



ورشة عمل دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الصغيرة

اليوم الاول

التاريخ: الاربعاء 16 نيسان 2025

المدة: 2 ساعة



لمحة عن المدرب

- ماجستير الإدارة المالية من الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، ويعد حاليا الدكتوراه في التمويل في جامعة تشوكوروا في تركيا.

- يعمل في الإدارة المالية في القطاع غير الربحي منذ العام 2013 مع منظمات دولية مثل Hand in Hand for Aid and Development

- عمل سابقا في الإدارة المالية مع شركات نفط دولية مثل Dublin International Petroleum وشركة Maurel & Prom Syria

- يقدم الاستشارات المالية للمنظمات التنموية، ويعمل في تدريب وتوجيه أصحاب المشاريع الناشئة على إدارة وتخطيط مشاريعهم ماليا.



المدرب

الاستاذ عبد السلام عثمان

تعارف

توقعات من الدورة

دراسة الجدوى الاقتصادية

- تعرف دراسة الجدوى الاقتصادية بأنها أسلوب علمي لتقدير احتمالات نجاح فكرة استثمارية قبل التنفيذ الفعلي، و ذلك في ضوء قدرة المشروع أو الفكرة الاستثمارية على تحقيق أهداف معينة للمستثمر،

دراسة الجدوى الاقتصادية

- تعني دراسة الجدوى التعرف على فائدة المشروع (أي جدواه) ، وهل سيحقق منفعة عند إنشائه وتشغيله . وما هو مقدار تلك الجدوى ، أو المنفعة التي ستتحقق من المشروع ؟..

دراسة الجدوى الاقتصادية

- تُعد أداة عملية تُجنب المشروع المخاطر و تحمل الخسائر ، حيث يسبق الدراسة اتخاذ أي قرار استثماري كما تسبق الدراسة عمليات التشغيل.
- عليه فدراسة الجدوى الاقتصادية هي الوسيلة التي يتم بناء عليها اتخاذ قرار الاستثمار المناسب الذي يحقق الأهداف المنشودة.

اهداف دراسة الجدوى الاقتصادية

• تتمثل دراسة الجدوى في مجموعة من الدراسات التي تسعى لتحديد مدى صلاحية مشروع استثماري ما أو مجموعة من المشروعات الاستثمارية من جوانب عدة :

- سوقية
- - فنية
- - مالية
- - تمويلية
- - اقتصادية
- و اجتماعية،

• ذلك تمهيداً لاختيار تلك المشروعات التي تحقق أعلى منفعة صافية ممكنة،

اهداف دراسة الجدوى الاقتصادية

- تسعى لتحديد مدى صلاحية مشروع استثماري ما أو مجموعة من المشروعات الاستثمارية المقترحة تمهيداً لاتخاذ قرار بشأن قبول أو رفض الاستثمار فيها
- التوصل إلى إجابات محددة عن نواح عدة تتعلق بالمشروع المتوقع إقامته أهمها :
 - = وجود سوق كافية لاستيعاب إنتاج المشروع المقترح طوال سنوات عمره الاقتصادي
 - = إمكانية تنفيذ المشروع من الناحية الفنية (توافر عناصر الإنتاج الأساسية اللازمة و تشغيل المشروع طوال عمره الاقتصادي)

اهداف دراسة الجدوى الاقتصادية

- = توافر الموارد المالية اللازمة لتمويل المشروع طوال عمره الاقتصادي
- = ربحية المشروع من وجهة النظر الخاصة (من وجهة نظر صاحب المشروع) عند استخدام الأسعار السوقية في التقويم بغض النظر عن اعتبارات اجتماعية أخرى.
- = ربحية المشروع من وجهة النظر الاقتصادية عند استخدام الاسعار الاقتصادية التي تعكس التكلفة الحقيقية و المنفعة الحقيقية بدلاً من الأسعار السوقية التي لا تعكسها.
- = ربحية المشروع من وجهة النظر الاجتماعية التي تتعلق بباقي أفراد المجتمع.

من يقوم بدراسة الجدوى الاقتصادية

- دراسة الجدوى الاقتصادية عمل يتطلب جهود متخصصين اقتصاديين لدراسة الجوانب
 - التسويقية
 - و المالية
 - و الاقتصادية
- إلى جانب متخصصين فنيين في نوعية الإنتاج
 - لدراسة الآلات و المعدات المطلوبة و المواد الخام المستخدمة و مصادرها،
 - و كميات و أنواع الطاقة المطلوبة
 - ثم تحديد شكل المنتج النهائي و تعبئته و تغليفه و تجهيزه للتسويق.

أهمية دراسات الجدوى الاقتصادية

- تعتبر دراسات الجدوى الاقتصادية من أهم الأدوات التي يستعين بها متخذ القرار الاقتصادي ، على مستوى المشروع الخاص و على المستوى القومي.
- المساعدة في الوصول إلى أفضل تخصيص ممكن للموارد الاقتصادية التي تتصف بالندرة النسبية، و لهذا فإن دراسات الجدوى لها أهمية قصوى في الدول النامية، حيث الموارد محدودة مما يتطلب تحديد أولويات للمشروعات التي تغيد الاقتصاد القومي.
- توضح دراسات الجدوى الاقتصادية العوائد المتوقعة مقارنة بالتكاليف المتوقعة من الاستثمار طوال عمر المشروع الافتراضي.
- يتوقف قرار مؤسسات التمويل فيما يتعلق بمنح الائتمان على دراسات الجدوى المقدمة لها ، و كذلك تعتمد مؤسسات التمويل الدولية على دراسات الجدوى الاقتصادية عند منح مساعداتها لإقامة مشروعات التنمية الإقليمية في الدول النامية.

