

إعداد خطة المشروع

في ضوء التغيرات السريعة التي تحدث في السوق ومستويات المنافسة المتزايدة التي تواجهها جميع الشركات والمشاريع، لا يمكنك أن تبدأ مشروعك باندفاع وتهور على أمل أن العمل الشاق وحده سيكون كافياً لجعله مشروعاً ناجحاً. فلكي ينجح المشروع، ينبغي أن تكون له أهداف محددة بوضوح، واستراتيجية شاملة لتحقيق تلك الأهداف. والمطلوب، باختصار، هو وضع خطة للمشروع.

وبعيداً عن رؤية خطة المشروع على أنها ترف مقصور على المشاريع والشركات الكبرى أو على أنها شيء يتم صنعه فقط من أجل إثارة إعجاب مجتمع المال، يجب على أصحاب المشاريع الصغيرة أن يروها على حقيقتها؛ على أنها إحدى أكثر الأدوات التي يمكن أن يمتلكها المشروع أهمية. فتماماً كما أن مخطط الشركة يوضح العلاقات القائمة بين الموظفين داخل الشركة، فإن خطة المشروع توضح هدف المشروع والأهداف التي يعتزم تحقيقها. وخطة المشروع الجيدة تساعد في إعطاء الرؤية المؤسسية شكلاً وجوهراً، وتوفر آلية تتيح للملاك، والمديرين، والموظفين على حد سواء العمل بفعالية. وكلما كانت خطة المشروع أفضل، كان مشروعك أكثر استعداداً للتعرف على الفرص والمخاطر المستقبلية وتقييمها بشكل جيد.

وقت استخدام خطة المشروع

تماماً مثل المديرة السويسرية التي تضم مجموعة متنوعة من الأدوات المفيدة، تستطيع خطة المشروع أيضاً تلبية العديد من الأغراض. وتكون خطة المشروع مفيدة أقصى فائدة عندما تكون في مرحلة بدء أو توسيع المشروع، وعندما تقوم بتطوير منتجات جديدة، أو البحث عن التمويل، أو اتخاذ قرارات الإدارة، والحفاظ على السيطرة.

بدء المشروع

خلال مرحلة بدء تشغيل المشروع، يمكن أن يعني وجود خطة مشروع سليمة ودقيقة الفارق بين النجاح والفشل. فبدلاً من السعي وراء تحقيق أهداف متضاربة أو السماح للمشروع بالتقدم كيفما اتفق، يمكنك استخدام الخطة للحفاظ على تقدم مشروعك في مساره الصحيح.

واليك بعض الأسئلة التي يجب أن تجيب عنها خطة المشروع:

- ما المجال الذي أعمل فيه؟
- ما المنتجات والخدمات التي أعرضها؟
- من المنافسون؟
- ما السوق المستهدف للمشروع؟
- ما أفضل استراتيجية تسويق؟
- كيف يجب الاستفادة من الموارد المتاحة؟
- ما احتمالات تحقيق المشروع للأرباح؟

وعلى الرغم من أنك قد لا تكون قادراً على التوصل لجميع الإجابات مسبقاً أو قد تجد أنها تتغير لاحقاً، فإن الأمر المهم هو أن تكون لديك مجموعة من الافتراضات التي يمكنك طرحها على الآخرين حول المشروع وبيئته عمله. سيسهل عليك هذا الحصول على دعمهم من أجل بدء تشغيل المشروع ويسهل عليهم العمل كوحدة متماسكة على إنجاز مهامهم الخاصة.

توسيع المشروع

يمكن أن تفيد خطة المشروع أيضاً في تقليل المخاطر الإضافية التي تنطوي عليها عملية توسيع المشروع. دائماً ما تكون الخطة ذات أهمية بالغة خلال مرحلة التوسع لأنها تمثل أحد أكثر الأوقات خطورة على المشروع. فإذا كان المشروع يحاول التوسع بسرعة أكبر مما ينبغي، وقبل إتقان مستوى النشاط الحالي والتفوق فيه، فإن جودة منتجاته وخدماته غالباً ما تتأثر سلباً وتنخفض. ومن ناحية أخرى، إذا كانت هناك فترة انتظار أطول مما ينبغي قبل مرحلة التوسع، فإن السوق يمكن أن يصبح متشبعاً بالفعل بعروض منتجات مشابهة وتضيع الفرصة بالتالي.

