

مدخل إلى المقاولاتية

1. مفهوم المقاولاتية:

المقاوله عبارة عن السيرورة التي تبدأ بفكرة و تنتهي بعرض منتج جديد ذو قيمة في السوق، و بين الاثنين المغامرة لجمع و التنسيق بين مختلف الموارد المتوفرة و خوض كافة المخاطر المترتبة عن هذه العملية، و بما أن السيرورة هو التجديد سواء على مستوى المنتج المادي او الفكري (الطرق والمناهج...) أو اكتشاف موارد جديدة، فتنطوي المقاوله على مبدأ الإبداع.

كما أوضحت ظاهرة المقاولاتية مفهوما شائع الاستخدام والتداول، حيث تعرف حاليا كمجال للبحث، كما أصبحت تحظى بأهمية كبيرة ومتزايدة في الوقت ذاته، سواء أكان ذلك بالنسبة للاقتصاديات الصناعية أو النامية على حد سواء، فهي تمثل موضوع طلب اجتماعي من قبل عدة أعوان (الأفراد، الدولة، الهيئات والتنظيمات والهيكل العامة والخاصة، وغيرها)، والذين عمدوا الى الاهتمام بعملية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمقاولاتية، وبقدرات المقاولين على البقاء والنمو في ظل البيئة التنافسية الشرسة، والذي يفسر أساسا من خلال التأثيرات والمزايا الايجابية لهذه الظاهرة، فهي تمثل مصدرا مهما لكل من (الثروة، الإبداع، مناصب العمل، والقيمة المضافة).

وعرف " آلان فايول " المقاولاتية على أنها " حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية، والتي تدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة، والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي "

ويعرفها " Howard STEVENSON " بأنها " عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها".

وفي التعاريف التي وردت بشأن المقاولاتية نجد بأنها حركية انشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو مجموعة أفراد، وذلك عن طريق انشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة، ويمكن أن يستخرج من هذا التعريف أن المقاولاتية ديناميكية تجعل لكل فترة زمنية أو منطقة جغرافية ما يناسبها من المقاولات، و أنها تظهر نتيجة لفرص مرتبطة إما بوفرة الموارد الأولية المساعدة على انشاء المقاوله أو للطلب على منتوجات جديدة، وأن الفكرة الابداعية هي نواة تشكيل المنظمات الجديدة و سر نجاحها واستمرارها ،و أنها تتميز بخلق القيمة للاقتصاد والمنظمات والأفراد.

2. تعريف المقاول:

لقد اعتمدت أغلب الدراسات التي تطرقت إلى موضوع المقاول على أسلوبين أساسيين لتعريف المقاول وهما:

- الأسلوب الوظيفي: وهو يركز على أعمال المقاول وسلوكه ووظائفه وهذه الطريقة تعرف المقاول على حسب سلوكياته وأفعاله، حيث أنها تصف وظائف المقاول التي على أساسها يتم تحديد المقاول من غيره.

- الأسلوب الوصفي: هو الذي يصف المقاول في حد ذاته أي صفاته وخصائصه. والفرق بينهما أن النظرة الوظيفية هي أكثر واقعية من النظرة الوصفية التي تميل إلى التجريد والمثالية.

ظهرت كلمة " مقاول " في فرنسا خلال القرن السادس عشر وهي كلمة مشتقة من الفعل *entreprendre* والذي معناه: 'باشر، التزم، تعهد.

عرف القاموس العام للتجارة كلا من المصطلحين *entreprendre* و *entrepreneur* بالشكل التالي: *Entreprendre*: تحمل مسؤولية عمل أو مشروع أو صناعة.

Entrepreneur: الشخص الذي يباشر عملاً أو مشروعاً ما، حيث مثلاً بدل أن نقول صاحب مصنع نقول مقاول صناعي.

ويعرفه "Cantillon": المقاول هو صاحب رأس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن اللايقين البيئية.

