

المحاضرة 9 : طرق البحث وتأکید الفكرة

هدف المحاضرة :

- أن يتعرف الطالب على طرق البحث وتأکید الفكرة
- أن يتعرف الطالب على طرق تحليل البيئة الداخلية والخارجية لفكرة مشروع

إن عملية إنشاء مقالة ليست بالأمر السهل والهين كما يراها البعض، فهي تتطلب الكثير من التفكير والوقت والجهد إضافة إلى الموارد اللازمة، لكن وقبل ذلك فنجاح أي مشروع استثماري يرتبط أولاً باختيار الفكرة المناسبة التي تتناسب مع كفاءات وقدرات المقاول وإمكانياته المادية والمعرفية، ثم عملية تحليل واختبار الفكرة الإستثمارية بعد القيام بالدراسة الإستراتيجية، وأخيراً تخطيط إنجاز المشروع من خلال خطة الأعمال.

1: الفكرة كأول خطوة

إ: مصادر الأفكار الإستثمارية

في الغالب تكون الفكرة من أحد المصادر التالية:

-الخبرة الذاتية:

-الزبائن كمصدر للأفكار الجديدة.

-الميول والرغبات.

-الأفكار الطارئة

-الأفكار المأخوذة من السفريات الخارجية

-الإبداعات البحثية

-البحث عن الأفكار

* ترميم مؤسسة جديدة

* التراخيص

* البراءات والإجازات

2: الفكرة الاستثمارية والفرصة الاستثمارية

-شروط الفكرة الاستثمارية: إن الحصول على فكرة إنشاء المؤسسة ما هي إلا البداية، ونجاح هذه الفكرة يعتمد على عوامل عدة، فالفكرة الإستثمارية قد تكون في جوهرها جيدة ومبتكرة ولكنها غير قابلة للتنفيذ، وحتى تكون الفكرة الإستثمارية قابلة للتنفيذ لابد أن تتطابق هذه الفكرة مع الواقع والحقيقة السوسيو اقتصادية، وهو ما يطلق عليه بالفرصة الاستثمارية **ف** الفرصة الاستثمارية هي الفكرة الإيجابية التي يمكن تنفيذها وتحقيق عائد مناسب للمستثمر

بشكل آخر، يمكن القول أن الفكرة الاستثمارية لا بد لها من موارد مادية وبشرية لاستغلالها، كما أنها يجب أن تكون مناسبة للحالة الموقفية للمنطقة أو البلد التي يتم فيها تنفيذ الفكرة بجميع أبعادها (الإقتصادية، الإجتماعية، السياسية...إلخ)، فعلى المقاول أو الفريق المقاولاتي قبل تنفيذ الفكرة أن يستفيد من عمليات التحليل الإستراتيجي المتعلقة بتحليل البيئة الداخلية بما فيها من نقاط قوة ونقاط ضعف، وتحليل البيئة الخارجية بما فيها من فرص وتهديدات لمعرفة مدى إمكانية الفكرة للتطبيق، فالفكرة الإستثمارية لا بد أن تواجه أولا بمجموعة من العوامل الموقفية والخيارات السوسيو اقتصادية و الزمنية، وكذلك الموسمية، وفي حال توفر كل هذه الموارد والكفاءات والمتمثلة أساسا في العادات والتقاليد، التكنولوجيا، العصرية اللازمة لهذه الفكرة وبالتالي يمكن القول بأنها تشكل فرصة استثمارية.

ب-الدراسة الإستراتيجية للفكرة الإستثمارية : يلعب التفكير والتحليل الإستراتيجي دورا مهما في إنشاء المؤسسات وهو عنصر أساسي في شخصية المقاول، إنطلاقا من الرؤية الإستراتيجية التي تعبر عن صورة المؤسسة في المستقبل، مروراً بتحليل عناصر البيئة الخارجية بما فيها من فرص وتهديدات، وتحليل عناصر البيئة الداخلية بما فيه من نقاط قوة ونقاط الضعف، وانتهاءً بالتحليل الإستراتيجي لنشاط المؤسسة.

