



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
فرقة البحث: المشكلات المدرسية والمهنية وسبل حلها
مخبر الدراسات الأنثروبولوجية والمشكلات الاجتماعية
بالشراكة مع:
دار علوم الإنسان والمجتمع.

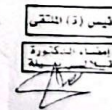
بسم الله الرحمن الرحيم

يشهد كل من عميد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، ورئيس الملتقى الوطني
حول التمكين المقاولاتي للأسر المنتجة بأن الأستاذ(ة):
د/ بن زطة بلدية من : جامعة محمد بوضياف المسيلة
قد شارك(ت): في الملتقى المنعقد بتاريخ 05 ماي 2025 بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
بجامعة محمد بوضياف - المسيلة بمداخلة عنوانها:
كيف تبدأ مشروعك المقاولاتي؟ من الفكرة إلى التنفيذ

عميد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



رئيس الملتقى



عنوان مداخلة :

كيف تبدأ مشروعك المقاوالاتي ؟ من الفكرة الى التنفيذ.

من اعداد

الدكتورة : بن زطة بلدية

ملخص :

تناولت هذه المداخلة مسار إنشاء مشروع مقاوالاتي انطلاقاً من فكرة بسيطة إلى غاية تنفيذه على أرض الواقع. تم التطرق أولاً إلى أهمية المقاوالاتية كخيار استراتيجي للشباب في ظل التحولات الاقتصادية، ثم تم شرح كيفية توليد فكرة مشروع انطلاقاً من حاجة أو مشكلة حقيقية في السوق. تطرقت المداخلة إلى أدوات تحليل البيئة الخارجية (PESTEL) والداخلية (SWOT) ، ثم انتقلت إلى تحويل الفكرة إلى نموذج عمل باستخدام أدوات مثل Lean Canvas و Business Model Canvas، مع التركيز على عناصره الأساسية كالقيمة المقترحة، الفئة المستهدفة، القنوات، الإيرادات، التكاليف. وبعدها، تم شرح الخطوات الأساسية لإعداد دراسة جدوى أولية تشمل تحليل السوق والمنافسة، حساب التكاليف والإيرادات المتوقعة، وتحديد الموارد المطلوبة. كما تطرقت المداخلة إلى مصادر التمويل الممكنة (تمويل ذاتي، قروض، دعم الدولة، حاضنات الأعمال)، وكيفية إدارة الموارد المحدودة في المراحل الأولى. تم أيضاً عرض مراحل الانطلاق والتنفيذ العملي، وتنظيم العمل والتسويق وإدارة الزبائن، مع التركيز على أهمية التقييم المرحلي وضبط المسار. وكما لم تغفل المداخلة ذكر التحديات الواقعية، سواء البيروقراطية أو النفسية أو الاجتماعية، والتي قد تعرقل المبادرة المقاوالاتية، وتم تقديم مجموعة من التوصيات العملية لمواجهتها.

الكلمات المفتاحية: المقاوالاتية، فكرة المشروع، نموذج العمل، دراسة الجدوى، تحليل السوق، Lean Canvas، التمويل، التحديات البيروقراطية، الريادة، التمكين الاقتصادي، التنفيذ، التقييم المرحلي، الشباب، الابتكار، دعم المشاريع الناشئة.

Abstract:

This presentation addressed the journey of establishing an entrepreneurial project, starting from a simple idea and progressing to actual implementation on the ground. It began by highlighting entrepreneurship as a strategic option for youth amid ongoing economic transformations. The presentation then explored how to generate a project idea based on a real market need or problem. It introduced tools for analyzing the external environment (PESTEL) and the internal environment (SWOT), before moving on to transforming the idea into a business model using tools such as the Lean Canvas and Business Model Canvas, focusing on core components like value proposition, target segment, channels, revenue streams, and cost structure. Next, it outlined the key steps in

preparing a preliminary feasibility study, including market and competition analysis, estimating costs and expected revenues, and identifying required resources. The presentation also addressed potential funding sources (self-financing, loans, government support, business incubators) and discussed how to manage limited resources in the early stages. It covered the phases of actual launch and implementation, including organizing work, marketing, and customer management, with emphasis on the importance of periodic evaluation and course correction. Finally, the presentation did not overlook real-world challenges—bureaucratic, psychological, or social—that may hinder entrepreneurial initiatives, offering practical recommendations to overcome them.

