



جامعة العربي بن مهيدي
كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة



التصحيح النموذجي لامتحان الدورة العادية لمقياس المقاولتية

السؤال الأول: (11 نقطة)

ضع العلامة X أمام الإجابة أو الإجابات الصحيحة:

أي من الدوافع التالية يُعتبر من الدوافع الجاذبة ؟	أي من الدوافع التالية يُعتبر من الدوافع الدافعة ؟
أ. الالتزام بتقاليد الأسرة	أ. الرغبة في الابتكار وتطوير منتجات جديدة
ب. التخلص من سلطة المدير	ب. الحاجة إلى الخروج من البطالة
ج. الرغبة في الاستقلالية	ج. السعي لتحقيق أرباح أكبر
د. الرغبة في الابتكار *	د. استكشاف أسواق جديدة
المقاول الذي يعمل بمنطق PIC يعطي الأولوية لـ:	المقاول الحر في يتميز أساسا بـ:
أ. النمو السريع	أ. الخبرة الكبيرة في التسيير
ب. الاستقلالية المالية *	ب. مهارات تقنية أكثر من التسييرية
ج. إدخال شركاء خارجيين	ج. العمل في مشاريع ذات مخاطر عالية
د. المخاطرة العالية	د. الاعتماد على التمويل الخارجي
الهدف من دراسة السوق هو:	من قواعد العصف الذهني:
أ. جمع المعلومات لاتخاذ قرارات تسويقية دقيقة *	أ. تجنب الأفكار الغريبة
ب. تحديد الشكل القانوني للمؤسسة	ب. انتقاد الأفكار فوراً
ج. تقليص حجم المشروع	ج. السماح بالتعبير الحر دون نقد *
د. حساب الأرباح المتوقعة فقط	د. الاختصار على فكرة واحدة
المخاطر التجارية ترتبط بـ:	استراتيجية القيادة بالتكلفة تقوم على:
أ. التكنولوجيا المستعملة	أ. تمييز المنتجات
ب. المنافسة ورد فعل السوق *	ب. خفض تكاليف الإنتاج لأدنى مستوى
ج. التسيير الداخلي	ج. التركيز على سوق ضيق
د. التمويل البنكي	د. تنويع النشاطات
المؤسسة المتوسطة هي كل مؤسسة:	من بين العوامل التي تحدد قدرة المؤسسة على الحصول على تمويل خارجي:
أ. تشغل ما بين 50-250 فرد ورقم أعمالها ما بين 400 مليون إلى 4 ملايين *	أ. حجم الأموال المطلوبة
ب. تشغل ما بين 10-49 فرد ورقم أعمالها لا يتجاوز 400 مليون *	ب. المردودية
ج. تشغل ما بين 01-09 أفراد ورقم أعمالها أقل من 40 مليون دج *	ج. القدرة على السداد
حصيلتها السنوية لا تتجاوز 20 مليون دج.	د. الشكل القانوني للمؤسسة
وفق مقارنة السيولة المقاولتية:	رجل أعمال مؤسس (Entrepreneur établi) هو:
أ. المقاولتية ليست فقط "شخص + فكرة"، بل نظام تفاعلي معقد بين: الفرد ↔ المحيط ↔ السيولة ↔ المنظمة. *	الشخص الذي بدأ نشاط تجاري ودفع ما يصل إلى 3 أشهر من الراتب
ب. المقاول لا يفهم فقط من خلال شخصيته، بل من خلال دوره في شبكة من العلاقات والظروف التي تؤدي إلى خلق منظمة جديدة. *	الشخص الذي بدأ نشاط تجاري ودفع ما بين 4 و 41 شهرا

ج. الاعتماد على السمات الشخصية وحدها يفسر الظاهرة المقاولانية.	*	الشخص الذي بدأ نشاط تجاري ودفع 42 على الأقل راتب شهر
العمر الاقتصادي للمشروع يشير إلى:		طريقة مجري المشاكل تعتمد على:
أ. المدة الزمنية القانونية للمؤسسة	*	أ. تحليل المشكلات المرتبطة بالمنتجات
ب. فترة ربحية المشروع الاقتصادية	*	ب. تحسين التسويق فقط
ج. تاريخ تأسيس المؤسسة		ج. تخفيض التكاليف الإنتاجية
د. مدة القرض البنكي		د. تكرار الأفكار السابقة
المزيج التسويقي للمنتجات يتمثل في:		في نموذج C4، العنصر المقابل للسعر هو:
أ. المنتج - السعر - الترويج - التوزيع	*	أ. الاتصال
ب. السعر - المكان - الأشخاص - الجودة	*	ب. التكلفة بالنسبة للعميل
ج. الاتصال - التكلفة - القيمة - التوزيع		ج. رغبات الزبون
د. العلامة - الجودة - المظهر - السعر		د. التوزيع
من بين التكاليف الثابتة نجد:		المزيج التسويقي للخدمات يتكون من:
إيجار المصنع أو المكتب	*	أ. 4P
تكاليف النقل والتغليف	*	ب. 7P
اهتلاك الآلات والمعدات	*	ج. 4C
تكاليف الطاقة المستخدمة في التشغيل		د. 3P

السؤال الثاني:(5 نقاط)

تظهر المقارنة بين مختلف أشكال المقاولية وجود تباينات جوهرية فيما بينها من حيث درجة المخاطرة ومستوى الابتكار والدعم المؤسسي ودرجة الاستقلالية، وهو ما يُسهم في تحديد الصيغة الأنسب لكل مشروع وفقاً لخصائصه وبيئته وظروفه الخاصة.

الشكل	درجة المخاطرة	الحاجة إلى الابتكار	الدعم المؤسسي	مستوى الاستقلالية
إنشاء مؤسسة جديدة	مرتفع	عال جداً	ضعيف	كامل
استرجاع مؤسسة قائمة	متوسط	متوسط	محدود	كامل
المقاولية من الداخل	منخفض	مرتفع	قوي	جزئي
عن طريق التفريع	منخفض جداً	متوسط	قوي	جزئي
الامتياز التجاري	منخفض	محدود	قوي	متوسط

المطلوب: تعبئة الجدول أعلاه بالمعلومات المناسبة وفقاً للمعايير المحددة لكل شكل من أشكال المقاولية

السؤال الثالث

يمكن تحديد سعر المنتج/ الخدمة بالاستعادة بالعديد من الطرق، من بينها: (4ن)

- على أساس التكاليف: السعر = سعر التكلفة + هامش الربح، وهي الطريقة الأكثر شيوعاً وبساطة
- على أساس تحليل نقطة التعادل: تضع المؤسسة السعر الذي يحقق نقطة التعادل * أو الربح المستهدف انطلاقاً من خريطة التعادل. حيث أن نقطة التعادل = التكاليف الثابتة/سعر البيع الوحدوي - التكلفة المتغيرة للوحدة
- على أساس المشتري: تحدده على أساس القيمة التي يعطيها المستهلكون للمنتج
- على أساس المنافسين: تحدد الأسعار على أساس المنافسين (حسب سعر السوق).

بالتوفيق