



فكرة المشروع الريادي الصغير

Small Entrepreneurial Business Idea

د عماد يونس الصوالحي

أستاذ إدارة الأعمال المساعد - جامعة الأقصى





إن أي مشروع يبدأ بفكرة ذات قابلية للتطبيق لها مصادرها وطرق تقييمها. وإذا ما كانت هذه الفكرة ناضجة، فإن المشروع الاقتصادي يصبح واقعا، وعليك تنظيمه والتدرج في إعداد خطته بدقة متناهية. ومن ناحية أخرى لابد من طرق وأساليب توليد الأفكار عند الآخرين للاستفادة من ذلك.

فكرة المشروع الريادي



كثيرا ما نقابل شخصا يملك المال والوقت والجهد ويود أن ينشئ مشروعا اقتصاديا خاصا به، ولكن لا يهتدي إلى نوع المشروع المناسب.

وقد يكون لديه أفكار كثيرة لمشاريع اقتصادية لكنه ما زال مترددا، إما لغموض هذه الأفكار أو لعدم القدرة على تحديد واختيار واحدة منها، وربما لعدم اكتمال أو نضوج هذه الأفكار.

إن الاهتمام إلى الفكرة المناسبة يستلزم منا الانفتاح وإطلاق العنان لتفكيرنا، وقد ندهش من كثرة الأفكار الجديدة والإمكانيات التي يمكن تحقيقها.

كما أن الاهتمام إلى الأفكار الإبداعية يستدعي التخلص من مجموعة من المعوقات النفسية المتأصلة في ذواتنا نتيجة التنشئة الاجتماعية، مثل الخوف من التعبير عن أفكارنا الغريبة، والتوجس من تأثير حكم الآخرين على أفكارنا، ومحاولة الظهور دائما كأشخاص راشدين، وحواجز أخرى يمكنك اكتشافها في هذه المحادثة المثيرة والمرحة.

وسائل يمكن استغلالها للوصول إلى الفكرة الريادية:

هذه الوسائل:

(الاتصال والقراءة والمشاهدة
والزيارة والمراقبة) يمكن أن
تؤدي - وربما فجأة - إلى بروز
فكرة المشروع الذي يحقق
أحلامنا وأهدافنا

الاتصالات الشخصية

سواء مع الوالدين أو الأصدقاء أو الأقارب أو زملاء العمل.

مواقع الانترنت والمجلات المتخصصة



قراءة الصحف والمجلات ومواقع الانترنت
المتخصصة، وخاصة تلك التي تعالج التغيرات
الاجتماعية والاقتصادية، وما يترتب عليها من تغير
في عادات المجتمعات الاستهلاكية.

الأسواق التجارية



مشاهدة المعارض والأسواق التجارية والبحث عن
الاختلافات البارزة فيها.

حاضنات الأعمال



زيارة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية المعنية
بتأسيس وتطوير المشاريع الاقتصادية كحاضنات
الأعمال وغرف الصناعة والتجارة وبنوك التنمية
الصناعية وجمعيات المستهلكين.

مراكز الأبحاث

مراقبة نشرات واختراعات مراكز الأبحاث والتطوير.

فكرة المشروع الريادي



إن الفكرة وحدها لا تكفي للبدء في المشروع، فعلى الريادي أو رجل الأعمال أن يناقش هذه الفكرة ويقيمها. وهنا يجب ألا يتم الخلط بين التردد والتقييم، أو بين الاقدام واغتنام الفرص وبين المجازفة والتهور.



لهذا فإن اختبار الفكرة التي نود تطبيقها يجب أن يتم بعد:

فكرة المشروع الريادي



1 دراسة الإمكانيات المتوفرة لدى الشخص (الجانب المادي والقدرة الإدارية والفنية... إلخ).



2 دراسة المعطيات السائدة في البيئة المحيطة.



3 دراسة وسائل الإنتاج.



4 تحديد استراتيجيات العمل.

فكرة المشروع الريادي



5

إنه لمن المفيد دراسة البيئة المحيطة والتعرف على السلع والخدمات المتاحة والمطلوبة.



6

وكذلك دراسة جداول الواردات والصادرات سواء في البيئة المحلية أو في الإقليم والتي بدورها ستساعد على الإلمام بحاجة السوق، وبالمواد المتوافرة فيه والتي يمكن استخدامها في عمليات الإنتاج.



