جامعة يحـــي فـــارس المديـــــة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم المالية والمحاسبة

تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد حلاقة النساء

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر/ مؤسسة ناشئة

تخصص: محاسبة

من إعداد الطالب:
بن دالي أسامة براهم

تحت إشراف الأستاذ:
د/ زواق كمال

السنة الجامعية :2023/2022



شكر وعرفان

قال رسول الله صل الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"، نشكر الله سبحانه وتعإلى على منحنا نعمة العقل والصحة وأمدنا بالقدرة على إنجاز هذا العمل المتواضع.

نتقدم بالشكر والتقدير لأستاذنا الفاضل زواق كمال لحرصه على توجيهنا وإمدادنا بمختلف النصائح والإرشادات ونرجو من الله له دوام الصحة والعافية والتوفيق في حياته.

كذلك من قال فيهم نبينا الشريف صلى الله عليه وسلم "العلماء ورثة الأنبياء" إلى كل من علمونا حرفا لنصنع به مجدا إلى كل معلمينا وأساتذتنا طيلة مشوارنا الدراسي لكم كل الثناء والاحترام على ما أنرتم به بصيرتنا.

شكرا.....

إهداء

بعد السجود لله شكرا على إعانته وتوفيقه في إتمام هذا العمل المتواضع لو سألته عن الأسماء فإن القلب لا يعرف إلا هؤلاء لأهدي لهم ثمرة جهدي هذا.

إلى التي لم تبخل علي يوما بفيض حنانها و انفقت وقتها وعمرها الكثيروضحت بسعادتها وتعبت لكي أستريح فأحاطتني بحبها ودعواتها التي زادتني عزما وإرادة في النجاح وجعلت الجنة تحت أقوامها أغلى وأعز ما أملك في الوجود أمي الحبيبة حفظها الله وأطال في عمرها.

إلى الذي رباني على الفضيلة والأخلاق وشملني بالعطف والحنان وكان لي درع أمان أحتمي به في نائبات الزمان وتحمل عبء الحياة حتى لا أحس بالحرمان أبي العزيز محفوظ حفظه الله وأطال في عمره.

إلى كل من وعيت على هذه الدنيا فوجدتهم جزءا مني إخوتي وأخو اتي ،حفظهم الله ورعاهم،

بن دالي أسامة

المستخلص:

نهدف من خلال هذا المشروع إلى التعرف إلى أساسيات كيفية إنشاء وتأسيس مؤسسة خدماتية خاصة بتطبيق إلكتروني لتحديد موعد عند حلاقة النساء، أين تم الالتزام بالدليل الموصي به من قبل قبل اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال وبالأخص حاضنة الأعمال لجامعة المدية وهو الامر الذي ساعدنا في الاطلاع على مراحل تقديم المشروع والجوانب الابتكارية له مع وضع التحليل الإستراتيجي للسوق واكتشاف كل من خطة الإنتاج والتنظيم للمشروع والخطة المالية له، كما تم التعرف على أهم النقاط والعناصر الأساسية حول مراحل الحصول على شهادة مؤسسة ناشئة/ براءة اختراع بهدف إنشائها وتطبيقها ميدانيا.

وقد تم استخدام كل من المنهج الوصفي والتحليلي في دراسة هذا المشروع، أين قمنا بالإعتماد على مجموعة من الادوات المنهجية والمتمثلة في الملاحظة والمقابلة، وصبر الآراء، وذلك من أجل جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالمشروع محل الدراسة والبحث.

وانطلاقا من مخطط العمل التجاري **(BMC)** خلصت الدراسة إلى أنّ هذا المشروع يمتلك العديد من القيم المقترحة وعلى رأسها أن هذا التطبيق يتيح إمكانية تزويد فئة معينة من المجتمع والمتمثلة في النساء بحلول مقترحة تساهم في تخفيف الضغط النفسي والعبئ المالي عليهم، ويحد من كثرة تنقلهم من صالون حلاقة للآخر ومن منطقة لأخرى مع توفير الوقت والتقليل من الجهد والعناء في عملية البحث باستعمال تقنيات الرقمنة والتكنولوجيا والوسائط المدمجة في هذا التطبيق؛ وهو يعتبر أداة فعالة ومستحدثة لمواكبة عصر التكنولوجيا كونه متعدد الاستعمالات فهو يعتبر بديل اقتصادي منخفض التكلفة للنساء؛ فهو أكثر نفعا وأقل تكلفة وأسهل عملا كما أن هذا التطبيق يصنف ضمن المشاريع الاستثمارية الواعدة والقابلة للتطور والتوسع والمنتجة والمدرة للثروة.

الكلمات المفتاحية: تطبيق الكتروني، مؤسسة ناشة، براءة اختراع، المواعيد، حلاقة النساء.

قائمة المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر	III
إهداء	IV
المستخلص	V
فهرس المحتويات	VI
قائمة الجداول	X
قائمة الأشكال	XI
قائمة الملاحق	XI
مقدمة عامة	أ
الفصل الاول: الإطار النظري لمشروع تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد حلاقة النّساء	**01**
–تمهيد	02
المبحث الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع.	03
المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع.	03
المطلب الثاني: دورة حياة المؤسسات الناشئة.	07
المطلب الثالث: أهداف المؤسسات الناشئة وخطوات إنشائها.	10
المطلب الرابع: شروط منح براءة الاختراع.	14
المبحث الثاني: ماهية التطبيقات الالكترونية.	**17**
المطلب الأول: مفهوم تطبيقات الهواتف الذكية.	18
المطلب الثاني: أهمية التطبيقات الالكترونية.	19
المطلب الثالث: أنواع التطبيقات الالكترونية ومجالات استخدامها.	20
المطلب الرابع: إيجابيات وسلبياتها.	22
المبحث الثالث: نبذة عن الحلاقة.	**23**
خاتمة الإطار النظري.	26

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي لاعداد تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد حلاقة النساء	**27**
تمهيد.	28
المبحث الأول: تقديم المشروع.	**29**
المطلب الأول: فكرة المشروع (الحل المقترح)	29
المطلب الثاني: القيم المقترحة	30
المطلب الثالث: فريق العمل.	31
المطلب الرابع: أهداف المشروع.	31
المطلب الخامس: جدول زمني لتحقيق المشروع.	33
المبحث الثاني: الجوانب الابتكارية.	**35**
المطلب الأول: طبيعة الابتكارات.	35
المطلب الثاني: مجالات الابتكارات.	35
المبحث الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق.	**35**
المطلب الأول: عرض القطاع السوقي.	35
المطلب الثاني: قياس شدة المنافسة.	37
المطلب الثالث: الاستراتيجية التسويقية.	37
المبحث الرابع: خطة الانتاج والتنظيم.	**39**
المطلب الأول: خطوات الحصول على الخدمة	39
المطلب الثاني: التموين	40
المطلب الثالث: اليد العاملة.	40
المطلب الرابع: الشراكات الرئيسية	42
المبحث الخامس: الخطة المالية.	**42**
المطلب الأول: التكاليف والأعباء.	42
المطلب الثاني: رقم الأعمال.	47
المطلب الثالث: حساب النتائج المتوقع.	48

المطلب الرابع: خطة الخزينة	49
المبحث السادس: النموذج الاولي	**50**
خلاصة الإطار التطبيقي.	51
خاتمة عامة	53
قائمة المصادر والمراجع.	58
الملاحق.	61

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يحدد الأهداف الفرعية والمهام الفردية حسب الزمن المستغرق في كل منها.	33
02	الزبائن المحتملين للمشروع.	36
03	مراحل الحصول على خدمة تطبيق إلكتروني لتحديد موعد حلاقة النساء.	39
04	احتياجات المشروع من اليد العاملة.	41
05	تحديد تكاليف اليد العاملة والأجور.	41
06	تكلفة الموارد البشرية.	42
07	تجهيزات مكتب.	43
08	تجهيزات الاعلام الآلي.	44
09	التكاليف المختلفة.	45
10	إعداد ميزانية إفتتاحية للمؤسسة.	46
11	طرق الحصول على مصادر تمويل المشروع.	47
12	رقم الأعمال في الحالة التفاؤلية.	47
13	رقم الأعمال في الحالة التشاؤمية.	48
14	حساب النتائج المتوقع.	48
15	خطة الخزينة.	50

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	منحنى المؤسسة الناشئة	08

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	ميزانية المؤسسة الناشئة	62
02	جدول حساب النتائج المتوقع	64
03	حسابات الخزينة	65
04	نموذج العمل التجاري	66
05	مخطط العمل التجاري (BMC)	67

مقدمة عامة

عرفت المؤسسات في الآونة الأخيرة نوعا جديدا من المؤسسات والذي يعرف بالمؤسسات الناشئة والتي تتميز عن غيرها من المؤسسات الأخرى بالتطور والنمو والإبداع من خلال خلق سوق جديدة أو إعطاء قيمة مضافة لمؤسسة مصغرة، وقد تكون هذه المؤسسات الناشئة إما إنتاجية أو خدماتية أو مؤسسات متخصصة في التكنولوجيا والابتكارات أو مؤسسات أخرى، وتسعى هذه المؤسسات من خلال مساهمتها في تحقيق النمو الاقتصادي وهو ما يوجد في الدول النامية والمتطورة، ومن خلال التكنولوجيا المتطورة والمبتكرة تنوعت وسائل الحصول على المعلومات ومن بينها التطبيقات الالكترونية والتي ساهمت في التقليل من مشكل الوصول إلى المعلومات من عناء وجهد ومشقة للوصول إليها، ومع كثرة استخدام الهواتف الذكية أصبحت هذه المعلومات سهلة الوصول إليها.

وفي سياق تشجيع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الطلبة المتخرجين على تأسيس مؤسساتهم الناشئة واصدارها للقرار الوزاري رقم 1275 المنظم لهذا الامر، تولدت لدينا فكرة انجاز وتصميم تطبيق إلكتروني يختص بتحديد مواعد حلاقة النساء، وتحديد مكان صالون الحلاقة وقت لجوء النساء إلى الصالون ومعرفة أنواع خدمات الحلاقة ومختلف أسعارها، وهذا نظراً لمكانة المواعيد في المجتمع ولدى الافراد والاسر كونها تحسن من سلوك الفرد وتضبط حياته اليومية.

وبناء على ماسبق، تتمحور إشكالية الموضوع في التساؤل الرئيسي التالي:

في إطار تأسيس مؤسسة ناشئة والحصول على براءة اختراع؛ ما هي خطوات إعداد وتصميم تطبيق الكتروني يساهم في معالجة وحل مشكل تحديد مواعد الحلاقة لدى النساء؟

ومن أجل ضمان الوصول إلى إجابة واضحة على التساؤل الرئيسي انبثق عنه تساؤلات فرعية كالتالي:

- إلى ما تهدف المؤسسات الناشئة؟
- ماهي إيجابيات وسلبيات التطبيقات الالكترونية؟
- فيما تكمن أهمية التطبيقات الالكترونية؟
- كيف يأثر تحديد الموعد على أفراد المجتمع؟
- ما هي عوائد الإستثمار في انجاز تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد الحلاقة لدى النساء؟
- ما مدى إمكانية تجسيد المشروع اعتمادا على مخطط الأعمال الوارد في دليل المشروع؟

❖ **فرضيات دراسة المشروع:**

للإجابة على التساؤلات الفرعية السابقة نطرح الفرضيات التالية:

- تهدف المؤسسات الناشئة إلى تحقيق التنمية الاقتصادية وزيادة النمو الاقتصادي.
- للتطبيقات الالكترونية إيجابيات وسلبيات منها سهولة الوصول إلى المعلومات في الزمان والمكان الذي يحتاجه مستخدمي هذه المعلومات، ومن سلبياتها أنها عدم ملائمة حجمها اذا كانت كبيرة مع الهاتف الذكي وبالتالي يصعب تحميلها.
- –تكمن أهمية التطبيقات الالكترونية أنها قابلة للتطور وتعتبر دليلا لاستخدام المعلومات.
- يأثر تحديد المواعيد على أفراد المجتمع معنويا من خلال الضغوطات النفسية الناتجة عن عدم أخذ موعد في وقته المحدد فقد يتسبب ذلك في القلق والتوتر والإضطراب النفسي.
- يعتبر التطبيق الاكتروني المقترح نموذج جديد وهو يمثل أحد الحلول المقترحة من طرفنا لحل مشكلة تخص فئة معينة من المجتمع والمتمثلة في النساء، وهي عدم

قدرتهم على تحديد موعد عند حلاقة النساء في الزمان والمكان الذين تحتاجهما النساء.

- نظراً لاعتماد التطبيق الاكتروني المقترح على تقنيات الرقمنة والتكنولوجيا والوسائط المدمجة فان تجسيده على ارض الواقع ليس بالامر الصعب وهذا نظرا لسهولة استخدامه واستعماله وسهولة تداوله وتسويقه لفئة النساء في أي مكان وفي أي وقت يريدونه، كما أن تكلفة استعماله منخفضة بالنسبة لصالونات الحلاقة.

❖ **أهمية المشروع:**

تكمن أهمية المشروع في كونه يسعى لحل لحل مشكلة تخص فئة معينة من المجتمع والمتمثلة في النساء، والمتمثلة في تحديد مواعيد حلاقة النساء في وقتها الزماني والمكاني من خلال تطبيق إلكتروني يتيح إمكانية تزويد النساء بحلول مقترحة تساهم في تخفيف الضغظ النفسي والعبئ المالي ويحد من كثرة تنقلهم من صالون حلاقة إلى آخر ومن منطقة لأخرى، مع توفير الوقت والتقليل من الجهد والعناء في عملية البحث باستعمال تقنيات الرقمنة والتكنولوجيا والوسائط المدمجة في هذا التطبيق، فهو أداة فعالة ومستحدثة لمواكبة عصر التكنولوجيا، وهذا التطبيق كونه متعدد الاستعمالات فهو يعتبر بديل اقتصادي منخفض التكلفة للنساء، فهو أكثر نفعا وأقل تكلفة وأسهل عملا، كما أنه يصنف ضمن المشاريع الاستثمارية الواعدة والقابلة للتطور والتوسع والمنتجة للثروة.

❖ **أهداف المشروع:**

يمكن تلخيص أهداف المشروع في النقاط التالية:

- تسليط الضوء على مفهوم المؤسسات الناشئة والتعرف على خطوات إنشائها.
- التعرف على التطبيقات الالكترونية من خلال تحديد مفهومها وأنواعها.
- التعرف على المفاهيم الأساسية للمواعيد والحلاقة بأنواعها.

- التخفيف من الضغط النفسي والعب المالي على النساء والحد من كثرة تنقلهم من صالون لآخر لتحديد موعد الحلاقة.
- تلبية الاحتياجات الشخصية للعملاء.
- تحقيق الأرباح وتعظيمها.
- تحسين الوصول إلى الخدمات.

