

تم تحميل ورفع المادة على منصة

المعلم التعليمي



للعودة الى الموقع اكتب في بحث جوجل



المعلم التعليمي



ALMUALM.COM



انضم الى قناة المنهج السوداني على التليجرام

T.ME/ALMANHJ_S



جمهورية السودان
وزارة التعليم والتربية الوطنية
المركز القومي للمناهج والبحث التربوي
بخت الرضا



المرحلة الثانوية

ريادة الأعمال

الصف الأول

إعداد لجنة بتكليف من المركز القومي للمناهج والبحث التربوي من الأساتذة:

- د. مبارك اسحق محمد يوسف المناهج بخت الرضا
- د. هاني عوض عبدالله المناهج بخت الرضا
- د. عمر الطيب عمر جامعة بخت الرضا
- د. حاج موسى كوكو عطا الجيد جامعة بخت الرضا سابقاً

الإشراف العام

- د. معاوية السر قشي المدير العام
أ. حبيب آدم حبيب نائب المدير العام
أ. الباقر رحمة البشير الامين العام
أ. أحمد حمد النيل حسب الله مدير إدارة المناهج

التصميم والاعخراج الفني

د. الرفاعي عبدالله عبد المهيل مرحوم

المناهج بخت الرضا

الجمع بالحاسوب

حافظ محمد إبراهيم

جميع الحقوق محفوظة للمركز القومي للمناهج والبحث التربوي بخت الرضا ولا يحق لأي جهة نقل جزء من هذا الكتاب أو إعادة طبعه أو التصرف في محتواه دون إذن كتابي من إدارة المركز القومي للمناهج وإلا تعرضت لطائلة القانون

الطبعة الأولى

م ٢٠٢٥

المحتويات

الموضوع	الصفحات
الوحدة الأولى: الريادة ومقوماتها	٦ - ٢٨
الوحدة الثانية: مجالات الريادة	٢٩ - ٤٧
الوحدة الثالثة: دراسة سوق المنتج	٤٨ - ٦٧
الوحدة الرابعة: تمويل المشروع الريادي	٦٨ - ٨٤
الوحدة الخامسة: تكنولوجيا المشروع الريادي	٨٥ - ٩٨
الوحدة السادسة: الموارد البشرية للمشروع الريادي	٩٩ - ١١٩

مقدمة:

عزيزي الطالب/ عزيزتي الطالبة:

يسرنا أن نضع بين أيديكم ضمن مقرر الصف الأول بالمرحلة الثانوية، مقرر ريادة الأعمال، إيماناً منا بدور التربية الريادية في تعزيز فاعلية التعليم الثانوي، ولتزويد الطلاب بالمعارف والمهارات الريادية التي تمكنهم من المشاركة الفاعلة في تطوير مجتمعاتهم، وتحقيق ذاتهم من خلال إبداع وابتكار مشروعات ريادية تضيف قيمة اجتماعية واقتصادية للبلاد. يشتمل المقرر على ستة وحدات، هي الريادة ومقوماتها، ومجالات الريادة، ودراسة السوق، والتمويل وتكنولوجيا المشروع الريادي، والموارد البشرية للمشروع الريادي، ليتمكن الطلاب من القدرة على إنتاج أفكار مبتكرة لإكتشاف الفرص الريادية وتحويلها إلى مشروعات واقعية لتقديم سلع وخدمات تلبي حاجة المجتمع، وللمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال ريادة الأعمال الاجتماعية.

أملنا كبير في أن المعلمين و المعلمات سيقومون بدورهم في العملية التعليمية، من خلال توظيف إستراتيجيات التدريس التي تتمحور حول المتعلم، التي تحقق المشاركة النشطة للطلاب و الطالبات من خلال (المناقشة و العصف الذهني ولعب الأدوار والزيارات الميدانية و كتابة التقارير ومناقشتها، واستضافة رواد أعمال) يتم من خلالها تنفيذ الأنشطة التي يتضمنها المقرر.

كما نرجو لجنة الإعداد من الإخوة المعلمين ضرورة ربط المقرر بالواقع وبالبيئة المحلية من خلال الأمثلة والأنشطة لإثراء المقرر وتعزيز مشاركة فاعلة للطلاب و الطالبات.

إننا نأمل في أن يجد الطلاب و الطالبات في هذا المقرر ما يعينهم على درب الحياة العملية المنتجة بالإبداع و الابتكار، ويفتح أمامهم آفاق المستقبل، والقدرة على توظيف الكفايات الريادية لريادة الأعمال التجارية و الاجتماعية تحقيقاً للتنمية المستدامة.

لجنة الإعداد

الريادة ومقوماتها

اهداف الوحدة :

بعد اكمال دراسة الوحدة يكون الدارس قادرا على أن:

- يتعرف المفهوم الشامل للريادة.
- يشرح مقومات الريادة.
- يوضح الخصائص الشخصية والسلوكية لرائد الأعمال .
- يميز بين رجل الأعمال ورائد الأعمال
- يوضح علاقة الإبداع و الابتكار بالريادة.
- يشرح المهارات اللازمة للإبداع و الابتكار .
- يعدد مقومات التفكير النقدي والإبداعي.
- يعدد مقومات الابتكار.
- يتعرف أساليب تنمية الروح الريادية.
- يوضح دور المؤسسات السودانية في تنمية ريادة الأعمال .
- يوضح أثر الابتكار على اقتصاد المعرفة.

الدرس الأول

مفهوم الريادة

الريادة أو الريادية مفهوم قديم استخدم لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الاستكشافات العسكرية، وظل هذا المفهوم مستخدماً في نفس السياق على الرغم من شموله واحتوائه للأعمال التي تحمل في طياتها روح المخاطرة خارج الحملات العسكرية، كالأعمال الهندسية وبناء الجسور.

انتقل مفهوم الريادة إلى النشاطات الاقتصادية في مطلع القرن الثامن عشر عندما وصف التاجر الذي يشتري سلعاً بسعر محدد ليبيعه في المستقبل بسعر لا يعرفه مسبقاً بأنه ريادي. وكذلك صاحب المصنع يعتبر ريادياً لأنه يقوم بتوظيف الموارد الاقتصادية لصنع منتجات وتسويقها دون معرفة مدى قبولها لدى المستهلكين.

مفهوم الريادة:

يقصد بالريادة القدرة على اكتشاف الفرص الموجودة في البيئة وتحويلها إلى مشروعات إنتاجية من خلال الإبداع والابتكار وحسن الإدارة والقيادة، لتحقيق أهداف اقتصادية أو اجتماعية.

لا تقتصر الريادة على تأسيس المشروعات الجديدة فقط، بل تشمل تطوير المشروعات القائمة بإدخال أفكار وأساليب وطرق إنتاجية جديدة تزيد وتحسن من فاعلية الأداء، وكذلك اكتشاف أسواق وطرق توزيع جديدة للمنتجات.

نظراً للتطور في مفهوم الريادة أصبح المفهوم المعاصر للريادة لا يقتصر على ابتكار منتجات جديدة أو طرق إنتاج جديدة فحسب، بل يتعداها ليشمل فتح أسواق جديدة أو اكتشاف مصدر للموارد أو في تنظيم جديد للصناعة.

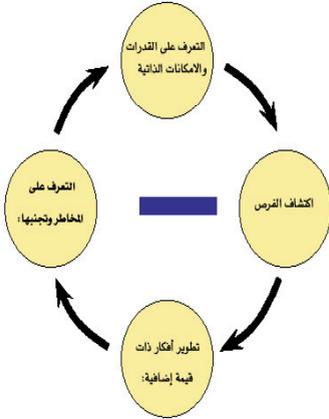
عليه يمكن الوصول إلى التعريف الشامل لمفهوم الريادة بأنها:

قدرة الفرد أو المجتمع على اكتشاف الفرص وتحويلها إلى مشروعات إنتاجية بطريقة ابداعية وابتكارية لإنتاج سلع أو خدمات لإشباع حاجات المجتمع، أو تطوير طرق وأساليب الإنتاج لتحسين وتعزيز فاعلية الأداء، أو القدرة على اكتشاف أسواق جديدة للمنتجات أو مصادر جديدة للمواد الخام، وكذلك القدرة على الإدارة والقيادة.

مقومات الريادة:

نستنتج من التعريف بأن للريادة عدة مقومات يجب توفرها تتمثل في الآتي:

١. التعرف على القدرات والامكانات الذاتية:



لممارسة أي نشاط ريادي يتطلب معرفة الفرد امكانياته وقدراته الذاتية، والعمل على تطويرها وتمييزها حتى يتسنى له متابعة تحقيق الطموحات، والأمال والأحلام والمواهب الشخصية. شكل (١)

٢. اكتشاف الفرص:

يعد امتلاك موهبة اكتشاف الفرص محور ونواة النشاط الريادي والعمود الفقري لها، ويتطلب هذا القدرة على النظر خارج الصندوق والقدرة على التفكير الإبداعي والتفكير النقدي، والقدرة على التكيف مع الواقع والمتغيرات البيئية.

٣. تطوير أفكار ذات قيمة إضافية:

يقصد بالقيمة المنفعة التي تضيفها الفكرة للفرد والمجتمع وقد تكون المنفعة (مالية - ثقافية - مجتمعية) من خلال التفكير والتحليل .

٤. التعرف على المخاطر وتجنبها:

رواد الأعمال ليسوا أشخاصاً مغامرون بل أشخاص لهم القدرة على التعامل مع الغموض والتنبؤ بالمخاطر والتحديات التي قد تواجههم، ومن ثم السعي على تخطي تلك المخاطر

والتحديات من خلال طرح الحلول الإبداعية.

٥. التعرف على الموارد اللازمة:

تأسيس مشروع ريادي يتطلب توافر الموارد المادية والبشرية من حيث المهارات والخبرات الفنية والإدارية وروح العمل الجماعي والمعدات والأجهزة والمواد والتسهيلات اللازمة، لذلك يجب التعرف على هذه الموارد كماً وكيفاً وطريقة استغلالها لتأسيس المشروع الريادي.

٦. تطبيق أو تنفيذ الفكرة الريادية:

وجود الفكرة الجيدة لا يكفي لتأسيس المشروع، بل القدرة على تنفيذ الفكرة يعتبر من أهم عوامل نجاح المشروع الريادي، لذلك يجب أن تتلائم الفكرة الاستثمارية مع رائد الأعمال كمحرك أساس للفكرة ونجاح المشروع.

باستقراء عناصر الريادة نجد أنها:

نمط أو طريقة تفكير ابتكارية، وأنها عملية تتم من خلال عدة مراحل أو خطوات، وأن القدرة على تنفيذ الفكرة وتطبيقها بطريقة إبداعية من أهم عوامل نجاح المشروع الريادي.

نشاط:

- عدد الاحتياجات المجتمعية التي يمكن توفيرها من خلال المشروعات الريادية.
- عدد المشاكل المجتمعية التي يمكن حلها من خلال ريادة الأعمال.
- ما أهم التغيرات التكنولوجية التي تتيح فرص عمل لتأسيس مشروعات ريادية.

دور الريادة:

على الرغم من امتلاك العديد من الدول للموارد الإنتاجية بوفرة إلا أنها تصنف دول متخلفة اقتصادياً لعدم مقدرتها على استغلال تلك الموارد لمصلحة مواطنيها. وهناك دول أخرى فقيرة من حيث الموارد ولكنها وصلت إلى درجة عالية من التنمية والرفاهية (اليابان - سنغافورة) يدل هذا على أهمية الريادة في التنظيم واستغلال الموارد لتحقيق القيمة الاقتصادية والاجتماعية، عليه يمكن إيجاز دور الريادة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المحاور التالية:

- رفع مستوى الإنتاجية.
- خلق فرص عمل جديدة.
- تنويع القاعدة الإنتاجية.
- زيادة القدرة التنافسية وذلك من خلال المعرفة الدقيقة الواعية للبيئة المحلية والبيئة الخارجية وتطوير أساليب العمل من خلالها والتفاعل معها بإيجابية.
- نقل التكنولوجيا: من خلال بيئته المحلية ومجتمعه يستطيع رائد الأعمال نقل التكنولوجيا وعمليات التحديث الملائمة والمطابقة لحاجات مجتمعه.
- التجديد وإعادة الهيكلة في المشاريع الاقتصادية.
- إيجاد أسواق جديدة.
- نظراً لأهمية الريادة اقتصادياً واجتماعياً اهتمت الدول بدمج وتدريس الريادة في المؤسسات التعليمية (المدارس - المعاهد - الجامعات) كذلك اهتمت العديد من المنظمات ببناء قدرات الشباب في مجال ريادة الأعمال من خلال إعداد مواد تدريبية خاصة بالريادة - كل هذه الجهود امكانية إعداد الإنسان الريادي.

التقويم:

١. ما التعريف الشامل لريادة الأعمال؟

٢. هل يقتصر مفهوم الريادة على تقديم منتجات جديدة فقط؟

٣. عدد مقومات الريادة.

٤. ما أهمية ريادة الأعمال للدولة؟

الدرس الثاني

رائد الأعمال وخصائصه

رائد الأعمال هو شخص له القدرة على تحويل الفكرة المبتكرة إلى واقع ملموس بتأسيس مشروع جديد من خلال بذل الفكر و الجهد و المال و الوقت. وحسن إدارته لتحقيق الأرباح و إحداث تأثير إيجابي في المجتمع من خلال تقديم السلع أو الخدمات.

الخصائص الشخصية لرائد الأعمال: حتى يتسنى للشخص ليكون ريادياً ينبغي توفر الخصائص الشخصية والسلوكية التالية:

١. القدرة على المبادرة واكتشاف الفرص: من خلال معرفته الجيدة لبيئته وطبيعة المشاكل التي يعاني منها المجتمع لا يستسلم الريادي للمشاكل والمعوقات، ولا ينتظر حدوث المعجزات بل يسعى ويبادر إلى طرح أفكار جديدة ذات قيمة لاستغلال الفرص.

٢. الابتكار والإبداع: ويقصد به القدرة على إنتاج وتقديم أفكار جديدة و تحويلها إلى منتجات أو خدمات فريدة ومتميزة تلبى احتياجات المجتمع.

٣. تحمل المخاطر: الإستعداد لمواجهة عدم اليقين وخسارة رأس المال، مقابل فرصة النجاح وتحقيق عوائد.

٤. العمل بجدية و إخلاص: يواجه الريادي العديد من التحديات والمشاكل والتي تستوجب التوجه الجاد نحو العمل والتفاني والمثابرة حتى يتسنى له تخطي الصعاب وانجاز الأعمال.

٥. الإرادة والمثابرة: ويقصد به الإلتزام القوي بتحقيق الأهداف وتجاوز التحديات و الصعوبات التي قد تواجهه ، يمتاز رواد الأعمال بإرادة قوية وعزيمة لتحقيق ما يرغب في انجازه أو تحقيقه.

٦. الثقة بالنفس: الثقة لازمة لتحقيق النجاح في الحياة ،وينبغي على الإنسان أن يملك الثقة في قدراته وبنفسه ولا يتردد في اتخاذ القرار لأنها أساس دال على الشجاعة والحماس والقدرة على القيادة.

٧. القدرة على اتخاذ القرار: تعد القدرة على اتخاذ القرار المناسب والجريء في الوقت

المناسب، مطلب أساس في ظل بيئة الأعمال التنافسية،

٨. القدرة على تحمل المسؤولية: يتميز الرياديون بروح الاستقلالية والاعتماد على الذات و بروح المسؤولية، ويتعاونون مع الآخرين ويركزون على الجوانب الإستراتيجية (الأساسية) ويتقنون إدارة الوقت.



شكل (٢) المقومات الشخصية لرائد الأعمال

أهمية رائد الأعمال في المجتمع:

لرواد الأعمال عدة مساهمات اجتماعية و اقتصادية ومن أمثلتها:

- خلق فرص عمل: يسهم رواد الأعمال في توفير فرص عمل جديدة للمجتمع وتخفيض معدل البطالة.

● تحفيز الاقتصاد: يساهمون في زيادة النمو الاقتصادي من خلال الابتكار وتطوير منتجات وخدمات للمجتمع.

● إحداث التغيير الإيجابي: يسعى رواد الأعمال على توفير حلول مبتكرة لتلبية احتياجات المجتمع وتحسين جودة الحياة.

الفرق بين رجل الأعمال ورائد الأعمال:

رجل الأعمال شخص يمارس النشاط التجاري في شتى المجالات بالتركيز على النمو وتحقيق الأرباح من خلال الفرص الموجودة في السوق مستخدماً الأساليب التقليدية لإدارة النشاط التجاري.

نشاط:

أجرى مدير شركة مسابقة لموظفي الشركة لإختيار مديراً لقسم التسويق، فطلب منهم التخيل في كيفية تحقيق أقصح ربح من بيع برتقالة قيمته دولاراً واحداً فقط ؟

- أجاب الموظف الأول بأنه بإمكانه عرضة لبقال محلي وبيعه بدولار وربع.



شكل (٣) عرض برتقالة أمام البقالة

- أجاب الموظف الثاني اقترح بإمكانه تغليف البرتقالة بشكل جميل في صندوق وبيعها بدولارين.



شكل (٤)

- أما الموظف الثالث قال ، أخذ البرتقالة ثم أقشرها و أعصرها وأضع العصير في كوب زجاجي و أكتب عليها عصير طبيعي طازج.وأخذ قشرة البرتقال وأصنع منها معطرات ،أؤخذ بقايا البرتقال و أحولها إلى أسمدة و أبيعها بخمس دولارات.



شكل (٥)

علق المدير قائلاً جميع أفكاركم صحيحة، الموظف الأول تفكيره لبيع البرتقالة لبقال محلي يدل على نهج تفكيره كتاجر، أما الموظف الثاني فقد أظهر تفكيراً إبداعياً في تغليف البرتقالة وهذا تفكيره كرجل أعمال.

أما الموظف الثالث فكرته ممتازة لأنه استطاع تحويل برتقالة بسيطة إلى منتجات ذات قيمة اقتصادية ،نهجه يظهر الأبداع و الابتكار والقدرة على التفكير خارج الصندوق وهذه صفات رائد الأعمال.

لذلك يسعدني أن أعلن الموظف الثالث مديراً جديداً لقسم التسويق لدينا، لأن أفكاره المبتكرة ومهارات حل المشكلات ذات قيمة لا تقدر بثمن لنمو شركتنا.

أسئلة:

- لماذا يعد الموظف الثالث رائد أعمال؟
- ما عدد المنتجات التي اقترحها؟
- ما المشاكل التي ساهم في حلها؟
- ما أهمية المحافظة على البيئة عند ريادة الأعمال؟

نشاط ٢:

- هل الذين النشاط التجاري من خلال فتح المحلات التجارية (دكاكين / بقالات/ سوبرماركت/بيع الأجهزة الكهربائية و الإلكترونية/ تأسيس عيادات / فتح مدارس خاصة) رجال أعمال أم رواد أعمال؟ ولماذا؟
- ما رأيك في تصدير المنتجات السودانية للأسواق العالمية في صورة مواد خام؟

نشاط ٣:

من خلال دراستك ومعرفتك للخصائص الشخصية لرائد الأعمال وضع في الجدول أدناه ماتملكه من خصائص ريادية وماهي الخصائص التي تحتاج إلى تطوير وتعزيز في شخصيتك.

الخاصية أو المهارة	عالية	ضعيفة
اكتشاف الفرص		
الإبداع و الابتكار		
تحمل المخاطر		
الإرادة و المثابرة		
الثقة بالنفس		
اتخاذ القرار		
تحمل المسؤولية		
التفاوض		

بعد تقييم خصائصك الريادية ،يمكن تنمية جوانب الضعف من خلال:

- قراءة الكتب او المجلات

- حضور الدورات التدريبية

- التعلم من رواد الأعمال

- طلب المساعدة من الآخرين.

- الشراكة مع الآخرين.

التقويم:

- ما الفرق بين رجال الأعمال و رائد الأعمال ؟

- ما الخصائص الشخصية لرجل الأعمال؟

- ما الخصائص الشخصية لرائد الأعمال ؟

- ما أثر الخصائص السلوكية على الإبداع والابتكار؟

الدرس الثالث

الإبداع والابتكار

مفهوم الإبداع:

يقصد بالإبداع قدرة الفرد على استخدام المعرفة والفهم والخيال لإنتاج أفكار جديدة للمساهمة في إيجاد حلول جديدة لمشكلات جديدة وإنتاج منتجات جديدة وخدمات جديدة.

مقومات الإبداع:

يتطلب حل المشاكل بطرق ابداعية امتلاك الفرد للمهارات التالية:

أولاً: التفكير النقدي وحل المشكلات:

يقصد بالتفكير النقدي قدرة الفرد على تحليل وتقييم القضايا والمشكلات التي يواجهها بطريقة علمية مستنداً على الأدلة والحجج العلمية والمنطقية.

فمن خلال التحليل والتقييم يمكن التعرف على جوهر وعناصر المشكلة، ومن خلال المقارنة والمعايرة يتم التعرف على بدائل الحلول والحكم على مدى فاعلية الحلول المقدمة، والنقد للبدائل المطروحة من حيث الإيجابيات والسلبيات تمهيداً لاختيار الحل الأمثل، والتقييم لمدى فاعلية الحل في التعامل مع المشكلة المطروحة.

مقومات التفكير النقدي وحل المشكلات:

١. التفكير بشكل فعال: ويقصد به أن يكون الفرد قادراً على أن يستخدم أنواع مختلفة من التفكير (العصف الذهني - الاستقراء - الاستنباط)

٢. استخدام التفكير المنظومي: يقصد به أن يكون الفرد قادراً على أن يحلل كيف تتفاعل الأجزاء لتنتج نواتج كلية في أنظمة معقدة (التفكير المنطقي).

٣. إصدار الأحكام والقرارات: يقصد بها أن يكون الفرد قادراً على أن يحلل ويقوم الأدلة والحجج والفرضيات والمعتقدات بفاعلية وأن يحلل ويقدم وجهات نظر أساسية وبديلة.

٤. حل المشكلات: ويقصد بها أن يكون الفرد قادراً على أن يحل أنواع من المشكلات غير المألوفة بطرق ابداعية وذلك من خلال الخطوات التالية:

- جمع وحصر المعلومات للوصول إلى تشخيص اسباب وعناصر المشكلة. .
- تحليل المعلومات للوصول إلى إستراتيجية لحل المشكلة.
- القدرة على معرفة مدى فاعلية الإستراتيجية المقترحة ومناسبتها للحل والانتقال والانتقال إلى إستراتيجية أخرى إذا كانت المقترحة غير مناسبة.
- توليد واقتراح حلول جديدة ابداعية.

ثانياً: التفكير الإبداعي:

ويقصد به القدرة على استخدام المعرفة والفهم والخيال لإنتاج أفكار جديدة من أجل حل المشكلات.

مقومات التفكير الإبداعي:

١. القدرة على استخدام المعرفة والخيال.
 ٢. القدرة على التعبير عن الأفكار الجديدة بالكتابة أو الرسم أو التمثيل.
 ٣. القدرة على جمع معلومات إضافية من المصادر المختلفة لتدعيم الأفكار الجديدة.
- يعد الإبداع مصدر التجديد للأفكار التي يمكن استخدامها بكفاءة لإيجاد حلول للمشاكل المجتمعية والاقتصادية والبيئية. كل إنسان له قدر معين من الطاقة الإبداعية ولكن التنشئة غير المناسبة والضغوط الاجتماعية قد تؤدي إلى قتل روح الإبداع لدى الأفراد.

نشاط:

- ما اثر التنشئة على قدرة الفرد على الإبداع؟
- ما أهمية التفكير النقدي؟
- ما أهمية التفكير الإبداعي؟

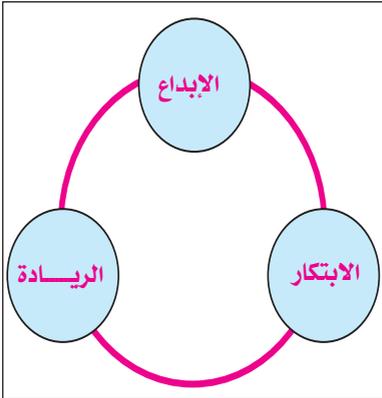
الابتكار:

هو عملية عقلية تعبر عن التغيرات الكمية أو الجوهرية في التفكير من خلال استخدام الطرق والأساليب المختلفة البعيدة عن التقليد، من أجل تطوير الأفكار أو الأشياء أو المنتجات، وفي العمليات والطرق وأساليب الأداء وفي التنظيمات والهياكل، يهدف عملية الابتكار إلى إحداث التغيير الإيجابي أي جعل شيء ما أو فكرة ما أو شخص ما أفضل مما هو عليه، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وبذلك يكون مصدراً أساسياً للإسهام في تنمية القدرات الوطنية أو المؤسسية.