7

يجب دراسة المهارات المتوافرة والتكنولوجيا السائدة التي يمكن استخدامها في المشروع المنوي تأسيسه، وكذلك الاستعانة بالدراسات الصناعية وبخطط التنمية وبالمشاريع القديمة، ويجب دراسة تجارب النجاح والفشل السابقة.



إن هذا كله سيساهم كثيرا في اكتشاف الفكرة بوضوح قبل البدء بتطبيقها

مصادر الأفكار الريادية



إن أولى خصائص وقدرات ريادي الأعمال هي قدرته على الإبداع والابتكار واقتناص الأفكار وانتهاز الفرص، حيث تمثل خاصية الإبداع والابتكار المفتاح الأول للريادي الناجح، فالفكرة المبتكرة هي المادة الخام التي يصنع الريادي منها النجاح. ورائد الأعمال الناجح هو من لديه الحس والموهبة على توليد فكرة جديدة بالتنفيذ. ويستطيع الريادي أن يستفيد من عدد من العوامل والمصادر للحصول على فكرة مناسبة..

مصادر الأفكار الريادية

أولاً: الأشياء التي نمتلكها:

- قد تكون الأشياء التي نمتلكها مصدراً هاماً للأفكار التي تنتهي بمشاريع اقتصادية ناجحة.
- فإذا كان لديك سيارة أو حتى دراجة هوائية فإنه يمكن استغلالها في توزيع الصحف أو الرسائل أو أي سلعة أخرى، وبهذا تتحول ملكية السيارة والدراجة إلى مشروع اقتصادي.
- إن ملكية ماكينة خياطة - على سبيل المثال - قد تحولك أيضاً إلى رجل أعمال ناجح.
- كثيراً ما نكتشف أن ملكية جهاز حاسوب أو غرفة إضافية في البيت أو حتى الخردة تكون مقومات كافية لإنشاء مشاريع صغيرة.



مصادر الأفكار الريادية

ثانياً: الحاجة:

- هناك مثل شائع يقول **(الحاجة أم الاختراع)**، وهذا يعني أن حاجات المجتمع هي مصادر دائمة للمشاريع الصغيرة.
- الناس بحاجة دائمة إلى الطعام والشراب والسكن والتعلم والترفيه ... الخ. وهناك الكثير من المشاريع التي تقوم أساساً على تلبية هذه الحاجات.

ويمكن تصنيف حاجات الناس حسب فئات محددة (على سبيل المثال):

- الطلاب بحاجة إلى كتب ودفاتر وحقائب مدرسية وأحذية رياضية ... إلخ، وهذا يعني أنه يمكننا البحث عن أفكار مشاريع تحقق احتياجات هذه الفئة من الناس.
- الرياضيون بحاجة إلى ملابس خاصة وأدوات رياضية متعددة، وربما تختار عامل الحجم مثلاً فننتج شيئاً لضخم الأجسام أو للصغار منهم أو لطويلي القامة.

مصادر الأفكار الريادية

- وإذا ما استطعت اكتشاف حاجة معينة يمكن تلبيةها، فإنك تكون قد سرت على الطريق الصحيح لتطبيق فكرة مشروع اقتصادي ما.
- يمكن الاستفادة من مراكز البحث العلمي التي تقوم بإجراء البحوث في سبيل تلبية حاجات الناس بوسائل حديثة وسهلة من خلال براءات الاختراع.

ثالثاً: المشاكل تولد فرصاً جيدة للمشاريع الاقتصادية:

- يمكن تحسس مشاكل المجتمع والعمل على حلها من خلال مشاريع اقتصادية مختلفة. وهنا يمكن الاستفادة من آراء المستهلكين والموزعين الذي يتحدثون عن مشاكل محددة كثيرة في السلع والخدمات التي يتعاملون معها.
- لقد استطاعت إحدى السيدات في مدينة عمان أن تتعرف على مشكلة الوقت لدى العاملين، وتوصلت إلى فكرة المأكولات البيتية Home food التي يمكن تحضيرها ومن ثم توصيلها إلى المنازل، وقد ركزت على تحضير الطعام في الوقت المحدد وعلى نوعيته (المأكولات الشعبية مثل الكوسا وورق العنب وما شابه) واكتسبت خلال فترة وجيزة عدداً كبيراً من الزبائن وأصبحت صاحبة مشروع ناجح جداً.