أهمية دراسات الجدوى الاقتصادية

- تعرض دراسة الجدوى الاقتصادية منظومة كاملة عن بيانات المشروع و تحليلها بصورة تساعد المستثمر على اتخاذ القرار الاستثماري المناسب.
- توضح دراسة الجدوى الاقتصادية الطريقة المثلى للتشغيل في ضوء الاستثمارات و السوق.
- تضع دراسة الجدوى الاقتصادية خطة أو برنامجاً لتنفيذ المشروع و تحدد أسلوب إدارة المشروع، وتحقيق التفاعل بين عناصر التشغيل و التمويل و التسويق.
- توضح دراسة الجدوى الاستثمارات المطلوبة للمشروع ، كذلك العائد الاستثماري الذي يمكن أن يحققه المشروع في ظل فرص مدروسة تحدد بشكل كبير درجة المخاطرة في الاستثمار.

أهمية دراسات الجدوى الاقتصادية

- تساعد دراسات الجدوى في الوصول إلى قرار بشأن الاستثمار أو عدمه، حيث يتطلب الأمر كمّاً من المعلومات و البيانات و أسلوباً علمياً للتعامل معها و تحليلها.
- التفكير في طرق و بدائل مختلفة، و مقارنة المشروعات و تبني الأمثل من حيث طاقة الإنتاج و الوسائل التقنية و نوعية العمالة .
- تمكن الدراسة المالية من معرفة العوائد المتوقعة و الفترة الزمنية التي يمكن أن يسترد فيها المشروع رأس المال المستثمر.
- تساعد الدراسة في وضع الخطط و البرامج الخاصة بمراحل الإعداد و التنفيذ و المتابعة، كما تساعد أيضاً في إعداد برامج توفير المعدات و الآلات و المباني و العمالة و التدريب و تخطيط الإنتاج.

أهمية دراسات الجدوى الاقتصادية

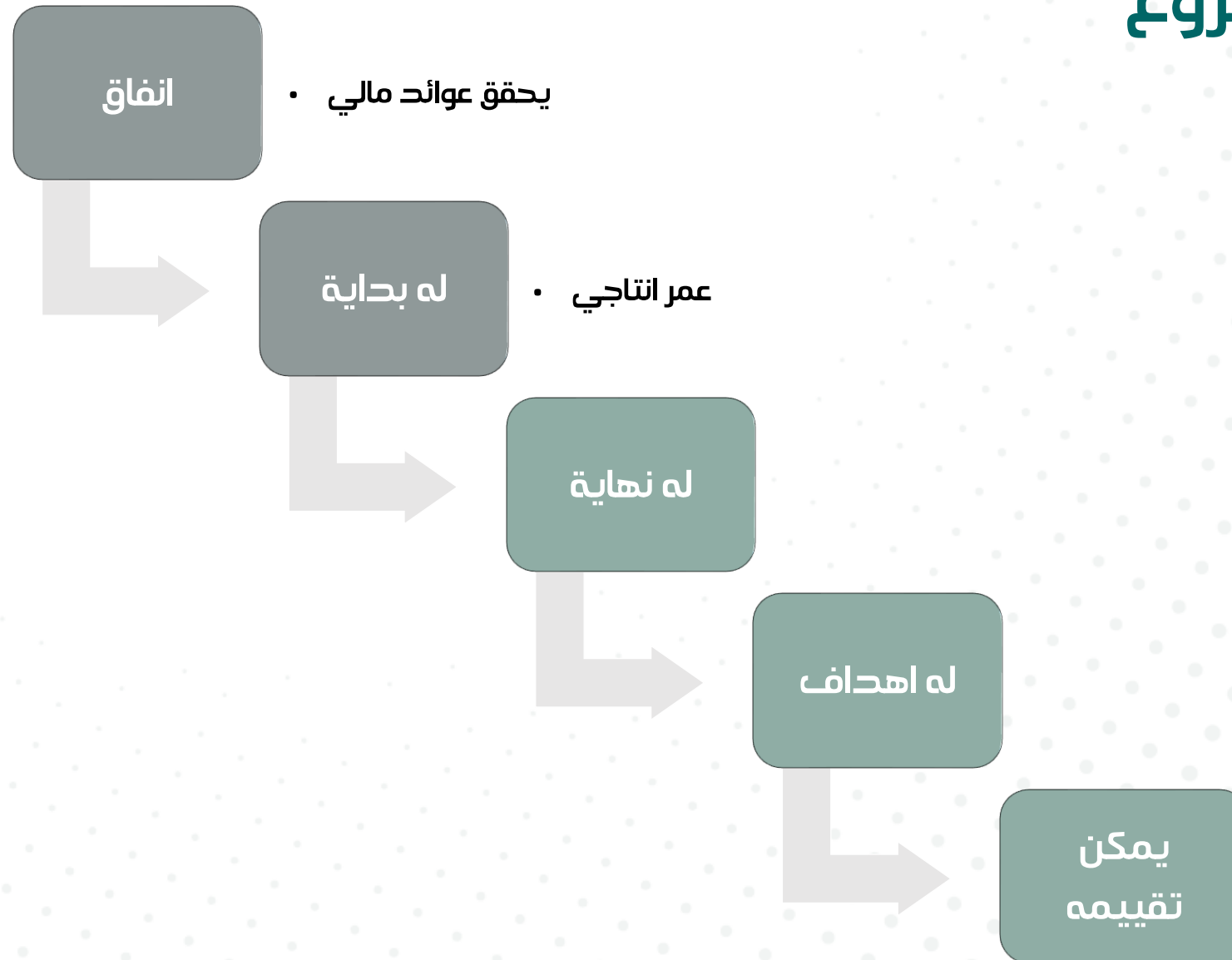
- يعتبر توفير الموارد المالية من أهم المسائل لضمان قيام و نجاح المشروع، و تساعد الدراسة المستثمر في معرفة احتياجات المشروع من الموارد المالية و توقيتها.
- درجة الدقة في دراسة الجدوى تمكن من الاعتماد عليها في فرص نجاح المشروع.
- تشمل الدراسة التعرف على مقدرة المشروع على تحمل نتائج أي متغيرات أو تقلبات في الافتراضات (اختبارات الحساسية)
- تساعد دراسة الجدوى على التعرف على المتغيرات الاقتصادية و السياسية و القانونية المتوقعة حدوثها خلال عمر المشروع الافتراضي.
- تجعل دراسة الجدوى عملية اتخاذ القرارات الاستثمارية عملية متكاملة الأبعاد و تأخذ في الاعتبار جميع العوامل التي يمكن أن تؤثر على أداء المشروع، مما يجعل حساب المخاطر المتوقعة عملية دقيقة و بأقل درجة ممكنة من عدم التأكد.

