

## ما هي؟



تعمل على عرض المشكلة وتقديمها بطريقة يمكن دراستها من عدة زوايا من خلال مجموعة من المعايير الرئيسية التي يمكن من خلالها توضيح المشكلة وتقييمها. كما توفر لك طريقة موحدة لمقارنة العديد من المشكلات المختلفة.

## كيف؟



- انتقل إلى ورقة عمل "تعريف المشكلة" بشكل فردي أو في فرق صغيرة
- تأمل مشكلة معينة قمت بتحديدك، وتبادل الأفكار أثناء تدوين ملاحظتك.
- الهدف الرئيسي هنا هو التقاط وجهات نظر مختلفة ومناقشتها حول المشكلة.
- يمكنك بعد ذلك مراجعة الملاحظات ومناقشتها مع أعضاء فريقك لرؤية التشابهات والاختلافات
- قد يقودك هذا التمرين إلى "إعادة صياغة" المشكلة التي تعاملت معها داخلياً - على سبيل المثال، ماذا يحدث إذا رأيت أن كبار السن لديهم قدرات وليس احتياجات؟ إعادة صياغة المشكلات بهذه الطريقة يمكن أن تقدم أدلة على كيفية تشكيل الحل.
- العمل على ورقة عمل تعريف المشكلة ليس فقط مع أعضاء فريقك، ولكن مع أصحاب المصلحة الآخرين عادة ما يطرحون سياقات جديدة.
- لا تتردد في تجربة الأسئلة وإعادة صياغتها في ورقة العمل لإبقائها ذات صلة في مثل هذه الحالات.

## نموذج تطبيقي لأداة وصف المشكلة

مثال: نموذج تطبيقي لشركة Glowork

هل يمكنك التفكير في هذه المشكلة بطريقة مختلفة؟ هل يمكنك إعادة صياغة ذلك؟

يربط Glowork أصحاب العمل مع النساء السعوديات الباحثات عن عمل

ما الدليل لديك على أن هذا يستحق الاستثمار؟

أكثر من 60 في المائة من طلاب الجامعات هم من النساء.  
أظهرت مؤشرات القوى العاملة السعودية في الربع الرابع 2019 أن معدل البطالة بين السعوديات ظل دون تغيير عند 30.8% بحسب الهيئة العامة للإحصاء  
<https://www.stats.gov.sa/ar/818-0>

ما العوامل الاجتماعية / الثقافية التي تشكل هذه المشكلة؟

بسبب القيود القانونية واللوجستية والثقافية التي تحد من نوع ومكان العمل المتاح لهن.

لمن هي تعتبر مشكلة؟

النساء السعوديات الباحثات عن عمل

ما هي القضية الرئيسية التي تحاول معالجتها ولماذا هي مهمة؟

بالنسبة للعديد من النساء السعوديات، تظل المشاركة الكاملة في القوى العاملة هدفاً بعيد المنال على الرغم من تحسن مستويات التعليم لدى النساء. مع زيادة الوصول إلى التعليم الحديث

هل يمكنك التفكير في هذه المشكلة بطريقة مختلفة؟ هل يمكنك إعادة صياغة ذلك؟

ما الدليل لديك على أن هذا يستحق الاستثمار؟

ما العوامل الاجتماعية / الثقافية التي تشكل هذه المشكلة؟

لمن هي تعتبر مشكلة؟

ما هي القضية الرئيسية التي تحاول معالجتها ولماذا هي مهمة؟

## ما هي؟



أداة تساعد على توليد أفكار جديدة وإبداعية عن طريق تحفيز الفريق على جلسات التفكير بهدف خلق الأفكار وتحويلها إلى مشاريع وأيضاً مواجهة التحديات التي يواجهها المشروع.

## كيف؟



قد يكون شغفك هو نقطة الانطلاق نحو مشروعك الريادي، تساعدك "النظرية اليابانية إيكجاي" على اكتشاف هذا الشغف من خلال الإجابة على هذه الأسئلة:

- ماذا تحب؟ (الاهتمامات والهوايات)
- ماذا تجيد؟ (القدرات والمهارات)
- ما الذي يحتاجه العالم منك؟ (الاحتياج)
- ما الذي يمكن أن يدفع لك من أجله؟ (الفرصة)

هل حددت شغفك؟ الآن يمكن أن تبدأ بجلسة العصف الذهني لفكرة مشروعك، اتبع ما يلي:

- حدد الموضوع أو المشكلة وركز عليها
- لا تحكم مسبقاً على الأفكار
- سجل أكبر عدد ممكن من الأفكار الإبداعية
- البناء على أفكار الآخرين
- اختر الفكرة التي تفتنح بها
- اعمل على تطويرها

## نموذج تطبيقي لأداة العصف الذهني

أفكار لمشاريع ناشئة

الفكرة الرابعة

استهداف الأحياء التي تتواجد بها مبان المكاتب التجارية لكنها تفتقر لوجود مقاهي لشراء الإفطار والقهوة .

عدد الأصوات = 1

الفكرة الثالثة

الاتفاق مع شركات تموين لإقامة مشروع عربية إفطار وقهوة متنقلة داخل مباني الشركات.

عدد الأصوات = 3

الفكرة الثانية

التعاون مع الأسر المنتجة في صنع بسندوتشات الفطور للعربة المتنقلة .

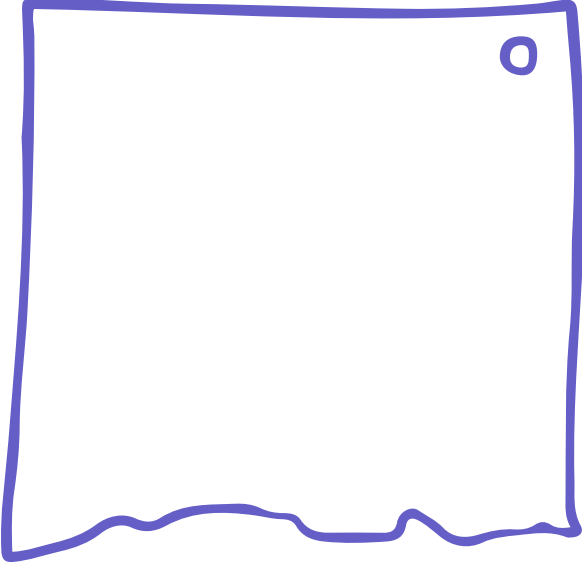
عدد الأصوات = 2

الفكرة الأولى

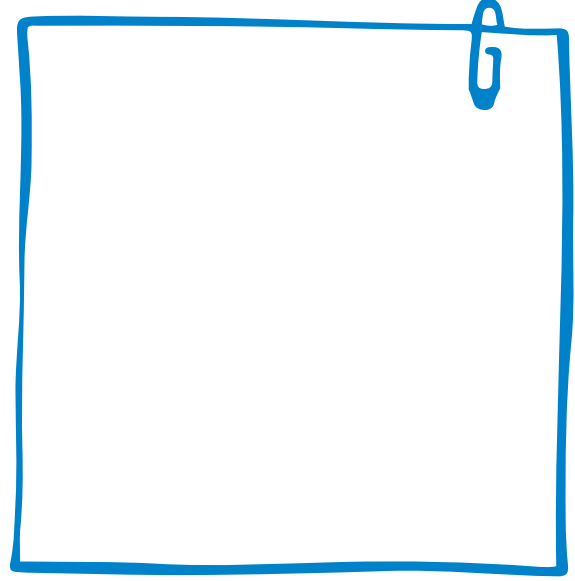
إنشاء عربية قهوة وسندوتشات الفطور متنقلة بين مواقع الشركات ومكاتب العمل.