رابعاً: المهارات التي تتقنها:

- قد يكون لكل منا مهارة ما، سواء كانت مهارة معرفية أو تقنية أو جسدية، وهذه المهارة يمكن تحويلها بسهولة إلى مشروع اقتصادي.
- هناك بعض الأفراد الذين يتقنون قص الشعر أو الطبخ وآخرين الغناء أو لعب كرة القدم، وهناك من يتقن لغة أجنبية أو قيادة سيارة أو تصميم الصور والفيديوهات ... الخ.

إن الريادي الناجح هو الذي يستطيع تحويل مهارته التي يتقنها إلى مصدر دخل بعد تحديد من هم بحاجة ماسة لهذه المهارة.



أساليب توليد الأفكار الريادية



تحتاج الريادة وإنشاء المشاريع الريادية الصغيرة إلى قدر من الإبداع، ونظرا لتباين درجات الإبداع بين الأفراد، فإن القدرة على توصيل أفكار المشاريع تتباين أيضا من شخص لآخر.

ونظرا للحاجة الماسة للمشاريع الاقتصادية للقضاء على البطالة، وإحداث التنمية، وبناء المجتمعات المنتجة، فإن المؤسسات الحكومية والخاصة تقوم من وقت لآخر بعقد دورات يطلق عليها في الغالب **(كيف تؤسس مشروعك الخاص)**، ومن الجدير بالذكر أن التوجه نحو إنشاء المشاريع الصغيرة هو محور هذه الدورات.

تضم هذه الدورات خليطا من الأفراد، فمنهم من يملك الرغبة والدوافع لتأسيس مشروعه الخاص ولديه فكرة مبدئية، ومنهم من يبحث عن أي شيء يمكنه من كسب قوته اليومي وليس لديه أي فكرة.



ونظرا لتباين الدوافع، فإن توليد الأفكار لن يكون سهلا، لذلك فإنه لابد من معرفة الأساليب المتبعة في ذلك، ومن أهمها ما يلي:

أساليب توليد الأفكار الريادية



أولاً: العصف الذهني أو الفكري Brainstorming

- يعتبر أسلوب العصف الذهني (طرح أفكار وحلول من جميع المشاركين) أكثر الأساليب شيوعاً في توليد الأفكار وحل المشاكل.
- العصف الذهني تمرين على التفكير الجماعي أو العمل ضمن المجموعة، حيث يجري تقسيم المشاركين إلى مجموعات عمل صغيرة (3-4 أشخاص) تجلس معاً، ثم تبدأ بطرح الأفكار أو الحلول لمشكلة ما.



أساليب توليد الأفكار الريادية

• تابع.. أولا: العصف الذهني أو الفكري Brainstorming

ومما يجدر ذكره أن هذا الأسلوب يشتمل على عدة قواعد يجب مراعاتها:

- 1. قبل البدء بعملية العصف الذهني ينبغي أن يكون أفراد المجموعات متآلفين مع بعضهم البعض، ويكون أعضاء المجموعة قد تخلصوا من الخجل أو الخوف، وذلك من خلال بعض التمارين والمحادثات الجماعية التي يشيع فيها المرح والاستمتاع. وكثيرا ما يتم ممارسة بعض الألعاب أو حل بعض الفوازير والألغاز حتى يتم كسر الجليد بين المشاركين.
- 2. أثناء ممارسة العصف الذهني، فإنه ينبغي عدم تقييم أو التعليق على أي فكرة تطرح من قبل أعضاء المجموعة أو من قبل المشرف على النشاط.



إن ما يهمنا هنا هو
ليس نوعية الأفكار
المطروحة وإنما
عددها.

وكلما كانت الأفكار
غريبة وجديدة (أو
حتى مجنونة) كلما
كان ذلك أفضل.

