

اسم الطالب/ة:	الشعبة:	التاريخ:
---------------------	---------------	----------------

الوحدة الثانية: دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات الريادية — الدرس الأول والثاني | عدد الأسئلة: 72

أولاً: الدرس الأول — دراسة الجدوى: المفهوم والأهمية

السؤال 1 اختر الإجابة الصحيحة: تُعرّف دراسة الجدوى بأنها إجراء يتضمن تحليلاً شاملاً ومفصلاً لجوانب المشروع، بهدف:

أ- البدء بالتنفيذ فوراً	ب- تقييم جدوى المشروع وإمكانية تنفيذه
ج- اختيار أعضاء الفريق فقط	د- تحديد اسم المشروع فقط

السؤال 2 اختر الإجابة الصحيحة: تُعد دراسة الجدوى الخطوة الأولى لأي مشروع ناجح لأنها تساعد على:

أ- اختبار الفكرة قبل استثمار المال والجهد	ب- الاستغناء عن جمع المعلومات
ج- البدء دون تخطيط	د- تجاهل المخاطر

السؤال 3 اختر الإجابة الصحيحة: أي مما يأتي ورد ضمن الأسئلة التي ينبغي الإجابة عنها قبل البدء بتنفيذ المشروع؟

أ- هل يوجد منافسون؟	ب- ما لون شعار المشروع؟
ج- ما اسم الطالب؟	د- ما المادة الدراسية؟

السؤال 4 اختر الإجابة الصحيحة: إذا أظهرت الدراسة أن المشروع غير قابل للنجاح في السوق، فما القرار الذي تدعم الدراسة اتخاذه؟

أ- الاستمرار دون تغيير	ب- تجاهل النتائج
ج- تعديل الفكرة أو عدم الاستمرار فيها	د- زيادة المخاطرة

موقع اختبارات بصمة

السؤال 5 اختر الإجابة الصحيحة: من فوائد دراسة الجدوى:

أ- زيادة الغموض	ب- تقدير التكاليف والإيرادات المتوقعة
ج- منع التخطيط	د- إلغاء الحاجة للمعلومات

ثانياً: صح أم خطأ

6	تساعد دراسة الجدوى صاحب المشروع على التحقق من إمكانية نجاح فكرته قبل تنفيذها.	صح	خطأ
7	يمكن البدء بتنفيذ المشروع مباشرة بعد تحديد الفكرة دون جمع معلومات أو تحليلها.	صح	خطأ
8	تهدف دراسة الجدوى إلى تقليل المخاطر المتوقعة وزيادة فرص النجاح.	صح	خطأ
9	تقتصر دراسة الجدوى على حساب تكاليف المشروع المالية فقط.	صح	خطأ
10	تسهم دراسة الجدوى في اتخاذ قرار الاستمرار في تنفيذ المشروع أو تعديله أو إلغائه.	صح	خطأ
11	من أهمية دراسة الجدوى استقصاء الحاجة إلى نشاط المشروع وإمكانية إقامته.	صح	خطأ
12	تنظيم الأفكار والمعلومات في جداول ورسوم يمكن أن يزيد وضوح معلومات المشروع.	صح	خطأ

ثالثاً: أكمل الفراغ

13) دراسة الجدوى هي إجراء تحليل شامل ومفصل لجوانب المشروع _____ والمالية والفنية والقانونية.

14) تساعد دراسة الجدوى على تقدير _____ المتوقعة والإيرادات المحتملة.

15) من أهمية دراسة الجدوى التعرف إلى مواطن _____ ومواطن الضعف في المشروع.

16) تساعد دراسة الجدوى على تحديد الوقت المناسب لـ _____ بتنفيذ المشروع.

17) من أهداف دراسة الجدوى الاستفادة من المعلومات في اتخاذ قرارات _____ ومدرسة.

رابعاً: اذكر / عدد

18) اذكر ثلاثة أسئلة من الأسئلة التي ينبغي أن يبحث صاحب المشروع عن إجابات شافية لها قبل البدء بالتنفيذ.

19) اذكر أربعة من أوجه أهمية دراسة الجدوى

20) اذكر الجوانب التي يشملها التحليل الشامل والمفصل في دراسة الجدوى.

نلهمك لتبدع ...!

