة من الأسباب التي أدت إلى عدم الوقوف على تعريف موحد للمؤسسة الاقتصادية أهمها:

- التطور المستمر الذي شهدته المؤسسة الاقتصادية في طرق تنظيمها، وفي أشكالها القانونية منذ ظهورها، وخاصة في هذا القرن.

- تشعب واتساع نشاط المؤسسة الاقتصادية، سواء الخدماتية منها أو الصناعية، وقد ظهرت عدة مؤسسات تقوم بعدة أنواع من النشاطات في نفس الوقت، وفي أمكنة مختلفة مثل المؤسسات المتعددة الجنسيات والاحتكارات.

- اختلاف الاتجاهات الاقتصادية والإيديولوجية، حيث أدى ذلك إلى اختلاف نظرة الاقتصاديين في النظام الاشتراكي إلى المؤسسة عن نظرة الرأسماليين، وعليه إعطاء تعريف مختلفة للمؤسسة.

ومن هنا جاءت تعريف شاملة تشمل مختلف أنواع المؤسسات، سواء من ناحية الأنظمة الاقتصادية أو نوعية النشاط والأهداف.

وفيما يلي ندرج بعض التعاريف الشاملة الخاصة بها:

تعرف على أنها «اندماج عدة عوامل بهدف إنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، وهذا في إطار قانوني ومالي اجتماعي معين، ضمن شروط تختلف تبعاً لمكان وجود المؤسسة وحجم ونوع النشاط الذي تقوم به، ويتم هذا الاندماج لعوامل الإنتاج بواسطة تدفقات نقدية حقيقية وأخرى معنوية وكل منها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأفراد. وتتمثل الأولى في الوسائل والمواد المستعملة في نشاط المؤسسة، أما الثانية فتتمثل في الطرق والكيفيات والمعلومات المستعملة في تسيير ومراقبة الأولى».

وتعرف كذلك على أنها «شكل اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي بهدف إنتاج سلع أو وسائل الإنتاج أو تقديم خدمات متنوعة».

كما تعرف « أنها مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية ( طبيعية كانت أو مادية أو غيرها ) والتي تشغل فيما بينها وفق تركيب معين وتوليفة محددة قصد إنجاز أو أداء المهام المنوطة بها من طرف المجتمع

ثانيا: أهداف المؤسسة الاقتصادية.

إن أصحاب المؤسسات الاقتصادية سواء كانت عمومية منها أو خاصة، يسعون وراء إنشاءهم للمؤسسة، إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي تختلف وتعدد، باختلاف أصحاب وطبيعة وميدان نشاط المؤسسات، ويمكن تلخيص هذه الأهداف في النقاط التالية:

### 1- الأهداف الاقتصادية:

1-1- تحقيق الربح: يعتبر تحقيق الربح المبرر الأساسي لوجود المؤسسة لأنه يسمح لها بتعزيز طاقتها التمويلية الذاتية التي تستعملها في توسيع قدراتها الإنتاجية و تطويرها أو على الأقل الحفاظ عليها وبالتالي الصمود أمام منافسة المؤسسات الأخرى و الاستمرار في الوجود.

1-2 - عقلنة الإنتاج: أي الاستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج و رفع إنتاجيتها من خلال التخطيط المحكم و الدقيق للإنتاج و التوزيع ثم مراقبة تنفيذ الخطط و البرنامج و ذلك بهدف تفادي الوقوع في المشاكل الاقتصادية و المالية و الإفلاس في آخر المطاف نتيجة لسوء استعمال عوامل الإنتاج.

1-3 - تغطية المتطلبات التي يحتاجها المجتمع: وهذا من خلال تحقيق كامل عناصر الإنتاج لتلبية الحاجات المتزايدة، و يجب أن يحقق الإنتاج ما يلي :

- مستوى عالي من المرونة.

- أن يتم الإنتاج في وقته المحدد دون تقديم أو تأخير.

- أن يتم تسليمه لطالبيه في الوقت المحدد.

### 2- الأهداف الاجتماعية:

من بين الأهداف الاجتماعية التي تسعى المؤسسة الاقتصادية على تحقيقه ما يلي:

1-2- ضمان مستوى مقبول من الأجور: يعتبر العمال في المؤسسة من بين المستفيدين الأوائل من نشاطها، حيث يتقاضون أجورا مقابل عملهم بها، ويعتبر هذا المقابل حقا مضمونا قانونا و شرعا و عرفا، إذ يعتبر العمال العنصر الحيوي والحي في المؤسسة إلا أن مستوى وحجم هذه الأجور تتراوح بين الانخفاض والارتفاع حسب طبيعة المؤسسة وطبيعة النظام الاقتصادي ومستوى المعيشي.

2-2- تحسين مستوى معيشة العمال: إن التطور السريع الذي شهدته المجتمعات في الميدان التكنولوجي يجعل العمال أكثر حاجة إلى تلبية رغبات تتزايد باستمرار بظهور منتوجات جديدة بإضافة إلى التطور الحضاري لهم.

2-3- توفير تأمينات ومرافق للعمال: تعمل المؤسسات على توفير بعض التأمينات مثل التأمين الصحي والتأمين ضد حوادث العمل وكذلك التقاعد، بالإضافة إلى المرافق العامة مثل تعاونيات الاستهلاك والمطاعم... الخ

2-4- تأهيل العمال: حيث يتم تدريب وتطوير العاملين ورفع مستويات مهاراتهم المهنية، وهذا عن طريق إخضاع العمال إلى دورات تكوين وتدريب من أجل رفع المستوى المهني، والتخصص حسب القدرة المهنية للعمال.

3 - الأهداف التكنولوجية: من بين الأهداف التكنولوجية التي تؤديها المؤسسة نجد ما يلي:

- البحث والتنمية: حيث مع تطور المؤسسات عملت على توفير إدارة أو مصلحة خاصة بعملية تطوير الوسائل والطرق الإنتاجية علميا، وترصد لهذه العملية مبالغ قد تزداد أهمية لتصل إلى نسبة عالية من الأرباح، ويمثل هذا البحث نسبا عالية من الدخل الوطني في الدول المتقدمة، وخاصة في السنوات الأخيرة، إذ تتنافس المؤسسات فيما بينها على الوصول إلى أحسن طريقة إنتاجية وأحسن وسيلة، تؤدي إلى التأثير على الإنتاج ورفع المردودية الإنتاجية في المؤسسة.

- كما أن المؤسسة الاقتصادية تؤدي دورا مساندا للسياسة القائمة في البلاد في مجال البحث والتطور التكنولوجي نظرا لما تمثله من وزن في مجموعها وخاصة الضخمة منها من خلال الخطة التنموية العامة للدولة المتوسطة الأجل، التي يتم من خلالها التنسيق بين العديد من الجهات ابتداء من مؤسسات البحث العلمي، والجامعات والمؤسسات الاقتصادية.

ثالثا: خصائص المؤسسة الاقتصادية:

إن الخصائص و المقومات التي نتكلم عنها هنا هي تلك التي تتصف بها المؤسسة الاقتصادية أينما كانت سواء في بلد متقدم صناعيا أو في طريق التنمية ، غير أن المؤسسة العادية لها صفة ذاتية يمكن الاستعانة بها للتعرف على مكانتها (نقاط قوتها و ضعفها) ، وهذه الصفات أو الخصائص هي التي تمكنها أول من التطور أو الاندثار و من أهم الخصائص ما يلي :

1-خاصية الهيكلية المنظورة و الملائمة: يعبر الهيكل أساسا عن تكوين الوضعية للمؤسسة ، كيفية تنظيمه مستويات المسؤولية و اتخاذ القرارات فيها كلما كانت الهيكلية واضحة معبرة جدا عن العلاقات و

التبادلات بين الأقسام و الوظائف من جهة و مرنة لتأخذ و في التغيرات المرتبطة بالمحيط و الاستراتيجية من جهة أخرى.

كلما كانت أكثر ملائمة ومساعدة على تحقيق الأهداف و بالتالي الأداة الجيدة أو الأحسن و عليه فإن الهيكل الكلاسيكي و منه التنظيم التقليدي لا يلائمان المؤسسة الحديثة إطلاقا في السنوات الأخيرة نجد المؤسسات في الدول الصناعية بما فيها الكثير من المؤسسات اليابانية التي تبذل جهودا جبارة في إعادة تنظيم هيكلها و نشاطها فإذا وجدت حاليا مؤسسات اقتصادية لا تولي اهتماما لذلك فإن حظوظها في البقاء و الملائمة مع قوى السوق المتضاربة و المستجدات الكثيرة و السريعة في عصرنا الحاضر قليلة جدا.

2- خاصية التقرب من المستهلك: مما لاشك فيه وجود المصانع و المؤسسات الاقتصادية مرتبط بوجود المستهلك الفعلي أو المتوقع و باعتبار المستقبل ينصح أن تقوم تلك الهياكل الاقتصادية بالتوجه نحو السوق أو الاستهلاك ، فتكاثر الإنتاج من جهة و كذلك الاختلافات بين المستهلكين من جهة أخرى تفرض على المؤسسة الحديثة الاقتراب أكثر من السوق أو المستهلك بمعنى هذا انه على المؤسسة المساهمة في الحياة الاقتصادية بتقديم دراسات قصد التعرف على الاحتياجات و الرغبات من النواحي الكمية و النوعية و الجودة كي تنتج ما يمكن بيعه عوض ما تنتجه .