أساليب توليد الأفكار الريادية

• تابع.. أولاً: العصف الذهني أو الفكري Brainstorming

تابع.. قواعد يجب مراعاتها قبل وأثناء وبعد التمرين:

- 3. يجب أن تظهر روح الجماعة من خلال المشاركة في طرح الأفكار، وألا يحاول أحد المشاركين فرض رأيه أو هيمنته على الآخرين، ويمكن لكل مشارك أن يستفيد ويتفجع من أفكار الآخرين.

يجب كتابة هذه الأفكار حتى لا ننسى

- 4. يعطى للمشاركين وقتاً محدوداً (أقل من 10 دقائق)، ثم تطرح كل مجموعة الأفكار التي توصلت إليها، وبعد انتهاء التمرين يتم مناقشة الأفكار المطروحة، واختيار أفضلها ومن ثم مناقشة إمكانية تطبيقها.
- 5. يجب أن يتاح لكل عضو الإدلاء بآرائه دون خوف من نقد أو تعليق.

يمكنك أن تتصور النتيجة المترتبة على طرح فكرة من أحد المشاركين ومن ثم التعليق عليها بحدّة من مشارك آخر، الأمر الذي سيحول دون مشاركة الأول بطرح أفكار أخرى.

أساليب توليد الأفكار الريادية

ثانياً: قوائم المشكلات:

يختلف الأمر في هذا الأسلوب عنه في العصف الذهني، حيث أن:

- الأفكار أو الحلول تكون موجودة في قوائم (جداول)، ويقوم المشاركون بمناقشة هذه المشاكل وإيجاد حلول أو بدائل لها.
- إن أهمية هذه الوسيلة تكمن في التدريب على الحكم على الأفكار أكثر من توليد أفكار جديدة.
- والأهم من ذلك أن يتم وضع الأفكار للتحليل الجماعي ودراسة المشاكل المطروحة ووضع الحلول.



اختبار الأفكار الريادية



- بعد أن يتم التوصل إلى فكرة المشروع الريادي، فإن الخطوة التالية تكون اختبار مدى صلاحية الفكرة الريادية للتطبيق على شكل مشروع اقتصادي.
- ونظرا لأهمية هذه الخطوة، فإنه ينبغي التريث في عملية الاختيار، وذلك ليتم تجنب استثمار المال والجهد في تطبيق فكرة قد لا تناسب صاحبها وربما لا تناسب المستهلكين.
- هناك مئات الآلاف من المشاريع الاقتصادية التي تنشأ في كل عام في الدول المختلفة وتنتهي عشرات الآلاف منها في السنة الأولى لقيامها.

وهنا يجب الإجابة عن الأسئلة التالية:

- هل نريد فعلا القيام بتطبيق فكرة المشروع التي توصلنا إليها؟
- هل نجد العدد الكافي من المستهلكين (أو الزبائن) لمنتجات هذا المشروع؟
- هل يمكن إقناع السكان (أو توصيل الفكرة) بمنتجات هذا المشروع؟



ينطلق التساؤل الأول من القدرات الشخصية لصاحب المشروع ومن الرغبة في ممارسة العمل في المجال الذي توصل إليه.

- وهنا يجب تفحص قدرات الشخص الفنية والصحية والنفسية وقدرته على المثابرة وعلى التعامل مع فئة محددة من المجتمع.
- فكثيرا ما نقوم بالثناء على المشروع الاقتصادي ولكننا نتذمر من الزبائن الذين نتعامل معهم.
- ومن ناحية أخرى، يجب أن يتم التعرف على أثر تأسيس المشروع على وقت الفراغ وعلى الواجبات الأسرية وعلى خطط المستقبل لصاحب المشروع...إلخ.

اختبار الأفكار الريادية



أما التساؤل الثاني فإنه يركز على عدد المستهلكين (حجم السوق):

فهل تكون الفكرة جذابة بما فيه الكفاية لتحقيق الربح الذي يسعى إليه المشروع؟ وما هي المخاطر التي يمكن أن تلحق بالمشروع إذا لم يستطع اكتساب الحد الأدنى من الزبائن أو عند قيام منافسين آخرين بتقليد المنتج وإغراق السوق فيه؟ وأخيرا فإنه من المهم معرفة الوسيلة التي تتبعها في توصيل السلعة أو الخدمة للسكان؟ وهنا تثار تساؤلات حول توجهات السكان؟ ووسيلة الإعلام المناسبة للوصول لهم؟ ودور الوكلاء؟ ودراسة السوق والجزء من السوق الذي يمكن أن تُسوق فيه الخدمة أو السلعة؟ ومدى دعم المؤسسات والمنظمات لتسويق أو تقبل المشروع؟



