

# كيف اختار فكرة مشروعى

محمد الجفيري

خبير الابتكار فى القيادة



مترو القادة خط المسافات الطويلة

دار صناع الابداع للانتاج والتوزيع



مركز صناع الابداع  
Create Creativity Center

## فريق عمل الكتاب

فكرة وتأليف

د. محمد الحفيري



هذا الكتاب عمل جماعي، فبالإضافة إلى فكرة الكاتب الأساسية وإسهاماته في التأليف، هناك فريق عمل ساهم في الإعداد والتأليف والإخراج.



فريق البحث والإعداد

أ / سامح زكريا

أ / حسام علام



تدقيق لغوي

أ / حسام علام



فريق التصميم والجغرافيكس

أ / كريم علام

أ / شيما سيد

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا)

[طه: ١١٤]

## جدول المحتويات

١٠	مقدمة:
١٢	المحطة الأولى: تحديد الفكرة
١٣	تمهيد
١٦	أولاً: منابع الأفكار
١٦	معنى الفكرة:
١٦	كيف نوّلد الأفكار؟
١٧	الحاجة طريق للأفكار الجديدة
١٨	في كل مشكلة تكمن فكرة جديدة
١٨	أين تجد الأفكار؟
١٨	القراءة والأفكار
١٩	وقت الأفكار
١٩	التفكير الجماعي وجلسات العصف الذهني

- ٢٠ أهمية المعرفة والشغف والتخصص في الوصول إلى الأفكار
- ٢١ ثانيًا: معايير ومواصفات الأفكار الناجحة
- ٢١ ابحث عن الأفكار الريادية واترك الأفكار التقليدية
- ٢١ ابحث عن الذهب واترك الفضة
- ٢٢ بحاجة لها أم جيدة (Need or Nice)؟
- ٢٣ اختر الفكرة التي تعمل لك وليس التي تعمل عليها
- ٢٥ احرص على أن تكون فكرتك قابلة للنمو
- ٢٥ وقابلة للاستنساخ (إعادة الاستخدام)
- ٢٦ ثالثًا: وسائل مساعدة لتوليد أفكار المشاريع
- ٢٦ البحث في أدلة الصناعات والمشاريع
- ٢٦ الدمج بين فكرتين أو أكثر
- ٢٧ البحث عن استخدامات أخرى
- ٢٧ التفكير بالقلوب

- ٢٧ التأمّل
- ٢٨ النظر من زوايا أخرى
- ٢٨ ماذا لو؟
- ٢٩ رابعًا: دور اكتشاف الذات في الوصول إلى أفكار مناسبة
- ٣٠ ما هي أداة أم بي تي أي لتحديد شخصيتك؟
- ٣١ كيف يتم تحديد نمط شخصيتك طبقاً لـ «MBTI»؟
- ٣٦ المحطة الثانية: تقييم الفكرة
- ٣٧ تمهيد
- ٣٧ تبني فكرة جديدة
- ٣٩ أولاً: أدوات تقييم الأفكار
- ٣٩ القبعات الستة للتفكير
- ٣٩ • القبعة البيضاء
- ٤٠ • القبعة الحمراء

- ٤٠ • القبعة السوداء
- ٤١ • القبعة الصفراء
- ٤١ • القبعة الخضراء
- ٤١ • القبعة الزرقاء
- ٤٢ • أداة بورتير
- ٤٢ • القوة التفاوضية للموردين
- ٤٤ • المنافسة في الصناعة:
- ٤٥ • القوة التفاوضية للمشتريين
- ٤٦ • تهديد البدائل
- ٤٦ • تهديد الدخائل الجديدة
- ٤٧ • أداة بيستل
- ٥٢ • عشرة خطوات عملية لإيجاد أفكار وحلول مبتكرة أثناء الأزمات

- ٥٧ أداة سوات (SWOT)
- ٥٨ اختبار السوق واستراتيجية التجربة والخطأ
- ٦٠ ثانياً: أهمية الاستشارة وآخذ رأي الخبراء
- ٦٠ آخذ رأي الخبراء
- ٦٣ الجودة والإتقان في العمل
- ٦٤ مهارة الإنصات
- ٦٦ ثالثاً: بدء التنفيذ
- ٦٦ تطوير الرؤية (Vision)
- ٦٧ • بيان الرؤية - ورقة عمل
- ٧٢ تطوير الرسالة (Mission)
- ٧٢ • بيان الرسالة - ورقة عمل
- ٧٦ تحديد الأهداف
- ٧٦ • أهمية الأهداف

- ٧٧ • خصائص الأهداف الجيدة (الأهداف الذكية)
- ٧٨ • بيان الهدف - ورقة عمل
- ٨٢ • دراسة الجدوى
- ٨٤ • وختامًا
- ٨٥ • تعريف الكاتب
- ٩٤ • مجموعة صناعات الأبداع
- ٩٦ • مترو القادة



## مقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين رسول رب العالمين، الحمد لله الذي خلق الإنسان وميزه عن باقي المخلوقات بالعقل ورفع منزلته بالعلم «وعلم الإنسان ما لم يعلم»، فالعلم منحة من الله قد منحها للإنسان العاقل، فلا بد على الإنسان أن يشكر الله على نعمه وأن يُطورها في صالح البشرية، فلا يمكن أن يقف عقله عند حد معين، لا بد من التطوير والاختلاف عن الآخرين ووضع بصمة لكل منا، لكي يخرج منا الإبداع.

## أما بعد .....

هل فكرت يوماً ما بشأن مستقبلك؟ هل دارت في رأسك تساؤلات وتداخلت فيها الأفكار؟ هل شعرت بصعوبة في ذلك؟ ترى ماذا كان شعورك حينها؟ هل لجأت لاستشارة من سبقوك؟ وهل نجحت في الوصول إلى ما تطمح إليه؟ ربما نعم وربما لا، من أجل كل هذا،



أنا هنا، أنا معك، نمهد سويًا طريقك نحو تحديد فكرة مشروعك ونخطط معًا لمستقبلك، أنا هنا إلى جانبك لأساعدك، لأنقل لك خبراتي حول كيفية تولّد الأفكار، ولأسهل عليك الاختيار واتخاذ القرار.

ريادة الأعمال الناجحة تبدأ بفكرة مبدعة، والأفكار المبتكرة هي من تصنع رائد الأعمال الناجح، بالطبع هناك مقومات أخرى للنجاح ولكن بدون فكرة ناجحة لن تصل إلى شيء، لذا أقوم في هذا الكتاب بذكر بعض الأساليب التي تساعد في الإتيان بأفكار جيدة، وبعض المعايير التي تساعدك على اختبار فكرتك والحكم عليها بشكل مبدئي.

أسأل الله العظيم أن يجعل كل هذا المجهود شاهداً لنا لا علينا وأن يكون في ميزان حسناتنا جميعاً يوم نلقاه.





# المحطة الأولى تحديد الفكرة

## تهييد

ما هو الفرق بين التاجر ورائد الأعمال؟ التاجر يقوم بشراء وبيع المواد والمنتجات الموجودة فعلياً في الأسواق، فهو يتاجر في المواد والمنتجات، يشتري بسعر معين ثم يبيعها للمستهلكين بسعر أعلى، وهكذا يحقق الأرباح، فهو يعتمد على نموذج تجاري موجود بالفعل وتمت تجربته من قبل العديد من الأشخاص، وفكرة موجودة بالفعل.

أما رائد الأعمال فهو كرائد الفضاء، يحاول دائماً استكشاف مناطق جديدة لم يصل إليها أحد من قبل ولم تكن معروفة في السابق، وهذا هو تماماً ما يقوم به رائد الأعمال، فهو يذهب لأماكن ومناطق جديدة لم تكن موجودة أو معروفة من قبل، ويحاول ابتكار مشروعات جديدة وخلق أسواق جديدة، ومن هنا يتجه إلى أفكار جديدة ومبتكرة.

على سبيل المثال، لتفترض أنك قررت إنشاء صالون حلاقة، هي فكرة معروفة ومعروف متطلباتها، وسيكون من السهل عمل دراسة جدوى واضحة لها، حيث يمكنك تحديد مساحة المحل وعدد كراسي الصالون، ومصاريق الإنشاء، وعدد الموظفين، وعدد ساعات التشغيل، وعدد سكان المنطقة ومن ثم توقعات المبيعات،

فكل الأمور واضحة لأنها مشروع موجود وتم عمله بالسابق من قبل الكثيرين. ولكن ماذا لو قلنا أن فكرتك هي بيع شنطة للأدوات الصحية الرجالية لصالونات الحلاقة، فهي فكرة جديدة ليس لها مثال سابق، ولهذا سيكون هناك العديد من الأسئلة التي تحتاج إلى إجابات، كم نضع ثمنًا لها؟ هل تنجح الفكرة أم لا؟ هل هي فكرة نحن بحاجة لها أم أنها مجرد فكرة جيدة؟ ولن تجد إجابات واضحة لهذه الأسئلة لأن الفكرة جديدة وغير مجربة، ولهذا نسمي مثل هذه الأفكار فكرة ريادية وليست فكرة تجارية

وهناك من يسمى بالرائد الاجتماعي أو الرائد المجتمعي، وهو مصطلح يشير إلى من يقوم بعمل مشاريع خيرية للناس وابتكر أشياء وحلول دون الحصول على مردود مالي مقابلها.

سأعطيك مجموعة من الأمثلة لتأمل الفرق بين ريادة الأعمال والريادة المجتمعية والتجارة.

- عمل مؤسسة تجمع تبرعات للاجئين السوريين في تركيا: هي ريادة مجتمعية،



وذلك لأنه ليس هناك مردود مالي كبير منها، ولا يوجد نموذج أعمال واضح أو طريقة لتوليد المال.

- افتتاح متجر لبيع الهواتف: هي فكرة تجارية لا يوجد بها إبداع، ويمكن عمل دراسة جدوى واضحة لها وتوقع تكاليفها وأرباحها، فهذه تجارة لأنها تتبع نموذج تجاري معروف ومتعارف عليه.

- فتح مخبز بيع كعك من نوع جديد لم يتم عمله في السابق وهذا الكعك به نكهات من الأكلات الشعبية القطرية القديمة: هي فكرة ريادية، لأنها فكرة جديدة، لا نعرف إن كانت ستنجح أم لا، وما إذا كان الناس سيتقبلون هذا المنتج الجديد.

- فتح مصنع يبيع نوع معين من الفستق المخلوط بالعسل: هي فكرة ريادية، ولكن تمر بمراحل، في البداية تكون فكرة ريادية لأننا لا ندرى مدى تقبل الناس لهذا المنتج الجديد، لكن في حالة نجاحها يجب أن تتبع النموذج التجاري وتتحول لمشروع تجاري لكي تنمو، فلذلك الأفكار تنتقل من مرحلة إلى مرحلة، ورواد الأعمال الناجحون هم من يتمكنون من تحويل فكرتهم إلى تجارة قابلة للنمو.



## أولاً: منابع الأفكار

### معنى الفكرة:

الفكرة في أبسط تعريف لها هي كل ما يجول في خاطرك وتتمنى تحقيقه، وهي كل شيء يخطر في بالك وتتساءل لماذا هو غير موجود لدينا؟ وأنت إن طبقت ذلك على كل ما يدور في ذهنك، ستجد حولك العديد من الأفكار التي تصلح لأن تكون بداية لانطلاقك نحو مشروعك.

### كيف نولد الأفكار؟

لتعلم عزيزي أن الأفكار موجودة في كل مكان، فكل شيء حولنا هو في الأساس فكرة، ثيابك فكرة، ساعتك فكرة، جوالك فكرة، سيارتك فكرة، المباني فكرة، الطائرات فكرة، أجهزة التكييف، التلفزيون، الكهرباء، الكمبيوتر، الإنترنت، الاتصالات، كل شيء، كل شيء كان في الأساس فكرة، لكن السبب الأساسي في وجودها هو أن أصحاب تلك الأفكار قرروا الالتزام بنجاح أفكارهم والعمل على خروجها إلى النور من أجل إسعاد البشرية وتسهيل سبل الحياة.

أصحاب تلك الأفكار آمنوا بأفكارهم، لم يتشتتوا ولم يياسوا، وتحذوا الصعوبات التي اعترضت طريقهم، وصمموا على أن يصبحوا رقم واحد في مجالهم، هم لم يقبلوا يوماً بأن يكونوا رقم اثنين، وكانت لديهم القناعة دومًا بأن يكونوا أول من ابتكر تلك الأفكار، ولهذا عملوا على إنجاحها بكل ما آتاهم الله من قوة وعزيمة، وأنت أيضًا تستحق ذلك، أنت أيضًا لا بد لك أن تصبح رائدًا في مجالك، وأن تتخذ الابتكار جناحًا يمنحك القوة والثقة والاطمئنان خلال تحليقك بمشروعك في عنان السماء.

## الحاجة طريق للأفكار الجديدة

الحاجة أم الاختراع، مقولة لا زال الناس يرددونها حتى يومنا هذا، وأنا أراها لا تزال أول وأسهل طريقة للبحث عن الأفكار، ابحث دومًا عن الحاجات، استكشف مواطن النقص، واعكف على دراسة المشاكل والوقوف حول أسبابها ومن ثم حاول ابتكار حلول لها، فواحدة من أنجح الطرق التي تساعدك في العثور على الأفكار، هي البحث عن الأماكن التي تكثر فيها علامات الاستفهام، وكن على يقين أنك كلما بحثت أكثر، كلما فكرت أكثر، وكلما سنحت لك فرص للابتكار والإبداع أكثر وأكثر.

## في كل مشكلة نكمن فكرة جديدة

إن كنت تريد الوصول إلى فكرة جديدة ابحث عن المشكلات التي تحتاج إلى حل، ففي قلب كل مشكلة تكمن فكرة جديدة مبدعة لم تخطر على بال أحد من قبل.

