

## المقياس: المقاولاتية

المستوى: سنة ثانية ماستر سمعي بصري

- الأستاذ/ جنيح أمين
- قسم علوم الإعلام والاتصال
- جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

## المحاضرة الأولى

### أهداف المحاضرة:

1. تعريف ريادة الأعمال.

2. مناقشة خصائص ريادة الأعمال.

3. وصف دور ريادة الأعمال في خدمة الاقتصاد والمجتمع.

4. مناقشة خصائص ريادة الأعمال.

## 1. مفهوم ريادة الأعمال:

قليلة تلك الموضوعات في مجال الأعمال التي جذبت اهتمامًا أكاديميًا والصحفيين أكثر من موضوع "ريادة الأعمال". أصبح البحث المتعلق بـ "ريادة الأعمال" صعبًا بسبب عدم وجود تعريف ثابت للمصطلح في جميع أنحاء العالم. ركز العديد من الباحثين على الوظيفة الاقتصادية التي يتم تقديمها من قبل رجل الأعمال. على سبيل المثال، ركز أحد التعريفات المبكرة لريادة الأعمال على التجار الذين كانوا على استعداد لتحمل مخاطر شراء سلع بأسعار معينة بينما كان هناك عدم يقين بشأن الأسعار التي يمكن بها إعادة بيع تلك الأشياء. بدأت التعريفات اللاحقة في التركيز على المخاطر والتحديات المرتبطة بدمج عوامل الإنتاج المختلفة لتوليد المخرجات التي يمكن إتاحتها للبيع في الأسواق المتغيرة باستمرار. كان "شومبيتر" من أوائل من أدرجوا الابتكار في تعريف ريادة الأعمال وكان يؤمن بقوة أن الدور المناسب لرائد الأعمال هو خلق الانقطاعات الاقتصادية والاستجابة لها. يركز الآخرون المشاركون في دراسة ريادة الأعمال على السمات الشخصية والتجارب الحياتية لرائد الأعمال في محاولة لإنشاء قوائم بخصائص ريادة الأعمال المشتركة - الميل إلى "المخاطرة" والحاجة إلى الإنجاز والطفولة والحرمان. في حين أن هذه الدراسات مثيرة للاهتمام، إلا أنها كانت بعيدة كل البعد عن كونها قاطعة وغالبًا ما أسفرت عن نتائج متضاربة.

استطلع "غارنر" Gartner المشهد العام لمحاولات تعريف ريادة الأعمال وخلص إلى أن العثور على تعريف مشترك لرائد الأعمال لا يزال "بعيد المنال". في هذا الصدد استشهد "غارنر" بملاحظة أدلى بها "كول" cole في عام 1969: "كانت تجربتي الشخصية أنه على مدى عشر سنوات كنا ندير مركزًا للأبحاث في تاريخ ريادة الأعمال، حاولنا لمدة عشر سنوات تعريف رائد الأعمال ولم ننجح أبدًا. واعتراقًا بعدم وجود تعريف مقبول عالميًا لريادة الأعمال، علق "هيسيلز" Hessels قائلاً: "يبدو أن هناك اتفاقًا... أن ريادة الأعمال تنطوي على إنشاء شيء جديد". بالنسبة إلى "غارنر" Gartner، كان "الشيء الجديد" يعني إنشاء "مؤسسة جديدة"، واقترح أن المسار الأكثر فائدة لدراسة ريادة الأعمال كان اعتبارها على أنها عملية تتضمن سلسلة من السلوكيات والأنشطة التي تهدف إلى إنشاء المنظمات.

ينظر "دافيدسون" Davidsson وآخرين إلى ريادة الأعمال على أنها "إنشاء النشاط الاقتصادي الجديد" الذي يحدث من خلال إنشاء مشاريع جديدة ونشاط اقتصادي جديد للشركات القائمة. لا يشمل استخدام مفهوم "إنشاء نشاط اقتصادي جديد" إنشاء منظمات جديدة فحسب كما يدعم ذلك "غارنر"، بل أيضًا التعرف على الفرص واستغلالها وتحويل الأفكار الجديدة إلى ابتكارات وحتى السلوك المقلد الجديد للشركة. وعلى نفس المنوال، خلص "هيبرت" و"لينك" إلى أن "رائد الأعمال هو شخص متخصص

في تحمل المسؤولية واتخاذ قرارات اجتهادية تؤثر على مكان وشكل واستخدام السلع أو الموارد أو المؤسسات.

عرّف "شومبيتر" رواد الأعمال على أنهم مبتكرون ينفذون التغيير الريادي داخل الأسواق، حيث يكون للتغيير الريادي خمسة مظاهر: (1) إدخال سلعة جديدة (أو محسنة)؛ (2) إدخال طريقة إنتاج جديدة؛ (3) فتح سوق جديد. (4) استغلال مصدر توريد جديد. (5) إعادة هندسة / تنظيم عمليات إدارة الأعمال. لذلك فإن تعريف "شومبيتر" يساوي ريادة الأعمال مع الابتكار في منطق الأعمال؛ التي تحدد فرص السوق واستخدام الأساليب المبتكرة لاستغلالها.

ويظهر من سالف التعاريف أن العوامل التي تميز رواد الأعمال بقوة هي الابتكار، والتعرف على الفرص، والعملية، والنمو في الأعمال التجارية وتوظيف ممارسات الإدارة الاستراتيجية في الأعمال. كما تجدر الإشارة إلى أن "الابتكار" ينطوي على إيجاد طرق جديدة وأفضل لعمل الأشياء التي يتم تسويقها بينما يستلزم الاختراع العلمي إنشاء منتج أو مفهوم جديد تقريباً لمصلحته الخاصة أو لخدمة غرض آخر غير التجارة.

## 2. جوانب مهمة في ريادة الأعمال:

استناداً إلى تعريف ريادة الأعمال، حدد "نيمان" Nieman وآخرون المفاهيم التالية على أنها جزء لا يتجزأ من فهم ريادة الأعمال. ريادة الأعمال تعني أن يجب أن يكون الفرد قادراً على:

- تحديد فرصة - هذا يعني أنه يجب أن يكون هناك عمل حقيقي.
- يكون مبدعاً وابتكارياً - فالمطلوب شيء جديد ومختلف يحتاجه الجمهور المستهدف.
- جمع الموارد - يجب العثور على رأس المال والعمالة ومعدات التشغيل.
- إنشاء مشروع تجاري وتنميته - وهذا يعني بدء مشروع تجاري جديد أو تحويل الأعمال القائمة.
- المخاطرة - ستكون هناك مخاطر شخصية ومالية.
- خلق الأرباح - يمكن أن تكون الأرباح في شكل فوائد أو زيادة قيمة أعمال.
- إدارة الأعمال - وهذا يعني أنه يجب أن يكون هناك تخطيط وتنظيم القيادة والسيطرة على جميع الوظائف.