مقومات الابتكار:

ينتج الابتكار من خلال:

١. بذل الجهد والوقت في الدراسة والبحث في فكرة ما.
٢. بذل الجهد في تطوير تلك الفكرة.
٣. بذل الجهد في تسويق الفكرة المطورة Commercialization للمستفيدين.
٤. استناد الابتكار على الفكرة الإبداعية ومن ثم العمل على تطويرها من خلال إحداث تغييرات ملموسة.
٥. تحويل الابتكار إلى منتج ملموس من خلال التطبيق .



عليه يعد الإبداع نقطة انطلاق للابتكار، فهو ضروري للابتكار ولكنه غير كاف في حد ذاته، حيث ينبغي أن يتم فحص الأفكار الإبداعية وتجربتها على أرض الواقع للتعرف على فاعليتها والعمليات المرتبطة بها وطرق إدارة هذه العمليات بأقل تكلفة وجهد.

الأفكار الإبداعية ← الابتكار ← ريادة الأعمال

شكل (...)

نشاط:

- التفكير النقدي أساس الإبداع.
- التفكير الإبداعي أساس الابتكار.
- الابتكار أساس الريادة.
- ما علاقة التفكير النقدي بريادة الأعمال؟

التقويم:

١. ما مقومات الريادة؟
٢. ما مقومات الإبداع؟
٣. ما المقصود بالتفكير النقدي؟
٤. ما مقومات التفكير النقدي؟
٥. ما مقومات الابتكار؟
- ٦: ما أثر:
 - أ. الريادة على الإبداع والابتكار؟
 - ب. الإبداع والابتكار على الريادة؟

الدرس الرابع

طرق وأساليب تنمية الريادة

تعرفت في الدرس السابق بأن لكل إنسان ملكه ابداع كامن فيه، يمكن كشفه وتمميته من خلال التعليم والتدريب لإزالة العوائق التي تحد من فعاليته. في هذا الدرس نتعرف على مجموعة من الأساليب والطرق التي يمكن بواسطتها تنمية الروح الريادية منها:

١. أسلوب الدافع الشخصي:

يتأسس هذا الأسلوب من تأثير الدوافع الشخصية على أداء الأشخاص، فالإنسان يجتهد ويثابر ويتحمل الصعاب ويتعلم من الفشل حتى يتسنى له تحقيق الهدف والنجاح، فحاجة الإنسان إلى تحقيق التفوق والنجاح هو أساس هذا الأسلوب.

إن تحقيق الهدف المنشود يقتضي إعطاء دافع وحافز للإنسان من أجل اظهار ابداعه وقبوله لحالة التحدي، باستجابة يظهر فيها الإبداع والمبادرة .

٢. التغيير الاجتماعي:

نسبة للتأثير السلبي للعادات والتقاليد في تقييد ملكة الإبداع والابتكار، فان تغيير الإنسان لبيئته الاجتماعية يساهم التخلص من تلك القيود والتقاليد السالبة، كذلك خروج الإنسان من مجتمعه إلى مجتمع آخر من خلال الهجرة طوعا او جبرا، فالوضع الجديد يضع الفرد أمام تحدي اقتصادي وحضاري يحفز في كثير من الأحيان التخلص من أسلوب الحياة الذي نشأ عليه واكتساب بعض المفاهيم والقيم الجديدة التي تمكنه من اظهار طاقته الإبداعية، وهناك الكثير من حالات الإبداع في المهجر بعد أن كانوا أشخاص عاديين في مجتمعاتهم الأصلية ، فالهجرة تمكن الفرد من إعادة تقييم كثير من المعتقدات والتقاليد السابقة.

نشاط:

ما فوائد السفر؟

٣- دور الحكومات في تنمية الريادة:

- على الرغم من أهمية العاملين السابقين في تنمية روح الريادة لدى الأفراد إلا أن دور الحكومات والمؤسسات في تعزيز و تنمية روح الريادة على أهمية كبيرة وذلك من خلال:
- السياسات الحكومية في منح الحوافز و الاعفاءات في الضرائب للمشروعات الريادية الناشئة،
- تطوير البنى التحتية،من خلال توفير الطاقة والطرق وشبكات الاتصالات والمياه والخدمات.
- تخصيص خدمات مصرفية لتشجيع ريادة الأعمال (التمويل الأصغر،الأسر المنتجة)
- إقامة حاضنات الاعمال،لتقديم المشورة والدعم الفني،ولرعاية رواد الأعمال .
- إدماج التربية الريادية في النظام التعليمي والمنهج الدراسية على مستوى المدارس و الجامعات.

تساهم هذه الخدمات الحكومية في تخفيض حدة المخاطر في مشاريع صغار الرياديين،وتؤدي إلى فتح آفاق ريادية جديدة يمكن استغلالها وتطويرها.

٤. دور المؤسسات السودانية في تنمية ريادة الأعمال:

لقد ساهمت المؤسسات السودانية كغيرها من مؤسسات الدول الأخرى في نشر وغرس ثقافة ريادة الأعمال من خلال تقديم التمويل والدعم اللازم بشروط ميسرة أو المساهمة في التدريب وبناء القدرات وتقديم المشورة الفنية، ومن أهم المؤسسات التي تساهم في التشجيع على الريادة:

١. مؤسسات القطاع المصرفي:

١. البنك المركزي: تم تأسيس وحدة للتمويل الأصغر في بنك السودان المركزي ٢٠٠٧م لخدمة الطبقة الفقيرة النشطة اقتصادياً ذات المهارة ولديها الرغبة في الإنتاج.

خدمات الوحدة:

- تنظيم قطاع التمويل الأصغر من خلال اصدار السياسات والتوجيهات.
 - تنمية وتطوير قطاع التمويل الأصغر بالسياسات والمنشورات.
 - القيام بالمتابعة ورقابة أداء مؤسسات التمويل الأصغر.
 - التصديق لإنشاء مؤسسات التمويل الأصغر.
٢. البنوك التجارية والمؤسسات الأخرى:

تبنى دور البنوك والمؤسسات الأخرى في سبيل دفع عجلة الإنتاج والحد من الفقر والبطالة في الخدمات التالية:

- تقديم تمويل الأصغر للشرائح المنتجة كأفراد وفق الأسس المعتمدة.
 - تقديم تمويل الأصغر للشرائح المنتجة (صغار منتجين - حرفيين) في شكل مجموعات (جمعيات).
 - تقديم الرعاية والدعم الفني.
٢. مؤسسات القطاع التعليمي:

ظلت المؤسسات التعليمية بالتعليم العام بمرافقه المختلفة والتعليم العالي بمعاهده وجامعاته تقدم العلم والمعرفة للتلاميذ والطلاب لإعدادهم إعداداً متكاملًا للمشاركة في الحياة اجتماعياً واقتصادياً كمواطنين صالحين.

ونسبة لتحويل النشاط الاقتصادي من اقتصاد قائم على الموارد الطبيعية إلى اقتصاد قائم على المعرفة أي ربط العملية التعليمية بالأنشطة الاقتصادية (الاقتصاد المعرفي) فقد نشطت مؤسسات التعليم نحو استفادة المناهج من فجوات سوق العمل ويشمل مصطلح سوق العمل إضافة للنشاط الاقتصادي أيضاً الأنشطة الاجتماعية والخدمية والسياسية والإنسانية عليه يعد مدخل ريادة الأعمال من أهم المداخل الذكية والهامة على المستوى العالمي لتحويل مؤسسات التعليم من مؤسسات تلقينية وتربوية إلى مؤسسات منتجة للأفكار والإبداعات والاختراعات ومن ثم ربحية الأعمال للحد من الفقر والبطالة وتحقيق التنمية

المستدامة. ومن أهم أدوار مؤسسات التعليم:

حاضنات الأعمال:

هي عبارة عن بيئة مساعدة وداعمة للأفكار الإبداعية والابتكارية وتعد عملية الاحتضان من أهم العمليات لتطوير الأنشطة الريادية وهي نوعان:

١. احتضان تأهيل: هو نشاط معني بتدريب وتأهيل رواد الأعمال المبتدئين.
٢. الاحتضان التطويري: هو معني بمراقبة الإنتاج والتسويق والتطوير وتعتبر مؤسسات التعليم العالي هي المكان الطبيعي لهذه الحاضنات.

مهام الحاضنات:

١. احتضان الأفكار المبدعة.
٢. توليد فرص عمل للشباب.
٣. توفير فرص التطوير المستمر.
٤. الحد من هجرة العقول.
٥. مساعدة الاقصاديين على الاستفادة من نتائج الأبحاث.
٦. تبادل المعارف والتكنولوجيا.

الترويج والإعلام:

تساهم مؤسسات التعليم العالي بالترويج لريادة الأعمال في جميع أنشطة ومنابر مؤسسات التعليم العالي استهدافاً للطلاب والقيادات والأساتذة ومع العاملين بالتنسيق مع القنوات الاعلامية ومن أمثلة برامج الترويج برنامج مشروعني الذي كان يشجع على تبني المشروعات الريادية.

التقويم:

١. ما أهمية الدوافع الشخصية في تنمية ريادة الأعمال؟
٢. كيف يساهم التغيير الاجتماعي في تعزيز الروح الريادية؟
٣. ما دور السياسات الحكومية في تشجيع وتنمية ريادة الأعمال؟
٤. ما دور المؤسسات المصرفية في تعزيز ريادة الأعمال؟
٥. ما دور المؤسسات التعليمية في تنمية ريادة الأعمال؟
٦. ما المقصود بحاضنات الأعمال؟
٧. ما الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال؟

الدرس الخامس

الابتكار واقتصاد المعرفة

أدى التطور التكنولوجي وثورة المعلومات إلى اشتداد المنافسة بين الدول تجارياً واقتصادياً والبحث عن أسواق جديدة، يقوم مبدأ المنافسة على السرعة في الإبداع والابتكار والمرونة لتحويل الفرص التي تطرح إلى أفكار تجارية قابلة للتطبيق والتسويق.

كذلك ساهمت ثورة المعلومات إلى انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتضاعفت حصيلة المعرفة العالمية، بحيث أصبح إنتاج العالم في السنة الواحدة من المعرفة يساوي إنتاج سنوات في نهايات القرن العشرين.

أدى زيادة حجم المعارف (أي حصيلة إنتاج العالم من البيانات والمعلومات والعلوم التي تم تجربتها واختبارها) إلى تضخم الثروة المعرفية العالمية فظهر علم إدارة المعرفة، ليساعد ويمكن الدارسين والباحثين من الوصول إلى المعارف المطلوبة بسهولة.

ومن بين المعارف المتراكمة جاءت معارف قادرة على تحقيق قيمة مضافة، أي تقديم ابتكار أو اختراع، وبذلك أصبحت المعرفة مصدراً آخرًا للإبداع والابتكار إلى جانب المصدر البشري من الموهوبين المبتكرين والمبدعين، لقد أصبح علم إدارة المعرفة البشرية فرصة توليد اكتشافات وابتكارات وابداعات من المعرفة، سمي هذا النوع من المعرفة القادرة على تحقيق قيمة مضافة باقتصاد المعرفة.

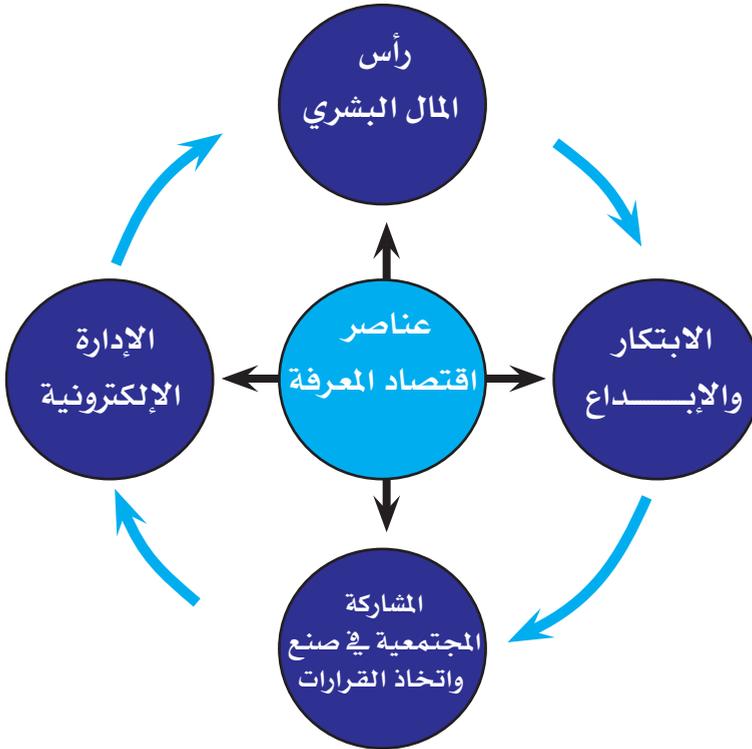
تعريف اقتصاد المعرفة:

استجابة للحاجات الإنسانية والاجتماعية أدت التغيرات في كل مبادئ الحياة إلى إحداث تحولات كبرى في مفهوم الاقتصاد التقليدي (الإنتاج) الذي كان يعتمد ويعمل على رباعية عوامل الإنتاج (الأرض، العمل، رأس المال، الإدارة)، إلى مفهوم جديد يعرف باقتصاد المعرفة، الذي يزيد من فاعلية وكفاءة عوامل الإنتاج، وعليه يمكن تعريف اقتصاد المعرفة بأنه الاقتصاد الذي يعتمد على المعرفة كمدخل للإنتاج وإضافة القيمة للسلع والخدمات والتي تزيد من ثروة الإنسان والمجتمع والدولة.

عناصر اقتصاد المعرفة:

يعتمد اقتصاد المعرفة على مجموعة من العناصر:

١. رأس المال البشري.
٢. الابتكار والإبداع.
٣. الإدارة الالكترونية.
٤. المشاركة المجتمعية في صنع واتخاذ القرارات.



شكل يوضح عناصر اقتصاد المعرفة

آليات اقتصاد المعرفة:

تمثل آليات اقتصاد المعرفة المنظومة الرئيسية لتنمية الأنشطة الاقتصادية وغير الاقتصادية كالمجالات الاجتماعية والثقافية والسياسية والبيئية وتتمثل في الآتي:

١. التنمية البشرية: من خلال رفع كفاءة المعارف والمهارات والخبرات والتأهيل بما يتلائم مع التنافس المعرفي والتكنولوجي.
٢. التقدم التكنولوجي: من خلال تنافس منظومة المعرفة والعلوم والتكنولوجيا والمعلومات والاتصالات على مستوى البحوث والإنتاج والاستيعاب والاستخدام في كافة أنشطة الحياة.
٣. دعم التجديد والتحديث والابتكار والإبداع كأساليب لزيادة الكفاءة التنافسية.
٤. إحداث تغيير إلكتروني في الإدارة الحكومية (الحكومة الإلكترونية) ومنظمات الأعمال لتسهيل العمليات الإدارية اليومية للمؤسسات الحكومية وقطاع الأعمال.
٥. المشاركة المجتمعية الشعبية في صنع القرارات واتخاذها وإشاعة قيم الحرية والديموقراطية.

فوائد اقتصاد المعرفة:

١. يوفر بيئة محفزة للإبداع والابتكار.
 ٢. يوفر بيئة تكنولوجية ومعلوماتية واتصالية تزيد فاعلية الأنشطة الاقتصادية وغير الاقتصادية.
 ٣. يوفر بيئة الإنتاج الواسع وتخفيض التكاليف والتوزيع المقترن بتنمية رأس المال البشري.
 ٤. يوفر بيئة تعليمية وبحثية تشكل أساس لزيادة إنتاجية العمل ورأس المال.
 ٥. يوفر بيئة (تجارة) إلكترونية توفر للمستهلك إمكانية التسوق السريع ومواصفات مميزة طبقاً لحاجة المستهلك.
- على الرغم من التقدم الذي أحرزته الدول المتقدمة في مجال اقتصاد المعرفة من خلال دعمها وتشجيعها الإبداع والابتكار والريادة إلا أن الدول النامية ظلت عاجزة عن مواكبة التقدم العلمي بل لم تتمكن من استغلال مواردها الطبيعية.

أسباب تخلف الدول اللاحق بركب اقتصاد المعرفة:

١. الاخفاق وعدم الاهتمام بتنمية المورد البشري.
٢. تدني مستوى التوعية والتعليم بمختلف مراحلها كماً ونوعاً.
٣. ضعف البنية التكنولوجية والمعلوماتية.
٤. عدم الاهتمام بتتويج القاعدة الإنتاجية للاقتصاد والاعتماد على قطاع واحد (البترو، الزراعة ...)
٥. عدم الاهتمام بالبحث العلمي وتشجيع الإبداع والابتكار.

نشاط:

من خلال دراستك لعناصر وآليات اقتصاد المعرفة كيف تتمكن الدول من التحول إلى اقتصاد المعرفة؟

التقويم:

١. عرف اقتصاد المعرفة
٢. ما الفرق بين الاقتصاد التقليدي و اقتصاد المعرفة؟
٣. ما العوامل التي ساهمت في ظهور اقتصاد المعرفة؟
٤. ما عناصر اقتصاد المعرفة؟
٥. عدد آليات اقتصاد المعرفة.
٦. ما أهمية تنمية الموارد البشرية؟
٧. ما فوائد اقتصاد المعرفة؟
٨. عدد أسباب تخلف الدول عن اللاحق بركب اقتصاد المعرفة.
٩. كيف تتمكن الدول من اللاحق بركب اقتصاد المعرفة؟

الوحدة الثانية

مجالات الريادة

الأهداف :

بعد اكمال دراسة الوحدة يكون الدارس قادرا على أن:

- يشرح خطوات ابتكار منتج جديد .
- يوضح أثر الابتكار على التنمية الاقتصادية.
- يوضح كيفية ابتكار طرق إنتاجية جديدة.
- يبتكر أساليب وطرق تسويقية جديدة.
- يتعرف مقومات الإبتكار الاجتماعي.
- يشرح مقومات الابتكار الإداري والقيادي.
- يتعرف أهمية الرؤية الثاقبة في القيادة.
- يوضح أهمية الابتكار في القيادة.
- يشرح دور القائد في تحفيز الفريق.
- يتعرف أهمية التفاهم والاتصال الجيد في القيادة.
- يوضح أهمية الاستماع الجيد في القيادة.

الدرس الأول

ابتكار منتج جديد

ظلت الحاجات الإنسانية والرغبات والمشكلات المجتمعية والبيئية المحرك الرئيس لريادة الأعمال من خلال تحويلها إلى فرص تجارية من خلال ابتداء وابتكار منتجات وخدمات جديدة تلبى الحاجة الإنسانية وتشبع الرغبات المختلفة وتسهم في حل المشاكل المجتمعية والبيئية.

لا يعني ابتكار المنتج. ابتكار منتجات جديدة تطرح للأسواق لأول مرة، بل يشمل تطوير المنتجات القائمة من خلال إضافة ميزات وخصائص جديدة للمنتج تزيد من منفعتها للمستخدم أو المستهلك، لذلك تتعدد أشكال الابتكار في ريادة الأعمال والتي تختلف وفقاً لطبيعة الأهداف التي بناءً عليها يتم تركيز الجهود والموارد لتحقيق النمو والنجاح.

خطوات ابتكار منتج جديد:

تمر عملية ابتكار منتج جديد بعدة خطوات تتمثل في:

- مرحلة جمع الأفكار : كلما زاد عدد الأفكار ،كلما زاد احتمال الحصول على انصب الأفكار و أفضلها ، ويعد العملاء و الباحثون والمنافسون ورجال البيع والموزعون والإدارة العليا اهم مصادر الأفكار .

- مرحلة تصنيف ومفاضلة الأفكار : بعد استقبال المشروع للأفكار والمقترحات الجديدة، يجب دراسة وتحليل هذه الأفكار لتفادي الأخطاء. واختيار أفضلها .

- مرحلة إخراج الفكرة إلى حيث الوجود: يقصد بها تحديد شكل وطبيعة وخصائص السلعة المقترحة والتي يمكن الحصول عليها بإجراء التعديلات المختلفة.

- مرحلة تحليل الجدوة الاقتصادية لفكرة : والهدف منه هو التنبؤ بحجم المبيعات المتوقعة إذا ما خرجت السلعة إلى حيز الوجود والتنبؤ على احتمالات ربحيتها.

- مرحلة اختبار السلعة:

تتم بوضع السلعة في عدد محدد من الأسواق الاختيارية التي يتم اختيارها بعناية

للتعرف مدى قبول المستهلك لها وذلك قبل تعميم تسويقها .

- مرحلة التسويق التجاري:

بعد مرور الفكرة بالمراحل السابقة وقبول الإدارة للاستغلال التجاري للفكرة، يقوم المشروع بعمل الاستثمارات اللازمة لإنتاج السلعة والبحث عن منافذ التوزيع واختيار الأسواق .

مثال:

الهواتف الذكية:

ظلت شركة نوكيا للهاتف المحمول مهيمنة بنسبة ٤٩٪ من حصة الهواتف النقالة من خلال منتجاتها ذات الشعار المعروف إلا أنها كانت راضية عن أدائها ومركزها التنافسي وأهملت ضرورة تحسين وتطوير خصائص منتجاتها لتحقيق قيمة أفضل للمستخدمين، إلى أن تمكنت شركة آبل من إزاحتها من عرشها وإخراجها من سوق الهواتف المحمولة من خلال ابتكار هواتف ذكية ذات شاشة تعمل باللمس بها العديد من المزايا والمرونة في الاستخدام، حيث قام ستيف جوبز باكتشاف حاجة السوق لهاتف محمول يجمع بين وظائف متعددة مثل الاتصال و الكاميرا ومشغل الصوت في جهاز واحد، أدت هذه الفكرة المبتكرة إلى ابتكار وتصنيع iPhone ، الذي أحدث ثورة في صناعة الاتصالات وأوجد سوقاً جديداً للهواتف الذكية.

نشاط:

عدّ مزايا الهواتف الذكية مقارنة بالهواتف التقليدية.

يتضح مما تقدم أهمية نشاط التطوير والابتكار في المنتجات لإضافة وتحسين خصائص ومزايا جديدة للمنتج تسهم في زيادة رضا المستهلك والولاء لمنتجات المنشأة والتي تؤدي بدورها إلى زيادة مبيعات المنشأة وتحسين مركزها التنافسي في الأسواق.

مثال ٢: السيارة الكهربائية:

إن الإفراط في استخدام الوقود الأحفوري كمصدر للطاقة (السيارات - المصانع) يعد أحد الأسباب الرئيسية لتغير المناخ والذي أدى بدوره إلى الكوارث الطبيعية كارتفاع درجات الحرارة والفيضانات وحرائق الغابات.

لذا قامت الشركات المصنعة للسيارات إلى ابتكار السيارة التي تعمل بالطاقة الكهربائية (السيارة الكهربائية) للحد من تلوث البيئة. لذا تسعى الدول والحكومات إلى تشجيع التحول إلى السيارات الكهربائية من خلال تقديم الحوافز والاعفاءات الضريبية، فما هي خصائص ومزايا السيارة الكهربائية:

١. تساهم السيارات الكهربائية في توفير هواء أنظف وكوكب أكثر صحة (لا تنتج انبعاثات كربونية)
٢. تساهم في تحسين الصحة العامة، لأن المركبات التي تعمل بالوقود تنبعث منها ملوثات ضارة تؤدي إلى تفاقم امراض الجهاز التنفسي)
٣. الحد من التلوث الضوضائي، تنتج المركبات التقليدية مستويات أعلى من الضوضاء مما يساهم في التوتر والغضب على الطريق.
٤. توفير تكاليف الوقود، من خلال التحول إلى السيارة الكهربائية لأن تكلفة الكهرباء أرخص من الوقود.
٥. خفض الضرائب، تقدم العديد من الحكومات حوافز ضريبية لشراء المركبات الكهربائية.

نشاط:

١. ما عيوب استخدام المركبات التي تعمل بالوقود.
٢. عدّد مزايا استخدام السيارة الكهربائية.

الدرس الثاني

ابتكار طرق إنتاج جديدة

لا ينحصر الابتكار في إنتاج منتجات جديدة أو تطويرها وتحسينها، بل يشمل تطوير طرق جديدة أو عمليات إنتاجية جديدة محسنة تزيد من الفاعلية والكفاءة أو تقدم خدمة أفضل للعملاء والمستهلكين، يتحقق ذلك من خلال تقييم ودراسة طرق وعمليات الإنتاج القائمة للمحافظة على جوانب الجودة ولتطوير جوانب القصور من خلال إدخال أو ابتكار عينات إنتاجية جديدة أو طرق إنتاجية جديدة أو تطوير أساليب تقديم الخدمة.