وعن طريق تناول قضايا مثل توقيت ومعدل التوسع (هل ينبغي أن ينمو المشروع بمعدل سنوي قدره ٥٪ أم ٢٠٪؟)، ونوع التوسع (مبنى أكبر؟ فروع إضافية؟ منتجات جديدة؟)، يمكن أن تساعدك خطة المشروع على اتخاذ القرارات الصحيحة. وبهذه الطريقة، بدلاً من أن تشعر بالعجز في مواجهة عملية النمو، ستكون قادراً على إدارتها بفعالية.

تطوير منتجات جديدة

بالنسبة لعظم المشاريع ، تكون الحاجة إلى تطوير منتجات جديدة حقيقة من حقائق الحياة التي يفرضها التحدي المستمر المتمثل في تلبية احتياجات العملاء المتغيرة باستمرار. ولكي تظل منافساً ، ينبغي أن يكون مشروعك قادراً على توقع تلك الاحتياجات والتجاوب معها ، والاستفادة بفعالية من التكنولوجيا الحديثة. وطريقة تحقيق هذا هي تطوير منتجات وخدمات جديدة أو تحسين تلك الموجودة بالفعل. فالشركة التي طورت مصباح الإضاءة الإلكتروني ، على سبيل المثال ، ابتكرت بذلك منتجاً يعيش لسنوات أكثر بكثير من المصباح المتوهج ومصباح الفلورسنت ، وأكثر توفيراً للطاقة أيضاً.

ولكن ما لم يكن المشروع يمتلك خطة لتوجيهه ، فإن احتمالات ابتكار أفكار مربحة لمنتجات جديدة ، أو ابتكار تعديلات أو تحسينات للمنتجات الحالية تصبح ضئيلة للغاية. ولكي تحقق أقصى استفادة من مواردك أثناء نمو المشروع ، ينبغي أن تكون لديك خطة منهجية منظمة لتطوير منتجات جديدة وإدارة وتحسين المنتجات الحالية.

الحصول على التمويل

المقرضون التجاريون ، مثل البنوك وشركات التمويل ، يتوقعون رؤية خطة للمشروع كأمر طبيعي قبل أن يقوموا بإقراض المال للمشروع. ونفس الشيء ينطبق أيضاً على المقرضين الحكوميين. وحتى عندما تكون هناك ضمانات كافية يتم تقديمها لتأمين القرض ، تظل خطة المشروع ضرورية ومطلوبة لأنها توضح إلى أين يتجه المشروع وكيف سيتم استخدام أموال القرض فيه. وتكون خطة المشروع أكثر وأكثر أهمية إذا كنت تبحث عن استثمار في رأس المال. فالمستثمرون يكونون أكثر مطالبة من المقرضين لأن مخاطرتهم تكون أعلى. وما لم تكن الخطة قادرة على إقناعهم بأن تمويل المشروع سيمكنهم من كسب عائد ضخم على استثماراتهم ، فإن ردهم المعتاد يكون: "غير ملائم. لا تمويل". وهذا يضع على كاهلك عبء إثبات أن الاستثمار يستحق وسيكون رابحاً من خلال خطة المشروع.

اتخاذ قرارات الإدارة

ربما كان الاستخدام الأكثر قيمة لخطة العمل هو في اتخاذ قرارات الإدارة. فعن طريق ذكر الأهداف المرغوب تحقيقها من المشروع ، وتقييم بيئته الداخلية والخارجية ، توضح خطة العمل "الصورة العامة". وهذا يمنح أصحاب المشاريع ميزة حقيقية. فبدلاً من العمل في الظلام أو النظر في جانب واحد فحسب من مشكلة ما ، يمكنهم التفكير فيها من جميع جهات النظر واتخاذ القرار الذي يحقق أفضل مصالح المشروع.

وبالإضافة إلى هذا، فإن خطة المشروع يمكن أن تساعدك أيضاً في الحفاظ على موضوعيتك، وتمكنك من رؤية المشروع من وجهة نظر خارجية. ومع استبعاد العاطفة، يمكنك بعدها التركيز على ما تحتاج إلى عمله من أجل تحقيق الأهداف، واتخاذ القرارات الصعبة عند الضرورة.

