



جامعة البويرة

SAHLA MAHLA

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

دروس في مقياس المقاولاتية

السنة الاولى ماستر

تخصص: مالية المؤسسة

من إعداد: أ.فرج.ش

هدف المقياس: يهدف هذا المقياس إلى تزويد الطلبة

بالمعلومات المتعلقة بالمقاولاتية عموماً، وخطوات إنشاء مشروع جديد، من أجل تحفيزهم على اكتساب المهارات اللازمة لتحويل أفكارهم الريادية إلى إبتكارات ومشاريع يمكن تجسيدها على أرض الواقع، واستكشاف مختلف الجوانب المتعلقة بعملية إنشاء هذه المشاريع، من خلال التعرف على صفات ومهارات المقاول الناجح وأهمية المرافقة المقاولاتية في إنشاء المشاريع، مع تسليط الضوء على المقابلة النسوية، لدعم الطالبات على الولوج لعالم الاعمال، وكذا إبراز دور الجامعة في التحفيز على العمل المقاولاتي من خلال دار المقاولاتية الموجودة على مستوى الجامعة.

المحاور الرئيسية

SAHLA MAHLA

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر



1- أساسيات حول المقاوالاتية والمقاول.

2- الابداع والابتكار والمقاوالاتية.

3- دور المرافقة المقاوالاتية في تحويل الافكار الى مشاريع

4- خطوات إنشاء مشروع جديد.

5- المرأة والمقاوالاتية.

6- الجامعة وثقافة المقاوالاتية.



المحور الأول: أساسيات حول المقاولاتية والمقاول

مقدمة

SAHLA MAHLA

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

شهدت الساحة الاقتصادية سلسلة من التغيرات والتحويلات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين الاقتصاديين وكذا دول العالم بمجال المقاولاتية التي أصبحت تلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادي، الأمر الذي جعلها من أفضل وسائل الإنعاش الاقتصادي نظرا لسهولة تكييفها ومرونتها التي تجعلها قادرة على الجمع بين التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل فضلا عن إمكانية قدرتها على الابتكار والإبداع والتجديد وتطوير منتجات جديدة، لذا كان لزاما على الدول خاصة النامية منها العمل على زيادة فعالية المقاولاتية وتذليل كافة الصعوبات التي تواجهها.

وقد ازداد الاهتمام حول إيجاد الطرق والوسائل المثلى التي تسهم في تذليل المصاعب التي تواجه مقاولي المشاريع إذ انتهى الأمر بإقامة الحكومات للعديد من شبكات الدعم والمرافقة التي تهدف إلى مساعدة ومتابعة المقاولين في تجسيد أفكارهم على أرض الواقع من خلال تزويدهم بالنصح والاستشارة اللازمة فيما يخص كل المراحل التي تمر بها عملية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأيضا تفادي كل المخاطر التي تواجهها خاصة في المراحل الأولى التي تتضمن البحث عن فكرة المشروع ومصادرها باعتبار أن الأفكار الأولية هي التي تتحول فيما بعد إلى مشاريع ناضجة فما المقصود اذا بالمقاولاتية؟

1- مفهوم المقاوالاتية (Entrepreneurship)

في الحقيقة هناك العديد من تعريفات المقاوالاتية (ريادة الأعمال) ، و يتناول كل تعريف منها جانب أو ميزة أو خاصية من خواص المقاوالاتية هنا سوف نقوم بوضع مجموعة متنوعة من تعريفات المقاوالاتية، والتي من خلالها يمكن أن نفهم الفكرة بشكل عميق:

يرجع مفهوم المقاوالاتية للاقتصادي الفرنسي كانتيلون Cantillon (1775) الذي عرفها بأنها « التوظيف الذاتي بغض النظر عن الطبيعة والاتجاه، وذلك مع تحمل المخاطر وتنظيم عوامل الإنتاج، بغرض إنتاج سلعة أو خدمة مطلوبة في السوق

ويعود الفضل في وضع تعريف واسع لمفهوم المقاولاتية إلى الخبيرين الاقتصاديين « جوزيف شومبيتر Joseph Schumpeter » و « فرانك نايت Frank Knight » اللذان عرفا المقاولاتية (ريادة الأعمال) بأنها « عملية ابتكار وتطوير طرق وأساليب جديدة لاستغلال الفرص التجارية.

كما عرفها الاتحاد الأوروبي عام 2003م بأنها « الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والابتكار أو الابداع والفاعلية في تسيير وإدارة الأنشطة والأعمال وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة .

كما عرفها دولنق dollin في عام 1995 بأنها عملية خلق منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد، أو الاستفادة من فرص جديدة عامة.

وقد عرفتها جامعة هارفارد على أنها: "السعي وراء الفرص، دون امتلاك موارد الإنتاج، أو التحكم فيها."

كما عرفت المقاولاتية على أنها :مجموعة من العمليات التي تبدأ من القدرة على إيجاد حلول إبتكارية لمشكلات قطاع من الجمهور، والقدرة على البدء في تنفيذ هذه الحلول من خلال إنشاء مؤسسة تستقطب كوادر ذات عقول مميزة، والقدرة على التطوير والنمو باستمرار من خلال إضافة تحسينات دائمة ومستمرة.

كما تعني أيضا المبادرة ببناء مشروعات فريدة، وإبداعية، والعمل على تطويرها، واستغلال كل الفرص الممكنة، لتحقيق الربح المادي من وراء ذلك، مع تحمل المخاطر الناتجة عن ذلك.

وعموما فان المقاولاتية هي عمل ورائه شخص مؤمن بفكرة ما ولديه شغف تجاهها، وقادر على تنفيذ هذه الفكرة بطريقة تجعل العالم مكان أفضل، وقادر على التأثير بمن حوله وجعلهم يؤمنون بفكرته، ومن ثم جذبهم للتعاون معه لتطوير هذه الفكرة، وهو شخص شغوف باستمرار تجاه تطوير أفكاره وعمل تعديلات لها لجعلها أكثر نجاحاً وإنتاجية.

وقد ارتبط مفهوم المقاولاتية أو ريادة الأعمال بمجموعة من الأشخاص أحدثوا بصمة قوية في العالم، وأثروا بإبداعاتهم، وتحديهم للعقبات، وتوصلوا لإبتكارات أحدثت أثراً في تاريخ البشرية، وعُرف عن هؤلاء أن لديهم القدرة على مواجهة التحديات، وصناعة الأفكار الفريدة، ومن أمثال هؤلاء:

ستيف جوبز

صاحب العلامة التجارية والمميزة أبل.

مارك زوكربيرج

رائد الأعمال الشاب الأشهر على الإطلاق، وصاحب موقع فيسبوك.

بيل جيتس

أشهر رجل في العالم، وصاحب العملاقة ميكروسوفت.

روبرت نويس

الذي قام ببناء العلامة التجارية "إنتل" في سن الواحد والأربعين، والتي أصبحت رمزاً في عالم التقنية فيما بعد.

2- مفهوم المقاول (رائد الأعمال) وسماته الأساسية

اتخذ مفهوم «المقاول» معاني كثيرة ومتعددة، دلت عليها جميع الترجمات لمصطلح «entrepreneur» في القواميس والأدبيات الإدارية، والتي من ضمنها على سبيل المثال المعاني التالية «العصامي، المبادر، رائد الأعمال، المقاول، المخاطر، الطموح، صائد الفرص، والمبدع الإنتاجي» ويمكن القول أن جميع هذه المعاني، وإن كانت تختلف من حيث الصياغة حسب الواجهة التي ننظر بها إلى المقاول، إلا أنها تتشابه من حيث المضمون .

والمقاول حسب "شومبيتر" هو شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة، كما يعتمد على الاختراعات والتقنيات المبتكرة من أجل الوصول لتوليفات إنتاجية جديدة تتمثل في : صنع منتج جديد، إستعمال طريقة جديدة في الإنتاج، إكتشاف قنوات توزيع جديدة في السوق، إكتشاف مصادر جديدة للموارد الأولية أو المواد نصف المصنعة، إنشاء تنظيمات جديدة.

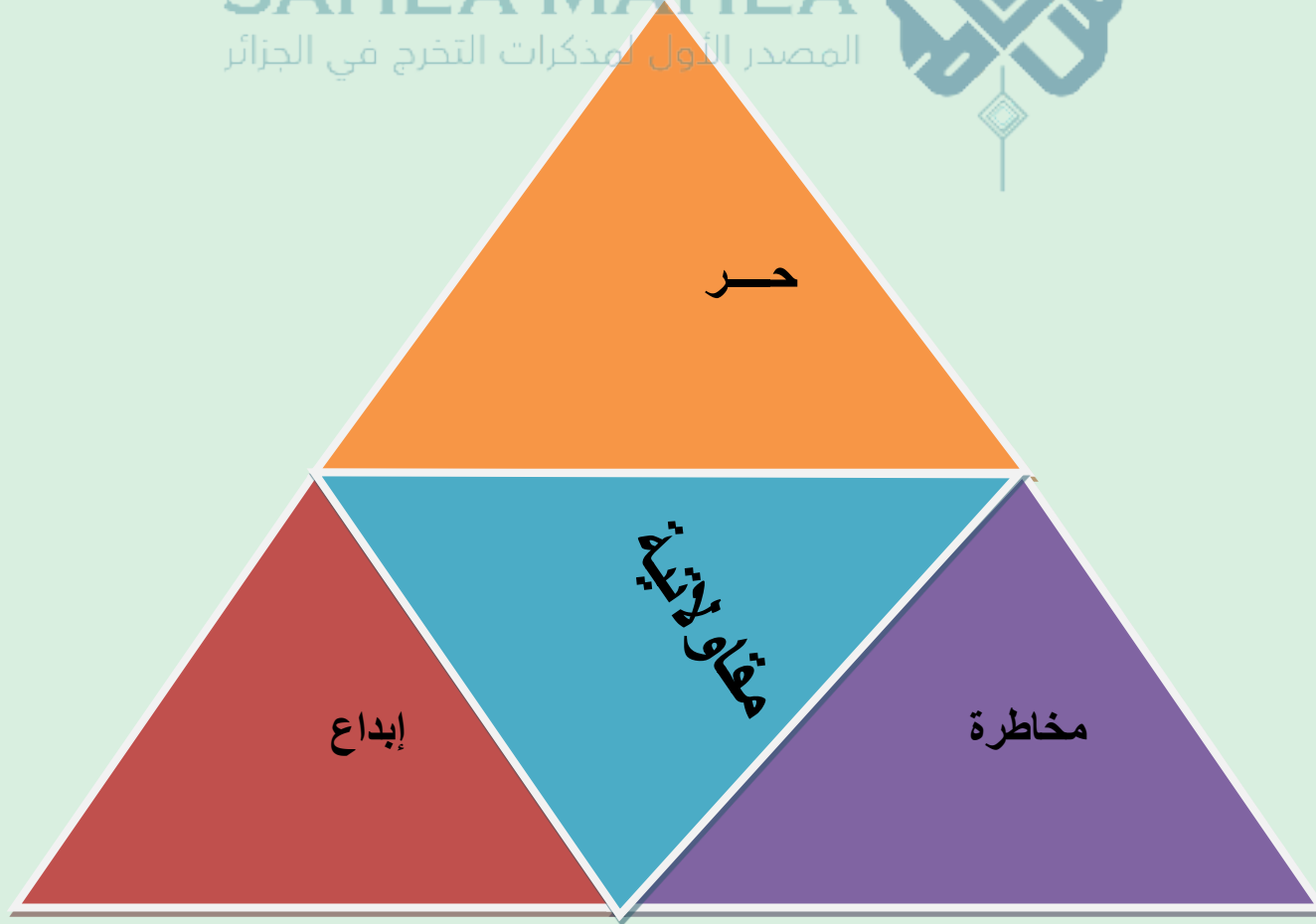
كما عرف المقاتل على أنه شخص تحكمه حاجة كبيرة للانجاز، يبحث عن مواقف تسمح له برفع التحدي والتي من خلالها يقوم بتحمل المسؤولية في ايجاد الحلول المناسبة للمشاكل التي تواجهه.

أما اللجنة الاوربية فقد عرفت المقاتل باعتباره ذلك الفرد الذي يأخذ ويتحمل الأخطار، بجمع الموارد بشكل فعال، يبتكر في إنتاج خدمات ومنتجات بطرق إنتاج جديدة، يحدد الاهداف التي يريد بلوغها، وذلك بتخصيصه الناجع للموارد.

وعموما يمكن تعريف المقاتل على أنه الشخص الذي لديه الارادة والقدرة وبشكل مستقل ، على تحويل فكرة جديدة أو إختراع الى ابتكار يجسد على أرض الواقع بالاعتماد على معلومة هامة من أجل تحقيق عوائد مالية عن طريق المخاطرة .

العناصر الأساسية للمقاومة

SAHLA MAHLA
المصدر الأول للمذكرات التخرج في الجزائر



3-صفات ومهارات المقاول الناجح

- رغبة قوية وقدرة عالية على مواجهة المخاطر والتفاعل معها وتحمل نتائجها.
- إرادة قوية لاستشراف المستقبل ووضع رؤية وتحديد أهداف.
- قدرة عالية وجدارة سلوكية ومهنية لاتخاذ قرارات استراتيجية جزئية.
- مهارة عالية لرؤية الأحداث والجاهزية الكافية المناسبة للتفاعل معها.
- درجة عالية من الدقة في وضع خطط الأعمال وتحديد المهام والالتزام بتنفيذها وفق ما هو مخطط.

- التوجه العام بالأهداف والنتائج مع مرونة التفكير والتصرف لإنجاز الأهداف وتحقيق النتائج.
- كفاءة عالية في تنظيم وإدارة الوقت واستثماره وتقليل الفرص الضائعة.
- التمتع بعدد من سمات القيادة وقدرة عالية للتأثير على الآخرين وتحفيزهم وتوجيههم.
- درجة عالية من الثقة والتوازن النفسى والمهنى فى توظيف قدراته وتوظيف قدرات الآخرين.
- التمكن من عملية الابداع والابتكار ليكون دائما هو المبادئ والمبادر بتقديم الجديد وتطوير القائم المتعارف عليها.

• الحرص المستمر والاعتناء المتوازن بحالته
والنفسية للاحتفاظ بالقدرات الجسمانية والذهنية
لتخطيط الأعمال ومتابعة تنفيذها.

