

تم تحميل هذا الملف من موقع المناهج العمانية



الملف نشاط ثاني دراسة الجدوى السوقية

[موقع المناهج](#) ⇨ [المناهج العمانية](#) ⇨ [الصف العاشر](#) ⇨ [مهارات حياتية](#) ⇨ [الفصل الثاني](#)

روابط مواقع التواصل الاجتماعي بحسب الصف العاشر



روابط مواد الصف العاشر على تلغرام

[الرياضيات](#)

[اللغة الانجليزية](#)

[اللغة العربية](#)

[التربية الاسلامية](#)

المزيد من الملفات بحسب الصف العاشر والمادة مهارات حياتية في الفصل الثاني

اختبار قصير نموذج 1	1
اختبار قصير نموذج 2	2
اختبار قصير نموذج 3	3
اختبار قصير نموذج 4	4
اختبار قصير نموذج 5	5



فكر وتأمل

تأمل الصورة المقابلة ..
برأيك .. عن ماذا
يبحث رائد الأعمال ؟

توضح الصورة رائد أعمال يبحث في الأسواق قبل البدء بمشروعه الريادي ، وبحثه هذا سيبين ماذا يحتاج من السوق لبدء مشروعه الريادي ، مما يقلل من احتمالية تعرضه للخسارة والمنافسة القوية من المشاريع المشابهة لمشروعه ؛ اذ يجب على رائد الأعمال دراسة السوق لمعرفة ما يحتاجه مشروعه من العرض والطلب ووجود المشاريع المشابهة والتي يمكن ان تنافسه في السوق المحلي ، ومع كثرة ازدحام الأسواق المحلية بالمشاريع المختلفة ، يجب أن يكون رائد الأعمال على دراية تامة في كيفية الدخول في هذه المنافسة ويتعرف على حاجات الزبائن المستهدفين ، ورغباتهم ، وأنواقهم ، والاسعار المناسبة لهم ، والمنافسين ، فضلا عن توفير المعلومات اللازمة التي تمكنه من اتخاذ القرارات الصحيحة .

نشاط (٢) دراسة الجدوى السوقية

اقرأ حالة علي الآتية :

بعد أن أنهى علي إعداد مخطط نموذج العمل التجاري لمشروعه الريادي ، قام بإجراء دراسة على السوق لمعرفة المشاريع المشابهة التي تنافس فكرة مشروعه ، ومدى قوتها وانتشارها ، ومدى رغبة المستهلكين في الحصول على منتجاته ، والحصة السوقية المناسبة لإنتاج الوحدات لمشروعه التي وجد بعد حساب الفرق بين العرض والطلب أنها تقارب ٢٥٠٠ وحدة شهرياً ، يستطيع من خلالها تحقيق أهداف المشروع ، والوصول به إلى جميع محافظات السلطنة ؛ إذ تتميز الوحدات المنتجة لمشروعه بوجود نسبة عالية من المواد الطبيعية فيها مقارنة بالمنتجات الأخرى للمشاريع المنافسة له ، بالإضافة إلى مناسبتها لمختلف شرائح المجتمع وأعمارهم وطبيعة المناخ في السلطنة ، وتلبي مختلف احتياجاتهم الخاصة من عناية بالبشرة والجسم ، وهو ما تأكد لديه بعد أن قام بتجربتها على مختلف فئات المجتمع في ولايات ذات طبائع جغرافية متنوعة وقد أفادوا بارتياحهم لاستخدامهم لها .

العرض :

مدى وجود المشاريع
المشابهة التي نميل إليها
وتنافسنا في السوق ،
ومدى قوتها وانتشارها .

الطلب :

مدى رغبة الزبائن في
الحصول على منتجات
المشروع أو خدماته
وقدراتهم على ذلك ماليًا .

الوحدة :

الشكل النهائي
للمنتج المعروض
للبيع .

جدول دراسة الجدوى السوقية

١	مَن الزبائن الذين سيقدم لهم المنتج الخاص بالمشروع؟ (يجب تحديد هؤلاء الزبائن تحديدا جيدا).
٢	ما سلوك الزبائن الذي جعل عليًا يكتشف أن المنتج الذي سيقدمه مرغوبٌ لديهم؟
٣	هل ستحقق فكرة المشروع الأهداف المنشودة؟ كيف ذلك؟
٤	ما فائدة المنتج للزبائن؟
٥	قيمة الحصة السوقية للمشروع.
٦	مَن هم المنافسون المتوقعون لمشروع علي؟
٧	استنتاج مواطن القوة لمناضي مشروع علي في السوق المحلي.
٨	كيف يمكن لمنتج مشروع علي أن يتفوق على منتجات المنافسين؟ (مواطن القوة في المنتج).

