

الانخراط في النظام البيئي (Intégration dans l'écosystème)

دور الأستاذ الجامعي في تحويل المعرفة إلى قيمة اقتصادية

الهدف العام: تزويد الأستاذ حديث التوظيف بالأدوات والمعرفة اللازمة ليكون حلقة وصل فعالة بين الجامعة والمحيط الاقتصادي، وتأهيل الطلبة ليصبحوا رواد أعمال.

بمعنى آخر ضرورة تجاوز الدور الأكاديمي التقليدي للجامعة والاندماج بفعالية في البيئة الاقتصادية والاجتماعية المحيطة بها، لتصبح جزءا حيويا ومؤثرا في شبكة متكاملة من المؤسسات والجهات الفاعلة التي تدعم الابتكار وريادة الأعمال.

المحور الأول: تفكيك مفهوم النظام البيئي المقاوالاتي (Deconstructing the Ecosystem)

1- ما هو النظام البيئي (L'écosystème) في هذا السياق؟

ليس المقصود النظام البيئي الطبيعي، بل "النظام البيئي المقاوالاتي". هذا النظام يتكون من:

- المحيط الاقتصادي والاجتماعي: ويشمل الشركات القائمة (الكبيرة والصغيرة والمتوسطة)، والمؤسسات المالية، والمستثمرين.
- الجهات الداعمة للابتكار: مثل حاضنات الأعمال (incubators)، ومسرعات الأعمال (accelerators)، ومراكز البحث والتطوير.
- الجامعات ومراكز التكوين: التي تعتبر مصدر المعرفة، والابتكارات، والمواهب الشابة.
- الجهات الحكومية: التي تضع السياسات وتوفر الدعم والتشريعات المحفزة.

2- ما معنى "الانخراط (L'intégration)"؟

الانخراط يعني الانتقال من حالة العزلة إلى حالة التفاعل والمشاركة النشطة. بالنسبة للأستاذ الجامعي، يتجلى هذا الانخراط في محورين:

أ) على المستوى الشخصي والبحثي للأستاذ:

- توجيه أبحاثه لخدمة احتياجات السوق والمجتمع.

- تحويل ابتكاراته واختراعاته إلى قيمة اقتصادية، عبر تسجيل براءات الاختراع وإنشاء مؤسسات اقتصادية.
- التعاون المباشر مع الشركات والمؤسسات في مشاريع مشتركة.

ب) على مستوى دوره كـ "مُكون" للطلبة

- **تعليم الطلبة:** ليس فقط المعرفة النظرية، بل تزويدهم بالأدوات العملية لإنشاء مشاريعهم الخاصة (مؤسسات صغيرة ومتوسطة).
- **بناء العقلية:** غرس "الثقافة المقاولاتية" و"الروح المقاولاتية" (l'esprit entrepreneurial) لدى الطلبة، لجعلهم مبادرين ومستعدين لتحمل المخاطر (prise de risque).
- **توجيه الطلبة:** تعريفهم بالجهات الفاعلة في النظام البيئي وكيفية الاستفادة منها (كيف يجدون تمويلاً، أو احتضاناً لمشاريعهم، أو شريك تقني).

عندما نقول "الانخراط في النظام البيئي" في هذا السياق، فإننا نعني تحويل الجامعة من مجرد مؤسسة تعليمية إلى محرك أساسي في الاقتصاد الوطني. ويقع على عاتق الأستاذ مسؤولية أن يكون هو نفسه حلقة وصل فعالة، وأن يُعد جيل جديد من الخريجين القادرين ليس فقط على إيجاد وظيفة، بل على خلق القيمة الاقتصادية وإنشاء المؤسسات، بالاعتماد على شبكة الدعم المتكاملة التي يوفرها هذا النظام البيئي.

3- من هم الفاعلون؟ (Who are the players?)

- أ) - **الجامعة:** مصدر الأفكار، البحث العلمي.
- ب) - **حاضنات ومسرعات الأعمال (Incubators/Accelerators):** شرح دورها في توفير الدعم اللوجستي، التوجيه (Mentorship)، والتمويل الأولي. (يفضل ذكر أمثلة محلية أو وطنية).
- ج) - **جهات التمويل (Funding Bodies):** مثل صناديق دعم المشاريع الحكومية (NAZDA, etc.)، المستثمرون الملائكيون (Angel Investors)، ورأس المال المخاطر (Venture Capital).
- د) - **المحيط الصناعي والاقتصادي:** الشركات الكبرى كشركاء محتملين أو عملاء، والشركات الصغيرة والمتوسطة التي تشكل السوق.
- هـ) - **الهيئات الحكومية والتشريعية:** التي توفر الإطار القانوني لإنشاء الشركات وحماية الملكية الفكرية.

4- كيف يعمل هذا النظام؟ هذا النظام ليس مجموعة جزر منعزلة، بل شبكة ديناميكية تعتمد على التدفق: تتدفق الأفكار من الجامعة، تدفق التمويل للمشاريع، وتدفق الخريجين المبتكرين إلى السوق.

المحور الثاني: دور الأستاذ الجامعي كحلقة وصل (The Professor as a Connector)

هذا هو الجزء الأهم للأساتذة الجدد. يجب توضيح أن دورهم لم يعد يقتصر على التدريس داخل المدرج.

1. الأستاذ كباحث مبتكر:

- كيفية توجيه البحث العلمي ليلبي حاجة حقيقية في السوق.
- آلية تحويل نتائج البحث إلى براءة اختراع قابلة للتسويق.
- البحث عن شراكات مع مؤسسات صناعية لتمويل البحث التطبيقي.

2. الأستاذ كمكون ومرشد: (Educator & Mentor)

- تحديث المحتوى البيداغوجي: إدماج دراسات حالة عن ريادة الأعمال في المقاييس التي تُدرسونها.
- تنظيم ورشات عمل: دعوة رواد أعمال (زملاء أو أصدقاء يمارسون النشاط التجاري) أو خبراء من الحاضنات لتقديم شهاداتهم للطلبة.
- الإشراف على مشاريع الطلبة: تشجيع الطلبة على اختيار مشاريع تخرج ذات طابع مقاولاتي (مشروع إنشاء شركة ناشئة بدلا من مذكرة تخرج تقليدية).