❖ **أسباب اختيار المشروع:**

من الأسباب والدوافع المؤدية إلى اختيار المشروع منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي، ويمكن ذكرها على النحو الأتي:

- مشروع المؤسسة الناشئة مشروع يتصف بالحداثة والتجديد من خلال منح قيمة مضافة لأفراد المجتمع.
- دعم الدولة للمؤسسات الناشئة من خلال منح تحفيزات تتمثل في إعانات مالية وإعفاءات ضريبية.
- حداثة هذا النوع من المشاريع ومذكرات التخرج المدرجة ضمن القرار الوزاري 1275.
- إمكانية الوصول إلى ريادة الأعمال من خلال الدخول إلى عالم المقاولاتية.
- ضرورة الاعتماد على الذات وتشجيع روح الابتكار والإبداع، وتشجيع روح العمل الجماعي بتكوين فريق عمل يقوم بتسيير المشروع.
- الخروج من الجانب الأكاديمي في إعداد مذكرة التخرج.
- إمكانية تطبيق هذا المشروع على أرض الواقع.

❖ **منهج دراسة المشروع:**

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وذلك حسب طبيعة المشروع، بهدف الإحاطة بجميع جوانب الدراسة وللإجابة على الإشكالية وتساؤلاتها، حيث

استخدمنا المنهج الوصفي في الجانب النظري من الدراسة، والذي تناولنا فيه الإطار النظري للمؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع، التطبيقات الإلكترونية وتحديد مواعيد الحلاقة وأثرها، بينما استخدمنا المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي من الدراسة (دليل المشروع) وذلك من أجل جمع المعلومات والبيانات من خلال استجواب صالونات الحلاقة الخاصة بالنساء.

❖ **صعوبات دراسة المشروع:**

أثناء إعدادنا لهذه الدراسة واجهتنا صعوبات نذكرها كالأتي:

- صعوبة التواصل مع صالونات الحلاقة أثناء استجوابهم مما أدى ذلك إلى استجوابهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
- عدم وجود منافسين في السوق في مثل هذا المشروع.
- ندرة المراجع العلمية كون المشروع جديد.

❖ **هيكل دراسة المشروع:**

تتضمن هذه الدراسة جانبين، جانب نظري وآخر تطبيقي (حسب دليل المشروع)، ويتضمن الجانب النظري ثلاث مباحث في المبحث الاول سنتطرق إلى أساسيات المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع لكل من مفهومهما ودورة حياة المؤسسات الناشئة، أهداف وخطوات إنشائها وشروط منح براءة الاختراع، بينما يتناول المبحث الثاني التطبيقات الإلكترونية من خلال إبراز مفهومها، أهميتها، أنواع ومجالات استخدامها، إجابياتها وسلبياتها، أما بالنسبة للمبحث الثالث فسنتطرق فيه إلى نبذة عن الحلاقة.

بينما يتضمن الفصل الثاني الجانب التطبيقي للمشروع وذلك بالاعتماد على دليل المشروع والذي بدوره ينقسم إلى ستة محاور خاصة بتقديم المشروع، الجوانب الابتكارية مع التحليل الاستراتيجي للسوق وإعداد خطة الإنتاج والتنظيم والخطة المالية له.

الفصل الأول:

الإطار النظري لمشروع تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد حلاقة النساء

تمهيد:

إن للمؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع دور هام وفعال لخلق سوق جديدة وذلك من خلال الإبداع والتطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده العالم من خلال التطبيقات الالكترونية والذكية وبرمجيات الاعلام الآلي والتي لها أثر كبير على أفراد المجتمع مما أدت إلى المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمختلف الدول، حيث أصبحت الركيزة الأساسية لمعظم الدول لبناء اقتصاد قوي ومحكم والتي تسعى من خلالها إلى ريادة الأعمال وسعيها لوجود حلول مشاكل المجتمع سواء من الناحية الاقتصادية أو من الناحية الاجتماعية، ولحلول هذه المشاكل تقدمنا بفكرة تطبيق الكتروني لتحديد موعد عند حلاقة النساء لضبط وتحديد مكان صالون الحلاقة وقت لجوء النساء إلى الصالون ومعرفة أنواع خدمات الحلاقة ومختلف أسعارها، والمواعيد كما هو معلوم لها أثر في المجتمع من خلال تحديد الوقت وظبطه ويحسن من سلوك الفرد في تنظيم وقته.

بناءً على ما سبق سنتناول في هذا الفصل المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع وتحديد مواعيد الحلاقة، وهذا وفق التفصيل الاتي:

المبحث الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع

المبحث الثاني: ماهية التطبيقات الالكترونية

المبحث الثالث: نبذة عن الحلاقة

المبحث الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع

تعتبر المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع مدخلا للإبداع والتطور والإبتكار وحلولا لمشاكل اجتماعية واقتصادية تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني لتصبح هذه المؤسسات تنافس مؤسسات أخرى على المستوى الدولي وتسعى لتحقيق أهداف ذات بعد اقتصادي واسع، وسنتناول في هذا المبحث مفهوم المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع، أهداف المؤسسات الناشئة وخطوات إنشائها، دور حياتها وفي الأخير الشروط القانونية لمنح براءة الاختراع.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة وبراءات الاختراع

الفرع الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة

كثيرا ما تداول استعمال مصطلح "مؤسسات ناشئة" بالأوساط الأكاديمية وببيئة الأعمال، من خلال هذا المحور سناحول إرساء المفاهيم المتعلقة بهذا النوع من المؤسسات بهدف الاستعمال المستقبلي له باحترام خصائصه.

– تعرف المؤسسات الناشئة **startup** اصطلاحا حسب القاموس الانجليزي:

أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة **Start–up** تتكون من جزئين"**Start**" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و"**up**" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي.

وبدأ استخدام المصطلح **Start–up** بعد الحرب العالمية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس المال المخاطر **(capital–risque)** ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك.

وفي أيامنا الحالية يوجد المصطلح ويعرفه القاموس الفرنسي **La rousse** على أنها" المؤسسات الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة ".

– كما عرفها **Ferré** بأنها تعتبر كمرحلة بادئة لتكوين المشروع، ومن المفروض أنها مؤسسة تمتهن النمو، بحيث يبين التعريف بأن المؤسسات الناشئة ما هي إلا مرحلة مؤقتة وتمثل المرحلة المبدئية للمشروع.

– في حين عرفها البروفسور ورجل الأعمال ستيف بلانك بأنّها ليست نسخة مصغرة من المؤسسات الكبرى، بل هي تلك المؤسسات التي تنتقل من فشل إلى فشل بسرعة حتى تحقق النجاح في الأخير، حيث تتعلم باستمرار من الزبائن وهو ما يعلمها التكيف.

– أما **Paul Graham** مؤسس حاضنة الأعمال **Y Combinator** فيعرف المؤسسة الناشئة بأنها "مؤسسة مصممة للنمو بسرعة، وحداثة تأسيسها لا تجعل منها مؤسسة ناشئة، كما أنه ليس شرطا أن تعمل المؤسسات الناشئة بمجال التكنولوجيا، أو يتم تمويليها عن طريق رأس المال المخاطر. الشيء الأساسي الوحيد هو النمو، كل شيء آخر نربطه مع المؤسسات الناشئة يتبع النمو.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن المؤسسات الناشئة هي مؤسسات حديثة النشأة تُبنى على أساس فكرة مبتكرة من طرف مقاول يتميز بخصائص معينة وهدفها النمو الذي تحققه سريعا كما لا يمكن حصرها في المجال التكنولوجي، بحيث تواجه خطرا عاليا بالفشل كونها تعتمد على منتوجات أو خدمات مبتكرة تخترق بها أسواق غير مشبعة أو تخلق أسواق جديدة كليا وبالتالي هي تعمل في ظروف عدم التأكد الشديد ولذا يقوم المؤسسون بتصميم نموذج أعمال قابل للتطوير بشكل فعال.[1]

و يمكن عرض أهم الخصائص التي تتسم بها المؤسسات الناشئة على النحو التالي:

- **مؤسسة شابة يافعة:** حيث يكون امامها خياران إما التطور والتحول إلى شركات ومؤسسات ناجحة أو الاغلاق والخسارة.

[1] حسين يوسف، صديقي إسماعيل، دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية مجلة علمية، المجلد8، العدد01، 2021، ص70 ص71.

- **مؤسسة أمامها فرص للنمو التدريجي والمتزايد:** من إحدى السمات التي تحدد معنى المؤسسة الناشئة startup هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل، وبعبارة أخرى، إن المؤسسة الناشئة هي المؤسسة التي تتمتع بإمكانية الارتقاء بعملها التجاري بسرعة أي زيادة الانتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف، كنتيجة عن ذلك ينمو هامش الأرباح لديها بشكل يبعث على الدهشة مما يعني بأن المؤسسات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس هي مؤسسات قادرة على توليد أرباح كبيرة جدا.
- **مؤسسة تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها وكذلك على الابداع والابتكار:** تتميز بأنها مؤسسة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة، إشباع حاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية، بحيث تعتمد على التكنولوجيا للنمو والتقدم والعثور على التمويل من خلال المنصات على الأنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم حاضنات الأعمال.
- **مؤسسة تتطلب تكاليف منخفضة:** حيث أن المؤسسة الناشئة تتطلب تكاليف صغيرة جدا بالمقارنة على الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء.[1]

الفرع الثاني: مفهوم براءة الاختراع

1-التعريف الاصطلاحي:

إن المتفق عليه في غالبية التعاريف أنها" شهادة أو وثيقة تمنحها الدولة للمخترع تثبت له حق احتكار استغلال اختراعه والإفادة منه لمدة محدودة وبشروط معينة".

[1] يعقوب فريال، طبايبية صليحة، الشركات الناشئة ودورها في تحقيق الإنعاش الاقتصادي، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص:إقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة قالمة، 2021-2022، ص 05.

حيث تعرف براءة الاختراع على أنها الشهادة التي تمنحها الدولة بواسطة هيئة عمومية مختصة للمخترع ،كي يثبت له حق احتكار استغلال اختراعه ماليا و لمدة زمنية محددة و في ظروف معينة،

وقد عرفها الدكتور عبد اللطيف هداية الله بأنها":الرخصة أو الإجازة التي يمنحها القانون لصاحب ابتكار، لإنتاج صناعي جديد أو اكتشاف لوسائل جديدة على إنتاج صناعي قائم، ونتيجة صناعية موجودة أو تطبيق جديد لوسائل معروفة للحصول على نتيجة أو إنتاج صناعي."

وعرفها الدكتور عز الدين بنسني بأنها": الشهادة التي تمنحها الدولة مجسدة في شخص المكتب المغربي للملكية الصناعية لمن توصل إلى اختراع جديد لمنتوج جديد أو لاكتشاف طريقة جديدة للحصول على إنتاج قديم".

2- التعريف التشريعي:

2-1 تعريف البراءة في القانون الجزائري:

لم يعرفها المشرع الجزائري في المرسوم التشريعي رقم 93-17 والمتعلق بحماية الاختراع غير أنه استدرك الأمر من خلال الامر 03-07 وعرفها في المادة 2 : البراءة أو براءة الاختراع: وثيقة تسلم لحماية الاختراع، فبراءة الاختراع هي إذن حق ملكية يتعلق بمعارف تقنية يمتلكها صاحب البراءة، ولا يمكن أن نحقق هذه الملكية إلا بحصول المخترع على الوثيقة وبدون البراءة يبقى الاختراع مجرد معرفة فنية.

2-2 تعريف البراءة في القانون الفرنسي:

يعرفها القانون الفرنسي بأنها كل اختراع قد يعتبر موضوع لسند ملكية صناعية تمنح من طرف الهيئة الرسمية، وتمنح لصاحبه حق الاستغلال لوحده، وقد عرفتها المادة 10-611 من قانون الملكية الفكرية "براءة الاختراع سند لملكية صناعية ممنوحة من طرف مصلحة عمومية تسمح لمالكها احتكار الاستغلال المؤقت، وهي سلاح هجومي و دفاعي

تحت تصرف المبدعين والمؤسسات، يمكن بيعها أو تمنح كترخيص استثنائي أو لا وتعطى كرهن حيازة، التنازل عنها يكون دون مقابل، تنقل إلى الورثة.

3-3 تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية لبراءة الاختراع:

تعرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية OMPI "البراءة بأنها حق استئثاري" يمنح نظير اختراع يكون منتج أو عملية تتيح طريقة جديدة لانجاز عمل ما ، أو تقدم حلا جديدا لمشكلة ما، وهي تكفل بذلك لمالكها حماية اختراعه وتمنح لفترة محدودة 20 (سنةعلى العموم)،وتتمثل هذه الحماية بموجب البراءة في أنه لا يمكن صنع أو الانتفاع من الاختراع ،أو توزيعه أو بيعه لأغراض تجارية دون موافقة مالك الب راءة. ويحق لمالك البراءة تقرير من الذي يجوز له أو لا يجوز له الانتفاع بالاختراع المشمول بالبراءة خلال مدة حياته، كما له الحق في التصرف فيها بكافة التصرفات القانونية المخول له، وعند انتهاء مدة البراءة يؤول الاختراع إلى الملك العام ويبطل بذلك الحق لاستئثاري للمخترع.[1]

المطلب الثاني: دورة حياة المؤسسات الناشئة

من خلال التعريف المقدم أعلاه قد يخيل إلينا أن ما يميز المؤسسات الناشئة startup هو النمو المستمر، إلا أن الواقع غير ذلك، فهذه المؤسسات كثيرا ما تتعثر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة، ويمكن إبراز ذلك من خلال المنحنى التالي والمصمم من قبل **Paul Graham:**

[1] حجار رستم، حماية براءة الاختراع في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية تخصص عقود ومسئولية، جامعة البويرة، 2016، ص5-6.

الشكل رقم (01): منحنى المؤسسة الناشئة startup:



المصدر: د.بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة سكيكدة، المجلد 4 العدد 2، 2018، ص421.

من خلال الشكل أعلاه يمكن القول بأن الشركات الناشئة تمر بستة مراحل:

المرحلة الأولى: قبل الانطلاق

وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما أو مجموعة من الأفراد بطرح نموذج أولي لفكرة ابداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، وخلال هاته المرحلة يتم التعمق في البحث، ودراسة الفكرة جيدا ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من امكانية تنفيذيها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل، والبحث عن من يمولها، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع امكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية.

المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق

في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، وربما أصعب شيء يمكن أن يواجهه المقاول في هاته المرحلة هو أن تجد من

يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها ماديا، وعادة ما يلجأ رائد الأعمال في هذه المرحلة إلى ما يعرف بـ FFF (Friends, Family, Fools)، فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليه المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على تمويل من قبل الحمقى وهم الأشخاص المستعدين للمقامرة بأموالهم إذا صح القول خاصة عند البداية حيث تكون درجة المخاطرة عالية، في هذه المرحلة يكون المنتج بحاجة إلى الكثير من الترويج كما يكون مرتفع السعر ويبدأ الاعلام بالدعاية للمنتج.

المرحلة الثالثة: مرحلة مبكرة من الاقلاع والنمو

يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هاته المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكريه الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد العارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.

المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي

وبالرغم من استمرار الممولين المغامرين (رأس المال المغامر) بتمويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن وادي الحزن أو وادي الموت، وهوا مايؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه الحالة تكون جد منخفضة.

المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر

يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه واطلاق اصدارات محسنة، لتبدأ الشركة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم اطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع.

المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع

في هاته المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار وطرحه في السوق المناسبة، وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتمل من 20 إلى 30 % من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.[1]

المطلب الثالث: أهداف المؤسسات الناشئة وخطوات إنشائها

الفرع الأول: أهداف المؤسسات الناشئة

تسعى المؤسسات الناشئة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. ترقية روح المبادرة الفردية والجماعية باستحداث أنشطة اقتصادية سلعية أو خدمية لم تكن موجودة من قبل، وكذا إحياء أنشطة اقتصادية ثم التخلي عنها لأي سبب كان، ومثال ذلك تنشيط الصناعات التقليدية المناولة في قطاع الصناعة وقطاع البناء والأشغال العمومية...إلخ.
2. استحداث فرص عمل جديدة سواء بصورة مباشرة، بالنسبة لمستحدثي المؤسسات أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدامهم الأشخاص آخرين.
3. إعادة إدماج المسرحين من مناصب عملهم جراء الإفلاس لبعض المؤسسات العمومية أو بفعل تقليص حجم العمالة فيها، جراء اعادة الهيكلة أو الخوصصة، وهو ما يدعم إمكانية تعويض بعض الأنشطة المفقودة.
4. يمكن أن تشكل أداة فعالة لتوطن الأنشطة في المناطق النائية مما يجعلها أداة هامة لترقية وتثمين الثروة المحلية واحدى وسائل الاندماج والتكامل بين المناطق.

[1] بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة سكيكدة، المجلد 4 العدد 2، 2018، ص421 ص422

5. تهدف أن تكون حلقة وصل في النسيج الاقتصادي من خلال مجمل العلاقات التي تربطها بباقي المؤسسات المحيطة والمتفاعلة معها، والتي تشترك في استخدام ذات المدخلات.
6. تمكين فئات عديدة من المجتمع التي تمتلك الأفكار الاستثمارية الجيدة ولكنها لا تمثل القدرة المالية والإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية[1].

الفرع الثاني: خطوات إنشاء المؤسسات الناشئة

يعتبر تأسيس مؤسسة ناشئة حلم كل رائد أعمال يسعى إلى تجسيد فكرته على أرض الواقع، ليستقل بمشروعه الخاص أو ليتخلص من رئيس الوظيفة التي تكبح إبداعه ومهاراته، وتربطه بأوقات ومهام يومية لا يجد متعة في إنجازها، مع ذلك فإن تأسيس شركة ليس بتلك السهولة التي يعتقدها معظم الناس، إذ أن الكثير من الشركات الناشئة تفشل في غضون سنوات قليلة من تأسيسها.

وتتمثل خطوات تأسيس مؤسسة ناشئة في مايلي:

أولا: العثور على فكرة الشركة

رحلة الألف تبدأ بخطوة واحدة، في رحلة رائد الأعمال نحو تأسيس شركة ناشئة تبدأ بإيجاد فكرة مناسبة، وأفضل طريقة لذلك تكون بالعثور على مشكلة يعاني منها المجتمع أو فئة منه ومحاولة إيجاد فكرة حل لها، وقد تبدو هذه الطريقة صعبة بالنسبة إلى البعض أو أنها الطريقة الوحيدة.

[1] حرمة محمد، خيرة عبد الله، إدارة المؤسسات الناشئة في الجزائر أهداف وتحديات، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر شعبة علوم التسيير تخصص : إدارة أعمال، جامعة أدرار، 2022/2021، ص11.

ثانيا: دراسة السوق

وهي جمع وتفسير وتحليل منهجي للبيانات والمعلومات حول السوق المستهدفة واحتياجاتها والمنافسين إلى جانب المستهلكين الفعليين والمحتملين وسلوكياتهم وموقعهم الجغرافي، كل ذلك باستخدام الأساليب والمناهج التحليلية.

ثالثا: حماية حقوق الملكية الفكرية

تعني حماية عملك أو علامتك التجارية أو أي ملكية ناتجة عن الابداع، من الأشخاص الذين قد يسرقون أفكار مشروعك ويستخدمون ملكيتك الفكرية دون إذن منك.

رابعا: اختيار اسم للشركة الناشئة

يمكن أن يعده بعض رواد الأعمال أمرا بديهيا وليس بتلك الأهمية اللازمة، فعلى العكس حيث يعد اختيار الاسم المناسب عملا مؤثرا في مدى نجاح العمل بحيث قد يؤدي اختيار اسم خطأ إلى عواقب قانونية وتجارية يصعب تجنبها لذلك يجب أن يكون سهلا.

وهذه بعض النصائح التي يجب اتباعها لاختيار اسم الشركة الناشئة:

- ✓ اختيار اسم يسهل تهجئته.
- ✓ اختيار اسم شامل لا يقيد مع نمو النشاط التجاري.
- ✓ اختيار اسم يتكون من جزء واحد أو مركب من جزئين على الأقل ولا يكون طويلا.
- ✓ اختيار اسم لم يستخدم من طرف شخص آخر أو من شركة أخرى.

خامسا: اختيار شريك مؤسس

معظم الشركات الناشئة في العالم والتي عرفت نجاحا كبيرا تم تأسيسها من طرف شخصين على الأقل، فبعض المستمثرين ينظرون إلى المؤسسين وفريق العمل قبل الاطلاع على الفكرة، لذلك وجب البحث عن شخص لديه سجل من الانجازات أو الخبرات في مجال معين لديه علاقة بمجال هذه الشركة أو أحد أقسامها كالتسويق والمبيعات بحيث يجب التعرف على شخصيته.

سادسا: كتابة خطة العمل

وهي أحد أهم الخطوات التي لابد لأي رائد القيام بها لضمان اتباعه الطريق الصحيح في تأسيس شركة ناجحة، بحيث يجب تحديد فيها ما يراد إنجازه بالعمل الجديد، وتحديد الأهداف والتحديات والطرق الواجب اتباعها لتجاوز تلك التحديات.

سابعا: جمع رأس المال اللازم لتأسيس شركة ناشئة

ويعتبر أكبر عائق يواجه رواد الأعمال في تأسيس شركة ناشئة خاصة بهم، بحيث نجد التمويل أحد أكبر عوامل النجاح أو فشل غالبية الشركات الناشئة في العالم، لأن قلة أو عدم امتلاك المال الكافي لتسيير الشركة خاصة في سنواتها الأولى يعني فشلها في أول الطريق.

توجد عدة مصادر فعالة يمكن لرواد الأعمال الحصول بواسطتها على رأس المال لبدأ تأسيس شركة ناشئة كالتمويل الذاتي من المدخرات الشخصية أو العائلة أو الأصدقاء أو القروض البنكية حتى حاضنات الأعمال.

ثامنا: توظيف فريق العمل

وهي أحد الأمور التي من الضروري تعلمها مبكرا، كيفية توظيف وإدارة فريق عمل بشكل فعال، نظرا لأهمية فريق العمل في الشركة الناشئة. والبحث عن أفضل الموظفين المحتملين وإجراء مقابلات مع أكبر عدد من المتقدمين لدرس إمكانيات ومهارات كل موظف وتقرير بعناية أي شخص ملائم لأداء الوظيفة، لأن تكوين فريق عمل ذو خبرة وكفاءة عالية أمر مهم لكل مؤسس.

تاسعا: بناء نموذج أولي للشركة الناشئة

بمعنى أدنى وأبسط نموذج قابل للتجريب يكون عليه المنتج أو الخدمة ويتضمن الوظائف الرئيسية، يتم تقديمه للجمهور بهدف جس نبض السوق وجمع المعلومات

اللازمة المعرفة مدى قابلية العملاء المستهدفين للمنتج النهائي قبل طرحه رسميا في السوق.

عاشرا: اختيار مقر الشركة

وصول رائد أعمال لهذه المرحلة أمر مميز، إلا أنه لبد من التفكير كثيرا قبل تأجير مقر للشركة لأنها أحد أكبر النفقات التي يمكن أن تتكبدها أي شركة ناشئة بجانب الأجور، وأول سؤال يجب طرحه هل يمكن القيام بأعمال الشركة عبر الأنترنيت أم تحتاج إلى مقر فعلي للشركة.[1]

المطلب الرابع: شروط منح براءة الاختراع

نص القانون الجزائري في مادته الثالثة من المرسوم التشريعي رقم 93/17 المؤرخ في 7/12/1993، والمتعلق بحماية الاختراعات على أنه " يمكن أن تقع تحت حماية براءة الاختراع، الاختراعات الجديدة الناتجة عن نشاط اختراعي والقابلة للتطبيق صناعيا" وفي المادة السابعم من نفس المرسوم ذكر المواضيع التي لا تعتبر اختراعات وهي:

- المبادئ والنظريات والاكتشافات ذات الطابع العلمي وكذلك المناهج الرياضية.
- الخطط والمبادئ والمناهج الرامية إلى القيام بأعمال ذات طابع ثقافي أو ترفيهي محض.
- المناهج ومنظومات التعليم والتنظيم والإدارة أو التسيير.
- طرق علاج الانسان أو الحيوان بالجراحة أو المداواة وكذلك مناهج التشخيص.
- مجرد تقديم معلومات.
- الابتكارات ذات الطابع التزييني المحض.

[1] سميرة حميش، المؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص : قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2021-2022، ص ص: 16-19.

نستنتج من المادتين الثالثة والسابعة، وجوب توفر شروط ثالثة لمنح براءة الاختراع ألا وهي:

- أن يكون ثمة اختراع أو ابتكار.
- أن يكون الاختراع جديدا.
- أن يكون هذا الاختراع قابل للاستغلال الصناعي.

تتطابق هذه الشروط مع تلك التي تحددها المنظمة العالمية للملكية الفكرية OMPI، فالشروط الواجب توفرها في الاختراع لكي يستفيد من الحماية لابد أن تكون له فائدة عملية وأن يبين عنصر الجدة، أي بعض الخصائص الجديدة غير المعروفة في مجموع المعارف المتوافرة في مجاله التقني، ويطلق عليها اسم " حالة التقنية الصناعية السابقة "، ويجب أن يبين الاختراع نشاطا ابتكاري لا يمكن لأي شخص له معرفة متوسطة في المجال التقني استنتاجه، وأخيرا يجب أن يكون " أهلا للبراءة " بموجب القانون.

وقد استثنى المشرع الجزائري أربع حالات لايمكن منح براءات الاختراع فيها مراعاة لعدة ظروف (أمنية، اجتماعية، إنسانية، أخلاقية) وحماية للمصلحة العامة، وهذه الحالات هي:

1. الأنواع النباتية أو الأجناس الحيوانية وكذلك الطرق البيولوجية المحضة للحصول على نباتات أو حيوانات.
2. أصول العضويات المجهرية.
3. المواد الغذائية والصيدلانية والتزينية والكيماوية، غير أن هذا الإجراء لا يطبق على طرق الحصول على هذه المواد.
4. الاختراعات التي يكون نشرها أو تطبيقها مخلا بالأمن العام وبحسن الأخلاق.

أ- الشرط الأول: وجود اختراع

يشترط القانون الجزائري لمنح براءة الاختراع أن يكون الاختراع يتضمن ابتكار أو إبداعا يضيف قدرا جديدا إلى ماهو موجود من قبل، أي يأتي بشيء جديد لم يكن موجودا من قبل، أو طريقة صناعية جديدة، أو تطبيقات جديدة لطرق صناعية معروفة، وقد يكون الاختراع متعلقا بناتج صناعي جديد متميز عن غيره من الأشياء.

ولم تعطي معظم التشريعات تعريفا واضحا لماهية الاختراع أو الابتكار، أو تحديد معايير التمييز لما هو ابتكار وما ليس ابتكار، ونص القانون الجزائري فالمادة 5 من المرسوم التشريعي رقو 93/17 بأن: " يعتبر الاختراع ناتجا عن نشاط اختراع إذا لم يكن ناجما بداهة من الحالة التقنية ..." وهو مايتطابق مع المعنى الذي قدمه معهد القانون المقارن بميلانو.

ويعتبر تعريف الابتكار ضروري بالنسبة للهيئة المكلفة بمنح سندات براءات الاختراع، بالإضافة إلى الجهاز القضائي في حالة رفع دعوى تخص براءات الاختراع.

ب- الشرط الثاني: أن يكون الاختراع جديدا

يشترط في منح براءة الاختراع وجود عنصر الجدة، أي فيه بعض الخصائص الجدية غير المعروفة في مجموعة المعارف المتوافرة في مجاله التقني ويطلق على مجموعة المعارف تلك اسم " الحالة التقنية الصناعية السابقة "، ويترجم في أم هذا الاختراع يجب أن يكون جديدا، لم يسبق نشره من قبل أو استعماله أو منحت له براءة اختراع أخرى.

حدد المشرع الجزائري بوضوح هذا الشرط بقوله " يعتبر الاختراع جديدا إذا لم يكن مدرجا في حالة التقنية الصناعية، وتشمل هذه الحالة كل ما وضع في متناول الجمهور بواسطة وصف كتابي أو شفوي أو استعمال أي وسيلة أخرى قبل يوم إيداع طلب البراءة "، واستثنى حالة عرض الاختراع في معرض دولي رسمي بأنها لا تعتبر وضع في متناول الجمهور، غير أنه حدد فترة زمنية لذلك وهي ستة أشهر قبل تاريخ إيداع طلب براءة

الاختراع، واتفق المشرع الجزائري مع معظم التشريعات (الفرنسي، الأمريكي، الألماني، السوري، اللبناني) على ضرورة وجود شرط الجدة المطلقة، ويقصد بها عدم إذاعة سر الاختراع في أي زمان من الأزمان أو في أي مكان.

