

الإبتكار وريادة الأعمال (خطة العمل) (Businesses Plan) Innovation and Entrepreneurship

الجزء الثالث المحتويات

: مقدمة

أولاً : الإبداع والإبتكار

ثانياً : أساسيات ريادة الأعمال

ثالثاً : المشروعات الصغيرة والمتوسطة

رابعاً : تحويل الأفكار إلى مشروعات

خامساً : تنظيـم المَشروعات الصَّغير

سادساً : الإدارة المالية للمشروع الصغير

: المراجع

رابعاً: تحويل الأفكار إلى مشروعات

1. اختيار فكرة المشروع

إن اختيار فكرة المشروع يعتمد على الكثير من الامور اولها هو انت ؟ فهناك الكثير من الافكار المطبقة وناجحه ولكنها قد لا تناسب مالدك من معطيات وطموح والتزامات فلا بد ان تقيم نفسك في البدايه من حيث ما يلي :

➤ المجال الذي لديك خبره فيه

تلعب الخبرة دورا كبيرا في نجاح المشروع فمعرفة وإلمامك بيزيد من فرصة نجاح الفكرة والمشروع فلا بد ان تختار مشروع انت تعلم من اين ستورد البضاعة (ان كان مشروع يعتمد على الشراء والبيع) وعلى الاقل تعلم من هم العملاء المتوقعين وماهي حاجاتهم وتعلم كيف ستقنعهم بان بضاعتك لها ما يميزها عن المنافسين ولناخذ مثال على ذلك بعض الاخوة يعمل في مؤسسة حكومية ومن خلال منصبه في قسم المشتريات وجد هناك حاجات كبيره للمؤسسات الحكومية بشكل عام لنوع معين من المنتجات وهو من خلال العمل اصبحت لديه خبره وعلاقات مع الموردين فبإمكانه فتح مشروع لتوريد مثل هذه المنتجات وتوزيعها ولكن ليس لمؤسسته وانما للمؤسسات الاخرى وهنا اذكر قصة احد الشباب الناجحين حيث ومن خلال عملة اكتسب خبرة حول توريد اجهزة الكمبيوتر وآليات تسويق وبيع الاجهزة للمؤسسات واكتشف ان الموزع في الدولة واجه مشكلة وفي طريقة لاغلاق الشركه فما كان منه الا وان استغل الفرصه وفتح شركة بيع وتوزيع الاجهزة وتواصل مع الوكلاء الاساسيين وبدء العمل والان وحسب ما قيل لي هو احد الاسماء الكبيره في هذا المجال. وهنا يجب التأكيد علي أن الوصول إلى فكرة المشروع الصغير هي نقطة البداية والأساس لنجاحه. فعندما تصل إلى فكرة معينة يجب أن تأخذ في عين الاعتبار أن هذه الفكرة قابلة للتطبيق وممكن تحويلها إلى مشروع واقعي حقيقي. والأفكار الجيدة هي الأفكار المتناسبة مع البيئة والنابعة من رائد الأعمال نفسه وطورها بذاته وليست المنقولة أو المقلدة حرفياً من الآخرين.

➤ المبلغ المرصود للمشروع

لا بد ان تحدد مبلغ واضح للمشروع وينصح دائما ان يستثمر 70% من المبلغ المخصص وترك الباقي للطوارئ وتحديد المبلغ سيساعد في تحديد الفكرة المناسبة الوقت الذي تتوقع ان تقضيه في ادارة ومتابعة امور المشروع

GREENLAND

البعض لديه المال ولكن لا يوجد لديه وقت فراغ لإدارة المشروع وهذه المشكلة إحدى الأسباب الرئيسية لفشله فبعض المشاريع تحتاج تواجد يومي في المشروع والبعض قد يحتاج تواجد بدرجة أقل فتحديد مدى المقدرة على التواجد في المشروع أيضاً سيساهم في تحديد الفكرة المناسبة ومثال بعض الاخوة يفتتح محل بيع اكسسوارات وصاحبنا لا يستطيع التواجد به كونه يعمل في الصباح وفي المساء ملتزم في دراسته ويمكن يحاول التواجد في المحل مره في الشهر بمعنى اخر لا ولن يعلم شي عن المحل.

2. اختيار المشروع الناجح

يجب اختيار المشروع بطريقة صحيحة فالاختيار السليم يقود لتحقيق النجاح الفعّال للمشروع كما يجب تحديد الهدف من اختياره وأن يكون واقعياً وأن تتوفّر إمكانياتٍ لتحسينه لذلك يتوقّف نجاح المشروع على إعداد مخطط ذي أهداف محددة إلى جانب وضع مهام ونتائج محدّدة كما يفضّل أن تتعدّى الخطة دخول المشروع إلى حيّز التنفيذ حيث يمكن تحقيق ذلك من خلال تحديد كافة المخرجات والمهام المراد إنتاجها وأيّ مخاطر محتملة يمكن أن تواجهه كما ينبغي إعداد جدولٍ زمنيّ لتحديد المهام والمخرجات مع تاريخ الاستحقاق المطلوب، ويشار إلى ضرورة الموافقة على أهداف المشروع وذلك من خلال التأكّد من وجود اتفاق وغرض واضح ومحدّد مع إدارة المشروع والقائمين على تنفيذه لذلك يجب تحديد المشكلة التي سيحلّها والنتيجة النهائية المرجوة والغرض الذي سيتوصل إليه وبالتالي يتحدّد نجاحه عبر اختيار مشروع ذي أهداف محددة وقابلة للقياس حيث يساعد ذلك على تحديد نطاق عمل المشروع. إنشاء قائمة SMART يحتاج صاحب المشروع إلى إنشاء قائمة موجزة بأهداف المشروع إذ يمكن الاستعانة بقائمة (smart) لاختصار الوقت لذا يجب أن تكون الأهداف: محدّدة أي يجب أن تكون الأهداف دقيقة ومتّفقة مع أعمال فريق المشروع. قياسية أي يجب تحديد الأهداف كشيء قابل للقياس. قابلة للتنفيذ أي يجب أن يكون الهدف واقعياً ويمكن تحقيقه وتنفيذه على أرض الواقع. الإنجاز في الوقت المناسب: أي يتعيّن على صاحب المشروع أن يحدّد بدايةً ونهايةً محدّدة للمشروع وذلك من أجل تحقيق الهدف. يجب أن تكون الأهداف ذات صلة ونفعٍ بمهمة المشروع الشاملة. اتباع منهجية سليمة يجب اتباع طريقة سلسلة وبسيطة

GREENLAND

ومباشرة لقياس العمليات المتعلقة بالمشروع والنتائج المترتبة عليه لذا لا بدّ من التمسك بمنهجية متّسقة وبسيطة عند قياس نتائج المشروع وتغيّراته العمليّة وذلك من أجل الحصول على بيانات دقيقة وموثوقة وحاسمة. كما لا بدّ من مراعاة الاعتبارات الآتية عند اختيار منهجية المشروع وهي: الأهداف الاستراتيجية والتنظيمية والقيم الأساسية للمشروع. محرّكات الأعمال الرئيسية. القيود التي يمكن أن تواجه المشروع. أصحاب المصلحة. المخاطر المترتبة على تنفيذ المشروع. حجم المشروع وتكلفته. مواصلة التقدم بأهداف المشروع يجب أن يكون جميع أعضاء الفريق وأصحاب المصلحة على دراية بأهداف المشروع ونتائجه فقد يخضع المشروع لعدّة تغيّرات أثناء تنفيذه لذلك يتعيّن الإبلاغ عنها بكفاءة وفعاليّة ومعرفة كيفية الحصول على نتائج أفضل كما يجب التواصل المستمر معهم للتعرفّ على العقبات المتوقّعة أثناء عمل المشروع وكيفية مساعدتهم من أجل تخطّي الصعوبات والعمل بطريقة ذكية ومن الجدير بالذكر أنّ بدون هذه الخطوات ستزول جهود أعضاء الفريق الرّامية إلى إحداث التغيير والحفاظ على نجاح المشروع.

3. مراحل يمر بها رائد الأعمال لتحويل الفكرة إلى مشروع أولاً : توليد الأفكار

السؤال هنا كيف اختار الفكرة ؟ حيث أن إختيار الفكرة يعتمد على الكثير من الامور اولها هو انت ؟ فهناك الكثير من الافكار المطبقة وناجحه ولكنها قد لا تناسب مالدك من معطيات وطموح وإلتزامات فلا بد ان تقيم نفسك في البدايه من حيث ما سبق الحديث عنه وهو المجال الذي لديك خبره فيه و المبلغ المرصود للمشروع الوقت الذي تتوقع ان تقضيه في ادارة ومتابعة امور المشروع.

ثانياً : صياغة أفكار

يقصد بصياغة الفكرة القدرة على شرح الفكرة والتعبير عنها بشكل واضح يحدد معالمها ويصف مكوناتها. ويتطلب التعبير عن الفكرة مشاركة الآخرين حتى تنضج ويمكن وضع تعريف لها ومن الأفكار التي تعين على التعبير عن الفكرة وضع تعريف لها والغرض منها ثم تصنيفها باستخدام مهارات التفكير وفي هذه المرحلة يعرض رائد الأعمال أفكاراً مختلفة لمشروعاته وفق المعايير العامة الآتية:



GREENLAND

- ✓ أن تكون واقعية
- ✓ أن تكون قابلة للقياس
- ✓ أن تكون محددة

فيجب أن لا تكون الفكرة المراد تنفيذها خيالية بل يجب أن تكون فكرة واقعية ممكنة التحقيق في حدود الإمكانيات المتاحة والقدرات المتوفرة والوقت المحدد فلا فائدة من وضع أفكار يستحيل تحقيقها لعدم واقعيتها أو أنها ضرب من الأمانى والخيال . كما يجب أن تكون قابلة للقياس والمتابعة حتى يتم تقويمها ومعرفة ما إذا كان هناك تفسير أو عدم تقدم أو انحراف عن المسار المطلوب.

ثالثاً : تقسيم الأفكار

ليس بالضرورة أن تكون كل فكرة مشروعاً ناجحاً أو أن تكون فرصة استثمارية جيدة. بمعنى أنه ليست كل فكرة ترد إلى ذهنك من الممكن أن تتطور لكي تصبح فرصة استثمارية لمشروع ريادة أعمال ناجح .فالفكرة مهما تعلقت بها وتحمست لها لا بد أن تخضعها للتقييم حتى لا يؤدي هذا الحماس إلى الفشل. لذا لا بد من أن تخضع الفكرة للتقييم وفق معايير محددة تساعد على اتخاذ القرار السليم باختيار الفكرة المناسبة علي سبيل المثال.

