

هدف المحاضرة :

-أن يتعرّف الطالب على طرق البحث وتأكيد واختبار الفكرة الإستثمارية
تشير الدراسات إلى أن فشل المقاولات يعود بالأساس إلى التنفيذ المباشر للمشروع دون القيام
بتحليل واختبار للفكرة الاستثمارية، أو القيام باختبار سطحي للفكرة غير مبني على أسس
علمية.

أن تحليل واختبار الفكرة الإستثمارية يعني قياس مدى قدرة هذه الفكرة على إرضاء وجذب
اهتمام المتعاملين الاقتصاديين (الزبائن بالدرجة الأولى)، كما أنها تعتبر دراسة جدوى نظرية
وعملية تبحث في مدى الفوائد التي يمكن يحققها المشروع قبل بدايته.

يرتكز تحليل واختبار الفكرة الاستثمارية على البحث عن إجابات للسؤالين التاليين:

الأول: هل تستجيب الفكرة الاستثمارية لحاجة معينة؟ وهل من المحتمل أن تثير عدد محتمل
من الزبائن؟

الثاني: هل يملك المقاول القدرات الضرورية من أجل جذب هؤلاء الزبائن المحتملين؟ وإذا كان
الجواب ب"لا"، هل من الممكن الحصول على تلك القدرات بسهولة؟
ويمكن تقسيم هذه المرحلة إلى قسمين:

1: جمع المعلومات

*الخصائص المثالية للمنتوج

*العوامل الأساسية للنجاح

*تقييم السوق

-المنافسين:.

*تحليل الصعوبات المحتملة:

-تحليل الحجم الممكن للزبائن:

الأولى: يمكن لصاحب المشروع الانسحاب بسهولة ودون مخاطر مالية كبيرة إذا سارت الامور
عكس التوقعات، وبالتالي في هذه الحالة يتم إجراء اختبارات بسيطة للمنتوج تم المرور
مباشرة إلى تنفيذ المشروع، مع إمكانية إجراء بعض التعديلات.

الثانية: 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 الإستعانة بمكاتب متخصصة في دراسات السوق للوقوف على
أهمية وحجم الزبائن المحتملين.

2: اختبار الفكرة الإستثمارية

عملية اختبار الفكرة الاستثمارية تعتبر أساس عملية إنشاء مؤسسة صغيرة والتي تعتبر أيضا شرط ضروري لنجاح المشروع في الكثير من الحالات، لكن في الواقع ولسوء الحظ هناك الكثير من الأشخاص يباشرون الأعمال والمشروعات بناء على حماس زائد أو تصور زائف بإمكانية نجاح المشروع دون القيام باختبار للفكرة الاستثمارية.

إن اختبار الفكرة عملية معقدة فهي تستلزم الإجابة على بعض التساؤلات المرتبطة بجمع المعلومات حول الزبائن والأسواق المحتملة وهذا حتى لو تعلق الأمر بمشروع حرفي أو تجاري بسيط، هذه الأسئلة يمكن اعتبارها جوهرية بالنسبة لحاملي مشاريع الإبداع التكنولوجي لان الخطأ فيها يمكن أن يؤدي إلى خسائر كبيرة، فبعد جمع المعلومات وتحديد الزبائن المستهدفين ، تأتي عملية اختبار الفكرة الاستثمارية التي تتضمن الاهتمام بالعناصر التالية:

-البحث عن العوامل الأساسية للنجاح

-دراسة التطور المتوقع لهذه العوامل

-تقدير نقاط قوة ونقاط ضعف المشروع

-تصور المشروع ؛ في حالة تخفيض نقاط الضعف وزيادة نقاط الضعف.

وتكون عملية الاختبار بمتابعة الخطوات التالية:

-أحسن وسيلة لتحديد العوامل الأساسية للنجاح هي الحصول على المعلومات من الموردين،

المنافسين، الموزعين،..وبشكل عام كل من له علاقة بالزبون المستقبلي

-وبعد معرفة العوامل الأساسية للنجاح (وتطورها المتوقع)، يأتي بعدها مرحلة مقابلة كل منها

مع نقاط القوة والضعف، ويتم الأخذ في الحساب أن نقطة القوة لا يمكن اعتبارها نقطة قوة إلا

إذا ارتبطت بأحد عوامل النجاح، وإذا كان حامل المشروع يتفوق في هذه النقطة على

المتنافسين

-في نهاية المقابلة بين العوامل الأساسية للنجاح ونقاط القوة في المشروع أو التي يمكن

الحصول عليها بسهولة، يمكن الوصول إلى قرار بتنفيذ المشروع أو التخلي عن هذه الفكرة

بعد ذلك يصبح في يد المفاوض كل العوامل التي تسمح له ببناء الإستراتيجية قبل المرور إلى

تنفيذ المشروع ويبقى له مهمتين يجب إكمالهما: الاقتراب من نقاط القوة ومراجعة الأهداف و

المبررات.



3-دراسة السوق :

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

هل يوجد أشخاص قابليين لشراء المنتج؟ وبأي ثمن؟
من هم هؤلاء الزبائن؟ من حيث الجنس، العمر، العدد...إلخ.

حتى يتمكن حامل المشروع عن إيجاد إجابات عن هذه التساؤلات، لا بد أن يبحث أولاً عن الأدوات التي تمكنه من جمع هذه المعلومات والتي توفرها الدراسة السوقية، لكن في الواقع العملي يلاحظ وجود اختلاف كبير: فمثلاً في الولايات المتحدة الأمريكية، البلد الذي لا يشكوا من نقص في الاحترافية في المجال الإداري، فإن مؤسسات رأس مال المخاطرة تشكوا من أن طبقة كبيرة من حاملي المشاريع يتجاهلون إرادياً المعلومات التجارية ذات التأثير البعيد على مشاريعهم، وبشكل عام يتحفظ حاملي المشاريع من جمع معلومات معمقة عن الأسواق المستهدفة، نظراً لتكلفة هذه العملية مما يعرضهم إلى مشاكل متتالية أثناء تنفيذ المشروع تتمثل أهمية النشاطات التسويقية لإيجاد الفرص الإستثمارية في الإعتماد على الوظائف المتعلقة بتحديد اتجاهات السوق والزبائن المحتملين، دورة حياة المنتج، تجزئة السوق، و الموقع المناسب للمؤسسة، التخطيط التسويقي الإستراتيجي والعملي،...إلخ، إضافة إلى ذلك فالتسويق يبدأ قبل انطلاق المشروع وهو المحدد لذلك من خلال القيام بدراسات السوق عن طرق مجموعة من الأدوات التسويقية (تقنيات جمع وتحليل المعطيات النوعية والكمية المتعلقة بالأسواق والصناعات).

من خلال هذه المعطيات يتضح أن هناك ارتباط وثيق بين المقاولاتية والتسويق، حيث تمثل المعلومات حول الأسواق دليل المقاول في سلوكياته وقراراته المقاولاتية واستغلال الفرصة الإستثمارية



4: طرق البحث وتأکید فكرة

إن عملية إنشاء مقالة ليست بالأمر السهل والهيّن 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.

تقييم ذاتي

**أختر فكرة استثمارية وقم بتحليل بيئتها الداخلية و
الخارجية .**

