**الإدارة الإحترافية للمشروعات**

مفهوم المشروع

هو وحدة اقتصادية مُستقلة مالياً وإدارياً تعمل على إنتاج السلع أو تقديم خدماتٍ معينة وبيعها في السوق لغرض استشمارها وتحقيق الأرباح منها، ويجب توافر بعض العناصر المهمة في المشروع لكي يعتبر فعالاً مثل الإدارة الناجحة، فريق ومراكز البيع، ووجود سوق البيع بحد ذاته، كما وتنشأ أفكار المشاريع عادةً من نقصٍ في سلعةٍ معينة أو احتياجاتٍ غير مشبعة، أو وجود موارد بشرية ومادية غير مستخدمة .

كيفيّة كتابة فكرة المشروع

بعد اختيار فكرة المشروع، يجب على صاحب الفكرة إعداد خُطة عمل وتنفيذها لإقامة المشروع، وتشتمل الخطّة على عدّة خطوات تُساعد على صياغة فكرة المشروع ورقياً؛ لتحويلها إلى فكرة واقعيّة قابلة للتنفيذ، أو التخلي عنها والبحث عن فكرةٍ جديدة أكثر نجاحاً، والآتي معلومات عن كيفية كتابة فكرة المشروع :

\*وصف المشروع :

هو توضيح موجز وقصير عن طبيعة المشروع، ويشمل مجموعة من المعلومات الأساسيّة هي:

الاسم التجاريّ، وطريقة تنظيم عمل المشروع، وأسماء أصحاب فكرة المشروع، ومعلومات أُخرى؛ مثل اسم الشركة التي يتبع لها المشروع.

\* تحديد خدمات أو منتجات فكرة المشروع :

في هذا الجزء يتم تقديم وصفٍ لنوعية الخدمات أو المنتجات التي ستنتج بعد تطبيق المشروع، وذكر التوقعات حول كمية المبيعات أو الأرباح، والمميّزات الخاصة بالخدمات أو المنتجات، وطريقة التسعير المعتمدة.

\*إعداد خطة تسويقيّة :

هي مراجعة لمجموعة من الظروف الخاصّة ببيئة عمل المشروع؛ بهدف اختيار السوق الذي سيستهدفه، وتحديد نقاط الضعف والقوّة، وطريقتَي بيع خدمات أو منتجات المشروع وترويجها. وصف قطاع تنفيذ فكرة المشروع: في هذا الجزء يتم تحديد المجال الذي يعمل فيه المشروع، ودراسة الظروف السائدة في قطاع العمل، مثل: الانكماش، والتوسع، كما تتم دراسة الآليات التي تُمكّن الشركات من المشاركة في قطاع العمل.

\* دراسة العُملاء المُتوقّعين :

هي دراسة رغبات العُملاء وحاجاتهم، وأعدادهم، ووصفهم، وأماكن وجودهم، حتّى تتوافق مع منتجات المشروع أو خدماته التي ستُطرَح في السوق المُستهدف.

\* إدراك نوعية المنافسة :

هي دراسة حجم المنافسة ونوعيّتها، عن طريق التعرف على الشركات والمشروعات الأُخرى التي تُقدّمُ منتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة داخل السوق المُستهدف، ويشمل إدراك المنافسة معرفة نقاط الضعف والقوّة عند المنافسين، ومعرفة كيفية حصول المشروع على موقع ومكان في السوق ضمن المنافسين الموجودين فعلياً في السوق.

\*الاهتمام بالترويج والإعلان :

هو اختيار صاحب فكرة المشروع للطريقة التي ستساعده في توصيل الخدمات أو المنتجات إلى العُملاء في السوق المُستهدَف؛ فيجب تحديد الأماكن المناسبة للترويج، والحملات الإعلانيّة، والقنوات المُخصَّصة لتوزيع خدمات المشروع أو منتجاته، ومن الأمثلة على هذه القنوات: شبكة الإنترنت، والاتصال الهاتفي، والإعلانات، والمعارض، وغيرها.

\*اختيار موقع تنفيذ فكرة المشروع :

هو تحديد عنوان فعليّ للشركة أو المُنشأة المسؤولة عن تنفيذ المشروع، مثل: اختيار موقع مُستقل كمحل تجاريّ، أو ضمن مجمع تجاريّ.

\*البحث عن المُورِّدين :

هو التعاقد مع مُورّدين أو مُصدّرين للمواد الخاصة بالمشروع، أو المكوّنات التي تُساعد على تطبيقه؛ لذلك من المهم تحديد مدى حاجة المشروع إلى وجود مورّدين، واختيار الطُرق الصحيحة والمناسبة للتواصل معهم.