• رغبة عالية في الاصرار وقدرة فائقة على المثابرة وتكرار
المحاولة ومعالجة الأخطاء والاستمرارية في المحاولة
• مهارة عالية في تحديد الأولويات وترتيب الأهداف
والموضوعات وتوجيه الاهتمام النسبي المتوازن لكل
الأطراف.

• صاحب همة عالية لا يرضى ولا يقتنع
بالأهداف المتواضعة وعادة ما يلزم نفسه بمستويات
فائقة الجودة في الأداء والانجازات .

• مهارة تفاوضية عالية وقدرة فائقة على التأثير والإقناع
واكتساب ثقة الآخرين وتعاونهم.

- قدرة و جاهزية عالية لتفهم المشكلات ومواجهتها وإدارة الأزمات والسيطرة عليها.
- مهارة عالية وقدرة متميزة فى بناء وتنمية العلاقات وتوظيفها بما يحقق المنافع المشتركة مع الآخرين.
- قدرة غير طبيعية على خلق واقتناص الفرص وتنميتها واستثمارها بكفاءة غير عادية.
- صاحب هوايات مختلفة لإشباع احتياجاته المتنوعة ولتكون حياته العملية والاجتماعية متوازنة.
- صاحب مبادئ مستقرة وأخلاق سامية تحكم تفكيره وتصرفاته مع من يعمل أو يتواصل معهم.

4- أنواع المقاولين وتصنيفاتهم

SAHLA MAHLA

لقد قسمت النظرية الاقتصادية المقاولين من حيث السلوك إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي المبدع، المخاطر، المدير.

ولقد قسم MINTZBERG المقاولين إلى أربع مجموعات وهي:

- المقاولين ذوي الإمكانية؛
- المقاولين الذين لديهم النية لإقامة مشروع؛
- المقاولين فاعلين؛
- مقاولين ليست عندهم النية لبدء وإنشاء مشروع جديد.

وقد قسم بعضهم مثل "Ucbasaran" المقاولين إلى أنواع أخرى مثل: مقاول أصيل، ومقاول مبتدئ، ومقاول تسلسلي أو تتابعي، ومقاول إحتوائي فالمقاول الأصيل يحوي مفاهيم متعددة كالتالي تم تبيينها في مختلف التعاريف أما المقاول المبتدئ أو الأولي فهو الذي يملك حالياً مشروعاً واحداً، ولكن عنده خبرة سابقة في ملكية المشاريع، وإدارتها كونه منشئاً لهذا المشروع أو أحد ورثته أو قد يكون مشتر لهذا المشروع، والمقاول التسلسلي أو التتابعي هو المقاول الذي يملك مشروعاً واحداً بعد أن قضى فترة زمنية في مشروع سابق، والمقاول الإحتوائي هو الذي يملك أكثر من مشروع واحد في وقت زمني واحد.

5- الدور الاقتصادي والاجتماعي للمقاولاتية

الدور الاقتصادي

- 1- تعبئة الموارد المحلية : وذلك من خلال دورها في:
توزيع الإنتاج وتنويع الهيكل الإنتاجي عبر القطاعات والمناطق المختلفة؛ تعبئة الموارد وتوجيهها نحو الاستثمار.
- 2- المساهمة في تحقيق النمو والاستقرار الاقتصادي: من خلال توفير احتياجات المشروعات الجديدة؛ تقديم منتجات وخدمات جديدة؛ تحريك التنمية والتطوير.
- 3- توفير مناصب الشغل : من خلال :تأهيل العمالة قبل تأهيل التكنولوجيا لأن تأهيل العمالة يؤدي إلى توفير المؤسسات للمهارات والحوافز المؤدية للإبداع والتطوير التكنولوجي؛ تساعد المقاولاتية في إدماج العمالة كما تساعد على ربط شبكة الأعمال داخل نظم الإنتاج.

4- **المساهمة في التكوين والتطوير التكنولوجي:** وتتجلى في: تكوين الإطارات المحلية؛ استخدام التكنولوجيا الملائمة؛ المحافظة على استمرارية المنافسة.

5- **تحقيق التنويع الاقتصادي خارج قطاع المحروقات في الدول النفطية خاصة في ظل تذبذب الاسعار**

الدور الاجتماعي للمقاولاتية

1- **عدالة التنمية الاجتماعية وتوزيع الثروة:** تعمل المقاولاتية على تحقيق التوازن الإقليمي بالانتشار الجغرافي المتوازن في مختلف الأقاليم ما يقلل من تركز الأنشطة في إقليم معين؛

2- **الحد من النزوح الريفي:** فوجود المقاولاتية في المناطق الريفية يعتبر عامل استقرار حيث من شأنها أن تستوعب فائض العمالة والحد من البطالة؛

- 3- **المساهمة في تشغيل المرأة:** إذ تستوعب المقاولاتية العمالة النسائية أكثر في صناعة الملابس إلى جانب الأعمال الأسرية مما يحقق استغلال القوى العاملة من النساء؛
- 4- تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع؛
- 5- إشباع رغبات واحتياجات الأفراد؛
- 6- التخفيف من المشكلات الاجتماعية؛
- 7- زيادة إحساس الأفراد بالحرية والاستقلالية

المحور الثاني: علاقة المقاولاتية بالابداع

SAHLA MINHA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

والابتكار

يعتبر الإبداع من أهم السمات التي يتمتع بها المقاول (رائد الأعمال)، حيث أن هذه السمة تعزز قدرته على التفكير المبدع، وتحليل المشاكل، وسعة الأفق وغيرها من المهارات اللازمة للمقاولاتية. أما الابتكار فإنه يمثل أحد المجالات المهمة التي يمكن أن تعزز المقاولاتية، و تشجع الاستثمارات

أولاً- الابداع Creativity

1- مفهومه: هو عملية معقدة من العمليات العقلية أو الذهنية تستدعي توليد الأفكار والمفاهيم الجديدة أو الأصيلة. وقد يعني الإبداع في أبسط صورته تحويل الأفكار الجديدة والأفكار الخيالية إلى واقع.

كما يمكن تعريف الإبداع بأنه أفكار جديدة ومفيدة ومنتصلة بحل مشكلات معينة أو تجميع وإعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة، ولا يقتصر الإبداع على الجانب التقني لأنه لا يشمل تطوير السلع و العمليات المتعلقة بها وإعداد السوق فحسب بل يتعدى أيضا الأدوات و المعدات وطرائق التصنيع و التحسينات في التنظيم نفسه ونتائج التدريب و الرضا عن العمل بما يؤدي إلى إزدياد الإنتاجية

ويمكن تعريف الإبداع على أنه الإتيان بشيء جديد سواء كان في مجال الإنتاج أو التسويق. ففي مجال الإنتاج يمكن أن يكون الإبداع منتجًا جديدًا أو تحسينًا لمنتج موجود أو عملية أو أسلوب إنتاجي جديد أو تحسين في عملية أو أسلوب إنتاجي، أما في مجال التسويق فإنه يمكن أن يكون أسلوبًا جديدًا في التوزيع أو التغليف أو غيره.

ويعرف الإبداع كذلك بأنه "عملية تؤدي إلى حلول، وأفكار ومفاهيم وأشكال فنية، ونظريات، ومنتجات تتصف بالتفرد والحدائة

• كما يعني الإبداع قدرة الشخص على استخدام المهارات العقلية لإيجاد أفكار جديدة، خارجة عن المألوف، وهو القدرة على خلق وإيجاد أفكار جديدة ومبتكرة. كما أن الإبداع ليس سلوكاً وراثياً، وإنما سلوك قابل للتعلم والتطوير لدى الأفراد، وهو مهارة إيجاد الأفكار وحلول للمشكلات، على أن تكون أفكاراً نادرة وفريدة من نوعها

كما يقصد به تطوير الأفكار الابتكارية التي تعكس الحاجات المدركة و تستجيب للفرص في المنظمة، وهو يعتبر الخطوة الأولى للابتكار ويساهم في نجاح المنظمة على المدى الطويل ، كما أنه يحسن من عملية صنع القرار من خلال تشجيع العصف الذهني كأحد الأساليب المستخدمة في جمع أعضاء الجماعة معا لتطوير أفكار جديدة بحرية وعفوية دون انتقاد

2- مستويات الابداع

• **الإبداع على المستوى الفردي:** وهو الابداع الذي ينشأ عن طريق احد الأفراد ومن السمات التي يتميز بها الشخص المبدع حب الاستطلاع، المثابرة، الثقة بالنفس، الاستقلالية في الحكم، تأكيد الذات الذكاء، المرونة، حب المخاطرة، الطموح، القدرة على التحليل.

• **الإبداع على مستوى الجماعات:** هو الإبداع الذي ينشأ عن طريق الجماعة، وقد توصلت الدراسات فيما يتعلق بإبداع الجماعة إلى النتائج التالية:

- أن الجماعة المختلفة من حيث الجنس -كذكر وأنثي -تنتج حلولاً أحسن جودة من الجماعة أحادية الجنس.
- أن الجماعة شديدة التنوع تنتج حلولاً أفضل، وان الحل الإبداعي للجماعة يتطلب أن تتكون من أشخاص لهم شخصيات مختلفة.

- أن الجماعة المتماسكة ، أكثر استعداداً وحماساً ونشاطاً للعمل من الجماعة الأقل تماسكاً.
- أن أفراد الجماعة المنسجمة، أكثر ميلاً للإبداع من الجماعة التي ليس بين أفرادها انسجام.
- أن الجماعة حديثة التكوين، تميل إلى الإبداع أكثر من الجماعة القديمة.

الإبداع على مستوى المنظمة

- وهو الإبداع الذي يتم التوصل إليه عن طريق الجهد التعاوني لجميع أعضاء المنظمة.
- وقد أشارت الدراسات حول الإبداع والأبحاث على مستوى المنظمة إلى أن المنظمات المبدعة تتميز بالصفات التالية:
- الاتجاه الميداني والميل نحو الممارسة والتجريب المستمرين رغم الفشل في بعض الأحيان.

•الاتصال القوي مع حاجات ورغبات المستهلكين .

•وجود أنصار ومؤيدين للإبداع يقومون بتشجيع المبدعين وتوجيههم .

•الإنتاجية من خلال مشاركة العاملين في تقديم مقترحات وبدائل للعمل .

•تطوير مبادئ وقيم وأخلاقيات للعمل يعرفها الجميع ويعملون على احترامها وتطبيقها.

•الالتزام بالمهارة الأصلية للمنظمة المبدعة وعدم التحول إلى مجالات عمل ليس للمنظمة أصالة متأصلة فيها.

•البساطة وعدم التعقيد في الهيكل التنظيمي من حيث عدد المستويات والوحدات الإدارية.

3- خصائص الابداع

- تتصف العملية الإبداعية بمجموعة من الخصائص التي يمكن تلخيصها فيما يلي:
- يعتمد الإبداع على التفكير الذي له أكثر من حل.
 - قادر على النظر إلى الأمور من زوايا مختلفة.
 - قابل للانتقال والتطبيق.
 - قادر على ملاحظة التناقضات والنواقص البيئية.
 - له القدرة على اكتشاف علاقات جديدة واستنباطها والإفصاح عنها.

4- أسباب تبني الإبداع في المؤسسات

يمكن إيجاز هذه الأسباب بما يلي :

1. الظروف المتغيرة التي تعيشها المؤسسات اليوم ، سواء أكانت ظروف سياسية أو ثقافية أو إجتماعية أو إقتصادية والتي تحتم على المنظمات الإستجابة لهذه المتغيرات بأسلوب إبداعي يضمن بقاء المنظمة وإستمرارها.
2. يحتم الإبداع الفني و التكنولوجي في مجال السلع و الخدمات و طرق إنتاجها وقصر دورة حياتها على المؤسسات أن يستجيبوا لهذه الثورة التكنولوجية وما يستلزمه ذلك من تغييرات في هيكل المنظمة وأسلوب إدارتها بطرق إبداعية أيضا ،مما يمكنها من زيادة أرباحها وزيادة قدرتها على المنافسة و الإستمرار في السوق من خلال ضمانها لحصتها السوقية بين المنظمات المنافسة.

خامساً: خصائص وسمات المبدعين

1. الذكاء.
2. الثقة بالنفس على تحقيق أهدافه.
3. أن تكون لديه درجة من التأهيل و الثقافة.
4. القدرة على تنفيذ الأفكار الإبداعية التي يحملها الشخص المبدع.
5. القدرة على إستنباط الأمور فلا يرى الظواهر على علاتها بل يقوم بتحليلها ويشير التساؤلات و التشكيك بشكل مستمر.
6. لديه علاقات إجتماعية واسعة ويتعامل مع الآخرين فيستفيد من آراءهم.
7. يركز على العمل الفردي لإظهار قدراته و قابلياته ،فهناك درجة من الأنانية.
8. غالبا ما يمر بمرحلة طفولة غير مستقرة مما يعزز الإندفاع على إثبات الوجود و إثبات الذات ،فقد يكون من أسرة مفككة أو أسرة فقيرة أو من أحياء شعبية.
9. الثبات على الرأي والجرأة والإقدام والمجازفة والمخاطرة ،فمرحلة الإختبار تحتاج إلى شجاعة عند تقديم أفكار لم يتم طرحها من قبل.
10. يفضل العمل بدون وجود قوانين وأنظمة.
11. يميل المبدعون إلى الفضول و البحث وعدم الرضا عن الوضع الراهن.

5- العوامل المشجعة للإبداع داخل المؤسسة:

الحرية المشروعة، الأمن النفسي و الاجتماعي للأفراد، الشورى داخل المؤسسة (اجتماعيه أو تنظيمية) ، المغامرة و التحدي ، الثقة المتبادلة و التعاون المثمر ، تشجيع الأفكار الجديدة ، توفير الوقت اللازم للإبداع ، تحقيق تكافؤ الفرص و دعم المبدعين

كما أنه هناك 4 مقومات أساسية مستمدة من كل من البيئة الداخليه والخارجية و هي : التعليم ، استخدام اسلوب حل المشاكل الإبداعي، وبيئة المنظمة وأخيرا الاتصال

6- معوقات الإبداع داخل المؤسسات:

بينت بعض الدراسات أن الإبداع على مستوى المنظمة قد يعاني من الإعاقة للأسباب التالية

1. المحافظة على الوضع الإجتماعي وعدم الرغبة في خلق صراع سلبي ناشئ عن الاختلافات بين الثقافة السائدة في المنظمة وبين الثقافة التي يستلزمها التغيير.

