الفصل الخامس :الخطه الاستراتيجية/ خطة الأعمال للمشروع الريادى

مقدمة

يبدو أن اختيار نوعية المشروع من البداية أشبه بموقف السائق الذى يقود السيارة على الطريق وعليه أن يحدد اتجاه السير قبل أن يتحرك حتى لايضل الطريق. وبالمثل على رائد الأعمال أن يعرف كل شىء عن مشروعه ويرسم شكله في المستقبل والظروف التى سيواجهها، وأسلحته التى سيواجه بها هذه الظروف، بالإضافة إلى الوسائل التى تميزه عن غيره من المشروعات المنافسة... إلخ ، فكل شىء لابد أن يكون واضحاً من البداية، بمعنى آخر هناك حتمية لإعداد خطة استراتيجية شاملة للمشروع الريادى.

أولا: تعريف الخطة الاستراتيجية العامة للمشروع الريادى

هى مستند رسمي مكتوب تعد بواسطة رائد الأعمال أو من خلال أساتذة الإدارة المحترفين في هذا المجال. ويجب أن توضح الخطة كافة التفاصيل الخاصة بالمشروع المقترح، والهدف الأساسي من إعدادها هو وضع تصور كامل عن المشروع. وتشمل الخطة جميع البنود والمتغيرات الداخلية والخارجية المرتبطة ببدء واستمرارية مشروع جديد ومستقبله، كما تتضمن مجموعة من الخطط الوظيفية للمشروع كالتسويق، والتمويل، والإنتاج، والموارد البشرية .

على رائد الأعمال تلخيص كل ما سبق في شكل خطة استراتيجية / خطة أعمال شاملة. ولكي نتبين أهمية الخطة العامة للمشروع الريادى، علينا أن نتخيل أننا سنقدم هذه الخطة للبنك حيث إنه عادة ما يحتاج المشروع إلى أموال إضافية غير الأموال المتاحة لديه. والمصدر الوحيد هو الاقتراض من البنك، ولن يستطيع البنك إقراض هذا المشروع إلا إذا اطمأن أن لدى رائد الأعمال خطة استراتيجية كاملة تحدد ما سيقوم به المشروع الصغير بالتفصيل، ومدى وجود سوق لمنتجاته وخدماته، وما يميزه عن المشروعات الموجودة فعلا في السوق، ومميزاته التنافسية، وإيراداته ومصروفاته المتوقعة، وخطته في دفع الأموال المقترضة وفوائدها. ويلاحظ أنه بالنسبة لأصحاب المشروعات الذين لن يحتاجوا إلى اقتراض من البنك يستفيدون هم أيضً من الخطة العاملة للمشروع حيث إنها تجبر صاحب المشروع على الإجابة عن الأسئلة الصعبة التى ستواجهه في المستقبل من الآن مثل:

- **إلى أين أنا ذاهب كصاحب مشروع؟ وما الذى أرغب في تحقيقه؟**
- **كيف سأصل إلى ما أريد؟**
- **ما المشاكل وما الفرص التى ستواجهني في الطريق؟**
- **كيف سأتعامل مع هذه المشاكل وهذه الفرص؟**

تعد الخطة العامة بمثابة خارطة طريق توضح الطريق لصاحب المشروع، فهى -ككل الخطط - قد تحدث كما خطط لها، أو أن هناك انحرافات ستقع. وعموم فإن الخطة تجبر الفرد على التفكير في المشاكل التى يمكن أن تحدث وتجهيز حلول لها، وبالطبع يمكن تعديلها إذا اقتضت الظروف ذلك. وعلى صاحب المشروع أن يتذكر أنها خطته هو لأنه مشروعه هو، مع الأخذ في الاعتبار أن الهدف من الخطة هو تطبيقها. بمعنى آخر أننا لا نعد خطط لتبدو جميلة فقط، بل لابد لرائد الأعمال أن يطبق خطته هذه لأنها هى التى ستحدد نجاح المشروع من عدمه.