مثال (١):

معجون اسبرنجين:

ظلت الشركات الأمريكية تستخدم المواد الكيميائية الضارة والشحوم والكحول لإنتاج معجون الأسنان، إلى أن تمكن السيد إبراهيم السيد من اكتشاف قدرة زيت حبة البركة من قتل البكتريا الضارة التي توجد بفم الإنسان وعدم إضراره بالبكتريا النافعة، وقام باستخدام تلك المادة في تطوير جودة وفعالية معجون الأسنان ذو فعالية ومعالج لأمراض اللثة. عرف ذلك المعجون باسم معجون اسبرنجين، ومن ثم قام باستخدام المواد الطبيعية في إنتاج معجون اسبرنجين خالي من المواد الكيميائية الضارة وكذلك الشحوم والكحول (أصبح معجون حلال) ملائم للمسلمين، مما حدا بالشركات الأخرى المنتجة لمعجون الأسنان من إنتاج معجون حلال حتى لا تفقد حصتها السوقية.

نشاط:

١. عدد فوائد معجون اسبرنجين.
٢. كيف طور معجون الاسبرنجين.
٣. ما نوع التطوير.
٤. ما أثر الاسبرنجين على الشركات الأخرى.

مثال (٢):

تطوير صناعة مشروب القهوة ببريطانيا:

ظل مشروب القهوة في لندن مشروباً ثانوياً ولم يقدم في متاجر متخصصة للزبائن ويتم الحصول عليه بمشقة وفي أكواب لا تستوفي معايير الصحة والسلامة ومستوى جودة متدنية.

اكتشفت سحر بعد زيارتها لمدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية بأن لندن تفتقر إلى القهوة بالطريقة الأمريكية وبإمكانها أن تحسن جودة القهوة في لندن من خلال تأسيس متجر لبيع القهوة على الطريقة الأمريكية بمواصفات القهوة في نيويورك والتي تتمثل في:

- توفير مكان لشرب القهوة يشعر فيها الزبائن بمتعة تناول.
 - تمكين الزبائن من الاستماع لموسيقى لطيفة عند الانتظار للحصول على كوب قهوة.
 - الحصول على قهوة في كوب مصمم بعناية جاذب معها تشكيلة لذيذة من مكملات القهوة (كيك).
 - يقوم بالخدمة طاقم من العمال مدربين تدريب عالي يرتدون زي موحد.
- لقد ذاع صيت القهوة وتعددت فروعها في أنحاء لندن، وبعد عامين من تأسيسها تحولت من محلات بيع القهوة إلى شركة مساهمة عامة.

نشاط:

١. أشرح كيف كانت تباع القهوة في لندن.
٢. ما مزايا القهوة على الطريقة الأمريكية.
٣. هل تستطيع تطوير خدمة تقدم في محيط مدينتك أو قريتك. ما هي؟

شركة فورد للسيارات:

لم يكن هنري فورد أول من ابتكر صناعة السيارات إلا أنه أول من ابتكر طريقة إنتاج جديدة لصنع السيارات تتمثل في ابتكار خطوط الإنتاج حيث تمر صناعة السيارة بعدة

مراحل يتم فيها تصنيع السيارة بدلاً من صنع كل سيارة على حدى وكانت غالية الثمن حكراً على طبقة الأثرياء .

لكن نسبة لتطبيق خطوط الإنتاج أدى إلى إنتاج كميات كبيرة من السيارات ورخيصة الثمن مما مكن أفراد الطبقة الوسطى من الحصول عليها وشراءها، حيث حول فورد السيارة من تحفة غالية الثمن إلى وسيلة نقل عملية أثرت تأثيراً كبيراً على عملية النقل في القرن العشرين. وأصبح مؤسساً لشركة فورد للسيارات وواحداً من أشهر أثرياء العالم، وينسب إليه مبدأ الفوردية الذي يعني الإنتاج الضخم للسلع الرخيصة الثمن.

الدرس الثالث

الابتكار التسويقي

مفهوم الابتكار التسويقي: هي عملية إنتاج أفكار جديدة وتطبيقها بكفاءة في جميع جوانب الأنشطة التسويقية (تصميم المنتج، الترويج، التسعير، التعبئة) بهدف تعزيز المبيعات وزيادة القدرة التنافسية للمنتجات، أي هي استخدام اساليب تسويقية جديدة قد تتطلب تغييرات جوهرية في تصميم المنتجات وتسويقها وترويجها وفي اساليب تسعيرها.

أهمية الابتكار التسويقي:

يساهم في تحقيق الفوائد التالية:

- تحسين استراتيجيات التسويق، عبر تحفيز توليد الأفكار الجديدة وتطبيقها بنجاح في الأنشطة التسويقية.
- تلبية احتياجات العملاء، من خلال ابتكار منتجات تلبى حاجتهم الحالية والمستقبلية، وايضا من خلال تعريف العملاء بمميزات المنتج بطريقة مبتكرة تحفزه على الاستفادة منه.
- تحقيق التميز التنافسي، وذلك من خلال استقطاب العملاء وزيادة ولائهم.
- النمو المستدام: من خلال تكوين صورة ايجابية في الازهان، والمحافظة على الحصة السوقية وتمييزها واستقطاب العملاء الجدد.

أنواع الابتكار التسويقي:

للابتكار التسويقي عدة أنواع منها:

- ١- ابتكار في احتياجات العميل: وذلك من خلال الدراسات التي تجرى لمعرفة اهم احتياجات العملاء والسعي للاستجابة بطريقة مبتكرة.
- ٢- ابتكار لخلق احتياج للعميل: وذلك من خلال الأفكار والابتكارات التي يتم طرحها لأول مرة بحيث يتم طرحها في السوق أولا ليتم خلق الحاجة إليها لاحقا.
- ٣- ابتكار متفاعل مع احتياجات العميل: وذلك من خلال المزج بين احتياجات العميل

والابتكارات الجديدة التي تلبى هذه الاحتياجات.

٤- الابتكار الرقمي واستخدام الوسائط: يلعب التكنولوجيا دوراً كبيراً في التميز والابتكار التسويقي من خلال الإعلان والترويج عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي مما يؤدي إلى تحسين استراتيجيات التسويق وتعزيز التواصل مع العملاء.

مثال:

بلدة ريفية مشهورة بمنتجاتها عالية الجودة، يتم توارث مهارات الإنتاج الحرفي من جيل لآخر وهي تمثل دخلاً هاماً لهذه البلدة الصغيرة. وكان كل أنواع النشاط التجاري فيها مملوكة للأسر وتدار إنطلاقاً من المنزل بواسطة الآباء والامهات وأحياناً الأبناء الأكبر سناً بعد عودتهم من المدرسة يشاركون في الإنتاج.

نظام التسويق:

نسبة لبعدها عن المدينة لا يوجد قنوات توزيع سوى حضور شخص مرتان في الشهر للقرية ليشتري كل إنتاج القرية ليقوم ببيعها وتسويقها في المدينة التي تتعامل مع السياح ومختلف المصدرين إلى الخارج.

يعد الشخص المشتري هو القناة الوحيدة وبيع له المصدر الرئيس لسكان البلدة، حيث لا يحضر للبلدة الكثير من السياح لعدم معرفتهم بها وكان الطلب المحلي للمنتجات كان محدوداً ولا يكفي لتغطية احتياجات المعيشة للمنتجين.

طوال السنوات الماضية غادر الكثير من الشباب البلدة بحثاً عن فرص عمل جديدة بالمدن أفضل دخلاً من الحرف اليدوية التي يمارسها أهل البلدة، إلا أن بعضاً منهم لم يوفق في الحصول على فرص عمل جيدة مما اضطرهم للعمل في حصة ذات عائد ضعيف وظروف عمل سيئة.

وبعد سنوات قليلة عادت إحدى بنات البلدة بعد أن حصلت على شهادة جامعية في مجال علوم الحاسوب، وقد كانت إحدى الطالبات القلائل اللائي اجتزن المرحلة الثانوية من بنات البلدة وتمكنت من إكمال دراستها الجامعية والتي امتدت إلى ٤ سنوات وكبدت والديها ديوناً طائلة لتغطية نفقات دراستها، حيث تمكنت من إيجاد وظيفة مؤقتة في متجر بالبلدة ولكنها

لم تكن سعيدة بتلك الوظيفة.

بدأت الخريجة الشابة تفكر في طرق لمساعدة والديها وتحسين وضع بلديتها الصغيرة، فقامت بتصميم الموقع الإلكتروني أخذت تعرض عليه الأعمال الحرفية لأسرتها وأسمته هانديكرافت بوتيك أي المنتجات الحرفية الفريدة. حالما تم تشغيل الدفع الإلكتروني انهالت الطلبات من إيطاليا وألمانيا، وقد سعدت أسرتها جداً، ولقد استغرق الأمر جهداً كبيراً لإعداد المنتجات وتعبئتها بصورة جيدة في طرود ثم استغلال البص للمدينة لإرسال طرود المنتجات إلى العملاء بالبريد.

بعد عدة شهور لم تعد الأسرة تعتمد على ذلك المشتري بل أصبحت تبيع معظم منتجاتها على الإنترنت، وقد شرع أخواها الأصغر في العمل ضمن نشاط الأسرة مع تزايد الطلبات.

قام العديد من الحرفيين الآخرين بزيارتها ليروا إن كان بالإمكان أن يدفعوا لها لتصميم مواقع إلكترونية لهم، وحيث أن النشاطات الحرفية كانت متنوعة ولا تنافس منتجات عائلتها، فإنها اقترحت عليهم أن ينتظم المتحدثون جميعاً ويسوقون منتجاتهم على موقع واحد، ومع بروز العديد من المنتجات الأخرى على الموقع تزايدت طلبات الشراء.

وعلى ذلك قرر الحرفيون تنظيم أنفسهم في جمعية تعاونية صغيرة للحرفيين، وأصبحت الطلبات تأتي كل صباح من كافة أنحاء العالم ويقوم صغار الموظفين باستغلال الدرجات الهوائية لتوصيل الطلبات إلى القطاعات المختلفة. وفي فترات بعد الظهر يقومون بنفس الشيء أيضاً، وقد استطاعت الجمعية التعاونية شراء عربة صغيرة لأخذ المنتجات المدة للتصدير إلى المدينة لشحنها إلى ما وراء البحار.

الوضع الراهن هو أن البلدة آخذة في الازدهار، ولقد استطاع هؤلاء الرواد الشباب إصلاح مدرسة الأساس بالبلدة كما تم تأسيس عيادة صغيرة يقوم طبيب بمعاينة المرضى في



هذه العيادة مرة في الأسبوع، كما ازدادت فرص التوظيف والعمالة، وعاد الشباب للعمل في الأعمال المحلية مما أسعد أهلهم كما أن عدد الأنشطة التجارية في ازدياد ليس فقط في مجال المنتجات الحرفية، بل في مجال أكشاك البيع والمتاجر الصغيرة والمقاهي والمطاعم ومحلات بيع المنتجات الزراعية ومحطات الوقود والمسارح والسينما، وقد أصبح الكل في البلدة فخورين بنمو وتطور بلديتهم.

شكل (١)

التقويم:

- ١- عرف الابتكار التسويقي.
 - ٢- عدد جوانب الابتكار التسويقي.
 - ٣- كيف يساهم الابتكار التسويقي في تحسين ربحية الشركات؟
 - ٤- ما أهمية استخدام التقنيات الرقمية في النشاط التسويقي؟
- بالرجوع إلى المثال اجب عن الاتي:

١. ما نشاط سكان البلدة؟
٢. عدد منافذ التسويق المتاحة لسكان البلدة.
٣. ما حجم دخل سكان البلدة.
٤. ما الأسباب التي دفعت الشباب للهجرة من البلدة.
٥. كيف تم تأسيس الموقع الالكتروني.
٦. ما نصيحة مصممة الموقع الالكتروني على منتجي البلدة.
٧. ما أثر الموقع الالكتروني في الترويج لمنتجات البلدة.
٨. عدد فرص العمل التي أتاحتها الموقع الالكتروني.
٩. ما مزايا التسويق عبر الانترنت.
١٠. ما الأثر الاجتماعي للجمعية.

الدرس الرابع

الابتكار الاجتماعي

لم ينحصر هدف النشاط الإبداعي والابتكار في إنتاج السلع والخدمات لإشباع رغبات واحتياجات الناس، بل امتد إلى ابتكار طرق وأساليب علمية لمعالجة وحل القضايا الاجتماعية والبيئية من خلال تقديم حلول للمشاكل الاجتماعية والبيئية.

تعريف الابتكار الاجتماعي:

هو عملية إيجاد حلول جديدة للمشاكل الاجتماعية والبيئية من خلال التعاون والتكافل بين جميع أصحاب المصلحة كالحد من الفقر وترقية الخدمات الصحية والتعليمية ومعالجة قضايا البيئة.

خصائص الابتكار الاجتماعي:

للابتكار الاجتماعي العديد من الخصائص التي تميزه عن أشكال الابتكار الأخرى ومن أهمها:

(١) تأثير اجتماعي: يهدف الابتكار الاجتماعي إلى إحداث تأثير اجتماعي إيجابي ومعالجة التحديات الاجتماعية من خلال تحسين رفاهية ونوعية حياة الأفراد والمجتمعات.

(٢) التعاون والإبداع المشترك: يتضمن الابتكار الاجتماعي التعاون والإبداع المشترك بين أفراد المجتمع والمنظمات والحكومات، حيث يتم إشراك جميع المستفيدين والمستهدفين النهائيين في عملية الابتكار.

(٣) التفكير المنهجي: يأخذ الابتكار الاجتماعي نهجاً نظامياً لحل المشاكل مع الأخذ في الاعتبار الترابط بين العوامل الاجتماعية والعوامل الاقتصادية بهدف تحديد ومعالجة الأسباب الجذرية للقضايا الاجتماعية بدلاً من مجرد علاج أعراضها.

(٤) الاستراتيجيات المبتكرة: يقصد بها التفكير غير التقليدي واستكشاف طرق جديدة لمعالجة المشكلات، وقد يتضمن ذلك إعادة استخدام الموارد الحالية أو الاستفادة من الابتكار التكنولوجي أو تكييف الحلول الناجحة من سياق إلى آخر.

٥) التعاطف والتركيز على المستخدم: يركز الابتكار الاجتماعي على فهم احتياجات وتطلعات ووجهات نظر الأشخاص المتأثرين بالمشاكل الاجتماعية وتبني حلول ذات صلة وشاملة وذات مغزى للمستفيدين والمستهدفين.

٦) الإبداع والابتكار: يشجع الابتكار الاجتماعي التفكير الإبداعي والمبتكر لتطوير أساليب جديدة للقضايا الاجتماعية من خلال استكشاف الأساليب والتقنيات ونماذج الأعمال التي لديه القدرة على إحداث تغيير إيجابي.

المبادرة المجتمعية:

مفهوم المبادرة المجتمعية: هي مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الفرد أو مجموعة أفراد بهدف التصدي لحل مشكلة ما أو تطوير وضع ما من أجل حياة أفضل. وذلك من خلال استخدام طرق وأساليب علمية ممنهجة متنوعة تساعد في بلورة الصورة التي ستكون عليها المبادرة من خلال توفير الموارد المالية والبشرية اللازمة.

عليه تعد المبادرة من أنجع الوسائل التي تسهم في تطوير ذات الفرد أو أسرته أو مجتمعه.

خطوات عمل المبادرة:

لنطرح أي مبادرة يجب اتباع الخطوات التالية:

١) دراسة المشاكل التي تواجه المجتمع: تتطلب هذه المرحلة دراسة المشاكل التي يعاني منها المجتمع سواء الأفراد أو المجتمع كله من خلال التفكير وتحليل وتحديد أسباب المشكلة من خلال التفكير الإبداعي الابتكاري بعدها تحول إلى فكرة أولية للحل.

٢) إعادة الدراسة عدة مرات من كل الزوايا ومن خلال العصف الذهني وتبادل المقترحات حتى الوصول إلى مرحلة الاطمئنان من الحل المقترح.

٣) تطوير الحلول وتحويل إلى مبادرات تحتوي على تفاصيل خطة تسهم في حل المشكلة ووضعها في ملف خاص لكل مشكلة يتم دراستها.

٤) البحث عن الموارد: بعد أن تم الاستقرار والاتفاق على المبادرة لحل المشكلة أو الموضوع، نأتي إلى سرعة البحث عن تمويل المشروع ودراسة الامكانيات المادية والبشرية التي يمكن أن

تتوفر لتنفيذ المشروع، وليس للتنفيذ فقط بل لضمان استمرار تلك الموارد (ريادة الأعمال)

٥) مرحلة التنفيذ: بعد توفير الموارد تبدأ مرحلة التنفيذ وهي مرحلة طويلة وتحتاج إلى صبر ومثابرة للتخلص من الصعاب التي تواجه مرحلة التنفيذ، لذلك يجب على أصحاب المبادرة التحلي بفضيلة الصبر والتعاون حتى يتسنى لهم اجتياز كل تلك العوائق.

٦) اكتمال تنفيذ المشروع: عند اكتمال تنفيذ المشروع تصبح المبادرة واضحة الأثر على أفراد المجتمع والكل يشير إليها باستحسان وثناء.

٧) التقييم والتقويم: يجب في كل مراحل التخطيط وتنفيذ المبادرة أن نقيّم ونقوم كل تلك المراحل والخطوات لتحديد نقاط الضعف لتلافيها وتحديد نقاط القوة للمحافظة عليها والاستمرار في النشاط.



شكل (٢)

عليه تعد المبادرة من أهم الصفات والسلوكيات الخاصة بالأشخاص والمجتمعات ذات الفعالية والأكثر تأثيراً في حياة الأمم والشعوب والتي تساعد في تحقيق الأهداف وتنمية وترقية المجتمعات، ومن أهم تلك المبادرات:

المبادرة الفردية:

١. التمويل الأصغر: يعد بنك غراين بنك القرية الذي أسسه محمد يونس في بنغلاديش رائد تجربة ابتكار نموذج الأعمال المالية لتقديم القروض الصغيرة والخدمات المالية للأفراد الذين يتم استبعادهم تقليدياً من النظام المصرفي. وقد ساعد هذا النهج في تمكين رواد الأعمال من ذوي الدخل المنخفض وتعزيز التنمية الاقتصادية في العديد من المجتمعات.

٢. المنصات الرقمية للتغيير الاجتماعي: تساهم المنصات الرقمية في تهيئة الموارد ورفع الوعي والمناصرة بالقضايا الاجتماعية، ومن خلال تبني الابتكار الرقمي تساعد هذه المنصات على تسهيل المشاركة الشعبية وتمكين الأفراد في قيادة التغيير الاجتماعي.

الدرس السادس

الابتكار الإداري

لم ينحصر مفهوم الابتكار على المنتجات الجديدة أو طرق إنتاجها أو توزيعها، بل يمتد ليشمل الابتكار في القيادة والإدارة التي تضيف قيمة تنافسية للمنشآت، من خلال الإبداع و الابتكار لمساعدة المنشآت لتجاوز التحديات، والتكيف مع المتغيرات السريعة في السوق، عليه يعد الشخص الذي يتمتع بالمهارة الإدارية والقيادية ريادةً لأنه يتمتع بروح البناء المؤسسي بجانب مهارات الإبداع والابتكار.

أهمية الابتكار الإداري:

يساهم الابتكار الإداري في أحداث تحولا في الأعمال من خلال عدة طرق من أهمها:

١- تحسين العمليات، يمكن للابتكار الإداري تحسين العمليات الحالية في المنشآت من خلال تطبيق الأفكار الجديدة، تساهم في تحسين كفاءة العمليات وتوفير الوقت والحد من التكاليف، وزيادة جودة الإنتاج .

٢- تطوير منتجات جديدة: يمكن للابتكار الإداري مساعدة المنشأة. على تطوير سلع وخدمات جديدة، تلبي احتياجات العملاء، بشكل افضل من خلال توليد أفكار جديدة والابتكار في عملية التصميم والتطوير، يمكن للشركة تقديم منتجات وخدمات فريدة ومبتكرة تمنحها ميزة تنافسية.

٣- فتح فرص جديدة: يساعد الابتكار الإداري في اكتشاف فرص جديدة للنمو

ستيف جويز القيادي الملهم:

ستيف جويز مؤسس شركة أبل يعد قيادياً ملهماً، في عالم صناعة التكنولوجيا ورائد أعمال، تميزت طريقة قيادته بالابتكار والتفاني والتفكير الخلاق والشغف، مما مكنه من تحويل شركة أبل من شركة تعاني الفشل إلى واحدة من أكبر الشركات العالمية في مجال التكنولوجيا، وقد خلف وترك وراءه دروساً قيمة يمكن تطبيقها في الحياة الشخصية والمهنية.

خصائصه القيادية:

١) امتلاكه لرؤية ثاقبة لدور التكنولوجيا: تتمثل أهمية الرؤية في مساعدة الشخصية القيادية على تحديد الهدف المستقبلي النهائي وكيفية تحقيقه بشكل فعال، لذلك كان لجويز رؤية واضحة عن دور التكنولوجيا في حياة الناس حيث كان يؤمن بأنه يمكن للتكنولوجيا أن تحدث تغييراً حقيقياً في حياة الناس، حيث استطاع أن يتوقع احتياجات السوق ويبتكر المنتجات التي تلبى تلك الاحتياجات ومن أمثلتها أجهزة الآيفون المختلفة، حيث توقع بحاجة الناس إلى جهاز يمكنه تخزين الموسيقى بكميات كبيرة وتشغيلها بسهولة وبفضل هذه الرؤية نجحت آبل في تحقيق نجاح كبير وتحويل صناعة الموسيقى. لقد ساهمت قدرة جويز في تحليل الاتجاهات والتنبؤ بالمستقبل في اتخاذ القرارات الصائبة والتوجه نحو الفرص الصحيحة.

خطوات تحقيق الرؤية:

١. تحديد هدف واضح (معرفة ما تريد تحقيقه).

٢. تحديد كيفية الوصول إلى الهدف (وضع خطة).

٣. تحديد مقومات تحقيق الهدف (أسلوب العمل / تشكيل فريق العمل)

٤. تحديد قيمة العمل (التعاون والتواصل - الشغف - الابتكار)

٢) القيادة الشخصية والتأثير: تعد القيادة الشخصية والتأثير من الصفات الأساسية التي يجب أن يتمتع بها أي قائد ناجح في المؤسسات والشركات والهيئات والمصانع.

مقومات القيادة:

١. الثقة بالنفس: ويقصد بها الإيمان بالقدرات الشخصية في تحقيق الأهداف وعدم التردد في اتخاذ القرارات، وتساعد الثقة في تحمل المخاطر ومواجهة التحديات وتجاوز العقبات.

٢. القدرة على التواصل بفعالية مع العاملين: التواصل الفعال مفتاح النجاح في القيادة حيث يساعد في توصيل الأفكار والمقترحات ويساعد في نقل الرؤية وترجمتها إلى واقع

ويساعد في تحفيز وإلهام الآخرين لتحقيق الأهداف المشتركة.

مقومات التواصل:

١. شرح الرؤية والتعبير عنها بوضوح من خلال استخدام العبارات القوية والصور البصرية لجذب إنتباه الجمهور.

٢. استخدام القصص والامثلة لإلقاء الضوء على النقاط الرئيسية وجعلها أكثر قابلية للفهم والتنفيذ أو التطبيق.

٣. فهم احتياجات ومشاكل فريق العمل والسعي لتلبيتها وحلها، وخلق بيئة عمل جاذبة وملهمة للعاملين.

٣) **التخطيط الاستراتيجي**: مفهوم التخطيط الاستراتيجي وسيلة لتحويل الرؤية إلى واقع ملموس.

كانت رؤية جوائز عندما عاد لإدارة وقيادة شركة أبل هي تحويلها من شركة فاشلة إلى شركة تقنية رائدة عالمياً من خلال التخطيط الاستراتيجي.

كيف استطاع جوائز تحقيق هذه الرؤية (تحويل أبل إلى شركة تقنية رائدة عالمياً):
شركة فاشلة ← إلى شركة رائدة

١. تحديد هدف واضح تمثل في تحويل أبل إلى شركة تقنية تقدم منتجات مبتكرة ومتميزة.

٢. تجديد هيكل الشركة وتحسين عملياتها الداخلية.

٣. تكوين فريق عمل متميز من الخبراء والمبدعين.

٤. منح فريق العمل الحرية الكاملة للتفكير والابتكار.

٥. الاهتمام بالتفاصيل التي تميز المنتجات عن منتجات الشركات المنافسة مثل: تصميم المنتجات، الجودة، سهولة الاستخدام، جمال المنتج.

٦. العمل الجماعي: لتحقيق هدف الشركة بنبغي تشجيع التعاون والتواصل بين أعضاء فريق العمل.