### أين نجد الأفكار؟

الأفكار موجودة في كل ما يحيط بنا، وفي كل يوم نسمع عن أشخاص ابتكروا أشياء جديدة، أو خرجوا علينا بأفكار جديدة، بعضها مر ببالنا والبعض لم يُجلِّ بخاطرنا، وهناك أفكار نتوقع لها النجاح ولا تنجح، وهناك أفكار لا نتصور نجاحها ونفاجأ بتألقها في عالم الأفكار، كما أن بعض هذه الأفكار يناسبنا والبعض الآخر نستغربه.

### القراءة والأفكار

القراءة والاطلاع الدائم هي من الأمور التي تساعد كثيرًا على إيجاد الأفكار الجديدة، فالقراءة تساهم في توسيع مداركك وتنمية حث الإبداع لديك،



كما أنها تزيد معارفك، فالقراءة هي رحلة في عقول الآخرين وتجاربهم وخبراتهم، رحلة ستضيء لك عقلك، وتساعدك على الإتيان بأفكار جديدة.

## وقت الأفكار

من الأمور التي تساعد بشكل كبير في الإتيان بأفكار مبدعة هو تخصيص وقت للجلوس والتفكير في أفكار جديدة، وهذا الأمر هو سمة مشتركة بين الكثير من الناجحين، حيث تجدهم يخصصون ساعة على الأقل أسبوعياً للجلوس والتفكير بهدوء في أفكار جديدة، ويسمون هذا الوقت بوقت الأفكار.

## التفكير الجماعي وجلسات العصف الذهني

يساهم التفكير الجماعي وجلسات العصف الذهني في الوصول إلى أفضل النتائج الممكنة، سواء فيما يتعلق بمحاولة الإتيان بفكرة جديدة مبدعة، أو محاولة تطوير فكرة ما وبلورتها وصياغتها، وذلك لأن التفكير الجماعي بما فيه من مناقشات وتجاذب أفكار وحماس ومجهود مضاعف يؤدي إلى حالة من الغزارة في توليد الأفكار المبدعة وتنفيذها وتنقيحها وتطويرها.

## أهمية المعرفة والشغف والنخس في الوصول إلى الأفكار

كلما ازدادت معرفتك بمجال ما، كلما زادت قدرتك على الإتيان بأفكار مبتكرة تتعلق به، وكلما كنت على دراية عميقة بالتفاصيل كلما زادت معرفتك بالثغرات والمشكلات، ومن ثم كانت قدرتك على الإتيان بأفكار جديدة لسد الثغرات ومعالجة المشكلات أكبر.



## ابحث عن الأفكار الريادية وانرك الأفكار التقليدية

الريادة بشكل عام هي خوض طريق جديد لم يسبق لأحد خوضه من قبل، وريادة الأفكار من الأمور التي تمنح المشاريع تميزًا وإثارة، فأنت لا تعلم حقًا إن كانت ستنجح أم لا لأنه لم يسبقك إليها أحد، لكن كن على يقين أنها إن نجحت ستصير رائدة في مجالها وستدر عليك مكاسب خيالية، ويزداد الإقبال عليها وتنمو نموًا سريعًا وهذا تحديدًا ما يبحث عنه الممولون والمستثمرون.

## ابحث عن الذهب وانرك الفضة

من الأفكار ما هو ذهب ومنها ما هو فضة، وأنا دائما أتذكر أمرًا ربما يكون مفيدًا لك، وهو أن العديد من الشباب كانوا يأتونني بأفكار رائعة لمشاريع واعدة، أفكار كنت أراها فرصًا فضية ينبغي اقتناصها ولا يجب تفويتها، ومع ذلك كنت أراها غير مناسبة لي واضطر للاعتذار لهم عن تبنيها، هل تعلم لماذا؟ لأنني لو ذهبت وراء الفضة سوف أترك الذهب، فأنا قد حددت هدفي وبت أراه رأي العين وقررت الالتزام به، فلماذا إذن أشقت نفسي وأبعثت مجهوداتي؟!

## بحاجة لها أم جيدة (Need or Nice)؟

لا عجب أن هناك العديد والعديد من الأفكار، فهل فكرت يوماً لماذا ينجح بعضها في صناعة الفارق وإحداث ثورة هائلة وتغيير جذري في الحياة، بينما قد يفشل البعض الآخر في تحقيق نفس النجاح وربما يفشل ويموت؟ السر مرة أخرى في الحاجة للفكرة، هل الناس بحاجة ماسة لتلك الفكرة ولتحويلها إلى واقع أم أنها مجرد فكرة جيدة لكننا قد لا نحتاجها على الأقل في الوقت الراهن؟

دعني أوضح لك ما أعنيه، أنت إن أصبت بمرض نادر وعرض عليك أحدهم دواء مخبراً إياك أنه العلاج الوحيد الذي يمكنه إنقاذك، بالتأكيد أنك لن تتردد في شرائه وإن كلفك ذلك كل ما تملكه من أموال، لماذا؟ لأنك بحاجة ماسة له، بينما إن اقترح عليك أحدهم فكرة حول ابتكار منظم لجرعات الدواء التي تأخذها على مدار يومك، ستعجبك الفكرة وتراها جيدة لكن قد لا تتحمس لها حينها ولا للحصول عليها أو لربما تؤجل التفكير بشأنها لاحقاً، وهذا هو الفرق بين الفكرتين.



فهناك أفكار يتم تصنيفها على أننا بحاجة ماسة لنا، فهي أفكار مهمة جدًا وستقبلها المؤسسة أو الجهة التي تعمل بها أو الشخص الذي توجه فكرتك له بسرعة وسيسعون للحصول عليها بأي سعر وفي أسرع وقت، أما الأفكار التي من الجيد الحصول عليها فهي أفكار قد تساعد أو ربما تكون مناسبة للمزيد من الرفاهية أو الكماليات لبعض المجتمعات أو بعض الأفراد، فقد لا تكون أفكارًا مناسبة، فلذلك يجب أن تحدد فكرتك، وتكتشف هل هي فكرة أساسية لها حاجة أم أنها فكرة ثانوية يمكن الاستفادة منها ويمكن وضعها أو طرحها أي وقت لأنها من الجيد الحصول عليها.

### اختر الفكرة النجي نعمل لك وليس النجي نعمل عليها

في بادئ الأمر يتوجب عليك معرفة أن الأفكار نوعان، هناك أفكار ستساعدك على زيادة دخلك كلما عملت عليها، وهذه نسميها أفكارًا ذات مردود نشيط (Active)، وهذه كلما عملت عليها بصورة أكبر، كلما حصلت على أجر أكبر، أما النوع الثاني، فهي الأفكار التي لا تعمل عليها (Passive)، أو بمعنى أدق، أنت سوف تعمل عليها مرة واحدة، ولكنك ستظل توجر عنها كلما استخدمها أحدهم.

ولتوضيح الأمر بشكل أكبر، دعني أضرب لك مثالاً:

أنت إن قمت بحفر بئر، فكم مرة تعمل على حفره؟ بالطبع مرة واحدة، لكن كلما شرب منه أحد، فإنك تؤجر عن ذلك، وأنت إن قمت بتسجيل فيديو تعليمي للناس، كم مرة تعمل عليه؟ مرة واحدة أيضًا، ومع ذلك فإنك تؤجر عنه كلما شاهده أحد واستفاد منه، وهذا تمامًا ما حدثنا عنه رسولنا العظيم عليه أفضل الصلاة والسلام حينما قال: «إذا مات ابن آدم انقطع عمله إلا من ثلاث» وذكر من بين تلك الثلاث الصدقة الجارية، فحفرك البئر هو صدقة جارية، وتسجيلك الفيديو هو صدقة جارية، كلاهما تؤجر عنده كلما استخدمه الناس واستفادوا منه.

وهذه الصدقات الجارية هي ما نسميه نحن «الأصول» ويُقصد بها أي شيء يكسبك مالاً أو مردوداً دون أن تعمل عليه، ونصنفه ضمن الأفكار الـ (Passive) أي التي لا نعمل عليها، وفي هذا الخصوص ولزيت من المعرفة حول هذا الأمر، أنصحك بقراءة كتابي «الصديق الكبير» «والاستثمار الإلكتروني»، حيث سيساعدانك على معرفة أنواع الأفكار وتطبيقها على مختلف المشاريع.



## احرص على أن تكون فكرتك قابلة للنمو

هي واحدة من أهم مواصفات الفكرة الناجحة، لماذا؟ لأن التجار والممولون يبحثون دائماً عن الأفكار التي تحقق نمواً سريعاً ويتهافتون على تمويلها والدخول بشراكات فيها، بل وفوق ذلك، فقد يدفعون نسباً مقابل إشراكهم في المشاريع التي تحتوي أفكاراً قابلة للنمو.

## وقابلة للاستنساخ (إعادة الاستخدام)

من أنجح الأفكار التجارية، هي تلك الأفكار القابلة للاستنساخ وإعادة الاستخدام، فعلى سبيل المثال، إن كنت تمتلك مطعمًا، فإنه سيدير عليك مالا بمقدار معين، ولكن إن قمت بإعادة استنساخ الفكرة وقمت بافتتاح عدة مطاعم أخرى في عدة مناطق مختلفة سوف يكبر دخلك، ولو توسعت حول العالم، فصررت تمتلك سلسلة مطاعم، فمن المؤكد أن دخلك سيزداد أكثر فأكثر.



٣

**ثالثاً: وسائل مساعدة  
لتوليد أفكار المشاريع**

## البحث في أدلة الصناعات والمشاريع

أدلة الصناعات والمشاريع يوجد بها كافة تفاصيل كل مجال من المجالات من الألف إلى الياء، وهو أمر يساعد على فهم كافة عناصر مجال معين مثل الموارد وسلسلة التشغيل والمشكلات والثغرات والحاجات وغير ذلك وهو ما قد يقود إلى فكرة جديدة مبتكرة.

## الدمج بين فكرتين أو أكثر

أحياناً يؤدي الدمج بين الأفكار أو المنتجات إلى أفكار منتجات ريادة جديدة، فعلى سبيل المثال يؤدي الدمج بين السيارة والقارب إلى فكرة السيارة البرمائية وهي فكرة تم تطبيقها بالفعل، وهناك أفكار كثيرة من هذا القبيل مثل الساعة الذكية، والدراجة البخارية، وغير ذلك الكثير.



## البحث عن استخدامات أخرى

فكر في استخدامات أخرى للأشياء الموجودة بالفعل، فهذا قد يكون مصدر للإتيان بفكرة منتج جديد، فمثلاً القلم غرضه الأصلي الكتابة، ولكن مع مرور الوقت أصبح له استخدامات أخرى، مثل استخدامه كختم خاص للتوقيع.

## التفكير بالمقلوب

قلب الأمور الموجودة في الحياة يؤدي أحياناً إلى أفكار مشاريع جديدة مبدعة، فمثلاً في الطبيعي الطلاب يذهبون إلى المدرسة، ولكن لو قمنا بقلب هذه الجملة تكون المدرسة تأتي إلى الطلاب، ومن هنا جاءت فكرة الدراسة على شبكة الإنترنت وبالمراسلة.

## التأمل

يساعد التأمل بتمعن في كل ما حولك على الإتيان بأفكار جديدة، امشي في مكان لم تذهب إليه من قبل، أو زر بلد لم تزرها من قبل، وتأمل جيداً في ما حولك وتساءل عن أسباب الأشياء، كل ذلك سيؤدي حتماً إلى أفكار جديدة.

## النظر من زوايا أخرى

أنظر إلى المشكلات من زوايا أخرى ولا تحصر تفكيرك فيما تراه فقط، فكل اختراع مفيد كان مصدره شخص حاول النظر للمشكلة من زاوية أخرى.

### ماذا لو؟

قل لنفسك «ماذا لم كان كذا؟»، وافترض أشياء جديدة، فهي طريقة جيدة للإتيان بالأفكار.



## ٤

رابعاً: دور اكتشاف الذات  
في الوصول إلى أفكار  
مناسبة

تختلف سمات البشر، وقد أراد الله سبحانه وتعالى لنا الاختلاف، فلم يخلقنا متطابقين، بل أراد لنا الاختلاف والتنوع، وقد صرح الله سبحانه وتعالى بهذا الاختلاف في كتابه الحكيم:

[لَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَا يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ] [هود- ١١٨]

تختلف طبائع البشر إذن؛ وهذا الاختلاف ضروري جداً لاستمرار الحياة، فلكل منا دور في الحياة، وهذه الأدوار المختلفة تحتاج سمات وخصائص شخصية مختلفة بطبيعة الحال، ولا يمكن لأحد الجزم بمعرفته وقدرته على التواصل مع جميع أنماط البشر، فقد يجد أحدهنا صعوبة في التعامل مع من يختلفون عنه في السمات والخصائص الشخصية، وقد تحتاج الوظائف المختلفة أشخاص ذوي طبائع مختلفة، فهناك وظائف تحتاج سمات قيادية، وهناك وظائف تتطلب قدرة في التواصل مع الناس، وهناك وظائف تتطلب قدر كبير من الذكاء وقدرة عالية على التركيز، وهناك وظائف تتطلب قدرة على الحسم واتخاذ القرارات، وهكذا.

من هنا جاءت الحاجة لتطوير معايير واضحة يمكن من خلالها الحكم على الأنماط المختلفة لشخصيات البشر، وقد حاول العديد من العلماء عبر السنوات تطوير أدوات ومعايير يمكن من خلالها تحديد الأنماط المختلفة لشخصيات البشر، ومن النظريات التي تم تطويرها هي نظرية MBTI.

## ما هي أداة أم بي جي لأي تحديد شخصيتك؟

هي واحدة من أفضل أدوات تحليل الشخصية التي تساعدك على فهم ذاتك والتعرف نقاط قوتك وضعفك وهواياتك وكيفية اختيار مشروعك بناء على شخصيتك واهتماماتك، فقد تكون من المهتمين بالألعاب وتقضي بها معظم وقتك، فلماذا لا تتكر لنفسك شركة ألعاب؟ وقد تكون مولعًا بالأخبار، فلماذا لا تفتح لنفسك قناة إخبارية؟

وقد سبق لي أن قدمت دورة تعليمية ومجموعة من الكتب حول هذه الأداة بشكل بسيط وسهل حيث يمكنكم الرجوع إليها ضمن المواد التعليمية على الموقع الخاص بي، ولكننا سنعطي نبذة مختصرة عن تلك الأداة في هذا القسم.