دورة المشروع

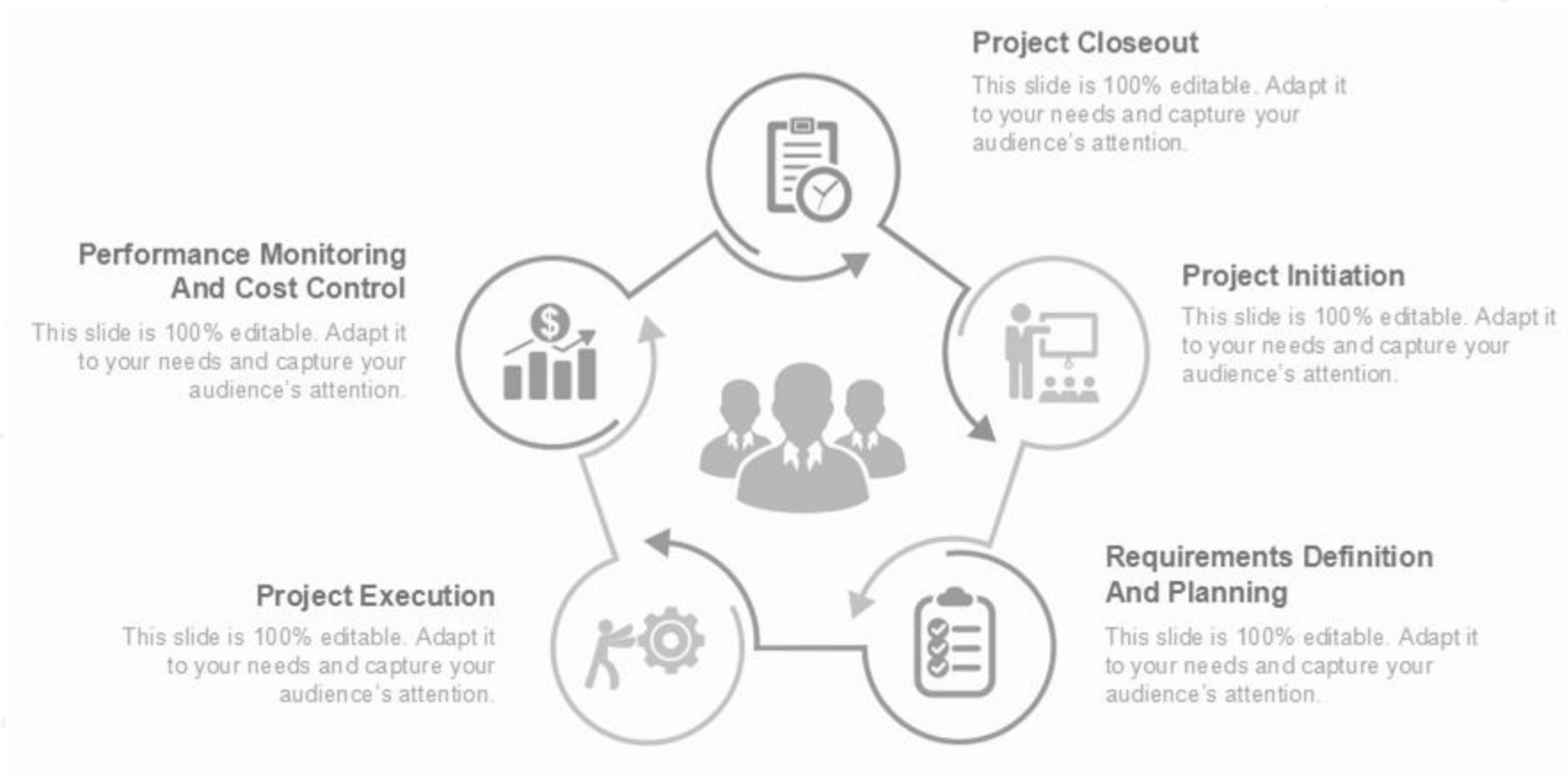
ماهو المشروع :