الحفاظ على السيطرة

أحد الاستخدامات الأساسية الأخرى لخطة المشروع هو استخدامها كأداة تحكم. هل تحقق أهدافك؟ هل تصل المبيعات إلى الحجم المستهدف؟ هل القدرة الإنتاجية تزداد وفقاً للجدول الزمني الموضوع؟ هل التكاليف تحت السيطرة؟ هل المشروع يحقق ما كان يفترض به أن يحققه؟ ينبغي أن تكون قادراً على الحصول على إجابات عن هذه الأسئلة وغيرها عن طريق فحص خطة المشروع. وبعد ذلك، وعن طريق قياس أدائك بعناية على الأهداف المحددة، يمكنك أن تحدد ما إذا كنت تتحرك للأمام أم أنك تمشي في المكان فحسب. فإذا كان المنهج أو الاستراتيجية لا تعمل بفعالية، أو إذا وجدت أن المشروع يتحرك في اتجاه مختلف، يمكنك التصرف بسرعة لإعادة الأمور إلى مسارها الصحيح أو تخطيط مسار جديد.

الخطة

بمجرد أن تتخذ قرارك بشأن نوع المشروع الذي ستبدؤه وقمت بإجراء عمليات البحث التمهيديّة، تكون مستعداً لبدء إعداد خطة المشروع. وأياً كان مدى رغبتك في تجاوز هذه الخطوة أو استئجار شخص آخر ليقوم بالعمل نيابة عنك، فلا تفعل هذا أبداً. فالجهد الذي ستبذله في إعداد خطة المشروع سيكون له مردود كبير جداً لاحقاً عندما يبدأ المشروع في العمل. كما أن المعرفة التي ستكتسبها من خلال إنشاء خطة المشروع الكاملة المكتوبة لا تقدر بثمن.

وعلى الرغم من أن خطة كل مشروع تكون فريدة في ذاتها، حيث إنها تعكس أفكار وأهداف الشخص الذي كتبها، فإن هناك عناصر أو أقساماً معينة شائعة في جميع الخطط تقريباً. وكما هو موضح في مخطط خطة المشروع التالي، يجب تنظيم خطتك بحيث تحتوي على المعلومات الأساسية في صورة مختصرة ومنطقية.

مخطط خطة المشروع

- صفحة العنوان
- جدول المحتويات
- موجز تنفيذي

- بيان رسالة المشروع
- وصف المشروع/المجال
- وصف المنتج أو الخدمة
- البيانات التنظيمية
- استراتيجية التسويق
- التحليل التنافسي
- خطة العمليات
- البيانات المالية

صفحة العنوان

يجب أن تشتمل صفحة العنوان على اسم المشروع، وعنوانه، ومعلومات الاتصال (الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني، موقع الويب) وأسماء جميع مالكي المشروع. وإذا كان مشروعك لا يزال مجرد فكرة، فاستخدم عنوانك ورقم هاتفك الشخصي في الوقت الحالي. الشيء المهم هو أن تقدم للمقرضين والمستثمرين المحتملين وغيرهم وسيلة للاتصال بك. وتعد فكرة جيدة أيضاً أن تقوم بترقيم كل نسخة من الخطة وتسجل أسماء الأشخاص الذين حصلوا عليها.

جدول المحتويات

جدول المحتويات شيء ضروري لا غنى عنه. فهو لا يقدم نظرة عامة على ما تحتويه الخطة فحسب، وإنما يتيح للقراء أيضاً العثور بسرعة على ما يبحثون عنه بدون الحاجة إلى استعراض جميع صفحات الخطة. هذا يجعل الخطة أكثر سهولة بالنسبة للقارئ، وهو ما سيساعد بالمقابل على توليد استجابة إيجابية.

