

## المحاضرة الرابعة

### عوامل نجاح المشاريع المقاولاتية الجزء 02

#### 2-تقييم السوق:

تعتبر عملية جمع المعلومات حول السوق من اهم عناصر هذه المرحلة، فمن خلالها يمكن توقع حجم الزبائن المحتملين، وتقدير الطلب والأسعار ومعرفة المنافسين، وتكون عن طريق:

✓ دور حياة المنتج: يمكن أن يكون المنتج المقترح له سوق واسعة، لكنه مهدد بشكل مستمر بخطر التقدم التكنولوجي وتغيير الأذواق بالنسبة للزبائن، أو ظهور منتجات بديلة أو متشابهة أقل سعرا، وبالتالي من الخطأ تركيز مستقبل الأعمال على سلعة واحدة.

✓ تطور، التمويل والأسعار: يصعب تقدير هذه المتغيرات أحيانا لأن هذا التطور يمكن أن يخضع أو ينتج من عدة عوامل من بينها: حالة الأزمة الداخلية أو الخارجية، النمو الديموغرافي، الحالة السياسية والمناخ الاجتماعي.

✓ الوسطاء: يرتبط سلوك الموزعين في بعض النشاطات إلزاما بأسواقهم المستقبلية، التي تركز على رغبات المستهلكين، وأيضا طريقة التنظيم المعمول فيما يخص الاحتكار وتسيير السوق، وبالتالي على المقاول أخذ معلومات عن الموزعين والاتصال بالخبراء في هذا المنتج.

✓ المنافسين: تقتضي معرفة السوق جمع معلومات خاصة بالمنافسين الرئيسيين للمنتج، من حيث الحصة السوقية مواردهم، أسعارهم، العلامة التجارية، التوزيع، البيع، الإعلان، السياسة الاستثمارية المالية.

✓ تحليل الصعوبات المحتملة: يجب تجنب النشاطات التي تتطلب استثمارات كبيرة، لأن أي مقاول جديد يشكو من نقص معين كالموارد المادية والبشرية، وغالبا من نقص المعلومات حول قطاع السوق، ونقص الخبرة في النشاط، هذه الصعوبات وغيرها يجب اخذها بعين الاعتبار.

✓ تحليل الحجم الممكن للزبائن: المعلومات التي يتم جمعها في المرحلة السابقة، تؤدي إلى تقدير الحجم الممكن للزبائن، وبناء عليه يجد صاحب المشروع نفسه أمام حالتين وهما:

\* يمكن لصاحب المشروع الانسحاب بسهولة ودون مخاطر مالية كبيرة إذا سارت الأمور عكس التوقعات، وبالتالي في هذه الحالة يتم إجراء اختبارات بسيطة للمنتجات ثم المرور مباشرة إلى تنفيذ المشروع، مع إمكانية إجراء بعض التعديلات.

\* إذا وجد صاحب المشروع نفسه أمام مخاطر كبيرة من الناحية المالية، هنا يحاول المقاول القيام بدراسة سوق وذلك عن طريق استبيان على عينة من الزبائن المستهدفين أو المقابلة

المباشرة مع الزبائن، أو الاستعانة بمكاتب متخصصة في دراسات السوق للوقوف على أهمية وحجم الزبائن المحتملين.

### 3-دراسة السوق:

تعتبر عملية تحليل السوق الحجر الأساس في اختبار الفكرة الاستثمارية، حيث يؤدي إلى جمع المعلومات التي يبني عليها الحكم على فعالية الفكرة والوصول إلى فرص حقيقية للنجاح، وذلك من خلال البحث عن إجابات للأسئلة التالية:

\*هل يوجد أشخاص قابلين لشراء المنتج؟ وبأي ثمن؟

\*ومن هؤلاء الزبائن؟ حتى يتمكن حامل المشروع من إيجاد إجابات عن هذه التساؤلات، لا بد أن يبحث أولاً عن الأدوات التي تمكنه من جمع هذه المعلومات والتي توفرها الدراسة السوقية.

### 4-إعداد خطة العمل:

يشكل مخطط العمل عنصراً أساسياً في استراتيجية المؤسسات، وتزايد أهميته في مجال إنشاء المؤسسات بشكل عام والمقاولات بشكل خاص، ويستمد هذه الأهمية على اعتبار أنه يمثل وثيقة هوية تعرف بالمؤسسة (ومؤسسها) لدى مختلف الأطراف كما يعتبر وسيلة اتصال تجاه هذه الأطراف، حيث يسمح لهم بتقييم المخاطر التي هم مقدمون على تحملها عند الانخراط في المشروع\*.

5-أهمية خطة العمل: لخطة العمل عدة فوائد نذكر أهمها فيما يلي:

1-ترتيب الأفكار.

2-تقييم الجدوى

3-فرصة للتعرف أكثر على السوق وعن قرب.

4-بحث الاحتمالات الممكنة لتمويل وتنفيذ وتسويق المشروع.

5-التخطيط ووضوح الطريق.

6-التحقق من الجاهزية.

7-استطلاع الصعوبات المتوقعة والاستعداد لها والاحتياط للطوارئ.

8تحديد المتطلبات بشكل أكثر دقة وواقعية.

9-إظهار الجدوية في العمل.

10-تسهيل تقييم المشروع للحصول على دعم أو تمويل أو مشاركة.

11-التقليل من احتمالية الإخفاق أو الفشل أو الخسائر.

12-التحكم وضبط التكاليف.