

المحاضرة رقم 05: إعداد مخطط الأعمال

يلعب مخطط الأعمال دور مهما في حياة أي مؤسسة، وذلك في أي مرحلة من مراحلها (الإنشاء أو النمو والتطور). ويعتبر بمثابة وثيقة هوية تعرف بالمؤسسة، تشمل هذه الوثيقة ما يقارب 30 ورقة، والتي تمثل الشكل الكتابي للمشروع المقاولاتي، أو يمكن وصفه بأنه خارطة طريق للمشروع يصف كل العوامل الداخلية والخارجية التي يتضمنها إنشاء مشروع جديد. كما يسمح هذا المخطط بدمج جميع المعطيات الخاصة والمكونة للمؤسسة في وثيقة واحدة، ولا بد أن يكون انعكاسا لرؤية المقاول. لا بد أن تكون لدى هذا المخطط بعض الخصائص نذكر منها: الإيجاز، فلا يكون طويل جدا ولا قصير جدا، لا بد أن يكون واضح وأن تكون هناك مصداقية في المعطيات التي تم جمعها من قبل المقاول وأن يقوم بعرضها بطريقة تدرجية ومتناسقة. يجب على المقاول إذن، إعداد بعض الدراسات الأولية وذلك بغية تنفيذ مشروعه المقاولاتي:

1- اختيار حجم المشروع وطاقته الإنتاجية:

إذ أن هناك أحجام مختلفة باختلاف المشاريع وهذا الاختلاف ينجم أيضا عنه اختلاف في تكلفة المشروع، الذي لا بد للمقاول أن يختار له موقعا مناسب أو الموقع الأمثل، وذلك بحكم قربه أو بعده عن السوق، مدى وفرة المادة الخام، كلفة النقل، إذ أن الموقع الأمثل هو الذي يتناسب مع أقل كلفة نقل، بالإضافة إلى تواجد اليد العاملة، وتوافر البنى التحتية من شبكات الماء والكهرباء، الصحة، وسائل الاتصال...إلخ.

2- الجدوى التسويقية:

والتي تمثل مجموعة من الدراسات التي تتعلق بالسوق الحالي والمتوقع للمشروعات التي تم اقتراحها، ويتطلب الأمر لذلك وصف كامل للمنتج أو الخدمة التي سيتم تقديمها بالإضافة إلى وصف السوق.

3- المظاهر الفنية والاقتصادية:

أين يتم تقدير احتياجات المشروع من مادة خام وكذا من المواد الأولية.

تحديد السعر النهائي للمنتج أو للخدمة، وكذا البحث عن مصادر التمويل التي تتنوع بين مصادر داخلية وأخرى خارجية.

داخلية (مثل الادخارات الشخصية، الأرباح المحتجزة)

خارجية (مثل القروض، قد يكون التمويل قصير الأجل، متوسط الأجل أو طويل

مصادر التمويل

(الأجل)

ملتقى المقاولاتية الأستاذة: عيس

يمكن القول بأن مخطط الأعمال يشتمل على مجموعة من المخططات: تتمثل في **المخطط التنفيذي** أو ما يعرف بمقدمة المشروع، أين يقوم المقاول بشرح مختصر لفكرة المشروع، سواء كان موضوع المشروع يرتبط بعملية إنتاج أو تقديم خدمات، حيث يعمل المقاول على وصف موجز لذلك المنتج أو لتلك الخدمة مع تحديده لعناصر النمو وفرص تحقيق الأرباح.

المخطط التسويقي: والذي يشمل كافة الإجراءات المتعلقة بكيفية التوزيع، تسويق المنتج أو الخدمة، التنبؤ بالمبيعات المحتملة، تحديد الموارد، التنبؤ بمشاكل السوق وتقلباته. أي يشمل دراسة السوق من حيث حجمه، رغبة الزبائن، ... إلى غير ذلك من الأمور المتعلقة بالسوق، ويعبر عنها بالدراسة الكمية والنوعية للسوق.

المخطط التنظيمي: يعد عنصر أساسي في إدارة المشروع وتسييره، ويشتمل على الموارد البشرية، إذ لا بد من تقدير لمجموع الأشخاص العاملين في المشروع مع توزيع المهام بينهم، كما يتوجب تحديد الشكل القانوني للمشروع المزمع تنفيذه.

المخطط الإنتاجي: إذ يعكف على تحديد الكميات المطلوب إنتاجها خلال الفترة القادمة، وتعتبر أهدافه الأكثر قرباً من من الهدف العام للمؤسسة الاقتصادية.

المخطط المالي: وهو أمر ضروري لنجاح أي مؤسسة، فحسب يمكن من التعرف على احتياجات المشروع المالية وعلى ما سيكون عليه المركز المالي للمؤسسة.