*** تحليل البيئة الداخلية: الجدول (رقم 01): مجالات تحليل الداخلي لفكرة مشروع**

■ المقصود بتحليل البيئة الداخلية أو التحليل الداخلي هو إجراء تقييم دقيق للخصائص والمميزات المتعلقة بالمشروع الاستثماري والتي تكون ضمن سلطة صاحب المشروع أو من الممكن له الحصول عليها، عند التأسيس تشمل هذه الخصائص على شخصية صاحب المشروع، أما إذا كان المشروع قائم فهي تشمل خصائص المشروع، وإمكانياته المختلفة، هدف التحليل الداخلي هو قيام صاحب مشروع الجديد بتحديد نقاط قوته، ونقاط ضعفه، ليستخدمها في نوع المشروع الملائم لإمكانياته المادية والشخصية، ولتحديد خصائصه المهمة

■ في حالة المشروع الجديد، على صاحب المشروع أن يراجع نفسه وذلك بإجراء جرد دقيق لكل إمكانياته بما فيها مهارات وقدرات مالية وفنية وإدارية وشخصية، بالإضافة إلى ميولاته الذاتية...إلخ، وهذا ما يقوم به عادة أصحاب المشاريع الجديدة، لكن ذلك يتم بطريقة غير نظامية فعلى سبيل المثال، عندما يقرر أحد الأفراد له دراية ومعرفة بمجال المعلوماتية إقامة مكتب أو مقهى صغير للإنترنت في منطقة معينة، فهو يقوم بذلك لإعتقاده بأنه يملك معرفة فنية في هذا المجال (وهذه تعتبر نقطة قوة)، وإذا

كانت الإمكانيات المالية لهذا الفرد لا تسمح له بالقيام بهذا المشروع (فهذه تعتبر نقطة ضعف).

عند إجراء التحليل الداخلي يجب إجراء تلخيص نتائج هذا التحليل بشكل منظم، والشائع هو القيام بتحديد وتعريف نقاط قوة وقوتها بعلامة + حيث انه كلما كانت نقطة القوة كبيرة تعطى عدد اكبر من علامات + أي أن نقطة القوة الكبيرة جدا تعطى لها علامة +++، في حين القوة المحدودة تعطى لها علامة +، أما بالنسبة لنقاط الضعف كذلك تعطى لها علامة - ويتم تأشير قوتها بعدد العلامات كما أشرنا سابقا

في النهاية يجب أن ينتهي التحليل والتقييم الداخلي بجدول يتضمن نقاط القوة ونقاط الضعف ولكل نقطة حجمها، فمثلا: يمكن أن ينتهي شخص بقائمة تتضمن على وضع مالي متميز +++، معرفة دقيقة بالجانب الفني (كمبيوتر، أشغال عمومية،... إلخ) +++ خبرة متوسطة في الحسابات ومسك الدفاتر والتعامل مع الأرقام ++، جهل وضعف بقضايا التسويق ---، صعوبة في مجاملة الآخرين، كره التفاصيل الدقيقة -، نزعة للمخاطرة غير المحسوبة،... إلخ.

نقدم في الجدول الموالي ملخص لعملية التحليل الداخلي يركز على جوانب مهمة لإقامة مشروع جيد

نقاط القوة	نقاط الضعف	خصائص	
قوة+++		حب للكمبيوتر	هوايات، معارف، خبرة.
	ضعف-	تصميم أنظمة	إنتاج (معارف فنية لتحديد مستلزمات فنية)
قوة+++		وضع مريح	مالية (موارد مالية متاحة)
	ضعف-	محدودة	مالية (معارف محاسبية)
	ضعف---	محدودة جدا	تسويق (معرفة بالسوق)
	ضعف-	ضعيفة	تسويق (علاقات اجتماعية ومهارات)

	قوة+++		إدارة (خبرة إدارية)
ضعف--		ضعف كبير	إدارة (خصائص شخصية، النزعة للمخاطرة)

■ من خلال التحليل السابق فإن صاحب الفكرة الاستثمارية قد يقرر بأن هذا المشروع المتمثل في مكتب لبيع أجهزة الكمبيوتر هو مشروع مناسب له كونه يملك معرفة وهواية في هذا المجال بالإضافة إلى أنه يتمتع بإمكانيات إدارية ومالية جيدة ألا أنه من المفضل لهذا المستثمر أن يختار شريكا له خبرة في قضايا التسويق والحسابات، وقد يحتاج كذلك إلى موظف يقوم بتصميم هذه الأنظمة لأن هذه هي مجالات الضعف لديه.

وعليه فإن التحليل الداخلي هو الخطوة الأولى في الإقدام على إقامة مشروع جيد، لكن التحليل الداخلي وحدة لا يكفي، لأنه على المستثمر أن يحدد فرص نجاح هكذا مشروع قبل القيام بالتنفيذ وبالتالي عليه القيام بتحليل البيئة الخارجية .