3. الأستاذ كجسر تواصل: (A Bridge)

- بناء شبكة علاقات شخصية مع الفاعلين في النظام البيئي.
- توجيه الطلبة أصحاب الأفكار الواعدة إلى الجهات المناسبة: "فكرتك ممتازة، يجب أن نتحدث مع مدير الحاضنة X أو "هناك مسابقة وطنية للمشاريع الناشئة، يجب أن تشارك فيها."

المحور الثالث: المحتوى العملي لتوجيه الطلبة (The "How-To" Guide for Students)

تعريف الطلبة بطرق وخطوات إنشاء مؤسسات.

الخطوة 1: بناء العقلية: (Building the Mindset)

- شرح الثقافة والروح المقاولاتية (Culture & Esprit entrepreneurial): المبادرة، الإبداع، تقبل الفشل، والمثابرة.
- التمييز بين الاختراع Invention فكرة جديدة، والابتكار Innovation فكرة جديدة ذات قيمة سوقية.
- مفهوم المخاطرة المحسوبة (Prise de risque calculé): كيف يقيم الطالب المخاطر ويتخذ قرارات مدروسة.

الخطوة 2: من الفكرة إلى المشروع: (From Idea to Project)

- توليد الأفكار: تقنيات العصف الذهني، تحديد المشاكل في المحيط وإيجاد حلول لها.
- التحقق من صحة الفكرة: (Idea Validation) أهمية التحدث إلى العملاء المحتملين قبل كتابة سطر واحد من الكود أو صناعة أي نموذج أولي.
- نموذج العمل التجاري: (Business Model Canvas) تقديم هذه الأداة البسيطة والفعالة كبديل لخطة العمل التقليدية والمعقدة في المراحل الأولى.

الخطوة 3: خطوات التأسيس: (Creation Steps)

- الإطار القانوني: نظرة عامة على الأشكال القانونية للشركات في الجزائر.
- التمويل: شرح خيارات التمويل المتاحة للشباب.
- بناء الفريق: أهمية اختيار الشركاء المناسبين.

خلاصة وتوصيات عملية:

1. تعرف على الحاضنة الأقرب لجامعتك وقم بزيارتها.
2. حدد طالب أو طالبين من فوجك لديهم ميول مقاولاتية وقم بتوجيههم بشكل خاص.
3. خصص 15 دقيقة في إحدى محاضراتك للحديث عن رائد أعمال جزائري ناجح.
4. شجع طلبتك على المشاركة في مسابقة واحدة على الأقل متعلقة بالابتكار خلال السنة.

بهذه الطريقة، تتحول المحاضرة من مجرد عرض معلوماتي إلى ورشة عمل تمكينية، تمنح الأستاذ الجديد الثقة والأدوات اللازمة ليصبح فاعل حقيقي في "النظام البيئي"، وبالتالي تحقيق هدف الجامعة كـ "قاطرة للمجتمع".

المحور الثاني: الثقافة المقاولاتية

تلعب ثقافة المقاولاتية دورا هاما في إرساء العملية المقاولاتية وتشجيعها، حيث يقترح اليوم عدد من الاقتصاديين ومنظري الفكر المقاولاتي أن تمر عملية خلق الثروة عبر تطوير الثقافة المقاولاتية.

وتعرف الثقافة المقاولاتية على أنها: "إيمان قوي بعدد من الحقائق التي تشجع المجتمعات المهمة باستمراريتها وتطورها على تجنيد كل الوسائل المتاحة لتبني وتطوير المنهج المقاولاتي".

نشر الثقافة المقاولاتية يضطلع به بالدرجة الأولى النظام التعليمي، من خلال جهاز مختص: دار المقاولاتية (في المؤسسات الجامعية)؛ الذي يعمل على نشر وتعميم الأفكار، استقبال المشاريع كما ترسخ هذه الثقافة من خلال فضاءات مهمة هي: العائلة؛ المدرسة؛ المحيط الاجتماعي؛ والمؤسسة؛ العادات والتقاليد والدين.

الثقافة المقاولاتية تركز على مجموعة من المفاهيم تهتم أساسا بالمعرفة:

- معرفة ظاهرة المقاولاتية وأشكالها؛
- معرفة ووعي بالمقاول وإمكانياته المقاولاتية؛
- معرفة المحيط السوسيو اقتصادي للمقاول؛
- معرفة المشروع المقاولاتي الذي من خلاله يظهر المقاول قدراته.

تهدف الثقافة المقاولاتية الى تأسيس ثم تشجيع الروح المقاولاتية المتمثلة في الميزة التي تجعل الأفراد أكثر ارتباطا بالمبادرة والنشاط، والتي تشمل عدد من الخصائص: المسؤولية، المخاطرة، الذاتية، الثقة، روح الفريق ولا يتعلق الأمر بعوامل نجاح، أو شخصية مستحبة ولكن بتشجيع الفرد على البحث في داخله من أجل إيقاظ وتطوير إمكانياته المقاولاتية. بمعنى نقل الأفراد من منطق طالبي عمل إلى مقدمي عمل.

تعريف المقاولاتية

المقاولاتية هي البدء في مشروع تجاري مع توفير كافة المصادر والموارد بالإضافة إلى الاستعداد لتحمل المخاطر وتطوير وتنظيم وإدارة المشروع التجاري في السوق العالمي التنافسي الذي يتطور باستمرار. وهناك العديد من المفكرين الذين تعرضوا لتعريف المقاولاتية، حيث هناك من يرى بأن المقاولاتية هي:

- ممارسة نشاط لاستثمار فرصة قائمة تلبي احتياجات محددة من خلال إنشاء منشأة وتشغيلها بأسلوب إبداعي (Burch).
- ممارسة نشاط في ظروف عدم التأكد والمخاطرة بأسلوب إبداعي يحقق الريح والنمو (Polling).
- البدء في نشاط معين وتحقيق السبق في هذا القطاع من خلال الابتكار والتطبيق (الحسين).

- إنشاء عمل حر يتسم بالإبداع ويتصف بالمخاطرة (الشميمري).
- الإبداع والمخاطرة لاستثمار فرصة حقيقية في بيئة تتسم بدرجة عالية من عدم التأكد وممارسة العمل الحر بمهارة من خلال مشروع تجارى ناجح (أبو بكر).

بناء على التعاريف السابقة يمكن القول باختصار أن المقاولاتية هي: "تحويل الفكرة الإبداعية إلى مشروع ناجح".

