

الفصل الأول: المفاهيم الأساسية لريادة الأعمال

أولاً: تعريف ريادة الأعمال وموضوع دراستها
يعنى امتلاك شخص فكرة إبداعية يستطيع أن يحولها إلى منتج أو خدمة مبتكرة وذات قيمة للناس، ويستطيع بحسن إدارتها الوصول بها الى أعلى المراتب، وتحقيق جميع اشباعاته الوظيفية والمادية.
عملية إيجاد شيء مبدع أو مُبتكر له قيمة ويمثل فرصة بها مخاطرة من خلال حسن استغلال الموارد المتاحة بشكل يحافظ على استدامتها بهدف تحقيق مكاسب مادية ومعنوية على المدى الطويل لمنظمه قائمة أو جديدة

الريادى هو " الشخص الذى يبدأ بلا شىء تقريبا، يؤسس كيان عمل أو كيان مشروع جديد، ويديره باحتراف، مع تحملة للمخاطر المرتبطة به بهدف تحقيق الربح والنمو" تعريف رائد الأعمال بأنه: "كل من يستطيع تحمل مخاطرة المغامرة بفكرة جديدة إذا توفرت فرصة كبيرة لتحقيق الأرباح".

ثانياً: عملية ريادة الأعمال
هذه العملية تتضمن ستة مكونات رئيسية وهى:

١ - عملية الإبداع creativity: بمعنى إيجاد فكرة جديدة تماما ومبتكرة وفريدة لها قيمة لكل من سيستخدمها.

٢ - تكريس وبذل كل الجهد والوقت اللازمين لتحويل الفكرة الجديدة والمبتكرة إلى منتج جديد أو خدمة جديدة.

٣ - الحصول على الناتج أو العائد (كلما كانت الفكرة مبدعة، حصل رائد الأعمال على العائد المادى والمعنوى الذى يريده وأكثر) ويتمثل فى:

الاستقلالية.	العائد المادى
الإشباع والرضا الذاتى الشخصى.	

٤ - تحمل المخاطر وعدم اليقين الخاص بالنواحي المالية والاجتماعية والجسمانية.

٥ - إعداد خطة استراتيجية متكاملة لإنجاح المنتج أو الخدمة.

٦ - إدارة المشروع من خلال تحديد نموذج الإدارة والقيادة المطلوبة لإنجاح المشروع.

وعلى ذلك، فإن الفكرة الإبداعية المتميزة هى جوهر عملية الريادة.

ورواد الأعمال يستلهمون أفكارهم من خلال انغماسهم وتفاعلهم مع بيئتهم ومع من حولهم، وانفتاحهم على الحياة، وتستثيرهم العوائق والمشاكل التى تواجه مجتمعاتهم ليروا من خلالها فرصاً ريادية تحقق طموحاتهم. والأفكار الريادية موجودة دائماً -ومنذ الأزل - حولنا وفى تعاملاتنا اليومية، لكن لا يلتقطها إلا المبدعون ورواد الأعمال.

ثالثاً: أهمية ريادة الأعمال

- (١) إن لريادة الأعمال أهمية كبيرة فى تطوير مهارات الفرد، ومن خلال الإطلاع على سير رواد الأعمال نجد أنهم تميزوا بما يلى:
- الاستقلالية:
 - فرص التميز:
 - فرصة لتحقيق أقصى الطموحات:
 - فرصة تحقيق أرباح:
 - فرصة للإسهام فى رفاهية المجتمع:
 - خلق فرص عمل أخرى للآخرين:

- (٢) يركز نمو الاقتصاد على مساهمة عملية ريادة الأعمال بجملة من المنافع للاقتصاد القومى أهمها:
- خلق الثروة من خلال توفير منتجات (سلع وخدمات متفرقة ، ومن ثم توسع ونمو المنظمات، وتطوير المناطق التى توجد فيها).
 - إيجاد أعمال وأنشطة اقتصادية جديدة، توفر فرص عمل، وتفتح أسواقاً جديدة.
 - تحسين الدخل الوطنى وحجم التصدير عن طريق معدل نمو اقتصادى مرتفع.
 - تفعيل عوامل الإنتاج من خلال استثمار القابليات الريادية فى المجتمع.
 - يعتمد مستوى تطور الاقتصاد الوطنى على مستوى الريادية فيه بحيث تكون قادرة على المحافظة على تنافسيات الأعمال.