عدد الأصوات = 1

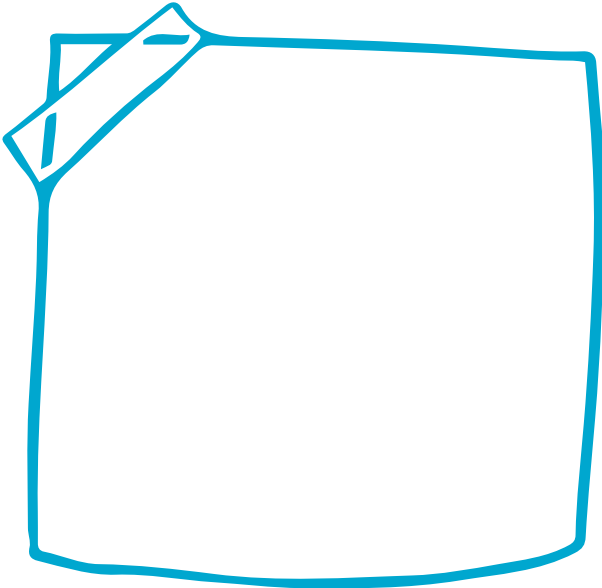
الفكرة الثانية



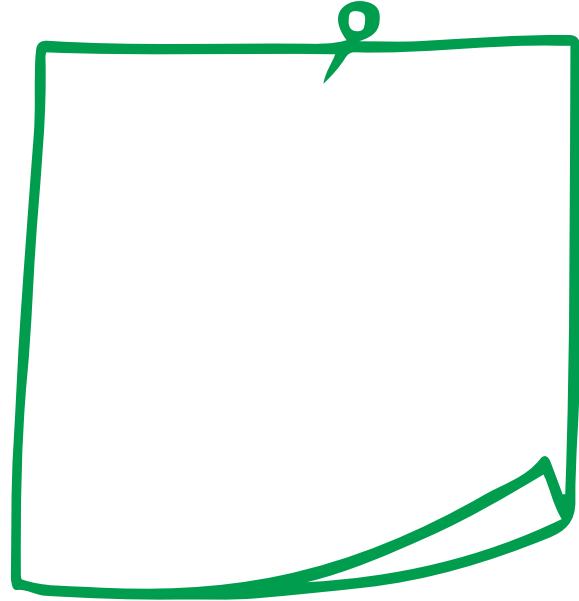
الفكرة الأولى



الفكرة الرابعة



الفكرة الثالثة



## ما هي؟



أداة تساعدك على التوصل إلى أفكار إبداعية لتطوير منتجات جديدة وتحسين المنتجات الحالية، وكل حرف في اختصار SCAMPER يمثل طريقة مختلفة لتغيير رؤيتك للتحديات التي تواجهك ومساعدتك على توليد أفكار جديدة.

## نموذج تطبيقي لأداة SCAMPER



### استبدال

ما أنواع المكونات أو المواد الأخرى التي يمكن استبدالها؟  
ما الأشخاص أو الأماكن أو الأشياء الأخرى التي يمكن استبدالها؟

### تأقلم

ماذا يشبه هذا؟  
ما الذي يمكن نسخه أو تقليده؟

### دمج

ما المكونات أو المواد أو الأجزاء التي يمكن دمجها؟  
أذكر اثنين أو أكثر من الأفكار التي يمكن دمجها؟

### حذف

ما الذي يمكن إزالته أو تبسيطه؟

### استخدام آخر

ما هي الاستخدامات الأخرى؟  
**مثال : إضافة نظام تحديد المواقع GPS إلى استخدامات الهاتف الذكي**

### عكس

ما الأجزاء أو الميزات التي يمكن إعادة ترتيبها؟  
ما المكونات التي يمكن تبادلها؟

### تعديل

ما هي الطرق التي يمكن أن تكون أكبر أو أقوى أو أطول أم أكثر استدامة؟  
ما هي الطرق التي يمكن أن تكون أصغر أو أخف أو أقصر أو أكثر إحكاماً؟



استبدال

دمج

استخدام آخر

تأقلم

حذف

عكس

تعديل

## ما هي؟



أداة للتفكير والتدريب تستخدم في مرحلة توليد الأفكار، وذلك لجعل أفكار المشاريع أكثر تعقيداً تفصيلاً عن طريق اكتشاف المشاكل وأسبابها، وكيفية حدوثها فبدلاً من إيجاد الحلول يتم إيجاد العقبات لأجل معرفة أصعب المراحل لكل فكرة.

## كيف؟



- حدد المشكلة.
- اعكس المشكلة : اسأل بعض الأشخاص عن كيفية تعقيد المشكلة.
- اطلب من فريق العمل البحث عن الأفكار.
- اكتب كل شيء أو اطلب منهم الكتابة على الملصقات.
- عكس الأفكار : اجمع الأفكار ثم اطلب من أعضاء الفريق عكس هذه الأفكار.
- تقييم الأفكار.

## نموذج تطبيقي لأداة التفكير المعاكس

مثال: تعمل شركة تصميم مواقع الويب على تحسين تصميم موقع الويب لعميل معين. يتمثل التحدي في أن زوار الموقع لا يقفون في موقع الويب لمدة كافية أو يتفاعلون مع محتوى الموقع كما هو متوقع.

المشكلة	عكس المشكلة	حلول عكس المشكلة	حلول المشكلة
لا يشارك مستخدمو موقع الويب أو يتفاعلون مع محتوى الموقع كما هو متوقع	كيفية إبعاد المستخدمين عن موقع الويب وتقليل مستوى التفاعل.	بناء البرمجة المعقدة بحيث لا يمكن للمستخدمين العثور على المحتوى المطلوب	بناء البرمجة السهلة بحيث يمكن للمستخدمين العثور على المحتوى المطلوب بسهولة
		استخدم الملفات الكبيرة التي يصعب تحميلها	استخدم الملفات الصغيرة التي يسهل تحميلها
		اختيار سمة اللون المزعجة ويصعب قراءة الخطوط	اختيار سمة اللون الجيدة والمريحة للعين وتسهل قراءة الخطوط
		استضافة الموقع على سيرفر بطيء	استضافة الموقع على سيرفر سريع جداً

حلول المشكلة	حلول عكس المشكلة	عكس المشكلة	المشكلة





## ما هي؟



هذه الأداة تساعد رائد الأعمال إذا كانت لديه أكثر من فكرة وذلك من خلال تقييم قائمة الخيارات وتحديد الأولويات وبالتالي اختيار الفكرة وصنع القرار. وهي عبارة عن سلسلة من القيم في الأعمدة والصفوف تتيح إمكانية مقارنة الأفكار الممكنة بصرياً من خلال تقييم متغيراتها استناداً إلى الأهمية.

## كيف؟



### معايير اختيار الفكرة

- عن طريق وضع معايير معينة مثل:
  - هل يتناسب الحل مع احتياجات الناس؟
  - هل لدينا الميزانية المطلوبة؟
  - هل التقنية متاحة؟
- إعطاء الوزن لكل المعايير (من 1 إلى 5).
- إعطاء درجة لكل فكرة 1 (منخفضة) 3 (متوسطة) 9 (عالية).
- احسب نقاط كل عمود : حاصل ضرب نقاط الفكرة X المعيار.
- اختيار الأفكار ذات أعلى الدرجات.

