

السمات الشخصية للمقاول كأهم العوامل المؤثرة على اكتشاف الفرصة المقاولاتية

The personal traits of entrepreneur as the most important factors on discover the entrepreneurial opportunities

حجازي اسماعيل¹، زكري أسماء²، عبداوي نوال³

¹ جامعة بسكرة، Hedjazi89@hotmail.com

² جامعة بسكرة، asmazekri1@yahoo.fr

³ جامعة البلدة 2، nawel_abdaoui@yahoo.fr

تاريخ القبول: 16/05/2020

تاريخ الاستلام: 20/02/2020

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين متغيرين أساسيين ضمن الحقل المقاولاتي، وذلك بالتركيز على الشخصية المقاولاتية والوقوف على أهم السمات الشخصية والخصائص الواجب توفرها في الشخص حتى يكون مقاولاً، ويستطيع خلق وإنتاج أفكار مقاولاتية تنسم بخاصية الحدائة والتجديد وتكون صالحة لمشروع مقاولاتي ناجح وقابل للاستمرارية. ومن ثم تبيان أثر هذه الخصائص عند المقاول في تقديم أفكاره المقاولاتية وانتقاء الفرص المتاحة في السوق.

أما أهم النتائج التي تم التوصل إليها هي أن الشخص حتى يكون مقاولاً لا بد من أن يتمتع بصفات وخصائص ومهارات شخصية تمكنه من القدرة على اكتشاف الفرص المقاولاتية.

الكلمات المفتاحية: الفرصة المقاولاتية؛ المقاولاتية؛ المقاول؛ السمات المقاولاتية؛ الإبداع؛ المخاطرة.

تصنيف JEL : D41 ؛ M13

Abstract:

This study aimed to analyze the relation between two key variables, related on the entrepreneurship. It focused on personal traits and the characteristics that a person must have in order to be an entrepreneur and create and produce creative entrepreneurial ideas that are viable for a successful and sustainable entrepreneurial project. These characteristics are represented in the need of achievement, self-confidence, creativity, taking risk, and desire for independency, to show the impact of these characteristics at the entrepreneur in the representation of the entrepreneurial ideas and selection of market opportunities.

However, the most important result is that for a person to be an entrepreneur, he must have the characteristics, abilities and personal skills in order to discover entrepreneurial opportunities.

Keywords: the entrepreneurship opportunity, Entrepreneurship, Entrepreneur, The entrepreneurship traits, Creativity, Taking risk.

Jel Classification Codes : D41 ; M13

1. مقدمة

في ظل التوجهات العالمية السائدة نحو تشجيع الانفتاح العالمي وما تتبعه من توجهات ومتغيرات مساندة في الوقت الراهن من جهة واشتداد حدة المنافسة بين المؤسسات من جهة أخرى، وجدت معظم المؤسسات نفسها مجبرة على التكيف مع مختلف هذه التغيرات بهدف ضمان بقائها واستمراريتها، وذلك عن طريق تبني المفاهيم والنظريات الحديثة التي من شأنها ضمان تحقيق التميز في مجال نشاطها، ولعل من أبرز هذه المفاهيم الإبداع والابتكار القائم على خلق أفكار جديدة وتحويلها إلى مؤسسات صغيرة قابلة للازدهار والنمو، وكذا المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وهو ما يشكل أساس مفهوم المقاولاتية الذي شهد تطورا ملحوظا من انتقاله من المفهوم الضيق الذي يقتصر على عملية إنشاء مؤسسات صغيرة وتسييرها انطلاقا من اكتشاف الفرصة وتقييمها ومن ثم استغلالها، ليشمل معنى أوسع يهدف إلى تنمية المجتمعات من خلال خلق مناصب العمل وتحسين مستوى المنافسة.

ومن هذا المنطلق تشكل الروح المقاولاتية لدى الأشخاص عاملا أساسيا ومهما في إنشاء المشاريع الجديدة، أين ركزت الكثير من الأبحاث والدراسات المهمة بالظاهرة المقاولاتية وخلق المؤسسات الجديدة على المقاول باعتباره حجر الأساس في الديناميكية الاقتصادية، فهو شخص متميز عن غيره من الناس يتمتع بجملة من المهارات والخبرات والقدرات ومختلف الكفاءات الفنية وال نفسية اللازمة لإقامة المشاريع الجديدة، ويمتلك من الاستعدادات ما يجعله مؤهلا لتحمل المخاطر والمبادرة لإنشاء مؤسسته الخاصة. مما أدى بالكثير من الباحثين إلى تزايد الاهتمام بشخصية المقاول وسماته الأساسية وتأسيس تيار فكري مستقل يعنى بدراسة الظاهرة المقاولاتية من خلال البحث في المقاول وسماته، عرف هذا التيار الفكري بالمقاربة السلوكية بقيادة Mc Clelland.

سنحاول من خلال هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تلعبه السمات الشخصية للمقاولين في خلق واكتشاف الفرص بهدف إنشاء مؤسساتهم الخاصة وتجسيد أفكارهم في شكل مشاريع على أرض الواقع، انطلاقا من خمسة سمات أساسية محددة بناء على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، ومحاولة ربط علاقة هذه السمات أو الخصائص مع عملية اكتشاف الفرص بهدف معرفة أكثرها تأثيرا عليهم أثناء تعاملهم مع الفرص وإنشائهم لمؤسساتهم الخاصة، وكذا دورها في نجاح مشاريعهم المقاولاتية.

من خلال ما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور السمات الشخصية للمقاول في اكتشاف الفرص المقاولاتية؟

وبهدف الإجابة على السؤال الرئيسي نطرح جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ❖ ماذا نعني بالفرصة المقاولاتية؟ وما هي مصادر الحصول عليها؟
- ❖ ماهي مختلف العوامل المؤثرة في عملية خلق واكتشاف الفرص المقاولاتية؟
- ❖ ماهي أهم المقاربات النظرية للظاهرة المقاولاتية وما موقع المقاول منها؟
- ❖ ماهي أهم السمات التي تجعل المقاول شخصا مختلفا عن غيره من الأفراد؟

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو بيان دور السمات الشخصية للمقاول في اكتشاف الفرص المقاولاتية، من خلال:

- ❖ إبراز مفهوم كل من المقاول والفرصة المقاولاتية؛
- ❖ الكشف عن العوامل المؤثرة على عملية اكتشاف الفرص؛
- ❖ معرفة طبيعة العلاقة بين السمات الشخصية للمقاول واكتشاف الفرص المقاولاتية.

2. ماهية الفرصة المقاولاتية

1.2 مفهوم الفرصة المقاولاتية

لقد ركز الكثير من الباحثين على مفهوم الفرصة كحجر الزاوية في النظرية المقاولاتية، ومن أبرزهم Venkataraman & Shane اللذان اعتبرا البحث في المقاولاتية هو التساؤل عن الفرصة من حيث: كيف تعمل؟ ومن طرف من؟ وما هو أثرها في خلق السلع والخدمات؟ وكيف يتم اكتشافها وتقييمها واستغلالها؟. حيث عرفا الفرصة المقاولاتية بأنها: "الوضعية التي يستطيع من خلالها منتج أو مادة أولية أو آلية تنظيمية جديدة أن تتخذ شكلا جديدا يوفر فرصة للربح" (لفقير، 2017، ص67). ذلك أن وجود المقاولاتية مرهون بوجود الفرصة، هذه الأخيرة التي تعد أكثر من مجرد فكرة بسيطة لإنشاء مؤسسة، كونها تتطلب توقع إمكانية استغلالها من أجل الحصول على الأرباح.