Keywords: Entrepreneurship, project idea, business model, feasibility study, market analysis, Lean Canvas, funding, bureaucratic challenges, leadership, economic empowerment, implementation, periodic evaluation, youth, innovation, startup support.

مقدمة :

في سياق يتسم بالتقلبات الاقتصادية، والبطالة المتزايدة، والتحول الاجتماعي العميقة، برزت المقاولات كخيار استراتيجي أمام الشباب الباحث عن فرص ذات معنى خارج المسارات التقليدية، فهي ليست فقط بديلاً عن التوظيف الكلاسيكي، بل أداة للتمكين الذاتي وبناء مشاريع تخلق القيمة وتستجيب لحاجات المجتمع. غير أن الانتقال من مجرد فكرة تراود الذهن إلى مشروع فعلي على أرض الواقع، يقتضي أكثر من مجرد الحماس؛ إنه يتطلب رؤية واضحة، فهماً دقيقاً للسوق، تحليلاً للموارد المتاحة، وقدرة على التكيف مع المخاطر والتحديات. ومن هذا المنطلق، تسعى هذه المداخلة إلى تقديم مقارنة عملية تنطلق من فكرة المشروع، مروراً ببناء نموذج العمل ووضع خطة واقعية، وصولاً إلى التنفيذ والتسويق، دون إغفال العراقيل الذهنية، كخوف الفشل والتردد، والعراقيل الإدارية والتنظيمية التي قد تعيق الانطلاقة. ويبقى التساؤل الجوهري الذي يطرأ هذا اللقاء: كيف يمكن تحويل فكرة بسيطة إلى مشروع مقاولاتي قابل للحياة والاستمرارية، في بيئة تتطلب الإبداع والمثابرة والقدرة على تجاوز الإكراهات؟

1 - مفاهيم الأساسية :

تعريف المشروع المقاولاتي:

المشروع المقاولاتي هو مبادرة فردية أو جماعية تهدف إلى خلق نشاط اقتصادي جديد، يقوم على استثمار فكرة مبتكرة أو حاجة غير ملبأة في السوق، ويُنفَّذ من خلال تعبئة الموارد المادية والبشرية لتحقيق قيمة مضافة، سواء عبر إنتاج منتج أو تقديم خدمة، مع تحمّل درجة من المخاطرة، والبحث عن الاستدامة والربح في بيئة تنافسية. لا يقتصر المشروع المقاولاتي على الحجم أو القطاع، بل يتميز أساساً

بروح المبادرة، والاستقلالية، والسعي إلى خلق التغيير والتحكم في المسار الاقتصادي الخاص بصاحبه (صويحة، 2019، ص. 27).

الفرق بين المقاولاتية والتوظيف التقليدي:

- المقاولاتية تقوم على مبدأ الابتكار والمبادرة الشخصية، حيث يسعى الفرد إلى خلق مشروعه الخاص انطلاقاً من فكرة أو فرصة في السوق، ويتحمل تبعات قراراته من حيث الربح أو الخسارة، بينما التوظيف التقليدي يقوم على الالتحاق بمنصب شغل في مؤسسة قائمة، مقابل أجر ثابت، مع احترام هيكل تنظيمي وتسلسل إداري واضح.

- في المقاولاتية، يكون الشخص صاحب القرار، يحدد الأهداف والاستراتيجيات، ويتحمل المخاطر والضغوط، ويعمل على تنمية مشروعه لتحقيق الاستقلال المالي. أما في التوظيف التقليدي، فالعامل يخضع لمهام محددة، ومسؤوليات مفروضة، ويكون الأمان الوظيفي والراتب مضمونين نسبياً، لكنه محدود في المبادرة والتطوير الذاتي خارج إطار المؤسسة.

- وبالتالي، يمكن تلخيص الفرق الجوهرية في أن المقاولاتية تركز على روح المغامرة والابتكار، بينما التوظيف التقليدي يركز على الاستقرار والانضباط التنظيمي (بن عمار، 2021، ص. 45).