- عبارة عن (مركب) كل الأنشطة التي تستخدم الموارد من أجل الحصول على منافع معينة.
- أي هو نشاط استثماري له مدخلات ومخرجات ويمكن تقييمه.
- ومن ثم فالمشروع عبارة عن نشاط تنفق عليه أموال مقابل ما هو متوقع من عوائد، مادية أو خدمات.
- المشروع له بداية ونهاية محددة وله أهداف معينة. ومن ثم يوصف المشروع بأنه :

دورة المشروع



دورة المشروع



دورة المشروع

- المرحلة الاولى تحديد المشروع Identification
- مصادر أفكار المشروع : مصادر متعددة محلية وأجنبية. ليس فقط لمواجهة إحتياجات غير مشبعة ولكن أيضاً بهدف إستخدام الموارد غير المستغلة، أو صيانة الموارد الطبيعية ، والمحافظة على البيئة.

دورة المشروع

تحديد المشروع Identification

وقبل تحديد وترتيب أفكار المشروع يلزم قدر من المعلومات عن:

- معلومات عن الدولة.
- المناطق المرغوب إقامة المشروع فيها.
- الإقتصاد القومي والموارد الطبيعية والبشرية.
- التكنولوجيا السائدة.
- المؤسسات.
- البنية التحتية

دورة المشروع

تحديد المشروع Identification

التعرف على أفكار المشروع :

لاختيار فكرة من بين الأفكار المتاحة ويقوم ذلك على :

- المشروعات ذات الأولوية في الخطة القومية أو القطاعية.
- المشروعات التي تحقق تنمية متكاملة.
- مشروعات تحقق عائد (جدوى) مرتفعة.
- مشروعات ممكنة التنفيذ.
- خلفية صاحب رأس المال (صاحب المشروع).

دورة المشروع

• تحديد المشروع Identification

• التعرف على أفكار المشروع :

• لإختيار فكرة من بين الأفكار المتاحة ويقوم ذلك على :

- المشروعات ذات الأولوية في الخطة القومية أو القطاعية.
- المشروعات التي تحقق تنمية متكاملة.
- مشروعات تحقق عائد (جدوى) مرتفعة.
- مشروعات ممكنة التنفيذ.
- خلفية صاحب رأس المال (صاحب المشروع).

دورة المشروع

• تحديد المشروع Identification

إختيار المشروع :

هناك جانبان أساسيان في إختيار المشروع (الذي سيتم الإستثمار فيه):

أولاً : أن يكون هناك حاجة للمشروع: سواء :

- على المستوى القومي.
- على مستوى القطاع.
- على مستوى النشاط.
- أو بالنسبة لصاحب المشروع (قد يتكامل مع مشاريع أخرى يملكها).

دورة المشروع

تحديد المشروع Identification

ثانياً : أن يراعي (أو يوفي) المشروع بالاعتبارات الفنية :

- إمكانية تنفيذ المشروع من الناحية الفنية.
- قبول المشروع من الناحية الاجتماعية والبيئية.
- جدوى المشروع إقتصادياً (دراسة جدوى أولية - والتأكد من النواحي التسويقية)

دورة المشروع

- تحديد المشروع Identification
- تحديد مجال (مكان) المشروع وحجمه.
- تحديد المشاكل المتعلقة ببعض جوانب المشروع.
- جوانب تنظيمية وإدارية.
- جوانب مالية.
- جوانب قانونية / أو متعلقة بالأنظمة القائمة.
- جوانب تسويقية.

دورة المشروع

- تحديد المشروع Identification
- ونخلص من هذه المرحلة بتحقيق (أو الوصول إلى) الآتي:-
 - (1) نوع المشروع وأهدافه.
 - (2) مكان المشروع.
 - (3) حجم المشروع.
 - (4) جدوى أولية للمشروع.
 - (5) مشاكل المشروع.

دورة المشروع

- المرحلة الثانية : إعداد المشروع Preparation
- وتشمل الدراسة التفصيلية للمشروع من مختلف الجوانب المالية، الفنية، الإقتصادية ، البيئية ، والإجتماعية لجدوك المشروع
- ذلك بعد أن إتضح من المراحل السابقة مبررات المشروع وأهدافه / وعناصره / وجدواه الأولية / ومشاكله ، وأصبح الإنفاق على الجدوك التفصيلية ممكن.
- وصولاً إلى معايير الحكم على نتائج (أو ما يحققه) المشروع خلال عمره الإنتاجي.

دورة المشروع

• المرحلة الثالثة : التقييم Appraisal

وهو التقييم القبلي (أي قبل تنفيذ المشروع). وهو يعني ببساطة مراجعة تصميم المشروع أو مراجعة دراسة الجدوى.

ومن المفضل أن يتولى فريق جديد عملية التقييم أو يدعم الفريق القائم بدراسة الجدوى بعدد من الخبراء والمستشارين لإجراء عملية التقييم.