أبعاد المقاولاتية

- أن يكون العمل حراً.
- أن يتضمن نوعاً من المخاطرة.
- أن يكون إبداعياً.

وعليه يمكن القول إن مفهوم المقاولاتية يتمحور حول النقاط التالية:



مقارنة بين الشركات الناشئة والمؤسسات الصغيرة

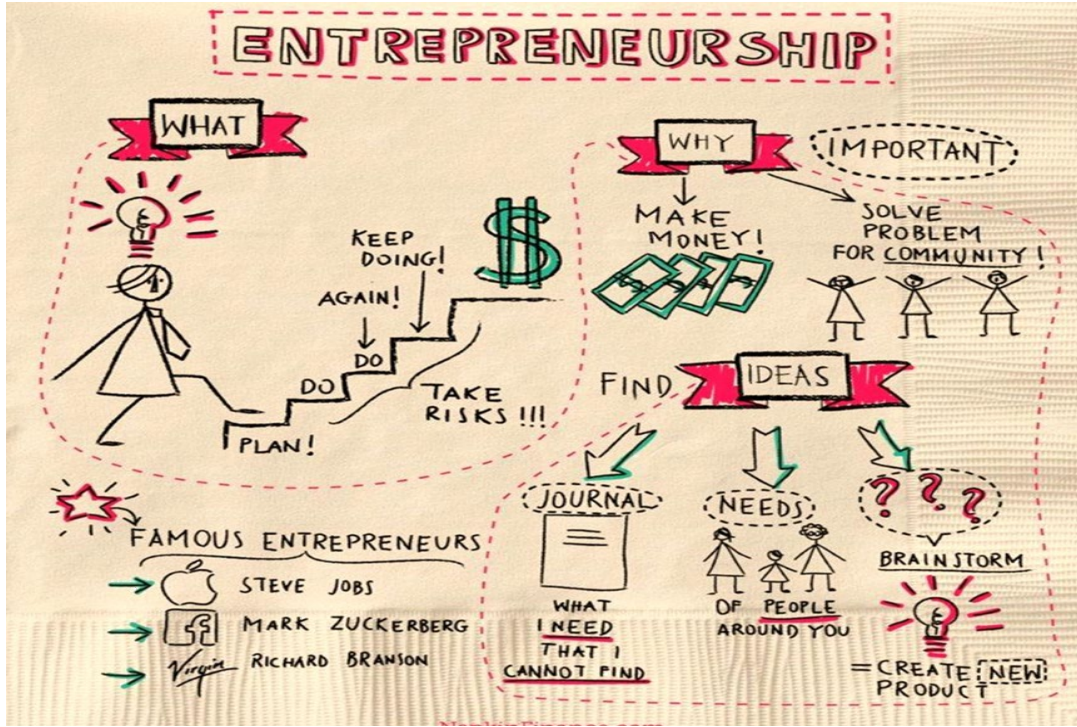
تجدر الإشارة إلى أن هناك تداخلاً كبيراً بين مفهومي الشركات الناشئة التي تعد مشاريع مقاولاتية والمؤسسات الصغيرة، فهما ليسا مترادفين أو متشابهين كما يعتقد الكثير من الناس، فليس كل من ينشئ مؤسسة صغيرة هو مقاول، فالمؤسسات الصغيرة التقليدية هي المؤسسات التي تنشأ وتبقى على حالها بدون تطور طوال حياتها، لأن أصحابها يفتقدون المهارات، الرؤية الإستراتيجية والتسيير المقاولاتي الضروري لنمو وتطور المؤسسة الصغيرة، أما المقاول فهو من يقيم عمل صغير ثم يحوله إلى عمل كبير من خلال التفكير

الاستراتيجي والإبداع والابتكار المستمر، مما يجعلها مؤسسات مقاولاتية داعمة للتنمية، وفيما يلي أهم الاختلافات بين العنصرين:

المعايير	الشركات الناشئة	المؤسسات الصغيرة
مقدار خلق الثروات	تهدف الى إنشاء ثروة مستمرة ودائمة يتجاوز مداها الأحلام البسيطة إلى بناء الثراء الكبير.	تهدف إلى توليد دخل مستمر يرضي صاحبة، ويكون أفضل من التوظيف التقليدي ويتجاوزه.
سرعة بناء الثروة	يبنها المقاتل خلال زمن قياسي في حياته العملية لا تتجاوز عادة 5 الى 10 سنوات.	تبني ثروتها عبر حياة صاحبها وفق وقت زمني طويل.
النمو	تتميز بسرعة النمو في السنوات الأولى	هدف النمو لا يعد من الأهداف الرئيسية للمؤسسة
التوسع	يكون على مستوى محلي وعالمي	لا تطمح إلى التوسع
المخاطرة	مخاطرة عالية مقابل الثراء	ليس هناك درجة عالية من المخاطرة
الإبداع والابتكار	✓ تتصف بالأبداع والابتكار ✓ تحويل الأفكار الى منتجات وخدمات مريحة ✓ يحقق الميزة التنافسية	✓ تكون مشاريع عادية لا تتصف بالابتكار أو الإبداع

ملاحظة: في الدول النامية تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مشاريع مقاولاتية، لأن مرحلة النمو التي تمر بها هذه الدول تعطي للمؤسسات الصغيرة التقليدية العديد من ميزات المشاريع المقاولاتية.

المحور الثالث: حامل المشروع (المقاول أو الفريق المقاولاتي).



قبل البدء بمشروعك المستقل عليك أن تحدد أولاً:

- ماهي مهاراتك؟
- ماهي مواهبك لكي تقوم بتحويلها إلى مشروع تجاري أو استثماري؟

<https://www.cci.fr/ressources/creation-dentreprise/testez-vous-avant-dentreprendre#test-entrepreneur>

تغيرت الترجمة العربية للمصطلح **ENTREPRENEUR** ثلاث مرات من منظم إلى مقاول ثم ريادي.



تعريف رائد الأعمال (المقاول):



يعرف رائد الأعمال على أنه: «شخص أو مجموعة من الأشخاص يقومون بوضع وتطوير مؤسسة يتحملون تبعات انشاءها ومخاطرها من خلال وضع كل الوسائل المالية والبشرية والمادية بغرض ضمان نجاحها وتحقيق الربح».