كراسة النشاط صفحة ٥٧

حل دراسة الجدوى السوقية
لمشروع علي من خلال الإجابة
عن الأسئلة في الجدول الآتي :

جدول دراسة الجدوى السوقية

١	من الزبائن الذين سيقدم لهم المنتج الخاص بالمشروع؟ (يجب تحديد هؤلاء الزبائن تحديدا جيدا).	مختلف شرائح المجتمع (ذكور، إناث)، (كبار، صغار).
٢	ما سلوك الزبائن التي جعلت علي يكتشف أن المنتج الذي سيقدمه مرغوب لديهم؟	ارتياح الزبائن للمنتجات المتنوعة ورغبتهم للحصول على بعض الأصناف التي تناسب البيئة الجغرافية لولاياتهم - كثرة الزبائن من خارج محافظة مسقط.
٣	هل ستحقق فكرة المشروع الأهداف المنشودة؟ كيف ذلك؟	نعم، من خلال معرفة المشاريع المشابهة التي تنافس فكرة مشروع، ومدى قوتها وانتشارها، ومدى رغبة المستهلكين في الحصول على منتجاته، والحصة السوقية المناسبة لإنتاج الوحدات لمشروعه.
٤	ما فائدة المنتج للزبائن؟	يحتوي المنتج على نسبة عالية من المواد الطبيعية التي يبحث عنها المستهلك، والتي تساهم بشكل كبير في المحافظة على سلامة البشرة والجسم، بالإضافة إلى سعره المناسب.
٥	قيمة الحصة السوقية للمشروع	تقارب ٢٥٠٠ وحدة شهرياً.
٦	من هم المنافسون المتوقعون لمشروع علي؟	جميع المشاريع المختصة بإنتاج وبيع الزيوت الطبيعية للجسم.
٧	استنتج مواطن القوة لمنافسي مشروع علي في السوق المحلي؟	<ul style="list-style-type: none"> ■ تفردها بمنتجات وماركات عالمية. ■ انتشار فروعها في بعض ولايات السلطنة. ■ استحواذها على السوق العماني منذ فترات طويلة. ■ التخفيضات السنوية التي تلجأ إليها باستمرار.
٨	كيف يمكن لمنتج مشروع علي أن يتفوق على منتجات المنافسين؟ (مواطن القوة في المنتج)	<ul style="list-style-type: none"> ■ التنوع في المنتجات التي تناسب جميع شرائح المجتمع بدلاً من التركيز على شريحة واحدة فقط. ■ التركيز على المنتجات الطبيعية في المنتج. ■ إدخال التقنية الحديثة في الدعاية والإعلان. ■ اختيار المكان المناسب للمشروع والأكثر حيوية ونشاط. ■ فتح فروع في مختلف ولايات السلطنة بدلاً من التركيز على ولايات معينة.

افتح الملحق صفحة (٩٨) بـ دراسة نشاط الطالب ، وقم وزملاؤك في المجموعة بإعداد دراسة الجدوى السوقية لمشروعكم الريادي .

بيانات دراسة السوق	الإجابة
١ ما الشريحة التي يستهدفها المنتج؟	
٢ ما سلوك الزبائن الذي جعلكم تكتشفون أن المنتج الذي ستقدمونه مرغوبٌ لديهم؟	
٣ هل تتوقعون تحقيق الأهداف المنشودة لمشروعكم؟	
٤ ما فائدة منتجكم للزبائن؟	
٥ ما قيمة الحصة السوقية للمشروع؟	
٦ ما عدد المنافسين للمشروع ومواطن القوة لديهم؟	
٧ كيف يمكن لمنتجكم التغلب على منتجات المنافسين؟	
٨ ما مواطن القوة في منتجكم؟	



يجب على رائد الأعمال ألا يبخل على مشروعه بإعداد دراسة الجدوى السوقية ؛ لأنها تُعدُّ من أكثر مراحل المشروع الريادي حساسية ،ويمكن التنبؤ من خلالها بنجاح المشروع أو فشله .

أضف إلى معلوماتك

اقرأ المعلومات الآتية ، ثم أجب عن الأسئلة الواردة في كراسة نشاط الطالب صفحة (٥٨):

استراتيجية المحيط الأزرق

أدى التنافس القائم بين المشاريع إلى تحقيق التميز والتمكن إلى تحول السوق إلى ما يشبه المحيط الممتلئ بالسفن التي تتنافس فيما بينها للوصول إلى الميناء وإيجاد فرص لتسويق منتجاتها ، وقائد السفينة الذكي هو من يختار محيطا أقل ازدحامًا ليزيد من فرص نجاحه وهو ما يعرف باستراتيجية المحيط الأزرق مقابل المحيط الأحمر .