دورة المشروع

• المرحلة الثالثة : التقييم Appraisal

وتهتم مرحلة التقييم بالآتي:-

- التأكد من المواصفات الفنية (الهندسية) للمشروع.
- مراجعة، والتأكد من ملائمة حجم المشروع. وموقعه ومميزات الموقع.
- التأكد من ملائمة التكنولوجيا المستخدمة في المشروع.
- مراجعة تقديرات التكاليف لبنود المشروع.
- التأكد من مصادر التمويل وشروطه.
- مراجعة والتأكد من إجراءات وتوقيتات التوريد.
- مراجعة تقديرات عوائد المشروع (المالية).
- مراجعة هيكل العمالة (والوظيفي) بالمشروع.
- ثم، مراجعة الآثار غير المباشرة للمشروع والآثار البيئية له.
- التأكد من معدل العائد المتحقق.

دورة المشروع

المرحلة الرابعة : تنفيذ المشروع Implementation

- وفيها يتم : تنفيذ الأعمال / توفير الإستثمارات / تخصيص الموارد بصفة نهائية.
- وذلك على مدار فترة الإنشاء والتشغيل وقد يطلق على هذه المرحلة: (التنفيذ والإشراف والمتابعة).
- - وقد يفضل القيام بالإشراف والمتابعة مجموعة مستقلة غير التي قامت بعملية الإعداد ، وغير التي تقوم بالتنفيذ.
- - وخلال عملية المتابعة قد تدخل فيها عملية التغذية المرتدة لعملية التنفيذ أي تعديل بعض جوانب المشروع وفقاً لما تصدر عنه عملية المتابعة.

دورة المشروع

• المرحلة الرابعة : التقييم اللاحق EX-Post Evaluation

• تجري في أي من الحالات الآتية :

- - في نهاية فترة الإنفاق الإستثماري.
- - إذا جابه المشروع مشاكل أثناء التنفيذ أو التشغيل.
- - عند إجراء توسعات في المشروع.
- - عند تمام التشغيل الكامل (الروتيني) للمشروع.

دورة المشروع

• المرحلة الرابعة : التقييم اللاحق EX-Post Evaluation

- وذلك للنظر في عناصر النجاح والفشل في المشروع. ومن أجل تحسين تخطيط المشروع.
- وهو أداة إدارية في المشروعات القائمة.
- مصادر الخطأ في تحليل المشروعات :
 - - عدم إكمال تحديد المشروع.
 - - الإعداد الرديء للمشروع.
 - - رداءة التقديرات الفنية.
 - - سوء الإدارة.
 - - آثار خارجية (التغيرات في السوق العالمية)

دراسة الجدوى المبدئية

- هي عبارة عن إستطلاع أولي الهدف منه هو التأكد من عدم وجود مشاكل جوهرية تعوق تنفيذ المشروع الاستثماري.
- دراسة الجدوى المبدئية أو الدراسة السابقة للجدوى لا تتطلب الفحص الدقيق والتفصيلي كما هو الحال في دراسات الجدوى المفصلة الأمر الذي يؤدي إلى عدم تحمل من يقوم بها نفقات كبيرة.

دراسة الجدوى المبدئية

- وتتجه الدراسة المبدئية للجدوى إلى توضيح المعلومات التالية أو بعضها:
 - 1/ مدى الحاجة إلى منتجات المشروع، وهذا يتطلب وصف السوق بمعنى تقدير الاستهلاك الحالي واتجاهاته والأسعار السائدة، وأذواق المستهلكين...الخ.
 - 2/ مدى توافر عوامل الإنتاج الأساسية، وهذا يتطلب دراسة للخامات التي سيحتاجها المشروع من حيث مدى توافرها باستمرار وجودتها. كذلك العمالة التي سيعتمد عليها المشروع من حيث مدى كفاءتها ومستويات الأجور...الخ.
 - 3/ تحديد المرحلة أو المراحل التي تحتاج إلى تركيز خاص في الدراسة التفصيلية (السوق - الإنتاج - التمويل...الخ).

دراسة الجدوى المبدئية

- 4/ تقدير حجم الاستثمار المطلوب وتكلفة التشغيل.
- 5/ تقدير الأرباح الصافية المتوقعة من المشروع.
- 6/ ملخص للمشاكل التي يمكن أن تواجه المشروع، وأنواع المخاطر التي يمكن أن تترتب على إقامته. وهذا يتطلب دراسة البيئة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي سينشأ فيها المشروع.
- 7/ تقدير التكاليف للدراسة التفصيلية لجدوى المشروع.