٤) **إدارة التحديات وتحويلها إلى فرص:** من أهم صفات القيادة الناجحة هي القدرة على التعامل مع التحديات بشكل إيجابي وتحويلها إلى فرص، لقد واجه جوائز العديد من الصعوبات والتحديات، فقد تم طرده من شركة آبل التي أسسها بنفسه واضطر للعمل في شركة أخرى (Next) ولكن بدلاً من الاستسلام ووظف واستخدم جوائز هذه التحديات كفرصة للتطور والتعلم، فقد قال في إحدى المرات (أنا ممتن للغاية للفشل الذي تعرضت له، لولاها لما كنت لأصبحت الشخص الذي أنا عليه اليوم).

٥) **أساليب تجاوز التحديات:** ١. التفكير خارج الصندوق: يقصد به القدرة على التنبؤ واستقراء المستقبل أي القدرة على التنبؤ باحتياجات السوق ومن ثم السعي إلى ابتكار المنتجات لتلبية تلك الاحتياجات.

٢. التفاني والشغف في العمل: كان جوائز يتحلى بالشغف في عمله، فقد كان يعمل لساعات طويلة وتخصيص كل طاقته لتحقيق أهدافه، هذا ما ساعده على تحقيق النجاح والتفوق في مجاله، وكان يقول: (إذا لم تكن تحب ما تفعله فمن الصعب أن تتميز فيه).

٣. القدرة على الإلهام والتأثير في الآخرين: يساعد هذا في بناء ثقافة الابتكار والنفوق في آبل.

٦) **الابتكار والتفكير المبتكر:** كان الابتكار والتفكير المبتكر هما ركيزتان أساسيتان في فلسفة جوائز القيادية، كان يؤمن بأن الابتكار هو ما يميز الشركات الناجحة عن الشركات الأخرى، وأنه يجب أن يكون جزءاً لا يتجزأ من ثقافة الشركة، لذلك كان يشجع فريقه على التفكير خارج الصندوق وتحدي القواعد المضادة، كان يعتقد أن الابتكار يأتي من توظيف الأشخاص الصحيحين وتوفير بيئة تشجع على الابتكار والتجربة.

نشاط:

عدّد خصائص منتجات جوائز المبتكر.

التقويم:

- كيف يتم ابتكار منتج جديد؟.
- ما أثر الابتكار على التنمية الاقتصادية؟.
- وضح كيف يتم ابتكار طرق إنتاجية جديدة؟.
- كيف يتم ابتكار أساليب وطرق تسويقية جديدة؟.
- عدد مقومات الابتكار الاجتماعي.
- ما خصائص الابتكار الاجتماعي؟.
- ما مقومات الابتكار الإداري والقيادي؟.
- ما مقومات التواصل الفعال؟.
- ما أهمية الرؤية الثاقبة في القيادة؟
- ما أهمية الابتكار في القيادة؟
- ما دور القائد في تحفيز الفريق؟
- ما أهمية التفاهم والاتصال الجيد في القيادة؟
- ما أهمية الاستماع الجيد في القيادة؟

الوحدة الثالثة:

دراسة سوق المنتج

أهداف الوحدة

بعد اكمال دراسة هذه الوحدة يكون الدارس قادرا على أن :

- يشرح مفهوم السوق
- يتعرف أهمية دراسة السوق
- يعدد أهداف دراسة السوق
- يعدد مؤشرات دراسة السوق.
- يتنبأ بحجم الطلب منتجات المشروع.
- يحدد الوضع التنافسي للمشروع الريادي.
- يضع الخطة التسويقية لمنتجات المشروع.
- يقدر أهمية المزيج التسويقي
- يتعرف عناصر المزيج التسويقي.

الدرس الاول

دراسة السوق

عزيزي التلميذ /عزيزتي التلميذة ،الوصول لفكرة ما لا يكفي لتأسيس المشروع التجاري ،حيث يعتبر خطوة أولى في رحلة تحقيق الحلم بل ينبغي مناقشة الفكرة ودراستها أو تقييمها من عدة جوانب ، بالتركيز على

- ما الذي سوف تقدمه ؟

- لمن تقدم منتجات المشروع؟

- كيف يمكن تقديم المنتجات؟

لضمان نجاح تأسيس المشروع التجاري وتحقيق أهدافه

تعريف السوق:

يقصد بالسوق مجموعة الأفراد الذين لديهم الرغبة في شراء السلعة أو الخدمة بسعر معين وفي وقت محدد .

أهمية دراسة وتقدير حجم السوق عند تأسيس المشروع الريادي:

الهدف من دراسة السوق هو دراسة مجموعة معايير تفيد في معرفة وضع أو حالة مشروع جديد خلال مراحل حياة المشروع الإنتاجية. وهذه المعايير هي:

1. تقدير حجم السوق من خلال تقدير حجم الطلب.
2. تقدير الطلب الحالي والمتوقع لمنتجات المشروع.
3. تقدير الحصة المتوقعة لمنتجات المشروع من السوق المحلي.
4. دراسة العوامل المحددة للطلب على منتجات المشروع المقترح.
5. دراسة الآثار الناجمة عن إنتاج السلع المكملة والبديلة للسلع المنتجة.

يتم دراسة السوق من خلال عدة مؤشرات لتحقيق الاهداف التالية:

ويتم دراسة السوق بهدف:

١. التنبؤ بحجم الطلب على السلعة أو الخدمة التي ينتجها المشروع، حتى يكون ذلك مؤشراً إيجابياً على إقامة مشروع ومدى نجاحه.
٢. التعرف على الموقف التنافسي لمنتجات المشروع، من خلال دراسة العرض الكلي لمنتجات المنافسين من خلال تحديد نقاط القوة للتعامل معها، و التعرف على نقاط الضعف للاستفادة منها لتعزيز الموقف التنافسي لمنتجات المشروع.
٣. التعرف على مدى توفر مدخلات المشروع، لأن نجاح المشروع رهين بمدى سلاسة إنسياب المدخلات في الوقت والكمية المناسبين، لأن نجاح المشروع بصورة أساسية رهين بهذا المطلب الأساسي.
٤. التأكد من توفر القدرات الإدارية والأيدي العاملة المدربة وإمكانية توفيرها وفق المواصفات المطلوبة.

مؤشرات دراسة السوق:

أ. الطلب على المنتجات:

يقصد بالطلب الكمية التي يرغب المستهلك شرائها من منتج ما بسعر معين وفي وقت معين، حيث يتم دراسة الطلب من حيث حجم الطلب السائد، وعن حجم الطلب المتوقع في المستقبل. ومن العوامل المؤثرة على الطلب:

- عدد المستهلكين
- أذواق المستهلكين
- أسعار السلع البديلة
- سعر السلعة نفسها

٢- العملاء (الزبائن):

هم مجموعة الأفراد اللذين يرغبون في شراء منتج ما(سلعة أو خدمة) ولهم القدرة على دفع الثمن .

تمثل مجموعة الزبائن أو العملاء الفئة المستهدفة لقيام المشروع التجاري بهدف تقديم السلع والخدمات لهم وتحقيق الأرباح ، والتي قد تكون شريحة واحدة فقط أو أكثر من شريحة ، بهدف التعرف على :

١- خصائصهم وعاداتهم الشرائية

٢- تحديد احتياجات كل شريحة أو مجموعة

٣- نمط الحياة الخاص بكل شريحة

٤- السلوك الشرائي لكل شريحة

معرفة هذه الجوانب تمكن من مخاطبة وتوجيه الرسائل لهم لزيادة رغبتهم ودافعتهم للشراء .

مثال : إذا كان مشروعك تقديم وجبات جاهزة :

في هذه الحالة قد يكون شرائحك المستهدفة أفراد - مؤسسات ، وفي الأفراد قد تكون أسر تقدم لهم توصيل الوجبات الجاهزة إلى المنازل مباشرة .

أو تقديم خدمات الطعام لشريحة الطلاب - العمال - مناديب المؤسسات - الخ... لذا يعد تحديد الشريحة المستهدفة هو حجر الأساس الاول لتأسيس أي مشروع تجاري وتحقيق أهدافه

٣: المنافسة :

المنافسون هم الأفراد والشركات اللذين يقومون بمنافسة المشروع في نشاطه(يقومون بتقديم نفس السلع أو الخدمات) لذا ينبغي للمشروع التجاري التصدي لهؤلاء المنافسين من حيث:

١- من هم المنافسون (أي اللذين يقدمون نفس السلعة أو الخدمة)

٢- ما حجم حصتهم السوقية، وما عروضهم أسعارهم .

- ٣- كيف تقييم أدائهم من حيث جودة السلعة أو تقديم الخدمة.
- ٤- كيف يمكن أن تميز منتجاتك وخدماتك عن منتجاتهم وخدماتهم.
- ٥- كيف سوف تسعر منتجاتك

(٣) العرض:

يقصد بالعرض كمية السلعة أو الخدمة المعروضة في السوق عند سعر معين ووقت محدد .

يمثل عرض السوق أيضاً بدائل من الكميات للسلعة/ الخدمة المعروضة عند نقطة معينة من الزمن بأسعار مختلفة. عموماً يرتبط عرض السلعة في حالة ثبات جميع العوامل الأخرى، وتغير السعر يزيد العرض كلما زاد السعر ويقل العرض كلما قل السعر.

الجدول أدناه يوضح عرض سلعة ما :

سعر السلعة	الكمية المعروضة من السلعة
٦٦	٨٠٠
٥٥	٦٠٠
٤٤	٤٠٠
٣٣	٢٠٠
٢٢	٠

جدول رقم (١)

الشكل أدناه يوضح عرض السلع:



(٢) التوازن:

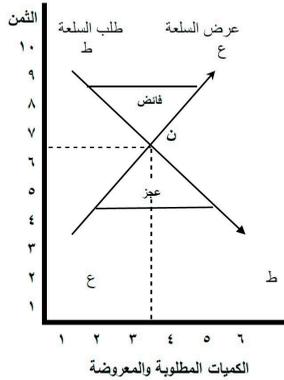
هذا المفهوم مهم جداً، وهو يشير لوضعية (نقطة) السوق التي حالما يصل إليه يبقى مستقراً عندها. وفي مفهوم علم الاقتصاد يحدث التوازن عندما الكمية المطلوبة في السوق عند نقطة معينة من الزمن تعادل (تساوي) الكمية المعروضة من السلعة في نفس الفترة الزمنية، وهندسياً التوازن يحدث عند نقطة تقاطع منحنى طلب السوق للسلعة مع منحنى عرض السوق للسلعة والسعر والكمية التي يكونا في حالة حدوث التوازن يسميان على التوالي بسعر وكمية التوازن. وعند نقطة التوازن فائض ولا ينقص في السلعة والسوق يقوم بالتصحيح الذاتي لنفسه.

مثال توضيحي: معطى الجدول أدناه:

الكمية المعروضة	الكمية المطلوبة	سعر السلعة
٨٠٠	٢٠٠	٦
٦٠٠	٣٠٠	٥
٤٠٠	٤٠٠	٤
٢٠٠	٥٠٠	٣
٠	٦٠٠	٢

جدول رقم (٢)

الشكل أدناه يوضح نقطة هندسية بتقاطع منحنيات العرض والطلب للسوق:



الدرس الثاني:

المنافسة

المنافسون هم الأفراد و الشركات الذين يقومون بمنافسة المشروع في نشاطه(يقومون بتقديم نفس السلع أو الخدمات) لذا ينبغي للمشروع التجاري التصدي لهؤلاء المنافسين من حيث:

- ١- من المنافسون (أي الذين يقدمون نفس السلعة أو الخدمة)
- ٢- ما حجم حصتهم السوقية، وما عروضهم وأسعارهم .
- ٣- كيف تقيم أدائهم من حيث جودة السلعة أو تقديم الخدمة.
- ٤- كيف يمكن أن تميز منتجاتك وخدماتك عن منتجاتهم وخدماتهم.
- ٥- كيف سوف تسعر منتجاتك

(٣) تحليل المنافسين:

لمعرفة منافسك بشكل احترافي ينبغي تقييم منتجات المنافسين من السلع/ الخدمات وهذا التقييم يشمل نقاط قوة وضعف المنافسين أي مزايا وعيوب المنافسين، ومن الممارسة الجيدة في إدارة الأعمال هو عمل تقييم للمنافسين على الأقل ستة مرات في السنة. ولابد أن نشير لأهمية المنافسة، كلما وجدت منافسة ذلك مؤشر لوجود طلب على السلعة/ الخدمة المنتجة، كما تفيد المنافسة في توفير سلع ذات جودة وبأسعار مناسبة للمستهلكين.

يساعد تحليل المنافسين على معرفة مزايا فريدة وكذلك حواجز محتملة تؤثر على النمو وكذلك المنافسة تعمل على تقوية التسويق وأدواته واستراتيجيات الأعمال وتساعد على أن يكون صاحب المشروع الريادي متفاعلاً بدلاً من أن يكون مستجيب برد الفعل، كما أن فوائد تحليل المنافسين عديدة نذكر منها معرفة الفرق بينك وبين المنافس من حيث جودة وسعر السلعة وتوزيعها بحيث تجمع بيانات عن الصفات النوعية للمنتج، كذلك السعر وكيف يتم تحديد الأسعار لكل المنتجات/ الخدمات من قبل المنافس ثم المكان أي منطقة الوصول ومنطقة المنتجات/ الخدمات وامكانية تواجدك وتواجد المنافس في منطقة طلب السلعة.

وبالنسبة لترويج السلع/ الخدمات ما هي الخطط التكتيكية التي يستخدمها المنافس ومن دراسات صفات كل منافس كما يوضح الجدول أدناه:

العناصر	المنافس الأول	المنافس الثاني	المنافس
جودة السلعة	٤	٥	٦
سعرها التنافسي	٧	٤	٥
مهارة العاملين	٨	٦	٤
العملاء/ الزبائن	٦	٦	٦

جدول رقم (٣)

نعمل مدرج من النقطتين ١ - ٩ ونجمع منحنيات الدرجات التي حصل عليها كل منافس، يمكن أن نحدد أكثر المشاريع منافسة ويشكل تحدي حقيقي لك في مشروعك الريادي. وعلى ضوء ذلك يمكن أن نضع خارطة طريق من النتائج المتحصلة من الجدول أعلاه لكسب حصة مفيدة في السوق التنافسي.

أيضاً هناك نقطة مهمة جداً، وهي تحديد أنواع المنافسين، وهم على أحسن الأحوال ثلاثة أنواع من المنافسين، المنافس الأول هو المنافس المباشر وهو الذي يقوم بإنتاج وتسويق نفس الخدمة/ السلعة التي تقوم بها في مشروعك ويقدمها في نفس المكان الجغرافي أو حتى على نفس وسائل التبادل الاجتماعي، الثاني المنافس غير المباشر وهو يقدم جزء من الخدمات والمنتجات مع التي يشاركك فيها الإنتاج التسويقي وخدمات أخرى. مثل محلات المرطبات يمكنها أن تكون لها منافسة من متجر يقدم مياه غازية ومياه شرب معدنية، في حالة شراء المستهلك قارورة مياه قد تكون رغبتك في الحصول أو شراء عصير من محل المرطبات، والمنافس الثابت هو المتوقع مستقبلاً.

أخيراً يمكننا معرفة وتكوين معلومات مهمة عن المنافسين من حيث التقنية المستخدمة (الماكينات المتوفرة لديه) والأسعار التي يقدمها للزبائن، ومعرفة تفاصيل عن فريق عمله ومهاراتهم، وحجم المحلات التجارية التي تسوق سلع/ خدمات المنافس، وذلك باستخدام التحليل الرباعي والذي يشمل نقاط القوة ونقاط الضعف، والفرص والمخاطر المؤثرة لدى المنافس ونقاط القوة، والفرص المتوفرة للمنافس تشكل مزايا له ونقاط الضعف والمخاطر

التي تحقق بأعمال المنافس تشكل عيوب لديه. عليه يتطلب الأمر دراسة المزايا والعيوب بالدقة المطلوبة حتى يستطيع أن يحقق مشروعك النجاح الذي تطمح إليه.

نجاح إنتاج وتسويق سلعة من المرجح أن يجذب عدد من المنافسين المحتملين والساعين للأرباح وعليه يجب على صاحب المشروع الريادي أن يتحوط لهذه المنافسة المستقبلية بتجويد منتجاته وطريقة توزيعها بتقديم أسعار منافسة وأساليب دعاية وأسعار محفزة للزبائن/ العملاء حتى لا يفقد الريادي سوق من أسواقه نتيجة للمنافسة.

- كيفية منافسة منتجات الآخرين :

أ/ حاول أن تكون مختلفاً :

ويقصد به السعي لتقديم منتجات مختلفة عما يقدمه الآخرون من حيث الخصائص والمواصفات . بحيث يشتري منك الزبون وحتى تستطيع استقطاب شريحة من الزبائن تستهدف هذا الاختلاف ويجب ألا يكون هذا التميز قائماً على الغش لأن العملاء أذكاء و سيكتشفون ذلك أجلاً أو عاجلاً .

ب/ أدخل تحسينات على ما يقدمه الآخرون :

ادخال تحسينات على منتج قائم يعتبر مدخلاً بديلاً عن ابتكار أفكار جديدة .

مثال ،

قامت شركة أبل بابتكار هواتف ذكية ذات شاشة تعمل باللمس بها العديد من المزايا و المرونة ،تمكن بها من منافسة و ازاحة شركة نوكيا من سوق الهواتف النقالة والتي كانت تمتلك أكثر من ٤٠٪ من الحصة السوقية.

نموذج :



هاتف ذكي



هاتف نوكيا

شكل (٤)

ج: القيمة التي يقدمها المشروع :

يقصد بالقيمة الفوائد والمزايا التي سوف تعود على الشريحة المستهدفة من العملاء ، لأن الزبائن تدفع دائماً مقابل الحصول على قيمة معينة قد تكون (سعر أقل / جودة أفضل / خدمات أفضل) عند شراء منتجاتك أو خدماتك .

لذا ينبغي لضمان نجاح المشروع التجاري ضرورة معرفة أذواق ورغبات الزبائن ومن ثم السعي إلى الوفاء بهذه الرغبات بصورة أفضل من المشروعات الأخرى المنافسة من حيث السعر / الجودة / الخدمات ما بعد البيع .

الدرس الثالث

خطة التسويق

بعد دراسة السوق بمؤشراته المختلفة، وتحديد حجم الطلب ودراسة المنافسين والتعرف على نقاط الضعف، يجب على المشروع وضع خطة تسويقية لضمان تسويق منتجاته والمحافظة على الحصة السوقية وذلك للأسباب التالية:

- يعتبر الهدف الأساسي من الدراسة التسويقية عند تأسيس مشروع تجاري هو تقدير الإيرادات الكلية المتوقعة للمشروع من خلال دراسة إمكانية تسويق المنتج. وهذا لن يتحقق دون إعطاء وصف دقيق للسوق ودراسة حجم الطلب ونوعيته ودراسة طبيعة المنافسة في السوق وأراء المستهلكين ونوعية الطلب نهائي أو وسيط.

١- المستهلك هو العنصر الأساسي في نجاح المشروع من عدمه، وبالتالي لا بد من استخدام كل الإمكانيات في سبيل إرضاء العميل.

٢- لا بد من وضع خطة إستراتيجية لتحقيق إرضاء المستهلك ولتحقيق الربح بالاستفادة من الفرص التسويقية.

- أن مهمة إدارة المشروع أو المالك هي استخدام الموارد البشرية والمالية بهدف إرضاء المستهلك لأن ذلك يحقق أهداف المشروع.

٤- لا بد أن يعتبر ملاك المشروع أن الربح هدف ولكن ليس الربح السريع هو مقياس النجاح الوحيد، وقد يكون تحقيق الربح هدف ليس قصير الأجل.

كيفية تحديد إستراتيجية التسويق؟

يتم تحديد الإستراتيجية ضمن ثلاثة محاور:

١. تحديد علاقة المنتج بالسوق:

يتم فيه اختيار أفضل أسلوب لتقديم السلعة إلى السوق.

- قنوات التوزيع:

يقصد بقنوات التوزيع الوسائل والطرق التي سوف يستخدمها صاحب المشروع لتوصيل السلع والخدمات إلى العملاء وكيفية التواصل مع الشريحة المستهدفة من العملاء، لنشر وتقديم المعلومات عن المنتجات بشكل مستمر للعملاء .

تتعدد قنوات التوزيع إلى عدة أشكال. مختلفة حسب طبيعة المشروع ومن أهم أقسامها:

أ. قنوات توزيع مباشرة، هي القنوات التي تمكن من وصول المنتج مباشرة إلى العميل، مثل مشروع بيع الأطعمة الجاهزة، حيث يتم التواصل مباشرة مع العملاء لتوصيل الطعام لهم.

ب- قنوات توزيع غير مباشرة: وهي القنوات التي تعتمد على وسيط أو وسطاء لتوصيل المنتجات إلى العملاء، مثل بيع المنتجات بالجملة لتجار التجزئة، والذي يشكل فيه تاجر التجزئة الوسيط الذي يتواصل مباشرة مع الزبون أو العميل

تحديد الموقف التنافسي للمشروع:

حيث يحصر فيها عدد المنافسين الحاليين والمرقبين للمشروع وتحديد استراتيجيات التسويق المستخدمة لديهم، ويدرس سلوكهم التنافسي.

مثال:

عند تأسيس جمهورية القهوة قامت سحر بدراسة المنافسين لتحديد استراتيجيتها التسويقية وذلك من خلال:

من زيارتها لعدة متاجر و محلات بيع القهوة خرجت سحر بالملاحظات التالية:

- سوء خدمات تقديم القهوة.
- عملة غير مدربة على تقديم القهوة بمهنية.
- ازدحام الأماكن وعدم وجود أماكن للإستراحة.
- سوء التعامل مع مخلفات الأكواب.
- طول فترة الانتظار.

- عدم اتباع العادات والارشادات الصحية السليمة.
- وعلى الفور قررت سحر بإمكانها تأسيس متجر لتقديم القهوة و بمواصفات تضاهي مواصفات القهوة في نيويورك و التي تتمثل في .
- توفير مكان لشرب القهوة يشعر فيها الزبائن بمتعة تناول.
- إعداد مكان مصمم بعناية و جذاب لتحسين تجربة شرب القهوة تسع اكبر قدر من الزبائن.
- تمكين الزبائن من استماع موسيقي لطيفة عند الانتظار للحصول على كوب القهوة مرفق معها تشكيلة لذيذة من مكملات القهوة.
- يقوم بالخدمة طاقم من العمال مدرب تدريب عال يرتدي زي موحد .
- الحصول على قهوة في كوب متين مصمم بعناية خصيصاً للقهوة ، يغطيه غطاء خاص يحافظ على الحرارة.

مجموعة علاقات العملاء:

يقصد به تحديد اليات وشكل التواصل مع العملاء من حيث:

- شكل خدمة العملاء التي سيكون عليه النشاط التجاري،للإجابة عن استفساراتهم.
 - خدمة عملاء مباشرة للتواصل مع العملاء وجها لوجهه.
 - خدمة عملاء اونلاين من خلال منصات التواصل الاجتماعي.
 - طرق تقديم خدمات ما بعد البيع للعملاء.
 - طرق الحفاظ على خصوصية عملائك .
- يعد بناء علاقات تجارية و انسانية قوية مع عملائك ضماناً قوياً . لزيادة معدلات ربح المشروع، وللحفاظ ايضاً على ولاء عملائك لك، بل وبإمكانك أن تعتمد عليهم كمصدر قوي لتسويق منتجاتك وخدماتك، وترشيحها لاصدقائهم ومعارفهم ، في حالة حققت لهم القيمة المادية و المعنوية التي يبحثون عنها دون أن تطلب منهم ذلك .

الدرس الرابع:

المزيج التسويقي

مفهوم المزيج التسويقي:

المزيج التسويقي هي العناصر الرئيسية التي تستخدمها إدارة التسويق في تحقيق الأهداف التسويقية، وتشمل (المنتج، التسعير، الترويج والتوزيع).

أولاً: المنتج: يشمل المنتجات كل ما يقدم للسوق لاشباع حاجة، ويشمل السلع الملموسة، الخدمات، والأفكار، ويمر المنتج بعدة مراحل من أهمها:

مرحلة تخطيط المنتجات:

يعد نشاط تخطيط المنتجات العنصر الأول. من عناصر المزيج التسويقي، وقد يطلق عليه التخطيط السلعي، أو سياسة المنتجات حيث يشمل كافة الجهود المتعلقة بتقديم المنتجات الملائمة للسوق والمشتري بالموصفات والشكل والصورة، ويتضمن هذا النشاط عدة خطوات هي:

١. تصميم المنتج:

يعد من أهم مراحل إنتاج السلع ويقصد به تحديد الهيكل العام للمنتج المطلوب إنتاجه، والمكونات الداخلية لهذا المنتج، وارتباط هذه المكونات مع بعضها.