ويعرفه "Knight": المقاول هو الذي يتصرف على أساس توقعاته لتقلبات السوق، ويتحمل اللايقين في ديناميكية عمل السوق.

أما "Schumpeter": المقاول هو الشخص المبدع الذي يقوم بإيجاد توليفات جديدة لوسائل الإنتاج تأخذ الأشكال التالية: إنتاج سلع أو خدمات جديدة، إدخال طرق إنتاج جديدة، فتح أسواق جديدة، إيجاد مصادر تموين جديدة، وصف طريقة تنظيم جديدة.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص تعريفاً واضحاً وبسيطاً للمقاول وذلك كالتالي:

المقاول هو الشخص الذي لديه فكرة ويسعى لتجسيدها على أرض الواقع، ولديه القدرة والإرادة على تحدي جميع الصعوبات التي تواجهه من أجل خلق مشروعه ويتصف هذا الأخير بالجرأة، الثقة بالنفس، الإبداع، تحمل المخاطر.

3. خصائص المقاولاتية:

هناك مجموعة من السمات التي تميز المقاولاتية عن باقي المشروعات ويمكن إجمالها:

- ✓ المقاولاتية هي أحد مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستخدام الأفضل للموارد المتاحة للوصول إلى إطلاق المنتج أو الخدمة الجديدة وكذلك الوصول إلى تطوير طرق وأساليب جديدة للعمليات.

- ✓ المقاولاتية هي الجهد الموجه نحو التنسيق الكامل بين عمليات الإنتاج والبيع.
- ✓ المقاولاتية هي مجموعة المهارات الإدارية الإبداعية المستندة على المبادرة الفردية والموجهة نحو الاستخدام الأفضل للموارد المتاحة والتي تتسم قراراتها بمستوى معين من المخاطرة.
- ✓ المقاولاتية تعني الإدراك الكامل للفرص المتمثلة بالحاجات والرغبات والمشاكل والتحديات والاستخدام الأفضل للموارد نحو تطبيق الأفكار الجديدة في المشروعات التي يتم التخطيط لها بكفاءة عالية.

- ✓ المقاولاتية هي المحور الإنتاجي للسلع والخدمات والتي تعود للقرارات الفردية الهادفة إلى تحقيق الربح من جراء اختيار النشاط الاقتصادي الملائم.
- ✓ المقاولاتية تعني العمل الذي يقوم به الفرد تلقائياً، حيث يشتري بسعر معين في الوقت الحاضر، ليباع بسعر غير مؤكد في المستقبل، مما يجعله عرضة لحالات عدم التأكد.

4. مقومات الفكر المقاولاتي:

يقوم الفكر المقاولاتي على توفر جملة من الدوافع، جزءاً كبيراً منها يرتبط بالمقابل، والجزء المتبقي ينبع من حيثيات البيئة التي يعيش فيها، ويمكن تلخيص هذه الدوافع في نقاط التالية:

1- العوامل النفسية للمقابل: يتفق أصحاب الاتجاه النفسي على أن المقابل يتحلى بمجموعة من الصفات الخاصة به، والتي تؤثر عليه بشكل كبير، ومن بين هذه الخصائص:

- ✓ الحاجة لتحقيق الانجاز.
- ✓ القدرة على الإبداع والمبادرة.
- ✓ الثقة بالنفس.
- ✓ الاهتمام باكتشاف تحديات جديدة، فعادة ما يكون المقابل ذو فضول كبير، ويمتلك البديهة.
- ✓ أن يكون المقابل شجاع بالقدر الكافي، حيث يميل في العادة إلى المجازفة، والبحث عن كل الفرص الممكنة.

- ✓ أن يتحلى بالحماس والإصرار على الوصول إلى الهدف والنجاح.