دراسة الجدوى المبدئية

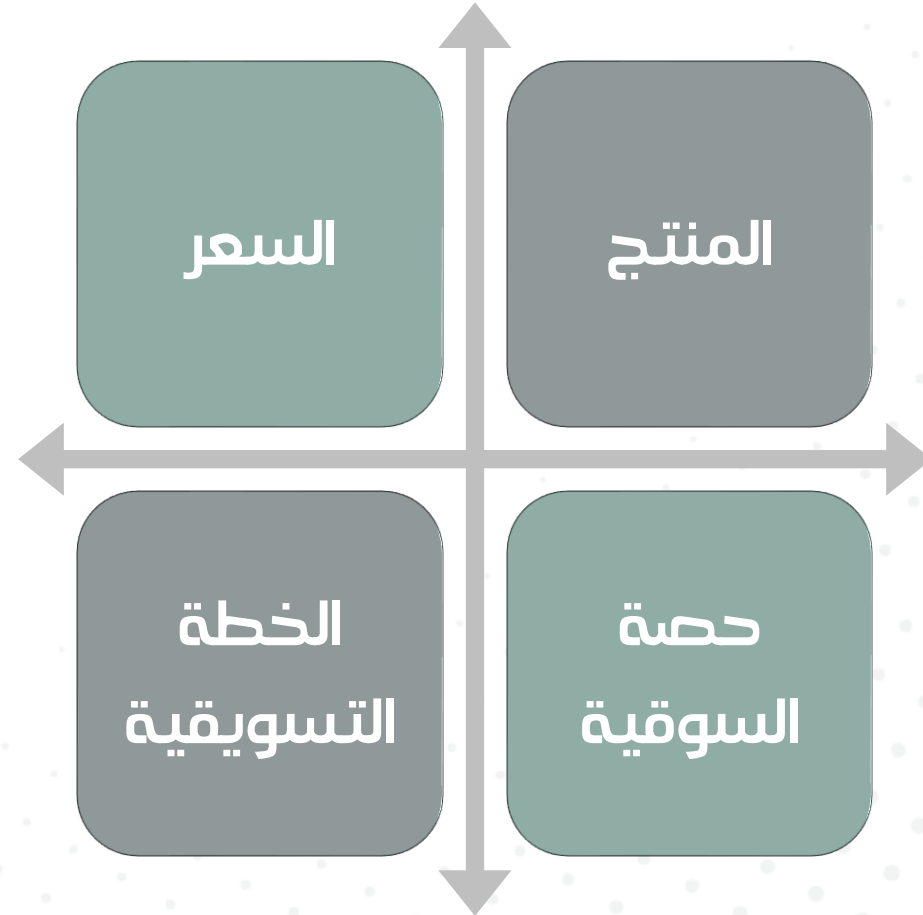
- **فدراسة الجدوى المبدئية ما هي إلا دراسة استكشافية للأفكار الاستثمارية يتم الاعتماد على نتائجها في تقرير القيام بدراسة الجدوى التفصيلية أو التوقف عند هذا الحد من الدراسة لبعض الفرص الاستثمارية.**

دراسة الجدوى التفصيلية

• تتضمن دراسة الجدوى الاقتصادية عدة دراسات كما يلي:

- دراسة التسويق (اليوم الاول)
- الدراسة الفنية و الهندسية (اليوم الثاني)
- الدراسة المالية (اليوم الثالث)
- الدراسة التمويلية (اليوم الرابع)

دراسة التسويقية



دراسة التسويقية

ينصب الهدف الرئيسي لدراسة الجدوى التسويقية في قياس حجم السوق الفعلي و المتوقع لمنتجات المشروع محل الدراسة.

تعتبر دراسة الطلب على منتجات المشروع من أهم عناصر الدراسة التسويقية وتتضمن هذه الدراسة الجوانب التالية:

1. دراسة العوامل المحددة للطلب والعرض بالنسبة للسلعة التي سينتجها المشروع.
2. التعرف على هيكل السوق (Market Structure) وحجمه وخصائصه والإجراءات المنظمة للتعامل فيه.
3. تحليل العرض السابق والحالي من حيث مصدره: مستورد أو إنتاج محلي، حجم المبيعات، مدى استقرار الأسعار، والسياسات التسويقية للمنافسين...الخ.
4. تقدير نصيب المشروع في السوق على ضوء الطلب والعرض وظروف المشروع أمام المنافسين له وتحديد معالم السياسة التسويقية المقرر اتباعها.

دراسة التسويقية

• تشمل تفاصيل الدراسة التسويقية لتقدير جانبي العرض و الطلب :

• 1/ بيانات عن السلع البديلة:

• كمية الإنتاج، حتى يمكن مقارنته بحجم الاستهلاك المتوقع، لتحديد الطاقة الإنتاجية المناسبة للمشروع.

• سعر البيع بالتجزئة والجملة وتستخدم في رسم السياسة السعرية.

دراسة التسويقية

• تشمل تفاصيل الدراسة التسويقية لتقدير جانبي العرض و الطلب :

• 2/ بيانات عن درجة النشاط التجاري:

- عدد المنشآت التي تعمل في مجال التوزيع حسب المناطق.
- عدد المنشآت التي تعمل في مجال التوزيع حسب نوع المنتجات.
- عدد المنشآت التي تعمل في مجال التوزيع مقسمة على الوكلاء وتجار الجملة والتجزئة.

دراسة التسويقية

- تشمل تفاصيل الدراسة التسويقية لتقدير جانبي العرض و الطلب :
- 3 / بيانات عن النقل والمواصلات:
- مختلف الوسائل المتوفرة في الدولة وإجمالي البضاعة المنقولة يوميا ونوعه وتعريفه النقل لها.
- امكانيات النقل الجوي للداخل والخارج.

دراسة التسويقية

- تشمل تفاصيل الدراسة التسويقية لتقدير جانبي العرض و الطلب :
- 4/ بيانات عن التجارة الخارجية:
- الصادرات بالقيمة والكمية والنوع وأهم الدول المستوردة للتعرف على مدى امكانيات التصدير لجزء من الإنتاج.
- الواردات بالقيمة والكمية والنوع وأهم الدول المصدرة للتعرف على امكانيات إحلال الإنتاج المحلي محل الواردات. وأيضا مصادر الحصول على الخامات والمواد الأولية التي يحتاج إليها الإنتاج.
- اتجاهات الطلب العالمي والأسعار العالمية.