أما Casson فقد عرف الفرصة على أنها: "حالات سوقية أو سلع جديدة، خدمات، مواد أولية وطرق تنظيمية يتم استغلالها وبيعها بأثمان أعلى من تكلفتها الإنتاجية" (Vesrtraete & Fayolle, 2005, p35) وفي ذات الاتجاه يعرفها آخرون على أنها: "معلومة جديدة يتم استغلالها من طرف أفراد يمتلكون خاصيتين: الأولى هي امتلاكهم لمعارف داخلية مكتملة لهذه المعلومة والتي تسمح لهم باستغلالها، والثانية أنهم يمتلكون بعض المميزات الخاصة من أجل تقييمها، الحصول على هذه

المعلومة يثير الحس أو الرؤية المقاولاتية: أو مشروع لاستغلال هذه الفرصة" (Eric & Christophe, 2006, p4).

بالنسبة للباحثين Hill & Gartner فقد أبرزوا شكلين للفرصة، حيث أن كلاهما تعتبر الفرصة على أنها أحداث مرجوة تقع في إطار تفاعلات البيئة، كما يلي: (Vapo, 2006, p20)

❖ النظرة الموضوعية (اكتشاف الفرصة the opportunity discovery): وفقا لهذه النظرة فإن الفرص موجودة في البيئة، وما على الأفراد إلا محاولة إسقاط معلوماتهم ومعارفهم على البيئة لاكتشاف الفرص المتاحة؛

❖ النظرة الذاتية (صناعة الفرصة the opportunity enactment): فتعتبر أن الفرد وأفكاره هي من تصنع الفرصة، فالبيئة تتأثر بسلوك وأفكار الأفراد والمؤسسات، وبالتالي يجب على الفرد صنع الفرصة بدل البحث عنها في البيئة.

يرى أنصار النظرة الأولى أن الفرص لا يتم إنشاؤها من قبل الأفراد، ولكنها متاحة بسهولة في البيئة إلى أي شخص يمتلك اليقظة للتعرف عليها، فهو يعتقد أن الفرص تحدث بسبب حالة عدم توازن السوق، مما يخلق النقائص والفوائض التي تحمل في طياتها فرصا لتنظيم مشاريع جديدة. فالمقاول وفقا لهذا المنظور يعد مكتشفا للفرص، على خلاف النظرة الثانية التي ترى بأن الفرد هو من يصنع الفرصة فهو المسؤول عن إحداث الاختلال في السوق، مما يجعل النشاط المقاولاتي مصدر الابتكار في الاقتصاد.

انطلاقا من التعاريف الواردة أعلاه يمكن تعريف الفرصة المقاولاتية بشكل عام على أنها: وضع ملموس ممكن التحقيق على أرض الواقع، ينشأ نتيجة لأحداث يسببها الفرد أو تقع في إطار تفاعلات البيئة، يتم اكتشافها وتقييمها ثم استغلالها بهدف الحصول على أرباح مادية.

من هذا المنطلق فرق عدد من الكتاب والباحثين بين الفرصة والفكرة فبالنسبة لـ Hernandez الفرصة هي أكثر من مجرد فكرة بسيطة، فهي تحتاج إلى توفر إمكانية استغلالها من أجل تحقيق الربح، وهي تمتلك القدرة على الجذب وإمكانية الاستمرار، وأضاف Fillion إن الفرصة متعلقة بالحاجة، فهي تطرح في السوق في وقت محدد وتمنح للمنتج قيمة إضافية بالنسبة للمستهلك، أما الأفكار فهي عبارة عن مصطلح عام ونظري غير ملموس، بينما الفرصة تمتاز بكونها ملموسة وممكنة التحقيق في أرض الواقع (Vapo, 2006, p21).

2.2 مصادر الفرصة المقاولاتية

في هذا السياق تأتي أعمال Peter Druker الذي ركز على الإبداع كمصدر أساسي للفرص المقاولاتية، ويقصد به ذلك الإبداع الذي يحدث تغييرا أو يكون استجابة لتغيير ما، حيث وضع سبع مصادر أساسية للفرص الإبداعية كلها تنطلق من التغييرات، إذ أن أربعة منها مرتبطة بالتغيرات في السوق أو الصناعة وهي: الأحداث غير المتوقعة (نجاح، فشل، حدث خارجي...)، التعارض بين

الواقع وبين ما يجب أن يكون كالاختلال في توازن العرض والطلب مثلا، إبداعات ناتجة عن الحاجة العملية، التغييرات في السوق أو الصناعة، والمصادر الثلاثة الأخرى تأتي من التغييرات خارج السوق أو الصناعة وهي: التغييرات الديموغرافية، التغييرات في الإدراك والأذواق والمزاج، والمعارف الجديدة (علمية أو غير علمية) (لفقير، 2017، ص70).

وقد أكد Shane & Venkataraman أن الفرص السوقية يمكن أن تكون ناتجة عن خلق معلومات جديدة مثل اختراع تكنولوجيا جديدة مثلا، أو استغلال أوجه القصور في السوق والتي تنتج عن التباين في المعلومات، بسبب الاختلاف الزمني والمكاني، ردود الفعل للتغييرات في تكاليف استخدام اليد العاملة والموارد المختلفة، أو التغييرات في البيئة. وأضاف مصدر آخر لفرص الأعمال المتمثل في اختلاف معتقدات الأفراد وطريقة تفكيرهم، فبالنسبة للباحثين فإن الأفراد لديهم تفسيرات وتقديرات مختلفة للأسعار وقيمة الموارد والسلع والخدمات التي قد تباع بسعر أعلى أو أقل من تكلفة إنتاجها، ومدى إمكانية نمو الأسواق أو استحداث أسواق جديدة، وبالتالي فإن قدرة الفرد على التنبؤ والتحليل الجيد لظروف السوق وسلوكه المستقبلي هو نقطة مهمة جدا في اكتشاف الفرص وتقييمها (لفقير، 2017، ص ص: 71-72).

في حين اقترح Holcombe تصنيف الفرص المتاحة في السوق كما يلي: (2003, p25-43)
(Holcombe,

❖ عوامل تمثل العناصر التي تخل توازن السوق، فبالنسبة له عوامل تمثل التفضيلات الجديدة للسوق تتطلب إعادة تخصيص للموارد للتكيف مع هذا السلوك الجديد، وهذا التغيير في السوق قد يكون نتاجا للتغييرات في البيئة، كالفرضيات التي قد تشكل صعوبات للمزارعين مثلا، أو النقص في الموارد الطبيعية فهي عوامل تخل بتوازن السوق؛

❖ عوامل تعزز إمكانات الإنتاج، وهي عوامل يمكنها أن تخل بتوازن السوق إذا كانت غير متوقعة، فمثلا في قطاع البرمجيات التطور في القطاع متوقع ومتوافق مع توازن السوق، لكن في حالة ما إذا لم يحدث ما كان متوقعا فإن ذلك يؤدي إلى اختلالات في توازن السوق؛

❖ نشاطات المقاولين أنفسهم، وهي من أهم مصادر الفرص السوقية، فبالنسبة للمقاول بمؤهلاته النفسية والسلوكية وخبرته العملية هو الذي يزيل اللثام عن فرص لم يلاحظها أحد من قبل، وهو ما يخلق فرص ربح للمقاولين الآخرين، حيث أن الظروف الاقتصادية تصنع من خلال هذه العملية فرص مقاولاتية أخرى؛