## كيف ينم نحدو نمط شخصلنك طبقا لـ «MBTI»؟

وفقاً للنظرية هناك ١٦ نمط للشخصيات البشرية، ويتم تحديد الأنماط بناءً على أربعة معايير تقييم، هذه المعايير قد تم اختيارها بناءً على جوانب الشخصية الإنسانية وهي كالآتي

– معيار العقل: الشخصية الاجتماعية والشخصية المنفردة.. Mind: Introverted vs. Extraverted

– معيار الطاقة: الشخصية المحددة والشخصية العامة. Energy: Intuitive vs. Observant

– معيار الطبيعة: الشخصية العقلانية

والشخصية العاطفية. Nature: thinking vs. Feeling

– معيار التكتيك: الشخصية الحازمة

والشخصية المرنة. Tactics: judging vs. prospecting

– معيار التكتيك: الشخصية الحازمة

والشخصية المرنة. Tactics: judging vs. prospecting

يتم التعبير عن كل نمط من أنماط



الشخصية الستة عشر طبقاً للنظرية باختصار أو كود مكون من أربعة أحرف، فلو أنك أجريت اختبار تحديد الشخصية وفقاً لمعايير MBTI، فإنك بالطبع ستسأل ماذا تعني هذه الحروف الأربعة؟

يتكون كل نمط من أنماط الشخصية الستة عشر من أربعة حروف ك (INTJ) ENFP أو (ESTJ) يُعبّر كل حرف منها عن سمة محددة في شخصيتك من خلال المعيار الذي تم استخدامه لتحديد هذه الصفة. لنأخذ نمط معين كمثال وليكن نمط (INTJ)، وهو من الأنماط التي تنتمي للفئة القيادية الأولى وهي فئة المحللين أو فئة القيادة بالتحليل.

- وكما قلنا سابقاً فإن المعايير الأربعة التي يتحدد نمط الشخصية من خلالها هي:

- المعيار الأول: يحدد كونك



شخص منفرد I أم شخص اجتماعي E

- المعيار الثاني: يحدد كونك شخص يهتم بالنظرة العامة الشمولية للأمر (عام)  
N أم شخص يهتم بالتفاصيل (محدد) S

- المعيار الثالث يحدد كونك شخص عاطفي F أم شخص عقلائي T

- المعيار الرابع يحدد كونك شخص حازم J أم شخص مرن P

### إذن؛

- طبقاً للمعيار الأول نجد أن أصحاب نمط (INTJ) هم أشخاص منفردون I

- وطبقاً للمعيار الثاني نجد أنهم يهتمون بالنظرة العامة الشمولية للأمر N

- وطبقاً للمعيار الثالث نجد أنهم أشخاص عقلائيون T

- وطبقاً للمعيار الرابع نجد أنهم أشخاص حازمون J

ويتم تحديد نمطك من خلال اختبار تحديد الشخصية الخاص بأداة إم بي تي أي  
بالشكل التالي:

- تُحدد إجاباتك على أسئلة المجموعة الأولى أي جانب من جانبي المعيار الأول هو  
الغالب لديك، وبذلك تتمكن من معرفة الحرف الأول من شخصيتك.

- تُحدّد إجاباتك على أسئلة المجموعة الثانية أي جانب من جانبي المعيار الثاني هو الغالب لديك، وبذلك تتمكن من معرفة الحرف الثاني من شخصيتك.

- تُحدّد إجاباتك على أسئلة المجموعة الثالثة أي جانب من جانبي المعيار الثالث هو الغالب لديك، وبذلك تتمكن من معرفة الحرف الثالث من شخصيتك.

- تُحدّد إجاباتك على أسئلة المجموعة الرابعة أي جانب من جانبي المعيار الرابع هو الغالب لديك، وبذلك تتمكن من معرفة الحرف الرابع من شخصيتك.



ثم يتم وضع الحروف الأربعة جنباً إلى جنب من اليسار إلى اليمين (الحرف الناتج من المجموعة الأولى ثم الحرف الناتج من المجموعة الثانية ثم الحرف الناتج من المجموعة الثالثة ثم الحرف الناتج

من المجموعة الرابعة)، وستُمثل هذه الحروف الأربعة نمط شخصيتك القيادية. ولكن تذكر أن الاختبار أداة مساعدة وليس شرطاً أن يعطى نتائج دقيقة ولكنه أداة مساعدة تساعدك على اكتشاف شخصيتك ومع مرور الوقت ستكتشف شخصيتك بشكل أكبر.

ويتسم كل نمط من أنماط الشخصية الستة عشر بصفات شخصية وميول وسمات معينة، وتساعد معرفتك بنمط شخصيتك وقراءة الكتاب الخاص بالسمات التفصيلية لهذا النمط على اكتشاف ذاتك ومعرفتها بشكل أعمق، والتعرف على ما يصلح لك وما يتوافق مع شخصيتك.





# المحطة الثانية

## تقييم الفكرة

## تمهيد

أنت الآن أصبح لديك العديد من الأفكار الواعدة التي يمكنك الشروع في بلورتها والبدء في تنفيذها وتحويلها لمشروع ناجح، فما الذي يجعلك تختار تلك الفكرة أو تلك؟ ولماذا يجب عليك اختيار بعض هذه الأفكار وتجاهل البعض الآخر؟ هل هذه الفكرة نجاحها مضمون؟ هل تناسبك؟ أسئلة وتساؤلات عديدة سوف تقفز إلى ذهنك، لذا دعني أمد لك يد العون في تلك المرحلة الحرجة لمساعدتك في

التعرف الأدوات التي تساعدك على تقييم تلك الأفكار وتحديد أيها أكثر ملاءمة لك، فهيا بنا نناقش الأمر خلال الأسطر القادمة.

## نبني فكرة جديدة

من الأمور التي أنصحك بها عزيزي القارئ أنت وكل من هو مقبل على اختيار فكرة مشروعه هو أن تحرص دومًا على تبني



الأفكار الجديدة، وسأوضح لك ما سبب ذلك، لكن دعني أولاً أعلمك سرًا من خلال قصة بسيطة سأرويها لك

هناك منطقة في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية تُدعى «وادي السيليكون» يُعد الذهاب إليها هو حلم كل رائد أعمال لأنها تعتبر ملتقى العباقرة والمبدعين حيث شهدت تلك المنطقة بزوغ مشاريع عملاقة مثل جوجل وفيسبوك وسكاي بي، قرر القائمون على المنطقة إجراء دراسة هدفها البحث عن تنويع لديهم أفكار إبداعية لم تخطر على بال أحد غيرهم، وعلى الرغم من أن خلاصة مبدعي العالم قد شاركوا فيها وأن معظمهم كانوا يعتقدون بأن أفكارهم فريدة لم يفكر بها أحد غيرهم، إلا أن النتيجة كانت مفاجأة، لقد أظهرت الدراسة أن في نفس اللحظة بنفس المدينة هناك على الأقل سبع أشخاص يفكرون بنفس فكرتك، فلا تعتقد يومًا ما أنك عبقرى وأنك تأتي بشيء لا يعلم به أو يفكر فيه غيرك.

ولست أهدف من كلامي هذا أن أحبطك، بالعكس، فما أريد قوله لك وما أنصحك به هو فلتكن إنسانًا ذا بصمة في الحياة، فإن دارت ببالك فكرة جديدة صرّح بها ولا تخشى أن يأخذها الناس ويطبّقونها، اترك الناس يطبقون بعض أفكارك، وافتخر بنفسك إن استخدمها غيرك، لقد نجحت فكرتك، وتذكر أن الأفكار الموجودة داخل مخك إن لم تخرج للنور ستموت في بالك وتنتهي.

## أولاً: أدوات تقييم الأفكار

أنت الآن قد علمت أنواع الأفكار ومواصفات الأفكار الناجحة، فكيف لك أن تحسن اختيار الفكرة التي تناسبك وتقييمها بشكل لائق؟ في هذا الجزء سنستعرض سويًا بعضًا من أهم الأدوات المستخدمة في تقييم فكرة مشروعك حتى يمكنك المحافظة على وقتك ومجهودك وأموالك.

### القبعات الستة للتفكير

هي أحد أدوات التفكير الأكثر شيوعًا واستخدامًا حول العالم والتي تساعدك على تقييم الأفكار واتخاذ القرارات بشأنها، وتعتمد هذا الأسلوب على تحليل فكرة معينة باستخدام ستة أنماط من التفكير، وذلك بهدف تقييمها من جميع الجوانب شكل موضوعي، وتسمى هذه الأنماط بقبعات التفكير، ويرمز لكل قبعة بلون معين، بحيث يشير كل لون من ألوان القبعات لنمط معين من التفكير

#### - القبعة البيضاء

هي المرتبطة بالأرقام والإحصائيات والحقائق العلمية المثبتة وهي تمثل التفكير الحيادي الموضوعي والمبني على معلومات، وبالتالي فهي لا تعتمد على آراء،

وهي تهتم بنوعين من المعلومات إحداها هي تلك المتوفرة لديك والأخرى هي المعلومات الناقصة والمطلوب البحث عنها.

### - القبعة الحمراء

وهي المرتبطة بالعاطفة، وهي تمثل التفكير المبني على العواطف والحدس والمشاعر الداخلية والتخمين، ويقصد بالحدث استخدامك لحسك النابع من عقلك الباطن بعد بحثك وتجميعك وإطلاعك على المعلومات، أما مشاعرك فيتم التعبير عنها ولكن بعد الاطلاع عن المعلومات لإنهاء أي توجهات مسبقة ولتكون أكثر صدقاً وعدلاً.

### - القبعة السوداء

وهي قبعة النقد السوداوي والأفكار السلبية إذ أنها تتعلق بالتفتيش عن كل العيوب والعقبات المحتملة والتعرف على الأسباب التي تجعل فكرتك غير قابلة للتطبيق، وهي مفيدة جداً لتوفير الجهود والوقت على مواضيع لن يمكن تطبيقها.



### - القبة الصفراء

وهي القبة المرتبطة بالتفكير الإيجابي والتفاؤل والبحث عن المميزات حيث تتناول البحث عن كل ميزة وسبب وعائد من حل معين.

### - القبة الخضراء

هي قبة التفكير الإبداعي وهي تأتي في أعقاب تحديد العيوب والمميزات والموازنة بينهما بهدف التوصل لطرق إبداعية في خلق الحلول

### - القبة الزرقاء

وهي القبة المختصة بالتفكير الشمولي وتنظيم وتحديد عمل القبعات الخمس الأخرى وترتيبها ومنع الخروج عن نمط أو لون معين من قبعات التفكير.

ولأن عملية التفكير عادة ما تكون مصحوبة ببعض التشويش ومختلطة وغير منظمة، فإن ميزة هذه الأداة تكمن في تنظيمها للدخول في نمط معين من التفكير وتحقيق أقصى استفادة منه قبل وضعه جانباً والشروع بالدخول في النمط الذي يليه، مما يؤدي إلى تقييم الفكرة بشكل موضوعي وحيادي بعيداً عن التحيز أو التحمس غير الموضوعي.

### أداة بورتر

عند تحليل أي فكرة وتقييمها من الضروري أن يتم ذلك في ضوء نوعين من العوامل، أول هذه العوامل هو العوامل أو الأركان الداخلية التي يشتمل عليها أي مجال أو صناعة، وهو ما تقوم به أداة بورتر، والآخر هو تحليلها في ضوء العوامل والظروف الخارجية المحيطة كالظروف السياسية والبيئية والاقتصادية، وهو ما يتم من خلال أداة بيستل التي سنناقشها فيما هو قادم، ولكن دعونا نلقي الضوء أولاً على أداة بورتر، والتي تُعرف أيضاً بالقوى التنافسية الخمسة لبورتر أو نموذج

بورتر الحماسي، وهو يفترض وجود خمس قوى تُشكل كل صناعة أو مجال وتساعد في تحديد نقاط القوة والضعف في تلك الصناعة وبالتالي تحديد مستوى المنافسة فيها ولهذا فهي مفيدة جداً عند بدء أي مشروع جديد من أجل تقييم فكرتك ووضع استراتيجية قوية جداً، وفيما يلي هذه القوى:



## - القوة التفاوضية للموردين

أي شيء في العالم يحتاج لموارد من أجل تنفيذه، ولنفترض مثالاً ليساعدك على استيعاب الأمر ألا وهو زجاجة المياه، هذه الزجاجة تحتاج لمجموعة من الموردين لتوريد مكوناتها التي هي البلاستيك، الغطاء، والغلاف المدون عليه اسم المنتج والمياه، وجميع تلك المكونات تقوم بتوريدها شركات أخرى والتي بدورها تتعامل مع موردين آخرين لتوفيرها ليتكون لدينا ما يُعرف باسم سلسلة الموردين أو سلسلة التشغيل، والتي ينبغي دراستها جيداً قبل البدء بتطبيق فكرة مشروعك، وتتساءل أين أكثر جزء يناسبك ويحقق لك أرباحاً؟ هل الأفضل لك افتتاح شركة مياه؟ أم شركة أعطية؟ هل هو التوزيع؟ فأنت في نهاية الأمر تريد تحقيق أفضل عائد من استثمارك، أنت تريد الفكرة التي تدر عليك أكبر قدر من الإيرادات.

ودائماً ما تجد الشركات الناجحة راغبة في الوصول إلى أكثر حلقات السلسلة جلباً للأرباح، فهناك من يعمل في التوزيع، لأنه يظن أن العمل كموزع يجلب له أرباحاً أكثر من العمل في التجزئة، وهناك من يعتقد أن العمل مع المستهلك النهائي أكثر جلباً للأرباح، فالأمر يختلف من مجال إلى آخر، ومن سوق إلى آخر.