كما يعرف أيضا على أنه «شخص أمام اشكالية معينة يطور مشروع أو رؤيا يحول من خلالها المشكل الى فرصة سوقية».

هو شخص يقوم بخلق (إيجاد واستحداث) عمل تجاري جديد في مواجهة المخاطر وعدم اليقين لغرض تحقيقه الربح والنمو من خلال تحديد وتجميع الموارد اللازمة للاستفادة منها.

فالريادي هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار ناجح.

مدارس دراسة وتفسير سلوك رائد الأعمال:

هناك أربعة مدارس اهتمت بدراسة وتفسير سلوك رائد الاعمال، وهي:

• مدرسة السمات

تعتبر رائد الأعمال شخص يمتلك مجموعة من الخصائص الشخصية تمكنه من إدارة المنشأة بنجاح.

• مدرسة البيئة (الموقفية)

ترتبط خصائص رائد الأعمال بالبيئة وما تحويه من عوامل خارجية:

• نظرية الجذب والدفع؛

• منهج الحراك الاجتماعي (التأثير الاجتماعي)؛

• الخلفية الأسرية؛

• التعليم والخبرة.

• المدرسة السلوكية:

نجاح رائد الأعمال لا يقتصر على السمات التي يمتلكها ولكن يحتاج إلى مجموعة من المهارات السلوكية التي يستثمرها لصالح تطوير العمل:

• مهارات تفاعلية؛

• مهارات تكاملية.

• المدرسة المعاصرة:

سلوك رائد الأعمال ناتج عن عاملين رئيسيين:

- الإحساس بالفرصة (تفاعل سمات شخصية + البيئة المؤثرة)؛
- استغلال الفرصة (مهارات لإدارة الموارد المتاحة).

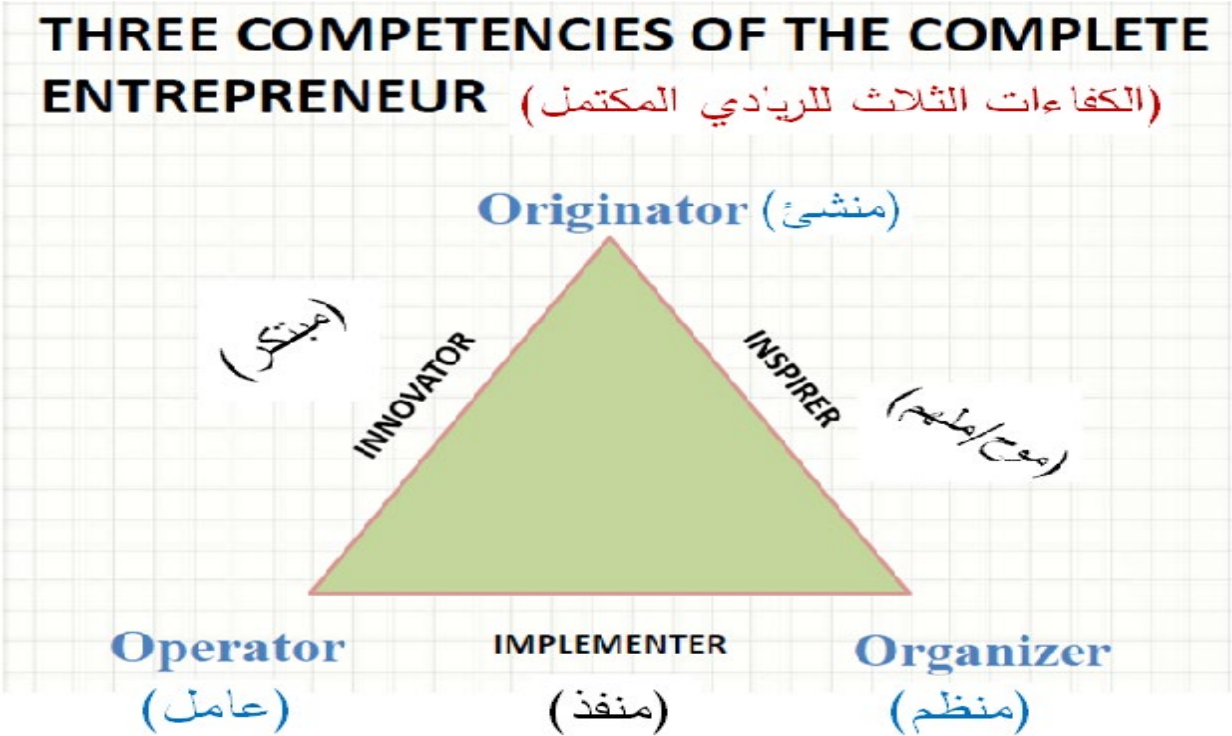
صفات ومهارات رائد الأعمال الناجح:

رواد الأعمال متميزون. حيث أن لديهم خصائص ومهارات تساعدهم في إدراك الفرص، بينما يراها الآخرون صعوبات. وبسبب هذه الخصائص يستطيعون تأسيس مشاريع يمكنها النمو.

الصفات والمهارات الشخصية من العوامل الرئيسية لنجاح رائد الأعمال ومعرفتها ودراستها ستساهم في بناء نموذج لرائد الأعمال يمكن أن يحتذي به وأهم هذه الصفات هي:

- مدى تقبل عنصر المخاطرة والقدرة على التحمل.
- روح العزيمة والإصرار والمثابرة.
- القدرة على التعامل مع الآخرين وإنشاء علاقات حسنة معهم، حيث أن هذه المهارة تساعد المدير / المالك في كيفية التعامل مع الآخرين داخل المشروع (الموظفين) وخارج المشروع (العملاء).
- الخبرة المكتسبة سواء كان بالعمل في القطاع الخاص أو كموظف في القطاع العام فهي تفيد المستثمر في مشروعه الخاص من خلال الاستفادة مثلاً من مهاراته الشخصية التي أكتسبها في عمله السابق، كما يمكن أن يكون للخبرة السابقة دور فاعل في اكتشاف الفرص الاستثمارية أو الأفكار لمشروعاتهم المستقبلية وهكذا.
- وضوح الهدف.
- البحث عن أسلوب معين في الحياة.
- لا يخافون من الفشل.
- الاستقرار النفسي: القدرة على تحمل الاحباط والضغط النفسي والقدرة على مواجهة ما تفرضه عليهم الظروف.
- التماسك والثبات: يجب ان يتحلى القائد بروح تنافسية وقدرة على اتخاذ القرار، وتخطي العقبات.
- الحماس: النشاط، القدرة على التعبير عن النفس، الحيوية، والتفاؤل.
- الضمير: لديه حس المسؤولية والعدل، الرغبة الداخلية في بذل أفضل جهد، مع القدرة على ضبط النفس.
- الجرأة الاجتماعية: المجازفة، لا يخضعون للمؤثرات بسهولة، يستجيبون للآخرين، يتمتعون بالعزيمة.
- رباطة الجأش: عمليون ومنطقيون، لا توجههم أهوائهم (عواطفهم)،