❖ بيئة المقاولين ودور البحث والتطوير فيها، وهناك أكثر من بيئة توفر فرص ربح للمقاولين، إذا كان هناك مقاولون متأهبون لإيجاد هذه الفرص، وأوضح الباحث أن البحث والتطوير ليس هو بنفسه مصدرا للفرص، لكنه يخلق البيئة أين يمكن للفرص الاقتصادية أن توجد، حيث افترض أن الفرص المقاولاتية مرتبطة بالمعرفة وأن خلق معرفة جديدة يمكن أن تؤدي إلى اكتشاف فرص جديدة. ومن وجهة نظر Hernandez فإن مصادر الفرص متعددة ومتناقضة، فبالنسبة إليه فإن المصدر الأكثر أهمية مرتبط بالخبرة المكتسبة من قبل المقاول، والمصدر الثاني يمكن أن يكون ظروفًا مختلفة مثل: اللقاء بالشريك المستقبلي، أو استغلال براءة اختراع أو الحصول على رخصة استغلال منتج ما، والمصدر الثالث هو البحث المنهجي عن الفرصة.

حسب ما سبق يمكن تلخيص أهم مصادر الفرص المقاولاتية في النقاط التالية:

- ❖ التغييرات البيئية سواء فيما تعلق ببيئة الأعمال الداخلية أو مختلف البيئات الخارجية الأخرى من البيئة السياسية، القانونية، الاجتماعية والثقافية...إلخ؛
- ❖ الإبداع كأهم مصدر للفرص المقاولاتية من خلال ما يمكن أن يحدثه من تغييرات في مختلف البيئات، أو تباين في المعلومات بسبب الاختلاف الزماني والمكاني بين الأسواق؛
- ❖ الخبرة المكتسبة من قبل المقاول وحياته المهنية السابقة من أهم مصادر الفرص المقاولاتية، سواء من خلال بحثه المنهجي عن الفرصة، أو عن طريق استغلال المقاول لقدراته (الذهنية والسلوكية) ومعارفه العلمية وكذا خبرته العملية التي تمكنه من المخاطرة والإبداع الذي يعد المصدر الأساسي للفرص المقاولاتية حسب Peter Druker وأنصاره؛
- ❖ شبكة العلاقات الاجتماعية قد تكون مصدرا مهما للفرص، فالروابط العائلية والصدقات بمختلف أنواعها وشبكة العلاقات المهنية تعد عاملا مساعدا على تحصيل معرفة جديدة قد تكون سببا في اكتشاف فرصة مقاولاتية.

3.2 العوامل المؤثرة على اكتشاف الفرصة المقاولاتية

يمكن اقتراح جملة من العوامل الرئيسية التي تؤثر على خلق واكتشاف الفرص، وتحويلها إلى مشروع جديد غالبا ما يأخذ شكل المؤسسة، وهي كالآتي:

1.3.2 اليقظة المقاولاتية : ترتكز سيرورة اكتشاف الفرص واستغلالها على ما يسمى باليقظة المقاولاتية، ويعتبر Kirzner أول من استخدم مصطلح اليقظة (vigilance) ليعبر بها عن إدراك الفرصة، حيث عرفها على أنها: "القدرة على التعرف على الفرص المهملة من الآخرين"، وأضاف Ray & Cardozo أن إدراك الفرص من قبل المقاولين هي حالة من حالات اليقظة للمعلومات، وأطلق

على هذه الحالة اسم الوعي المقاولاتي (entrepreneurial awarness) وعرفه على أنه الميل لمعرفة المعلومات حول المنتج وسلوك السوق، والتركيز بشكل خاص على المشاكل التي تواجه المنتجين والمستهلكين، والحاجات المتجددة للسوق، بالإضافة إلى الإمكانيات الجديدة لدمج الموارد، كما أضاف باحثون آخرون أن السمات الشخصية والبيئة قد يتفاعلان لخلق ظروف من شأنها تحفيز الوعي المقاولاتي وبالتالي اكتشاف الفرص، وبالنسبة للكثير من الباحثين فإن المقاولين أكثر يقظة للفرص الجديدة ويستعملون المعلومات بشكل يختلف عن الآخرين (لفقير، 2017، ص77).

2.3.2 التباين في المعلومات والمعارف السابقة: بالنسبة لـ Shane وانطلاقاً من النظرة النمساوية التي تعتبر أن وجود المقاولاتية هو بسبب التباين في المعلومات المتوفرة لدى الفاعلين الاقتصاديين، فقد افترض أن الأفراد يكتشفون الفرص المقاولاتية لأن معارفهم السابقة تمكنهم من تحديد قيمة المعلومات الجديدة (لفقير، 2017، ص77).

3.3.2 العوامل البيئية: تعد الظروف البيئية من أهم العوامل المؤثرة على اكتشاف الفرص المقاولاتية، كونها قادرة على أن تخلق أو تضعف مستوى تواجد الفرص لأصحاب المشاريع، فاستقرار ظروف الاقتصاد الكلي ومستوى النمو الاقتصادي، مستويات العمالة وتفاوت الدخل وكذا توافر رأس المال وارتفاع الضرائب كلها عوامل اقتصادية من شأنها أن تؤثر على احتمال اكتشاف المقاول للفرص سواء بالزيادة أو النقصان. من جهة أخرى تلعب الظروف السياسية عامة والحكومة خاصة دور متعدد الأوجه في تشجيع تنمية المقاولاتية، فمثلاً يمكن تقييم نوعية حكومة أمة ما من خلال مدى قوة سيادة القانون في البلاد فضلاً عن حقوق الملكية الخاصة، كما تأخذ الحكومات دور تصحيحي في السوق من خلال التدخل بشكل مثالي في حال فشل السوق، هذا الأخير الذي يحدث عندما يكون هناك مستوى عال من تركيز السوق مما يخلق الاحتكارات التي تعمل على تخريب المنافسة. ناهيك عن الأثر الكبير الذي تحدثه الظروف الديموغرافية على اكتشاف الفرص، فكلما زاد النمو السكاني وارتفعت نسبة الكثافة السكانية زاد احتمال اكتشاف فرص جديدة، دون أن ننسى ظروف الصناعة التي تنشط فيها المؤسسة في حد ذاتها فهي الأخرى بإمكانها أن تشجع الفرص المقاولاتية أو تثبطها، فكثافة البحث والتطوير بإمكانها توفير منتجات وأسواق جديدة، كما يدعم ويشجع انخفاض كثافة رأس المال وكذا انخفاض تكاليف المدخلات الشركات الجديدة (عمارة، 2018، ص30-36).

4.3.2 السمات الشخصية: تعد السمات الشخصية للمقاول من أهم العوامل المؤثرة على اكتشاف الفرصة المقاولاتية وبداية مشروع جديد، حيث تنقسم هذه السمات إلى سمات نفسية مرتبطة بالقدرات المعرفية للمقاول والتي سيتم التطرق لها لاحقاً بنوع من التفصيل، إذ يجمع الباحثون على اعتبار

حجازي اسماعيل، زكري أسماء، عبداوي نوال السمات الشخصية للمقاول كأهم العوامل المؤثرة على اكتشاف الفرصة المقاولاتية

الإبداع والمخاطرة كأهم سمتين نفسييتين أساسيتين تمكنان المقاول من النجاح في اكتشاف الفرص المقاولاتية في الوقت الذي يفشل غيره في ذلك. أما النوع الثاني فيخص السمات غير النفسية التي تعطي الفرد قدرة أفضل للوصول إلى المعلومات، والتي تتمثل أساسا في تجارب الحياة السابقة وحجم الشبكة الاجتماعية، هذه الأخيرة التي تضمن للمقاولين الاندماج ضمن شبكة توفر لهم المعلومات حول السوق، مما يؤهلهم لأن يكونوا أكثر إبداعا.