الموجز التنفيذي

الموجز التنفيذي هو العنصر المنفرد الأكثر أهمية في خطة المشروع. ولأنه يستطيع أن يجعل الخطة تنجح أو تفشل، يجب أن يقدم صورة مختصرة ولكنها واضحة في نفس الوقت عن المشروع؛ فيما لا يزيد عن صفتين. ومهمة الموجز التنفيذي، المصمم لإثارة اهتمام القراء المشغولين، هي إقناع القارئ بتخصيص بعض الوقت لاستعراض باقي الخطة بالتفصيل. وفيما يلي بعض النقاط التي ينبغي عليك تناولها في الموجز التنفيذي:

١. الموقف الحالي لمشروعك، مع الإشارة للموعد الذي تم بدء التشغيل فيه أو الموعد المتوقع لبدء العمليات
٢. وصف لمنتجات أو خدمات المشروع
٣. معلومات خاصة بالسوق المستهدف وسبل الوصول لهذا السوق
٤. نقاط القوى الأصيلة في مشروعك والتي ستتمكن من تحقيق أهدافه (مثال: الخبرة، الفكرة الفريدة، الموقع المتميز، جودة المنتج، وهكذا)
٥. خططك قصيرة الأجل وطويلة الأجل
٦. التقديرات المالية
٧. مقدار المال الذي تسعى حالياً لجمعه، إذا كنت تسعى لجمع المال

واختصار جميع تلك المعلومات في صفحتين ليس بالأمر السهل. ومع ذلك، عن طريق التركيز على الحقائق الأساسية، يمكنك القيام به. وأيضاً، على الرغم من أن الموجز يوضع في بداية خطة العمل، فعليك كتابته في النهاية. بهذه الطريقة، ستري المشروع من المنظور الصحيح وتمتلك جميع المعلومات المهمة التي تحتاجها.

بيان رسالة المشروع

بيان الرسالة يجب أن يوصل رؤيتك الخاصة بالمشروع، ويوضح هدفه والقضية التي يدافع عنها وما يرجى تحقيقه منه. ويمكن أن يكون بيان الرسالة قصيراً وموجزاً في عبارة واحدة أو طويلاً وممتداً على بضع فقرات. تأمل بيانات الرسالة التالية على سبيل المثال:

مايكروسوفت: "تمكين الناس والشركات في جميع أنحاء العالم من إدراك أقصى قدراتهم والاستفادة منها".

ثري إم: "حل المشكلات المستعصية بطرق إبداعية مبتكرة".

ماري كاي كوزميتيكس: "توفير فرص غير محدودة للمرأة".

بيان الرسالة يعبر عنك أنت شخصياً بنفس القدر الذي يعبر به عن المشروع، ويعرض فلسفة الأعمال الخاصة بك والقيم المهمة بالنسبة لك، وبذلك يميز مشروعك عن بقية المشاريع. وبالإضافة إلى ذلك، فإنه يساعد في الحفاظ على وحدة جميع أفراد المشروع وعملهم معاً كفريق على تحقيق الأهداف المشتركة.

وصف المشروع/المجال

يجب أن يبدأ هذا القسم ببيان حول أهداف مشروعك وغاياته، بحيث تحدد فيه ما يفعله المشروع (أو سيقوم بفعله). وهذا هو المكان المناسب الذي تضع فيه معلومات الخلفية التي تتناول تأسيس

المشروع، وملكيته، وهيكله القانوني، وطبيعة مجال العمل، والدور الذي تريد لمشروعك أن يلعبه في هذا المجال. ويجب عليك أيضاً أن تضيف أي بيانات تمتلكها حول التغيرات التي تحدث في السوق والتي ستؤدي إلى زيادة الطلب على ما يعرضه مشروعك. وكما يمكنك أن تتصور، فإن المستثمرين ينجذبون بشدة إلى مجالات النمو الواعدة بصفة خاصة.

وصف المنتج أو الخدمة

اشرح ما تبيعه من خلال مشروعك أو ما تعتزم بيعه، واصفاً منتجاتك أو خدماتك بالتفصيل: سماتها، وجودتها، ومستويات أدائها، ووظائفها، وما إلى ذلك. ومن المهم هنا أن توضح ما يميزها عن المنتجات أو الخدمات التي يعرضها المنافسون، وكذلك الفوائد التي سيحققها العملاء منها. وبعبارة أخرى، ما الذي يجعل منتجاتك أو خدماتك فريدة من نوعها أو يعطيها الأفضلية؟ إذا كنت تستخدم أحد أسرار المهنة (مثل وصفة أو صيغة معينة) أو كنت تمتلك (أو تتوقع الحصول على) براءة اختراع، فاذكر ذلك أيضاً.