2 - من أين تبدأ؟ - توليد الفكرة:

- كيف تولد فكرة مشروع؟

توليد فكرة مشروع لا يعتمد على الإلهام العشوائي، بل على ملاحظة ذكية للواقع، واستيعاب التحولات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية. الفكرة الناجحة غالباً ما تنشأ من تفاعل مباشر مع محيط الفرد، من خلال ملاحظة العادات الاستهلاكية، النقائص، الصعوبات اليومية، أو حتى الاتجاهات الجديدة. يمكن للفكرة أن تولد من تجربة شخصية، من مهنة سابقة، أو حتى من هواية، شريطة أن يكون فيها عنصر قابل للتحويل إلى قيمة سوقية. وتعدّ القراءة، الاحتكاك بالمشاريع الناجحة، والانفتاح على التجارب الخارجية مصادر أساسية لإلهام الفكرة، لكن الحسم لا يكون بالإعجاب وحده، بل بتحليل جدواها الواقعية.

- أهمية ربط الفكرة بمشكلة حقيقية أو حاجة في السوق:

الفكرة في حد ذاتها لا تساوي شيئاً إن لم تُجسّد حلاً لمشكلة واقعية أو لم تُلبّ حاجة غير مشبعة في السوق. السوق لا يشتري “فكرة جميلة”، بل يدفع مقابل “حلّ فعّال”. ولهذا، يجب على المقاول أن يتحقق من أن فكرته مرتبطة بسؤال جوهري: لمن هذا المشروع؟ ما الذي يحله أو يضيفه؟ ولماذا سيدفع الناس مقابلها؟ فربط الفكرة بحاجة فعلية يُمكن من ضمان قاعدة أولى للطلب، وتحديد الزبون المستهدف بدقة. في غياب هذا الرابط، تصبح الفكرة مشروعاً مثالياً في ذهن صاحبها، لكن بدون أي قابلية حقيقية للنجاح في السوق. (بوحمامة، 2020، ص. 33-45)

- أدوات تحليل الاحتياجات والفرص – نموذج PESTEL :

PESTEL هو إطار تحليلي يهدف إلى دراسة البيئة الخارجية التي قد تؤثر على المشروع. يتكوّن من ستة محاور: السياسية (Political)، الاقتصادية (Economic)، الاجتماعية (Social)، التكنولوجية

(Technological)، البيئية (Environmental)، والقانونية (Legal). تحليل هذه الجوانب يساعد المقاول على فهم التغيرات المحيطة، وتحديد التهديدات والفرص. على سبيل المثال، التحولات في القوانين الجبائية أو توجهات المستهلكين نحو المنتجات البيئية تمثل فرصاً مهمة يجب اقتناصها أو تحديات يجب التحسب لها. إن استخدام PESTEL منذ البداية يسمح ببناء مشروع متجذر في الواقع لا في التمنيات.

- أدوات تحليل القدرات والتهديدات – نموذج SWOT :

SWOT هو أداة تحليل داخلي وخارجي تساعد على فهم وضعية المشروع أو صاحبه من خلال أربع زوايا: نقاط القوة (Strengths)، نقاط الضعف (Weaknesses)، الفرص (Opportunities)، والتهديدات (Threats). عبر هذا التحليل، يمكن لصاحب الفكرة أن يقيم إمكانياته الذاتية، مثل المهارات والموارد المتوفرة، مقابل النقائص التي يجب معالجتها، مع مراقبة البيئة لاكتشاف فرص يمكن استغلالها وتهديدات يجب تجنبها. هذا التمرين ليس شكلياً، بل استراتيجي، لأنه يمنح صاحبه وعياً موضوعياً بالمسار الذي ينتظره، ويساعد على اتخاذ قرارات واقعية بخصوص الفكرة وتطويرها (بوحمامة، 2020، ص. 52-60).

3 - تحويل الفكرة إلى نموذج عمل:

بعد توليد الفكرة والتأكد من ارتباطها بحاجة حقيقية في السوق، تأتي مرحلة جوهرية: تحويل الفكرة إلى نموذج عمل. هنا نخرج من مرحلة “الحلم” وندخل في التخطيط الاستراتيجي الواقعي، أي تحديد كيف ستحقق هذه الفكرة قيمة؟ لمن؟ وكيف ستحقق دخلاً مستداماً؟ من أقوى الأدوات لتجسيد ذلك: نموذج Lean Canvas أو Business Model Canvas، وهما إطاران بصريان يساعدان في تلخيص هيكل المشروع في تسعة عناصر مترابطة، تكشف بشكل واضح جدوى الفكرة ومفاتيح نجاحها أو فشلها المحتمل.