مقومات التصميم الجيد:

- ضرورة مراعاة النوع والموصفات والخصائص والمميزات التي يطلبها السوق.
- مراعاة الشكل والمظهر والذوق ومدى أهميته عند الشراء
- تحديد عوامل الجودة لدى المستخدم ومدى أهمية هذه العوامل عند الشراء.
- سهولة الاستخدام، وسهولة التشغيل والصيانة والإصلاح.

نشاط:

- عدد الفروقات بين هواتف شركة آبل. وشركة سامسونج من حيث التصميم.
- عدد الفروقات بين السيارات اليابانية والسيارات الألمانية من حيث التصميم.
- ما الفرق بين السلع المحلية و المستوردة من حيث التصميم؟

٢. خط أو خطوط المنتجات:و يعني تنوع المنتجات من حيث النوع والأحجام من خلال وجود خطوط إنتاج متعددة .

مثال:

- خط إنتاج الثلاجات، خط إنتاج الغسالات ،خط إنتاج المراوح.
- أو تنوع السلعة الواحدة لعدة أحجام ومقاسات مثلاً :إنتاج ثلاجات ٥ قدم -٨ قدم ١٠ قدم الهدف من تنوع المنتجات هو تلبية اذواق المستهلكين ولتعظيم ارباح المنشآت التجارية.
- ٣. ويشمل جميع الانشطة المتعلقة بتصميم وإنتاج عبوة السلعة وغلافها الخارجي.

أهمية التغليف:

- حماية المنتج،وذلك بتقليل احتمالات التلف و الكسر .
- وسيلة للتمييز والترويج
- يسهل عملية الحمل والعرض
- تحقيق للنظافة والجمال .
- ينبغي أن يعكس التغليف الجيد كل هذه الخصائص والمميزات.
- ٤. تمييز المنتجات:

التمييز هو تعريف المشتري بالمنتج عن طريق الأسماء أو الكلمات أو الرموز أو الصور أو مزيج منها:

أهمية التمييز:

- التعريف بالمنتجات ومصادر إنتاجها .
- المساعدة في تطوير وتحسين المنتجات.
- حماية المنتج من التقليد
- ٥. تبيين المنتجات وأهميته:

يقصد بالتبيين تزويد المستهلك بالبيانات و المعلومات عن المنتج أو . الشركة المنتجة له، وقد يكون ذلك في الغلاف أو . بطاقة مرفقة بالمنتج، يعتبر التبيين ذو أهمية لكل من المشتري والبائع، وذلك للأسباب . التالية:

- حماية المستهلك صحياً . ومن الغش، ومن مخاطر استعمال السلعة (الأدوية، الأطعمة الفاسدة).
- مساعدة المشتري لتحقيق أقصى منفعة من السلعة أو الخدمة.
- تثقيف المشتري بكيفية استعمال المنتج، ومدة صلاحيتها وخصائصها .

نشاط:

ما أهمية تبيين المنتج:

- للمستهلك
- للمنتج
- كيف يساعد التبيين من قدرة المنتج على المنافسة؟

الضمان وأهميته:

يمثل الضمان إلتزام من البائع تجاه المشتري، فيما يتعلق بضمان أداء المنتج وعدم وجود عيوب بها خلال فترة زمنية معينة.

أهمية الضمان:

- المساعدة في اختبار أداء. المنتج.
- التشجيع في شراء المنتجات الجديدة
- حاجة بعض المنتجات للتركيب وضرورة قيام المنتج بضمان سلامة التركيب.

الخدمة:

يقصد بها المنافع التي تقدمها المنتج لعملائها عند شراء المنتجات، بهدف زيادة رضا المستهلك عن المنتج، مما يؤدي إلى تفضيله لهذا المنتج وتكرار شرائه .
تساعد الخدمات في تقوية العلاقة بين الشركة والعملاء ووسيلة للمنافسة.

ثانيا : التسعير وأهميته:

يعتبر ثاني عنصر من عناصر المزيج الترويجي، وهو عملية وضع قيمة نقدية أو عينية لسلعة أو خدمة، يمكن استخدامها لتلبية حاجة معينة.
وهو القيمة التي يدفعها المستهلك للبائع نظير حصوله عليها، أي أن السعر هو المقابل النقدي الذي يحدده البائع ويرتضيه المشتري.

أهمية السعر:

- تحديد السعر تمثل مشكلة تواجه الشركات و المنشآت عند تقديم منتجات جديدة، وتحديد قنوات التوزيع والمنافسة.
- يؤثر السعر على المبيعات، وبالتالي على الإيرادات و على الأرباح. كذلك.
- يساهم التسعير في تحديد نجاح السلعة تسويقيا .

- يؤثر السعر إلى حد كبير على المركز التنافسي للمشروع.

ثالثاً : الترويج

يقصد بالترويج مجموعة الجهود التسويقية المتعلقة بامداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بسلعة أو خدمة أو فكرة معينة، وإثارة إهتمامه بها، وإقناعهم بمقدرتها عن غيرها لاشباع احتياجاته، وذلك بهدف دفعه إلى اتخاذ قرار بشرائها، ثم الاستمرار في شرائها مستقبلاً .

عناصر المزيج التسويقي:

يشمل النشاط الترويجي الأنشطة التالية:

١. الإعلان. ٢. البيع الشخصي. ٣. تنشيط المبيعات. ٤. النشر

أولاً: الإعلان:

هو وسيلة غير شخصية لتقديم السلع والخدمات والأفكار وترويجها بواسطة جهة معلومة مقابل اجر. يهدف الإعلان إلى تحقيق استجابة المشتريين المرتقبين من خلال تقديم معلومات وأسباب التفضيل لما تقدمه الشركة.

البيع الشخصي: هو عملية اتصال شخصية بين البائع والمشتري، يتم فيها تبادل المعلومات بهدف إقناع المشتري المرتقب بشراء المنتج.

يتمثل دور رجل البيع في الاتي:

- شرح وتوضيح المنافع التي يحققها المنتج للعملاء.
- شرح وتوضيح كيفية تشغيل المنتج واستخدامه للعملاء.
- الرد على استفسارات واعتراضات العملاء.
- متابعة عملية التأثير من رضا المستهلك.

٣. تنشيط المبيعات:

يقصد به إثارة طلب المستهلكين للمنتجات من خلال تحسين كفاءة أداء الأنشطة التسويقية، وتدعيم جهود الإعلان مثل اللوحات واللافتات والسلع المجانية ومنح الحوافز والهدايا.

٤. النشر:

هو أي شكل من أشكال تقديم المنتجات بصورة شخصية ومجانية، بهدف زيادة وعي المستهلكين بالمنتجات، والحصول على تأييد الجمهور للمشروع، وتدعيم صورة ذهنية ايجابية عن المشروع .

رابعاً : التوزيع

التوزيع رابع عناصر المزيج التسويقي، ويختص بتوصيل المنتجات من المنتج إلى المستهلك.

يتم التوزيع بمنافذ التوزيع، ويقصد بهامجموعة الأفراد والمؤسسات التي عن طريقها يتم نقل المنتجات من مصادر إنتاجها إلي المستهلك الأخير أو. الصناعي وهي عن طريقها يتم خلق المنفعة المكانية.

طرق التوزيع:

أ. التوزيع المباشر:

هو عملية بيع للمنتج مباشرة من المنتج إلى المستهلك عن طريق وكلاء البيع أو. لجان البيع والسماسة العاملين لحساب الشركة.

ب. التوزيع غير المباشر:

هو عملية بيع المنتج بطريقة غير مباشرة من المنتج إلى المستهلك، عن طريق تجار الجملة أو. تجار التجزئة.

التقويم:

- عرف السوق
- ما أهمية دراسة السوق؟
- عدد أهداف دراسة سوق المنتج.
- كيف يتم دراسة السوق؟.
- كيف يمكن التنبؤ بحجم الطلب منتجات المشروع؟.
- كيف يمكن تحديد الوضع التنافسي للمشروع الريادي؟.
- كيف يمكن وضع الخطة التسويقية لمنتجات المشروع؟.
- ما أهمية المزيج التسويقي؟
- عدد عناصر المزيج التسويقي.

تمويل المشروع الريادي

أهداف الوحدة:

بعد إكمال دراسة الوحدة يكون الطالب قادرا على أن :

- يشرح مفهوم التمويل.
- يحدد أسس تحديد رأس مال المشروع الريادي.
- يقدر دور التمويل في تأسيس المشروعات.
- يتعرف مصادر التمويل الداخلية والخارجية.
- يعدد مزايا مصادر التمويل الداخلية.
- يعدد مصادر التمويل الخارجي وسلبياتها.
- المفاضلة بين مصادر التمويل المختلفة.
- مزايا التمويل بالصيغ الاسلامية.

الدرس الأول :

رأس مال المشروع الريادي

عزيزي الطالب/الطالبة، لقد تعرفتم في الوحدة السابقة يان الهدف من دراسة السوق هو التنبؤ بحجم الحصة السوقية للسلعة أو الخدمة، وفي ضوء تلك الحصة يتم تحديد حجم المبيعات السنوية المتوقعة، عليه يعد حجم المبيعات نقطة الارتكاز لوضع خطة لتحديد رأس المال اللازم لبداية المشروع الريادي، ويعتقد البعض أنه لا يمكن تأسيس مشروع تجاري إلا إذا توفر رأس مال كبير لدى الشخص وهذا غير صحيح، فالسمعة الطيبة والعلاقات الإجتماعية و القدرة على الإبداع و الابتكار لا تقل أهمية عن التمويل، وبصفة عامة يتوقف حجم التمويل اللازم لبداية المشروع على عاملين رئيسيين هما:

- طبيعة نشاط المشروع، حيث يؤثر طبيعة النشاط على نوع المواد الخام المطلوبة من حيث توفرها في البيئة المحلية أو يتم استيرادها .
- حجم المشروع من حيث القوى العاملة وحجم الإنتاج المستهدف، فكل ما كان المشروع كبيراً كلما كان هناك حاجة لتمويل أكبر.

مفهوم التمويل:

التمويل هو عملية الحصول على الاموال من المصدر المناسب.

خطوات تحديد رأس المال اللازم:

اولاً : تكلفة رأس المال الثابت، وتشمل:

- الموقع (بالإيجار او الشراء)
- المعدات والأثاث و التجهيزات.
- مصروفات التأسيس

ثانياً : رأس المال العامل

- المواد الخام

- المستلزمات الإنتاجية

- أجور عمال

- مصروفات إنتاجية أخرى

في ضوء رأس المال الثابت و العامل يتم تحديد رأس المال اللازم لتمويل المشروع الريادي.

مصادر التمويل:

هنالك العديد من المصادر لتمويل المشروعات الريادية، ولكل مصدر مزايا و عيوب ينبغي مراعاتها لتجنب تحمل تكاليف اضافية. وفيما يلي بيان لبعض المصادر:

أولاً : مصادر التمويل الداخلية:

تتميز يانها مصادر ذات تكلفة أقل وتتمثل في:

- التمويل الذاتي .

- دعم من الأسرة والاصدقاء

- جمعيات التسليف والادخار الفردية.

التمويل الخارجي، ويشمل:

- البنوك والمؤسسات المالية الأخرى .

أولاً : التمويل الذاتي:

يقصد به قدرة صاحب المشروع على تمويل نفسه بنفسه وقدرته على تغطية جميع احتياجات مشروعه المالية اللازمة لرأس المال الثابت والعامل وسداد أي ديون عليه، من مدخراته الذاتية، والتمويل الذاتي يعتبر من أهم مصادر التمويل في المشاريع الريادية، وذلك للأسباب التالية:

١ . تحقق الاستقلالية والسيطرة على المشروع الريادي.

٢. تجنب المديونية، لأنه في حالة خسارة المشروع لا يترتب على صاحب المشروع الريادي سوى خسارة مدخراته والمنح والمساهمات.

٣. تطوير الانضباط المالي، من خلال تعزيز روح المسؤولية وحسن توظيف الأموال وضبط المصروفات.

ويشمل التمويل الذاتي مدخرات شخصية سابقة لدى الفرد، يمكن توظيفها لتمويل المشروع الريادي، أو بيع ممتلكات شخصية للحصول على المال اللازم لتأسيس المشروع.

مثال:

عندما قرر ستيف جوبز وصديقه تأسيس شركة لتصنيع الحواسيب لم تكن لديهما مدخرات شخصية لتمويل المشروع، فقررا بيع ما يملكانه من سيارة و آلة خاصة بالحسابات، للعمل معاً بالمنزل الذي تربي قيه جوبز لتأسيس شركة لتصنيع الحواسيب والتي أبصرت النور في عام ١٩٧٦م، وسميت ب آبل.

مثال ٢:

إذا لم يكن لرائد الأعمال ممتلكات لبيعها وتمويل مشروعه الريادي، فإنه يمكنه وضع خطة إستراتيجية لتوفير المال ومن ثم تحقيق حلمه، كما فعل السيد محمد وهو مواطن فلسطيني هاجر إلى مدينة عمان في الأردن، بحثاً عن فرصة عمل وعمره ١٨ سنة، وكان امياً ولم يجد عملاً أو حرفة محددة، لذا اضطر للعمل حملاً في سوق الخضار المركزي ينقل الخضار للتجار و المتسوقين، وخلال عمله بسوق الخضار لاحظ مشكلة شح صناديق تعبئة الخضار الخشبية، وحاجة تجار الخضار لها للتعبئة، فقرّر حل هذه المشكلة من خلال إصلاحها أوصناعتها بأسعار زهيدة، وأقدم مباشرة على تطبيق فكرته، كان محمد يوفر كل دينار يكسبه لأنه كام مصمم على تحقيق النجاح في حياته، ولكن فكره بقي محصوراً في بيئة عمله والذي يتمثل في الخضار وصناديق التعبئة و الأرض والمياه استثمر كل مدخراته في شراء قطعة أرض في سهول منطقة مادبا و أستغلها في زراعة الخضار، وأفتتح محلاً لبيع الخضار في السوق المركزي، فحقق بذلك إستقلالية مالية كان يتوق إليها، وبدأ بتوظيف امواله في شراء الأراضي وبيعها ثانية حتى أصبح من كبار تجار الأراضي في جنوب عمان.

مكنه وضعه المادي الجيد من إرسال أولاده إلى الجامعات ومن ثم العمل على دمجهم

تدرجياً في أعماله مع تحقيق الإستقلالية لكل منهم ،إلى أن توج نشاطهم بتأسيس ٥ شركات في مجالات زراعية مختلفة بالشراكة مع بعض أفراد من داخل وخارج عائلته .

مثال ٢:

تجربة السيد إبراهيم :

عندما كان إبراهيم السيد موظفا بشركة كولقيت ظل يراوده حلم تأسيس عمل خاص به في المستقبل لتصنيع منتجات مفيدة للمستهلك ، إلا أن ذلك كان يحتاج لرأس مال كبير لا يستطيع توفيره من وظيفته بشركة كولقيت ، ونسبة لايمانه بقدراته ، وثقته من نفسه و امتلاكه لخطة إستراتيجية ونظرة ثاقبة لتحقيق حلمه ،قرر الدخول في مجال عمل خاص ذات عائد مادي سريع وقابل للتوسع ، حيث تمكن من تأسيس شركة لترحيل طلاب المدارس بالتعاون مع طلاب مغاربة، ونسبة لنجاح التجربة في المواصلات وتكوين رأس مال جيد ،لم ينسى حلمه الخاص بتأسيس مصنع لتصنيع المنتجات ،قرر ترك العمل في مجال المواصلات والعودة لمواصلة أبحاثه لابتكار منتج جديد ، إلى أن تمكن من تأسيس شركة اسبرينجين للجمال الطبيعي عام ٢٠١٥م .

نشاط:

- وضح كيف تمكن إبراهيم السيد من توفير التمويل اللازم لتأسيس شركته؟
- ما أهمية الثقة بالنفس والقدرات الشخصية في تحقيق الحلم؟
- ما أهمية التخطيط في تحقيق الأهداف الشخصية؟

بناء على ما تقدم يمكن القول بأن. للتمويل الذاتي عدة أساليب تتمثل في:

- المدخرات المالية الشخصية
- بيع الممتلكات الشخصية
- وضع خطة إستراتيجية لتوفير راس المال، من خلال ممارسة أنشطة واعمال اضافية،تمكن مستقبلا توفير التمويل اللازم.

الدرس الثاني

التمويل من العائلة والاصدقاء

إذا لم يكن مدخرات رائد الاعمال كافية لتمويل مشروعه الريادي، فإنه يمكنه اللجوء إلى أسرته او عائلته أو أصدقائه للحصول على الأموال في شكل دعم أو قرض حسن، لأن العلاقة بين العائلة و الاصدقاء والريادي قائمة على الوثوقية ، لذلك هم أكثر حرصا على مساعدة ابنهم لتحقيق الحلم .

أو من خلال مشاركة الأسرة والعائلة في المشروع الريادي بعد اقناعهم بجدوى المشروع وقدرته على تحقيق الأرباح ،عليه تعد الشراكة إحدى طرق تمويل المشروعات الريادية.

تعريف الشراكة:

عبارة عن علاقة قائمة بين طرفين أو أكثر يقرر فيها الأطراف جمع أموالهم ومهاراتهم ومواردهم لتشغيل و إدارة الأعمال التجارية،ومشاركة الأرباح والخسائر بنسبة متفق عليها بشكل مسبق،وقد تتم إدارة المشروع التجاري من قبل جميع الشركاء،أو بعض منهم أو أحدهم نيابة عن باقي الشركاء.

نشاط:

- من التعريف أعلاه حدد خصائص الشراكة.

مزايا التمويل بالشراكة:

- تتيح فرصة الحصول على تمويل أكبر يمكن توظيفه في توسعة نشاط المشروع الريادي.
- تساعد في توفير خبرات ومهارات فنية غير متوفرة لدى رائد الأعمال .
- تضيف للمشروع مهارات ادارية غير متوفرة لدى رائد الاعمال مما يسهم في إدارة المشروع بكفاءة وتحقيق النجاح والربحية.
- تساهم في تقليل المخاطر التي قد تواجه المشروع الريادي.

امثلة لبعض نماذج التمويل بالمشاركة:

مشروع صناعة ملح الطعام:

عندما أراد ديل موريس تأسيس شركة لإنتاج ملح الطعام عام ١٩٩٨م، قابلته مشكله توفير رأس المال ، وقد توصل لحل هذه المشكله من خلال مشاركة والدته وزميلين له بنسبة ١٥٪ منهما، ومن ثم بدأت مبيعاته تغزو الأسواق في منتصف الثمانينات ، وقد وصلت مبيعاته في العام الأول أكثر من مليون دولار ، ووصلت إلى أكثر من ٣,٥ مليون دولار في العام الثاني.

مثال: ٢

عندما أراد ستيف جوبز وزميله توسع نشاط شركة ابل، كانت عملية تجميع حاسوب مكلف جداً لذا سعي جوبز على إقناع أحد المستثمرين المحليين بتقديم دعم مادي مقابل الحصول على أسهم في الشركة وقد حدث بالفعل. وفي عام ١٩٨٤م إبتكر جوبز نظام ماكينتوش الحاسوب الذي يعمل بنظام الفأرة (الماوث) و الذي لم يكن موجوداً حينها فكان ذلك الابتكار هو المنافس الأقوى لشركاتو مايكروسفت والذي مثل القفزة الأولى الأقوى لشركة أبل.

جمعيات التسليف والادخار الفردية:

طورت العديد من المنظمات طرق لتقديم التمويل الصغير لتلبية الاحتياجات المالية لأشد الناس فقراً، ولتعزيز جمعيات الادخار والإئتمان المحلية والمستقلة التي يديرها السكان الأشد فقراً لصالح السكان الأشد فقراً، هذه الجمعيات مستقلة تماماً عن البنوك التجارية مالياً ومؤسسياً وتعتمد القروض فقط على مدخرات أعضاء المجموعات بواسطة الأعضاء أنفسهم يقدمون لأعضائهم دون مساهمة باموال خارجية.

جمعيات المدخرات والقروض الفردية: مجموعات تضامن من النساء والرجال الذين هم أساساً فقراء ولديهم دخل غير منتظم ومن المفترض يكون من نفس الرتبة الاجتماعية، وتقدم لأعضائهم خدمات مالية منخفضة التكلفة بناء على مبدأ تجميع الاموال ،وهذه الجمعيات مجال آمن بالنسبة للمرأة تحديداً للحصول على القروض وتلقي الدعم عند مواجهة حالات الطوارئ الشخصية وبناء شبكة دعم اجتماعي.

وعادة تتكون هذه الجمعيات من أعضاء يضعون اموالاً فردية واجتماعية (الصندوق) ، يعقد الأعضاء اجتماعات أسبوعية لجمع الحصص والمساهمات الخاصة بالمساعدة الاجتماعية من عائلات الأعضاء، ومن ثم وضع لائحة تنظم تقديم المنح الإئتمانية الصغيرة للأعضاء.

أهداف هذه الجمعيات:

- تعزيز المساعدة الذاتية للأعضاء.
- تقوية التماسك الاجتماعي والاقتصادي بين الأعضاء.
- تعزيز قدرات المناصرة والضغط من أجل ريادة الأعمال.
- وهذه الجمعيات تهدف إلى محاربة الفقر مع ضمان تجميع مدخرات سكان القرى ومحاولة الاستفادة منها في الاستثمار في أنشطة مدرة للدخل وكذلك في نواحي مثل العلاج وتعليم الأبناء.

التمويل المناسب للمشروعات الريادية:

في ضوء خصائص مصادر التمويل المختلفة، فإنه عليه الاختيار من بينها ما يناسب مشروعه الريادي، ويتلائم مع طبيعة نشاطه، وهو يحتاج إلى نوعين من التمويل، هما تمويل رأس المال الثابت وتمويل رأس المال العامل.

١. تمويل رأس المال الثابت:

رأس المال الثابت هو الذي يبقى بالمشروع طول حياته، ولا يتغير من حيث الشكل، ولا يتم تداوله، ويتمثل في الأراضي والمباني، والآلات والمعدات والأثاث وغيرها من الأصول الثابتة، ويتم تحديد حجم رأس المال الثابت في المشروع، حسب طبيعة النشاط ومستوى الإنتاج المطلوب، فبعض المشروعات لا تحتاج لرأس مال كبير، والبعض الآخر يحتاج لاموال كبيرة، ويفضل دائماً أن يتم تمويل رأس المال الثابت كبر ام صغر من الموارد الذاتية لمالكي المشروع.

رأس المال العامل:

هو ذلك المال الذي يمكن أن يتحول إلى نقدية (Cash) أثناء قيام المشروع بنشاطه، ويتمثل في النقدية و المواد الخام، والمنتجات الجاهزة وغيرها من الأصول المتداولة.

رأس المال العامل لا يمكن تحديده، بل يجب أن يكون كافياً لتغطية كل مصروفات المشروع من وقت شراء مواد خام إلى الوقت الذي يتم فيه بيع السلعة والخدمة، وسداد قيمتها، لهذا يمكن تمويله من مصادر متعددة، من البنوك، ائتمان تجاري .

الدرس الثالث

التمويل من البنوك

مفهوم البنك:

البنك مؤسسة مالية تقوم بتجميع المدخرات من مصادر داخلية وخارجية، وتوظيفها في الأنشطة المصرفية المختلفة، مقابل الحصول على فائدة مقابل القيام بتلك الأنشطة.

يستطيع الريادي الحصول على التمويل من البنوك التجارية والمؤسسات المالية الاقتراضية الأخرى أو من الموردين، لكن هذا الشكل من التمويل من الصعب الحصول عليه من قبل أصحاب المشاريع الريادية لأن لديها متطلبات تفوق مقدرة أصحاب المشاريع الجديدة، من هذه الشروط:

- أولاً أسعار الفائدة المفروضة تفوق مقدرات المبتدئين.

- التمويل من هذه البنوك يتطلب كفاءة إئتمانية، أي أن يكون لدى المقدم لطلب التمويل عقار كرهن حتى يتم التمويل.

وحتى البنوك التي تحمل الصفة الاجتماعية وتهدف لمساعدة القطاعات الفقيرة أخذت في فرض أسعار فائدة تفوق مقدرة أصحاب المشاريع الصغيرة.

أن أحد الخيارات المناسبة للمشروعات الريادية وتطويرها، هو تقديم الدعم الحكومي وغير الحكومي من المؤسسات محلية والاقليمية والدولية المهتمة بالمشروعات الريادية.

المنح: هناك جهات تمويلية مثل المنظمات التطوعية تقدم منح في مجال محدد في التدريب مثل مشروعات توظيف الشباب، وفي العادة هذه المشروعات تتطلب تمويل صغير.