دعونا نفحص بعض التفسيرات والتعريفات المختلفة لريادة الأعمال. من منظور اقتصادي قد نستخدم الأوصاف التالية:

◆ ريادة الأعمال هي عملية اجتماعية ديناميكية حيث يقوم الأفراد، بمفردهم أو بالتعاون، بتحديد

الفرص المالية والعمل على أساسها من خلال إنشاء مؤسسات جديدة.

◆ ومع ذلك ، فإن ريادة الأعمال تنطوي على أكثر بكثير من مجرد أن تكون الأعمال التجارية ناجحة

ومستدامة.

◆ ريادة الأعمال هي عملية اجتماعية ديناميكية حيث يقوم الأفراد، بمفردهم أو بالتعاون، بتحديد

فرص الابتكار والعمل على أساسها من خلال تحويل الأفكار إلى أنشطة عملية هادفة سواء في

سياق اجتماعي أو ثقافي أو مالي.

➔ هذا وتشير الأوصاف أعلاه إلى أن ريادة الأعمال:

✓ لها تأثير على الأفراد.

✓ توفر الفرص المالية.

✓ لها تأثير على الرفاه الاقتصادي للمجتمع.

✓ تتطلب الابتكار.

✓ ديناميكية.

## المحاضرة الثانية

### أهداف المحاضرة:

1. تحديد خصائص ريادة الأعمال الناجحة.

2. معرفة أنواع ريادة الاعمال.

## 1. خصائص ريادة الأعمال الناجحة:

ليس كل رواد الأعمال ناجحين؛ هناك خصائص محددة تجعل ريادة الأعمال ناجحة:

**القدرة على المخاطرة:** ينطوي بدء أي مشروع جديد على قدر كبير من مخاطر الفشل. لذلك، يجب أن يكون رائد الأعمال شجاعًا وقادرًا على التقييم والمجازفة، وهو جزء أساس من كونه رائد أعمال.

**الابتكار:** يجب أن يكون ابتكار أفكار جديدة وبدء شركة وجني الأرباح منها أمرًا مبتكرًا للغاية. يمكن أن يكون التغيير إطلاق منتج جديد في السوق أو عملية تفعل الشيء نفسه ولكن بطريقة أكثر كفاءة واقتصادية.

**جودة الرؤية والقيادة:** لكي يكون رائد الأعمال ناجحًا، يجب أن يكون لديه رؤية واضحة لمشروعه الجديد. ومع ذلك، لتحويل الفكرة إلى حقيقة، هناك حاجة إلى الكثير من الموارد والموظفين. هنا، تعد جودة القيادة أمرًا بالغ الأهمية لأن القادة ينقلون موظفيهم ويوجهونهم نحو الطريق الصحيح للنجاح.

**منفتح الذهن:** في الأعمال التجارية، يمكن أن تكون كل حالة فرصة وتستخدم لصالح الشركة. على سبيل المثال، أدركت "Paytm" خطورة إلغاء التداول وأقرت أن الحاجة إلى المعاملات عبر الإنترنت ستكون أكثر، لذلك استفادت من الموقف وتوسعت بشكل كبير خلال هذا الوقت.

مرن: يجب أن يكون رائد الأعمال مرناً ومنفتحاً للتغيير وفقاً للحالة. لكي تكون في القمة، يجب أن يكون رجل الأعمال جاهزاً لتبني التغيير في المنتج والخدمة، عند الحاجة.

**تعرف على منتجك:** يجب على مالك الشركة معرفة عروض المنتج وأيضاً أن يكون على دراية بآخر الاتجاهات في السوق. من الضروري معرفة ما إذا كان المنتج أو الخدمة المتاحة تلبى متطلبات السوق الحالية، أو ما إذا كان الوقت قد حان لتعديلها قليلاً. تعد القدرة على تحمل المسؤولية ثم التغيير حسب الحاجة جزءاً حيوياً من ريادة الأعمال.

## ما هي الأنواع الأربعة لريادة الأعمال؟

يتم تصنيفها إلى الأنواع التالية:

**ريادة الأعمال الصغيرة:** كأثلة عن هذه الشركات نذكر: مصفف شعر، ومتجر بقالة، ووكيل سفريات، ومستشار، ونجار، وسباك، وكهربائي، وما إلى ذلك. يدير هؤلاء الأشخاص أو يمتلكون أعمالهم الخاصة ويوظفون أفراد العائلة أو الموظفين المحليين. بالنسبة لهم، سيكون الربح قادرًا على إطعام عائلاتهم وليس إنشاء 100 مليون شركة أو الاستيلاء على صناعة. إنهم يمولون أعمالهم عن طريق أخذ قروض الأعمال الصغيرة أو القروض من الأصدقاء والعائلة.

### ريادة الأعمال القابلة للتطوير:

يبدأ رائد الأعمال هذا مشروعًا تجاريًا مدرجًا أن رؤيته يمكن أن تغير العالم. إنهم يجتذبون المستثمرين الذين يفكرون ويشجعون الأشخاص الذين يفكرون خارج الصندوق. يركز البحث على نماذج أعمال وتجريبية قابلة للتطوير، لذا فهم يوظفون أفضل وأذكي الموظفين. إنهم يحتاجون إلى المزيد من رأس المال الاستثماري لتزويد ودعم مشروعهم أو أعمالهم.

### ريادة الشركات الكبيرة:

لقد حددت هذه الشركات الضخمة دورة الحياة. تنمو معظم هذه الشركات وتستمر من خلال تقديم منتجات جديدة ومبتكرة تدور حول منتجاتها الرئيسية. يؤدي التغيير في التكنولوجيا وتفضيلات العملاء والمنافسة الجديدة وما إلى ذلك إلى زيادة الضغط على الشركات الكبيرة لإنشاء منتج مبتكر وبيعه لمجموعة جديدة من العملاء في السوق الجديدة. للتعامل مع التغيرات التكنولوجية السريعة، تقوم المنظمات الحالية إما بشراء مؤسسات ابتكارية أو محاولة إنشاء المنتج داخليًا.