- تحديد الفئة المستهدفة :

أي مشروع ناجح يبدأ من فهم دقيق لمن يخاطب؟ لا يمكن بناء مشروع “للجميع” لأن “الجميع” لا يشتري. يجب تحديد الفئة المستهدفة بوضوح: العمر، الجنس، الدخل، الموقع الجغرافي، نمط الحياة، والسلوك الشرائي. هل تستهدف شباب الجامعات؟ أصحاب المشاريع الصغيرة؟ الأمهات العاملات؟ كلما كان الوصف أكثر دقة، كلما أصبحت الرسائل التسويقية والمنتج/الخدمة أكثر ملاءمة. فهم الفئة المستهدفة يسمح أيضاً بتقدير الطلب، والقدرة الشرائية، والكيفية المثلى للوصول إليهم.

- القيمة المقترحة :

القيمة المقترحة هي جوهر المشروع. إنها الجواب على سؤال: ما الذي يقدمه هذا المشروع للناس، ولا يقدمه غيره بنفس الطريقة؟ يمكن أن تكون القيمة في الجودة، السرعة، السعر، الابتكار، التخصيص، الراحة، أو حتى في الجانب الرمزي. مثلاً: مطعم يقدم وجبات صحية سريعة للشباب الرياضيين، أو منصة رقمية توفر دروساً متخصصة لطلبة البكالوريا بطريقة تفاعلية. القيمة المقترحة الجيدة يجب أن تكون واضحة، مقنعة، ومبنية على فهم حقيقي لحاجات الزبائن وألامهم.

- القنوات :

القنوات هي الوسائل التي من خلالها سيتم الوصول إلى الزبون وتسليمه القيمة. وهي تشمل قنوات التوزيع، التسويق، البيع، والدعم. يمكن أن تكون رقمية (موقع إلكتروني، وسائل التواصل، تطبيق)، ميدانية (محل، كشك، نقاط بيع)، أو مشتركة (عبر موزعين). المهم هو أن تكون القنوات متوافقة مع مكان

وجود الزبون المستهدف، وتقدّم له تجربة سلسلة. مثلاً، لا معنى لإطلاق منتج رقمي موجه لكبار السن على منصة TikTok.

- مصادر الإيرادات :

هنا نجيب على السؤال الحاسم: كيف سيجني المشروع المال؟ هل هو بيع مباشر؟ اشتراكات؟ إعلانات؟ ترخيص برمجيات؟ هامش ربح من وساطة؟ هذا العنصر يجب أن يكون مدروساً بدقة ويعتمد على استراتيجية تسعير واضحة تراعي القدرة الشرائية للفئة المستهدفة، وتضمن استدامة المشروع. مشروع بدون مصدر دخل واضح هو مشروع محكوم عليه بالفشل حتى وإن كانت فكرته "رائعة".

- هيكل التكاليف:

كل مشروع يولّد تكاليف تشغيلية، ويجب تحديدها منذ البداية: المواد الأولية، كراء المحل، أجور العمال، الحملات الإعلانية، التكاليف الرقمية (استضافة، برمجة، صيانة)، الضرائب، اللوجستيك، إلخ. معرفة هيكل التكاليف يساعد على احتساب نقطة التعادل (Break-even point)، وتحديد ما إذا كان المشروع قابلاً للربح أم لا. التوازن بين التكاليف والإيرادات هو مفتاح البقاء في السوق، لا مجرد الفكرة. (ماورير، 2021، ص. 41-97)

4 - دراسة الجدوى الأولية:

دراسة الجدوى الأولية هي الخطوة الأولى الحاسمة لتقييم قابلية فكرة المشروع قبل البدء في التنفيذ الفعلي. تتضمن جمع معلومات شاملة عن الجوانب الاقتصادية، الفنية، والتشغيلية للمشروع، مع التركيز على تقييم المخاطر المحتملة والفرص المتاحة. الهدف منها هو التأكد من أن المشروع يمتلك الأسس الكافية للنجاح من حيث الطلب، التكلفة، والإمكانات المالية، مما يساعد المستثمر أو رائد الأعمال على اتخاذ قرار مدروس بشأن الاستثمار. تشمل هذه الدراسة تقييم مدى توافق المشروع مع القوانين واللوائح المحلية، وتحليل بيئة العمل لتجنب المفاجآت التي قد تعرقل التنفيذ لاحقاً. إذن، دراسة الجدوى الأولية ليست مجرد تقدير مالي، بل هي منظومة تحليلية شاملة تساعد في رسم صورة واقعية وعملية عن فرص المشروع ومستوى مخاطره (كرم، 2019، ص. 102-110).

