**المحاضرة الرابعة**

**-كيف تؤسس مشروع مقاولة؟ وما هي المقدمات الضرورية؟**

**1-إيجاد فكرة المشروع أو الحلم، القناعة، الرغبة والمحبة، قابلية التجسيد، والقدرة على مواجهة التحديات.**

أ-تحويل الفكرة إلى مشروع قابل للإنجاز.

ب-صياغة الفكرة(أي التعبير عنها بوضوح وبأسلوب محدد ومفهوم).

ج-تقييم الفكرة ضمن مجموعة من الأفكار المشابهة لها، حيث يقوم صاحبها بفرز أحسن الأفكار من منطلق كفاءته وخبرته.

د-اختبار الفكرة باستشارة من لهم الخبرة والأسبقية في هذا المجال,

**2-مصادر الحصول على الفكرة:**

أ-الملاحظة اليومية للبيئة المحيطة، باستعمال الإحصائيات وتصرفات الأفراد وعاداتهم، وظروفهم المالية والاجتماعية.

ب-نقد المنافسين باستخراج وكسف نقاط القوة والضعف التي تتضمنها مشاريعهم.

ج- البحث عن الحلول والبدائل والمفاضلة بينها.

**3-ظروف إنشاء الفكرة:**

أ-المشاركة في حلقات النقاش حول مجالات ومشاكل وتبادل الأفكار بين مختلف المشاركين في النقاش.

ب-الإبداع الذهني: هو وسيلة ذهنية يستخدمها المقاول للحصول على عدد من الأفكار، أو حل مشكلة بطريقة إبداعية، أو اكتشاف فكرة جديدة لم توجد من قبل، أو تطوير فكرة كانت موجودة من قبل، وتحتاج إلى تعديل وتوضيح.

**توضيح**

وللتوضيح أكثر نستطيع القول أن الفكر المقاولاتي انطلاقا من التعريفات السابقة ينطلق من :

**الفكرة** ـــــ من الفرد أو المنظمة ــــــــالبحث عن **الفرصة** ــــــــــــيتم تجسيدها على أرض الواقع ــــــــــ بواسطة **استغلال الموارد المتاحة** ـــــــــــــالغرض (**خلق الثروة**) ـــــــــــــــ ويتم تحويل الفرصة إلى **إبداع** مما يؤدي إلى البحث عن **التغيير** ، لكن هذا يكون في بيئة غامضة، أي (مجهولة ومخيفة) ـــــــــــــ أي **عدم اليقين**، ــــــــــــــــــــ وهذا يتطلب **المخاطرة** . وتعني المخاطرة وجود احتمالات للخسارة، أي قيام المقاول بالتنبؤ بجميع المخاطر التي يواجهها.

**خصائص المقاولة:**

المقاولة تتميز بالإبداع سواء تعلق الأمر بـ:

أ-تقديم منتوج جديد وتتضمن:

-تقديم طريقة جديدة في عرض منتوج أو خدمة(لوحات التغليف مثلا.)

-طريقة جديدة في التسويق والتوزيع(الأنترنت، التوصيل للمنزل...إلخ)

ب-ارتفاع نسبة المخاطرة مما يحفز ويؤدي إلى الابتكار و الاعتماد على النفس وتحدي الظروف المحيطة والغامضة.

ج-تحقيق أرباح بسبب هذا الابتكار الجديد، وهذا عكس المؤسسات النمطية أو العادية والمألوفة.

**المحاضرة الخامسة**

**المؤسسة الناشئة START-UP**

**1- تعريف:**

هي شركة صممت لتنمو بسرعة فائقة، حيث يكون النمو الجيد ما بين 5% -7% أسبوعيا، وبشكل استثنائي يصل إلى 10%.

حسب Patrick Frideson الشركة الناشئة لا تتعلق بالحجم ولا بقطاع النشاط، إنما يظهر دورها في :

-نمو قوي محتمل.

-استخدام تكنولوجيا حديثة.

-تحتاج إلى تمويل ضخم.

-سوق جديد يصعب تقييم الخاطرة فيه.

معظم المنشئون للشركات الناشئة، تنحصر رؤيتهم في تغيير العالم، وهدفهم ليس كسب أموال للعيش، وإنما إنشاء أسهم في شركات مما يسمح لهم بجني أرباحا كبيرة تقدر بملايين الدولارات.

**2- أهداف إنشاء الشركة الناشئة:**

تتمثل أهداف الشركة الناشئة، في أسباب ميلادها والأدوار التي قامت أجلها، وتنحصر فيما يلي:

أ-حل مشكلة: وجود مشكلة في السوق، أو في الحياة العامة يتطلب تحديد المشكلة بدقة ووضوح، ثم الشروع في جمع البيانات والمعلومات المحيطة بها.

