



المحور الثالث: **مخطط الأعمال ومخطط نموذج العمل التجاري**

تمهيد

إعداد منظم الأعمال

نموذج العمل التجاري business model

canva

تمهيد

يعد التخطيط المسبق حجر الأساس لنجاح أي مشروع ناشئ، إذ يسمح لرواد الأعمال برؤية شاملة لمختلف جوانب المشروع قبل إطلاقه. وفي هذا الإطار، يبرز كل من مخطط الأعمال ومخطط نموذج العمل التجاري كأداتين مهمتين لفهم الفكرة، تحديد قيمتها، وتوضيح كيفية تحويلها إلى نشاط اقتصادي فعال. فالأول يقدم رؤية تفصيلية عن المشروع وخطواته، بينما يساعد الثاني على رسم صورة مختصرة وبسيطة لطريقة خلق القيمة وتوزيعها.



1- مخطط الأعمال

تعريفه:

- ✓ هو وثيقة تمثل نوايا المؤسسة الإستراتيجية في المستقبل، يعطي معلومات واضحة ومنظمة على المؤسسة، ويعدد أعمالها وينشئ معلومات شخصية حيث نجد فيه تحليل دراسة للسوق وإستراتيجية التسويق
- ✓ مخطط الأعمال أنجلو- سكسوني الأصل، وهو عبارة عن ملف قرار الاستثمار أو المشروع يسمح للمستثمر أو المقاول بتوقع مستقبل المشروع المحتمل بطريقة موضوعية
- ✓ مخطط الأعمال عبارة عن الوثائق المكتوبة التي تبين كل العوامل الداخلية و الخارجية والاستراتيجية الملائمة لبدء مخاطر جديدة
- ✓ .كما أنه يتم من خلاله توضيح كافة الأمور المتعلقة بالتسويق والمالية والإنتاج والموارد البشرية ويسعى مخطط الأعمال للإجابة عن الأسئلة التالية:- أين نحن حالياً؟- أين سنذهب؟ وكيف نصل إلى أهدافنا؟



مكونات مخطط الأعمال

- 1- **الصفحة الرئيسية:** تتضمن العناصر الرئيسية بالمخطط من حيث اسم وعنوان المؤسسة وطبيعة الأعمال والطبيعة القانونية للمؤسسة المتعلقة بالملكية والموقع والحاجات المالية.
- 2- **ملخص التنفيذ:** يتكون الملخص من ثلاث إلى أربع صفحات تتضمن تلخيص عن وصف لمفهوم الأعمال وبيانات عن الفكرة التي تم تجميعها، تتعلق بإستراتيجية التسويق، المالية، وإجراءات البيع.
- 3- **تحليل البيئة:** ويتم فيها تحديد كافة المتغيرات المتعلقة بالبيئة الاقتصادية، الثقافية، التكنولوجية والقانونية.
- 4- **وصف المشروع:** يتم توضيح مهمة المشروع وطبيعة المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة والموقع، والمعدات، كذلك تحديد رسالة وأهداف المنظمة ولماذا هذا المشروع وكيف سيتم متى ينجز والأدوات اللازمة للإنتاج.
- 5- **خطة الإنتاج أو العمليات:** تتضمن كافة الإجراءات المتعلقة بالإنتاج والتكاليف، المعدات والآلات التي يحتاجها المشروع، إجراءات التخزين، المواد الأولية، الموردين، وكذلك خدمات ما بعد الإنتاج والبيع والصيانة.
- 6- **الخطة التسويقية:** تتضمن كافة الإجراءات المتعلقة بكيفية تسويق وتسعير وتوزيع المنتجات، الترويج وكذلك التنبؤ بالمبيعات المحتملة.
- 7- **الخطة التنظيمية:** تتضمن وصف لملكية المشروع كذلك خطوط الصلاحيات والمسؤوليات للأفراد العاملين، كيفية أداء الأعمال.
- 8- **الخطة المالية:** تتضمن الخطة المالية للمشروع الجدوى الاقتصادية وضرورة الالتزام بالاستثمار المالي للمشروع وكذلك التنبؤ بالمبيعات لمدة ثلاث سنوات مستقبلية والتكاليف والربحية وكذلك التدفقات النقدية وخطة الموازنة التقديرية.
- 9- **الملاحق:** والتي توضح كافة الوثائق المتعلقة بمخطط الأعمال.

نموذج العمل التجاري business model

canva

تعريفه:

✓ مخطط نموذج العمل التجاري (BUSINESS MODEL CANVAS) هو أداة استراتيجية تم تصميمها لتوفير رؤية شاملة لنموذج العمل التجاري في قالب بصري يسهل فهمه واستخدامه.

✓ تم تطويره بواسطة ألكسندر أوستروالدر، ويعتمد على تقسيم نموذج العمل التجاري إلى تسع مكونات رئيسية تساعد في توضيح الفكرة التجارية وكيفية تحقيق القيمة.

تشكل معًا نموذج العمل التجاري لأي شركة أو مؤسسة. وهذه المكونات تعتبر جوهرية لفهم عملية تطوير الأعمال بشكل شامل.