2- الدوافع الذاتية للمقابل: ونقصد بها التغير المفاجئ الذي يحدث في حياة الفرد نتيجة لأسباب سلبية كعدم الرضا عن الوضع الحالي، سواء في العمل أو في المؤسسة الحالية، وهو ما يولد لديه

الرغبة في تغيير الوضع. أو نتيجة لأسباب إيجابية كالرغبة في تحقيق مكانة اجتماعية، أو الرغبة في الاستفادة من خبرة مهنية مكتسبة سابقا أو الرغبة في تحقيق الاستقلالية...الخ. وهناك من يضيف.

3- العوامل السوسيوثقافية: ونقصد بها الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد، حيث تلعب هذه الأوساط (العائلة، المدرسة، الجامعة، المهنة، المحيط) دورا جوهريا في تنمية حس المقاول، فنشأة الأبناء في وسط عائلي مرتبط بعالم الأعمال والمؤسسة، يسمح لهم بالانصهار فيه، ما ينمي الرغبة لديهم في إنشاء أعمالهم الخاصة.

4- الدوافع الاقتصادية: ونقصد بها مختلف الموارد والإمكانيات المتاحة، التي من دونها يستحيل أن تتجسد المقاول على أرض الواقع، فإ إنشاء المقاول يعني التحكم في هذه الموارد، غير أنه غالبا ما تكون موارد المقاول محدودة مقارنة بالمتطلبات اللازمة.

فرصة الأعمال

1. مفهوم فرص للأعمال:

يرى كل من Shane et Venkatarman اللذان يعرفان المقاولاتية على أنها مجموعة من التطورات لاكتشاف فرص لإنشاء سلع وخدمات مستقبلية يتم اكتشافها، تقييمها واستغلالها.

مفهوم فرص الأعمال هو مفهوم شاسع في الأبحاث المقاولاتية، خاصة منذ أعمال Schumpeter حيث ذكر chelly أن التعرف على الفرصة كـ "تركيبات جديدة تتمثل في تقديم منتجات جديدة، طرق جديدة في الإنتاج، استغلال أسواق جديدة، معرفة مصدر جديد للتمويل، وأخيرا شكل جديد للتمويل الصناعي"

ويعرفها Cassan بأنها حالات سوقية أو سلع جديدة، خدمات، مواد أولية، وطرق تنظيمية يتم استغلالها وبيعها بأثمان أعلى من تكلفتها الانتاجية.

وهناك من عرف الفرص المقاولاتية بأنها "مناسبة مواتية تحدث فجأة في الوقت والمكان المناسبين حسب الظروف، ويمكن ملاحظتها صدفة أو أثناء عملية البحث". وهناك تعريف آخر لها مفاده "أنها تلك الحالات التي تكون فيها فرصة شخص ما لتقديم منتج يحقق دخلا أكبر من كلفة إنتاجه، وتحدث هذه الحالات عندما يكون هناك قصور في تلبية طلبات الزبائن، أو عندما تمكن هذه الفرصة من تلبية تلك الحاجات على نحو أفضل حالا مما هي عليه".

2. مصادر الفرص المقاولاتية:

إن بزوغ فكرة مشروع ما واكتشاف الفرص الاستثمارية، ليست مسألة رغبة شخصية بحتة، وإنما هي نابعة من حثيات معينة عادة ما تتمحور حول التغيرات الحاصلة التي قد توجد فرصة لعمل شيء جديد أو لفعله على نحو أفضل. ومن العوامل المؤثرة في الفرص المقاولاتية نجد:

أ. التغير التقني: يعتبر التغير التقني واحد من أهم صانعي الفرص لبدء شركات جديدة، حيث أنه يمكن الناس من إنجاز أشياء لم يكن بالإمكان إنجازها من قبل، أو يمكن إنجازها بأسلوب ذي كفاءة، وهناك العديد من أبعاد التغيرات التقنية التي تؤثر في قيمتها كمصدر للفرصة، وهي مقدار التغيير ومدى عموميتها وقابليتها للتطبيق التجاري وتأثيرها في بنية الصناعة.