- لا يشعرون بالحرج من النقد.
- الثقة بالنفس: أكثر السمات شيوعاً بين القادة، لا يعانون من الشعور بالذنب.
- القدرة على الالتزام: تماسكهم ودقتهم في تعاملاتهم الاجتماعية، لديهم قدر كبير من البصيرة.
- طاقة عالية: الحفاظ على اليقظة والتركيز.
- الحدس: الكثير من القادة يميلون إلى الاعتماد على حدسهم والثقة في (شعورهم الداخلي) عند اتخاذ القرارات.
- النضج: يعتمد على الاعتراف بأن الكثير يمكن تحقيقه بتمكين الآخرين من العمل وليس بالتحكم فيهم.
- القدرة على العمل في فريق: يقوم القادة ببناء علاقة ندية بين أفراد الفريق (تحدّي) مما يعزز من تماسك الفريق.
- جاذبية الشخصية: لديهم القدرة على إثارة المشاعر (التأثير) في نفوس الآخرين، ربط الأهداف بمكافآت وقيم شخصية ملموسة.
- واثقاً من نفسه- قائداً- مبادراً- مبدعاً- مخططاً- مخاطراً- حاسماً- مديراً ومالكاً في الوقت نفسه - واعياً لقيمة الوقت- مدركاً بأبعاد عمله - عصامي.

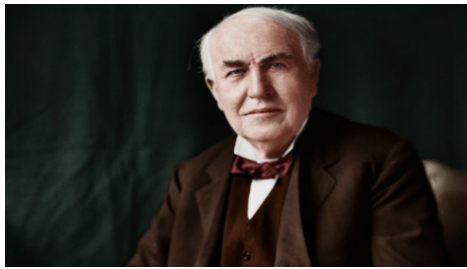


قصص نجاح Successful Stories

Here are some well-known entrepreneurs who changed the world. For what is each entrepreneur most famous?



Bill Gates
Microsoft Company



Thomas Edison
Inventor
مخترع

William Harley
Davidson & Arthur
Harley Davidson



Mark Zuckerberg
Facebook Website



Stephen Wozniak
Entrepreneur who co-
founded Apple



Steve Jobs
Apple Compan

مفاهيم خاطئة عن ريادة الأعمال:

لكي تكون رائد أعمال يجب أن يكون لديك مواصفات معينة أو معدل ذكاء مرتفع أو ابن لرائد أعمال.

- الصحيح: وجود طموح وحب المغامرة وتطوير الذات والرغبة (العزيمة) والتي تزيد بالممارسة والتنظيم 95% ممارسة وتطبيق + 5% موروث أو محيط محلي أو عائلي.

هناك مرحلة عمرية معينة تناسب لكي تكون رائد أعمال 20-30

- الصحيح: هناك أناس بدأوا في عمر الخمسين أو الـ 14 أو أكثر أو أقل حتى ولو على مستوى بسيط لكن المهم أن يتوفر لديهم الاستعداد والتخطيط لتنفيذ أفكارهم. ليس للعمر أو النوع علاقة لكن يساعد وجود التشجيع والدعم المقدم للفئات الأصغر في إقبالهم على مشاريع ريادة الأعمال.
- طموح للكسب = فرصة + رغبة في التجديد والابداع

يجب توفر الدعم المادي ويكون ملكك من بداية المشروع

- الصحيح: توجد مؤسسات كثيرة لدعم المشاريع الصغيرة وتوفير الدعم المادي بالكامل بعضها عن طريق المشاركة في نسبة الأرباح وغالبا دون المشاركة في الأرباح.

تحتاج فكرة مناسبة (دراسة جدوى) + دراسة لحجم السوق + رؤية مستقبلية للمشروع + نسبة الأرباح السنوية أو الشهرية للمشروع، الخ

إذا يمكن القول إن الرغبة المقاولانية لا تنبع من تكوين وتعليم الفرد، بل تتعلق بشخصيته مهما كان مستواه الاجتماعي والثقافي. وعليه فإن الطموح المقاولاتي تدفع اليه مجموعة من العوامل:

- حاجات نفسية: الرغبة في تحقيق الذات، الرغبة في السلطة، حب المال
- «PULL» VS «PUSH»: الدوافع PUSH تعني أن حامل المشروع محفز بعوامل غير ثابتة (التنقل، البطالة ...) اما الدوافع PULL فهي العوامل المغرية التي تجذب اهتمام المقاول (المشاركة)
- عامل الزمن والسن «متى يصبح الوقت مناسب لنصبح مقاولين؟»

ما الفرق بين رائد الأعمال والتاجر ورائد الاعمال والموظف:

يكثر الخلط بين هذه المفاهيم عند عموم الناس وقد تستخدم عند البعض لتدل على المعنى نفسه، لكن في الحقيقة هناك فروقات بينهم.

