

كيف تضعين خطة لمشروعك؟



«إنّ من أهم ما يميّز أي رجل أعمال ناجح أو سيدة أعمال ناجحة أو خطواته أو خطواتها دوماً تكون مدروسة، ولا تخضع لأي إرتجال، ولا تكون في مهبط المصادفات أو الظروف بل لابدّ أن تكون واضحة وصريحة ومرسومة المعالم، وحتى يتحقق هذا فلا بدّ سيدتي أن تضعي ما يسمى بخطة المشروع.

المقصود بخطة المشروع أن تكون خطواتك واضحة قبل حتى أن تبدئي بتطبيقها وأنّ توضحي في هذه الخطة ما يلي:

1- وصف المشروع بالكامل.

2- الخطة التسويقية للمشروع.

3- خطة إدارة التمويل.

4- خطة الإدارة العامّة.

هذه البنود السابقة هي البنود الرئيسية التي يجب أن تشمل عليها الخطة العامّة لأي مشروع، لكن حتى تكون خطتك من النوع الكامل فلا مانع من أن تشمل على بعض النقاط الثانوية التي تدعم هذه الخطة وتساهم في سهولة تنفيذها ونجاحها، ومن هذه النقاط:

ملخص عام للأعمال، المستندات المساعدة، منظور مالي للشركة، عرض للأهداف، الدورة الزمنية.

وحتى نضمن نجاح وتحقيق هذه الخطة لابدّ لها وأن تتجسد على شكل ورقة عمل توضع أمام كلّ مَن هو على علاقة بالموضوع مثل الممولين، المديرين وأصحاب القرار وأخيراً الموظفين المهمين.

أوّلًا: وصف المشروع

وفي هذا الجزء من الخطة لابدّ أن يكون هناك وصف مفصّل للمشروع، ويجب أن تقومي بعرض منتجك أو الخدمة التي تقدمينها وإلى مَن سوف يوجه هذا المنتج، وما هي أهم النقاط التي يجب أن تعرضها في الوصف:

* ملكية المشروع والأمور القانونية.

وفيها يتم توضيح ملكية المشروع كأن توضحين إن كنت أنت المالك الوحيد للمشروع أم أن هناك شركاء، من غير إضافة لطبيعة الشراكة هل هي محدودة أو مساهمة.

* نوع المشروع.

يتم توضيح نوع العمل أو المنتج الذي سوف تقومين بتقديمه فهل هو تصنيعي أو خدماتي أو تسويقي...؟

* وصف المنتج.

ويتم هنا وصف المنتج بدقة وبشكل محدد من ذكر كلّ التفاصيل.

* نوع المشروع.

يذكر فيه هل المشروع جديد أم قائم من ذي قبل، وهل هناك خطة للتطوير أو التوسيع وهكذا.

* تقدير الأرباح:

حيث يتم توضيح الأرباح المستقبلية المتوقع تحقيقها والدورة أو الفترة الزمنية المراد تحقيقها خلالها.

* معاملات عامّة:

وفيها يتم عرض مصادر التمويل مثل البنوك والمشاريع المماثلة وأهداف المشروع والمراد تحقيقه منه.

ثانياً: خطة التسوق

وهي عنصر مهم جداً إن لم يكن الأهم في خطة المشروع. وفي هذه الخطة لابدّ من التطرق إلى المنتج والمستهلك وطبيعة السوق وحجم المنافسة. كما لابدّ وأن تحدد النقاط التالية:

* مَن هم عملاؤك؟ قومي بتحديدهم بالسن والجنس أو بالمستوى التعليمي أو بمكان الإقامة أو بأي طريقة مناسبة لكي تتمكني من التواصل معهم من خلال المنتج المناسب لهم.

* هل يتزايد سوق المنتجات المماثلة أم يتناقص أم هو ثابت؟

* ما حجم التوزيع أو المبيعات المتوقعة أو المطلوبة؟

* هل السوق قابل للتوسع؟

* كيف ستزيدين أو توسعين حصتك من السوق؟

* كيف سترفعين نسبة مبيعاتك؟

* ما هي إستراتيجية وضع الأسعار؟

* ما هو وضع المنافسة والمنافسين في السوق؟

* ما هي خطة الدعاية والإعلان، وما هي الميزانية المرصودة والأهداف المطلوبة من الدعاية؟

ثالثاً: خطة الإدارة المالية

حيث تضمن لك الخطة المالية الناجحة الاستمرارية ومواجهة أي ظروف طارئة في مشروعك، فكيفية تعاملك مع المتوفر لديك من أموال هو أساس النجاح لأي مشروع، فالنسبة الكبرى من المشاريع الجديدة تفشل والسبب في ذلك الإدارة المالية السيئة، ولابدّ لك من توضيح ما يلي:

* ميزانية البداية: والتي يجب أن تتضمن أجور الموظفين والنفقات القانونية، والمحاسبية، والتصاريف، والتراخيص، والمعدات، والتأمين والتوريدات والمرتبات، وأجور الإنشاءات والتجهيزات وغيرها من مصاريف ما قبل البدء.

* ميزانية العمل: وفيها يتم ذكر الميزانية للفترة الأولى (من ثلاثة إلى ستة شهور) للمصروفات الخاصةً بالعاملين، والتأمينات، الإيجارات، سداد القروض، الدعاية، الضرائب... إلخ من المصروفات الأولية.

* التدفق النقدي الأولي.

* تقرير المكسب والخسارة.

رابعاً: خطة الإدارة العامّة

وهذه أيضاً جزء مهم جدّاً من خطة المشروع ولا تقل أهمية عن أي جزء آخر، وتتطلب إدارة المشروع المتابعة المستمرة للعمل والالتزام بالإضافة للتخلي بالتصميم والثقة. مَن يعملون معك هم أصول شركتك فلا بدّ لك من التعرف عليهم بشكل مباشر، ولا بدّ لك من التعرف على كلّ مميزاتهم ونقاط ضعفهم وقوتهم. ويجب أن نحدد في الخطة ما يلي:

* فريق العمل: ويتم توزيع المناصب حسب الكفاءات والخبرات.

* مهام فريق العمل.

* احتياجات ومتطلبات فريق العمل.

* المرتبات والحوافز والإجازات للموظفين.

* تحديد هيكل ونظام العمل الذي سوف يتم تطبيقه على كلّ العاملين.

بعد سرد النقاط الأربع الرئيسية السابقة نجد أنّ قضية الخطة ليست بالقضية البسيطة بل لا بدّ لها من أن توضع بدقّة وحذر وأن تكون مدروسة وعلى أساس علمي لكي تؤتي أكلها وتحقق أهدافها. ►