5.3.2. شبكة العلاقات الاجتماعية: وجه Hills وزملاؤه اهتمامهم نحو دراسة أهمية شبكة العلاقات في اكتشاف الفرص، حيث أشاروا إلى أن العلاقات الضعيفة (المعارف العارضة وغير الوطيدة) هي جسور توصلنا لمصادر المعلومات، تلك المصادر التي لا نصل إليها بالضرورة من خلال العلاقات القوية (العائلة، الأصدقاء،...)، وأكد Granovetter أن احتمال حصولنا على المعلومات المهمة من العلاقات الضعيفة أكبر من احتمال حصولنا عليها من العلاقات القوية، لأنه في الغالب علاقتنا الضعيفة أكثر تشعبا بكثير من علاقتنا القوية، وسمح اختبار هذه الفرصة لـ Hills وزملائه من التأكيد على أن المقاولين الذين لهم شبكة علاقات واسعة لديهم احتمال اكتشاف فرص أكبر من غيرهم (لفقير، 2017، ص78).

3. الإطار المفاهيمي للمقاول

1.3 مفهوم المقاولاتية

رغم الاهتمام الذي حظيت به المقاولاتية في السنوات الأخيرة، وكذا أهمية التطور الذي أخذته في العالم بأكمله، فإن عملية إعطاء تعريف موحد وعالمي لمصطلح المقاولاتية لا يزال موضع نقاش وجدل في عالم البحث والتعليم، باعتبارها ظاهرة متغيرة، معقدة ومتعددة الأبعاد. ففي هذا الصدد توجد ثلاث مدارس فكرية رئيسية ذات أهمية كبيرة تعرف المقاولاتية حسب تصورات مختلفة ووجهات نظر متعددة. مما يسمح لنا بتقديم تعريف أمثل لهذا المصطلح.

1.1.3. إنشاء مؤسسة جديدة

يرى هذا الاتجاه الذي يتزعمه Gartner أن المقاولاتية هي عملية إنشاء مؤسسات جديدة، وحتى يتسنى لنا فهم هذه الظاهرة يتوجب علينا دراسة العملية التي تؤدي إلى ولادة وظهور هذه المؤسسات، بمعنى آخر مجموع النشاطات التي تسمح للفرد بإنشاء مؤسسة جديدة. فحسب هذا الاتجاه تشمل المقاولاتية مجموع الأعمال التي يقوم من خلالها المقاول بتجنيد وتنسيق الموارد المختلفة من

معلومات، موارد مالية، بشرية... إلخ، وذلك من أجل تجسيد فكرة في شكل مشروع مهيكّل وأن يكون قادراً على التحكم في التغيير ومسايرته من خلال أنشطة مقاولاتية جديدة.

كما يرى هذا الاتجاه أيضاً أن عملية إنشاء مؤسسة جديدة هي ظاهرة تنتج عن التأثير المتبادل للعديد من العوامل المختلفة مثل: الأفكار والخبرة والتي يصبح لها معنى بواسطة تنظيم جديد، ويركز Gartner أساساً على مسألة ظهور هذه المؤسسة وكيف تتمكن هذه الأخيرة من البروز والتحول إلى كيان موجود فعلاً بعدما كانت مجرد فكرة، ويشيد أيضاً بقدرة المقاول الكبيرة على تحويل الأحلام أو الرؤية إلى حقيقة ملموسة مجسدة في شكل مشروع جديد.

وعليه فالمقاولاتية حسب هذا الاتجاه هي عملية إنشاء مؤسسة من خلال تجسيد فكرة في شكل مشروع.

2.1.3. التعرف على الفرص واستغلالها

حسب هذا الاتجاه يعرف Venkataraman & Shane المقاولاتية بأنها العملية التي يتم من خلالها اكتشاف وتثمين واستغلال الفرص التي تسمح بخلق منتجات وخدمات مستقبلية. والفرصة حسب Casson تعني الحالات التي تسمح بتقديم منتجات، خدمات و مواد أولية جديدة، بالإضافة أيضاً إلى إدخال طرق جديدة في التنظيم، وبيعها بسعر أعلى من تكلفة إنتاجها، ويتم ذلك عن طريق المقاول الذي يعتبر شخصاً قادراً على اكتشاف موارد غير مثمّنة والتي قام بشرائها وتنظيمها من أجل إعادة بيعها في شكل سلع ومنتجات مثمّنة بشكل أفضل من طرف المستهلكين، وتفطن المقاول لمثل هذه الفرص يولد لديه رؤية مقاولاتية تدفعه لإنشاء مؤسسة.

أي أن المقاولاتية تبعاً لهذا التصور تعرف بأنها استغلال للفرص التي تسمح بتجسيد مشروع.

3.1.3. الازدواجية بين الثنائية الفرد- القيمة

حسب هذا الاتجاه تتمحور المقاولاتية حول دراسة العلاقة التي تربط بين الفرد والقيمة التي أنشأها وبتزعمه Bruyat، فبالنسبة إليه يتمثل الموضوع العلمي المدروس في مجال المقولة في الثنائية الفرد وخلق القيم، والثنائية هنا عبارة عن مبدأ اقترح من طرف Morin، وهو يندرج ضمن ديناميكية للتغيير ويعرف من منظورين، الأول ينطلق من الفرد ويعتبره الشرط الأساسي في خلق القيمة فهو العامل الرئيسي في الثنائية إذ يقوم بتحديد طرق الإنتاج، سعته وكل التفاصيل المتعلقة بالقيمة المقدمة، وبالتالي المقاول هو ذلك الشخص أو المجموعة في صدد خلق قيمة كإنشاء مؤسسة جديدة مثلاً، والذي بدونها لم يكن لهذه القيمة أن تقدم.

أما المنظور الثاني فهو يعتبر أن خلق القيمة من خلال المؤسسة التي أنشأها هذا الفرد، تؤدي إلى جعل هذا الأخير مرتبباً بالمشروع الذي أنشأه إلى درجة أنه يصبح معرفاً به، وتحلّ القيمة التي

قدمها مكانة كبيرة في حياته، كما تؤثر بشكل كبير عليه، إذ تدفعه لتعلم أشياء جديدة، لتعديل شبكة علاقاته بما يتماشى مع متطلباته، وهي قادرة حتى على تغيير صفاته وقيمه، وعندما يقوم الفرد بإنشاء مؤسسة أو تقديم ابتكار ما فاته بالمقابل يصبح مقيدا بالمشروع الذي أقامه. أما عن القيمة المقدمة فهي تتمثل في مجموع النتائج التقنية، المالية والشخصية التي تقدمها المنظمة والتي تولد رضا المقاول والأطراف الفاعلة أو المهتمة.