ت- الشرط الثالث: قابلية الاستغلال الصناعي للاختراع

يشترط في الاختراع أن تكون له فائدة عملية لكي يكون موضع طلب براءة الاختراع، وهذه الفائدة العملية تتمثل في قابلية الاختراع للاستغلال الصناعي، أي يترتب على استعماله نتيجة صناعية تصلح للاستغلال في مجال الصناعة، لذا فالاختراع الذي تنطبق عليه هذه الخاصية هو كل اختراع عبارة عن تطبيقات صناعية للأفكار والنظريات العلمية وهو تطبيق للبحث العلمي، وقد حدد المشرع الجزائري بوضوح نوعية هذا الاستغلال الصناعي بقوله " يعتبر الاختراع قابلا للتطبيق صناعيا إذا كان موضوعه قابلا للصنع أو الاستخدام في أي نوع من الصناعة وحتى الفلاحة".[1]

المبحث الثاني: ماهية التطبيقات الالكترونية

إن التطورات الحاصلة في مجال وسائل الاتصالات متعددة ومتنوعة، وقد شهدت ثورة تكنولوجية هائلة في هذه التطورات، مما أدى إلى ظهور إختراعات واكتشافات جديدة من بينها التطبيقات الالكترونية المستخدمة من طرف الهواتف الذكية، والتي قامت باختصار المسافات والوقت الذي كان يستغرق في إرسال المعلومات والبيانات، الأمر الذي أثر تأثيرا كبيرا على سلوك الفرد في حياته اليومية، وتأسيسا على ما سبق سنتناول في هذا المبحث مفهوم التطبيقات الالكترونية، أهميتها، أنواعها ومجالات استخدامها وصولا إلى سلبياتها وإيجابياتها.

[1] دويس محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم الاقتصادية، فرع: دراسات اقتصادية، جامعة ورقلة، 2004-2005، ص ص: 74-76.

المطلب الأول: مفهوم تطبيقات الهواتف الذكية وخصائصها

الفرع الأول: تعريف التطبيقات الالكترونية

هي عبارة عن برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف، أو شركات أخرى مختصة في صناعة التطبيقات، يقوم المستخدم بتنزيلها على هاتفه من متاجر وشركات الهواتف العالمية وذلك حسب نوع نظام تشغيل الهاتف، هذه الأخيرة تقدم خدمات تفيد المشترك في حياته اليومية في شتى المجالات، رياضية، إخبارية، دينية، علمية، تعليمية، وغيرها.

في تعريف آخر هي تطبيقات تعمل بالأنترنت وتكون مثبتة على جهاز الهاتف لأداء مهمة معينة للمستخدم مثل التصفح، الدردشة، التعلم، إرسال واستقبال الرسائل...الخ.

وتعرف أيضا على أنها تطبيقات برمجية مصممة للتشغيل على الهواتف الذكية و الأجهزة اللوحية يمكن تنزيلها مجانا أو عن طريق الشراء من خلال منصات توزيع تطبيقات الهواتف الذكية.

من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن تطبيقات الهواتف الذكية هي تلك التطبيقات و البرامج التي تتوفر أو تنصب في الهواتف الذكية وفقا لنظام التشغيل الذي يعمل به الهاتف، تحتوي على تقنيات وتقدم العديد من الخدمات، تفيد المستخدم في حياته العملية والعلمية على حد سواء، يتم الحصول عليها من إحدى متاجر شركات التطبيقات.

الفرع الثاني: خصائص التطبيقات الالكترونية

تتميز تطبيقات الهواتف الذكية بعدة خصائص ومميزات مهمة، هذه المميزات تسخر للمستخدمين العديد من الميزات، وهي كالآتي:

- ✓ تساعد هذه التطبيقات الأفراد في الوصول إلى المعلومة مهما كانت صعبة وبعيدة بأقل جهد ممكن وبأقل التكاليف.

- ✓ مواكبة لغة العصر من ناحية التكنولوجيا الحاصلة تمكن المستخدم من تقييم و مراجعة التطبيق الذي يقوم بتنزيله في الهاتف المحمول.
- ✓ تتوفر التطبيقات بعدة لغات لكي تتناسب مع كل المستخدمين باختلاف لغاتهم واحتياجاتهم .
- ✓ سهولة الاستخدام والتحديثات الفورية :بحيث يتم تنزيل التحديثات بمجرد الاتصال بالأنترنت، وتضمن هذه التحديثات استمرارية التطبيق وانتشاره بين المستخدمين.
- ✓ تتميز هذه التطبيقات بالتوافق مع أنظمة تشغيل الهواتف الذكية مثل Android الخاص بهواتف سامسونغ[1].

المطلب الثاني: أهمية التطبيقات الالكترونية

للتطبيقات الالكترونية أهمية كبيرة نذكر منها:

- إمكانية الوصول لعدد أكبر من العملاء.
- إمكانية إفساح الدخول إلى أسواق جديدة.
- إمكانية تطوير التطبيق وفقا لميزانية العميل.
- إنخفاض تكلفة السوق والدعاية والاعلان للمنتجات.
- زيادة الربحية والعائد.
- سهولة عرض المنتجات واستقبال الأراء.
- إمكانيات تسويقية وإعلانية غير محدودة.
- زيادة التفاعل مع العلامات التجارية.
- تدعيم وتعزيز الموثوقية في العلامات التجارية.
- إمكانية متابعة ردود أفعال وتقييمات العملاء لتحسين الأداء.

[1] بديع بوخبزة، عبير عيد، تطبيقات الهواتف الذكية وأثرها على الأداء البحثي للطالب الجامعي، مذكرة ماستر في علم المكتبات، تخصص: إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات، جامعة قالمة، 2021/2020، ص ص: 21-23.

- إتاحة العلامة التجارية على مدار الساعة ومن أي مكان.[1]

المطلب الثالث: أنواع التطبيقات الالكترونية ومجالات استخدامها

الفرع الأول: أنواعها

هناك عدة أنواع لتطبيقات الهواتف الذكية ولعل أشهرها ثلاثة أنواع سهلة وبسيطة:

1-التطبيق الأصلي Native Apps:

وهي التطبيقات التي تتطلب من المستخدم، تنزيلها وتثبيتها على هاتفه الذكي وقد صمت لتلائم أنظمة التشغيل جميعها، ويتكون من مجوعة من البرامج المكتوبة خصيصا لمواصفات المنصة المطلوبة، وقد كتبت تطبيقات الهواتف الذكية الأصلية خصيصا لتتناسب مع نوع ومواصفات الجهاز المشغل لهذا النظام، لتواكب التطور التكنولوجي وتحقق أفضل ممارسة، فإذا كان باستطاعة المستخدم تنزيل التطبيق على هاتفه الذكي أو جهازه اللوحي فمن المحتمل أن يكون تطبيق أصلي.

1- تطبيق الويب web Application:

وهي التطبيقات المتوفرة على الموقع الإلكتروني، ولا تتطلب من المستخدم تحميلها وتثبيتها على الهاتف الذكي الخاص به، وتعمل هذه التطبيقات تلقائيا على أي هاتف ذكي أو جهاز لوحي، أو جهاز محمول أو جهاز الحاسوب، متوافقة مع معايير متصفح الويب. والجدير بالذكر أن المضمون في تطبيق الويب، معنيون بتقديم تصاميم للواجهة بشكل كامل عكس التطبيق الأصلي فإن عناصر الواجهة تكون محددة، ومعلومة تلقائيا قبل شركتي آبل وجوجل.

[1] مبارك رعاش، دور التطبيقات الالكترونية في تعليم وتعلم تلاميذ ذوي صعوبات التعلم عسر القراءة أنموذجا، مجلة بحث وتربية، المعهد الوطني للتربية INRE ، المجلد 12، العدد 1، جوان 2022، ص 39-40.

2- التطبيق الهجين أو المختلط Hybrid Apps:

ويعتبر مزيج من التطبيق الأصلي وتطبيق الويب، ليلائم الأجهزة المحمولة كافة ويكون متاح من خلال الموقع الالكتروني للخدمة.[1]

الفرع الثاني: مجالات استخدامها

أهم المجالات التي يستخدم فيها تطبيق الهاتف الذكي:

- **المجال التعليمي:** فالهواتف الذكية تقود ثورة، بعد انتقال التعليم من المرحلة التقليدية إلى مرحلة التعليم الالكتروني، وتنوع الأشكال في هذا النوع من التعليم، جاءت الهواتف الذكية لتقود ثورة جديدة، فالمختصون والتربيون أكدوا في نتائج دراستهم وبحوثهم أن مثل هذه الهواتف يمكن أن تساعد حقا في تعزيز العملية التعليمية في الصف الدراسي إذا ما استخدمت بحكمة وبشكل إبداعي إذ يمكن للطلاب أن يرسلوا أعمالهم إلى بعضهم البعض عن طريق تقنية البلوتوث والتقنية اللاسلكية الويفي، كما يمكنهم وضع المواعيد النهائية لتسليم هذه الأعمال على مذكرتهم الرقمية وقضايا البحث على شبكة الانترنت، وكذلك أخذ لقطات الفيديو للمعلمين وهم يرشحون النقاط الرئيسية من الدرس كما أن هنالك جيلا جديدا من الهواتف الذكية ذات شاشات عرض وذاكرة كبيرة يمكن أن تحتوي على كتب إلكترونية.
- **المجال التجاري** : أصبحت التجارة بواسطة الهواتف الذكية سهلة وذلك من خلال ما يعرف بالتجارة الالكترونية، حيث حل محل الكمبيوتر كوسيلة اتصال بالأسواق العالمية وإنجاز العمليات التجارية دون التقيد بالمكان والاستفادة من الخدمات

[1] بوقديرة مريم، مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية condor، مذكرة ماستر شعبة اتصال جماهيري والوسائط المتعددة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2019/2018، ص30ص31

البنكية المصرفية كما تستخدمه الشركات الدولية للطيران في تيجيل الحجوزات وفي تقديم خدمة الاستعلام عن الرحلات ومواعيدها وكذا في العمليات الإشهارية.

- ❖ **المجال الإعلامي:** أصبح بإمكان الفرد أن يحصل على آخر أخبار وكالات الآنباء والصحف اليومية وغيرها.
- ❖ **المجال الصحي** : حيث طورت نماذج لتقنيات الاتصال النقال خاصة بالأطباء ونظم الرعاية الصحية خاصة أثناء تنقلاتهم وزياراتهم الميدانية للمرض ، حيث تتبادل المعلومات ونتائج الفحوصات مع المراكز الصحية وزملاء المهنة.

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبياتها

الفرع الأول: ايجابيات تطبيقات الهواتف الذكية

يمكن تلخيص أهم ايجابيات تطبيقات الهواتف الذكية في النقاط التالية:

- ✓ إمكانية اتصال عميل أو مؤسسة أعمال على نفس النظام الأساسي بمساعدة تطبيقات الهاتف المحمول القائمة على الهواتف الذكية، وهذا بتأكيد أحدث ثورة في طريقة بيع المنتجات والخدمات.
- ✓ تساعد تطبيقات الهواتف الذكية على قيادة الآعمال بشكل أكثر كفاءة.
- ✓ تطبيقات الهاتف النقال المتعددة أدت إلى خلق اهتمامات جديدة لدى مستخدميه تتعلق بالتقاط الصور ومقاطع الفيديو، وتحميل الموسيقى وتيجيلها ومشاركة كل ذلك مع الآصدقاء.
- ✓ بالإضافة إلى أن هذه التطبيقات سمحت للفرد بالتعبير عن نفسه وخلق عالم خاص به، لا يحمل إلا ما يرغب فيه، سواء تعلق بتهيئة الهاتف أو نو الموسيقى المحملة أو الصور الملتقطة والتي تحتفظ ذكريات الفرد.
- ✓ لقد تعدى الهاتف الذكي بتطبيقاته وظيفته الأساسية من مجرد جهاز يستخدم للاتصال والتواصل مع الغير إلى جهاز يعيش فيه كل فرد حياته الخاصة، فأصبح مكتبا متنقلا

تنجز من خلاله الأعمال وتتابع، ووسيلة للحفظ المعلومات وتيجيل المواعيد والتذكير بها... الخ.

الفرع الثاني: سلبيات تطبيقات الهواتف الذكية

يمكن تلخيص أهم سلبيات تطبيقات الهواتف الذكية في النقاط التالية:

- ✓ وجود بعض التطبيقات ذات حجم كبير بحيث لا تتماش مع الهاتف الذكي ويكون التطبيق ثقيل.
- ✓ معوقات تقنية في التطبيق بحد ذاته، وأحيانا لا يكون التحيين للتطبيق.
- ✓ استعمال تطبيقات يؤدي إلى وجود العديد من الفيروسات.
- ✓ بعض تطبيقات الهواتف الذكية تحتوي على اشهارات كثيرة وبتالي تحجب الوظيفة الآساسية للتطبيق[1].

المبحث الثالث: نبذة عن الحلاقة

يمكن القول عن الحلاقة أنها قد اكتسبت حياة جديدة أو وجها جديدا في الآونة الأخيرة، ومع انتشارها أصبح من السهل جدا الوصول إلى محلات وصالونات الحلاقة. وذلك لكثرة وفرتها في السوق، حيث تطورت من نشأتها وأصبحت متعددة الأشكال والأنواع وبمختلف الأسعار بناءا على احتياجات الزبائن للحصول على حلاقة جميلة.

وتعرف الحلاقة أو التسريحة أو تصفيف الشعر، بانها مظهر شعر الإنسان والذي يأخذه بعد قصه بعناية وتصميم معين، وتختلف التسريحات التي يستخدمها الرجال عن النساء كما يوجد موضات تختلف من وقت لآخر، ومن الشائع استخدام الكريمات ومستحضرات التجميل لإضفاء شكل معين على الشعر عند تسريحه.[2]

[1] أونيس مروة، بن عمارة بشرى، تطبيقات الهواتف الذكية في المكتبات الجامعية في تحسين خدمات المعلومات، مذكرة ماستر في علم المكتبات، تخصص إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات، جامعة قالمة، 2019/2018، ص ص: 50-54

[2] متاح عبر الموسوعة الالكترونية: http://:org.Wikipedia.m.ar، تاريخ الزيارة 2023/06/23.

ظهر الحلاق أول ماظهر عندما اهتم الإنسان بشعر رأسه، ونظرا لارتباط هذا الاهتمام في المجتمعات البدائية القديمة وبمعتقدات خرافية ووثنية، كان الحلاق أقرب ما يكون إلى الكاهن، وفي هذا السياق يشار إلى أن بعض قبائل آسيا الوسطى كانت مهنة الحلاقة عندهم هي طرد الشر من النفس عبر قص الشعر، وهذا ماأدى إلى تقريب الحلاق من معالجة مشكلات صحية أخرى، فلعب دور الطبيب بالإضافة للمهنة الأساسية وهي الحلاقة.