إن أي شكوك حول الأسئلة السابقة قد تكون بمثابة خطر يهدد نجاح المشروع الاقتصادي

اختبار الأفكار الريادية

مرفوضة	محبة	محبة جدا	الحد الأقصى	
1	2	3	4	هل تريد تطبيق الفكرة؟
1	2	3	4	هل هناك سوق لفكرتك؟
1	2	3	4	هل يمكنك تلبية رغبات المستهلكين؟
1	2	3	4	هل يمكنك توصيل الفكرة للمستهلكين؟

إذا كان الجواب:



حاول إيجاد أفكار أخرى أكثر ملائمة

5 وأقل



جرب خيارات أخرى أو قم بتوسيع الفكرة

6 إلى 12



الفكرة ملائمة، وإذا ما كنت متأكدا أن الناس سيقبلون على الشراء، فإن خطوتك التالية هي وضع الفكرة موضع التنفيذ

أكثر من 12



ويمكن تفحص فكرة المشروع وتحديد مستوى الثقة فيها كما هو الحال في المثال التالي:

هل الفكرة قابلة للتحويل إلى مشروع، وهل ترغب في ذلك فعلا؟

لمعرفة مستوى الثقة بالفكرة يرجى تحديد مستوى هذه الثقة: ضع دائرة حول الجواب المناسب:

اختبار الأفكار الريادية

مرفوضة	محبذة	محبذة جدا	الحد الأقصى	
			X	هل تريد تطبيق الفكرة؟
		X		هل هناك سوق لفكرتك؟
			X	هل يمكنك تلبية رغبات المستهلكين؟
		X		هل يمكنك توصيل الفكرة للمستهلكين؟



مثال: لدينا فكرة مشروع ونريد اختبارها، فسيكون التقييم كالتالي:

نتائج التقييم:

- نتيجة السؤال الأول = 4
- نتيجة السؤال الثاني = 3
- نتيجة السؤال الثالث = 4
- نتيجة السؤال الرابع = 3



مجموع القيم = 14 وهذا الرقم هو أكبر من 12 حسب المقياس الموجود في الشريحة السابقة، إذن تكون نتيجة تقييم هذه الفكرة هي أن الفكرة ملائمة للتنفيذ وعليك الانتقال إلى الخطوات التالية.

تحليل SWOT للأفكار الريادية



- لتقييم الأفكار الريادية يجب تفحص مواطن القوة ومواطن الضعف في فكرة المشروع؛
 - وعندما يجري الحديث عن عملية التقييم هذه، فإنه لا بد من اعتماد آلية وطريقة للتقييم.
 - ويمكن استعمال طريقة SWOT للوصول إلى الهدف.
- كلمة SWOT مأخوذة من الحروف الأولى للكلمات التالية:**



Weaknesses
مواطن الضعف



Strengths
القوة



Threats
(التهديدات)



Opportunities
الفرص



جدول تحليل SWOT

العوامل المساعدة على العمل	العوامل المعيقة للعمل	
عوامل القوة	عوامل الضعف	عوامل داخل المنظمة
الفرص	التحديات المحتملة	عوامل من خارج المنظمة (البيئة المحيطة)

تحليل SWOT للأفكار الريادية

يجب أن ندرك أن مواطن الضعف ليست هي التهديدات، وأن الفرص لا تعني مواطن قوة. عندما نقوم بإجراء تحليل أفكار المشاريع بدقة وموضوعية من خلال العناصر الأربعة السابقة الذكر، فإنه يمكن الحكم على المشروع بطريقة مثلى، وفرص نجاح المشروع تكون أكبر.

ومن المعروف أن لكل مشروع أو موقع مشروع أو عنصر إنتاج مواطن قوة معينة، وقد كانت هذه المواطن توصف بأنها ميزات تفضيلية، وتحول الحديث فيما بعد إلى الميزة التنافسية، وهما وجهان لعملة واحدة.

