



كيفية عمل دراسة جدوى للمشروع

خطة عمل المشروع أو دراسة الجدوى الاقتصادية من الأمور المهمة للبدء في أي مشروع جديد، حيث تتضمن الخطة جميع المعلومات الأساسية التي يحتاجها الممولون والمستثمرون للمساعدة في جمع رأس المال في أي مشروع تجاري، وهي الحد الأدنى من متطلبات البدء

ومن أجل إيضاح تفاصيل دراسة الجدوى ينبغي أن تحتوي خطة عملك على العناصر التالية

- وصف ملخص للمشروع
- الخطة التسويقية
- خطة إدارة الشؤون المالية
- الخطة الإدارية

نبدأ بالوصف الملخص للمشروع لذلك ينبغي أن يتضمن النقاط التالية

- وصف ملخص للمشروع
- وصف ملخص للخدمات والمنتج الذي يقدمه مشروعك
- وصف لخمس أو ستة عناصر مهمة تساعد على خلق التميز والاختلاف في مشروعك التجاري
- وصف للسوق والعملاء الذين تستهدفهم
- الملخص المالي
- وصف ملخص للمشروع

النقاط الرئيسية

1. فكرة عامة عن نوع النشاط
2. الأهداف
3. (الخدمات المستقبلية)يا المستقبلية الرؤ
4. اسم المشروع والشعار
5. خدمات المشروع
6. المبيعات وسياسة التسويق
7. فرق العمل وسياسة الإدارة
8. فترات العمل
9. المنافسين
10. المزايا الجديدة في المشروع
11. (.... سكن الموظفين - مواقف السيارات - الإيجار) موقع المشروع
12. الموارد البشرية
13. المصروفات العامة
14. رأس مال الشركة التقديري والأرباح المتوقعة من المشروع
15. (... الخ - الإقامات - الرواتب - خدمات الاتصالات - الكهرباء) المصاريف الدورية



16. (البنك) الحسابات والمعاملات المصرفية.
17. إية الرخصة والمصاريف الحكوم.
18. التعامل مع الموردين.
19. الدعاية والإعلان.
20. أنواع الزبائن.
21. الامن والسلامة.
22. فريق العمل.
23. مراحل تنظيم المشروع.
24. سياسة المشروع.
25. البيع والتسويق.

لذي من المهم أن تهتم بتقديم وصفٍ كافٍ ودقيقٍ لتجارتك، تشمل الحالات الاقتصادية المعاصرة للنشاط ا تريد ممارسته، مع ذكر التميز في نوع المنتج بالتركيز على ما قد يجعله مميزاً، بالإضافة إلى شرح واضح للخدمات والمنتجات التي تنوي تقديمها، وحاجة السوق إليها؛ ومن أجل القيام بهذه التفاصيل حاول سئلة هي الإجابة على الأسئلة التالية، وعندها ستدرك أهمية ما ستقوم به، والأ

? لماذا تشكلت شركتك ? متى

? ما هي طبيعة المنتج أو الخدمة التي تقدمها

? ما هي النجاحات التي حققتها خلال السنوات

? ما الذي يميز منتجك أو خدمتك الجديدة عن بقية المنافسين

فكرة عامة عن النشاط 1.

ينبغي أن تتضمن هذه الاستراتيجية أهداف سوف تحتاج إلى استراتيجية للتسويق طويلة الأمد، ف الواضحة، باعتمادها على كل عناصر التسويق لتحقيق أهدافها من حيث خلق التميز عن المنافسين والتسعيرة الأفضل والتوزيع المتميز بالإضافة إلى المنتج المثالي الجدير بثقة العملاء

2. الأهداف:

أو تريد التوسع في عملك الحالي، وذلك ? كنت تخطط لعمل جديد جدير بالذكر هنا ضرورة أن توضح ما إذا بالتركيز والأخذ في عين الاعتبار توفر الإمكانيات المالية الداعية إلى الاستمرار في الربح؛ عن طريق

خطة البدء بالعمل

كل مهمة من استعراض المهام المتعلقة وأفضليتها وكم ستستغرق من الوقت لإنجازها، ومن هو المسؤول عن . تلك المهام، وطور خطتك بحيث تغطي مدار السنة

خطة زمنية

، بعدما تكون قد أنجزت الخطوات الرئيسية بتفاصيلها في خطة العمل على مشروعك التجاري المرتقب، ينبغي وضع تصور زمني من ثلاث إلى خمس سنوات يمكنك فيها إنجاز المنتج أو الخدمة من خلال



لية التي وضعتها، داعماً إياها بتفسير عن الكيفية التي ستسير فيها آلية الإنتاج التقديرات الما

3. الرؤية المستقبلية للمشروع.