ولعل أقدم توثيق للحلاق ودوره يعود إلى مصر الفرعونية، إذ تأكد الآثار الفرعونية أن المصريين القدماء كانو يحلقون شعرهم وذقونهم وكانت حلاقة شعر الفرعون جزءا أساسيا من مراسيم التنصيب، وكان كبير الكهنة يتولى هذه المهمة باعتباره وحده صاحب الحق في لمس شعر الفرعون، وفيما يتعلق بالحلاق المصري القديم الذي يتولى حلاقة الشعر العامة، فقد كان متجولا في شوارع البلدة يحمل عدة الحلاقة معه في سلة مفتوحة من القش وأهم أداة شفرة الموس.

وفي اليونان القديمة ظهرت محلات الحلاقة الثابتة وشهدت ازدهارا ملحوظا في القرن الخامس قبل الميلاد فقد اعتنى حكماء أثينا وشيوخها بمظهر ذقونهم ولحاهم التي شاؤوها أن تكون على أحسن شكل ممكن، ويشار إلى أن الرومان أضافو إلى هذه المهنة جملة من أعمال أخرى مثل التصفيف والتدليك وتقليم الأظافر وطليها، أي كل مانعرفه اليوم من خدمات إضافية تعرضها صالونات الحلاقة بعد قص الشعر.

كما أدت الحروب الصليبية وعملية الاحتكاك بين الأوروبيين والعرب إلى اهتمام الأخيرين بدراسة الطب، فبدأت المنافسة بين الأطباء المحترفين والحلاقين الذين سارعوا إلى إنشاء أول منظمة لهم في مدينة "روان" الفرنسية، وفي القرن الرابع عشر أنشأ الحلاقون الجراحون أول معهد لتدريس مهنتهم في باريس وهي المدرسة التي أصبحت لاحقا أول مؤسسة لتعليم الجراحة في أوروبا، وفي منتصف القرن الثامن عشر انفصلت مهنة الطب

عن الحلاقة بقرار من البرلمان في انجلترا ثم في فرنسا بقرار من الملك لويس الرابع عشر لم يأفل القرن الثامن عشر إلا وكانت مهنة الطب قد استقلت تماما عن مهنة الحلاقة.[1]

[1] متاح عبر الموقع الالكتروني: https://.bilarabiya.net، تاريخ الزيارة 2023/06/23.

خاتمة الفصل النظري:

من خلال ما جاء في الفصل يمكننا القول بأن المؤسسات النائشة وبراءات الاختراع لها دور فعال في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تطورها وتنميتها مستقبلا لتصبح بذلك منتجة ومدرة للثروة ومساهة فعالة في الاقتصاد الوطني ليصبح بنائه وتنميته عن طريق هذه المؤسسات.

وتعتبر التطبيقات الإلكترونية من الوسائل المتطورة والمتعددة للاستعمالات الشخصية، حيث تعتبر الصديق الوحيد للإنسان ووسيلة ربط بين مستخدميها ووبين مالكي هذه التطبيقات لسهولة توفير وتوفر خدماتهم عبر هذه التطبيقات تفيد المستخدمين في جميع مجالات الحياة اليومية حيث ساهمت في توفر المعلومات بدقة وتنظيمها وتقليل الوقت والجهد المبذول للحصول على المعلومات.

وللحلاقة أشكال وأنواع من التسريحات المختلفة بأسعارها، ومع تطورها الزماني والتاريخي تطورت وأصبحت تقدم تسريحات وقصات جديدة تتماشى مع احتياجات الزبائن كل حسب اختياره وتحديده للتسريحة.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي لاعداد تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد حلاقة النساء

تمهيد:

في إطار القرار الوزاري 1275 والمتعلق بإعداد مذكرة تخرج للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة شهادة براءة اختراع وبهدف تمكين الطلبة من حمل مشاريعهم المبتكرة في المستقبل اقترحت اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال دليلا لصياغة المشاريع المبتكرة وهو بمثابة طريق للوصول إلى مجموعة من الأهداف المسطرة بغرض نجاح المشروع وتطبيقه على أرض الواقع، وعليه سنتطرق إلى مجموعة من المحاور الأساسية لإعداد هذا المشروع.

المبحث الأول: تقديم المشروع

في هذا المبحث سنركز على فكرة المشروع والقيم المقترحة له بفريق عمله وأهدافه ووضع جدول زمني لتحقيق هذا المشروع على أرض الواقع.

المطلب الأول: فكرة المشروع (الحل المقترح)

إن فكرة مشروعنا والمتمثلة في تطبيق إلكتروني لتحديد موعد حلاقة النساء لم تكن لتنشئ صدفة وإنما جاءت بناءا على أهمية هذا التطبيق من الناحية النفسية والمالية للفئة المستهدفة، حيث بدأت هذه الفكرة من خلال مشكلة تخص فئة معينة والمتمثلة في النساء وهي عدم قدرتهم على تحديد وضبط موعد عند صالونات الحلاقة في الزمان والمكان المراد فيه أخذ الموعد وامكانية الوصول إليه، أين تبلورة لدينا فكرة اقتراح حل لهذه المشكلة والمتمثل في انجاز تطبيق إلكتروني يتم من خلاله تحديد وضبط موعد حلاقة في وقته، وهو يعتبر من الحلول المقترحة لتخفيف الضغط النفسي والعبئ المالي على فئة النساء وتخفيف الضغط على صالونات الحلاقة ليتم تنظيم المواعيد في وقتها وبشكل محدد، ويعتبر من المشاريع المبتكرة والمحققة للتنمية والمدرة للثروة.

وباعتباره مشروع ينتمي لفئة تطبيقات الخدمات الالكترونية المعتمدة على التكنولوجيا فان تجسيده سيتم من خلال تصميم تطبيق إلكتروني حديث يعتمد على قاعدة بيانات تحتوي على كيفية تحديد موعد حلاقة النساء في الزمان والمكان الذين يرغبان فيه وتكلفة وأنواع الحلاقة وبالاعتماد على مصمم مختص في البرامج والتطبيقات الالكترونية.

وقد تم اختيار ورشة عمل في منطقة "عين الذهب" بولاية المدية لتكون مقرا لإنجاز هذا المشروع.

المطلب الثاني: القيم المقترحة

انطلاقا من طبيعة وتركيبة هذا التطبيق يمكن له تحقيق العديد من القيم المضافة والقيم التنافسية والمتمثلة في الآتي:

- ✓ يعتبر تطبيق الكتروني جديد انطلاقا من قاعدة بيانات، ويعتبر حلا لمشكل من مشاكل الزبون، من خلال الربط بين صالونات الحلاقة والنساء.
- ✓ تكلفة إنجازه منخفضة بالاعتماد على مصمم مختص في البرمجيات والتطبيقات الالكترونية.
- ✓ يتميز بسهولة تحديد موعد عند حلاقة النساء في الزمان والمكان الذين يرغبان فيه ونوعية الحلاقة التي توفرها صالونات الحلاقة بمختلف أسعارها دون التنقل للصالون.
- ✓ يتيح هذا التطبيق إمكانية تزويد النساء بحلول مقترحة تساهم في تخفيف الضغط النفسي والعبئ المالي ويحد من كثرة تنقلهم من صالون حلاقة للآخر ومن منطقة لأخرى مع توفير الوقت والتقليل من الجهد والعناء في عملية البحث؛
- ✓ نظراً لاعتماده على تقنيات الرقمنة والتكنولوجيا والوسائط المدمجة فهو يعتبر أداة فعالة ومستحدثة لمواكبة عصر التكنولوجيا كونه متعدد الاستعمالات فهو يعتبر بديل اقتصادي منخفض التكلفة للنساء، فهو أكثر نفعا وأقل تكلفة وأسهل عملا؛
- ✓ يصنف هذا التطبيق ضمن التطبيقات الاستثمارية الواعدة والقابلة للتطور والتوسع والمنتجة والمدرة للثروة.
- ✓ تكلفة استعماله منخفضة بالنسبة لصالونات الحلاقة.
- ✓ يصنف ضمن تطبيقات الخدمات الالكترونية ويمتاز بسهولة استخدامه واستعماله وسهولة تداوله وتسويقه لفئة النساء في أي مكان وفي أي وقت يريدونه.
- ✓ يمتاز بحجم ملائم لجميع الهواتف الذكية مهما كان حجمها.

- ✓ يمتاز بسهولة الدفع الالكتروني عند شرائه وهذا عن طريق البطاقة الذهبية أو عن طريق الحساب البريدي الجاري(ccp).
- ✓ يعتبر أداة فعالة ومستحدثة لمواكبة عصر التكنولوجيا.

المطلب الثالث: فريق العمل

يتكون فريق المشروع مبدئيا من عنصر واحد مؤسس للمشروع وهو:

- **الطالب أسامة بن دالي براهم:** متحصل على شهادة الليسانس في المالية والمحاسبة وهو بصدد الحصول على شهادة الماستر في المحاسبة، قام بدورات تكوينية في الاعلام الآلي والمحاسبة سنة 2021 ودورة تكوينية في الاتصال والتحرير الإداري ودورة في المؤسسات الناشئة سنة 2022 بجامعة يحيى فارس بالمدية.

يتمثل دور الطالب في تسيير المشروع ومحاسبة تكاليفه ودراسة الجدوى المالية واستخدمه.

وسيتم في بداية المشروع إضافة أعضاء فريق عمل كل حسب وظيفته.

المطلب الرابع: أهداف المشروع

يمثل هذا التطبيق أحد الحلول المقترحة من طرفنا لحل مشكلة تخص فئة معينة من المجتمع والمتمثلة في النساء، وهي عدم قدرتهم على تحديد موعد عند حلاقة النساء في الزمان والمكان الذين تحتاجهما النساء. وهذا من خلال:

- تلبية الاحتياجات الشخصية للعملاء من خلال تحسين الوصول إلى الخدمات وبأقل تكلفة ممكنة.
- خلق ميزة تنافسية للتطبيق وأن نصبح رائدين لهذا المشروع في الجزائر خلال السنوات الخمس الأولى من أجل تحقيق الأرباح وتعظيمها.

- المساهمة في تخفيف الضغط النفسي والعبئ المالي على النساء والحد من كثرة تنقلهم من صالون لآخر لتحديد موعد الحلاقة.
- تحقيق الأرباح وتعظيمها.
- تحقيق التنمية المستدامة ونشر الثقافة الإلكترونية.
- تحسين الوصول إلى الخدمات.
- المساهمة في رفع الناتج المحلي وزيادة النمو الاقتصادي لتحقيق تنمية اقتصادية وبناء اقتصاد محكم.

المطلب الخامس: جدول زمني لتحقيق المشروع

بعد تحديد الأهداف الكلية والنهائية للمشروع سنقوم بتقسيم هذه الأهداف إلى أهداف فردية في شكل مهام فردية تكون متسلسلة ومترابطة ويكمل بعضها وهذا بناءً على نظام الأولويات ونظام الوقت الزمني المستغرق في كل مهمة وبشكل متدرج، لتظهر ملخصة في شكل جدول زمني متضمن في جانبه الأيمن الأهداف الفرعية والمهام الفردية المستخلصة من الهدف النهائي للمشروع، وفي جانبه العلوي الوقت الممكن أن يستغرقه كل هدف وكل مهمة، وهذا وفق التفصيل الآتي:

جدول رقم (1):يحدد الأهداف الفرعية والمهام الفردية حسب الزمن المستغرق في كل منها

		أ1	أ2	أ3	أ4	شهر 2	شهر 3	شهر 4	شهر 5	شهر 6	شهر 7	شهر 8	شهر 9	شهر 10	شهر 11	شهر 12	سنة
1	إيجاد مشكلة ما		*														
2	اقتراح حل للمشكلة		*														
3	الوصول إلى فكرة المشروع			*													
4	الدراسات الأولية للمشروع					*											
5	الحصول على وسم لابل								*								
6	اختيار مقر المؤسسة									*							
7	تجهيز الوثائق المطلوبة								*	*							

8	طلب المعدات من الخارج												*			
9	وصول المعدات														*	
10	الاختيار والمصادقة على أعضاء اليد العاملة									*						
11	تركيب المعدات														*	
12	بداية التصميم الأولي للتطبيق															*
13	توزيع التطبيق في شكله النهائي															*

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدليل المقدم من طرف اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال الجامعية.

المبحث الثاني: الجوانب الابتكارية

المطلب الأول: طبيعة الابتكارات

تتمثل طبيعة الابتكارات المعتمدة في مشروعنا في ابتكارات متزايدة حيث تتعلق فكرة مشروعنا باستغلال تكنولوجيا حالية لتلبية حاجيات ورغبات سوق موجود لم يكن مشبع من قبل.

المطلب الثاني: مجالات الابتكارات

تتمثل الجوانب الابتكارية في مشروعنا في كونه:

- ✓ طرح تطبيق بهذه المواصفات والخصائص في السوق سيؤدي إلى تنشيط سوق الحلاقة لدى الفئة المستهدفة ورفع كفاءة العمليات وبالتالي تعظيم ربحية المشروع وربحية سلسلة العملاء.
- ✓ أول مشروع في الجزائر يستهدف صالات الحلاقة ويعتمد على استخدام قاعدة بيانات في عملية تصميم وإنجاز التطبيق الالكتروني.
- ✓ يحتوي هذا التطبيق على خدمة حلاقة النساء التي تقدمها صالونات الحلاقة من حيث جودتها وتكلفتها وكيفية تحديد موعد عند هذه الصالونات.
- ✓ الشيئ المميز في مشروعنا أنه من المشاريع الواعدة والقابلة للتطور والتوسع سواء من حيث تصميمه أو استعمالاته وهو ما يعني اقتحام سوق جديدة .
- ✓ استهداف فئة معينة من الزبائن والمتمثلة في النساء.

المبحث الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

المطلب الأول: عرض القطاع السوقي

أولا- السوق المحتمل: كل شخص يستطيع ويرغب في استخدام هذا التطبيق الالكتروني، ولا يملك أسباب تمنعه من ذلك.

ثانيا- السوق المستهدف: نسعى لتقديم خدمة تطبيق الكتروني يربط بين صالونات الحلاقة وزبائنهم للتسهيل عليهم في تحديد الموعد الزماني والمكاني الذي يحتاجونه للحلاقة.

وقد تم اختيار هذه الشريحة لوجود طلبات كثيرة وملحة حول هذا التطبيق الالكتروني.

ونستعرض في الجدول الموالي أهم الزبائن المحتملين للمشروع

جدول رقم (2): الزبائن المحتملين للمشروع.

الزبائن المحتملين	حاجاتهم	تفضيلاتهم
صالونات الحلاقة	-السعر المنخفض. -شكل التطبيق. -جودة التطبيق.	-الشكل النهائي للتطبيق. -كيفية استخدام التطبيق.
المستهلكين النهائيين: النساء	-الشكل المثالي للتطبيق. -سهولة استخدام التطبيق.	-إمكانية تعدد الاستعمال.

