

لا مزيد من الخسارة»..روح المبادرة أساس النجاح»



الشارقة: عثمان حسن

«لا مزيد من الخسارة» هو كتاب للمؤلف الإماراتي علي هاشل حميد المهيري، وهو يستعرض السمات الشخصية لرائد الأعمال الناجح وصفاته، كما يتتبع آليات اختيار المشاريع، والطريقة الصحيحة لتأسيس نشاط تجاري، وهو يدرس التحديات والمخاطر التي تواجه المشاريع التجارية، ودور رواد الأعمال في والمسؤولية الاجتماعية للشركات والجدوى الاقتصادية للمشاريع المختلفة.

صدر الكتاب عن دار قنديل للطباعة والنشر والتوزيع، وجاء في 105 صفحات من القطع المتوسط، واشتمل على مقدمة وسبعة فصول هي: صفات رائد الأعمال الناجح، مفهوم ريادة الأعمال وأنواعها، اختيار المشروع المناسب، الإعلانات والتسويق، مواجهة الخسارة، التطوير ومواجهة التحديات، وقصص نجاح

لا مزيد من الخسارة»..روح المبادرة أساس النجاح»

في مقدمة الكتاب يضيء المؤلف على مصطلحين لهما صلة بالنشاط الاقتصادي الأول هو «الأنشطة التجارية» التي يعتبرها المهيري من أهم الركائز التي تعتمد عليها جميع بلدان العالم، ومن خلالها يتحقق الرخاء والرفاهية للبلاد والعباد، وهي داعم أساسي للاقتصاد وبها ترتفع مكانة الأوطان، فوجود شركات تجارية متعددة في مختلف القطاعات ضرورة حتمية للاقتصاديات الحديثة والقوية.. وثاني المصطلحات هو «ريادة الأعمال» حيث يؤكد المؤلف أن هذا المصطلح هو حديث ومعاصر، ويعني اختيار مشروع تجاري معين والتركيز عليه، وتوفير الموارد اللازمة له، وإدارته وفق أفضل الممارسات المحلية والعالمية، والاستفادة من الفرص السانحة، ورصد المخاطر المحتملة، والتخلص منها أو التخفيف من وطأتها على الأقل لتحقيق الأهداف التي يصبو إليها رائد الأعمال

في الفصل الأول، يستهل المؤلف كتابه بالحديث عن الصفات الشخصية لرائد الأعمال الناجح ومنها: التحلي بروح المبادرة، والاستعداد لتحمل المخاطر، والقدرة على التعلم من التجربة، وأيضاً ضرورة توفر الرغبة الداخلية والتصميم على النجاح، والثقة بالنفس، والقدرة على اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب، وضرورة أن يتميز رائد الأعمال بالتفكير الإيجابي.

وخلال حديث المؤلف عن مفهوم ريادة الأعمال، يُعرف بماهية المشروع التجاري، وهو يرى أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تعد اليوم من أهم دعائم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء

• أفكار مبدعة *

في الفصل الثالث يتحدث المهيري عن اختيار المشروع المناسب، ويسهب في تقديم نصائحه في هذا الاتجاه، وقد قسم الباحث هذا الفصل إلى ستة محاور، ويؤكد مجموعة من العوامل المهمة التي يجب توخيها من أجل اختيار مشروع مناسب مؤهل للنجاح، ومن بينها دراسة متطلبات سوق العمل، وطرق تأسيس المشروع، وهناك تفاصيل كثيرة يوردها المؤلف في هذا السياق، فهو يكتب تحت عنوان (كيف تختار مشروعك): «هناك الكثير ممن لديهم الرغبة في إنشاء مشروع خاص بهم، ولديهم رأس المال، ولكن لا يعرفون ما هو المشروع المناسب، وليس لديهم القدرة على صناعة الأفكار الجديدة والابتكارات المناسبة، فيلجأون إلى أصدقائهم ومعارفهم ليعرضوا عليهم المشروع المناسب من وجهة نظرهم»، ويرى المؤلف أن هذا الخيار قد لا يكون صائباً أحياناً، وقد تكون المشاريع التي اقترحها المعارف والأصدقاء مشاريع ناجحة ولكنها ليست مناسبة لهم، وهناك بعض الأساليب الناجعة لأي شخص يرغب في اختيار المشروع المناسب، ومنها دراسة متطلبات السوق ومعرفة الحاجات الملحة لإنشاء المشروع، وهي حاجات خاصة وأخرى عامة، وهناك رغبة صاحب المشروع في تأسيس عمل خاص به يلائم تطلعاته