## نموذج تطبيقي لأداة مصفوفة القرار

إعطاء درجة لكل فكرة 1 - 3 - 9  
مثال: التكلفة مرتفعة (إذاً نعطي 9 درجات)  
التكلفة متوسطة (إذاً نعطي 3 درجات)  
التكلفة منخفضة (إذاً نعطي درجة واحدة)

حدد أهمية المعيار من 1 - 5  
5 الأكثر أهمية

أهمية المعيار	معايير اختيار الفكرة	الفكرة الأولى	الفكرة الثانية	الفكرة الثالثة	الفكرة الرابعة
5	التكلفة	9	3	9	3
2	الوقت	3	3	9	3
3	الموارد متاحة	3	1	1	9
4	الملاءمة مع احتياجات العملاء	1	1	1	3
<b>النتيجة</b>		<b>64</b>	<b>28</b>	<b>70</b>	<b>60</b>

الفكرة الثالثة هي أفضل فكرة لأنها حققت أعلى نتيجة

النتيجة لكل فكرة هي حاصل ضرب أهمية المعيار X درجة الفكرة  
نتيجة الفكرة الأولى =  
 $64 = 5 \times 9 + 2 \times 3 + 3 \times 9 + 4 \times 1$

## اختيار الفكرة

## مصفوفة القرار

الفكرة الرابعة	الفكرة الثالثة	الفكرة الثانية	الفكرة الأولى	معايير اختيار الفكرة	أهمية المعيار
					النتيجة

## ما هي؟



التعاطف هو أول مراحل التفكير التصميمي وهو منهجية للتفكير تساعدك على دراسة الوضع بشكل أفضل لتتعرف على المشاكل الموجودة وتستطيع وضع حلول مناسبة لها. ويتم التعاطف حين تضع نفسك مكان المستخدم الذي تريد استهدافه وتحاول أن تتخيل انطباعاته. تساعدك هذه الأداة على فهم أفضل للبيئة و السلوك والمخاوف والتطلعات التي يشعر بها العملاء وكلما زادت قدرتك على التخيل زادت نسبة حصولك على نتائج أفضل.

## كيف؟



هناك ثلاث طرق يمكنك من خلالها التعاطف:

- مقابلة العملاء
- عيش تجربتهم
- مراقبة الناس أثناء تأدية عمل معين
- قم بعملية عصف ذهني لتحديد شرائح العملاء التي قد ترغب في خدمتها. اختر ثلاثة من هؤلاء المرشحين ثم حدد واحداً لتنفيذ الأداة
- ابدأ باعطاء العميل اسماً وحدد بعض الخصائص مثل: الدخل - المستوى الاجتماعي - الحالة الاجتماعية، ثم أجب عن الأسئلة الستة التالية: (ماذا يرى؟ ماذا يسمع؟ بم يفكر ويشعر؟ ماذا يقول أو يفعل؟ ماهي التحديات؟ ماهي المكاسب أو الفرص).

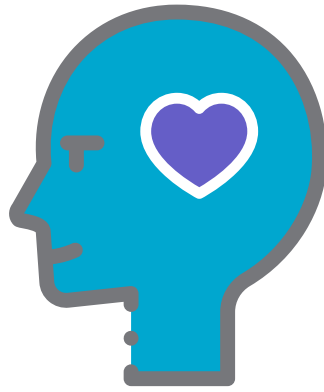
للمزيد من الإعداد لهذه المرحلة ننصحك بالدورة الالكترونية "التفكير التصميمي" عبر الرابط

## نموذج تطبيقي لأداة خريطة التعاطف



ما الذي يفكر فيه ويشعر به حقيقة؟

### التفكير والشعور



ماذا يسمع؟

### السمع

### النظر

ماذا يرى؟

### القول والفعل

ما الذي يقوله ويفعله؟

### المتاعب

ما الذي يؤلم العميل؟

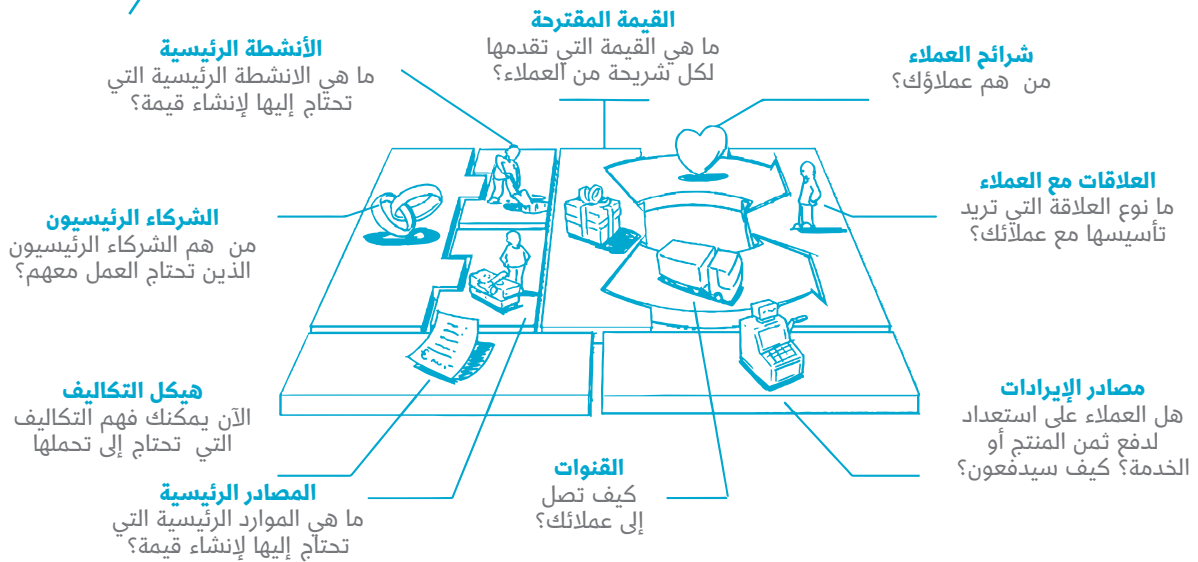
### المكاسب

ما الذي يكسبه العميل؟

## ما هي؟










هو عبارة عن نموذج بسيط في صفحة واحدة توفر لرائد الأعمال نظرة عامة على المهام التي يؤديها وكيف يتم ذلك، مما يسهل له التخطيط السليم للبدء بالمشروع، وهو مهم أيضاً حتى للمشاريع القائمة ولحل المشكلات لأنه يعرض الصورة من الأعلى على كامل المشروع ويحدد نموذج العمل التجاري الأسلوب الذي تتبعه المنشأة في خلق قيمة ما وتحقيقها والاستفادة منها .

## كيف؟



## نموذج تطبيقي لأداة مخطط نموذج العمل التجاري لشركة فيس بوك

<p><b>الشركاء الرئيسية</b></p> <p>- شركات إنتاج تلفزيوني</p>	<p><b>الأنشطة الرئيسية</b></p> <p>- حل مشاكل العملاء</p> <p>- التطوير</p>	<p><b>القيم المقترحة</b></p> <p>- التواصل</p> <p>- الوصول لعملاء كثيرين</p>	<p><b>العلاقات مع العملاء</b></p> <p>- المساعدة شخصية</p> <p>- مجموعات</p>	<p><b>شرائح العملاء</b></p> <p>- مستخدمي الإنترنت</p> <p>- الشركات</p>
	<p><b>المواد الرئيسية</b></p> <p>- العلامة التجارية</p> <p>- المنصة</p>		<p><b>القنوات</b></p> <p>facebook.com</p>	
	<p><b>هيكل التكاليف</b></p> <p>- الدعاية</p> <p>- السيرفرز</p>		<p><b>مصادر الإيرادات</b></p> <p>- الإعلانات</p> <p>- مجاناً</p>	

<p>الشراكات الرئيسية </p>	<p>الأنشطة الرئيسية </p>	<p>القيم المقترحة </p>	<p>العلاقات مع العملاء </p>	<p>شرائح العملاء </p>
	<p>المواد الرئيسية </p>		<p>القنوات </p>	
<p>هيكل التكاليف </p>	<p>مصادر الإيرادات </p>			

ما هي؟



أداة تشرح كيف تقوم المؤسسة الاجتماعية بخلق قيمة للعملاء المستهدفين.