البيانات التنظيمية

في هذا القسم، اشرح واجبات ومسؤوليات أفراد المشروع. وضح تماماً من المسؤول عن ماذا (في الإنتاج، والمبيعات، والحسابات، وهكذا) ومن يعمل تحت رئاسة من. وإذا كانت الشركة حالياً مكونة من شخص واحد هو أنت، فاشرح المهام التي ستضطلع بها، واعرض تقديراً لاحتياجات المشروع المستقبلية للموظفين. وإذا كان هناك أي مستشارين أو موظفين خارجيين يساعدونك، فأشر إلى هذا أيضاً. ولكي توضح أكثر طريقة هيكلية المشروع، قم بتضمين خريطة تنظيمية للمشروع في هذا القسم، بالإضافة إلى السير الذاتية التي توضح مؤهلات وقدرات كل موظف من موظفي المشروع.

استراتيجية التسويق

السبب الرئيسي وراء إنشاء أي مشروع هو بيع شيء ما. وهنا تلعب استراتيجية التسويق دورها. والأهداف الرئيسية التي يجب أن يحتويها هذا القسم من خطة المشروع هي:

١. تحديد السوق المستهدف، مع وصف العملاء المحتملين والأسباب التي ستجعلهم يقومون بالشراء.
٢. تقدير حجم السوق الإجمالي وتحديد الحصة التي يمكنك أن تأمل بشكل واقعي في الاستحواذ عليها منه.
٣. وضع هيكل تسعير يضمن لك تحقيق أقصى ربحية ممكنة.

٤. تحديد مزيج الدعاية والإعلان الذي ستستخدمه للترويج لمشروعك.
٥. شرح استراتيجية التوزيع التي ستمكنك من الوصول للعملاء بأكثر الطرق الممكنة كفاءة وفعالية.

وعند عرض تلك الأهداف، حاول أن تكون محدداً بقدر ما تستطيع. اجعل استراتيجية التسويق تعتمد على الحقائق وليس على تفكير متفائل غير واقعي. ويمكنك جمع الكثير من المعلومات التي ستحتاجها لوضع استراتيجيتك من مصادر مثل الكتب، والمجلات، والتقارير الحكومية، والهيئات والجمعيات التجارية، وعمليات البحث والملاحظة الخاصة بك.

التحليل التنافسي

يجب أن يحدد التحليل التنافسي للمشروع اللاعبين الأساسيين في المجال ويوضح كيف يستطيع مشروعك التنافس معهم. ركز على مزايا ونقاط قوة مشروعك (التي ذكرتها في قسم وصف المنتج أو الخدمة) ووضح كيف يمكنك الاستفادة منها في كسب الحصة التي تريدها من السوق. ليس هدفك هنا هو التقليل من شأن المنافسين أو الاستخفاف بهم، وإنما هدفك هو أن توضح (١) العملاء الذين يخفق المنافسون في تلبية احتياجاتهم بصورة مناسبة، إن وجدوا، و(٢) الحدود التي تمنع هؤلاء المنافسين من القيام بما تستطيع شركتك القيام به (مثل أن يكونوا أكبر حجماً مما ينبغي أو يمتلكوا تكنولوجيا عتيقة بالنسبة لما تملكه أنت).

خطة العمليات

هذا هو القسم العملي الأساسي من خطة المشروع؛ الموضع الذي تصف فيه كيفية إنتاج أو تقديم المنتج أو الخدمة للعملاء فعلياً. ويجب أن يحتوي هذا القسم على جميع المعلومات الخاصة بالمباني، والمعدات، والتجهيزات. ويجب عليك أيضاً أن تشرح الوسائل التكنولوجية، والمهارات، والعمليات المطلوبة لإنجاز العمل.

البيانات المالية

وأخيراً يأتي القسم الذي كثيراً ما يعتبر المقرضون والمستثمرون أنه "جوهر" خطة المشروع. يصف هذا القسم البيانات المالية وثيقة الصلة بمشروعك التجاري، بما في ذلك البيانات والتقارير المالية الحالية (إذا كان المشروع قائماً بالفعل)، وكذلك التقدير المتوقع لـ:

- حساب الأرباح والخسائر
- الميزانية العمومية

تلك التقديرات، التي تغطي فترة زمنية تتراوح بين سنة وثلاث سنوات، تهدف إلى تقديم صورة مالية للمشروع توضح الإيرادات، والنفقات، والأصول، والخصوم المتوقعة. والقيام بالعمل اللازم لإعداد البيانات المالية التي تحتاجها أمر يستغرق وقتاً وجهداً وممارسة، ولكنك ستندهش في النهاية من مدى البراعة التي ستكتسبها بعد وقت قصير في "التعامل مع الأرقام". ولتعرف المزيد عن التقارير المالية وكيفية إعدادها واستخدامها، اقرأ الفصلين ٧ و ٨.