• التسويق *

يؤكد علي هاشل المهيري أهمية الإعلانات والتسويق في النشاط التجاري، فهو يرى أن الإعلان يجب أن يكون مستمراً وألا يقتصر فقط على بداية تأسيس المشروع، كما يؤكد أهمية الاستثمار في الإعلان، والذي يعمل على استقطاب عملاء محليين، ويساعد على دخول أسواق جديدة، ويؤثر في قرارات الشراء لدى الآخرين، كما أنه يمهد الطريق للبدء في بيع المنتجات بطريقة أفضل، ويسهم في انتشار اسم الشركة ببناء هويتها وتعزيز الانطباع الإيجابي عنها، وغير ذلك من

الفوائد التي يجلبها الإعلان الناجح لكافة الشركات العاملة في القطاعات التجارية والاستثمارية.

في الفصل الخامس، يستعرض المؤلف أفضل السبل لمواجهة الخسارة، بتأكيد على مفهوم الربح، والربح كما يشير المؤلف هو المال المتبقي بعد طرح نسبة التكاليف الكاملة، وله مدة زمنية محددة، وبعد انقضائها لا يصبح ربحاً، وإنما يعد دخلاً، وهو يورد أمثلة عديدة في هذا السياق من واقع شركات تجارية وصناعية وخدمية.. كما يتوقف المؤلف عند ثلاثة محاور رئيسية هي: مدة الربح وزيادة الإنتاج، ويضيء على فوائد التبادل التجاري، كالتغلب على عجز إمكانية الشراء، وزيادة فرص بيع الشركات، والمحافظة على استمرارية البيع، ومن ثم ثبات الشركة واستمرارية قوتها

• تطوير *

يكتب المؤلف في الفصل السادس تحت عنوان (أهمية التطوير المستمر للمشروع): «إن سوق العمل بالنسبة للشركات في تطور مستمر، ودائماً فإن الشركة الناجحة والمتطورة هي التي تستطيع أن تواكب مستجدات العمل، وسرعة التقدم، وهي التي تستطيع أن تبقى وتصمد وتنجح في سباق الأعمال، لذلك يجب على كل شركة أن تطور من نفسها، وتتعلم من «مثيلاتها من الشركات سواء في البلد نفسه أو في البلدان الأخرى

وفي هذا الفصل يؤكد المؤلف ضرورة أن تحافظ الشركات على درجة من التميز والكفاءة، فبقاؤها صامدة إلى جانب الشركات المنافسة مرهون بتطوير خدماتها ومنتجاتها وفق معايير جودة عالمية ومواصفات جديدة وبأسعار تنافسية، كما يستعرض المؤلف أمثلة عديدة من النتائج المترتبة على عدم تطوير العمل في الشركات ومنها: عدم قدرة الشركة على تلبية احتياجات السوق التي ستفوق إمكانيات هذه الشركة، وانخفاض الأرباح وزيادة الخسائر، وأيضاً قلة الطلب على منتجات الشركة غير المتطورة، وتفضيل العملاء التعامل مع الشركات التي تستخدم التقنيات والوسائل التكنولوجية الحديثة، وبالتالي اندثار اسم الشركة غير المتطورة بمرور الوقت بسبب ازدهار وسطوع اسم الشركات المتطورة.

• قصص *

اشتمل الكتاب على قصص نجاح لأسماء راسخة في سوق المال والأعمال، ولا يبخل مؤلف الكتاب من تقديم جملة من النصائح التي تفيد الراغبين في تأسيس شركات ناجحة ومنها: ضرورة أن يضع الراغب في تأسيس شركة هدفاً ويحاول تحقيقه بدلاً من أن يدور حول نفسه، وأن يبدأ بالفعل ولا يبدأ بكلمة سأفعل، وأن يستهل مشروعه بما يحب ويرغب، وأن يكون مستعداً دائماً للربح أو الخسارة، وهو يقول: «إن عدم تحقيق هامش ربح في فترات التعثر أفضل من إيقاف المشروع نهائياً، كما أن الإصرار يعد من صفات الناجحين، والنجاح بعد الفشل ألدُّ من النجاح بلا فشل