تحليل SWOT للأفكار الريادية

فالميزة التفضيلية تعطي ميزة تنافسية، فمثلا رخص العمالة في الدول النامية هو موطن قوة، ولكن التخلف التكنولوجي في هذه الدول هو موطن ضعف. ولاستعمال هذا التحليل في مجال الأفكار التي يتم التوصل إليها، فإنه ينبغي دراسة مواطن القوة والضعف في مجالات المشروع الاقتصادي، مثلا، في مجال القوى العاملة والتسويق والمالية، وكذلك التعرف على الفرص المتاحة أمام المشروع، ومعرفة مكامن الخطر لكي يمكن تجنبها.

تحليل السوات SWOT لشركة المراعي

 • ارتفاع تكاليف التشغيل • الإفراط في التركيز على قطاع الألبان والعصائر • اعتماد كبير على الواردات للمواد الخام	W نقاط الضعف	 • رائدة السوق في سوق الألبان في دول مجلس التعاون الخليجي • منتجات ذات جودة عالية • شبكة توزيع قوية • الظروف المناخية الساخنة مواتية لسوق المشروبات	S نقاط القوة
 • الوضع السياسي في منطقة الخليج • اضطراب إمدادات المواد الخام يزيد التكلفة	T التحديات	 • نمو سوق الحليب في دول مجلس التعاون الخليجي (GCC) • تنويع المنتجات • زيادة عدد السياح الذين يزورون السعودية للحج والعمرة لدفع الطلب	O الفرص

تحليل SWOT للأفكار الريادية



لنفترض أن فكرة المشروع هي إنتاج
أسمدة كيماوية في الأردن:

- ما هي مواطن القوة والضعف في السلعة المنتجة؟
- ما هي الفرص المتاحة للمشروع في المستقبل القريب؟
- ما هي المخاطر التي قد تعترض المشروع في المستقبل القريب؟

تحليل SWOT للأفكار الريادية

• ما هي مواطن القوة والضعف في السلعة المنتجة؟

1. مواطن القوة



ستكون وفرة الفوسفات أو البوتاس كمادة خام وخبرة العمال ورخص أجورهم هي من أهم مواطن القوة في مثل هكذا مشروع.

2. مواطن الضعف



ستكون الخبرة الإدارية ونقص رأس المال وعدم ملائمة حجم المصنع من مواطن الضعف في المشروع، حيث يصعب تطبيق اقتصاديات الحجم، مما يساهم في رفع كلفة الإنتاج.

تحليل SWOT للأفكار الريادية

ما هي الفرص المتاحة للمشروع في المستقبل القريب؟

عدم وجود منافسة في السوق المحلي.
إمكانية مزج مجموعة من خامات الأسمدة والتوصل إلى سماد جديد.
نظرا لوفرة المواد الخام ورخصها فإنه يمكن جذب المستثمرين ونقل تكنولوجيا حديثة.
دعم الدولة المستمر وإمكانية تطوير قانون تشجيع الاستثمار.

من هنا نلاحظ أن الفرص هي التي يمكن أن تتحقق في المستقبل، ولكنها ليست مواطن قوة في الوقت الراهن.



تحليل SWOT للأفكار الريادية

منظمة التجارة العالمية

هي منظمة عالمية تأسست عام 1995م مقرها مدينة جنيف في سويسرا، مهمتها الأساسية هي ضمان انسياب التجارة بأكبر قدر من السلاسة واليسر والحرية. وهي المنظمة العالمية الوحيدة المختصة بالقوانين الدولية المعنية بالتجارة ما بين الدول.

• ما هي المخاطر التي قد تعترض المشروع في المستقبل القريب؟

أما بالنسبة للمخاطر فقد تتوزع على العناصر سابقة الذكر، وهي غالبا ما تكون غير متوقعة والأمثلة التالية توضح ذلك:

1. انضمام الأردن إلى منظمة التجارة العالمية يؤدي اشتداد المنافسة؛ مما سينعكس سلبا على طبيعة الأسعار وبالتالي قد يتوقف المشروع.
2. يمكن أن تتدهور العلاقات الاقتصادية مع الدول الأخرى مما سيقبل من فرص التصدير إليها.
3. ظهور قوانين لحماية البيئة قد تحد من استعمال الأسمدة بشكل عام.
4. ظهور بدائل جديدة في السوق العالمية.