الحاضانات: هناك أيضاً أشكال تمويل يتمثل في الحاضانات مثل مشروعات الخريجين.

التمويل الأصغر:

أو التمويل المتناهي الصغر هو تقديم قروض صغيرة جداً للعائلات الفقيرة التي لا تتمكن من الحصول على هذه القروض من القطاع المصرفي لمساعدتهم في الانخراط بنشاطات منتجة أو لتنمية مشاريعهم المتناهية الصغر وأحياناً ما يعرف التمويل الصغير أو الأصغر

بأنه تقديم الخدمات المالية المختلفة (قروض ادخار وتحويلات وتأمين وغيرها) للفئات التي لا تتمكن من الحصول على هذه الخدمات من القطاع المصرفي.

ويعتبر التمويل الأصغر من الأدوات الفعالة التي تساعد في مساعدة الفئات الفقيرة على تحسين دخلها ومستوى معيشتها وتوفير فرص عمل متزايدة كما يعتبر أكثر الفئات قدرة على خلق فرص العمل وبتكلفة استثمارية متدنية، الأمر الذي يجلب خير وسيلة للتخفيف من البطالة ومحاربة الفقر ويساعد على رفع درجة المعرفة عن طريق يمكن العديد من النساء والرجال من إتمام مراحل تعليمهم المختلفة والهدف من ذلك تزويد هذه الأسر بفرصة ليصبح عندهم اكتفاء ذاتي من الناحية المالية، وكذلك التمويل لصغار المنتجين والحرفيين وللتعليم.

الدرس الرابع

صيغ التمويل الإسلامية

تمثل صيغ التمويل الإسلامية بدائل لطرق التمويل في البنوك التقليدية التي تقدم التمويل مقابل الحصول على الفائدة، والتي تقدمها البنوك الإسلامية.

البنوك الإسلامية :

هي مؤسسات مالية تمارس كافة الأنشطة المصرفية في ضوء احكام الشريعة الإسلامية التي تحرم التعامل بالفائدة عند تقديم التمويل للعملاء، وابتكارها صيغ تمويلية قائمة على المشاركة بين البنك و المستثمرين، ومن اهم هذه الصيغ:

١. المراجعة :

أسلوب من اساليب التمويل المباشر، يطلب العميل بموجبه من البنك شراء سلعة أو بضاعة، ويتعهد بشرائها من المصرف في حال قام البنك بشرائها، ويقوم البنك بشراء هذه السلعة وتدخل في ملكيته وحيازته، ومن ثم يتم بيعها للعميل المشتري طالب الشراء بالثمن وبيع معلوم.

مميزات صيغة المراجعة:

- سهولة في التنفيذ والتطبيق.
- يلبي كافة احتياجات العملاء من السلع الملموسة والمستوردة.

مثال:

إذا قام أحد عملاء البنك بتقديم طلب إلى البنك شراء معدات لتأسيس محل لمشروع تجاري، فإذا كان قيمة المعدات ١٠,٠٠٠,٠٠٠ جنيه، فإذا كان هامش ربح البنك ٢٠٪، فإن البنك سوف يبيع المعدات للعميل على النحو الآتي:

سعر المعدات = ١٠,٠٠٠,٠٠٠

يضاف اليه هامش الربح = ٢٠٪ × ١٠,٠٠٠,٠٠٠ = ٢,٠٠٠,٠٠٠

الجملة $12,000,000 = 2,000,000 + 1,000,000$ جنيه

قيمة المعدات $= 12,000,000$ جنيه

فإذا قام المشتري بسداد مبلغ $2,000,000$ جنيه للبنك عند استلام المعدات، فإنه سوف يقوم بسداد المبلغ على أقساط باواقع $1,000,000$ شهريا، وسوف يتمكن من سداد قيمة المعدات في عشرة اشهر.

التأجير التمويلي:

صيغة من صيغ التمويل المباشر، وبه يتم تأجير أصل مملوك للبنك لشخص ما للانتفاع به، مقابل إيجار محدد يدفع على أقساط محددة المبالغ وتاريخ الدفعات، أو يقوم البنك بشراء أصل من الأصول بناء على طلب العميل الذي سيقوم باستئجاره خلال فترة محددة، على أن يملكها العميل في نهاية العقد، ويكون العميل مسؤولاً عن نفقات الصيانة التشغيلية، إلى جانب النفقات التي تتوقف عليها منفعة الأصل يتحملها المؤجر، وتنتقل الملكية في نهاية العقد للمستأجر بثمن رمزي بموجب عقد **بيع اوهية**، ويدفع المستأجر خلال الفترة الإيجارية ثمن الإجارة على أقساط محددة القيمة والتاريخ، و إذا تخلف العميل عن الدفع، يتم فسخ العقد لعدم دفع قسط الايجار، وتعتبر المبالغ المدفوعة سابقاً. قسط ايجار، ويعاد للعميل ما زاد عن أجرة المثل.

ميزاته:

- يوفر حلوًا لأصحاب الأعمال لتملك الآليات والمعدات اللازمة لنشاطهم.
- يوفر حلوًا للأفراد لتملك السلع والمنتجات بتكاليف معقولة.
- فترات السداد طويلة تتناسب مع دخل الأفراد .

المضاربة:

هي اتفاق بين طرفين، أحدهما رب المال وهو البنك ، ورب العمل وهو المضارب والذي يقدم جهده وخبرته في الاتجار والعمل بهذا المال وهو العميل المضارب على أن يكون ربح ذلك بينهما على حسب ما يشترطان ، وفي حالة الخسارة يتحمل صاحب رأس المال الخسارة

ويخسر المضارب جهده، ما لم يكن هناك تقصير أو تعدي أو إهمال من الأخير .

وتنقسم المضاربة إلى قسمين هما:

- مضاربة مطلقة، لا يشترط فيها صاحب رأس المال تحديد شروط أو قيود في العمل.

- مضاربة مقيدة: يشترط فيها صاحب رأس المال شروطا وقيودا معينة.

المشاركة: هي من اساليب التمويل المباشر، بحيث يشترك فيه العميل مع البنك بتقديم جزء من رأس المال اللازم لتمويل مشروع معين، ويتقاسم البنك والعميل الأرباح بالنسبة المتفق عليها أو بنسبة مشاركة كل منهما في رأس المال إذا لم يتفقا على نسبة محددة في العقد، حيث يتم توزيع الربح في العقد على النحو التالي:

- حصة متفق عليها للشريك مقابل الإدارة والإشراف بموجب عقد مستقل.

- رصيد الأرباح بعد خصم حصة الشريك توزع بالنسبة المتفق عليها أو حسب مشاركة كل منهما برأس المال .

- اما إذا كانت نتيجة المشاركة الخسارة، فإن الخسائر توزع بين الشركاء كل حسب نسبة مشاركته في رأس المال فقط ويخسر الشريك جهده في الإدارة ولا يخسر أيه مبالغ خلاف النسبة المشار إليها. اعلاه.

السلم: هي أحد أنواع البيوع الإسلامية يكون فيه الثمن الذي يدفعه المشتري عاجلا والشئ المباع (السلعة) مؤجلا.

الدرس الخامس

المفاضلة بين أنواع التمويل المختلفة

تناولنا في الدرس السابق أهمية التمويل في تحويل الأفكار إلى مشروعات حقيقية وبين أن هناك عدد من أنواع التمويل منها التمويل الذاتي والذي يعتمد على قدرة صاحب المشروع وذكرنا أنه أهم أنواع التمويل، والشكل الآخر للتمويل هو التمويل الخارجي والذي يعتمد على البنوك التجارية أو المتخصصة والتي تقوم بتقديم تمويل بفوائد، والنوع الآخر هو الاجتماعي والخيري حيث تتوجه بعض الجهات في توفير منافذ تمويل في الغالب تكون بدون فائدة على القروض وإن وجدت فإنها تكون ضئيلة، مثلما ذكرنا مثل جمعيات الادخار والتسليف الريفية، والحاضنات الإنتاجية التي تدعمها الحكومة وأشرنا إلى تجربة بنك غرامين الرائدة في تمويل النساء القرويات بأسعار فائدة زهيدة وقد ساهمت هذه التجربة في خفض الفقر بصورة كبيرة في بنغلاديش موطن بنك غرامين.

الآن في هذه الجزئية سوف نقوم بعقد مقارنة بين أنواع التمويل وسوف نركز على النوعين الأول والثاني.

مصادر التمويل للمشروع الريادي:

داخل المشروع: هو تمويل مجاني أي تكلفة التمويل صفرية وهو يعتمد على المدخرات الشخصية ومساهمة العائلة والأصدقاء وفي حالة خسارة المشروع لا يترتب على صاحب المشروع الريادي سوى خسارة مدخراته والمنح والمساهمات، وليس عليه ديون أو ما يلحق منها بجوانب أخرى.

خارج المشروع: هو تمويل بالمقابل أي قرض مثل القروض البنكية وهذا النوع من القروض يحتاج إلى ضمانات وفي حالة الخسارة يفقد صاحب المشروع الضمانات التي وضعت لدى البنك كرهن وفي الغالب أرض لضمان القرض من البنك.

نوع آخر من التمويل: المشاركة مع شركات وهنا تأخذ الشركة الممولة حصته من ملكية المشروع وتتقاسم الأرباح كما أن الشركة المساهمة تساهم في إدارة المشروع مما يفقد صاحب المشروع الريادي استقلاله في اتخاذ القرارات، وفي حالة الخسارة يتم أولاً النظر في موجودات المشروع لسداد قيمة حصة الشركات المساهمة.

التمويل الحكومي؛

هو وتمويل مجاني مثل تمويل الحاضنات الإنتاجية للخريجين، وتقدم الحكومة هنا مع التمويل استشارات.

وتوجد أنواع أخرى من التمويل كالتمويل الإسلامي مرابحة، ومضاربة وغيرها من الأشكال وهناك بنوك تقدم التمويل الأصغر ولكنها أخذت تقدم التمويل بتكلفة كبيرة مثلها مثل البنوك التجارية.

عموماً التمويل الذاتي من إيجابياته أنه يعتمد على مدخرات واموال صاحب المشروع الريادي، وله سلبيات محدودة ويتحمل المخاطرة صاحب المشروع لوحده ومن عيوبه أنه لا يستطيع توظيف الكفاءات والمواهب وبالتالي عجزه عن تقديم عمل جيد. بالنسبة للبنوك صحيح يمكن أن تتوفر على تمويل كبير الحجم، لكن هناك فوائد عالية تترتب على هذا النوع من التمويل كذلك مثل الشركات المساهمة التي توفر تمويل جيد إلا أنها تتدخل في إدارة المشروع.

هناك تمويل آخر يسمى التمويل الملائكي وهم حفنة من أصحاب الأعمال يرغبون في مساعدة الأجيال الحديثة ومدعم بالتمويل اللازم لمشروعاتهم الريادية إلا أن مثل هذا النوع من التمويل غير متوفر بالصورة الكافية لتغطية احتياجات عدد كبير من المشروعات الريادية، وقلة قليلة من الشباب يستطيعون الحصول على هذا النوع من التمويل بسبب ما لديهم من قدرة للتواصل مع هذه الشركات وأصحاب الأعمال الخيرية، وأيضاً لديهم قدرة مالية في كتابة خطط مشاريعهم بصورة مقنعة وهذه تحتاج إلى مهارات وتدريب في كيفية جذب التمويل.

التقويم:

- ما المقصود بمفهوم التمويل؟
- كيف يتم تحديد رأس مال المشروع الريادي؟
- ما أهمية التمويل في تأسيس المشروعات الريادية؟
- عدد مصادر تمويل المشروع الريادي.
- ما مزايا مصادر التمويل الداخلية؟
- ما سلبيات مصادر التمويل الخارجية؟
- كيف يتم المقاضلة بين مصادر التمويل المختلفة.
- ما صيغ التمويل بالصيغ الاسلامية.
- ما الفرق بين المرابحة و المضاربة؟

تكنولوجيا المشروع الريادي

أهداف الوحدة:

بعد اكمال دراسة الوحدة يكون الطالب قادرا على أن :

- يشرح اسس اختيار تكنولوجيا المشروع الريادي.
- يوضح أثر الابتكار التكنولوجي على التطور الصناعي.
- يشرح مقومات الثورة الصناعية
- يعدد العوامل التي ساهمت في ظهور الثورات الصناعية
- يعدد مصادر الطاقة في الثورات الصناعية الأربعة
- يعدد أهم المنتجات والابتكارات في كل ثورة صناعية
- يوضح علاقة الابتكار بالثورات الصناعية.
- يوضح اثر الابتكار على التقدم الاقتصادي والازدهار الإجتماعي .
- يشرح مفهوم الذكاء الاصطناعي.
- يشرح كيفية مواجهة تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في المشروعات الريادية
- يشرح مزايا استخدام الذكاء الصناعي في المشروعات الريادية.

الدرس الأول

تكنولوجيا المشروع الريادي

لتنفيذ أي مشروع ريادي لإنتاج سلع أو لتقديم خدمات ينبغي تحديد وتوفير نوع المعدات والآليات الملائمة لغرض المشروع من حيث حجم ونوع النشاط وقابلية المشروع للتوسع والملائمة والجودة، لأن استخدام تكنولوجيا غير مناسبة لغرض المشروع الريادي يترتب عليه تحمل المشروع لنفقات وخسائر غير مبررة، لذا يتم اختيار التكنولوجيا المناسبة للمشروع من خلال الخطوات التالية:

أولاً: فهم احتياجات المشروع الحالية والمستقبلية:

لتحديد احتياجات المشروع، ينبغي القيام بتحليل المشروع لتحديد حاجة ودرجة تعقيد العمليات والأنشطة وهل هو مشروع صغير ام متوسط كذلك ينبغي تحديد أهداف المشروع الحالية والمستقبلية.

ثانياً: تقييم تكنولوجيا المشاريع المنافسة:

ينبغي دراسة والتعرف على خصائص التكنولوجيا المستخدمة في المشاريع القائمة من حيث الأداء الحالي والقابلية للتوسع والتمدد وما هي طبيعة التحديات التي تواجه المشاريع باستخدام هذه التكنولوجيا. كذلك ينبغي مسح والتأكد من وجود قيود معينة للبنية التحتية حتى يتسنى للمشروع الريادي التوافق معها، هذه الجوانب ضرورية ينبغي مراعاتها عند اختيار تكنولوجيا المشروع الريادي.

ثالثاً: مدى توفر التكنولوجيا وخدمات الصيانة:

بعد المفاضلة ودراسة التكنولوجيا لدى المنافسين، ينبغي التعرف على أنواع الخيارات المتاحة وما هي مزايا كل خيار من حيث خدمات ما بعد الشراء، ومدى توافر الموردين وشروط التوريد.

رابعاً: التكلفة والمقدرة المالية:

بعد تناسب تكلفة الحصول على التكنولوجيا مع المقدرة المالية لرائد الأعمال امر مهم

ينبغي أخذه في الحسبان عند اختيار تكنولوجيا المشروع مع المفاضلة مع الخيارات الأخرى لمصادر التكنولوجيا، كذلك ينبغي دراسة تكلفة التشغيل خاصة فيما يتعلق بتدريب العاملين عليها وتكلفة الصيانة والدعم الفني.

خامساً: المرونة وسهولة الاستخدام:

يقصد بالمرونة مدى قابلية التكنولوجيا للتكيف مع احتياجات المشروع المستقبلية، مثل قابليتها للتكامل مع قواعد البيانات ام تحتاج إلى تنفيذ قاعدة البيانات الحالية. كذلك مراعاة مدى سهولة الاستخدام والتشغيل، ومدى تواجد الفنيين والمبرمجين للصيانة.

مثال:

توريد المعدات لتأسيس جمهورية القهوة:

بعد تأمين مورد للقهوة ذات المواصفات المطلوبة كان لزاماً على سحر وبوبي الحصول على معدات صنع القهوة الجيدة، والتي تحقق المواصفات المطلوبة، ومن الأدبيات أن سر القهوة الجيدة يتعلق بخمس أمور هي:

١. خلطة القهوة

٢. جودة ماكينة صنع لقهوة.

٣. مطحنة القهوة.

٤. كمية القهوة بالجرام في الكوب.

ومن خلال البحث تم التعرف على ماكينات سيمبالي الإيطالية واختيارها لتكون هي الماكينات المفضلة لجمهورية القهوة و تم التعاقد مع موردين ايطاليين لتوريدها.

نشاط:

لمإذا تم اختيار الماكينات الايطالية دون غيرها من ماكينات الدول الاخرى؟

الدرس الثاني

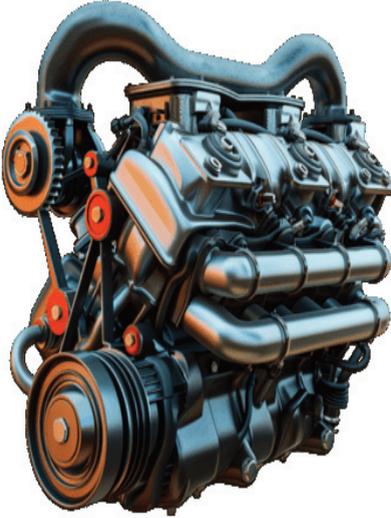
تطور التكنولوجيا

عرف العالم عبر تاريخه الكثير من الابتكارات والاختراعات التكنولوجية والتي مثلت مراحل تطور وتحول كبرى ليس على المستوى الصناعي والاقتصادي فحسب، وإنما على المستويات الأخرى كافة، لأن تطور الصناعة وما يرتبط بها من علوم وتكنولوجيا انعكس على كل مناحي الحياة، وخلق أنماطا جديدة للثقافة والسياسة والاقتصاد والعلاقات الاجتماعية، عرفت تلك الطفرات الابتكارية بالثورات الصناعية، وقد مرت حتى اليوم 4 ثورات صناعية ارتبط كل منها بنوع محدد من الطاقة و بنوع من أنواع التكنولوجيا.

الثورة الصناعية:

هنالك عدة تعريفات للثورة الصناعية منها:

- هي استبدال القوة العضلية للإنسان والحيوان بالآلة، في العملية الإنتاجية، واستبدال القوى الحية بالقوى غير الحية.



- والثورة الصناعية هي : ادخال الآلة التي تدير نفسها بنفسها مثل محرك السيارة او مولد الكهرباء او غيره في النشاط الإنتاجي ، كما هو الحال في المصانع، والمصنع هو نظام من الآلات التي يديرها محرك اساسي ذاتي الدفع. ان اي نظام من الآلات يعمل دون مساعدة الإنسان هو نظام يعمل من تلقاء نفسه اي انه نظام اوتوماتيكي من الماكينات. تؤدي الثورة التكنولوجية إلى تحديث

البنية التحتية والمباني والاتصالات وطرق نقل الطاقة. شكل (١) محرك سيارة

خصائص الثورة الصناعية:

أولاً : الثورة الصناعية تقوم باستبدال الطاقة الحية بمصادر الطاقة غير الحية.

ثانياً : ادخال الالات لتحويل الحرارة إلى شغل مما فتح مصادر طاقة غير محدودة للانسان ابتداء من الفحم الحجري ثم النفط والغاز ثم الكهرباء والطاقة النووية.

ثالثاً: أثبتت الدراسات انه كلما حدث تغيير في مصدر الطاقة والنقل والاتصالات فان ذلك يؤدي إلى تغيير جذري في الاقتصاد والصناعة .ويؤدي تطور الصناعات إلى تحول في المجتمع، حيث تخفي الصناعات الحرفية والورش الصغيرة باستثناء تلك التي تقوم ببني التقنية او التكنولوجيا الجديدة ونظام الطاقة الجديدة . ويبدأ التغيير في القطاعات المرتبطة ببعضها ثم ينتشر. كما يمتد التغيير إلى القطاعات المرتبطة بالصناعة التي حدث فيها التغيير التقني،

ان التغيير الذي يبدأ في التقنية المستخدمة في قطاع معين يؤدي بدوره إلى تحديث كل القطاعات الصناعية وإلى تحديث كل العملية الإنتاجية وكذلك إلى تحديث وسائل النقل والاتصالات . ومن يفشل في التحديث او يرفض التحديث لاعتقاده بانه في غير حاجة لذلك ولا يغير تقنيته في الوقت المناسب ينتهي الأمر بإعلان افلاسه .

ولعل شركة نوكيا مثال على ذلك فعندما طورت شركة ابل اول تلفون موبايل ذكي قويل بالاستهجان وعندما طرحت ايفون 2 تعرضت للسخرية لصناعتها موبايل ضخم الحجم. ثم قامت شركة غوغل بتطوير الاندرويد كنظام منافس للايفون ونظام التشغيل المعروف باسم ايوس IOS المستخدم في الايفون . وقامت غوغل بعرضه على نوكيا التي كانت اكبر شركة موبايل في العالم والتي رفضته بحجة انها راضية بانظمة التشغيل الموجودة ولا تريد تحديثها . ولم يمر عام حتى افلست نوكيا كما افلست اريكسون اما الشركات التي تبنت التقنية الجديدة مثل سامسونج فقد تحولت من شركة صغيرة إلى الشركة الاولى في العالم في مجال الهواتف المحمولة ومنافس قوي للايفون .



شكل (٢) جهاز آيفون

مقومات الثورة الصناعية:

أوضح الباحثون ان شرط ظهور اي ثورة صناعية هو ظهور تقنيات جديدة للإنتاج الصناعي وعندما تتراكم الابتكارات والاختراعات فانها تؤدي إلى تطور القطاع الاساسي في الاقتصاد . لكن التغيير لا يحدث الا بعد ان يصل تراكم الاختراعات والتقنية إلى عتبة معينة او كمية معينة تؤدي إلى تحول من الكمية إلى النوعية والثورة الصناعية هي تحول في كامل النسق او النظام الذي يقوم عليه الاقتصاد مما ينتج عنه ظهور بنية تحتية جديدة.

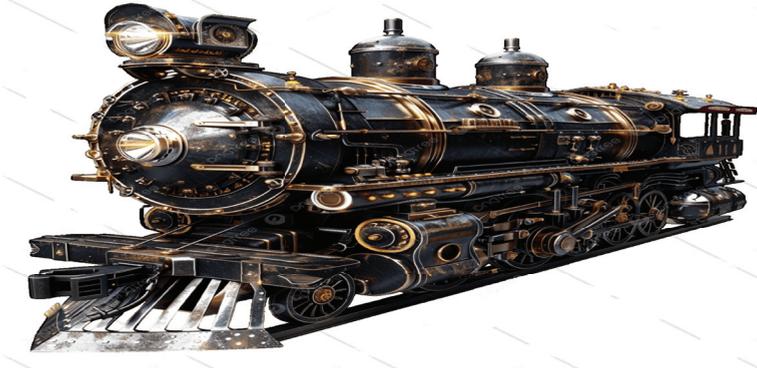
الدرس الثالث

الثورات الصناعية

مر العالم بأربع ثورات صناعية وفي العشرين عاماً الماضية بدأت الثورة الصناعية الرابعة والتي تقوم على الروبوتات والذكاء الصناعي والمسيرات والاجهزة الذاتية الحركة حيث يتوقع أن ينتهي تماماً أي دور للإنسان في الإنتاج الصناعي الذي ستقوم به الآلات من تلقاء نفسها بإشراف عدد قليل من الخبراء

الثورة الصناعية الأولى؛

بدأت في بريطانيا حوالي 1750 مع اكتشاف المحرك البخاري أصبح هناك قوة دافعة تستطيع تحريك عدة اشياء في الوقت نفسه ، وشهدت الفترة اكتشاف ماكينات الغزل والنسيج التي يحركها محرك بخاري واحد بدل من تحريك العامل لها بقدميه ،مكن المحرك البخاري من ازدهار صناعة النسيج، واستخراج الفحم الحجري، و تطوير الآلات لبناء الماكينات وصهر الحديد ، كما أدى إلى تطور في الهندسة حيث أصبح هناك حاجة لإنتاج خطوط مستقيمة وضخمة لصناعة الجسور الحديثة، كما نشاهد في كبري الحديد في أم درمان لم يكن من الممكن إنتاجها بالقوة العضلية للعامل وحدها من قبل . كما ظهرت صناعة الحديد والصلب وصناعة بناء الماكينات بالماكينات . وأصبح من الممكن صنع محركات ضخمة تعمل بالبخار والفحم الحجري كما كنا نراها في محطات السكك الحديدية. وكان يعني استخراج كميات ضخمة من المعادن والحديد لصنع البواخر و خطوط السكك الحديدية مما أدى لانتعاش اقتصادي لا حيود له.



شكل (٣) المحرك البخاري

كما أصبحت صناعة بناء الماكينات دقيقة للغاية وتنتج آلات فائقة الضخامة . مما يمكن الأسطول البريطاني من الهيمنة على كافة المحيطات اعتماداً على قوة صناعة الحديد البريطانية . وتهيمن البحرية الأمريكية اليوم على العالم اعتماداً على قوة صناعة الحديد والصلب و على الثورة التكنولوجية الثانية والثالثة .