3- خاصية اللجوء إلى تكنولوجيا المعلومات: إن مميزات المؤسسة في البلدان المتقدمة ذات تكنولوجيا عالية تنطوي مثل هذه التكنولوجيات على كل الوسائل التقنية و الآلية الحديثة و التي ترتبط بكيفية أو بأخرى بالمعلومات ، ن خاصيتها هي أنها تمكنت من الحصول و جمع البيانات و معالجتها و تحويلها إلى معلومات موثوق فيها ، لتخزينها و إرسالها عند الطلب دون تأخير بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية .

4- خاصية الاعتماد على الإبداع و التجدد: المقصود بالإبداع هنا التكنولوجي المرتبط بالمنتجات و طرق الإنتاج إذ أنه المصدر الأساسي للقوة التنافسية، أما التجديد فهو تعبير إيجابي من شأنه أن يساعد على تحسين التسيير و الأداء ويدخل ضمن هذا التجديد في طرق تسيير الأفكار و التنظيم و بالنسبة للإبداع خاصة فمزاولته يمكن أن يكون إما صفة رسمية أو عكس ذلك مهما كانت الطريقة للاتصال و الارتباط مع هيكل التعليم العالي و البحث العلمي و التكنولوجي أصبحا أمرين ضروريين في هذا العصر و ما تعاني منه اقتصاديات دول العالم النامي في هذا الصدد إنما هو عدم وجود أو ضعف العلاقات بين الهياكل كلها.

من خلال ما سبق يمكننا استخلاص الصفات والخصائص التي تتصف بها المؤسسة الاقتصادية:

-المؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها لحقوق وصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها .؛

-القدرة على الإنتاج أو أداء الوظيفة التي وجدت من أجلها.

-أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف وظروف سياسية مواتية وعمالة كافية وقدرة على تكييف نفسها مع الظروف المتغيرة .

-التحديد الواضح للأهداف والسياسة والبرامج وأساليب العمل، فكل مؤسسة تضع أهدافا معينة تسعى إلى تحقيقها: أهداف كمية ونوعية بالنسبة للإنتاج، تحقيق رقم أعمال معين.

-ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها، ويكون ذلك إما عن طريق الإعتمادات والقروض، وإما عن طريق الإيرادات الكلية أو الجمع بين الوسيلتين حسب الظروف ؛

-لابد أن تكون المؤسسة مواتية للبيئة التي وجدت فيها وتستجيب لهذه البيئة، فالمؤسسة لا توجد منعزلة فإذا كانت ظروف البيئة مواتية-

-فإنها تستطيع أداء مهمتها في أحسن الظروف، أما إذا كانت معاكسة فإنها يمكن أن تعرقل عملياتها المرجوة وتفسد أهدافها.

-المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي، فبالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج ونمو الدخل الوطني فهي مصدر رزق الكثير من الأفراد.

-يجب أن يشتمل اصطلاح مؤسسة بالضرورة على فكرة زوال المؤسسة إذا ضعف مبرر وجودها أو تضاءلت كفاءتها.

### رابعاً لمحة تاريخية عن المؤسسة الاقتصادية:

تعتبر المؤسسات الاقتصادية أهم عامل من عوامل الاقتصاد الوطني ومن هنا يكون لدينا فضول اتجاهها من أجل معرفة ما هي العوامل التي ساهمت في ظهور هذه المؤسسات وكيف كان أول ظهورها.

أ- الإنتاج الأسري البسيط: كانت الفلاحة هي أساس حياة المجتمعات البدائية، واستعمل الرجل البدائي أدوات بدائية في تلبية حاجياته، وكانت المقايضة هي أساس التبادل في تلك الفترة من أجل تغطية ما نقص من حاجياته. ومن مميزات هذه المجتمعات البدائية ظهور الإقطاعية (الملاك) والعبيد (الفلاحين) أما فيما يخص الحرف اليدوية السائدة في تلك الفترة هي النجارة، الحدادة، النسيج، فكلما زاد عدد السكان

وتوفرت عوامل التحرر انتقل النشاط بالتدرج من الطابع القروي إلى الطابع الحضري، وتحرر به العمال من الحقول والفلاحة.

ب- ظهور الوحدات الحرفية: تعد هذه المرحلة من أهم مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية لأن في هذه المرحلة بدأت تظهر الملامح الأولى للمؤسسة البدائية حيث بدأ الطلب على المنتجات الحرفية وبالتالي بدأت تظهر وحدات حرفية، كان المنهج فيها أسري ثم مع التطور بدأ الإنسان في حب القيادة والطمع وبالتالي ظهر منهج آخر وهو المنهج الإداري وظهر معه مفهوم العامل الصناعي.

ج- نظام المنزلي للحرف: كان المزارعون في الأرياف يعيشون في حالة من الفقر ومن أجل زيادة دخلهم بدأ يمتنون حرفة إلى جانب الزراعة فهنا قد وجد التجار ضالهم حيث كانوا يقومون بتموين المزارعين في منازلهم بالمواد وتحديد نوع المنتجات، وهذا ما زاد من قوة هذه الطبقة (أي التجار).

د- ظهور المانيفاكتورة: بعد استغلال التجار لكل الظروف المحيطة زاد ثرائهم وهذا ما جعلهم يقومون بإنشاء المانيفاكتورة. من أجل استغلال المواد والعمال أحسن استغلال لكن هذه المصانع كان ينقصها نوع من الانضباط حتى تتمكن من الصمود.

هـ- المؤسسة الصناعية الآلية: ساعدت الثورة الصناعية المؤسسات في التطور كثيرا حيث أنها وفرت لها الآلات ووسائل الإنتاج الحديثة وبهذا ظهرت أول مؤسسة في شكلها الحالي سنة 1553 (وهي شركات تجارية وملاحية). أيضا بين القرنين 18 و19 ظهرت عدة عوامل على تطوير المؤسسة الاقتصادية مثل الاختراعات التكنولوجية المتطورة، ظهور المفكرين الذين نادوا بالحرية الاقتصادية الحريين العالميتين التي ساعدت في تطوير التنظيم.

و- التكتلات والشركات متعددة الجنسيات: وصلت هذه المؤسسات إلى قمة التطور حيث أصبحت تقوم على تكتل عدة شركات من أجل مواجهة المنافسة الحادة وهي تنقسم إلى ثلاثة أنواع تتمثل في (لهولدينغ holding، التروست trust والكارتل cartel). أو زيادة فروعها إلى بلدان متعددة من أجل زيادة نشاطها وعرضها لأسواق مختلفة.

### المحاضرة الثانية: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية

يمكن للمؤسسة الاقتصادية أن تأخذ العديد من الأصناف و الأشكال وذلك حسب عدد من المعايير التي سنحاول أن نبينها كما يلي:

1- تصنيف المؤسسات الاقتصادية تبعا لمعيار الحجم: يتم تقسيم المؤسسات الاقتصادية ووضع الحدود الفاصلة بينها استنادا لحجم المؤسسة حيث تأخذ المؤسسة الاقتصادية وفق هذا المعيار الأشكال التالية:

مؤسسات مصغرة - مؤسسات صغيرة - مؤسسات متوسطة - مؤسسات كبيرة.

ويعتمد في وضع الحدود الفاصلة بين مختلف الأحجام على معيارين رئيسيين: معايير كمية و معايير نوعية.

1- المعايير الكمية لتصنيف المؤسسات الاقتصادية: حيث يتم تصنيف المؤسسات الاقتصادية استنادا إلى مؤشرات كمية ذات طابع إحصائي ومن بين أهم المعايير الشائعة الاستخدام هي:

- معيار عدد العمال (حجم العمالة). حيث يميز البنك الدولي بين ثلاثة أنواع هي:

1- المؤسسة المصغرة: هي التي يكون فيها أقل من عشرة موظفين، وإجمالي أصولها أقل من 100.000 دولار أمريكي.

2- المؤسسة الصغيرة: هي التي تضم أقل من 50 موظفا، وكل من أصولها وحجم المبيعات السنوية لا يتعدى ثلاثة ملايين دولار أمريكي.

3- المؤسسة المتوسطة: عدد موظفيها أقل من 300 موظف، أما كل من أصولها وحجم المبيعات السنوية لا يفوق 15 مليون دولار أمريكي.

اما هيئة الامم المتحدة فقد قسمتها على اساس الدول الى:

1- شكل المؤسسة الاقتصادية في الدول النامية:

- من 15-19 عامل تعتبر مؤسسة صغيرة.

- من 20-90 عامل تعتبر مؤسسة متوسطة.

- أكثر من 100 عامل مؤسسة كبيرة.

2- بالنسبة للدول الصناعية:

- من 05-99 عامل تعتبر مؤسسة صغيرة.

- من 100-499 عامل تعتبر مؤسسة متوسطة.

- أكثر من 500 عامل تعتبر مؤسسة كبيرة.

اما في الجزائر فيتم تصنيف المؤسسات كما يلي:

الجدول رقم (1): تصنيف المؤسسات في القانون الجزائري.

النوع المعيار	عدد العمال (العمال)	رقم الأعمال السنوي (مليون دينار جزائري)	مجموع حصة السنوية (مليون دينار جزائري)
مؤسسة مصغرة	من 01 الى 09	أقل من 40	لا يتجاوز 20
مؤسسة صغيرة	من 10 الى 49	لا يتجاوز 400	لا يتجاوز 200
مؤسسة متوسطة	من 50 الى 250	ما بين 400 الى 4000	ما بين 200 الى 1000

- المعيار المالي أو النقدي والذي يضم معيار رأس المال المستثمر ومعيار حجم المبيعات.

