



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية



## مقياس المقاولاتية

ملخص للمحاضرة رقم 4:

الفرصة المقاولاتية

موجهة لطلبة سنة أولى ماستر

تخصص: مالية وتجارة دولية + تدقيق ومحاسبة

من إعداد الأستاذة:

ترغيني صباح

السنة الجامعية 2021/2020

## المحاضرة الرابعة: الفرصة المقاولاتية

### مقدمة:

إن اختلاف الباحثين حول مفهومي المقاولاتية والمقاول لم يمتد إلى مفهوم الفرصة وأهميتها في السيرورة المقاولاتية، ويعتبرون المقاول أهم مولد للفرص من خلال بحثهم المنهجي على الفرص، فاعتبرت الفرص المقاولاتية من المواضيع الرئيسية في أبحاث المقاولاتية على مدى العقد الماضي، وعزز هذا التوجه أعمال **Shane & Vankatraman** ، حيث اعتبرت أن فرص الأعمال هي المبرر الرئيسي في المقاولاتية.

### أولاً: الفرصة ركيزة العملية المقاولاتية

يعتبر الكثير من الباحثين على غرار **Shane & Vankatraman** أن الفرصة هي محور العملية المقاولاتية، وأن ظهور أي مشروع مقاولاتي مرتبط بالفرصة، وأن أهم الأعمال التي يجب أن يركز عليها المقاول هي التعرف على الفرصة وإكتشافها ثم تقييمها، وفي الأخير إستغلالها لتترجم في شكل مشروع في الواقع.

### ثانياً: طبيعة الفرصة المقاولاتية

اعتبر **Shane & Vankatraman** أن وجود المقاولاتية مرهون بوجود الفرصة، حيث أن الفرصة المقاولاتية هي الوضعية التي يستطيع منتج أو مادة أولية أو طريقة تنظيمية جديدة أن تتخذ شكلاً جديداً يوفر فرصة للربح.

### ثالثاً: الفرق بين الفكرة والفرصة

لقد فرق عدد من الباحثين بين الفرصة والفكرة، فبالنسبة لـ **Hernandez** هي أكثر من مجرد فكرة بسيطة، فهي تحتاج إلى توفر إمكانية إستغلالها من أجل الربح، وهي تمتلك القدرة على الجذب وإمكانية الإستمرار.

وأضاف **Fillion** أن " أن الفرصة متعلقة بالحاجة، فهي تُطرح في السوق في وقت محدد وتمنح للمنتج قيمة إضافية بالنسبة للمستهلك، أما الأفكار فهي عبارة عن مصطلح عام ونظري غير ملموس، بينما الفرصة تمتاز بكونها ملموسة وممكنة التحقيق في أرض الواقع".

واستعمل بعض الباحثين مصطلح "الفرصة الجيدة" وهي التي تتصف بأنها قابلة للتحقيق وتمثل حالة مرغوبة في المستقبل، أما **Bygrave** فقد أكد أنه ليست كل الأفكار فرصاً بالضرورة، وأن الفرصة قد لا تكون مناسبة للجميع.

ويعرفها **Tat Kech** وآخرون بأنها " وضع مستقبلي مرتبط بشخصية متخذ القرار، وتكون من وجهة نظره مرغوباً بها وذات جدوى اقتصاديه، أي في حدود إمكانياته وكفاءته".

### الفرق بين الفكرة وفرصة الأعمال « BELLY، 1989 »

خصائص الفكرة	<ul style="list-style-type: none"> <li>• إنها ملك للفرد</li> <li>• إنها نتيجة البصيرة الخلاقة للأفراد</li> <li>• إنها لمجموعة من المخترعين</li> </ul>
خصائص الفرصة	<ul style="list-style-type: none"> <li>• إنها ملك للإقتصاد</li> <li>• إنها ترسيخ الفكرة في إحتياجات السوق والظروف المواتية والمزايا التنافسية</li> <li>• إنها لمجموعة من المقاولين</li> </ul>



## رابعاً: من فكرة مبدئية إلى فرصة الأعمال

## 1- دور ومصدر الأفكار في المشروع المقاولاتي:

- ✓ الأفكار الجيدة ليست بالضرورة فرصاً جيدة، هذا يتعلق هذا بالفرد، الزمن، الموارد المتاحة والمحيط.
- ✓ التقاط الأفكار من طرف المقاول يعني وجود، وامتلاك وتطوير القدرة على الاستماع والملاحظة والتساؤل لما حوله، وكذلك ينتبه للاحتياجات والنقائص الموجودة و يُجيد استخلاص الفائدة من اللقاءات والاكتشافات الغير متوقعة.
- ✓ يجب تطوير القدرة على العمل "كإسفنجة" لإمتصاص أكبر قدر من المعلومات والأفكار قبل القيام بالفرز والتصنيف.