كيف؟















نموذج تطبيقي لأداة مخطط نموذج العمل الاجتماعي

مثال: نموذج تطبيقي لمشروع الرعاية بالحب

المشكلة	الحل	المستفيدون	ما يجعل العمل فريداً	مؤشرات النجاح
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم جودة خدمات الرعاية الصحية المنزلية</li> <li>- مشكلة البطالة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توفير نظام مسؤول عن الرعاية الصحية المنزلية</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- المحتاجين للرعاية الصحية المنزلية</li> <li>- الباحثين عن فرص عمل</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- من خلال برنامج تدريبي مخصص للرعاية الصحية المنزلية</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- زيادة عدد المدربين علي خدمات الرعاية الصحية المنزلية</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- الأطباء والممرضات المدربون ليسوا الأفضل تجهيزاً لمساعدة كبار السن وغيرهم ممن يجدون صعوبة في عيش حياة مستقلة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تغيير النظام</li> <li>- أن تكون مهنة مقدم الرعاية الصحية المنزلية مسجلة</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- القنوات</li> <li>- المستشفيات</li> <li>- وسائل التواصل الاجتماعي</li> <li>- العملاء الحاليين</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- زيادة عدد العملاء</li> </ul>
الموارد الرئيسية	الأنشطة الرئيسية	الشركاء الرئيسيون	هيكل التكلفة	مصادر الإيرادات
<ul style="list-style-type: none"> <li>- مكان للتدريب</li> <li>- المتدربون</li> <li>- الموظفون</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- برنامج التدريب</li> <li>- عمل أبحاث</li> <li>- متابعة العملاء</li> <li>- البحث عن متدربين</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وزارة التنمية الاجتماعية</li> <li>- وزارة الصحة</li> <li>- المستشفيات</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- برنامج التدريب</li> <li>- الاجور</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تدريبات في المستشفيات</li> <li>- العملاء</li> </ul>

## مخطط نموذج العمل الاجتماعي

<p>المشكلة </p>	<p>الحل </p>	<p>المستفيدون </p>	<p>ما يجعل العمل فريداً </p>	<p>مؤشرات النجاح </p>
	<p>تغيير النظام </p>		<p>القنوات </p>	
<p>الموارد الرئيسية </p>	<p>الأنشطة الرئيسية </p>	<p>الشركاء الرئيسيون </p>	<p>هيكل التكلفة </p>	<p>مصادر الإيرادات </p>



## ما هي؟



هي أداة أساسية في دراسة الجدوى التي تحدد ما إذا كانت فكرة المنتج هذه قابلة للتطبيق أم لا. بمعنى آخر، هل الفكرة منطقية؟ كما تجيب على السؤال التالي: "هل يمكننا المضي قدماً في هذا المنتج؟" وتساعد في تحديد المخاطر التي قد تواجهها الشركة الناشئة.

## كيف؟



- طريقة تحليلية تساعد على تحديد النقاط الخاصة بالضعف والقوة، وإدراك نوعية الصعوبات وطبيعة الفرص المتاحة والمؤثرة في المنشآت
- عناصر القوة: هي التي تُساهم في تميّز المشروع عن غيره، كما تُشكّل مجموعة من القدرات المتوقّرة داخل المنشأة التي تُساهم في تحقيق مطالبها وتخلصها من التهديدات المحيطة بها
- عناصر الضعف: هي التي تُظهر علامات الضعف في المشروع، كما تُمثّل ذلك العجز المؤثّر في المنشأة، والذي يمنعها من الوصول إلى أهدافها
- عناصر الفرص: هي التي تُمثّل العوامل الخارجية والتابعة للمشروع، وتعكس تأثيرات إيجابية، كما تُشكّل الفرص لجميع الاتجاهات أو الظروف التي تُساعد على تحقيق الهدف المطلوب
- عناصر التهديدات: هي التي تُشكّل تأثيراتٍ من خارج المنشأة أو المشروع، وتؤدي إلى تأثره بتهديد واضح، وينتج عنها اضطراب في بيئة عمل المنشأة أو سير العمل فيها.

## نموذج تطبيقي لأداة تحليل SWOT

الفرص	نقاط القوة
<p>ما هي التغييرات الخارجية التي ستجلب فرص؟ ما هي الاتجاهات الحالية المستمرة؟ هل هذه الاتجاهات تؤثر عليك بطريقة إيجابية؟ هل يمكنك الاستفادة من السوق المحلي؟ ما هو السوق المفقود؟ هل فشل المنافسون في تلبية احتياجات قاعدة عملائها؟ إذا كان الأمر كذلك ، هل يمكنك استهداف عملائهم؟ هل تمنحك الأسباب الطبيعية مثل التغييرات المناخية ميزة تنافسية؟</p>	<p>هل لديك أصول من الممكن ان تكون مصدراً للقوة؟ ما الذي يجعلك أفضل من منافسك؟ هل لديك قاعدة عملاء قوية؟ هل لديك قيمة فريدة؟ ما هي الأشياء التي يحبها الآخرون في عملك؟</p>
التهديدات	نقاط الضعف
<p>ما هي الجوانب السلبية في السوق الحالية؟ هل هناك منافسون محتملون يمكنهم منحك منافسة في المستقبل؟ ما هي العقبات التي تواجهها في المهمة الحالية؟ هل الموظفون الرئيسيون لديك راضون عن أجورهم وغيرها من المزايا؟ هل ترى تغييراً في ذوق المستهلك؟ هل ستؤثر اللوائح الحكومية عليك؟</p>	<p>ما المجالات التي تحتاج إلى تحسينها؟ ما هي الأشياء التي تحتاج إلى تجنبها؟ ما هي المجالات التي يتمتع بها منافسوك؟ هل تفتقر إلى المعرفة؟ هل موظفوك غير مهرة؟ هل لديك استثمارات كافية لبدء مثل هذا المشروع؟ هل قاعدة العملاء منخفضة جداً؟ هل يمكنك تحقيق ربح كافٍ؟</p>

الفرص

نقاط القوة

التحديات

نقاط الضعف

## لوحة القصة storyboard

## ما هي؟



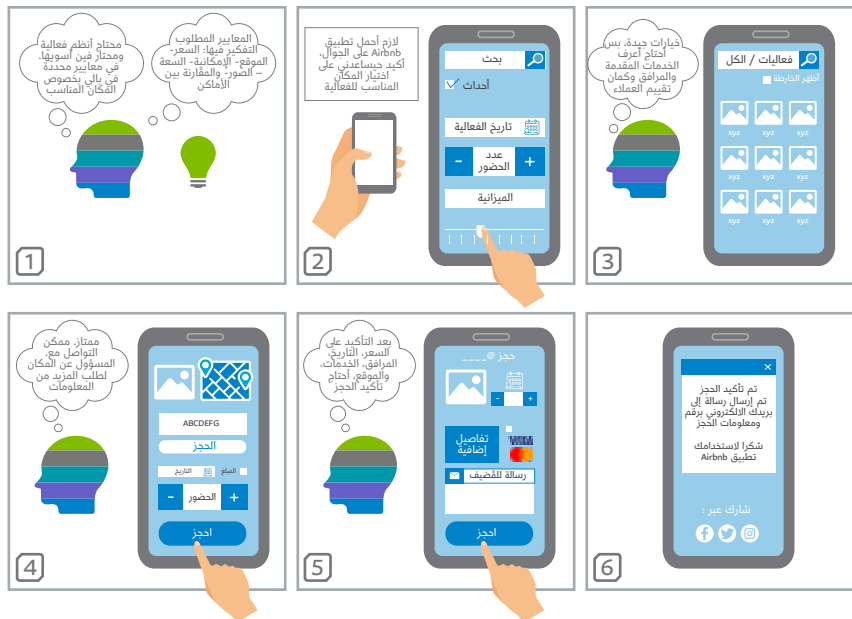
هي واحدة من الأدوات التي تساعد رائد الأعمال على تصميم النموذج المبدئي في بداية مشروعه الناشئ، وهي عبارة عن رسم تخيلي لمراحل المشروع يوضح خطوات تقديم الخدمة بغرض اختبار مفهوم الفكرة أو العملية، عن طريق الوصول إلى الأشخاص الذين يهدف إلى خدمتهم، وتلبية احتياجاتهم، ليتم اعتماده من قبل المجتمع ككل.