1-1- معيار عدد العمال أو حجم العمالة: يعتبر هذا المعيار الأكثر شيوعا و اعتمادا على الإطلاق في العديد من الدول، حيث يتم تصنيف المؤسسات الاقتصادية ووضع الحدود الفاصلة بين مختلف أحجامها استنادا على حجم اليد العاملة في المؤسسة.

ويتم الأخذ بهذا المعيار في العديد من الدول نظرا للخصائص الذي يتميز بها وهي :

- الثبات النسبي حيث لا يتأثر هذا المعيار بالمتغيرات في قيمة النقود نتيجة عامل التضخم.

- كذلك توافر البيانات إلى حد كبير وسهولة الحصول عليها من المؤسسات.

لكن هذا المعيار من جهة أخرى له سلبياته وقد وجهة له عدة انتقادات أهمها.

- أن العمالة المؤقتة تؤدي إلى تغير حجم المؤسسة من وقت لآخر.

- كذلك نوعية التكنولوجيا والمعدات المستخدمة ومدى تطورها يؤثر على حجم العمالة.

كذلك يعاب على هذا المعيار أن استخدام العمالة وحدها قد لا يعكس تماما الوضع الحقيقي لحجم المؤسسة.

فعلى سبيل المثال هناك صناعات كثيرة تتطلب استثمارات مالية كبيرة ولكنها توظف عدد صغير من العمال، وبالتالي يمكن اعتبارها صغيرة وهي في الحقيقة العكس، وكذلك هناك صناعات تتطلب استثمارات مالية صغيرة لكنها توظف عدد كبير نسبيا من الأيدي العاملة، وبالتالي يمكن أن تقع في نفس الإشكالية في عملية تصنيفها أي يمكن اعتبارها كبيرة بالرغم من كونها صغيرة

1-2-1- المعيار المالي أو نقدي:

1-2-1-1- معيار رأس المال المستثمر: يتم تصنيف كل نوع من المؤسسات ووضع الحدود الفاصلة فيما بينها على أن لا يتجاوز رأس المال المستثمر في كل نوع حد أقصى معين يختلف باختلاف الدول التي توجد بها تلك المؤسسات وذلك تبعا لدرجة النمو الاقتصادي التي بلغتها الدولة وتبعاً لمدى الوفرة أو الندرة النسبية في عناصر الإنتاج المختلفة.

ولا يتم الاعتماد على هذا المعيار كثيرا وهذا راجع إلى أنه يتطلب إجراء تعديلات مستمرة تبعا لمعدلات التضخم، كذلك اختلاف دلالاته من دولة إلى أخرى وفي الدولة الواحدة من قطاع إلى آخر ومن فترة لأخرى.

1-2-2-1- المعيار الثنائي أو المزدوج ( العمالة ورأس المال): نظرا لأن العمالة ليست هي العنصر الوحيد في العملية الإنتاجية حيث هناك العديد من العناصر الأخرى مثل رأس المال المستثمر فهناك بعض الدول تستخدم خليط من المعيارين "معيار حجم العمالة ومعيار رأس المال" في تصنيف المؤسسات الاقتصادية. ويعتمد هذا المعيار في تحديد حجم المؤسسات المختلفة على الجمع ما بين المعيارين السابقين أي معيار العمالة ورأس المال معا في معيار واحد، وذلك عن طريق وضع حد أقصى للعمالة بجانب مبلغ معين لرأس المال المستثمر.

1-2-3- معيار حجم المبيعات أو حجم الإنتاج أو رقم الأعمال: هناك بعض الدول تستخدم هذا المعيار لتحديد حجم المؤسسة، حيث كلما كبرت نسبة مبيعات المؤسسة كبر حجمها، حيث تستخدم حجم الإنتاج إذا كانت المؤسسة تتحصل على إيراداتها من مصدر واحد، وتستخدم رقم الأعمال إذا كانت تحصل على إيراداتها من مصادر مختلفة.

كذلك يعاب على هذا المعيار أنه يتطلب تعديلا مستمرا وفقا لتغيرات الأسعار ومعدلات التضخم.

2- المعايير النوعية لتصنيف المؤسسات الاقتصادية: نتيجة لبعض العيوب التي تتصف بها المعايير الكمية في تصنيف المؤسسات الاقتصادية هناك من يعتمد على المعايير النوعية في وضع الحدود الفاصلة بين المؤسسات وهذه المعايير تركز على الخصائص الرئيسية التي تتميز بها المؤسسة:

2. تصنيف المؤسسات الاقتصادية تبعا للمعيار القانوني: و تصنف إلى:

1- المؤسسات العمومية: وهي المؤسسات التي يعود رأس مالها للقطاع العام، فهي تعتبر مؤسسات الدولة بالإنشاء أو التأميم، و يكون التسيير فيها بواسطة شخص أو أشخاص تختارهم الجهة الوصية، ينقسم هذا النوع من المؤسسات إلى قسمين:

1-1- مؤسسات تابعة للوزارات: وتسمى أيضا " المؤسسات الوطنية " فهي تخضع للمركز مباشرة أي لإحدى الوزارات و هي صاحبة إنشائها، و التي تقوم بمراقبة تسييرها بواسطة عناصر تعيينها، تقدم إليها تقارير دورية عن نشاطها ونتائجها.

2-1- مؤسسات تابعة للجماعات المحلية: وتتمثل هذه المؤسسات في الولاية و البلدية أو تجمع بين البلديات أو الولايات أو منهما معا، وتكون عادة ذات أحجام متوسطة أو صغيرة ويشرف عليها مندوبها عن طريق إدارتها، وتحبذ عادة مجال النقل والبناء أو الخدمات العامة.

2- مؤسسات مختلطة: وهي تلك المؤسسات التي تترك الدولة أو إحدى هيئتها مع الأفراد أو المؤسسات الأخرى في ملكيتها، مع العلم أن تنظيم هذا النوع من المؤسسات يخضع كذلك لعدة ضوابط تحددها تشريعات وأحكام خاصة.

3- المؤسسات الخاصة: وهي تلك المؤسسات التي تؤول ملكيتها إلى شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص، كالمؤسسات الفردية ومؤسسات الشركات على أن كل نوع من هذه المؤسسات يحكمه نمط قانوني معين يحدد طرق وإجراءات تسييرها، ويتم تقسيم المؤسسات الخاصة إلى:

3-1- المؤسسات الفردية: تنشأ هذه المؤسسات عن جمع شخص يعتبر رب العمل أو صاحب رأس المال لعوامل الإنتاج الأخرى، « حيث تختلط فيها شخصيتها القانونية بشخصية صاحب رأس المال الذي يقوم بإنشاء هذه المؤسسة » ويأخذ هذا النوع من المؤسسات أنواعا تتباين من مؤسسات إنتاجية إلى وحدات تجارية أو خدماتية... إلخ، وغالبا ما يكون عدد العاملين فيها منخفضا.

3-2- مؤسسات الشركات: يعرف المشرع الجزائري الشركة على أنها عقد بمقتضاه يلتزم شخصان طبيعيين أو اعتباريان أو أكثر على المساهمة في نشاط مشترك بتقديم حصة من عمل أو مال أو نقد، بهدف اقتسام الربح الذي قد ينتج أو تحقيق اقتصاد أو بلوغ هدف اقتصادي ذي منفعة مشتركة كما يتحملون الخسائر التي قد تنجر عن ذلك.

3. تصنيف المؤسسات الاقتصادية اقتصاديا: توزع المؤسسات الاقتصادية استنادا لهذا المعيار إلى ثلاث قطاعات رئيسية:

قطاع الفلاحة – قطاع الصناعة – قطاع الخدمات. ويضم كل قطاع ما يلي:

1- مؤسسات القطاع الأول " الفلاحة":

وتجمع المؤسسات المتخصصة في كل من الزراعة بمختلف أنواعها ومنتجاتها، و تربية المواشي، بالإضافة إلى أنشطة الصيد البحري، و غيره من النشاطات مرتبطة بالأرض و الموارد الطبيعية القريبة إلى الاستهلاك، وعادة ما تضاف إليها أنشطة المناجم.

## 2- مؤسسات القطاع الثاني "الصناعة":

وتجمع مختلف المؤسسات التي تعمل في تحويل المواد الطبيعية إلى منتوجات، و تشمل بعض الصناعات المرتبطة بتحويل المواد الزراعية إلى منتوجات غذائية و صناعية مختلفة، وكذلك صناعات تحويل و تكرير للمواد الطبيعية من معادن و طاقة وغيرها، وهي ما تسمى بالصناعات الاستخراجية ومؤسسات الصناعات الاستهلاكية بشكل عام، ومؤسسات صناعة التجهيزات ووسائل الإنتاج المختلفة، و نلاحظ أن توزيع هذه المؤسسات يمكن أن تجمع في فرعين رئيسيين:

- الصناعات الخفيفة: و في أغلبها استهلاكية و غير دافعة للاقتصاد بشكل واضح .

- الصناعات الثقيلة أو المصنعة: هي مختلف الأنشطة الصناعية التي تعمل منتجاتها على دفع الاقتصاد أماميا ، حيث تعتبر كمستعمل لموارد و منتوجات قطاعات مثل الاستخراجية و الطاقة ، و منتج لوسائل إنتاج تستعمل في مختلف القطاعات الاقتصادية و هي بذلك دافعة إلى الأمام .