4. اسم المشروع والشعار. يعتبر هذا القسم من أهم الأقسام في خطة مشروعك، فالمنتج الجيد ليس كافياً للنجاح والربح، فالواقع أفسس، لذا عليك أن تتعرف على عملائك وحجم طلبهم للمنتج أو الخدمة يفرض عليك فهم السوق والمن، وواقعياً في وصفك للإنجازات؟ كما أن تحليلك للسوق يجب أن يكون مفصلاً ومركزاً قدر المستطاع، ومنطقياً في عكسك للثقة؛ لذا نقترح عليك توسيع شرح ذلك باتباع النقاط التالية

الديموغرافية؟ لسوق الذي تنوي دخوله، ودراسة الموقع وصف السوق متضمناً حجم ا

توقعات حجم المبيعات
تحليل طبيعة المنافسين

دراسة جدوى للسوق

الإستراتيجية التسويقية متضمنة الخطة الإعلانية والتسويقية

5. خدمات المشروع.

كيف ستقنع العملاء أن يشتروا منتجك أو الخدمة التي تقدمها؟

6. المبيعات وسياسة التسويق.

أساس أي خطة تسويق ناجحة تقوم على قاعدة معرفتك المفصلة والكاملة للسوق الذي تستهدفه

ما هو الأهم بالنسبة لعملائك وماذا يريدون وأين وكيف، قد تعتقد أن السعر هو الأهم بالنسبة إلى العميل لأفضل والتوزيع الجيد، بالإضافة إلى المكان في وقت هم يبحثون فيه عن الخدمة السريعة والمنتج ا المناسب والمسة الشخصية الودودة

تعرف إلى نوع الشخص أو التجارة التي تقدم المنتج أو الخدمة وما حجم وجودها في السوق، وفي هذه تج المرحلة يجب أن تقدر حجم السوق المستهدف لمنتجك أو خدماتك من حيث إجمالي المبيعات ووحدات المن الخدمة التي تم بيعها؟

تعرف إلى الاتجاهات التي قد تؤثر على الأنماط الشرائية والمبيعات الكلية ومستويات الكسب، بطالة متزايدة) والخسارة، وكرجل أعمال ينبغي أن تتعرف إلى اتجاهات الصناعة والاتجاهات الاقتصادية افية والتطورات التنظيمية والقانونية والتغيرات بالإضافة إلى الاتجاهات الديموغر (التضخم، الركود الخ... قلة عدد الأطفال؟ في أساليب الحياة مثل نمو النساء في نطاق الأيدي العاملة

من المهم جداً أن تكون هناك ثقة بينك وبين منتجك، خلال المنافسة يجب أن تعرف سوق منافسيك دمتك بمنتجات منافسيك من حيث الجودة والسعر وأوضاعهم المالية، ويجب أيضاً مقارنة منتجك أو خ .. الخ .. والخدمة والضمانات والصورة



اختلاف المنتجات هو أحد مصادر المبيعات الأساسية الخاصة بك، وخلال تعريفك بمنتجك تأكد من وجود كل السمات والفوائد فيه، فالسمات هي صفات المنتج مثل اللون والحجم والوزن وقابلية النقل والتعبئة والجودة والسعر والخدمة، أما الفوائد فهي تخص العميل من حيث استمتاعه بالمنتج أو الخدمة التي تقدمها، وتوفير الوقت والمال وغيرها من الفوائد التي يمتاز بها منتجك، وهو قابل للتعديل والتطوير بناءً على طلب العميل وتوجهات السوق.