خامساً: فسّر وعلّل

21) فسّر: لا يكفي الحماس والإعجاب بفكرة المشروع وحدهما لضمان تحقيق أهدافه.

22) علّل: ينبغي جمع البيانات والمعلومات وتحليلها قبل استثمار الوقت والمال في المشروع.

(23) فسّر كيف يمكن لدراسة الجدوى أن تساعد في تقليل الخسائر المحتملة.

(24) فسّر أهمية تحديد الوقت المناسب للبدء بتنفيذ المشروع.

سادساً: مواقف واستنتاج وتحليل – الدرس الأول

(25) موقف: قرر طالب فتح كشك لبيع العصائر بجانب المدرسة، وبدأ العمل مباشرة دون استشارة أحد أو جمع معلومات. ما الجانب الأساسي الذي أغفله وفقاً لفكرة دراسة الجدوى؟ وما أثر ذلك في القرار؟

(26) موقف: لاحظت طالبة أن مكتبات المدرسة لا تباع نوعاً معيئاً من الدفاتر، ثم جمعت معلومات عن عدد الطالبات المهتمات بالفكرة قبل البدء. ما الذي يوضح أهمية المعلومات في هذه الحالة؟

(27) استنتج من المثالين السابقين: لماذا تُعد دراسة الجدوى خطوة تسبق الاستثمار في المشروع؟

(28) حلّ العبارة: «المشروع لا ينجح لمجرد أن فكرته تعجب صاحبها». اربط تحليلك بمفهوم دراسة الجدوى وأهميتها كما وردا في الدرس.

سابعاً: مشروع مصغّر مستند إلى الدرس الأول

(29) صمّم مخططاً أولياً لدراسة جدوى لفكرة مشروع مدرسي من اختيارك، على أن تضع في المخطط أسئلة الدرس الأساسية التي يجب الإجابة عنها قبل التنفيذ.

(30) اقترح قراراً منطقياً في حال أظهرت المعلومات التي جُمعت أن فكرة المشروع غير قابلة للنجاح في السوق، ثم فسّر قرارك

ثامناً: الدرس الثاني – مكونات دراسة الجدوى: الدراسة السوقية

السؤال 31 اختر الإجابة الصحيحة: تتكوّن دراسة الجدوى من عناصر رئيسة، من بينها:

أ- الدراسة السوقية والدراسة الفنية والدراسة المالية والدراسة القانونية	ب- الدراسة اللغوية فقط
ج- الدراسة الرياضية فقط	د- الدراسة الصفية فقط

السؤال 32 اختر الإجابة الصحيحة: تُعرّف الدراسة السوقية بأنها عملية:

موقع اختبارات بصمة

أ- جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالسوق والزبائن والمنافسين	ب- تسجيل المشروع قانونياً فقط
ج- حساب الأرباح فقط	د- اختيار موقع المدرسة

السؤال 33 اختر الإجابة الصحيحة: تركز الدراسة السوقية على التعرف إلى:

أ- الزبائن والمنافسين ووجود طلب على المنتج أو الخدمة	ب- أسماء أفراد الأسرة
ج- جدول الحصص	د- عدد صفحات الكتاب

السؤال 34 اختر الإجابة الصحيحة: إذا أظهرت نتائج الدراسة السوقية أن المشروع غير قابل للنجاح في السوق، فمن غير المنطقي:

أ- استكمال بقية دراسات الجدوى	ب- مراجعة نتائج الدراسة
ج- التفكير في القرار المناسب	د- تحليل المعلومات

السؤال 35 اختر الإجابة الصحيحة: من المعلومات التي ينبغي جمعها عن الزبائن:

أ- احتياجاتهم ورغباتهم وقدراتهم الشرائية وأماكن الشراء المفضلة	ب- أعمارهم فقط
ج- أعمارهم فقط	د- لون المنتج فقط

تاسعاً: صح أم خطأ – الدراسة السوقية

36	الدراسة السوقية تساعد على تحديد البداية المناسبة والركيزة الأساسية لإعداد دراسة الجدوى.	صح	خطأ
37	لا حاجة إلى جمع معلومات عن الزبائن عند إعداد الدراسة السوقية.	صح	خطأ
38	ينبغي التعرف إلى أنواع المنافسين وأسمائهم وعددهم وأماكن وجودهم.	صح	خطأ
39	تحليل نقاط القوة والضعف لدى المنافسين يساعد صاحب المشروع على التميز في السوق.	صح	خطأ