## 3- مؤسسات القطاع الثالث: هذه المؤسسات تشمل مختلف الأنشطة التي لا توجد في المجموعتين

السابقتين و هي ذات أنشطة جد مختلفة وواسعة انطلاقا من المؤسسات الحرفية، النقل، البنوك، المؤسسات المالية، التجارة، الصحة وغيره.

## المحاضرة الثالثة وظائف المؤسسة الاقتصادية

### 1-الوظيفة المالية:

تعتبر الوظيفة المالية من أهم الوظائف في المؤسسة، فالمؤسسة لا تقوم بنشاطها من إنتاج و تسويق... دون توافر الأموال اللازمة لتمويل أوجه النشاط المختلفة وأوجه الإنفاق. وتعرف الوظيفة المالية على أنها مجموعة من المهام والعمليات، التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال في مصادرها الممكنة بالنسبة للمؤسسة، بعد تحديد الحاجات التي تريدها من الأموال من خلال برامجها وخططها الاستثمارية.

● أنواع التمويل والاحتياجات: هناك عدة أنواع للتمويل تختلف باختلاف المعيار الذي تم من خلاله التصنيف فالتمويل من الوظائف التي اختلفت فيها وجهات النظر خاصة من ناحية التصنيف وتعدد الأنواع مع وجود عوامل تعد وتحدد من عملية اختيار التمويل المناسب والملائم لطبيعة ونشاط المؤسسة، والذي يمكن يحافظ على الاستمرار، وبالتالي يمكن أن تصنف إلى عدة أنواع وهذا حسب المعايير التالية:

#### ● أولا: من حيث المدة التي يستغرقها التمويل:

1/التمويل قصير الأجل: يقصد به تمويل العمليات لمدة لا تزيد عن 12 شهرا، يتم الدفع مع نهاية العملية ويوجد هذا التمويل لتغطية الاحتياجات التي تبرز على مستوى حسابات الموردين وعادة ما يتم تسديد التكاليف من إيرادات السنة.

2/التمويل متوسط الأجل: هو تلك الأموال التي تحصل عليها المؤسسة سواء في صورة أموال نقدية أو أصول والتي عادة ما تكون تتراوح ما بين 2 إلى 7 سنوات وتعتبر وسيلة من وسائل تمويل الاستثمار التشغيلي للمنشأة حيث ينتظر من ورائه استخدام الأرباح لتمويل هذا القرض.

3/التمويل طويل الأجل: هو التمويل الذي يشمل جميع الأموال المستحقة الدفع خلال مدة لا تتجاوز 7 سنوات وتكون موجهة لشراء أصول جديدة لزيادة الاستثمار، وكذا زيادة الإنتاجية أو تطوير نشاطها. فالتمويل الطويل الأجل يتعارض مع هدف الربحية لأنه قد لا يكون باستطاعة المؤسسة إعادة الأموال إلى المقرضين عند انتهاء الموسم وتوفير الفوائض النقدية لديها في الوقت المناسب بسبب استعمالها في احتياجات أخرى بالإضافة إلى احتمال وجود غرامات على التسديد المتأخر.

#### ● ثانيا: من ناحية مصدر الحصول على الأموال: هناك نوعين من المصادر تتمثل في:

**1/تمويل ذاتي (داخلي):** يعرف على أنه وسيلة تمويلية جد مهمة وهي الأكثر استعمال بحيث تسمح للمؤسسة بتمويل نشاطها الاستغلالي بنفسها دون اللجوء إلى أي مصدر آخر، أي أنه وسيلة تمويلية داخلية ويتمثل في النتيجة الصافية بعد الضريبة والاستهلاك و المؤونات.

أما قدرة التمويل الذاتي فهي عبارة عن قياس للكتلة المالية التي تصرف من طرف المؤسسة لمواجهة النفقات المالية المرتبطة بتنمية الاستثمارات ورأس مال العمال من خلال هذا التعرف نستنتج أن قدرة التمويل الذاتي قبل توزيع العوائد على المساهمين (قدرة التمويل الذاتي تساوي التمويل الذاتي زائد الفوائد). ومنه نستنتج أن التمويل الذاتي وسيلة مهمة لتسوية الديون عن طريق تسديد القروض القصيرة والمتوسطة الأجل، ومن خلال هذا يمكننا القول بأنه ذا أهمية قصوى على مستوى المؤسسة، حيث يسمح لها التمتع بحرية القرار وعدم الخضوع للضغوط الخارجية والتي يمكن أن تؤثر عليها سلبا.

**2/تمويل خارجي:** يعتبر التمويل الخارجي أحد المصادر الرئيسية للتمويل بغض النظر عن الشكل القانوني للمشروع، فغالبا ما تكون المؤسسة في حاجة إلى أموال من اجل توسيع نشاطها أو إقامة استثمارات جديدة، هذه الاستخدامات غالبا ما تكون في حاجة إلى أموال كثيرة ولمدة طويلة نسبيا، وبالتالي فمصادرها الذاتية عادة ما تكون غير كافية لتلبية متطلباتها الاستثمارية وهذا ما يدفعها إلى اللجوء إلى المصادر الخارجية. وتتعدد المصادر الخارجية إلا أنه يمكن تصنيفها إلى: الائتمان التجاري الائتمان المصرفي، التمويل عن طريق السوق المالي.

• **الائتمان التجاري:** يعرف بأنه نوع من أنواع التمويل القصير الأجل تحصل عليه المؤسسة من الموردين ويتمثل في قيمة المشتريات الآجلة للسلع أو المواد الأولية تلجأ إليه في حالة عدم كفاية رأس المال العامل لمواجهة الاحتياجات الجارية ويقدم في صورة قروض وتسهيلات مصرفية إلى المتعاملين بعمليات التسويق والتبادل التجاري المحلي أو الخارجي سواء كانوا أفراد أو هيئات أو حكومة.

• **الائتمان المصرفي:** يعتبر الائتمان المصرفي أحد أهم مصادر التمويل الخارجي التي تلجأ إليها المؤسسات وخصوصا الصغيرة والمتوسطة، ويتمثل في تلك الثقة التي يولمها البنك للمؤسسة بوضع تحت تصرفها مبلغا من المال، أو تقديم تعهدا من طرفه لفترة محددة يتفق عليها الطرفين.

• **التمويل عن طريق السوق المالي:** وينقسم هذا النوع من التمويل إلى تمويل بالأسهم أي زيادة حقوق الملكية والتمويل بالسندات وهو نوع من الاقتراض.

**1- التمويل بالأسهم:** حيث تستطيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تطرح أسهمها في البورصة وفي هذه الحالة تتمكن المؤسسات من الحصول على التمويل اللازم وكذا تحقيق أرباح عالية نتيجة لبيع الأسهم بأسعار مرتفعة.

2- التمويل بالسندات: يقصد به لجوء المؤسسة إلى طرح سندات مباشرة للجمهور، وتعتبر مقرضاً لأن المؤسسة تتعهد برد قيمة السند القيمة الاسمية، وتلجأ إلى هذا النوع من التمويل عندما تعاني من عجز ولا ترغب في زيادة المساهمين.

2. مفهوم التحليل المالي: يعتبر التحليل المالي من أهم الوسائل التي يتم بموجبها عرض نتائج الأعمال على الإدارة المشرفة، إذ يبين مدى كفاءتها في أداء وظيفتها، وهو أداة للتخطيط السليم، يعتمد على تحليل القوائم المالية بإظهار أسباب النجاح و الفشل، كما يعتبر أداة لكشف مواطن الضعف في المركز المالي للمؤسسات و في السياسات المختلفة التي تؤثر على الربح، كما يمكن من رسم خطة عمل واقعية للمستقبل يساعد الإدارة على تقييم الأداء.

و من خلال ما سبق نجد هناك العديد من المفاهيم التي تخص التحليل المالي حيث نذكر أهمها:

1- التحليل المالي هو دراسة محاسبية: التحليل المالي هو فحص القوائم المالية و البيانات المنشورة لشركة معينة لفترة أو فترات ماضية قصد تقديم المعلومات التي تفيد.

2- التحليل المالي هو دراسة تنبؤية: إن التحليل المالي هو عبارة عن مجموعة من الدراسات التي تجري على البيانات المالية بهدف بلورة المعلومات و توضيح مداولتها، وتركيز الاهتمام على الحقائق التي تكون كبيرة وراء زحمة الأرقام، وهو يساعد في تقييم الماضي كما يساهم في الاستطلاع على المستقبل و تشخيص المشكلات و كذا الخطوط الواجب إتباعها.

3- التحليل المالي وسيلة للقيام بدراسة تخطيطية: يعتبر التحليل المالي خطوة تمهيدية ضرورية للتخطيط المالي، إذ من الضروري التعرف على المركز المالي و السياسات المختلفة التي تؤثر على الربح.

كما توجد هناك تعاريف أخرى تطرق إليها مجموعة من الباحثين، من أهمها نجد:

- تعريف الدكتور محمد الناشد: التحليل المالي هو عملية التشخيص للوضع المالي للشركة بتاريخ معين من حيث التوازن المالي و المردودية المالية.

- تعريف عبد الغفار الحنفي: التحليل المالي هو عملية تحويل الكم الهائل من البيانات المالية و التاريخية إلى كم أقل من المعلومات أكثر فائدة لعملية اتخاذ القرار.

