المحور الثالث:

مراحل تأسيس المشروع المقاولاتي

أولا: إيجاد فكرة المشروع.

1. المراحل الأساسية للبحث عن الفكرة:

1.1 ملاحظة الحياة اليومية : من الأمور الضرورية التي تمكن الأشخاص من إيجاد فكرة مشروع مناسبة هو الحرص على متابعة الأحداث الجارية التي تمكنهم من معرفة اتجاهات السوق واختيار الصناعة والتجارة؛

2.1 شراء حقوق الامتياز: تعتمد هذه الفكرة في تنفيذها على القيام بشراء فكرة مشروع مناسبة هو الحرص على متابعة الأحداث الجارية التي تمكنهم من معرفة اتجاهات السوق وامتياز الصناعة والتجارة.

3.1 شراء حقوق الابتكار: تعتمد هذه الفكرة في تنفيذها على القيام شراء فكرة مشروع صغير قائم بالفعل إلا أنه يعمل في نطاق صغير، وذلك بشراء حقوق الامتياز لهذا المشروع، ويطبقها على نطاق أكبر أو بشكل الضئيل.

4.1 استغلال الفرص: المقصود هو متابعة كافة المشاريع الحالية، ومعرفة تقدمه هذه المشاريع ربع من خدمات أو منتجات، وتحديدها إذا كانت هناك حاجة لمزيد من هذه الخدمات والمنتجات

5.1 تحسين خدمة أو منتوج موجود بالفعل: تعتمد هذه الطريقة على قيام انفراد بالبحث عن خدمات أو منتجات موجودة بالفعل، والتفكير في طريقة مبتكرة لتقديمها بشكل أوضح مما هي عليه، وتعتبر هذه الطريقة من أنجح الطرق أو يرجع ذلك إلى وجود شهرة مسبقة للمنتج وسريعة بيده مشروع ناجح .

6.1 البحث عن الحلول والبدائل: تعتمد هذه الطريقة على البحث عن المشاكل وأبعاد وإيجاد أفضل الحلول لها، حيث يجب على المقاول الباحث عن الفكرة معرفة احتياجات المحيطين والعمل على توفيرها لهم.

2. مصادر الحصول على فكرة من أهم مصادر توليد الأفكار للمشاريع مايلي:

1.2 الخبرة الشخصية : يحصل كثير من الأشخاص غلى أفكار لمشاريعهم نتيجة عملهم في مجال معين فترة من الزمن، فيفكر كثير منهم بالاستقلال وعمل مشروع يتلاءم مع خبرته.

2.2 الهواية : يفكر صاحب الهواية في العادة في مشروع يتعلق بهوايته مثل (رسم – تصميم – صيانة .....الخ).

3.2 الصدفة:فالشخص الذي يمر في منطقة معينة باحثاً عن مخبر أو سوبر ماركت ولا يجده في هذه المنطقة إلا بعد مسافة بعيدة يفكر في مشروع المخبر أو السوبر ماركت، أو الذي يسمع من صديق له عن مشاريع معينة في خارج البلاد يقبل عليها الناس بكثرة، مثل التجمعات التجارية، قد يفكر في عمل مجمع تجاري.

4.2 البحث : ويتم من خلال البحث عن فكرة مميزة قابلة للتنفيذ.

3. طرق انشاء فكرة : توجد العديد الطرق من أجل انشاء فكرة لمشروع ، من أهمها :

1.3 طريقة العصف الذهني : يعرف انه وسيلة ذهنية للحصول على اكبر عدد ممكن من الافكار من مجموعة معينة خلال زمن معين ، بغية حل مشكلة بطريقة ابداعية او ابتكار فكرة جديدة ، ويعد العصف الذهني أحد اساليب تحفيز التفكير والابداع ، ويستخدم كأسلوب للتفكير الجماعي ، فهو عبارة عن وضع الذهن في حالة من الإثارة و الجاهزية لتوليد أكبر عدد ممكن من الأفكار في محاولة للحصول على افكار جديدة.

2.3 طريقة حلقات النقاش :وفي هذه الطريقة يجتمع حوالي 03 الى 12 فرد في شكل حلقة نقاش من اجل تقديم افكار جديدة حول المنتجات الموجودة او حل مشكل موجود على مستوى منتجات المؤسسة ، فهذه الطريقة تختلف عن الاول في انها اقل بعدا ولكن عملية أكثر.

3.3 طريقة اسلوب تحليل المشاكل :يعتبر هذا الاسلوب من الطرق التي تمكن من توليد أفكار جديدة من خلال مجموعة من الافراد تناقش مشكلة ما تتعلق بمنتج او خدمة قائمة ،وهنا يتم إدراج البيانات والمعلومات المتحصل عليها من مستهلكي هذا المنتج او الخدمة حول انواع المشاكل التي تخص احدهما.

ثانيا: صياغة الخطة.

قبل صياغة الخطة أولا يجب جمع المعلومات الضرورية لذلك.

1. مرحلة دراسة السوق والبحث عن المعلومات :

ان دراسة السوق فهي وسيلة لجمع المعلومات التي تستخدم كأساس في تحديد الخطة وتتضمن هذه الاخيرة عملية جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها ،مما يؤدي في الاخير إلى التمكن من تحديد العناصر التالية :

- تحليل المحيط الكلي للمؤسسة الذي يشمل المحيط الاقتصادي والقانوني.

-وصف السوق من خلال تحديد حجمها وتقسيمها بين مختلف فئات المستهلكين وبين مختلف العلامات المتواجدة .

- تحديد الطلب والمبيعات المحتملة لمنتوج المؤسسة.

- دراسة المستهلكين من خلال سلوكهم وبصفة عامة سيرورتهم في الشراء.