## كيف؟



- رسم سيناريو للمرحلة الحالية للمشروع ابتداءً من الفكرة إلى شكل المنتج في الوضع الراهن.
- رسم سيناريو للوضع المأمول يوضح شكل المنتج النهائي وسير الخطوات أثناء استخدام العميل له.
- ركز على أهم نقاط التفاعل مع المستخدم.
- ارسم كل خطوة من خطوات القصة على ورقة لاصقة واحدة.
- إسغ لزيادة الأفكار، استخدم 10 لقطات على الأقل.
- رتب الأوراق زمنياً، ويمكنك إزالة بعض اللقطات أو دمجها أو تغيير ترتيبها لتكون في النهاية 6 إلى 8 لقطات.
- أعد تصميم كل رسمة في النموذج وحاول سرد القصة تحت كل واحدة منها.
- صمم لوحة قصة مستقلة لكل موضوع .
- اعرض السيناريوهات واطلب إعادة تصميمها من مصمم رسومات محترف.

## نموذج تطبيقي لأداة لوحة القصة storyboard



لوحة القصة storyboard

أعضاء المجموعة

اسم المشروع

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## النموذج الأولي (MVP) Minimum Viable Product

### ما هي؟



- هي الإصدار الأولي من منتج جديد ويساعد على:
- التحقق من صحة الفكرة دون بناء المنتج بأكمله
- خفض التكاليف
- اكتساب رؤية العملاء
- التفاعل مع العملاء

### كيف؟



- **الخطوة الأولى : أبحاث السوق**  
قبل أن تبدأ فكرة وتشرع في عملية تطوير MVP ، تأكد من أنها تلبى احتياجات المستخدمين المستهدفين .
- **الخطوة الثانية : التعبير عن فكرتك**  
ما القيمة التي يقدمها منتجك لمستخدميه؟ كيف يمكن أن تفيدهم؟ لماذا يشترون منتجك؟ هذه أسئلة مهمة يجب وضعها في الاعتبار للمساعدة في التعبير عن فكرتك بشكل أفضل.
- **الخطوة الثالثة : خذ بعين الاعتبار عملية التصميم**  
صمم النموذج بطريقة تناسب المستخدمين مع مراعاة المنتج المستقبلي ورضا العميل.
- **الخطوة الرابعة : أدرج خصائص MVP**  
أدرج جميع الخصائص التي تريد دمجها في منتجك قبل البدء في إنشاء MVP .
- **الخطوة الخامسة : قم ببناء MVP الخاص بك**  
يمكنك الآن إنشاء نموذج أولي خاص بك لا يقل جودة عن المنتج النهائي، لذلك يجب أن يكون سهل الاستخدام وجذاب ومناسب للمستخدمين.

## نموذج تطبيقي لأداة النموذج الأولي (MVP) Minimum Viable Product



نماذج قوئل



فيديو تعريفي



التعهد الجماعي



صفحة الوصول



تطبيق أو موقع  
بواجهة أمامية فقط

مثال

نموذج تطبيقي لشركة Zappos في اختيار أسلوب  
"موقع بواجهة أمامية فقط" لتنفيذ نموذج MVP

تفاصيل

اختبار الصفحة المقصودة هو المكان الذي تنشئ فيه صفحة ويب بسيطة (أو موقع ويب) تعبر عن عرض القيمة الخاص بك وتمنح الزائر القدرة على التعبير عن اهتمامه بنوع من الدعوة إلى العمل. قد تكون دعوتك إلى اتخاذ إجراء إرسال بريد إلكتروني ، أو ملء نموذج ، أو حتى إدخال رقم بطاقة ائتمان بمعاملة وهمية.

## النموذج الأولي (MVP) Minimum Viable Product



حيث يمكنك وضع نموذج مبسط عن طلب منتج أو خدمة.

نماذج قوئل



فيديو تعريفى يشرح فكرة الخدمة أو المنتج.

فيديو تعريفى



عملية إدخال البيانات من عينة عشوائية، أو غير محددة، من المستخدمين أو العملاء تثبت نجاحها للموقع أو المشروع أو لإنهاء المهام بشكل عام.

التعهد الجماعى



صفحة تعريفية للمنتج أو الخدمة.

صفحة الوصول



صفحة انترنت أو موقع لطلب المنتج او الخدمة.

تطبيق أو موقع  
بواجهة أمامية فقط



## ما هي؟



أداة تساعدك على اختبار اقتراح القيمة ونموذج العمل الخاص بك من خلال بحث الافتراضات المقترحة للفكرة ومدى فعاليتها وجدواها ومن ثم تطوير نموذج العمل المتبع.

## كيف؟



### خطوات إعداد أداة التعلم:

1. اكتب الافتراض الذي قمت باختباره بناء على بطاقة الاختبار
2. اذكر ما لاحظته عند إجراء الاختبار، هل المشكلة التي افترضت وجودها موجودة فعلاً؟ هل الاحتياج الذي افترضت وجوده موجود فعلاً؟
3. حدد ما تعلمته من إجراء الاختبار.
4. بناء على ما تعلمته حدد ما ستقوم به في الخطوة القادمة.

### خطوات إعداد أداة الاختبار:

1. اكتب الافتراض الذي تريد اختباره، قد يكون مشكلة تفترض وجودها أو احتياج تفترض وجود حاجة له.
2. أذكر التجربة التي ستصممها لاختبار الافتراض، مثلاً: عمل استبيان .
3. حدد البيانات التي سوف تجمعها لقياس الافتراض (مثال: عدد الذين أكدوا وجود مشكلة).
4. حدد المعايير التي ستثبت أو تبطل افتراضك (مثال: 70% ممن شملهم الاستبيان أكدوا وجود مشكلة).