و بالرغم من تعدد تعاريف التحليل المالي نجد أنها تصب جميعاً في كونها إحدى المهام الأساسية للوظيفة المالية، حيث يتمثل موضعه في تبيانها و تشخيصها بهدف أخذ القرارات و التوصيات التي تهتم أساساً بالميدان المالي.

3. وظائف أهداف وخطوات التحليل المالي:

أولاً: وظائف التحليل المالي: للتحليل المالي عدة وظائف تركز في مجملها حول:

1- توجيه المستثمرين لاتخاذ القرار: من بين وظائف التحليل المالي توجيه متخذي القرار لاتخاذ أحسن القرارات التي تعود على المؤسسة بالربح أو الفائدة، بغرض تحقيق هدفها، بالإضافة إلى محاولة التأقلم مع البيئة الخارجية التي تتميز بعدم الاستقرار، من بين القرارات التي تحددها سياسات التحليل المالي.

2- اتخاذ قرار الاستثمار: وذلك يتم عن طريق إبراز مزايا وحدود عملية الاستثمار المرتقب إنجازها.

3- اتخاذ قرار التمويل: حيث تمكن مجلس الإدارة من البحث على فرص تمويلية أفضل.

4- اتخاذ قرار التخطيط والرقابة المالية: وذلك من أجل توجيه ورقابة مختلف العمليات المالية.

كما هناك وظائف يجب على الإدارة اتباعها و ذلك من أجل تحقيق هدف تعظيم ثروة المساهمين، الذي يتم عن طريق اتخاذ القرار الأمثل بشأن عملية الاستثمار، وهي كالتالي:

- التحليل و التخطيط المالي: و ذلك من خلال تحليل البيانات المالية و تحويلها إلى معلومات، يمكن استخدامها لإعداد الموازنات المتعلقة بالإيرادات و المصاريف التي تخص المشروع في المستقبل.

- تحديد هيكل أصول المشروع: من حيث تحديد حجم الاستثمارات في كل من الأصول القصيرة و الطويلة الأجل، و كذلك التوجيه باستخدام الأصول الثابتة الملائمة.

- تحديد الهيكل المالي للمشروع: إذ يجب تحديد المزيج الأمثل و الأكثر ملائمة من تمويل قصير و طويل الأجل، كذلك تحديد طبيعة ديون المشروع سواء كانت ملكية أو عن طريق الاقتراض.

4. أدوات التحليل المالي: يستعمل التحليل المالي عدة تقنيات منها:

- يقوم بمقارنة الكشوف المالية لسنوات متعددة .

- مقارنة المؤسسة مع المؤسسات الأخرى من نفس القطاع، مما يعطي للمؤسسة فرصة لمعرفة مكانتها في القطاع مع اكتشاف نقاط القوة و الضعف .

- تكون على شكل نسب، وهذه الأخيرة من أكثر أدوات التحليل المالي استعمالا حيث تبين مجموعة وظائف في الميزانية أو جدول حسابات النتائج .

- تكون على شكل تحليلات ترتكز على أدوات تتماشى مع حالة المؤسسة مثل دراسة السيولة و دراسة التدفقات النقدية و المردودية، ودراسة الأخطار المالية الخاصة بالاستثمار .

- و هي على شكل وسائل نقدية كاستعمال الإعلام الآلي .

5. المؤشرات المالية:

1- رأس المال: هو الثروة التي تشكل نوعا من أنواع الأصول، ويستخدم للإشارة إلى القوة المالية الخاصة بالمنشآت أو الأفراد، ويعرف رأس المال بأنه عبارة عن الأموال المستخدمة في صناعة المزيد من الثروة، أو البدء بمشروع جديد. ومن التعريفات الأخرى لرأس المال هو النقود أو غيرها من الممتلكات التي يملكها

الأفراد أو المنشآت، ويستخدم رأس المال بهدف تأسيس مؤسسة أو شركة، أو لاستثماره في مجالات متنوعة.

2- تقييم الأداء المالي باستعمال رأس المال العامل: يمثل رأس المال العامل إجمالي المبالغ التي تستثمرها المؤسسة في الأصول قصيرة الأجل، ويعرف رأس المال العامل بأنه إجمالي الأصول المتداولة مطروحا منها إجمالي الخصوم المتداولة، وهو رأس المال الفائض المستعمل أثناء دورة الاستغلال. كما يقصد برأس المال العامل الفائض من الاستثمار الإجمالي للمؤسسة في الموجودات طويلة الأجل من خلال الأموال الدائمة، ويستخدم في الحكم على مقدرة المؤسسة على سداد التزاماتها في الأجل القصير.

ويعرف رأس المال العامل بأنه " عبارة عن هامش سيولة، يسمح للمؤسسة بمتابعة نشاطها بصورة طبيعية دون صعوبات أو ضغوطات مالية على مستوى الخزينة، فتحقق رأس عامل موجب داخل المؤسسة يؤكد امتلاكها لهامش أمان يساعدها على مواجهة الصعوبات، وضمان استمرار توازن هيكلها المالي.

وهناك أربع أنواع من رأس المال العامل والمتمثلة فيما يلي:

- رأس المال العامل الصافي: يعرف رأس المال العامل الصافي على أنه ذلك الجزء من الموارد المالية الدائمة المخصصة لتمويل الأصول المتداولة.

كما يعرف أيضا أنه ذلك الفائض المالي الناتج عن تمويل الاحتياجات المالية الدائمة باستخدام الموارد المالية الدائمة.

- رأس المال العامل الخاص: يبين رأس المال العامل الخاص مدى تغطية الأموال الخاصة المتكونة من حقوق الملكية للمساهمين للأصول الثابتة، دون الاستعانة بالجزء المتبقي من الأموال الدائمة المتمثلة في القروض طويلة الأجل، أو مدى اكتفاء المؤسسة بالأموال الخاصة من دون الاستعانة بالموارد الأجنبية.

- رأس المال العامل الأجنبي: يبين رأس المال العامل الأجنبي قيمة الموارد المالية الأجنبية في المؤسسة، والمتمثلة في إجمالي الديون، وهنا لا ينظر إلى الديون بالمفهوم السلبي لها، بل كمورد ضرورية لتنشيط عملية الاستغلال، و أصبح من الضروري على المؤسسات أن تؤمن لنفسها موارد مالية متاحة عند الضرورة، وهنا التقى دور البنوك والمؤسسات المالية المانحة للقروض بنشاط المؤسسات وأصبح ملجأ لها لتدارك العجز في الخزينة.

- رأس المال العامل الإجمالي: يقصد برأس المال العامل الإجمالي مجموع عناصر الأصول التي تستغرق سرعة دورانها السنة أو أقل، والتي تشمل كل من قيم الاستغلال، القيم الجاهزة والقيم غير المحققة.

3- تقييم الأداء المالي باستعمال الخزينة: يمكن تعريف خزينة المؤسسة على أنها مجموع الأموال التي تكون تحت تصرفها خلال دورة الاستغلال، وتشمل صافي القيم الجاهزة أي ما تستطيع التصرف فيه فعال و نجد ثلاثة حالات ممكنة للخزينة وهي:

حالة الأولى: الخزينة الصفرية.

تعتبر هذه الحالة هي الحالة المثلى للخزينة، وهنا تكون المؤسسة قد حققت توازنها المالي، وذلك بتساوي كل من رأس المال العامل واحتياجات رأس المال العامل.

الحالة الثانية: الخزينة الموجبة.

في هذه الحالة تكون الموارد الدائمة أكبر من الأصول الثابتة، وبالتالي يكون هناك فائض في رأس المال العامل مقارنة بالاحتياج في رأس المال العامل.

الحالة الثالثة: الخزينة سالبة.

في هذه الحالة يكون رأس المال العامل أقل من الاحتياج في رأس المال العامل، وهنا تكون المؤسسة بحاجة إلى موارد مالية لتغطية الاحتياجات المتزايدة من أجل استمرار النشاط.

6. النسب المالية: و تتكون من:

1- نسب السيولة: وهي النسبة التي تقيس القدرة على اداء التزامات قصيرة الاجل تعبر عن قابلية المنشأة على تحويل موجوداتها المتداولة الى سيولة نقدية.

2-نسب التشغيل: تقيس هذه النسبة هذه النسب كفاءة ادارة موارد المنشأة وذلك بأجراء مقارنة بين مستوى المبيعات وبين مستوى الاستثمار في عناصر الموجودات.

3- نسب المديونية: تقيس هذه النسبة مدى اعتماد الشركة على الاقتراض الدين في تمويل استثماراتها بالمقارنة بالتمويل المقدم من قبل المالكين.

4- نسب الربحية: تقيس هذه النسبة قدرة الشركة على توليد الأرباح.

5- نسب السوق: تعد نسب الاسهم ذات الاهمية لحملة الاسهم والمستثمرين في الاسهم المحتملين ومحلي الاوراق المالية وبنوك الاستثمار والمقترضين وتعد هذه النسب اكثر شمولاً من حيث تقييم المنشأة لان تقييم السوق هو المعيار الادق لقيمة المنشأة وهدف الادارة المالية هو تعظيم القيمة السوقية للمنشأة.

6- نسب النمو: تقيس نسبة النمو مدى توسع والتقدم الذي تحققه الشركة على مر الزمن فالنمو هدف مرغوب اذ انه يمكن من توسيع الشركة وتطوير منتجاتها وتحسين طرق انتاجها لزيادة عدد الوظائف.

