

كلية التكنولوجيا

درس : المقاولاتية

موجه لقسم: الميكانيك والهندسة الكهربائية

تحت إشراف الأستاذة : مخلوف .ل

المبحث الثاني: خطوات الفكرة الاستثمارية

وتتمثل خطوات الفكرة الاستثمارية فيما يلي:

1- طرح وتقييم الأفكار وتصميم نموذج العمل

2- فهم السوق والعملاء

3- تمويل المشروع

4- إدارة وبناء المشروع

5- تنمية وتوسعة المشروع

1-1 طرح وتقييم الأفكار وتصميم نموذج العمل

1-1 طرح وتقييم الأفكار:

*-من أين تأتي الأفكار الجيدة؟ * -كيف تقيم فكرة مشروع؟ * -كيف تحكم على أن الفكرة قابلة للاستثمار؟ * -كيف تطور الفكرة إلى نموذج للعمل؟ * -كيف تخطط لمشروعك.

1-2 تصميم نموذج العمل

عملية تصميم 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 يبشرون الأعمال والمشروعات بناء على حماس زائد أو تصور زائف بإمكانية نجاح المشروع دون القيام بتصميم الفكرة الاستثمارية.

إن تصميم واختبار 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 تصميم واختبار 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 الحسبان 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 المقاول كل العوامل التي تسمح له ببناء الاستراتيجية قبل المرور إلى تنفيذ المشروع ويبقى له مهتمتين

يجب إكمالهما :الاقتراب من نقاط القوة ومراجعة الأهداف والمبررات.

2 - دراسة السوق:

تعتبر عملية تحليل السوق الحجر الأساس في اختبار الفكرة الاستثمارية حيث يؤدي إلى جمع المعلومات التي يبني عليها الحكم على فعالية

الفكرة والوصول إلى فرص حقيقية للنجاح وذلك من خلال البحث عن إجابات للأسئلة التالية:

هل يوجد أشخاص قابلين 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 يشكو من نقص في الاحترافية في المجال الإداري، فإن مؤسسات رأس مال المخاطرة تشكو 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 الاستثمارية في الإعتماد على الوظائف المتعلقة بتحديد

اتجاهات السوق والزبائن المحتملين، دورة حياة المنتج، تجزئة السوق، والموقع المناسب للمؤسسة، التخطيط التسويقي

الاستراتيجي 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 المفاوض في سلوكياته وقراراته المقاولاتية واستغلال الفرصة الاستثمارية.