2. الرغبة في المحافظة على أساليب وطرق الأداء المعروفة، حيث أن الإبداع في المنظمة يستلزم في بدايته نفقات إضافية على المنظمة أن تتحملها.

3. عدم الرغبة في تخفيض قيمة الإستثمار الرأسمالي في سلعة أو خدمة حالية.

4. عدم الرغبة في تغيير الوضع الحالي بسبب التكاليف التي يفرضها مثل هذا التغيير.

5. ثبوت الهيكل البيروقراطي لمدة طويلة وترسخ الثقافة البيروقراطية وما يصاحب ذلك من رغبة أصحاب السلطة في المحافظة عليها وعلى طاعة وولاء المرؤوسين لهم أو رغبة أصحاب الإمتيازات في المحافظة على إمتيازاتهم.

هذا بالإضافة لبعض المعوقات الأخرى والمتمثلة في:

SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

1. الخوف من الفشل.
2. تجنب المخاطر.
3. الإعتياد على الأمور.
4. عدم توافر الحرية.
5. مقاومة التغيير.
6. جمود القوانين.
7. انخفاض الدعم الجماعي.
8. فقدان التحفيز.
9. التوبيخ العلني.
10. العقاب في حال الفشل.

ثانياً: الابتكار Innovation

1- المفهوم: يرى (جيل فورد) أن الابتكار هو "تفكير تغييري"، كما يعرف (شتاين) الابتكار بأنه هو "العملية التي ينتج عنها عمل جديد مقبول أو ذو فائدة أو مُرضٍ لدى مجموعة من الناس". ويعرف (روجرز) الابتكار بأنه "ظهور إنتاج جديد ناتج عن تفاعل بين الفرد والمادة المنجزة".

يشير المدلول الاصطلاحي التربوي لمصطلح الابتكار إلى أنه مفهوم مركب، يتضمن مزيج من القدرات، والاستعدادات، والخصائص، والسمات الشخصية التي إذا ما وجدت بيئة مناسبة؛ يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصيلة، وجديدة، بالنسبة لخبرات الفرد أو خبرات الجماعة في أحد ميادين الحياة الإنسانية.

ويُمكن تعريف الابتكار أيضاً بأنه "توجيه القدرات العقلية وتسخيرها في إيجاد فكرة جديدة، ويمكن تطبيقها". والابتكار أيضاً هو "إبداع يتحول إلى منتج حقيقي ملموس يكتسح الأسواق". إذن الابتكار هو "قدرة عقلية يحاول فيها الإنسان أن ينتج (فكرة، وسيلة، أداة طريقة...) لم تكن موجودة من قبل أو تطوير رئيسي لها دون تقليد، بما يحقق نفعاً للمجتمع". وبالتالي الابتكار هو "إيجاد شيء جديد لم يسبق استحداثه من قبل أو تطوير شيء موجود أصلاً من خلال إعادة تصنيعه وهيكلته بطريقة جديدة ومختلفة تماماً عن القديمة".

والشخص المبتكر هو "الشخص الذي يمتلك صفات الشخصية الابتكارية ويسعى لتحقيق حلمه وتحويله إلى شيء حقيقي ملموس، يمكن الاستفادة منه ويعود بالنفع عليه وعلى المجتمع". ولكي يكون الشخص مبتكر لابد من أن يتمتع بعدة صفات أبرزها) :

المبادرة والريادة - الدافعية للإنجاز- الإحساس بالمسؤولية- التفكير الإيجابي- المقدرة على التشارك والتفاعل مع الآخرين- الإصرار والمثابرة- الطموح والهمة العالية- الثقة بالنفس والشعور بالقدرة على تحقيق إنجاز ما.

2- التمييز بين الابتكار والإبداع:

(الابتكار = إبداع + جرأة)

الابتكار هو القيام بشيء جديد ومختلف بدلاً من استخدام الشيء نفسه، بما يتناسب مع متطلبات المستهلك واحتياجاته، يمكن القول أن الابتكار هو الاختراع نفسه، لكن مع إدخال جديد عليه يناسب ما وجد من أجله. ويرى البعض أن الإبداع يتمثل في "التوصل إلى حل خلاق لمشكلة أو إلى فكرة جديدة"، في حين أن الابتكار هو "التطبيق الخلاق أو الملائم لها"، وبهذا فإن الإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة، في حين أن الابتكار هو "الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحويل من الفكرة إلى المنتج".

خلاصة القول: يمكن أن تصدر الأفكار الإبداعية من الأفراد لكن الابتكار غالباً ما يأتي من خلال المؤسسات والمنظمات المحتضنة لتلك الأفكار الإبداعية.

3- أهمية الابتكار: تتمثل أهمية الابتكار فيما يأتي:

التحسين من جودة المنتجات، تنمية مهارات التفكير الشخصية للفرد، وذلك من خلال التفاعل الجماعي، وممارسة العصف الذهني، المساهمة في تعزيز صورة المؤسسة في أذهان العملاء، المساعدة على إيجاد روح المنافسة في المؤسسات، المساعدة على إيجاد طرق لزيادة حجم المبيعات في المؤسسة، المساهمة في تحسين جودة القرارات المصنوعة لحل المشكلات داخل المؤسسة في مختلف المجالات سواءً كانت اقتصادية أم فنية أم تسويقية، بالإضافة إلى حل المشكلات المتعلقة في بيئة العمل نفسها، المساهمة في تميّز المؤسسة، من خلال تقليل الفترة بين إصدار المنتجات، الأمر الذي يجعل المؤسسة من المؤسسات المنافسة بالنسبة للوقت

4- خصائص الابتكار

للابتكار خصائص عديدة، منها: الابتكار يمثل كل ما هو جديد: ويعني ذلك أنّ الابتكار يشتمل على الخروج بشيء جديد سواء كان كلياً أو جزئياً. الابتكار هو التمايز: ويعني ذلك أن يأتي كل من المتنافسين بشيءٍ يختلف عما يأتي به الآخرون. الابتكار هو قدرة المرء على أن يكون المتحرك الأول في السوق: ويقصد بذلك أن يكون المبتكر للمنتج الجديد هو الشخص الأول الذي توصل إليه، وفي ذلك تمييزاً له لإدخاله لمنتج جديد إلى السوق. الابتكار يعبر عن قدرة المرء على اكتشاف الفرص: وذلك عندما يعتمد الابتكار على توقع الاحتياجات الجديدة، والرؤية القائمة على اكتشاف قدرة المنتج الجديد في خلق الطلب المتزايد عليه

5- علاقة الابداع والابتكار بالمقاولاتية

أثبتت الأبحاث أن نسبة كبيرة من الابتكارات تم التوصل إليها بواسطة المقاولين وخاصة في قطاع المشروعات الصغيرة . فهناك ارتباطاً وثيقاً و متبادلاً بين الابداع والابتكار وريادة الأعمال، لهذا من المهم بذل الاهتمام اللازم بكل من هذه العناصر وخاصة من قبل صناع القرار وواضعي السياسات . ويتفق علماء الإدارة والاقتصاد أن المقاول هو من يتمكن من استثمار التغيرات الدائمة في البيئة المحيطة بشكل مبدع . مثال Bill Gates : حيث كانت التغيرات ثورة تقنيه و هي ثورة الحاسب مكنته من أن يبدأ مايكروسوفت . و ممكن ان تكون التغيرات ثقافية . و رائد الاعمال الناجح هو من يستطيع ان يستثمر أحدث التطورات التكنولوجية في عالم الاستثمار

ولقد تزايد اهتمام الحكومات بأهمية النزعة الريادية في
تنشيط الاقتصاد مما أدى إلى زيادة عدد المؤسسات
الحكومية والدولية لرعاية المقاولين أو رواد الأعمال
ومساعدتهم، فهي تقدم دعم خاص مالي وفني لهؤلاء
الشباب لتمكينهم من إقامة مشاريع خاصة بهم، مما
يساعد الكثير منهم في الاستفادة من هذه الفرص،
وبالتالي يزيد من أعداد المشاريع الصغيرة الريادية.
ويتكامل الإبداع والابتكار مع المقاولاتية من خلال
التفرد في تنظيم وإدارة الموارد المتوفرة في المشروع
واستخدامها بالشكل الأمثل الذي يؤدي إلى تطوير
فكرة جديدة وتحويلها إلى شيء نافع يبنى عليه طلب
جديد

فالقدره والرغبه في تنظيم وإدارة الأعمال ذات الصلة بها، حيث يعتبر المشروع الريادي الأساس في بناء وتطوير منظمات الأعمال القادرة على المنافسة والدخول إلى الأسواق.

إن المفهوم الواضح للمقاولاتية يجب أن ينشأ قبل تطبيق أية إستراتيجية تسعى لخلق هذه الثقافة في عالمنا خاصة ونشر هذا النوع من الثقافة يتطلب جهدًا كبيرًا وعمليات متواصلة تشارك فيها جميع المنظمات المهنية والعلمية بما فيها الجامعات لإنتاج مقاولين مهرة ذوي كفاءات إبداعية تحقق لهم النجاح في بيئة عالم تتميز بالتغير بسرعة.

المحور الثالث: دور المرافقة المقاولاتية في تحويل

الافكار الى مشاريع

تعتبر المرافقة المقاولاتية من أهم الآليات الجديدة المبتكرة لدعم وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث تسعى للتخفيف من التعقيدات مما يضمن إنشاء مؤسسات في ظروف جيدة وزيادة نسب نجاحها.

ينصب تعريف المرافقة في ثلاث اتجاهات:

•الاتجاه الفرانكفوني : L'approche Francophone يركز في تعريفه على العلاقة الشخصية التي تربط بين المرافق والمقاول.

*الاتجاه الانجلوساكسوني :-L'approche Anglo Saxonne

يعتبر المرافقة كشبكة دعم ومساعدة.

-الاتجاه العام :وهو الذي يأخذ بجميع المتغيرات في تعريف المرافقة المقاولاتية.

1- مفهوم المرافقة: تعرف المرافقة بأنها عملية

ديناميكية لتنمية وتطوير مشروعات الأعمال، خاصة مشروعات أو منشآت الأعمال الصغيرة، التي تمر بمرحلة التأسيس أو الإنشاء وبداية النشاط حتى تتمكن من البقاء والنمو بصفة خاصة في مرحلة بداية النشاط

START-UPPERIOD

وذلك من خلال العديد من المساعدات المالية الفنية وغيرها من التسهيلات الأخرى اللازمة أو المساعدة.

كما عرفت المرافقة بأنها محاولة لتجنيد الهياكل و الاتصالات و الوقت من أجل مواجهة المشاكل المتعددة التي تعترض المؤسسة، ومحاولة تكييفها مع ثقافة و شخصية المقاول

أما ANDRE LETOWSKI فعرفها بأنها: "تجنييد للهياكل والاتصالات والوقت من أجل مواجهة المشاكل المتعددة التي تعترض المؤسسة ومحاولة تكييفها مع ثقافة وشخصية المنشئ".

وتوصل إلى أن مهنة المرافقة تتعلق بإتباع سيرورة تشمل ثلاث مراحل هي:

- * استقبال الأفراد الذين يرغبون في إنشاء مؤسسة؛
- * تقديم خدمات تتناسب وشخصية كل فرد؛
- * متابعة المؤسسة الفتية لفترة عموماً تكون طويلة (حسب طبيعة المرافقين).

كما تعتبر المرافقة المقاولاتية عبارة عن خدمة تقدمها هيئات متخصصة، والتي تبرز من خلال هيئات دعم متخصصة تقوم بالنصح، التكوين، والتمويل وتعليم أصحاب المشاريع مهارات التسيير، التي تمكنهم من تجاوز العراقيل التي تواجههم في مراحل إنشاء مؤسساتهم.

وعموماً يمكن القول أن المرافقة المقاولاتية هي عملية منظمة من ثلاث جهات (المرافق، هيئة المرافقة، المقاول) تتم خلال مدة زمنية محددة، تسمح للمقاول من الاستفادة من مختلف ديناميكيات التعلم (التدريب، التوجيه، الاستشارة....) الحصول على الموارد (المالية، المعلوماتية...) كذا المساعدة على اتخاذ القرار (الوصاية...).

2- أسس المرافقة المقاولاتية

مبدأ عدم التكافؤ: فالعلاقة بين المرافق والمقاول غير متوافقة لأن المرافق يجب أن يكون ذي خبرة وكفاءة مقابل المقاول الذي لم يصل بعد إلى درجة الكفاءة في مجال إنشاء المؤسسة.

مبدأ المساواة: المرافقة لا تفرض مبدأ السيطرة أو التحكم بين أطراف عملية المرافقة حيث نجد أن المشاركة والحضور لا يكون بداعي الإلزام لكلا الطرفين على حد سواء.

مبدأ التعبئة المشتركة: الهدف الأساسي من المرافقة هو الانتقال من حالة إلى أخرى يتم فيها تغيير في السلوك و اكتساب معارف و خيارات جديدة سواء بالنسبة للمرافق أو المقاول

مبدأ الظرفية: المرفقة وليدة حاجة خاصة مرتبطة بالظروف و عادة المرافق هو الذي يحدد الحاجة من المرافقة.

مبدأ التزامن: المرافقة لها بداية و نهاية، هذه الأخيرة تكون عندما يتحصل المقاول على استقلالته و يصبح قادر على إدارة أعماله بنفسه.

3- خصائص المرافقة الجيدة

المرافقة تستلزم الارتباط (فرد-مشروع): وهذا يعني توافق إمكانيات وكفاءات المقاول مع نوعية المشروع الذي يحمله مما يؤدي إلى وجود توافق مستمر بين الفرد والمشروع وليس فقط في المرحلة الأولية لتسيير المشروع، هذا العنصر يسمح بـ " تأمين " المقاول والمشروع معا من مختلف المشاكل.

المرافقة تركز على الشخص: لا يكفي تدعيم المقاول من الناحية المادية و المالية، لأن عملية المرافقة تكون خلال فترة زمنية محددة لا بد للمقاول أن يستفيد فيها للتحكم بتسيير مشروعه في المستقبل.

المرافقة يجب أن تشجع إستقلالية الشخص: فينبغي على هيئة المرافقة جعل حامل المشروع يفهم لماذا يجب ان ينفق بشكل معقول في استثمارات، كيف يتحكم في الخزينة، المدة المثلى لتسديد الديون، اهلاك الاستثمارات وغيرها.