- ✓ المعيار المعرفي : خبراتك ومعرفتك في مجال المشروع
- ✓ المعيار التسويقي: جاذبية الفكرة ووجود طلب كافي في السوق للمنتجات
- ✓ المعيار المالي: مدى قدرتك المالية لتحويل الفكرة إلى مشروع
- ✓ المعيار البشري: توفر الكفاءات البشرية للمشروع
- ✓ المعيار الشخصي: مدى حماسك ورغبتك بالقيام بالمشروع

رابعاً : اختيار فكرة المشروع

وفي هذه المرحلة يتم تحديد واختيار فكرة المشروع المناسب ثم نقوم بزيارة واستشارة أشخاص يديرون أو يملكون مثل هذه الأنواع من المشروعات. وفي هذه المرحلة من المهم أن يقوم رائد الأعمال بترتيب الأفكار وإعداد جدول زمني محدد بالأهداف والإجراءات والأمور الواجب إنجازها لكل مرحلة من مراحل المشروع.



GREENLAND

4. إنشاء المشروع الصغير

المشروع هو التنظيم الذي يهدف إلى إنتاج شيء ما أو تقديم خدمة معينة بهدف جني الأرباح والأموال حيث يتم تنفيذ المشروع من خلال تطبيق المعرفة المكتسبة وإدارة عناصر الإنتاج المختلفة. تعتبر المشاريع وسيلة من وسائل الاستقلال الاقتصادي للأفراد حيث توفر لهم دخلاً ثابتاً من المال دون الحاجة للوظائف ومصاعبها الجمة. كما وتعتبر المشاريع الاقتصادية الفردية وسيلة تساعد على اكتفاء الدولة ذاتياً دون اللجوء إلى استيراد حاجياتها من الخارج. نجاح أي مشروع اقتصادي يتوقف على العديد من العوامل الهامة إذ إن أي خلل في هذه العوامل سيؤدي في نهاية المطاف إلى فشل كبير في المشروع وربما انتهاءه لذا فمن الواجب قبل البدء في أي مشروع أن تكون هناك دراسة حقيقية يتبين على أساسها مستقبله وإمكانية تنفيذه على أرض الواقع.

ويتطلب إنشاء المشروعات المرور بخطوات ومراحل عديدة حتى يبدأ ثم يستمر وينجح. كذلك هناك العديد من الاسئلة التي يجب اخذ الاجابة عليها في الاعتبار مثل ماهو المشروع المناسب ؟ ... هل من افكار لمشاريع ؟ ماهي المشاريع المضمونه ؟ وغيرها من الاسئلة التي تدور حول نفس الفكرة او الهدف ونخص السؤال الدائم التكرار وهو انني ابحت عن فكرة مشروع أو لدي رأس مال وأبحت عن افكار لمشاريع ناجحة. حيث يلاحظ أن اغلب المشاريع ناجحة كفكرة ولكن الفشل يرجع لاسباب ممكن تجاوزها بمعنى اخر اغلب الافكار قد يحالفها النجاح ولكن هنالك فرق بنسبة المردود المتوقع فهناك مشاريع قد تحقق النجاح واعادة راس المال خلال 90 يوم او اقل .

ويجب الاشارة الي ان صفات صاحب المشروع لها الدور الأكبر في نجاح المشروع ولذا يجب أن تتوفر صفات معينة في صاحب المشروع حتى يكون قادراً على إدارته وإيصاله إلى بر الأمان وفيما يلي بعض أهم هذه الصفات:
القدرة على تحديد أهداف المشروع: إن لم تتوفر هذه الإمكانية في صاحب المشروع فإنه لن يكون قادراً البتة على المضي في مشروعه نحو الأمام حيث ستكون قراراته عبارة عن تخطيطات عشوائية لا معنى لها ولا فائدة ترجى منها.
القدرة على إدارة الوقت: تعتبر هذه السمة الحد الفاصل أو المميز بين مدير المشروع الناجح والآخر الفاشل حيث تساعد إدارة الوقت على ترتيب الأولويات وتنفيذ المهام



GREENLAND

بالطريقة الصحيحة والمطلوبة. مخطط جيد يجب على كل صاحب مشروع أن يكون قادراً على وضع الخطط لمشروعه منذ نشأته وتكوينه إلى أن يصل إلى مراحل متقدمة كما ويجب عليه بالتعاون مع فريقه أن يكون قادراً على وضع الخطط البديلة التي تصلح لأن تكون مخرجاً للآزمات الطارئة التي قد يتعرض لها.

تجويد الاختيارات: القدرة على الاختيار تريح صاحب المشروع من عناءات كثيرة هو بغنى عنها خاصة في بداية المشروع ومن أهم أنواع الاختيارات التي يجب على صاحب المشروع أن يعتني بها اختيار الفريق الذي سيعمل معه والذي سيؤسس لنجاحه في وقت لاحق.

الإيجابية: لا يجب أن يكون صاحب المشروع سوداوياً في تصورات وأفكاره بل يجب عليه أن يكمل الطريق كلما تعثر أو ارتطم بحاجز ما يعيق سيره نحو الأمام كما يجب أن يكون قادراً على بث الحماس في قلوب موظفيه وفريق عمله خاصة في أحلك الأوقات والظروف فهو صمام الأمان بالنسبة لهم وللمشروع.

يجب على صاحب المشروع أن يكون شخصاً اجتماعياً يجب بناء العلاقات الناجحة التي يمكن له أن يستند عليها إذا تعثر المشروع كما يجب أن يكون حسن التصرف مع الآخرين وخاصة مع من يعملون معه ومن يحفظون أسرارهم فهذه مهارة ضرورية بل وتعتبر من الأولويات.

5. إنشاء مشروع ناجح

يعدّ التملك غريزة في نفس الإنسان وامتلاك الشخص لمشروع يمكنه من التحكم في دخله ومصيره وتطوره وإنتاجه يحقق السعادة والطمأنينة في نفسه وفكرة المشاريع بحدّ ذاتها فكرة جيدة إلا أنه لا بدّ من دراستها جيداً لتحقيق النجاح المطلوب منها. ويجب مراعاة المراحل الآتية لإنشاء مشروع ناجح:

تحديد الفكرة: يجب البحث عن فكرة نادرة أو مبتكرة ليست موجودة بكثرة فتكرار الأفكار يقلل فرص نجاح المشروع مع الأخذ بالاعتبار طبيعة سكّان المنطقة المراد إقامة المشروع فيها فالمفروض أن يخدمهم ويتوافق مع احتياجاتهم ومن الضروريّ قبل تحديد الفكرة عرضها على العاملين في سوق العمل من ذوي الخبرة لبيدوا رأيهم بشفافية وحياد وذلك للحصول على التعديلات اللازمة عليها.

GREENLAND

القدرة على إدارة الوقت: تعتبر القدرة على إدارة الوقت من المهارات الضرورية التي لا يستطيع الجميع استغلالها في إدارة المشاريع وتعني إدارة الوقت التزام صاحب المشروع بتنظيم عمله في المشروع وممارسة نشاطاته اليومية بالشكل السليم وضمن إطار زمني محدد فالعشوائية تفسد النجاح.

تحديد أهداف المشروع: تشتت الذهن في أكثر من اتجاه لا يحقق أياً من تلك الاتجاهات والصحيح هو تحديد الغرض من المشروع أولاً كتحديد هدفه في جني الأرباح.

وضع خطة جيدة: يجب وضع خطة محكمة تبين طريقة إدارة المشروع بصرف النظر عن نوعه وتكون بتدوين أفكار المشروع ثم ترتيبها ترتيباً لنسيانها أو ضياعها ثم العودة إليها لاحقاً لتطبيقها أو تعديلها أو استبدالها بشكل سهل.

الإيجابية: الإحباط والكسل يحول دون الاستمرار بالمشروع لذلك يجب التمتع بالإيجابية والتحلّي بالصبر لضمان الاستمرار والسعي لإنجاح المشروع. اختيار فريق العمل يجب اختيار فريق عمل مميز بحيث يكون لكل منهم اختصاصات محدّدة في المشروع فمثلاً يختار المحاسب ليكون مسؤولاً عن الأعمال التجارية والمهندس ليكون مسؤولاً عن الأعمال الهندسية وعدد العاملين يرتبط بحجم المشروع حيث إنّ كبر حجم المشروع يعني زيادةً في عدد العاملين.

بأس المال: يجب أن يكون لديك إدارة مالية ناجحة ولا بدّ من رؤية واضحة لميزانيتك ووضع خطة محكمة آخذاً بعين الاعتبار الأصول التي لك والالتزامات التي عليك ووضع خطط بديلة لكل نشاط لتساعدك على المضي قدماً مهما كانت العوائق كثيرة ولتفادي الوقوع في الخسائر يجب وضع حد أدنى وأعلى لكل نشاط تود أن تقوم به من بدايته إلى نهايته للنجاح فيه أو على الأقل للخروج منه بأقل الخسائر الممكنة.

القدرات والخبرات: يفضل العمل في مجال الهواية أو الحرفة لأنك على دراية بالذي تمارسه ومستمتع فيه أكثر من أي عمل آخر وبالتالي يزيد ذلك من الأفكار الخلاقة والمبدعة التي من الممكن تطويرها مما يعطي فرصاً للتقدم أكبر لذلك يجب عليك استغلال القدرات والمواهب التي تمتلكها لإظهار الإبداع في مشروعك الصغير وعندما تكون حرفتك هي مشروعك سوف تستغني عن الأشخاص المحترفين في بدايات مشروعك والذين يعتبرون التزاماً عليك إذ تكون مضطراً لإعطائهم أجورهم ولينجح

GREENLAND

مشروعك كن أنت المسؤول عن كل شيء فيه واستعن بالأشخاص الآخرين في المسائل الفرعية وحاول تطوير مهاراتك أكثر فأكثر فالعمل بدون تطوير سيندثر. المكان والوقت: يجب أن يتوقّر لديك الوقت الكافي لمشروعك بحيث يكون اهتمامك الأول لتستطيع التخطيط له والبدء في إنشاء النشاطات الأساسية له مع الأخذ بعين الاعتبار المكان المناسب الذي تريد إنشاء مشروعك الصغير فيه ويجب أن يكون مدروساً بطريقة جيدة وذكية من جميع النواحي سواءً بالنسبة الزبائن أو المنافسين أو الشركاء ومكان تواجدهم.

التسويق: سواءً أكان مشروعك الخاص خدمة أو سلعة فلن يتم معرفته من قبل الزبائن من غير التسويق له وفي هذا العصر لم يعد التسويق لمشروعك الصغير أمراً صعباً بفضل أدوات التسويق الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والإنترنت وهناك أنواع كثيرة للتسويق منها التسويق التقليدي والتسويق الشبكي والتسويق الإلكتروني والأفضل التنوع بأساليب التسويق للوصول لأكبر عدد من الزبائن المحتملين وذلك سيزيد من شهرة مشروعك في عالم التجارة بشكل سريع.

