

في هذه المرحلة يتم ترتيب أفضلية الأفكار التي تم تصفيتها بالمرحلة دخول السوق بالمنتج أو الخدمة الجديدة والميزة التنافسية التي تتمتع بها. (٢) الحاجة الحقيقية للمنتج أو الخدمة من خلال تحليل اتجاهات الطلب بالسوق وتحديد مدى حاجة فئة أو فئات معينة من العملاء لمنتج أو خدمة إضافية. حيث يتم التأكد من إمكانية توافر عوامل الإنتاج والأساليب الفنية للعملية الإنتاجية مع تحقيق وفورات اقتصادية من تنفيذ فكرة المشروع. من خلال تحديد مدى ملاءمة منافذ التوزيع المتاحة لخصائص المنتج أو الخدمة وإمكانية توافر منافذ توزيع اقتصادية. حيث يتم تقدير رأس المال اللازم لتمويل فكرة المشروع وفرص توافر