

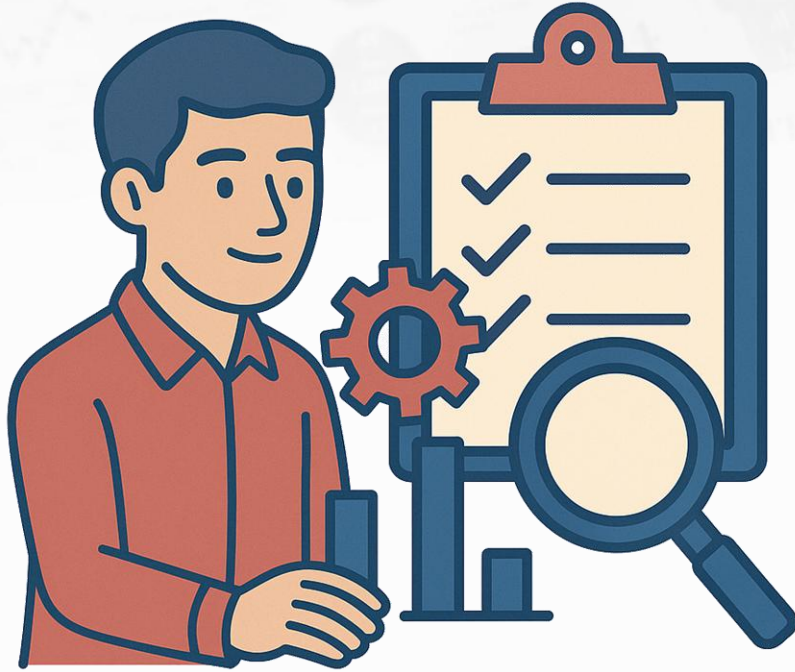


9 نصائح لإعداد

دراسة جدوى فنية



عند إدارة عملك الجديد أو العمل ضمن فريق الإنتاج، يتعين عليك القيام بالكثير من التخطيط قبل طرح منتج أو خدمة في السوق. من خلال مراعاة كل جانب من جوانب عملية الإنتاج، يمكنك تقديم عروض تلبي توقعات عملائك من علامتك التجارية.



إلى جانب التفكير في كيفية تسويق المنتج، يجب أولاً تحديد الجوانب اللوجستية لعملية تصنيعه. في هذا المقال، نشرح ما هي الجدوى الفنية، ولماذا هي مهمة في عملية الإنتاج، وكيف يمكنك إعداد دراسة جدوى فنية أكثر فعالية.

1. ما هي الجدوى الفنية؟

الجدوى الفنية هي عملية تحديد كيفية إنتاج منتجك أو خدمتك لمعرفة ما إذا كان ذلك ممكناً لشركتك. قبل إطلاق عروضك، يجب عليك تخطيط كل جزء من عملياتك، بدءاً من تأمين مواد الإنتاج وحتى متابعة المبيعات. من خلال الاطلاع على جميع جوانب هذه العملية اللوجستية، يمكنك تحديد التحديات المحتملة وإيجاد طرق للتغلب عليها.

2. لماذا تعد دراسة الجدوى الفنية مهمة؟

يعد إجراء دراسة جدوى فنية أمراً مهماً لأنها تساعدك على وضع خطة لعملية الإنتاج. يتطلب بيع منتج أو خدمة الكثير من التخطيط،



حيث تحتاج إلى مراعاة عوامل مثل الميزانية، وفريق الإنتاج، والمرافق، والتسويق، وأي عوامل أخرى تدخل في هذه العملية.

يساعد التخطيط المسبق لكل هذه العناصر على معرفة ما يمكن توقعه

طوال العملية وإيجاد نظام يتناسب مع فريقك. مع وجود خطة مدروسة، يمكنك تحقيق نجاح أكبر في تقديم عروضك للعملاء.

3. نصائح لإعداد دراسة جدوى فنية

استخدم هذه النصائح لمساعدتك على إعداد دراسة جدوى فنية أكثر فعالية:

3.1. لخص خطتك

عند بدء إعداد دراسة الجدوى الفنية، ابدأ بوضع ملخص لخريطتك. حدد جوانب عملية الإنتاج التي تحتاج إلى مراعاتها. استخدم هذه الخطوة الأولى لإنشاء مخطط لخريطتك أيضاً. دوّن كل عوامل مشروعك التي يحتاج فريقك إلى أخذها في الاعتبار، مثل تكاليف الإنتاج، والمواد، والقوى العاملة، واحتياجات التسويق، واستراتيجيات التسعير.



3.2. حدد عرض القيمة الفريد الخاص بك

مع استمرار السوق في التشبع، يحتاج فريقك إلى تحديد كيفية تمييز علامتك التجارية أمام المستهلكين أو العملاء. إن عرض القيمة الفريد هو ما يجعل منتجك أو خدمتك مميزاً أساساً. إنه السبب الذي يدفع شخصاً للشراء من علامتك التجارية بدلاً من منافسيك. فكر في الفجوة التي سيملؤها عرضك في السوق أو الاحتياجات التي سيلبيها للمستهلكين.



