

من النية المقاولاتية إلى تحول الفكرة إلى إلى فرصة اقتصادية

تمهيد: من النية الذهنية إلى موضوع القرار

- النية المقاولاتية: هي حالة ذهنية تتشكل من (رغبة الفرد + إدراك القدرة).
- الحاجة إلى موضوع: النية تظل مجرد "**حلم**" حتى تجد "فكرة" تتحوّل إلى موضوع للقرار.
- السؤال الجوهري: كيف نحول الحماس النفسي والانزياح الفكري إلى مشروع ملموس؟



الإبداع كعملية معرفية



التفكير المتشعب (Divergent Thinking)

التعريف: نشاط ذهني يهدف لإنتاج أفكار تتصف بالأصالة والقيمة.

الآلية: يعتمد على التفكير المتشعب وتوليد البدائل.

النتيجة: الانتقال من "المعطى" إلى "الإمكانية".

يقاس الابتكار بقدرته على خلق قيمة قابلة للتبادل في السوق



إعادة التأطير: القدرة على النظر للمعطيات المألوفة بزوايا غير مألوفة.

الابتكار كفعل اقتصادي

- **الانتقال للسوق:** تحويل الفكرة الإبداعية إلى قيمة مضافة.
- **خلّق ميزة تنافسية:** منح المؤسسة تفوقاً في السوق.
- **إعادة التشكيل:** كسر التوازن الاقتصادي القائم.
- **ليس تحسيناً:** يختلف عن التعديلات الجزئية البسيطة.

لماذا الابتكار في في المقاولاتية؟

لأنه يخلق **قيمة اقتصادية ويحقق ربحاً**، بينما **الإبداع** وحده يبقى في الذهن.



الابتكار عند شومبيتر: الفعل الاقتصادي للتغيير

- الابتكار ليس فكرة جديدة فقط، بل تطبيق اقتصادي يخلق قيمة.
- يرى شومبيتر أن المقاول هو العامل الديناميكي الذي يكسر حالة التوازن في السوق.
- **التدمير الخلاق (Creative Destruction):** استبدال أنماط إنتاج أو تنظيم قديمة بأخرى أكثر كفاءة.
- **نتيجة الابتكار:** تحقيق أرباح احتكارية مؤقتة بسبب السبق في السوق.

ليس كل مشروع جديد ابتكارًا، بل الابتكار هو ما يعيد تشكيل السوق

أشكال الابتكار الخمسة



الإبداع مقابل الابتكار: أين يكمن الفرق؟

الابتكار (Innovation)	الإبداع (Creativity)
التركيز: جعل الأفكار قابلة للتطبيق	توليد أفكار جديدة
الناتج: قيمة اقتصادية (Economic Value)	فكرة مجردة (Abstract Idea)
النشاط: تنفيذي (Doing)	ذهني (Thinking)
التكلفة: يولد المال	يستهلك المال

> **الإبداع هو أن تنفق المال** لتوليد الأفكار، والابتكار هو أن تحول الأفكار لتوليد المال.

الفرق الجوهري: بين الفكرة والفرصة



الفرصة (The Opportunity)

- قيمة اقتصادية مؤكدة.
- موضوعية (يطلبها السوق).
- قابلة للاستدامة والنمو.
- النتيجة النهائية.



الفكرة (The Idea)

- صور ذهنية مجردة.
- ذاتية (تعجب صاحبها).
- غير مختبرة.
- نقطة البداية فقط.

كل فرصة هي فكرة، لكن ليست كل فكرة فرصة.

مصادر الفرص المقاولاتية



شروط تحول الفكرة إلى فرصة



أسباب فشل الفكرة قبل تحولها لفرصة





نقص التمويل

سوء تقدير التكاليف.





غياب الحاجة السوقية

بناء حل لمشكلة لا يهتم بها أحد.





ضعف المعيار المعرفي

غياب الخبرة التقنية في المجال





الحماس العاطفي

الاندفاع وراء "جمال الفكرة" وتجاهل المنافسة.