للمزيد من الإعداد لهذه المرحلة ننصحك بالدورة الالكترونية "من الفكرة إلى الريادة" عبر الرابط

## نموذج لأداة بطاقة الاختبار والتعلم

### نموذج تطبيقي لأداة التعلم

الاسم ..	تاريخ التعلم
الشخص المسؤول	
1- الافتراضات	ما هو الافتراض الذي قمت باختباره؟
كنا نعتقد أن ..	اللاعبين لديهم مشكلة في تحديد السرعات الحرارية في الوجدات
2- الملاحظة	ما الذي لاحظته؟
لاحظنا أن ..	80% من اللاعبين لديهم مشكلة في تحديد السرعات الحرارية في الوجدات
3- التعلم	ما الذي تعلمته؟
تعلمنا من ذلك ..	وجود مشكلة حقيقية في تحديد السرعات الحرارية في الوجدات
4- الإنجازات	ما الذي ستقوم به بناءً على ما تعلمته؟
لذلك سوف نقوم ب ..	بعمل نموذج أولي MVP للتطبيق

### نموذج تطبيقي لأداة بطاقة الاختبار

اسم الاختبار	الموعد النهائي
مُكلف إلى ..	الموعد النهائي
1- الافتراضات	ما هو الافتراض الذي تريد اختباره؟
نعتقد أن ..	اللاعبين لديهم مشكلة في تحديد السرعات الحرارية في الوجدات
مقدار أهمية الافتراض	
2- الاختبار	ما هي التجربة التي ستصممها؟
للتحقق من ذلك سوف ..	نقوم بعمل استبيان مع 30 لاعب
مقدار التكلفة	مؤنوقية البيانات
3- القياس	ما هي البيانات التي سوف تقيسها؟
ونقيس ..	عدد من اللاعبين لديهم مشكلة في تحديد السرعات الحرارية في الوجدات
مقدار الوقت المطلوب	
4- الإنجازات	ما هي التجربة التي ستصممها؟
ونكون على حق إذا ..	كان 70% من اللاعبين لديهم مشكلة في تحديد السرعات الحرارية في الوجدات

### نموذج تطبيقي لأداة بطاقة التعلم

الاسم ..	تاريخ التعلم
الشخص المسؤول	
1- الافتراضات كنا نعتقد أن ..	
2- الملاحظة لاحظنا أن ..	
3- التعلم تعلمنا من ذلك ..	
4- الإثبات لذلك سوف نقوم ب ..	

### نموذج تطبيقي لأداة بطاقة الاختبار

اسم الاختبار	الموعد النهائي
مُكَلَّف إلى ..	الموعد النهائي
1- الافتراضات نعتقد أن ..	
2- الاختبار للتحقق من ذلك سوف ..	
3- القياس ونقيس ..	
4- الإثبات ونكون على حق إذا ..	



## ما هي؟



الغرض منها هو تلخيص النقاط الرئيسية التي تشمل نظرة عامة على المنتجات والخدمات، ملخص الأهداف، نظرة عامة على السوق، ميزتك التنافسية، إمكانيات النمو، متطلبات التمويل.

## كيف؟



### أهم ١٠ أسئلة يجب على خطة العمل الإجابة عليها:

- هل العمل مجرد فكرة ، أم أنها فرصة ذات إمكانيات حقيقية؟
- هل المنتج أو الخدمة قابلة للحياة؟ هل تضيف قيمة كبيرة للعميل؟ هل تم الانتهاء من تحليل الجدوى؟ إذا كان الأمر كذلك ، فما هي النتائج؟
- هل تدخل الأعمال في صناعة مثيرة ومتنامية ، وهل حددت الشركة موقعًا جذابًا داخل الصناعة؟
- هل لدى الشركة سوق مستهدف محدد جيدًا؟
- هل لدى الشركة نقاط تمايز تفصل نفسها حقًا عن منافسيها؟ هل نقاط التمايز هذه مستدامة؟
- هل لدى الشركة خطة تسويقية سليمة؟
- هل فريق الإدارة من ذوي الخبرة والمهارة ، و مؤهل لهذه المهمة؟
- هل خطة العمليات التجارية مناسبة وسليمة؟
- هل الافتراضات للتوقعات المالية واقعية؟
- هل التوقعات المالية مكتملة بشكل صحيح ، وهل تتوقع مستقبلًا مشرقًا للشركة؟

## نموذج لأداة خطة العمل

<p><b>الجدول العام</b> المعالم الأساسية اللازمة لبدء النشاط التجاري</p>	<p><b>تحليل السوق</b> شريحة السوق المستهدفة التحليل التنافسي تقديرات حصة السوق</p>	<p><b>ملخص تنفيذي</b> لمحة عامة عن خطة العمل نظرة عامة على المنتجات والخدمات ملخص الأهداف نظرة عامة السوق ميزتك التنافسية إمكانيات النمو متطلبات التمويل</p>
<p><b>التوقعات المالية</b> مصادر واستخدامات الأموال ورقة الافتراضات: الافتراضات الأساسية التي تستند إليها بياناتك المالية</p>	<p><b>خطة العمليات</b> المراقب المعدات الحملات التسويقية اختيار الموظفين</p>	<p><b>تحليل الصناعة</b> الحجم معدل النمو الاتجاهات توقعات المبيعات</p>
	<p><b>اقتصاديات الأعمال</b> تدفقات الإيرادات التكاليف نقطة التعادل</p>	<p><b>وصف الشركة</b> التاريخ المهمة الرؤية المنتجات والخدمات الوضع القانوني</p>
	<p><b>فريق الإدارة</b> المهارات مجلس الإدارة الهيكل</p>	

خطة العمل



الجدول العام



تحليل السوق



ملخص تنفيذي



التوقعات المالية



خطة العمليات



تحليل الصناعة



اقتصاديات الأعمال



وصف الشركة



فريق الإدارة



للمزيد من الإعداد لهذه المرحلة ننصحك بالدورات الالكترونية "خطوات تأسيس العمل التجاري" [عبر الرابط](#) و دورة "خطوات في السوق" [عبر الرابط](#)

## فريق العمل

## مخطط الفريق

## ما هي؟



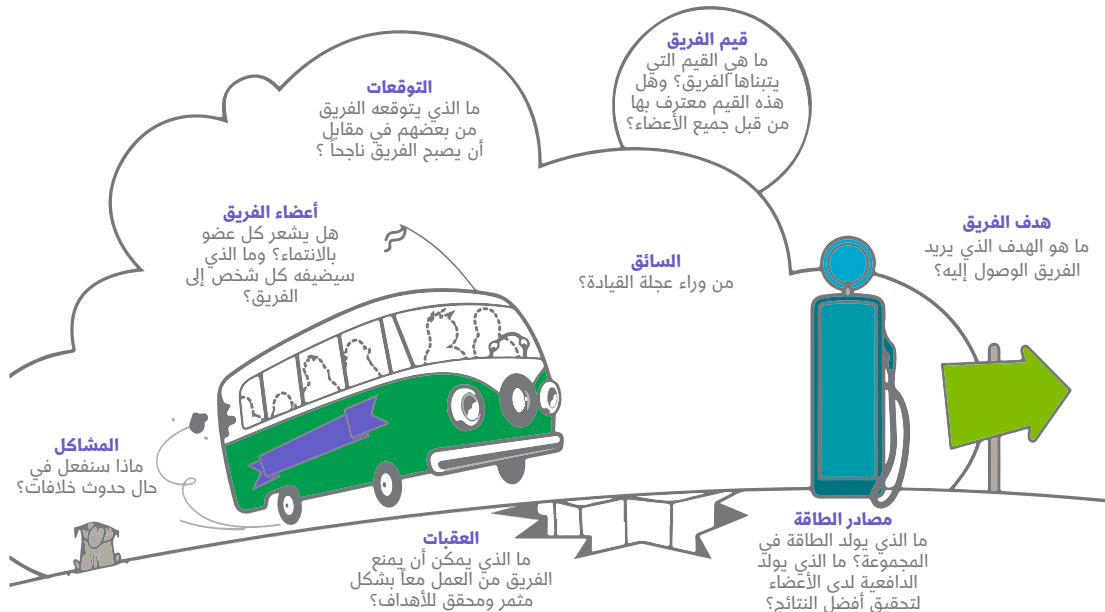
أداة تساعد رائد الأعمال على تكوين الفريق والعمل معهم على تحديد الأهداف والتوقعات والقيم والتعامل مع التحديات التي قد يواجهونها.

