

الفرصة المقاولاتية

تقديم:

قبل تحديد مراحل إنشاء مقولة 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 تمنح للمقاول قيمة إجتماعية وتكون ملموسة وممكنة التحقيق في أرض الواقع. 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 شكلا جديدا يوفر مجال للربح، ويجب النظر إليها على أنها نقطة الانطلاق في النقاش حول المقاولاتية.¹ 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- وفقا 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:** يعتبر kirzner أول من استخدم مصطلح اليقظة ليعبر بها عن إدراك الفرصة: حيث عرفها على أنها: "القدرة على التعرف على الفرص المهملة من الآخرين". كما أضاف أن المقاولين انطلقا من يقظتهم

للبيئة هم من يستطيع اكتشاف الفرص دونغيرهم، فهذا المنهج يفصل بين المقاولين والفرص، ويفترض وجود مخزون من الفرص في البيئة يتطلب أفراد يقظين مقاولاتيا لاكتشافها.

- **المعارف السابقة:** تخلق المعارف السابقة مايسمى بمجال المعرفة الذي يمكن من إدراك بعض الفرص وليس كلها، وهناك ثلاث أبعاد رئيسية للمعارف الداخلية المهمة لسيرورة اكتشاف الفرصة المقاولاتية وهي: المعرفة السابقة للسوق، المعرفة السابقة لمختلف طرق العمل في السوق، المعرفة السابقة لمشاكل الزبائن.

- **السمات الشخصية:** توصلت الاختبارات النفسية إلى تحديد سمتين رئيسيتين لهما علاقة بتحديد الفرص الناجحة وهما:

- الارتباط بين التفاؤل والاكتشاف المرتفع للفرص

- **الابداع:** وهي الصفة التي اعتمدها شومبيتر في القول بأن المقاولين ينجحون في اكتشاف الفرص أين يفشل غيرهم.

- **شبكة العلاقات الاجتماعية:** إن المقاولين الذين لهم شبكة علاقات واسعة لديهم احتمال اكتشاف فرص أكبر من غيرهم، كما أن نوعية العلاقات وحجمها يمكن أن تؤثر على جوانب أخرى مثل اليقظة والابداع، وبالتالي يمكن اعتبار شبكة العلاقات عاملا يخلق عدم التكافؤ في المعلومات حول السوق بين المقاولين المحتملين.

- **مبادئ اختيار الأفكار المناسبة:** لكي يتم استثمار الفرص حدد Druker مرتكزات فرز وتحليل الأفكار كمايلي:

- هل الفكرة بسيطة ومركزة؟

- هل هي مفهومة في حقيقة الأمر؟

- هل تم تحليلها بشكل كامل؟

- هل أستطيع البدء بمشروع صغير ومحدد؟

- إذا سرت قدما فهل تبقى المشاريع المدرجة في اللائحة ذات حجم يمكن إدارته؟

رابعا: سلوكيات التوافق مع الفرصة:

لكي تتم تحويل الفرصة إلى حقيقة واقعة، وجب على المقاولين الالتزام ببعض السلوكيات وتجسيدها في واقعهم العملي وهي:³

- الوعي بوجود الفرص من خلال التساؤل والقراءة 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.

إن هاته الأنشطة تعكس جوهر العملية المقاولاتية والمتمثلة في:

- ما حاجة السوق الأساسية؟
- مالملاحظات الشخصية للأفراد والخبرات المتوافرة عن حاجات السوق؟
- مالظروف الاجتماعية السائدة؟
- مانوع بحث السوق المطلوب للتعرف من خلاله على حاجات السوق؟
- مالتراخيص المطلوبة لامكانية تحقيق الحاجات.
- ماوضع المنافسين في السوق.
- مالسوق الدولي المشابه لهذا السوق.

- مالمنافس الدولي؟
- ماهي مصادر الأموال لتنفيذ الأنشطة؟

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 ...