استراتيجيات الريادة

مرتكزات العمل الريادي في المنظمات :

١ : يبدأ العمل الريادي باكتشاف الفرصة وتحليلها واستغلالها

٢ : العملية الريادية عملية إدراكية تبدأ بالمشاهدة أو التساؤل ثم التحليل والتفحص ثم تحديد كيف تلبي هذه الفرصة متطلبات الزبائن

٣ : يجب أن يكون العمل الريادي بسيطاً ليتم التغلب على الصعوبات

٤ : العمل الريادي يبدأ صغيرًا حيث يتطلب إمكانات وأموال قليلة وعدد أفراد قليل

٥ : يحاول العمل الريادي منذ البداية احتلال موقع القيادة

- ويضاف إلى المرتكزات السابقة :
  - الانتماء :
  - الارتباط بالمنظمة :
  - الحس الاقتصادي والاجتماعي :
  - إتباع الأسلوب العلمي في حل المشكلات :
  - تخصيص جزء من وقت المدير للمشاركة في الأنشطة الريادية :

استراتيجيات الريادة :

- لا يعتبر الربح فقط السبب الوحيد الضامن لبقاء المنظمة وديمومتها، وإنما القيم والأهداف طويلة الأجل هي التي تسهم في استمرارها في الأجل الطويل .
- يربط البعض جوهر استراتيجيات الريادة بالقيادة بالتكلفة والتمايز في المنتج، بينما يربطها البعض بالابتكار وتحمل المخاطرة وسرعة استغلال الفرص .
- ويشير [بورتر] أن جاذبية الصناعة تحددها قوى خمسة هي :

[١ : قوة الموردين ، ٢ : قوة المشترين ، ٣ : المنافسين الجدد ، ٤ : البدائل المتاحة ، ٥ : المنافسين الحاليين]

العناصر الواجب توفرها لتحقيق الإبداع الفعال الذي يعد سمة أساسية للمنظمات الريادية :

- الاستراتيجيات الريادية : والتي تتصف ب (تحمل المخاطرة ، التركيز على الفعل الاستباقي بدلاً من رد الفعل) .
- الهيكل التنظيمي : الذي يجب أن يتصف بالمرونة والتكامل بين الأنشطة ، والتوجه الكلي للمنظمة
- البيئة التنظيمية : التي يجب أن تتصف بالانفتاح وإيجاد نظام حوافز فعال بالإضافة إلى المساواة وتقاسم السلطة .
- إستراتيجية المغامرة والأخذ بزمام المبادرة : ويهدف الريادي من وراءها الوصول للسيطرة وقيادة السوق (أكثر الاستراتيجيات مخاطرة)
- استراتيجيات المفاجأة وأخذ الآخرين على غرة : يحقق الريادي فيها ما يريده الزبون قبل أن يفهم هذه الحاجة المنافسين .
- إستراتيجية التمكن : يراقب الريادي السوق ويخطط ليصل إلى الاحتكار في منطقة صغيرة فيتجنب بذلك المنافسة .
- إستراتيجية الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للسلعة : وهي تقوم على تقديم سلعة معروفة من خلال تحويل استخداماتها ومنافعها وخصائصها الاقتصادية .

الأهداف الإستراتيجية للمشروع الريادي :

- أهداف النمو : زيادة حجم المبيعات سنة بعد سنة .
- تطوير السوق من خلال تشكيل السوق : بإعادة تشكيله من خلال الإعلانات والدعاية .
- الحصة السوقية : يستهدف المشروع الريادي الاستحواذ على نسبة معينة من السوق .
- المكانة السوقية : تحقيق المكانة أمر ضروري لتحقيق الحصة السوقية .

مصادر الفرص الريادية :

١ : المصادر الفجائية : حدث خارجي غير متوقع

٢ : المصادر التعارضية : الفرق بين الواقع وما يفترض أن يكون عليه

٣ : مصدر الحاجة إلى طريقة أو أسلوب عمل جديد

٤ : مصدر التغير في هيكل الصناعة وبنيتها

٥ : مصدر العوامل الديموغرافية (تغيرات في العمر والعمالة ومستوى التعليم والدخل)

٦ : مصدر تبدل الإدراك والرؤيا

٧ : مصدر المعرفة الجديدة (الفنية والعلمية والاجتماعية)

بناء ثقافة الريادة داخل المنظمات :

١ : التأكد من التزام الإدارة : وعلى كافة مستوياتها بإجراءات الريادة في المنظمة

٢ : بناء الثقافة الريادية المنظمية : من خلال استخدام مديري المجموعات المهتمة بالريادة لتدريب العاملين والتشارك معهم بخبراتهم .

٣ : تطوير طرق ووسائل : تبقى المنظمة قريبة من الزبون ومكافأة الأداء الريادي داخل المنظمة

٤ : بناء هياكل تنظيمية : مرنة تشجع السلوك الريادي وتحدد مدى الحاجة إلى إدخال التكنولوجيا

خصائص المنظمات الريادية :

تتصف المنظمات الريادية بعدد من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المنظمات الأخرى وهي :

- تكون المنظمات الريادية أكثر اهتماما بالإقدام على إقامة المشروعات الريادية .
- تتقرب المنظمات الريادية من عملائها من خلال التميز في جودة المنتج / الخدمة مقارنة مع ما يقدمه المنافسون الآخرون .
- تتبنى المنظمات الريادية العاملين الرياديين ذوي المواهب القيادية والابتكارية وتشجع المبادرة الشخصية وقبول المخاطرة .
- تحرص المنظمات الريادية على صون القيم المؤسسية وبخاصة رؤيا المنظمة التي تؤثر في جودة المنتجات .
- تلتزم المنظمات الريادية بالتوجه الأساسي الذي خططته لنفسها .
- يتصف الهيكل التنظيمي للمنظمات الريادية بالبساطة ومحدودية عدد العاملين الإداريين .
- تمنح المنظمات الريادية الأقسام والوحدات الفرعية داخلها الاستقلالية والحرية كي تستطيع تبني الأفكار الريادية بيسر وسهولة .

البدء بإنشاء المشروع الريادي :

على الريادي أن يراعي العوامل التالية عند البدء بدراسة المشروع :

١ : الموقع :

٢ : عمليات التصنيع :

٣ : المواد الخام اللازمة للتصنيع :

٤ : القوى البشرية :

٥ : المبنى والمعدات المساندة الأخرى :

الفرق بين المشروع الريادي وبين المشروع الصغير :

١ : **الإبداع :** فالمشروع الريادي يقوم على أساس من الابتكار والإبداع المميزين .

٢ : **القدرة على النمو :** من المؤكد أن حجم المشروع لا يمكن اعتباره مؤشرًا كافيًا ما إذا كان المشروع رياديًا أم لا ولكن يتوقف الأمر على إمكانية النمو داخل المشروع .

٣ : **الأهداف الإستراتيجية :** يمتاز المشروع الريادي بالأهداف طويلة الأجل، وعلى العكس المشروع الصغير غالبا ما تكون أهدافه قصيرة الأمد .