(٣) محرك ودافع أساسى لتغيير ثقافة المجتمع عن طريق تغيير ثقافة الأعمال

رابعاً: الفرق بين ريادة الأعمال و المشروعات الصغيرة

الفرق	صاحب المشروع الصغير	رائد الأعمال
فكرة المشروع	عادية أو قد تكون مكررة " نسخ ولزق"	جديدة تماما ومبتكرة
القيمة المضافة	بسيطة	عالية جدا
المخاطرة	منخفضة، قد تكون جديدة فى التنفيذ	عالية جدا مقابل الثراء فى الفكرة وفى التنفيذ
الدخل المحقق	تحقيق دخل معقول	تحقيق ثروة
تأثير السلعة أو الخدمة	بسيط على البشرية	ضخم على البشرية
مقدار خلق الثروة	يهدف الى توليد دخل مستمر يرضى صاحبه، ويكون أفضل من الوظيفة	يهدف إلى تحقيق ثروة مستمرة ودائمة يتجاوز مداها الأحلام البسيطة إلى الثراء الكبير.
سرعة بناء الثروة	تبنى الثروة أثناء عمر صاحبها خلال زمن طويل	بينها رائد الأعمال خلال زمن قصير نسبيا (١٠ - ٥) سنوات
الابتكار والإبداع	مشاريع عادية لاتتصف بالإبداع أو الابتكار	تتصف بالإبداع والابتكار بدرجة أعلى من المشروعات الصغيرة
الميزه التنافسية	بسيطة	ميزه تنافسية عالية جدا
مثال	- إنشاء مطعم - مصنع ملابس	- فيسبوك - جوجل
عدد الوظائف التى يخلقها	قليله نسبيا	ضخمة تتجاوز الآلاف
الأثر على الإقتصاد	ضئيل	ضخم جدا
النظر لصاحبه	شخص عادى	بطل

خامساً : أنواع المشروعات الرائدة

(١) القطاع الصناعى

هناك الكثير من الأنشطة الصناعية التى يمكن للفرد المبتدئ إنشاء مشروع ريادي صغير منها: الطباعة، المخبوزات، والعجائن، والحلويات، وإنتاج لعب الأطفال، وإنتاج المخللات والمربات، والأثاث، والملابس بكافة أنواعها (أطفال – رجال – نساء)، والصناعات المغذية للصناعات الكبرى كالسيارات مثلا. فشركة تويوتا للسيارات لا تصنع السيارة، لكنها تعتمد على آلاف من المشروعات الريادية الصغيرة، والتى يتخصص كل منها فى صنع جزء من أجزاء السيارة، وثمة أمثلة أخرى على ذلك كثيرة.

(٢) القطاع التجارى

النوع الثانى من المشروعات الرائدة الصغيرة هو قطاع التجارة والوساطة، سواء تجارة الجملة أو تجارة التجزئة. وتاجر الجملة هو الذى يشتري البضاعة من القطاع الصناعى (السابق الإشارة إليه) ثم يبيعها لتاجر التجزئة. أما تاجر التجزئة فهو، الذى نشترى منه كمستهلكين احتياجاتنا مباشرة، والمثال على ذلك السوبر ماركت، وموزعي السيارات، والصيدليات التى نشترى منها الدواء، ومحلات الأثاث... إلخ. فهى تقوم بالشراء من تاجر الجملة، ثم تبيع لنا هذه المنتجات.

(٣) قطاع الخدمات

وهو القطاع الجديد الجذاب لأصحاب المشروعات الرائدة الصغيرة فى المستقبل والذى تزيد فيه فرص إنشاء المشروعات الصغيرة بسرعة مذهلة. والأمثلة على ذلك، محلات

التنظيف الجاف، ومحلات إصلاح الأحذية، والكوافير، والمطاعم، والتوريد للمشروعات السياحية والبترولية، والبيع والشراء من خلال الإنترنت... الخ. وهذه المشروعات لا تحتاج استثمارات ضخمة إذا ما قورنت مثلاً بمشروعات القطاع الصناعي.