✓ من خلال استخدام هذه الأداة، يمكن لأي شركة تصميم نموذج عملها بطريقة مرنة ومتكاملة، مما يساعد في تحديد أهدافها ورؤيتها الاستراتيجية. وهذا ما يجعل BUSINESS MODEL CANVAS أداة قيمة وفعّالة ليس فقط في التخطيط ولكن أيضًا في التقييم المستمر وتحسين النموذج التجاري مع مرور الوقت.



business model canva مكونات نموذج العمل التجاري

- 1- الشرائح المستهدفة (Customer Segments):** هذا العنصر يركز على تحديد الجمهور المستهدف أو الشرائح التي تقدم الشركة لها منتجاتها أو خدماتها. من المهم أن تعرف الشركات من هم عملاؤها الأساسيون وما هي احتياجاتهم وتفضيلاتهم. على سبيل المثال، قد تستهدف الشركات شريحة من الشباب المهتمين بالتكنولوجيا أو قد تستهدف الأعمال التجارية التي تحتاج إلى حلول لزيادة الإنتاجية.
- 2- القيمة المقدمة (Value Propositions):** من خلال تحديد الشريحة المستهدفة، يأتي دور الإجابة على السؤال المهم: "ما الذي يجعل هذا المنتج أو الخدمة مميزة بالنسبة للعميل؟" تمثل هذه الميزة القيمة التي يقدمها المنتج أو الخدمة للعملاء. على سبيل المثال، قد تكون قيمة متاجر الإلكترونيات في تقديم أحدث الأجهزة بأفضل الأسعار مع خدمات ما بعد البيع المتميزة.
- 3- قنوات التوزيع (Channel):** بعد تحديد القيمة المقدمة، يشير هذا المكون إلى كيفية وصول المنتجات أو الخدمات إلى العملاء. تشمل القنوات مزيجًا من القنوات الرقمية والفعالية مثل المتاجر الإلكترونية، المتاجر التقليدية، والتوزيع عبر الشركاء. وبالتالي، قد تستخدم الشركات مواقع الإنترنت أو متاجر التجزئة لتوزيع منتجاتها.
- 4- العلاقات مع العملاء (Customer Relationships):** بناءً على القنوات المستخدمة، يُعد هذا العنصر مهمًا أيضًا في تحديد كيفية تفاعل الشركة مع عملائها. يتضمن ذلك الأنشطة التي تنشئ وتدير علاقات دائمة وموثوقة مع العملاء، مثل الدعم الفني، برامج الولاء، أو خدمات ما بعد البيع. على سبيل المثال، قد تقدم الشركة برنامج ولاء العملاء الذي يقدم خصومات أو عروض خاصة للزبائن المتكررين.
- 5- مصادر الإيرادات (Revenue Streams):** من هنا، يتحتم على الشركة تحديد كيفية تحقيق العوائد المالية من نشاطها التجاري. وهذا يشمل بيع المنتجات أو الخدمات مباشرة للعملاء أو عبر الاشتراكات أو التراخيص أو الإعلانات. مثلاً، يمكن أن تحقق المنصات الإلكترونية عائدات من الإعلانات أو الاشتراكات في الخدمات الرقمية.
- 6- الموارد الرئيسية ((Key Resources):** إلى جانب مصادر الإيرادات، يجب أن تأخذ الشركة في اعتبارها الموارد الأساسية التي تحتاجها لتشغيل نموذج عملها. قد تكون هذه الموارد مادية أو غير مادية مثل البرمجيات أو التراخيص أو رأس المال البشري. على سبيل المثال، تعتبر التكنولوجيا أو الفريق البشري المتخصص في تطوير المنتج من الموارد الأساسية.
- 7- الأنشطة الرئيسية (Key Activities):** إضافة إلى الموارد الرئيسية، يشير هذا العنصر إلى الأنشطة الرئيسية التي يجب أن تقوم بها الشركة لتحقيق القيمة المقدمة للعملاء. تشمل العمليات التشغيلية والإدارية التي تشكل جوهر العمل. على سبيل المثال، الإنتاج، البحث والتطوير، والتسويق والمبيعات هي من الأنشطة الرئيسية التي تساهم في تحقيق الأهداف.
- 8- الشركاء الرئيسيون (Key Partners):** لضمان نجاح الأنشطة الرئيسية، تتضمن الشركات عادةً مجموعة من الشركاء الذين يساعدون في توفير الموارد أو تنفيذ الأنشطة الأساسية. قد تشمل الشركاء الموردين، والموزعين، أو الأطراف الأخرى التي تدعم العمل. على سبيل المثال، يمكن أن تتعاون الشركة مع شركات تكنولوجيا لتطوير حلول مشتركة أو مع شركات توزيع للوصول إلى أسواق جديدة.
- 9- هيكل التكاليف (Cost Structure):** أخيرًا، يحدد هذا العنصر التكاليف التي تتحملها الشركة في أداء أنشطتها المختلفة. تشمل التكاليف التي قد تتعلق بالإنتاج، والتسويق، وتطوير الموارد البشرية، والمصاريف التشغيلية. مثلاً، قد تكون هناك تكاليف مرتبطة بالتسويق والإعلانات أو تكاليف المواد الخام.

business model canvaمثال لنموذج العمل التجاري

أوشنيات 5
تجارة إلكترونية

مخطط نموذج العمل التجاري



joinoceaniat



11 JUNE



join@oceaniat.com