

الفصل الثاني

فكرة المنتج ودراسة السوق قبل الإستيراد

مقياس إختبار الأسواق

إعداد وتقديم: عبدالكريم عنف



الفصل الثاني

فكرة المنتج ودراسة السوق قبل الإستيراد

1. ماذا أستورد؟ (الفكرة و المنتج)

2. مقياس إختبار الأسواق؟

3. كيف تحدد إحتياجات السوق الداخلي؟

4. كيف تختار المنتج المناسب؟

5. كيف تختار الشريحة المستهدفة؟



مقياس إختبار الأسواق

الغرض من هذا الجزء هو
نتعلم مهارة معرفة الأسواق
المغربية



SILK ROAD ACADEMY
أكاديمية طريق الحرير

مقياس إختبار الأسواق

نموذج بورنر



SILK ROAD ACADEMY
أكاديمية طريق الحرير

مقياس اختبار الأسواق



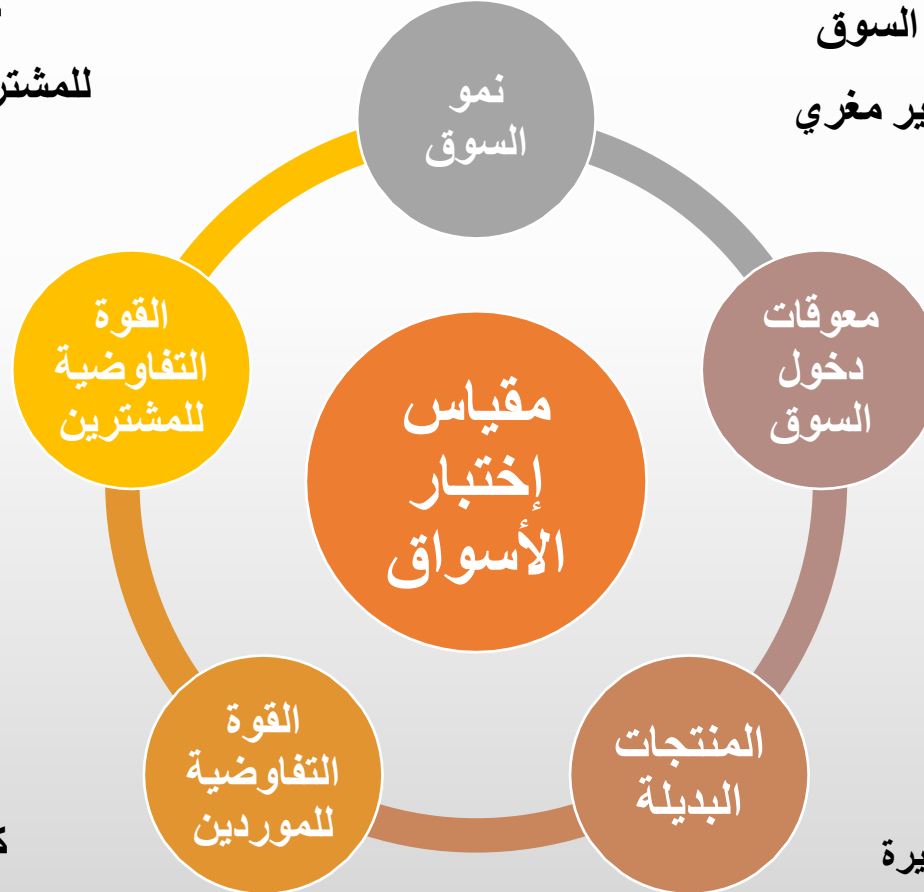


مقياس اختبار الأسواق

كلما كان نمو السوق سريع و قوي ، كلما كان السوق مغري

كلما زادت القوة التفاوضية
للمشتريين ، كلما كان السوق غير مغري

كلما كانت معوقات دخول السوق
كبيرة ، كلما كان السوق غير مغري



كلما زادت القوة التفاوضية
للموردين ، كلما كان السوق غير مغري

كلما كانت المنتجات البديلة كثيرة
ومتنوعة ، كلما كان السوق غير مغري



مقياس اختبار الأسواق

نمو السوق

١- عدد المنافسين : كلما زاد عدد المنافسين ، كل ما زادت صعوبة المنافسة.

