

◆ الفكرة الرئيسية :

التعرف إلى مفهوم الدراسة السوقية وركائزها الأساسية، وأدوات تحليل البيئة المحيطة بالمشروع.

أولاً: المصطلحات المهمة

◆ الدراسة السوقية :

Market Study / Analysis

◆ الحصة السوقية :

Market Share

◆ تحليل PESTEL :

PESTEL Analysis

◆ تحليل SWOT :

SWOT Analysis

ثانياً: مقدمة ومفهوم الدراسة السوقية

1. مكونات دراسة الجدوى الرئيسية: تتألف دراسة الجدوى من عدة عناصر رئيسية، وهي: الدراسة السوقية، والدراسة الفنية، والدراسة المالية، والدراسة القانونية.

2. أهمية الدراسة السوقية: تُعد الدراسة السوقية البداية المناسبة والركيزة الأساسية لإعداد دراسة الجدوى؛ لأنها تساعد على تحديد ما إذا كان المشروع يستحق الاستمرار في إجراء بقية الدراسات أم لا. فإذا أظهرت نتائج الدراسة السوقية أن المشروع غير قابل للنجاح في السوق، فليس من المنطقي استكمال بقية دراسات الجدوى.

موقع اختبارات بصمة

3. **التعريف:** الدراسة السوقية عملية جمع وتحليل للمعلومات المتعلقة بالسوق والزبائن والمنافسين؛ لتعرف مدى وجود طلب على المنتج أو الخدمة، وتحديد إمكانية نجاح المشروع في السوق.
4. **الهدف المحوري:** تركز الدراسة السوقية على فهم السوق عن طريق تعرف مدى حاجة الزبائن إلى المنتج، والكشف عن وجود فجوة سوقية يمكن بها دخول السوق وتحقيق الأرباح، والتحقق من درجة ملائمة السوق للمنتج.

ثالثاً: الركائز الأساسية للدراسة السوقية

ترتكز الدراسة السوقية على عنصرين رئيسيين، إضافة إلى تحليل البيئة المحيطة بالمشروع:

١- الزبائن Customers

1. **التعريف:** فئة مستهدفة بالمنتج، سلعة أو خدمة، أو أشخاص يتوقع صاحب المشروع أن يقدموا على شراء هذا المنتج عند طرحه في السوق.
2. **المعلومات الواجب جمعها:** احتياجاتهم، ورغباتهم، وقدراتهم الشرائية، وأماكن الشراء المفضلة لديهم، وآلية الشراء التي يرغبون فيها.
3. **أهمية الجمع:** التأكد من وجود رغبة حقيقية في الشراء ومن قدرتهم الفعلية على شراء المنتج.
4. **وسائل الوصول إليهم:** إعداد استبانة لعينة منهم بغية تعرف آرائهم حيال المنتج، وما يمكن أن يجذبهم إليه.

٢- المنافسون Competitors

1. **التعريف:** جهات أو أفراد يقدمون المنتج نفسه في السوق، أي منتجاً بديلاً عن منتجي.
2. **المعلومات الواجب جمعها:** صفاتهم، وعددهم، وأسمائهم، وأماكن وجودهم، وأنواع السلع أو الخدمات التي يقدمونها، وأسعارها، وأساليب ترويج منتجاتهم.
3. **أهمية التحليل:** تحليل مواطن القوة والضعف لديهم يساعد على التميز والتفوق، ويسهم في تحديد سعر المنتج ومواصفاته ليكون أكثر جاذبية، إضافة إلى الاستحواذ على حصة سوقية مناسبة تضمن النجاح والديمومة.
4. **تعريف الحصة السوقية:** نسبة يمثلها حجم مبيعات مشروع ما أو شركة معينة مقارنة بإجمالي مبيعات السوق لنفس المنتج أو الخدمة خلال مدة زمنية محدودة. فمثلاً: إذا كان إجمالي مبيعات السوق من منتج معين 1000 وحدة، وباع صاحب المشروع 200 وحدة، فإن حصته السوقية تبلغ 20%.

