

المشكرة الشاملة في مقر (رياضة الأعمال والإبتكار)

رمز المقر: (توب ٢٠٠)



الفصل الدراسي الثالث للعام الدراسي

١٤٤٤هـ / ٢٠٢٣م

(هئية الدعوة وأصول الدين - المستوى الثاني)

اسم الطالب:

الرقم الجامعي:

دكتور المقرر:

ملاحظة مهمة:

المذكرة أو التخليص لا تغني عن المرجع الأساسي للمقرر الجامعي + التركيز على المخططات والرسومات البيانية

إعداد وتنسيق الطالب: عبد الرحمن بن إبراهيم صويلح

الفصل الأول: مفاهيم ريادة الأعمال

الوحدة الأولى: العمل الحر

س١: عدد أنواع العمل (الوظيفة).

- ١- القطاع العام؛ مثل العمل في إحدى الوزارات كوزارة الصحة، ووزارة التعليم، ووزارة الدفاع.
- ٢- القطاع الخاص؛ كالعمل في إحدى الشركات أو المؤسسات الخاصة مثل العمل في شركة سابك، أو شركة الكهرباء، أو شركة الاتصالات.

س٢: عدد طرق بداية الرحلة العملية والدخول في سوق العمل.

- ١- إما أن تتبع الأسلوب التقليدي المعروف وهو (الوظيفة) أي أن تكون موظفاً لدى طرف آخر.
- ٢- أو أن تبدأ مشروعك، وتتوجه إلى العمل الحر.

س٣: عدد أمثلة على العمل الحر.

- ١- أن يكون لديك محل تجاري لبيع الجوالات. ٢- أو تبيع أحد المنتجات عبر تطبيقات: الجوال، الإنترنت.
- ٣- أو أن يكون لك محل في إحدى الأسواق التجارية.

س٤: عرف العمل الحر.

- هو مصطلح يُطلق على الأعمال التي تُدار من طرف أشخاص يعملون لحساباتهم الشخصية.

س٥: علل: العمل الحر هو الأصل للعمل منذ بداية تاريخ البشرية؟

- لأن الاحتطاب والزراعة والرعي والنجارة كلها أعمال كانت تمارس حرة ولمصلحة أصحابها.

س٦: كيف يكون العمل الحر؟

- ١- قد يكون عملاً مستقلاً كاملاً؛ أي اعتماد الفرد على العمل الحر كعمل أساسي مُطلق.
- ٢- أو أن يكون عملاً مستقلاً بشكل جزئي؛ أي اعتماد الفرد على العمل الحر كعمل ثانوي (بأن يعمل بشكل إضافي إلى جانب وظيفته الأساسية).

الوحدة الثانية: تعريف ريادة الأعمال

س ١: بين الشقين (الجزئين) عند تعريف ريادة الأعمال.

- عند الحديث عن تعريف ريادة الأعمال، فإننا نتحدث عن شقين في هذا التعريف:

• الأول: ترجمة مصطلح (Entrepenurship):

- أشارت أدبيات الإدارة إلى كثير من نماذج التعريب لمصطلح ريادة الأعمال ولمصطلح رائد الأعمال.
- ومن الترجمات التي اقترحت لهذا المصطلح: المبادرة، المبادأة، الإنشاء، العمل الحر.
- واتفق عدد من المراكز والجمعيات والمنظمات في العالم العربي على ترجمة الكلمة الإنجليزية فرنسية الأصل Entrepreneurship بمعنى (ريادة الأعمال) وترجمة Entrepreneur بمعنى (رائد الأعمال) لتحسم الجدل حول الترجمة العربية لهذين المصطلحين.

• الثاني: تعريف هذا المصطلح:

- وردت عدة تعريفات عدة لهذا المصطلح العربي، منها:

- ١- مجموعة أنشطة تقدم على الاهتمام، وتوفير الفرص، وتلبية الحاجات، والرغبات من خلال الإبداع وإنشاء المنشآت.
- ٢- عملية إيجاد منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد.
- ٣- إنشاء عمل حر يتسم بالأبداع ويتصف بالمخاطرة.

س ٢: ماذا نستخلص من التعريفات السابقة ل(ريادة الأعمال)؟

- ١- أن ريادة الأعمال هي النشاط الذي ينصب على إنشاء عمل الحر. ٢- يقدم فعالية اقتصادية مضافة.
- ٣- أنها تعني إدارة الموارد بكفاءة وأهلية متميزة لتقديم شيء جديد أو ابتكار اقتصادي وإداري جديد.
- ٤- تتسم بنوع من المخاطرة.

س ٣: عدد العناصر الأساسية لتعريف (ريادة الأعمال).

- ١- حر. ٢- مخاطرة. ٣- إبداع.

الوحدة الثالثة: فوائد ريادة الأعمال

س: عدد فوائد ريادة الأعمال.

- هناك فوائد كثيرة يمكن أن تتحقق من ريادة الأعمال وإنشاء مشروعك الصغير، منها:

١- الاستقلالية:

- إن ملكية المشروع تتيح لرائد الأعمال الاستقلالية والفرصة لتحقيق ما يصبو إليه.

٢- فرصة للتميز:

- يمكن من خلال الريادة تحقيق أهداف متميزة مختلفة عن الآخرين.

- ومن أمثلة ذلك:

١. إنشاء مشروع إعادة تدوير النفايات لحماية الكرة الأرضية.

٢. إنشاء مشروع تحقيق دخل مضمون لأسرة محتاجة.

وهذه الأمثلة تعكس مهارة رائد الأعمال في الجمع بين الأهداف الاجتماعية والرغبة في معيشة بمستوى اقتصادي لائق.

٣- ريادة الأعمال فرصة لتحقيق أقصى الطموحات:

- كثير من الناس يجد أن عمله لا يحمل أي تحد وغير ممتع، ولكن رواد الأعمال لا يجدون ذلك. فبالنسبة إليهم فإن هناك فروقاً بسيطة بين العمل والمتعة، إذ يجد رواد الأعمال في استثماراتهم فرصة للتعبير عن الذات وتحقيق الذات، فهم يعلمون أن حدود نجاحهم هو إبداعهم، فامتلاك الاستثمار يمنحهم الشعور بالقوة والتمكين.

٤- فرصة تحقيق أرباح:

- على الرغم من أن امتلاك مشروع ليس هو الدافع الوحيد لمعظم رواد الأعمال، فإن الأرباح التي تمنحها مشروعاتهم من أهم الدوافع لإنشاء هذه المشروعات، فمعظم رواد الأعمال لا يأملون الانضمام لمجتمع الثراء بقدر ما يحلمون بتحقيق ثروات جيدة.

٥- فرصة للمساهمة في المجتمع:

-في الغالب يتمتع ملاك المشروعات الصغرى بالاحترام والثقة في مجتمعاتهم وبلدانهم. حيث إن أهم مقومات الرواد الثقة والاحترام المتبادل، هؤلاء الملاك يتمتعون بالثقة والشهرة من العملاء الذين قاموا بخدمتهم بإخلاص وأمانة.

٦- إيجاد فرص عمل أخرى:

- من أهم ما يميز ريادة الأعمال أنها لا تقدم للرائد عملاً، بل تجعله قادراً على إيجاد فرص عمل للآخرين بحيث يؤديون تلك الأعمال التي يستمتعون بها. وغالباً ما يستثمر هؤلاء الرواد في الهوايات التي يميلون إليها، ثم يستقطبون من يحبها.

الوحدة الرابعة: تحديات ريادة الأعمال

س: بين تحديات ريادة الأعمال.

- على الرغم من أن ريادة الأعمال تتيح للشباب امتلاك مشروع، وأن امتلاك المشروع يحقق كثيراً من المزايا والفرص إلا أن الضرورة تستدعي الإحاطة بالمتطلبات المطلوبة والتحديات المحتملة للدخول في هذا المجال، ومنها ما يأتي:

١- عدم استقرار الدخل:

- إن إنشاء مشروع لا يضمن الحصول على دخل كاف، فبعض المشروعات الصغيرة لا تكسب إلا بحدود ضئيلة خاصة في المراحل الأولى من حياة المشروع ومع ضغوطات الالتزامات المالية؛ لذا فإن استقرار الدخل واستمراره لا يمكن ضمانه كما هي الحال فيما يتحقق بالعمل الوظيفي.

٢- المخاطرة: (خسارة الاستثمار بأكمله):

- إن نسبة الفشل للمشروع الصغير مرتفعة جداً؛ لذا من المهم أن يرد إلى ذهن رائد الأعمال مجموعة من التساؤلات التي تساعد على التعايش مع الفشل:

١- ما هي أسوأ التوقعات إذا فشل مشوعي؟ ٢- ما مدى احتمالية حدوث الفشل؟

٣- ما هي إجراءات تحقيق المخاطرة؟ ٤- ما هي خطة مواجهة الخسارة والفشل؟

٣- ساعات العمل الطويلة:

- إن بداية أي استثمار تتطلب ساعات عمل جادة وطويلة حيث سيمضي رائد الأعمال جل وقته منهمكاً بتفصيلات المشروع.

٤- مستوى ارتباطات عائلية أقل:

- إنه من المتوقع أن حياة المستثمر الاجتماعية والأسرية ستأتي بالدرجة الثانية بعد دوره الأول بوصفه مستثمراً ومؤسساً لمشروع حيث في الغالب يتم إطلاق المشروعات الصغيرة في المرحلة العمرية من ٢٥ إلى ٣٩ سنة وفي الوقت نفسه يتوقع أن يرضى رائد الأعمال في تلك السنوات أسرته الصغيرة.

٥- المعاناة من ضغط العمل:

- إن امتلاك مشروع صغير يعد مكسباً كبيراً من جانب، ومن جانب آخر، فإنه عمل شاق ومنهك حيث إن رائد الأعمال يستثمر جزءاً كبيراً من ماله في هذا المشروع بمقابل التنازل عن دخل ثابت ومضمون، أو يرهن كل ما يملك للدخول في هذا الاستثمار. ومما يزيد من الضغط النفسي اعتماد المالك على نفسه في إدارة المشروع؛ لأنه لا يرغب في تفويض السلطة والمسؤولية للآخرين من الموظفين حتى لو كانوا أكفاء، وخاصة في السنوات الأولى من الاستثمار في المشروع.

٦- المسؤولية الكاملة:

- إن من ثقافة ريادة الأعمال أن يكون الفرد قادراً على أن يدير نفسه، ويتمتع بالاستقلالية، وكما أن كثيراً من رواد الأعمال يجدون أنهم مرغمون في اتخاذ قرارات مرتبطة بقضايا وأمور ليسوا متخصصين فيها.

٧- الإحباط:

- إن تأسيس مشروع رائد يتطلب تضحية كبيرة وصبراً طويلاً. ولتحقيق النجاح، فإن على رائد الأعمال اقتحام وتجاوز الكثير من العوائق والصعوبات، ولمواجهة هذه الصعوبات فإن الشعور بالإحباط والقلق يعد شعوراً متوقفاً خاصة أن النتائج المبهرة لا تأتي عاجلاً؛ لذا، فإن على رائد الأعمال أن يتمتع بالصبر والتفاؤل للتحصن ومواجهة الإحباط.

