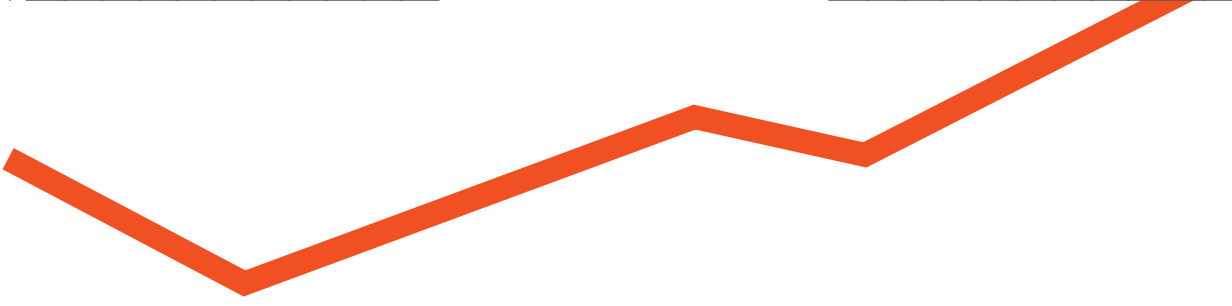




ريادة الأعمال

Entrepreneurship

أ.د. وفاء بنت ناصر المبيريك
أستاذ التسويق وريادة الأعمال
جامعة الملك سعود

أ.د. أحمد بن عبد الرحمن الشميمري
أستاذ التسويق وريادة الأعمال
جامعة الملك سعود



للنشر
العبيكان
Obekan
P u b l i s h i n g

 obeikanpub  obeikan.reader



للحصول على كتبنا الورقية



للحصول على كتبنا الصوتية



للحصول على كتبنا الإلكترونية



ح شركة العبيكان للتعليم، ١٤٤٠هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

الشميمري، أحمد بن عبد الرحمن

ريادة الأعمال / أحمد بن عبد الرحمن

الشميمري؛ وفاء بنت ناصر المبيريك -

الرياض، ١٤٤٠هـ

٤٨٢ ص؛ ١٦,٥ × ٢٤ سم.

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٥٠٩-٢٥٨-٦

١- إدارة الأعمال. أ. المبيريك، وفاء بنت

ناصر (مؤلف مشارك) ب. العنوان

ديوي: ٦٥٨ ١٤٤٠/٥٠٧٧

حقوق الطباعة محفوظة للناس

نشر وتوزيع
العبيكان
Obekan

المملكة العربية السعودية - الرياض

طريق الملك فهد - مقابل برج المملكة

هاتف: +٩٦٦ ١١ ٤٨٠٨٦٥٤، فاكس: +٩٦٦ ١١ ٤٨٠٨٠٩٥

ص.ب: ٦٧٦٢٢ الرياض ١١٥١٧

جميع الحقوق محفوظة. ولا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو نقله في أي شكل أو واسطة، سواء أكانت إلكترونية أو ميكانيكية، بما في ذلك التصوير بالنسخ (فوتوكوبي)، أو التسجيل، أو التخزين والاسترجاع، دون إذن خطي من الناشر.



المحتويات

9	مقدمة الكتاب
---	--------------

الفصل الأول

أساسيات ريادة الأعمال

15	مقدمة
16	تاريخ تطور ريادة الأعمال
24	تعريف ريادة الأعمال
28	ريادة الأعمال المؤسسية
32	ريادة الأعمال الاجتماعية
34	المسؤولية الاجتماعية
38	أسئلة وواجبات
41	مصطلحات
42	مواقع إنترنت

الفصل الثاني

المنظومة البيئية لريادة الأعمال

45	مقدمة
46	منظومة ريادة الأعمال
64	فوائد ريادة الأعمال
66	السلبات والمخاطر المحتملة لريادة الأعمال
69	دور ريادة الأعمال في النمو الاقتصادي
74	أسئلة وواجبات
77	مصطلحات
78	مواقع إنترنت



الفصل الثالث

صفات رائد الأعمال ومهاراته

81	مقدمة
82	صفات رائد الأعمال
92	مدارس صفات رائد الأعمال
102	أخلاقيات رائد الأعمال
110	أسئلة وواجبات
113	مصطلحات
114	مواقع إنترنت

الفصل الرابع

الإبداع والابتكار وريادة الأعمال

117	مقدمة
118	مفهوم الإبداع
121	التفكير والإبداع
124	سمات المبدع
133	عوائق الإبداع
139	الابتكار وريادة الأعمال
142	أنواع الابتكار
144	حقوق الملكية الفكرية
148	الابتكار في عالم الأعمال
160	أسئلة وواجبات
164	مصطلحات
165	مواقع إنترنت

الفصل الخامس

تحويل الأفكار إلى مشاريع

169	مقدمة
170	مصادر الأفكار لإنشاء المشروع
175	مراحل تحويل الفكرة إلى فرصة



185	هل يمكن تطبيق فكرتك؟
189	الخيارات الإستراتيجية لإنشاء المشروع
196	أسئلة وواجبات
199	مصطلحات
200	مواقع إنترنت