يبيع لها أهمية عالية، خاصة وأنها تعتبر أحد دوافع الربح الرئيسية، ولتحديد قيمة السلعة المعروضة لـ هذه القيمة توجد طرق عدة مثل الأسعار السائدة الأخرى لبضائع مشابهة، كمية الطلب للمستهلك، والكلفة الإنتاجية للمستهلك نفسه، بالإضافة إلى أخذ بعين الاعتبار حساسية المستهلك لسعر السلعة، السلع تعتبر من الكماليات كالسيارات الفخمة مثلاً لكونها ذات حساسية مرتفعة لدى المستهلك فبعض فتغير طفيف في السعر قد يؤدي إلى تغير كبير في الطلب، بينما سلع أخرى كالأساسيات مثل الطعام تختلف، فتغير السعر لا يؤدي إلى تغير كبير في الطلب.

دعة العملاء لديك، الإخلاص والوفاء في العمل من الأمور المهمة لكسب العميل من الأمور القيمة جداً هي قاع ويجب أن يكون هدف أنشطة إدارة علاقات العملاء هو إظهار التزامك مقابل حاجات عملائك وإلى تسليم منتج أفضل، وأفضل مصدر لعمل جديد هو بناء علاقة مع العميل على أساس المودة والثقة.

سمعة ومصداقية في السوق يجب أن تكون ذكياً وتزيل خطر تعامل التجار معك، أقتع السوق كمتدئ بلا أنك ستقف خلف منتجك طوال الوقت، واعرض الضمانات؟ بهدفك وأن منتجك أو خدماتك خالية من المخاطرة اعرض عينات مـ المعارض المجانية أو على منتجك لتشجيع المستهلك، فإذا كنت تعمل في مجال الطعام دع العملاء يحاولون خدماتك مجاناً، وعلى سبيل المثال إذا كنت منتجك مجاناً، وإذا كنت في تجارة الخدمة محامياً أو مستشاراً أو مهندساً أو في تجارة التصميم فيمكنك أن تعرض مشاورة مجانية لكسب العملاء وتساعدك في بناء تجارتك، الملاحظات التي تحصل عليها هي تجارب مجانية ثمينة.

مغر جداً في عصر مليء بالمتاعب أن توقف مجهودات تسويقك، وانتبه إلى أن هذا غير حكيم جداً، فالبحث قد أظهر أن هؤلاء الذين يزيدون مجهودات تسويقهم في الأوقات القاسية يزيدون بالتالي سهم سوقهم الترويج عندما تصبح؟ فوية لتخفيض الإعلان استغل رد فعل المنافسين العـ الربحي؟ الطويل الأجل تستولي أنت على الأوقات قاسية بزيادة إنفاقك الخاصة في هذه المنطقة، وعندما تراجع المنافسة حافظ على قنوات الاتصال بجعلها مفتوحة معهم، واستخدم الفرصة لإخبار عملائك بما يجب أن تعرضه . والصحف الإخبارية، ومكالمات الهاتف، لبطاقات البريدية، والإعلانات، الخطابات الدورية.

7. الهيكل التنظيمي وسياسة الإدارة.

8. فترات العمل:

مناقشة ميزاتك التنافسية بالإجابة على عددٍ من الأسئلة مثل تقدمها ماذا سيختار الناس منتجاتك وخدماتك بدلاً من منافسيك؟ وما هي فوائد منتجك أو خدماتك التي س وكيف تحافظ على مستواك كمنافس قوي؟ لذلك يجب أن تكون واثقاً من فرضياتك، بأن تؤكد على أن خدماتك ستدعم وتثبت أفضليتك، فذلك هو سلاحك في سوق يكتظ بالمنافسين.

9. المنافسين :

ي العميل إليك أسأل نفسك عن الذي يجعل منتجك أو الخدمة التي تقدمها فريدة في السوق، ولماذا سيأت لذلك قم باختيار سمة لمنتجك أو الموقع الفريد له، واعتمد على ذلك؟ بدلاً من أن يذهب إلى منافسيك



كافتراض لخطة المبيعات الفريدة لديك، فعلى سبيل المثال في عالم معجون الأسنان هناك من يعتمد نفس المنعش ليكون مميزاً عن على فكرة تبييض الأسنان في التسويق، بينما الآخر يتبع فكرة ال غيره.

