



# بناء نموذج العمل التجاري ودراسة الجدوى الاقتصادية





02

دراسة الجدوى  
الاقتصادية

## دراسة الجدوى الاقتصادية

يقدم أصحاب الأفكار ورواد الأعمال على تأسيس أعمالهم التجارية بعد التأكد ومعرفة تكلفة وعوائد وجدوى تلك الأعمال ، وتمثل دراسة الجدوى حجر الأساس الذي يبنى عليه العمل التجاري عمليا ، كما يتطلب الإقدام على الاستثمار أو تأسيس أي فكرة سواء كانت منتج جديد أو خدمة إضافية لمشروع قائم أو إطلاق مشروع تجاري جديد تماما من الصفر ، دراسة وافية تشمل السوق والفرص والنمو والتشغيل وأخيرا كل ما يتعلق بالتكاليف والفرص البديلة والمؤشرات المالية نتميز في أرب بالتركيز على قيمة دراسة الجدوى ومستوى كفاءتها بداية من استنادها على نموذج عمل قوي ومتكامل مرورا بالأبحاث السوقية واستطلاع السوق بالإضافة إلى التأكد والتدقيق في البيانات والأرقام والمعلومات التي تعتبر أساس كفاءة وصحة مخرجات الدراسة ، كما نعتمد على أعلى معايير الجودة في انتقاء المصادر الموثوقة واتباع أفضل الممارسات في عمل الدراسة وتتم دراسة الجدوى وفق المراحل التالية لضمان أفضل المخرجات:

# المرحلة الأولى

## الدراسة التسويقية

### الاستراتيجية التسويقية

- تحديد شريحة العملاء
- تحديد قائمة الخدمات
- تقييم الربحية وسهولة الوصول والنطاق
- تحديد النقطة الذهبية
- الاستهداف والتموضع
- اللغة وأسلوب التواصل
- القنوات
- التسعير
- العاملين
- الدليل المادي
- المكان
- العمليات
- الترويج
- نظام خدمة العملاء والعلاقات العامة

### تحليل السوق

- دراسة الوضع العام للسوق (رغبات العملاء وحاجاتهم ، أنواع العملاء ، حجم السوق ، الفجوات والفرص ...)
- دراسة المنافسين والتعرف عليهم ومدى تلبيةهم لحاجات ورغبات العملاء ...

### بناء نموذج العمل التجاري وتحليل العوامل الداخلية والخارجية

- دراسة وتحديد عناصر بناء الأعمال التجارية والتي من خلالها تتكون قاعدة قوية ينطلق العمل منها ويستند عليها بناء الاستراتيجية العامة للشركة

