

الفرص والمجازفات

يرتبط تأسيس أية مؤسسة، (وعلى الأخص تلك المؤسسات التكنولوجية التي تتطور بسرعة)، إما بفرص كبيرة أو مجازفات خطيرة. وقد تكون لهذه الأمور آثار بعيدة المدى على مستقبل الشركة؛ لذا يجب التفكير جيداً بالمخاطر المحتملة واتخاذ القرارات أو الإجراءات المناسبة حيال ذلك. لكن عليك ألا تنظر إلى مؤسستك بمنظار سلبي، عندما تتحدث عن عوامل المجازفة. بل يجب أن تقدم البرهان على أنك يمكن أن تفكر بدقة وموضوعية وتنظر إلى المستقبل بتفاؤل.

- ❖ عليك أن تدخل ما تتعلمه من هذا الفصل في خطتك - وخصوصاً في السيناريو المتشائم أو البديل - (راجع الفصل ٦).
- ❖ ما هي الفرص والمجازفات الأساسية (في الأسواق، في المنافسة، في التكنولوجيا) التي يمكن أن تواجه مؤسستك؟
- ❖ ما هي الإجراءات التي تنوي اتخاذها لتقليل المخاطر؟ ما هي المعالجات البديلة التي لديك؟
- ❖ ما هي السرعة والقدرة التمويلية التي تمكنك من اتخاذ الإجراءات الضرورية؟
- ❖ إلى أي مدى يُمكنك التمويل الإضافي من استغلال فرص إضافية؟
- ❖ كيف يمكن أن يبدو تخطيطك للسنوات الثلاث أو الخمس التالية، في أحسن الأحوال وفي أسوأها؟

مثال واقع شركة ترفلر شيك المساهمة

الفرص:

يمكن التعامل مع قطاع السياحة من خلال التركيز على عروض الرحلات المركبة الخاصة مرتفعة القيمة. ستقدم في المستقبل عروض الرحلات الشاملة (السوق الرئيسي) من قبل العارضين الكبار وسلسلة من الشركات.

وكما هو الحال مع العارضين الكبار فإنهم لا يستطيعون النزول عند رغبات الزبائن وتقديم رحلات مركبة خاصة لكل مسافر على حدة. الأمر الذي يحدث مع بعض المؤسسات السياحية من أنهم وعلى خلفية صورتهم في السوق، لا يأخذون بالاعتبار طلبات فئات معينة من الأشخاص. أما عن طريق الإنترنت فيمكن الوصول مباشرة إلى دائرة كبيرة من الزبائن المحتملين. حيث لا يوجد الخطر المحتمل لدى بقية مكاتب السفر التقليدية، الذي يتمثل بعدم وجود المقر (المكتب) في الموقع الصحيح الأمر الذي يتقبله الزبائن بسبب هذا المكان المنعزل.

ستتمكن الشركة في السنوات الأولى وعن طريق بيع البطاقات الرخيصة من تقديم عرض قيم ومتكامل يمكنه أن يدعم الشركة دون إشكالات.

المخاطر:

لا تزال محاولات شركات الطيران ومنظمي الرحلات، القيام بالتسويق المباشر، في مراحلها الأولى. وإن استمر هذا التوجه وتاماً، فيحتمل أن ينخفض بيع تذاكر الطيران إلى أدنى مستوياته. وهكذا

يمكن أن يتلاشى الدخل الهام المتوقع في المرحلة المبكرة من دخول السوق، وتتلاشى معه إمكانية تمويل عرض الرحلات الخاصة المركبة من السيولة الخاصة.

كما يحتمل أن يكون عيب البيع على الإنترنت، في عدم توفر التواصل الشخصي مع الزبائن. الأمر الذي سيتم تلافيه عند توسعة العمل ووضع مركز الاتصالات الهاتفية بالخدمة.