وتعتمد استراتيجية المحيط الأزرق وفقًا لذلك على إيجاد مساحة جديدة في السوق ، وإبراز المنتجات والخدمات بصورة جيدة أمام العملاء ، وتلبية حاجاتهم والوقوف على المشكلات الأساسية التي تواجههم ومحاولة حلها ، والتوقف عن التفكير في كيفية الدخول للمنافسة وهزيمة المنافس .

وتتعدد الأمثلة على المشاريع الريادية التي اختارت استراتيجية المحيط الأزرق لتسويق منتجاتها ، مثل " وسائل التواصل الحديثة ، والهواتف الذكية ، والساعات ، والحواسيب ، والمنسوجات ، والقهوة ، وشركات الطيران ، وتجارة التجزئة " .

وبالرغم من النجاحات التي حققتها المشاريع الريادية باختيارها لاستراتيجية المحيط الأزرق ، إلا أنها مطالبة بالتفكير في المنافسة المحتملة من المشاريع الريادية الأخرى التي قد تزامم منتجاتها وخدماتها ؛ وذلك بتطوير هذه المنتجات والخدمات بصورة مستمرة ، وإيجاد محيط أزرق آخر ، يوفر لها سوقًا جديدة تحقق من خلاله الربح والديمومة .

استراتيجية المحيط الأزرق مقابل المحيط الأحمر

المحيط الأزرق

منهجية قائمة على استنباط أفكار جديدة تُوجد طلبًا، وأسواقًا جديدة غير مستثمرة تعمل على جذب عملاء جدد ، وبالتالي تزيد من فرص الربح والنمو .

المحيط الأحمر

منهجية تقليدية في التفكير ، وتعتمد على الدخول في أسواق معروفة مليئة بالمنافسين ، وبالتالي تقل فرص الربح والنمو .

أضف إلى معلوماتك

من خلال قراءتك لبند (أضف إلى معلوماتك) في كتاب ، صفحة (٧٦) ، أجب عما يأتي :

١- قارن بين المحيط الأزرق والمحيط الأحمر من حيث:

عناصر المقارنة			
الإبداع والابتكار	طبيعة المنتج	طبيعة المنافسة	نوع المحيط
			المحيط الأزرق
			المحيط الأحمر

٢- أثبتت استراتيجية المحيط الأزرق على مر السنين جدواها الاقتصادية وإيجاد أسواق جديدة في شتى المجالات. وضح ذلك مُدعِّمًا رأيك بأمثلة.

.....

.....

.....

عناصر المقارنة			نوع المحيط
الإبداع والابتكار	طبيعة المنتج	طبيعة المنافسة	
<p>يتميز المنتج بالإبداع والابتكار.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ منتج جديد. ■ الإضافة والتحسينات، والتخلص من الأشياء غير المرغوب فيها في المنتج. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ إنشاء مساحة سوق خالية من المنافسة. ■ إبعاد المنافسين عن المنافسة. ■ إنشاء نوع جديد من الطلب والسيطرة عليه. 	المحيط الأزرق
<p>التركيز على القيمة التنافسية، ولا يتطلب المنتج أن يكون مبدعاً ومبتكراً.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ منتج استهلاكي. ■ منتج تنافسي. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ التنافس على نفس مساحة السوق. ■ التغلب عن المنافسين. ■ استغلال الطلب الحالي. 	المحيط الأحمر

إجابة السؤال رقم (٢)

وذلك من خلال اعتماد هذه الاستراتيجية على إيجاد مساحة جديدة في السوق ، وإبراز المنتجات والخدمات بصورة جيدة أمام العملاء ، وتلبية حاجاتهم والوقوف على المشكلات الأساسية التي تواجههم ومحاولة حلها، والتوقف عن التفكير في الدخول للمنافسة وهزيمة المنافس .

الأمثلة : (برامج التواصل الاجتماعي ، الهواتف الذكية ، القهوة وطرق تقديمها) .



اختبر معلوماتك

في ضوء دراستك لدراسة الجدوى السوقية، ضع علامة (✓) أمام كل عبارة صحيحة في الجدول أدناه:

الإجابة	العبارات
	١ يساعد تعرف المنافسين الموجودين في السوق ومواطن قوتهم على التفوق عليهم.
	٢ تُعدُّ شركات الهواتف الذكية من الأمثلة على استراتيجياتية المحيط الأزرق.
	٣ تساعد دراسة الجدوى السوقية على إنشاء مساحة سوقية جديدة.
	٤ تتسم استراتيجياتية المحيط الأحمر بالتجديد والمخاطرة والتطلع للأفضل.
	٥ تقتصر دراسة الجدوى السوقية على المشاريع والمنتجات الجديدة فقط.
	٦ تساعد دراسة الجدوى السوقية على التواصل مع الزبائن الحاليين ومعرفة حاجاتهم ومتطلباتهم.