- تحليل السوق والمنافسة:

تحليل السوق هو عملية تفصيلية تهدف إلى فهم الاحتياجات الحقيقية للعملاء، حجم الطلب الحالي والمستقبلي، والتوجهات السوقية التي تؤثر على فرصة نجاح المشروع. يركز التحليل على تحديد الفئات المستهدفة، دراسة سلوك المستهلك، ومستوى الرضا عن المنتجات أو الخدمات الحالية. بالإضافة إلى ذلك، تحليل المنافسة يشكل ركيزة أساسية في هذه المرحلة، حيث يتطلب معرفة عميقة بالمنافسين الموجودين: من هم، ما نقاط قوتهم وضعفهم، استراتيجياتهم التسويقية، ومستوى الأسعار التي يقدمونها. عبر هذا التحليل، يستطيع المشروع تحديد موقعه التنافسي وابتكار عروض قيمة مميزة تلبي فجوات السوق أو تحسن على ما هو موجود، مما يزيد فرص استقطاب العملاء وبناء سمعة قوية (محمد، 2020، ص. 70-78).

- دراسة التكاليف والإيرادات المتوقعة:

هذه الدراسة تفصل جميع النفقات المرتبطة بتأسيس وتشغيل المشروع، حيث تشمل التكاليف الثابتة مثل الإيجار، الرواتب، المعدات، والتكاليف المتغيرة مثل المواد الخام، الطاقة، والنقل. من جهة أخرى، يتم

تقدير الإيرادات المتوقعة بناءً على تحليل السوق وحجم المبيعات المحتملة والأسعار التي يمكن تحقيقها. هذه المعطيات ضرورية لحساب نقطة التعادل التي تمثل الحد الأدنى من المبيعات اللازم لتغطية التكاليف دون خسارة، بالإضافة إلى تحديد هامش الربح الذي يضمن استمرارية المشروع وتوسعه. تقييم دقيق للتكاليف والإيرادات يساعد في وضع خطة مالية واقعية تمكن من متابعة الأداء المالي وتعديل الاستراتيجيات في حال حدوث تغييرات غير متوقعة (العتيبي، 2018، ص. 85-95).

- الموارد المطلوبة (مالية، بشرية، تقنية):

نجاح المشروع يعتمد بشكل كبير على توفر الموارد المناسبة في الوقت المناسب. الموارد المالية تشمل رأس المال اللازم لبدء المشروع وتغطية نفقات التشغيل حتى يصل المشروع إلى مرحلة الربحية. الموارد البشرية تعني اختيار فريق عمل مؤهل يملك المهارات اللازمة لإدارة وتشغيل مختلف أقسام المشروع بكفاءة، سواء في الإنتاج، التسويق، الإدارة أو الدعم الفني. أما الموارد التقنية فتشمل البنية التحتية التكنولوجية الضرورية، مثل الأجهزة، البرمجيات، نظم المعلومات، وأدوات الإنتاج الحديثة التي تعزز من كفاءة العمل وتقلل من الهدر. التوازن بين هذه الموارد وتوجيهها بشكل متناسق يضمن قدرة المشروع على مواجهة التحديات، تحسين الإنتاجية، والتكيف مع المتغيرات السوقية (اليوسف، 2017، ص. 40-50).