رابعاً: أدوات تحليل البيئة المحيطة بالمشروع

قبل البدء بالتنفيذ، لا بد من دراسة البيئة المحيطة وفهم العوامل المؤثرة باستخدام أدوات التفكير والتحليل الآتية:

أولاً: تحليل PESTEL - دراسة العوامل الخارجية

- ◆ العوامل السياسية **Political**: المخاطر أو القرارات السياسية التي قد تؤثر في المشروع.
- ◆ العوامل الاقتصادية **Economic**: تأثير الأسعار ومستوى دخل الأفراد في نجاح المشروع.
- ◆ العوامل الاجتماعية **Social**: مدى تناسب المشروع مع أنماط حياة الأفراد وعاداتهم.
- ◆ العوامل التكنولوجية **Technological**: متطلبات المشروع من إنترنت، وأجهزة، أو تطبيقات تكنولوجية.
- ◆ العوامل البيئية **Environmental**: مدى تأثير المشروع في البيئة، وهل يعد صديقاً لها.
- ◆ العوامل القانونية **Legal**: متطلبات إصدار تصاريح أو الالتزام بقوانين وشروط معينة.

ثانياً: تحليل SWOT - دراسة الوضع الداخلي والخارجي

- ◆ مواطن القوة **Strengths**: المزايا والإمكانات الإيجابية التي يمتلكها المشروع وتساعده على التفوق، مثل الخبرة السابقة، وعدم الحاجة إلى رأس مال كبير، وانخفاض الأسعار، وتميز الجودة.
- ◆ مواطن الضعف **Weaknesses**: إشكاليات داخلية تحتاج إلى تحسين وقد تؤثر سلباً، مثل محدودية رأس المال، ونقص الخبرة الإدارية، وضعف التسويق، وقلة العمالة المدربة.
- ◆ الفرص المتاحة **Opportunities**: عوامل خارجية يمكن توظيفها لمصلحة المشروع، مثل زيادة الطلب المجتمعي، وقلة المنافسين بالمنطقة، وإمكانية البيع عبر التواصل الاجتماعي.
- ◆ التهديدات والتحديات **Threats**: تحديات خارجية محتملة، مثل منافسين أقوياء بأسعار أقل، والتضخم وارتفاع الأسعار، وانخفاض القدرة الشرائية.

خامساً: الربط مع التكنولوجيا و خلاصة الدرس

1. تسهم الأدوات الرقمية والتطبيقات الحديثة في مساعدة صاحب المشروع على جمع بيانات دقيقة لتكون قراراته مبنية على معلومات حقيقية.

الاستخدام والفائدة	الأداة الرقمية
تقديم مؤشرات لحجم البحث عن منتج معين، واتجاهات السوق، وأكثر الفئات اهتماماً لتقدير حجم الطلب.	Think with Google
تحليل سلوك الزوار في المواقع والمتاجر الإلكترونية: الصفحات المزاردة، ومدة البقاء، ومصادر الدخول.	Google Analytics
تكوين صورة افتراضية دقيقة للعميل المستهدف: العمر، والاهتمامات، والدخل، ونمط الحياة.	Make My Persona
متابعة أنشطة المنافسين عبر التواصل الاجتماعي وتحليل آراء الجمهور بخصوص منتجاتهم.	Social Mention
إعداد استبانات إلكترونية سهلة التوزيع وتحليل النتائج تلقائياً برسوم بيانية.	/ Google Forms / Microsoft Forms SurveyMonkey

2. معلومة تعلمتها وأشارك فيها عائلتي: تُعد الدراسة السوقية الخطوة الأولى لنجاح أي مشروع؛ فهي تساعد صاحب المشروع على فهم احتياجات الزبائن، ومعرفة المنافسين، والتأكد من وجود فرصة حقيقية في السوق قبل استثمار الوقت والمال.