دراسة التسويقية

- تشمل تفاصيل الدراسة التسويقية لتقدير جانبي العرض و الطلب :
- 5 / سلوك المستهلكين:

- يتضمن معلومات عن المستهلك وعادة يتم الحصول على بياناته من خلال مسوحات ميدانية وتصميم صحيفة استبيان تتضمن المعلومات التالية:
- الماركة التي يشتريه عادة.
- حجم العبوة التي يفضلها.
- ما هي دوافعه للشراء.
- هل يشتري من متجر محدد.
- حجم استهلاكه اليومي.
- مدى تفضيله للإنتاج المستورد على المحلي وأسباب ذلك.

دراسة التسويقية

- تشمل تفاصيل الدراسة التسويقية لتقدير جانبي العرض و الطلب :
- 5 / سلوك المستهلكين:

- يتضمن معلومات عن المستهلك وعادة يتم الحصول على بياناته من خلال مسوحات ميدانية وتصميم صحيفة استبيان تتضمن المعلومات التالية:
- الماركة التي يشتريه عادة.
- حجم العبوة التي يفضلها.
- ما هي دوافعه للشراء.
- هل يشتري من متجر محدد.
- حجم استهلاكه اليومي.
- مدى تفضيله للإنتاج المستورد على المحلي وأسباب ذلك.

دراسة التسويقية

- تشمل تفاصيل الدراسة التسويقية لتقدير جانبي العرض و الطلب :
- 6 / توجهات السياسات الحكومية :
- وتتضمن مدى القيود المفروضة على الأسعار المحلية والسياسات التجارية من حصص الاستيراد والتصدير،
- كذلك نظام التعرفة الجمركية على الواردات والصادرات وغيره من المعلومات.

دراسة التسويقية

• المعلومات التسويقية المطلوبة:

- أن المعلومات المطلوبة يجب تطبيقه على الأسواق المستهدفة كل على حدة سواء أكانت محلية أو إقليمية أو أسواق أخرى عالمية (تصدير) .

دراسة التسويقية

• 1- المنتج :

- ينبغي وصف المنتج (المنتجات) وصف شامل واضح يبين احجامه وأوزانه ومقاساته ونوع وشكل العبوة التي يباع به المستهلك وكذلك لتاجر الجملة واسمه وعلامته التجارية واستخداماته وموجز عن المواد الخام الداخلة في تصنيعه .
- أما إذ كان المشروع يعتزم إنتاج أكثر من صنف فينبغي إيراد وصف مفصل ودقيق لتشكيلة المنتجات وأية تغييرات يعتزم إدخاله عليه خلال عمر المشروع وتحديد البرنامج الإنتاجي المقترح للسنوات الخمس الأولى من الإنتاج .

دراسة التسويقية

• 1- المنتج :

- كما ينبغي أن يشفع هذا الوصف بما يتوفر عند صاحب المشروع من عينات وصور وكتيبات ،
- وينبغي كذلك إيراد بيان مفصل عن المواصفات والمقاييس المطبقة في تصنيع تلك السلعة وتحديد المواصفات التي يعتزم المشروع الاعتماد عليها

دراسة التسويقية

- 2- العرض :
- ينبغي بيان مصادر العرض الحالية للمنتج في السوق المحلية وأية أسواق خارجية يعتزم المشروع التصدير إليها، أي:
 - تحديد المنتجين المحليين مع ذكر طاقاتهم الإنتاجية ،
 - وتحديد الكميات المستوردة والبلدان المصدرة ، وأصناف منتجاته وحصته التقديرية في السوق ،
 - وكذلك ذكر أسماء وعناوين وأرقام الهواتف لهذه المصانع الوطنية والوكلاء والموزعين في البلد المعين
 - مع إرفاق قائمة بما يتعلق به من بيانات مستمدة من قائمة المشاريع المرخصة من وزارة الصناعة .
- إن الهدف من هذه المعلومات رسم صورة شاملة لوضع العرض الحالي للسلع المزمع إنتاجه ، لذا يلاحظ أهمية تحديد مصادر المعلومات المقدمة للتأكد من صحتها .

دراسة التسويقية

• 3- الطلب :

- يُفترض عموم أن حجم الطلب في أية سنة يتكون من حاصل جمع مبيعات المنتجين المحليين مع الواردات ناقص الصادرات والمعاد تصديره ،
- وينبغي كلما أمكن عند تقدير حجم الطلب التاريخي للمنتج تقديم أدلة مساندة من مصادر معترف به كإحصاءات التجارة الخارجية التي تصدره مصلحة الإحصاءات العامة التابعة لوزارة التخطيط ، وإحصاءات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية .
- كما ينبغي إيراد بيان بالمبيعات السابقة لصاحب المشروع إن كان له نشاط سابق ، وللشريك الأجنبي إن وجد ، على أن يشتمل البيان بالمبيعات للسوق المحلية أو أية أسواق خارجية يعتزم التصدير إليه .
- أما في حالة تحديد الطلب بطرق أخرى فيجب شرح تلك الطرق شرح وافياً.
- ينبغي أن يشتمل تحليل الطلب التاريخي على السنوات الخمس الماضية موزعة كلما أمكن حسب المناطق الإقليمية في الدولة .

