

الخطوات الرئيسية لإنشاء مؤسسة

لتنفيذ مشروع إنشاء مؤسسة من الضروري إعداد الملف الإداري حيث يجب عليك اتباع سبع خطوات أساسية:

1. توفر اسم الشركة: أولاً يتوجب على قائد المشروع الحصول على شهادة من المركز الوطني للسجل التجاري بشأن توفر اسم الشركة، ولهذا يتوجب ملاً استمارة وتضمين أربعة أسماء محتملة للمؤسسة، كما يجب دفع مبلغ 490 دينار جزائري لتغطية تكاليف البحث والطابع المالي.
2. سند ملكية أو عقد إيجار: من الضروري التوجه إلى موثق ومحضر قضائي لصياغة عقد إيجار للمقر الرئيسي والتوقيع عليه، ويجب توقيع هذا العقد باسم الشركة وليس باسم شخص طبيعي، يجب أيضاً تقديم المستندات التالية: شهادة ميلاد الشركاء، نسخ مصادق عليها من بطاقات التعريف الوطنية للشركاء، الأشكال القانونية للمؤسسة، وبعد توقيع الأطراف على العقود يجب تسجيلها لدى الإدارة.
3. صياغة القانون الأساسي: يتم إنشاء الأشكال القانونية للمؤسسة لدى الموثق. يجب تقديم المستندات التالية إلى مكتب الموثق: شهادة ميلاد الشركاء، نسخ مصادق عليها من بطاقات التعريف الوطنية للشركاء، عقد الإيجار لمقر المؤسسة، تعهد من مدقق حسابات، إثبات إيداع رأس مال المؤسسة (يتم التعامل مع الإجراء من قبل الموثق).
4. التسجيل بالمركز الوطني للسجل التجاري (cnrc): لإنجاز هذه العملية ستحتاج إلى تقديم المستندات التالية: تقديم طلب موقع، سند ملكية المحل التجاري أو عقد إيجار موثق باسم المؤسسة، نسختان من الشكل القانوني للمؤسسة، نسختان من اشعارات النشرة الرسمية للإعلانات القانونية (BOAL) للمؤسسة وفي صحيفة يومية وطنية، مستخرج من شهادة الميلاد ومستخرج شهادة السوابق العدلية للمسيرين، إيصال دفع رسوم التسجيل في السجل التجاري، يدفع في أي فرع بنك شريك، وصل يبرر دفع رسوم الدمغة (4000 دينار) على الضرائب.
5. استخراج البطاقة الضريبية (NIF): عندما تكون المؤسسة مسجلة لدى المركز الوطني للسجل التجاري، سيتم تخصيص رقم تعريف لها يستخدم في جميع إجراءاتها الإدارية وحتى مع مصلحة الضرائب الجزائرية يجب على المؤسسة حديثة النشأة التسجيل في الرسم على القيمة المضافة لتكون قادرة على تسوية التزاماتها الضريبية، للقيام بذلك يتوجب على المسير تقديم المستندات التالية: نسخة مصدقة من السجل التجاري، الأشكال القانونية للمؤسسة، سند ملكية المحل التجاري أو عقد إيجار موثق (باسم المؤسسة) نموذج مقدم من مفتشية الضرائب موقع ومختوم باسم المؤسسة.
6. استخراج رقم التعريف الإحصائي (NIS): تتمثل الخطوة قبل الأخيرة لإنشاء شركة في الجزائر في الحصول على رقم التعريف الإحصائي. يستعمل هذا الرقم للتعرف على الشركة مع الإدارات الجزائرية مثل مديرية الضرائب والصناديق الاجتماعية. للقيام بذلك، يجب عليك تقديم طلب إلى الخدمات الإحصائية للملحقات الإقليمية للمكتب الوطني.

من خلال تقديم الأوراق التالية: صورة من البطاقة الضريبية، نسخة من السجل التجاري، نسخة من بطاقة التعريف الوطنية، نسخة من الأشكال القانونية للمؤسسة.
7. فتح حساب بنكي: يجب على كل مؤسسة أن يكون لديها حساب بنكي خاص بها، والمستندات التالية مطلوبة: السجل التجاري، التسجيل الضريبية، الأشكال القانونية للمؤسسة، رأي النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.

دراسة السوق:

تعدّ دراسة السوق مرحلة أساسية لإنشاء مؤسستك تسمح لك بتحديد حاجيات السوق الذي ستدخله وإقناع الممولين المحتملين، لكي تكون دراسة السوق الخاصة بك فعالة، عليك بإتباع اجراء مدقق ومنظم، الهدف منه الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات عن قطاع النشاط المعني وتحليل العرض والطلب، من خلال دراسة السوق يجب تقديم إجابة على الأسئلة الرئيسية التالية:

فيما يخص القطاع وأنظمتها: ماهي الأنظمة المطبقة على هذا القطاع من النشاطات؟ هل هناك أحكام ضريبية محددة؟ ماهي حالة السوق وما هي آفاقه المستقبلية؟ ما هي أحدث الابتكارات في هذا القطاع؟ هل السوق موجود من قبل؟ هل هو جديد أم قائم منذ فترة طويلة؟
فيما يخص الطلب: ما هي خصائص الزبائن المحتملين (خواص أو محترفين) بعد ذلك، سيكون من الضروري تحديد الفئة المستهدفة على سبيل المثال: إذا كان الزبائن من فئة الخواص: الفئة العمرية، الفئة الاجتماعية المهنية، الدخل ...