الوحدة الخامسة: سمات رائد الأعمال

س١: عرف (سمات رائد الأعمال).

- هي صفات تجب أن تتوفر في رائد الأعمال لتحقيق النجاح.

س٢: من هورائد الأعمال؟

١- هو ذلك الشخص الذي يمتلك عمله، ويديره بنفسه.

٢- هو ذلك الشخص الذي لديه القدرة لتحويل فكرة جديدة إلى ابتكار ومشروع ناجح.

س٣: عدد سمات رائد الأعمال.

- لرائد الأعمال سمات تميزه عن الآخرين تتمثل في هذه السمات السبع الأساسية:

١- الثقة بالنفس:

- يمتلك رواد الأعمال ثقة بأنفسهم تمكنهم من الالتزام بتحقيق أهدافهم. ورائد الأعمال صاحب شخصية قوية وحازمة. وإن التفاؤل الذي يحمله يجعله يثق بأنه سوف يحقق النجاح الذي يتطلع إليه.

٢- البحث عن الأفكار الجديدة:

- رائد الأعمال يحب التغيير والأفكار الجديدة، ولا يحب التقليد والتكرار. وفي الوقت نفسه يبحث بصورة مستمرة عن طرق مبتكرة لتحسين الأشياء. لذا تجده مطلعاً على أحداث التقنيات والوسائل ومستعداً لتبني الأفكار الإبداعية الجديدة.

٣- الحماس:

- رائد الأعمال لديه طاقة إيجابية كبيرة تدفعه للإنجاز. لديه طموح عال ونشاط كبير. لا يحب الخمول والكسل والبقاء بلا عمل.

٤- لا يخشى الفشل:

- الخوف من الفشل هو أحدة العوائق الكبيرة التي تواجه رائد الأعمال. لذا فهو ينظر إلى الأمور بإيجابية وتفاؤل. وإنه يقبل المخاطرة المحسوبة التي تؤدي إلى نجاح كبير.

٥- يتقبل النقد:

- رائد الأعمال لديه مرونة كبيرة لتقبل آراء الآخرين، والاستفادة من نصائحهم ومشورتهم. ويعد الانتقاد والرأي الآخر طريقاً للتحسين والتطوير.

٦- المثابرة والإصرار:

- رائد الأعمال يعمل بإصرار ومثابرة حتى يصل إلى الهدف المطلوب. وهو يرفض الانسحاب من المواقف الصعبة. ويصبر على التحدي، ويتجاوز العوائق، ولا يستعجل النتائج.

٧- القدرة على الإقناع:

- رائد الأعمال لديه القدرة على إقناع الآخرين بفكرته ووجهة نظره باقتدار. ويستطيع جعل الآخرين يقبلون الفكرة، ويستحسنونها.



الفصل الثاني: المشروع التجاري

الوحدة الأولى: ما هو المشروع التجاري؟

س١: عدد بعض من المحال التجارية التي تندرج تحت المشروعات التجارية.

١- التموينات الغذائية (البقالة). ٢- الصيدلية. ٣- المطعم. ٤- المغسلة.

س٢: عرف المشروع التجاري.

- هو نشاط تستخدم فيه الموارد والأموال من أجل الحصول على منافع في زمن معين.

- فالموارد البشرية: مثل الآلات والمعدات والمواد الخام والعاملين (الموارد البشرية).
- والأموال: تتمثل برأس المال.
- أما المنافع: فهي العوائد التي يجنيها المستثمر من المشروع، وتتمثل عادة في الإيرادات والأرباح.
- أما الزمن المعين: فهو عمر المشروع.

س٣: ماذا يُطلق على المشروع التجاري؟

- يُطلق عليه أحياناً النشاط التجاري، أو العمل التجاري، أو الأعمال.

س٤: تصنف المشروعات التجارية أو الأنشطة التجارية إلى أربع مجالات رئيسة، عددها.

١- التجارة:

- مشروعات التجارة تعتمد على إعادة البيع والوساطة سواء تجارة الجملة أو تجارة التجزئة أو التصدير والاستيراد.
- تاجر الجملة هو الذي يشتري البضاعة من المصنع، ثم يبيعها إلى تاجر التجزئة.
- مثال على تجارة التجزئة: محال التموينات (البقالة)، ومحال القرطاسية والمستلزمات المكتبية، ومحال بيع الملابس، والصيدليات، والمتاجر الإلكترونية، ومحال الأثاث، وكشك بيع مستلزمات الجوال، ومحال بيع الألعاب الإلكترونية، وبيع مستلزمات الأطفال.

٢- الصناعة:

- تقدم الصناعة الصغيرة السابقة بالمهام نفسها التي تقوم بها الصناعة بشكل عام، فهي تقوم بتحويل مجموعة من المدخلات (المواد الخام - الآلات - العمال) إلى مجموعة من المخرجات، وهي المنتجات تامة الصنع التي تباع بعد ذلك بالسوق.

- والصناعات الصغيرة متعددة ومتاحة لرواد الأعمال، ويمكنه الدخول في عدد كبير من مجالاتها.

- ومن ذلك: الصناعات الحرفية المختلفة، وصناعة الطباعة، وصناعة الآيس كريم، وصناعة الأثاث، وصناعة المنظفات، وصناعة الأواني الزجاجية، وصناعة الحرف اليدوية، وتصنيع وتعبئة الحلوى والمكسرات والكعك، وتصنيع منتجات البلاستيك، وأمثلة أخرى على ذلك كثيرة.

٣- الخدمات:

- هي منتجات غير ملموسة، ولا تتطلب تخزيناً، ولا تحتاج عادة إلى استثمار كبير في المعدات كما هو الحال في مشروعات الصناعة والتجارة.

- ومن أمثلة تلك المشروعات: خدمات السياحة والسفر، وأكشاك المأكولات الخفيفة والآيس كريم، وخدمات غسيل الملابس، والنزل الصغيرة وتأجير الاستراحات، ومحال التجميل، والمشاكل النسائية، وخدمات تصميم المواقع، وخدمات الطباعة والتغليف، وأعمال الديكور والتصميم، ومراكز إصلاح الأجهزة الكهربائية والإلكترونية، وخدمات التجميل والعناية بالبشرة، والبرمجة، وغسيل الملابس، وخدمات التوصيل والنقل، وصيانة الجوالا وبرمجتها، وتأجير الدراجات النارية.

٤- الزراعة:

- المشروعات الزراعية تعتمد على منتجات الزراعة، وتتميز عادة بأنها موسمية بحسب نوع المحاصيل.
- من أمثلتها: مزرعة لإنتاج التمور، وحقول لإنتاج الخضروات الخفيفة مثل النعناع والجرجير والبطيخ، وبيوت محمية صغيرة لإنتاج بعض الخضروات، أو الورد أو بيع الفسائل عبر المشاتل الزراعية الصغيرة.

الوحدة الثانية: المشروع الكبير والمشروع الصغير

س١: ماذا تتميز المشروعات الصغيرة؟

١- رأس مالها صغير. ٢- عدد العاملين محدود. ٣- حجم المبيعات قليل. ٤- يخدم المحيط الصغير حوله.

س٢: ما الفرق بين المشروع الكبير والمشروع الصغير؟

المشروع الصغير	المشروع الكبير	
رأس مال صغير	رأس مال كبير	١
عدد العاملين محدود	عدد العاملين كبير	٢
حجم المبيعات قليل	حجم المبيعات كبير	٣

س٣: عدد أمثلة على المشروعات الصغيرة.

١- التجارة:

- كشك بيع مستلزمات الجوال، ومحال بيع الألعاب الإلكترونية، والبقالة، وبيع مستلزمات الأطفال، وبيع الحلويات، والصيدليات، والمتاجر الإلكترونية الصغيرة.

٢- الصناعة:

- صناعة الحرف اليدوية، تصنيع وتعبئة الحلوى والمكسرات والكعك، تصنيع منتجات بلاستيك، صناعة الأثاث.

٣- الخدمات:

- تقديم المأكولات الخفيفة، والخدمات السياحية، وخدمات التجميل والعناية بالبشرة، والبرمجة، وتنظيف الملابس، وخدمات التوصيل والنقل، وصيانة الجوالات وبرمجتها، وتأجير الدراجات النارية.

٤- الزراعة:

- زراعة الورد، وزراعة الخضروات، وزراعة التمور، ومشتل صغير.

س٤: كيف يتم تصنيف المشروعات إلى كبير وصغير؟

- يختلف تصنيفها من دولة إلى أخرى لأسباب عدة، وبحسب تصنيف المنشآت الصغيرة في المملكة العربية السعودية، فإن المنشآت متناهية الصغير هي التي يكون عدد العاملين فيها أقل من خمسة، وإيراداتها السنوية أقل من ثلاثة ملايين. أما الصغيرة فهي التي يتراوح عدد العاملين فيها ٦ - ٤٩ موظفاً، والإيرادات السنوية من ٣ - ٤٠ مليون ريال. أما المنشآت المتوسطة فهي التي يتراوح عدد العاملين فيها من ٥٠ - ٢٩٤ موظفاً والإيرادات السنوية من ٤٠ - ٢٠٠ مليون ريال.

س٥: عدد خصائص المشروعات الصغيرة.

١- تتميز المنشآت الصغيرة بسهولة التأسيس:

- من أهم ما يميز المنشآت الصغيرة محدودية التكاليف اللازمة لتأسيسها وتشغيلها مقارنة بالمنشآت الأكبر حجماً.
- إضافة إلى انخفاض المصروفات الإدارية اللازمة لهذه المشروعات، وذلك يعود بشكل أساسي إلى بساطة وسهولة الهيكل الإداري والتنظيمي فيها.

٢- نمط الملكية المحلية:

- إضافة إلى أن المشروعات الصغيرة تختص بملكيتها لحصة محدودة في السوق الذي تعمل فيه، فإنه في الغالب أن من يملك المنشأة الصغيرة أشخاص يقيمون ضمن المجتمع المحلي ومن ثم فإن ذلك يؤدي إلى زيادة استقرار العمالة وإتاحة الفرصة لوظائف أكثر للمقيمين في المنطقة.

٣- المعرفة التفصيلية بالعملاء والسوق:

- إن سوق المنشآت الصغيرة محدود نسبياً مما يتيح المعرفة الشخصية بالعملاء والتعرف إلى احتياجاتهم ورغباتهم بشكل مباشر ومن ثم القدرة على تحقيق الاستجابة السريعة لأي تغير فيها، وذلك يحقق القدرة على التحديث المستمر للبيانات الخاصة بالعملاء.