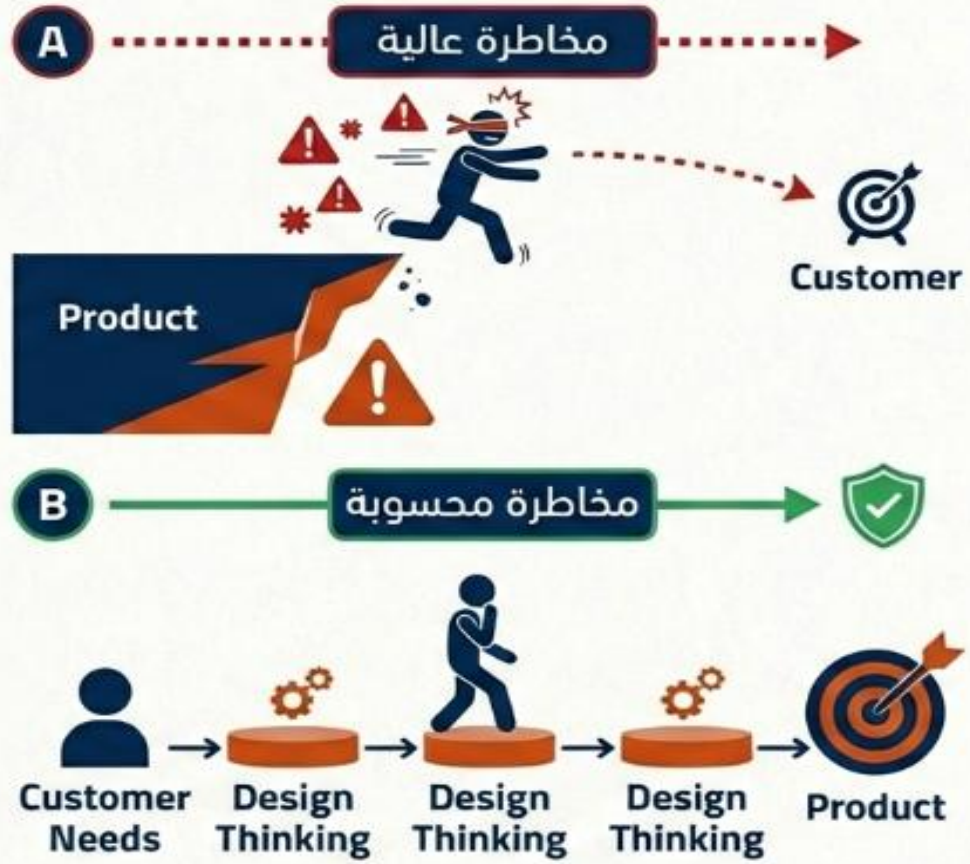


الفريق غير المناسب

غياب التكامل في المهارات.

كيف نتجنب الفشل؟ الحاجة لمنهجية

- الحل: تقليل المخاطر (De-risking) عبر التحقق المبكر.
- الأداة: التفكير التصميمي (Design Thinking).



فلسفة التفكير التصميمي
(Design Thinking Philosophy)



التكرار التطويري (Iteration):
العودة للوراء لتحسين المنتج.

التمحور حول الإنسان:
التحول من "ماذا أريد أن أبيع؟"
إلى "ماذا يحتاج الزبون؟"

الإخفاق السريع (Fail Fast):
اكتشاف الأخطاء في مرحلة
النمذجة أرخص.

التفكير التصميمي: منهجية التحقق



مثال تطبيقي: شركة Yassir



- **المشكلة (Pain Point):** صعوبة إيجاد سيارة أجرة، غياب الثقة في الأسعار، الدفع النقدي فقط.
- **الحل المبتكر:** منصة تكنولوجية تربط السائق بالراكب + سعر سعر محدد مسبقاً.
- **نوع الابتكار:** ابتكار في الخدمة + سوق جديدة (الرقمنة في المغرب العربي).
- **النتيجة:** تحول من 'فكرة' تطبيق إلى 'فرصة' اقتصادية ضخمة.

تحليل شركة يسير: دراسة حالة تطبيق منهجية التفكير التصميمي



التعاطف: الشعور بمعاناة المواطن في الانتظار، وصعوبة إيجاد سيارة أجرة، وغياب الثقة في الأسعار، والدفع النقدي فقط.

التحديد: كيف نوفر نوفر وسيلة نقل موثوقة؟ تحديد المشكلة في عدم وجود منصة تكنولوجية تربط السائق بالراكب بسعر محدد مسبقاً.

توليد الأفكار: ابتكار حل: تطبيق على الهواتف الذكية يستخدم نظام تحديد المواقع (GPS) لطلب الرحلات وتتبعها، مع خيارات دفع متعددة.

النمذجة: إنشاء نموذج أولي للتطبيق (MVP) وإطلاقه تجريبياً في مدينة العاصمة لاختبار الوظائف الأساسية.

الاختبار: جمع آراء المستخدمين الأوائل، تحليل البيانات، تحسين دقة الخرائط، وتعديل التسعير بناءً على التغذية الراجعة.

مقارنة: المقاول المبتكر vs المقاول التقليدي

	المقاول التقليدي (Traditional)	المقاول المبتكر (Innovative)
الدافع	الحاجة للدخل / الاستقلال	استغلال فرصة / تغيير وضع قائم
المنهج	يقلد الموجود	يقدم حلاً جذرياً (تدمير خلاق)
المخاطرة	منخفضة / معتدلة	عالية / محسوبة
النمو	خطي / محلي	أسي (Exponential)/عالمي

الخريطة السببية للمسار المقاولاتي



الخلاصة



المقاولاتية مسار علمي مدروس وليست مجرد حظ.

الابتكار هو الجسر الذي يعبر بالفكرة من "الخيال" إلى "السوق".

دراسة الجمهور (التعاطف) هي الضمان الأكبر لنجاح الفرصة.

"أحب المشكلة، ولا تقع في حب الحل."