### ريادة الأعمال الاجتماعية:

يركز هذا النوع من ريادة الأعمال على إنتاج المنتجات والخدمات التي تحل الاحتياجات والمشاكل الاجتماعية. شعارهم وهدفهم الوحيد هو العمل من أجل المجتمع وعدم تحقيق أي أرباح.

## المحاضرة الثالثة

أهداف المحاضرة:

1. تحديد أهمية ريادة الأعمال.

2. مناقشة الدور الذي تلعبه ريادة الأعمال.



## 1. أهمية ريادة الأعمال: تبرز أهمية ريادة الأعمال فيما يلي:

**خلق فرص عمل:** ريادة الأعمال تولد فرص عمل. يوفر وظيفة على مستوى المبتدئين، مطلوبة لاكتساب الخبرة والتدريب للعمال غير المهرة.

**الابتكار:** إنه محور الابتكار الذي يوفر مشاريع منتجات جديدة، والسوق، والتكنولوجيا، وجودة السلع، وما إلى ذلك، ورفع مستوى معيشة الناس.

**التأثير على المجتمع وتنمية المجتمع:** يصبح المجتمع أكبر إذا كانت قاعدة التوظيف كبيرة ومتنوعة. إنه يحدث تغييرات في المجتمع ويعزز المرافق مثل زيادة الإنفاق على التعليم، وتحسين الصرف الصحي، وعدد أقل من الأحياء الفقيرة، ومستوى أعلى من ملكية المنازل. لذلك، تساعد ريادة الأعمال المنظمة في تحقيق حياة مجتمعية أكثر استقرارًا وعالية الجودة.

**زيادة مستوى المعيشة:** تساعد ريادة الأعمال على تحسين مستوى معيشة الشخص عن طريق زيادة الدخل. يعني مستوى المعيشة، زيادة استهلاك السلع والخدمات المختلفة من قبل الأسرة لفترة معينة.

**يدعم البحث والتطوير:** تحتاج المنتجات والخدمات الجديدة إلى البحث عنها واختبارها قبل طرحها في السوق. لذلك، يقوم رجل الأعمال أيضًا بتوزيع التمويل للبحث والتطوير مع مؤسسات البحث والجامعات. هذا يعزز البحث والبناء العام والتنمية في الاقتصاد.

## 2. الدور الاقتصادي والاجتماعي للمقاولاتية:

أصبحت ريادة الأعمال كلمة طنانة في العالم النامي. من المعتقد أن لديها القدرة على إحداث تغييرات كبيرة في الاقتصاد وداخل المجتمع. لقد تم إيلاء قدر كبير من الاهتمام لريادة الأعمال على مدى السنوات الماضية، وهذا نابغ بشكل أساس من اكتشاف المحللين الاقتصاديين أن الشركات الصغيرة تساهم بشكل كبير في النمو الاقتصادي والحيوية. لا تتعلق ريادة الأعمال بالإدارة فحسب، بل تتعلق أيضًا بالأشخاص المشاركين في الأعمال والمجتمع والبيئة. تساهم ريادة الأعمال ككل في الثروة الاجتماعية للمجتمع من خلال إنشاء أسواق جديدة وصناعات جديدة وتكنولوجيا جديدة وأشكال مؤسسية جديدة ووظائف جديدة وشبكات الزيادات في الإنتاجية الحقيقية.

تؤدي الوظائف التي توفرها ريادة الأعمال بدورها إلى التوزيع العادل للدخل، مما يؤدي إلى ارتفاع مستويات المعيشة للسكان. وبهذه الطريقة، تزداد الموارد المتاحة للحكومة أيضًا، وتنمو القاعدة الضريبية.

تمكين الضرائب الإضافية على الحكومات تحسين الخدمات الاجتماعية، مثل المستشفيات والمدارس، لتعزيز البنية التحتية والحفاظ على القانون والنظام.

يصف Benade وآخرين (2011) الفوائد التي يمكن أن تعود بها زيادة الأعمال على المجتمع، بما في ذلك الأفراد والأسر، على النحو التالي:

### فرص توظيف:

لا توفر زيادة الأعمال فرص العمل الحر فحسب، بل تخلق أيضًا فرص عمل للآخرين، وغالبًا ما تكون وظائف أفضل. يوفر التوظيف الذاتي مزيدًا من الرضا الوظيفي والمرونة للقوى العاملة. مثل هذه المبادرات لخلق فرص العمل تستخدم الموارد البشرية لبلد معين وتساعد المواهب الطبيعية على تجسيدها. لقد خلق العديد من الأشخاص ذوي الإعاقة، ولا سيما في المناطق الريفية حيث تكون الوظائف شحيحة في الغالب، فرصًا لأنفسهم من خلال زيادة الأعمال. وبالتالي يمكننا القول أن زيادة الأعمال توفر الاكتفاء الذاتي.

### إدراج الدخل وتقليل المشاكل الاجتماعية:

تؤدي أنشطة زيادة الأعمال الناجحة إلى زيادة مستوى دخل الشخص العادي، وكذلك مستوى المعيشة في المجتمع. عادة ما ينتج الأفراد الذين يبحثون عن فرص عمل ثروة من خلال زيادة الأعمال. تلعب هذه الثروة دورًا كبيرًا في تنمية الأمة. إذا تم توظيف المزيد من الأشخاص، فإن المزيد من الناس يدفعون الضرائب، مما يعني زيادة الدخل للحكومة. وهذا يعني أيضًا أن معدل الجريمة سينخفض ويمكن أن تصبح البلاد في موقع أكثر أمانًا مع وجود المزيد من السياح الراغبين في زيارة البلاد. إذا زادت السياحة، ستتاح المزيد من فرص العمل وسيتم توظيف المزيد من الناس. يمكن لزيادة الأعمال أيضًا أن تجتذب المزيد من الاستثمار الأجنبي، والذي في المقابل يمكن أن يخلق المزيد من فرص العمل.

### التحدي الشخصي:

زيادة الأعمال مهمة صعبة، ولكن إذا نجحت فإن المكافآت تستحق الجهد المبذول. يمكن أن تكون مكافآت رائد الأعمال مالية وشخصية. يكتسب رائد الأعمال الرضا والثقة بالنفس عندما ينجح.