٤- قوة العلاقات بالمجتمع:

- من أهم ما تتميز به المنشآت الصغيرة العلاقات القوية بالمجتمع المحلي المحيط بها التي يظهر أثرها في وجه الخصوص عند مواجهة المشكلات التي تعوق العمل. حيث إن صاحب المشروع الصغير تربطه علاقة شخصية بعملائه ومستخدميه، فهو يعرفهم بالاسم، ويتعامل معهم على مستوى شخصي.

٥- مرونة الإدارة وسهولة الأنشطة:

- تتمتع المنشآت الصغيرة مقارنة بغيرها ببساطة تنظيمها؛ وذلك لمحدودية العاملين في المنشأة حيث إن العمل في هذه المنشآت قائم على سهولة توزيع الاختصاصات ووضوحها وتحديد المسؤوليات مع سرعة إسناد الصلاحيات والسلطات، ووضوح الإجراءات والنماذج والسجلات المستخدمة مع وضوح القواعد والأسس.

الوحدة الثالثة: عوامل النجاح للمشروع

س١: عدد العوامل التي يجب توافرها في نجاح مشروع.

(١) العوامل الشخصية:

- نظراً لأن المنشأة الصغيرة يتم تأسيسها في القطاع الخاص قد يكون لدوافع ذاتية وشخصية خاصة بالمؤسس، فإن القطاع الخاص يتمتع ببعض الخصائص التي يتطلبها العمل الحر والتي يجب أن يراعيها مؤسس المنشأة الصغيرة، وأن يتكيف شخصياً وفقاً لها. وحيث إن الربح هو الحافز المحرك للمنشآت في القطاع الخاص، فإن تحقيق هذا الهدف يتطلب الآتي:

١. طول مدة العمل اليومي مع سيادة نظام الدوامين في الغالب.

٢. من المتطلبات المهمة الانضباط في العمل.

٣. إجادة كثير من المهارات المهمة مثل اللغة الإنجليزية، والحاسب الآلي، وغيره من المهارات الفنية المهمة.

٤. الجدية من قبل المستثمر للتكيف مع ظروف العمل.

٥. الحرص قدر الإمكان على اكتساب الحد الأدنى من الخبرة قبل تأسيس المشروع.

(٢) العوامل المتعلقة بالمنشأة:

- هنالك مقومات أساسية عدة تتعلق بالمنشأة نفسها يجب مراعاتها لتحقيق نسبة أكبر في احتمالية نجاح المشروع، ومن هذه العوامل ما يجب الإعداد له وتجهيزه قبل إنشاء المشروع والبعض الآخر يمكن تحقيقه في أثناء التشغيل:

١. أهم خطوة للإعداد للمنشأة الصغيرة هي إجراء دراسة أولية عن جدوى المشروع.

٢. تطوير القدرات الإدارية اللازمة لسير العمل في المنشأة.

٣. تعزيز ودعم وظيفة التسويق في المنشأة الصغيرة التي تساعد على معرفة السوق والفرص التسويقية والحرص على تحسين جودة المنتج.

٤. الاهتمام بوظيفة التمويل والمحاسبة.

٥. توظيف التقنية في المشروع بما يتلاءم مع احتياجات المنشأة ومتطلبات النشاط.

(٣) العوامل المتعلقة بالبيئة:

- هنالك عدد من الإمكانيات اللازم توافرها في البيئة لكي تسهم بشكل فاعل في تمهيد طريق النجاح لهذا القطاع. ومن أهم هذه العوامل الآتي:

١. التخطيط المركزي الحكومي لأنشطة المشروعات الصغيرة مع تحديد أوجه المساعدة التي يحتاج إليها كالتنسيق والتمويل والتسويق.
٢. الدعم الحكومي لعملية تطوير رواد الأعمال من خلال التنسيق مع الجامعات والمعاهد المتخصصة.
٣. دعم الاختراع والابتكار في الجامعات وحث القطاع الخاص للمساهمة في تطوير ودعم البحث العلمي التطبيقي.
٤. وجود قاعدة بيانات مركزية تتلاءم مع احتياجات المشروعات الصغيرة.
٥. التنسيق مع الجهات التمويلية المختلفة لوضع برامج تمويلية متنوعة وداعمة للمشروعات الصغيرة.
٦. تقديم المساعدات التسويقية على المستويين المحلي والدولي.
٧. تنسيق التكامل مع المشروعات الكبيرة من خلال توفير المعلومات المتعلقة بالمشروعات الكبيرة مع المواصفات اللازمة لاحتياجاتها من مستلزمات الإنتاج التي تقدمها المشروعات الصغيرة.

س٢: ما أهم المشكلات المسببة للفشل في بعض المشاريع الصغيرة؟

- تجاهل إجراء دراسة أولية عن جدوى المشروع، واستئناف المشروع بشكل ارتجالي غير مدروس.

س٣: كيف يمكن أن تتجنب الفشل؟

- هناك عدداً من الاقتراحات التي يمكن أن تساعد على علاج أسباب فشل المشروعات الصغيرة وهي كما يأتي:

- ١- افهم مشروعك بعمق. ٢- تطوير خطة عمل ملائمة. ٣- إدارة مصادر التمويل. ٤- فهم القوائم المالية.
- ٥- إدارة الأشخاص بنجاح. ٦- اهتم بنفسك.

س٤: بماذا يُنصح المستثمر؟

- بتحصيل المعرفة اللازمة عن القطاع الذي سيتم الاستثمار فيه وجمع كل المعلومات اللازمة لذلك.

س٦: عدد فوائد خطة العمل؟

- ١- تساعد على تمهيد طريق النجاح.
- ٢- تعد وسيلة للمقارنة وقياس الإنجازات الحقيقية.
- ٣- تساعد رائد الأعمال على التأكد من صحة الفروض قبل اتخاذ أي قرارات مرتبطة بالاستثمار.
- ٤- تساعد على مواجهة الصعوبات والتحديات والإجابة عن أهم الأسئلة قبل الاستثمار.

س٧: ما أفضل وسيلة لمواجهة الصعوبات المالية؟

- تطوير نظام عمل، ومن ثم استخدامه في اتخاذ القرارات الصحيحة.

س٨: ما أول خطوة في إدارة المصادر المالية بجدارة؟

- الحصول على رأس مال تأسيسي جيد حيث إن تكاليف التأسيس باهظة جداً.

س٩: ما متطلبات النجاح الأساسية في أي مشروع؟

- بناء المفاهيم البسيطة للمحاسبة والتمويل.

الوحدة الرابعة: خطوات إنشاء المشروع الصغير

س: عدد خطوات إنشاء المشروع الصغير.

● الخطوة الأولى: تحديد المشروع:

- تشمل هذه الخطوة تطوير الفكرة لتصبح فرصة، وتحديد المنتج المختار، ومدى حاجة السوق له، ومن هم العملاء؟ وكم رأس المال التقريبي المقترح؟ وفي هذا المقرر سوف نستعرض ضمن هذه الخطوة مراحل تحويل الفكرة إلى فرصة، والتعرف إلى السوق.

● الخطوة الثانية: الإعداد للمشروع:

- تشمل هذه الخطوة خطة الأعمال، وتحديد العاملين بالمشروع، وتحديد موقع المشروع، وكيفية الإنتاج أو تقديم الخدمة، والإيرادات المتوقعة، والمصروفات المحتملة.

● الخطوة الثالثة: تقييم خيارات المشروع:

- تشمل هذه الخطوة: الخيارات الأساسية للمشروع مثل تحديد مصادر التمويل، فهل سيلجأ رائد الأعمال للاقتراض أم لا؟ ومن أين سيقترض؟ وكم سيقترض؟ وهل سيختار شريكاً له، أو سيقوم بالمشروع بمفرده؟ ومن أين موقع المشروع؟ ويحدد في هذه الخطوة أيضاً الشكل القانوني للمشروع. وفي هذا المقرر سوف نستعرض مصادر التمويل، والخطة التسويقية، والخيارات المهمة أمام رائد الأعمال، والشكل القانوني لمنشآت الأعمال، واختيارات الموقع.

● الخطوة الرابعة: تنفيذ المشروع:

- تشمل هذه الخطوة البرنامج الزمني لتنفيذ عمليات المشروع، ومتى سيبدأ؟، وكيفية إدارة عملياته، وتقسيم الأعمال بين فريق العمل. وفي هذا المقرر سوف نستعرض إجراءات تأسيس المشروع، ووضع خطة التنفيذ. والتعرف إلى الجهات الداعمة لرواد الأعمال.

● الخطوة الخامسة: مراجعة المشروع وتقييمه:

- تشمل هذه الخطوة تقييم أداء المشروع والعاملين فيه، ومدى ربحيته، ومدى تحقيق أهداف المشروع. وتشمل هذه الخطوة سبل متابعة المشروع وتقديمه ونموه، ووسائل المراقبة والسيطرة للأخطار المحتملة للمشروع قبل وقوعها، وأخيراً وضع خطة احتياطية للخروج من المشروع.



الفصل الثالث: تحويل الأفكار إلى فرص

الوحدة الأولى: الاختراع والابتكار

س١: عرف الاختراع.

١- هو كل فكرة جديدة مفيدة قابلة للتطبيق.

٢- هو فكرة جديدة لحل مشكلة قائمة وقابلة للإنتاج الصناعي.

س٢: من هو المخترع؟

- هو الذي يقدم شيئاً جديداً لم يسبقه أحد إليه.

س٣: عدد أمثلة على الاختراعات القديمة والحديثة.

- أمثلة على الاختراعات القديمة: اختراع الكهرباء، واختراع الإسطرلاب.
- أمثلة على الاختراعات الحديثة: الطائرات بلا طيار، وشاشات البلازما، والهواتف الذكية، والسيارات التي تعمل بالطاقة الشمسية.

س٤: ما المقصود ب(براءة الاختراع)؟

- هي حماية مؤقتة لفكرة جديدة مقبولة ومميزة لها الفائدة المجتمعية وإمكانية التطبيق.

س٥: ما سبب وضع براءة الاختراع؟

- في بداية مرحلة البحث والتطوير لأي ابتكار يمكن لرائد الأعمال أن يبقيه سراً، ولكن عندما يكون المنتج جاهزاً لطرحه في الأسواق، فإنه سيكون عرضة للتقليد، وربما تمكن أحد المنافسين بإنتاجه مرة أخرى بكفاءة أعلى من صاحب الابتكار، لذلك تم إيجاد ما يسمى براءة الاختراع.

س٦: ماذا تمنح براءة الاختراع للمخترع؟

- تمنحه القوة القانونية لمنع أي شخص من استخدام الاختراع دون إذن أو رخصة من المخترع.

س٧: كيف يمكنك تسجيل براءة الاختراع في المملكة العربية السعودية؟

- يمكنك التواصل مع مكتب البراءات السعودي في مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية عبر الموقع الإلكتروني. ويمكنك أيضاً التسجيل عبر مكتب براءات الاختراع لمجلس التعاون لدول الخليج العربية.

س٨: عدد معايير الحصول على براءة الاختراع.