مما سبق يمكن اعتبار أن هذه الاتجاهات الثلاثة متكاملة، إذ لا يكف أي اتجاه لوحده لتعريف المقاولاتية، وبصفة عامة يمكن تعريف المقاولاتية على أنها مجموع النشاطات، الأفعال والعمليات التي يقوم بها المقاول لإنشاء مؤسسة جديدة من خلال اكتشاف، استغلال وتقييم الفرص المتاحة في السوق، وذلك بتوفير مختلف الموارد الضرورية بهدف تقديم قيمة معينة.

مهما كان المعنى الذي أعطي للمقاولاتية، فهي تجمع بين ثلاثة مفاهيم أساسية: إنشاء مؤسسة، روح المقاول والمقاول (Entrepreneur)، هذا الأخير الذي يشكل موضوع دراستنا، والذي سنتطرق إليه بنوع من التفصيل في العنصر الموالي.

2.3 مفهوم المقاول

يعتبر Cantillon أول اقتصادي إيرلندي اهتم بالمعالجة النظرية للمقاول وذلك سنة 1730، إذ أعطى تعريفا لمواصفات المقاول ومكانته الاجتماعية ووظيفته في كتابه *Essai sur la nature du commerce en générale* الذي كتبه بين سنتي 1716 و1734، ولم ينشر إلا في سنة 1755 (سايبى، 2013، ص204)، الذي عرف المقاول على أنه: "الشخص الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن لايقين (عدم تأكد) البيئة" (Robert & Michel, 1989, p7). فاستطاع بذلك أن يخرج مفهوم المقاول من مجاله الضيق الذي كانت تربطه علاقات تعاقدية مع الحكومة لأجل القيام ببعض المشاريع العمومية مثل: بناء عمارات، جسور وشق الطرق، ليأخذ مجالا أكثر اتساعا من خلال تموقعه في مركز النشاط الصناعي والتجاري. كما ساهم في ربط العلاقة بين المقاول والمخاطرة فأصبح المقاول هو الشخص الذي يتحمل المخاطر في وسط تسوده حالات عدم التأكد، بمعنى أنه يجازف دون أن تكون له أي دراية بمستوى الأكادة الخاصة بالمزايا التي يمكن أن يحصل عليها من هذه المجازفة.

أما من وجهة نظر Schumpeter الملقب بأب المقاولاتية فيركز على عنصر التغيير (التجديد) من خلال استعمال الموارد المتاحة بشكل مختلف (طريقة جديدة) ومحاولة استغلاله على أنه فرصة معرفا المقاول بأنه: "ذلك الشخص الذي يملك الإرادة والقدرة على تحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار" (بن قدور وبالخير، 2017، ص345). يشترك هذا التعريف مع سابقه في ضرورة توفر

عنصر المخاطرة لدى المقاول، ويضيف أن سبب نجاح هذا الأخير يكمن في الإبداع الذي يعد وسيلة ضرورية لزيادة الأرباح، ويحث المقاولين على التوجه نحو البحث عن مصادر الإبداع (استخدام طريقة جديدة في الإنتاج، اكتشاف قنوات توزيع جديدة في السوق، اكتشاف مصادر جديدة للمواد الأولية، أو صنع منتج جديد) وتطبيقها لتتحول إلى ابتكارات جديدة.

يتفق كل من Schumpeter & Cantillon على عدم ضرورة توفر رأس المال لدى المقاول بل يمكن له الاقتراض من أماكن أخرى، عكس ما جاء به Say أحد رواد الفكر المقاولاتي الذي يؤكد على ضرورة توفر رأس المال لدى المقاول بما يضمن له الانطلاق في بداية نشاطه، شرط أن يكون هو صاحب المؤسسة والمسير في نفس الوقت، مما يجعله شخصا فريدا يملك القدرة على اتخاذ القرارات الصائبة والحكيمة، معتبرا بذلك المقاول على أنه منظم ومسير للموارد ومتحمل للمخاطر.

من حيث الصفات الشخصية للمقاول يذهب كل من Julien & Marchesney إلى تعريفه بأنه: "ذلك الشخص الذي يتكفل بحمل مجموعة من الخصائص الأساسية: يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه، المتحمس والصلب الذي يحب حل المشاكل ويحب التسيير، الذي يصارع الروتين، ويرفض المصاعب والعقبات، وهو الذي يخلق معلومة هامة" (Julien & Marchesney, 1996, pp: 8-9). يركز هذا التعريف على جملة من الصفات الواجب توفرها في المقاول فيشترك بذلك مع المفاهيم السابقة في خاصية المخاطرة، وإن دل هذا على شيء فإنما يدل على أن المقاول والمخاطرة مفهومان متلازمان لا يمكن الحديث عن أحدهما دون ذكر الآخر.

بناء على ما سبق يمكن تعريف المقاول على أنه شخص مبدع له القدرة على تحويل فكرة جديدة أو اختراع إلى ابتكار يجسد على أرض الواقع، من أجل تحقيق عوائد مالية بالاعتماد على جملة من الخصائص في مقدمتها المخاطرة وحب العمل في ظل اللابيقين.

ومن هذا المنطلق تجدر بنا الإشارة إلى التمييز بين كل من المقاول، القائد والمدير، فالقائد هو ذلك الشخص الذي يستخدم نفوذه وقوته ليؤثر على سلوك وتوجهات الأفراد من حوله لإنجاز أهداف محددة. بينما المدير فيعبر عن الشخص الذي يتولى منصبا وظيفيا في المؤسسة، يترأس من خلاله مجموعة من الأفراد العاملين وتقع على عاتقه مهمات متعددة يتطلب إنجازها قدرات ومهارات إدارية في تحقيق حالة التفاعل لأداء النشاطات ذات العلاقة بالوظائف الإدارية التي يكون مسؤولا عنها (النعمي، 2008، ص23). والجدول الموالي يوضح أهم الفروقات بين هذه المفاهيم الثلاثة.

الجدول 1: الفروق بين المقاول، القائد والمدير

المقاول	القائد	المدير
✓ يتمتع بالعمل	✓ يفود	✓ يدير
✓ يبتكر	✓ يبتكر	✓ يحافظ على الوضع الراهن
✓ يطلق وضعا جديدا	✓ يطور الوضع الراهن	✓ يركز على نظم العمل
✓ يركز على أعمال المؤسسة	✓ يركز على الأفراد	✓ يعتمد على الرقابة والسيطرة
✓ يكون فريق عمل	✓ يوحى بالثقة	✓ لا يرى إلا المشكلات
✓ يدرك وجود الفرص	✓ ينظر إلى المستقبل	✓ يسأل كيف؟ ومتى؟
✓ يسأل كيف؟ ومتى؟	✓ يسأل ماذا؟ ولماذا؟	✓ يركز على الأجل القصير
✓ يركز على الأجل الطويل	✓ يفكر في الأجل الطويل	✓ يريد أن يؤدي الأشياء بطريقة صحيحة.
✓ يريد أن يقوم بأداء الأشياء الصائبة.	✓ يستخدم تأثيره في أداء الأشياء.	

المصدر: عبد الجبار سالمى، 2013، ص5.