## المحاضرة الرابعة الوظائف الاقتصادية

### 2- وظيفة التمويل:

### 3- وظيفة الانتاج:

أ- وظيفة التمويل: التمويل كمجموعة من المهام والعمليات، يعني العمل على توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليا من خارج المؤسسة، بكميات وتكاليف ونوعيات مناسبة طبقا لبرامج وخطط المؤسسة.

ومن هذا التعريف يتضح لنا أن وظيفة التمويل تنقسم إلى مهمتين فرعيتين: مهمة الشراء ومهمة التخزين. - مهمة الشراء: هي مجموعة من الأنشطة التي تختص بتوفير مستلزمات النشاط من خارج المؤسسة بالكمية والجودة والأسعار المناسبة، وفي التوقيت ومن المصدر المناسبين. وتتمثل هذه الوظيفة في اختيار المورد أو الموردين المناسبين، تحديد طريقة الشراء أو التوريد المناسب، تقديم الطلبات للموردين ومتابعتها، مراقبة الموارد الواردة.

- مهمة التخزين: هي مجموعة من الإجراءات والأعمال التي تقوم بها المؤسسة على أساس أنظمة محكمة، ووفق صيغ معينة وعبر أجهزة مختصة، لتأمين الإمداد المستمر بالمستلزمات السلعية لعمليات التشغيل في الزمن المحدد و بالكميات والنوعية المطلوبتين. وتبدأ هذه المهمة عند استلام المواد والسلع الواردة لدى قسم الشراء وإيصالها للمخازن، حيث تتضمن هذه الوظيفة كل من: ترتيب المواد والسلع، وضع الرموز، متابعة حركة المخزون، تقديم إشعار إلى قسم الشراء لانطلاق الشراء، القيام بعملية الجرد الحقيقي.

ب- وظيفة الانتاج: يعتبر الإنتاج الوظيفة الأساسية للمؤسسات الإنتاجية فهو المبرر لوجودها و الحافز على استمرارها و بقاءها كون الإنتاج يرتبط بإشباع الحاجات الإنسانية و بالتالي فإنه يستمر ما دامت الحاجة الإنسانية قائمة.

ويمكن تعريفها بأنها "عملية إنتاج المنفعة أو المنافع التي يقام العمل من أجل خلقها وبيعها كوسيلة لتحقيق الربح".

مهام وظيفة الإنتاج: و تمثل في :

أ-تخطيط الإنتاج: يعرف على أنه " تحديد الأهداف الجزئية والنهائية التي تسعى المؤسسة لتحقيقها، ثم تحديد الإمكانيات والموارد والعمل اللازم والفترة الزمنية اللازمة لتتابع العمليات وانتهاء الأعمال، وبالتالي بلوغ الأهداف المحددة.

ب - تنظيم الإنتاج : يعني تحديد الأنشطة اللازمة لتحقيق أهداف عملية التخطيط وبالتالي تجزئة وتوصيف وتحليل المهام المختلفة، ثم إعادة تجميعها في مجموعات متكاملة.

ج- الرقابة على الإنتاج : هي مجموعة القواعد والإجراءات التي تهدف إلى تنسيق أداء الموارد الإنتاجية المتاحة، وتحقيق أعلى مستويات الكفاءة الإنتاجية.

أساليب الإنتاج: يوجد نوعان من أساليب الإنتاج: الإنتاج المستمر والإنتاج المتقطع:

أ- الإنتاج المستمر: هو إنتاج نمطي في مخرجاته وقد يكون نمطيا في مدخلاته، يتم على آلات متخصصة أو في خطوط إنتاج. ونقصد بالإنتاج النمطي أن له نفس الأبعاد والخواص خلال الفترة الإنتاجية، أي نفس المقاييس ونفس النوعية، ونفس الشكل وقد يكون غير نمطيا في المدخلات أي مدخلات مختلفة، مثل الجلد الحقيقي، الجلد المصطنع لصناعة أحذية متجانسة، أي نفس الشكل ونفس المقاييس ولكن ليس نفس النوعية؛ وينقسم الإنتاج المستمر إلى نوعين:

- إنتاج مستمر ووظيفي : هو إنتاج مستمر موجود كحلقة ضمن سلسلة إنتاجية داخل المؤسسة، أو كمرحلة بين مجموعة المؤسسات يعمل كل منها دور المنبع والمصب، والخاصية المميزة أنه يستعمل في وظيفة معينة.

- إنتاج غير وظيفي ومستمر: هو إنتاج يوجه إلى الاستهلاك مباشرة ويخضع لمحددات الطلب من سعر السلعة، أسعار السلع المنافسة، أذواق المستهلكين و سلوكياتهم، ... مثل الصناعة الغذائية، صناعة الجلود... الخ.

ب- الإنتاج المتقطع: هو إنتاج غير نمطي في مخرجاته، ولا يتم إنتاجه إلا بعد تحديد المواصفات من طرف العميل أو المستهلك المباشر؛ وقد يكون نمطيا في مدخلاته؛ والمقصود بأنه غير نمطي في مخرجاته، أن مخرجاته تختلف من حيث الشكل والنوع والتخصص، وذلك حسب أذواق المستهلكين وحسب طلبهم، ويتقسم بدوره إلى قسمين:

- إنتاج دفعات متكررة للطلب: هو إنتاج متقطع نمطي في مدخلاته، وغير نمطي في مخرجاته، يخضع للمواصفات التي يقدمها العميل، والميزة الخاصة أنها تنتج دفعات حسب الخصائص المطلوبة أو المواصفات التي يطلبها العميل؛ والشرط الرئيسي لاستعماله هو تغيير المواصفات من عميل لآخر، وهو شرط موضوعي وضروري، وقد يكون غير ضروري مثل الآلات التي تنتج إنتاج متقطع فهي آلات غير

متخصصة، والسبب في التغيير لا يكمن في المواصفات وإنما في عدد الآلات؛ والحل هو تقليل عدد المنتجات أو زيادة عدد الآلات ويمكن أن المؤسسة تعدد منتجاتها ومحدودة في المخازن فتبدأ في تغيير الإنتاج، والسبب الموضوعي الوحيد هو تغيير المواصفات و الحل يكمن في إنتاج دفعات متكررة للتخزين. -إنتاج دفعات متكررة للتخزين: فإذا كان السبب الذي جعل المؤسسة تنتج إنتاج دفعات متكررة للطلب غير موضوعي (ليس تغيير المواصفات) تحول المؤسسة الإنتاج إلى إنتاج دفعات متكررة للتخزين. وعليه إما أن نخصص الوقت أو الآلات أو المخازن لإنتاج دفعات متكررة للتخزين، مثل صناعة الألبسة (حسب الفصول)، فنستعمل الإنتاج المستمر خلال الفصل، والإنتاج المتقطع خلال السنة، وهذا لتفادي مشاكل التخزين وضياح الوقت.

### اهداف وظيفة الانتاج :

أ- تطوير المنتجات: في نشاطها العادي تتصل المؤسسة بشكل مستمر بالسوق والمستهلك، إما بواسطة وظيفة التسويق أو بواسطة نظام معلومات التسيير، بهدف جمع مختلف ما يرتبط بصدى المنتجات ودرجة تقبلها من طرف المستهلك، ومتطلبات هذا الأخير في التحسين أو التغيير في المواصفات الشكلية أو الخصائص المادية.

فدرجة التطوير يمكن أن تكون بسيطة، بمعنى تغيير الأغلفة أو الوزن أو ألوان الأغلفة، وهذا لا يتطلب تغييرا في الجهاز الإنتاجي، أما ما يرتبط بالتغيير الكلي للمنتج، فهذا يعني ضرورة الدراسة، اختيار التكنولوجيا المناسبة، تغيير الآلات، إعادة تكوين العمال. وهذه العملية تتم في مدة متوسطة أو طويلة الأجل، هي تتطلب وسائل مالية معتبرة. وهذه العملية تمر بالمراحل التالية:

-جمع أفكار حول التغييرات الجديدة.

-تصنيفها وفرزها لأخذ المقبول منها للتنفيذ.

-دراسة الاختيارات المحددة من جوانب هندسية.

-بداية إنجاز تجارب ونماذج من هذا المنتج.

-تجربة إدخاله للسوق واقتراحه للمستهلك: وهي تعتبر من أصعب المراحل ودرجة نجاحها مرتبطة بعدة عوامل مثل الإعلان، الإشهار، درجة المنافسة.

ب - تطوير طرق الإنتاج :يمكن تغيير طريقة الإنتاج بدون تغيير المنتج، وهذا بإدخال تحسينات على جهاز الإنتاج، كالوقت الذي يستغرق في كل مرحلة، أو دراسة الحركات التي يقوم بها كل عامل...الخ

ج-زيادة الإنتاج :هذه العملية مرتبطة مباشرة بالاستراتيجية العامة للمؤسسة، وهذا فيما يتعلق بالمنافسة ونصيب السوق بالاستراتيجية الفرعية الخاصة بالإنتاج والبيع، حيث الإنتاج مرتبط بالبيع وبرنامج المبيعات نحو الأمام، ومرتبطة ببرنامج التموين من الخلف وببطاقات الإنتاج في المؤسسة.

د- تحسين أداء العمال :تحسين أداء العمال يتم حسب الطرق التالية:

-التأثير في رغبة العمال بحوافز مادية مثل زيادة الأجور، تحديد مكافآت دورية، أو بواسطة حوافز معنوية مثل الترقية.

-الاتصال بشكل أحسن وإعطاء اهتمام أكثر للعمال.