التحلي بالصبر والتعاون مع الآخرين: لكي تكون صاحب مشروع ناجح يجب أن تتحلى بالصبر والمثابرة والعمل الجاد فالنجاح لا يأتي بيوم وليلة بل يستحق العناء ويجب الاعتقاد على التفكير بإيجابية والتفاؤل دائماً لتجنب العوائق والتعامل مع المشكلات بطريقة عقلانية وإيجاد الحلول المناسبة بدون أن تأثر سلباً على استمرارية العمل ولتبدأ مشروعك الصغير الناجح تحتاج للأشخاص القادرين على مساعدتك في مشروعك مثل المستشارين وبعد ذلك الزبائن فالمنافسين لأن العلاقات أمر في غاية الأهمية لأنها سوف تؤثر على مشروعك بطريقة أو بأخرى.

التميز: أن تكون مختلفاً عن المنافسين سيكون لك مكانتك الخاصة في نظر الزبائن وخدماتك ومنتجاتك ستتحسن وبالتالي مبيعاتك ستزيد بشكل أكيد فالتميز أمر ضروري لنجاح مشروعك وسيحسن من سمعة مشروعك وينشره بطريقة أسرع والتميز لا يقتصر على نوعية خدمتك أو منتجاتك بل يشمل طريقة التسويق والعرض والمكان الذي اخترته كموقع أساسي لمشروعك والأسم الذي تطلقه على مشروعك فلا يوجد حدود للتفكير بشكل مميز فاطلق العنان لإبداعاتك.

GREENLAND

6. أهمية تأسيس مشروع ناجح

الفرق بين الموظف وصاحب المشروع هو أن الموظف يعمل لصالح المال أما صاحب المشروع فالمال يعمل لصالحه والمشروع الصغير ما هو إلا فكرة بسيطة تم تطويرها من جميع النواحي فأصبحت مشروعاً ناجحاً ومربحاً فمشروعك الصغير يوفر لك على المدى البعيد دخلاً ثابتاً وموثوقاً ومستمراً ويزيد ثقتك وتقديرك لنفسك إذ تتخلى عن الوظيفة التي كنت تعمل فيها تحت إمرة مدير فمشروعك الصغير في النهاية سيقودك إلى الحرية المالية ويمكنك بعد ذلك فتح مشاريع أخرى مشابهة وبالتالي تتوسع وتزيد من إنتاجيتك أما في وظيفتك فلا يمكنك سوى أن تترفع منصباً أو أكثر ولكن يستحيل أن تصبح صاحب أعمال وأنت تعيش بعقلية الموظف. كما لا يمكنك فتح مشروع إلا إذا توافرت لديك عوامل لنجاح المشروع والتي سنذكرها في هذا المقال.

إن قرار إنشاء مشروع جديد يتطلب الكثير من التخطيط والتحضير لبناء قاعدة متينة تضمن نجاح المشروع. قبل الشروع في بدء العمل من المهم أن نعرف الغرض الأساسي الذي يدفعنا للتفكير في إنشاء مشروع. قد يبدو سؤالاً غريباً ولكنه ليس كذلك لأن الغاية من المشروع هي التي ستحدد لنا الطريقة التي سنتبعها في الإعداد لتشغيل المشروع الجديد. لذا عليك معرفة الغاية التي تصبو إليها من خلال هذه التجربة. هذه بعض الأسباب المعروفة التي تدفع الناس بشكل عام للخوض في مجال إدارة المشاريع:

❖ التوظيف الذاتي - خلق وظائف لك ولأفراد عائلتك

إذا كان هدفك من بدء المشروع هو خلق وظيفة لنفسك أو لأفراد الأسرة، فإنك لن تحتاج للكثير من الإجراءات الرسمية. يعتبر المشروع الذي تديره بنفسك ناجحاً إن استطاع تحقيق الهدف منه وهو توفير دخل كفيل بتوفير العيش الكريم لك ولأسرتك. رغم صغر هذه المنشآت إلا أنها تحتاج لإدارة محكمة. عليك أن تأخذ الإدارة المالية على محمل الجد لمعرفة ما إذا كان المشروع فعلاً مربحاً أم لا. إن إعداد السجلات المحاسبية بانتظام سيمكنك من معرفة ما يجري في العمل وبالتالي اتخاذ قرارات صائبة تضمن لك استمرارية العمل. ليس من السهل تمويل هذه المشاريع لأنها غير قادرة على جني أرباح كافية. البنوك تكون هي الأخرى في غاية الحذر حيث تضع شروطاً يصعب تلبية كخطة العمل مثلاً والسجلات المالية وذلك لمعرفة ما إذا كان

GREENLAND

لدى المشروع ما يكفي من التدفق النقدي ليسدد القرض. إن الشائع في هذا النوع من المشاريع هو أن أصحابها يدفعون التكاليف الخاصة ببدء العمل من جيبهم الخاص أو من استثمارات المُقربين. بالتالي، إن كانت لديك النية في طلب قرض أو استثمار خارجي فعليك الاستعداد مسبقا وذلك بتهيئة البنية القانونية والمحاسبية للمشروع وتبني ممارسات إدارية جيدة. انظر إلى فقرة (إدارة مشروعك) للحصول على مزيد من المعلومات.

❖ جني الأرباح لصالح المستثمرين

نجد هذا السبب وراء خلق أغلب المشاريع الجادة. وهي تتطلب هيكلة محكمة قانونيا وذلك بإضفاء الطابع الرسمي عليها وإيجاد مساهمين لديهم موارد كافية لاستثمارها أثناء مراحل الإنشاء والنمو. يتم إعداد السجلات والتقارير المالية بشكل رسمي من قِبل محاسبين مؤهلين. ويتم إطلاع المساهمين على هذه التقارير والسجلات بانتظام. المشاريع الكبيرة تحتاج لفريق عمل يديرها بمهارة ومهنية عاليتين ولديه القدرة على قيادتها وتنميتها لتحقيق إيرادات تفوق توقعات مالكي الأسهم. إن مستوى الاستثمار، والإدارة والعمليات في هذا النوع من المشاريع يتطلب إطار عمل فعال لكل منها. وأن يتم تصميمها بشكل يحقق أقصى العائدات لصالح المستثمرين.

7. كيف تبدأ مشروعك؟

يمكنك الشروع في أي نشاط تجاري بشكل غير رسمي في أي وقت عندما تكون لديك فكرة جيدة، وزبائن مستعدين لشراء منتجاتك أو خدماتك، ورأس المال كاف لشراء مستلزمات العمل كالمواد الأولية والمعدات أو المخزون. يمكن للمشاريع غير الرسمية أن تكون مربحة وناجحة. حيث أن جزءا كبيرا من الاقتصاد المصري يتألف من المشاريع غير الرسمية. تدر هذه المشاريع دخلا لأصحابها، وتخلق فرص عمل وتقدم دعما كبيرا للأسر. سنعرض هنا قصص بعض أصحاب المشاريع لتمكنك من التعرف عن كثب على تجارب حقيقية في إدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة. لنلق نظرة على تجربة سهير في بداية مشروعها.

فكرة المشروع: مصورة فوتوغرافية

GREENLAND

مالك ومدير المشروع: سهير تبلغ من العمر 45 عاماً، متزوجة ولديها أربعة أطفال المشروع: خدمات الفيديو والتصوير الفوتوغرافي لحفلات الزفاف والمناسبات.
من أين أتت فكرة المشروع؟ بدأت سهير العمل كمصورة في الاستوديو الذي يملكه ويديره زوجها بعد أن تزايد طلب العائلات المحافظة في مصر على مصورين إناث. و لتتمكن من تقديم خدمات تصوير عالية الجودة، تعلمت من زوجها كيف تستخدم آلات التصوير بطريقة مهنية. بعدها، وفي وقت لاحق، تعلمت تدريجياً من أبنائها كيفية تعديل الصور والفيديوهات على الأنظمة المتخصصة في مجال التصوير على أجهزة الحاسوب. الفكرة الجديدة للمشروع - طلب كبير من طرف الزبائن وسوق واضح: كان هناك طلب كبير على المصورين الإناث للقيام بالتصوير في حفلات الزفاف والمناسبات الخاصة بالنساء. و كان زوجها يعرف السوق جيداً.

نجاح فكرة المشروع - تبدأ من الخبرة والمعرفة الجديدة بحثثات تشغيل المشروع: كان زوج سهير ملماً بالمشروع وبتقنيات التصوير الفوتوغرافي. في بداية مشوارها، استطاعت سهير أن تتعلم مهارات قيمة وتكتسب الخبرة في إدارة الأعمال. كما أنها سعت لتوسيع دائرة معرفتها لتشمل تقنيات تعديل الصور على الحاسوب.

كان تسجيل عمل سهير سهلاً للغاية، ومسكها للدفاتر يمكنها من متابعة مشروعها ووضع الخطط المستقبلية الملائمة. قامت سهير بتسجيل مشروعها وحصلت على كافة التراخيص اللازمة من غرفة الصناعة والجهات المعنية. والان تسدد الضرائب بشكل منتظم مع مستحقات الضمان الاجتماعي للعاملين. حيث كانت إجراءات تسجيل المشروع كانت خالية من التعقيد. كما أن المهارات المحاسبية لفريق عمل المشروع أهلتهم لتدبير شؤون المشروع بكل سلاسة.

➤ تواجه المشاريع المنتدئة العديد من التحديات

- الحصول على العدد الكافي من العملاء لتحقيق الربح، يعد أكبر تحد تواجهه المنشآت الحديثة.
- بعض المشاريع الحديثة تواجه عقبات ثقافية كتلك التي واجهتها سهير عندما بدأت العمل في مشروعها.
- الإدارة المالية، والتسويق، والتنسيق، والقوانين، والضرائب والتكنولوجيا هي كذلك تحديات غالباً ما تواجه رائدي الأعمال الجدد.