3. نصيحة: لا ينبغي لأحد بدء أي مشروع قبل التأكد من وجود حاجة حقيقية إليه في السوق. ومن ثم، فإن من المهم أن نسأل، ونبحث، ونحلل جيداً، فالمعلومة الصحيحة تجنبنا تكبد أي خسائر فادحة لاحقاً.

سادساً: إجابات أسئلة الدرس - أقيم تعلّمي

السؤال الأول: أوضّح المقصود بكل مما يأتي

الزبائن: فئة مستهدفة بالمنتج، سلعة أو خدمة، أو أشخاص يتوقع صاحب المشروع أن يقدموا على شراء هذا المنتج عند طرحه في السوق.

الحصة السوقية: نسبة يمثلها حجم مبيعات مشروع ما أو شركة معينة مقارنة بإجمالي مبيعات السوق لنفس المنتج أو الخدمة خلال مدة زمنية محدودة.

السؤال الثاني: أضع إشارة صح أمام العبارة الصحيحة، وإشارة خطأ أمام العبارة غير الصحيحة

1. تُعد الدراسة السوقية البداية المناسبة والركيزة الأساسية لإعداد دراسة الجدوى. ✓
2. مهما كانت النتيجة التي أظهرتها دراسة السوق، فلا بد من إجراء بقية دراسات الجدوى لتكوين صورة متكاملة عن المشروع. X
- التصويب: إذا أظهرت الدراسة السوقية أن المشروع غير قابل للنجاح، فليس من المنطقي استكمال بقية الدراسات.
3. تركز الدراسة السوقية على دراسة عنصرين مهمين، هما: الزبائن، والمنافسون. ✓
4. تُسهّم الأدوات الرقمية والتطبيقات الحديثة في توفير معلومات دقيقة غير افتراضية لصاحب المشروع. ✓
5. يُستخدم تحليل PESTEL لدراسة العوامل الداخلية التي قد تؤثر في المشروع. X
- التصويب: يُستخدم تحليل PESTEL لدراسة العوامل الخارجية.

السؤال الثالث: أعلل ما يأتي

يتعين على صاحب المشروع جمع معلومات كافية عن الزبائن قبل البدء بتنفيذ المشروع.

الجواب: للتأكد من وجود رغبة حقيقية في الشراء لدى الزبائن ومن قدرتهم الفعلية على شراء المنتج، وفهم احتياجاتهم ورغباتهم وأماكن الشراء المفضلة لديهم.

من المهم التعرف إلى المنافسين، وتحليل مواطن القوة ومواطن الضعف لديهم.

الجواب: للمساعدة على التميز والتفوق في السوق، والإسهام في تحديد سعر المنتج ومواصفاته بشكل يجعله أكثر جاذبية للزبائن، والاستحواذ على حصة سوقية مناسبة تضمن نجاح المشروع وديمومته.

السؤال الرابع: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي

أهم عنصرين ترتكز عليهما الدراسة السوقية هما:

أ- الزبائن، والمنافسون. ✓

ب- الحصة السوقية، والعوامل السياسية.

ج- مواطن القوة في المشروع، ومواطن الضعف فيه.

د- العوامل التكنولوجية، والعوامل البيئية.

بناءً على تحليل PESTEL، فإن تأثير مستوى دخل الأفراد في نجاح المشروع يدخل ضمن العوامل:

أ- السياسية.

ب- الاقتصادية. ✓

ج- الاجتماعية.

د- القانونية.

من الأمثلة على مواطن القوة في المشروع ضمن تحليل SWOT:

أ- ارتفاع الأسعار، أي التضخم.

ب- وجود منافسين أقوى.

ج- قلة عدد الموظفين والعاملين.

د- عدم حاجة المشروع إلى رأس مال كبير. ✓

بصمة
نلهمك لتبتدع!...