المرافقة يجب أن تتضمن تسيير الفشل: فينبغي على المرافق مصارحة حامل المشروع من البداية اذا كان المشروع غير قابل للتحقيق، او تعديل مشروعه اذا كان يحوي على اخطاء أو يحتاج الى تعديلات.

الاحترافية مهما كانت الفئة المستهدفة : فهناك فئات مختلفة من المقاولين من بينها البطالين ذو التأهيل الضعيف حيث أن مرافقة هذه الفئة من حاملي المشاريع تأتي من مرجعية اجتماعية أكثر منها اقتصادية، وهنا يجب على المرافق إظهار جميع العناصر المرتبطة بإنشاء المشروع والكلام باحترافية كبيرة مع المقاول بهدف وضع المشروع في الطريق الصحيح.

المرافقة تقوم في إنجاز المشاريع على مرحلتين : المرحلة الاولى وهي مرحلة التصور (التخطيط) يقوم بها غالبا المقاول، أما التنفيذ فيعتبر نقطة الانطلاق في المرحلة العملية التي يجب فيها وقوف الهيئة المرافقة الى جانب المقاول منذ انطلاق المشروع وطول فترة تنفيذه (فترة الانشاء)

4- أنماط المرافقة

المرافقة القبلية: عند قدوم أي مقاول إلى هيئة المرافقة لأول مرة تقام معه جلسات أولى تسمى بمرحلة المرافقة القبلية التي يتم فيها استقبال المقاول، ويختلف شكل الاستقبال من هيئة لأخرى، حيث أن بعضها يكتفي بأول لقاء لتقديم بعض المعلومات وتوجيه المقاول (حامل المشروع) ، أما الأخرى فهي تقوم منذ اللقاء الأول بتحليل وتقييم إمكانيات المشروع (شكل المشروع، المنتج، السوق...) وبالتالي فالمرحلة القبلية تقوم في الأساس على التعارف بين كل من حامل المشروع والهيئة المرافقة، كما تسعى إلى معرفة حالة تقدم المشروع؛ احتياجات المشروع؛ التوفيق بين حاجيات هيئة الدعم ومتطلبات حامل المشروع حيث يتم أخذ فكرة حول هدف المشروع وأهميته وكذلك وضعية صاحب المشروع وما هي طموحاته وما ينتظره، في المقابل تسعى هيئة المرافقة الى اظهار مدى اهمية المرافقة في انجاح المشروع.

المرافقة أثناء الإنشاء: وهنا تقدم هيئات المرافقة مجموعة من الخدمات لصاحب المشروع تتمثل في إعداد وتشكيل ملف إنشاء المشروع: يتمثل في خطة عمل تتضمن: تقديم صاحب المشروع؛ وصف المشروع؛ وصف السلعة أو الخدمة؛ السوق؛ رقم الأعمال؛ الوسائل التجارية؛ وسائل الإنتاج؛ الملف المالي: جدول حسابات نتائج تقديري، الاحتياج في رأس المال العامل، خطة التمويل، مخطط الخزينة، الرسم على القيمة المضافة، عتبة المردودية، وغيرها والبحث عن الوسائل المالية (قروض، إعانات، مساعدات، ...) والقيام بالخيارات الجبائية، الاجتماعية، والقانونية، كما يمكن أن تصل المرافقة إلى غاية المساعدة في تخطيط وانجاز خطوات إنشاء المشروع، كما تحاول هيئات المرافقة في هذه المرحلة تشجيع استقلالية المقاول في اتخاذ القرارات الخاصة بمشروعه حتى يستطيع أن يعتمد على نفسه مستقبلا.

المرافقة بعد الإنشاء (المتابعة): القليل من هيئات الدعم تقوم بمتابعة المشاريع بعد إنشائها، ومع ذلك تهتم الهيئات المتخصصة في الدعم المالي كثيرا بهذه العملية، والسبب في ذلك بدون شك هو محاولة التحقق من إمكانية استرجاع الأموال المقرولة، وعموما تتضمن المتابعة بعد الإنشاء مواعيد شهرية مع صاحب المشروع طوال السنتين الأوليتين، يتم فيها بحث العناصر التالية:

- التسيير: الخزينة، الوضعية المالية، تشكيل لوحة قيادة مالية؛
- الجانب التجاري: البحث عن الزبائن، الاتصال؛
- الرؤية الإستراتيجية؛
- أسئلة مختلفة: العقود، المناقصات... الخ .

وفي حالة وجود بعض المشاكل المحتملة في بعض المشاريع، يتم تنظيم مواعيد دورية مع صاحب المؤسسة لحل هذه المشاكل.

أنماط المرافقة

نوع المرافقة	معايير التصنيف
<ul style="list-style-type: none"> - مرافقة عمومية (الدولة، الهيئات المحلية) - مرافقون خواص (الخبراء المرافقين الخوص، مكاتب الخبراء المحاسبين، محافظي الحسابات، البنكيين...) - المنظمات غير الحكومية -المرافقون الأجانب – المنظمات الدولية - المرافقون الخواص الدوليون – المنظمات غير الحكومية الدولية 	<p>حسب مصدر المرافقة</p>
<ul style="list-style-type: none"> - المرافقة المؤسساتية –تحت شكل هيئات، تحت شكل قوانين وقواعد - مرافقة أجنبية – تدخل مباشر، تدخل غير مباشر - وساطة في الجهيزات – التزويد بالتجهيزات - وضع خبراء تحت التصرف - مرافقة في مجال التسيير- التكوين –الاستشارة 	<p>حسب طبيعة المرافقة</p>
<ul style="list-style-type: none"> - مرافقة الصناعات الصغيرة والمتوسطة - مرافقة المؤسسات الزراعية الصغيرة والمتوسطة - مرافقة المؤسسات الصغيرة في القطاع الرسمي وغير الرسمي - مرافقة الصناعات الصغيرة والمتوسطة في قطاع النقل ... 	<p>حسب قطاع النشاط المتدخل فيه</p>

كما يمكن تصنيف المرافقة كالآتي:

المرافقة المعنوية: وهي من أهم أنواع المرافقة التي يحتاجها المنشئ منذ النقطة الأولى لانطلاق مشروعه، فهذه المرافقة تقدم للمنشئ النصح و التوجيه و الإرشاد، حيث تعمل على بلورة أفكاره أو ضبطها، و تجسيدها على أرض الواقع، لأنه عادة عندما يفكر المنشئ في إنشاء مشروعه تتراد عليه عدة أفكار، و هو في هذه الفترة بحاجة لمن يؤكد له صلاحية هذه الفكرة و إمكانية تطبيقها على الواقع، حتى لا تبقى مجرد فكرة، ثم يحدد له ما هي الاستراتيجية التي سيتبعها للوصول إلى الهدف الذي يجب عليه تحديده بدقة، وهذا هو الدور الذي يلعبه المرافق في أولى مراحل عملية مرافقته للمنشئ حيث يقوم برفع معنوياته و تشجيعه.

المرافقة الفنية: في هذه المرحلة يقوم المرافق بمساعدة المنشئ في دراسة الجدوى الاجتماعية أي الموارد الاجتماعية التي يحتاجها لمشروعه، وتحديد الشروط اللازمة لإنجاح المشروع من اختيار للموقع، و الآلات، وكذلك مساعدة صاحب المشروع فيما يتعلق بأساليب الإنتاج، واستخدام الأنظمة المعلوماتية، بعد أن يكون قد حدد هو والمرافق الهدف الذي يريد الوصول إليه بدقة، و ذلك بأن يجردا و بالتفصيل كل حيثيات المشروع دون إهمال أي شيء منها، لأن أي خطأ أو تهاون في هذه المرحلة يؤدي إلى نتيجة يكون مآلها فشل المشروع، لهذا يجب أن يتوقع المرافق والمقاول كل المخاطر والصعاب التي يمكن أن يواجهها أثناء تنفيذ فكرة المشروع، لأن هذه المرحلة من المشروع تعتبر حساسة لأنها مرحلة اتخاذ القرارات، و وضع التكتيكات، التي سيتبعانها لتنفيذ الاستراتيجية التي حدداها في المرحلة الأولى من المرافقة.

المرافقة الإعلامية : تتمثل في المساعدات التي يقدمها المرافق للمقاول، و هي أن يوجهه للطرق التي تمكنه من إقامة أنظمة المعلومات و الاتصال داخل مؤسسته، كما يتضمن هذا النوع من المرافقة مجال التسويق لقطاع المؤسسة الصغيرة، و لهذا يجب على المرافق أن يمنح المقاول المساعدة في مجال كيفية الإشهار و الترويج بمنتجه.

المرافقة أثناء التدريب و التكوين: و تعتبر المرافقة هنا بمثابة عملية تلقين و تعليم، ففي هذه المرحلة من المرافقة يقوم المرافق بتلقين دروس للمنشئ عن المقاوله، و كيفية إنشاء مؤسسة، و يعرفه بصفات المقاول الناجح الذي يعتبر قائدا و مبادرا، حيث يرتبط هذا النوع من المرافقة بضرورة تشكيل مجمع من المنشئين قائم على الكفاءات.

المرافقة التكنولوجية: فضلا عن ضرورة توفير قاعدة تكنولوجية وطنية، ينبغي تشجيع المؤسسات الصغيرة على التكنولوجيا، و استخدامها، و ذلك من خلال التوجيهات التي يقدمها المرافق للمنشئ عن التكنولوجيا الحديثة ودعم أسعارها.

المرافقة الإدارية : تتمثل في التسهيلات التي يقدمها المرافق للمقاول والمتعلقة بالاجراءات الإدارية، كتبسيط الوثائق الإدارية الخاصة بالتسجيل، وإجراءات الحصول أو امتلاك العقار ... الخ.

المرافقة المالية : لعلها من أهم ما ينتظره المقاول عموماً، حيث تشمل المساعدة المتعلقة بالتمويل، خاصة ترقية الادخار و مؤسساته، و المساهمة في ضمان جزء من القروض، وتخفيض تكلفة التمويل، و تمديد أجال السماح، و الإعفاء الكلي أو الجزئي، و لفترة محددة من الضرائب و الرسوم الجمركية، أو الإعفاء من الضمان الاجتماعي خلال فترة محددة، وكذا منح مساعدات مباشرة خاصة لبعض المشاريع، كمشروعات التجديد أو تلك التي تساهم في تشغيل عدد ما من العمال أو المشروعات التي تقام في المناطق النائية.

أشكال المرافقة المقاولاتية

الشكل	تعريفه	دلالاته في المرافقة	دوره بالنسبة للمقاول	ميدان تطبيقه
التدريب - coaching-	مرافقة شخصية لإكتساب الثقة الذاتية للمقاول من خلال نقل معارف نظرية و تطبيقية	❖ قائد ❖ وجه ❖ صاحب	تطوير الأداء	الرياضة، الأعمال التجارية، أصحاب المؤسسات
الوصاية - tutorat-	مرافقة شخص من طرف شخص أقر أكبر منه سناً و يفوقه خبرة	❖ صاحب	الحصول على معارف جديدة أو موروثة و إلماحه داخل المؤسسة	في المؤسسة أو بعض النشاطات الحرفية
التوجيه - mentorat-	مساعدة الأجيال على تكوين مسار مهني من طرف خبير عادة ما يكون في مجال الأعمال	❖ قائد ❖ وجه	الاستفادة من خبرة شخص كبير لبناء مسار مهني	عدة مراحل من حياة المؤسسة كالإنشاء و أو إعادة الإنشاء
الاستشارة - conseil-	تشخيص الوضعية للمساعدة على إيجاد حلول لمشاكل شخصية أو أزمت مهنية من طرف مختصين	❖ قائد	حل المشاكل من طرف مختصين	أي وضعية تستدعي خبرة في مجال معين

SOURCE : Paul, M, L'accompagnement, une posture professionnelle spécifique, L'Harmattan,

المحور الرابع: خطوات إنشاء مشروع جديد

الخطوة الأولى: إيجاد فكرة المشروع

SAHLA MAHLEA

المحور الرابع: خطوات إنشاء مشروع جديد

الخطوة الأولى: إيجاد فكرة المشروع

إذا كنت تمتلك بالفعل فكرة لمشروعك، فيمكنك الانتقال للخطوة الثانية مباشرة.

أما إن لم تمتلك فكرة محددة لمشروعك، فعليك أن تفهم أولاً أن المشروعات دائماً تهدف إلى تلبية احتياجات أو تقديم حلول لمشكلات فئة معينة من البشر، من خلال خدمات أو منتجات تحقق ذلك.

في الماضي كانت أفكار المشروعات في الغالب تقوم على تلبية الاحتياجات الأساسية للبشر، أما الآن ومع تطور الحياة وزيادة مستوى تعقيدها أصبح هناك المزيد من الاحتياجات البشرية، وبالتالي أصبح هناك عدد لا نهائي من الأفكار لمشروعات رائعة من الممكن تحقيق أرباح ممتازة من خلالها.

بشكل عام هناك مسارين رئيسيين يمكنك من خلالهم إيجاد فكرة مشروع رائعة:

المسار الأول: عمل مشروع في مجال تحبه أو لديك خبرة حوله.

SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

على الرغم من بساطة هذه الفكرة، لكنها تمثل مسار رائع للحصول على فكرة مشروع. إن إنشاء مشروع بناءً على الاهتمام والشغف الخاص... يمثل واحد من العوامل الرئيسية لنجاح المشروع واستمراره، وتطويره باستمرار. الجدير بالذكر هنا أنه مهما كانت اهتماماتك وشغفك الخاص، فهناك دائماً فرصة لتحويل هذا الشغف لمشروع يمكنك الربح من خلاله. وهذه بعض الأسئلة التي ربما تساعدك على اكتشاف شغفك واهتماماتك الخاصة:

- ما هو المجال الذي تحب دائماً الاطلاع على آخر الأخبار الخاصة به؟
- ما هي المهارة التي تعتقد أنك متفوق فيها عن الآخرين؟
- ما هي الميزة التي تشتهر بها بين عائلتك وأصدقائك وأقاربك؟
- ما هي الأشياء التي لا تمل من فعلها؟
- ما هي المجالات التي تمتلك معرفة حولها، وتجد نفسك دائماً محب لتعلم المزيد عنها؟

المسار الثاني: البحث عن فكرة من خلال توجيه الأسئلة

هنا نتحدث عن الأسئلة التي تعبر عن الحاجات التي يسعى الناس إلى إشباعها، أو المشكلات التي يريدون حلها، والتي من خلالها يمكننا التوصل لمجموعة من الأفكار لمشروعات تحل هذه المشكلات، أو تشبع تلك الحاجات.