موقع اختبارات بصمة

40	الحصة السوقية هي مقدار ما يملكه المشروع من السوق مقارنة بما يملكه المنافسون من السوق نفسه.	صح	خطأ
41	تحليل البيئة المحيطة لا علاقة له بنجاح المشروع.	صح	خطأ
42	يتناول تحليل PESTEL عوامل سياسية واقتصادية واجتماعية وتكنولوجية وبيئية وقانونية.	صح	خطأ

عاشراً: صل بخط

صل كل عنصر في العمود (أ) بما يناسبه في العمود (ب):

العمود (أ)	العمود (ب)
43) الزبائن	أ) عوامل خارجية يمكن الاستفادة منها لمصلحة المشروع
44) المنافسون	ب) الفئة المستهدفة التي يُتوقع أن تشتري المنتج أو الخدمة
45) الحصة السوقية	ج) عوامل تتعلق بمستوى دخل الأفراد والأسعار
46) العامل الاقتصادي في PESTEL	د) المزايا والإمكانيات الإيجابية في المشروع
47) نقاط القوة في SWOT	هـ) جهات أو أفراد يقدمون المنتج نفسه أو منتجاً بديلاً
48) الفرص في SWOT	و) مقدار ما يملكه المشروع من السوق خلال مدة زمنية محددة

المصدر: الصفحات 46-48.

الحادي عشر: أكمل الفراغ

49) تركز الدراسة السوقية على عناصر متعددة، أهمها: _____، والمنافسون، والحصة السوقية، وتحليل البيئة المحيطة.

50) تُعد الدراسة السوقية عملية جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالسوق والزبائن و_____.

51) من المعلومات التي تُجمع عن الزبائن: احتياجاتهم ورغباتهم وقدراتهم _____.

(52) تساعد معرفة المنافسين وتحليل نقاط قوتهم وضعفهم على تحقيق _____ في السوق.

(53) الحصة السوقية هي نسبة تمثل حجم مبيعات مشروع أو شركة مقارنة بإجمالي _____ في مدة زمنية محددة.

(54) يستخدم تحليل PESTEL لدراسة العوامل _____ التي قد تؤثر في المشروع.

(55) يرمز الحرف S في تحليل SWOT إلى _____، ويرمز الحرف W إلى _____.

الثاني عشر: فسر واستنتج

(56) فسر: تُعد الدراسة السوقية البداية المناسبة والركيزة الأساسية لإعداد دراسة الجدوى.

(57) استنتج أثر جمع معلومات دقيقة عن الزبائن في نجاح المشروع.

(58) فسر كيف يمكن لتحليل المنافسين أن يساعد صاحب المشروع في تحديد سعر المنتج ومواصفاته بصورة أكثر جاذبية.

(59) استنتج لماذا ينبغي دراسة البيئة المحيطة قبل البدء بتنفيذ أي مشروع.

الثالث عشر: تحليل PESTEL وSWOT

60 صنف العوامل الآتية وفق تحليل PESTEL : سياسية، اقتصادية، اجتماعية، تكنولوجية، بيئية، قانونية. ثم اكتب سؤالاً واحداً من الأسئلة التي يستخدمها التحليل لدراسة كل عامل.

61 وضّح الفرق بين المزايا والإمكانات الإيجابية للمشروع (Strengths) والمشكلات الداخلية التي قد تؤثر فيه سلباً (Weaknesses).

62 وضّح الفرق بين الفرص المتاحة التي يمكن الاستفادة منها (Opportunities) والتهديدات أو التحديات المحتملة (Threats).