**تحسينات في الصناعة:**

تؤدي زيادة الأعمال إلى تطوير المزيد من الصناعات، خاصة في المناطق الريفية أو المناطق التي يوجد بها عدد قليل جدًا من الأنشطة الاقتصادية. هذا لا يعني فقط المزيد من السلع والخدمات، ولكن أيضًا المنتجات عالية الجودة، بسبب المنافسة الصحية بين الشركات المختلفة.

**ارتفاع الإنتاجية والنمو الاقتصادي:**

يمكن أن تؤدي المزيد من الصناعات إلى إنتاج أعلى بأسعار أقل. تشجع زيادة الأعمال على استخدام المواد المحلية لإنتاج سلع تامة الصنع للاستهلاك المحلي، وكذلك للتصدير. تمكن زيادة الأعمال الدولية من إنتاج المزيد والمزيد من السلع محليًا وبالتالي بناء قدراتها ومواردها. إذا قمنا بتغيير المواد الخام إلى سلع استهلاكية، فإننا نضيف قيمة إلى منتجاتنا، مما يعني أنه يمكننا الآن الحصول على سعر أعلى بكثير وفي الوقت نفسه خلق المزيد من الوظائف. مع الاختراعات الجديدة والتطور في التكنولوجيا، يمكن للأمة استخدام مواردها بشكل أكثر فعالية.

**زيادة الصادرات وتقليل الاعتماد على الواردات:**

تؤدي زيادة الأعمال إلى تطوير أسواق جديدة. إذا قمنا بإنتاج المزيد، فيمكننا تصدير المنتجات التي لا تُباع محليًا. هذا يعني أن منتجات الدولة يمكنها أيضًا دخول الأسواق الخارجية. من وقت لآخر، يوقع المسؤولون الحكوميون في بلد ما اتفاقيات مع دول أخرى لتعزيز التجارة. هذه هي الفرص التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند تخطيط وتنمية أعمالنا الجديدة. تعتمد العديد من الدول النامية حاليًا (بما في ذلك الدول الصغيرة) بشكل كبير على الواردات، خاصة من الدول المتقدمة. هذا يعني أن الأموال تتدفق خارج البلاد. يجب أن تتجاوز الصادرات الواردات من أجل خلق ميزة اقتصادية. المكاسب من الصادرات تحفز الاقتصاد حتمًا.

☞ مما سبق يتضح أن زيادة الأعمال تعمل على تحسين الاقتصاد وتخلق مكانًا أفضل للعيش فيه. تقدم زيادة الأعمال بالتأكيد العديد من المزايا للأفراد والأسر والمجتمع بشكل عام. تؤثر هذه المزايا على بعضها البعض وتشابك لخلق تأثير مضاعف. عندما نصبح أكثر إبداعًا، يمكننا تطوير منتجات جديدة وفريدة من نوعها. مع نجاحنا، نفخر بإنجاز اتنا، ولدينا الحافز لزيادة إنتاجنا. عندما ننتج المزيد من السلع، يمكننا تقليل حاجتنا إلى الواردات والحصول على سلع فائضة للتصدير، مع خلق فرص عمل في الوقت نفسه.

## المحاضرة الرابعة

### أهداف المحاضرة:

1. شرح الخطوات الرئيسية في عملية ريادة الأعمال.
2. تحديد وتقييم الفرص التجارية المحتملة.
4. تحديد كيف يمكن أن تتحول الفرص التجارية المحتملة إلى مستدامة.

## 1. عملية ريادة الأعمال:

تتجسد عملية بدء مشروع جديد في عملية ريادة الأعمال، والتي تتضمن أكثر من مجرد حل المشكلات في منصب إداري نموذجي. يجب أن يجد رائد الأعمال فرصة وقيمها ويطورها من خلال التغلب على القوى التي تقاوم إنشاء شيء جديد. للعملية أربع مراحل متميزة: (1) تحديد وتقييم الفرصة، (2) تطوير خطة العمل، (3) تحديد الموارد المطلوبة، (4) إدارة المشروع الناتج.

على الرغم من أن المراحل تتقدم تدريجياً، إلا أنه لا يتم التعامل مع أي مرحلة بشكل منفصل أو يتم إكمالها تمامًا قبل حدوث العمل في المراحل الأخرى. على سبيل المثال، لتحديد فرصة وتقييمها بنجاح (المرحلة 1)، يجب على رائد الأعمال أن يضع في اعتباره نوع العمل المطلوب (المرحلة 4).

### 👉 تحديد وتقييم الفرصة:

تحديد الفرص وتقييمها مهمة صعبة للغاية. لا تظهر معظم فرص العمل الجيدة فجأة، بل تنتج عن يقظة رائد الأعمال للاحتتمالات، أو في بعض الحالات، إنشاء آليات تحدد الفرص المحتملة. على سبيل المثال، يسأل أحد رواد الأعمال في كل حفل كوكتيل عما إذا كان أي شخص يستخدم منتجًا لا يحقق الغرض المقصود منه بشكل كافٍ. يبحث هذا الشخص باستمرار عن حاجة وفرصة لإنشاء منتج أفضل. يراقب رائد أعمال آخر دائمًا عادات اللعب وألعاب أبناء إخوته وأبناء أخيه. هذه هي طريقتة في البحث عن أي مكانة فريدة من نوعها لمنتجات الألعاب لمشروع جديد.

على الرغم من أن معظم رواد الأعمال ليس لديهم آليات رسمية أو تحديد الفرص التجارية، إلا أن بعض المصادر غالبًا ما تكون مثمرة: المستهلكون وشركاء الأعمال، وأعضاء نظام التوزيع، والأشخاص التقنيين. في كثير من الأحيان، المستهلكون هم الأفضل كمصدر أفكار لمشروع جديد. كم مرة سمعت تعليقًا من أحد الأشخاص، "لو كان هناك منتج من شأنه ..." يمكن أن يؤدي هذا التعليق إلى إنشاء شركة جديدة. تقييم أحد رواد الأعمال لسبب وجود العديد من رجال الأعمال التنفيذيين أدت الشكوى من نقص خدمات الكتابة الفنية ومعالجة الكلمات الجيدة إلى إنشاء مشروعها التجاري الخاص لسد هذه الحاجة. نمت خدمة الكتابة الفنية الخاصة بها إلى 10 موظفين في غضون عامين.