نشاط:

- ما أهم الابتكارات التكنولوجية التي ادت لظهور الثورة الصناعية الاولى؟
- ما أهم منتجات الثورة الصناعية؟
- ما أثر الثورة الصناعية الاولى على العالم؟

الثورة الصناعية الثانية:

ظهرت في نهاية القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين . حيث اعتمدت على الكهرباء واكتشاف النفط في الدول الخليجية، حيث احتل النفط مكان الفحم الحجري إن لم يكن بصورة كبيرة حيث تم التخلص منه بصورة واسعة في الستينات .

ونتيجة لهذه الاكتشافات ظهرت، إنتاج الصلب العالي الجودة،السكك الحديدية، السلع المعمرة مثل الثلاجات والبتوجازات وتوفر السلع،وتغير نمط الإنتاج إلى الإنتاج الكبير، وأصبحت الكهرباء سلعة جماهيرية. وبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت الطائرات والتي أدت إلى تقلص مدة الرحلة حيث أصبحت الرحلة التي تستغرق اسبوع صارت تستغرق عدة ساعات في اليوم. وهذه الطفرة أدت إلى تطوير البنية التحتية مثل خطوط الهاتف والانترنت عبر المحيطات وبدأ ظهور الراديوهاوات الصغيرة. ومن أهم مشاكل هذه الثورة تلوث البيئة وانتشار المواد السامة.

نشاط:

- ما الابتكارات التكنولوجية التي ادت للثورة الصناعية الثانية؟
- ما اهم منتجات هذه الثورة؟
- ما الأثر الاقتصادي والاجتماعي لهذه الثورة؟
- ما الآثار السالبة لهذه الثورة؟

الثورة الصناعية الثالثة (الثورة الرقمية):

بدأت في منتصف الخمسينات من القرن العشرين، وتشير إلى. تقدم التكنولوجيا من الأجهزة الميكانيكية إلى الأجهزة الرقمية، مثل أجهزة الكمبيوتر الشخصية والانترنت، لغات البرمجة، مركبات الفضاء ، الاقمار الصناعية وغيرها من المنتجات.

- نمط الإنتاج: إنتاج عالمي اعتمادا على التقنيات الرقمية،سكك حديدية عالية السرعة.

● مصادر الطاقة: النفط والغاز، الكهرباء،المفاعلات النووية.

● الاثار السالبة:

● أدى الإنتاج الكبير إلى حدوث تلوث للبيئة، وحدث ثقب في الاوزون والتي أدت إلى ارتفاع درجات الحرارة و التغيرات المناخية.

● النفايات النووية والصناعية، دفن كميات من النفايات في عدد من دول العالم الثالث.

نشاط:

- ما الابتكارات التكنولوجية التي ادت للثورة الصناعية الثالثة؟

- ما اهم منتجات هذه الثورة؟

- ما الأثر الاقتصادي والاجتماعي لهذه الثورة؟.

- ما الأثار السالبة لهذه الثورة؟

الثورة الصناعية الرابعة:

بدأت في القرن الحادي والعشرين،وهي امتداد للثورة الصناعية الثالثة،حيث حلت فيها القوة الذهنية (الإبداع والابتكار) محل القوة المادية، حيث كانت الطاقة العضلية و ثم الفحم الحجري، ثم النفط والغاز هي الأساس الذي استندت عليه الثورات السابقة، ومن ابرز خصائص منتجاتها منتجات متصلة بالانترنت مثل السيارات ذاتية التحرك التي تسير

من دون سائق، والروبوتات، الثلجات، و الموبايلات، العملات الرقمية، الطباعة ثلاثية الابعاد وغيرها .

نمط الإنتاج:

أهم ما يميز الثورة الصناعية الرابعة اتمتة النشاط الإنتاجي ،أي إنتاج اوتوماتيكي بالكامل ومصانع إنتاجية بدون عمالة بشرية سوى عدد قليل من المشرفين والفنيين المهرة .

مصدر الطاقة:

استخدام الطاقة المتجددة من طاقة الرياح والطاقة الشمسية ومفاعلات الاندماج النووي .

اثارها:

ومن اهم آثارها السالبة الناتجة عن الاتمته:

- البطالة حيث أصبحت المصانع في حوجة أقل للعمالة اليدوية .
- التغير المناخي نتيجة انبعاثات للغازات السامة .

نشاط:

- قارن بين الثورة الصناعية الثالثة والرابعة من حيث الابتكار في المنتجات ونمط الإنتاج، ونوع الطاقة المستخدمة .

- ما أثر الثورة الصناعية الرابعة على توزيع المنتجات و التسويق؟

الدرس الرابع:

تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي

يعد الذكاء الصناعي AI من أكثر التقنيات تأثيراً على مستقبل الأعمال ، لإحداثها ثورة في أساليب العمل مما أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية وتقليل التكاليف، وتقديم منتجات مبتكرة وذات جودة عالية.

مفهوم الذكاء الصناعي:

يقصد بالذكاء الصناعي قدرة الآلات والبرامج الحاسوبية على محاكاة الذكاء البشري لأداء مهام تتطلب التعلم والتحليل والتكيف مع المواقف الجديدة التي لم تكن مبرمجة من قبل.

نستنتج من هذا التعريف بأن الذكاء الصناعي هي عبارة عن سلوك وخصائص معينة تتسم بها البرامج والأجهزة التي تماثل القدرات. الذهنية البشرية، وانماط. عملها ومن أهم هذه الخصائص:

- القدرة على التعلم
 - القدرة على التحليل و الاستنتاج
 - التفاعل مع الحالات التي لم تبرمج.
 - يشمل الذكاء الصناعي تقنيات متعددة مثل:
 - التعلم الآلي.
 - تحليل البيانات الكبيرة.
 - الروبوتات الذكية.
- تمكن هذه التقنيات الذكاء الصناعي من تحسين العمليات وتطوير الحلول المبتكرة.
- كيف يساهم الذكاء الصناعي في زيادة الأعمال :
- يمكن لرواد الاعمال الاستفادة من الذكاء الصناعي في المجالات التالية:

١. تحليل البيانات واتخاذ القرار:

يمكن استخدام الذكاء الصناعي لتحليل كميات كبيرة من البيانات بسرعة وبدقة ، مما يساعدهم في اتخاذ قرارات مبنية على بيانات دقيقة ، وتحسين استراتيجيات الأعمال .

ففي مجال التسويق الرقمي، يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات حملات التسويق وتحسين استراتيجيات الإعلان ، مما يتيح لها الوصول إلى جمهور محدد بفاعلية .

كذلك في مجال الرعاية الصحية، توظيف الذكاء الاصطناعي لتطوير أدوات تشخيص ذكية تعتمد على التعلم الآلي وتحليل البيانات الطبية .

وفي مجال الخدمات المالية، يمكن توظيف الذكاء الاصطناعي، لتحليل مخاطر الاستثمار، وتحسين امان المعاملات، وتقديم خدمات مالية ذكية ومخصصة للعملاء .

٢. اتمتة العمليات:

يساعد الذكاء الاصطناعي في اتمتة المهام الروتينية مثل خدمة العملاء، إدارة المخزون، التسويق الإلكتروني، هذا يتيح لرواد الأعمال توفير الوقت والجهد والتركيز على الابتكار وتطوير الأعمال .

٣. التفاعل مع العملاء:

يساعد الذكاء الصناعي رواد الأعمال . في الدراسة والتنبؤ بتوجهات السوق واحتياجات العملاء، عن طريق تحليل سلوك المستخدمين وبياناتهم ، يمكن من تقديم منتجات مخصصة تناسب احتياجاتهم الخاصة .

التحديات التي تواجه رواد الأعمال في تبني الذكاء الصناعي:

١. التكلفة العالية:

قد تكون تكلفة تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي عالية لرواد الاعمال وخاصة في حالة الحاجة إلى . بناء بنية تحتية تكنولوجية متقدمة .

٢. الحاجة إلى مهارات متخصصة:

يتطلب الذكاء الصناعي معرفة تقنية متقدمة ومهارات تحليل البيانات، وهو ما قد يمثل تحدياً للشركات التي تفتقر إلى الكفاءات الشريفة المناسبة.

٣. الأخلاقيات :

يتطلب تطبيق الذكاء الاصطناعي أيضاً مراعاة الجوانب الأخلاقية، مثل خصوصية البيانات، واتخاذ قرارات عادلة وغير متحيزة.

كيف يمكن لرواد الأعمال توظيف الذكاء الاصطناعي بنجاح؟

التعلم والتطوير:

يجب على رواد الأعمال تطوير مهاراتهم وكفاياتهم التقنية، أو توظيف مختصين في الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وتطوير الحلول المناسبة.

البدء بمشاريع صغيرة:

يمكن استخدام الذكاء الصناعي في اتمة مهام بسيطة كخطوة أولى قبل التوسع في استخدامه في مجالات أوسع.

الشراكة مع الخبراء:

التعاون مع شركات التقنية المتخصصة أو مزودي الخدمات السحابية، يمكن أن تساعد الشركات الناشئة في تسريع عملية تبني الذكاء الاصطناعي دون الحاجة إلى استثمارات كبيرة.

التقويم:

- كيف يتم اختيار تكنولوجيا المشروع الريادي؟
- ما المقصود بمفهوم الثورة الصناعية؟
- ما العوامل التي تساهم في ظهور الثورات الصناعية؟
- وضح مصادر الطاقة في الثورات الصناعية الأربعة.
- ما أهم المنتجات في كل ثورة صناعية؟
- ما طبيعة علاقة الابتكار بالثورات الصناعية؟
- ما آثار الابتكار على التقدم الاقتصادي والازدهار الإجتماعي؟
- عرف الذكاء الاصطناعي.
- كيف يمكن لرواد الأعمال تبني الذكاء الاصطناعي بنجاح؟
- عدد مزايا استخدام الذكاء الاصطناعي في المشروعات الريادية

الموارد البشرية للمشروع الريادي

اهداف الوحدة:

بعد اكمال دراسة الوحدة يكون الدارس قادرا على أن :

- يتعرف أسس اختيار فريق العمل للمشروع الريادي.
- يشرح كيفية جذب الموارد البشرية للمشروع الريادي.
- يوضح كيفية تعزيز ثقافة الإبداع والتعلم والتعاون.
- يتعرف كيفية تطوير رأس المال البشري للمشروع الريادي.
- يوضح كيفية التعامل مع التغيير والتحول في المشاريع الريادية.
- يتعرف دور الموارد البشرية في دفع الابتكار والنمو في المشروع الريادي.

الدرس الأول

أهمية الموارد البشرية

تلعب الموارد البشرية في قيادة الأعمال دوراً مهماً ورئيساً في تنمية المشروع كما يمثل الاستثمار في الموارد البشرية أعلى عناصر الاستثمار عائداً وأكثرها تأثيراً على عناصر الثروة الأخرى بالمشروع، وتأتي أهميتها من كون الإنسان محور كل نشاط ومبعث حيوية وفعالية كل الثروات وعليه الكفاءة والنمو والتودد لكيان مشروع قيادة الأعمال وتفوقها والاستمرار والمنافسة.

تركز مشروعات الأعمال على العنصر البشري أو المورد البشري على أنه عنصر أساسي في العمل الريادي والاستفادة من البناء المادي والعقلي الابتكاري، لذلك كان لا بد من الاهتمام بالتغيرات والتطورات التي تؤثر على المورد البشري في قيادة الأعمال مثل التقدم التكنولوجي، انفتاح الأسواق وتحرير التجارة الدولية والاتجاه نحو العولمة.

وإلى جانب كل ما سبق فإن الإدارة الحديثة للموارد البشرية تتميز بقيامها بمهام جديدة بالإضافة إلى مهامها التقليدية (الاستقطاب، التعيين، الترقية، التدريب) وهي الاعتراف بمجهودات العاملين وتمكينهم في العمل لزيادة الابتكار والإبداع في قيادة الأعمال.

الموارد البشرية في نجاح المشروع الريادي:

يحظى موضوع المورد البشري في نجاح المشروع الريادي باهتمام واسع لحلول المشكلات المتعلقة بالأداء الوظيفي لقيادة الأعمال. المورد البشري هو الوسيلة الوحيدة لتحقيق أهداف المشروع فضلاً عن أنه يعبر عن مستوى التقدم الحضاري والاقتصادي لجميع الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

إن الأداء للمورد البشري عبارة عن تنفيذ الفرد لأعماله ومسؤولياته التي تكلفه بها الجهة التي ترتبط وظيفته بها ويعني النتائج التي يحققها الفرد في مشروع ريادي.

وهذا يعني أن أداء الموارد البشرية هو سلوك وظيفي هادف يقوم به الفرد والجماعة لانجاز العمل المكلف به على حسب الخطة العامة للمشروع الريادي بقيادة الأعمال.

عناصر الأداء لنجاح المشروع الريادي:

هنالك عناصر ومكونات أساسية للأداء وبدونها لا يمكن التحدث عن وجود أداء فعال

وهي:

- ١) المعرفة بمتطلبات الوظيفة: وتشمل المعارف العامة والمهارات الفنية والمهنية عن الوظيفة والمجالات المرتبطة بها في ريادة الأعمال (المشروع).
- ٢) نوعية العمل: وتتمثل في مدى ما يدركه الفرد عن عمله الذي يقوم به وما يمتلكه من رغبة ومهارات فنية وبراعة وقدرة على الأداء والتنفيذ للعمل دون الوقوع في الأخطاء.
- ٣) كمية العمل المنجز: بريادة الأعمال لابد من تحديد العمل المقدر انجازه في الظروف العادية، ومقدار سرعة هذا الانجاز.
- ٤) المثابرة والثوق: وتمثل الجدية والتفاني في العمل وقدرة الفرد على تحمل مسؤولية العمل وانجاز الأعمال في أوقاتها المحددة، وتشجيع الفرد وارشاده وتوجيهه من قبل المشرف.

محددات الأداء لنجاح المشروع الريادي:

أداء الموارد البشرية في ريادة الأعمال تعني الأثر الصافي لجهود الفرد التي تبدأ بالقدرات وادراك المهام. لذلك فإن الأداء هو العلاقة بين الجهد، والقدرات، وادراك الدور (المهام).

لذلك لابد من النظر إلى المحددات التي تساعد في نجاح المشروع الريادي وتتمثل في:

- ١) الاحتفاظ بالمواهب والمبتكرين.
- ٢) الأفراد هم أهم أصول العمل وأكثرها قيمة.
- ٣) تحديد المخاطر المحتملة.
- ٤) تحسين وتطوير الأفراد بالمشروع.
- ٥) التوجيه نحو أداء أفضل لحسين العمل.
- ٦) قياس الأداء بوسائل مختلفة.

تقويم ذاتي:

أكمل:

المورد البشري هو الوسيلة الوحيدة لتحقيق أهداف فضلاً عن أنه يعبر عن مستوى التقدم الحضاري والاقتصادي لجميع الدول و على حد سواء.

١. ضع دائرة حول الحرف الذي يدل على الاختيار الصحيح:

١. لا بد من الاهتمام بالتغيرات والتطورات التي تؤثر على المورد البشري في ريادة الأعمال مثل التقدم

١. الطقس

٢. التاريخي

٣. التكنولوجي

٤. القومي

٢. هنالك عناصر ومكونات أساسية للأداء بالمشروع الريادي مثل

١. المثابرة والثوق

٢. نوعية العمل

٣. كمية العمل المنجز

٤. كل ما ذكر صحيح

اجب على السؤال التالي: -

١. ما المهام جديدة بريادة الأعمال التي تتميز بها الإدارة الحديثة للموارد البشرية بالإضافة إلى مهامها التقليدية؟

الدرس الثاني

اختيار فريق العمل للمشروع الريادي

لتكوين فريق العمل للمشروع الريادي لابد لرائد الأعمال أن يقوم بتقدير احتياجات المنشأة أي المشروع من الأفراد كماً ونوعاً، مع تحديد المهام والوظائف التي يشغلونها، والمؤهلات المطلوب توافرها فيمن يشغلها، هو ما يسمى إدارياً بتخطيط الموارد البشرية. وتتمر عملية تخطيط الموارد البشرية بعدة مراحل يبينها الشكل الآتي وهي:

(٥)	(٤)	(٣)	(٢)	(١)
خطط مستقبلية لمواجهة الفائض أو العجز	تحديد الفائض من الأفراد أو العجز (النقص) من الأفراد	التنبؤ بالعرض (العدد المتوفر)	تقدير الطلب من الأفراد	دراسة أهداف المشروع

الشكل (١) خطوات تخطيط القوى العاملة

(١) دراسة أهداف المشروع: تشير أهداف المشروع إلى النتائج المحددة والقابلة للقياس والقابلة للتحقيق وذات الصلة والمحددة زمنياً، التي يسعى المشروع إلى تحقيقها مثل تحقيق أرباح محددة ومعينة، إنتاج سلعة أو تقديم خدمة بمستوى من الجودة، تحسين التواصل والتعاون مع العملاء، توفير فرص عمل.

إن الغرض من دراسة أهداف المشروع الريادي هو التعرف على الاعتبارات التي تؤثر على تقدير الاحتياجات من القوة العاملة المطلوبة في المستوى التكنولوجي، عدد ما يحتاجه المشروع لكل وردية عمل، عدد ساعات العمل للأفراد، تحديد وقت الراحة، كل ذلك مهم لتحديد عدد العمالة أو الأفراد المطلوبين.

(٢) تقدير الطلب: حيث يركز في هذه الخطوة على جانبين هما:

١. تحديد نوعية ومواصفات إدارة الموارد البشرية المطلوبين.
 ٢. تحديد عدد أفراد الموارد البشرية المطلوبين لإدارة وتشغيل المشروع.
- وعلى ضوء ذلك يتم اختيار الفرد المناسب وتعيينه.

(٣) التنبؤ بالعرض: يُعد التنبؤ بالعرض من العمالة هو الوجه الثاني، والمكمل لعملية تخطيط الموارد البشرية ويتطلب الأمر بالنسبة لهذه المرحلة القيام بما يأتي:

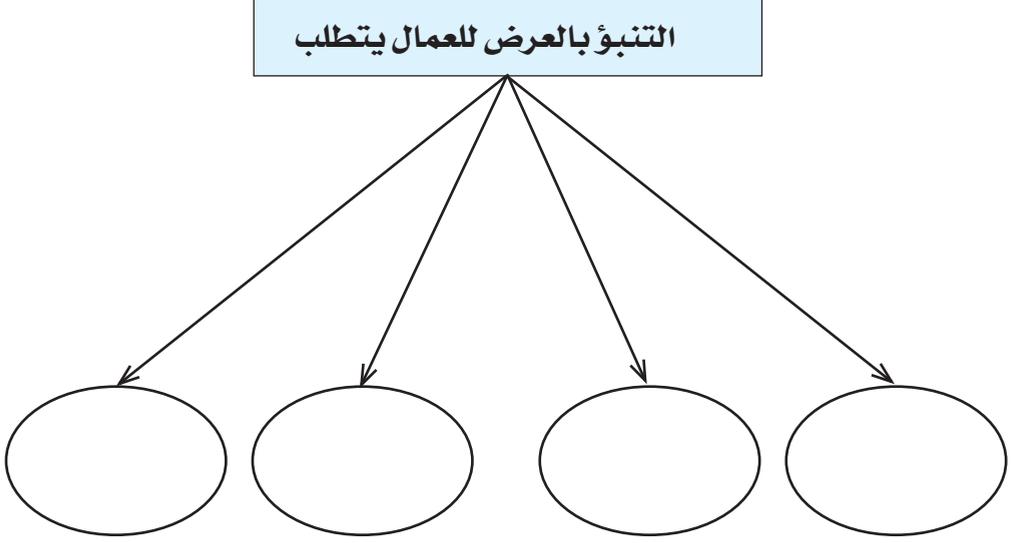
١. تحليل عوامل البيئة الخارجية.
 ٢. تحليل العمالة الحالية المتوفرة.
 ٣. تحليل العمالة في فئات العمر المختلفة.
 ٤. تحليل سياسة الترقية.
 ٥. تحليل ظاهرة الغياب.
 ٦. تحليل أسباب ترك ومغادرة العمل.
- (٤) تحديد الفائض أو العجز من العمالة (الأفراد): ويقصد بذلك تحديد كل من:

١. الفائض أو العجز الكمي في العمالة.
٢. الفائض أو العجز النوعي في العمالة.

(٥) خطط مستقبلية لمواجهة الفائض أو العجز: وذلك يعتمد على حالة وعدد العمال الموجودين فإذا كان المشروع في حوجة للأفراد الداخليين لندرة الأفراد خارجياً فيكون الحل هو إعادة تدريب وتأهيل الأفراد، اما إذا كان سوق العمل يتصف بالوفرة فيكون أسلوب وخطة الاستغناء وتقليل الأجور.

نشاط

على حسب ما درست أكمل الشكل التالي:



تقويم ذاتي:

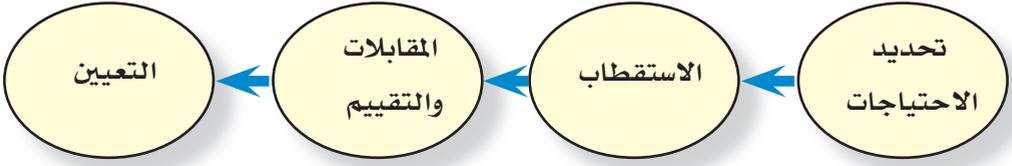
فكر:

فكر في وضع خطة مستقبلية لمواجهة الفائض او العجز في العمالة لمشروعك الريادي

الدرس الثالث

أساليب استقطاب الموارد البشرية

يتميز القطاع الخاص باتباع أساليب محددة عند توظيف العاملين تمر عادة بعدة مراحل، ومن المهم أن يكون رائد الأعمال على اطلاع بهذه المراحل والإجراءات، ومعرفة امتداداً لمعرفته بسوق العمل. وجمالاً، فإن التوظيف بالقطاع الخاص يمر بأربعة مراحل، لكل مرحلة إجراءاتها المحددة وهي على النحو الآتي:



الشكل (٢) مراحل التوظيف في القطاع الخاص

(١) مرحلة تحديد الاحتياجات الوظيفية للمشروع:

١. تقوم إدارة الموارد البشرية بتحديد الاحتياجات الوظيفية مع القطاعات والإدارات المختلفة وذلك على حسب الأهداف والموازنة التقديرية.
٢. تقوم الإدارة المعنية بالمنشأة (المشروع) بتزويد إدارة الموارد البشرية ببطاقات الموظف المراد استقطابه مع تحديد القدرات والمهارات والوصف الوظيفي.

(٢) مرحلة الاستقطاب:

تسعى إدارة الموارد البشرية لاستقطاب الكفاءات والخبرات البشرية المطلوبة للمشروع من خلال استخدام الإعلانات في وسائل الاتصال المسموعة والمرئية ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو منصات التوظيف ... الخ

(٣) مرحلة المقابلات والتقييم:

تستخدم المشاريع الريادية مجموعة من الأدوات المهنية في أثناء مقابلات التوظيف مما يترتب عليه موضوعية عدالتها. فإن كل من تقدم للوظيفة لا يعتبر مقبولاً ما لم يجتاز اختبارات المقابلة سواء التحريرية أو الشخصية. ومن الأساليب التي تستخدم في أثناء المقابلات:

١ . دراسة نموذج طلب التوظيف وما يتضمنه من سيرة ذاتية للمتقدم .

٢ . اجراء المقابلة الأولية .

٣ . الاختبارات التحريرية والعملية .

٤ . الكشف الطبي للمتقدم .

٥ . الاستفسار عن المتقدم للوظيفة .

(٤) مرحلة التعيين:

بعد الانتهاء من اجراء المقابلات والاختبارات وكذلك الكشف الطبي يأتي دور التعيين بالمشروع الريادي، حيث تعمل إدارة المشروع الريادي على ابرام عقد مع المرشح للتوظيف يحدد فيه الراتب، وبديل السكن والمواصلات والحقوق المترتبة توفرها قانونياً. حيث يصبح العقد ملزماً للطرفين في حال توقيعه وقد تحدد العقود بمدة زمنية.

اجب عن الأسئلة الآتية

أكمل بوضع الكلمة المناسبة في المكان الخالي:

١ . منصات ٢ . خلال ٣ . المرئية ٤ . الكفاءات ٥ . الاجتماعي ٦ . البشرية

تسعى إدارة الموارد لاستقطاب..... والخبرات البشرية المطلوبة للمشروع من استخدام الإعلانات في وسائل الاتصال المسموعة و..... ومن خلال وسائل التواصل..... أو..... التوظيف.