63 أمامك فكرة مشروع. اكتب مثلاً واحداً للقوة، ومثلاً واحداً للضعف، وفرصة واحدة، وتهديد واحد، على أن تلتزم بتعريفات SWOT

64) موقف: يريد صاحب مشروع بيع منتج جديد، لكنه لا يعرف إن كان الزبائن المستهدفون يرغبون في شرائه. ما المعلومات التي يحتاج إلى جمعها عن الزبائن قبل اتخاذ القرار؟

65) موقف: اكتشف صاحب مشروع أن منافساً يقدم منتجاً مشابهاً بسعر مختلف، ولديه أساليب ترويج متعددة. ما الجوانب التي ينبغي أن يدرسها عن المنافس ؟

66) موقف: مشروع يحتاج إلى الإنترنت وأجهزة وتطبيقات تكنولوجية. أي نوع من عوامل PESTEL يجب أن يدرسه صاحب المشروع؟ وما السؤال المناسب الذي يطرحه ؟

67) موقف: مشروع يواجه نقصاً في رأس المال وضعفاً في الخبرة التسويقية، لكنه يلاحظ زيادة في الطلب على منتجه. حدد من المعطيات ما يمثل ضعفاً وما يمثل فرصة وفق SWOT.

68) تحليل مثال الحصة السوقية: إذا كانت مبيعات مشروع ما 200 وحدة، وكان إجمالي مبيعات السوق 1000 وحدة، فما النسبة التي يمثلها المشروع من السوق؟ وضح طريقة استنتاجك

الخامس عشر: أدوات رقمية واردة في الدرس

69) صل الأداة الرقمية بوظيفتها :

الأداة	وظيفتها في الدرس
Google with Think	تقدّم مؤشرات عن حجم البحث والطلب المتوقع
Google Analytics	تحليل سلوك الزوار ومصادر دخولهم والصفحات التي يزورونها
Make My Persona	تكوين صورة افتراضية دقيقة للعميل المستهدف
Social Mention	متابعة أنشطة المنافسين عبر وسائل التواصل الاجتماعي

70) فسّر لماذا تساعد الأدوات الرقمية في إعداد دراسة سوقية مبنية على معلومات حقيقية بدلاً من التخمين أو الافتراض.

السادس عشر: مشروع ختامي تحليلي – الدرس الثاني

71) مشروع مصغّر: اختر فكرة مشروع بسيطة، ثم أنشئ بطاقة دراسة سوقية ، تتضمن: الزبائن المستهدفين، المعلومات التي تحتاج إلى جمعها عنهم، المنافسين، الحصة السوقية، وتحليلاً مختصراً للبيئة المحيطة باستخدام PESTEL أو SWOT.

72) أمام الفكرة نفسها، اكتب قراراً مبدئياً: هل تستمر في دراسة الجدوى أم تعيد النظر في الفكرة؟ اجعل القرار مبنياً على نتائج الدراسة السوقية فقط.

♦ بالتوفيق والنجاح ♦



إجابات الدرس الأول (الأسئلة 1-30)



- (1) ب
- (2) أ
- (3) أ
- (4) ج
- (5) ب
- (6) صح
- (7) خطأ
- (8) صح
- (9) خطأ
- (10) صح
- (11) صح
- (12) صح
- (13) التسويقية
- (14) التكاليف
- (15) القوة
- (16) البدء
- (17) صحيحة

(18) أي ثلاثة من الأسئلة ، مثل: هل يوجد طلب على المنتج؟ هل يوجد منافسون؟ ما التكاليف المتوقعة؟

(19) مثل: تقييم إمكانية نجاح المشروع، استقصاء الحاجة إلى النشاط، التعرف إلى مواطن القوة والضعف، تنظيم الأفكار والمعلومات، تلقي التمويل، تحديد الوقت المناسب للبدء.

نلهمك لتبدع ...!

(20) الجوانب التسويقية والمالية والفنية والقانونية.

(21) لأن نجاح المشروع يحتاج إلى دراسة المعلومات والجوانب المؤثرة في نجاحه، وليس الحماس وحده.

(22) لتقييم إمكانية التنفيذ والنجاح، وتقدير التكاليف والإيرادات والمخاطر واتخاذ قرار مدروس.

(23) لأنها تكشف المشكلات والمخاطر المحتملة وتساعد على اتخاذ قرار مناسب قبل الاستثمار.

(24) لضمان اتخاذ قرار مناسب للبدء بالتنفيذ وتجنب الخسائر المحتملة.

(25) أغفل إعداد دراسة جدوى وجمع المعلومات وتحليلها قبل البدء؛ مما يزيد احتمال اتخاذ قرار غير مدروس.

(26) يوضح أن جمع المعلومات عن الطلب الحقيقي قبل البدء يساعد على التأكد من وجود حاجة فعلية للمشروع.