- ١- لابد أن يكون الاختراع متضمناً شيئاً جديداً، ولم يسبق معرفته.
- ٢- لابد أن تتضمن الفكرة خطوات مبتكرة.
- ٣- لابد أن يكون الاختراع ممكن التحويل إلى منتج تجاري أو صناعي.
- ٤- ألا يكون الاختراع في مجالات محظورة أو غير مقبولة.

س٩: عرف الابتكار.

- هو المقدرة على تطوير فكرة أو عمل أو تصميم أو أسلوب أو أي شيء آخر وبطريقة أفضل وأيسر وأكثر استخداماً وجدوى.

س١٠: ما الفرق بين الابتكار والاختراع؟

- هناك لبس كبير بين الابتكار والاختراع عند عموم الناس:

- فالابتكار: يعتمد على التطبيق والاستخدام الواقعي.
- أما الاختراع: هو إيجاد الفكرة أو التصميم أو الأسلوب من العدم بحيث إنه لم يكن له مثيل من قبل.

س١١: لماذا يشكل الابتكار في يومنا الحاضر المحرك الأكثر أهمية للنمو الاقتصادي للدول؟

- لأنه يعتمد على مناخ اجتماعي داعم للمبادرة ضمن ثقافة من الحرية الاقتصادية والفكرية.

س١٢: ما الفرق بين الإبداع والابتكار؟

- الإبداع: هو تقديم فكرة جديدة غير مسبوقة.
- مثال ذلك: إنتاج سيارة تسير بوقود الماء.
- الابتكار: هو تحويل الفكرة إلى تطبيق عملي.
- مثال ذلك: إنتاج هذه السيارة وبيعها في السوق.

س١٣: عدد خصائص الإبداع والابتكار.

- ١- الفكرة الإبداعية دائماً صغيرة، ثم تمر بمراحل متعددة.
- ٢- الأبداع يحتاج إلى دعم القادة،
- ٣- لا يقتصر الإبداع على الأذكاء فقط، ولكن توافر الذكاء يرفع القدرة على الإبداع.
- ٤- يجب أن يكون الإبداع حديثاً وجديداً.
- ٥- الإبداع يكون موجوداً داخل كل فرد منا، ولكن بدرجات مختلفة.
- ٦- يمكن تنمية الإبداع ودعمه.
- ٧- الإبداع ليس موروثاً فقط، بل يمكن تنمية الإبداع داخل الشخص من خلال التدريب والتجريب.

٨- الإبداع لا يقتصر على الاختراعات في مجال التكنولوجيا فقط، بل يمكن أن يتم في جميع المجالات الإدارية والاقتصادية وغيرها.

س١٤: عدد عوامل دعم الإبداع والابتكار.

١- التعليم. ٢- الأسرة. ٣- التواصل مع المجتمع. ٤- الجهات الداعمة.

الوحدة الثانية: مراحل تحويل الأفكار إلى فرص

س١: عدد مراحل تحويل الأفكار إلى فرص.

١- توليد الأفكار. ٢- صياغة الأفكار. ٣- تقييم الأفكار. ٤- اختيار الفكرة.

س٢: ما الذي يُقصد بصياغة الفكرة؟

- القدرة على شرح الفكرة والتعبير عنها بشكل واضح يحدد معالمها، ويصف مكوناتها.

س٣: ما الأفكار التي تعين على التعبير عن الفكرة؟

- وضع تعريف لها والغرض منها، ثم تصنيفها باستخدام مهارات التفكير.

س٤: عدد المعايير العامة لصياغة الأفكار.

- في مرحلة صياغة الأفكار يعرض رائد الأعمال أفكاراً مختلفة لمشروعاته وفق المعايير العامة الآتية:

١- أن تكون واقعية. ٢- أن تكون قابلة للقياس. ٣- أن تكون محددة.

س٥: عدد معايير تقييم الأفكار.

- إن رائد الأعمال يمكنه تقييم الفكرة من خلال هذه المعايير الخمسة:

١- المعيار المالي: مدى قدرتك المالية لتحويل الفكرة إلى مشروع.

٢- المعيار البشري: توافر الكفاءات البشرية للمشروع.

٣- المعيار التسويقي: جاذبية الفكرة ووجوب طلب كاف في السوق للمنتجات.

٤- المعيار الشخصي: مدى حماسك ورغبتك في القيام بالمشروع.

٥- المعيار المعرفي: خبراتك ومعرفتك في مجال المشروع.

س٦: ما المهم في مرحلة اختيار الفكرة لرائدة الأعمال؟

١- ترتيب الأفكار. ٢- إعداد جدول زمني محدد بالأهداف والإجراءات والأمور الواجب إنجازها لكل مرحلة في المشروع.

الوحدة الثالثة: التعرف إلى السوق

س ١: عند التعرف إلى السوق يجب عليك البحث عن إجابة لأسئلة عديدة، عددها.

- من هم العملاء المحتملون؟ من سيستخدمون منتجك؟ ما هي أعمارهم؟ هل هم من النساء أم الرجال؟ هل لديهم أطفال؟ أين يقيمون؟ وهل عددهم كاف للشراء منك؟
- من يؤثر في قرار شرائهم؟ وأين ستجدهم؟ ما هي المجالات التي يقرؤونها؟ ما هي مواقع الويب التي يزورونها؟
- ما هي توجهات السوق؟ هل الطلب كاف ومستمر لهذا المنتج؟ هل هناك احتمالات للنمو في السوق؟ كم حجم المبيعات المتوقع؟

س ٢: في تحليل السوق يقوم رائد الأعمال بتحليل بيئات عديدة، عددها.

- ١- البيئة الاقتصادية: مثل القدرة الشرائية لدى عملائك، وهل من السهل التوصل إليهم، وأساليب إنفاقهم.
- ٢- البيئة الاجتماعية: مثل أعمار عملائك، وتركيبه الأسرة، وعدد الأطفال، وأين تمركزهم... وخلافه.
- ٣- البيئة التنافسية: مثل ما هو عدد منافسيك، وكم حصصهم في السوق، وما هي مزاياهم التنافسية بالمقارنة بك؟
- ٤- التحليل الرباعي (سوات) (SWOT): هو تحليل يقصد به التعرف إلى أربعة اعتبارات أساسية وهي: نقاط القوة لديك، ونقاط الضعف، والفرص المتاحة أمامك، والتهديدات التي قد تواجه مشروعك.

س ٣: عدد ما يشتمل عليه التحليل الرباعي أو تحليل سوات (SWAT).

- ١- نقاط القوة:
 - هي الخصائص والصفات والأشياء التي سيميز بها المشروع المستقبلي بحيث تجعله قوياً مقارنة بالمشروعات الأخرى.
 - ومن أمثلة نقاط القوة التي يمكن للمشروع المستقبلي الاعتماد عليها لنجاحه: التميز في الجودة، والتميز في السعر، والتميز في نوع الخدمة، والتميز في قربه من السوق، والتميز في انخفاض تكلفته.
- ٢- نقاط الضعف:
 - هي الخصائص والصفات والأشياء التي يمكن أن يعانها المشروع المستقبلي، وتقييم على أنها سلبية تضعف موقف المشروع مقارنة بالمشروعات المنافسة.
 - ومن أمثلة نقاط الضعف التي يمكن أن يعانها المشروع المستقبلي: ارتفاع التكلفة، الاعتماد على مورد واحد، والاعتماد على عدد محدود من العملاء، وعدم توافر المهارات اللازمة.
- ٣- الفرص:
 - هي مجمل التطورات المستقبلية التي ستؤثر إيجاباً في نجاح المشروع المستقبلي، وتسمح لك بالاستفادة من نتائجها لمصلحة نجاح المشروع.

- ومن أمثلة عن الفرص المستقبلية لمنافع المشروع ومكاسبه: خروج بعض المنافسين من السوق، والنجاح في الدخول لأسواق جديدة غير الأسواق التقليدية، والاستفادة من تطور أو ابتكار أو اكتشاف معين، والتوسع في المشروع ليشمل مجالات وأنشطة جديدة.

٤- التحديات:

- هي الوقائع والأحداث التي يمكن أن تحدث مستقبلاً، وتؤثر سلباً في المشروع المستقبلي، وفي إدارة المشروع في كيفية التعامل معها بجدية.

- ومن أمثلة التهديدات المحتملة: ظهور منافسين جدد في الوقت القريب، وظهور سلع بديلة للسلع التي ينتجها المشروع، واختفاء سلعة مكملية لمنتجات المشروع، واحتمالية استصدار قوانين وتشريعات غير ملائمة وليس في مصلحة المشروع المستقبلي.



الفصل الرابع: خطة الأعمال

الوحدة الأولى: ما هي خطة الأعمال؟

س١: ماذا يستدعي تحويل الفكرة إلى مشروع.

- يستدعي استخدام وسيلة عملية تحقق تطبيق هذه الفكرة على أرض الواقع.

س٢: عدد الوسائل المساندة لرائدة الأعمال في تحويل الفكرة إلى مشروع.

١- نموذج الأعمال. ٢- خطة الأعمال. ٣- دراسة الجدوى الاقتصادية.

س٣: ما المشروع الناجح؟

- هو المشروع الذي يسير وفق خطة محددة توصله إلى الأهداف المنشودة.

س٤: عرف بخطة الأعمال.

١- عبارة عن وصف تفصيلي لما سيكون عليه المشروع في المستقبل.

٢- رسم توضيحي يبين لك السبل التي يجب عليك أن تسلكها حتى تتمكن من تحقيق هدفك.

س٥: عدد فوائد خطة الأعمال.

١- تساعدك على ترتيب أفكارك.

٢- تساعدك على معرفة تكاليف المشروع والإيرادات المتوقع جنمها.

٣- تساعدك على التعرف إلى السوق.

٤- تساعدك على وضوح الطريق بسبب وضع الأهداف مكتوبة.

٥- استطلاع الصعوبات والتحديات المتوقعة للاستعداد لها.

٦- إظهار الجدية في العمل عن طريق تحديد المهام المطلوبة القيام بها.

٧- تسهيل تقييم المشروع من قبل الآخرين للحصول على دعم أو تمويل أو مشاركة.

الوحدة الثانية: مكونات خطة الأعمال

س ١: عدد عناصر ومكونات خطة الأعمال.

١- الملخص التنفيذي. ٢- وصف المشروع ومنتجاته. ٣- وصف السوق. ٤- خطة التسويق.

٥- وصف للإدارة وإنجازتك ومهاراتك. ٦- التقديرات والمؤشرات المالية.

س ٢: إلى ماذا يهدف الملخص التنفيذي؟

- يهدف إلى إقناع القراء بأن مشروعك يستحق التشجيع والدعم.

س ٣: يجب أن يتضمن في الوصف التفصيلي عن المشروع نقاط معينة، عددها.

١- ما هو المنتج الذي ستقدمه؟ ٢- ما هي المواد الخام والألات المطلوبة؟

٣- ما عدد الموظفين لديك؟ وما المعمل الذي سيقول به كل منهم؟ ٤- ما عدد الساعات التي ستعملها في المشروع؟

٥- أين سيكون موقع المشروع؟

س ٤: ماذا يُقصد بوصف السوق؟

- تحديد عملائك (زبائنك) ممن سيشترون منتجك.