ب. التغيير السياسي و التنظيمي: يعتبر التغيير السياسي و التنظيمي نموذجا آخر من النماذج التي توجد فرصا لأعمال جديدة، لأنه يجعل الإنتاجية المعززة للنشاط ممكنة، كما أن عدم التنظيم يولد فرصا من خلال السماح للمقاولين بتقديم بدائل جديدة، كما تفضي بعض التغييرات لتقديم إعانات حكومية، أو مصادر أخرى لدعم نشاطات معينة مما يسهم في خفض كلفتها.

ج. التغيير الاجتماعي و الإحصائي: يساهم هذا التغيير في خلق فرص ثمينة لإنشاء شركات جديدة، أو إحداث تطورات عميقة تبعا لتبدل تفضيلات الناس مما يؤدي لإيجاد الحاجة لأشياء و متطلبات لم تكن موجودة من قبل . التغييرات في بنية الصناعة: يعد التغيير في بنية الصناعة نموذجا آخر من أشكال التغيير، التي تسهم في إحداث فرص مقاولاتية فقد تمكن من ظهور شركات جديدة، كما تسهم في تغيير فعاليات المنافسة.

3. أساليب تحديد الفرص المقاولاتية:

إذا كان وجود الفرص المقاولاتية مرهون بالتغيرات التي سبق الإشارة إليها، فإن أساليب تحديدها مرهون بكيفية الحصول على المعلومات المتعلقة بهذه التغيرات و معالجتها:

أ. الوصول إلى المعلومات: يمتلك بعض الناس طرقا للوصول إلى المعلومات أفضل من الآخرين فيما يتعلق بالتغيرات التي تفتح المجال لفرص مقاولاتية بسبب مكانتهم الاجتماعية، و خبراتهم الحياتية، إضافة إلى عملية البحث التي يعتمدونها.

ب. معالجة المعلومات الأفضل: إن عملية الوصول إلى المعلومة ليست إلا المرحلة الأولى لتحديد الفرصة، فالجزء المهم الآخر هو إمكانية معالجة هذه المعلومات بشكل يمكن من اكتشاف فرص لأعمال جديدة. فبعض المقاولين يتميزون أكثر من غيرهم على القيام بهذه العملية، بسبب مخططاتهم الذهنية و إدراكهم للمجازفة و قدراتهم الإبداعية.

الابتكار وعوامله الرئيسية

1. مفهوم الابتكار

هناك تعريف عديدة للإبتكار المقاولاتي فيعرفها بيتر دراكر (Peter Drucker) في كتابه (innovation and entrepreneurship) بأنها : أداة مهمة يتميز بها المقاولين تسمح لهم باستغلال الفرص المتاحة وتحويلها إلى مشاريع، هذه الأداة يمكن أن تكتسب مع مرور الوقت ويمكن أن تطبق في مجالات معينة لأن المقاول دائما ما يحتاج للبحث عن مصادر لخلق الابتكار، وهو مطالب بمعرفة وتطبيق مبادئ جديدة للابتكار الناجح، الذي يحتاج إلى التجديد والاختراع والمعرفة لتطوير المشاريع واستمراريتها.

يمكن تعريف الابتكار بأنه : " تطبيق الأفكار الإبداعية في الواقع، وتحويلها إلى مخرجات بقيم جديدة".

كما يعتبر الاقتصادي الشهير جوزيف شومبتر "Joseph Alios SCHUMPTER" الابتكار على أنه:

- تقديم منتج جديد لأول مرة من قبل المؤسسة، أو تقديمه بمستويات جديدة من الجودة.

- تطبيق أساليب جديدة في الإنتاج أو تحسين الطريقة القائمة.

- فتح أسواق جديدة بالنسبة للمؤسسة سواء كان هذا السوق موجودا من قبل أم لا.

- وضع تنظيمي جديد في الصناعة، مثل إيجاد وضع احتكاري جديد وكسر وضع احتكاري قائم.