وهذه بعض الأسئلة التي ستساعدك على الحصول على مجموعة رائعة من أفكار المشروعات: يمكنك توجيه هذه الأسئلة لنفسك ولعائلتك وأصدقاءك أو حتى لمعارفك، وذلك للحصول على المزيد من وجهات النظر ومن ثم الأفكار:

- ما هي نوعية المشروعات الناجحة حولك؟
- ما هي الحاجات الخاصة بك، والتي لم تجد مشروع يشبعها لك بشكل مثالي؟
- ما هي النقاط أو المميزات التي يمكنك إضافتها لمشروعات موجودة لجعلها أكثر نجاحاً؟
- ما هو أكثر شيء تخشاه طول الوقت؟

- ما الأشياء التي تجلب لك الفرح والطمأنينة؟
- ما هي أكثر مشكلة واجهتك لم تعرف طريقة حلها؟
- ما طبيعة المنتجات التي تقوم بشرائها؟
- ما هي الخدمات التي تتمنى لو تجد من يقوم بها لأجلك؟
- هل تقبل أن تدفع المال مقابل هذه الخدمات التي تحتاجها؟
- ما هي طبيعة العصر الذي نعيشه، وكيف يؤثر هذا على تفكير الناس؟
- ما هي طبيعة المجتمع في المكان الذي تنوي عمل مشروعك به؟

هناك عدد لا نهائي من الأسئلة التي يمكن أن تكشف عن إحتياجاتنا جميعاً، ورغباتنا التي نسعى لإشباعها، والتي تظهر من خلالها الكثير من الأفكار والفرص التي بإمكانك إستغلالها.

الخطوة الثانية: البحث والدراسة وجمع المعلومات

من أهم الأسباب التي تتسبب في فشل المشروعات... أن الكثير من الراغبين في تأسيس مشروع خاص بهم يغفلون الجانب الأكبر، والأكثر أهمية عند تأسيس المشروع، وهو البحث والدراسة لفهم طبيعة السوق وحجم الطلب، ومستوى المنافسة، ومتوسط الأسعار، ومستوى الجودة... إلخ.

في هذه المرحلة من المفترض أنك بالفعل قد حددت فكرة المشروع الذي تنوي إنشاؤه، وتريد جمع أكبر قدر من المعلومات لتقييم الفكرة من ناحية، ولفهم الجمهور والمنافسين من ناحية أخرى. ومن ثم استخدام كل هذه المعلومات في بناء خطة المشروع.

بالطبع البحث والدراسة وجمع المعلومات هنا يتوقف بشكل كبير على نوع المشروع وطبيعته، ولكننا سوف نحاول تغطية أهم الجوانب التي تنطبق على أغلب أنواع المشروعات.

ويمكن حصرها في ثلاثة جوانب :

الجانب الأول: دراسة الجمهور المستهدف لمشروعك

في هذا الجانب من المفترض أن تقوم بجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات حول طبيعة الجمهور الذي سوف يستهدفه مشروعك، وهذه قائمة بأهم المعلومات والبيانات التي عليك معرفتها حول جمهورك المستهدف:

• ما هو حجم الجمهور المستهدف لمشروعك؟

هذا بالطبع يتوقف على نوع السلعة أو المنتج الذي ستبيعه من خلال مشروعك، وهل هذا المنتج أو هذه الخدمة تمثل حاجة أساسية للجمهور (مثل المأكل والمشرب، والملبس)، أم تمثل حاجة ترفيهية مثل (الأكسسوارات، أو ألعاب الأطفال.....)



SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

- ما هو جنس الجمهور المستهدف؟ ذكور أم إناث، أم الاثنين معاً.
- ما هي الفئة العمرية لجمهورك المستهدف؟ المراهقين، الشباب، كبار السن.
- ما هو التوزيع الجغرافي لجمهورك المستهدف؟ هل هم متواجدين في كل مكان، أم يعيشون في أماكن بعينها (مثل الأغنياء الذين يعيشون في الأحياء الراقية).
- ما هو المستوى المادي لجمهورك المستهدف؟ هل ستقوم بعمل مشروع شعبي (مثل المطاعم الشعبية)، أم أن مشروعك سيكون موجهاً لجمهور خاص (مثل مطاعم الأكلات من بلدان أخرى)



الجانب الثاني: دراسة المنافسين

بعدما قمت بجمع المعلومات ودرست وبحثت حول جمهورك المستهدف، إذا عليك الانتقال لدراسة المنافسين لك. والمقصود بالمنافسين هنا، هي المشروعات التي تقوم بتقديم نفس نوع المنتج/المنتجات أو الخدمة/الخدمات التي تنوي تقديمها في مشروعك.

وهذه أهم البيانات والمعلومات التي عليك جمعها ودراستها حول منافسينك:

- ما هي حجم المنافسة؟
- هل هناك الكثير من المشروعات التي تقدم بالفعل ما تنوي تقديمه في مشروعك؟ بالطبع كلما حجم الجمهور كبيراً كلما كانت المنافسة أقوى .
- ما هي نقاط القوة التي يتمتع بها أبرز المنافسين؟
- وهل لديك نقاط قوة يمكنك من خلالها الدخول في المنافسة؟

• ما هي نقاط الضعف الخاصة بالمنافسين؟

• ما هي أسباب نجاح أبرز المنافسين؟

• أسباب النجاح ليست بالضرورة تكون نابعة من نقاط القوة، ولكنها ربما تكون مرتبطة بشيء آخر مثل ضعف المنافسة.

• ما هي العناصر المشتركة بين أغلب المنافسين؟

• هذا سوف يمنحك فكرة ممتازة عن الحد الأدنى من المعايير التي عليك اتباعها لكي تظر في الصورة كمنافس محتمل.

• هل لديك شيء يمكنك أن تتميز به عن المنافسين لك؟

• ما هي المشاكل التي يواجهها المنافسين، وكيف يتعاملون

معها، وكيف يجد المتميزون منهم حلولاً إبتكارية لها؟

الجانِب الثالث: دراسة طبيعة السوق الذي تنوي الدخول له

في هذا الجانب عليك جمع معلومات وعمل أبحاث حول السوق بشكل عام وطبيعته، وهذه أهم النقاط التي عليك البحث حولها:

- ما هو متوسط طول الدورة المالية في مجال مشروعك؟
- هل السوق الذي أنوي الدخول فيه يتجه ناحية النمو والانتساع، أم هو ثابت عند مستوى ما؟
- ما هي طبيعة نظام السداد السائد في السوق؟
- هل السداد في العادة يكون بشكل نقدي، أم أن هذا النوع من المشروعات يسود به نظام السداد الآجل؟
- من هم كبار الموردين الأشهر والأهم في السوق الذي أود الدخول به؟

الخطوة الثالثة: وضع خطة المشروع

وضع خطة دقيقة ومفصلة يمكنك النجاح من خلالها، يعتمد في المقام الأول على حجم ودقة البيانات والمعلومات التي قمت بجمعها في الخطوة السابقة، وعلى معرفة ماذا تريد تحديداً من مشروعك، وما هو تصورك الكامل لفكرة المشروع.

خطة المشروع باختصار هي الخريطة التي يمكنك من خلالها الانتقال من بين نقطتين، فإذا كنت عند النقطة (A) وتريد الوصول إلى النقطة (B)، سيتطلب ذلك وضع خطة للوصول بين النقطتين، وهذا هو ما تقوم به خطة عمل المشروع. أما إذا قررت الوصول من (A) إلى (B) دون خطة عمل فسيصبح الأمر وقتها مجرد مقامرة قد تفشل وقد تنجح

وهذه أهم العناصر التي يجب أن تحتوي عليها خطة عمل المشروع:

المعلومات الأساسية للمشروع

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

SAHLA MAHLEA

تقديم الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

المعلومات الأساسية للمشروع يجب أن تتضمن اسم المشروع، شعار المشروع، اسم مالك أو ملاك المشروع، عنوان المشروع أو مقره على أرض الواقع، أرقام الهاتف، البريد الإلكتروني، الموقع الإلكتروني إن وجد.

المنتج أو الخدمة التي سيقدمها المشروع

في هذا الجزء من خطة المشروع يجب وضع وصف واضح ودقيق للمنتج/المنتجات أو الخدمة/الخدمات التي تنوي تقديمها في مشروعك.

يجب تحديد مصادر الحصول على المنتج، وتحديد مميزات المنتج التنافسية.

رؤية وهدف المشروع

وتتضمن وصف المشروع ومراحل تطوره، والمزايا المتوقعة تحقيقها من خلاله، وما يلزم المشروع من تجهيزات. وما هو حجم التوسع المستهدف في المستقبل.

يجب أن تتضمن الخطة أيضاً هدف المشروع بشكل عام، وتقسيم هذا الهدف لأهداف جزئية على فترات زمنية معينة.

يجب أيضاً توضيح والفصل بين الأهداف الربحية المباشرة، والأهداف التي تعتمد على صناعة علامة تجارية قوية، والأهداف المرتبطة بالخطط التوسعية.

خطة التسويق

التسويق عنصر في غاية الأهمية لنجاح أي مشروع، لذلك يجب وضع جزء خاص في خطة المشروع لعملية التسويق. في الخطة التسويقية يجب تحديد الميزانية التسويقية، وطرق وقنوات التسويق التي سوف تقوم بالاعتماد عليها.

الجدير بالذكر أن تحديد القنوات التسويقية يعتمد بشكل كبير على طبيعة المشروع وأماكن تواجد الجمهور المستهدف، ولكن لكي نكون واقعيين يجب أن نعرف أن التسويق من خلال الإنترنت أصبح ضرورة لكل أنواع المقاولات في الوقت الحالي، وذلك بسبب نمو واتساع قاعدة مستخدمي الإنترنت بشكل مستمر.

على أي حال يمكنك أن تبدأ طريق تواجد مشروعك على الإنترنت من خلال أشياء بسيطة جداً، مثل إنشاء صفحة رسمية له على فيسبوك.

خطة العمل

- تتضمن المراحل التي سوف يمر بها المشروع من مرحلة بداية التنفيذ، وحتى مرحلة وصول المنتج للعملاء المحتملين.
- هنا عليك تحديد العمليات التي ستتم من خلال مشروعك حتى وصول المنتج أو الخدمة النهائية للعميل.
- هل المشروع سوف يمر بمراحل إنتاج أو تصنيع، أم لا؟
- هل الخدمة أو المنتج سيصل مباشرة إلى العملاء، أم هناك وسطاء كالموزعين والوكلاء؟
- ما هي تكلفة المواد الأولية والمستلزمات التي سوف يتطلبها المشروع؟
- ما هي ساعات العمل الرسمية للمشروع، وما هي أيام الراحة؟
- ما هو النظام الإداري للمشروع، وحجم العمالة، وما هو دورك أنت تحديداً كصاحب للمشروع، أو كعضو شريك؟

الخطة المالية للمشروع

وهي واحدة من الركائز الأساسية لخطة المشروع العامة، والتي من خلالها يجب تحديد كل شيء مرتبط بالأموال، ومن أهم النقاط التي يجب وضعها في الخطة المالية للمشروع:

• مصدر تمويل المشروع

هل ستعتمد في بناء مشروعك على أموالك الخاصة؟ أم ستلجأ للاقتراض؟

ما هي فرص الاستثمار البديلة في حالة كنت ستعتمد على أموالك الخاصة؟

ما هي نسبة فائدة القرض في حالة كنت ستلجأ للاقتراض؟

• تحديد مصاريف بناء المشروع

يجب تحديد مصروفات بناء المشروع بدقة، وهذا يتضمن كل ماله علاقة بمصاريف سوف يتم دفعها مرة واحدة، أو على فترات متباعدة (مثل مصروفات الآلات، أو تجهيز مقر المشروع).

• تحديد مصاريف التشغيل

وهي المصاريف المرتبطة بعملية تشغيل المشروع، والتي في الغالب يتم تكرارها بشكل دوري (كل شهر مثلاً كالمرتبات)

• حجم الأرباح المتوقع، وكيفية استخدام هذه الأرباح

ما هو حجم الأرباح الذي تتوقعه في السنة الأولى، ثم الثانية؟ وهل ستستخدم الأرباح كمصدر لتطوير المشروع، أم ستقوم باستخدامها كمصدر للدخل الشخصي؟

الخطوة الرابعة: البدء في اجراءات تقنين المشروع بشكل رسمي

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

هذه الخطوة تعتبر هي الخطوة الأولى الجدية لإنشاء مشروعك الخاص، والتي فيها يجب أن تقوم بعمل ترخيص حكومي لمشروعك، وعمل سجل تجاري له. هذه الخطوة بالطبع تختلف وفقاً للقوانين التي تنظم الاستثمار، ومن المفضل أن تلجأ لمحامي مختص لكي يساعدك في انجازها بشكل صحيح ومضمون.

الخطوة الخامسة: البدء في تجهيز المشروع بشكل

SAHLA MAHLA

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

فعلي

من المفترض أنك تمتلك خطة واضحة لكل ما هو متعلق بمشروعك، وهذا من المفترض أن يجعل هذه الخطوة أكثر سهولة بالنسبة لك.

الجدير بالذكر هنا أنك في الغالب ستجد فرق بين ما هو مكتوب في أوراقك، وبين الواقع، وهذا طبيعي جداً، ولا تجعله مصدراً لآز عايجك.

وهذه بعض النقاط والنصائح التي ربما تساعدك في انجاز هذه الخطوة بشكل أفضل:

• تابع كل شيء بنفسك

ننصح بعدم إعطاء مسئوليات جوهرية لأشخاص غير موثقين، أو غير متخصصين. المتابعة بنفسك هو أفضل خيار ممكن لك في هذه المرحلة، وفي حالة عدم تناسب ذلك وظروفك فيمكنك توكيل مختص محترف وموثوق.

• ناقش ثم أسأل، ثم أسأل ثم ناقش

الكثير من المشاكل الكبيرة، تبدأ بسوء تفاهم صغير. لأن الخطأ في هذه المرحلة يكون مكلف ومن الصعب تصحيحه، لذلك نوصي بإقامة حوار واضح مع كل شخص مسئول عن تجهيز المشروع الخاص بك، ونوصي بطرح الأسئلة للتأكد من أن الجميع يفهمون الجميع.

• اجعل فريق العمل يشاركك اتخاذ القرار

خاصة العاملين في المشروع الذين لديهم خبرة ودراية.