ب/تحليل البيئة الخارجية

يتوقف نجاح المنظمة الجديدة أيضا على مدى دراستها وتحليلها للعوامل البيئية المؤثرة ومحاولة الاستفادة من اتجاهات هذه العوامل ودرجة تأثير كل منها على المنظمة، فإذا قرر الشخص في المثال السابق بأن المشروع المناسب له هو إقامة مكتب لبيع الحواسب أو لتصميم الأنظمة الحاسوبية، عليه قبل المباشرة بتنفيذ الفكرة تحديد فرص نجاح المشروع، وبصفة عامة تساعد دراسة وتقييم عناصر البيئة الخارجية في تمكين المنظمة من التعرف على أبعاد بيئتها ودلالاتها الإستراتيجية المنظمة المتمثلة في :

- 1. تحديد سمات المجتمع والجماهير التي يتعامل معها المشروع وذلك من خلال الوقوف على أنماط القيم والعادات والتقاليد السائدة والأوليات التي تعطى لها.
- 2. بيان علاقات التأثير والتأثير بالمؤسسات المختلفة ومختلف المتعاملين الاقتصاديين مع منتجات وعمليات وأنشطة المؤسسة.
- 3. تحديد الأهداف التي يجب السعي إلى تحقيقها، ونطاق هذه الأهداف سواء على مستوى الأهداف الإستراتيجية أو الأهداف العملية

■ 4. بيان الموارد المتاحة وكيفية الاستفادة منها، وكيف يمكن للمنظمة أن تتحقق تلك الاستفادة

■ 5. تحديد نطاق السوق المرتقب ومجالات المعاملات المتاحة أمامها، سواء ما يتعلق بـ السلع والخدمات، وطرق منافذ التوزيع وأساليب وشروط الدفع وخصائص المنتجات المسموح بها، والقيود المفروضة على المشروع سواء قانونية أو أخلاقية..

■ تشخيص أنماط السلوك الإنتاجي والاستهلاكي للأفراد والمنظمات الذين يمثلون قطاع عملاء المشروع: الأمر الذي يفيد في تحديد خصائص المنتجات والأسعار وخصائص الإنتاج وكذلك التسويق.

■ فالتحليل البيئي الخارجي هو حصر الفرص والتهديدات التي يمكن أن يتعرض لها المشروع الجديد في حالة تنفيذه، نتيجة للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والقانونية والسياسية...الخارجية

وهذا يعني أنه على المستثمر الجديد أن يحدد ما إذا كان الوضع الاقتصادي والتغيرات المختلفة مناسبة لنجاح المشروع، وهل أن العوامل السياسية والقانونية سوف تشكل مصدر نجاح أو مصدر فشل للمشروع، وهكذا بالنسبة للعوامل الأخرى حيث يتم تحديد ذلك بالتنبؤ بالأوضاع المستقبلية.

- ينتهي التحليل الخارجي بجدول يتم فيه تحديد الفرص والتهديدات المحتملة والتي يمكن أن تؤثر على المشروع لتحديد فيما إذا كانت الفكرة تتوفر على فرص للنجاح.
- فمثلا قد ينتهي التحليل الخارجي بقائمة تتضمن ما يلي: من المتوقع أن تحدث زيادة كبيرة في الطلب على الحواسيب بسبب زيادة عدد السكان وارتفاع مستوى التعليم وتحسن الوضع الاقتصادي، ولكن هناك تهديد من احتمال دخول منافسين جدد وظهور اختراعات وتكنولوجيات جديدة تقلل من الطلب .

*تحليل البيئة الخارجية: الجدول رقم (02): التحليل الخارجي للفرص والتهديدات

العوامل	بعد مهم	غيرات متوقعة	حجم الفرصة	درجة التهديد
السكان	معدل النمو	ولادات	فرصة+++	

	فرصة+++	تحسن	الوعي، التعليم	الإجتماعي
	فرصة++	نو مستمر	لنتاج الوطني	القتصاد
تهديد---		منافسين جدد	المنافسون	الإقتصاد
	فرصة+	دعم	تشريعات	لوضع القانوني
تهديد--		مخاطر حرب	الإستقرار السياسي	الوضع السياسي
تهديد-		اختراع جديد	تكنولوجيا جديدة	الوضع التكنولوجي
	فرصة++	تحسن	الظروف الطبيعية	الوضع الجغرافي