سواء تم تحديد الفرصة باستخدام مدخلات من المستهلكين أو شركاء الأعمال أو أعضاء القناة أو الأشخاص التقنيين، يجب فحص كل فرصة وتقييمها بعناية. ربما يكون هذا التقييم للفرصة هو العنصر الأكثر أهمية في عملية ريادة الأعمال، حيث تسمح لرجل الأعمال بتقييم ما إذا كان المنتج أو الخدمة المحددة لها العوائد المطلوبة مقارنة بالموارد المطلوبة. تتضمن عملية التقييم هذه النظر إلى

طول الفرصة، الحقيقية والمتصورة القيمة، ومخاطرها وعوائدها، ومدى ملاءمتها للمهارات والأهداف الشخصية لرائد الأعمال، وتفردتها أو ميزتها التفاضلية في بيئتها التنافسية. تتضمن خطة تقييم الفرصة ما يلي: وصف المنتج أو الخدمة، وتقييم الفرصة، وتقييم رائد الأعمال والفريق، ومواصفات جميع الأنشطة والموارد اللازمة لترجمة الفرصة إلى مشروع تجاري قابل للتطبيق، ومصدر رأس المال لتمويل المشروع الأولي ونموه. يتطلب تقييم الفرصة الإجابة على الأسئلة التالية:

✘ ما حاجة السوق التي تليها؟

✘ ما هي الملاحظات الشخصية التي مررت بها أو سجلتها فيما يتعلق بذلك

حاجة السوق؟

✘ ما هو الوضع الاجتماعي الذي يقوم عليه هذا السوق؟

✘ ما هي بيانات أبحاث السوق التي يمكن تنظيمها لوصف حاجة السوق هذه؟

✘ ما هي البراءات التي قد تكون متاحة لتلبية هذه الحاجة؟

✘ ما هي المنافسة الموجودة في هذا السوق؟ كيف تصف سلوك هذه

منافسة؟ كيف يبدو السوق الدولي؟

✘ كيف تبدو المنافسة الدولية؟

✘ أين الأموال التي ستجني من هذا النشاط؟

**ما هو الاعتراف بالفرص؟**

وفقًا لـ Barringer and Ireland "الفرصة هي مجموعة مواتية من الظروف التي تخلق الحاجة إلى منتج أو خدمة أو عمل تجاري جديد." يجب أن تتمتع فرصة العمل بأربع صفات أساسية:

◆ ملفتة للانتباه.

◆ في الوقت المناسب.

◆ دائمة أو مستدامة.

◆ تضيف قيمة للعملاء وترتكز في خدمات المنتجات أو الأعمال التجارية.

تحتاج فرصة العمل إلى تلبية حاجة معينة في السوق. يجب أن يكون هناك توقع أن السوق المحتمل سيجد قيمة في الخدمة أو المنتج المقترح وتكون على استعداد لدفع المال مقابل ذلك. يجب أن يكون

السوق المحتمل كبيرًا بما يكفي لدعمه النمو المستمر والاستدامة المستمرة. من الناحية المثالية، تكون فكرة العمل جديدة ومبتكرة وإذا تم تنفيذها بشكل صحيح سيكون لها سوق جاهزة.

بمجرد تحديد الفرصة، يجب عليك اختبار فكرتك مع الآخرين من حولك. اشرح فرصتك للآخرين، وقم بقياس رد فعلهم على فكرة عملك واطلب مدخلاتهم. العب لعبة "ماذا لو" معهم. اسألهم:

- ✓ هل تعتقد أن هذه الفرصة التجارية لها مزايا؟
- ✓ هل أعالج مشكلة أو ألبي حاجة حقيقية؟
- ✓ هل يدفع شخص ما المال مقابل هذا المنتج أو الخدمة؟
- ✓ كيف يمكنك تغييره لجعل الفرصة المحتملة أفضل؟
- ✓ هل هناك منظمات أخرى قامت بالفعل بتطوير فكرة العمل هذه؟
- ✓ ما هي القضايا التي يجب علي مراعاتها عند تطوير فرصة عملي؟
- ✓ ما الذي يمكن أن يتسبب في فشل هذه الفرصة التجارية؟

#### أمثلة عن الفرص التجارية المحتملة:

تفترض الأمثلة أدناه أن هناك طلبًا على هذا النوع من الأعمال مع وجود منافسة قليلة أو معدومة.

#### فرص سياحية

- جولات في الأدغال والمناطق الريفية.
- رحلات يومية فوق الأنهار والمجاري المائية في المنطقة المحلية.
- جولات حافلة المدينة.
- جولات ثقافية.
- خدمة تأجير السيارات.

#### فرص التصنيع

- توزيع الملابس أو الأحذية المنتجة محليًا على منافذ البيع بالتجزئة في المدينة.
- تصدير وتوزيع السلع والموارد المحلية للمشتريين في الخارج.
- خدمات النقل للقطاع الزراعي.

- خدمات عقود البناء.

### فرص البيع بالتجزئة

- مطعم للوجبات السريعة.
- متجر يبيع المنتجات حسب الطلب من الخارج.
- متجر الكترونيات.

### فرص التقنية العالية:

- بيع وإصلاح أجهزة الكمبيوتر.
- مدرسة كمبيوتر.
- استشارات التعلم الإلكتروني وخدمات التنفيذ.
- خدمات البرمجة والألعاب.
- مقهى انترنت.

### الاعتراف بفرصة:

تشمل الخصائص التي تجعل بعض الناس أفضل في التعرف على الفرص أكثر من غيرهم:

**الخبرة السابقة:** يتمتع رواد الأعمال المحتملين الذين لديهم خبرة سابقة في صناعة أو قطاع معين بفرصة جيدة لتحديد فرصة من عدد لا يحصى من المشاكل التي تواجه صناعتهم. إنهم يميلون أكثر إلى التفكير في الحلول الممكنة على أساس متكرر أكثر من شخص ليس في الصناعة.

**الفضول الفكري:** أولئك الذين يريدون معرفة السبب أو يرغبون في استكشاف أفكار جديدة كفرص محتملة. الفكرة الرئيسية هنا هي "ماذا لو؟".

**الابتكار والإبداعية:** أولئك الذين يمكنهم التفكير خارج الصندوق ويمكنهم إنشاء حلول لم يفكر فيها أحد سوف يرون الفرص في كل مكان؟

**التواصل:** سيتمكن رائد الأعمال الناجح من التواصل مع الآخرين واستكشاف الفرص التي يحددها أقرانه وزملاؤه كمشاريع تجارية محتملة.