(٤) قطاع المشروعات الإلكترونية

هى المستقبل لرواد الأعمال الذين يمتلكون الأفكار لكن لا يمتلكون المال. فالأفكار هى التى تجلب المال (فقد صمم صاحب موقع Otlob موقعه بنفسه، ثم باع الفكرة بعد أن تحولت إلى مشروع ناجح بمبلغ ١٠٠٠٠٠٠ جنيه، ثم بيعت مؤخراً بمبلغ ٣٠٠ مليون دولار). أما بالنسبة للتجارة الإلكترونية، فهى تحتاج رأس مال ليس بالكبير، وهذا مجال جاذب للدخول فيه لرواد الأعمال خاصة إذا عرفنا أن حجم التجارة الإلكترونية على مستوى العالم بلغت ٣٠٨ ترليون دولار عام ٢٠١٦، وأن أسواق التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط، وشمال أفريقيا، ووسط أوروبا، والهند، تمثل ٢٠٥ في المائة من إنفاق التجارة الإلكترونية العالمي، وتشكل إمكانية هائلة لنمو التجارة الإلكترونية.

سادسا: المعتقدات الخاطئة عن المشروعات الصغيرة بين الشباب المصري

نظرا لأهمية المشروعات الريادية الصغيرة فى اقتصاد الدول بما توفره من منتجات وخدمات مبتكرة، وبما توفرة من فرص عمل، بدأت جميع الدول فى الاهتمام بها، لكن يعترضها مجموعة من المعتقدات الخاطئة والتي يمكن تلخيصها فيما يلي :

(١) الخبرة الفنية أم متطلبات نجاح المشروع الصغير

أظهرت نتائج الدراسة المشار إليها أن ٩١.٧٪ من عينة الدراسة لديها اعتقاد خاطئ مؤداه أن المقدرة الفنية فقط لصاحب المشروع هي أهم متطلبات البدء في المشروع الصغير.

أ- رائد الأعمال: The Entrepreneur

وهو أهم بعد لأنه يعكس الصفات الفريدة التي تجعل صاحب المشروع مختلفاً عن الآخرين. فكل شيء يمثل فرصة له، مهما صغر حجمه.. لديه القدرة على خلق البدائل.

ب- المدير: The Manager

وهو الشخصية العملية، وبدونه لا يوجد تخطيط أو ترتيب أو تنبؤ. وبينما يسعى رائد الأعمال إلى السيطرة، فإن المدير يسعى إلى الترتيب. وبينما يسعى رائد الأعمال إلى التغيير فإن المدير يسعى إلى الاستقرار. فالمدير يرى مشروعه الصغير كبيت يريد أن يعيش فيه للأبد، بينما يبني رائد الأعمال البيت (المشروع) وبمجرد الانتهاء منه يبدأ التخطيط لمشروع جديد. ويخلق المدير عالماً مبنياً على النظام والترتيب، ولكن رائد الأعمال يصنع الأشياء التي يرتبها المدير. ونظراً للفروق الجوهرية في شخصية الاثنين، فإن الصراع بينهما شئ حتمى، ولا يمكن الفكاك منه.

ج- الفني: The Technician

يزداد الأمر صعوبة بوجود البعد الثالث والمتمثل في الفني. فهو الذي يقوم بالعمل بنفسه، ويعتقد أنه لا يوجد من يستطيع أداء العمل بنفس المهارة. يعتبر الأشياء أعمالاً وليست أحلاماً. وهو يعيش في الحاضر، ويجب أن يشعر بالشيء حتى يعمل. ولا يثق الفني فيمن حوله.