مثلاً، لنفترض أنك قررت العمل في مجال بيع البن، سيكون عليك إتخاذ قرار محوري في البداية، في أي جزء من سلسلة التشغيل تريد أن تكون؟ هل ستقوم

بإنشاء متجر ومقهى لبيع البن ومشروبات القهوة للمستهلك النهائي؟ أم ستعمل في توزيع البن إلى المقاهي والمتاجر؟ أم ستقوم بالتوزيع إلى تجار الجملة والتجزئة؟ ولتقوم بإتخاذ القرار الصائب، يجب أن تعرف إجابة هذا السؤال، ما هي الحلقة في سلسلة التشغيل التي تدر أكبر الأرباح؟

وفي مشروع مثل مشروع المياه هذا هناك العديد من الموارد، هناك الموارد التشغيلية التي تحدثنا عنها، وهناك موارد بشرية كأولئك المتخصصين في المعايير وجودة المياه، وموارد لوجستية مثل السيارات والأجهزة اللازمة، وهناك أيضًا الموارد المالية، ولتعلم عزيزي أنه بشكل عام كلما قل عدد الموردين الذين تتعامل معهم في مشروعك، وزاد اعتمادك على مورد معين، كلما زادت قوته في فرض شروطه والأسعار التي يريدتها، فيما تمنحك زيادة عدد الموردين فرصة للاختيار والمفاضلة بينهم للحصول على أفضل عرض أسعار.

### - المنافسة في الصناعة -

أنت الآن على دراية تامة بكافة الأمور التشغيلية الخاصة بفكرة مشروعك، ماذا بعد؟ هنا يتوجب عليك دراسة من هم أفضل منافسيك؟ ما هو عددهم؟ ما الذي يفعلونه ويقومون به؟ ما الذي تحتاجه لتصل إليهم؟ ما هو الفرق بيني وبينهم؟ ما هي قدرتهم في التأثير على أرباح مشروعك أو شركتك وعلى حصتها السوقية؟ ولتعلم جيدًا أنه كلما زاد عدد المنافسين وزاد عدد ما يقدمونه من خدمات متشابهة،

كلما أدى ذلك لانخفاض قوة شركتك نظرًا لتوجه جميع الموردين والمستهلكين للبحث عن أفضل الأسعار والعروض المقدمة من الشركات المتنافسة، والعكس صحيح، فقلة عدد منافسيك، تمنح شركتك قدرًا أكبر من التأثير في فرض شروطها على السوق أو المجال الخاص بها.

### - القوة التفاوضية للمشتريين

هذه هي القوة الثالثة في النموذج، فأنت بحاجة ماسة لدراسة عملائك النهائيين،

من هم؟ ما هي قاعدة عملائك؟ ما هي البرامج التي سوف تقوم بتقديمها لهم؟ ما هي فئاتك المستهدفة؟ كيف سيمكنك الوصول إليهم؟ هل عن طريق مؤسسات وسيطة أم بشكل مباشر؟ إلى أي مدى يمكن للمشتريين التأثير على أسعار منتجاتك وخدماتك؟ ولتعلم أن



العلاقة بين حجم عملائك وتأثيرهم على أسعار خدماتك ومنتجات هي علاقة عكسية، فكلما قل عددهم، كلما كان تأثيرهم أكبر بكثير لأن شركتك لا يمكنها بسهولة العثور على عملاء جدد، وكل هذه السلسلة ينبغي عليك دراستها جيداً عند وضع خطة الجدوى الخاصة بمشروعك أو شركتك.

### - تهديد البدائل

وتشير هذه القوة إلى المنتجات والبدايل التي يذهب إليها العميل، ويمكنه استخدامها بدلاً من منتجات شركتك أو خدماتها، وفي حالة مثالنا هنا المتعلق بالمياه، فإن البديل قد يكون المشروب الغازي أو العصير، ومن المنطقي أن أي شركة تنتج منتجات أو تقدم خدمات محدودة البدائل بإمكانها التحكم في أسعار خدماتها ومنتجاتها وبالتالي الحفاظ على قوتها.

### - تهديد الدخائل الجديدة

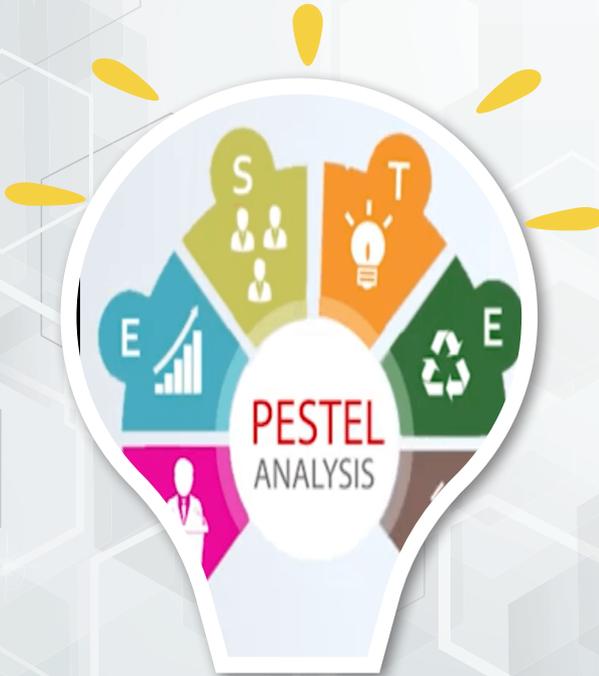
وهذه القوة يقصد بها الشركات والتقنيات الجديدة التي تدخل إلى الصناعة أو السوق الخاص بمنتجاتك؟ ما هو الجديد الذي يدخل إلى السوق الخاص بمجال عملك؟ وفي مثالنا عن المياه، فلربما يوماً ما تأتي مواد للشرب في صورة لقيمات يتناولها الشخص ويأكلها ويضغط عليها فتغنيه عن المياه وتكون كافية له، أو ربما

تأتي تكنولوجيا جديدة لا نعلم عنها شيئاً وتغير ملامح تلك الصناعة، ولهذا يجب علينا أن نكون متطورين وأن ندرس جيداً المتغيرات في السوق الخاص بنا.

## أداة بيستل

تستخدم هذه الأداة لتحليل القوى الخارجية التي تؤثر على المؤسسات والأنظمة والقوى العالمية أيضاً، وتشمل هذه العوامل والقوى الخارجية العوامل السياسية، والاقتصادية، الاجتماعية، والتقنية، والبيئية، القانونية.

ومن الحيوي جداً أخذ هذه العوامل في الاعتبار عند تقييم فكرة أي مشروع جديد، فالتغير في أيًا من هذه العوامل قد يضع حدًا لمؤسساتك أو تتيح لها فرصًا جديدة لولادة خدمات ومؤسسات ومنتجات جديدة في مجالك، وقد يساهم في نمو الفكرة أو فشلها.



وربما أقرب مثال على ذلك هو أزمة وباء كورونا الذي اجتاح العالم هذا العام، ومازلت الأزمة مستمرة وقت كتابة هذه السطور، وقد أَلقت بظلالها على كافة الأصعدة، فهناك تبعات اقتصادية وسياسة واجتماعية كبيرة، فلقد توقفت الحياة بسبب كورونا بشكل شبه كامل، وُضربت سلسلة التشغيل والإمداد حول العالم، وتوقفت الصناعات، وانهارت أسعار النفط، وتعطل السفر، وتوقفت السياحة، والقطاعات الترفيهية، والفعاليات، والأنشطة الرياضية، وغير ذلك الكثير.

إنهيار العديد من القطاعات كالسياحة والسفر والنفط، وإزدهار أخرى كالقطاع الطبي هو أبرز دليل على مدى تأثير العوامل والقوى الخارجية على الشركات والمؤسسات.

فما الذي تعنيه تلك الأداة؟ وكيف لها أن تساهم في اختيارك لمشروعك وتقييم فكرتك؟ يعتمد المستثمرون على هذه الأداة في اتخاذ قرارهم بشأن الاستثمار في مجال معين من عدمه، كما يعتمد عليها رواد الأعمال في تقييم جدوى فكرة معينة، فمن الهام جداً تقييم فكرتك في ضوء كافة العوامل والمتغيرات الخارجية التي تشير إليها هذه الأداة، وهي:

- يرمز حرف ال P لكلمة Politics ويقصد بها الأمور السياسية والمتغيرات المرتبطة بها والتي قد تتسبب في وضع حد لكثير من المشاريع التي كان مخططاً لها أن تقوم

## كيف اختار فكرة مشروع

وتخلق فرصًا جديدة في المجال، ومن أمثلتها الاستقرار الحكومي، السياسات الضريبية، القوانين التنظيمية وحرية الصحافة...إلخ.

من الأمثلة على هذا القرارات السياسية بين الدول وبعضها وظروف الدولة السياسية هل هي مستقرة أم متوترة؟ وكذلك السباح بتواجد هيئات أجنبية أم لا؟ أيضًا العائق السياسي من الممكن أن يساهم في نهضة وتطوير وابتكار مشاريع جديدة، وقد تتخذ بعض الدول قرارات سياسية تؤثر على صناعات بأكملها سواء بالسلب أو بالإيجاب، وقد تحدث ظروف سياسية في دولة ما تنعكس بالسلب على التجارة والصناعة بها وتحد من الفرص.



- يرمز حرف الـ E لكلمة Economics وهي تشير للمتغيرات الاقتصادية التي تؤثر على الاقتصاد مثل الأزمات المالية المحلية أو العالمية والتي من دون شك قد تتسبب في القضاء على مشروعك، ومن أمثلتها

أيضاً معدل النمو، معدل التضخم، معدل البطالة، التصنيف الائتماني والقوة الشرائية... إلخ.

وتشر أيضاً إلى الإمكانيات المادية المتاحة للمؤسسات وللدولة وللمجتمع، وبالتالي يجب على المؤسسة أن تقوم بدراسة الواقع الاقتصادي للمجتمع حتى يمكنها تحديد هل دخولها في السوق سيكون مربحاً أم أنه سيؤدي إلى خسارتها.

- يرمز حرف الـ S لكلمة Social وهي تهتم بتناول ارتباطات المجتمع بالأفكار ومدى قبوله أو رفضه لها، ما هو رأي العادات والتقاليد؟ هل فكرتك موجهة لفئة ترفضها بالكامل؟ إذن هي تركز على البيئة الاجتماعية وفهم احتياجات العملاء وتوجهاتهم مثل مستوى التعليم، درجة الوعي الصحي، العادات الشرائية، معدلات النمو السكاني وتوزيع السكان حسب الأعمار... إلخ.

- بينما يشير حرف الـ T إلى كلمة Technology أي التقنية التي لربما لم تكن متوفرة منذ زمن، فنحن نسمع من فترة طويلة عن مشروع السيارات التي بإمكانها أن تطير في الهواء وإلى الآن لم يتحقق ذلك بسبب عدم توفر تقنية باستطاعتها تنظيم المرور في الهواء، فماذا لو حدث تصادم في الهواء ما الذي يمكن أن يحدث، وربما تساعد تقنية الـ 5G والإنترنت السريع على تحقيق ذلك الحلم قريباً.

هي إذن تهتم بمعدلات الابتكار التكنولوجي والذي يؤثر بشكل واضح على

الصناعات والأسواق مثل مستوى البنية التحتية الأساسية، مستوى الإنفاق على البحث والتطوير، التشريعات المتعلقة بالتكنولوجيا، البنية التحتية للإنترنت وعمليات الاختراق والقرصنة الإلكترونية.

وقد تؤدي العوامل التقنية إلى فشل واندثار صناعات بأكملها، كما يمكن أن تؤدي إلى ولادة ونجاح قطاعات وصناعات أخرى، فمثلًا هناك منتجات كانت رائجة للغاية في الماضي مثل أجهزة الفيديو والكاسيت، ولكنها اندثرت بسبب التطور التقني وظهور بدائل أكثر تقدمًا كالحواسيب والهواتف الذكية.

- ثم يأتي حرف E الثاني والذي يرمز لكلمة Environment ويقصد بها العوامل البيئية وتأثير البيئة المحيطة بمشروعك، فبيئتنا الجغرافية تختلف كليًا عن البيئات الأخرى، وهناك على سبيل المثال بيئة صحراوية وأخرى ثلجية. كما أن بيئة العمل نفسه لها أهميتها، فهناك بيئات تختلط



فيها جنسيات عديدة وبالتالي قد لا يسهم ذلك إنجاح بعض الأفكار والمشاريع، وتشمل العوامل البيئية أيضًا تأثير قوانين حماية البيئة ومعدلات تلوث الهواء والماء، والمواقف تجاه الطاقة المتجددة ودعمها... إلخ، لذا يجب دراسة تلك الأمور.

- وأخيرًا يرمز حرف الـ L لكلمة Legal أي العوامل القانونية، فنحن لا نعيش وحدنا في هذه الدولة ولا هذا العالم، فهناك قوانين دولية ومنظمات عالمية تتحكم في تسيير العديد من الأمور وقد تجربنا على تغيير بعض أفكار والمشروعات التي نظرناها أو إجراء تعديلات عليها مثل قوانين الاحتكار والتميز والملكية الفكرية، ومنها أيضًا قوانين حماية المستهلك وقوانين تشغيل الأطفال وتنمية المرأة.

هذه العوامل الستة التي تحدثت إليك عنها في أداة بيستل وتلك القوى الخمسة التي ناقشناها في أداة بورتري هي أمور مهمة جدًا ينبغي عليك عزيزي القارئ دراستها جيدًا عندما تقرر البدء بمشروعك لتضمن تقديم مشروع متوازن ومتكامل، ولتتلافى العوائق التي قد تظهر في المستقبل وتؤدي إلى فشل المشروع.

## - عشرة خطوات عملية لإيجاد أفكار وحلول مبنكرة أثناء الأزمات

تواجه كافة المؤسسات والقطاعات والشركات تحدي اقتصادي عالمي هائل نتيجة لأزمة كورونا الحالية، ولذا نحاول تقديم بعض الحلول المبتكرة التي قد تساعد

على التأقلم مع المتغيرات الجديدة مما يؤدي بالتالي إلى عدم تأثر أداء الأعمال في ظل الظروف الحالية، ولا يقتصر تطبيق هذه الخطوات على أزمة كورونا فقط، بل هو نموذج عام يصلح للتعامل مع كافة الأزمات والمتغيرات الخارجية.