## 2- تقييم الفرص:

فرصة الأعمال

فرصة الأعمال تُعرف على أنها إمكانية مشروع في الوصول إلى نشاط قادر على خلق قيمة مُربحة ولها إمكانيات التنمية والاستدامة، مع الأخذ بعين الاعتبار فرص السوق والموارد المسخرة من طرف الفرد.

المقاولاتية

الفرصة المقاولاتية هي نتيجة تركيبية جديدة لعوامل الإنتاج التي تظهر عند إدخال منتج جديد، أو طريقة إنتاج جديدة أثناء استغلال سوق جديدة واكتشاف مصادر جديدة للتمويل وأخيراً شكل جديد لمنظمة صناعية

## وتتعلق الفرصة إذا ب :

- ✓ الفرد (الرغبات، الدوافع، القيم، القدرات، المعارف، العلاقات، الإمكانيات المادية)
- ✓ المحيط ( الأشياء التي يُقدمها للمحيط، إمكانية الوصول إلى المحيط، عدائية السوق، الإمكانيات الموجودة في السوق، الملاءة المالية).
- ✓ الوصول إلى الموارد ( الوفرة، تكاليف الحيازة وكيفية استخدامها).
- ✓ الزمن: ضروري من أجل أبعاد المشروع وتقدير الموارد اللازمة والحصول عليها.



## ومن أجل تقييم الفرص يجب:

1. تفكيك وإعادة تكوين الفكرة المبدئية: فرصة الأعمال مبنية على فكرة مبدئية، منطقياً فكرة الإنطلاق ليست هي التي تُؤسس عليها الفرصة فيجب أن نقوم بتفكيك الفكرة المبدئية إلى عدد لا حصر له من البدائل، ومن بين هذه البدائل قد تكون هناك فرصة جيدة للفرد.
2. تقييم البدائل: عند تحديد البدائل يجب تقييمها ومقارنتها تبعاً لمجموعة من المعايير: القيمة الجوهرية للبدائل، القيمة النسبية للبدائل، إمكانية الحصول على البديل في مرحلة الإنشاء.
3. طرق تحليل البدائل والفرص: يمكن اختبار الأفكار من طرف خبراء في المجالات اللازمة ومختصين في مرافقة رجال الأعمال.



### خامسا: تعريف الفرصة

- الفرصة هي "إختلال في السوق أو عدم توازن إقتصادي يمكن استغلاله من طرف المقاول من خلال إعادة السوق إلى حالة التوازن" (Kirzner).
- الفرصة هي عبارة عن "حالات متوفرة والتي يمكن فيها عرض وبيع المنتجات والخدمات الجديدة، المواد الأولية الجديدة، والطرق التنظيمية الجديدة بسعر أعلى من تكلفة إنتاجها" (Casson).

### سادسا: مصادر الفرصة المقاولاتية

في هذا السياق تأتي أعمال **Peter Druker** الذي ركز على الإبداع كمصدر أساسي للفرص المقاولاتية، ويقصد به ذلك الإبداع الذي يحدث تغييرا أو يكون استجابة لتغيير ما، حيث وضع 7 مصادر أساسية للفرص الإبداعية كلها تنطلق من التغييرات، إذ أن أربعة منها مرتبطة بالتغيرات في السوق أو الصناعة وهي:

- الأحداث غير المتوقعة.
- التعارض بين الواقع وبين ما يجب أن يكون كالاختلال في توازن العرض والطلب.
- إبداعات ناتجة عن الحاجة العملية.
- التغييرات في السوق أو الصناعة.

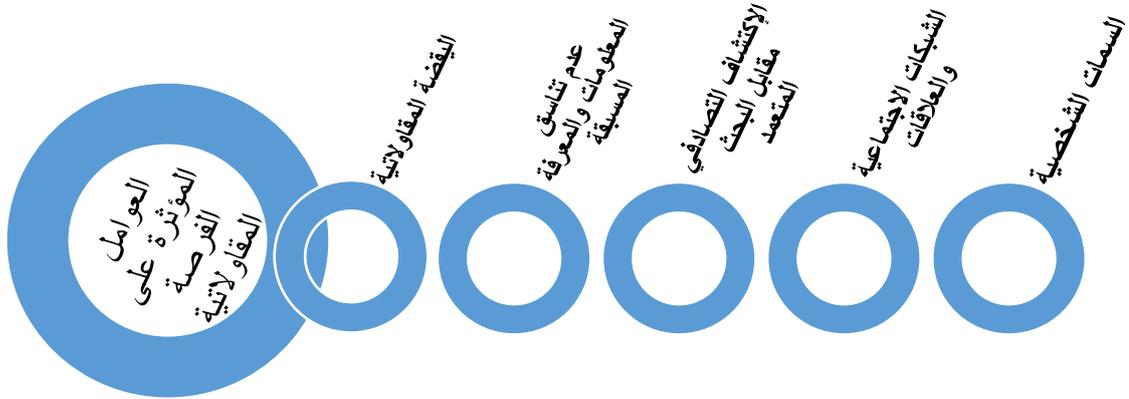
والمصادر الثلاثة الأخرى تأتي من التغييرات خارج السوق أو الصناعة وتتمثل في:

- التغييرات الديمغرافية.
- التغييرات في الإدراك والأذواق والميول.
- المعارف الجديدة.

