المحاضرة الثالثة:

عوامل نجاح المشاريع المقاولاتية

إن نجاح المشاريع المقاولاتية مرتبط بالعديد من العوامل، يمكن تلخيصها كما يلي:

1-اختيار الفكرة:

1-1-شروط الفكرة الاستثمارية:

يعتمد نجاح فكرة إنشاء مؤسسة مقاولاتية على عدة عوامل، فالفكرة الاستثمارية قد تكون من حيث المبدأ جيدة ومبتكرة ولكنها غير قابلة للتنفيذ، وحتى تكون قابلة للتنفيذ لا بد ان تتماشى مع الحقيقة السوسيو اقتصادية، وهو ما يطلق عليه بالفرصة الاستثمارية.

وعليه فان الفكرة الاستثمارية يجب أن تتوفر لها موارد مادية وبشرية من أجل استغلالها، كما لا ب على المقاول قبل تنفيذ الفكرة القيام بتحليل استراتيجي للبيئة الداخلية بمختلف أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وأيضا للبيئة الخارجية، لمعرفة مدى إمكانية الفكرة للتطبيق.

1-2-الدراسة الاستراتيجية للفكرة الاستثمارية:

للتفكير والتحليل الاستراتيجي دورا مهما في انشاء المؤسسات، وهو عنصر أساسي في شخصية المقاول، إنطلاقا من التصور الاستراتيجي الذي يعبر عن وضعية المؤسسة في المستقبل، بعد تحليل عناصر البيئة الخارجية بما فيها من فرص ومخاطر، وتحليل مكونات البيئة الداخلية بما فيها من نقاط قوة ونقاط ضعف، وانتهاء بالتحليل الاستراتيجي لنشاط المؤسسة.

1-3-تحليل البيئة الداخلية:

يقصد بها القيام بتقييم عميق للمميزات المتعلقة بالمشروع الاستثماري، والتي تدخل ضمن سلطة صاحب المشروع أو من الممكن له الحصول عليها عند التأسيس، ويهدف التحليل الداخلي إلى قيام صاحب المشروع الجديد بتحديد نقاط قوته، ونقاط ضعفه، ليستخدمها في نوع المشروع المناسب لقدراته المادية والشخصية، ولتحديد خصائصه المهمة.

1-4-تحليل البيئة الخارجية:

يتوقف نجاح المؤسسة الجديدة على دراسة وتحليل العوامل البيئية المؤثرة، ومحاولة الاستفادة من اتجاهات هذه العوامل ودرجة تأثير كل منها على المؤسسة، حيث تساعد دراسة وتقييم عناصر البيئة الخارجية فيما يلي:

* تحديد سمات الجماهير التي يتعامل معها المشروع، وذلك من خلال الوقوف على أنماط القيم والتقاليد السائدة والأولويات.

* تبيان علاقة التأثر والتأثير بالمؤسسات المختلفة، وكل المتعاملين الاقتصاديين مع منتجات وأنشطة المؤسسة.

* تحديد الأهداف التي يجب السعي إلى تحقيقها، ونطاق هذه الأهداف سواء على مستوى الأهداف الاستراتيجية، أو الأهداف العملية.

* بيان الموارد المتوفرة وكيفية الاستفادة منها، وكيفية استفادة المنظمة منها.

* تحديد نطاق السوق المتوقع ومجالات المتاحة أمامها، وما تعلق بالسلع والخدمات، وطرق منافذ التوزيع وأساليب شروط الدفع، والقيود المفروضة على المشروع سواء قانونية أو أخلاقية.

* تشخيص أنماط السلوك الإنتاجي والاستهلاكي للأفراد والمنظمات الذين يمثلون قطاع عملاء المشروع، مما يساعد على تحديد خاصيات المنتجات والأسعار وخصائص الإنتاج وكذلك التسويق.

وبالتالي التحليل البيئي الخارجي هو حصر الفرص والمخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المشروع الجديد في حالة تجسيده على أرض الواقع، نتيجة للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والقانونية والسياسية.