س ٥: ما الذي يتضمنه وصف السوق؟

- تحليل المنافسين لك في السوق، وما هي نقاط قوتهم، هل تتميز أنت عنهم بشيء، وما هو هذا التميز؟

س ٦: كيف يعرف المستثمرون والداعمون لك أنك ستصل إلى عملائك بطريقة ناجحة؟

- تكون بوضع خطة التسويق المناسبة لمشروعك وميزانيتك.

- مثال ذلك: إذا كانت سلعتك موجهة إلى كل الأطفال في عمر من ستة إلى عشر سنوات، فإن توزيع منشور مصمم بشكل

جميل وألوان جذابة في أماكن تجمع الأطفال قد تكون طريقة فعالة في الوصول إليهم.

س ٧: عدد أمثلة في كيفية الوصول إلى عملائك باستخدام وسائل التسويق.

١- المنشورات. ٢- المطبوعات. ٣- الملصقات الإعلانية. ٤- التسويق من خلال مواقع الإنترنت، أو وسائل التواصل.

س٨: من خلال وضعك لخطة التقديرات المالية في خطة الأعمال، يجب عليك وضع عدة بيانات لكي تجعل مشروعك ناجحاً، عددها وبينها.

١- تكاليف البداية:

- في هذا القسم تبين تقدير تكاليف البداية، وهو حساب مجموع كل المصاريف التي سوف تتحملها قبل افتتاح مشروعك. وهذه المصروفات يجب تضمينها في خطة الأعمال لإعطاء صورة حقيقية عن كمية الأموال التي سوف تحتاج إليها لجعل مشروعك يظهر، ويبدأ في العمل.

٢- تقديرات الربح أو الخسارة:

- في هذا القسم تبين تقديرات المصروفات وأيضاً المبيعات المتوقعة التي يمكن أن تحققها خلال السنة الأولى للمشروع على أقل التقدير.

- أفضل طريقة لعمل استطلاعاتك المالية: هي استخدام قائمة إكسل في جهاز الكمبيوتر الخاص بك.

٣- الميزانيات والمؤشرات المالية الأساسية:

- ومن أهمها ما يلي:

١. الميزانية العامة: هذا التقرير يضع تصوراً لأصول النشاط (الشركة) ومسؤوليات المالكين وحصصهم على مدى ثلاث سنوات قادمة على الأقل.

٢. قائمة الدخل: يسلط الضوء على صافي أرباح أو خسائر النشاط خلال مدة تتراوح من ٣ إلى ٥ سنوات.

٣. جدول تدفق النقد: يوضح أين ومتى يتم إنفاق النقد وجمعه خلال ثلاث سنوات قادمة.

٤. تحليل التعادل: يوضح نقطة من الزمن تبدأ فيها الشركة في جني الربح، ويتم التوصل إلى تحليل التعادل عندما يكون إجمالي المبيعات معادلاً لإجمالي التكاليف.

الوحدة الرابعة: البحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت

س: عدد نصائح للبحث بطريقة ذكية عن المعلومات على شبكة الإنترنت

١- تحديد الموضوع:

- قبل أن تبدأ التعامل بطريقة عشوائية مع محركات البحث، وتبدأ في الكتابة على لوحة المفاتيح كلمات البحث، يجب عليك التوقف والتفكير. ونقطة البداية الأكثر أهمية هي تحديد نوع المعلومات التي تحتاج إليها.

- لو كنت تريد التوصل إلى معلومات عن استخدام الإنترنت في الإعلان، فسيكون ذلك من خلال اختيار كلمات مفتاحية مثل: إنترنت، نت، ويب، مواقع الويب، تجارة إلكترونية، صناعة الإعلان، إعلانات الأعمال، الوسائط الإلكترونية، وغيرها.

٢- تحديد نقطة الانطلاق:

- يتضمن الإنترنت ثلاثة أنواع مهمة بوصفها نقاط انطلاق إلى حيث تريد الوصول من معلومات يحتاج إليها مشروعك، وهي:

١. محركات البحث: واحدة من أكثر نقاط الانطلاق شعبية هي استخدام محركات البحث مثل جوجل، وياهو، مع ملاحظة أن كل واحدة منها تغطي جزءاً من الإنترنت، ولهذا فمن المفيد أن تستخدمهما معاً في بحثك.
٢. قواعد المعلومات: الكثير من المعلومات على الإنترنت لا تكون متاحة عن طريق محركات البحث، أو دليل الموضوعات، بل تكون متاحة من خلال البحث فيما يطلق عليه قواعد المعلومات.

٣- بداية البحث:

- بالنسبة إلى بحثك عن معلومات متكاملة لوضع خطة الأعمال مثلاً، أو بحوث السوق، ابدأ بالبحث في التصنيفات الواسعة. ثم زيارة الدليل للموضوعات العامة المرتبطة بمشروعك لكي تفهم المصطلحات المستخدمة، وطرق تنظيم المعلومات.

٤- تقييم ما توصلت إليه من معلومات:

- في أغلب الأحيان يتم التغاضي عن خطوة تقييم المعلومات. ربما أنت قد تشعر بالراحة لأنك وجدت المعلومات التي تحتاج إليها، ولكن هل هي دقيقة؟ وهل هي ملائمة من حيث الوقت؟
- تعد خطوة تقييم المعلومات ضرورية لاتخاذ قرارات ناجحة لمشروعك. استعرض مؤهلات مقدم المعلومات، والمراجع التي اعتمدت عليها للحصول على المعلومات، والتاريخ الذي قدمت فيه، والهدف الذي تم نشر المعلومات به على الموقع.

٥- استفد من المعلومات الغنية في فيس بوك وتويتر:

- إذا كنت تبحث عن مصدر جيد للمعلومات ووسيط اجتماعي أفضل، إذن اذهب إلى فيس بوك أو تويتر. فمعظم ملاك المشروعات الصغيرة على ثقة كبيرة بأن الوسائط الاجتماعية هي المكان على النت الذي يقضي فيه أغلب الأفراد أوقاتهم.



الفصل الخامس: التمويل والتسويق

الوحدة الأولى: مصادر تمويل المشروع

س١: عدد المصادر الرئيسية في تمويل المشروع.

١- التمويل باستخدام أموالك الشخصية. ٢- التمويل من خلال الأسرة أو الأصدقاء.

٣- المنح والقروض الحكومية. ٤- حاضنات الأعمال. ٥- البنوك والمؤسسات المقرضة

س٢: ما الأسباب التي قد ترد في ذهن رائد الأعمال الصغير للبحث عن تمويل مشروعه من خلال أسرته أو أصدقائه؟

١- أن معظم الأصدقاء وأفراد الأسرة مستعدون وراغبون بل ومشجعون لأبنائهم الجادين.

٢- أن صديقك أو قريبك دائماً سيعطيك ما يقدر عليه من أموال لأنك محل ثقة بالنسبة إليه.

س٣: عدد أمثلة على المنح والقروض الحكومية في السعودية؟

١- صندوق التنمية الصناعي. ٢- بنك التنمية الاجتماعي.

س٤: ما المقصود بحاضنات الأعمال؟

- هي وحدة خدمية تهدف إلى تحويل الأفكار والابتكارات إلى مشروعات اقتصادية منتجة.

س٥: عدد أمثلة على حاضنات الأعمال في السعودية.

١- حاضنات بادر للتقنية. ٢- صندوق المناهل. ٣- حاضنة حرفة.

س٦: عدد الأنشطة التي تقدمها حاضنات الأعمال.

١- توفر مكاناً طبيعياً آمناً، ومرناً، ومزوداً بالمعدات.

٢- توافر خدمات اتصال جاهزة يمكن التواصل بالآخرين من خلالها.

٣- توافر استشارات مهنية، وإدارية، وتقنية مع بعضها مع الاتصال بمصادر رأس المال ورأس المال الجريء.

٤- عادة تنشأ الحاضنات في الجامعات التي يمكن أن توفر اتصالاً إضافياً بكفاءات عالية التخصص.

٥- تنتج مجتمعاً تداخلياً من رواد الأعمال، والأكاديميين، والأعمال المهتمين.

٦- تعمل كقنطرة مع المجتمع، والمنشآت المشيدة التي تبحث عن نافذة للتقنيات والابتكارات.

س٧: كيف يمكن تصنيف البنوك والمؤسسات المالية؟ وما هي وظيفتها؟

- يمكن تصنيفها كأهم المصادر (غير الشخصية) للتمويل، فهي لا تستثمر لكسب الرضا الشخصي، بل تستثمر فقط من أجل جني الأرباح من المشروعات.

الوحدة الثانية: حساب تكاليف المشروع

س١: كيف تستطيع تحديد المشكلات في حساب تكاليف المشروع؟

- من خلال متابعة الحسابات، وأي أخطاء مالية تكون قد حدثت مثل ارتفاع في التكاليف، وانخفاض في نسبة المبيعات، وغيرها من الأخطاء في استخدام الأموال.

س٢: عدد أقسام تكاليف المشروع.

• القسم الأول: تكاليف البداية (التأسيس):

- تعريفها: هي تكاليف تنفق لمرة واحدة عند بداية المشروع.

- مسمياتها: الاستثمار الأولي، أو تكاليف التأسيس.

- مثالها: المطعم، تتضمن تكاليف البداية فيه كل من تكاليف شراء:

١- الموقد. ٢- أواني المائدة ومستلزماتها. ٣- المستلزمات التي لا يتم تغييرها أو استبدالها بشكل متكرر.

٤- الأثاث والمقاعد والطاولات. ٥- التكاليف التي تنفق مرة واحدة مثل الديكور والتجهيزات.

• القسم الثاني: تكاليف التشغيل:

- تعريفها: هي تلك التكاليف الضرورية لتشغيل المشروع.

- مكوناتها:

١- الخدمات العامة (مياه، كهرباء، هاتف، إنترنت). ٢- الرواتب. ٣- الإعلان. ٤- التأمين. ٥- الإيجار.

س٣: كيف يمكنك تقدير الربح أو الخسارة؟

- في البداية من المهم أن تعرف الإيرادات التي يمكن أن تجنيها من المشروع. وذلك بناء على سعر منتجاتك، ومن هنا سنبدأ بكيفية تسعير المنتجات التي تقدمها.

• تسعير المنتج:

- وهناك ثلاثة معايير لتسعير المنتج، هي:

١. التسعير بحسب التكلفة:

- حيث يتم تحديد سعر بيع الوحدة بإضافة هامش ربح معين لتكلفته.

سعر بيع الوحدة = التكاليف الفعلية للوحدة + هامش ربح (٠.٠٠٠٪).

٢. التسعير بحسب سعر المنافسين:

- وذلك بالتعرف إلى السعر الذي يحدده المنافسون الذين يبيعون نوع المنتج نفسه، وتحديد سعر بيع منتجك بسعر المنافسين نفسه، مع ملاحظة أن البيع بسعر أعلى من سعر المنافسين يؤدي إلى قلة المبيعات.