ومن وجهة نظر **Hernandez** فإن مصادر الفرص متعددة ومتناقضة، فبالنسبة إليه فإن :

- المصدر الأكثر أهمية مرتبط بالخبرة المكتسبة من طرف المقاول.
- المصدر الثاني يمكن أن يكون ظروفًا مختلفة مثلًا: اللقاء بالشريك المستقبلي، أو إستغلال براءة اختراع أو الحصول على رخصة استغلال منتج ما، ..
- المصدر الثالث هو البحث المنهجي عن الفرصة.

### سابعًا: العوامل المؤثرة على سيرورة الفرصة



## 1- اليقظة المقاولاتية:

ترتكز سيرورة اكتشاف الفرص واستغلالها على ما يسمى باليقظة المقاولاتية، وقد استخدمها Kirzner ليعبر بها عن إدراك الفرصة، فقد عرفها على أنها "القدرة على التعرف على الفرص المهمة من الآخرين"، وأضاف Roy & Cardozo أن إدراك الفرص من قبل المقاولين هي حالة من حالات اليقظة للمعلومات يطلق عليها مصطلح "الوعي المقاولاتي". "Entrepreneurial awarness"

مفهوم اليقظة المقاولاتية لـ Kirzner يتفق مع المنهج المتبع في دراسة الفرصة، فهو يفترض أن الفرصة توجد في البيئة، وأن المقاولين انطلاقاً من يقظتهم للبيئة هم من يستطيع اكتشاف الفرص دون غيرهم، فهذا المنهج يفصل بين المقاولين والفرص، ويفترض وجود مخزون من الفرص في البيئة يتطلب أفراداً "يقظين مقاولاتياً" لاكتشافها.

## 2- عدم تناسق المعلومات والمعرفة المسبقة:

الفرصة المقاولاتية ليست واضحة لجميع المقاولين المحتملين: ليس كل الأشخاص لديهم نفس المعلومات في نفس الوقت Kirzner، تخلق المعرفة السابقة لكل شخص "منهجاً للمعرفة" يتيح له التعرف على فرص معينة، وليس الفرص الأخرى Ronstadt & Hayek وفق ثلاث أبعاد رئيسية:

- المعرفة السابقة بالسوق.
- المعرفة السابقة لمختلف طرق العمل في السوق.
- المعرفة السابقة بمشاكل الزبائن.

## 3- الإكتشاف التصادفي مقابل البحث المتعمد:

يمكن أن يكون الاكتشاف التصادفي نتيجة لوعي عالٍ في المقاولاتية. فالمقاول وفق هذا المنظور يكون في وضع "البحث الكامن"، حيث إن الفرصة هنا ليست جزءاً من عملية بحث منهجية رسمية.

## 4- الشبكات الاجتماعية والعلاقات:

Hills وزملاؤه وجهوا اهتمامهم نحو دراسة أهمية شبكة العلاقات في اكتشاف الفرص، حيث أشاروا إلى أن العلاقات الضعيفة (المعارف العارضة وغير الوطيدة) هي جسور توصلنا لمصادر المعلومات، تلك المصادر التي لا نصل إليها بالضرورة من خلال العلاقات القوية والمتينة (العائلة، الأصدقاء،..)، وأكد Granovetter أن احتمال حصولنا على المعلومات المهمة من العلاقات الضعيفة أكبر من احتمال حصولنا عليها من العلاقات القوية.

## 5- السمات الشخصية:

يركز الكثير من الباحثين على السمات الشخصية ودورها في نجاح العمل المقاولاتي، حيث أشار Shaver Scott & إلى أن الإختبارات النفسية توصلت إلى تحديد سمتين رئيسيتين لهما علاقة بتحديد الفرص الناجحة وهما التفاؤل والإبداع، حيث لاحظ الكثير من الباحثين الارتباط بين التفاؤل والإكتشاف المرتفع للفرص، والتفاؤل هنا مرتبط بالقدرة على تحقيق أهداف صعبة ومختلفة وليس مرتبطاً بتحمل مخاطر أكبر.

الخاصية الثانية هي الإبداع، وهي التي اعتمدها Schumpeter في القول أن المقاولين ينجحون في إكتشاف الفرص أين يفشل غيرهم. فالإبداع يُعد أهم مصدر للفرص المقاولاتية من خلال ما يمكن أن يحدثه من تغييرات في مختلف البيئات، أو تباين في المعلومات بسبب الاختلاف الزمني والمكاني بين الأسواق.