ثانيا: مزايا إعداد الخطة الاستراتيجية العامة للمشروع الريادى

تم فحص وتتبع أداء المشروعات والمنظمات الناجحة وغير الناجحة للتعرف على أنماط السلوك التى تميز كلاً منها. وقد أدى ذلك إلى الخروج بمجموعة من الفروق تميز المنظمات مرتفعة الأداء عن مثيلاتها منخفضة الأداء. ويشير سلوك المشروعات الريادية والمنظمات الناجحة أنها تتسم بما يلى:

(1) الرؤية الواضحة والمحددة للمستقبل

في المشروعات التى تحقق أداء مرتفعاً، نجد أن هناك إحساساً واضحاً باتجاه المشروع في المستقبل، فلدى رائد الأعمال وموظفيه رؤية واضحة عن اتجاه مشروعه في المستقبل ولماذا تم اتخاذ هذا الاتجاه. ولابد أن يكون لرائد الأعمال رؤية واضحة عن مستقبل مشروعه، فلا يحقق المرء في واقع الناس إلا ما حلم به وتمناه في عقله أولاً.

وفي المقابل، تجد أن الإدارة في المشروعات التى تحقق مستوى أداء منخفض ليس لديها إجابة واضحة للسؤال التالى: "إلى أين يتجه المشروع في المستقبل؟ ولماذا؟ وعلى هذا فاتجاه المشروع وتصوره للمستقبل غير واضح وغير محدد وموضوع في ذيل قائمة أولويات الإدارة، وهنا لابد أن ينحرف المشروع، وربما يفشل ويخرج من السوق.

(2) المبادرة وتوليد الأفكار النابعة من رغبات وحاجات المستهلك

تتميز المنظمات والمشروعات الناجحة بوفرة الأفكار الإبداعية التى تتولد من واقع المحاولات المستمرة والناجمة عن الاتصال والاحتكاك الدائم والمعرفة بالعملاء وسلوكهم، واتجاهات السوق والفرص التسويقية المتاحة.

وفي المقابل تتميز المنظمات والمشروعات منخفضة الأداء بأن إدارتها ليست موجهة بحاجات العملاء أو بالبحث عن الفرص التسويقية الجديدة، وتنحصر موهبة الإدارة ومقدرتها فقط في رد الفعل لاتجاهات السوق وليس أخذ زمام المبادرة، فالإدارة تخاف عادة من تجربة الأفكار الجديدة خوف من الفشل.

(3) وجود خطة استراتيجية محددة

لدى الإدارة في المشروعات مرتفعة الأداء خطة استراتيجية واضحة لتحقيق الأداء المالى الفعال والمركز التنافسى القوى. وتركز الإدارة على خلق ميزة تنافسية. أما المشروعات منخفضة الأداء، فتتسم إدارتها بالاستغراق في المشاكل الداخلية، ولا تطور قدرتها على المنافسة، وعادة ما تركز على تبرير الأخطاء والاستهانة بمقدرة المنافسين والمبالغة في إمكانياتها

(4) التركيز على تحقيق النتائج المحددة سلفاً

تركز المشروعات مرتفعة الأداء على تحقيق النتائج والإنجازات ، فأداء الوظيفة الإدارية بكفاءة يعنى تحقيق الأهداف المخططة في الوقت المناسب. وتركز هذه المشروعات على تشجيع ومكافأة وتحفيز الأداء الشخصى للأفراد الذى يحقق النتائج المرجوة. أما المشروعات منخفضة الأداء، فلديها أعذار جاهزة للأداء المنخفض، والتى تعزوها دائما إلى عوامل خارجة عن نطاقها تحكمها (كالكساد، وركود الطلب، والمنافسة الحادة، وارتفاع التكاليف). وفي هذه المنظمات يصنف الأداء العادى على أنه إنجاز عظيم، ولا يوجد تقدير للحافز الشخصى.

(5) التطبيق الدقيق للاستراتيجية هو أهم مسئوليات الإدارة

يكون الشغل الشاغل في المشروعات مرتفعة الأداء هو تطبيق الاستراتيجية المختارة في ضوء ما هو مخطط وفي ضوء الإمكانيات والمقدرة الداخلية للمشروع على أن يتم ذلك بعناية وبدقة. أما في المشروعات منخفضة الأداء، فيكون التركيز على النواحى البيروقراطية في الإدارة، حيث إن أغلب وقت الإدارة يكون ضائعاً في مراجعة الدراسات، التقارير، الاجتماعات وإعداد المذكرات والإجراءات الإدارية.

ويوضح العرض السابق أن المشروعات الناجحة ذات الأداء المرتفع تدار طبقا للمبادئ العلمية، ولديها خطة أعمال استراتيجية كما سبق وأن أوضحنا في الفصل الأول، والعكس بالنسبة للمشروعات غير الناجحة ومنخفضة الأداء حيث تظل الميزة الأساسية من إعداد الخطة الاستراتيجية هى إجبار صاحب المشروع على التفكير وتحليل المشروع من كافة جوانبه، وإعداد خطة واضحة للتعامل مع المفاجآت التى من الممكن أن تحدث في المستقبل.