سعر بيع الوحدة من منتجك = سعر بيع الوحدة لدى المنافسين.

٣. التسعير بحسب السوق:

- وهو السعر الذي يستطيع الزبون أن يدفعه أو يبدي استعداداً لدفعه، ويمكنك التعرف إلى ذلك السعر عن طريق سؤال المشتريين المتوقعين عن السعر المناسب من وجهة نظرهم لما يقدمه مشروعك من منتج.

سعر بيع الوحدة من منتجك = سعر البيع الذي يتوقعه المشترون، ويرغبون في دفعه.

س٤: كيف يمكنك الحصول على صورة شاملة عن مشروعك بعد تسعير منتجك؟

- تحتاج إلى معرفة مجمل الربح للمشروع.

س٥: كيف يتم التوصل إلى الربح الإجمالي للمشروع؟

- يتم التوصل لذلك بطرح التكاليف الكلية للبضاعة المباعة من الإيراد الكلي:

مجمل الربح للمشروع = الإيراد الكلي - التكاليف الكلية.

ويحسب الإيراد الكلي كالآتي:

الإيراد الكلي = سعر بيع الوحدة × عدد الوحدات المباعة.

- والمثال الآتي يوضح ذلك:

العنود تمتلك مشروعاً لبيع ساعات اليد ذات التصاميم المميزة للنساء، حيث تشتري الساعات من تاجر الجملة، ثم تقوم بإعادة بيعها للزبائن. فإذا كانت العنود تشتري الساعة من تاجر الجملة بسعر ١٥ ريالاً للوحدة، عندئذ فإن تكاليف المبيعات لكل ساعة لدى العنود هي ١٥ ريالاً، ثم تقوم ببيع الساعة الواحدة بسعر ٣٠ ريالاً، فهل يمكنك حساب أرباح العنود في حالة بيع ١٠ سنوات؟

• الحل:

الإيراد الكلي = ١٠ ساعات × ٣٠ ريالاً (سعر بيع الوحدة) = ٣٠٠ ريال.

التكاليف الكلية للمبيعات = ١٠ ساعات × ١٥ ريالاً (سعر شراء الساعة من تاجر) = ١٥٠ ريالاً.

الربح = ٣٠٠ ريال (الإيراد) - ١٥٠ ريالاً (تكلفة المبيعات) = ١٥٠ ريالاً.

• الأرباح:

وبنظرة فاحصة، فإن أرباح العنود لا يمكن أن تكون ١٥٠ ريالاً، حيث إن هناك تكاليف تحملتها في سبيل بيع بضاعتها وتحقيق إيراداتها.

• للتعرف إلى الأرباح الحقيقية:

لابد من رائد الأعمال أن يطرح تكاليف التشغيل من الأرباح الكلية، حيث تنفق العنود ٢٥ ريالاً شهرياً على إعلانات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي؛ لإعلام الناس بتصميم الساعات التي لديها، وكيف يتصلون بها، وهذا فإن أرباح العنود ستكون:

$$١٥٠ \text{ ريالاً (مجمّل الربح) - } ٢٥ \text{ ريالاً (تكاليف التشغيل)} = ١٢٥ \text{ ريالاً.}$$

• الخلاصة لمعرفة تكاليف أي مشروع لمنتج:

الإيرادات الكلية - التكاليف الكلية (تكاليف التشغيل + تكاليف البضاعة المباعة) = مجمل الأرباح.

س٦: كيف يمكن حساب الأرباح لكل وحدة؟

- لسحاب الأرباح لكل واحدة يتم قسمة مجمل الأرباح على عدد الوحدات المباعة. إذا أرادت العنود معرفة الأرباح التي تحصل عليها في كل مرة تباع ساعة واحدة، فإنها ستقسم الأرباح على عدد الوحدات من الساعات التي تباعها:
الربح لكل وحدة = ١٢٥ ريالاً ÷ ١٠ ساعات = ١٢,٥ ريال.

الوحدة الثالثة: التسويق

س١: ما هو التسويق؟

- هو إتاحة المنتج المناسب، بالكمية المناسبة، في المكان المناسب، في الوقت المناسب، تحقيق أرباح من ذلك.
س٢: عدد عناصر المزيج التسويقي.

١- المنتج. ٢- التسعير ٣- الترويج. ٤- التوزيع.

س٣: عرف المنتج.

- هو كل ما يمكن بيعه، ويرى البعض: هو أي شيء يقدم للسوق بغرض الاقتناء أو الاستخدام.
س٤: عدد أمثلة على المنتج.

- السيارة، أو الحاسب الآلي، أو الخبز، أو الإقامة في غرفة فندق.

س٥: عدد بعض من أشكال المنتج.

- ١- قد يكون سلعة مادية ملموسة؛ مثل التمر والقلم.
- ٢- أو أن تكون خدمة غير ملموسة؛ مثل فتح حساب في بنك، أو كبيع فكرة مشروع تجاري على أحد المستثمرين، أو تقديم استشارة إدارية أو تسويقية للشركات.

س٦: عدد الجوانب التي اشتمل عليها مفهوم المنتج.

- ١- السلع: وهي المنتجات الملموسة التي لها خصائص مادية محددة.
- ٢- الخدمات: وهي المنتجات غير الملموسة التي تحقق منفعة مباشرة للمستهلك.

س٧: علل: يُعد التسعير من أصعب القرارات التسويقية التي تتخذها المنشأة؟

- لارتباطها الوثيق بكيونة المنتج ومكانته، ولأنه أول ما يقيمه المستهلك، ويستند إليه في قرار الشراء.

س٨: عرف الترويج.

- هو عملية الاتصال بالجمهور بهدف التأثير في سلوكهم.

س٩: عدد عناصر الترويج.

- ١- الإعلان.
- ٢- البيع الشخصي.
- ٣- الدعاية.
- ٤- تنشيط المبيعات.
- ٥- تنشيط المبيعات.
- ٦- التسويق المباشر.

س١٠: عرف الإعلان.

- هي وسيلة غير شخصية لتقديم السلع والخدمات والأفكار بواسطة جهة معلومة مقابل أجر معين.

س١١: إلى ماذا يهدف الإعلان؟ وكيف؟

- يهدف إلى توصيل المعلومات إلى أعداد كبيرة من الجمهور في الوقت نفسه، وذلك باستخدام وسائل أعلام عدة؛ مثل: الصحف، والمجلات، والتلفاز، والإذاعة، والبريد المباشر، والقنوات الفضائية، والإنترنت، ولوحات العرض في الطرق والشوارع، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الجوال.

س١٢: ما الذي يُقصد بالبيع الشخصي؟

- الاتصال الشخصي بين مندوب المبيعات والعميل بغرض إقناعه بالشراء.

س١٣: ما الذي يتميز به البيع الشخصي؟

- بالمواجهة المباشرة بين البائع والمشتري ومن ثم يكون تأثيره أكبر في قرار الشراء.

س١٤: عرف الدعاية.

- هي وسيلة مجانية غير شخصية لتقديم السلع والخدمات والأفكار للجمهور بواسطة جهة معلومة.

س١٥: عدد بعض من أشكال الدعاية.

١- خبر صحفي في جريدة أو مقالة مطولة عن مشروع في مجلة. ٢- رسالة نصية ناصحة في تطبيقات الجوال.

٣- إنفوجرافيك توعوي في وسائل التواصل الاجتماعي.

س١٦: عدد وسائل تنشيط المبيعات.

- ١- منح الهدايا المجانية والعينات التجريبية والتخفيضات المؤقت.
- ٢- استخدام المسابقات ذات الجوائز المالية أو العينية المختلفة.

س١٧: عدد الشرائح المستهدفة من المجتمع في وسائل تنشيط المبيعات.

- ١- شريحة المشترين.
- ٢- شريحة الموزعين.
- ٣- شريحة رجال البيع.

س١٨: كيف يُستخدم التسويق المباشر؟

- تُستخدم بوصفها إحدى الأدوات الإستراتيجية في خطط المنشآت.

س١٩: ما الذي يُحققه التسويق المباشر؟

- يمكن أن يحقق كثيراً من المميزات التنافسية المستمرة مثل:

- ١- تغيير مستويات أوجه المنافسة.
- ٢- تعميق العلاقة مع العملاء.
- ٣- تجاوز سلبيات قنوات التوزيع.
- ٤- إيجاد المعوقات لدخول المنافسين الجدد.
- ٥- المساهمة في توليد الأفكار والمنتجات الجديدة.

س٢٠: عدد عناصر وأساليب التسويق المباشر.

- ١- البريد المباشر.
- ٢- الطلب البريدي.
- ٣- الإعلان ذو الاستجابة المباشرة.
- ٤- التسويق بالهاتف.
- ٥- التسويق الإلكتروني.
- ٦- التسويق عبر الجوال.

س٢١: عرف التوزيع.

- هو المهمة التي من خلالها يتم نقل السلع والخدمات من مصادر إنتاجها إلى المستهلك الآخر.

س٢٢: بين طريقة التوزيع.

- يتم عن طريقه إيجاد المنافع الزمنية والمكانية ومنفعة الحياة.

س٢٣: علل: تُعد قرارات اختيار منافذ التوزيع من القرارات ذات الأهمية الاستراتيجية بالنسبة إلى المنشأة؟

- لأن الخطأ في اختيار منفذ التوزيع المناسب للمنتج قد يؤدي إلى الفشل الذريع.

الوحدة الرابعة: الخطة التسويقية

س ١: عدد مكونات خطة التسويق.

- ١- أهداف الخطة: تبين الأهداف الغرض من المشروع، وما الذي تريد إنجازه؟ وما هو حجم المبيعات الذي تريد تحقيقه.
- ٢- الإستراتيجيات: وهي تحديد الأساليب التي ستصل بها إلى ما تريد.
- وتتضمن استراتيجيات عدة:
 ١. إستراتيجية التسعير: وفيها تحدد السعر الذي ستبيع به منتجك.
 ٢. إستراتيجية المنتج: تتناول كل ما يتعلق بالمنتج من حيث مستوى الجودة، والتصميم، وغيره.
 ٣. إستراتيجية المكان: ما هي قنوات التوزيع؟ هل سيكون هناك متجر؟ وأين موقعه؟
 ٤. إستراتيجية الترويج: وتتضمن خمسة أنواع رئيسة للترويج، وهي:
 - ١- الإعلان. ٢- البيع الشخصي. ٣- تنشيط المبيعات. ٤- العلاقات العامة. ٥- التسويق المباشر.
 - ٣- الميزانية: وتشتمل وضع ميزانيات لكل من:
 - ١- المبيعات. ٢- أساليب التسويق ووسائله.



الفصل السادس: خيارات إنشاء المشروع

الوحدة الأولى: خيارات مهمة أمام رائد الأعمال

س١: عدد الخيارات المهمة لرائد الأعمال لبدء مشروعه.