-بواسطة التدريب وإعادة التكوين للعمال.

-توفير ظروف اجتماعية مادية مثل التهوية والإنارة.

## المحاضرة الخامسة الوظائف الاقتصادية

### 4- وظيفة التسويق

### 5-وظيفة الموارد البشرية

أ-وظيفة التسويق: يعد التسويق من المفاهيم التي استقطبت انتباه و اهتمام العديد من الاقتصاديين و الباحثين خلال العقود الأربعة الأخيرة و تركز هذا الاهتمام حول كيفية تعريف مفهوم التسويق.

ويعرف التسويق على أنه مجموع العمليات و الجهود التي تبذلها المؤسسة من اجل معرفة أكثر لمتطلبات السوق، و ما يجب إنجازه في مجال مواصفات المنتج الشكلية و التقنية حتى تستجيب أكثر لهذه المتطلبات من جهة، و كل ما يبذل من جهود في عملية ترويج و توفير المنتج للمستهلك في الوقت المناسب و بالطريقة الملائمة حتى تبيع أكبر كمية ممكنة منه و بأسعار ملائمة تحقق أكثر أرباحا لها.

1.مراحل تطور مفهوم التسويق: يمكن تقسيمها إلى:

1.1 مرحلة التوجه بالإنتاج: لقد أدت الثورة الصناعية إلى استخدام تكنولوجيا متطورة في الإنتاج و ظهور الإنتاج الكبير و المستمر مما أظهر الحاجة إلى التسويق لتصريف الإنتاج مما أوضح أهمية بيع السلع التي سبق انتاجها و لذا سميت هذه المرحلة بالتوجيه بالإنتاج.

2.1مرحلة التوجه بالمبيعات: بعد ما زاد عرض السلع و الخدمات التي تقدمها المنظمة نتيجة التطور في أساليب الإنتاج و تراكم رأس المال المستمر و كذا واجه رجال الإدارة مشكلة لما يعتاد و عليه في الفترات السابقة و هي زيادة الاهتمام بوظيفة البيع و رجال المبيعات لحثهم على تصريف أكبر قدر من السلع و الخدمات التي تقدمها المؤسسات و لذا سميت هذه الفترة بمرحلة التوجه بالمبيعات حيث زادت أهمية إدارة المبيعات و أصبح لها تأثير في توجيه أنشطة المنظمة.

3.1مرحلة التوجه بالترويج: تختلف هذه المرحلة عن سابقتها اختلافا كبيرا فيما يتعلق بالأنشطة التسويقية حيث أدت الظروف الاقتصادية والسياسية إلى حدوث انكماش كبير في الطلب و قد أدى هذا إلى ظهور وظيفة الإعلان باعتبارها نشاطا فعالا يمكنهم من الاتصال بالسوق و التأثير فيه.

4.1 مرحلة التوجه بالمستهلك: لقد أصبح هدف المؤسسة اشباع حاجات المستهلك مع تحقيق ربح معقول و لقد أثر هذا المفهوم الجديد على فلسفة المؤسسة فأصبحت تحدد حاجات المستهلكين و رغباتهم ث تدرس كيفية اشباع هذه الحاجات لتحقيق رضاهم و لقد أثرت هذه التغيرات أيضا في الأطراف التي يشملها التسويق، فأصبح يهتم بكل العاملين في المنظمة تقريبا .

5.1 مرحلة التسويق المتكامل: لقد تبين لرجال التسويق أن نجاح التسويق يعتمد على إيجاد نوع من التوازن بين كل التغيرات والعوامل التي تؤثر في النشاط التسويقي حديثا بإيجاد نوع من التكامل سواء من حيث الأهداف أو الوظائف أو المجالات أو الأعمال التي يشملها النشاط التسويقي والأطراف التي يهتم بها.

2. المفهوم الحديث للتسويق: هو وظيفة أو نشاط يكون بعد تخطيط وتنظيم ورقابة لجهود المشروع ودراسة السوق المستهدف من حيث خصائصه وحجمه وتفضيلاته ودراسة المنتجات بهدف تقديم ما يناسب المستهلك من سلع وخدمات تتفق مع رغباته. وباختصار يمكن القول بأن مهمة النشاط التسويقي هي تقديم السلعة المناسبة بالسعر المناسب وفي المكان والوقت المناسبين وإعلام المستهلك بوجود السلعة وتقديم المعلومات التي تؤدي إلى التأثير فيهم لقبولها.

و فيما يتعلق بعناصر المزيج التسويقي فهناك اتفاق عام متعارف عليه ومقبول بين العاملين والدارسين في مجال التسويق على أنه يتكون من أربعة عناصر رئيسية هو ما سمي بالمزيج التقليدي وهي:

1. المنتج: تمثل السلعة التي تهدف إلى إشباع رغبات وحاجات الزبون مقابل دفع عمولة معنية ويمر إنتاج السلعة بأربع مراحل هي التقديم، النمو، النضج، التدهور، ولخلق منتج جديد يجب توفر 3 عناصر أساسية (الحاجة، الزبون، التكنولوجيا)، ومن أهم استراتيجيات المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية هو ضمان مستوى معين من الجودة العالية للحفاظ على وفاء الزبائن للمنتج.

2. السعر: إن المستهلك لا يختار المنتج فقط الذي يلائمه من حيث النوعية واسم العنية، والجودة ولكنه يقابله سعر المنتج وبالتالي فالمؤسسات عند تقديمها للمنتجات الجديدة تواجه صعوبات في تحديد السعر منها: دوره حياة المنتج، الحصة السوقية، وتقوم المؤسسة بتحديد سعر المنتج الجديد انطلاقا من عناصر داخلية وأخرى خارجية.

3. الترويج: يقصد به استخدام المؤسسة لجميع الجهود والأساليب الشخصية وغير الشخصية لإيصال المنتج للزبون وذلك بشرح مزاياه وخصائصه وكيفية الاستفادة منه أو إقناعه بشرائه.

ويتكون مزيج الترويج من العناصر التالية:

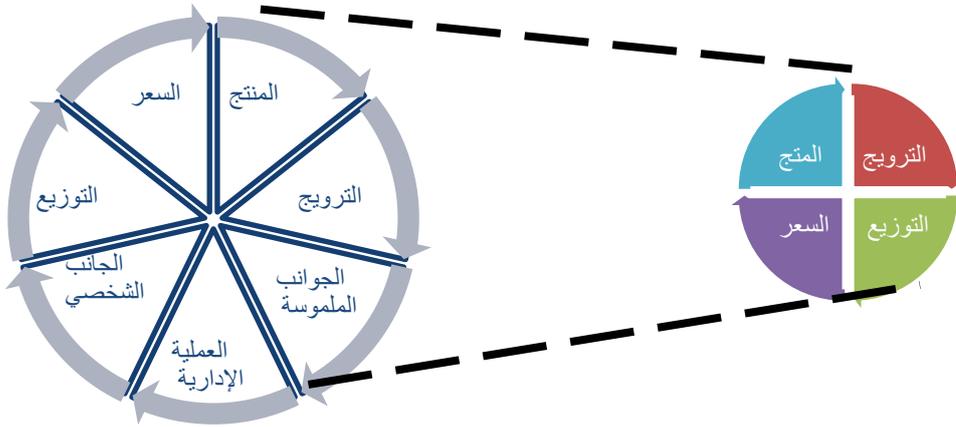
- أ- الإعلان: يكون عن طريق الصحف، المجلات، التلفزيون، الإعلان الإلكتروني.
- ب- البيع الشخصي: ويكون عن طريق المقابلة الشخصية بين البائع والزبون المستهلك وجها لوجه وتعريفه بالمنتج وإقناعه بشرائه.

ت- العلاقات العامة: يهدف هذا النوع من الترويج الى توفير جو من الثقة والتفاهم بين المؤسسة وزبائنها وتنمية العلاقة معهم.

4.التوزيع: هي ايصال السلعة للمستهلك عن طريق قنوات التوزيع المباشرة او غير المباشرة.

المزيج التسويقي الحديث: لقد قام العديد من الباحثين في مجال تسويق الخدمات باضافة عناصر جديدة للمزيج التسويقي التقليدي حيث قام Judd في 1997 بإضافة عنصر خامس هو الأفراد، وأضاف Kotler كل من اللباقة والعلاقات العامة لتصبح 6 عناصر في حين أضاف Magrath في 1988 عنصر البشر والتسهيلات المادية والإجراءات لتصبح عناصر المزيج  $7 = 3+4$  كما يلي:

الشكل رقم 1 المزيج التسويقي الحديث



(1) الجوانب الملموسة: هي كل المكونات المادية من تجهيزات خارجية مثل Parking وداخلية مثل أماكن الانتظار، حجم المؤسسة ... الحاسبات، البرامج ...

(2) العنصر البشري: يمثل الجانب الشخصي الذي يحتك مباشرة بالزبون يجب أن يكون حسن المظهر، سلس، فصيح، على دراية تامة بالمعلومات حول البنك والخدمة.

(3) الإجراءات: هي الطرق والأساليب التي تقدم بها المنتج (سلعة او خدمة) الخدمة والتي يجب أن ترضي الزبون وتشبع رغباته.