➤ هل فكرة المشروع جيدة؟

كثير من الناس لديهم فكرة لمشروع ويبادرون إلى بدء النشاط التجاري دون القيام بما يكفي من التفكير والتحليل. لتفادي الوقوع في مشاكل غير متوقعة وخطيرة، علينا أن نتساءل أولاً ما إذا كانت فكرة العمل هذه جيدة فعلاً أم لا؟ هذه القائمة سوف تساعدك على تحليل مدى نجاح الفكرة:

✓ السوق أولاً - هل لديك إمكانية الحصول على ما يكفي من الزبائن؟

- هل أنت على معرفة جيدة بالسوق والزبائن؟
- أيمكنك الحصول على ما يكفي من الزبائن أم أن هناك الكثير من الآخرين يقومون بنفس النشاط؟

✓ الإدارة - هل لديك المهارات والخبرة؟

- هل لديك المهارات، والخبرة، وأشخاص يمكنهم مساعدتك، والقدرة على إدارة المشروع بحنكة؟
- إذا أجبت بلا، هل المشروع قادر على تحمل المصاريف المتعلقة بتوظيف شخص يمكنه القيام بهذا العمل؟

✓ هل النشاط مربح - أيمكنك كسب الربح؟

- للإجابة على هذا السؤال يجب أن تكون ملماً بتكاليف نشاطك وحيثيات السوق.
- كم هي المبيعات التي يجب تحقيقها كل شهر ليكون مشروعك مربحاً؟

✓ هل المشروع مستدام- هل تستطيع تحقيق نقطة التعادل؟

- هل لديك ما يكفي من المال لتغطية جميع تكاليف بدء تشغيل مشروعك مع الخسائر لتصل إلى نقطة التعادل وتبدأ في تحقيق الأرباح؟

GREENLAND

- يفشل معظم الناس في مجال الأعمال لأن عملية البيع بطيئة جدا مما يستغرق وقتا طويلا قبل الوصول إلى نقطة التعادل.
- ✓ هل لديك نموذج عمل - هل تستطيع شرحه؟
 - ما نعينه بنموذج العمل هو الطريقة المتبعة لتحقيق الأرباح، وتشمل التسويق، والمقتنيات، وخطط
 - البيع، والإدارة والخطط المالية لترشيد النفقات وزيادة الأرباح. النموذج يجب أن يكون واضحا وبإمكانك شرحه بسهولة.
- ✓ هل وضعت خطة - هل تستطيع تنفيذها؟
 - هل لديك خطة عمل مفصلة تشمل الخطوات اللازمة لتنفيذ الخطة بما فيها الخطوات اليومية والأسبوعية والشهرية؟
- ✓ هل لديك دراية بالتشريعات والقوانين المتعلقة بالمشاريع؟
 - يخضع كل مشروع لمجموعة من القوانين والتشريعات. يجب فهمها ومعرفة ما إذا كان المشروع قادرا على تنفيذها.
- هناك العديد من الطرق لتقييم فكرة المشروع، ولكن إذا لم تتمكن من الإجابة على الأسئلة السابقة، فمن الأفضل إعادة التفكير في الأمر وبذل المزيد من الجهود.

8. خطوات بدء المشروع

هذه خطوات بسيطة يمكنك أن تتبعها عندما تفكر في بدء مشروعك الخاص
قم بما عليك فعله قبل البدء

- حدد رؤية المشروع وجهز خطة للعمل
- أجر دراسات - دراسة جدوى، دراسة سوق
- خطة العمل - ضع أهدافا واضحة وحدد حاجياتك
- كن مستعدا لأسوأ الحالات
- عندما تضع الموازنة توقع أسوأ السيناريوهات لكي لا ينفذ المال
- الذي بحوزتك - من أين ستأتي هذه الأموال؟
- عليك أن تعرف ما الذي ستبيعه لتحقيق الأرباح - هنا سر نجاح المشروع

ركز على التسويق وعلى الزبائن

- لا يوجد مشروع بدون زبائن - خصص وقتا للقيام بالترويج والتسويق لمنتجاتك
- عليك العمل على إرضاء الزبائن ليستمروا في التعامل معك

خذ الوقت الكافي لإدارة مشروعك

- دبر شؤون مشروعك وإن لزم الأمر، اطلب المساعدة من متخصصين.
- عليك أن تفهم جيدا التدفق المالي لمشروعك: اليومي، الشهري والسنوي.
- سجل كل شيء واحتفظ بالسجلات والوثائق كدليل على قيمة المشروع.

بدء المشروع ليس أمراً هيناً

يتطلب بدء المشروع الكثير من الجهود والتخطيط للوصول إلى نتيجة مرضية . ستواجه صعوبات وتحديات عديدة ولكن بالعمل الجاد والمثابرة سوف تجني ثمار النجاح.

9. مقومات نجاح المشروعات الصغيرة

مريح من شهر إلى شهر، من سنة لسنة

المشروع الناجح هو المشروع القادر على بيع المنتجات والخدمات للزبائن بقيمة تفوق تكلفة الإنتاج مما يضمن ربحية المشروع يوماً بعد يوم وشهراً بعد شهر.

طلب السوق وخدمة الزبائن

تنجح المشاريع عندما يكون هناك إقبال على منتجاتها وخدماتها. ويمكن لهذا النجاح أن يستمر فقط إذا كان الزبائن راضين عن جودة المنتجات والخدمات التي يتلقونها. أما إذا كان مستوى الخدمة ضعيفاً فالزبون سيذهب ببساطة إلى مكان آخر، أو إلى أحد المنافسين، لشراء المنتج أو الخدمة. مع مرور الوقت هذا سوف يدمر المشروع مما قد يؤدي به للفشل والإغلاق.

إدارة جيدة

مع مرور الوقت تستمر المشاريع في جني الأرباح للشركاء، وقد يساهم هذا في جذب مساهمين آخرين يرغبون في شراء الأعمال. أما إذا كان مستوى الإدارة ضعيفاً، فإن المشروع قد يفقد الزبائن وتراجع أرباحه وربما يتعرض للإغلاق. كل مرحلة من

GREENLAND

مراحل نمو الأعمال تأتي بتحديات خاصة بها، كريادي أعمال يجب أن تكون واعياً بهذه التحديات وكيفية اجتيازها.

قادرة على التنافس

تواجه المشاريع المنافسة، وهي الشركات الأخرى التي تقدم منتجات أو خدمات مشابهة أو بديلة. لضمان الربحية وبالتالي الاستدامة، يتوجب التركيز على إرضاء الزبائن على مستوى السعر، وجودة المنتج أو الخدمة المقدمة وخدمة الزبائن.

الترويج والسع

إن المشاريع التي تركز على الترويج والبحث عن طرق جديدة لتلبية احتياجات الزبائن تكون أكثر نجاحاً وتستمر في النمو بشكل جيد، هذا الرسم التوضيحي يلخص ما هو المشروع الجيد

أساسيات الإدارة

هل أنت مدير؟ - لدى المدراء الكثير من المسؤوليات. كيف تقضي وقتك؟ قد تكون: مشرفاً أو مديراً أو ريادياً للمشروع يهتم المدير بجميع جوانب المشروع. لذا يجب عليك أن تعرف ما يحدث في جميع الأقسام من المبيعات مروراً بالتسويق والحسابات. إذا كنت تحتفظ بسجلات جيدة، فيمكنك الحصول على الكثير من المعلومات شهرياً. هذه المعلومات ليست فقط للمحاسبة والضرائب ولكن يمكن أن تساعدك على اتخاذ القرارات الصحيحة. وهكذا فإن المدير الجيد ينشط في جميع المجالات لتحسين النتائج - المبيعات والأرباح. والجدول التالي يوضح مجالات الإدارة التي تتطلب تدخل المدير بانتظام:



GREENLAND

الإشراف	الإدارة	القيادة
عندما تعطي تعليمات للموظفين وتؤكد أنهم قاموا بمهامهم	مراقبة النتائج، وضع الأنظمة والمقاييس	أن تكون القدوة، أن تتحدث عن رؤية المشروع، أن تحفز العاملين
<p>الإدارة مسؤوليات المدراء الممتازون يعملون كل يوم لإدارة مشروعاتهم في بعض الأحيان يقومون بالإشراف، وأحيانا بالإدارة وأحيانا بالقيادة. كل يوم هناك أشياء يمكنك القيام به لتحسين الأعمال</p>		
<p>إدارة العمليات</p> <ul style="list-style-type: none"> هل يعمل المشروع بشكل صحيح؟ هل سبق لك وضع معايير واضحة للموظفين؟ الأنظمة، ساعات العمل، النظافة والإجراءات اليومية؟ هل تراقب المبيعات الخاصة بك والنتائج يوميا أو أسبوعيا أو شهريا؟ هل تسجل المبيعات والمشتريات واللوازم وتقوم بالجرد؟ هل تراقب العمليات النقدية والتعاملات البنكية 	<p>تسويق المشاريع</p> <ul style="list-style-type: none"> هل الزبائن راضون؟ هل يوجد معلومات للتسويق؟ المنشورات، الموقع الإلكتروني، اللافتات هل يمكنك تحسين المنتجات والخدمات (اسأل الزبائن)! كيف يمكنك تحقيق المزيد من المبيعات عن طريق الترويج، والمنتجات، المكان أو التوزيع والتغليف؟ ماذا تعرف عن المنافسة؟ هل لدى زبائنك احتياجات أخرى؟ 	<p>قيادة الأعمال</p> <ul style="list-style-type: none"> هل أنت قائد جيد؟ هل تتحدث عن الرؤية والأهداف لجميع الموظفين؟ هل أنت قدوة جيدة من حيث التصرفات؟ هل تقوم بتدريب وتحفيز الموظفين؟ هل تقوم بتكريم ومكافأة الموظفين الذين يعملون بجد؟ هل تقوم بالتسويق لعملك للعاملين في نفس القطاع -جمعيات وغرف التجارة والمعارض؟

خامساً: تَنْظِيمُ الْمَشْرُوعَاتِ الصَّغِيرَةِ

لكي يقوم رائد الأعمال بتنظيم المشروع الخاص به يجب عليه الدراية والالمام بالكثير من الأمور والمعلومات المتعلقة بتنظيم وإدارة المشروعات حتي يكتب لها النجاح من هذه الدراسة المعلومات ما يلي:

معلوماتٌ حَوْلَ السوق

❖ السوق

إنَّ السَّوقَ بالنِّسبةِ لمؤَسَّسَةٍ معيَّنةٍ هي جميع الأشخاص الموجودين ضمن منطقةٍ جغرافيَّةٍ معيَّنة المحتاجين إلى سلعةٍ أو خدمةٍ ما والراغبين في شرائها والقادرين على ذلك وتبيع كلَّ مؤَسَّسَةٍ نوعاً معيَّناً من السِّلَعِ أو الخدمات إلى النَّاسِ يُمْكِنُ وَصْفُ الزَّبَائِنِ المحتمَلين بأنَّهم:

- أشخاصٌ محتاجون إلى منتجٍ أو خدمةٍ أو راغبين فيها.
- أشخاصٌ قادرون على شراء المنتج أو الخدمة.
- أشخاصٌ مستعدّون لشراء المنتج أو الخدمة.

ولكن ينبغي أخذ المنافسة بعين الاعتبار فإذا كان المنافسون يخدمون سوقاً واحدةً ينبغي التَّحَقُّقُ ما إذا كانت السَّوقُ واسعةً بما فيه الكفاية لاستيعاب مؤَسَّسَةٍ أخرى كما ينبغي تحديد وجه الاختلاف بين السِّلعةِ أو الخدمة التي تقدِّمها المؤَسَّسَةُ وتلك التي تقدِّمها المؤَسَّسات المنافسة.