## كيف؟



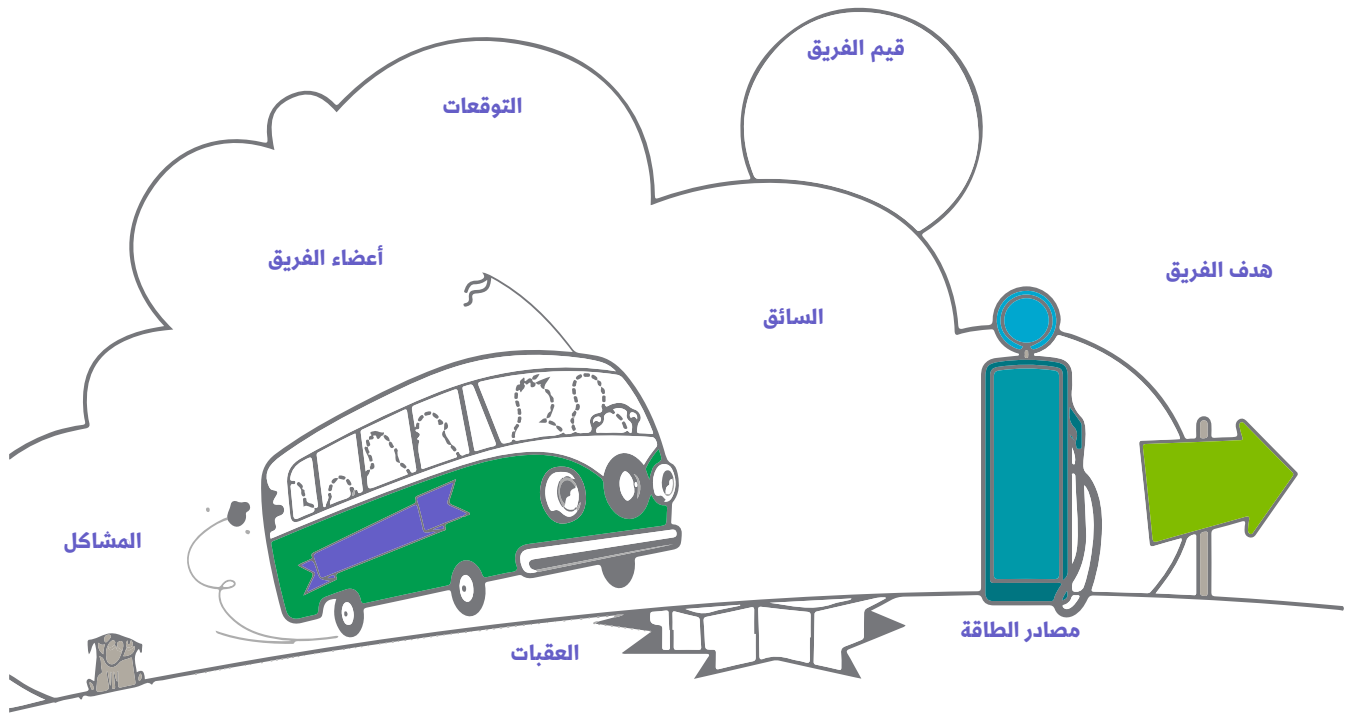
- اتخاذ الترتيبات اللازمة لبيئة مريحة ومحفزة.
- طباعة " مخطط الفريق " على ورق بحجم كبير.
- توفير الكثير من الألوان والأوراق اللاصقة.
- حث كل عضو على تقديم نفسه.
- تحفيز الفريق على استخدام الملاحظات اللاصقة (بعد أقصى 3 لكل موضوع)
- لمشاركة التوقعات والقيم ومصادر الطاقة وكيفية التعامل مع الخلافات .
- شرح الأجزاء المختلفة ثم البدء بالعمل.
- توقيع جميع أعضاء الفريق على المخطط لأن هذا سيكون مرجعاً في المستقبل.

## نموذج لأداة مخطط الفريق



فريق العمل

مخطط الفريق



## ما هي؟

أداة تساعدك على تحديد ما إذا كان عملك يساهم في تحقيق التأثير الذي تتخيله، وإذا كانت هناك طريقة أخرى تحتاج إلى أخذها في الاعتبار أيضًا. ويمكن أن تساعد أيضًا في موازنة أعضاء الفريق مع الهدف النهائي الأكبر ومساعدتهم على فهم دورهم في تحقيق ذلك.

## كيف؟



- ابدأ بتدوين المشكلة الرئيسية التي تريد حلها ، وكذلك رؤيتك طويلة المدى حول التغيير الذي تريد إنجازه.
- أكمل المربعات الأخرى ، ضع نفسك مكان الفئة المستهدفة واكتشف نقاط الدخول للوصول إليهم
- حاول أن تكون محددًا قدر الإمكان لأنها هذا سوف يساعدك على اتخاذ إجراءات أكثر فعالية.
- اعمل خارجًا عن مشكلتك المحددة ، ونحو تأثيرك على المدى الطويل.
- اكتب الأشخاص الأكثر تأثرًا بالمشكلة التي حددتها والذين تأمل في مساعدتكم في عملك.
- فكر في المكان الذي تبدأ فيه عملك ، قد تحتاج إلى العثور على مكان أو شخص أو شيء سيكون أول ميناء للاتصال.
- حاول التفكير في بعض الخطوات العملية التي يمكنك اتخاذها.
- لإجراء تغييرات - مثل إنشاء شراكات أو إجراء تعديلات على العمليات الحالية. حاول أن تجعلها ذات معنى عملي بقدر الإمكان.
- وأخيرًا ، ماذا ستكون النتائج الفورية؟ قد تكون هذه نتائج ملموسة يمكنك إظهارها لأشخاص آخرين لتوضيح كيف يحدث عملك فرقًا.
- أذكر النتائج الرئيسية التي سيؤدي إليها نشاطك: هذه هي الشروط المسبقة التي تحتاجها لتحقيق رؤيتك.
- عند ملء كل مربع من المربعات في ورقة العمل ، من المهم أيضًا التفكير في الافتراضات الأساسية التي تقوم عليها هذه الخطوات في عملك. قد يساعدك ذلك على اكتشاف المخاطر أو الاتصالات المحتملة بين المشروعات المختلفة.

## نموذج تطبيقي لأداة نظرية التغيير

مثال: نموذج تطبيقي "نحن نحب القراءة"

ما هي المشكلة التي تحاول حلها؟	ما هي الفئة المستهدفة؟	ما هي نقطة دخولك للفئة المستهدفة؟	ما هي الخطوات التي تحتاجها للتغيير؟	ما هو التأثير القابل للقياس لعملك؟	ما الفوائد الأوسع لعملك؟	ما هو التغيير طويل الأجل الذي ترى أنه هدفك؟
الافتقار إلى ثقافة القراءة لدى الأطفال والشباب في الدول العربية.	الأطفال والشباب	خلق شهية وحب القراءة.	إنشاء نموذج بسيط وفعال من حيث التكلفة	زيادة عدد سفراء نحن نحب القراءة	نشر ثقافة العمل المجتمعي	نشر ثقافة القراءة في الدول العربية.
			التواصل مع المنظمات المحلية التي تعمل بالفعل في أحياء معينة لنشر دعوة للمتطوعين للانضمام إلى برنامج التدريب الذي يستغرق يومين في مبادرة "نحن نحب القراءة".	تأثير قابل للقياس؟ زيادة عدد المشتركين في نحن نحب القراءة	فوائد أوسع؟ نشر ثقافة القراءة	
				تأثير قابل للقياس؟ أثر البرنامج على الصحة النفسية الاجتماعية للأطفال	فوائد أوسع؟ تحسين الصحة النفسية الاجتماعية للأطفال	
افتراضات الرئيسية	افتراضات الرئيسية	افتراضات الرئيسية	افتراضات الرئيسية	افتراضات الرئيسية	افتراضات الرئيسية	أصحاب المصلحة
وفقًا لتقرير التنمية البشرية العربية (2011) ، تضم المنطقة العربية 0.8٪ من سكان العالم 0.8٪ من اللاجئين في العالم ، و 47٪ من التارحين داخليًا على مستوى العالم.	ترتبط القراءة ارتباطًا وثيقًا بالمدرسة ، حيث تتميز التجربة باختيارات مرهقة وذات حصة عالية بالإضافة إلى الحفاظ عن ظهر قلب.	نحن ندرك أن التغيير الدائم والحقيقي يستغرق وقتًا ، وأن التغيير عملية تراكمية ، ما يهتما هو جهتنا المبدول ، سواء كانت النتائج مرئية على الفور أم لا .	كانت جميع الجهود المبدولة لترويج القراءة في العالم العربي غير مستدامة بسبب تكتلتها الموزعة ونقص الدعم الكافي. المبادرات الحالية لا تتعالج الأسباب السلوكية لقلّة القراءة	وجود رغبة لدى المتطوعين للانضمام إلى برنامج التدريب	تحسين الصحة النفسية الاجتماعية للأطفال	الأطفال والشباب في الدول العربية