### ١- افهم المتغيرات الخارجية

- ما هي الآثار الاقتصادية على القطاع الذي تعمل فيه؟

- ما هي التوجهات الجديدة في سلوك العملاء؟

- ما هي التشريعات أو القرارات ذات العلاقة؟

### ٢- افهم التحديات

- ما هي التحديات والمشاكل التي تواجهك؟

- ما هي الحسائر المادية؟

- ما هو التأثير على فريق العمل؟

- لماذا خسرنا بعض العملاء؟



### ٣- راجع قيمتك التنافسية

- ما هي المنتجات و/ أو الخدمات التي تميزنا؟
- ما هي الأصول التي نمتلكها؟
- ما هي المواهب والمهارات البشرية التي نمتلكها؟

### ٤- تعاطف مع عملائك

- ما هي أكثر فئة من العملاء تأثرًا؟
- ما هي المشاكل والتحديات التي تواجههم؟
- ما هي العوائق التي تمنعهم من شراء منتجاتنا و/ أو خدماتنا؟

### ٥- اختر التحديات الأكثر تأثيرًا

- حدد أولوية التحديات من حيث احتمالية وقوعها ومستوى تأثيرها

### ٦- أعد صياغة التحديات الرئيسية

- قم باختيار ٣ تحديات ذات تأثير واحتمالية وقوع عالية
- قم بإعادة صياغتها بطريقة كيف نستطيع.

- مثال:



## ٧- استلهم الأفكار

- قم بالبحث في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع المتخصصة
- هل هناك أفكار جديدة أو نماذج عمل اتبعها المنافسون؟
- هل هناك أفكار من قطاعات أخرى يمكن أن تفيدنا؟
- استلهم الأفكار، ولكن إحفظ الحقوق

## ٨- أوجد الأفكار والحلول المبتكرة

- اجمع فريق العمل للتفكير في أكبر عدد ممكن من الحلول
- أربط الحلول بالسؤال أو التحدي الرئيسي
- اجعل كل فرد في الفريق يساهم في تحسين وتطوير الفكرة

## ٩- اختر أفضل الحلول والأفكار

- قم بالتصويت على أفضل الأفكار
- راجع الافكار المختارة وقم بتنقيحها إن لزم الأمر

## ١٠- صمم تجربتك الأولية

١- مختصر الفكرة	٢- الإفتراضات	٣- التحديات/ المخاطر
٤- الفئة المستهدفة	٥- مقاييس النجاح	٦- الملاحظات
٧- خطة التنفيذ والاختبار		

## أداة سوان (SWOT)

تعتبر من أكثر الأدوات التحليلية انتشارًا نظرًا لسهولة استخدامها وبساطتها، وهي تستخدم لتحليل نقاط القوة المتعلقة بفكرة المشروع Strengths ونقاط الضعف Weaknesses، الفرص Opportunities والمخاطر والتهديدات المحتملة Threats التي تحيط بالفكرة أو المؤسسة.

وفي واقع الأمر أنا أرى أن تلك الأداة لها خطورتها وأدعوك أخي العزيز لعدم استخدامها والاعتماد عليها نظرًا لأنها تعتمد على وجهة نظر المتلقي، مثلاً قد

يعتبر البعض عدم توفر التمويل المالي لمشروعك هي فرصة تتيح لك إمكانية دعوة المستثمرين لتمويله، بينما يراها البعض الآخر على أنها أحد المخاطر التي ربما تهدد مشروعك، وقد تكون من نقاط قوتك أنك من ابتكر فكرة مشروعك فلم يسبقك إليها أحد آخر، فيما يراها آخرون على أنها



نقطة ضعف لأنك ستحتاج لمضاعفة جهوداتك وأموالك في سبيل نشر فكرتك والتوعية بها، فهي إذن كما أشرت سابقاً تعتمد على وجهة نظر المتلقي ولكل وجهة نظره التي تُحترم.

ولتعلم يا عزيزي أن العلم يتطور والنظريات تتغير وأنا حريص دومًا على أن أقدم لك آخر ما توصل إليه العلم في هذا الإطار، ولذا فأنا بصفتي مشارك في العديد من البرامج والأنشطة الريادية أدعوك أخي العزيز لعدم الاعتماد على أداة سوات لأنها ستدخلك في جدال لا ينتهي مع المستثمرين ولجان التحكيم وآخرين.

## اخبار السوق واسرنايحية التجربة والخطأ

من الأهم الأدوات التي تساعد على تقييم الأفكار الجديدة بشكل فعال هو تجربة الفكرة في إطار محدود على الفئة المستهدفة أو الجمهور المستهدف، وذلك من خلال عمل نسخة تجريبية من المنتج أو الخدمة التي تسعى لتقديمها وعرضها على شريحة بسيطة من العملاء المستهدفين لآخذ انطباعهم الأولي وأرائهم عن الفكرة، فقد تؤدي هذه الأراء إلى إتخاذ قرار بتعديل الفكرة أو تطويرها، أو صرف النظر عنها في حالة عدم إعجاب الناس بها أو إقبالهم عليها.

من شأن هذا الأمر أن يوفر عليك الكثير من المال والجهد، فقد يؤدي تجربة المنتج على نطاق ضيق إلى صرف النظر عن الفكرة نظرًا لعدم اقبال الناس عليها، وهم

ما سيوفر عليك الكثير، خسائر وأموال طائلة كنت ستفقها بلا جدوى في حالة تنفيذك للمشروع.

وأذكر هنا تجربة شخصية لي في هذا الأمر، منذ سنوات قليلة قررت إنشاء مركز ضخيم لتعليم علم الروبوتات (Robotics) في قطر، وكنت أعلم أن المشروع سيتكلف مبالغ ضخمة قد تصل لعدة ملايين من الريالات، وحتى اتفادى المخاطرة قدر الإمكان، قررت قبل البدء في التنفيذ الفعلي للمشروع بعمل حملة تسويقية

والإعلان عن دورات لتعليم علم الروبوتات، وذلك لأرى مدى إقبال الناس، فلم يتقدم للدورات سوى ثلاثة أشخاص، فقامت فوراً بصرف النظر عن المشروع، وبذلك وفرت مبالغ طائلة كنت سأخسرهما لو كنت قمت بعمل المشروع مباشرة دون اختبار السوق.



## ثانيًا: أهمية الاستشارة وأخذ رأي الخبراء

### أخذ رأي الخبراء

ربما أكثرنا يعرف تفاصيل غزوة بدر وأحداثها ولكنني أريد التوقف عند موقف جعلني أتأمل كثيرا، إذ أنه يظهر أهمية الاستعانة بالمتخصصين وأخذ رأي الخبراء عندما تحرك رسول الله إلى موقع ماء بدر، وبالقرب من مكان المعركة، نزل بالجيش عند أدنى بئر من آبار بدر، وهنا قام الحُبابُ بنَ المُنْذِرِ وأشار على النبي بموقع آخر أفضل من هذا الموقع قائلًا :

يا رَسُولَ اللَّهِ! أَرَأَيْتَ هَذَا الْمَنْزِلَ. أَمَنْزِلًا أَنْزَلَكَ اللَّهُ. لَيْسَ لَنَا أَنْ نَنْقَمَهُ وَلَا نَنْأَخِرَ عَنْهُ. أَجْ هُوَ الرَّأْيُ وَالْحَرْبُ وَالْمَكِيدَةُ؟ قَالَ: " بَلْ هُوَ الرَّأْيُ وَالْحَرْبُ وَالْمَكِيدَةُ" .. فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ فَإِنْ هَذَا لَيْسَ بِمَنْزِلٍ. فَانْهَضْ بِالنَّاسِ حَتَّى تَأْتِيَكَ أَدْنَى مَاءٍ مِنَ الْقَوْجِ، فَنَنْزِلْهُ ثُمَّ نَعُورُ [ أجي ندفن ] مَا وَرَاءَهُ مِنَ الْقَلْبِ. ثُمَّ نَبْنِجَ عَلَيْهِ حَوْضًا فَنَمْلُؤُهُ مَاءً. ثُمَّ نَقَاتِلُ الْقَوْجَ. فَنَشْرَبَ وَلَا يَشْرَبُونَ..

فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - مشجعًا - : " لَقَدْ أَشْرَنْتَ بِالرَّأْيِ".

أراد هذا الصحابي الجليل أن يعرف إن كانت إقامة الجيش في هذا الموقع وحي من الله تعالي فيسكت، أم إنه يخضع للرأي والاجتهاد البشري ويمكن التدخل فيه، فجاوبه الرسول عليه الصلاة والسلام قائلاً إنها هي الحرب والمكيدة، فرد عليه الصحابي إذن ليس هذا هو المكان الذي يجب أن نمكث به، فلنذهب إلى مكان آخر ولنأخذ المياه ونسيطر على الموارد المائية مما يجعلنا متفوقين على العدو، وفعلاً أخذ الرسول عليه الصلاة والسلام بهذه الفكرة واستشار الآخرين أصحاب الخبرة والمشورة ووصل لقرار صائب، والحمد لله انتصر الرسول عليه الصلاة والسلام والصحابة في هذه المعركة.

أفكارنا أيضاً يجب أن نطرحها على المختصين وأصحاب الخبرة، لمعرفة رأيهم في جدوى الفكرة واستيعاب وجهة نظرهم فيها، فربما يؤدي هذا إلى تطوير الفكرة بشكل لم يخطر على بالك، أو استبعادها من الأساس من البداية قبل بذل الجهد والمال.

قمت منذ سنوات قليلة بابتكار روبوت اسمه «سيدو Seedo» يعلم الأطفال الصم لغة الإشارة، ومنذ أن آتيت بالفكرة وأنا مؤمناً بها إيماناً تاماً، وعندما قمت بالاستشارة وأخذ الأراء، أجمع كل من قمت باستشارتهم على صعوبة نجاح هي الفكرة في الوقت الراهن، وذكروالي أسباب عدم نجاحها.

ولكن بفضل الله الفكرة نجحت وفازت بجوائز عديدة في عدة مسابقات دولية، هل تعلم لماذا نجحت؟ لأي كنت أنصت لهذه الآراء وقمت بتعديل فكرتي لتتلافى نقاط الضعف وأسباب الفشل التي ذكرها لي من استشرتهم، فعدلت منتجي وبدأت أعمل جلسات استفتائية وأخذ رأيهم بالمنتج الأخير إلى أن طورته عدة مرات، والحمد لله حصل على جائزة أفضل مبتكر بالوطن العربي وتحول المشروع إلى مشروع آخر تمامًا غير الفكرة الأولى التي بدأت بها.

ابحث عن بادروا بعمل الأفكار من قبلك، وابتح عن فشلوا في تنفيذها، فهؤلاء كنز سوف يختصر عليك مسافات، ابحث عنهم وسافر إليهم إن استطعت واستفد من تجاربهم، ابحث في عقول الخبراء والرواد وكيف استمروا وما هي المشكلات والعوائق التي واجهتهم والأخطاء التي ارتكبوها، فنحن يجب أن



نستفيد من تجارب الآخرين، وأن نأخذهم كمستشارين، وأن نبني على آرائهم ونطور في أفكارنا.

ولا تقبل بأن تكون فقط مفكرًا ومنتجًا بدون أن تكون باحثًا، فالله عز وجل أمرنا في آيات كثيرة وقال «أفلا تفكرون»، «أفلا تدبرون»، «أفلا تنظرون»، ابحث وتعلم واقراء، فأول آية نزلت من القرآن الكريم هي «إقرأ»، لذا يجب أن تقرأ في مجالك باستمرار، إقرأ الكثير من الكتب ، واستفد من تجارب الآخرين، فالقراءة كالتجول في عقول الآخرين، وبمثابة خبرة مجانية.

قم أيضًا بمشاهدة اليوتيوب، ابحث على تويتر، واستخدم جوجل للبحث والمعرفة، وابحث عن سبقك، واستفسر أيضًا عن كل الأخطاء التي وقعوا بها، وتعلم منها وطورها وضع بصمتك ولا تقبل إلا أن تكون ذا بصمة.

### الجودة والإتقان في العمل

«إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملًا أن يتقنه»، الإتقان هو أمر مهم جدًا وقيمة أساسية لكل شخص ناجح، فكر في الأفكار التي تكون نتائجها رائعة وجودتها عالية، ولكن تنبه جيدًا، ليس بالضرورة أن تكون فكرتك مثالية، لا تنتظر أن تكون الفكرة مثالية وخالية من الأخطاء، لأنه لا يمكن لشيء أن يكون خاليًا من

الأخطاء بنسبة ١٠٠٪، فدائماً سوف تجد من ينظر إليه نظرة سلبية باعتباره منتج غير جيد أو يحتوي على أخطاء.

## مهارة الإنصات

الاستماع درجات، فهناك من يتظاهر بالاستماع إليك ولكنه في الحقيقة لا يستمع إليك بشكل فعلي ولا يركز في ما تقوله، وقد يشرذ بذهنه ويفكر في أشياء أخرى أثناء سماعه لك، وهناك من يستمع بغرض الرد فقط، فهو لا ينصت بجوارحه لما

تقوله، إنما ينتظر انتهائك حتى يرد عليك، فهو أثناء حديثك يفكر في الرد الذي سيقوله لك، ولربما قاطعك ليلقي ما لديه بسرعة.

أما الإنصات فهو أعلى درجة من درجات الاستماع، الشخص المنصت هو من يستمع بكل جوارحه، يريد أن يفهم ما يقال ويتمعنه ويستفيد منه، ففي هذه



المرحلة تصل لأعلى درجات الاستماع وتتجرد من كل أفكارك السابقة وتجاربك وآرائك الشخصية وتضع نفسك بشكل تام مكان الشخص المتحدث، هذه مهارة خطيرة نعلمها للشباب في القيادة، مهارة من أعلى درجات المهارات للقائد.