الخطوة السادسة: بدء عملية التشغيل

في هذه الخطوة من المفترض أنه قد تم تجهيز المشروع بشكل كامل، وقد أصبح جاهزاً للتشغيل بشكل فعلي. هذه بعض النصائح التي عليك وضعها في الاعتبار في خطوة بدء تشغيل المشروع:

اختر الوقت المناسب للافتتاح

فأحياناً كثيرة اختيار الوقت المناسب لافتتاح مشروع ما يساهم بشكل ممتاز في إعطائه دفعة البداية..

الدفعة التسويقية الأولى في غاية الأهمية

نعم التسويق هو عنصر لا يمكن الاستغناء عنه طالما المشروع متواجداً، ولكن الدفعة الأولى تعني الكثير، وإذا تم تنفيذها بذكاء فهذا سيصنع فرقاً.

الانطباع الأول

يجب بذل أكبر مجهود ممكن من فريق العمل لترك انطباع ممتاز لدى العملاء في المراحل الأولى. نعم هذه الجهود يجب أن تستمر ولكن البداية لها أهمية خاصة.

لا تبدأ قبل أن تكون مستعداً تماماً

نعم تأخير بدء عملية التشغيل ربما يجعلك تخسر بعض نفقات التشغيل دون تحقيق إستفادة (مثل دفع المرتبات)، ولكن البداية قبل الاستعداد التام ربما يجعلك تخسر سمعتك كلياً.

المحور الخامس: المرأة والمقاولاتية

يعد الاستثمار في المرأة أحد أكثر الوسائل فعالية لتحقيق المساواة وتعزيز النمو الاقتصادي الشامل والمستدام. ولا سيما، عندما يتم تدعيم مشروعات المرأة، إذ تسهم تلك المشروعات في تحقيق المساواة بين الجنسين، وخلق فرص العمل، وتوسيع قاعدة الموارد والمواهب البشرية، وتعزيز النمو الاقتصادي والحد من الفقر. ومع ذلك، لا تزال الفجوة بين الجنسين قائمة على مستوى ملكية الأعمال وأنشطة المقاولاتية التي تتأثر بالنصيب الأكبر من تكلفة الفرصة البديلة لتحقيق التنمية المستدامة. وقد شرعت منظمة العمل الدولية في إعداد استراتيجيتها لتنمية المقاولاتية النسائية من أجل إطلاق العنان للإمكانيات الاقتصادية لمشروعات المرأة

ولا أحد ينكر أن تحسن المستوى التعليمي للمرأة وزيادة
وعياها الفكري أدى الى اقتناعها بضرورة مساهمتها الفعالة
والايجابية في عملية البناء الحضاري والتنموي، فانتقلت
من الحاجة لإثبات الذات على المستوى الأسري والاجتماعي
وفي ميدان العمل الى الحاجة لإثبات الذات على المستوى
الاقتصادي من خلال ريادة الأعمال، فالمقولة النسوية
تعتبر من الحلول المبتكرة التي من شأنها أن توفر لها
الفرصة لإثبات قدراتها على الابتكار والإبداع وإظهار
امكاناتها الإنتاجية والتسيرية كما تسمح لها بتحقيق الكسب
المادى وبالتالي دعم استقلاليتها المالية. بالإضافة الى ان
ريادة المرأة للأعمال اصبح يشكل دافع رئيسي لتحقيق
التنمية وهذا لما له من انعكاسات على الاقتصاد الوطني
والمحلي من خلال زيادة الناتج المحلي الاجمالي واستيعاب
البطالة خاصة منها النسوية.

1- تعريف المرأة المقاولة

عرف Knanka 2002 المرأة الريادية (المرأة المقاولة) بأنها تلك التي تبتكر ، تقلد أو تعتمد نشاط تجاري ، كما عرفت على أنها كل امرأة تستخدم معرفتها، ومصادرهما، لتطوير وخلق فرص تجارية جديدة.

كما عرفها الإقتصاديان الأرجنتينيان "آني كورنيت Anny" " Kornyte" و"كريستينا كونستانتينيديس Kristina Konstantynidess" في 2007 بأنها المرأة التي لا تخضع لعقد عمل ولكنها تمارس نشاطها تحت وضع مستقل (شخص طبيعي ، أو مهنة شخص حر)، أو كمساهم في شركة (شخص إعتباري)، وتحمل المخاطر والمسؤوليات المالية والإدارية والإجتماعية المتعلقة بتطوير نشاطها .

أي هي المرأة الذي تعمل لحسابها الخاص ، وتكون مسؤولة ماليا وإداريا على نشاطها الذي تقوم به ، متحملة بذلك كل المخاطر المحتملة ، ويمكن اعتبار هذا النشاط المهني مصدرا رئيسيا للدخل أو كدخل تكميلي.

وهناك عدة تساؤلات تم تداولها في الأبحاث التي اهتمت بدراسة الأعمال النسائية ، من هي المرأة المقاوله،لماذا تصبح مقاوله، ما نوع الأعمال التي تهتم بإنشائها او القطاع الذي يجذبها؟كيف تحصل المرأة المقاوله على رأس المال لإنشاء مؤسستها وغيرها من الاسئلة.

2- تصنيفات المرأة المقاوله

أ- المرأة المقاوله المألوفة أو التقليدية

تتميز هذه الفئة من النساء بقدرتهن على التأقلم مع الضغط داخل الاسرة وخبراتهن المهنية معظمهن متزوجات وينشان مؤسساتهن بالاعتماد على المهارات المكتسبة من خلال متابعتهن لادوارهن الانثوية التقليدية.

ب- المرأة المقاوله المبدعة

تتميز هذه الفئة بقدرتهن العالية في الابداع ولرفضهن للانصياع لفكرة تبعية الرجل من مميزات هذه الفئة أنهن يعتبرن ريادة الاعمال كمحور أساسي في الحياة وهن نساء ذات مستوى تعليمي عالي نجحن في تأسيس وتسير مشروعاتهن على جميع المستويات وبالأخص المستوى التنظيمي هذه الفئة هن النساء رائدات استطعن ان يجعلن من المشاكل والعراقيل التي تواجههن دافعا لتعزيز روح المبادرة وتحقيق طموحاتهن

ت- المرأة المقاوله المنزلية او الاسرية.

تتميز هذه الفئة من النساء بكونهن يتمتعن بحس منخفض لريادة الاعمال فهن يحبذن دورهن كأمهات أو ربوات بيوت كدور أساسي على فكرة الاستقلالية ويعتبرن ريادة الاعمال دور ثانوي لكن ريادة الاعمال تمنح لهن فرصة تحقيق الذات

ث- المرأة المقاوله المتطوعة.

تتميز هذه الفئة من النساء بكونهن يرفضن فكرة التبعية للرجل هن في اغلب الاحيان من اتباع الفكر الانساني الذي ينادي بالمساواة بين الرجل والمرأة في المجتمع ويتميز بالتوفيق ما بين الجانب الاقتصادي والاجتماعي لمؤسساتهن ، كما يعتمدن على مؤشر الارباح المحققة من طرفهن لتعزيز الفكر الانساني.

خصائص المرأة المقاولة

SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمختبرات النجاح في الجزائر

خصائص المرأة المقاولة

الخصائص الادارية

- المهارات الانسانية
- المهارات الفكرية
- المهارات التحليلية
- المهارات الفنية.

الخصائص الاجتماعية

- توفر بيئة أسرية
تشجيعية
- القدرة على التوفيق بين
الحياة الخاصة
ومسؤوليتها إتجاه
المقاولاتية
- المرونة في التعامل مع
الاشخاص

الخصائص الشخصية

- التحكم الذاتي.
- مستوى مرتفع من
الطاقة.
- الحاجة للانجاز.
- الثقة في النفس.
- التميز والكفاءة.
- تحمل المسؤولية

3- خصائص المقاولاتية النسوية في الدول العربية

تتسم المقاولات النسوية في المنطقة العربية بالخصائص التالية:

• تتمحور مشاركة المرأة العربية في العمل المقاولاتي في الشركات الصغيرة على غرار باقي مناطق العالم.

• تركز الأعمال الريادية للمرأة في المنطقة على الأعمال التجارية المتعلقة بالأنشطة الشخصية والموجهة للمستهلك كالصحة والجمال وفي أنشطة الانتاج التكنولوجي البسيط.

• معظم المشاريع المقاولاتية للمرأة هي مشاريع في مرحلتها المبكرة وتشكل نسبة 30 % من بين اجمالي الشركات الناشئة، بينما تمثل المشاريع الريادية للمرأة في المرحلة المستقرة نسبة 20% من بين اصحاب الشركات الناضجة والمستقرة. مع تسجيل تحيز اكبر ضد مشاركة المرأة في المشروعات المستقلة في الدول العربية اكثر منه في المناطق الاخرى.

• نسبة المشروعات المملوكة للمرأة أي كان نوعها تتأثر سلبا عند عدم ملائمة مناخ الاعمال اكثر من تأثر رجال الاعمال.

4- العوامل التي تعيق المقاولاتية النسوية:

أ- عوائق عامة :ومنها

• غياب نموذج مقاول لتقليده :حيث وجدت الدراسات، أنه يوجد رابط قوي بين وجود نموذج مقاول في المحيط و بروز مقاولين جدد ،كما وجد أن جنس المقاول له تأثير كبير، و بما أن دخول النساء لمجال المقاوله ليس من فترة طويلة، لذا فنادرا ما نجد نموذج لمقاولات من أجل الإقتداء به . وهذا من شأنه التأثير على رغبات النساء و توجهاتهم لإختبار الدخول في مجال المقاولاتية.

• نقص الخبرة :إن الخبرة الملائمة عنصر ضروري في جميع مراحل المسار المقاولاتي، أي منذ تحديد الهدف إلى غاية التسيير الفعلي للمؤسسة.

• غياب الشبكات المفيدة و الوضع الاجتماعي :غالبا ما يكون للمرأة شبكة علاقات ضيقة و محدودة مقارنة مع الرجل، وهذا ما يفسر تعذر انتمائها لبعض الشبكات الإجتماعية -

• غياب الموارد المالية :فكما نعلم، فأى شخص يريد إنشاء مؤسسة، يجب أن يمتلك السيولة الكافية لذلك والمرأة لا تتمتع بهذا في غالب الأحيان،

• ضرورة القيام بعدة نشاطات في آن واحد : و أثبتت الدراسات بأن مشكلة نقص الوقت تشكل عائق لغالبية النساء، لا يمكنها التنقل لمكان آخر للتفاوض مع المؤسسات، البنوك والمصادر التمويلية، كما لا يمكنها ذلك من المشاركة في دورات تكوينية

ب- العوائق الخاصة بإنشاء مؤسسة: و هنا يتعلق الأمر بالتمويل الخارجي و مشكلة التمييز بين الجنسين، فعادة النساء يمتلكن أصول مالية أقل مقارنة مع الرجل، مما يلزمهن ضرورة إيجاد وسائل إضافية، حتى و إن تعلق الأمر بمشاريع لا تتطلب حجم استثمار كبير.

ت- العوائق الخاصة بتسيير مؤسسة صغيرة : أظهرت الدراسات، أن الاختلافات بين الجنسين يوجد أيضا على مستوى السلوك والنواتج المالية (الدخل الشخصي و إيرادات المؤسسة)، حيث وجد أن النساء المقاولات يتصرفن بطرق مختلفة، ويحققن مدخول أقل بالمقارنة مع الرجل.

5- آليات تطوير المقاولاتية النسوية في الجزائر

اولا -تحسين مناخ الاعمال للسيدات :بإيجاد مناخ سياسي يعمل على تعزيز المشاركة الاقتصادية للمرأة وهذا من خلال الآليات التالية:

- إنشاء إطار عمل وطني لرصد السياسات العامة الداعمة لريادة الأعمال النسوية .
- رسم الخطط بما يستجيب لاحتياجات رائدات الأعمال .
- زيادة التوعية بدور المرأة في ريادة الأعمال وأهميته في ايجاد قيمة مضافة في الاقتصاد.
- تنشيط وتشجيع ريادة الأعمال بين النساء من خلال إنشاء هياكل ووضع قوانين اكثر دعما لمشاريع المرأة كتوفير الحاضنات لمشاريع المرأة وتوظيف فرق عمل متخصصة لتقديم الخدمات لرائدات الأعمال والإعفاء من الرسوم الاجتماعية ومن الضرائب وتيسير اجراءات تسجيل المشاريع ومرونة العمل.

- تدريس ريادة الأعمال بمختلف متطلباتها في الجامعات ومراكز التكوين .
- زيادة الجهود المبذولة لتحسين التدريب المقدم لرائدات الأعمال .
- تطبيق نظام لجمع البيانات والإحصاءات عن أعمال المرأة بمختلف الصيغ وفي جميع الميادين .
- انشاء صناديق خاصة بتتمة مشاركة المرأة في الأعمال .
- تنظيم ورش عمل متخصصة ومنتظمة للتعامل مع الصعوبات المحددة التي تواجهها رائدة الأعمال .
- البحث عن السبل الكفيلة بتشجيع السيدات على نقل اعمالهن من القطاع غير الرسمي الى القطاع الرسمي وإيجاد سبل الوصول لرائدات الأعمال في المناطق الريفية والمدن الصغيرة .

ثانيا -تسهيل حصول المرأة على التمويل : وهذا من

SAHLA MAHLA

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

خلال الآليات التالية:

- وضع أدوات تمويل خاصة بالمرأة.
- تعزيز تمكين المرأة من الوصول للتمويل من خلال ضمان القروض من طرف الدولة أو تخصيص صندوق تكافلي لذلك.
- بذل مزيد من الجهد في إرشاد وتوجيه رائدات الاعمال وتزويدهن بالمعلومات عن مختلف أنواع التمويل ومصادره.
- إيجاد آليات مرافقة مناسبة لهن في عملية الحصول على القروض.