الفصل السادس

نموذج الأعمال

203	مقدمة
204	مفهوم نموذج الأعمال
206	أهمية نموذج الأعمال وفوائده
209	تاريخ تطور نموذج الأعمال
215	مكونات نموذج الأعمال
221	ابتكار نموذج الأعمال
236	تطبيقات نموذج الأعمال
242	تقويم نموذج الأعمال
246	أسئلة وواجبات
248	مصطلحات
249	مواقع إنترنت

الفصل السابع

خطة الأعمال

253	مقدمة
254	ما هي خطة الأعمال؟
257	كتابة خطة الأعمال
260	عناصر ومكونات خطة الأعمال
271	الخطة الفاعلة
275	سليبيات خطة الأعمال
280	أسئلة وواجبات
282	مواقع إنترنت



الفصل الثامن

ريادة الأعمال والمنشآت الصغيرة

285	مقدمة
286	مفهوم المنشآت الصغيرة
289	مجالات المشروعات الصغيرة وشكلها القانوني
293	خصائص المنشآت الصغيرة
296	الجهات الداعمة لرواد الأعمال
299	فشل المشروعات الصغيرة
307	كيف يمكن أن تتجنب الفشل؟
312	أسئلة وواجبات
313	مصطلحات
314	مواقع إنترنت

الفصل التاسع

تمويل المشروع

317	مقدمة
318	تقييم الوضع المالي لرائد الأعمال
320	تقدير رأس المال اللازم للمشروع
323	التمويل الأولي (المبدئي)
325	مصادر تمويل رواد الأعمال
338	عوامل اختيار مصدر التمويل المناسب
344	أسئلة وواجبات
347	مصطلحات
348	مواقع إنترنت

الفصل العاشر

فريق الإدارة والمحاسبة

351	مقدمة
352	تكوين فريق العمل وقيادته
356	دور إدارة الموارد البشرية



358	تخطيط الموارد البشرية
361	العمل في القطاع الخاص
366	النظام المحاسبي
369	الحسابات بالمشروع
371	التخطيط والرقابة المحاسبية
387	أسئلة وواجبات
389	مصطلحات
390	مواقع إنترنت

الفصل الحادي عشر

تسويق المشروع

393	مقدمة
394	مفهوم التسويق
396	المزيج التسويقي
402	اختيار موقع المشروع
408	التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي
415	الخطة التسويقية
419	أسئلة وواجبات
422	مصطلحات
423	مواقع إنترنت

الفصل الثاني عشر

الخطة التشغيلية

427	مقدمة
428	لماذا التخطيط للعمل؟
430	متطلبات التخطيط للعمل
432	عناصر الخطة التشغيلية
436	خطوات الخطة التشغيلية
448	إجراءات بدء المشروع
454	أسئلة وواجبات



455	 مصطلحات
456	 مواقع إنترنت
457	 المراجع
462	 المؤلفان في سطور



مقدمة الكتاب Introduction

بدأ التوجه نحو ريادة الأعمال في أوائل القرن الحادي والعشرين، ومنذ ذلك الحين أصبح مستقبل ريادة الأعمال واعدًا للغاية خاصة في ظل انطلاق كثير من المشروعات الريادية في العقدين الماضيين، وقد أشارت الدراسات إلى أن ثمانية وأربعين ممن يؤسسون مشروعاتهم هم من رواد الأعمال الجدد الذين لم يسبق لهم مزاولة أي نشاط على المستوى التجاري، هؤلاء الرياديون يؤدون دورًا كبيرًا في صياغة بيئة الاستثمار، حيث يقدمون خلال استثماراتهم منتجات مبتكرة، وخدمات جديدة، ويمنحون فرصًا للعمل، ويخترقون الأسواق الدولية، وبذلك تتيح هذه المشروعات لأصحابها الفرصة لممارسة ما يحبون، ويبدعون.

وإن كثيرًا من الشركات العالمية الضخمة اتخذت اتجاهًا إلى تصغير حجمها Downsizing من خلال تقليص عدد المديرين والموظفين، وهذا التوجه قد أوجد جيلًا جديدًا من رواد الأعمال بخبرات إدارية مميزة، وشاع مفهوم (الصغير أجمل) Small is Beautiful. هذه الاستثمارات الصغيرة ذات المستويات الإدارية الأقل، شجعت المنافسين نحو الأسواق الجزئية الصغيرة Niche Market، التي يمكنها التحرك بسرعة أكبر لاستغلال الفرصة في السوق، واستخدام التقنية الحديثة لتقديم سلع وخدمات جديدة خلال مدة قصيرة.