❖ الزَّبَائِنُ المحتمَلين

- الزَّبَائِنُ : يُمْكِنُ تجزئة السَّوقِ بتقسيمها إلى مجموعاتٍ من المشترين أو تقسيمها بناءً على خصائص محدَّدة مثل العمر والجنس والوَضْعُ العائلي والعمل والدخل والتوجَّهات بالنِّسبة لأيٍّ من هذه الميَّزات.
- ما يريده الزَّبَائِنُ : يَسْهَلُ على أصحاب المشروعات عند قيامهم بتقسيم التَّسويق ضمن مجموعاتٍ تحديد أيٍّ من السِّلَعِ أو الخدمات تحتاجها كلُّ مجموعةٍ أو ترغب فيها.
- من أين يشتري الزَّبَائِنُ : يتعيَّن على أصحاب المشروعات أن يعرفوا من أين يشتري الزَّبَائِنُ حالياً وأنَّ يحدِّدوا العوامل الكفيلة بدفعهم إلى الانتقال إلى المؤَسَّسَةِ الجديدة للشراء منها.

GREENLAND

- متى يشتري الزبائن : عندما يعرف أصحاب المشروعات متى يقدم الزبائن على الشراء سواء كان ذلك يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً أو موسمياً أو سنوياً سيتمكنون من تحديد بعض الأمور مثل ساعات العمل الممكنة وتوقيت عرض الإعلانات وكمية السلع التي ينبغي توفرها في أوقات معينة من السنة.
 - كيف يشتري الزبائن : عندما يعرف صاحب المؤسسة كيفية تسديد الزبائن لأثمان المنتجات والخدمات يصبح قادراً على تحديد سياستي البيع الآجل والتسعير التي سيعتمدها في مؤسسته.
- يمكن الحصول على معلومات عن الزبائن عند جمعيات حماية المستهلك (أي المنشورات الصادرة عنها (والغرف التجارية والوكالات الحكومية) بما فيها الإدارة المحلية (وفي الصحف والمجلات ومن الأبحاث الفردية عبر إجراء مسح للسوق ضمن المجتمع المحلي).

❖ مفهوم التسويق

- تتمثل الحاجة الأساسية لأصحاب المشاريع الصغيرة بإدراك ماهية برامج تسويق منتجاتهم وخدماتهم وتطويرها وتقوم برامج التسويق الحديثة على " مفهوم التسويق " ووضعه موضع التنفيذ إذ إنه يوجه أصحاب المشاريع إلى تركيز جهودهم على تحديد حاجات الزبائن وتلبيتها ومتابعتها بطريقة مربحة.
- يستند التسويق إلى الحقائق الآتية:
- ينبغي أن تهدف سياسات المشاريع ونشاطاتها كافة إلى تلبية حاجات الزبائن.
 - يمثل تحقيق حجم مبيعات مربح هدفاً أولياً.
- عند وضع مفهوم التسويق موضع التنفيذ يتعين على المشروع الصغير ما يلي:
- تحديد حاجات زبائنه (من خلال إجراء دراسة للسوق)
 - تحليل ميزاته التنافسية (أي استراتيجية التسويق)
 - اختيار الأسواق المحددة التي سيعمل على خدمتها (التسويق الهادف)
 - تحديد كيفية تلبية تلك الحاجات (المزيج التسويقي)

❖ دراسة السوق

GREENLAND

من شأن اتباع برنامج صغير لدراسة السوق بناءً على قائمة أسئلة يجب عنها الزبائن الحاليون و/أو المستقبليون أن يكشف عن مشاكل وعدم رضى يمكن معالجتهما بسهولة أو منتجات أو خدمات جديدة يمكن توفيرها بشكل ناجح. ويتعين على دراسة السوق أن تحدد كذلك التوجهات التي قد تؤثر على مستويات المبيعات والربحية كما ينبغي مراقبة التغيرات السكانية والتطورات القانونية والوضع الاقتصادي المحلي من أجل تحديد المشاكل والفرص مبكراً ويجدر كذلك مراقبة نشاطات المشاريع المنافسة إذ إن السوق تشهد دوماً دخول المنافسين أو خروجهم فمن المفيد مثلاً معرفة استراتيجيات المنافسين.

❖ استراتيجيات التسويق

تتضمن استراتيجيات التسويق تحديد مجموعات الزبائن (الأسواق المستهدفة) التي يمكن أن تخدمها المشاريع الصغيرة بشكل أفضل مما يخدمها منافسوها الكبار كما تتضمن تصميم عروض المنتجات والأسعار والتوزيع والجهود الترويجية والخدمة بشكل يتناسب مع ذلك الجزء من السوق بالتحديد (أي إدارة المزيج التسويقي) وتعالج هذه الاستراتيجيات بشكل مثالي حاجات الزبائن التي لا تليها السوق حالياً والتي تمثل حجماً محتملاً وربحية مناسبة لا يمكن أن يلبي مشروع صغير حاجات الناس كافة لذلك يجب تحليل السوق التي يعمل ضمنها ومستوى قدراتها بغية التركيز على السوق المستهدفة.

➤ التسويق الهادف

يملك أصحاب المشاريع الصغيرة موارد محدودة لإنفاقها على نشاطات التسويق ويشكل تركيز جهودهم التسويقية على جزء أو جزئين رئيسيين من السوق أساس التسويق الهادف. تشمل الوسائل الرئيسية لتجزئة السوق ما يلي:

- التجزئة الجغرافية: وهي تقضي بتلبية حاجات الزبائن في منطقة جغرافية معينة مثلاً يمكن أن يكتفي أحد المحلات في حي معين بإرسال إعلانات إلى الأشخاص الذين يسكنون على بعد كيلومتر ونصف الكيلومتر أو أقل من المتجر.

GREENLAND

- التجزئة حسب الزبائن: وهي تقضي بتحديد مجموعات الأشخاص الأكثر قابليةً لشراء المنتج قبل محاولة اجتذاب زبائن جدد ويجدر التذكّر أنّ المحافظة على الزبائن الحاليين أسهل وأقلّ تكلفةً من محاولة اجتذاب زبائن جدد.
- المزيج التسويقي (4P's)
- يستخدم المزيج التسويقي لوصف كيفية قيام الريّاديين الجمع بين المجالات الأربعة الآتية في برنامج تسويقٍ شاملٍ.
- المنتجات (Product) والخدمات: يمكن أن تشمل الاستراتيجيات الفعّالة التي تعتمد على المشاريع الصغيرة التركيز على مجموعة ضيقة من السلع وتطوير منتج أو خدمة في غاية التخصص أو تأمين مجموعة من السلع والخدمات تتضمن مدى استثنائياً من الخدمات.
- الترويج (Promotion) ويتضمن الإعلانات وفنّ البيع فضلاً عن نشاطات ترويجية أخرى إنّ فنّ البيع الجيد هو عاملٌ أساسيٌّ في المشاريع الصغيرة بشكلٍ عامٍ بسبب قدرتها المحدودة على تنظيم حملاتٍ إعلانيةٍ واسعة.
- المكان / التوزيع (Place / distribution) يتعيّن على المصنّع والبائع بالجملة أن يقرّراً كيفية توزيع منتجاتهما إذ إنّ العمل من خلال الموزعين المعتمدين أو وكلاء المصنّعين أكثر قابليةً للتنفيذ بالنسبة لصغار المصنّعين ويتعيّن على تجّار التجزئة دراسة التكلفة وحركة المرور كونهما عاملين أساسيين عند اختيار موقع العمل وبمعنى آخر يستلزم الموقع ذو التكلفة المتدنية وحركة المرور الخفيفة إنفاقاً أكبر على الإعلانات.
- السعر (Price) يشكّل تحديد مستوى الأسعار/أو سياسات التسعير (بما في ذلك سياسات البيع الآجل) العامل الأساسي المؤثر في العائد الإجمالي ويقترن ارتفاع الأسعار بشكلٍ عامٍ بتوفّر كمياتٍ أقل والعكس بالعكس غير أنّ المشاريع الصغيرة يمكنها في أغلب الأحيان المطالبة بأسعارٍ أعلى بسبب الخدمات الشخصية التي تستطيع تقديمها.
- و تمّ حالياً إضافة عنصرين آخرين هما: الناس People والتغليف والتعبئة Packaging.

❖ العوامل المؤثرة على السوق الاستهلاكية

إنَّ السَّوقَ الاستهلاكيَّةَ تشهدُ تغيُّراً دائماً وقد ساهم عددٌ من العوامل الآتية في التَّغْيِيرِ الاستهلاكيِّ في السنوات القليلة الماضية:

- التَّغْيِيرَاتُ السَّكَّانِيَّةُ مثل التَّحَوُّلِ في توزيع الدَّخْلِ على شرائح الفئات العمريَّة بما في ذلك زيادة القدرة الشِّرَائِيَّةِ الإجماليَّةِ والمبلغ المخصَّص للكماليَّات.
- التَّغْيِيرَاتُ في نمط العيش والمواقف.
- زيادة النِّسْبَةِ النِّسَائِيَّةِ بين القوى العاملة.
- زيادة الأوقات التَّرفيهِية.
- ازدياد الشِّرَاءِ عن طريقِ البيع الآجل.
- زيادة عددِ العاملين في الوظائف الإداريَّةِ والعَمَّالِ الماهرين.
- ارتفاع مستوى التعليم عند السَّكَّانِ بشكلٍ عامٍّ.
- ارتفاع نسبة التَّضَخُّمِ.
- تغيُّرات التكنولوجيا مثل انتشار الهواتف المحمولة الإنترنت.

يَتَعَيَّنُ على أصحابِ المشاريع رصد التغيرات التي تطرأ على التصرّفات الاستهلاكية فقد يكون عليهم تعديل سياساتهم وإجراءاتهم التَّسْويقيَّةِ أو تحسينها ويشكّل توقُّع التغيرات التي قد تحدث في السَّوقَ مهمَّةً ضروريَّةً إلا أنَّها صعبةٌ لذلك ينبغي جمع المعلومات حول السَّوقَ وتحليلها باستمرار أو على الأقل رصد ما يحدث في السَّوق. مثال علي ذلك أثناء سيرك بالسيارة أو بمركبات النقل العام أو المترو راقب اللافتات ولوحات الإعلانات.....إنَّها مؤشِّرٌ لما يحدث في السَّوق.

❖ تحليل المنافسة

ينبغي تَوَقُّعُ مواجهةِ المنافسةِ عند البَدْءِ في مشروعك الجديد إلا أنَّ المنافسةَ الشَّديدةَ تقترن عادةً بمخاطرٍ غيرِ ضروريَّةٍ فإذا كان التنافس محتدماً من الأفضل أن يختار الرِّيَادي نوعاً مختلفاً من المشروعات لذا على المرء أن يعرف منافسيه تماماً كما يعرف زبائنه فيأتي كَسْبُهُ للمكافآت نتيجة تفوّقه على منافسيه وتتمثّل الطَّريقة الفضلى للقيام بذلك في معرفة مَنْ هم المنافسون وكيف يعملون ولسوء الحظ غالباً ما لا يزجِج الرِّيَاديون أنفسهم في اكتشاف المزيد عن منافسيهم إلا بعد فوات الأوان. لذا يَتَعَيَّنُ على الرِّيَاديِّين اتِّباع الخطوات الآتية بهدفِ التَّعرُّفِ على منافسيهم:

GREENLAND

أولاً: حَدِّد منافسك

- المنافسون المباشرون : ضع لائحةً بأسماء كلِّ منهم وعنوانه ونوع عمله.
- المنافسون غير المباشرين : ضع لائحةً بالأسماء والعناوين ونوع العمل الذي تمارسه كلُّ الشركات الموقَّرة للمنتجات/أو الخدمات التي يمكن أن تشكِّل بديلاً لتلك التي يقدمها مشروعك بالرَّغم من أنَّها لا تشبهها تماماً.