الإنصات لأهل الخبرة هو من أهم الأشياء التي تفيدك عند تقييم فكرة مشروعك، ولكن ينبغي عليك الإنصات لهم فعلياً وبتركيز شديد، ولا تقع في فخ الاستماع للرد أو الدفاع عن فكرتك.

سأضرب لك مثلاً على هذا الأمر حتى تفهمه، لو انتقد أحد منتجك قائلاً: «يا أخي، القلم الذي ابتكرته فيه مشكلة»، فترد مجادلاً محاولاً الدفاع عن فكرتك: «لا، أنا فكرت في الموضوع وقمت بعمل كذا»، بهدف إيجاد مبررات لنفسك، أنت بهذا تضيع وقتك ووقت مستشارك بدلاً من الاستفادة منه، حاول الإنصات لما يقوله فهذه استشارة مجانية من شخص صاحب خبرة وتجربة.

قم أيضاً بالإنصات لجمهورك المستهدف، لتعلم ما يريدونه، فالجمهور المستهدف يعطيك خلاصة التجربة، فاستمع بل أنصت إلى ما يقولونه فهذه استشارة مجانية من قبل عميلك أو المستخدم الأخير لمنتجك أو خدمتك.



٣

### ثالثاً: بدء التنفيذ

بالطبع لسنا في صدد هذا الكتاب التحدث عن تنفيذ المشروعات بتفصيل واستفاضة، فهذا سيتم تخصيص كتب أخرى له أن شاء الله، ولكن وجب ذكر بعض الأمور الهامة والمحورية والتي يجب القيام بها عند اختيار الفكرة وقبل البدء بدء في تنفيذه.

#### نطوير الرؤية (Vision)

من أهم الأمور التي يجب أن يتسم بها مشروعك هو وجود رؤية معينة يتم العمل من خلالها، بل أن رؤية صاحب المشروع قد تكون من أهم أسباب اختياره لفكرة معينة.

والرؤية هي رسم صورة للمستقبل



الذي ترغب الشركة أو المؤسسة في تحقيقه، وهناك بعض المعايير التي يجب أن تتحقق في هذه الرؤية ألا وهي:

- ما الذي تريد المؤسسة أن تصبح عليه في الأعوام القادمة، أي بعد ١٠ سنوات أو ٢٠ سنة، ما الشكل الذي ستكون عليه المؤسسة؟
- ما هي الصفات التي يجب أن تتوفر في مديرين تلك المؤسسة لتحقيق أهدافها؟
- ما هي الموارد التي ستحتاج إليها تلك المؤسسة لتحقيق رؤيتها؟
- ما هي العوائق التي تقف أمام المؤسسة حتى تحقق رؤيتها ورسالتها؟
- من هم العملاء المهتمين بما يُستجد في منتجاتك والتطور الذي سيحدث بها في المستقبل؟

### - بيان الرؤية- ورقة عمل

**تعريف:** بيان يصف ما تريد المنظمة تحقيقه في المستقبل أي. الوجهة النهائية

**التعليمات: ١.** مجموعة من أصحاب المصلحة الرئيسيين وممثلي العصف الذهني الأفكار (وشخص واحد لتوثيق القرار الذي تم التوصل إليه من خلال توافق في الآراء)

## كيف اختار

## فكرة مشروع

٢. ما هو الحلم الذي تسعى إليه المنظمة وأصحاب المصلحة؟

٣. ما الذي سيتغير إذا تحقق هذا الحلم؟

٤. اكتب البيانات، وحاول التوصل إلى إجماع مشترك باستخدام أي من الأدوات التالية أو كما تم في طريقة العصف الذهني - عن طريق التسجيل. ملاحظة: يمكن استخدام قائمة التحقق بشكل مستقل أيضًا، من أجل بيان تختاره المجموعة.

بيانات الرؤية - لاختيار	
البيان الأول	
البيان الثاني	
البيان الثالث	
البيان الرابع	

قائمة مراجعة عامة لبيان الرؤية المختارة

قائمة الخيارات (يتم تعبئتها بشكل فردي في المجموعة)				المواصفات
البيان الأول	البيان الثاني	البيان الثالث	البيان الرابع	

Yes	Yes	No	Yes	جميع الموظفين لديهم فهم مشترك لحلم المنظمة - بيان الرؤية؟
No	Yes	No	Yes	ليس مجرد بيان دائري ، إنه بوصلة تقود المنظمة (يوضح الاتجاه الذي تريد المنظمة الوصول إليه)؟
				البيان يشكل لدى المنظمة فهم واضح لما هو مهم لجميع أصحاب المصلحة ، بما في ذلك العملاء الخارجيون؟
				هل يعطي الأمل لمستقبل أفضل؟ (للتنظيم وكذلك للعملاء)
				البيان واقعي ويشجع على التحديات؟
				هل به مصطلحات مبهمة؟
				البيان سهل الفهم (واضح)
				سهولة توعية الآخرين به (على سبيل المثال ، قصيرة ونقية)
				البيان محدد بزمان

				هل الهدف طويل الأجل يجب ألا يتأثر بشكل مثالي بالسوق أو بالتغيرات الخارجية مثل السياسية الاقتصادية الاجتماعية التكنولوجية البيئية القانونية وغيرها
--	--	--	--	---

## مصنوفة القرار لاختيار بيان الرؤية

قائمة الخيارات (يتم تعبئتها بشكل فردي في المجموعة)				الوزن	المميزات
البيان الرابع	البيان الثالث	البيان الثاني	البيان الأول		
٥	٥	١	٥	٥	مختصر
٥	٥	٣	٣	٥	واضح
٥	٥	٢	٥	٥	محدد بهدف
				٥	موجهة نحو المستقبل

				٥	مستقر (طويل المدى ، لا يتأثر بالتغيرات الخارجية مثل السياسية الاقتصادية الاجتماعية التكنولوجية البيئية القانونية وغيرها)
				٥	ملهمة
				٥	عام ، يلتقط النطاق التنظيمي والتوجيه الاستراتيجي
٧٥	٧٥	٣٠	٦٥		النتيجة المرجحة
١٠,٧	١٠,٧	٤,٣	٩,٣		متوسط الوزن

## نظير الرسالة (Mission)

إذا كانت الرؤية تحتوي على أسباب تنفيذنا لفكرة ما أو مشروع ما، فالرسالة تحتوي على الكيفية، وتشرح الطرق والأساليب التي سنتبعها لتحقيق رؤيتنا.

### - بيان الرسالة- ورقة عمل

تعريف: هذا هو بيان الغرض من أي منظمة. ماذا تفعل + لمن تفعل هذا؟ من أجل من؟ + لماذا تفعل ذلك. على سبيل المثال. لتوفير المنتجات والخدمات والحلول بأعلى جودة، وتقديم المزيد من القيمة للعملاء الذين يكسبون احترامهم وولائهم

التعليمات: ١. مجموعة من أصحاب المصلحة الرئيسيين وممثلي العصف الذهني الأفكار (وشخص واحد لتوثيق القرار الذي تم التوصل إليه من خلال توافق في الآراء)

٢. إنشاء بيان الرسالة

٣. جمع المعارف التي تولد الإجابة على جميع المكونات الثلاثة - «ماذا تفعل المؤسسة؟، كيف تقوم المؤسسة بذلك؟، لماذا تفعله المؤسسة؟»

## كيف اختار فكرة مشروع

٤. اكتب البيانات ، وحاول التوصل إلى توافق مشترك باستخدام أي من الأدوات التالية أو ببساطة باستخدام طريقة العصف الذهني. ملاحظة: يمكن استخدام قائمة التحقق بشكل مستقل أيضاً، من أجل بيان تختاره المجموعة.

### بيانات الرسالة للاختيار

	البيان الأول
	البيان الثاني
	البيان الثالث
	البيان الرابع

### قائمة مراجعة عامة لبيانات الرسالة المختارة

قائمة الخيارات (يتم تعبئتها بشكل فردي في المجموعة)				المواصفات
البيان الرابع	البيان الثالث	البيان الثاني	البيان الأول	

Yes	Yes	No	Yes	هل يظهر البيان بوضوح - ماذا تفعل المؤسسة؟
No	Yes	No	Yes	هل يوضح البيان بوضوح كيف تقوم المؤسسة بذلك؟
No	Yes	Yes	Yes	هل البيان استراتيجي؟ بمعنى أنه لا يحتوي على التفاصيل التشغيلية
No	Yes	Yes	Yes	هل يظهر البيان بوضوح - لماذا تقوم المؤسسة بذلك؟
Yes	No	Yes	Yes	متوافق مع بيان الرؤية؟
Yes	Yes	No	Yes	هل هو واقعي، لا يوجد به مصطلحات مبهمه؟
Yes	Yes	Yes	Yes	هل هي موجزة؟ (الهدف من ٥ إلى ١٤ كلمة، ٢٠ كحد أقصى)
Yes	Yes	No	Yes	مبني على النتائج
Yes	Yes	Yes	Yes	شامل (لا يقتصر على الاستراتيجيات أو القطاعات المحددة)
Yes	Yes	Yes	Yes	هل يبين للآخرين ما تفعله ويساعد أعضاء الفريق الداخلي على التركيز واتخاذ قراراتهم؟

## كيف اختار فكرة مشروعتي

مصنوفة القرار الخاصة باختيار بيان الرسالة

قائمة الخيارات (يتم تعبئتها بشكل فردي في المجموعة)				Weightage	المواصفات
البيان الرابع	البيان الثالث	البيان الثاني	البيان الأول		
٥	٥	١	٥	٥	مختصر
٥	٥	٣	٣	٥	واضح
٥	٥	٢	٥	٥	شامل (لا يقتصر على الاستراتيجيات أو القطاعات المحددة)
٥	٥	٤	٤	٥	مبني على النتائج
٥	٥	٥	٥	٥	متوافق مع بيان الرؤية؟
٤	٥	٥	٥	٥	يغطي المكونات الثلاثة
٥	٥	٥	٥	٥	
١٧٠	١٧٥	١٢٥	١٦٠		النتيجة المرجحة
٢٤,٣	٢٥,٠	١٧,٩	٢٢,٩		متوسط الوزن

## نحدد الأهداف

بعد تحديد الرؤية والرسالة يجب ترجمتها إلى أهداف ذكية تحدد الإطار العام للمؤسسة والأنشطة التي تقوم بها، وتساعد في تحويل الرؤية الاستراتيجية والرسالة التنظيمية إلى مستويات يتم تحقيقها، وتساهم أيضًا في توجيه القدرات الاستراتيجية وتحديد الأولويات وأهميتها، وتشير إلى النتائج المطلوب تحقيقها لترجمة رؤية إلى واقع عملي.

### - أهمية الأهداف -

- تساعد الأهداف على تعريف المنظمة للبيئة التي تعمل بها.
- تعد مرشدًا لاتخاذ القرارات بما يتناسب مع المواقف التي تواجهها الإدارة العليا.
- تساعد عملية وضع الأهداف الاستراتيجية على تحديد الإدارة العليا السلطات والمسئوليات للأفراد والأقسام وتحديد



أدوارهم في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

- تضيف الأهداف معايير لتقييم الأداء التنظيمي، أي وضع صيغ ومقاييس كمية كلما أمكن نحو تحقيق الغاية، وفي إطار زمني يتناسب مع إمكانية تحقيق هدف المؤسسة.

### • خصائص الأهداف الجيدة (الأهداف الذكية)

هناك خمسة معايير لوضع الأهداف الجيدة، وهو ما يسمى بطريقة سمارت لوضع الأهداف (SMART Goals)، أو الأهداف الذكية وهم:

- أن يكون الهدف دقيقًا ومحددًا (Specific)

وضوح الهدف وخلوه من الضبابية يعد من السمات الهامة للأهداف، كما أنه لا يكفي أن يكون واضحًا فقط، بل يجب تحديده ووصفه، فهناك نوعان من الأهداف:

- أن يكون الهدف قابلاً للقياس (Measurable)

الأهداف القابلة للقياس هي الأهداف التي يمكن قياس وتقييم مدى إنجازها بشكل عملي، بحيث يمكن وضع خطة تنفيذه لها على مراحل محسوبة بدقة ومراقبة مدى التقدم في إنجازها.

- أن يكون قابلاً للإنجاز والتحقيق (Attainable)

عند وضع الأهداف، يجب تحديد الطرق والأساليب لتحقيقها في ضوء الموارد والإمكانيات المتاحة، مع التخطيط الحكيم لتنفيذها.

- أن يكون واقعيًا وملائمًا (Relevant)

يجب أن تكون الأهداف ملائمة وواقعية ومن الممكن تحقيقها في ضوء ما تسمح به القدرات والمهارات والموارد المتوفرة حتى تتمكن من بلوغها، فتحديد أهداف غير واقعية يجعل تحقيقها صعبًا.

- أن يكون له إطار زمني (Time Bound)

لا يكفي أن يكون الهدف واضحًا ومحددًا، بل يجب أن يكون له حدود زمنية مناسبة حتى تتمكن من إنجازه، وتحقيقه، وتعتبر الأهداف غير المحددة بفترات زمنية هي مجرد أحلام ورغبات وليست أهدافًا.

### - بيان الهدف - ورقة عمل

تعريف الأهداف هي النتيجة الأولية المموسة الواسعة النطاق للمؤسسة، والمتوافقة مع الرسالة. أنها توفر تفاصيل حول مقدار ما سيتم إنجازه ومتى. التعليمات: ١. مجموعة من أصحاب المصلحة الرئيسيين وممثلي العصف الذهني

في الأفكار (وشخص واحد لتوثيق القرار الذي تم التوصل إليه من خلال توافق في الآراء)

٢. إنشاء بيان الأهداف

٣. جمع كل المعلومات وتحديد ما يجب أن يحدث لتحقيق تقدم حقيقي نحو رؤيتك ورسالتك. تشكل قائمة واحدة أو اثنين من الأهداف العامة.

٤. اكتب البيانات، وحاول التوصل إلى إجماع مشترك باستخدام أي من الأدوات التالية أو كما تم في طريقة العصف الذهني - عن طريق التسجيل. ملاحظة: يمكن استخدام قائمة التحقق بشكل مستقل أيضاً، من أجل بيان تختاره المجموعة.