- دراسة التوزيع من خلال القنوات المستعملة ومواقف المستهلكين حسب هذه القنوات وتحديد استيراتيجيات التوزيع ، ويتم ذلك من خلال تحليل استراتيجياتهم و ايضا تحليل عرضهم ونتائجهم .

2.مرحلة البحث عن التمويل: يمكن التمييز بين نوعين من مصادر التمويل .

1.2 **أموال خاصة :** تتكون من الأموال الشخصية التي يحصل عليها صاحب المشروع من خلال علاقاته مع المحيط مثل العائلة والأصدقاء إضافة إلى مساهمة الشركاء. يكون هذا الجزء من الأموال ضروري في مرحلة الانطلاق والنمو وهو أيضا عامل مهم لأن المساهمة الشخصية تترجم ثقة صاحب المشروع في مشروعه.

والمساهمة الخاصة مهمة لكنها غالبا ما تكون غير كافية خاصة في مرحلة النمو. لهذا فيكون صاحب المشروع مجبر على البحث عن مصادر إضافية من الأموال.

2.2**التمويل الخارجي:** لقد ذكرنا بأنه ينبغي على المقاول ضمان أدنى من الأموال الخاصة من أجل انطلاق مشروعيه، ولكنه في الحقيقة ينبغي أن يقوم بالتحضير الطلب تمويل خارجي وتتوقف قدرة صاحب المشروع على الحصول على أموال خارجية على مايلي:

(حجم الأموال المطلوبة- المردودية - القدرة على التسديد (تتمثل في قدرة المؤسسة على تسديد ديونها))

3. **مرحلة اعداد مخطط أعمال:**

*مخطط أعمال هو عبارة عن وثيقة تقديرية تحضر من طرف منشىء المؤسسة، والتي تدل بصفة تفصيلية على محتوى المشروع واستراتيجية تطويره، والنمو لرقم الأعمال، والنتائج المستقبلية، وخاصة حاجات التمويل في الأشهر القادمة، أي أن مخطط الأعمال يظهر الرؤية الاقتصادية والمالية للمؤسسة.

ثالثا : تجسيد المشروع المقاولاتي.

1. مرحلة تحديد الجوانب القانونية للمؤسسة (أشكال):

يعتبر اختيار الشكل القانوني للمؤسسة من أهم القرارات الواجب اتخاذها من طرف المقاول. نظرا لتأثيره الكبير على المؤسسة وعند اتخاذ شكل الملكية بمعيار التقسيم نجد أن الأشكال القانونية للمشاريع الاقتصادية تنقسم إلى قسمين أساسيين وهما المؤسسات الفردية والشركات :

1.1 مؤسسات فردية :تعتبر المؤسسة الفردية من أنسب الأشكال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك لبساطة وسرعة تكوينها وإشهارها. كما أنها لا تحتاج إلى رأس مال ضخم وتعد من بين أكثر الأشكال شيوعا في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

2.1 **الشركات :**تنقسم الى :

- **شركة الاشخاص :**تضم كل من شركة التضامن وشركة التوصية البسيطة

- **شركةالأموال :**تضم كل من شركة المساهمة ، شركة التوصية بالأسهم و شركة المساهمة ذات المسؤولية المحدودة .

2.تحديد استراتيجية المشروع المقاولاتي:

يجب على صاحب المقاولة أن تكون له إستراتيجية واضحة يمكن الوصول إليها في خطوات بسيطة وهي كما يلي :

1.2 تحديد المهمة الأساسية: يجب أن يكون مالك المشروع محدد المهمة مسبقا وتكون له رؤية مستقبلية واضحة .

2.2 تحديد القدرات الذاتية والميزة التنافسية:

يقصد بها ما يستطيع المشروع تقديمه أفضل من منافسيه في السوق؛ وذلك بتقديم خطة أو منتج ويكون فكرة مبتكرة تتيح له الفرصة الولوج للسوق بجودة أفضل وبسعر منخفض وغيرها من الميزات .

3.2 تحليل بيئة المشروع المقاولاتي:

من بين التحاليل المهمة لأي مشروع مقاولاتي سواء كان صغيرا أو متوسطا هو تحليل (SOWT) لأنه يساعد على تعزيز المشروع (المقاولة) واستدامته في السوق؛ مما يساعد على تطوير العمل بطريقة صحيحة وبفوائد أكثر؛ ويجعل صاحب العمل يهتم فقط بالإستراتيجية العاملة للمشروع حتى يتميز على باقي المنافسين في السوق.

3.عملية تجسيد المخطط :

إن انطلاق الأنشطة يكون بمجرد انطلاق المؤسسة وعليه لابد من تجسيد كل الالتزامات من طرف منشئ المؤسسة وشركائه.

هذه المرحلة تنطلق من الانشاء القانوني للمؤسسة وإلى غاية بلوغ نقطة التوازن أو عتبة المردودية للمؤسسة أين تكون التكاليف مساوية تماما لرقم الأعمال.

في بعض الاحيان قد يتطلب الامر سنوات من العمل ما يتطلب متابعة مستمرة للاعمال وتطبيق قواعد تسيير صارمة نستطيع تلخيصها ب : (مراقبة والتحكم في الأسعار أي سعر التكلفة- مراقبة مستوى المخزون - إدارة الجودة)

والهدف الأساسي هنا هو تفادي الفوارق المهمة و الانحرافات بين الانجازات والتوقعات وفي حالة ما تكون انحرافات لا يمكن تفاديها لابد من القيام بالإجراءات التصحيحية.

لإنجاح انطلاق الأنشطة لابد من(البحث عن الزبائن و الطلبيات- -امتلاك لوحة قيادة مع مؤشرات لقيادة المؤسسة الناشئة- الاستخدام الجيد للموارد - تصحيح الإستراتيجية كلما اقتضى الامر ذلك).