\*اختيار فريق الإدارة :

يتم عن طريق دراسة طبيعة الموارد البشريّة داخل المُنشأة؛ لمتابعة تطوّر المشروع ونموّه، ومن المهم تحديد الخصائص التي يجب أن يتميّزَ بها فريق الإدارة، وتشمل القُدرات التجاريّة والتسويقيّة والفنيّة.

\* إعداد الخطة الماليّة :

هي الخطوة التي تعتمد على التفكير بالخطوات السابقة ووضع توقعات ماليّة لها، ويشمل إعداد الخُطة الماليّة جميع التوقعات الحاليّة والمستقبليّة وفقاً لفرضيات معقولة. وتُساعد هذه الخُطة على الحصول على تمويل ماليّ في حال الحاجة إليه؛ لذلك يجب تحديد مجموعة من الأمور ضمن محتويات الخُطة الماليّة، مثل: رأس المال الذي يُساعد على بداية المشروع، والمال المتوفّر عند صاحب فكرة المشروع، والمال الذي يحتاجه المشروع للمباشرة بتنفيذه.

خطوات عمل المشروع

فيما يلي أهم الخطوات اللازم تنفيذها أثناء عمل مشروع لضمان نجاحه :

[١] تحديد الأهداف والمخرجات :

ويكون ذلك بتحديد الفوائد والاحتيجات المتأمل الحصول عليها في نهاية المشروع، ويتطلب تحديد الأهداف الإلمام والدراية الكاملة باحتياجات السوق من سلعٍ وخدمات، كما يجب ترتيب هذه الاحتياجات حسب الأولويات بناءاً على أهداف المشروع ثمّ يتم تحديد مخرجات الموضوع، أي ماذا سيقدم المشروع من سلع وخدمات مع ضرورة تحديد جدولٍ زمني مقّدر لتنفيذ ذلك.

[٢] إنشاء جدول زمني :

بعد إتمام الخطوة الأولى من الضروري تحديد المهام والجهد اللازم لكل مهمة، ذلك يساعد على إنشاء جدول زمني لها وتسليمها في الوقت المحدد، كما يجب متابعة الجدول الزمني ومقارنته مع أرض الواقع لتفادي أي تأخير بتسليم السلع أو الخدمات، أما في حال حصول التأخير فمن الممكن إعادة المفاوضة على موعد التسليم أو توظيف موارد إضافية.

[3] التطبيق على أرض الواقع وهي من أهم خطوات عمل المشاريع والتي تقرر ما إذا نجح المشروع أم لا، حيث يتم الاستعانة بخطط بديلة في حال فشله يتم فيها إنشاء خطط تسويقية جديدة للمنتج واللجوء إلى المختصين في مجال إدارة المشاريع في عملية التطبيق السليم، كما يراعى توزيع المهام والأدوار حسب التخصص والكفاءة المطلوبه لكل مهمة، وتعيين أشخاص ذو كفاءة لمراقبة المشروع وسير العمل والبقاء على تواصل تام معهم، ولا يجب تجاهل المخاطر التي قد تواجه المشروع ووضع خطة بديلة لضمان سير العمل بأكمل وجه.

أُسُس نجاح المشروع

تنجح أفكار المشروعات بسبب الاهتمام بتطبيقها وفقاً لمجموعة من الأُسس، ومنها:

\* توفير الدعم لفكرة المشروع من الإدارة العُليا.

\*معرفة الأشخاص الذين يهتمّون بفكرة المشروع، والمساهمة في تحقيق التوقعات الخاصة بهم.

\* تطبيق خُطّة مناسبة جيّدة، مع الحرص على الإعلان عن أهداف المشروع.

\* امتلاك ثقافة تهتمّ بتحقيق هدف المشروع.

\*الاعتماد على فريق عمل ملتزم، يتميّز بالفعاليّة والالتزام.

\*بناء قنوات تواصل جيّدة.

\* أسباب قد تؤدى لفشل المشروع :

تتعدد أسباب فشل المشاريع ومنها ما يلي :

\*عدم وجود الأشخاص المسؤولين في مواقعهم.

\* وجود العديد من علامات الاستفهام حول طريقة العمل والافتقار إلى الخطط.

\* اتباع استراتيجيات خاطئة في اتخاذ القرارات.

\* عدم متابعة ومراقبة المشروع.

**ويتحقق نجاح المشروع بتفادي ما يمكن أن يعيق سير المشروع بالإضافة للعمل الجماعي والتواصل الجيد بين أفراد الفريق .**

الخبير الإدارى

د / أحمد توفيق