5 - التمويل والبدء العملية:

- مصادر التمويل:

مصادر التمويل تمثل العمود الفقري لأي مشروع مقاولاتي، خاصة في بداياته التي غالبًا ما تواجه محدودية مالية. التمويل الذاتي هو الخيار الأول والأكثر شيوعًا، حيث يستخدم رائد الأعمال مدخراته الشخصية أو أصوله لتغطية نفقات البداية، ما يمنحه استقلالية كاملة لكنه يحمل مخاطرة مالية شخصية عالية. القروض البنكية تمثل خيارًا آخر مهمًا، لكنها تتطلب شروطًا صارمة وضمانات، كما تزيد من أعباء الفوائد المالية التي قد تثقل كاهل المشروع في مراحله الأولى. دعم الدولة وحاضنات الأعمال يوفران تمويلًا غير مباشر أو منحًا وقروضًا ميسرة، بالإضافة إلى خدمات استشارية وتدريبية، مما يقلل المخاطر ويعزز فرص النجاح. اختيار المصدر الأنسب يعتمد على طبيعة المشروع، حجمه، ومدى جاهزية رائد الأعمال لتحمل المخاطر المالية.

- إدارة الموارد المحدودة في المراحل الأولى:

في بداية المشروع، غالبًا ما تكون الموارد المالية، البشرية، والتقنية محدودة، ما يتطلب مهارات عالية في الإدارة والتخطيط لضمان الاستخدام الأمثل لها. إدارة الموارد المحدودة تعني التركيز على الأولويات الحقيقية، تقليل الهدر، واعتماد استراتيجيات توفير فعالة مثل توظيف فريق صغير لكنه متعدد المهارات، استخدام التكنولوجيا بشكل ذكي لتعظيم الإنتاجية، والتفاوض على أفضل الصفقات مع الموردين. كذلك، تتطلب هذه المرحلة مرونة في اتخاذ القرار وسرعة في التكيف مع المتغيرات غير المتوقعة، حيث أن إدارة الموارد بفعالية في البداية يمكن أن تؤدي إلى تقليل التكلفة الإجمالية وتعزيز فرص استدامة المشروع في بيئة تنافسية صعبة. (الشريف، 2020، ص. 130-138).

6 - التنفيذ والمتابعة:

- خطوات الانطلاق الفعلية:

الانطلاق الفعلي للمشروع هو المرحلة التي تتحول فيها الأفكار والخطط إلى واقع ملموس على الأرض. تبدأ هذه الخطوة بتجهيز البنية التحتية اللازمة من مقر، معدات، وفريق عمل، ثم تنفيذ خطة العمل التي شملت الإنتاج أو تقديم الخدمة. يتطلب الانطلاق دقة في تنفيذ العمليات المقررة، وضبط الجدول الزمني لتسليم المنتجات أو الخدمات بأعلى جودة ممكنة. كما يجب أن يتضمن التحضير الاستعداد لأي تحديات تقنية أو لوجستية قد تظهر، مع وضع آليات استجابة سريعة لضمان استمرارية العمل دون تعطل (ناصر، 2021، ص. 115-120).

- تنظيم العمل، التسويق، إدارة الزبائن:

تنظيم العمل هو العمود الفقري لتشغيل المشروع بكفاءة، ويتطلب توزيع المهام بوضوح بين أعضاء الفريق وتحديد مسؤوليات كل قسم. التسويق في هذه المرحلة يجب أن يكون مركزاً على بناء حضور قوي في السوق عبر قنوات مناسبة مثل التسويق الرقمي، العلاقات العامة، والعروض الترويجية لجذب العملاء المستهدفين. إدارة الزبائن تتطلب بناء علاقات وثيقة معهم من خلال خدمة ممتازة، التواصل المستمر، والاستجابة السريعة لشكاواهم واحتياجاتهم، ما يعزز الولاء ويحول العملاء إلى سفراء للمشروع (الحسين، 2020، ص. 140-147).

- التقييم المرحلي وضبط المسار:

التقييم المرحلي هو عملية مستمرة لفحص أداء المشروع مقارنة بالأهداف المخططة. يتضمن جمع بيانات دقيقة عن المبيعات، جودة المنتج، رضا العملاء، والمالية، لتحليل نقاط القوة والضعف. بناءً على هذه النتائج، يتم ضبط المسار من خلال تعديل الخطط الاستراتيجية، تحسين العمليات، أو إعادة توزيع الموارد. التقييم المنتظم يساعد في اكتشاف المشكلات مبكراً قبل تفاقمها، ويمكن الفريق من اتخاذ قرارات مبنية على معلومات موضوعية، ما يزيد فرص النجاح والاستدامة في بيئة العمل المتغيرة (الجابري، 2019، ص. 130-135).