10. مزايا المشروع :

المكان له علاقة كبيرة في وصول المنتج أو الخدمة إلى المستهلك، فاختيار المكان قد يرتبط بنوعية التجارة إن كانت توزيعاً بالجملة أو بيعاً بالمفرق أو تصنيعاً، كل هذه الأمور لها علاقة وطيدة في تحديد وقد يكون من الأفضل البيع عبر التلفزيون أو الإنترنت بدلاً من مكان مادي في بعض، المكان المناسب الأحيان.

11. موقع المشروع :

من الضروري أن يكون شكل هيكلك الإداري منظماً، ومزوداً بوصف دقيق يتضمن شرحاً لفريق العمل ن؛ وتأكد بأن يشمل ذلك لديك، وأقسام إدارتك، بتفصيل مسؤوليات وتخصصات الأفراد العاملين

الهيكل القانوني
الهيكل الإداري
السير الذاتية
مجلس الإدارة

12. الموارد البشرية :

13. المصروفات العامة :

بل ومن ؟ يرتبط التصور المالي بالتنبؤات التي تعمل وتشير ليس إلى الحاجة إلى رؤوس الأموال فقط وهذه المهمة ربما تكون من أكثر المهام ؟ إعادة دفع الديون ؟ للاستثمارات أجل القيمة المستقبلية الكافية إذ ستكون بحاجة ماسة إلى تحديد مدى حاجتك لرأس المال المستثمر؟ الحاسمة التي تحدد نمو أعمالك وتوضيح فهمك ؟ كما يجب أن تظهر قدرتك على الاستثمار وسداد القروض ؟ لإنتاج الكمية المطلوبة لمالية المتعلقة بخطط نمو أعمالك؟ تالمصطلحا

و سيتطلب التصور المالي معلومات عن النقاط التالية

ملخص للاحتياجات المالية

تسديد القروض ؟ كشف عن قدرة الاستثمار

خطط نموك التجاري ؟ خطتك المالية ؟ كشف عن مفاهيمك

تقل عن ثلاث سنوات، بحيث يمكن تحقيق كما يجب أن تغطي التقديرات المالية فترة زمنية لا الاحتمالات المستقبلية عن الربح أو الخسارة بدون أن تحوي الكثير من التفاؤل بالأرباح فقط، عن طريق تحليل هذه التنبؤات شهرياً على الأقل حتى يمكنك تحقيق تدفق مالي إيجابي



مكن أن يخفي بعض المشاكل التي تمر بها هذه النقطة ذات أهمية كبيرة لأن التدفق التقديري السنوي ي
والتي يجب أن تأخذها بعين الاعتبار في تخطيطك المالي؛ لذلك نقترح عليك النقاط التالية

- الخسارة التشغيلية ؟ كشوف الربح
- كشوف السيولة النقدية
- كشوف الميزانية
- ملاحظات تفسر جميع التوقعات التي بني عليها التصور المالي
- ة المالية وتتضمن عوائد الاستثمار على الأصول وعائد رأس المال المستثمر الخلاص
- تحليل عن تساوي الربح والخسارة
- تحليل حول المؤثرات الخارجية على السيولة النقدية يتضمن سيناريوهات لأفضل وأسوأ حالة
- والتوقعات الرئيسية
- لمخاطر التي يتضمنها المشروع مثل المخاطر المالية واستراتيجيات الانسحاب وتتضمن مناقشة ا
- انخفاض السوق وارتفاع أسعار الفائدة، واستراتيجيات الانسحاب من تلك المواقف

رأس المال التقديري والأرباح المتوقعة من المشروع 14.

المصاريف الدورية 15.

- الحسابات والمعاملات المصرفية 16 :
- الدخل اليومي يقيد بسند قبض واحد ويورد إلى البنك في اليوم مجموع بيع التذاكر و : سندات القبض التالي
- كل ما يصرف لكل جهة دائنة : سندات الصرف
- المبلغ/رقم سند القبض/الوصف/ويكون بشكل يومي ويتكون من التاريخ : دفتر المبيعات
- انواع التذاكر/الاجمالي
- في البنك مطابقة لما تم ايداعه/تحليل المصروفات : دفتر المصروفات
- دفتر الرواتب

تسويات المدين والدائن : سندات القبض اليومية

- : سندات استلام مواد
- : سندات صرف مواد
- : طلبات تزويد مواد
- : طلبات شراء مواد
- : طلب اسعار
- : كشف تفرغ

الرخصة والمصاريف الحكومية 17.