3.3 السمات الشخصية للمقاول

حسب "R. Papin" هناك تعدد وتنوع كبير في الخصائص الواجب توفرها لدى المقاول بصفة عامة والمقاول الناجح بصفة خاصة، فليس بالإمكان اقتراح وصفة تسمح بالقول أنه لدى شخص ما مزايا المقاول الناجح أم لا، ولكن هناك حد أدنى من الصفات المكتملة والمتمة لبعضها البعض والتي ينبغي توفرها لدى الشخص صاحب الفكرة، وفي هذا الصدد يتفق أغلب الباحثين على تقسيمها إلى ثلاثة أنواع رئيسية: منها ما تعكس سلوك المقاول، ومنها ما ترتبط بالجانب الإداري، وأخرى تلتصق بالشخصية الإنسانية، حيث يمكن تلخيص هذه الأخيرة في النقاط التالية:

1.3.3 الحاجة إلى الإنجاز: بمعنى الحاجة إلى التفوق وتحقيق الهدف، فالمقاول هو شخص تحكمه حاجة كبيرة للإنجاز، يبحث عن مواقف تسمح له برفع التحدي، والتي من خلالها يقوم بتحمل المسؤولية في إيجاد الحلول المناسبة للمشاكل التي تواجهه (Robert, 1998, p46)، فالمقاول يسعى دوما نحو تقديم أفضل أداء والعمل على الابتكار والتطوير المستمرين، لذلك فإن تقييمه لأدائه يبنى دائما على معايير قياسية وغير اعتيادية (بن قدور وبالخير، 2017، ص346)؛

2.3.3 الاستعداد والميل نحو المخاطرة: ينبغي على المقاول أن يتسم بروح المخاطرة ويضع تقديرا لمختلف المخاطر التي ستواجهه في المستقبل سواء على المدى المتوسط أو الطويل في إطار تطبيق رؤيته المستقبلية، فكلما قل عدد الأشخاص زادت درجة المخاطرة، لذلك نجد أن الشركات الصغيرة التي يملكها شخص واحد أكثر ميلا للمخاطرة من الشركات الكبيرة؛

3.3.3 الثقة بالنفس: حيث يمتلك المقاول المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء المشاريع المختلفة، وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشاكل ومواجهة التحديات المستقبلية، وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم بها (شاوي، 2016، ص50)، إذ أظهرت الدراسات أن المقاولين يملكون الثقة بالنفس وقدرة على ترتيب المشاكل المختلفة وتصنيفها والتعامل معها بطريقة أفضل من الآخرين (الجودي، 2015، ص46)؛

4.3.3 التجديد والإبداع: من أجل أن تستمر المؤسسة يجب أن تتطور من ناحية منتجاتها وهياكلها ومخططاتها الاجتماعية، لهذا تنشأ ضرورة للانفتاح على التجديد والتطوير، وهذا ما يتطلب قدرة على التحليل واستعداد للاستماع وتوفير الطاقة اللازمة للاستجابة للتوجهات الجديدة التي ستكون مفاتيح تطوير المؤسسة (سايبى، 2015، ص10)؛

5.3.3 الرغبة في الاستقلالية: ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة لما تتوفر لديهم الموارد المالية الكافية (شاوي، 2016، ص ص: 50-51).

بالإضافة إلى سمات أخرى مثل: الاندفاع للعمل، الالتزام، التفاؤل، القدرة على احتواء الوقت وحل مختلف المشاكل....إلخ، والشكل أدناه يوضح أهم خصائص المقاولين.

الشكل 1: الصفات الأربع للمقاول في العالم



المصدر: حمزة لفقيه، 2009، ص25.

من الشكل السابق يتبين لنا وجود أربعة أنواع من المقاولين تبعاً لمنطق التطور أو التقليد، وكذلك تبعاً لمنطق الجماعية أو الفردية، فنجد المقاول الليبرالي مقاولاً متطوراً ذو منطق فردي يمتاز بجملة من الخصائص المتمثلة في: الذاتية، التفاعل، روح المبادرة والإنجاز ويعتبر الأموال كوسيلة لقياس الفعالية. أما مقاول الشبكة فهو مقاول متطور ذو منطق جماعي يتصف بالتفويض، التمهين، التحسين

تجاه الآخرين، المرونة وتربطه شبكة من العلاقات مع أطراف مختلفة، في حين نجد المقاول التعاوني تقليدي ذو منطقتين فردي أهم ما يميزه الاستقلالية، الثقة بالنفس والحاجة إلى التقدير والاحترام، عكس المقاول غير الرسمي الذي يعد مقاولا تقليديا ذو منطقتين جماعيتين يحب المخاطرة، يتحمل الغموض ويعمل في ظل ظروف عدم التأكد.

4. دور السمات الشخصية للمقاول في اكتشاف الفرصة المقاولاتية

1.4 الحاجة إلى الإنجاز واكتشاف الفرص: تعتبر الفرصة نقطة انطلاق أي مشروع، فسيرورة المقاولاتية تكون من خلال بحث المقاول على اكتشاف واستغلال الفرص، هذه الأخيرة التي لا تسلم كالمفتاح في اليد بل يجب سعي المقاول وراءها لتستغل في خلق منتجات وخدمات مستقبلية وذلك من خلال تصوره الواسع (خواني، ص58). فالمقاول لديه هدف طموح يشكل القوة التي تدفعه نحو بناء مشروعه المقاولاتية، حيث غالبا ما تكون الرؤية الشاملة لكيفية تحقيق هذا الهدف واضحة ولكن التفاصيل تكون غير كاملة، مرنة وقابلة للتطوير، وهو ما يتطلب جهدا مضاعفا من طرف المقاول لتحقيق هذه الأهداف، من خلال نشاطه غير العادي لاكتشاف بيئته والتحرري عن إمكانيات جديدة كونه يملك تحدي خاص لتغيير حالة الجمود والثبات، فهو لا يرضى عن الواقع الذي يعيش فيه ويسعى دوما إلى خلق جو من الرفاهية التي تناسب تطلعاته. فيميل بذلك إلى خلق سيناريوهات خاصة به، إذ أن ما يعتبره الآخرون مشكلات يراه هو إمكانيات متاحة للتجديد فيحاول تجسيد أحلامه في الواقع كما ترافقه أحلام اليقظة على الدوام. وبالتالي فإن الرغبة الشخصية في صياغة الأهداف والسعي الحثيث لإنجازها هما أهم القوى المحركة لدى الكثير من المقاولين نحو اكتشاف وخلق الفرص.

2.4 دور الاستعداد والميل نحو المخاطرة في اكتشاف الفرص: يعد المقاول شخصا مخاطرا تحكمه ظروف عدم التأكد ومع ذلك يحاول أن يستبق ما سيحدث في المستقبل ويتحمل عواقب اختياراته، وفي هذا الشأن يقول Jean Claus Decaux "مخاطر عالية مردود أعلى High Risk. High Return" هذا لا يعني أن المقاولاتية أشبه بالرهان لكنها تحد يقوم به المقاول استجابة إلى قوى داخلية، دوافع واتجاهات، تقوده الحرية والتصميم على تجسيد أفكاره إلى واقع ملموس وتحقيق أحلامه بريادة أعماله وبلوغ النجاح (ابراهيم، 2011، ص73). فالقيام بمشروع جديد عادة ما يكون فيه درجة معينة من المخاطرة والتي تكون في بداية المشروع من خلال تمويل المشروع إلى غاية إنجازه وتخصيص جزء معين من الأموال اللازمة لإنجازه، والملاحظ أنه كلما زادت درجة الرغبة في النجاح يزداد الميل والاستعداد لتحمل مخاطر أكبر، نتيجة لطموح المقاول إلى العبور خارج مجاله، وبحثه الدائم عن وضعيات أقل رفاهية أين يكون بعيدا عن تقليد الآخرين، وكذا عدم خوفه من الفشل وامتلاكه مجالاً للمناورة عند القيام بأعماله. ومن جهة أخرى علاوة على كون المقاولين مستعدون لتحمل المخاطرة فإنهم كذلك يحسنون استغلال الفرص لابتكار أعمال جديدة وتحويلها إلى مكاسب مادية واجتماعية ملموسة، وبذلك يتمكنون من تقديم أشياء جديدة ومختلفة بعض الشيء عما يقدمه المنافسون، مما يهدف إلى إشباع الاحتياجات البشرية خاصة ويساهم في تحديث وازدهار الاقتصاد عامة.