**تقييم المخاطر:** يمكن لرجل الأعمال المحتمل تحديد المشكلة بسرعة وتحديد الحلول المحتملة ولديه القدرة على تحديد المخاطر المحتملة التي تواجه أي حل محتمل.

**الدافع:** يجب أن يكون رائد الأعمال المحتمل ذو دوافع ذاتية، قادرًا على رؤية الفرص المحتملة ومتابعتها.

### 👉 تطوير خطة عمل:

يجب تطوير خطة عمل جيدة من أجل استغلال الفرصة المحددة. هذه مرحلة تستغرق وقتًا طويلاً في عملية ريادة الأعمال. عادة لا يكون رائد الأعمال قد أعد خطة عمل من قبل وليس لديه الموارد المتاحة للقيام بعمل جيد. تعد خطة العمل الجيدة ضرورية لتطوير الفرصة وتحديد الموارد المطلوبة والحصول على تلك الموارد وإدارة النتائج. تتضمن خطة العمل النموذجية ما يلي:

- تقييم بيئة الأعمال.
- تحليل المنافس.
- وصف الاتجاه الاستراتيجي للأعمال.
- وصف تفصيلي للأعمال التجارية المحتملة (أي المنتجات والخدمات، القانونية هيكل، حوكمة الأعمال، إلخ).
- الإدارة و هيكل اتخاذ القرار.
- تنظيم الأعمال والتعيينات الرئيسية.
- خطة التسويق والمبيعات مع توقعات مبيعات لعدة سنوات.
- خطة إدارة الموارد البشرية.
- خطة الموارد والبنية التحتية.
- خطة إدارة الأداء.
- خطة مالية مفصلة لعدة سنوات.
- الجداول الزمنية لتنفيذ الخطة.

مفهوم خطة العمل:

خطة العمل هي وثيقة بيع. تباع شركتك ومديرها التنفيذيين للداعمين المحتملين لعملك، من المصرفيين إلى المستثمرين إلى الشركاء والموظفين. يجب أن تكون خطة العمل وثيقة بيع. يجب أن تباع الأعمال لأصحاب المصلحة. تصف خطة العمل الاتجاه الذي تتخذه الشركة، وما هي أهدافها، وأين تريد أن تكون وكيف ستصل إلى هناك. اعلم أن العمل التجاري ليس مستندًا تجلس وتكتبه خلال عطلة نهاية الأسبوع. ودائمًا ما يكون نتيجة أسابيع وشهور عديدة من البحث والتقييم. العمل الذي يتم تشغيله بدون خطة هو رد فعل بدلاً من فعل استباقي. في عالم اليوم المتغير، يجب على رجل الأعمال التخطيط من أجل النجاح. بدون خطة، من الصعب معرفة ذلك عندما تكون هناك حاجة إلى موظفين أو مواد أو آلات إضافية لدعم النمو، وعندما تكون المنتجات أو الخدمات جاهزة للإصدار في السوق. باختصار، خطة العمل هي أفضل تأمين لرجل الأعمال ضد بدء عمل محكوم عليه بالفشل أو سوء إدارة شركة محتملة النجاح.

👉 **خطة العمل** عبارة عن مستند مكتوب يصف بالتفصيل كيف تحدد شركة ما - عادة ما تكون شركة ناشئة - أهدافها وكيف ستعمل على تحقيق أهدافها. تحدد خطة العمل خارطة طريق مكتوبة للشركة من وجهات النظر التسويقية والمالية والتشغيلية.

👉 **خطة العمل** هي وثيقة توضح بشكل مقنع أن عمالك يمكن أن يبيع ما يكفي من منتجاته أو خدماته لتحقيق ربح مُرضٍ ويكون جذابًا للداعمين المحتملين.

👉 **خطة العمل** هي ملخص مكتوب لمشروع تجاري مقترح لرجل أعمال، وتشغيله، وتفصيله المالية، وفرصه التسويقية واستراتيجيته، ومهارات وقدرات مديره.

👉 **خطة العمل** هي وثيقة يتم فيها تحديد ووصف وتحليل فرصة عمل، أو عمل جاري بالفعل، ودراسة جدواها الفنية والاقتصادية والمالية. تطور الخطة جميع الإجراءات والاستراتيجيات اللازمة لتحويل فرصة العمل إلى مشروع تجاري فعلي.

من التعريفات السابقة نسجل النقاط الآتية:

- ◆ **خطة العمل** هي وثيقة مكتوبة تصف الأنشطة التجارية الأساسية للشركة وأهدافها وكيف تخطط لتحقيق أهدافها.
- ◆ **تستخدم الشركات الناشئة** خطط الأعمال للانطلاق وجذب المستثمرين الخارجيين.
- ◆ **قد تتوصل الشركات إلى خطة عمل** تقليدية أطول أو خطة أعمال بدء تشغيل أقل حجمًا.
- ◆ **يجب أن تتضمن خطط العمل الجيدة** ملخصًا تنفيذيًا، والمنتجات والخدمات، واستراتيجية التسويق والتحليل، والتخطيط المالي، والميزانية.

## لماذا تحتاج بالتأكيد إلى خطة عمل؟

خطة العمل هي وصف مكتوب لمستقبل عملك. هذا كل ما في الأمر - إنه مستند يخبرك بما تخطط للقيام به وكيف تخطط للقيام به. إذا قمت بتدوين فقرة في الجزء الخلفي من مخطوف تصف استراتيجية عملك، فهذا يعني أنك قد كتبت خطة، أو على الأقل جوهر الخطة.

يتألم العديد من رواد الأعمال بشأن كتابة خطة عمل لأنهم يجدون صعوبة بالغة في البدء. أثناء قيامك بعملية البدء لتقييم الأفكار، والنظر في الموظفين المحتملين، وحساب احتياجات التدفق النقدي، يجب أن تأخذ النقاط المختلفة التي أثبتت في هذا القسم. تسمح خطة العمل لأصحاب المشاريع باستغلال الفرص التي تنشأ في حياة الشركة. تصبح خطة العمل المكتوبة ممثل أعمال رائد الأعمال، تمامًا مثل مندوب المبيعات أو المدير التنفيذي الذي يعمل كممثل لها أثناء عروض المبيعات والمؤتمرات والاجتماعات.