ثانياً: تحليل المشاريع التي نشأت مؤخراً وتلك التي فشلت

- صَغْ لائحةً بالمشاريع المنافسة التي بدأت عملها في السنتين الماضيتين.
- صَغْ لائحةً بالمشاريع المنافسة التي توقَّفت عن العمل في السنتين الماضيتين.
- حلِّل الأسبابَ الممكنةَ لفشل بعض المشاريع في السنتين الماضيتين وما العامل أو مجموعة العوامل التي تفسِّر تفاؤل المشاريع الجديدة التي حقَّقت نجاحاً وما هي العوامل التي تميَّزت بها المشاريع التي واجهت فشلاً؟

ثالثاً: تحليل المشاريع القائمة

- قَدِّر حجم المبيعات ودورة رأس المال عند كلِّ منافسك.
- صَنِّف منافسك وفق الأسعار ونوعية المنتج أو الخدمة والمنشآت والإعلانات والترويج والمبيعات.
- ✓ ما الأسعار التي يطلبونها؟ وما هي نوعية بضاعتهم؟ وإلى أيِّ مدى يقومون بالإعلانات؟
- ✓ ما هي الخدمات الإضافية التي يقدمونها؟ هل شروط البيع لديهم مرنة؟ وهل بدل إيجارهم مرتفع أو معتدل أو منخفض؟
- ✓ هل عمليات الإنتاج والتجهيزات لديهم حديثة؟ هل يحظى موظفونهم بتدريب جيِّد؟ وهل يحصلون على أجر ملائم؟
- حدِّد فيما إذا كانت هناك علاقةً ما تربط بين الشركات التي تحقِّق مبيعاتٍ مرتفعةً وأساليب التشغيل التي تعتمدوها؟ أيُّ هل تتميز تلك الشركات بالأسعار عينها أو بنفس أساليب البيع و/أو الإنتاج؟ يمكن التوصل إلى معلوماتٍ قيِّمةٍ في هذا الشأن من خلال إجراء تحليلٍ دقيقٍ لأساليب التشغيل على أساس مبيعات الشركة.



GREENLAND

رابعاً: قارن عمليّات المشروع الصّغير المقترحة مع المشروعات المنافسة له

- حدّد إيجابيّات منتجك أو خدماتك من حيث الأسعار والأداء والنوعية والاستمراريّة والوضوح بالنسبة لتلك المنافسة لها.
- كنّ قادراً على شرح الأسباب التي تجعل أسلوبك في تشغيل مشروعك أكثر نجاحاً من أساليب منافسيك.
- إذا كنت تنوي العمل بطريقةٍ مماثلةٍ للمشاريع الأخرى ينبغي أن تكون قادراً على تحديد سبب ذلك:
- ✓ إمّا أن تكون السّوق واسعةً بشكلٍ كافٍ لاستيعاب مشروعك والشركات الأخرى بشكلٍ مربح.
- ✓ وإمّا أن تكون السّوق غير قادرةٍ على تحمّل المنافسين كافّةً إلا أنّ مشروعك سيكون أكثر كفاءةً وأكثر فعاليّةً.
- إذا كنت تنوي تشغيل المشروع الصّغير/المنشأة بطريقةٍ تختلف كليّاً عن طريقة منافسيك عليك أن تكون قادراً على شرح سبب عدم لجوء أشخاص آخرين إلى هذا الأسلوب ألم تدرك أنّ المشاريع الأخرى توفّر هذه الفرصة؟ أو هل أنّها تدرك ما تجهله أنت؟

خامساً: إجراء مَسْحٍ للسّوق

- قد يكون لديك منتجٌ أو خدمةٌ ممتازةٌ تقدّمها للناس إلا أنّ أحد مفاتيح النجاح أو الفشل تكمن في تحديد ما إذا كان عدد الرّبائين الراغبين في شراء منتجك أو خدمتك بشكلٍ منتظمٍ كافياً فينبغي أن يعطيك سعر المنتج أو الخدمة هامش ربح ملائماً يسمح لك بأن تضمن استمراريّتك وأن تمضي في تطوير مشروعك. قبل أن تعمد إلى استثمار مواردك في مشروعٍ معيّنٍ عليك أن تتأكّد من وجود سوقٍ كبيرةٍ بالقدر الكافي لم تتمّ تلبية حاجاتها بعد ويتعيّن عليك الإجابة عن الأسئلة الآتية لتحديد ما يقوم به منافسوك في المجال الذي تنوي العمل فيه.
- هل تنمو السّوق بوتيرةٍ تسمح بدخول مشروعٍ جديدٍ إليها؟
 - كيف يمكنك اجتذاب الأعمال من منافسيك في سوقٍ تواجه تراجعاً؟
 - بم تختلف منتجك أو خدماتك عن تلك التي تقدّمها منافسوك؟
 - هل حدّدت شريحة السّوق التي تحتاج إلى المنتجات أو الخدمات؟

❖ خطوات مَسْحِ السّوق

تتضمّن عمليّة مَسْحِ السّوق الخطوات الآتية:

١ - تحديد أهداف مَسْحِ السّوق وما هي المعلومات المطلوبة.

٢ - وضع تفاصيل مَسْحِ السّوق مثل:

✓ مصادر المعلومات

✓ الوقت والتكلفة اللّازمين لإجراء الدراسة

✓ المنهجية الواجب اتباعها لجمع المعلومات

✓ إعداد خطة تنفيذيّة.

٣ - اختيار العيّّنات واتخاذ قرار بشأن الاتصالات والزّيارات التي ينبغي القيام بها.

٤ - إعداد استمارات استبيان وتنظيم مقابلات من أجل المَسْحِ.

٥ - جمع المعطيات وتحليلها.

٦ - إعداد تقرير بشأن النتائج.

❖ ملاحظات مفيدة بشأن إجراء مَسْحِ للسوق

يمكن أن تساعد الملاحظات الآتية الرّياديّين على إجراء مَسْحِ للسّوق بشكلٍ فعّالٍ ومننظمٍ.

- قد يكون الانحياز الشّخصيّ عاملاً سلبياً عند جمع المعلومات من مختلف أنواع الأشخاص.
- كن صبوراً ومثابراً عند جمعك المعلومات للمَسْحِ.
- لا تعطِ المعلومات إلى الآخرين.
- دوّن المعلومات فوراً بعد زيارة أحد الأشخاص تجنّب الكتابة أومراجعة أوراقك عند قيامك بمقابلة أحد الأشخاص.
- يشكّل وضع الأسئلة بشكلٍ متسلسلٍ والاشتراك والالتزام بجمع المعلومات عواملَ أساسيّةً لإجراء مَسْحٍ ناجحٍ للسوق.
- تتمثّل الطريقة الفضلى لجمع المعلومات من منافسيك بذهابك إليهم وكأنّك زبونٌ محتملٌ ويمكنك أن تبدي اهتماماً في بيع أو شراء منتجاتهم.

GREENLAND

وما أن يتمّ إنهاء المَسْح ينبغي إعداد تقريرٍ خطيّ مفصّلٍ بنتائجه وسيساعدك تقرير مَسْح السّوق في تقييم الجدوى من تسويق منتجك كما أنه قد يشكّل وثيقةً مهمةً لإقناع المؤسسات المالية بمدى استيعابك للسّوق ولمنافسك.

❖ سادساً: تطوير خطة المبيعات

تشكّل خطة المبيعات Sales plan عنصراً أساسياً في تقرير مَسْح السّوق فيتعين على الرّياضي أن يتحلّى بنظرة واقعية لكمية المنتجات أو الخدمات التي يمكن أن يبيعها مشروعه في المستقبل القريب فيقوم بإعداد خطة مبيعات شهرية بناءً على استنتاجات مَسْح السّوق تغطّي بشكل عام الأشهر الاثني عشر القادمة وإذا كان المشروع الصّغير/المنشأة يعرض منتجاته أو خدماته بأسعار مختلفة ينبغي أن تخصّص كلّ سلعة أو خدمة بتوقعات خاصة بها غير أنّ بائع الجملة أو التجزئة الذي يتعامل بأعداد كبيرة من المنتجات يعمل عادةً على وضع خطة مبيعات لمجموعات منتجاته الأساسية بمعدّل الأسعار نفسه. وتتضمّن خطة المبيعات ثلاثة عناصر هي:

- كمية المنتجات المعروضة للبيع من كل منتج
- سعر الوحدة لكل منتج
- قيمة المبيعات من كل منتج

ويعرّف إجماليّ المبيعات بأنّه كمية المال التي يجنيها مشروع معيّن من مبيعاته في شهر واحد (إجماليّ المبيعات الشهرية) أو خلال سنة واحدة (إجماليّ المبيعات السنوية)

العوامل العامّة عند اختبار موقع للمشروع

❖ المنافسة Competition

يتعيّن عليك أن تدرس منافسك عبر جمع المعلومات حول نقاط ضعفهم ونقاط القوة لديهم فعليك أن تحدّد عدد منافسك وما هو موقعهم كما عليك أن تعرف عدد المشاريع التي فتحت أو أغلقت خلال السنتين السابقتين المشابهة لمشروعك كما يجدر دراسة المنافسة غير المباشرة التي توقّر أنواعاً مماثلةً من السّلع والخدمات. يتيح توفر الشّروط الثلاثة الآتية افتتاح أى مشروع جديد فالشّروط الأوّل هو عدم وجود منافسين في المنطقة والثاني هو الإدارة السيئة للمشاريع المنافسة والثالث ارتفاع

GREENLAND

طلب المستهلكين على منتجك. وتتضمن مواصفات الموقع الأساسية التي ينبغي الأخذ بها في شتى أنواع المشاريع: شروط البيع أو الإيجار والمنافسة ومواقف السيارات وتكلفة التشغيل في الموقع وفضلاً عن هذه الاهتمامات الأساسية ينبغي الإجابة على بعض الأسئلة المحددة التي تعتمد على ما إذا كنت تنوي افتتاح مؤسسة بيع بالتجزئة أو شركة صناعية أو مشروع بيع بالجملة أو مشروع خدمات.