ويستطيع صاحب المشروع الاستفادة من معاونيه في إعداد هذه الخطة، أو الاستعانة باستشاريين متخصصين يساعدونه في إعدادها، لكنه يظل هو القوة المحركة لهؤلاء لأنه هو المستفيد الأول من إعداد هذا التصور المتكامل. وهناك عموما مجموعة من المزايا التى يحققها إعداد هذه الخطة وهى:

أ- أن الوقت، والجهد، والبحث المطلوب لإعداد الخطة يجبر رائد الأعمال على الإحساس بالمشروع، ومعايشته، والنظر إليه، ومناقشته بموضوعية ودقة من خلال الدخول في كافة التفصيل.

ب- إن التحليل الاقتصادي، والتنافسي، والمالي الذى يتم لإعداد الخطة يفيد رائد الأعمال غير المتخصص، ويساعده على التأكد من مدى نجاح مشروعه.

ج- طالما أنه يتم دمج كل الأبعاد الخاصة بالمشروع داخل الخطة، فإن رائد الأعمال يستطيع تطوير وإعداد الخطط والاستراتيجيات اللازمة، وتوقع النتائج التى يمكن أن يحققها المشروع.

د- تجبر الخطة العامة رائد الأعمال على وضع أهداف كمية لابد من تحقيقها، وتعتبر دافعا له كى يحققها ويراقب الأداء على أساسها، وأيضا تتم محاسبة وتوجيه العاملين لتحقيقها من خلال مقارنتها بما يتحقق.

ه- تتيح الخطة أداة للاتصال مع العالم الخارجي (البنوك مثلاً) كما أنها أداة الاتصال الأساسية مع العاملين داخل المشروع.

ثالثا : محتويات الخطة العامة للمشروع الريادى

هب أنك ذاهب لإقناع أحد زملائك لمشاركتك في مشروعك الريادى، أو أنك ذاهب إلى بنك كى تستكمل منه رأس المال المطلوب، فإن هناك محتويات محددة لابد أن تتضمنها الخطة كى تقنع هذه الأطراف بالموافقة. وعلى هذا لابد أن يتوافر في الخطة العامة للمشروع خاصيتان هما: أن تكون منظمة ومرتبة، وأن تكون كاملة وشاملة.

وتتضمن الخطة العامة للمشروع عشرة عناصر رئيسة لابد من توافرها وهى:

(1) **ملخص للمشروع** ويسمى أحياذ الملخص التنفيذي والذي يتضمن عرض مختصر للمشروع. ويجب أن يتم كتابته بعناية على أن يبرز أهم ملامح الخطة العامة للمشروع مثل الخصائص الأساسية للمشروع، أهم النقاط والنتائج التسويقية للمشروع، نتائج المشروع المتوقعة. والهدف الأساسي من هذا الملخص هو فتح شهية الطالب إلى مزيد من المعلومات عن المشروع. ويجب أن يتم الإجابة عن كل الأسئلة الأساسية الخاصة بالمشروع وهى: ما المشروع؟، كيف سيتم العمل به؟، لماذا هذا المشروع بالذات، أين يقع المشروع؟، وعموم يتم كتابة هذا الجزء بعد الانتهاء من الخطة.

(2) **وصف عام للمشروع:** يتضمن هذا الجزء وصف أكثر تفصيلاً للمشروع مع تاريخ المشروع إن وجد والصناعة التى يعمل فيها. ويتضمن هذا الجزء المنتج أو الخدمة التى يقدمها المشروع ومواصفاتها وقيمتها وأهميتها بالنسبة للعميل، والمعايير التى يرغب في تحقيقها .

(3) **التسويق** ينقسم هذا المكون إلى جزئين: الأول يتعلق بالبحوث التسويقية التى أجريت على المشروع وتحليلها، ويجب أن يحدد السوق المستهدفة الذى سيتم فيها بيع منتجات المشروع، والشريحة من المجتمع التى يستهدفها، مع التركيز على من سيقوم بتوزيع هذا المنتج أو الخدمة. ويجب أن تحدد الحصة السوقية التى سيحصل عليها المشروع، مع وصف تفصيلي للمنافسة داخل هذه الصناعة وكيف سيكون المشروع أفضل من منافسيه.