ثالثا -زيادة فرص الظهور في الاسواق :وهذا من خلال:

- زيادة فرص رائدات الاعمال للتواصل مع سيدات الاعمال الناجحات محليا، وطنيا ودوليا وهذا للاستفادة من تأثير القدوة، والنموذج من خلال توقيع اتفاقيات وبروتوكولات تعاون مع الجمعيات والمنظمات المختصة بريادة الاعمال.
- تعزيز تنظيم منتديات لرائدات الاعمال من كافة المجالات الاقتصادية لتبادل التجارب والخبرات ولبناء تحالفات للأعمال لاقتراح القوانين والإجراءات المناسبة لدعم زيادة المرأة للأعمال على المستوى المحلي.
- التدريب على استخدام التكنولوجيا وشبكات التواصل الاجتماعي لتوفير الدعم للسيدات اللاتي يرغبن في انشاء مشروع في المنزل ولتوفير الفرصة لرائدات الاعمال على تعريف وتسويق منتجاتهن (امتيازات التجارة الالكترونية)

المخرجات المتوقعة

عمل تجديرات وإجراءات تهدف
 تحسين الشروط المرجعية
 الخاصة بزيادة الأعمال النسائية
 (مؤقتة) ويصدق عليها من قبل
 الأطراف المعنية لها ومن عمل
 التحقق

مما يؤدي إلى متابعة التقدم
 المحرز على مستوى أعلى تجاه
 تحقيق النتائج الآتية:

- زيادة معدل أنشطة
- زيادة الأعمال فيما بين النساء
- زيادة نسبة المشروعات المطروقة للنساء وتحقق
- تنوع قطاعات وسوق أكبر للمشروعات المطروقة للنساء
- تحقيق حصة أكبر للمشروعات الصغيرة والمتوسطة المطروقة للنساء في مقابل المشروعات متناهية الصغر
- تحسين مستوى التمكين الاقتصادي للمرأة والمساواة بين الجنسين... الخ

الشروط الشرعية

أ. الواتين والشريعة العمل
 ب. إجراءات وإجراءات تسجيل الأعمال التجارية وتوثيقها
 ج. حقوق الملكية والمواريث

أ. إقرار تنمية زيادة الأعمال النسائية أولوية
 ب. تحديد جهة تنسيق واتصال حكومية مركزية لتعزيز وتنسيق تنمية زيادة الأعمال النسائية وإجراءات الدعم الخاصة بذلك

أ. مشاركة رائدات الأعمال في برامج التمويل العامة
 ب. البرامج المالية الموجهة خصيصا للمشروعات المطروقة للنساء

أ. وصول النساء لخدمات تطوير الأعمال الأساسية السائدة
 ب. إدماج خدمات تطوير الأعمال المسجبة السائدة وفقاً لاحتياجات رائدات الأعمال
 ج. توفير خدمات دعم تطوير الأعمال المركزة على النساء

أ. تعزيز صادرات رائدات الأعمال
 ب. برامج المشتريات والتوريد الحكومية تستهدف بعناية المشروعات المطروقة للنساء
 ج. سائل الإمداد والروابط التجارية التي تدعم المشروعات المطروقة للنساء
 د. وصول رائدات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

أ. تمثيل النساء واعظانهم الحق في إيداء الرأي عن خلال عضوية جمعيات القطاع الأعمال
 ب. توليد جمعيات وشبكات لرائدات الأعمال
 ج. مشاركة رائدات الأعمال في حوار السياسات الخاص بالطغطين العام والخاص وفي التأثير على النتائج

الشروط المرجعية لتجربة زيادة الأعمال النسائية

1. نظام قانوني وتشريعي يراعي اعتبارات المساواة بين الجنسين وحول تمكين المرأة اقتصاديا

2. القيادة الفعالة للسياسات والتنسيق من أجل تعزيز تنمية زيادة الأعمال النسائية

3. الوصول إلى خدمات مالية مرئية للاختيارات المساواة بين الجنسين

4. الوصول إلى خدمات دعم تطوير الأعمال المرئية للاختيارات المساواة بين الجنسين

5. الوصول إلى الأسواق والتكنولوجيا

6. تمثيل رائدات الأعمال ومشاركتهن في حوار السياسات



المحور السادس: الجامعة وثقافة المقاولاتية

أصبحت المقاولاتية من أهم المجالات التي يتم من خلالها خلق أنشطة اقتصادية جديدة عن طريق البحوث، والتطوير، والإنتاج، والتوزيع للمنتجات والخدمات المبتكرة؛ بحيث نتج عن هذه العمليات زيادة نسبة نجاح المشاريع الريادية التي تُسهم في تحسين التنمية الاقتصادية، وخلق فرص الوظائف، وذلك من خلال تطوير نُظُم متكاملة للتدريب، والدعم وتزويد المقاولين بالمعلومات والبيانات، وتقييم وتطوير المهارات والقدرات الفردية، وتقديم الاستشارات والنصح والإرشاد لهم على نطاق واسع لتطبيق معرفتهم وابتكاراتهم. لذلك أصبح من الأمور اللازمة على الحكومات غرس ثقافة المقاولاتية في شبابها؛ وذلك من خلال العديد من البرامج والفعاليات، والأنشطة التوعوية الهادفة إلى تطوير ريادة الأعمال، وبناء القدرات، وإعداد الكفاءات المتخصصة؛ وذلك باتباع أحدث وأنجع الأساليب المتبعة في مجال تشجيع ثقافة المقاولاتية عالمياً.

أولاً: ثقافة المقاولاتية

تنطلق ثقافة المقاولاتية من حقيقة تمكين الإنسان من أن يكون فاعلاً ومعتاداً على نفسه وشريكاً حقيقياً في النشاط الاقتصادي وفي خلق فرص العمل عوض البحث عنها .

وتتواصل ثقافة المقاولاتية مع المنظومة الاقتصادية الاجتماعية لأي مجتمع مع الإطار البنيوي والوظيفي لهذا المجتمع .

1- مفهومها: تعرف ثقافة المقاولاتية على أنها مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وتطبيقها في الاستثمار في مختلف القطاعات، بايجاد أفكار مبتكرة جديدة،، إضافة الى وجود هيكل تسييري تنظيمي، وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين، بالإضافة للتخطيط، اتخاذ القرارات، التنظيم والمراقبة، كما أنه هناك ثلاث اماكن يمكن ان ترسخ فيها ثقافة المقاولاتية وهي الأسرة والمجتمع، المدرسة والمؤسسة.

2- أهمية الثقافة المقاو لآتية: للثقافة المقاو لآتية

SAHLA MAHLA

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

أهمية تبرز فيما يلي:

• الثقافة المقاو لآتية هي المحرك الأساسي لإنشاء وقيام المؤسسات.

• الثقافة المقاو لآتية هي الأساس في الحفاظ على هوية الجماعة وبقائها.

• تساعد الأفراد في اكتشاف قدراتهم من إبداع ومبادرة وإكساب الثقة بالنفس.

• تساهم في توجيه سلوكيات أفراد المجتمع

3- مقومات ثقافة المقاوله

المحيط الاجتماعي: يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرا مهما في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظرا لتركيبته المعقدة والثرية.

الأسرة: تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني خاصة إذا كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق تشجيع الأطفال منذ الصغر على بعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة.

المدرسة: ليست المدرسة بمعزل عن الديناميكية السوسيو-اقتصادية للمجتمع، فبالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي المعتاد يتعين عليها أن تقيم جسور الالتقاء مع المقاوله، وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحها على المقاوله وتنمية ثقافة المقاوله لدى الشباب، وهنا تكمن أهمية نقل المعارف للمجتمع من اجل خلق الثروات ضمن منظور مقاولاتي للتربية والتكوين، وهو ما يتطلب تطوير المناهج الدراسية لجميع المستويات لتكون مشجعة للمقاولاتية

الدين: فالخطاب الديني في مجمله عاملا مهما في الدعوة إلى العمل والتفكير الخلاق ونبذ التواكل وتقدير الذات، وبالتالي تقوم المنابر ودروس الوعظ والإرشاد في المساجد والمحطات الفضائية والمطبوعات الدينية بدور مرجعي في دعم ثقافة المقاومات والتفكير الإبداعي.

العادات والتقاليد: تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبنائها أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فتوارثها الأجيال .

الهيئات الداعمة: عن طريق التدريب على المبادرة بمشروعات اقتصادية من خلال ورشات تدريبية محددة تنمي مهارات وقدرات المقاولين على تأسيس واستدامة مشروعاتهم (برامج تنمية الموارد البشرية ، حاضنات الاعمال.....)

هذا بالإضافة لمختلف المهارات الواجب توفرها في المقاول الناجح التي تم ذكرها سابقا.

4- عناصر ثقافة المقاولة:

الحديث عن ثقافة المقاولة يحيل إلى الحديث عن العناصر المشكلة لهذه الثقافة والتي تتعلق بالدرجة الأولى بمجموعة من القيم المهنية للمقاول الذي عرف أنه الشخص الذي يحمل قدرات تتعلق بالحاجة إلى الإنجاز، الثقة بالنفس، الرؤية المستقبلية، الرغبة في الاستقلالية... الخ.

أ- الحاجة إلى الإنجاز : أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتميز، ولذلك فالمقاول دائما يقيم أداءه وإنجازه في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.

ب- الثقة بالنفس : حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة التحديات المستقبلية، وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم.

ت- الرؤية المستقبلية :أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.

ث- التضحية والمثابرة :يعتقد المقاولون أن تحقيق النجاحات وضمن استمراريتها، إنما يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما تتبع من خلال الجد والاجتهاد والعطاء.

ج- الرغبة في الاستقلالية :ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوافر لديهم الموارد المالية الكافية، كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنباً لحالات التحجيم بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم، كما يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة الدخل الكافي للمعيشة وتحقيق الثراء ،إلى جانب التحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطيهم استقلالية في العمل، وهذا ما سماه SHUMPETER بـ "المملكة الصغيرة".

ثانياً: الجامعة والمقاولاتية

يتفق الجميع على أهمية دور الجامعات في نشر ثقافة المقاولاتية ودعم المقاولين، لكن المتابع عن قُرب لهذا الدور يجد اختلافاً في تبني هذا المفهوم من جامعة إلى أخرى ومن بلد إلى آخر، ويبدو ذلك جلياً في نوعية البرامج التي تقدمها كل جامعة لطلبتها أو (لرؤاد الأعمال). ففي بعض الجامعات يقتصر دورها في طرح مقياس برنامج دراسي للمقاولاتية كباقي المقاييس، بينما تذهب بعض الجامعات لتأسيس مراكز متخصصة للمقاولاتية أو حاضنات أعمال وغيرها من المبادرات الداعمة للمقاولاتية.

بالنظر إلى الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا نجد أن الجامعات فيها تنظر إلى المقاول من طلبة الجامعات بوصفه يمتلك فكرة إبداعية ابتكاريه يحاول من خلالها تأسيس شركته الناشئة. (Startup) لذلك نجد أن معظم الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا لديها برامج متنوعة ومتشابهة للمقاولاتية تبدأ من تحفيز التفكير الإبداعي لدى الطلبة ولا تنتهي إلا بتأسيس شركاتهم الخاصة. في حين أن هذه البرامج تنخفض في الدول النامية، وهو ما يتطلب توفر الأنظمة القانونية والهيكلية الداعمة لثقافة المقاولاتية والآلية الحاكمة لعملها ومدى دعمها وقناعتها بالمقاولاتية.

وهو ما يؤكد ضرورة تبني مقاربة البحث العلمي وثقافة المقابلة من خلال علاقة البحث العلمي بالمجتمع من مدخل المحيط الاقتصادي والاجتماعي وضرورة وعيه لجعل الجامعة القاطرة لتطور المقابلة وإرساء مرتكزات التنمية في جميع القطاعات المحققة لنقلات متقدمة صناعية وتكنولوجية ومعرفية، هذا الوعي الضروري من شأنه جعل المقابلة تتمظهر في ثوبها كوحدة اقتصادية ومشروع استثماري وآلية اجتماعية ادماجية لخريجي مؤسسات التعليمية في سوق العمل، وهذه العلاقة قد تتجسد من خلال التعليم المقاولاتي ودور المقاولاتية بالجامعات.

1. التعليم المقاولاتي

يعرف التعليم المقاولاتي على أنه مجموعة من أساليب التعليم النظامي الذي يقوم على إعلام وتدريب وتعليم أي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال مشروع يهدف إلى تعزيز الوعي المقاولاتي وتأسيس أو تطوير المشاريع الصغيرة، كما يقصد به التعليم الذي يسعى إلى تعزيز إحترام الذات والثقة بالنفس بالاعتماد على مواهب الفرد و إبداعه، وبناء المهارات والقيم المناسبة التي تساعد الطلبة على توسيع أفق نظرتهم إلى التعليم المقاولاتي وما بعده من فرص، وتقوم هذه المنهجيات على اعتماد نشاطات شخصية وسلوكية وتحفيزية ونشاطات تخطيط وظيفي.

من هذين التعريفين نستنتج أن التعليم المقاولاتي هو :عبارة عن مجموعة من الطرق والوسائل التي تنمي القدرات والمهارات الإبداعية في الطالب لإبراز الروح المقاولاتية فيه وصولاً إلى إنشاء المشاريع الصغيرة التي بدورها تزيد من التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

الغرض من التعليم المقاولاتي

يحرص الطالب على تعلم الأصول المهنية للمقاولاتية انطلاقاً من الأغراض التالية:

• إكتشاف ذاته ليتعرف على مدى استعداده أن يكون مقاولاً أم لا؛

• التعرف على ما يتوفر لديه من الخصائص الشخصية والسلوكية والإدارية التي يتسم بها المقاول، والتعرف على نسبة كل خاصية؛

• إدراك ما يلزمه ليكون مقاول محترف؛

• دراسة سبل التوصل للأفكار المقاولاتية؛

• تعلم كيفية تحويل الفكرة لمشروع منتج؛

• دراسة الكيفية التي يجب أن يدار بها المشروع المقاولاتي؛

• دراسة سبل التخطيط لنمو المشروع منذ البداية إلى مرحلة التنفيذ؛

• دراسة آليات تجنب الأزمات قبل حدوثها وكيفية الاستعداد لمواجهتها؛

• غرس روح المبادرة واقتناص فرص نجاح الأعمال وصناعة قادة المستقبل .

ومنه إذا توصل الطالب إلى هذه الأغراض المرجوة من التعليم المقاولاتي دل على أنه بإمكانه أن يصبح مقاولاً وبقدرته.

إستراتيجيات التعليم المقاولاتي لتعزيز الروح المقاولاتية

لكي نصل إلى تعليم مقاولاتي يعزز وينمي روح المقاولاتية لدى الطالب وجب إتباع إستراتيجية أو عدة إستراتيجيات لبلوغ ذلك، والتي من أهمها:

• **إستراتيجية العرض:** يتم تحويل المعارف والمهارات التي يتمتع بها المعلم إلى المتعلم، وفي هذه الاستراتيجية يصمم التعليم على شكل توصيل للمعلومات أو حكاية قصة. وتكون أنظمة التقييم على حسب الإنصات والقراءة، وتقتصر على قياس درجة الحفظ لدى الطلبة لكل المعارف التي تم تدريسها لهم.