الموظف	التاجر	رائد الاعمال	المعيار
-	تولد دخل مستمر يرضي صاحبه، ويكون أفضل من التوظيف التقليدي وتتجاوزه.	انشاء ثروة مستمرة ودائمة يتجاوز مداها الاحلام البسيطة إلى بناء الثراء الكبير	مقدار خلق الثروات
-	تبنى الثروة عادة عبر حياة صاحبها وفق وقت زمني طويل.	تُبنى خلال زمن قياسي لا يتجاوز عادة الخمس الى العشر سنوات	سرعة بناء الثروة
منخفضة	لا توجد مخاطرة عالية فالطريق واضح للتاجر	تتصف بالمخاطرة العالية وهي الثمن الذي يتوقع لرائد الاعمال أن يدفعه مقابل الثراء وبغير المخاطرة فان الريادة تزول وتكون مشروعا صغيرا	المخاطرة
يوجد إبداع ولكن في مجال ضيق ومحدود ولا يصل لمستوى ريادة الاعمال	يوجد إبداع ولكن في مجال ضيق ومحدود ولا يصل لمستوى ريادة الاعمال	تحويل الافكار الجديدة الى منتجات وخدمات مربحه تتسم فيها صفه الابداع والابتكار. وقد تظهر تلك الابداعات والابتكارات بصيغة منتجات جديدة، أو خدمات ذات قيمة مضافة أو أساليب إدارية وعملية وتقنية جديدة.	الابداع والابتكار
ثابتة	متغيرة	متغيرة	ساعات العمل
صغيرة	كبيرة	كبيرة	الخبرة

نصائح مهمة لرواد أعمال المستقبل

- أعتد على الله ثم على نفسك؛
- خطط ونفذ وركز نحو تحقيق هدفك؛
- كن مبدعاً ولا تكن تقليدياً؛
- أتقن ما تفعله وافعل ما تتقنه؛
- اجعل عندك العزيمة والاحترافية في العمل؛
- تعلم أثناء ممارسة العمل واستفد من أخطائك؛
- اعتن بصحتك؛
- لا تقع فريسة أحلامك وتفكيرك المثبط؛
- أقدم ولا تتراجع.

THE LASTWORD!!!



المحور الأول: تذكير حول المؤسسة

أولاً: عموميات حول المؤسسة:

تعريف المؤسسة: إن المؤسسة هي عبارة عن مشروع اقتصادي هدفه صناعة منتجات (مشروع صناعي)، شراء

وبيع (سلع) مشروع تجاري (أو تقديم خدمات) مشروع خدمي).

أنواع المؤسسات: تنقسم المؤسسات إلى الأنواع التالية:

- حسب قطاع النشاط: مؤسسات فلاحية / مؤسسات صناعية / مؤسسات تجارية أو حرفية /

مؤسسات

خدمية.

- حسب حجمها: مؤسسات صغيرة / مؤسسات متوسطة / مؤسسات كبيرة.

- حسب طبيعتها القانونية: مؤسسات فردية (يملكها شخص واحد) مؤسسات جماعية (يملكها

عدة-

أشخاص وأطراف).

تنقسم المؤسسات الجماعية إلى:

✓ شركات أشخاص: وهي ملك لعدد معين من الأشخاص (مثل شركات التضامن، شركات التوصية

ج-

البسيطة)

✓ شركات أموال: هي ملك لعدد كبير من الأشخاص (مثل شركات المساهمة، شركات ذات المسؤولية

-

المحدودة أو شركات التوصية بالأسهم)

✓ مؤسسات القطاع العام: وهي ملك للدولة بصفة كلية أو جزئية. .

وظائف المؤسسة: من أهم وظائف المؤسسة التجارية الفردية هي الشراء والبيع (الوظيفة التسويقية)،

وكلما كبرت المؤسسة تزايدت وظائفها وأهمها:

- الوظيفة المالية: إيجاد واستعمال الموارد المالية بصفة جيدة

- وظيفة العلاقات الإنسانية: توظيف العمال ووسيط بين الإدارة العامة والعمال.

- الوظيفة الإدارية: اخذ القرارات ومراقبة تنفيذها.

- الوظيفة الإنتاجية: بالنسبة للمؤسسات الصناعية إعداد، تنظيم وتنفيذ برنامج الإنتاج.

- الوظيفة المحاسبية: ملاحظة، ترتيب تقييم وتسجيل العمليات التي قامت بها المؤسسة خلال الدورة بهدف

إعداد القوائم المالية والتي سوف تعكس صورة صادقة عن الوضعية المالية للمؤسسة، وأدائها ووضعية الخزينة، تزويد كل الأقسام الداخلية للمؤسسة بالمعلومات الضرورية للقيام بنشاطها المختلفة وكذلك كل من يحتاج إليها خارج المؤسسة....

خلق مؤسسة جديدة:

1- إنشاء مؤسسة من العدم

أ- نقاط القوة:

-المقاول لديه الفرصة لإعداد دراسة تفصيلية متكاملة عن المشروع، وتحديد جدواه ونسبة نجاحه قبل البدء بتنفيذه.

-يمكن للمقاول اختيار المشروع المتوافق مع إمكانياته المادية والفنية، خبراته، مؤهلاته ورغباته، واختيار الموقع الملائم.

-يمكن للمقاول السيطرة على الجوانب والمواقف والمستجدات المتعلقة بالمشروع.

ب- نقاط الضعف:

-يتطلب إعداد المشروع الكثير والمزيد من الوقت والجهد.

-يتطلب تكاليف عالية لإجراء دراسات تفصيلية مسبقة.

-يحتاج إلى فترة قد تكون طويلة لكي يبدأ بتحقيق الإيرادات المستهدفة.

-يحتاج إلى تكلفة تأمين الموارد والإمدادات الفنية والمعلوماتية والبشرية المناسبة.

-قد لا تتوفر لدى المقاول الخبرة الكافية لمنع وتفادي كل الأخطاء، ومواجهة القيود والأزمات والمخاطر التي قد تهدد المؤسسة.

2- إنشاء مؤسسة عن طريق المرافقة

هذه الحالة يقوم بالأجراء من خلال الدعم المقدم لهم من طرف المؤسسات التي يعملون فيها بإنشاء مؤسساتهم الخاصة والمستقلة، حيث تسمح للعامل بإنشاء مؤسسته الخاصة أو بشراء مؤسسة موجودة بشكل مستقل عن مؤسسته التي كان يشتغل فيها، والتي تقدم له بالمقابل أشكالاً مختلفة من الدعم والمرافقة وذلك بهدف التقليل من احتمال الفشل والمخاطر يمكن أن يأخذ هذا الدعم عدة أدوار منها:

-دور إعلامي : مسؤول المؤسسة يمكن أن يعلم هؤلاء الموظفين بمختلف الإجراءات واطلاعهم على أفضل الحلول (اختيار وضع قانوني للمؤسسة) ، وعلى طريقة تصميم أو مخطط العمل....

-دور تدريبي : حيث أن الإدارة والتسيير والمحاسبة كلها أشياء يحتاج أن يتقنها صاحب المؤسسة قبل انطلاقها في النشاط.