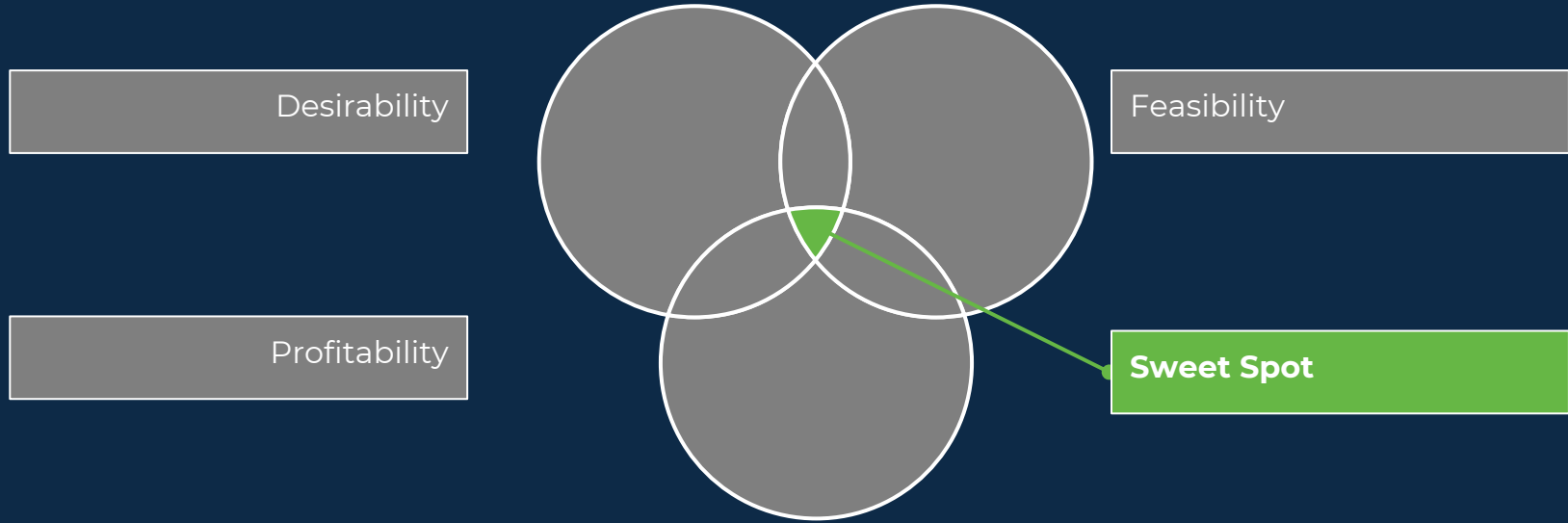
مسار الأفكار والمشاريع الناشئة

# مخرجات المرحلة الأولى

## التسويق وبناء الهوية

- نموذج عمل نهائي وناضج ومتكامل
- تحديد نقاط القوة ومواطن الضعف
- تحديد الفرص والمخاطر
- رؤية ومهمة واستراتيجية واضحة تلبي تطلعات أصحاب المنفعة
- استهداف واضح للعملاء
- معرفة الخدمات أو المنتجات التي يجب التركيز في تقديمها
- معرفة حجم العرض والطلب
- معرفة حجم الإنتاج أو التشغيل اللازم
- تحديد ملامح التسعير
- تحديد الأهداف البيعية
- القدرة على بناء الملف التعريفي وعروض العمل بالشكل الملائم
- بناء قاعدة مناسبة للترويج
- التعرف على مصادر الأعمال
- التموضع الصحيح ومعرفة شخصية العملاء وشخصية العلامة التجارية
- التعرف على طبيعة العاملين والعملاء المستهدفين
- معرفة معايير الحملات الترويجية للوصول إلى العملاء
- معرفة الأدلة المادية اللازمة
- معرفة القنوات المناسبة للوصول للعملاء
- التعرف على ثقافة وبيئة المنظمة المناسبة وغيرها...

# The “Entering a New Market” Framework Includes 3 Components



# المرحلة الثانية

## الدراسة التشغيلية (الفنية)

### الأصول الملموسة والتقنية

- الأصول والمرافق اللازمة لتشغيل المشروع
- أنظمة تقنية المعلومات التشغيلية أو المحاسبية اللازمة
- أنظمة المراقبة والأمن التقني .

### الموارد البشرية والقانونية

- بناء الهيكل التنظيمي للشركة ( ويتضمن المسميات الوظيفية ونبذة عن طبيعة العمل
- تحديد القوى البشرية اللازمة للتشغيل والإدارة وتكاليفها
- تحديد التكاليف الإدارية والتشغيلية المرتبطة بالقوى البشرية
- التراخيص والشهادات النظامية اللازمة لتأسيس وتشغيل المشروع

### المواد والخدمات

- دراسة المواد والأدوات والمعدات والخدمات اللازمة للتشغيل أو الإنتاج
- دراسة وتقييم وضع الموردين وسلاسل الإمداد والتوريد
- تحديد تكاليف المواد والخدمات والمعدات
- نظام الجودة والتحقق والأمن والسلامة
- آلية التعاقدات وتأمين الموردين والخامات