موارد التخطيط

هناك عدد ضخم من الموارد التي يمكنك الاعتماد عليها لمساعدتك في البحث، وفي كتابة، وتشكيل خطة المشروع:

الناس. بالإضافة إلى أي شركاء، أو مستثمرين، أو موظفين قد ترغب في إشراكهم في عملية التخطيط، إليك بعض الأشخاص الآخرين الذين يستطيعون المساعدة أيضاً: أصحاب البنوك، المحامون، مستشارو الإدارة، أساتذة التجارة الجامعيون، الموردون، الموزعون. لا تتردد أبداً في طلب المشورة حين تشعر بالحاجة لذلك. فعادة ما يكون الناس مستعدين لمنحها. وكلما كانت الآراء والأفكار التي تستطيع الحصول عليها أكثر، كانت خطتك أفضل.

الأماكن. تشتمل بعض الأماكن التي يمكنك اللجوء إليها للحصول على المعلومات التي تحتاجها حول تخطيط المشروع على: إدارة المشاريع الصغيرة SBA، مراكز تطوير المشاريع الصغيرة SBDC، الكليات المحلية، الغرف التجارية، الهيئات والجمعيات التجارية، المؤسسات المهنية، مجموعات شبكات العمل.

مواقع الويب. لرؤية عينات من خطط المشاريع والوصول إلى قوالب جاهزة للمساعدة في صياغة وتشكيل خطتك الخاصة (باللغة الإنجليزية)، قم بزيارة أحد مواقع الويب التالية: www.bplans.com أو www.sba.gov أو www.paloalto.com أو www.jian.com. ستمنحك تلك المواقع فكرة أفضل عن الصورة التي يجب أن تبدو عليها خطة المشروع وكيف قام أشخاص آخرون بإعداد خطط مشاريعهم.

إرشادات حول التخطيط الناجح

الإرشادات التالية ستساعدك في إتقان عملية التخطيط واكتساب مهارة كبيرة في إعداد، وتحديث، واستخدام خطط المشاريع.

١. خصص وقتاً كافياً للتخطيط بعناية. إدراك الحاجة الماسة إلى التخطيط أمر قد يكون

ببساطة "التسويق". وأياً كانت الحال، إذا كنت تريد لمشروعك النجاح، فعليك أن تخصص قدراً كبيراً من الوقت للتخطيط.

٢. حدد مسبقاً ما ترغب في تحقيقه. ما الهدف من جهود التخطيط؟ إعداد خطة عمل لمشروع جديد؟ تحديث خطة موجودة بالفعل؟ الحصول على التمويل؟ عن طريق تحديد أهدافك المحددة من التخطيط، يمكنك تركيز انتباهك على القضايا أو الأنشطة الأساسية التي تحتاج إلى الاهتمام بها ومعالجتها.

٣. احرص على معرفتك للحقائق الضرورية. المعلومات هي وقود عملية التخطيط. ولكي تقوم بالتخطيط بفعالية، يجب أن تكون معلوماتك صحيحة، ودقيقة، وحديثة، ووثيقة الصلة. يعني هذا معرفة المعلومات الداخلية، مثل الدفاتر المحاسبية، وتقارير المبيعات، والمعلومات الخارجية، مثل اتجاهات المجال وعادات شراء العملاء.

٤. قم بالتنسيق بين جهودك في التخطيط وجهود الآخرين. احرص على أن يعلم كل شخص مشارك في عملية التخطيط ما يقوم به جميع المشاركين الآخرين. لكي تتجنب العمل على أهداف متعارضة - حيث تسعى أنت وراء أحد أهداف التخطيط في حين يسعى أحد الشركاء أو الموظفين وراء هدف آخر - يجب عليك تنسيق الجهود. تلك هي الطريقة الوحيدة للحفاظ على التناغم والانسجام وضمان التوافق بين أهداف المشروع المتنوعة العديدة.