ومن الطبيعي أن تقع مثل هذه المخاطر؛ لذلك فإنه ينبغي على صاحب المشروع أو الريادي أن يبحث عن طرق تمكنه من التغلب على هذه المخاطر، كأن يبحث باستمرار عن أسواق جديدة أو أن ينتج نوعا من الأسمدة التي لا تضر بالبيئة أو التحول من إنتاج الأسمدة إلى صناعة مستحضرات التجميل مثلا.



تطبيق الأفكار الريادية ووضع خطة المشروع الريادي



تطبيق الأفكار الريادية ووضع خطة المشروع الريادي



ليس هناك فائدة من الأفكار إن لم توضع موضع التنفيذ، حتى ولو كانت خلاقة. ويجدر بصاحب العمل أن يقوم بدراسة السوق ومعرفة الموردين، ومن ثم البحث عن مصادر التمويل. يمكن الرجوع إلى بعض المؤسسات والدوائر الرسمية للوقوف على الإجراءات القانونية والتنظيمية اللازمة لتحديد ملكية المشروع. إن الحصول على الدعم المادي والمعنوي من المؤسسات المختلفة يتطلب أن يكون هناك خطة مكتوبة للعمل تتضمن تفاصيل عن المشروع المزمع تنفيذه. إن القيام بوضع خطة للمشروع Business Plan يعني القيام بعملية التقييم الذاتي ومعرفة مواطن الضعف والقوة في المشروع.

تطبيق الأفكار الريادية ووضع خطة المشروع الريادي



تكون الخطة ورقة ناجحة بيد صاحب المشروع أمام البنوك يستطيع بواسطتها مفاوضة القائمين عليها والحصول على قروض ميسرة، وتمكن صاحب العمل من الحصول على شركاء وممولين أو مستثمرين بشروط أفضل.

إن وضع خطة عمل جيدة سيمكن صاحب العمل من معرفة البيئة الاستثمارية؛ لأنه سيكون قد اتصل بالكثير من المؤسسات أثناء الإعداد لوضع الخطة، كما سيؤدي وضع الخطة إلى استكشاف المستقبل بموضوعية أكبر.

أما خطة العمل ذاتها فيجب أن تكون موثوقة وواضحة وواقعية وبعيدة عن المبالغة ومكتوبة بأسلوب شيق، ويجب إبراز الفرص والمخاطرة المتوقعة.

خطة المشروع الريادي



تشكل خطة المشروع حجر الأساس لأي منشأة اقتصادية جديدة، فهي وثيقة مهمة في يد صاحب المشروع أمام بقية المالكين وأمام عملاء المستقبل والممولين.

وسنعرض فيما يلي الخطوات التي تتضمنها خطة المشروع الريادي (11 خطوة):

1. تحديد مقدار الربح المتوقع للمشروع

وهنا يجب تطبيق طرق محاسبية مقنعة، وعرض تحليل مالي دقيق، وتحديد نقطة التوازن؛ وذلك من أجل إعطاء فكرة حسنة عن المشروع.



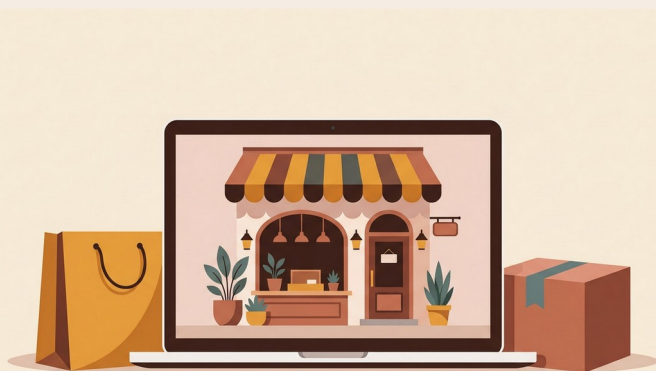
خطة المشروع الريادي



2. مسح السوق وتحديد حجم الإنتاج للوصول إلى الأرباح التي حددت في الخطوة الأولى

ومن المهم ألا يكون هناك تناقض كإعطاء أرباح عالية في الخطوة الأولى وتسويق ضعيف في الخطوة الثانية.