- فتح مصادر جديدة لتوريد الموارد الخام أو المواد نصف المصنعة، سواء كانت موجودة من قبل ذلك أم لا.

في حين عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD الابتكار بأنه تطبيق فكرة لمنتج جديد، تحسين كبير في المنتج الحالي (سلعة، خدمة)، أو عملية جديدة للإنتاج، طريقة جديدة في التسويق، أسلوب تنظيمي جديد لممارسة الأعمال التجارية، طريقة جديدة لتنظيم مكان العمل أو علاقات خارجية جديدة".

انطلاقا من هذا التعريف، نرى أن الابتكار يشمل مجموعة واسعة من الابتكارات الممكنة، فقد يكون منتجا جديدا (سلعة أو خدمة)، أو ممارسة إدارية أو تنظيمية جديدة، أو تطبيق طريقة جديدة في إنتاج المنتجات، كما يمكن أن يكون أيضا طريقة تسويقية جديدة لتمييز المنتج في السوق.

انطلاقا من تعريف الابتكار الذي قدمته منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD يمكن التمييز بين أربعة أنواع من الابتكار:

• **ابتكار المنتج:** يتعلق ابتكار المنتج بإجراء تطوير أو تحسين جوهري في خصائص واستخدامات

المنتج، الذي يتضمن التحسينات الجوهرية للخصائص الفنية والمواد المكونة له، التي تؤدي إلى تحسين أدائهم، مثل كاميرات في الهواتف النقالة، المنتجات الغذائية ذات الخصائص الوظيفية الجديدة، السمن النباتي الذي يقلل مستويات الكوليسترول في الدم؛

-**ابتكار العملية:** يتعلق بتطوير أو تطبيق طريقة جديدة لإنتاج المنتج، تشمل على كل العمليات المرتبطة بتخفيض التكاليف، وزيادة الجودة، يترتب عنه نتائج ايجابية على المردودية، مثل المعدات الجديدة لإنتاج منتجات جديدة أو محسنة، إدخال نظام التذاكر الإلكترونية^k وتجدر الإشارة إلى أن هذين النوعين يعتمدان على التكنولوجيا، فطلق عليهما اسم الابتكارات التكنولوجية؛

-**الابتكار التنظيمي:** الذي يركز على تطبيق طرق تنظيمية جديدة في الممارسات التجارية للمؤسسة، ومكان العمل، أو تقديم طريقة جديدة للتعامل مع الأطراف الخارجية، مثل إنشاء فرق عمل رسمية أو غير رسمية لأول مرة لتحسين الحصول وتقاسم المعرفة مع إدارات مختلفة، مثل التسويق والمالية والإنتاج؛

-**الابتكار التسويقي:** الذي يركز على إحداث تغيرات في المزيج التسويقي لمنتج ما، حيث أن الجمع بين النوعين الأخيرين يطلق عليهما اسم الابتكارات غير التكنولوجية.

يمكن القول في الأخير إن الابتكار استغلال وتحويل أفكار جديدة غير المسبوقة، الناتجة الملكية الفكرية والعقلية للفرد المبدع وخبرته وتجاريه السابقة إلى منتجات أو أساليب تنظيمية أو تسويقية أو تشغيلية جديدة متفردة مع تحمل المخاطر الناجمة عن تطبيقها

2. عوامل الابتكار:

حسب Bucurean Mirela تتمثل عوامل الابتكار في عوامل داخلية للمشروع وأخرى خارجية:

العوامل الداخلية: وتتمثل في:

- عدم التنبؤ أي أن نجاح المشروع أو فشله غير متوقع.
- التناقض بين الواقع الفعلي والطريقة التي يكون عليها.
- يستند الابتكار على العمليات التشغيلية الضرورية.
- تغيير هيكل المشروع أو في طريقة عرضه في السوق.