٢- نمو الصناعة : كل زاد الطلب في السوق ، كلما زاد نمو السوق

٣- الأصول الثابتة : كل ما زادت تكلفة الأصول الثابتة كل زاد صعوبة دخول منافس جدد

٤- تميز المنتج: كل ما زاد تميز المنتجات المطروحة كل ما ازدادت صعوبة المنافسة

٥- معوقات الخروج : كل ما كانت معوقات الخروج من السوق قليلة؛ كل ما زاد دخول الكثير من المنافسين الجدد



مقياس اختبار الأسواق

معوقات
دخول
السوق

١- الإنتاج الكبير : كلما كان هناك منافسين ينتجون بكميات كبيرة ، كلما زادت صعوبة دخول منافسين جدد

٢- هوية المنتجات المتوفرة : كلما كان هناك علامات تجارية قوية ، كلما زادت صعوبة دخول منافسين جدد

٣- السيطرة على عناصر التوزيع : كل ما كان هناك سيطرة على قنوات الوصول للعملاء ، كلما زادت صعوبة منافسين جدد

٤- تكاليف التحول : كلما كان تكاليف التحول من مجال لآخر صعب ، كل ما زادت صعوبة دخول منافسين جدد

٥- السياسات الحكومية : كلما ازداد عدم تشجيع الحكومة للقطاع ، كلما ازدادت صعوبة دخول منافسين جدد



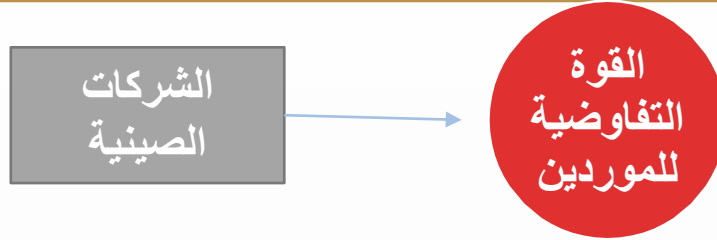
مقياس اختبار الأسواق

المنتجات البديلة

- ١-توفر المنتجات البديلة : كلما توفرت منتجات بديله كلما زادت صعوبة المنافسة
- ٢-جودة المنتجات البديلة : كلما زادت جودة المنتجات البديلة كلما زادت صعوبة المنافسة
- ٣-التشابه الوظيفي : كلما زاد التشابه الوظيفي زيادة صعوبة المنافسة
- ٤-أسعار المنتجات البديلة : كل ما كانت أسعار البدائل أقل كلما ازدادت صعوبة المنافسة
- ٥-الصورة الذهنية المنتجات البديلة : كل ما كانت المنتجات البديلة راسخة في ذهن العميل كل ما زادت صعوبة المنافسة



مقياس اختبار الأسواق



١-التعاون بين الموردين :

كلما زاد التعاون بين الموردين ، كلما زادت القوة التفاوضية للموردين.

٢-عدد المشترين

كلما زاد عدد المشترين ، كلما زادت القوة التفاوضية للموردين.

٣-تكاليف البيع لمشتريين جدد

كلما قلت تكاليف الموردين لبيع مشتريين آخرين ، كلما زادت القوة التفاوضية للموردين

٤-المواد الأولية البديلة : كل ما زادت صعوبة إيجاد مواد أولية بديلة

للإنتاج ، كلما زادت القوة التفاوضية للموردين

٥-الوصول للعميل النهائي : كلما كان لدى الموردين القدرة على الوصول

العميل النهائي ، كلما زادت القوة التفاوضية للموردين



SILK ROAD ACADEMY
أكاديمية طريق الحرير

مقياس إختبار الأسواق

العميل النهائي الذي
بيحبوا يطلع البر

القوة
التفاوضية
للمشتريين
النهائي

أسامة
مستورد من
الصين

١-التعاون بين المشتريين: كلما زاد التعاون بين المشتريين ، كلما زادت القوة التفاوضية للمشتريين

٢-عدد الموردين : كلما زاد عدد الموردين ، كلما زادت القوة التفاوضية للمشتريين

٣-تكاليف التحول للمنتج آخر: كل ما كان للمشتريين القدرة على التحول إلى منافس آخر دون تكلفة عالية ، كلما زادت القوة التفاوضية للمشتريين

٤-المنتجات البديلة كلما توفرت منتجات بديله للمشتريين ، كلما زادت القوة التفاوضية للمشتريين

٥-القدرة على الإنتاج الذاتي كلما كان لدى المشتريين قدره على إنتاج المنتج و الإستغناء عنك ، كلما زادت القوة التفاوضية للمشتريين



SILK ROAD ACADEMY
أكاديمية طريق الحرير

مقياس إختبار الأسواق

تطبيق عملي