ب-تغطية نقص في السوق واحتياجاته: الفرص تدور حول وجود أسواق غير مشبعة ، أو منتجات تقدم للزبون بطرق غير ملائمة وغير مرضية، فالمطلوب هو البحث عن طرق جديد لتقديم المنتجات ، أو لتغطية السوق بطرق فعالة وترضي الزبائن وتحل المشكلات التي يعاني منها الناس.

ج-الهوايات والمهارات التي يمتلكها صاحب الشركة الناشئة من أجل حل المشكلة بصورة متميزة ومختلفة تشكل فرصة.

**3- دورة حياة الشركات الناشئة:**

تمر الشركة الناشئة بمراحل أساسية مند الآعلان عن نشأتها إلى مرحلة نموها وازدهارها.

**-المرحلة الأولى:**

هي مرحلة الفكرة، أي الفكرة المبتكرة، ولم تكن معروفة من قبل، وهذا يتطلب التعمق في الفكرة جيدا من جميع جوانبها.

**المرحلة الثانية:**

مرحلة الانطلاق، حيث يجب إطلاق الجيل الأول من المنتوج، أو الخدمة، وهذا العمل يجعل المقاول يحتاج إلى الترويج بأسلوب قوي لإظهار منتوجه غي السوق.

**المرحلة الثالثة:**

مرحلة مبتكرة من الإقلاع والنمو، يرافقها حماس قوي، يمكن أن تكون الفكرة عند البعض، حيث يبدأ الفشل وتظهر العوائق، ويبدأ المنحى في التراجع.

**المرحلة الرابعة:**

مرحلة الانزلاق في الوادي بالرغم من استمرا ر الممولين المغامرين في تمويل المشروع، إلا أنه سيستمر في التراجع حتى يصل غلى مرحلة تسمى وادي الموت. مما يؤدي إلى خروج المشروع أو المؤسسة من السوق لأن معدلات النمو تكون منخفضة.

**المرحلة الخامسة:**

مرحلة تسلق المنحدر، حيث يستمر المقاول في إدخال تعديلات على المنتوج، وإطلاق إصدارات محسنة لتبدأ الشركة الناشئة في النهوض من جديد، وذلك بفضل إستراتيجية مطبقة بحكمة يكستب من خلالها فريق العمل الخبرة والمهارة، تسمح لهم بإطلاق الجيل الثاني من المنتوج، وضبط سعره ثم الشروع في تسويقه على نطاق واسع.

**المرحلة السادسة:**

مرحلة النمو المرتفع، من هنا تبدأ الشركة الناشئة في الخروج من مرحلة التجربة لتصل إلى معدل نمو بين 20% و30%وبهذا تستطيع الدخول إلى مرحلة اقتصاديات الحجم والأرباح الضخمة.

ـــــــــــــــــــــــــــــ

**بعض المراجع المهمة للاطلاع:**

- مراح حياة، المقاول الجزائري الجديد بين المعاناة والإبداع، مذكرة ماجستير، في العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2003.

-الراجحي خالد سليمان، تحويل الفكرة إلى فرصة، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية، 2012.

-مجدي عوض مبارك، الريادة في الأعمال، عالم الكتب الحديث، أربد، الأردن، 2009.

-رايس وفاء، دور التكوين في تنمية الحس المقاولاتي، مداخلة ضمن ملتقى حول المقاولاتية والتكوين وفرص الأعمال، جامعة بسكرة ، الجزائر، 2010.

-ناصر مراد، دور مكانة المقاول في التنمية الاقتصادية في الجزائر، الندوة الدولية حول المقاولة والإبداع في الدول النامية، معهد العلوم الاقتصادية، خميس مليانة ، الجزائر، 2007.

-الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتي من خلال التعليم المقاولاتي، دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015.

-كوجيل محمد، دراسة وتحليل سياسة دعم المقاولاتية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2015-2016.

-أترباك جيمس، ديناميكية الابتكار: اقتناص الفرص لمواجهة التغير التكنولوجي، خلاصات كتب المدير ورجل الأعمال، السنة الثالثة، العدد 15، القاهرة، مصر، أوت 1995.

-حريري عبد الرحمن بن احمد، استكشاف الأفكار وتقييمها في شركتك الناشئة، 2018 على الموقع:

 https://startupideavalidation.com/ideas-book-download/

-Tanjaoui said, les entrepreneurs marocains, pouvoir, société et modernité, karthala, paris, 1993.

-Allain fayolle, le métier de créateur d’entreprise, edition d’Organisation, Paris,2003.