العوامل الخارجية والتي تتمثل في :

- العوامل الاجتماعية: التغيرات التي تحدث في هيكلية السكان ومدى احتياجها لمشاريع أكثر.
- زيادة الوعي لدى الأفراد.
- زيادة المعارف.

كما يمكن تصنيف العوامل التي تؤثر على الابتكار إلى عاملين :

- **العوامل الذاتية:** وهي العوامل التي تخص الفرد نفسه ومن هذه العوامل التكوين البيولوجي للشخص، شعور الشخص بالأمن والحرية، معرفة الشخص لقدرته، وقدرته على التحليل والتركيب.
- **العوامل البيئية:** هناك العديد من العوامل الخارجية التي تؤثر على الابتكار منها الأسرة، المناخ الجامعي، المجتمع.

3. شروط نجاح الابتكار في المقاولاتية:

- وجود إستراتيجية واضحة لتحفيز على الابتكار.
- إعداد فترات محددة الأهداف لاستقبال وتنفيذ الابتكارات الجديدة.
- توفير كل الموارد اللازمة لتشجيع الابتكار.
- زيادة المعرفة المقاولاتية لتوقع متطلبات السوق .
- تقييم الابتكارات المحتملة.
- وجود عمليات وتقنيات لتوجيه وتنظيم الابتكار واستغلال الطاقات الإبداعية.

4. خصائص الابتكار المقاولاتي

للمقاولاتية والابتكار توجه واحد فلا يكتمل أحد إلا بوجود الآخر لأن القدرة على تقديم أفكار جديدة وحلول أفضل يؤدي إلى إنشاء مشاريع مميزة، فالمقاول الناجح ليس من يعمل بصعوبة إنما من يبتكر ويقدم الأفضل، وبهذا فقد حدد Edison and Cuban طرق تبيين خصائص المقاول المبتكر تتمثل في:

- المبتكرون دائما ما يبحثون عن الطريقة الأفضل والأسهل لإنجاز المشاريع بكفاءة فهم يعملون بمنطق "أعمل بذكاء لا تبذل جهدا كبيرا".
 - يسعون إلى التقدم والإتقان أمر مهم بالنسبة للمبتكرين فهم يهدفون دائما إلى الكمال في أعمالهم، يكافحون من أجل الأفكار ويعملون بجهد من أجل تحقيقها على أرض الواقع.
 - المبتكرون لديهم علاقة مع الخوف حيث يوجد دائما مشاريع ناجحة لكنها معرضة في أي لحظة للإفلاس والانهيار، يتولد الخوف من ذكر هته الأمور، إن تمكن من تجاوز ذلك الخوف سيحمي المشروع من السقوط.
 - هم لا يتركون الأشياء تكسر ولا يدعون لها فرصة لتكسير، أعظم المبتكرين لا ينتظرون الأشياء السيئة لكي تحدث، هم يحاولون دائما تجنبها والحذر من وقوعها.
 - هم يفهمون جيدا العملية الابتكارية المتمثلة في إعداد وتحضير المشروع المقاولاتي وتنفيذه.
- يعتبر الابتكار ظاهرة معقدة المضامين ومتعددة الأبعاد تمس جميع الميادين، فهو عملية ذات وجوه وأبعاد متعددة، و اختلقت الآراء حول مصطلح الابتكار وبعض المصطلحات ذات العلاقة كالإبداع، الاختراع والتجديد، فنجد بعض الباحثين والمختصين كذلك يفرقون بين هذه المصطلحات ويستخدمونها للدلالة على نفس الشيء، إلا أن بعض الكتاب المتخصصين يميلون إلى التفريق بين المصطلحين، فالابتكار يتعلق باكتشاف فكرة جديدة مميزة، أما الإبداع فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو سلعة أو خدمة تقدمها المؤسسة لزيائنها

الإبداع و الابتكار هما من الأدوات الأساسية في تطوير الأعمال و المؤسسات. فالإبداع قد يثري الشركة أو المنتج أو الخدمة بأفكار تعطي ميزة تنافسية تزيد المبيعات . أما الابتكار فإنه كفيل بخلق ثورة في المنتجات أو الخدمات التي تطرحها الشركة من خلال إعادة تصميم بيئة العمل الحالية لإدخال تعديلات على المنتج أو ابتكار منتج جديد من المواد و الأدوات الموجودة أصلا.