إستراتيجية الطلب : وهو معاكس للاستراتيجية الأولى، وهو يقوم على الاحتياجات والدوافع وأهداف الطلبة، فإن التعليم في هذه الاستراتيجية يصمم على أساس خلق بيئة ملائمة لاكتساب المعارف، والمعلمين هم مسهلين في حين أن الطلبة لهم دور نشط في المساهمة في تعليمهم.

وتكون نظم التعليم في معظمها من أجل المتكويين، ويكون على الطلبة استعداد آرائهم وأفكارهم على ما تعلموه.

• إستراتيجية الكفاءة : وتبحث هذه الاستراتيجية في تنمية وتطوير الاستعدادات للطلبة في حل المشاكل المعقدة باستعمال المعارف والاستعدادات المفتاحية، والتعليم هنا يكون تداخليا بين المعلم والطالب وجعل التعلم ممكنا. ونظام التقييم يكون مركزا على الاستعدادات المكتسبة من طرف الطلبة لحل المشاكل المعقدة للحياة الواقعية.

إستراتيجية استخدام أشرطة الفيديو : عرض الفيلم سيكون في بيئة أعمال تسمح للطلبة لملاحظة الواقع التسييري من خلال تصرفات المسيرين والخبراء في قطاعات مختلفة، وفي سياق التدريب لأصحاب المشاريع المستقبلية، يمكن تزويد الفيلم المقدم قصة حقيقية من بعض المقاولين والتي يمكن أن تعطي أفكارا وتأملات تكون محل نقاشات لاحقة.

-إستراتيجية استعمال قصص الحياة :فقصص الحياة يمكن أن تكون أداة تعليمية ذات أهمية للطلبة في المقاولاتية، والسير الذاتية يمكن أن تكون دعم في تعلم مهنة ممكنة للمقاولين.

-إستراتيجية التعليم بالتجربة والممارسة :ذلك من تعريض المتعلمين أو الطلبة المقاولين لمواقف حقيقية في بيئة العمل المقاولاتي سواء في المصانع أو الشركات أو منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها، وذلك بغرض تعريفهم ببيئة العمل، وممارسة العمل المقاولاتي لفترة زمنية معينة، ليكتسبوا خبرات ومعارف ومهارات جديدة، ليبنوا تصورات أفضل عن مهنة المقاولاتية قبل الدخول في ميدان العمل المقاولاتي.

إستراتيجية العروض التقديمية من قبل الطلبة: وذلك للشرح عن تقديم منتج أو خدمة جديدة يمكن بيعها، أو عن مشروع معين أو تعريف عن الشركة التي يرغب الطالب بتأسيسها أو العمل بها.

- إستراتيجية لعب الأدوار: هنا يقوم طالب أو ثلاثة بتمثيل أدوار عن مواقف اجتماعية افتراضية، ويتعلمون من خلال هذه الإستراتيجية كيفية الاستماع بشكل جيّد وكيفية التفكير وحدهم، وبهذا يمكن للطلبة أن يبدعوا حواراً من تلقاء ذاتهم، ويمكن أيضاً تسجيل الأدوار على شريط بهدف التقييم.

- إستراتيجية الزيارات الميدانية لبعض المنظمات الرائدة: وذلك بهدف التعرف عليها وعلى إمكاناتها وقدراتها وأقسامها ومجال أنشطتها وأعمالها.

متطلبات التعليم المقاولاتي: للتعليم المقاولاتي متطلبات

أساسية يمكن ايجازها فيمايلي: SAHLA MAHA

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

1- البنية التحتية: من خلال توفير قاعات مناسبة ومجهزة

بالبطاولات والكراسي والأدوات اللازمة، وأجهزة الحواسيب

والأجهزة والمعدات المختلفة الأخرى مثل جهاز عرض

الشرائح، والبرمجيات التي توفر التطبيقات العملية

والتدريبية التي تسهل التعامل مع المحتوى المقاولاتي.

2- الموارد البشرية: وتعتبر تلك الأفراد المؤهلة والمدربة

والقادرة على استخدام وتطبيق استراتيجيات وأساليب

تدريبية متقدمة في المقاولاتية، وإستخدام تكنولوجيا

المعلومات بشكل مناسب يخدم هذه العملية، نظرا لان هذا

التعليم يتطلب تغييرا جذريا في نمط التفكير لدى المتعلمين.

3- البيئية : وهي البيئة الممكنة التي تدعم خطوات تنفيذ برامج التعليم المقاولاتي وخططها وأهدافها، وتستمد هذه البيئة تمكينها وتفوقها من خلال الوعي الكامل لأفراد المجتمع على جميع المستويات حتى يتوفر التعامل والدعم الكامل من قبل الجميع لإنجاح مبادرة هذا التعليم في المجتمع.

4- الاستفادة التجارب السابقة: الاستفادة من التجارب العالمية في هذا الخصوص والبناء عليها في الممارسة والتطبيق للسياقين التربوي والتعليم في البيئة.

5- التكيف: الاستجابة للتحديات والضغوط الكبيرة التي تفرضها طبيعة العصر على هذا النوع من التعليم والسلوك المقاولاتي، ومحاولة التكيف معها قدر الإمكان.

ثانياً: تجربة دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية

1-نشأتها

لقد تبنت الجزائر هذا المنهج بإنشاء دار المقاولاتية في بعض الجامعات أولها جامعة قسنطينة سنة 2007 ، وتعتبر تجربة جامعة منتوري قسنطينة رائدة على المستوى الوطني بإنشاء دار المقاولاتية تتكفل بتنشيط ملتقيات وندوات لفائدة الراغبين في انشاء المؤسسات وكذا التكفل بتدريس مادة المقاولاتية في كل أقسام الجامعة، لتليها جامعات أخرى سنة 2013 ، ثم عمت على كافة جامعات الوطن سنة . 2014 وتبرز كلمة "دار "من كلمة" مركز "أو" معهد "الذي يشير إلى الهياكل الأكاديمية والتعليم التقليدي وتستحضر كلمة الدار بنية ودية ، ودود، رحب، متضامن ومنتج للقيم والثقافة .حيث يكون الجو مفيدا لتبادل الأفكار وتنمية روح المبادرة ..

فدار المقاولاتية الأداة المناسبة لغرس قيم ريادة الأعمال
وتعريف الطلاب على الإجراءات التي يجب اتخاذها لتحقيق
أفكارهم وإبراز المشاريع ذات القيمة المضافة العالية التي
تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني .

وتعرف دار المقاولاتية على أنها عبارة عن هيئة مرنة،
مقرها الجامعة تتمثل مهمتها في تحسيس، تكوين، وتحفيز
طلبة الجامعة خاصة الأطوار النهائية وضمان مرافقتهم
الأولية من أجل إنشاء مؤسساتهم ومشاريعهم.

وهي نقطة التقاء بين الجامعة والوكالة الوطنية لدعم وتشغيل
الشباب هدفها الرئيسي تنمية روح المقاولاتية وتكريس الثقافة
المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، والعمل على بعث الأفكار
الإبداعية في الوسط الطلابي والخروج تدريجيا من طبيعة
الدروس الأكاديمية والتوسع الى دائرة المشاريع الابتكارية .

وهو ما من شأنه إعطاء دفع جديد للتنمية من جهة، وكذا منح الشريحة الطلابية فرصة إنشاء مؤسسات ناجحة في ميادين مختلفة من جهة أخرى، ومن ثم اقتحام المقاولاتية باعتبارها نواة التنمية الاقتصادية والاجتماعية. "وتحت دار المقاولاتية على ضرورة أن تتضمن الجامعة في أهدافها تعريف الطلاب القيم المقاولاتية تدريجيا، وتزويدهم بالوسائل الفكرية التي تمكنهم من الشروع في مغامرة انشاء مؤسسة، ولهذا الغرض فإن دار المقاولاتية هي عنصر أساسي من الجهاز الذي يسمح لتشجيع روح المبادرة والوعي إلى إنشاء مؤسسات جديدة.

2 - رسالة دار المقاولاتية بالجامعة الجزائرية

تتكون رسالة دار المقاولاتية للجامعة الجزائرية من العناصر الآتية:

- زيادة الوعي وتشجيع الانفتاح على عالم الاعمال والحث على المقاوله، وريادة الاعمال لاسيما من خلال تنظيم الحلقات الدراسية والاجتماعات الموضوعية.
- مرافقة الشباب لإنجاح مشاريعهم مرورا بالجامعة لتسهيل مهمة الشباب في التعامل مع الشركاء الاقتصاديين بالخبرة اللازمة والمطلوبة.
- همزة وصل بين المتخرجين حاملي الشهادات وبين المؤسسة التي ستشرف على تمويلهم.
- إتاحة مساحة مفتوحة للطلبة على مؤسسات دعم المقاولاتية في الجزائر.
- التدريب وتطوير مهارات محددة لإدارة المشاريع وخلق الاعمال؛
- المرافقة ودعم المشاريع الابداعية، وتقديم المشورة للطلاب والتواصل مع هيكل الدعم و التمويل (ANSEG).

3- مهام دار المقاولاتية: دورها الرئيسي يكمن في تنمية روح المقاولاتية

والاستثمار لدى الطلبة الجامعيين وذلك من خلال :

-المرافقة القبلية: يقصد بها تحسيس وتشجيع الطالب الجامعي داخل الحرم الجامعي من أجل تحفيزهم على الخروج تدريجيا من فكرة الوظيفة العمومية نحو الاعمال وخلق مؤسساتهم الاقتصادية خدماتية كانت أو إنتاجية.

-التكوين: ويقصد به تنظيم دورات تكوينية حول : **إيجاد فكرة المؤسسة :** ويقصد به تطوير ذهنية الطالب والخروج به من دائرة الأفكار الكلاسيكية نحو أفكار ابتكارية ذات طابع ابداعي، **-إنشاء المؤسسة:** ويقصد به تبيان مراحل إنشاء المؤسسة وإعداد مخطط الاعمال، **-تسيير المؤسسة:** حيث يقوم الفريق المكون بتكوين الطلبة الجامعيين في التقنيات الحديثة في مجال تسيير المؤسسة.

-المتابعة والمرافقة البحثية: حيث يقوم فريق دار المقاولاتية بمتابعة الطلبة حاملي الأفكار الإبداعية من اجل مساعدتهم على تجسيدها على أرض الواقع في شكل مؤسسات صغيرة ومشاريع اقتصادية عن طريق جهاز ENSEJ.

4- أهداف دار المقاولاتية

- تعميم مفهوم المقاولاتية لدى طلبة الجامعة ؛

- تعزيز وتنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة؛

- تشجيع الطلبة على الاستثمار وولوج عالم الاعمال .

- إبراز أفكار جديدة لمشاريع مبتكرة؛

- تدعيم شبكة المقاولاتية ؛

- تقريب هيئات الدعم والمرافقة من الجامعة ؛ وتمكين

الطالب من إجراءات إنشاء مؤسسته.

-وضع قاعدة معطيات لمختلف الأنشطة والمشاريع ذات

القيمة المضافة لفائدة الطلبة.

-تنظيم الابواب المفتوحة للتعريف بمجالات الاستثمار

وبالهيئات المرافقة، وكذا تنظيم خرجات ميدانية للمؤسسات

الاقتصادية الناجحة لغرس روح المقاولاتية لدى الطلبة.

خاتمة: نقول في الأخير أن هذه المعلومات الواردة في هذه الدروس ماهي إلا غيض من فيض، فموضوع المقاولاتية وريادة الأعمال موضوع واسع ومتشعب يرتبط بالعديد من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، وبالسياسات الحكومية المختلفة، ولهذا وقصد التوسع أكثر في هذا المقياس يتوجب على الطلبة القيام بإعداد بحوث في هذا المجال والتي من الممكن أن تفتح أعينهم وتحفزهم على الولوج الى عالم المال والأعمال.

بعض المراجع المعتمد عليها في هذه الدروس

- أمال بعيط، برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر واقع وافاق،دراسة حالة Ansej, Angem, Cnac، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة باتنة 206/2017.
- بلال خلف السكارنة، الريادة وادارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان، الأردن،2016
- الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2014/2015.
- حمزة لفقير ، تقييم البرامج التكوينية لدعم المقولة، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة بومرداس، الجزائر،2009 .
- رشيدة خالدي، دور الجامعة في بناء ثقافة ريادة الاعمال، مجلة الاقتصاد والتنمية، جامعة المدية، العدد 1، جانفي 2013.
- زايد مراد، الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مداخلة في الملتقى الوطني حول المقاولتية : التكوين وفرص الأعمال، 06/07/08 أبريل 2010 ،كلية علوم التسيير والاقتصاد، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- عمر علاء الدين زيداني ،ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية ،الدار الجامعية ،مصر،2008
- عمرو علاء الدين زيدان، ريادة الاعمال :القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، 2007

- فضيلة بوطورة، زهية قرامطية، نوفلي سمايلي، دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية بين الضرورة والأهمية، مجلة الابداع، المجلد 9، العدد 1، 2019، جامعة البليدة2.
- كتاب أبحاث المؤتمر السعودي الدولي حول نحو بيئة داعمة لريادة الاعمال في الشرق الاوسط، 9-11/09/2014، السعودية.
- مجدي عوض مبارك، الريادة في الأعمال: المفاهيم والنماذج والمداخل المختلفة، عالم الكتاب الحديث، اربد، الأردن، 2009.
- محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر -دراسة ميدانية-، اطروحة دكتوراه تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة ورقلة 2015/2016.
- المقاوله وريادة الاعمال النسائية في العالم العربي قيادة وتنمية، أعمال المؤتمر الرابع لمنظمة المرأة العربية، 25-27 فيفري 2013، الجزائر .
- مناد لطيفة، المرأة المقاوله والمشاركة الاقتصادية في الجزائر، ماجستير في الاحصاء الوصفي، جامعة تلمسان، 2013/2014.
- منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (2014) ، السيدات والأعمال : 2014تسريع ريادة الأعمال في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا.
- نيفين حسين محمد، دور الابداع والابتكار المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية والدول (دراسة حالة الامارات)، اوت 2016، الامارات المتحدة.