

الفرصة المقاولاتية

تقديم:

قبل تحديد مراحل إنشاء مقالة من الضروري تحويل الفكرة إلى فرصة إنشاء واقعية، وهذه الأخيرة تحتاج إلى تحديد دقيق كما تطرح تساؤلات عدة لابد للمقاول أن يأخذها بعين الاعتبار، بدءا بطرق البحث عن المعلومات مروراً بجمع آراء ونصائح الخبراء وانتهاء باختبار الكفاءات.

أولاً: مفهوم الفرصة:

تعتبر الفرصة أحداث متعلقة بالحاجة ///////////////. كما يمكن القول بأنها حالة تابعة للظروف وتنشأ بسبب الاختلال أو عجز أو نقص في المعلومات أو التطورات في السوق، وتعتبر غنيمة للمقاولين الذين يمكنهم العمل في مثل هاته الظروف وإيجاد الحلول ومعالجة العيوب الموجودة.

في حين عرف كل من SHANE ET VENKATARAMAN HGTVZ الفرصة المقاولاتية بأنها الوضعية التي يستطيع منتج أو مادة أولية أو آلية تنظيمية جديدة أن تتخذ شكلاً جديداً يوفر مجالاً للربح، ويجب النظر إليها على أنها نقطة الانطلاق في النقاش حول المقاولاتية¹. وبهذا فهي حالة مرغوبة وقابلة للتجسيد على الواقع، تنشأ نتيجة لظروف توفرها البيئة الخارجية كما يسهم الفرد في صنعها، وتتطلب الاكتشاف والتقييم ثم الاستغلال بشكل يحقق عوائد مادية ويؤسس لمكانة إجتماعية.

ثانياً: أشكال الفرصة :

تعتبر الفرص أحداث مرجوة وتقع في إطار تفاعلات البيئة ورغم منطقية تعددها إلا أن Gartner و Hill حددت لها نظرتين وهما:²

- النظرة الموضوعية- إكتشاف الفرصة- وفقاً لهذه النظرة فإن الفرص موجودة في البيئة وما على الأفراد إلا محاولة إسقاط معلوماتهم ومعارفهم على البيئة لاكتشاف الحالات المتاحة.
- النظرة الذاتية- صناعة الفرصة- إن ظروف الفرد وأفكاره هي من تصنع الفرصة، فالبيئة تتأثر بسلوك وأفكار الأفراد والمؤسسات؛ وبالتالي على الفرد صنع الفرصة بدل البحث عنها في البيئة.

ثالثاً: عوامل تطوير الفرصة المقاولاتية:

إن أهم عوامل خلق وتطوير الفرصة المقاولاتية يمكن حصرها في النقاط التالية:

- اليقظة المقاولاتية، المعارف السابقة، السمات الشخصية، الابداع، شبكة العلاقات الاجتماعية.
- مبادئ اختيار الأفكار المناسبة: لكي يتم استثمار الفرص حدد Druker مرتكزات فرز وتحليل الأفكار كما يلي:
- هل الفكرة بسيطة ومركزة؟- هل هي مفهومة في حقيقة الأمر؟- هل تم تحليلها بشكل كامل؟

- هل أستطيع البدء بمشروع صغير ومحدد؟

رابعاً: سلوكيات التوافق مع الفرصة:

لكي تتم تحويل الفرصة إلى حقيقة ، وجب على المقاولين الالتزام ببعض السلوكيات وتجسيدها في واقعهم العملي وهي:³ - الوعي بوجود الفرص من خلال التساؤل والبحث والمناقشة وغيرها من التصرفات المناسبة في هذا المجال.

- الاتصال بذوي الخبرة ومناقشة الفرصة لتحديد جدواها مبدئياً

- دراسة الفكرة من الناحية التسويقية كالزبائن المستهدفين، والمنافسين والأسعار وطرق التوزيع والترويج والسوق المحتمل للمنتج.

- دراسة الفكرة من المنظور الانتاجي كشكل السلعة أو الخدمة، طريقة إنتاجها، وطاقاتها والآلات المطلوبة والجودة.

- دراسة الفكرة من الناحية المالية كتحديد مصادر التمويل، تكلفة الفرصة، المبيعات والخسائر والأرباح.

- دراسة الفكرة من الناحية الادارية، كتحديد الهيكل التنظيمي، عدد العمال، نظام الادارة

-السعي المستمر لتحويل الأفكار إلى مشاريع والأهم تحويل الأحلام إلى حقيقة.

خامساً: خطوات تقييم الفرصة:

تمر مرحلة تقييم الفرصة عبر العديد من الأنشطة الذهنية التي تستوجب التحليل وهي:

- حسن اختيار الفرصة، - مدى مقاومة الفرصة للزمن والمنافسة، - إدراك قيمة الفرصة.

- المخاطر والعائد المتوقع من الفرصة، - علاقة الفرصة مع مهارات الأفراد والأهداف

- الوضع التنافسي في السوق.

تعتبر الفرصة المقاولاتية خطوة مهمة لارساء اللبنة الأساسية للمؤسسة المقاولاتية، وهاته الفرصة تأخذ أشكالاً، كما تستند على عوامل أساسية وهذا ضمن بيئة مبادئ وسلوكيات تسهم في تحديد خطوات الفرصة السليمة من خلال التقييم والمقاربة الكلية للعملية لانجاز عمل ذو قيمة إقتصادية وإجتماعية قابل للديمومة في ظل المتغيرات العامة الداخلية والخارجية.

... بالتوفيق مع المحاضرة القادمة ...