بيانات الهدف

					البيان الأول
					البيان الثاني
					البيان الثالث
					البيان الرابع

## قائمة مراجعة عامة لبيانات الأهداف المختارة

قائمة الخيارات (يتم تعبئتها بشكل فردي في المجموعة)				المواصفات
البيان الرابع	البيان الثالث	البيان الثاني	البيان الأول	
Yes	Yes	No	Yes	هل العبارة محددة: يمكن قياسها ومحدده بتاريخ؟
Yes	Yes	No	Yes	هل يظهر البيان بوضوح - كم متبقي لإنجاز الهدف
No	Yes	No	Yes	هل يوضح البيان بوضوح ما الذي يجب إنجازه؟
No	Yes	Yes	Yes	هل يوجد به تفاصيل تشغيلية عن كيفية إنجازه؟
				هل يظهر البيان بوضوح - متى سيتم إنجازه؟

				هل يتوافق مع بيان الرؤية؟
				هل يتماشى مع بيان الرسالة؟
				هل البيان قابل للقياس؟
				هل البيان قابل للتحقيق؟
				هل البيان واقعي؟
				هل البيان محدد بزمن؟
				هل البيان يشجع على التحديات ورفع سقف الطموحات والأهداف؟



## دراسة الجدوى

الآن تم اختيار الفكرة وفقاً للأساليب وطبقاً للموصفات التي ذكرناها، وتم تقييمها واختبار جدواها وفقاً للأدوات التي شرحناها، و ثم استشارة أصحاب الخبرات، واختبار السوق، واستطلاع رأي العملاء المحتملين، وتم كتابة رؤية المشروع والرسالة والأهداف، ما هي الخطوة التالية إذن؟ الخطوة التالية هي تحويل الفكرة إلى وثائق وبيانات يفهمها المستثمرون والممولون ويقنعون بها، هذه الأوراق والوثائق والبيانات تعرف بـ دراسة الجدوى.

دراسات الجدوى عادة ما تبدأ بتعريف المشكلة التي تحاول حلها عن طريق منتجك أو خدمتك، وكيفية تعامل الناس مع هذه المشكلة في الوقت الحالي، والحلول المبتكرة لهذه المشكلة التي تقدمها من خلال منتجك أو خدمتك، ثم تقوم بعد ذلك بكتابة رؤيتك للمشروع



ورسالته والأهداف التي قمت بصياغتها بناء على الرؤية الرسالة.

تقوم بعد ذلك بذكر بعض المحاور الهامة المتعلقة بالمشروع مثل الموارد التي يحتاجها المشروع، والمنافسين الحاليين وما يقدمونه من منتجات وخدمات، وما الذي ستقدمه لتمييز عنهم، والعملاء المستهدفون، والبدائل، والدخائل الجديدة، ثم قم بذكر العوامل الخارجية (PESTLE) ومدى تأثيرها على المشروع، ثم يتبقى بعد ذلك عمل الدراسة المالية.

بالطبع الحديث عن دراسات الجدوى يحتاج المزيد من التفاصيل، ولهذا تم تخصيص كتاب خاص بكيفية إعداد دراسات الجدوى، ستجدونه متوفر قريباً إن شاء الله.



## وختاماً

اعلم أنه لا يوجد ضمانات للنجاح، ولكن رائد الأعمال الحقيقي هو من يخوض التجربة ويتعلم منها، فلقد قمت حتى الآن بتأسيس أكثر من ٦٠ مشروع، الكثير منها فشل وتم إغلاقه، والكثير منها ناجح ومازال موجود حتى الآن، ولقد تعلمت واستفدت من مشروعاتي الفاشلة بقدر ما تعلمت واستفدت من مشروعاتي الناجحة، فقد ساهمت في صقل مهاراتي، وإثراء خبراتي، وإعطائي قدرة على إتخاذ القرار الصائب في الوقت المناسب.

اعلم عزيزي رائد الأعمال أنه ليس هناك نجاح بدون فشل، فالفشل هو ما يضيء لك طريق النجاح، فلا تحشى الفشل، إنما هو تجارب نستفيد منها لتحقيق النجاح، والفاشل الحقيقي هو من يتوقف عن المحاولة، فاستفد من التجارب واستشر أهل الخبرات، ولا تحشى الفشل، ولا تتردد في خوض المغامرة، حتى لو انطوت على مخاطرة، فلا زيادة أعمال بلا مخاطرة، ولا نجاح بلا مخاطرة.





## تعريف بالكاتب محمد الجفيري

### المسيرة الأكاديمية:

حاصل على ماجستير تخطيط استراتيجي من الجامعة  
الفرنسية HEC.

دبلوم تكنولوجيا معلومات واتصالات – كلية شمال الأطلسي (خريجين الدفعة  
الأولى) ICT CNA-Qatar ٢٠٠٤.

### الجوائز والإنجازات:

- جائزة أفضل مشروع في العالم من الأمم المتحدة ٢٠١٨ من منظمة القمة العالمية  
للابتكار WSA.
- جائزة أفضل مشروع على الوطن العربي (بيروت) في مجال التمكين والشمولية  
- بيروت.

- حاصل على درجة سفير الرحمة.
- فائز بالموسم التاسع في برنامج نجوم العلوم عام ٢٠١٧.
- مؤسس مشروع مترو القادة - أكبر شبكة اعداد قادة في الوطن العربي.
- عضو رابطة شبكة قادة شباب العالم (منظمة Mosaic البريطانية) وممثل دولة قطر لعام ٢٠١٥ في الأردن.
- عضو رابطة Get in the ring الأسترالية لرواد الأعمال والفائز بجائزة المركز الأول في دولة قطر ٢٠١٧.
- مخترع روبوت SeeDo الروبوت الوحيد في العالم للتخاطب مع الأطفال الصم.
- مؤلف لأكثر من ٦٠ كتاب في مجال اعداد القادة والتكنولوجيا.
- إعداد ٢٠٠ قصة للأطفال وإنشاء سلسلة الصديق الكبير.
- فائز بجائزة ريادة في الدولة كأفضل خطة مشروع تجاري.
- فائز بجائزة الاحتضان لمشروع مترو القادة في حاضنة قطر للأعمال الفوج الثاني.
- مقدم عدة برامج تلفزيونية وإذاعية كبرنامج قطر فوق وبرنامج الخبير وبرنامج لا يفوتك.

- شخصية مؤثرة في الإعلام الاجتماعي.
- كاتب أسبوعي في ( جريدة العرب ) .
- قام بتمثيل دولة قطر في عدة محافل دولية وحصل على تكريم من شخصيات قيادية عالمية في الشارقة والسودان والكويت وجدة وسنغافورا والأردن وغيرها.

## الخبرات العملية:

- يعمل حاليا بمنصب مدير تطوير في شركة هواوي قطر.
- مؤسس قسم أمن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ( أوريدو ) ٢٠٠٠ الى ٢٠٠٥.
- المدير التنفيذي والمؤسس لشركة ( قطر أي تي ) ٢٠٠٠ إلى الآن .
- أحد مؤسسين الهيئة العامة للتركات وشؤون القاصرين.
- أحد مؤسسين شركة حماية للخدمات الأمنية.
- عمل في بريطانيا في شركة Nimbus Ninety لإعداد مؤتمرات القادة في التكنولوجيا.

- أحد مؤسسين قناة الدوري والكأس الرياضية ٢٠٠٦ ويعمل بها كمستشار قوى بشرية إلى الآن.
- أمين السر وعضو مجلس إدارة في مركز الإبداع الثقافي.
- عضو مجلس إدارة جمعية أصدقاء الصحة النفسية.
- مؤسس مشروع مترو القادة.
- مؤسس مخبز الجفيري التركي.
- مؤسس نادي الريم للقراءة.
- مؤسس شركة صناعات الإبداع للاستشارات والتدريب.
- مؤسس شركة بيرسونالز سيرفيسز للمبيدات الحشرية.

### مجالات العمل الحالية:

- تأسيس المؤسسات الحكومية والشركات.
- التدريب والتطوير للمؤسسات والأفراد.
- تقديم الاستشارات والدورات التدريبية.

## قائمة الكتب والمؤلفات:

كتاب منهج مترو القادة.

كتاب رحلة التغيير.

كتاب تحليل الشخصيات حسب معايير MBTI.

سلسلة كتب ١٦ شخصية (ENTJ - ENTP - INTP - INTJ - ISFP - ESFP- ENFP)

(-INFP- ESTJ - ESTP - ISTP - ISTJ).

كتاب التخطيط الاستراتيجي للذات.

كتاب القيادة بالارشاد.

كتاب القيادة.

كتاب التفكير الاستراتيجي.

كتاب الإبداع والابتكار في المشاريع التجارية.

كتاب القرارات الاستراتيجية.

كتاب الطريق الى الادارة العليا.

## كيف اختار فكرة مشروع

- كتاب التعامل مع الشخصيات الصعبة.
- كتاب مهارات اشرافية.
- كتاب مهارات قيادية.
- كتاب إدارة الازمات.
- كتاب كيف تحصل على وظيفة.
- كتاب فن التفاوض.
- كتاب فن المناظرة.
- كتاب كيف تعرف عن نفسك في ٣٠ ثانية.
- كتاب التعامل مع وسائل الاعلام الاجتماعي.
- كتاب مهارات التعامل مع وسائل الاعلام.
- كتاب مهارات العرض والإلقاء.
- كتاب الطريق الى النجومية.
- كتاب كتابة وإعداد التقارير.

كتاب الكتابة تجارة الحروف.

كتاب إعداد وتنفيذ البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

كتاب إعداد المديرين.

كتاب المدارس لا تعلمنا الشراء.

كتاب الاستثمار الالكتروني.

كتاب بناء العلاقات.

رواية الصديق الكبير.

كتاب كيف تعرف عن مشروعك في دقيقة.

سلسلة كتب القصص والمقالات (قد كن افز قم قل رب اعد اهب اطر ارد).

## التأثير في مواقع التواصل الاجتماعي:

قناة اليوتيوب ١٠ مليون مشاهد حول العالم.

تويتر ١٢.٥ متابع.

السناب شات ٦٠ ألف متابع.

الفيسبوك مليونين مشاهد شهريا.

الانستغرام ٥ مليون مشاهد.

## مشاريعنا المستقبلية:

شركة الصديق الكبير للارشاد.

مكتبة اقرء للكتب الالكترونية والسمعية.

تصنيع روبوت سيدو للتخاطب مع الصم.

مشروع صناع الابداع للتعليم الإلكتروني.

مكتبة الصديق الكبير لقصص للأطفال.

مركز صناع الابداع للتدريب والتطوير.



## نبذة عن منهج مترو القادة:

منهج عالمي لإعداد القادة العلماء الأثرياء. تم تطبيقه في اكثر من ٦٠ مؤسسة تدريبية في العالم منها مؤسسات في السعودية ٭ الكويت ٭ السودان ٭ تركيا ٭ الاردن ٭ قطر ٭ البحرين ٭ عمان ٭ الاردن ٭ المغرب ٭ ماليزيا ٭ اليمن ٭ سوريا ٭ مصر وغيرها.



## صناع الابداع

مجموعة صناع الإبداع تأسست لتكون المظلة التي ترعى مهارات الشباب وقدراتهم عن طريق عدة مؤسسات صغيرة تحتها

١- دار صناع الإبداع للنشر والتوزيع.

٢- شركة إنتاج صناع الإبداع للتصوير والإخراج.

٣- شبكة صناع الإبداع للتدريب على الانترنت.

٤- مركز صناع الإبداع للتطوير وإدارة المشاريع الشبابية.

الهدف الرئيسي هو إطلاق العنان لقدرات وامكانيات الشباب العربي وتحفيزهم على نشر العلم والمعرفة فى شتى المجالات.

هذا هو حلمي وهذا ما أعيش لأجله

مؤسس مجموعة صناع الإبداع

**محمد الجفيري**

"من منا لا يخطئ. ساعدوني في تصحيح أي

خطأ أو لبس في اجتهاد

إن احسنت فمن الله وإن أسأت واخطأت فمن

نفسي ومن الشيطان

تم بحمد الله"

**للتواصل:**

**Whatsapp: 0097455221828**

**Email: mohammedaljefairi@gmail.com**

**Instagram: maljefairi**

**twitter: maljefairi**

**Snapchat: Nethelper**



مترو القادة

مترو القادة

## نبذة عن مترو القاذرة

- دائماً ما يتبادر إلى الذهن لماذا يسبقنا العالم في النهضة، ونبقى نحن في معظم الأحيان في دور المتفرجين وربما كنا في الصفوف الخلفية منها؟!، هل المشكلة في عدم وجود قادة أو علماء، أم ماذا؟!!

وللإجابة على سؤال كهذا نرجع إلى النظريات العلمية العالمية التي حصرت أهم أسباب النهضة في:

1. العلم

2. الأخلاق

3. العمل

- إذن فأى تلك العوامل الذي ينقصنا؟!، الشروط الثلاثة العلم والأخلاق والعمل موجودة بنسبٍ ومستوياتٍ متفاوتة بين المجتمعات، وكذلك بالمجتمع الواحد بين الأفراد وبعضهم البعض، ولكن أيضاً ليست هذه هي الأسباب الوحيدة لتأخرنا عن الركب، فلربما كان الجانب المالي هو أول تلك الأسباب، ومعنى أكثر دقة فإن هذه المعادلة ينقصها الثراء لتكتمل على أكمل وجه.

- من هنا جاءت فكرة برنامج مترو القادة، لتعالج أسباب تأخر النهضة الأربع ولتسد هذا الثغر عن الأمة المباركة، فتحاول إيجاد حالة ومناخ حقيقي قادر على خلق قادة وعلماء ينافسون العالم في شتى المجالات، فهذا البرنامج عالج العيوب التي قد تُخالط مثل هذه البرامج، فهو لم يعتمد على الخطابة، بل عمَد إلى خلطه بالعديد من الأنشطة العملية والتحدي والألعاب في بعض الأحيان مع الحفاظ على الجانب التعليمي بالإضافة إلى الجانب الربحي. فهذا البرنامج جاء متكاملًا يُراعي كافة الجوانب.