و بينت الدراسات والأبحاث الاقتصادية أن عملية الإبداع والابتكار هي عملية استراتيجية هامة للاقتصاد، لأنها تحرك النشاط الاقتصادي وتمنحه نفسا قويا، فرواد الأعمال الصغيرة والمتوسطة هم من يبتكرون في المنتجات والخدمات ويساهموا في إيجاد فرص عمل جديدة وعدد كبير من الأعمال وعليه أصبحت معظم الاقتصاديات تمنح فرصا لتشجيع رواد الأعمال نحو ابتكار منتجات وخدمات تدفع باقتصادها نحو النمو، وتعتبر عمليتي الإبداع (Invention) والابتكار (Innovation) المحرك الرئيسي للنشاط المقاتولي.

5. تعريف الابداع :

هو عملية ذهنية دف إلى خلق أعمال أو أشياء جديدة لم تكن موجودة من قبل وغير مألفة، ويرى البعض أن مفهوم الإبداع هو المبادرة التي يبدئها الفرد بقدرته على الخروج عن المألوف والروتين، والإبداع هو القدرة على جمع أو مشاركة المعلومات بطرق تطوير أفكار جديدة، وبعبارة أخرى هو تطوير الأفكار الإبتكارية التي تعكس الحاجات المدركة وتستجيب للفرص في المنظمة، وهو يعتبر الفكرة الأولى للابتكار ويساهم في نجاح المنظمة على المدى الطويل، كما أنه يحسن من عملية صنع القرار من خلال تشجيع العصف الذهني كأحد الأساليب المستخدمة في جمع أفراد المجلس معا لتطوير أفكار جديدة بحرية وعفوية دون انتقاد.

ويتحلى الشخص المبدع بالصفات التالية:

-العقل المتسائل الخلاق.

-القدرة على التحليل.

-النشاط المتميز.

-المرونة

خطة الأعمال وعناصرها

1. تعريف خطة الأعمال :

خطة الأعمال هي الشكل المكتوب الذي يوضح الرؤية الإستراتيجية لحامل أو حاملي المشروع ، ويبين أن النموذج المقترح يمكن أن يجني قيمة كافية قابلة للتقسيم) التوزيع(، من أجل الحصول على دعم المتعاملين الذين يرسل إليهم الملف، والذين لهم موارد يريد المستثمر الحصول عليها، يسجل المشروع في فترة محددة عن طريق تحديد الموارد اللازمة وتشغيلها من أجل بلوغ الأهداف وكذلك تحقيق الرؤية.

خطة العمل هي أول خطوة يقوم بها المقاول من أجل الشروع في نشاطه، وهي عبارة عن الوثائق المكتوبة التي تصف كل العوامل الداخلية والخارجية والاستراتيجية والملائمة لبدء مخاطر جديدة، فمن خلالها يتم توضيح كافة الأمور المتعلقة بالتسويق والمالية والإنتاج والموارد البشرية أي أنها تعتبر الشكل الكتابي للمشروع المقاولاتي الذي يتبلور في وثيقة شاملة ومتكاملة تعطي صورة واضحة عن المشروع، الأفراد ، الأهداف ومختلف الاستراتيجيات لتحقيقها، كما تتضمن عناصر أخرى كالتمويل، عوامل الخطر، أوضاع السوق، كما أنه يوضح لأصحاب الموارد القيمة والفائدة التي يمكنهم الحصول عليها ، وأيضا الهيكل التنظيمي، زالغاية من خطة العمل هي الفهم الكامل للطريقة الأفضل في حسن إدارة المنظمة