3.4 الثقة بالنفس لدى المقاول ودورها في اكتشاف الفرص: تعمل الثقة بالنفس على تنشيط الجوانب الإدراكية والتصورية لدى المقاول، ذلك ما يجعله أكثر تفاؤلا اتجاه المتوقع من أعماله الجديدة. فالأفراد الذين يملكون الثقة بالنفس يشعرون بأنهم يمكن أن يقابلوا التحديات، وعن طريق الثقة بالنفس يستطيع المقاولون أن يجعلوا من أعمالهم أعمالا ناجحة، كونهم يملكون شعورا متفوقا وإحساسا بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى، فهذه السمة الشخصية التي يتمتع بها المقاولون تجعلهم يعتبرون حدوث الخطأ وتحمله دافعا كبيرا للإبداع والتطوير وإضافة قيم وخدمات جديدة للمجتمع. فالثقة بالنفس من عدمها والثقة بقدرات النجاح في أي عمل يقوم به المقاول، مع الثقة بصحة القرارات التي تم اتخاذها، واليقين بالحصول على نتائج إيجابية، مع توفر طاقة وقدرة لأداء الأعمال واليقين بتحقيق النجاح وعدم الاستسلام للفشل، والتكيف مع بيئة معقدة ومسايرة التوتر المرافق لذلك، كلها مؤشرات على وجود استعدادات لدى المقاول للقيام بمجهودات كبيرة بهدف الوصول إلى اكتشاف وخلق الفرص.

4.4 دور الإبداع في اكتشاف الفرص: نحن في عصر تتغير فيه الأشياء بسرعة مذهلة، لا يوجد فيه مكان للأفكار البالية التي لا تساير متطلبات الحياة للأفراد الذين تتزايد رغباتهم في الاستمتاع بكل ما هو جديد، وينطبق هذا بجلاء على المنتجات الاستهلاكية أو الخدمية أو السلع المعمرة التي يجب أن تتطور كل يوم لتفي بمتطلبات الأفراد والمجتمع. ويأتي دور المقاول هنا لإظهار إبداعه الجديد في سلعه وخدماته المختلفة، ذلك أن الإبداع يعد أحد العوامل المهمة في إنجاز المشروع، وفي ظل الظروف المتغيرة التي تسود السوق الدولية والمنافسة الشديدة التي تضطر الشركات والدول لمواجهتها يتحول الإبداع إلى أداة مهمة من أدوات التعامل مع تطورات البيئة الدولية الجديدة. وتعود جذور هذا المفهوم إلى الاقتصادي Schumpeter الذي يعد أول من قام بإدخال مفهوم الإبداع في الاقتصاد، وعرفه بأنه النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه، مع توضيحه لخمسة أشكال من الإبداع والمتمثلة في: إنتاج منتجات جديدة استجابة لطلبات مستقبلية، الكشف عن طرائق جديدة في الإنتاج لم تكن معروفة من قبل تسهم في تخفيض التكاليف، إيجاد منفذ جديد لتصريف المنتجات، اكتشاف مصدر جديد للمواد الأولية وإيجاد تنظيم جديد (لفقير، 2017، ص8).

يعتبر المقاول شخص مبدع بطبيعته، فهو دائما على استعداد لتطوير منتجات، عمليات أو أسواق جديدة فهو يملك مرونة في الإبداع ومستعد دائما لتبني التغيير ولا يشعر بالرضا على الطريقة التقليدية والروتينية لأداء الأعمال، فهو يبحث دائما عن النظريات العلمية والمعارف الجديدة لتحسين المنتجات والعمليات، فالإبداع والابتكار جزء من حياة المقاول ولا يمكن بأي حال من الأحوال فصل

مفهوم المقولة عن الإبداع والابتكار. وبالتالي فالمقاول هو من يملك القدرة على التفكير المبدع وتحليل المشاكل وسعة الأفق وغيرها من المهارات اللازمة لاكتشاف الفرص بهدف طرح منتجات وخدمات جديدة. فمثلا: Apple ليس مخترع مشغل الموسيقى mp3 بل استلهمت الفكرة من الاختراع الكوري لقارئ الموسيقى المتنقل النقال Baladeur الذي كان متواجدا في السوق منذ سنة 1999، فـ Apple كانت ذكية وطرحت منتج موجود سلفا وأبسته حلة جديدة لاقت استحسان الزبائن (ابراهيم، 2011، ص77).

5.4 دور رغبة المقاول في الاستقلالية في اكتشاف الفرص: يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنباً لحالات التحجيم بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم، كما يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة الدخل الكافي للمعيشة وتحقيق الثراء، إلى جانب التحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطيهم استقلالية في العمل، وهذا ما أطلق عليه Schumpeter "بالمملكة الصغيرة" (ابراهيم، 2011، ص70). أي أن ملكية المشروع تتيح للمقاول الاستقلالية والفرصة لتحقيق ما يصبوا إليه، أين يكون مستقلاً في تسيير موارده المختلفة المادية والمالية والبشرية، ويكون مستقلاً كذلك في قراراته المستقبلية ومتحملاً لنتائج هذه القرارات. وهنا نجد الكثير من الأفراد الذين تركوا وظائف تنفيذية كانوا ناجحين فيها، وذلك لرغبتهم الشديدة في أن يكون لهم عملهم الخاص وأن يكونوا رؤساء أنفسهم، مما يعزز لديهم السعي نحو اقتناص واصطياد مختلف الفرص البيئية التي تفتح لهم المجال نحو استغلال طاقاتهم الإبداعية ومحاولة تجسيدها على أرض الواقع في شكل ابتكارات ملموسة تحقق أرباح مالية عالية، على أنه يجب أن يكون واضحاً في مثل هذه الحالة أنها لا تعني أن يقوم المقاول بحرمان مؤسسته من أن تتوافر فيها الكفاءات والخبرات المهنية المتميزة، لأن المقاول إذا لم يكن راغباً في تفويض سلطاته إلى الآخرين فإن ذلك يهدد قدرة المؤسسة على البقاء.