18. : التعامل مع الموردين

19. : الدعاية والإعلان

ب أن يلعب الإعلان دوراً رئيسياً في الوصول إلى العملاء، فالإعلان قد يحتاج إلى مبالغ ضخمة، فهو ينجح من منظور آخر يحتل الجزء الأكبر من مرحلة الدعاية، ويجب أن يقوم الإعلان بالتسويق للهدف الأساسي وبفاعلية ليلفت انتباه المستهلكين عبر الخطوات التالية

دام العناوين البارزة في المطبوعات، وشد النظر في الإعلانات المرئية، والاستخدام باستخ : الإنتباه الذكي لعناصر الصوت في الإعلان الإذاعي
العميل يريد أن يعلم ويتعلم فهو محتاج للاهتمام : الاهتمام
بالتأكيد على فوائد المنتج أو الخدمة يجعل العملاء منجذبين : الرغبة
... الخ ل يجب التصرف بنفسه فهو الذي يشتري المنتج ويستفسر عنه العمي : العمل

تأكد من أن تكون حذراً في مناقشة خطة إعلاناتك التي ستستخدمها عبر وسائل الإعلام المختلفة مثل وما هي التكاليف وما هي الاستراتيجية التي .. الخ .. التلفزيون ؟ الجرائد والمجلات والإنترنت والراديو الإعلانات، ويجب أن تكون هناك موازنة بين كمية العمل المتوقعة قبل الإعلان وبعده، كما يجب أن ستعقب تبقى حذراً في تسويقك للمنتجات الجديدة التي ستتبع الإعلان مثل الكتيبات والمنشورات، فكلها طويل الأمد في الترويج بوجه عام هو نشاط قصير الأجل يهدف إلى توليد إنتاج مكمل لبعدها البعض ويمكن أن تكون الأهداف العامة هي الإبقاء على العملاء المخلصين وكسب عملاء جدد . المكاسب ؟ المبيعات

للوصول إلى ذلك العميل المستهدف قد يجب عليك البحث عن بعض المعلومات الديموغرافية الأساسية ، والمستويات التعليمية والحالة الاجتماعية العمر والجنس والدخل والوظائف والسكن وحجم العائلة : مثل حوافزهم وما يحبون ؟ بالإضافة إلى ذلك ستضطر لفهم عملائك نفسياً من حيث روابطهم المشتركة ويكرهون، وهذا مرهون بعدم توقف محاولاتك في البحث عنه، وفهم عاداته في التسوق، لكي تبقى قريباً منه

20. : أنواع العملاء

21. : من والسلامة الا

22. : فريق العمل

من الضروري وصفك للتخطيط الإداري الذي سيساعدك على إدارة العمل الإنتاجي، ويكون ذلك بتحديد ساعات ؟ التجهيزات الفنية، القوى العاملة ؟ المواد الخام ؟ المعدات ؟ المرافق ؟ الموقع : طبيعة كل من التشغيل، وأساليب وطرق التخزين

: من إضافتك الأمور التالية و تأكد

التوصيل ؟ التصنيع



إدارة شؤون الموظفين ? إجراءات التوظيف

الموقع والمرافق

التأجير ? اتفاقيات التأمين

المعدات اللازمة لإنتاج السلع أو تقديم الخدمة

المواد الخام المستخدمة

بيانات تحليلية عن الموظفين

23. مراحل تنظيم المشروع

24. سياسة المشروع

تأكد بأن موظفي المبيعات يتعاملون مع منتجك أو خدمتك بمعرفة جيدة جداً، ويمكن أن يفقهوا العملاء في استخدام المنتج، إذ لا شيء ينفّر العملاء أكثر من الشراء من موظفي المبيعات الذين يظهرون اهتماماً جاوباً فوراً و بأسلوب ودود، وأن كل الرسائل يتم قليلاً للمنتج أو الشركة، أيضاً تأكد بأن هواتفك مت فتأكد أن لا ساعة، فإذا تضمنت تجارتك الحجم العالي للعملاء وزاد مستوى الدخل 24 الرد عليها خلال تترك عملاءك ينتظرون في الطوابير لفترات طويلة

25. البيع والتسويق