الفرق بين الفني والإداري ورائد أعمال

الفني	الإداري	رائد الأعمال
يقوم بالعمل بنفسه.	يدير العمل.	يخلق العمل.
المشروع الصغير عمل يعيش في الحاضر.	المشروع الصغير نظام يعيش في الماضي.	المشروع الصغير حلم. يعيش في المستقبل وله رؤية.
العمل مصدر سعادته.	الترتيب والنظام مصدر سعادته.	السيطرة والقيادة مصدر سعادته.
يكره الغموض وعدم التأكد.	يقترّب من الغموض بحذر وقلق.	يتعامل أفضل مع الغموض.
طريقة واحدة لتأدية العمل.	يرتب البدائل التي يخلقها رائد الأعمال.	يخلق بدائل واحتمالات.
يعمل دائماً.	يرتب وينظم دائماً.	يفكر دائماً.
يدقق النظر.	يتبرم.	يحلم.
المشروع الصغير مصدر الرزق.	المشروع الصغير بيت يعيش فيه للأبد.	المشروع الصغير بيت يبنيه ويخطط لغيره.
بدونه لا يتم العمل.	بدونه لا يوجد مشروع.	بدونه لا يوجد ابتكار.
عمل واحد في وقت واحد.	ترتيب الأعمال المترابطة.	خلق الانسجام من الفوضى.
لا يثق في الذين يعمل معهم.	لا يثق في الأحداث ويعتبرها مشاكل.	ينظر للأحداث على أنها فرص يمكن استغلالها.
التفكير مضيعة للوقت إذا لم يتعلق بأداء العمل.	التفكير يجب أن يركز على حل المشاكل.	التفكير بغرض الابتكار والإبداع. وإطلاق العنان لخياله.
السيطرة على العمل.	السيطرة على النظام.	السيطرة على الأفراد والأحداث.
لا يحب المدير لأنه يعتبره جزءاً من النظام، ولا يحب رائد الأعمال لأن أفكاره صعبة التنفيذ.	لا يحب الفني لأنه لا يحب النظام المفروض عليه، ولا يحب رائد الأعمال لأنه يخلق فوضى يجب ترتيبها.	لا يحب الفني والمدير لأنهما يكرهان التغيير الذي يعيشه، ووقوفهما ضد ابتكاره وخياله.

(٢) حجم المشروع الصغير عائق أمام الابتكار

نسبة كبيرة من الشباب (٧٢.٥٪) يعتقد أن حجم المشروع الصغير يعوق الابتكارات، ويربط الكثيرون بين الحجم والابتكار على أساس أن المشروع الكبير لديه الإمكانيات والموارد التي تمكنه من تجنيد عقول الكثير من العلماء لمساعدتها في الابتكار، كذلك يمكنها تحمل خسائر الفشل.

(٣) عدم القدرة على القيام بالأنشطة التسويقية بسبب قصور الموارد المالية

مما لا شك فيه أن قصور الموارد المالية يعتبر أحد المعوقات الرئيسة التي تقابل صاحب المشروع الصغير، وخاصة عند بدايته. وقد تكون فكرة المشروع مبتكرة، والسلعة أو الخدمة التي يقدمها مطلوبة ولها سوق كافية، ولكن نظراً لقصور الموارد المالية، فإن الجهودات التسويقية المطلوبة لدفع المشروع الصغير خلال خطواته الأولى لا تلقى العناية اللازمة.