7 - الصعوبات والتحديات الواقعية:

- العراقيل البيروقراطية والإدارية:

تواجه المشاريع الناشئة غالباً عقبات بيروقراطية معقدة تشمل تراخيص العمل، التسجيل القانوني، الضرائب، والامتثال للوائح المحلية والدولية. هذه الإجراءات تستنزف وقت رائد الأعمال وموارده المالية، وتخلق تأخيرات قد تعرقل انطلاق المشروع أو نموه. كما أن ضعف الشفافية وعدم وضوح المتطلبات يزيدان من صعوبة التنقل بين المؤسسات الحكومية، ما يرفع من تكاليف التشغيل ويزيد من احتمالية الفشل المبكر. تجاوز هذه العقبات يتطلب معرفة دقيقة بالإجراءات القانونية أو الاستعانة بمستشارين متخصصين لتسهيل الإجراءات.

- الصعوبات الذهنية: الخوف، القلق، العزلة:

جانب نفسي لا يقل خطورة عن التحديات الخارجية، إذ يعاني رائد الأعمال من خوف الفشل والقلق المستمر بشأن المستقبل، مما قد يعيق اتخاذ القرارات الحاسمة أو دفع المشروع إلى الأمام. العزلة الاجتماعية الناتجة عن انشغاله المستمر بالمشروع وعدم وجود شبكة دعم قوية تؤدي إلى تراجع الحافز

والإحساس بالإرهاق. هذه الضغوط النفسية تتطلب وعيًا ذاتيًا عاليًا وإدارة فعالة للتوتر من خلال بناء دعم نفسي، سواء عبر علاقات شخصية قوية أو الاستعانة بمرشدين نفسيين أو مهنيين

- غياب التوجيه أو شبكة الدعم:

غياب المرشدين والخبراء أو شبكة دعم فعالة يشكل عقبة كبيرة في طريق رواد الأعمال، خصوصًا الجدد منهم. فبدون توجيه محترف أو شبكة علاقات قوية، يفقد رائد الأعمال إلى نصائح عملية، تجارب سابقة، وفرص شراكات قد تساعد في تخطي الأزمات، تحسين الأداء، أو فتح أسواق جديدة. هذا النقص يزيد من احتمالية ارتكاب أخطاء مكلفة ويبطئ من وتيرة النمو. بناء شبكة دعم قوية يشمل الانخراط في حاضنات الأعمال، الجمعيات المهنية، والمجتمعات الريادية التي توفر بيئة محفزة ومتبادلة المعرفة. (الربيعي، 2020، ص. 85-92)

8 - توصيات و مقترحات :

- ابدأ بتحديد مشكلة أو حاجة حقيقية في السوق لتولد فكرة مشروع قابلة للحياة وذات جدوى اقتصادية.
- استخدم أدوات تحليل السوق والبيئة (PESTEL) ، (SWOT) لفهم الفرص والتهديدات المحيطة بمشروعك.
- طور نموذج عمل واضح يحدد الفئة المستهدفة، القيمة المقترحة، قنوات التوزيع، مصادر الإيرادات، والتكاليف بدقة.
- قم بإعداد دراسة جدوى أولية شاملة تشمل تحليل السوق، المنافسة، التكاليف، والإيرادات المتوقعة لضمان استدامة المشروع.
- حدد مصادر التمويل الأنسب حسب وضعك، وكن واقعياً في إدارة الموارد المحدودة خلال المراحل الأولى.
- نظم خطوات التنفيذ بشكل واضح، مع التركيز على تنظيم العمل، التسويق الفعّال، وإدارة العملاء لضمان رضاهم واستمرارية المشروع.
- لا تهمل التقييم المرحلي للمشروع لضبط المسار واتخاذ قرارات تصحيحية مبنية على بيانات دقيقة.
- استعد لمواجهة العقبات البيروقراطية والإدارية بتجهيز الوثائق اللازمة والبحث عن الدعم القانوني المناسب.
- اعمل على تعزيز قوتك الذهنية بتقليل الخوف والقلق، وابحث عن شبكة دعم قوية من مرشدين وخبراء لتعزيز ثقتك واتجاهك.
- انخرط في حاضنات الأعمال والجمعيات المهنية لتوسيع شبكة علاقاتك والاستفادة من الخبرات والتوجيهات العملية.