5. خاتمة

قمنا من خلال هذه الورقة البحثية بمحاولة التعرف على الفرصة باعتبارها لب البحث في المقاولاتية، حيث تطرقنا من خلالها إلى مختلف وجهات نظر الباحثين حول هذا المفهوم الذي قسم إلى مستويين سيرورة اكتشاف، تقييم واستغلال الفرص، ودراسة الأفراد الذين يقومون باكتشاف وتقييم واستغلال الفرص، إلا أنها بشكل عام عبارة عن وضع ملموس ممكن التحقيق على أرض الواقع، ينشأ نتيجة لأحداث يسببها الفرد أو تقع في إطار تفاعلات البيئة، يتم اكتشافها وتقييمها ثم استغلالها بهدف الحصول على أرباح مادية. وانطلاقاً من أعمال عدد من الباحثين خلصنا إلى أن التغييرات البيئية، الإبداع بمختلف أشكاله والخبرة المكتسبة من قبل المقاولين وحياتهم المهنية السابقة وكذا شبكة علاقاتهم

الواسعة التي تمكنهم من رصد البيئة والوصول للمعلومة واكتشاف التغيرات كلها مؤشرات يمكن أن تكون مصدرا للفرص، فمن منطق هذه الأخيرة يعبر المقال عن ذلك الشخص الذي يستطيع تمييز الفرص واغتنامها بينما لا يستطيع الآخرون ذلك، ويمتلك خصائص شخصية نادرة وغير متوفرة لدى الآخرين والتي تمكنه من رؤية الفرص، أهمها الإبداع الذي يطلق على تلك الظاهرة التي يستطيع من خلالها الفرد إيصال أفكار جديدة ومختلفة عن المعتاد والذي لا غنا للمقال عنه خاصة في مرحلة اكتشاف الفكرة وتحويلها إلى فرصة، ومن ثم المخاطرة في توظيف وتخصيص مختلف الموارد لتحويل هذه الفرصة إلى مؤسسة مدرة للأرباح. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- ❖ هناك الكثير من التصنيفات المرتبطة بالسمات والخصائص الشخصية للمقال والتي تختلف باختلاف الدراسات المتعلقة بالموضوع، لكن هناك جملة من الخصائص التي تتقاطع عندها معظم الدراسات والمتمثلة في: الحاجة إلى الإنجاز، الاستعداد والميل نحو المخاطرة، الثقة بالنفس، التجديد والإبداع والرغبة في الاستقلالية، وهي الخصائص نفسها المعتمدة في الدراسة الحالية كمكونات للشخصية المقاولاتية؛
- ❖ تعد الرغبة الشخصية في صياغة الأهداف والسعي الحثيث لإنجازها من أهم القوى المحركة لدى الكثير من المقاولين نحو اكتشاف وخلق الفرص، هذه الأخيرة التي لا تسلم كالمفتاح في اليد بل يجب سعي المقال وراءها لتستغل في خلق منتجات وخدمات مستقبلية وذلك من خلال تصوره الواسع ورؤيته الواضحة والدقيقة؛
- ❖ يتسم المقال بحبه للمخاطرة والعمل في ظل ظروف اللايقين وعدم الأكادة، فهو بذلك يميل إلى التمتع بعيدا عن تقليد المنافسين ويحسن استغلال الفرص المتاحة في السوق لابتنكار أعمال جديدة وتحويلها إلى مكاسب مادية واجتماعية ملموسة، مهما كانت درجة المخاطرة المصاحبة لذلك؛
- ❖ تعمل الثقة بالنفس على تنشيط الجوانب الإدراكية والتصورية لدى المقال مما يجعله أكثر تفاؤلا اتجاه المتوقع من أعماله، ويعد دافعا كبيرا للإبداع والتطوير وإضافة قيم وخدمات جديدة للمجتمع بهدف اكتشاف وخلق الفرص المقاولاتية؛
- ❖ يعتبر المقال شخص مبدع بطبيعته، فهو دائما على استعداد لتطوير منتجات، عمليات أو أسواق جديدة، كونه يملك مرونة في الإبداع وقدرة عالية على التفكير المبدع وتحليل المشاكل وسعة الأفق، وغيرها من المهارات اللازمة لاكتشاف الفرص بهدف طرح منتجات وخدمات جديدة؛
- ❖ يرغب المقال أن يكون مستقلا في تسيير مختلف موارده سواء المادية، المالية والبشرية، وكذا مستقلا في قراراته المستقبلية ومتحملا لنتائج هذه القرارات، مما يعزز لديه السعي نحو اقتناص

حجازي اسماعيل، زكري أسماء، عبداوي نوال السمات الشخصية للمقاول كأهم العوامل المؤثرة على اكتشاف الفرصة المقاولاتية مختلف الفرص البيئية التي تفتح له المجال نحو استغلال طاقاته الإبداعية ومحاولة تجسيدها على أرض الواقع في شكل ابتكارات ملموسة تحقق عوائد مالية عالية.

6. قائمة المراجع

1. حمزة لفقير، روح المقاول وانشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر :دراسة مقاولي ولاية برج بوعرييج، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2017.
2. Vesstraete T. & Fayolle A., **Paradigmes et l'entrepreneuriat**, *Revue de l'entrepreneuriat*, vol 4, n°1, 2005.
3. Eric M. L. & Christophe L., **les compétences entrepreneuriales: définition et construction d'un référentiel**, Le 8^{ème} congrès international Francophone (CIFE PME): L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, 25-26-27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEC) Fribourg.
4. Vapo M. N., **L'entrepreneuriat et la recherche d'opportunité: le processus de développement d'une idée d'affaires**, Mémoire de magistère, Québec, 2006.
5. Holcombe R., **The origins of the entrepreneurial opportunities**, *The Review of Austrian Economic*, vol16, n°1, 2003.
6. شريف عمارة، محاضرات في مقياس المقاولاتية، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر تسيير الموارد البشرية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2018.
7. صندرة سايبى، مقارنة نظرية حول تطور الفكر المقاولي، *مجلة العلوم الإنسانية*، العدد40، 2013.
8. Robert D. H. & Michel P. P., **Entrepreneurship: lancer, élaborer et gérer une entreprise**, Edition de nouveaux horizons (Paris: Edition de nouveaux horizons, 1989).
9. أشواق بن قدور ومحمد بالخير، أهمية نشر ثقافة المقاول و إنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة، *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، العدد 11، 2017.
10. Julien P. A. & Marchesnay M., **L'entrepreneuriat**, Editions Economica (Paris: Editions Economica, 1996).
11. عبد الجبار سالمى، التفاعل بين التعليم والمقاولاتية خدمة لاحتياجات السوق، مداخلة ضمن الأيام العلمية الدولية الرابعة حول: المقاولاتية الشبابية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2013.
12. Robert W., **La PME une entreprise humaine**, De Boeck (Paris: De Boeck, 1998).
13. شافية شاوي، المقاولاتية ودورها في تفعيل حركة القطاع السياحي في الجزائر، *حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، العدد14، 2016.
14. محمد علي الجودي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي :دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.
15. صندرة سايبى، محاضرات في إنشاء المؤسسة، جامعة قسنطينة2 -عبد الحميد مهري-، 2015.
16. حمزة لفقير، تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاولاتية: دراسة حالة برنامج GERME CREE المعتمد في غرفة الصناعات التقليدية والحرف بسطيف، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2009.
17. ليلي خواني، المقاولاتية وروح الإبداع في المؤسسات: دراسة حالة الجزائر، *المجلة المغربية في المقاولاتية - الإبداع وإدارة الأعمال-*، المجلد3، العدد1، 2015.

18. بشير ابراهيم، دور الاختيارات الاتصالية للمقاول في تجسيد الأفكار الإبداعية: دراسة مقارنة للمقاولين الشباب بالجزائر ANSEJ ومعهد IFE جزر موريس، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باجي مختار، عنابة، 2011.
19. عبد القادر النعيمي، المدير... القائد والمفكر الاستراتيجي: فن ومهارات التفاعل مع الآخرين، دار إثراء (عمان، دار إثراء، 2008).