عزيزي التلميذ / عزيزتي التلميذة ، الوصول لفكرة ما لا يكفي لتأسيس المشروع التجاري ، حيث يعتبر خطوة أولى في رحلة تحقيق الحلم بل ينبغي مناقشة الفكرة ودراستها أو تقييمها من عدة جوانب ، لضمان نجاح تأسيس المشروع التجاري وتحقيق أهدافه لذا تعد هذه المرحلة مرحلة حاسمة وتكشف عن إمكانية تنفيذ المشروع من عدمه ، وتكشف عن إمكانية نجاحه أو فشله قبل الدخول في التزامات مالية ، ولتفادي الصرف غير المبرر على المشروع الجديد يتم القيام بالدراسة الأولية بهدف : ١ . التنبؤ بحجم الطلب على السلعة أو الخدمة التي ينتجها المشروع ، حتى يكون ذلك مؤشراً إيجابياً على إقامة مشروع ومدى نجاحه . التعرف على الموقف التنافسي لمنتجات المشروع ، من خلال دراسة منتجات المنافسين لتحديد نقاط القوة للتعامل معها والتعرف على نقاط الضعف للاستفادة منها لتعزيز الموقف التنافسي لمنتجات المشروع . . التعرف على المشاكل والعقبات التي قد تواجه المشروع ومدى تأثيرها على نجاح المشروع ٤. التعرف على مدى توفر مدخلات المشروع ، لأن نجاح المشروع رهين بمدى سلاسة انسياب المدخلات في الوقت والكمية المناسبين ، نجاح المشروع بصورة أساسية رهين بهذا المطلب الأساسي . التأكد من توفر القدرات الإدارية والأيدي العاملة المدربة وإمكانية توفيرها وفق المواصفات المطلوبة . يتم دراسة المشروع من عدة جوانب ومن أهمها : أولاً: دراسة السوق يقصد بالسوق مجموعة الأفراد الذين لديهم الرغبة في شراء السلعة أو الخدمة بسعر معين وفي وقت محدد . مما يعني دخول المشروع الجديد في منافسة لتقديم منتجات إضافية في السوق لأن المشروع ليس هو المنتج الوحيد للسلعة أو الخدمة ، لذا ينبغي دراسة السوق من خلال عدة مؤشرات لتحديد كمية الإنتاج و حجم المشروع والقوى العاملة ، ومن أهم هذه المؤشرات : أ . الطلب على المنتجات : يقصد بالطلب الكمية التي يرغب المستهلك شراءها من منتج ما بسعر معين وفي وقت معين ، حيث يتم دراسة الطلب من حيث حجم الطلب السائد ، وعن حجم الطلب المتوقع في المستقبل ، ومن العوامل المؤثرة على الطلب : عدد المستهلكين . ـ أذواق المستهلكين . ـ أسعار السلع البديلة سعر السلعة نفسها . ب . العملاء (الزبائن) : هم مجموعة الأفراد اللذين يرغبون في شراء منتج ما (سلعة أو خدمة) ولهم القدرة على دفع الثمن . تمثل مجموعة الزبائن أو العملاء الفئة المستهدفة لقيام المشروع التجاري بهدف تقديم السلع والخدمات لهم وتحقيق الأرباح ، والتي قد تكون شريحة واحدة فقط أو أكثر من شريحة ، بهدف التعرف على :ـ خصائصهم وعاداتهم الشرائية . ـ تحديد احتياجات كل شريحة أو مجموعة . ـ نمط الحياة الخاص بكل شريحة . السلوك الشرائي لكل شريحة معرفة هذه الجوانب تمكن من مخاطبة وتوجيه الرسائل لهم لزيادة مثال : إذا كان مشروعك تقديم وجبات جاهزة : وفي الأفراد قد تكون أسر تقدم لهم توصيل الوجبات الجاهزة إلى المنازل مباشرة أو تقديم خدمات الطعام لشريحة الطلاب ـ العمال ـ مناديب المؤسسات . لذا يعد تحديد الشريحة المستهدفة هو حجر الأساس الأول لتأسيس أي مشروع تجاري وتحقيق أهدافهج المنافسة : المنافسون هم الأفراد والشركات الذين يقومون بمنافسة المشروع في نشاطه (يقومون بتقديم نفس السلع أو الخدمات لذا ينبغي للمشروع التجاري التصدي لهؤلاء المنافسين من حيث : 1- من المنافسون . (أي الذين يقدمون نفس السلعة أو الخدمة) ٢- ماهي حجم حصتهم السوقية ، وما هي عروضهم ز أسعارهم ٤- كيف يمكن أن تميز منتجاتك وخدماتك عن منتجاتهم وخدماتهم ؟ ه كيف سوف تسعر منتجاتك ؟ كيفية منافسة منتجات الآخرين :

Summarized by © lakhasly.com