❖ Economics الاقتصاد

عند اختيار المجتمع المحلي الذي سيتم فيه إطلاق مشروع صغير ينبغي النظر في القاعدة الاقتصادية الخاصة به لماذا يعيش هؤلاء الأشخاص في تلك المنطقة بالتحديد؟ ما هو مستوى معيشتهم؟ لماذا توجد مؤسساتك/مشروعات في تلك المنطقة؟ وينبغي إجراء دراسة حول مختلف الصناعات في المنطقة فهل يعمل (80%) من الناس في صناعة واحدة أم ضمن عدد قليل من المشاريع؟ أو هل يشمل المجتمع على مجموعة متنوعة من المشاريع؟ هل يعدّ وضع الصناعة جيداً في تلك المنطقة؟ وهل تعدّ نشاطات المشاريع في ذلك المجتمع المحلي موسمية؟ وهل يشهد ذلك المجتمع انتقال المشاريع منه أم إليه؟ ويتعين دراسة تأثير اجابات تلك الأسئلة على مؤسساتك/مشروعك. يحدّد دخل سكان منطقة معينة مدى الطلب على السلع والخدمات لذلك يتعين على الريّاديين جمع المعلومات عن مستوى الدخل في المنطقة التي اختاروها وتتضمن بعض الأسئلة على غرار: ما هو معدّل الدخل في العائلة الواحدة؟ ما هي مستويات الدخل (منخفضة أو متوسطة أو مرتفعة) في المنطقة؟ ما هي توجهات الاستخدام/البطالة؟ وقد تتضمن العوامل الاقتصادية الأخرى الطرق العامة الجيدة وإمكانية الوصول إلى وسائل النقل.

❖ Population السّكان

يتعين على الريّاديين أن يحدّدوا مجموعات الأشخاص التي سيتألّف منها زبائنهم فعلى سبيل المثال إذا كنت مهتماً بفتح محلّ موسيقيّ من المهمّ أن تعرف أين يسكن معظم المراهقين والشباب لأنّهم يشترون العدد الأكبر من الأسطوانات وتشمل العوامل السّكانية الأخرى: إلى أيّ مدى تعتبر تلك المنطقة مستقرّة؟ هل ينتقل الناس منها وإليها بانتظام؟ هل يشهد عدد السّكان نمواً أو انخفاضاً؟ فإذا كانت

GREENLAND

المنطقة تنمو بسرعة لا شك أنها ستشمل عدداً كبيراً من العائلات الشابّة إذاً ينبغي أخذ هذه العوامل كافّة في الاعتبار عند تحديد موقع المشروع الصّغير.

الشكل القانوني لمنشآت الأعمال

هناك عدة أنواع للشكل القانوني لمنشآت الأعمال يمكن تصنيفها إلى شكلين رئيسيين هما المؤسسة الفردية أو الشركة.

1. المؤسسة الفردية كشكل قانوني

هي المنشأة التي يملكها شخص واحد ويكون لصاحبها الهيمنة الكاملة على كامل المنشأة وهو المسئول الأول عن الإدارة وعن نتائجها.

نقاط القوة

- ✓ إجراءات ترخيص سهلة نسبياً.
- ✓ حرية اختيار الحجم المناسب والتمويل اللازم للمشروع.
- ✓ حرية واستقلال أكبر في اتخاذ القرارات في إدارة وتشغيل المشروع.
- ✓ الانفراد بكل الأرباح التي يحققها المشروع.
- ✓ نجاح المشروع يكون له تأثير واسع النطاق على المالك وعلى أفراد أسرته.

نقاط الضعف

- ✓ تقع عليك مسئوليات كثيرة فأنت تقوم بمهام كثيرة بجانب الإدارة في أعمال الشراء والبيع والحسابات وغيرها.
- ✓ سوف تتحمل عدداً ودرجة أكبر من المخاطر بمفردك.
- ✓ تواجه صعوبة في زيادة رأس المال ويبقى المشروع ضمن قدراتك المحدودة.
- ✓ توقع أن يكون للمشروع تأثير واسع النطاق عليك وعلى أفراد أسرتك في حال تعثره.



GREENLAND

2. الشركة كشكل قانوني

وهي المنشأة التي يملكها أكثر من شخص حيث يساهم كل منهم بتقديم حصة من مال أو عمل وذلك لاقتسام ما قد ينشأ عن المشروع من ربح أو خسارة والشركة شخص معنوي له وجود قانوني مستقل عن شخصيات الشركاء.

نقاط القوة

- ✓ تقسيم العمل والمسئوليات بين الشركاء.
- ✓ وجود مجلس إدارة.
- ✓ ينقسم رأس المال إلى حصص.
- ✓ تتوزع المخاطر بين الشركاء.
- ✓ تتحدد مسؤولية كل شريك بقدر حصته في رأس المال.
- ✓ يمكنها جمع الأموال بشكل أسهل من المؤسسة الفردية.

نقاط الضعف

- ✓ صعوبة التأسيس مقارنة بالمؤسسة الفردية.
 - ✓ لا يتم التنازل عن الحصة أو بيعها بدون موافقة الشركاء.
 - ✓ حرية أقل في اختيار القرارات.
- ويجب ملاحظة أن أحد القرارات الأولى التي يتعين على صاحب المشروع الصَّغير اتخاذها في تحديد الشكل القانوني للملكية المشروع غير أن القرار الأول قد لا يكون نهائياً حيث قد ينمو المشروع الصَّغير/المنشأة مع الوقت ويقوم بتغيير عملياته كما قد تحدث الأوضاع المالية والضريبية تغييراً في مزايا وعيوب مختلف أنواع الملكيات القانونية. وفي جمهورية مصر العربية يتم تنظيم غالبية مشاريع الأعمال ضمن أحد الأشكال القانونية الآتية :

- الملكيات الفرديّة
- شركات التَّضامن
- الشركات المحدودة المسؤولية
- المؤسسات التعاونيات.

وينبغي أن يتمتع المتعلِّمون بحدٍّ أدنى من المعرفة فيما يتعلق بأشكال الملكيات القانونية المتوفرة كافة وأن يكونوا على بينة من مزايا كلّ من أشكال الملكية

GREENLAND

وعيوبها كما ينبغي أن يسعوا إلى الحصول على استشارة قانونية متخصصة عند اتخاذهم القرار بشأن الشكل القانوني الذي ينبغي اعتماده. وتوجد العديد من الأسئلة المتعلقة بملكية المشروع الصغير مثل:

- ✓ عدد أصحاب المشاريع في ملكية المشروعات المختلفة
- يعود المشروع ذو الملكية الفردية إلى شخص واحد (المنشأة الفردية)
- تعود ملكية شركة التضامن إلى شخصين أو أكثر.
- إن الشركة محدودة المسؤولية هي مجموعة من الشركاء أو المالكين المرخص لهم من قبل الحكومة وتتمتع بسلطة ممارسة الأعمال كما لو كانت شخصاً واحداً.
- التعاونية هي جمعية ينشئها مجموعة من الأشخاص الذين يشغلونها عن طريق منظمة ذات ملكية مشتركة وإدارة ديمقراطية وهي ما يطلق عليه ضمن قانون الجمعيات الأهلية (المؤسسات)

✓ التكلفة والإجراءات القانونية اللازمة حسب أنواع ملكيات المشاريع
الملكية الفردية:

- تستلزم المنشآت الفردية ما يلي:
- الحصول على رخصة من أجل هذا المشروع
- تسديد رسوم أو ضرائب معينة حيث تعد الملكية الفردية بسبب قيودها المحدودة أسهل أنواع المشاريع التي يمكن إطلاقها كما أن تكلفتها الأولية قليلة جداً.

شركة التضامن:

عادةً ما تكون تكلفة تنظيم شركة التضامن متدنيةً فإلى جانب أي رخص فإنه يوصى بأن يكلف محامٍ مختصّ بوضع اتفاقية شركة التضامن وينبغي أن تتضمن بنود الشراكة الأحكام الآتية على الأقل:

- توزيع الخسائر أو الأرباح
- التعويض لكل الشركاء
- توزيع الموجودات حال حلت الشركة
- فترة الشراكة
- واجبات كل الشركاء.

الشركة المحدودة المسؤولية

يعتبر إنشاء شركة محدودة المسؤولية أصعب وعادةً أكثر تكلفةً من نوعي الممتلكات المذكورين آنفاً وغالباً ما تكون حظوظ هذا النوع من المشاريع أوفر في الحصول على رأس مالٍ إضافيٍّ فإلى جانب إيداع موجودات الشركة كضمان قد تباع الشركة محدودة المسؤولية أسهماً إضافيةً من أجل الحصول على الأموال وهي تمثل الشركات المساهمة.

الشركة التعاونية

ليست تكلفة تسجيل التعاونية مرتفعةً وهي تقضي بوضع اتفاقيةٍ تعاونيةٍ خطيةٍ ومن ثمَّ إيداعها عند السلطات الحكومية المختصة وهذا النوع غير منتشرٍ في مصر عداً بعض تعاونيات صيد الأسماك وصناعة الأخشاب

✓ المسؤولية المترتبة عن أنواع ممتلكات المشاريع

الملكية الفردية: يعتبر صاحب المشروع الفردي مسؤولاً شخصياً عن ديون المشروع كاملةً ويمكن أن تتضمن المسؤولية الأملاك الشخصية لصاحب المشروع وأصوله كافة. شركة التضامن: يعد كل عضو من أعضاء شركة التضامن مسؤولاً كلياً عن ديون المشروع كاملةً بغض النظر عن قيمة استثماره الشخصي فيها وتطال هذه المسؤولية الأملاك والموجودات الشخصية كافةً كما يكون كل شريك من الشركاء مسؤولاً عن أعمال الشركاء الآخرين فيما يتعلق بواجبات المشروع والتزاماته.

الشركة محدودة المسؤولية: يعد حاملو الأسهم أو مالكو الشركة مسئولين عن المبالغ الموازية لاستثماراتهم في الشركة فبينما قد يخسر الشركاء الأموال التي استثمروها في الشركة لا يمكن إرغامهم على تسديد ديون الشركة بأموالٍ إضافيةٍ من أموالهم الخاصة.

الشركة التعاونية: يعتبر كل عضو في التعاونية مسؤولاً مسؤولية كاملة عن ديونها.

✓ كيف تؤثر الملكية القانونية على استمرارية المشروع الصغير؟

الملكية الفردية: ينتهي المشروع الصغير/المنشأة عند وفاة مالكة أو حين إصابته بالعجز.

GREENLAND

شركة التَّضَامِن: تنتهي الشركة عند وفاة أيٍّ من الشركاء أو حين إصابته بالعجز أو انسحابه من الشركة إلا إذا اشترى الشركاء الآخرون حصّة الشريك المتوفّي أو المصاب بالعجز أو المنسحب.

الشركة محدودة المسؤولية: يتمتّع هذا النوع من الشركات بمدة حياة مستقلة ومستمرّة ولا يتم حلّها عند وفاة أحد حاملي الأسهم أو عند بيع الأسهم إلى شخصٍ آخر.

الشركة التَّعاوُنِيَّة: تتمتّع التعاوُنِيَّة بمدة حياةٍ مستقلةٍ.