2. أهمية خطة العمل :

تتمثل أهمية خطة العمل في العديد من النقاط أهمها:

- ✓ تلعب خطة العمل دورا مهما في تنظيم عمل الشخص المقاولاتي من خلال المعلومات المجمعة والمبوبة، فهي وسيلته المفتاحية لنقل تصورات ورؤيته للآخرين.
- ✓ خطة العمل تقدم فكرة مفصلة ودقيقة لما سيقوم به المقاول، حيث توضح إطار وأهداف المشروع والتصورات المبنية حوله.
- ✓ تساعد خطة العمل على استقطاب أصحاب المواهب والمهارات التي سيتم استغلالها.
- ✓ تساعد خطة العمل على أداء العديد من الوظائف التي تم توظيفها ضمن هذه الخطة حيث تستخدم على سبيل المثال من قبل المقاولين في البحث عن مصادر تمويل مشروعاتهم وتوضيح الرؤيا للمستثمرين.
- ✓ تعتبر خطة العمل ضرورية كذلك لأشخاص آخرين غير المقاول، لأنها تجذب رؤوس الأموال وتحفز الموردين و أصحاب رؤوس الأموال .
- ✓ يقدم المقاول خطة العمل لأطراف أخرى من أجل توضيح القيمة المضافة، وهي وسيلة يستخدمها الآخرون لتقييم المشروع إن كان مجديا وله آفاق واعدة وهناك إمكانيات للنمو والتطور.

3. شروط صياغة خطة العمل :

عند صياغة خطة العمل لا بد على المقاول أن يصيغها بطريقة مناسبة يجيب من خلالها على كافة الأسئلة والاستفسارات المتوقعة من الآخرين وآلية دعمهم للفكرة ، ولما لها من أهمية في النشاط المقاولاتي، وذلك للأسباب التالية:

✓ توضيح جوانب القوة ودعمها، أما جوانب الضعف فيجب توضيح كيفية التعامل معها والتقليل منها، ويمكن من خلال توضيحها الحصول على حلول لها.

✓ خطة العمل هي إطار عمل لكل الموظفين في المؤسسة وليس لصاحبها فقط.

الخطة الجيدة تدعم نظام المعلومات في المؤسسة لتسهيل انسياب المعلومة، كما يوضح المقاول في هذه الخطة هيكل المؤسسة لتسهيل التعامل بين مختلف الأطراف.

✓ الخطة الجيدة تساعد على اتخاذ القرارات الصائبة والجيدة والتنبؤ.

✓ يجب اعتماد الوضوح والبساطة في إعداد خطة العمل عند تقديم الأفكار والافتراضات والخيارات والقرارات، وأن تكون الخطة دقيقة لأن المقاول سوف يقدم ويستخدم كل المعطيات الخاصة بمؤسسته.

4. مكونات خطة الأعمال:

لا توجد قاعدة مطلقة في تحديد مكونات خطة الأعمال، ولكن مهما كان الشكل المأخوذ لابد من احترام بعض المعايير التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف من هذا الملف.

خطة الأعمال يجب أن تسمح للقارئ بالإجابة عن التساؤلات المتعددة وخاصة تلك المتعلقة بقدرة المؤسسة على أخذ موقع في السوق، طريقة الإنتاج، إمكانيات ربحية المؤسسة،...الخ.

وهناك من يقترح نماذج متعددة لخطة الأعمال، لكن مهما كانت تسمية وترتيب المكونات الجزئية، فإن مكونات خطة الأعمال تركز أساسا على العناصر التالية:

✓ الملخص

✓ التقديم العام للمشروع

✓ الفريق

✓ السوق

✓ الإستراتيجية العامة

✓ الإستراتيجية التسويقية والتجارية

✓ الوسائل والتنظيم

✓ التركيب القانوني

✓ الملف المالي