(27) لأنها تختبر الفكرة وتقدر إمكانية تنفيذها ونجاحها قبل استثمار المال والجهد.

موقع اختبارات بصمة

- (28) لأن الفكرة تحتاج إلى تحليل شامل لجوانبها وتكاليفها وإيراداتها ومخاطرها وإمكان تنفيذها قبل البدء.
- (29) إجابة مفتوحة، بشرط أن تتضمن أسئلة الدرس المتعلقة بالسوق والطلب والمنافسة والتكاليف والمخاطر والموقع والخبرة والوقت.
- (30) إعادة النظر في الفكرة أو تعديلها أو عدم الاستمرار إذا أثبتت المعلومات عدم قابليتها للنجاح.

إجابات الدرس الثاني (الأسئلة 31-72)



- (31) أ
- (32) أ
- (33) أ
- (34) أ
- (35) أ
- (36) صح
- (37) خطأ
- (38) صح
- (39) صح
- (40) صح
- (41) خطأ
- (42) صح
- (43) ب
- (44) هـ
- (45) و
- (46) ج
- (47) د
- (48) أ
- (49) الزبائن
- (50) المنافسين
- (51) الشرائية
- (52) التميز
- (53) مبيعات السوق
- (54) الخارجية
- (55) القوة، الضعف
- (56) لأنها تحدد البداية المناسبة والركيزة الأساسية، وقد تكشف أن المشروع غير قابل للنجاح في السوق، فلا يكون من المنطقي استكمال بقية الدراسات.

موقع اختبارات بصمة

- (57) يساعد على فهم احتياجاتهم ورغباتهم وقدراتهم الشرائية والتأكد من وجود رغبة حقيقية في شراء المنتج.
- (58) معرفة أنواع المنافسين وأسعارهم ومواصفات منتجاتهم وأساليب ترويجهم ونقاط قوتهم وضعفهم تساعد على تحديد سعر ومواصفات أكثر جاذبية.
- (59) لفهم العوامل التي قد تؤثر في نجاح المشروع واتخاذ قرارات مدروسة.
- (60) P: سياسية، E: اقتصادية، S: اجتماعية، T: تكنولوجية، E: بيئية، L: قانونية؛ .
- (61) القوة مزايًا وإمكانات إيجابية داخل المشروع، والضعف مشكلات داخلية تحتاج إلى تحسين.
- (62) الفرص عوامل خارجية يمكن الاستفادة منها لمصلحة المشروع، والتهديدات تحديات أو عوامل خارجية محتملة قد يواجهها المشروع.
- (63) إجابة مفتوحة، بشرط مطابقة الأمثلة لتعريفات SWOT
- (64) احتياجات الزبائن ورغباتهم وقدراتهم الشرائية وأماكن الشراء المفضلة وآلية الشراء ووجود رغبة حقيقية في شراء المنتج.
- (65) أسماء المنافسين وعددهم وأماكن وجودهم وأنواعهم وخصائصهم وأسعارهم وأساليب ترويجهم ونقاط القوة والضعف لديهم.
- (66) العامل التكنولوجي؛ والسؤال المناسب : هل يتطلب المشروع وجود إنترنت أو أجهزة أو تطبيقات تكنولوجية؟
- (67) نقص رأس المال وضعف الخبرة التسويقية = نقاط ضعف؛ وزيادة الطلب على المنتج = فرصة.
- (68) $200 \div 1000 \times 100 = 20\%$
- (69) Google with Think: تقدير حجم الطلب المتوقع؛ Google Analytics: تحليل سلوك الزوار ومصادر دخولهم والصفحات؛ Make My Persona: تكوين صورة للعميل المستهدف؛ Social Mention: متابعة أنشطة المنافسين عبر وسائل التواصل.
- (70) لأنها تساعد على جمع بيانات حقيقية وتحليلها بدل التخمين، وتساعد في فهم السوق والزبائن واتخاذ قرارات أدق.
- (71) إجابة مفتوحة؛ تُقيّم وفق تضمين العناصر المطلوبة .
- (72) إجابة مفتوحة؛ ويجب أن يستند القرار إلى نتائج الدراسة السوقية، ولا سيما وجود الطلب والمنافسة وإمكانية النجاح في السوق.