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على المقابلات مع بعض صالونات الحلاقة.

ثالثا- مبررات اختيار السوق المستهدف:

تم اختيار الشريحة الأولى من الزبائن المحتملين والمتمثلين في صالونات الحلاقة لإمكانية ترشيدهم بأن هذا المشروع يعتبر من المشاريع الاستثمارية الواعدة والقابلة للتطور والتوسع والمنتجة والمدرة للثروة، أما اختيار الشريحة الثانية من الزبائن المحتملين والمتمثلين في المستهلكين النهائيين النساء فكان لوجود القابلية عندهم لاستخدام واستعمال هذا النوع من التطبيقات فهو كما سبق ذكره يعتبر بديل اقتصاديا منخفض التكلفة.

المطلب الثاني: قياس شدة المنافسة

لا يوجد منافسين في السوق الجزائرية يقدمون خدمات مثل هذا التطبيق وبالتالي يعتبر سوق جديدة.

المطلب الثالث: الاستراتيجية التسويقية

نعتمد في تسويق خدماتنا على استراتيجية تسويقية بأسعار تنافسية من خلال تحكمنا في تخفيض التكاليف باستعمالنا لتكنولوجيا متطورة والمتمثلة في تطبيق الكتروني لتحديد موعد عند صالون حلاقة النساء.

وعليه فإن اختيار الاستراتيجة التسويقية لمشروعنا تعتمد على ثمانية (08) نقاط وهي:

أولا: التواجد على منصات التواصل الاجتماعي:

يتم التواجد على منصات التواصل الاجتماعي عبر طريقتين:

- **النشر على وسائل التواصل الاجتماعي (التواجد المجاني الطبيعي):**

وهذا يكون عن طريق التواجد بشكل طبيعي من خلال نشر محتوى هدفه ترويج هذا التطبيق ودفع المستخدمين إلى تنصيبه ويكون هذا المحتوى متنوع بين المرئي والمكتوب أن يدعو لتفاعل الجمهور من أجل جذب أكبر قدر من الزبائن.

- **الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي:**

قد يكون النشر على وسائل التواصل الاجتماعي يهدف إلى تسويق التطبيق بجانب حث المستخدمين على استخدامه أما الإعلان على هذه المنصات فهدفه الأول هو دفع المستخدمين إلى تنصيب التطبيق.

ثانيا: الإعلان على الشبكات الإعلانية:

تستطيع الشبكات الإعلانية مساعدتنا على الوصول إلى زبائن مختلفين عن الزبائن الموجودين على وسائل التواصل الاجتماعي، إذ توفر لنا العديد من خيارات الاستهداف المتنوعة للترويج بتطبيقنا.

ثالثا: إنشاء قناة خاصة بتطبيقنا على اليوتيوب:

اليوتيوب منصة ممتازة للتسويق بشكل عام حيث يعتبر أفضل منصة يمكننا من خلالها عرض فيديو توضيحي يعرف المستخدمين على التطبيق مهما كان سهل الاستخدام فقد يجد بعض المستخدمين صعوبة في استخدامه أو الاستفادة من أحد مميزاته، فهنا نستطيع استخدام اليوتيوب لعمل فيديوهات تشرح كيفية استخدام هذا التطبيق والتعامل معه.

رابعا: إنشاء موقع خاص للتطبيق:

يعتبر الموقع واجهة لتطبيقنا الخاص لذا وجب علينا إنشاء موقع خاص به يفيد المستخدمين في التعرف على تطبيقنا من خلال المعلومات الأساسية له وما نقدمه من خدمات من أجل سهولة الوصول إليها.

خامسا: استخدام التسويق عبر البريد الإلكتروني:

لا يزال التسويق عبر البريد الإلكتروني وسيلة ممتازة للتسويق على الإنترنت فسنعتمد على البريد الإلكتروني لتنبيه الزبائن بغرض الحماية والترويج.

سادسا: تقديم فترات تجارب مجانية:

تعتبر فترات التجارب المجانية من الأمور التي تسعد المستخدمين بشكل عام وهناك فترات شهيرة للعروض المجانية مثل تخفيضات نهاية العام فمثل هذه العروض تعد استراتيجية فعالة لتسويق التطبيق وترويجه بشكل عام.

سابعا:تحسين الظهور على متجر التطبيقات ASO:

يهدف تحسين ظهور التطبيقات على المتاجر إلى تحسين طريقة عرض هذا التطبيق للمستخدمين بشكل طبيعي وبدون تكاليف، ويهدف في النهاية إلى ظهور التطبيق في مراكز متقدمة عند البحث عنه أو عن خدمته على متاجر التطبيقات.

ثامنا: الإعلان على متجر التطبيقات:

يظهر الإعلان على متجر التطبيقات كنتيجة أولى عندما يقوم المستخدم بالبحث عن تطبيق في مجاله ويمنح فعالية كبيرة من خلال نتيجة البحث، ويعد وسيلة لزيادة تحميلات التطبيق بشكل فوري ويزيد من عدد تحميلات التطبيق.

المبحث الرابع: خطة الانتاج والتنظيم

المطلب الاول: خطوات الحصول على الخدمة

تمر عملية الحصول على الخدمة المقدمة في التطبيق على مراحل وخطوات انطلاقا من تحديد المدخلات المتمثلة في بيانات ومعلومات صالونات الحلاقة (مكان عمل الصالون، وقت عمله، نوع الخدمات التي يقدمه وأسعارها)، اللازمة لتحديد موعد عند صالون الحلاقة المختص بالنساء، ويمكن حصر أهم مراحل الحصول على الخدمة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3): مراحل الحصول على خدمة تطبيق إلكتروني لتحديد موعد حلاقة النساء

المرحلة	الوصف
تحميل التطبيق	يتم تحميل التطبيق من خلال متاجر جوجل والمعروفة بـGoogle Play لتحميل التطبيق وتثبيته في الهاتف الذكي.
الدخول إلى التطبيق	يتم الدخول إلى التطبيق عبر التسجيل بالبريد الالكتروني للمستخدم من أجل الحصول على المعلومات التي يحتاجها.
الدخول إلى قائمة صالونات	يتم ذلك من خلال تحديد قائمة الصالونات المتوفرة لمعرفة أنواع الحلاقة المتوفرة في الصالون ومعرفة أسعارها المختلفة ومكان

الحلاقة المتوفرة في التطبيق	ووقت عملها.
تحديد طلبية نوع الحلاقة وسعرها	تحدد طلبية نوع الحلاقة وسعرها عن طريق تحديد رابط موقع المستخدم والرمز الترويجي لها.
تسديد مبلغ الحلاقة أو التسريحة المختارة	يتم دفع مبلغ التسريحة عن طريق الدفع الالكتروني إما بالبطاقة الذهبية أو عن طريق الحساب الجاري البريدي.
تحديد وقت الحلاقة ومكان الصالون	يتم تحديد الوقت عن طريق الدخول إلى مواقيت عمل الصالون واختيار الزبون الوقت الذي يريده وتحديد مكان عمل الصالون.
إرسال الطلبية إلى البريد الالكتروني لمالك الصالون	يتم إرسال الطلبية الي البريد الالكتروني لمالك الصالون لمعرفة الزبون الذي سيستفيد من خدماته ومعرفة نوع الحلاقة وسعرها ووقت الحلاقة ومكان الصالون.
إستقبال الطلبيات واستلامها من طرف مالك الصالون	بعد إرسال الطلبية لمالك الصالون يتم استلام وتسجيل الطلبيات المحددة في التطبيق من طرف المالك للصالون.

المصدر: من إعداد الطالب.

المطلب الثاني: التموين

تعتبر عملية التموين المسؤول المباشر من تلبية احتياجات التطبيق كونه يوفر الخدمات للسير العادي لعملية الحصول على الخدمات، حيث نتعامل في عملية الشراء مع مبرمجي ومصمي التطبيقات الالكترونية مباشرة من خلال شراء خدماتهم وهو ما يعتبر ميزة تنافسية بالنسبة لمشروعنا.

المطلب الثالث: اليد العاملة

أولا- احتياجات المشروع من الموارد البشرية:

في البداية مشروعنا يحتاج إلى 4 عمال، وهذا بعد تحديد المهام لكل عامل والممثلة في الجدول التالي:

جدول رقم (4): احتياجات المشروع من اليد العاملة

المناصب	العدد	المهارات والكفاءات	مدة العقد
المسير	1	-شهادة ليسانس في المالية والمحاسبة. -شهادة ليسانس في إدارة الأعمال.	/
المحاسب	1	-شهادة ليسانس في المالية والمحاسبة.	3 سنوات قابلة للتجديد.
مبرمج	1	-شهادة ليسانس في الإعلام الآلي والبرمجة.	3 سنوات قابلة للتجديد.
عمال نظافة	1	-المؤهل غير مطلوب.	سنة قابلة للتجديد.
المجموع	4	/	/

المصدر: من إعداد الطالب.

ثانيا- تكاليف الموارد البشرية " أجور العاملين"

يمكن توضح تكاليف اليد العاملة والأجور في الجدول الموالي:

جدول رقم (5): تحديد تكاليف اليد العاملة والأجور.

المنصب	العدد	الأجر الشهري
مسير	1	**60000**
محاسب	1	**50000**
مبرمج	1	**40000**
عمال نظافة	1	**25000**
المجموع	4	**175000**

المصدر: من إعداد الطالب.

المطلب الرابع: الشراكات الرئيسية

من أهم الشراكات في مشروعنا ستكون مع صالونات الحلاقة الخاصة بفئة النساء ومصمم مختص في البرمجيات والتطبيقات الالكترونية، إضافة إلى حاضنة الأعمال لجامعة المدية والصندوق الوطني لدعم المؤسسات الناشئة من أجل إنجاح المشروع والعمل على تطويره للخروج بمشروع مربح واقتصادي يعود بالنفع على الدولة وعلى الزبائن.

المبحث الخامس: الخطة المالية

تعتبر الخطة المالية وصفا لجميع الموارد والأنشطة التي يحتاجها المشروع والأطر الزمنية المتوقعة لتحقيق مجموعة من الأهداف المستقبيلة، وفي هذا المحور سنتطرق إلى مجموعة من العناصر والمتمثلة في مايلي:

المطلب الاول: التكاليف والأعباء

يحتاج مشروع تطبيق إلكتروني لتحديد موعد حلاقة نساء إلى اليد العاملة ومعدات وتجهيزات مكتبية.

أولاً- تكلفة اليد العاملة للمشروع:

يحتاج المشروع إلى 4 عمال في بداية المشروع، وسيتم تفصيل أجور العمال كل حسب وظيفته.

جدول رقم (6): تكلفة الموارد البشرية.

الرقم	المنصب	العدد	1-الأجرة الشهرية	2- مساهمة العامل في CNAS (9%)	3- مساهمة صاحب العمل (26%)	المجموع (1+3)
1	المسير (صاحب المؤسسة)	1	60000	-	15600	75600
2	محاسب	1	50000	4500	13000	63000
3	مبرمج مختص في	1	40000	3600	10400	50400

	الاعلام الالي					
4	عمال نظافة	1	25000	2250	6500	31500
	المجموع	4				220500

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على دراسة الجدوى المقدمة من طرف اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنة الأعمال لجامعة المدية.

ملاحظة: الأجر السنوي = الأجر الشهري × 12 = 12 x 220500 = 2646000

ثانياَ- إعداد تكاليف لكل من تجهيزات مكتب والاعلام الآلي

يوضح كل من الجدول رقم (7) و(8) تكاليف كل من تجهيزات المكتب والاعلام الآلي ووفق الاتي:

جدول رقم (7): تجهيزات مكتب

الاسم	العدد	سعر الوحدة	السعر الإجمالي
مكتب مسير	**1**	**120000**	**120000**
مكتب محاسب	**1**	**120000**	**120000**
مكتب المبرمج	**1**	**120000**	**120000**
كراسي المكتب	**3**	**24000**	**72000**
كراسي الاستقبال	**4**	**3000**	**12000**
خزانة	**2**	**20000**	**40000**
فاكس	**2**	**10000**	**20000**
مكيفات	**2**	**80000**	**160000**
مطفأة الحريق	**2**	**5500**	**11000**
علبة الإسعافات	**1**	**1500**	**1500**
أجهزة مراقبة	**2**	**2500**	**5000**

شاشة تلفاز	**1**	**40000**	**40000**
المجموع			**721500**

المصدر: من إعداد الطالب.

جدول رقم (8): تجهيزات الاعلام الآلي

الاسم	العدد	سعر الوحدة	السعر الاجمالي
جهاز كومبيوتر	03	80000	240000
طابعة	03	40000	120000
المجموع	06	/	360000

المصدر: من إعداد الطالب.

ثالثاً- التكاليف الأخرى المختلفة

يوضح الجدول الموالي أهم التكاليف الأخرى المختلفة الممكن تحملها:

جدول رقم: (9): التكاليف المختلفة.

الشهر	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	المجموع
مصاريف الصيانة	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
مصاريف الاشهار	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	240000
الكهرباء والغاز	6000			6000			6000			6000			24000
التأمينات	120000												12000
الكراء	600000												600000
المجموع	84000	84000	84000	84000	84000	84000	84000	84000	84000	84000	84000	84000	1008000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على دراسة الجدوى المقدمة من طرف اللجنة التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنة جامعة المدية

رابعاً- إعداد الميزانية الافتتاحية:

تم اعداد ميزانية إفتتاحية تقديرية وفق الاتي:

جدول رقم (10): إعداد ميزانية إفتتاحية للمؤسسة.

ر-ح	الأصول	المبالغ	ر-ح	الخصوم	المبالغ
	الأصول غير جارية		**101**	**- رؤوس الأموال الخاصة**	2717600
204	- تطبيق إلكتروني	300000		- راس المال	
215	- معدات تقنية	200000			
218	- معدات مكتب	721500			
218	- تجهيزات إعلام آلي	360000			
	مجموع الأصول غير جارية	**1581500**		**مجموع رؤوس الأموال الخاصة**	**2717600**
53	**الأصول الجارية**	3500000	**106**	**الخصوم غير جارية** اقتراضات ومؤسسات القرض	2363900
	- الصندوق			**مجموع الخصوم غير جارية**	**2363900**
				الخصوم الجارية	-
	مجموع الأصول الجارية	**3500000**		**مجموع الخصوم الجارية**	0
	المجموع	**5081500**		**المجموع**	**5081500**

المصدر: من إعداد الطالب.

خامساً- طرق الحصول على مصادر التمويل للمشروع:

يوضح الجدول الموالي أهم الطرق الممكنة للحصول على مصادر تمويل المشروع.

الجدول رقم (11): طرق الحصول على مصادر تمويل المشروع.