ومن جانب آخر يذكر تقرير منظمة اليونسكو حول التوجهات والتطورات المستقبلية للتعليم العالي في أوروبا، أن مفهوم الجامعة الريادية (Entrepreneurial University) بدأ بالتأثير في أوروبا وأمريكا في نهاية التسعينيات الميلادية كنتيجة حتمية لرغبة الجامعات في أن تكون عالية الابتكار والفعالية في إجراءاتها وإدارتها الداخلية وفي الوقت نفسه مشاركة بفعالية في برامج التعاون مع بيئة الأعمال. وهذا التوجه نحو ريادة الأعمال (Entrepreneurship) يأتي متسقًا



ومكملاً لطريق التغيير الثقافي في مؤسسات التعليم، فالأكاديميون مطالبون اليوم بالتحول نحو أسلوب تعليمي يتفاعل بحساسية مع الحالات التطبيقية والعملية، والتحرك كرواد فكريين لتسهيل نقل المعرفة والتقنية والتركيز على الأبحاث ذات الطبيعة التطبيقية المباشرة.

ويُعدّ التوجه نحو التفكير الريادي توجهاً عالمياً في مؤسسات التعليم العام والعالي، ووضعت كل الدول المتقدمة في العالم خططاً تنفيذية متلاحقة لتعزيز تطبيقات الفكر الريادي في مجتمعاتها، وقد أصبحت ريادة الأعمال في العالم ظاهرة واضحة وصلت حدّاً من النضج بحيث انتشرت الجمعيات المهنية والعلمية الكثيرة لريادة الأعمال ورأس المال الجريء، وهناك مجلات عالمية علمية وتقييمية تهتم بهذا العلم، وبدأت تخرج تخصصات فرعية في مجالات معينة لعلم ريادة الأعمال مثل التقنية والاتصالات كما هو الحال في مراكز Stanford University ومراكز MIT، وهناك مراكز ريادة أعمال متخصصة في الطب، وأخرى في الهندسة، وتوجهت الشركات والجمعيات إلى إنشاء مراكز ريادة أعمال متخصصة مثل مراكز ريادة الأعمال للمرأة وأخرى للشباب والمراهقين، ومراكز ريادة أعمال للأطفال، كالذي أنشأته ديزني في أورلاندو.

وانطلاقاً من تعزيز هذا الدور والمساهمة في التعليم والثقيف الريادي أتى تأليف هذا الكتاب كي يكون مقررًا منهجياً ومرجعاً علمياً لتدريس ريادة الأعمال في الجامعات، والكليات، والمعاهد، ومراكز التعليم والتدريب.

ويتميز هذا الكتاب بأنه يجمع ما بين التنظير والتطبيق، فمن الجانب المعرفي، لا بد أن يدرك الدارس بعض الأساسيات لعلم ريادة الأعمال والمفاهيم والمهارات والصفات اللازمة والمتطلبات المصاحبة والخطوات والأسس العلمية لبناء المشروع الصغير، وفي الوقت نفسه من المهم أن يجد بعض الوسائل التعليمية والتمارين والحالات العملية والاختبارات التطبيقية المعينة على ترسيخ المفاهيم وإكساب المهارات والسلوك.

وقد تم تقسيم الكتاب إلى اثني عشر فصلاً ابتداءً من أساسيات ريادة الأعمال ومروراً بالمشروع الصغير وإنشائه، ثم بخطة الأعمال وكيفية إعدادها، وحتى التعرف إلى بيئة العمل الحر، وتضمن كل فصل تجارب حقيقية ناجحة تثير الطريق، وتبعث الأمل لرائد الأعمال، وكذلك مواقع على الإنترنت للرجوع لها في مجال ريادة الأعمال، وتضمن الكتاب مراحل إعداد خطة الأعمال مقسمة على الفصول، ثم وضعت النماذج الكاملة في ملاحق الكتاب، ونُشر ملخص فصول الكتاب وبعض الوسائل التعليمية المساندة له من خلال موقع الإنترنت المخصص لكتب المؤلفين



www.edarah.net للاستفادة عند تدريس الكتاب، أو لكي يستفيد الدارسون والطلاب من الكتاب مباشرة.

وأخيراً، فإننا نشكر كل من أسهم في صدور هذا الكتاب من زملاء ومسؤولين ومراجعين وطلاب دراسات عليا، وكل من أسهم بطريقة مباشرة وبطريقة غير مباشرة في خروج هذا الكتاب، آمليين أن يكون إضافة للمكتبة الإدارية المتخصصة ومساهمة في التحول نحو الفكري الريادي في عالمنا العربي، ونتطلع إلى أن نتواصل مع القراء والمهتمين عبر البريد الإلكتروني، أو موقع الكتاب حول الملاحظات والمقترحات التي يمكن من خلالها أن نحسن الكتاب، ونطوره في طبعاته القادمة بإذن الله، سائلين المولى أن ينفعنا بما فيه، وأن يجعله عملاً مقبولاً مأجوراً.

عن المؤلفين

أ. د. أحمد بن عبد الرحمن الشميمري

أستاذ التسويق وريادة الأعمال

جامعة الملك سعود

alshum@yahoo.com alshum@ksu.edu.sa