- استثمر في التعلم المستمر لتطوير مهاراتك الإدارية، التسويقية، والمالية، وابقَ مرناً في مواجهة التحديات المتغيرة.

- اعتمد على التخطيط الواقعي والابتكار في الحلول لتفادي الأخطاء المتكررة وزيادة فرص نجاح مشروعك المقاولاتي.

- كن صبوراً ومثابراً، فنجاح المشروع لا يأتي بين ليلة وضحاها، بل هو نتاج جهد مستمر وتطوير متواصل.

الخاتمة :

في ختام هذه المداخلة، يمكن القول إن الدخول إلى عالم المقاولاتية ليس امتيازاً حكراً على فئة دون أخرى، بل هو خيار متاح لكل من يمتلك فكرة نابغة من حاجة حقيقية، ويمتلك الجرأة على تحويلها إلى مشروع ملموس. لقد بيّنا من خلال هذه الرحلة، أن النجاح المقاولاتي لا يُختزل في الإبداع فقط، بل في القدرة على التفكير الإستراتيجي، التخطيط الواقعي، والتفاعل الذكي مع التحديات البنيوية والذهنية. وإن الفكرة لوحدها لا تكفي ما لم تُترجم إلى نموذج عمل واضح، وما لم تُدعم بدراسة جدوى دقيقة، وإرادة تنفيذ صلبة. كما أن غياب التوجيه، أو ضعف الموارد، أو حتى الخوف، لا يجب أن يكون مبرراً للتراجع، بل دافعاً للبحث عن الدعم، تطوير المهارات، والانخراط في شبكات مساندة. ومن هنا، نوجّه دعوة مفتوحة لكل من يحمل فكرة في ذهنه أن لا ينتظر الظروف المثالية، بل يبدأ بما لديه، حيث هو، ويحوّل التحديات إلى محفّزات. لأن عالم المقاولاتية لا ينتظر أحداً، ومن لا يبادر، قد يبقى مجرد متفرج على مشاريع الآخرين وهم يصنعون واقعهم بأيديهم.

المراجع :

- صويحة، عبد الحق (2019). مدخل إلى المقاولاتية: المفاهيم، النماذج، وآليات الدعم. ط.1. دار الوعي، قسنطينة، الجزائر.
- بن عمار، سمير (2021). المقاولاتية بين النظرية والتطبيق. ط.2. دار الإبداع، الجزائر العاصمة، الجزائر.
- بوحمامة، نور الدين (2020). دليل عملي لإنشاء وتسيير المشاريع المقاولاتية: من الفكرة إلى الإنجاز. ط.1. دار الخلدونية، الجزائر العاصمة، الجزائر.
- ماورير، أشلي (2021). نموذج العمل التجاري: دليل عملي لبناء مشروعك الناشئ. ترجمة: عبد السلام رضوان. ط.1، دار كلمات، بيروت، لبنان.
- كرم، سامي (2019). أساسيات دراسة الجدوى للمشاريع الناشئة. ط.2، دار المعرفة، القاهرة، مصر.
- محمد، خالد (2020). تحليل السوق ودراسة المنافسة في المشاريع الصغيرة. ط.1، دار الفكر العربي، الرياض، السعودية.
- العتيبي، ناصر (2018). التخطيط المالي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ط.1، دار الرافين، عمان، الأردن.
- اليوسف، فاطمة (2017). إدارة الموارد في المشاريع الناشئة. ط.1، دار النشر الجامعي، دبي، الإمارات.
- الشريف، خالد (2020). التمويل الريادي وإدارة المشاريع الناشئة. ط.1، دار النهضة، بيروت، لبنان.
- ناصر، ياسر (2021). إدارة المشاريع الصغيرة: من الفكرة إلى التنفيذ. ط.1، دار الكتاب الجامعي، عمان، الأردن.
- الحسين، أحمد (2020). التسويق وإدارة العملاء في المشاريع الناشئة. ط.2، دار النشر الحديث، القاهرة، مصر.
- الجابري، سليمان (2019). التقييم والمتابعة في المشاريع الصغيرة. ط.1، دار الفكر المعاصر، دبي، الإمارات.
- الربيعي، سامي (2020). التحديات البيروقراطية في المشاريع الصغيرة. ط.1، دار الكتاب الاقتصادي، بغداد، العراق.