	مبلغ	نسبة المساهمة
المساهمة الشخصية	**2717600**	**%55**
مصادر مختلفة أخرى: الصندوق الوطني لدعم المؤسسات الناشئة	**2363900**	**%45**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدليل المقدم من اللجنة التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنة الأعمال لجامعة المدية.

المطلب الثاني: رقم الأعمال

يعبر رقم الأعمال عن إجمالي المبيعات والخدمات والناتج عن الأنشطة المحققة، وسنقوم في الجدول التالي بحساب رقم الأعمال التقديري لمشروعنا وهذا في الحالتين التفاؤلية والتشاؤمية:

أولاً- رقم الأعمال في الحالة التفاؤلية:

جدول رقم (12): رقم الأعمال في الحالة التفاؤلية

	2023	2024	2025	2026	2027
مجموع العائدات	**14040000**	**16200000**	**18360000**	**20520000**	**22680000**
الضريبة TVA	**0%**	0%	**%0**	**%0**	**0%**
العائدات بعد الضريبة	**14040000**	**16200000**	**18360000**	**20520000**	**22680000**
رقم الأعمال	**14040000**	**30240000**	**48600000**	**69120000**	**91800000**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدليل المقدم من طرف اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال.

ثانياً- رقم الأعمال في الحالة التشاؤمية:

جدول رقم (13): رقم الأعمال في الحالة التشاؤمية.

	2023	2024	2025	2026	2027
مجموع العائدات	**2000000**	**2180000**	**2360000**	**2540000**	**2720000**
TVAالضريبة	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**
العائدات بعد الضريبة	**2000000**	**2180000**	**2360000**	**2540000**	**2720000**
رقم الأعمال	**2000000**	**4180000**	**6540000**	**9080000**	**11800000**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدليل المقدم من طرف اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال.

المطلب الثالث: حساب النتائج المتوقع

يمثل حساب النتائج كشف اجمالي الأعباء والمنتوجات التي قمنا بدراستها في مشروعنا المتمثل في تطبيق إلكتروني لتحديد موعد حلاقة نساء، وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم (14): حساب النتائج المتوقع.

رقم الحساب	البيان	المبالغ
70	المبيعات من البضائع والمنتجات	**91800000**
72	الإنتاج المخزن أو المسحوب من التخزين	**0**
73	الإنتاج المثبت	-
74	إعانات الاستغلال	-
1	**إنتاج السنة المالية**	**91800000**

60	المشتريات المستهلكة	**0**
61	الخدمات الخارجية	**20000**
62	الخدمات الخارجية الأخرى	**150000**
2	**استهلاك السنة المالية**	**170000**
3	**القيمة المضافة (1-2)**	**91630000**
63	أعباء المستخدمين	**(2646000)**
4	**إجمالي فائض الاستغلال**	**88984000**
68	مخصصات الاهتلاكات والمؤونات وخسائر القيمة	**2929800**
78	استرجاعات عن الاهتلاكات والمؤونات وخسائر القيمة	**0**
5	**النتيجة العملياتية**	**86054200**
6	**النتيجة العادية قبل الضرائب**	**86054200**
69	الضرائب	**0**
6	النتيجة الصافية للسنة المالية	**86054200**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات المحور الخامس من الدليل المقدم من طرف اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال.

المطلب الرابع: خطة الخزينة

تسمح لنا خطة الخزينة بتحديد كل الايرادات والنفقات خلال السنة الأولى لنشاط المؤسسة، وستفصل ذلك من خلال الجدول الأتي:

جدول رقم (15): خطة الخزينة

البيان	المبالغ
تدفقات الخزينة المتأتية من أنشطة الاستغلال التحصيلات المقبوضة من الزبائن المبالغ المدفوعة للموردين والمستخدمين	**1040000** **(520500)**
صافي التدفقات الخزينة المتأتية من أنشطة الاستغلال	**519500**
تدفقات الخزينة المتأتية من أنشطة الاستثمار تسديدات الحيازة قيم ثابتة مادية او معنوية	**(300000)**
صافي تدفقات الخزينة المتأتية من أنشطة الاستثمار	**300000**
تدفقات الخزينة المتأتية من أنشطة التمويل تسديدات القروض او الديون الأخرى صافي تدفقات الخزينة المتأتية من أنشطة التمويل	–
تأثيرات تغيرات سعر الصرف على السيولة	–
تغير أموال الخزينة خلال الفترة	**219500**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات المحور الخامس من الدليل المقدم من طرف اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال.

المبحث السادس: النموذج الاولي

خلاصة الإطار التطبيقي:

من خلال تحليل **الإطار التطبيقي** للدراسة والذي تم فيه التطرق إلى كيفية اعداد تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد حلاقة النساء، أين تم الالتزام بالدليل الموصي به من قبل حاضنة الأعمال لجامعة المدية وهو ما ساعدنا في الاطلاع على مراحل تقديم المشروع والجوانب الابتكارية له مع وضع التحليل الإستراتيجي للسوق واكتشاف كل من خطة الإنتاج والتنظيم للمشروع والخطة المالية له، وقد تم التوصل الى النتائج الاتية.

- ✓ لمخطط الأعمال جانب مهم في إنتاج المؤسسات الناشئة وهذا راجع لأهميته في تحديد الرؤية الإستراتيجية للمؤسسة؛
- ✓ الدراسات التسويقية التي تقوم بها المؤسسة لها دور في تحديد متطلبات السوق من ناحية الكم والنوع؛
- ✓ تعتبر الخطة المالية وصفا لجميع الموارد والأنشطة التي يحتاجها المشروع والأطر الزمنية المتوقعة لتحقيق مجموعة من الأهداف المستقبيلة؛
- ✓ يعتبر التطبيق الاكتروني المقترح نموذج جديد وهو يمثل أحد الحلول المقترحة من طرفنا لحل مشكلة تخص فئة معينة من المجتمع والمتمثلة في النساء، وهي عدم قدرتهم على تحديد موعد عند حلاقة النساء في الزمان والمكان الذين تحتاجهما النساء.
- ✓ تكلفة إنجاز التطبيق الاكتروني المقترح منخفضة بالاعتماد على مصمم مختص في البرمجيات والتطبيقات الالكترونية.
- ✓ يتميز التطبيق الاكتروني المقترح بسهولة تحديد موعد عند حلاقة النساء في الزمان والمكان الذين يرغبان فيه ونوعية الحلاقة التي توفرها صالونات الحلاقة بمختلف أسعارها دون التنقل للصالون.

- ✓ يتيح التطبيق الاكتروني المقترح إمكانية تزويد النساء بحلول مقترحة تساهم في تخفيف الضغط النفسي والعبئ المالي ويحد من كثرة تنقلهم من صالون حلاقة للآخر ومن منطقة لأخرى مع توفير الوقت والتقليل من الجهد والعناء في عملية البحث؛
- ✓ نظراً لاعتماد التطبيق الاكتروني المقترح على تقنيات الرقمنة والتكنولوجيا والوسائط المدمجة فهو يعتبر أداة فعالة ومستحدثة لمواكبة عصر التكنولوجيا كونه متعدد الاستعمالات فهو يعتبر بديل اقتصادي منخفض التكلفة للنساء، فهو أكثر نفعا وأقل تكلفة وأسهل عملا؛

خاتمة عامة

إن لريادة الأعمال أهداف وتحديات يمكن تجسيدها على أرض الواقع وذلك من خلال الدخول إلى عالم المقاولاتية، أن يصبح الشخص رائد أعمال ليس بالسهل وإنما بالعمل والجهد من أجل تأسيس مؤسسة تنشأ وتتطور تبدأ من الصفر إلى غاية نشأتها مساهمة بذلك في تحقيق التنمية المستدامة، وتعتبر بديل من البدائل للنهوض بالاقتصاد الوطني حيث سيصبح هذا الاقتصاد يعتمد عليها لتصبح الدولة تنافس دول أخرى متطورة اقتصاديا بهدف الوصول إلى اقتصاد بديل ومغايريعتمد على الابتكار والاختراع، وتقوم هذه المؤسسات الناشئة بدور مهم وهو تشجيع الشباب على روح التنمية والابتكار من أجل حمل مشاريع ابتكارية نامية ومتطورة ومنح فرص عمل رغم أنها تعاني من صعوبات في التمويل لذا خصصت الدولة صندوقا خاصا بقوم بتمويل هذه المؤسسات لمواجهة صعوبات التمويل، إعطائها أكثر أهمية مقارنة بالمؤسسات الأخرى.

نهدف من خلال هذا المشروع إلى التعرف إلى أساسيات كيفية إنشاء وتأسيس مؤسسة خدماتية خاصة بتطبيق إلكتروني لتحديد موعد عند حلاقة النساء، أين تم الالتزام بالدليل الموصي به من قبل قبل اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال وبالأخص حاضنة الأعمال لجامعة المدية وهو الامر الذي ساعدنا في الاطلاع على مراحل تقديم المشروع والجوانب الابتكارية له مع وضع التحليل الإستراتيجي للسوق واكتشاف كل من خطة الإنتاج والتنظيم للمشروع والخطة المالية له، كما تم التعرف على أهم النقاط والعناصر الأساسية حول مراحل الحصول على شهادة مؤسسة ناشئة/ براءة اختراع بهدف إنشائها وتطبيقها ميدانيا.

❖ النتائج المتوصل إليها:

من خلال تحليل الإطارين النظري والتطبيقي للدراسة والذي تم فيه التطرق إلى كيفية اعداد تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد حلاقة النساء، تم التوصل الى النتائج الاتية:

- ✓ تساهم المؤسسات الناشئة على تنمية روح العمل الجماعي.

- ✓ تتصف المؤسسات الناشئة بالحداثة والتجديد وذلك لخلق سوق جديدة أو إعطاء قيمة مضافة لسوق موجودة.
- ✓ تعتبر حاضنة الأعمال الداعم الأساسي للمؤسسات الناشئة فهي تمهد الطريق لهذه المؤسسات من خلال توجيهها وإرشادها بغرض تحقيق الأهداف المسطرة وبلوغها.
- ✓ للاستراتيجية التسويقية دور فعال وهام من أجل الوصول إلى خطة تسويقة محكمة والوصول إلى تسويق المشروع بشكل جيد.
- ✓ تعتبر الخطة المالية بمثابة المرشد في عملية التخطيط المالي وذلك لمعرفة سير المشروع في المستقبل من الناحية المالية من خلال تنبؤات وتقديرات تمدنا بأرقم يمكن تحقيقها.
- ✓ لمخطط الأعمال جانب مهم في إنتاج المؤسسات الناشئة وهذا راجع لأهميته في تحديد الرؤية الإستراتيجية للمؤسسة؛
- ✓ الدراسات التسويقية التي تقوم بها المؤسسة لها دور في تحديد متطلبات السوق من ناحية الكم والنوع؛
- ✓ تعتبر الخطة المالية وصفا لجميع الموارد والأنشطة التي يحتاجها المشروع والأطر الزمنية المتوقعة لتحقيق مجموعة من الأهداف المستقبيلة؛
- ✓ يعتبر التطبيق الاكتروني المقترح نموذج جديد وهو يمثل أحد الحلول المقترحة من طرفنا لحل مشكلة تخص فئة معينة من المجتمع والمتمثلة في النساء، وهي عدم قدرتهم على تحديد موعد عند حلاقة النساء في الزمان والمكان الذين تحتاجهما النساء.
- ✓ تكلفة إنجاز التطبيق الاكتروني المقترح منخفضة بالاعتماد على مصمم مختص في البرمجيات والتطبيقات الالكترونية.

- ✓ يتميز التطبيق الاكتروني المقترح بسهولة تحديد موعد عند حلاقة النساء في الزمان والمكان الذين يرغبان فيه ونوعية الحلاقة التي توفرها صالونات الحلاقة بمختلف أسعارها دون التنقل للصالون.
- ✓ يتيح التطبيق الاكتروني المقترح إمكانية تزويد النساء بحلول مقترحة تساهم في تخفيف الضغط النفسي والعبئ المالي ويحد من كثرة تنقلهم من صالون حلاقة للآخر ومن منطقة لأخرى مع توفير الوقت والتقليل من الجهد والعناء في عملية البحث؛
- ✓ نظراً لاعتماد التطبيق الاكتروني المقترح على تقنيات الرقمنة والتكنولوجيا والوسائط المدمجة فهو يعتبر أداة فعالة ومستحدثة لمواكبة عصر التكنولوجيا كونه متعدد الاستعمالات فهو يعتبر بديل اقتصادي منخفض التكلفة للنساء، فهو أكثر نفعا وأقل تكلفة وأسهل عملا؛
- ✓ يصنف التطبيق الاكتروني المقترح ضمن التطبيقات الاستثمارية الواعدة والقابلة للتطور والتوسع والمنتجة والمدرة للثروة.
- ✓ تكلفة استعمال التطبيق الاكتروني المقترح منخفضة بالنسبة لصالونات الحلاقة.
- ✓ يصنف التطبيق الاكتروني المقترح ضمن تطبيقات الخدمات الالكترونية ويمتاز بسهولة استخدامه واستعماله وسهولة تداوله وتسويقه لفئة النساء في أي مكان وفي أي وقت يريدونه.
- ✓ يمتاز التطبيق الاكتروني المقترح بحجم ملائم لجميع الهواتف الذكية مهما كان حجمها.
- ✓ يمتاز التطبيق الاكتروني المقترح بسهولة الدفع الالكتروني عند شرائه وهذا عن طريق البطاقة الذهبية أو عن طريق الحساب البريدي الجاري(ccp).
- ✓ يعتبر التطبيق الاكتروني المقترح أداة فعالة ومستحدثة لمواكبة عصر التكنولوجيا.

❖ **الاقتراحات والتوصيات:**

- تكثيف الدورات التكوينية في مجال المقاولاتية وريادة الأعمال لتحديد ومعرفة كيفية إنشاء المؤسسات الناشئة.
- دعم ومرافقة الشباب حاملي المشاريع الابتكارية من أجل تحفيزهم للعمل على إنشاء مؤسسات متطورة ومبتكرة.
- ضرورة إدراج تخصص المقاولاتية وريادة الأعمال في الجامعات والمعاهد ومراكز التكوين من أجل تكوين الطلبة والرفع من مستواهم في مجال المقاولاتية.
- تعزيز الفكر المقاولاتي في جميع الميادين للشباب حاملي مشاريعهم من أجل إمكانهم من تجسيد أفكارهم وتحقيقها إلى مشاريع حقيقية.
- المتابعة والمراقبة الدورية المستمرة للمؤسسات النائشة من أجل ضمان بقائها واستمرارها.
- مساهمة الشركاء الاقتصاديين للمؤسسات الناشئة من أجل إعطاهم دعمها وتقديمها نصائح لتلبية مختلف احتياجاتها.
- التكثيف من الحملات الاشهارية والاعلانات والبرامج التلفزية للتعريف بالمؤسسات الناشئة بهدف منحها أكثر أهمية.