## عناصر خطة العمل:

يختلف طول خطة العمل اختلافاً كبيراً من شركة إلى أخرى. يجب أن تتناسب جميع المعلومات مع مستند من 15 إلى 20 صفحة. إذا كانت هناك عناصر مهمة في خطة العمل تشغل مساحة كبيرة - مثل طلبات براءات الاختراع - فيجب الإشارة إليهما في الخطة الرئيسية وتضمينها كلاحق.

فيما يلي بعض الأجزاء الشائعة والرئيسية لخطة العمل:

**الملخص التنفيذي:** يوضح هذا العنصر الشركة، ويتضمن بيان المهمة إلى جانب أي معلومات حول قيادة الشركة وموظفيها وعملياتها وموقعها.

**المنتجات والخدمات:** هنا، يمكن للشركة تحديد المنتجات والخدمات التي ستقدمها، وقد تشمل أيضًا الأسعار وعمر المنتج والفوائد التي تعود على المستهلك. تشمل العوامل الأخرى التي قد تدخل في هذا العنصر عمليات الإنتاج والتصنيع، وأي براءات اختراع قد تكون لدى الشركة، بالإضافة إلى التكنولوجيا المسجلة الملكية. يمكن أيضًا تضمين أي معلومات حول البحث والتطوير.

**تحليل السوق:** تحتاج الشركة إلى التعامل الجيد مع الصناعة بالإضافة إلى السوق المستهدف. سيحدد من هي المنافسة وكيف تعمل في الصناعة، إلى جانب نقاط القوة والضعف فيها. كما سيصف طلب المستهلك المتوقع لما تبيعه الشركات ومدى سهولة أو صعوبة الحصول على حصة في السوق من الشركات القائمة.

**استراتيجية التسويق:** يصف هذا المجال كيف ستجذب الشركة قاعدة عملائها وتحافظ عليها وكيف تنوي الوصول إلى المستهلك. هذا يعني أنه يجب تحديد قناة توزيع واضحة. كما ستوضح خطط الحملات الإعلانية والتسويقية من خلال أنواع الوسائط التي ستوجد عليها هذه الحملات.

**التخطيط المالي:** من أجل جذب الطرف الذي يقرأ خطة العمل، يجب على الشركة تضمين التخطيط المالي والتوقعات المستقبلية. قد يتم تضمين البيانات المالية والميزانيات العمومية والمعلومات المالية الأخرى للشركات القائمة بالفعل. وبدلاً من ذلك ستشمل الشركات الجديدة أهدافاً وتقديرات للسنوات القليلة الأولى من العمل وأي مستثمرين محتملين.

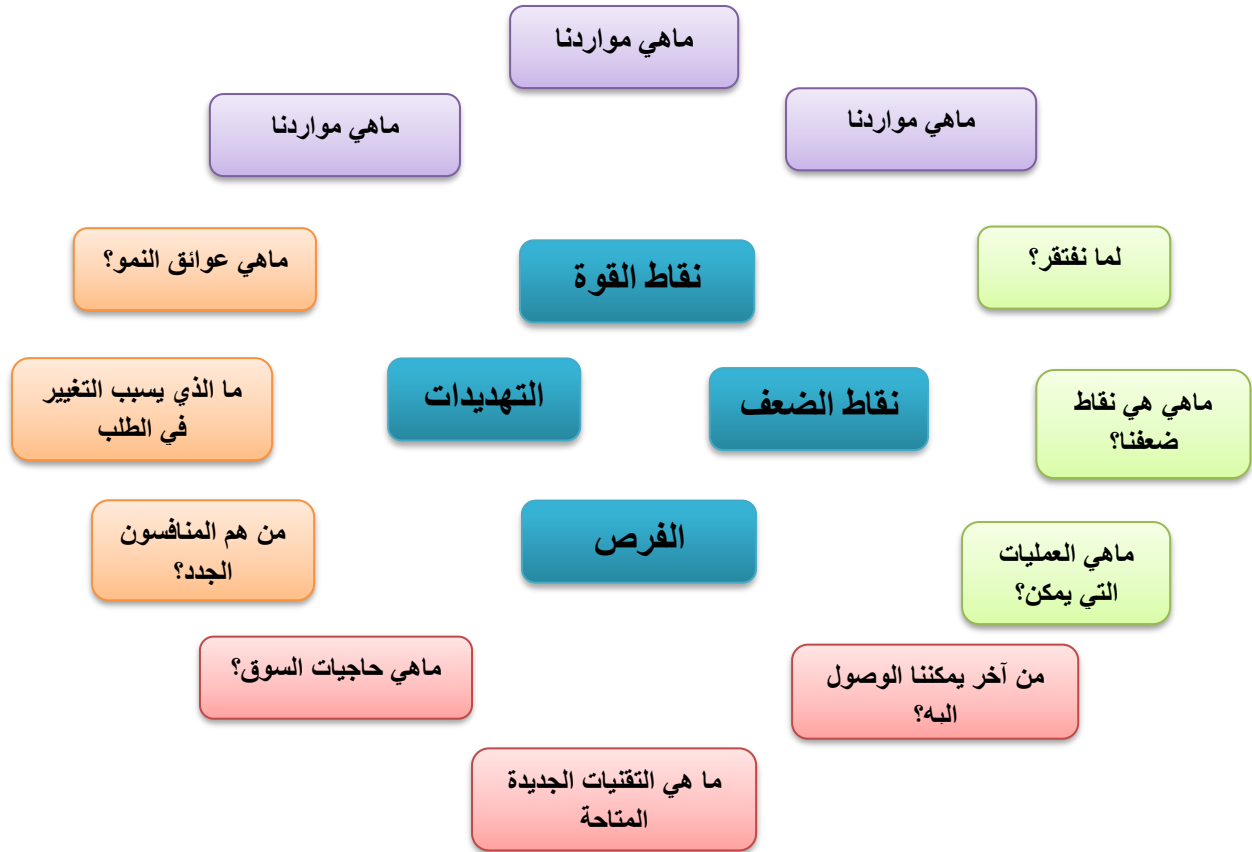
**الميزانية:** أي شركة جيدة تحتاج إلى ميزانية. يتضمن ذلك التكاليف المتعلقة بالتوظيف والتطوير والتصنيع والتسويق وأي مصاريف أخرى متعلقة بالعمل.