### النموذج التشغيلي

- دراسة وتحليل الاحتياجات التشغيلية اللازمة لتحقيق حجم المبيعات المطلوب
- بناء مسار العمليات التشغيلية أو الإنتاجية
- بناء معادلة الطاقة الإنتاجية أو التشغيلية المثالية

# مخرجات المرحلة الثانية

## التشغيل أو الإنتاج

- نموذج تشغيلي أو إنتاجي واضح يبين العمليات الإنتاجية أو التشغيلية
- معرفة احتياجات المشروع الملموسة والغير ملموسة اللازمة للتشغيل والوصول للأهداف الإنتاجية أو التشغيلية
- معرفة جهات التوريد والخدمات المساندة اللازمة وتكلفتها ومدى الاعتمادية عليهما
- معرفة خطة الموارد البشرية اللازمة والعدد المناسب للمشروع وتكلفته
- معرفة الاحتياجات التقنية اللازمة للتشغيل او الإنتاج وتكلفتها

القدرة على بناء ميزة تنافسية من خلال جودة المنتج

القدرة على بحث تعظيم الربحية أو خفض التكاليف من خلال نموذج

التشغيل أو الإنتاج

القدرة على ملاحظة كافة خطوات الإنتاج أو التشغيل وتحسينها

ومعرفة مواطن القوة بها

القدرة على تصميم الموقع والمكان المناسب للخطة التشغيلية أو

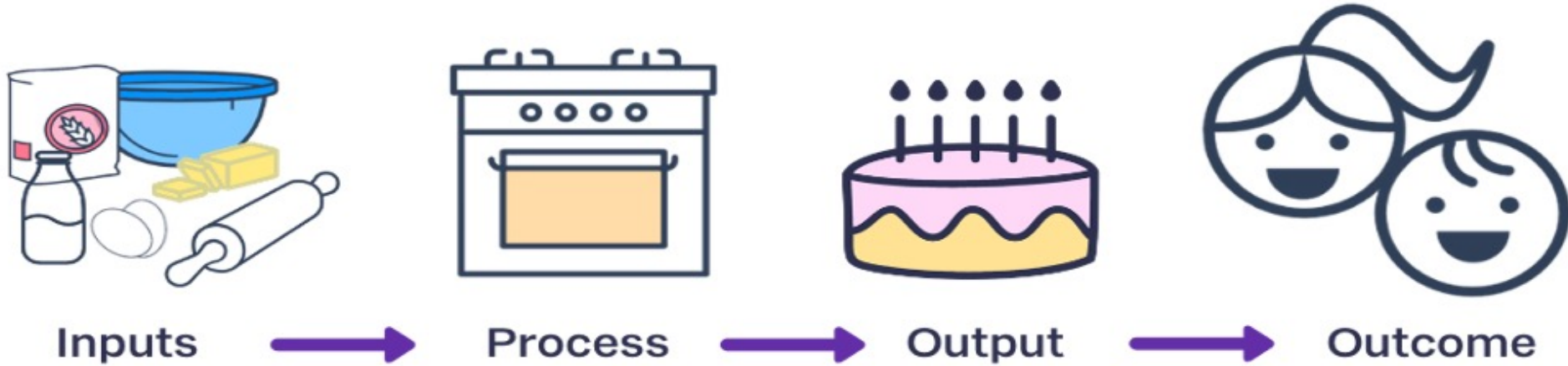
الإنتاجية بالشكل الملائم

القدرة على تقديم المعلومات الدقيقة للنموذج المالي

وغيرها...