يجب التعرض إلى **الحصة السوقية** التي من الممكن الفوز بها من السوق المحلي أو الإقليمي، وإمكانيات التطور والدخول إلى أسواق جديدة.



خطة المشروع الريادي



3. تحديد استراتيجية التسويق التي سيتم اتباعها

من المهم تحديد استراتيجية التسويق واستراتيجية التسعير التي سيتم اتباعها في المشروع.



4. تحديد قيمة الموجودات الثابتة

من المهم تحديد قيمة الموجودات الثابتة كـ ثمن الأرض والأبنية والآلات اللازمة، والأموال اللازمة في المستقبل.



5. تحديد ميزانية عناصر المشروع

تحديد ميزانية عناصر المشروع، وإعطاء وصف دقيق لطريقة وهيكّل التمويل. وهنا يجب الموازنة بين رأس المال المتاح والتكاليف المتوقعة ليصار إلى أخذ قرار باستئجار بناية للمشروع بدلا من بنائها أو شرائها أو استئجار وسائل نقل بدلا من ملكيتها.

خطة المشروع الريادي

6. اختيار الموقع الجغرافي الملائم

من المهم اختيار الموقع الجغرافي الملائم، إذ أنه في كثير من الحالات يكون للاختيار الخاطئ لموقع المشروع الأثر الكبير في فشل هذا المشروع.

وينبغي تبرير عملية اختيار موقع المشروع كالقرب من المواد الخام (في حالة إنشاء مصانع للمشاريع الصغيرة الإنتاجية)، أو القرب من الأسواق (في حالة المشاريع التجارية)، أو حسب ثمن الأرض المنخفض أو توفر الخدمات والمواصلات والاتصالات من الموقع.. إلخ.





7. اختيار التنظيم أو التصميم الداخلي Layout للمشروع

بحيث يتم تبني الأسلوب العملي والصحيح في ترتيب الآلات خاصة في خطوط الإنتاج؛ لمتابعة خطوات الإنتاج بسهولة. أما إذا كان المشروع معرضا تجاريا مثلا فيجب أخذ طبيعة المستهلكين ونوع المنتجات والبعد النفسي للسكان بعين الاعتبار.



خطة المشروع الريادي

8. تحديد الشكل القانوني للمشروع

وهنا ينبغي الإحاطة بأنواع الشركات، كشركات التضامن وشركات التوصية البسيطة والشركات ذات المسؤولية المحدودة والشركات ذات المساهمة العامة..إلخ. ومن المعروف أن طبيعة الشكل القانوني للمشروع تحدد المسؤولية التي يتحملها المالكون والمساهمون. وهنا يجب تحديد اسم للمشروع وتصميم شعار وهوية بصرية وتحديد عنوان الموقع الإلكتروني (domain)





9. تضمين تحليل SWOT إلى الخطة

وقد تم التطرق إلى تحليل SWOT ولكن نؤكد هنا أنه يجب التركيز على كيفية التغلب على المخاطر المتوقعة، وكذلك كيفية الاستفادة من الفرص التي قد تعترضنا.



10. تحديد السياسة المالية التي سيتم اتباعها

يجب تحديد السياسة المالية التي سيتم اتباعها وتحليل النفقات وتحديد نظام يدوي أو محوسب للإدارة المالية والمحاسبة، وآلية التصرف في الأرباح المتحققة وخاصة في الفترات الأولى لتنفيذ المشروع.



11. وضع خطة تنظيمية للإدارة وتحديد استراتيجية للعلاقة بين الإدارة والقوى العاملة

ومن الجدير بالذكر هنا إن الكثير من الأفكار الريادية الجديدة تأتي من العاملين؛ ولهذا ينبغي أخذ ذلك بعين الاعتبار والابتعاد عن السلم التنظيمي العقيم.

1 مواقع انترنت.



2 الريادة وإدارة منظمات الأعمال د. بلال خلف السكارنة - 2016، دار المسيرة.



3 الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة د. مروة أحمد، د. نسيم برهم - 2015، جامعة القدس المفتوحة.



4 إدارة المشروعات الصغيرة "منظور ريادي تكنولوجي" د.مزه العاني، أ.د.شوقي جواد، د.حسين إرشيد، د. هيثم حجازي، 2010، دار صفاء للنشر والتوزيع.