أما الجزء الثاني داخل هذا القسم، فيتناول إعداد الخطة التسويقية، وتعتبر من أهم أركان الخطة العامة، ويتم فيها تناول الاستراتيجية التسويقية للمشروع، ومدى إشباع المنتج أو الخدمة لحاجة حقيقية في السوق، وأسلوب التوزيع والبيع، والتسعير، والترويج. باختصار يجب أن يقنع هذا الجزء المستثمر أن توقعات المبيعات ستتحقق وسيستطيع هذا المشروع مواجهة المنافسة.

(4) **البحوث والتطوير**، يجب أن يتضمن هذا الجزء جهود التصميم التى أدت إلى المنتج إذا كان صاحب المشروع هو الذى قام بها، أو وصف التكنولوجيا المستخدمة وأوجه تطويرها في المستقبل وتكاليف البحوث والتطوير.

(5) **التصنيع:** وفيه يتم تحديد مبررات اختيار الموقع المثالي للمشروع، ومدى قربه من الموردين ومن وسائل المواصلات، ومدى توافر القوى العاملة في المناطق القريبة منه. مع تحديد تكاليف الآلات والمعدات والمباني وتكلفة الإنتاج والتصنيع.

(6) **الإدارة:** حيث يحدد من سيدير هذا المشروع وقدراته العلمية، حيث إن وجود فريق الإدارة المحترف هو أحد أساسيات إنجاح أى مشروع، ويجب تحديد الشكل القانوني، كيفية تحفيز فريق الإدارة، أسلوب الإدارة، الاستشاريين الذين يتعامل معهم المشروع وأسس اختيارهم. وخبراء فريق الإدارة، والهيكل التنظيمي للمشروع.

(7) **درجة وأنواع المخاطر:** يجب تحليل المخاطر التى يتعرض لها المشروع وقد يستعان باستشاريين لحساب هذه المخاطر وتحديد كيف يمكن مواجهتها (تخفيض الأسعار بواسطة المنافسين مثلاً – ماذا سنفعل لو لم نستطع تحقيق المبيعات المتوقعة... إلخ).

(8) **التخطيط والتنبؤ بالموقف المالي:** والذى يتم التوصل إليه من خلال تقدير الإيرادات المتوقعة للمشروع وكذلك المصروفات. باختصار يتم ترجمة الخطة العامة للمشروع إلى قوائم مالية مختلفة مثل الموازنة النقدية وقائمة الدخل التقديرية والموازنة الاستثمارية التقديرية، وتفيد هذه الموازنات في الرقابة على الأداء.

(9) **رسالة المشروع:** وهى عبارة عن غرضه الأساسى والفريد الذى يميزه عن غيره من المشروعات التى تعمل معه في نفس المجال ، كما تحدد مجال عمليات المشروع في شكل منتجات أو خدمات تقدم وأسواق يتم خدمتها. وتتكون الرسالة من ثلاثة مكونات أساسية وهى:

أ- **اسم المشروع** والذى لابدأن يعكس مجال النشاط الذى يعمل فية المشروع، فشركة المقاولون العرب يمكن فهم مجال عملها من اسمها، وشركة "مايكروسوفت" يفهم من اسمها أنها تعمل في البرمجيات. ولابد من حسن اختيار الاسم لأنه سيظل مع المشروع طيلة حياته (يمكن معرفة مدى أهمية الاسم وذلك عندما نسمى أولادنا) فالاسم لابد أن يكون له معنى ومحفز ويعكس مجال عمل المشروع.

ب- **شعار للمشروع**، وهو عباره عن كلمة أو جملة تلخص سبب وجود المشروع، فشركة HP شعارها كلمة Invent، وهو يعنى أن سبب وجود الشركة أن تخترع، وليس الربح؛ لأن الإبداع هو الذى سيحقق الربح في النهاية وليس العكس.

ج- **رسالة مكتوبة** توضح الالتزامات والمبادىء التى ستحكم المشروع في التعامل مع كل أصحاب المصالح.وموثقة ومنشورة

ويمكن الإحساس بعملية صياغة رسالة المشروع إذا فكرنا في مشروع جديد عند إنشائه. فعادة ما تكون فكرة المشروع في ذهن صاحبها مكونة مما يلى:

- المنتج أو الخدمة التى سيقدمها، ولا بد أن تقدم بطريقة مبتكرة وبقيمة تفوق السعر الذى سيدفعه العميل.
- أن يملأ هذا المنتج فراغ ويسد حاجة غير مشبعة لدى العميل.
- أن يعتمد تقديم هذا المنتج على تكنولوجيا مميزة.
- تحديد الفلسفة التى ستحكم إدارة هذه الشروع في عمله وتعامله مع كل من له مصلحة في وجود هذا المشروع أو ما يطلق عليهم أصحاب المصالح.
- وضوح رسالة المشروع للعاملين بنفس درجة الوضوح لدى صاحبها، ونفس الأمر بالنسبة لباقى أصحاب المصالح الأخرين المتعاملين معها.