# OPERATION



# المرحلة الثالثة

## MVP نموذج المنتج أو الخدمة الأولي

### التحليل والنتائج

- تصفية وفرز البيانات التي تم جمعها
- مراجعة دقة العينة والشرائح المستهدفة
- تحليل البيانات وبناء قاعدة مخرجات البيانات
- تقديم النتائج التي بموجبها يتم تحسين او تطوير أو تغيير الجوانب التسويقية أو التشغيلية أو كلاهما

### اختبار السوق

- نشر النموذج للفئة المستهدفة من الاختبار .
- التأكد ومتابعة عملية وصول النماذج للعينة المختارة
- جمع النتائج والاستطلاعات

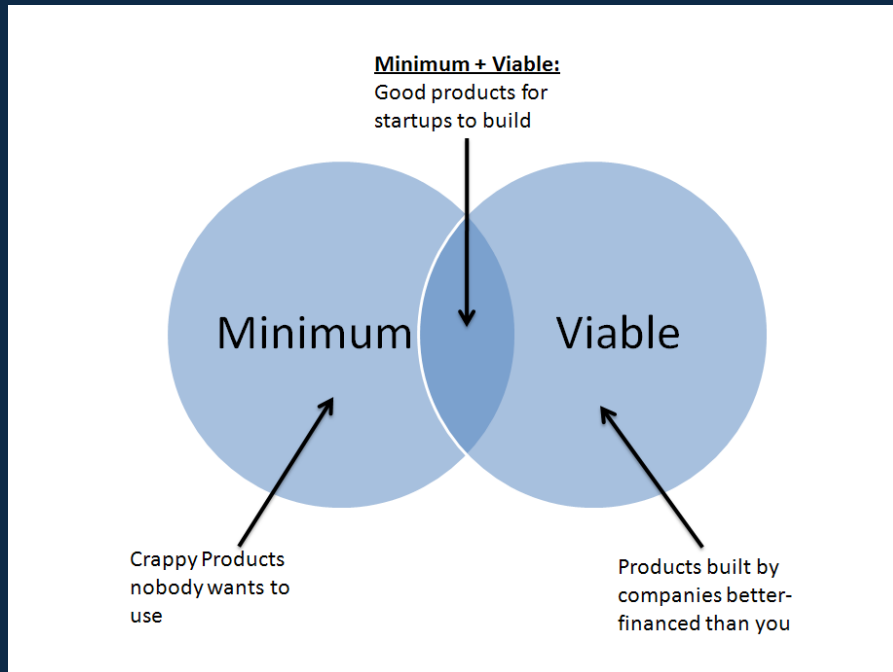
### تصميم نموذج الخدمة الأولي

- تصميم نموذج مصغر عن المنتج أو الخدمة أو بناء استبيانات واستطلاعات رأي تعكس طبيعة العمل بشكل كبير
- تحديد طريقة النشر والعينات المختارة من العملاء المحتملين وعينات الاختبار

تهدف هذه المرحلة إلى التأكد من صحة ودقة مخرجات الدراسة التسويقية والتشغيلية قبل المضي في الدراسة المالية مما يساعد في تقديم مخرجات واقعية وذات موثوقية وجاهزية عالية ترفع من فرص النجاح وتقلل من المخاطر وفرص الخسارة

# مخرجات المرحلة الثالثة

## MVP نموذج المنتج أو الخدمة الأولي



- التأكد من قيمة التكاليف التشغيلية والمدخلات التأسيسية والتشغيلية
- معرفة آراء العملاء وانطباعاتهم وتطوير المنتج أو الخدمة بما يلائم تطلعاتهم
- التأكد من نسب الطلب والإقبال على المنتج أو الخدمة
- تقليل معدل المخاطرة في المشروع
- استكشاف المدخلات الغير واضحة

# المرحلة الرابعة

## الدراسة المالية



### المؤشرات المالية والتحليل والتوصيات

- نقطة التعادل
- معدل العائد الداخلي
- معدل العائد على الاستثمار
- فترة استرداد رأس المال
- تكلفة الدين وحقوق الملكية
- نسب الشركاء والمستثمرين
- وحصص المساهمين