الأساليب التسويقية الفعالة التي يمكن استخدامها بواسطة المشروع الصغير

فئة الأسلوب	أمثلة
(١) أساليب يمكن أن يستخدمها البتدئون.	الاسم، والجودة، واللون، والشعار، والتوزيع، والخطة التسويقية، والشخصية، والتسعير، وقائمة عناوين العملاء.
(٢) أساليب غير متعارف عليها كجزء من التسويق.	العبة، وأوراق الكتابة، وشكل الفواتير، والتسويق أثناء انتظار العميل على التليفون، والديكورات، وملابس العاملين.
(٣) أساليب تبدأ كلها بالاتجاهات.	طريقة الرد على التليفون، والترتيب، والابتسام، والسرعة، المتابعة، ووقت الاتصال بالعميل، وطريقة مقابلة وتوديع العملاء، والعلاقات العامة، والحماس والتنافس
(٤) أساليب لا يهتم بها المشروع الصغير غير الناجح	المشاركة البيئية، ونوافذ العرض، والعضوية المهنية، وتدريب رجال البيع. والنشرات الدورية، وتقديم المشروعات للعملاء، والروابط مع الآخرين، وإعلانات الحائط.
(٥) أساليب تيسر الشراء من المشروع الصغير.	ساعات العمل وأيام العمل، والسماح بالائتمان، والكتالوجات، والعينات، والصدق، والعملاء الراضون.
(٦) أساليب غالباً ما يساء استعمالها.	العلامات التجارية، والكلمة المسموعة، والمطبوعات، والعلاقات العامة، وطريقة البيع بالتليفون.
(٧) أساليب تحقق نتائج فورية.	العلامات داخل عروض المتجر، والاشتراك في المعارض التجارية، وعروض المنتجات، والعرض العملي لاستعمال السلعة، والخطابات البريدية المباشرة، ومندوبي البيع.
(٨) أساليب ذات مدة وقوة أكثر (التقليدية).	الإعلان، الشهرة، وإعلانات الجرائد والمجلات والراديو والتلفزيون.

(٤) عدم الحاجة إلى خطة تسويقية في بداية المشروع الصغير

نسبة كبيرة من الشباب (٤٥.٨٪) يرون أهمية وجود الخطة التسويقية منذ بداية المشروع، وتتفق معتقدات الشباب الخاطئة مع الواقع. فبالرغم أن الخطة التسويقية لا تكلف أموالاً نقدية، فإن الكثير من أصحاب المشروعات الصغيرة ليس لديهم خطط تسويقية مكتوبة، ويعتمدون على النصائح المتعارضة من جهات مختلفة لاتخاذ القرارات العفوية اليومية.

(٥) المرأة أقل قدرة من الرجل على إدارة مشروعها الصغير

على الرغم من انتشار هذا الاعتقاد، فلا يوجد دليل علمي على صحته. وقد أظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن (٦٩٪) من المشاركين يعتقدون أن المرأة أقل قدرة من الرجل على إدارة المشروع الصغير. ويبدأ أي مشروع صغير بحلم وقد تختلف أحلام المرأة عن أحلام الرجل ولكن كليهما يحلم. وتاريخ المرأة مع المشروعات الصغيرة تاريخ حافل، ويمثلون ثلث إجمالي المشروعات الصغيرة، ومن المتوقع أن تزداد

هذه الأرقام حيث إن عدد المشروعات الصغيرة التي تقام سنويا بواسطة السيدات تبلغ ضعف العدد المنشأ بواسطة الرجال.

سابعاً: عملية قيادة الأعمال هي علم لا غنى عنه لمن يتمتع بالصفات الريادية

هناك سؤال مهم يطرح نفسه في نهاية هذا الفصل وهو:

هل يولد رجل الأعمال حاملاً جينات قيادة الأعمال؟

أم أن العملية تحتاج إعداداً وتعليماً؟

وهل الموضوع فن أم علم؟ أم كلاهما؟

"إن رائد الأعمال كالطبيب أو المهندس يكون مهيناً لمهنته، ولكنه في نفس الوقت يحتاج الى تعليم وتدريب وإعداد علمي..

والآن يبرز التساؤل: كيف تصبح رائد أعمال محترفاً؟

يقول رائد أعمال آخر "إنني ولدت كرائد أعمال، فلقد بدأت بدون توجيه. وبمرور الوقت أحسست أنني أحتاج لتشكيل مهاراتي بهدوء من خلال مزيج من التعلم التقليدي والخبرة... وكنت أبحث دائماً

في طريقة استخدم فيها تعليمي وخبرتي لخلق مشروع متميز ورائد يحقق تميزاً حقيقياً.

أن تكون رائد أعمال محترفاً هو التزام مختلف عما إذا كنت مجرد صاحب مشروع صغير.

وللاجابة عن السؤال القائل: كيف تصل إلى الكمال في تطوير مهاراتك؟ يجب أحد رواد الأعمال "بالتعلم الدائم، والاقتداء بالنماذج الناجحة، والمشاركة وتبادل الخبرات مع الآخرين من خلال ورش

العمل وبرامج التدريب."