❖ **آفاق الدراسة:**

من خلال هذه الدراسة يمكن القول أن هذه الدراسة قد تكون تمهيدا لمواضيع أخرى ويبقى المجال مفتوح لدراسات أخرى مثل هذا الموضوع مثل:

- ✓ دور حاضنات الأعمال في إرشادهم للمشاريع المبتكرة.
- ✓ دراسة مخطط الأعمال في كيفية إعداده وتجسيد محتواه تطبيقيا.
- ✓ دراسة مقارنة في كيفية تمويل المؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة والمتوسطة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً- المذكرات:

1. يعقوب فريال، طبايبية صليحة، الشركات الناشئة ودورها في تحقيق الإنعاش الاقتصادي، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة العلوم الاقتصادية تخصص:إقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة قالمة، 2021-2022.
2. حجار رستم، حماية براءة الاختراع في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية تخصص عقود ومسئولية، جامعة البويرة، 2016.
3. حرمة محمد، خيرة عبد الله، إدارة المؤسسات الناشئة في الجزائر أهداف وتحديات، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر شعبة علوم التسيير تخصص : إدارة أعمال، جامعة أدرار، 2022/2021.
4. سميرة حميش، المؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق تخصص : قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2021-2022.
5. دويس محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم الاقتصادية فرع: دراسات اقتصادية، جامعة ورثلة، 2004-2005.
6. بديع بوخبزة، عبير عيد، تطبيقات الهواتف الذكية وأثرها على الأداء البحثي للطالب الجامعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم المكتبات تخصص: إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2021/2020.
7. بوقديرة مريم، مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية condor، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر شعبة اتصال جماهيري والوسائط المتعددة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2019/2018.

8. أونيس مروة، بن عمارة بشرى، تطبيقات الهواتف الذكية في المكتبات الجامعية في تحسين خدمات المعلومات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم المكتبات تخصص: إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات، جامعة قالمة، 2019/2018.

ثانياً- المجلات العلمية:

1. حسين يوسف، صديقي إسماعيل، دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية مجلة علمية، المجلد 8 العدد 01، 2021.

2. بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة سكيكدة، المجلد 04، العدد 02، 2018.

3. المبارك رعاش، دور التطبيقات الالكترونية في تعليم وتعلم تلاميذ ذوي صعوبات التعلم عسر القراءة أنموذجا، مجلة بحث وتربية، المعهد الوطني للتربية INRE ، المجلد 12، العدد 1، جوان 2022.

ثالثاً- المواقع الإلكترونية:

1- Paul Graham, startup happiness curve, http://t.co/P1FDc1MCUB" <==Good graphic

2- org.Wikipedia.m.ar//:http

3- net.bilarabiya.//:https

الملاحق

الملحق رقم (01)



BILANS DE STARTUP : .....

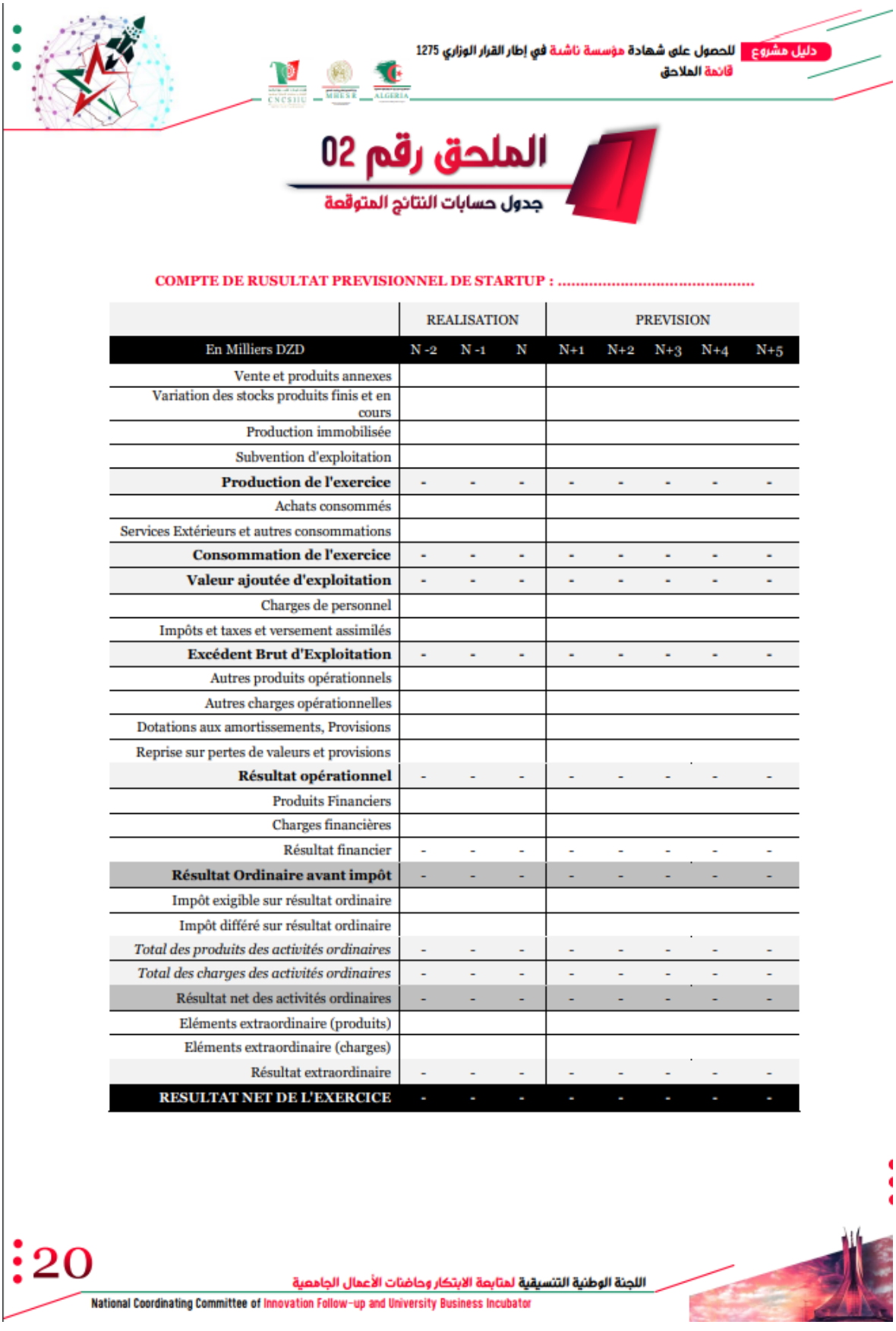
ACTIF								
	REALISATION			PREVISION				
En milliers DZD	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Immobilisation Incorporelles	-	-	-	-	-	-	-	-
Immobilisation Corporelles	-	-	-	-	-	-	-	-
Terrain								
Bâtiment								
Autres Immobilisations Corporelles								
Immobilisations en concession								
Immobilisation en cours	-	-	-	-	-	-	-	-
Immobilisations Financières	-	-	-	-	-	-	-	-
Titres mis en équivalence								
Autres participations et créances rattachées								
Autres Titres immobilisés								
Prêts et autres titres financiers non courants								
Impôts différés actif								
ACTIF NON COURANT	-	-	-	-	-	-	-	-
Stocks et encours	-	-	-	-	-	-	-	-
Créances et emplois assimilés	-	-	-	-	-	-	-	-
Clients								
Autres débiteurs								
Impôts et assimilés								
Autres créances et emplois assimilés								
Disponibilités et assimilés	-	-	-	-	-	-	-	-
Placements et autres actifs financiers courants								
Trésorerie								
ACTIF COURANT	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIF	-	-	-	-	-	-	-	-

PASSIF								
	REALISATION			PREVISION				
En milliers DZD	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CAPITAUX PROPRES								
Capital émis								
Capital non appelé								
Ecart de réévaluation								



Primes et réserves- Réserves Consolidées								
Résultat net- RN part du groupe								
Autres capitaux propres- report à nouveau								
Part de la société consolidante (1)								
CAPITAUX PROPRES	-	-	-	-	-	-	-	-
PASSIFS NON-COURANTS								
Emprunts et dettes financières								
Impôt différé passif								
Autres dettes non courantes								
Provisions et produits constatés d'avance								
PASSIFS NON-COURANTS	-	-	-	-	-	-	-	-
PASSIFS COURNATS								
Fournisseurs et comptes rattachés								
Impôts								
Autres dettes								
Trésorerie passif								
PASSIFS COURANTS	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASSIF	-	-	-	-	-	-	-	-
Vérification de l'équilibre Actif/Passif	-	-	-	-	-	-	-	-

الملحق رقم (02)



COMPTE DE RUSULTAT PREVISIONNEL DE STARTUP : .....

	REALISATION			PREVISION				
En Milliers DZD	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes								
Variation des stocks produits finis et en cours								
Production immobilisée								
Subvention d'exploitation								
Production de l'exercice	-	-	-	-	-	-	-	-
Achats consommés								
Services Extérieurs et autres consommations								
Consommation de l'exercice	-	-	-	-	-	-	-	-
Valeur ajoutée d'exploitation	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges de personnel								
Impôts et taxes et versement assimilés								
Excédent Brut d'Exploitation	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres produits opérationnels								
Autres charges opérationnelles								
Dotations aux amortissements, Provisions								
Reprise sur pertes de valeurs et provisions								
Résultat opérationnel	-	-	-	-	-	-	-	-
Produits Financiers								
Charges financières								
Résultat financier	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat Ordinaire avant impôt	-	-	-	-	-	-	-	-
Impôt exigible sur résultat ordinaire								
Impôt différé sur résultat ordinaire								
Total des produits des activités ordinaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Total des charges des activités ordinaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net des activités ordinaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Eléments extraordinaire (produits)								
Eléments extraordinaire (charges)								
Résultat extraordinaire	-	-	-	-	-	-	-	-
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	-	-	-	-	-	-	-	-

الملحق رقم (03)



الملحق رقم 03

حسابات الخزينة

STARTUP : .....

En Milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
RUBRIQUES	N-2	N-1	N	N + 1	N + 2	N + 3	N + 4	N + 5
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net de l'exercice								
Ajustements pour :								
- Amortissements et provisions								
- Variation des impôts différés								
- Variation des stocks								
- Variation des clients et autres créances								
- Variation des fournisseurs et autres dettes								
- Plus ou moins-values de cession, nettes d'impôts								
Flux de trésorerie générés par l'activité (A)	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie provenant des opérations d'investissement	-	-	-	-	-	-	-	-
Décaissements sur acquisition d'immobilisations								
Encaissements sur cessions d'immobilisations								
Incidence des variations de périmètre de consolidation (1)								
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie provenant des opérations de financement	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés aux actionnaires								
Augmentation de capital/ Part ASF								
Augmentation de capital/ Part startupeur								
injection en compte courant associé ASF								
Remboursements capital ASF (en valeur nominale)								
Remboursements compte courant associé ASF								
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement (C)	-	-	-	-	-	-	-	-
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)	0	0	0	0	0	0	0	0
Trésorerie d'ouverture (Début de la période)	-	-	-	-	-	-	-	-
Trésorerie de clôture (Fin de la période)	-	-	-	-	-	-	-	-
Variation de trésorerie	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*



الملحق رقم (04)



الملحق رقم (05): مخطط العمل التجاري (BMC)

تطبيق إلكتروني لتحديد مواعيد حلاقة النساء

✓ شرائح العملاء – صالونات الحلاقة. – مبرمج مختص في الاعلام الآلي. – النساء المستهلكات.	✓ العلاقات مع الزبائن – **علاقة مباشرة:** (تسويق مباشر). – **علاقة غير مباشرة:** (تسويق غير مباشر من خلال الوسطاء أو مواقع التواصل الاجتماعي). ✓ **قنوات الاتصال** – **اتصال مباشر:**	✓ **القيمة المقترحة** يتيح هذا التطبيق إمكانية تزويد النساء بحلول مقترحة تساهم في تخفيف الضغط النفسي والعبئ المالي ويحد من كثرة تنقلهم من صالون حلاقة للآخر ومن منطقة لأخرى مع توفير الوقت والتقليل من الجهد والعناء في عملية البحث باستعمال تقنيات الرقمنة والتكنولوجيا والوسائط المدمجة في هذا التطبيق؛ وهو يعتبر أداة فعالة ومستحدثة لمواكبة	✓ **الأنشطة الرئيسية** – جمع البيانات المتعلقة بالتطبيق. – اجتماعات تنسيقية مع فريق العمل. – إعداد دراسة الجدوى التقنية والاقتصادية للتطبيق. – إعداد برنامج أولي تعريفي بالتطبيق. – البدأ بالحملات التسويقية والاشهارية وبناء علاقات تجارية. ✓ **الموارد الرئيسية** – إعانات مالية من	✓ **الشراكات الرئيسية** **شركاء رئيسيين بنص المادة 11 من المرسوم التنفيذي 254/20 وهم:** – أشخاص طبيعين أصحاب الفكرة. – صناديق الاستثمار المعتمدة. – مؤسسات أخرى حاصلة على علامة " براءة اختراع".

	عن طريق اللقاءات مع شرائح العملاء بمختلف أصنافهم (صالونات الحلاقة، مبرمج مختص في الاعلام الآلي). – **اتصال غير مباشر:** عن طريق الوسطاء والحملات الاشهارية والتسويقية باستعمال القصاصات ومن خلال مواقع التواصل الاجتماعي كالفايسبوك	عصر التكنولوجيا كونه متعدد الاستعمالات فهو يعتبر بديل اقتصادي منخفض التكلفة للنساء؛ فهو أكثر نفعا وأقل تكلفة وأسهل عملا كما أن هذا التطبيق يصنف ضمن المشاريع الاستثمارية الواعدة والقابلة للتطور والتوسع والمنتجة والمدرة للثروة.	حاضنات الأعمال. – إعانات من الشركاء الاقتصاديين. – إعانات من صناديق الاستثمار المعتمدة. – مساهمات مؤسسات أخرى حاصلة على علامة " براءة اختراع ".	

✓ **مصادر الإيرادات** مبيعات التطبيق عند اعتماده، الاعفاءات الجبائية والضريبية على العوائد والارباح (IBS أو IRG) اعفاءات الرسم على النشاط المهني	✓ **هيكل التكاليف** – **تكاليف مباشرة:** تكاليف إعداد التطبيق وتجربته، تكاليف اليد العاملة المباشرة. – **تكاليف غير مباشرة:** تكاليف الحملات التسويقية، تكاليف التنقلات والمهمات، تكاليف التوزيع.