٥. تحل بعقل متفتح. لكي تحقق أفضل النتائج كمخطط، تجنب حبس نفسك في منهج أو أسلوب واحد للتعامل مع مشكلة أو موقف ما. أعط فرصة لوضع استراتيجيات مختلفة عديدة، وتعرف على عدد متنوع من الإجراءات المحتملة التي يمكن القيام بها. وقبل كل شيء، اسمح لنفسك أن تكون مبدعاً. وبدلاً من أن تبدأ بفكرة معينة متصورة سلفاً عما يجب وما لا يجب أن يقوم به مشروعك، خذ الوقت اللازم للتفكير في البدائل الممكنة.

٦. استحث أفكار وآراء الآخرين. لا تتردد أبداً في طلب المشورة ومعرفة وجهات نظر الآخرين. فمع نمو المشروع، ستصبح تلك الآراء المختلفة المتنوعة أكثر وأكثر أهمية. تحقق عملية التخطيط أفضل النتائج عندما يتعاون الأفراد المسؤولون عن إنشاء خطة المشروع مع أولئك الذين سيكونون مسئولين عن تنفيذ الخطة.

٧. راجع خطة المشروع. عندما تنتهي من كتابة خطة المشروع، قم بمراجعتها للتأكد من أنها تصف مشروعك بوضوح وتذكر أهدافك له بشكل ملائم. وقبل تنفيذ الخطة، تأكد من أنها ستساعدك على تحقيق أهدافك.

٨. حدث الخطة. العديد من خبراء الأعمال يوصون بتحديث خطة المشروع كل ستة أشهر. بهذه الطريقة يمكنك أن تعرف ما إذا كانت الخطة مستمرة في تلبية احتياجات مشروعك أم لا.

وعندما تتغير الظروف أو تصبح معلومات جديدة متاحة لم تكن متاحة من قبل، قم بتحديث الخطة وفقاً لذلك.

٩. اجعل الخطة معروفة في شركتك. كثيراً جداً ما يتم الاحتفاظ بخطط المشاريع بعيداً عن الأشخاص الذين يحتاجون بشدة إلى معرفتها من أجل تنفيذها. إن الاحتفاظ بمعلومات ملكية المشروع بعيداً عن أعين المنافسين أمر منطقي؛ ولكن الاحتفاظ بها بعيداً عن أعين رجالك وموظفيك ليس كذلك أبداً. ولكي يسهم الموظفون الأساسيون بمواهبهم وقدراتهم بشكل كامل في المشروع، لابد أن يعرفوا أهدافه وما يتجه إليه وما يؤيده ويدافع عنه.

١٠. استخدم الخطة. الأكثر أهمية على الإطلاق هو أن تستخدم خطة المشروع. فالخطة الملقاة فوق رف مهمل أو المدفونة في خزانة لحفظ الملفات والأوراق لا تفيدك بشيء. فإذا كنت ترغب في أن تكون خطتك بمثابة برنامج عمل حقيقي لمشروع ناجح، يجب عليك وضعها موضع التنفيذ.

قائمة فحص التخطيط

لتقييم فعالية جهود التخطيط التي تبذلها وتحديد المناطق الضعيفة التي تحتاج للعمل على تحسينها، أجب عن الأسئلة التالية.

الإجابة نعم أو لا	قائمة فحص التخطيط
_____	١. هل وضعت مفهوماً واضحاً لما تريد أن يكونه مشروعك؟
_____	٢. هل عرفت أكبر قدر ممكن من المعلومات عن مشروعك ومجال عمله؟
_____	٣. هل لديك المعلومات الضرورية لوضع خطة المشروع (مثل: البيانات المالية، بحوث التسويق، متطلبات الإنتاج)؟
_____	٤. هل راجعت خطط مشروعات أخرى (من تلك المتوفرة على شبكة الإنترنت أو في المكتبة المحلية أو مراكز تطوير المشاريع الصغيرة) لترى كيف تمت كتابتها؟
_____	٥. هل أنت مستعد لتخصيص الوقت اللازم لإعداد خطة المشروع؟

(مستمر)