وتعتبر عملية صياغة الرسالة عملية صعبة، وتستغرق وقتا طويلا لكنها ضرورية لأنها توفر للمشروع ما يلى:

- الاتفاق على غرض المشروع ورسالته الأساسية، وسبب وجوده من قبل كل الأطراف الداخلية والخارجية التى لها مصالح في استمرارية هذا المشروع.
- توفير أساس جيد للتحفيز وبلورة الأهداف وتخصيص الموارد بكفاءة .
- بناء وتوفير لغة واحدة ومناخ مناسب داخل المشروع.
- تحديد من سيظل يعمل داخل المشروع لتحقيق رسالته، ومن سيشعر أنه غير قادر على الأداء داخل هذا المشروع في ضوء معاييره وقيمه

(10) **الملاحق:** ويتضمن هذا الجزء الشكل القانونى للمشروع، السيرة الذاتية لمن سيديره، بالإضافه إلى معلومات مهمة أخرى لم تدخل ضمن أى من البنود التسعة السابقة، بما يدعم خطة المشروع.

ويوضح الجدول التالى (1-5) إطار متكاملا لخطة مشروع ريادى صغير، وموقف رائد الأعمال من هذه الخطة، بمعنى مدى تغطية الخطة للمكونات المدرجة في الإطار.

مكونات الخطة	هل تم تغطية هذا البند ضمن الخطة	هل الإجابة واضحة (نعم – لا)	هل الإجابة كاملة (نعم – لا)
1- الملخص التنفيذى.			
2- وصف مجال النشاط			
أ- ما المجال الذى تخطط أن تدخله؟			
ب- ما المنتجات أو الخدمات التى ستقدمها إلى السوق؟			
ج- ما شكل الفرص الاستثمارية (جديدة – أمتداد لفكرة- موسمية – طول العام)؟			
د- ما إحتمالات نجاح الفرص الاستثمارية؟			
ه- ما احتمالات النمو؟			
و- ما مدى تفرد هذه الفرصة Unique؟			
3- التسويق			
أ- من هم العملاء المرتقبون (الشريحة التى ستشترى السلعة)			
ب- ما الحاجات التى سوف يشبعها المنتج؟			
ج- ما حجم السوق الذى ستبيع فيه (كبير – متوسط – صغير)؟			
د- من هم المنافسون الأساسيون؟ وما مدى إمكانيات نمو حجم أعمالهم؟			
ه- كيف سيتم توزيع منتجاتك؟			
و- كيف سيتم الترويج للمبيعات؟			
ز- ما الحصة السوقية التى تتوقعها؟			
ح- كيف ستسعر المنتج أو الخدمة؟			
ط- ما الاستراتيجية الإعلانية والترويجية المقترحة؟			
4- البحوث والتطوير			
أ- هل تم وصف التصميم الخاص بالسلعة جيد ؟			
ب- هل استعنت بأى مساعدة فنية من الخارج؟			
ج- ما البحوث التى تتوقع أن تحتاجها؟			
د- هل تكاليف البحوث والتطوير التى ستتحملها معقولة؟			
5- عملية الإنتاج والتصنيع			
أ- أين سيقع المشروع؟			
ب- لماذا تم اختيار موقع المشروع في هذا المكان بالذات والمبررات؟			
ج- هل تم تحديد احتياجات عمليات الإنتاج (الآلات – التسهيلات)؟			
د- من هم الموردون الأساسيون؟			
ه- ما وسائل النقل التى ستحتاجها؟			
و- ما مدى توافر القوى العاملة التى تحتاجها؟			
ز- هل تم حساب تكلفة الصنع؟			
6- الإدارة			
أ- ما رؤيتك وطموحاتك المستقبلية للمشروع Vision؟			
ب- ما رسالة المشروع Mission ؟			
• اسم المشروع			
• شعار المشروع			
• رسالة المشروع المكتوبة			
ج- من الذى سيدير المشروع؟			
د- ما المؤهلات التى تبرر ترشيح هذا الشخص للإدارة؟			
ه- ما عدد العاملين الذى ستحتاجهم؟ وماذا سيفعلون؟			
و- ما خططك الخاصة بالمرتبات والحوافز؟			
ز- من هم الاستشاريون والمتخصصون الذين ستحتاجهم؟ ولماذا؟			
ح- ما الشكل القانونى الذى ستختاره للمشروع؟ ولماذا؟			
ط- ما التصاريح وحق المعرفة Licenses التى ستحتاجها؟			
ي- ما التشريعات التى ستؤثر على مشروعك؟			
7- المخاطر			
أ- ما المشاكل المتوقعة التى تتوقع أن تحدث؟			
ب- ما العقبات التى من الممكن أن تعترض المشروع؟			
ج- هل تم حساب هذه المخاطر؟ وما أساليب مواجهتها؟			
8- التمويل			
1- ما رقم الربح المتوقع الشهري؟ الربع سنوي؟ للسنة الأولى؟ للسنة الثانية والثالثة؟			
2- ما المصاريف التى سوف تتحملها حتى تفتح هذا المشروع وتبدأ الإنتاج؟			
3- ما التدفقات النقدية الشهرية خلال السنة الأولى؟			
4- كم تبلغ مصروفاتك واحتياجاتك الشخصية الشهرية؟			
5- ما حجم المبيعات الذى يحقق لك أرباح خلال السنوات الثلاث الأولى؟			
6- ما حجم الأصول وحجم الخصوم وحق الملكية في اليوم السابق مباشرة لافتتاح المشروع؟			
7- ما احتياجاتك المالية الكلية؟ وما المصادر التي ستلجأ إليها؟			
8- كيف ستسدد الأموال التى حصلت عليها من المقرضين والمستثمرين؟			
9- المعايير والأهداف والتوقيتات			
أ- ما توقيت افتتاح المشروع؟			
ب- هل تم وضع أهداف كمية محددة لهذا المشروع؟			
ج- هل وضعت مواعيد للانتهاء من مراحل المشروع المختلفة؟			
10- الملاحق			
أ- هل أرفقت أى رسومات أو تقارير أو وثائق تعضد الخطة؟			
ب- هل هناك أسماء أو مراجع أو مصادر فنية يجب وضعها في الخطة؟			
ج- هل هناك أى وثائق داعمة أخرى؟			
ما مدى قوة السيرة الذاتية للذى سيتولى الإدارة وللشركاء.			