١- البدء بمشروع جديد. ٢- شراء مشروع قائم. ٣- الامتياز التجاري. ٤- العمل من المنزل

س٢: عدد نقاط القوة والضعف لكل مما يأتي:

● نقاط القوة والضعف للبدء بمشروع جديد:

نقاط القوة	نقاط الضعف
١ لديك فرصة لإعداد دراسة تفصيلية متكاملة عن المشروع، وتحديد جدواه ونسبة نجاحه قبل البدء بتنفيذه.	يتطلب الكثير والمزيد من الوقت والجهد.
٢ يمكنك اختيار المشروع المتوافق مع إمكانياتك المالية والفنية.	يتطلب تكاليف عالية لإجراء دراسات تفصيلية مسبقة.
٣ يمكنك اختيار المشروع المتوافق مع خبراتك ومؤهلاتك ورغباتك.	يحتاج إلى مدة قد تكون طويلة لكي يبدأ بتحقيق الإيرادات المستهدفة.
٤ يمكنك اختيار الموقع الملائم للمشروع.	قد يحتاج إلى قدر كبير من السيولة النقدية لتوفير الأموال الكافية.
٥ يمكنك السيطرة على الجوانب والمواقف والمستجدات المتعلقة بالمشروع.	يحتاج إلى تكلفة تأمين الموارد والإمدادات الفنية والمعلوماتية والبشرية المناسبة.
٦ لديك الفرصة لاختيار المشروع الجديد الذي طالما خططت له، وبحثت عنه.	قد لا تتوافر لديك الخبرة الكافية لمنع كل الأخطاء، ومواجهة القيود والأزمات.

● نقاط الضعف والقوة لشراء مشروع قائم:

نقاط القوة	نقاط الضعف
١ عدم الحاجة إلى إجراءات تراخيص جديدة.	قد يتم عدم الإفصاح عن الأسباب والخفايا الكامنة وراء بيع المشروع، التي قد تكون غير إيجابية وغير مرضية.

٢	الاستفادة من كون المشروع قائماً وله سوقه وزبائنه، وموروده وموظفوه.	قد لا تتوافر في المشروع الخصائص والمقومات التي تبحث عنها.
٣	الاستفادة مما للمشروع من خبراته العملية.	قد لا يتوافق المشروع بدرجة كبيرة مع تصوراتك وطموحاتك للمشروع المستقبلي.
٤	الاستفادة من كون المشروع مستمراً، ويعمل دون توقف ومن ثم فإن إيراداته ستكون مستمرة، ويمكن تنميتها.	قد يكون موقع المشروع غير ملائم لظروفك وتوجهاتك.
٥	الاستفادة من الصورة الذهنية والسمعة الحسنة عن المشروع إذا أحسنت اختياره، وكذلك أحسنت توظيفها واستثمارها.	قد تكون تكلفة الشراء مرتفعة؛ لأن السعر الذي سيطلبه البائع سيتضمن حق الملكية والشهرة.

● نقاط الضعف والقوة للامتياز التجاري:

نقاط القوة	نقاط الضعف
١ الاستفادة من خبرة مانح الامتياز.	التقيد بتعليمات وشروط مانح الامتياز.
٢ توفير الدعم والتدريب المستمر.	موقف مانح الامتياز أقوى عند التعاقد.
٣ إمكانية الحصول على تمويل بتقسيط مبالغ تكاليف بدء التشغيل.	ضرورة دفع قيمة الامتياز من المبيعات ما يقلل الربحية.
٤ شراء المنتجات والمواد والمعدات والخدمات المستخدمة في مؤسستك بصورة مباشرة من مانح الامتياز بأسعار مخفضة.	محدودية التصرف بالملكية بسبب شروط مانح الامتياز.
٥ الاستفادة من قوة العلامة التجارية في جذب العملاء.	إلزام الممنوح بشراء بعض المواد والمنتجات والخدمات من مانح الامتياز حتى ولو كانت أعلى من السوق.
٦ مساهمة مانح الامتياز بالإعلان والترويج العام للمنتج.	أداء الممنوحين للامتياز في مواقع أخرى يؤثر في سمعة الممنوح.
٧	قد تخسر كثيراً إذا تم سحب الامتياز.

س٣: ما أهم الخيارات أمام رائد الأعمال؟

- حق الامتياز؛ وهو المرادف أو البديل لتكوين المنشآت الصغيرة.

س٤: ما هو حق الامتياز؟

- هو طريقة في التجارة تقوم من خلاله شركة (مانحة للامتياز) بمنح الآخرين (مشتري الامتياز) الحق في:

- ١- إنتاج وبيع وتوزيع أو تسويق منتجات أو خدمات الشركة الأصلية.
- ٢- قيام الشركة المشتري للامتياز باستخدام اسم الشركة مانحة الامتياز وعلامتها التجارية وسمعتها وإجراءاتها وتقنياتها في البيع.

س٥: عدد المحاور الثلاث الرئيسية عند رغبة رائد الأعمال في اختيار الامتياز التجاري.

- ١- الاستثمار.
- ٢- القدرات.
- ٣- الأهداف.

الوحدة الثانية: العمل من المنزل

س١: ماذا يمكن العمل من المنزل لرائد الأعمال؟

- ١- أن يكون مشروعاً جديداً.
- ٢- أو أن يشتري بوصفه مشروعاً قائماً.
- ٣- أو قد يكون امتيازاً تجارياً.

س٢: ما سبب إفراد هذا الخيار عن الخيارات السابقة المهمة لرائد الأعمال لبدء مشروعه في وحدة منفصلة؟

- تم إفراده - هذا الخيار - في وحدة منفصلة بوصفه خياراً متاحاً ومهماً لرائد الأعمال المبتدئ.

س٣: ماذا يشمل العمل من المنزل؟ وماذا يتضمن؟ وماذا يركز؟ وكيف تتطور؟

- ١- يشمل ما يسمى ببعض الدول العربية (الأسر المنتجة). ٢- يتضمن عدداً من مجالات العمل الحر.

- ٣- يركز على مشروعات متناهية الصغر تنتشر في أنحار العالم. ٤- تتطور بتسارع كبير.

س٤: عدد أسباب انتشار العمل من المنزل.

- ١- تقليل تكاليف بدء المشروع بتوفير الأموال التي تدفع في إيجارات المكاتب أو المتاجر.

- ٢- تزايد سهولة العمل من المنزل بناء على ما تقدمه شبكات الاتصالات والإنترنت.

- ٣- توافر عدد من التجهيزات تقليدية وشعبية متاحة في المنزل.

س٥: عدد أمثلة على التكنولوجيا المساعدة للمشروعات الصغيرة.

- ١- الكمبيوتر.
- ٢- الطابعة.
- ٣- ماسحة ضوئية.

س٦: هل العمل من المنزل مناسب لمشروعك؟

- من المؤكد أن العمل من المنزل لا يناسب كل أنواع المشروعات.

س٧: كيف تتعرف إلى الشروط الرسمية للعمل من المنزل وتتوافق معها؟

- في حالة ممارسة المشروع من المنزل تأكد من أنشطة مشروعك التي تمارسها بالمنزل تكون في حدود القوانين. ولكي تتعرف إلى القوانين الخاصة بمشروعات المنزل قم بزيارة مواقع الويب للأجهزة الحكومية الخاصة بتلك القوانين.

س٨: عدد الخطوات الخمسة لبدء مشروع من المنزل.

١- قيم مواهبك ومهاراتك. ٢- افحص مهاراتك. ٣- اختبر صلاحية فكرة مشروعك للتنفيذ بالمنزل.

٤- عمل قائمة بالمطلوب لإعداد منزلك للمشروع. ٥- احصل على موافقة أسرتك على مشروع المنزل.

س٩: ما الفرق بين المواهب والمهارات؟

- هو أنك تولد بالمواهب، ولكنك تطور مهاراتك بمرور الوقت بالتعلم.

س١٠: بالمهارات والمواهب التي لديك، أي نوع من مشروعات المنزل يمكنك أن تبدأ بها؟

- الجواب كالاتي:

١) افترض أنك واحد من هؤلاء الذين لديهم مهارات التعامل مع الكمبيوتر، مع توافر مواهب فنية لديك في التصميم والرسم، فإن أمثلة لما يمكن أن تبدأ به مشروعاً بالمنزل قد تكون:

١- تصميم مواقع الويب. ٢- عمل فلايرز وبروشورات ووسائل إعلانات مطبوعة.

٢) ولنفترض أيضاً أن لديك موهبة التنظيم والاهتمام بالتفاصيل، مع توافر مهارات التعامل مع الأرقام وغيرها من المهارات الداعمة لتلك المواهب، فإن أمثلة مشروعات المنزل لك هي:

١- المحاسبة ومسك الدفاتر. ٢- خدمة الدروس الخصوصية.

س١١: عدد أمثلة لمشروعات المنزل الشائعة والتجهيزات المطلوبة لكل منها.

١) عمل دمي للأطفال يتطلب تخصيص:

١- غرفة لماكينه الخياطة، وطاولة، وكمبيوتر لعمل التصميمات وتسجيل البيانات والحسابات.

٢- خزانة أو دولاب لحفظ الأقمشة والقطن والإسفنج وغيرها.

٣- دوسيه لحفظ الأوراق والمستندات.

٢) مشروع تصوير الحفلات والأفراح:

١- غرفة مناسبة لإعداد الصور. ٢- طاولة بأدراج لحفظ الصور. ٣- دوسيه للأوراق.

س١٢: عدد بعض من النصائح لإنشاء مشروع بالمنزل.

- ١- حدد جدولاً للأوقات التي ستخصصها لأعمال مشروعك.
- ٢- احتفظ بسجل مواعيد مقابلات يشمل مع من ستلتقي، ومتى، وما هو موضوع المقابلة؟
- ٣- إنشاء عنوان بريد إلكتروني خاص بالمشروع، وعنون بريد عادي لإرسال مستلزمات الإنتاج.
- ٤- اشترك في خط هاتف خاص بالمشروع، ومنفصل عن ذلك المخصص للمنزل.
- ٥- التقط صوراً لمكان مزاولتك للعمل بالمنزل.
- ٦- مراعاة الأخطار؛ كالسرقه، واعتراضات المالك، وشكاوى الجيران، واحتمالات سرقة جهاز الكمبيوتر، وغيرها.

س١٣: عدد أمثلة لمشروعات المنزل القائمة على استخدام النت.

- ١- تصميم مواقع الويب. ٢- خدمات كتابة السير الذاتية ونشرها. ٣- البيع والشراء من خلال النت.
- ٤- تسويق الكتب الإلكترونية. ٥- تسويق منتجات لمشروعات أخرى على النت. ٦- مساعدات للطلبة.
- ٧- إعداد ملخصات للمقررات الدراسية أو أسئلة وإجاباتها النموذجية في أي موضوع يرد في ذهنك.

الوحدة الثالثة: الشكل القانوني لمنشآت الأعمال

س١: عدد أنواع الشكل القانوني لمنشآت الأعمال.