٢ . كيف يكون الإعلان عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي؟

.....

الدرس الرابع

السيرة الذاتية

تعتبر السيرة الذاتية الطريق الصحيح للنجاح المستقبلي في زيادة الأعمال للأفراد العاملين أو رائد العمل نفسه، وهي تسويق الذات بصورة مهنية عالية، كيف يمكن تحسين صياغة سيرتك الذاتية، وتعد كتابة السيرة الذاتية أهم خطوة على طريق الحصول على الوظيفة، أو تقديم الشخص للآخرين، ومن أهم النصائح لعمل السيرة الذاتية: أن تتذكر أن عملية كتابة السيرة الذاتية لا بد أن تؤخذ بجدية، وهي ليست خطاباً تكتبه لصديق، بل هي وثيقة تكتبها لصاحب العمل المرتقب أو الجهة الممولة لمشروعك الريادي.

المعلومات التي يجب أن تتضمنها السيرة الذاتية:

القسم الأول:

التفاصيل الشخصية وتشمل:

- الاسم بالكامل.
- تاريخ ومحل الميلاد.
- الجنسية.
- العنوان البريدي.
- رقم السجل المدني أو جواز السفر إن وجد.
- رقم الهاتف.
- عنوان البريد الإلكتروني.

القسم الثاني:

الخبرات العملية: (بدءاً من الحديث إلى القديم تاريخياً)، وتشمل:

- الدورات التدريبية التي حصلت عليها بالترتيب الآتي: اسم الدورة والجهة المنفذة لها، وتاريخ الحصول عليها.

- اللغات التي تجيدها مع تحديد درجة الإجابة ممتاز أو جيد أو متوسط.
- خبرات الحاسب الآلي يتم ذكر لغات البرمجة التي تجيدها، ومستوى الإجابة، أو البرامج التي تجيدها.
- المؤهلات الدراسية: وتكتب الأحدث أولاً، والفترة الزمنية من عام إلى عام، اسم الجامعة أو الكلية وعدد سنوات الدراسة.

القسم الثالث:

الخبرات العملية: تكتب أيضاً من الحديث إلى القديم تاريخياً، بحيث تشمل المدة الزمنية من ... إلى ...، اسم الشركة أو المؤسسة التي كنت تعمل بها، المسمى الوظيفي الذي شغلته، ثم الانتقال إلى الشركة السابقة، وهكذا.

القسم الرابع:

معلومات عامة:

وتشمل المعلومات ذات الصلة بطبيعة العمل، كأن تذكر أن لديك رخصة قيادة سارية، أو أنك تمتلك سيارة ومستعد لاستخدامها في أغراض العمل، أو أن لديك الاستعداد للسفر خارج الدولة إذا ما اقتضت ظروف العمل ذلك ... الخ

تدريب

اكتب سيرتك الذاتية موضحاً النقاط الهامة حسب ما درست.

أنواع السيرة الذاتية ورقية وإلكترونية

أولاً: السيرة الذاتية الورقية:

وهي الشكل التقليدي والمألوف للسيرة الذاتية كما ذكرنا ذلك سابقاً، ولها عدة مزايا، منها ضمان اطلاع صاحب العمل أو الممول لمشروع ريادة الأعمال عليها بسهولة ويسر إذا ما كتبت بشكل سليم.

ولضمان النجاح في كتابة السيرة الذاتية بشكل يلفت انتباه صاحب العمل أو الممول

للمشروع المنتظر، يراعي الآتي:

١. يجب التدقيق في اختيار الألفاظ والتراكيبات اللغوية والحرص على عدم وجود أخطاء املائية أو نحوية، فهي أول النقاط السلبية التي تلفت الانتباه.
٢. حاول أن تجعل من الكلمة المكتوبة وسيلة فعالة لتحقيق ما تصبو إليه.
٣. عدم اللجوء إلى كتابة سيرة ذاتية طويلة، لأن صاحب العمل ليس لديه الكثير من الوقت لقراءة مثل هذا النوع من السيرة الذاتية.
٤. عدم استخدام صيغ المبني للمجهول عند التحدث عن انجازاتك مثل عهد إلي بتنفيذ مشروع، أو اسند إلي عمل.
٥. عند الحديث عن منجزاتك استخدم أفعال مثل: قمت، أدت، طورت ... الخ
٦. لا تستخدم عبارات مثل: لقد قمت أنا بانجاز ... أو تطوير ... الخ
٧. لا تستخدم فقرات طويلة للحديث عن انجازاتك بل اعتمد على الفقرات القوية والمختصرة.
٨. تجنب تحديد المرتب المطلوب في السيرة الذاتية.
٩. لا تبالغ في خياراتك أو تضخيمها أو تزييفها.
١٠. احتفظ بالورقة التي بها السيرة الذاتية نظيفة.
١١. احرص على كتابة أكثر من رقم تلفون للاتصال بك وتأكد من صحتها.

ثانياً: السيرة الذاتية الالكترونية:

السيرة الذاتية الالكترونية هي سيرتك الذاتية بشكل يمكن ارساله عبر البريد الالكتروني أو الانترنت وبذلك يمكنك التقديم إلى الوظائف المعلنة في العالم أجمع عن طريق البريد الالكتروني أو الانترنت.

إذا كانت سيرتك الذاتية موجودة على جهاز الكمبيوتر أو على قرص مرن فلديك في الواقع سيرة ذاتية الكترونية.

عند ارسالك لسيرتك الذاتية الالكترونية تذكر الآتي:

ارسل معها خطاباً تمهيدياً، وتأكد أنك ذكرت أين قرأت الإعلان، ارسل السيرة الذاتية والخطاب التمهيدي في ملف واحد .

الأخطاء الشائعة في السيرة الذاتية المرسله عبر البريد الالكتروني:

١ . اظهار عدم الامانة: لا ترسل سيرتك الذاتية من عنوان البريد الالكتروني الخاص بعملك مثل hani@tofen.com هذا الأمر كأنك ترسل سيرتك الذاتية على ورق خطابات الشركة المدون على اسمها ومقرها أي Tofen لذلك أرسل رسالتك على بريدك الخاص hani@gmail.com أو Outlook, Yahoo, Hotmail

٢ . رسالة واحدة لكل الشركات: ليس من اللائق أن ترسل الرسالة نفسها لكل الشركات مرة واحدة باستخدام (ارسال جماعي) ومن الأفضل ارسال رسالة منفردة لكل شركة .

٣ . ترك عنوان الرسالة فارغاً: الكثير من الناس يهمل موضوع الرسالة (subject) فمن الأفضل اذن لفت انتباه المرسل إليه مثل كتابة: خريج تسويق يتقدم لعمل، مهندس مدني يتقدم لوظيفة مدير مشروع ... الخ

٤ . الالتزام بأداب العمل: أنت ترسل رسالة إلى شركة أو مشروع وليس لصديق تجنب الصور المتحركة أو الوجوه ومراعاة قواعد الكتابة والحروف .

٥ . الرسائل الكبيرة تزعج صاحب العمل .

٦ . لا ترسل رسائل باستعمال برنامج Word, Excel, PowerPoint .

رتب القائمة (أ) مع القائمة (ب) في (ج) فيما يختص كتابة السيرة الذاتية: -

القائمة ج	القائمة ب	القائمة أ
	تجنب ارسال الصور المتحركة أو الوجوه ومراعاة قواعد الكتابة والحروف	١. تعتبر السيرة الذاتية
	يجب التدقيق في اختيار الألفاظ والتركيبات اللغوية الصحيحة	٢. سيره ذاتية موجودة على جهاز الكمبيوتر
	أفعال مثل: قمت، أدت، طورت ... الخ	٣. لا تستخدم عبارات مثل
	لقد قمت أنا بإنجاز ... أو تطوير ... الخ	٤. لكتابة سيرة ذاتية بشكل يلفت انتباه
	للاتصال بك وتأكد من صحتها	٥. عند الحديث عن منجزاتك استخدم
	الطريق الصحيح للنجاح المستقبلي	٦. الالتزام بأداب العمل يعني
	تعتبر سيرة ذاتية الكترونية	٧. احرص على كتابة أكثر من رقم تلفون

نشاط :

هل لديك بريد الكتروني؟ إذا كانت الإجابة بلا، عليك بعمل بريد الكتروني مع حفظ كلمة السر.

الدرس الخامس

القيادة في زيادة الاعمال

في عصر التقنية والابتكار تتزايد أهمية القيادة الفعالة في زيادة الأعمال، حيث أصبحت زيادة الأعمال تحدياً مثيراً وفرصة ذهبية في الوقت نفسه. إن تأسيس مشروع وتحويله إلى عمل ناجح يتطلب ليس فقط فكرة مبتكرة وإستراتيجية قوية، بل وقيادة فعالة. ومن هنا يمكننا ان نعرف ونكتشف مفاتيح القيادة الفعالة في زيادة الأعمال، مسلطاً الضوء على كيفية توجيه فريق عمل ناجح وتحقيق النجاح.

القيادة فن تحفيز الاخرين نحو النجاح

القيادة هي القدرة على إلهام الآخرين وتحفيزهم لتحقيق أهداف مشتركة. إنها فن يتطلب مهارات متعددة، بدءاً من القدرة على التواصل الفعال، وإدارة الصراعات، واتخاذ القرارات الصعبة، وصولاً إلى بناء فرق عمل متجانسة وذات كفاءة عالية. القائد الناجح هو من يستطيع أن يرى الفرص في التحديات، ويضع رؤية مستقبلية (إستراتيجية) توجه الفريق نحو تحقيق الأهداف.

القيادة ليست مجرد إدارة؛ إنها القدرة على غرس القيم، وتوجيه الأفراد نحو النمو الشخصي والمهني. القادة هم القدوة التي يتطلع إليها الآخرون، وهم من يشجعون الابتكار والإبداع، ويدعمون الروح الريادية داخل مؤسساتهم. إن القائد الناجح هو من يستطيع أن يوازن بين تحقيق الأهداف المؤسسية وتلبية احتياجات الأفراد، مما يخلق بيئة عمل محفزة وداعمة.

من هو القائد الفعال.

القائد الفعال هو الفرد الذي يمتلك القدرة على توجيه وإدارة الفرق أو المجموعات بنجاح نحو تحقيق الأهداف المحددة. يتميز القائد الفعال بالقدرة على تحفيز الأفراد وتلهمهم للعمل بجد وتحقيق التميز. يتضمن دور القائد الفعال أيضاً القدرة على بناء علاقات إيجابية مع الفريق والتواصل بفعالية، واتخاذ القرارات الحكيمة، وتنظيم المهام وتوجيه الموارد بكفاءة. بشكل عام، القائد الفعال هو من يساهم في تحقيق النجاح والتطوير المستدام للمجموعة أو المؤسسة التي يقودها.

ماهي القيادة الفعالة.

القيادة الفعالة هي عملية توجيه وتحفيز الأفراد أو الفرق نحو تحقيق الأهداف وتحقيق النجاح. يتعلق الأمر بقيادة الآخرين بطريقة تلهم وتمكنهم، وتوجيه جهودهم بفعالية نحو تحقيق الأهداف المحددة. القائد الفعال يكون ملهماً ومبدعاً، يظهر قيماً قوية ويتمتع بالقدرة على بناء علاقات إيجابية والتواصل بفعالية. يتضمن دور القيادة الفعالة أيضاً تحليل الأوضاع واتخاذ القرارات المناسبة وتوجيه الموارد بشكل فعال.

صفات القائد الفعال أو الناجح

القائد الفعال أو الناجح هو الشخص الذي يتمتع بمجموعة من الصفات والمهارات التي تساعده في قيادة الآخرين وتحقيق النجاح. إليك بعض صفات القائد الفعال:

١. الرؤية: يتمتع القائد الفعال بقدرة على رؤية مستقبل مشرق وتحديد اتجاه واضح للفريق أو المنظمة. يستطيع توضيح الرؤية وإلهام الآخرين للعمل نحو تحقيقها.

٢. الثقة بالنفس: يتمتع القائد الفعال بثقة عالية في نفسه وقدراته. يعرف قدراته ويثق في اتخاذ القرارات الصائبة والتصرف بثقة في الظروف المختلفة.

٣. التواصل الفعال: يجب أن يكون القائد الفعال متمكناً في التواصل مع الآخرين. يجب أن يكون قادراً على نقل الرؤية والأهداف بوضوح وإيصال المعلومات بشكل فعال. يجب أن يكون قادراً على الاستماع إلى الآخرين والتواصل بشكل فعال لتعزيز التفاهم وبناء العلاقات القوية.

٤. قدرة الإلهام: يستطيع القائد الفعال أن يلهم الفريق ويحفزه للعمل بجد وتحقيق الأهداف المشتركة. يستخدم القائد الفعال الكلمات الملهمة والأفعال التي تحفز الآخرين وتشير الحماس والشفغف.

٥. التفكير الاستراتيجي: يتمتع القائد الفعال بقدرة على التفكير الاستراتيجي ورؤية الصورة الكبيرة. يستطيع تحليل الوضع الحالي وتحديد الخطط والاستراتيجيات المناسبة لتحقيق النجاح على المدى الطويل.

٦. القدرة على التكيف: يجب أن يتمتع القائد الفعال بقدرة على التكيف مع التغييرات والمواقف المتغيرة. يستطيع التعامل مع التحديات والمصاعب بشكل هادئ ويجد حلولاً إبداعية ومبتكرة.

٧. قدرة الاستماع والتعلم: يجب أن يكون القائد الفعال قادراً على الاستماع للآخرين

وتقدير وجهات نظرهم. يستمع إلى اقتراحات الفريق ويعتبرها في عملية صنع القرار. يستمر في التعلم وتطوير مهاراته ومعرفته.

هذه بعض الصفات الأساسية التي تميز القادة الفعال أو الناجح. ومن المهم أن نلاحظ أن القيادة الفعالة تعتمد أيضاً على السياق والثقافة.

أهمية الريادة الفعالة في ريادة الأعمال

القيادة الفعالة تعد أحد العناصر الأساسية في ريادة الأعمال ولها أهمية كبيرة في تحقيق النجاح والنمو المستدام للمشروع، وذلك للأسباب التالية:

١. توجيه الرؤية: يقوم القائد الفعال بتوجيه الرؤية وتحديد الأهداف المستقبلية (الإستراتيجية) للمشروع. يعمل على توضيح الرؤية والتوجيهات المستقبلية، ويحدد الخطوات والاستراتيجيات اللازمة لتحقيق الأهداف المحددة.

٢. تحفيز الفريق: يعد القائد الفعال محفزاً وملهماً لأعضاء الفريق. يستطيع تحفيزهم وتوجيههم نحو تحقيق أقصى إمكاناتهم وتحفيزهم لتحقيق الأداء العالي. يعمل على بناء بيئة عمل إيجابية وتحفيزية تشجع على الإبداع والتعاون.

٣. بناء فريق متميز: القائد الفعال يعمل على بناء فريق قوي ومتميز للعمل. يختار الأفراد المناسبين للفريق العامل ويوفر لهم الدعم والتوجيه اللازمين. يساعد القائد في تطوير قدرات الفريق وتعزيز التعاون والثقة بين أعضاء الفريق.

٤. اتخاذ القرارات المستقبلية (الإستراتيجية): يقوم القائد الفعال باتخاذ القرارات الإستراتيجية المهمة للمشروع. يعتمد على معرفته وخبرته في تحليل المعلومات وتقييم الخيارات المتاحة. يعمل على تحقيق التوازن بين المخاطر والمكاسب ويتخذ القرارات المناسبة لتحقيق أهداف المشروع.

٥. الاتصال والتواصل: القائد الفعال يتمتع بمهارات تواصل قوية. يستطيع التواصل بشكل فعال مع أعضاء الفريق والشركاء والعملاء. يعمل على بناء علاقات قوية وإقامة شبكات اتصال فعالة.

٦. التحفيز وإدارة التغيير: القائد الفعال يستطيع تحفيز الفريق وإدارة التغييرات. يعمل على تشجيع الابتكار والتغيير الإيجابي ويقوم بتوفير الدعم المناسب لأعضاء الفريق خلال فترات التحول والتغيير.

من هنا يمكن ان نقول، القيادة الفعالة في ريادة الأعمال تساهم في تحقيق الرؤية

والأهداف، وتوجيه الفريق، وتحفيزهم، وبناء فريق قوي، واتخاذ القرارات الإستراتيجية، وتواصل فعال، وإدارة التغيير. تساعد القيادة الفعالة في بناء ثقافة عمل إيجابية وتعزيز التعاون والابتكار، مما يساعد في تحقيق النجاح والنمو المستدام للمشروع.

أساليب القيادة الفعالة

هناك العديد من أساليب القيادة المختلفة التي يمكن للقادة استخدامها بناءً على المواقف والظروف والثقافة المحيطة. إليك بعض الأساليب الشائعة للقيادة:

١. القيادة التوجيهية: تعتمد هذه الأسلوب على توجيه وتحديد المهام وتوزيع الأدوار بوضوح. يتولى القائد دوراً نشطاً في اتخاذ القرارات وتحديد الخطوات الواجب اتخاذها. يستخدم هذا الأسلوب عندما يكون هناك حاجة لتوجيه وتوحيد الجهود وتحقيق الهدف بسرعة.

٢. القيادة الديمقراطية: يشارك القائد في عملية اتخاذ القرارات ويستشير أعضاء الفريق. يتمتع الأعضاء بحرية في التعبير عن آرائهم ومشاركة أفكارهم. يستخدم هذا الأسلوب لتعزيز التفاعل والتعاون وتعزيز الشعور بالانتماء والمشاركة.

٣. القيادة التمكينية: يهدف هذا الأسلوب إلى تمكين الأفراد ومنحهم صلاحيات ومسؤوليات أكبر في اتخاذ القرارات وتنفيذ المهام. يعتمد القائد على توجيه ودعم الأعضاء وتشجيعهم على تطوير قدراتهم. يستخدم هذا الأسلوب لتعزيز الثقة والإبداع وتحفيز الأفراد لتحقيق أقصى إمكاناتهم.

٤. القيادة الشخصية: يقوم القائد ذو الكاريزمية بجذب وإلهام الآخرين من خلال شخصيته القوية وقدرته على تحفيزهم. يستخدم القائد الكاريزمية الكاريزما والإقناع لتحقيق النجاح وتعزيز الانخراط والالتزام.

٥. القيادة الوضعية: يقوم القائد بتعديل أسلوبه القيادي بناءً على الوضع واحتياجات الأفراد في الفريق. يستخدم القائد الوضعية المناسبة لكل فرد أو مجموعة بناءً على مستوى مهاراتهم وثقتهم. يتحول القائد بين أساليب القيادة المختلفة حسب تطور الفريق والمواقف المحيطة.

تذكر أنه لا يوجد أسلوب قيادة واحد يناسب كل الظروف، ويمكن للقادة الناجحين استخدام مزيج من الأساليب وتعديلها للمزيد من المعلومات حول أساليب القيادة، يُنصح بدراسة المصادر الخاصة بالقيادة وإدارة الموارد البشرية. هناك العديد من الكتب والمقالات

والدورات التدريبية المتاحة حول هذا الموضوع.

العلاقة بين ريادة الأعمال والقيادة

تتداخل ريادة الأعمال والقيادة بشكل كبير، حيث يعتمد النجاح في ريادة الأعمال على القدرة على القيادة الفعالة. فريادة الأعمال تتطلب قيادة ملهمة تستطيع توجيه الفريق وتحقيق الرؤية. من جهة أخرى، القيادة الفعالة تحتاج إلى روح ريادية، تتسم بالجرأة على الابتكار وتجربة حلول جديدة.

الرواد الناجحون هم قادة بالفطرة، فهم ليسوا فقط من يؤسسون الشركات، بل من يقودون فرقهم نحو تحقيق النجاح ويعملون على خلق بيئة عمل تشجع على الإبداع والابتكار. كذلك، القادة المتميزون هم من يمتلكون العقلية الريادية، حيث يسعون دائماً إلى تحسين الأداء وابتكار أساليب جديدة لتحقيق أهداف مؤسساتهم.

المستخلص من ذلك، فإن ريادة الأعمال والقيادة هما عنصران أساسيان في بناء مستقبل مزدهر. يحتاج العالم اليوم إلى قادة رياديين ورواد قياديين يعملون معاً لتجاوز التحديات وتحقيق التنمية المستدامة. إن الاستثمار في تطوير مهارات القيادة والريادة لدى الأفراد، سواء في المؤسسات التعليمية أو في بيئات العمل، هو مفتاح تحقيق رؤية البلاد والمساهمة في بناء مجتمع حيوي، واقتصاد مزدهر، ووطن طموح.

تدريب

ضع الكلمة الصحيحة في المكان المناسب: -

١. التواصل ٢. القرارات ٣. متجانسة ٤. التحديات ٥. مهارات ٦. الأهداف
٧. تحفيزهم ٨. إلهام

القيادة هي القدرة على الآخرين و..... لتحقيق أهداف مشتركة. إنها فن يتطلب متعددة، بدءاً من القدرة على الفعّال، وإدارة الصراعات، واتخاذ الصعبة، وصولاً إلى بناء فرق عمل وذات كفاءة عالية. القائد الناجح هو من يستطيع أن يرى الفرص في ، ويضع رؤية مستقبلية (إستراتيجية) توجه الفريق نحو تحقيق

ضع علامة (✓) او (X) امام ما يناسبها.

١. يقوم القائد الفعال بتوجيه الرؤية وتحديد الأهداف الإستراتيجية للمشروع. ()
٢. القيادة هي القدرة على غرس القيم، وتوجيه الأفراد نحو النمو الشخصي والمهني. ()
٣. القائد الفعال يستطيع تحفيز الفريق ويعمل على تشجيع الابتكار والتغيير الإيجابي. ()

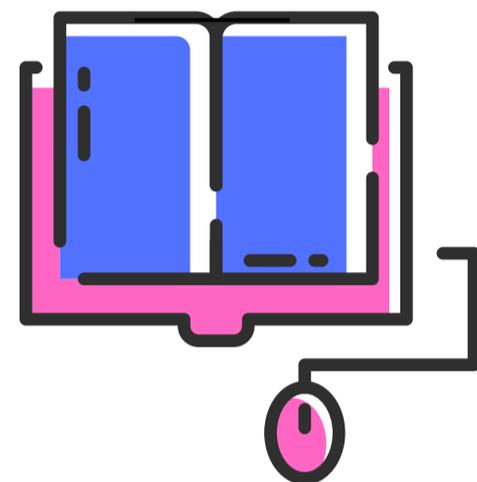
رتب القائمة (أ) مع (ب) في (ج)

الارقام	القائمة أ	القائمة ب	القائمة ج
١.	القيادة التوجيهية	يقوم القائد ذوالكاريزمية بجذب وإلهام الآخرين من خلال شخصيته القوية وقدرته على تحفيزهم. يستخدم القائد الكاريزمية الكاريزما والإقناع لتحقيق النجاح وتعزيز الانخراط والالتزام.	

.٢	القيادة الديمقراطية	يقوم القائد بتعديل أسلوبه القيادي بناءً على الوضع واحتياجات الأفراد في الفريق. يستخدم القائد الوضعية المناسبة لكل فرد أو مجموعة بناءً على مستوى مهاراتهم وثقتهم. يتحول القائد بين أساليب القيادة المختلفة حسب تطور الفريق والمواقف المحيطة.
.٣	القيادة التمكينية	يشارك القائد في عملية اتخاذ القرارات ويستشير أعضاء الفريق. يتمتع الأعضاء بحرية في التعبير عن آرائهم ومشاركة أفكارهم. يستخدم هذا الأسلوب لتعزيز التفاعل والتعاون وتعزيز الشعور بالانتماء والمشاركة.
.٤	القيادة الشخصية	يهدف هذا الأسلوب إلى تمكين الأفراد ومنحهم صلاحيات ومسؤوليات أكبر في اتخاذ القرارات وتنفيذ المهام. يعتمد القائد على توجيه ودعم الأعضاء وتشجيعهم على تطوير قدراتهم. يستخدم هذا الأسلوب لتعزيز الثقة والإبداع وتحفيز الأفراد لتحقيق أقصى إمكاناتهم.
.٥	القيادة الوضعية	تعتمد هذه الأسلوب على توجيه وتحديد المهام وتوزيع الأدوار بوضوح. يتولى القائد دوراً نشطاً في اتخاذ القرارات وتحديد الخطوات الواجب اتخاذها. يستخدم هذا الأسلوب عندما يكون هناك حاجة لتوجيه وتوحيد الجهود وتحقيق الهدف بسرعة.

تم تحميل ورفع المادة على منصة

المعلم التعليمي



للعودة الى الموقع اكتب في بحث جوجل



المعلم التعليمي



ALMUALM.COM



انضم الى قناة المنهج السوداني على التليجرام

T.ME/ALMANHJ_S