الاستراتيجية التسويقية: تحدد الأهداف الرئيسية البعيدة المدى للمنظمة ككل وتبني الوسائل لتحقيقها وتوزيع الموارد الضرورية اللازمة لتحقيق هذه الأهداف (ما هو العمل الذي تقوم به المؤسسة، ماذا تريد أن تكون؟)

3.العوامل الواجب مراعاتها في تنظيم جوانب التسويق:

1. طبيعة المؤسسة: سواء كانت المؤسسة انتاجية أو تجارية فقد يستطيع الولي الاستغناء على إدارة التسويق باستثناء تسويق المنتجات لهيئات متخصصة غير أن التسويق يمثل محور نشاط بالنسبة للمؤسسة التجارية.

2. حجم المؤسسة: المؤسسة الصغيرة لا تحتاج لهيئة مستقلة للتسويق على عكس المؤسسات الكبيرة التي تحتاج إلى إدارة مستقلة للتسويق عند باقي الإدارات وهذا راجع إلى أن قسم التسويق يتعارض مع أهداف أقسام أخرى. فقسم الهندسة مثلا يصل إلى تصميم سلعة معينة ولكن يصعب تحقيقه أو تنفيذه وهذا يؤدي إلى حدوث صراع مع قدم الإنتاج.

3. حجم الإنتاج وتنوع السلع.

4. حجم وعدد الأسواق: أي مجموعة الأسواق التي تتعامل مع المؤسسة من أجل تسويق إنتاجها محلية أو جهوية أو خارجية.

ب- وظيفة الموارد البشرية: تحتل وظيفة الموارد البشرية مكانة هامة في المؤسسة، فهذه الأخيرة لها أموال، زبائن، تكنولوجيا، أسواق... ولتشغيل كل هذا فهي بحاجة إلى محرك أساسي وهو الأفراد.

وتعرف وظيفة الموارد البشرية على أنها مجموعة النشاطات المتعلقة بحصول المؤسسة على احتياجاتها من الموارد البشرية، وتطويرها وتحفيزها والحفاظ عليها، بما يمكن من تحقيق الأهداف بأعلى مستويات الكفاءة والفعالية.

1. تخطيط الموارد البشرية: يتوقف نجاح أي مجال من مجالات الأعمال في الاجل الطويل على تخطيط

الموارد تخطيطا فعالا لان الموارد البشرية بدون شك اهم عنصر في المنظمة لان الافراد ينظرون اليها نظرة باقل اهمية من الموارد الاخرى ولان تخطيط الموارد البشرية بعض المتطلبات الاساسية والتي بدونها يصبح تخطيط الموارد البشرية يمكن ان يساهم بوضوح في تحسين استخدام الموارد البشرية والذي يساهم بدوره في نجاح الاعمال .

ويتطلب تخطيط الموارد البشرية بعض المتطلبات الاساسية والتي بدونها يصبح تخطيط الموارد البشرية عبارة عن ممارسة فكرية نظرية بدلا ان يكون اداة مفيدة للإدارة وترتكز عملية الموارد البشرية على ما يلي :

1. نظام متكامل لمعلومات الافراد .

2. خطة اساسية للأعمال .

فعملية تخطيط الموارد البشرية تعتبر بمثابة الطريق للقيام برحلة اما نظام المعلومات يعتبر بمثابة

الموقف الحالي اما خطة الاعمال فهي توضيح للمكان الذي يجب ان تذهب اليه اي الهدف المراد تحقيقه في المستقبل .

يجب ان يوفر نظام المعلومات في مجال الافراد بيانات شاملة عن كل فرد ويجب ان تكون هذه البيانات مستمرة اي غير لحظية وغير ساكنة . ويتمثل (ح)د الادنى للمتطلبات في مرحلة التخطيط كالآتي :

1. عمر الافراد.

2. طول مدة الخدمة

3. الاضافات الجيدة للأفراد

4. الخسارة في فقد بعض الافراد.

ان عملية تخطيط الموارد البشرية تعتمد علي اربع خطوات اساسية :

✓ تعريف المهارات والخبرات والعدد الكلي من الموارد البشرية المطلوبة : اي الطلب على الاهداف

✓ تحديد تأثير الاهداف التنظيمية على الوحدات التنظيمية : فهي تتأثر بالعديد من العوامل التاريخية التي حدثت في الماضي.

✓ تحديد صافي متطلبات الموارد البشرية في ضوء الموارد البشرية الحالية للمنظمة : ويتم ذلك وفقا

للمعلومات الواردة من الوحدات التنظيمية المختلفة

✓ تنمية الخطط التنفيذية لمقابلة الحاجات المتوقعة من الموارد البشرية الحالية للمنظمة : فاذا كان صافي

متطلبات موجبا اي ان المنظمة تحتاج الى المزيد من الافراد.

قائمة البحوث الخاصة بالأعمال الموجهة:

- 1- المؤسسة الاقتصادية.
- 2- تصنيفات المؤسسة الاقتصادية.
- 3- المؤسسة و المحيط.
- 4- المؤسسة الاقتصادية كوحدة لتوزيع المداخيل.
- 5- المؤسسة الاقتصادية كخلية اجتماعية.
- 6- وظيفة الانتاج.
- 7- وظيفة الموارد البشرية.
- 8- وظيفة التسويق.
- 9- الوظيفة المالية.
- 10-وظيفة التموين.
- 11-وظيفة البحث و التطوير.

قائمة المراجع:

اولا:الكتب باللغة العربية:

- 1- احمد صلاح الحناوي، عبد الفتاح عبد السلام، المؤسسات المالية البورصة والبنوك التجارية، الدار الجامعية 1988 ص 267
- 2- أحمد طرطار، الترشيد الاقتصادي للطاقت الإنتاجية في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص: 75
- 3- أحمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص: 15.
- 4-جمال الدين محمد المرسي، الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 36.
- 5-جميل احمد توفيق، أساسيات الإدارة المالية، الدار الجامعية، من دون سنة النشر، ص 340
- 6-جميل أحمد توفيق، أساسيات الإدارة المالية، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 2001، ص 83.
- 7-حسن محمد كامل التحليل المالي، دار الجامعية للنشر، الإسكندرية مصر، 1986، ص 35
- 8-حمزة محمود الزبيدي التحليل المالي تقييم الأداء و التنبؤ بالفضل، مؤسسة وارق للنشر و التوزيع عمان، الأردن. 1976، ص 78
- 9-خلدون إبراهيم شريفات، إدارة و تحليل مالي، دار وائل للنشر، عمان الأردن، 2001، ص 93
- 10-رضوان وليد العمار، أساسيات في الإدارة المالية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن1997، ص 192
- 11-سعاد نائف برنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة، دار وائل لنشر، عمان، الأردن، 2005، ص: 226
- 12-شعيب شنوف، التحليل المالي الحديث: طبقا للمعايير الدولية للإبلاغ المالي، زهران للنشر، عمان، 2012، ص 214.
- 13-صفوت عبد السلام عوض الله، اقتصاديات الصناعات الصغيرة، دار النهضة العربية القاهرة، مصر، 1993، ص: 15
- 14-صلاح الدين حسن السيبي، قضايا اقتصادية معاصرة، دار غريب، مصر القاهرة، 2002، ص 31
- 15- صمويل عبود، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1982، ص: 58
- 17-عبد الغفور عبد السلام وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الصفاء لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص: 24
- 18-علي الشراقوي، المشتريات وإدارة المخازن، الدار الجامعية، بيروت، 1995، ص: 20
- 19-فيصل جميل السعايدية، فضال عبد الله فريد، الملخص الوجيز للإدارة المالية والتحليل المالي، ط1، مكتبة العربي للنشر والتوزيع، 2004ص 64
- 20-محمد الصيرفي التحليل المالي -وجهة نظر محاسبية إدارية-، دار الفجر، مصر، 2014ص 229 - ص275.
- 21-مفتاح محمد عقل، مقدمة في الإدارة المالية والتحليل المالي، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن ص 145
- 22-ناصر دادي عدون، إقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، الطبعة الثانية، 1998، ص: 08

ثانيا: الرسائل والاطروحات:

- براهيم بختي، دور الإنترنت وتطبيقاتها في مجال التسويق، دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص: 05.

-برابيس نورة، المشروعات الصغيرة والمتوسطة وإشكالية تمويلها، دراسة ميدانية حالة مؤسسة "سماد" عنابة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص: مالية المؤسسة، جامعة عنابة، 2005-2006، ص: 06.

-حيولة ايمان، وسائل التمويل في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير تخصص إدارة أعمال تحت إشراف د.ناصر مراد كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب سنة 2004/2005، ص 53.

-سليمة غدير ، تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية الخاصة في الجزائر - دراسة تقييمية لبرنامج ميذا ، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة قاصدي مرياح ورقلة ، 2007 ، ص 08.

-لخلف عثمان، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004 -2005، ص: 20

-محمد الصالح عواشيرية، التحليل المالي، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة سعد دحلب البلدية، 2005، ص 21.  
-يوسف قريشي، سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، تخصص : علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004-2005 ص: 19.

### ثالثا: المقالات والمدخلات:

-رابح خوني، حساني رقية، آفاق تمويل و ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، " الدورة التدريبية الدولية حول: تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية"، جامعة سطيف، 25 - 28 ماي 2003 .

-سليمان ناصر، عواطف محسن، مداخلة بعنوان: تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالصيغ المصرفية الإسلامية، الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الإسلامي، الواقع ورهانات 2011-24 - المستقبل، المركز الجامعي غرداية، فيفري 23.

-عمار زيتوني، مصادر تمويل المؤسسات مع دراسة للتمويل البنكي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 09، مارس 2006، ص: 43.