#### • إذن ما هو مترو القادة؟

هو برنامج مدته عامان، وخلالهما سيمر المشاركون بالبرنامج بأربعة خطوات رئيسية، يتكون كل خط منها من عدة مراحل، ويمر بها المشاركون ليطورون مهارات ذاتها ونفسه ويكتشف عالم القيادة ومستوياتها، بالإضافة إلى أنه سيطور كذلك من مهاراته في التعامل مع الآخرين وسيتعلم كيف يكون خبيراً في تخصصه المناسب له ومتخصصاً فيه كذلك، وسيعرف كيفية الوصول للعالمية بقدراته الشخصية وإمكانياته، وتفعيل قدراته في كيفية التعامل مع المجتمع الذي سيتفاعل معه مستقبلاً لتحقيق إنجازاته سواءً على مستواه الشخصي أو على مستوى المجتمع أو حتى على مستوى العالم أجمع، وهذا هو ما نُسَميه بالوصول للعالمية.

#### ويتكون من أربع محطات أساسية هي:

1. خط الإرشاد: هو من أهم الخطوات الرئيسية، فهو يبدأ بالتعريف عن مترو القادة وأهمية التغيير، كما يبدأ بمعرفة الذات والتعرف على الأنماط الشخصية وكيفية التعامل معها، مرفقاً بسلسلة كاملة من الكتب تشرح كل نمط من أنماط الشخصية بالتفصيل.
2. خط العلماء: هو عبارة عن مجموعة محطات لصناعة عالم ناجح على المستوى العلمي وأيضاً على الصعيد الاجتماعي والتسويق له علمياً، فهي تبدأ معه رحلته من كونه فني حتى

تصل به إلى مستوى استشاري عالمي.

3. خط القيادة: هو عبارة عن خمس محطات رئيسية تبدأ بتعليم المتدرب على كيفية قيادة

ذاته وتطوير مهاراته حتى تصل به إلى مرحلة قيادة القادة.

4. خط ريادة الأعمال: هو الذي يتعلم فيه المتدرب بشكل عملي كيف يحقق لنفسه الثراء،

وكيف يكون مشروع خاص به وسبل تطويره.

## البرنامج العملي لمشروع (مترو القادة)

Play (لعب وتحدي)	Learning (تعلم بالعمل)	Earn (كسب المال من مشروعك الخاص)
<p>يعنى باكتساب الناس للمهارات اللازمة للتعامل مع الاخرين من خلال اللعب والتحدي فيما بينهم وكذلك يكتشف المشاركون ذاتهم ومهاراتهم من خلال مشاركة الاخرين</p>	<p>الطريقة التي تعتمد على نظرية 70% - 20% - 10%                      1- التعلم بالممارسة الحياتية يعلم الناس بنسبة 70%.                      2- التعلم من تجارب الناس مع بعضهم وتجارب الغير يعلم الناس بنسبة 20%.                      3- التعلم من المناهج الدراسية المكتوبة والكتب والمحاضرات والدورات تعلم الناس بنسبة 10%.</p>	<p>يعنى بكسب المشارك للمال من خلال مشروعه الخاص به وذلك بتحويل أعماله وانجازاته الى مشاريع تربحه وتكسبه المال من خلالها كمثال : اذا كان للمشارك كتاب عمله وانجزه ونشره فانه فيما بعد ومن اجل ان يكسب من هذا الكتاب مالا فانه يحوله لقصة مصورة او فيديو مرئي او دورة تدريبية او اي عمل يكسب من وراءه مال.</p>

ما أريده من خلال مشروعي هو تحويل المناهج المكتوبة إلى مناهج عملية تُمارس عملياً للتطوير والإنتاج من خلال الأشخاص أنفسهم لأجلهم ولأجل مجتمعاتهم، وللمساعدة في تطوير وتقدم وازدهار الأمة ونهضتها كما يجب.

- الهدف الأساسي والمهم من هذا المشروع:

المشروع هو برنامج عملي، وعبرة عن لعبة يلعبها الكبار والصغار، والكبار يمكنهم خلال عامين من الإنجاز والإنتاج والابداع فيما يتميزون به من قدرات، وسيرون ثمار ونتائج أعمالهم في كافة المجالات المتاحة لهم وسيرون تفاعل ومشاركة المجتمع معهم ومع إنجازاتهم في جميع النواحي وتشجيعهم وهكذا للوصول إلى العالمية بإذن الله.

وهذه هي شبكة المشروع مفصلة أكثر بكافة الخطوط الأربعة الرئيسية ومراحلها:

هذا الكتاب هو جزء من خط المسافات الطويلة من مترو القادة.



## شبكة مترو القادة

### اهداف البرنامج

- تغيير الذات والتخصص
- المهارات القيادية
- محو الأمية المالية - زيادة الأعمال
- مهارات لتصبح خبير

### البرنامج العام

- إعداد قادة - علماء - أخصائيين
- شرح البرنامج العام

### الخط الأخرى (القيادية)

- (1) "اكتشاف عالم القيادة - التعرف على درجات ومستويات القادة - العادات السبع للناس الأكثر فاعلية".
- (2) "التفكير الاستراتيجي - التحليل الداخلي " الموارد - المنافسين - العملاء - البدائل - المنافسين الجدد " التحليل الخارجي " السياسية - المجتمع والدين - البيئة - التكنولوجيا - الاقتصاد - القانون " التمرکز " نظرية المحيط الأرقق - التسعير - زيادة الأعمال " ."
- (3) "مراحل التغيير الستة - أعراف المؤسسات - ادارة التوقعات - ادارة الأدراج والفرق والمجموعات - لماذا تفشل الخطط الاستراتيجية؟".
- (4) "تسهيل الاجراءات - مهارة التوظيف - خطط تطوير الموارد البشرية - مهارات التوجيه - بناء الفرق - توزيع المهام - اعداد الخطط التفصيلية / التنفيذية - اعداد وكتابة التقارير - التقييم".
- (5) "الادوات القيادية ( التوجيه - التدريب - التحفيز - التفويض - الإرشاد ) الأساليب القيادية الستة ( التحكم - الدبلوماسية - الشورى - الإلهام - القيادة بالمثل - التفويض )".
- (6) "إدارة خدمات العملاء - ادارة الموارد البشرية - ادارة التسويق - المحاسبة لقياديين - الهياكل التنظيمية للمؤسسات - اعداد اللوائح والاجرائات - ادارة المناقصات - اعداد الموازنات المالية".
- (7) "مهارات توزيع المهام - اليات التنفيذ - مهارات تقييم وتقويم الخطط الاستراتيجية".
- (8) "المشكلات الادارية الكبرى - التعامل مع الضخيمات الصعبة - المحفلات الادارية الكبرى في المؤسسات والهيئات "
- (9) "التفاوض- مجالس الادارات - اعداد الرؤية والأهداف - اعتماد الخطط التنفيذية - اعتماد الموازنات المالية - اعتماد الخطط والمورة الذهنية للمؤسسات - التوامل والتعليم".

المهارات القيادية  
(9) العليا

البرنامج

التحديات القيادية (8)

المدينة التعليمية

التنفيذ ومتابعة  
الخطط والتقييم (1)

مكتبة قطر الوطنية

قيادة الادارات  
القيادية (9)

الشعب

القيادة الموقفية و  
الأساليب القيادية (9)

الريان القديم

المهارات الاشراعية (4)

المسيلية

محنة ادارة التعبير (3)

مستشفى حمد

محنة التخطيط  
الاستراتيجي (2)

القصر الأبيض

محنة القيادة (1)

البدع

قيادة القادة

المنصورة

برامج مترو القادة ومعرفة أهمية التغيير <sup>(1)</sup>	إكتشاف الذات وتحليل الشخصية (اختبار علمي MBTI) <sup>(2)</sup>	قيادة الذات في محور الشكل والصحة <sup>(3)</sup>
لوسيل	جامعة قطر	لقطيفية
قيادة الذات في المحور الأكاديمي والتخصص <sup>(4)</sup>		
كتارا		
قيادة الذات في المحور الاجتماعي <sup>(5)</sup>		
القصار		
قيادة الذات في محور المهارات وتطوير الذات <sup>(6)</sup>		
مركز الدوحة للمعارض والمؤتمرات		
قيادة الذات في المحور المالي <sup>(7)</sup>		
الخليج الغربي		
قيادة الذات في المحور الروادني <sup>(8)</sup>		
الكورنيش		
الإبداع والتفكير الإبداعي <sup>(10)</sup>		
البدع		

### الخط الأحمر : المهارات (فهم الذات - التخصص - التعريف والانتشار)

مفاتيح

(1) "مهارات التواصل مع الآخرين - كسر الجليد - الانصات - التعارف".

(4) "مهارات التسويق - التعامل مع العملاء - فن الاقناع".

(5) "تحليل المواقف - اتخاذ القرار- حل المشكلات".

(6) "الشجاعة - الثقة في النفس - اعداد المدربين - التحدث امام الجمهور - فن الالقاء".

(7) "تحفيز الذات - المناعة من الفشل - المبادرة".

(8) "كتابة السيرة الذاتية- التعريف عن الذات في 30 ثانية - الكتابة عن الذات كطرف ثالث".

بناء العلاقات وفهم الآخرين والتعامل مع الآخرين <sup>(1)</sup>	مهارات التحدث امام الجمهور <sup>(6)</sup>
الدوحة الجديدة	مطار حمد الدولي
التخطيط الاستراتيجي للذات <sup>(2)</sup>	
أم غويلية	
ادارة الأولويات وترتيب الأوقات <sup>(3)</sup>	
عقبة بن نافع	
مهارات الاقناع <sup>(4)</sup>	
المطار	
مهارات التعامل مع المواقف <sup>(5)</sup>	
المنطقة الاقتصادية	
مهارات شحن الطاقة الداخلية والعطاء <sup>(7)</sup>	
راس بوفنتاس	
مهارات التعريف عن الذات <sup>(8)</sup>	
الوكرة	

## الخط الذهبي (الخبير)

### شرق

- (1) "كيف أقدم برنامج تلفزيوني - كيف أعد برنامج تلفزيوني - مدخل في الاعلام المرئي".
- (2) "كيف أقدم برنامج اذاعي - اعداد البرامج الاذاعية - مدخل في تقديم البرامج الاذاعية".
- (3) "فن كتابة مقال - فن كتابة تقرير - فن التأليف - كيف تؤلف كتاب - كيف أقوم بعمل الأبحاث".

### غرب

- (1) "تعديل السيرة الذاتية للشخص حسب المجال - معرفة الكلمات المفتاحية للمتخصصين في المجال - تعلم لغة التخصص في المجال المختار - معرفة الشهادات الدولية التخصصية في المجال".
- (2) "الانضمام الى مجموعات في نفس التخصص - الاشتراك في جمعيات دولية في التخصص - الاشتراك في مجلات ونشرات في التخصص - التعرف على مهارات البحث في المجال - القراءة في فهارس كتاب المجال - البدء في دراسة الشهادات الدولية في المجال - متابعة العلماء في المجال".
- (3) "تعديل السيرة الذاتية للشخص حسب المجال - معرفة الكلمات المشاحية للمتخصصين في المجال - تعلم لغة التخصص في المجال المختار - معرفة الشهادات الدولية التخصصية في المجال".
- (4) "تعلم الية النقد - التحرير - اعداد الحقايق التدريبية - صناعة الألعاب التدريبية - كيف تنشر بحث - كيف تروج عن نفسك كخبير".
- (5) "كيف تقدم جلسة ارشادية - كيف تكون مستشار - قيادة التخصص - قيادة المبادرات الشبابية والعمل التطوعي في المجال - كيف تخطط لمشروع تجاري".
- (6) " قائد التخصص - كيف تنشأ مشروع عالمي في مجالك - كيف تقدم دراسة جدوى لمشروع عملاق - كيف تحصل على التمويل - كيف تدير الاخرين".

الاستشاري (6)	محطة الخبير (5)	محطة المتخصص (4)	محطة الباحث (3)	الفني (2)	إختبار التخصص (1)
المدينة الرياضية	الوعب	السودان	جوعان	السد	بن محمود
الاستشاري العالمي (7)					الاعلام الكتابي (3)
العزيزة					رأس بوعبود
				الاعلام المرئي (1)	الاعلام المسموع (2)
				سوق واقف	متحف قطر الوطني

قطار المسافات الطويلة (ريادة الأعمال)



الارشاد

مشيرب

# ندعو جميع الشباب العرب لخوض تجربة التأليف والتدريب من خلال مشروع مناع الإبداع

sona3.net

## نبذة عن الكاتب محمد الجفيري

- ◆ مخترع، وخبير الابتكار في القيادة، وكاتب، ومدرب قطري الجنسية حاصل على الماجستير من جامعة (HEC).
- ◆ عمل كمستشار ومدرب للعديد من المؤسسات المحلية والدولية وله الكثير من البرامج التدريبية والدورات في عدة مجالات.
- ◆ مخترع روبوت SeeDo الروبوت الوحيد في العالم للتخاطب مع الأطفال الصم، وحائز على جائزة أفضل مشروع في العالم من الأمم المتحدة 2018 من منظمة القمة العالمية لابنتار WSA.
- ◆ قام بتمثيل دولة قطر في عدة محافل دولية وحصل على تكريم من شخصيات قيادية عالمية في الشارقة والسودان والكويت وجدة وسنغافورا والأردن وغيرها.
- ◆ مؤلف لأكثر من 60 كتاب في عدة مجالات منها القيادة والإدارة والتخطيط الاستراتيجي وريادة الأعمال.
- ◆ مؤسس لعدة شركات ومشروعات منها مشروع مترو القادة، وشركة صناعات الإبداع للاستشارات والتدريب، ومخبز الجفيري التري، ونادي الريم للقراءة، وشركة بيرسونالز سيرفيسز للمبيدات الحشرية.



محمد الجفيري

ماجستير في التخطيط الاستراتيجي HEC الفرنسية

