



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية
في المملكة العربية السعودية



جامعة جدة
مهارات ريادة الأعمال
BUS 100

الفصل الثالث: الفرص التجارية والأفكار الريادية

أهداف الفصل

- ▶ معرفة المقصود من المحفزات الخارجية (Pull Factors) و الداخلية (Push Factor) في ريادة الأعمال
- ▶ معرفة خصائص الفكرة الريادية وما تمتاز به عن التقليدية
- ▶ معرفة المقصود بمفهوم الفرصة في ريادة الأعمال
- ▶ معرفة الصفات الأساسية للفرصة الريادية
- ▶ القدرة على التفرقة ما بين الفكرة والفرصة
- ▶ القدرة على خلق فرص ريادية واستغلالها
- ▶ التعرف على العوامل المساعدة في اكتشاف الفرص الريادية وتطويرها

مقدِّمة

- ▶ إنَّ نشاط ريادة الأعمال يعتمد على مفهوم "الفرص" ودراسة مصادرها، وعمليات اكتشافها وتقييمها واستغلالها، وكذلك الأشخاص الذين يكتشفونها ويقيمونها ويستغلونها
- ▶ وتُعرَّف الفرصة الرياديَّة بأنَّها "وضعيَّة يمكن فيها للشخص أن ينشئ إطارًا جديدًا لإعادة توظيف الموارد التي يعتقد صاحب المشروع أنَّها ستحقق له أرباحًا"
- ▶ تبدأ معظم المشروعات الرياديَّة بإحدى الطريقتين:
 - ▶ التحفيز الخارجي Pull factor
 - ▶ التحفيز الداخلي Push factor

الأفكار الرياديّة والأفكار التقليديّة

- ▶ خصائص الفكرة الرياديّة تتمثّل فيما يلي:
 - ▶ تقدّم قيمة مضافة وتقدّم حلولاً لخدمة للعملاء.
 - ▶ تستعمل التكنولوجيا الحديثة في عمليات الإنتاج والتسويق.
- ▶ أمّا الفكرة التقليديّة تتميّز بالتالي:
 - ▶ غياب أي قيمة مضافة فريدة.
 - ▶ غياب الجانب الابتكاري في عمليات البيع، أو الإنتاج، أو التسويق.
 - ▶ استعمال تكنولوجيا تقليديّة، أو عدم استخدام الأدوات التكنولوجيّة الحديثة للتواصل.
 - ▶ لا توفرّ حلولاً مميّزة، أو حلولاً جديدة.

الفرق بين الفرص والأفكار الرياديّة

► يجب أن تتوفر في الفكرة الرياديّة الجوانب الأساسيّة الثلاثة التالية:

1. القدرة على اقتراح قيمة مضافة كبيرة إلى العميل.
2. القدرة على حل مشكلة هامّة، وإزالة تهديد/إزعاج/مشكلة، أو تلبية حاجة كامنة، والتي تجعل العميل على استعداد للدفع للحصول على هذه القيمة .
3. وجود سوق محتملة تتميز بالنمو القوي، وإمكانية تحقيق أرباح عالية، وبالتالي القدرة على جذب الاستثمارات والتمويل.

خصائص الفرصة الريادية



الصفات الأربع الأساسية للفرصة الريادية (المصدر Singh 2001)

تصنيف الفرص

تختلف طرق وأساليب تصنيف الفرص الرياديّة بناءً على التالي:

1. **مستوى التحليل:** ويتمُّ فيه تحليل الفرص بناءً على المستوى الكلي، على مستوى الاقتصاد الدولي أو الوطني أو المحلي، مثل أن يكون على مستوى الصناعة (النقل، الترفيه، التعليم)، أو على المستوى الجزئي، مثل أن يكون على مستوى منظمة معيّنة.
2. **بيئة المنظّمة:** يمكن أن تشكل البيئة المؤسّساتيّة محفّزًا لاكتشاف واستغلال الفرص الرياديّة.
3. **عوامل العرض والطلب (السوق):** إنَّ عرض تكنولوجيا ابتكاريّة، أو طلب منتجات جديدة يمكن أن تكون فرصة رياديّة واعدة لرواد الأعمال.
4. **السياسة الحكوميّة:** يمكن للحكومة أن تسنَّ قوانين جديدة، من شأنها أن تشكّل فرصًا لخلق مشروعات رياديّة جديدة، مثل القرارات التي تقصر العمل في قطاعات معيّنة على السعوديين، مثل قطاع بيع الجوالات وغيرها من القطاعات.

مصادر الفرص

منهج تكوين الفرص	منهج إكتشاف الفرص
تخلق عدم التوازن	تخلق التوازن
تحتاج إلى معلومات جديدة	لا تحتاج إلى معلومات جديدة
مبتكرة جداً	قليلة الابتكار
نادرة	منتشرة
تقتصر على التكوين	تقتصر على الاكتشاف

مقارنة منهجي تكوين واكتشاف الفرص الرياديّة. المصدر (Shane, 2003)

المناهج الثلاثة لتحديد الفرص التجارية

- ▶ مراقبة التغيرات
- ▶ حل مشكلة معينة
- ▶ العثور على فجوات في السوق

تقنيات توليد الأفكار الريادية

- ▶ العصف الذهني
- ▶ مجموعات التركيز
- ▶ البحوث المكتبيّة والبحاث بواسطة الإنترنت

التطوير المستمر للأفكار الريادية

- ▶ تحديد شخص مسؤول عن الأفكار الجديدة
- ▶ زيادة عدد الأفكار الإبداعية

شكراً