-دعم لوجستيكي ومالي : حيث يمكن للمؤسسة الأصلية منح قروض وأموال لهؤلاء الموظفين من أجل مساعد م في انطلاق المؤسسة الجديدة.

3- الحصول على امتياز

حق الامتياز هو أحد الخيارات المهمة أمام المقاول لإنشاء مؤسسته وحق الامتياز يعني أن تقوم من خلاله الشركة (المانحة للامتياز) بمنح أفراد آخرين (مشتري الامتياز) الحق في إنتاج، بيع، توزيع وتسويق منتجات أو خدمات الشركة الأصلية بما في ذلك قيام الشركة المشتري للامتياز باستخدام اسم الشركة المانحة للامتياز وعلامتها التجارية وسمعتها ، فهو اتفاق تجاري بين مؤسستين مستقلتين قانونيا وماليا، ويستفيد المقاول من دعم من طرف المؤسسة المانحة للامتياز مقابل دفع مبلغ معين، وبهذا فعقود الامتياز تمثل حلا للمقاولين الذين ليس لهم أفكارا خاصة بهم أو الذين ليس لهم الإمكانيات الضرورية للابتكار.

عند رغبة أي مقاول في الحصول على امتياز من أجل إنشاء مؤسسته لابد أن يأخذ في الحسبان مجموعة من المعايير المتعلقة بمانح الامتياز، أهمها:

-قوة الاسم التجاري والعلامة التجارية.

-عمر الشركة المانحة.

-مستوى الانتشار في السوق المحلي.

-مستوى الانتشار في السوق الخارجي.

-مستوى نجاح الحاصلين على حق الامتياز منها سابقا.

-عدد الحاصلين على الامتياز من الشركة المانحة.

-رسوم استغلال حق الملكية.

-الأنظمة الفنية والمالية والإدارية والتسويقية لدى الشركة المانحة.

-مستوى الإقبال على منتجات وخدمات الشركة المانحة.

-القوة المالية للشركة المانحة.

-الجهد الإعلاني والحملات الترويجية لمنتجات الشركة المانحة.

وعند الحصول على الامتياز لا يعني ذلك أن المقاول سيباشر نشاطه بسهولة بل يجب عليه أن دراسة جوانب القوة والضعف في مثل هذه المشروعات، وهي على النحو التالي:

-نقاط القوة:

- الاستفادة من خبرة مانح الامتياز .
- توفير الدعم والتدريب المستمر.
- إمكانية الحصول على تمويل بتقسيط مبالغ تكاليف بدء التشغيل .
- شراء المنتجات والمواد والمعدات والخدمات المستخدمة في المؤسسة بصورة مباشرة من مانح الامتياز بأسعار مخفضة_ .
- الاستفادة من قوة العلامة التجارية في جذب العملاء .
- مساهمة مانح الامتياز في عملية الإعلان والترويج العام للمنتج .

-نقاط الضعف:

- التقيد بعمليات وشروط مانح الامتياز .
- موقف مانح الامتياز أقوى عند التعاقد.
- ضرورة دفع قيمة الامتياز من المبيعات مما يقلل من قيمة الأرباح .
- محدودية التصرف بالملكية بسبب شروط مانح الامتياز وضغوطاته .
- إلزام المستفيد من الامتياز بشراء بعض المواد والمنتجات والخدمات من مانح الامتياز حتى ولو كانت أغلى من السوق_ .
- أداء المستفيدين من الامتياز في مواقع أخرى يؤثر على سمعة المستفيد موضوع الدراسة .
- قد يخسر المستفيد من الامتياز إذا تم سحب الامتياز منه_ .

4- إنشاء فرع: يعمل المقاول لصالح المؤسسة موكل له مهمة المشروع المقاولاتي في التابع لها، غير أن المخاطر التي يواجهها المقاول في هذه الحالة محدودة مقارنة مع الحالة الأولى، لكنه يحظى بتلك الامتيازات الممنوحة للإطارات أو المدراء فيها.

5- شراء مشروع قائم: وفي هذا النوع من النشاط نميز حالتين هما إما شراء مؤسسة في وضعية جيدة أو شراء مؤسسة تواجه صعوبات، ومن خلال اعتماد هذا الأسلوب في الاستثمار هناك مجموعة من العيوب والمزايا لابد أن تأخذ بعين الاعتبار منها:

•المزايا:

-توفير الوقت، التكلفة والجهد.

- تخفيض المشاكل والمخاطر المتعلقة بالمشروع.
- الاستفادة من شهرة المحل، لأن المشروع القائم مسبقاً له سوقه وزبائنه، موردوه وموظفوه.
- يمكن للمالك الجديد أن يبدأ المشروع بسهولة.
- الاستفادة من الخبرات السابقة للمشروع.
- الاستفادة من الصورة الذهنية والسمعة الحسنة عن المشروع إذا أحسن المقاول اختياره، وكذلك حسن توظيفها واستثمارها.

•العيوب:

- احتمال سوء الموقع المقام عليه المشروع.
 - احتمال السمعة غير الطيبة للمشروع.
 - قد تكون تكلفة الشراء مرتفعة لأن السعر الذي سيطلبه البائع سيضمن حق الملكية والشهرة.
 - تقادم المعدات والمنتجات.
 - احتمال وجود غش في السجلات والدفاتر.
- ويجب اتباع خطوات متعددة لتقييم المشروع القائم وشرائه وهي:
- دراسة أسباب بيعه، قد يتم عدم الإفصاح عن الأسباب والخفايا الكامنة وراء بيع المشروع، والتي تكون غير إيجابية وغير مرضية، وقد لا تتوفر في المشروع الخصائص والمقومات التي يبحث عنها المقاول ويتصورها.
 - تقدير القوة الإرادية للمشروع.
 - تقييم الأصول المادية وغير المادية (المعنوية).
- 6- شراء مؤسسة في حالة جيدة
- 7- شراء مؤسسة تواجه صعوبات

خطوات تأسيس شركة في الجزائر

حسب التقسيم القانوني في الجزائر يمكن إنشاء شركة ذات شخصية معنوية أو شركة شخص طبيعي

1- خطوات تأسيس شركة ذات شخصية معنوية: هناك 7 مراحل أساسية لتأسيس هذا النوع من الشركات في

الجزائر

المرحلة الأولى: تسمية الشركة la dénomination

يتم تقديم طلب يسمى " البحث عن الأسبقية" رابط الوثيقة:

أ- تختار من خلاله أربع أسماء؛

ب- اختيار الصيغة القانونية؛

ت- تقديم المعلومات الخاصة عن المسير.