دراسة التسويقية

• 3- الطلب :

- أما إذ كان المشروع يعتزم الاقتصار على تسويق المنتج في منطقة معينة فيجب التركيز على هذه المنطقة مع إعطاء صورة عامة عن الطلب في البلد المعين عموم .
- وإذا كانت منتجات المشروع موجهة إلى أسواق وقطاعات استهلاكية مختلفة (مثل أسواق التجزئة أو الجملة أو خدمات التموين الغذائية أو القطاعات الحكومية) فينبغي إيراد بيان مفصل لحصة كل قطاع وكذلك إيراد بيان مماثل للأسواق الخارجية إن كان المشروع يعتزم التصدير.
- أما بالنسبة للطلب المستقبلي فيجب تقدير حجم ذلك الطلب طوال الفترة التي تشملها دراسة الجدوى موزع وفق لكل قطاع أو منتج ، على أن يشار إلى الأساليب المستخدمة في التوصل إلى هذه التقديرات والافتراضات التي بنيت عليه علم بأنه يمكن استخدام أكثر من أسلوب في تقدير حجم الطلب المستقبلي.

دراسة التسويقية

• 4- الاستراتيجية التسويقية:

- ينبغي إيراد موجز عن تصور المستثمرين للمشروع
- مع تحديد الأسواق التي يرمي إليه
- ومواضع القوة التي يستند عليه ،
- والمزايا التنافسية الرئيسية المتاحة له
- مع الإشارة هنا إلى خبرة أصحاب المشروع في المجال الذي يقع المشروع في نطاقه وفي أي نشاط له صلة به.

دراسة التسويقية

- 6- المبيعات المتوقعة وحصة السوق :
- ينبغي بيان تفاصيل الكميات المتوقعة يبعه سنوي إلى أن يتم بلوغ كامل الطاقة الإنتاجية الممكن تحقيقه
- وتقدير الحصة التي يتوقع المشروع الاستحواذ عليه في السوق سنوي بناء على تقديرات مبيعاته والحجم المتوقع للطلب
- على أن يوضع هذا التقدير وفق لكل منتج (أو منتجات) وقيمتة ولكل قطاع استهلاكي ولكل سوق أو منطقة .
- كما ينبغي إن كان سبق لأصحاب المشروع بيع منتجات مماثلة ذكر الحصة التي استحواذ عليه فعلي والمبيعات التاريخية بالقيمة والكميات للأعوام الماضية .

دراسة التسويقية

• 7- المنافسة :

- ينبغي ذكر المنافسة الداخلية والخارجية التي سوف يتعرض له المشروع
- مع ذكر المنتجات المنافسة وأسعاره والأسماء التجارية وحصة كل منه في السوق
- والكيفية التي تؤثر به المنافسة على قدرة المشروع على تحقيق الحصة التي يرمي إليه
- مع ذكر مواضع القوة والضعف لكل منافس على حدة.

دراسة التسويقية

• 9- الهيكل الإداري والتوزيع :

- ينبغي تحديد الهيكل الإداري لإدارة التسويق والمبيعات المقترحة للمشروع
- مع ذكر عدد الأفراد ومؤهلاتهم وخبراتهم وجنسياتهم ومسؤولية كل منهم وإرفاق صورة من يبان هذه المؤهلات والخبرات للأشخاص الذين تم تعيينهم أو ترشيحهم لهذه المناصب

دراسة التسويقية

- 10- ترويج المبيعات والدعم التسويقي :
- ينبغي تقديم خطط مفصلة للإعلان والأساليب الأخرى التي يعتزم المشروع الاستعانة به لترويج المبيعات على مستوى الموزعين والمستهلك النهائي ،
- مع تحديد الميزانية المخصصة لذلك ونسبته إلى قيمة المبيعات المقدرة موزعة حسب نوع وسيلة الإعلان المزمع استخدامه .
- وذكر الأسس التي بنيت عليه هذه الخطط وتقديرات الإنفاق عليه .
- كما ينبغي على وجه التحديد إيراد أية معلومات تتعلق بالخطط والميزانيات لطرح المنتج في السوق.

دراسة التسويقية

• 11- الإتفاقيات التسويقية :

- ينبغي إرفاق نسخ من أية اتفاقيات تسويقية (مثل اتفاقيات الوكالات أو التمثيل التجاري أو التوزيع أو العلامة التجارية) مما تم إبرامه نهائي أو مبدئي سواء مع شركات محلية أو أجنبية مع تحديد الفائدة التسويقية المرجوه من هذه الاتفاقيات.

دراسة التسويقية

1- التنبؤ بحجم السوق الكلي

حجم السوق للسنة الحالية معدل النمو في السوق

2- التنبؤ بحصة الشركة في السوق

3- التوقع بحجم المبيعات [(1) \ (2)]

4- سعر المنتج أو الخدمة

5- حجم العائد المتوقع [(3) \ (4)]



نسأل الله التوفيق والسداد....

المبادرة الثانية من مبادرات مشروع نهضة سوريا:

ورشات العمل المجانية

تحت رعاية وإشراف On To Pro Group

Contact Information :

+90 5379 45 79 90

www.ontopro.net

E-mail: info@ontopro.net

Istanbul, Turkey