✓ كيف تؤثر البنية القانونيّة على إدارة المشروع الصَّغير؟

الملكيّة الفرديّة: يستطيع المالك الفرديّ إدارة المشروع كما يشاء طالما أنّه لا ينتهك القوانين وقد يشكّل اتّخاذ شخصٍ واحدٍ للقرارات الإداريّة كافّةً نقطةً سيئةً.

شركة التَّضَامِن: يلعب كلُّ عضوٍ من الشركاء في شركة التَّضَامِن دوره الإداريّ كما تتوزّع الواجبات المختلفة فيما بينهم وقد تساهم قدراتهم ومعارفهم مجتمعةً في جعل الشراكة أفضل من الملكيّة الفرديّة من حيث إدارتها إلا أنّ توزيع المهام الإدارية قد يؤدّي إلى نشوب خلافات.

الشركة محدودة المسؤولية: الشركة محدودة المسؤولية: يجدر اتّباع الإجراءات القانونيّة بحذافيرها عملاً بقانون الشركة وينبغي أن يودّع المسئولون عن الشركة محدودة المسؤولية وثيقةً خاصّةً عند الحكومة تسمّى (القانون الأساسي للشركة) كما يتعيّن عليهم تسديد الضرائب الأوليّة ورسوم الإيداع وعقد اجتماعاتٍ رسميّةٍ من أجل معالجة تفاصيل معيّنة تتعلّق بالتشغيل والتنظيم.

الشركة التَّعاوُنِيَّة: ينتخب أعضاء التعاوُنِيَّة الأفراد المعنيّين بإدارتها.

✓ كيف تؤثر البنية القانونيّة على الضّرائب؟

الملكيّة الفرديّة: ينبغي تسديد ضرائب الدّخل الفرديّ على أرباح المشروع.

شركة التَّضَامِن: يتعيّن على الشركاء كافّةً تسديد ضرائب الدّخل الفرديّ وفق حصّتهم الفرديّة من أرباحها.

GREENLAND

الشركة محدودة المسؤولية: تخضع لضريبة مزدوجة تفرض الضريبة الأولى على إجمالي أرباح الشركة والثانية على أنصبة الأرباح التي يحصل عليها الشركاء.

الشركة التعاونية: تدفع التعاونية الضرائب وفقاً للأنظمة الحكومية المعتمدة.

إيجابيات و سلبيات الأشكال القانونية المختلفة للملكيات

<u>نوع الملكية</u>	<u>إيجابيات</u>	<u>سلبيات</u>
الملكية الفردية	<ul style="list-style-type: none"> تكاليف متدنية للبَدْء بها حد أدنى من الأنظمة التحكّم المباشر بالمشروع تتطلب رأس مالٍ عاملاً منخفضاً مزايا ضريبية تعود الأرباح كافةً إلى المالك 	<ul style="list-style-type: none"> مسئولية غير محدودة الافتقار إلى الاستمرارية صعوبة تمويل رأس المال المسئولية عن القرارات كافة
شركة التضامن	<ul style="list-style-type: none"> سهولة إنشائها تكاليف متدنية للبَدْء بها مصادر مضافة لرأس المال تتطلب رأس مالٍ عاملاً منخفضاً إدارة مشتركة مزايا ضريبية ممكنة 	<ul style="list-style-type: none"> مسئولية غير محدودة افتقار إلى الاستمرارية سلطة مشتركة صعوبة الحصول على أموال إضافية صعوبة إيجاد الشركاء المناسبين
الشركة المحدودة المسؤولية	<ul style="list-style-type: none"> مسئولية محدودة إمكانية تخصّص الإدارة قابلية تحويل الملكية الوجود المستمر هيئة قانونية مزايا ضريبية محتملة سهولة الحصول على رأس المال 	<ul style="list-style-type: none"> أنظمة محكمة أكثر الأنواع تكلفةً من حيث التنظيم قيود مفروضة على الترخيص يجب الاحتفاظ بسجلات شاملة ازدواج ضريبي (الشركة وحاملو الأسهم)

تم إنتاج هذا المادة العلمية "الابتكار وريادة الأعمال" بمساعدة مالية من الاتحاد الأوروبي في إطار برنامج ENI CBC لحوض البحر الأبيض المتوسط. محتويات هذه المادة العلمية هي المسؤولية الوحيدة للأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري (AASTMT) ولا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبارها على أنها تعكس موقف الاتحاد الأوروبي أو هيكل إدارة البرنامج.



GREENLAND

<ul style="list-style-type: none"> صعوبة الاحتفاظ بالأعضاء المؤهلين عدم التكافؤ بين الأعضاء المساهمين في التعاونية سلطة مشتركة مسائل النوع الاجتماعي 	<ul style="list-style-type: none"> وسيلة لتعزيز وضع الفقراء مساندة ذاتية مشتركة تساعد بنيتها التنظيمية الأعضاء كافة خوض مخاطر مشتركة الجمع بين المهارات الفردية سهولة الحصول على رأس المال 	الشركة التعاونية
--	--	------------------

وهنا يجب الإشارة الي ان أمام رائد الأعمال ثلاثة خيارات مهمة لبدء مشروعه وأهمها:

- أن تبدأ مشروعاً جديداً
- أن تشتري مشروعاً قائماً
- أن تحصل على حق الامتياز

مع ملاحظة انه يوجد لكل منهم نقاط ايجابية واخرى سلبية ويجب علي رائد الأعمال اختيار المناسب طبقا للفرص المتاحة والقدرات المالية والتقنية المفضلة طبقا لما يلي:

❖ أن تبدأ مشروعاً جديداً

نقاط القوة

- لديك فرصة لإعداد دراسة تفصيلية متكاملة عن المشروع وتحديد جدواه ونسبة نجاحه قبل البدء بتنفيذه.
- يمكنك اختيار المشروع المتوافق مع إمكانياتك المالية والفنية.
- يمكنك اختيار المشروع المتوافق مع خبراتك ومؤهلاتك ورغباتك.
- يمكنك اختيار الموقع الملائم للمشروع .
- يمكنك السيطرة على الجوانب والمواقف والمستجدات المتعلقة بالمشروع.
- لديك الفرصة لاختيار المشروع الجديد الذي طالما خططت له وبحثت عنه.

نقاط الضعف

- يتطلب الكثير والمزيد من الوقت والجهد.
 - يتطلب تكاليف عالية لإجراء دراسات تفصيلية مسبقة.
 - يحتاج إلى فترة قد تكون طويلة لكي يبدأ بتحقيق الإيرادات المستهدفة.
 - قد يحتاج إلى قدر كبير من السيولة النقدية لتوفير الأموال الكافية.
 - يحتاج إلى تكلفة تأمين الموارد والإمدادات الفنية والمعلوماتية والبشرية المناسبة.
 - قد لا تتوفر لديك الخبرة الكافية لمنع كل الأخطاء ومواجهة القيود والأزمات.
- ❖ أن تشتري مشروعاً قائماً

نقاط القوة

- عدم الحاجة إلى إجراءات ترخيص جديدة.
- الاستفادة من كون المشروع قائماً وله سوقه وزبائنه وموردوه وموظفوه.
- الاستفادة مما للمشروع من خبراته العملية.
- الاستفادة من كون المشروع مستمراً ويعمل دون توقف وبالتالي فإن إيراداته ستكون مستمرة ويمكن تنميتها.
- الاستفادة من الصورة الذهنية والسمعة الحسنة عن المشروع إذا أحسنت اختياره وكذلك أحسنت توظيفها واستثمارها.

نقاط الضعف

- قد يتم عدم الافصاح عن الأسباب والخفايا الكامنة وراء بيع المشروع والتي قد تكون غير إيجابية وغير مرضية.
- قد لا تتوفر في المشروع الخصائص والمقومات التي تبحث عنها.
- قد لا يتوافق المشروع بدرجة كبيرة مع تصوراتك وطموحاتك للمشروع المستقبلي.
- قد يكون موقع المشروع غير ملائم لظروفك وتوجهاتك.
- قد تكون تكلفة الشراء مرتفعة لأن السعر الذي سيطلبه البائع سيتضمن حق الملكية والشهرة.



GREENLAND

❖ الحصول على حق الامتياز

حق الامتياز هو طريقة في التجارة تقوم من خلاله شركة (مانحة الامتياز) بمنح الآخرين (مشتري الامتياز) الحق في إنتاج وبيع وتوزيع أو تسويق منتجات أو خدمات الشركة الأصلية بما في ذلك قيام الشركة المشتري للامتياز باستخدام اسم الشركة مانحة الامتياز وعلامتها التجارية وسمعتها وإجراءاتها وتقنياتها في البيع، حيث أن حق الامتياز هو أحد أهم الخيارات أمام رائد الأعمال وهو المرادف أو البديل لتكوين المنشآت الصغيرة وهو متاح في مجالات وأنشطة الأعمال المختلفة. وعند رغبة رائد الأعمال اختيار الامتياز التجاري فعليه الإجابة على الأسئلة التالية التي تتعلق بثلاثة محاور رئيسة هي الاستثمار والقدرات والتوجهات الشخصية:

القدرات:

- هل فرصة الفرنشايز المستهدفة تتطلب منك خبرة في مجال الفرصة؟
- ما هي المهارات التي تتمتع بها وتستطيع توظيفها في الامتياز؟
- ما هي الخبرات المتوفرة لديك وتستطيع توظيفها في الامتياز؟

الاستثمار

- كم حجم رأس المال الإجمالي الذي ستخصصه للاستثمار بالامتياز؟
- ما هو حجم المال الذي بوسعك تحمل خسارته؟
- هل لك شريك بالاستثمار ام ستلجأ لجهات التمويل؟

الأهداف:

- هل لديك تصور عن حجم الدخل السنوي من خلف فرصة الامتياز؟
- كم عدد ساعات العمل اليومية التي ستخصصها للعمل في الامتياز؟
- هل ستدير الامتياز بنفسك أم بتعيين مدير لها؟
- هل تعتقد بأنك قادر على متابعة النشاط لفترة العقد ام ستشعر بالملل مع الوقت؟

الإجابة علي هذه الأسئلة مهمة لتحديد الاختيار الأفضل للامتياز فمجرد حصولك للامتياز ليس نهاية المطاف بل هي البداية التي تخضع لتقلبات السوق وتحديات العمل. وفيما يلي نقاط القوة ونقاط الضعف لاختيار الامتياز التجاري:

نقاط القوة



GREENLAND

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

نقاط الضعف

- إلزام الممنوح بشراء بعض المواد والمنتجات والخدمات من مانح الامتياز حتى ولو كانت أغلى من السوق.
- أداء الممنوحين للامتياز في مواقع أخرى يؤثر على سمعة الممنوح.
- قد تخسر كثيرا إذا تم سحب الامتياز.
- التقيد بتعليمات وشروط مانح الامتياز حيث أن موقف مانح الامتياز أقوى عند التعاقد.
- ضرورة دفع قيمة الامتياز من المبيعات مما يقلل الربحية.
- محدودية التصرف بالملكية بسبب شروط مانح الامتياز.