### القوائم المالية

- قائمة الدخل
- الموازنة التقديرية
- التدفقات النقدية
- الميزانية العمومية

### مصادر الإيرادات

- تحديد كافة الخدمات أو المنتجات التي سيتم بيعها أو تأجيرها الخ.
- بناء السيناريو البيعي ومستويات التسعير
- معرفة الحد الأدنى للمبيعات

### هيكل التكاليف

- بناء هيكل التكاليف التأسيسية والتشغيلية
- تحديد التكاليف الثابتة والمتغيرة
- تحديد التكاليف المباشرة وغير مباشرة
- تحديد نسب الإهلاك
- تحديد كافة عناصر النموذج المالي الدائمة والمؤقتة
- تحديد عناصر التكلفة الرئيسية

مسار الأفكار والمشاريع الناشئة

# مخرجات المرحلة الرابعة

## الدراسة المالية

- إمكانية اتخاذ القرارات المالية بخصوص مشاريع أخرى وتكلفة الفرصة البديلة بوضوح
- مقارنة العوائد المتوقعة بالعلامات المرجعية العالمية والمحلية واختبار فعالية المشروع مقارنة بأشباهه
- تحليل حساسية المشروع الاستثماري
- معرفة المدة الزمنية اللازمة لاسترداد رأس المال المستثمر وغيرها...

- نموذج مالي مرّن يمكن المستخدم من تعديل ومراجعة المدخلات والمتغيرات بشكل مباشر وفعال
- معرفة التكاليف التأسيسية اللازمة لبدء المشروع
- معرفة التكاليف التشغيلية اللازمة للمشروع خلال فترة زمنية معينة
- معرفة الاحتياج النقدي خلال فترة زمنية معينة
- المساعدة في قرار التمويل من قبل شركاء أو مقرضين
- معرفة نسبة المخاطرة في المشروع
- تحديد القيمة الحالية والقيمة المستقبلية للأموال

# المرحلة الخامسة

## Pitch Presentation العرض التقديمي الاستثماري

### تصميم ملف المستثمر

يسهل هذا العرض التقديمي عملية استقطاب الشركاء أو المستثمرين أو المقرضين للمشروع بحيث يوضح قدرة المشروع على الوفاء بالالتزامات تجاههم ويرفع من قيمة الفكرة في مراحلها الأولية ويخاطب اهتماماتهم التي تعرفها شركة أرب جيدا.

- عرض تقديمي يتضمن أهم ما يتطلع إلى معرفته الشركاء والمستثمرين
- فكرة موجزة عن المشروع وأهميته وآلية عمله وعلاؤه وحجم السوق والطلب والنمو ومستقبله
- آلية عمل المشروع تشغيلية أو انتاجيا
- الشركاء الرئيسيون
- المؤشرات المالية وما يتعلق باهتمامات المستثمرين أو المقرضين المالية وعوائدهم
- تحديد طريقة النشر والعينات المختارة من العملاء المحتملين وعينات الاختبار

# إحصائيات عن أهمية دراسة الجدوى

نسبة تأثير وأهمية الدراسة في تحقيقه	الهدف
%83.8	تحديد قيمة وجدوى ربحية المشروع التجاري
%82.7	إقناع المستثمرين والآخرين بالمشروع
%75.9	تحديد نقاط القوة والتحديات والفرص والمخاطر للمشروع
%85.7	التعرف على الموارد المالية والفنية والبشرية اللازمة للمشروع
%87.2	تحديد قيمة رأس المال اللازم لتأسيس وتشغيل المشروع
%76.3	التنبؤ بحجم الاستحواذ السوقي للمشروع وفرص النجاح
%80.7	المساعدة في بناء خطة العمل التنفيذية
%80.4	المساعدة في تطوير واستحداث منتجات او عمليات او نماذج او تجارب او خدمات جديدة

# شكرا لثقتكم



Email : [info@arob.sa](mailto:info@arob.sa)

Phone : +966554500223  
+966563972227

[www.arob.sa](http://www.arob.sa)