إذا كان الزبائن من فئة المحترفين: ما هو حجم الشركة وما هي تفضيلاتهم؟، رأيهم في العرض المقدم من قبل المنافسين؟ ما الذي يمكن تحسينه... هذه الأسئلة مهمة لأنها يمكن أن تسمح لك بالتميز عن منافسك في المستقبل؟ من هم أهم الفاعلين الاقتصاديين في السوق (الهيئات التنظيمية، المنتجون، الموزعون...؟)

فيما يخص العرض: من هم المنافسون الرئيسيون المباشرون وغير المباشرون في السوق؟ (حجم الشركة، رأس المال، الموقع الجغرافي...)
المؤسسات (الحجم، النشاط، المكان، البعد الدولي...)
الخواص: العمر، الجنس، الفئة، الحالة الاجتماعية
آخرين (السلطات المحلية، الجمعيات ...)

ما هو موقفي؟ ما هي حالة المنافسين الرئيسيين؟ (سياسة المبيعات، تنظيم التوزيع، الزبائن المستهدفون... إلخ) ، ماهي رؤوس أموالهم؟ هامشهم، مواردهم البشرية؟ ماهي خصائص خدماتهم ومنتجاتهم؟ ما هو مخطط هؤلاء المنافسين من أجل التطوير؟

نموذج العمل وخطة العمل

نموذج العمل هو أداة لوضع قائمة بالنموذج الاقتصادي للشركة، ولذلك فهي وثيقة مرجعية تعرض الطريقة التي تعتمدهم الشركة تأسيسها وضمان ربحيتها على سبيل المثال: نموذج فرينيوم، النموذج المجاني ...

نموذج فرينبيوم: في هذا النموذج، يتم تقديم شريحة مجانية لأحد العملاء في حين يدفع جزء آخر مقابل خدمة متميزة. يدعم الجزء الذي يدفع مقابل الشخص الذي لا يدفع. يستخدم هذا النموذج بعض الشركات مثل لنكدن لتقديم خدمات أساسية مجانية للمستخدمين وإقناع البعض بالدفع مقابل خدمات أكثر شمولاً، أمثلة Pandora، LinkedIn، برامج مكافحة الفيروسات، Spotify، Skype... إلخ

التكليف المحتمل: اقتراح تجربة الخدمة مجاناً لمدة محددة.

النموذج المجاني: يقدم نموذج العمل المجاني منتجات أو خدمات مجانية، يعتمد تمويلها على الإعلان، تستخدم Google، على سبيل المثال، الخوارزميات لتقديم إعلانات مستهدفة استناداً إلى عمليات البحث على الإنترنت.

خطة العمل: خطة العمل هي وثيقة مكتوبة يجب أن تقدم جميع الإجراءات التي ستقوم بها الشركة (أين تذهب)، والوسائل المستخدمة لتحقيق ذلك (كيف تسير) والفترة المقدرة لتحقيق الأهداف، وهي تستخدم أساساً لجمع التمويل من المستثمرين، ويمكن أيضاً تقديم خطة العمل إلى مصرفي لتبرير ودعم طلب القرض.

العوامل الرئيسية لنجاح المؤسسة:

يعتمد نجاح إنشاء المؤسسات على عدد كبير جداً من المعايير، والتي قد تختلف أهميتها اعتماداً على طبيعة النشاط أو حجم الهيكل أو شدة المنافسة. التحدي يتعلق بعدم الضياع في هذه المعايير والعودة إلى أساسيات ما يجعل المؤسسة ناجحة المتمثلة في:

1- رئيس مؤسسة جيد (روح المبادرة): إن الرؤية الواضحة لرئيس المؤسسة، وإيمانه بمشروعه، والإجراءات التي يقوم باتخاذها بشكل يومي تأسس الشركة، وتمنحها ثقافة وقيماً واتجاهاً. أي باختصار فإن شخصية رئيس المؤسسة تلعب دوراً هاماً في إبراز قوة شخصية الشركة وتضع لها مكاناً في السوق.

2- الموظفين الفعالين: تقع إدارة الموارد البشرية في قلب المنظمة وتتطلب معارف ومهارات محددة والكثير من الوقت في التسيير الإداري والتكوين، التواصل الداخلي، التحفيز، دون أن ننسى الحاجة إلى إتقان قانون العمل.

3- التواصل الجيد: عامل أساسي آخر لنجاح المؤسسة، يساعد التواصل الجيد في جذب الزبائن وخاصة الفئة المستهدفة. لكي تكون فعالة، يجب أن يكون الاتصال متناسقاً مع روح العمل وكذلك مع احتياجات الزبائن وعاداتهم: التواصل مع شريحة عريضة من المجتمع. التواصل عبر الأنترنت. التسويق المباشر (البريد الإلكتروني، الهاتف، الخطابات، الكتيبات، إلخ). الحدث والعلاقات الصحفية، أو الاتصال الشبكي.

4- السوق: بعض الأسواق مزدهرة بينما البعض الآخر في حالة تراجع، عادة بسبب وجود عدد كبير جداً من الفاعلين الاقتصاديين المشاركين في نفس النشاط. أي باختصار يعتبر السوق الذي يتم فيه وضع صاحب المشروع عاملاً رئيسياً من عوامل النجاح (أو الفشل) في بدء إنشاء المؤسسة.

5- الشبكة: الشركة التي تعمل بمفردها في سوقها فرص نجاحها ضئيلة خاصة وأن المتعاملين الاقتصاديين الآخرين من جانبهم يشكلون تحالفات أو تبادل خدمات أو معلومات وصف أنشطة الشركاء أو العثور على مقاولين ذوي جودة وتلقي نصائح جيدة. دفتر العناوين هو عامل نجاح في بدء إنشاء المؤسسة، غالباً ما يكون المصدر الأول للزبائن.