- ١- المؤسسة الفردية: هي المنشأة التي يملكها شخص واحد، ويكون لصاحبها الهيمنة الكاملة على كامل المنشأة.
- ٢- الشركة: هي المنشأة التي يملكها أكثر من شخص، يسهم كل منهم بتقديم حصة من مال أو عمل.

س٢: عدد نقاط القوة والضعف في المؤسسة الفردية كشكل قانوني.

نقاط القوة	نقاط الضعف
١ إجراءات ترخيص سهلة نسبياً.	تقع عليه مسؤوليات كثيرة.
٢ حرية اختيار الحجم المناسب والتمويل اللازم للمشروع.	سوف تتحمل عدداً ودرجة أكبر من الأخطار بمفردك.
٣ حرية واستقلال أكبر في اتخاذ القرارات في إدارة المشروع وتشغيله.	تواجه صعوبة في زيادة رأس المال.
٤ الانفراد بكل الأرباح التي يحققها المشروع.	توقع أن يكون للمشروع تأثير واسع النطاق فيك.
٥ نجاح المشروع يكون له تأثير واسع النطاق في المالك وفي أفراد أسرته.	

س ٣: عدد نقاط القوة والضعف في الشركة كشكل قانوني.

نقاط القوة	نقاط الضعف
١ تقسيم العمل والمسؤوليات بين الشركاء.	صعوبة التأسيس مقارنة بالمؤسسة الفردية.
٢ وجود مجلس إدارة.	لا يتم التنازل عن الحصة أو بيعها من دون موافقة الشركاء.
٣ ينقسم رأس المال إلى حصص.	حرية أقل في اختيار القرارات.
٤ تتوزع الأخطار بين الشركاء.	
٥ تتحد مسؤولية كل شريك بقدر حصته في رأس المال في بعض أنواع الشركات.	
٦ يمكنها جمع الأموال بشكل أسهل من المؤسسة الفردية.	



الفصل السابع: الاستعداد لدخول السوق

الوحدة الأولى: أخلاقيات رائد الأعمال

س ١: بما تنوي بدخولك كرائد أعمال مجال التجارة؟

- تنوي بها رضا الله؛ ابتغاء لطلب فضله وبركته في إنماء مالك وتجارته.

س ٢: عدد السلوكيات الإسلامية التي تجب على رائد الأعمال مراعاتها في البيع والشراء.

١- الكسب الحلال. ٢- أداء العمل بدقة وإخلاص. ٣- الأمانة. ٤- أن يكون حسن الخلق.

٥- الالتزام باللوائح والقوانين.

س ٣: بما يحرص التاجر المسلم لكسبه المال الحلال في البيع والشراء؟

- أن يكون رزقه طيباً بعيداً عن شبهات الحرام؛ مثل الربا والقمار وتضليل الناس والغش والخداع.

س ٤: ما نقاء المال في التجارة؟

١- أداء الزكاة دون تأخير. ٢- دفع أجر من يعمل معه. ٣- أداء الدين بلا مماطلة.

س ٥: ما أول الأشياء التي يحرص عليها التاجر المسلم في البيع والشراء؟

- أن يؤدي عمله بإخلاص، ويبذل قصارى جهده لأدائه بإتقان.

س ٦: ماذا يجب على التاجر المسلم؟

١- أن يكون أميناً في معاملته. ٢- أن يكسب ثقة العملاء والجمهور بقوله وفعله. ٣- يتجنب الحلف الكثير في البيع.

٤- يتجنب المبالغة في مدح السلعة بغير حق. ٥- يذكر محاسن المنتج كما يذكر قصوره بأمانة.

٦- لا يخفي المعلومة عن العميل. ٧- اتباع الطريق القويم في معاملة الآخرين والنصح لهم.

س ٧: ما أهم الصفات التي ينبغي أن يتصف بها رائد الأعمال والتاجر المسلم بشكل خاص؟

- حسن الخلق؛ فبه يستطيع التاجر أن يكسب الزبائن كما يكسب العاملين لديه.

س ٨: ما المهم بأن يقوم به التاجر الصغير من الناحية القانونية؟

- الالتزام بالأنظمة التي تضعها الدولة تحقيقاً لمصالح الجميع وحفظاً لحقوق الناس ومراعاة للمجتمع.

الوحدة الثانية: إحداه التوازن بين المشروع والدراسة

س١: عدد الطرق التي تعين رائد الأعمال على إحداه التوازن بين المشروع والدراسة في بداية دراسته للمشروع.

١- كن واقعياً. ٢- التخطيط الجيد. ٣- إدارة الوقت. ٤- تحقيق الاستفادة المزدوجة من العملين.

٥- خصص لنفسك وقتاً للراحة. ٦- التفويض.

س٢: بما يساعدك التخطيط الجيد للمشروع والدراسة؟

- الوصول إلى هدفك بنجاح.

س٣: ما هي أهم الطرق التي تعين رائد الأعمال على إحداه التوازن بين المشروع والدراسة؟

- تعلم مهارة الوقت من الأمور المهمة للجمع بين العمل والدراسة.



الفصل الثامن: انطلاق المشروع

الوحدة الأولى: اختيار الموقع

س ١: عدد الخطوات المهمة في كيفية اختيار الموقع المناسب للمشروع.

١- تحديد أهمية الموقع للمشروع. ٢- اختيار الموقع المناسب للمشروع. ٣- تحديد تكاليف التجهيزات للموقع.

٤- المقارنة بين المواقع المتاحة. ٥- التعرف إلى القوانين في الأماكن المعينة والتوافق معها.

س ٢: عدد أمثلة على المشروع التي لا يمثل الموقع لها أهمية كبيرة.

١- مشروعات الخدمات التي تمارس عملها في مكان وجود العميل؛ مثل: تصوير الحفلات والأفراح، تنسيق الحدائق ونباتات الزينة.

٢- المشروعات المعتمدة على استخدام الإنترنت والكمبيوتر.

٣- مشروعات تجارة الجملة.

س ٣: عدد عوامل اختيار الموقع المناسب للمشروع.

١- نوع المشروع وطبيعة الأنشطة التي ستمارسها. ٢- طبيعة الأنشطة التي سيمارسها المشروع.

٣- أهمية وجود المشروع بجوار مشروعات مشابهة. ٤- ملائمة الموقع لميزانيتك المالية.

س ٣: ما هو العامل المهم في اختيار الموقع للمشروع؟

- مقدار الأموال التي يمكنك توفيرها في سبيل الحصول على الموقع، والتي تتضمن: الإيجار، وتكاليف التجهيزات للموقع.

س ٤: كيف يمكنك التعرف إلى قيمة إيجار موقع مشروعك؟

- في أي موقع عن طريق اتصالك بسمسار، أو وكيل للعقارات في المنطقة التي تفكر أن يكون الموقع فيها.

س ٥: ما سبب اختيار بعض رواد الأعمال المواقع ذات الإيجارات الرخيصة؟

١- بعدها عن العمران.

٢- وجودها في مناطق نائية بناءً على:

١. اعتقادهم أن ما سيوفرونه من قيمة الإيجار سيعوضهم عن انخفاض إيرادات والمبيعات.

٢. اعتقادهم أنهم بهذا يمثلون الرواد الأوائل في هذه المواقع البعيدة، وأن المنطقة سوف تزدهر قريباً بحلول

العامل المقبل.

س٦: عدد تكاليف التجهيزات المهمة لموقع أي مشروع.

- ١- المستلزمات الضرورية لطبيعة المشروع.
- ٢- وجود خطوط تليفون حديثة وبرود باند للدخول للإنترنت.
- ٣- إذا كان مشروعك مطعمًا لتناول الأطعمة المختلفة فلا بد من توفير الطاولات والمقاعد المطلوبة.
- ٤- الطاقة الكهربائية التي يجب أن تكون كافية لاحتياجك.
- ٥- مكيفات الهواء.
- ٦- أماكن لانتظار السيارات؛ كالمشاريع التي تتطلب انتظار الأطعمة؛ مثل بيع المشروبات الساخنة والمأكولات السريعة.

س٧: أعط إرشادات لاختيار الموقع المناسب للمشروع.

- ١- تعرف إلى متطلبات الأمن والسلامة والصحة لمشروعك.
- ٢- إذا كان مشروعك عمل سندويتشات سريعة فلا بد من تأجير مكان تتوافر فيه فتحات صرف صحي، وأساليب مقاومة الحريق، وحوائط بمواد عازلة.
- ٣- إذا كانت ممارستك للأنشطة مشروعك ستؤدي إلى نفايات كثيرة، فإنك ستحتاج إلى معدات التخلص من النفايات، أو حاويات كافية لحفظ القمامة.

س٨: كيف يمكن لرائد الأعمال أن يقوم بمقارنة بين المواقع المتاحة أمامه بناءً على العوامل السابقة؟ **[فهم فقط]**

- افتح الكتاب على صفحة ١٥٠- ١٥٢ لفهم السؤال ولكي تقارن بين المواقع المتاحة.

س٩: كيف تتعرف ما إذا كان الموقع الذي اخترته يكون مسموحاً فيه إقامة مشروعك؟ وما إذا كنت تحتاج للحصول على أي موافقة؟

- تتنوع من منطقة إلى أخرى، ففي بعض المناطق تكون موافقة الأنظمة المحلية (البلديات وغيرها) جزءاً ضرورياً من إجراءات التسجيل.

س١٠: أعط بعض من النصائح القانونية لتأجير المحل.

- ١- تأكد من فهمك لبنود الإيجار وأسلوب تجديده عند انتهاء المدة المحددة.
- ٢- تعرف بشكل دقيق إلى الوقت المحدد لانتقالك إلى المكان وبدء ممارسة عملك.
- ٣- كن متأكداً من ذكر الآتي في عقد الإيجار:
 - ١- متى سيستحق الإيجار. ٢- كيف سيتم دفعه؟ ٣- النسبة الواجب دفعها.
 - ٤- هل هناك تكاليف صيانة أو ضرائب سيطلب منك دفعها.
 - ٥- هل لديك الحق في تأجير من الباطن لجزء من مساحة المتجر

الوحدة الثالثة: وضع خطة التنفيذ

س١: عرف بخطبة التنفيذ.

- هي الوثيقة التي تحدد خطوات تنفيذ أهداف المشروع، وكيف سيتم هذا التنفيذ.

س٢: كيف تضع خطة التنفيذ؟

- لوضع خطة تنفيذ جيدة اتبع هذه الخطوات التسعة الآتية:

- ١- تحديد الأهداف الرئيسة لمشروعك. ٢- إعداد قائمة بخطوات ومهام تنفيذ الأهداف.
- ٣- ترتيب المهام بحسب أولويات تنفيذها. ٤- تحديد من سيقومون بأداء المهام.
- ٥- عمل قائمة بالأعمال الواجب القيام بها. ٦- تحديد الموارد والأموال المطلوبة. ٧- تنفيذ الخطة.
- ٨- متابعة التنفيذ. ٩- مراجعة النتائج.