وربما يلاحظ الطالب حجم المتطلبات والتفاصيل الصعبة التى تحتويها الخطة الاستراتيجية للفكرة أو المشروع المقترح والتى تحتاج الى علم واحتراف لإعدادها، وربما تطرق إلى الذهن أن هناك آلافًا من المشاريع بل الملايين التى تبدأ عملها في العالم دون الدخول في كل التفاصيل وكل هذا الجهد؟ والإجابة هى:

أ- أن أغلب المشاريع التى لا تطبق ذلك تفشل وتغلق أبوابها وتصفى أنشطتها. فعلى سبيل المثال يبلغ عدد المشروعات الصغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية 630000 مشروع سنويًا، ويتم إغلاق 590000 مشروع.

ب- أن هناك حاجة ماسة إلى رائد الأعمال المحترف لا إلى رائد الأعمال الهاوى، وكان هذا هو الباعث لجامعة القاهرة بضرورة تدريس هذا المقرر لكل طلاب الجامعة لتحقيق هذه الغايات الضرورية مستقبلاً.

ج- إذا فشلت –لا قدر الله– ستفقد الثقة في نفسك وتظن أنك إنسان فاشل، لكنك لست كذلك لأنك لم تعرف الطريق الصحيح. لا تحكم على نفسك إلا بعد أن تعرف وتتعلم.

وبعد إعداد هذه الخطة المتكاملة والإجابة عن الأسئلة السابقة يعتبر الآن المشروع في حكم الواقع، لذا فإن السؤال الذى يطرح نفسه هنا هو: كيف نبدأ هذا المشروع بداية صحيحة وقوية؟ بمعنى آخر كيف ستتم إدارة هذا المشروع؟ كيف نخطط أعمال هذا المشروع؟ كيف نضع الأفكار السابقة موضع التنفيذ؟ والإجابة عن هذا السؤال سوف نجدها في الفصل التالى مباشرة.