يتم تقديم الطلب لدى المركز الوطني للسجل التجاري CNRC. يتم دراسة الطلب وبعدها يقدم شهادة تسجيل تسمية.

المرحلة الثانية: التقدم لدى موثق من أجل إعداد:

أ- عقد الإيجار: يكون باسم الشركة وليس الشخص. ويتم تقديم الوثائق التالية:

- شهادة ميلاد الشركاء؛

- نسخ مصادق عليها من وثائق هوية الشركاء؛

- القانون الأساسي للشركة.

ب- تحرير القانون الأساسي: ومن بين الأمور المهمة في هذه المرحلة رموز النشاطات ويتحصل عليها من CNRC

من خلال تقديم الوثائق التالية:

- شهادة ميلاد الشركاء؛

- نسختان مصادق عليهما من بطاقات التعريف الوطنية للشركاء؛

- عقد الإيجار لمقر الشركة؛

- تعهد من محافظ حسابات؛

- إثبات إيداع رأس مال الشركة (إجراء يتكفل به الموثق).

المرحلة الثالثة: استخراج السجل التجاري

كافة الشركات الجديدة ملزمة قانونيا بالتسجيل في المركز الوطني للسجل التجاري.

للقضاء بهذا الإجراء، يجب تقديم الوثائق التالية:

- طلب موقع، و محرر على النماذج المقدمة من المركز الوطني للسجل التجاري (لن تسلم هذه الوثيقة إلا بعد

إعداد باقي الملف).

- سند ملكية المحل التجاري أو عقد إيجار موثق (باسم الشركة).
- نسختان من القانون الأساسي للشركة.
- نسختان من إعلان نشر القانون الأساسي في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية وفي صحيفة يومية وطنية.
- وصل دفع رسوم القيد في السجل التجاري، يمكن دفعها في أي وكالة بنكية متعاملة مع المركز الوطني للسجل التجاري، وعادة ما يكون البنك الوطني الجزائري.

في الظروف العادية يتم استخراجها في 24 ساعة.

المرحلة الرابعة: التصريح لدى الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء.CASNOS

المرحلة الخامسة: تصريح بالوجود (استخراج البطاقة الضريبية).

بمجرد قيد الشركة في المركز الوطني للسجل التجاري، يخصص لها رقم تعريف يستخدم في كافة الإجراءات الإدارية، ولا سيما تلك مع مصلحة الضرائب الجزائرية. يجب أن تسجل المؤسسة المنشأة حديثاً في الضريبة على القيمة المضافة حتى تتمكن من تسوية التزاماتها الضريبية.

المرحلة السادسة: استخراج رقم التعريف الجبائي NIF

المرحلة السابعة: استخراج رقم التعريف الإحصائي NIS

تتمثل الخطوة الأخيرة لإنشاء مؤسسة في الحصول على رقم التعريف الإحصائي. يستعمل هذا الرقم للتعرف على المؤسسة لدى الإدارات الجزائرية على غرار مديرية المصالح الضريبية والصناديق الاجتماعية. للقيام بذلك، يجب تقديم طلب إلى المصالح الإحصائية للفروع الجهوية للديوان الوطني للإحصاء من خلال تقديم الأوراق التالية:

- نسخة من البطاقة الضريبية.
- نسخة من السجل التجاري.
- صورة من بطاقة الهوية.
- صورة من القانون الأساسي للشركة.

وبعد انجاز كل الخطوات السابقة يمكنك فتح حساب بنكي وإذا سيتم توظيف عمال يتم التوجه إلى الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء CNAS للتصريح بالعمال.

2- الشركة ذات الشخص الطبيعي يتم اتباع نفس الخطوات السابقة باستثناء القانون الأساسي.

خريطة نموذج العمل

الشركاء الرئيسيون  من هم شركائنا الرئيسيون؟ من هم موردونا الرئيسيون؟ ما هي الموارد التي نقوم بقتنائها من شركائنا؟ ما هي الأفعال الرئيسية التي يقوم بإدائها شركائنا؟	الأفعال الرئيسية  ما هي الأفعال الرئيسية التي نحتاجها : 1 - لتقديم القيمة التي وعدنا بها العملاء؟ 2 - للثقتات؟ 3 - لعلاقتنا مع العملاء؟ 4 - لتدفقاتنا النقدية؟ الموارد الرئيسية  ما هي الموارد الرئيسية التي نحتاجها : 1 - لتقديم القيمة التي وعدنا بها العملاء؟ 2 - للثقتات؟ 3 - لعلاقتنا مع العملاء؟ 4 - لتدفقاتنا النقدية؟	القيمة المقدمة للعميل  ما هي الأشياء التي تلعبها ونقدمها والتي سيكون لديها قيمة لدى العميل؟ ما هي القيمة التي نقدمها لعملائنا؟ ما هي المشكلة التي نقوم بحلها؟ ما هي الحاجة التي نقوم بتغطيتها؟	علاقة العملاء  ما هي نوعية العلاقة التي يتوقعها كل من عملائنا ان نقوم بمكتسبها معاً؟ أي علاقة قمنا بتأسيسها مع عملائنا؟ وما هي تكلفتها؟ كيف سنقوم بربطها مع نموذج العمل الكلي للشركة؟ القنوات  أي قنوات ستستخدم للوصول لعملائنا؟ أي قنوات تعمل بأفضل وجه؟ أي قناة فعالة أكثر من ناحية التكاليف؟	قطاع العملاء  من هم العملاء الذين مؤسستك لخدمتهم والوصول إليهم؟ من هم أهم عملائنا؟
هيكل التكلفة ما هي أهم التكاليف التي يتكبدها نموذج عملنا؟ ما هي الموارد الأكثر تكلفة؟ ما هي الأفعال الأكثر تكلفة؟ 		نموذج الدخل لأي قيمة العملاء فعلاً مستعدون للقيام بالدفع؟ كيف يودون القيام بالدفع؟ كم سيشارك كل تدفق نقدي من اجسالي الدخل؟ 		