3.3. توقع التحديات

المثال، قد تفكر
معينة. وبالمثل،

اعمل مع فريقك لتحديد أي
تحديات أو عوائق قد تواجهونها
خلال عملية الإنتاج. خطط
لكيفية التغلب على هذه
العقبات إذا حدثت. على سبيل
فيما سيحدث إذا نفدت مادة
ضع خطة بديلة إذا لم يتمكن أحد الموردين من الوفاء بالتزاماته. من
خلال التخطيط المسبق، يمكنك ضمان تلبية توقعات العملاء
وتسليم منتجك إلى السوق في الوقت المحدد.

3.4. ضع في اعتبارك وضعك المالي

في نهاية المطاف، الغرض من إنشاء منتج أو خدمة هو تحقيق الربح. لذا من المهم النظر في وضعك المالي قبل البدء. إلى جانب تخطيط ميزانيتك لمشروع معين، يحتاج فريقك إلى تحديد نقاط سعرية تحقق الربح. فكر في عوامل مثل تكاليف الإنتاج والديون المستحقة وكيف قد تؤثر على صافي أرباحك. أيضاً، ضع في اعتبارك نقاط السعر التي ستكون مربحة وفي الوقت نفسه ميسورة لجمهورك المستهدف.



3.5. أكمل تحليل السوق

يمكن أن يساعد معرفتك بسوقك الحالي في تحديد ما إذا كان مشروعك قابلاً للتنفيذ. أجرِ تحليلاً للسوق للتعرف على جمهورك المستهدف وأهم منافسيك، وابحث عن اتجاهات السوق وأنواع المنتجات أو الخدمات التي تحقق مبيعات جيدة حالياً. فكر في إجراء مسح للمستهلكين لمعرفة المزيد عن احتياجاتهم وعادات إنفاقهم. اطلب ملاحظات حول أفكار مشروعك الأولية لمعرفة ما إذا كان الناس سيشتررون منتجك بالفعل.

3.6. ابحث عن قالب جاهز

يمكن أن تساعد دراسة الجدوى الفنية فريقك على البقاء منظماً. تأكد من جمع كل المعلومات في مستند منظم جيداً. فكر في العثور على قالب يمكنك تعبئته أو استخدم جدول بيانات لتتبع جميع احتياجاتك. ويمكنك تقسيم مستندك أو جدولك إلى أقسام مختلفة

بناءً على احتياجات القوى العاملة والتسويق والمالية والمواد والتكنولوجيا.



3.7. قيّم المخاطر مقابل

العوائد

قبل بدء مشروعك، استخدم كل المعلومات التي جمعتها لتحديد ما إذا كانت عوائد المشروع أكبر بكثير من مخاطره. تنطوي المخاطرة على التحديات المحتملة التي قد تواجهها، والمال الذي تحتاج إلى استثماره في المشروع، ومستوى الجهد الذي سيبدله فريقك. أما الأرباح فتشمل عائد كل وقتك وجهدك ومواردك. إذا كنت تحقق ربحاً كافياً، فقد يكون مشروعك مجدياً.

3.8. ضع في اعتبارك القوى العاملة اللازمة

عند مراعاة تكاليف الإنتاج، من المهم احتساب احتياجات القوى العاملة. فكر في مقدار وقت موظفيك الحاليين الذي سيشغله هذا المشروع. ثم، ضع في اعتبارك ما إذا كنت ستحتاج إلى توظيف أعضاء جدد لفريقك للقيام بمهام معينة. قد تحتاج، اعتماداً على طبيعة مشروعك، إلى استخدام متخصصين لبعض المهام.

3.9. حدد المحطات الزمنية

يمكنك استخدام دراستك لتحديد أهداف واقعية لفريقك. من خلال إنشاء محطات زمنية لكل جزء من مشروعك، يمكن للجميع أن يكونوا على دراية بالمواعيد النهائية والتواريخ المحددة. وبهذه الطريقة، يمكنك الوفاء بوعدك للموردين وتجار التجزئة والعملاء.



نسعى في Business Insight إلى تحقيق جسر من الثقة والمعرفة يصل بين



[Contact US](#)

المستثمرين الراغبين بإقامة مشاريع ريادية جريئة وبين رواد الأعمال أصحاب الكفاءة لتنفيذ تلك المشاريع، ومن جهة أخرى دراسة فرص السوق للشركات الصاعدة لتوسيع مجالات استثمارها بشكل صحيح والعمل على تطويرها لتكون قادرة كشركة على الانتشار والتطور والمنافسة...

نقدم في Business Insight خدمات:

- تخطيط الأعمال وإعداد التقارير
- دراسة الجدوى الاقتصادية
- التحليل المالي
- الأعمال المحاسبية والتدقيق المالي
- التقييم المالي للشركات والمحافظ الاستثمارية
- تصميم وتطوير المشاريع
- ابتكار سلسلة القيمة والميزة التنافسية
- إعداد وكتابة مقترحات المشاريع
- مأسسة الأعمال
- إعداد السياسات التنظيمية
- ضمان الجودة
- بناء وتنظيم الاتفاقيات
- إعداد الأبحاث والتقارير
- استشارات الأعمال



إذا وجدت هذا المقال مفيداً، يمكنك مشاركته على وسائل التواصل الاجتماعي مع حفظ حقوق النشر

إن كان لديك رأي، ملاحظتك محل تقدير كبير! قم بالتعليق هنا أو اتصل بنا



www.abinsight.net



info@abinsight.net



+90 552 645 91 10