### 👉 قم بتحليل SWOT

قم بإنشاء قائمة مفصلة بنقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات الخاصة بك. يجب القيام بذلك من خلال نهج منفتح وصادق، وإبعاد المشاعر عن ذلك، والتركيز على أن تكون موضوعياً عند تحليل عملك وتلك الخاصة بمنافسك.

ستمثل أي نقاط قوة تكتشفها عوامل داخلية وإيجابية في عملك تكون تحت سيطرتك. نقاط الضعف داخلية أيضاً، لكنها عوامل سلبية تحتاج إلى التحسين.

كل من الفرص والتهديدات هي عوامل خارجية. بينما من المحتمل أن تؤثر الفرص بشكل إيجابي على عملك، فإن التهديدات تمثل عوامل سلبية خارجة عن إرادتك. على سبيل المثال، هل هناك عوائق كبيرة لدخول السوق؟ هل يوجد منافس يحاصر السوق بسبب العملاء المخلصين للعلامة التجارية؟ يمكن أن تضر هذه بمؤسستك، لذلك تحتاج إلى وضع استراتيجية لها في خطتك.



الشكل 01: عناصر تحليل SWOT

### حدد الموارد المطلوبة:

كما يجب تحديد الموارد اللازمة للتعامل مع هذه الفرصة. تبدأ هذه العملية بتقييم الموارد الحالية لرائد الأعمال. يجب تمييز أي موارد ضرورية عن تلك التي تكون مفيدة فقط. يجب أن تكون الرعاية لا تقلل من حجم الموارد المتنوعة المطلوبة (بما في ذلك الموارد البشرية). كما ينبغي تقييم المخاطر السلبية المرتبطة بالموارد غير الكافية أو غير المناسبة. الحصول على الموارد اللازمة في الوقت المناسب مع العطاء التحكم في أقل قدر ممكن هو الخطوة التالية في عملية زيادة الأعمال. يجب أن يسعى رائد الأعمال إلى الحفاظ على أكبر مركز ملكية قدر الإمكان، لا سيما في مرحلة البدء. مع تطور الأعمال التجارية، من المحتمل أن تكون هناك حاجة إلى مزيد من الأموال لتمويل نمو المشروع، الأمر الذي قد يتطلب بعض الأجزاء يتم التنازل عنها لمستثمري الأعمال. يجب تحديد المورد البديلين لهذه الموارد، إلى جانب احتياجاتهم ورغباتهم. من خلال فهم احتياجات موردي

الموارد، يمكن لرجل الأعمال تنظيم صفقة تتيح الحصول على الموارد بأقل تكلفة ممكنة وأقل فقدان للسيطرة.

### إدارة المشروع

بعد الحصول على الموارد، يجب على صاحب المشروع استخدامها لتنفيذ خطة العمل. يجب أيضاً فحص المشكلات التشغيلية للمؤسسة المتنامية وإدارتها بفعالية. هذا ينطوي على تنفيذ أسلوب الإدارة وهيكلها، وكذلك تحديد المتغيرات الرئيسية للنجاح. يجب إنشاء نظام تحكم، بحيث يمكن تحديد المشاكل وحلها بسرعة. يواجه بعض رواد الأعمال صعوبة في إدارة وتنمية المشروع الذي قاموا بإنشائه.

أ/ جنبح أمين.

## المراجع:

- 01- S. Shane, E. Locke and C. Collins, “Entrepreneurial motivation”, Human Resource Management Review, 13 (2003), 257-279, 274.
- 02- Peneder, Michael (2009) : The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept, WIFO Working Papers, No. 335, Austrian Institute of Economic Research (WIFO), Vienna.
- 03- W. Gartner, ““Who is an Entrepreneur?” Is the Wrong Question”, American Journal of Small Business, Spring 1988, 11-32, 11.
- 04- Id. (quoting A. Cole, “Definition of Entrepreneurship” in J. Komives (Ed.), Karl A. Bostrom Seminar in the Study of Enterprise (Milwaukee, WI: Center for Venture Management, 1969), 10-22, 17).
- 05- J. Hessels, International Entrepreneurship: An Introduction, Framework and Research Agenda (Zoetermeer, The Netherlands: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs, 2008), 6 (citing P. Reynolds, N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia and N. Chin, “Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003”, Small Business Economics, 24(3) (2005), 205-231).
- 06- W. Gartner, ““Who is an Entrepreneur?” Is the Wrong Question”, American Journal of Small Business, Spring 1988, 11-32, 26.
- 07- Reynolds, P.D. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. Small Business Economics, 24, 359-364.
- 08- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. Management Science, 29, 770-791.
- 09- P. Davidsson, F. Delmar and J. Wiklund, “Entrepreneurship as Growth; Growth as Entrepreneurship” in P. Davidsson, F. Delmar and J. Wiklund (Eds), Entrepreneurship and the Growth of Firms (Cheltenham, UK: Edward Elgar Publisher, 2006), 21-38, 27.
- 10- J. Hessels, International Entrepreneurship: An Introduction, Framework and Research Agenda (Zoetermeer, The Netherlands: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs, 2008), 6.

- 11- Hébert, R.F., Link A.N. (1989), In Search of the Meaning of Entrepreneurship, Small Business Economics 1: 39-49.
- 12- Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship research: Entrepreneurial management. Strategic Management Journal, 11, 17-27.
- 13- Nadim A , Richard G. S. Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. OCDE, The University of Sydney,2008.p2.
- 14- VENKATARAMAN, S. 1997. The distinctive domain of entrepreneurship research. US: JAI Press, Greenwich.
- 15- James Kollie, et t. Introduction to Entrepreneurship. Commonwealth of Learning. Edition 1.pp 13-14, 2011.
- 16- ADAM HAYES, Business Plan. [on line ]. [06/02/2021]. Available at:  
<https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>
- 17- Business Plan. [on line ]. [08/02/2021]. Available at:  
[http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis\\_Riesgos/pages/pdf/metodologia/1Plandeempresa\(AR\)\\_en.pdf](http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/metodologia/1Plandeempresa(AR)_en.pdf)
- 18- Business Plan. [on line ]. [06/02/2021]. Available at:  
[http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis\\_Riesgos/pages/pdf/metodologia/1Plandeempresa\(AR\)\\_en.pdf](http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/metodologia/1Plandeempresa(AR)_en.pdf)
- 19- Doroh Efemena. ENTREPRENEURSHIP & SMALL BUSINESS START-UP. a Annual International Conference and Exhibition held in Lagos, Nigeria, 5-7 August 2013.p 14.