قياس الأثر

نظرية التغيير

ما هو التغيير طويل الأجل الذي ترى أنه هدفك؟	ما الفوائد الأوسع لعملك؟	ما هو التأثير القابل للقياس لعملك؟	ما هي الخطوات اللازمة لإحداث تغيير؟	ما هي نقطة دخولك للجمهور الرئيسي؟	من هو جمهورك الرئيسي؟	ما هي المشكلة التي تحاول حلها؟
	فوائد أوسع؟	تأثير قابل للقياس؟				
	فوائد أوسع؟	تأثير قابل للقياس؟				
أصحاب المصلحة	الافتراضات الرئيسية	الافتراضات الرئيسية	الافتراضات الرئيسية	الافتراضات الرئيسية	الافتراضات الرئيسية	الافتراضات الرئيسية

## الخطة المالية

## قائمة التدفق النقدي

## ما هي؟



قائمة توضح حجم التدفقات النقدية الداخلة للشركة و الخارجة منها ، مقدمة بذلك تصوراً واضح المعالم لسلامة النشاط المالي للشركة. هذا إضافة لما تورده القائمة من موازنة بين الموجودات النقدية وشبه النقدية منذ بداية السنة وحتى نهايتها.

## كيف؟



● يساعد بيان التدفق النقدي في تقييم: قدرة الشركة على توليد التدفقات النقدية والسيولة (قدرة الشركة على تغطية الالتزامات المالية) ، الملاءة المالية (قدرة الشركة على الحفاظ على نشاطها على المدى الطويل).

## ● مصادر التدفقات النقدية

- أنشطة التمويل: لبدء التشغيل ، قد يأتي المال للبدء من مالكيها. يصنف هذا على أنه نشاط تمويلي.
- أي مدفوعات تخرج هي تدفقات نقدية سلبية ، وأي مدفوعات مستلمة هي تدفقات نقدية إيجابية.
- أنشطة الاستثمار: لبدء التشغيل ، يستخدم أصحاب الأموال لشراء المعدات. يصنف هذا على أنه نشاط استثماري. عندما تشتري الأصول أو تحصل على قروض جديدة ، فإنك تقوم بتوثيق التدفق النقدي السلبي. إذا قمت ببيعها أو تحصيلها من دين ، فأنت تسجل تدفقا نقدياً إيجابياً - فقد جلبت أموالك.
- أنشطة التشغيل: عندما تبدأ الشركة نشاطها التجاري ، وتبدأ في بيع المنتجات وتسديد مدفوعات الإيجار ، والتأمين ، والضرائب ، إلخ. تصنف التدفقات النقدية الداخلة والخارجة لتشغيل المشروع على أنها أنشطة تشغيلية.

## نموذج قائمة التدفق النقدي

اسم المؤسسة:  
نوع المؤسسة:  
العنوان:

قائمة التدفقات النقدية كما في (م٠٠٠٠)

بيان	
التدفقات النقدية من العمليات التشغيلية	
صافي الربح	
التغيرات في البنود الغير نقدية	
مخصص الزكاة	
إهلاك الموجودات الثابتة	
إطفاء مصاريف التأسيس	
صافي ربح العام المعدل	
التغيرات في الموجودات والمطلوبات التشغيلية	
الزيادة (النقص) في الذمم المدينة (عملاء)	
الزيادة (النقص) في الأرصدة المدينة الأخرى	
الزيادة (النقص) في المخزون	
(الزيادة) (النقص) في موردين	
(الزيادة) (النقص) في ذمم دائنة أخرى	
صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية	
التدفقات النقدية من الأنشطة الاستثمارية	
الزيادة (النقص) في الموجودات الثابتة	
صافي التدفقات النقدية من الأنشطة الاستثمارية	
التدفقات النقدية من الأنشطة التمويلية	
(الزيادة) (النقص) رأس المال	
(الزيادة) (النقص) جاري المالك	
(الزيادة) (النقص) قرض قصير الأجل	
صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التمويلية	
صافي الزيادة (النقص) في النقدية	
رصيد النقد أول الفترة	
رصيد النقد آخر الفترة	



## الخطة المالية

## قائمة التدفق النقدي

اسم المؤسسة:  
نوع المؤسسة:  
العنوان:

قائمة المركز المالي كما في ( م )

بيان	
<b>التدفقات النقدية من العمليات التشغيلية</b>	
صافي الربح	
<b>التغيرات في البنود الغير نقدية</b>	
مخصص الزكاة	
إهلاك الموجودات الثابتة	
إطفاء مصاريف التأسيس	
<b>صافي ربح العام المعدل</b>	
<b>التغيرات في الموجودات والمطلوبات التشغيلية</b>	
الزيادة (النقص) في الذمم المدينة (عملاء)	
الزيادة (النقص) في الأرصدة المدينة الأخرى	
الزيادة (النقص) في المخزون	
(الزيادة) النقص في موردين	
(الزيادة) النقص في ذمم دائنة أخرى	
<b>صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية</b>	
<b>التدفقات النقدية من الأنشطة الاستثمارية</b>	
الزيادة (النقص) في الموجودات الثابتة	
<b>صافي التدفقات النقدية من الأنشطة الاستثمارية</b>	
<b>التدفقات النقدية من الأنشطة التمويلية</b>	
(الزيادة) النقص رأس المال	
(الزيادة) النقص جاري المالك	
(الزيادة) النقص قرض قصير الأجل	
<b>صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التمويلية</b>	
<b>صافي الزيادة (النقص) في النقدية</b>	
رصيد النقد أول الفترة	
رصيد النقد آخر الفترة	

## الخطة المالية

## قائمة المركز المالي

## ما هي؟



هي عبارة عن بيان يساهم في توضيح المركز المالي للشركة أثناء تاريخ معين، وغالباً يكون في نهاية الفترة الزمنية المحاسبية، وتساعد قائمة المركز المالي على توضيح طبيعة الأصول التي تمتلكها الشركة، والالتزامات المترتبة عليها، والمبلغ المالي المتبقي بعد دفع قيمة الالتزامات.

## نموذج قائمة المركز المالي

اسم المؤسسة:  
نوع المؤسسة:  
العنوان:

قائمة المركز المالي كما في (..... م)

الأصول	
الأصول المتداولة	
	التقديمية
	ذمم مدينة عملاء
	ذمم مدينة أخرى
	المخزون
إجمالي الأصول المتداولة	
أصول ثابتة	
	الأراضي والمباني
	المعدات
	أجهزة الكمبيوتر
إجمالي الأصول الثابتة	
إجمالي الأصول	
الخصوم وحقوق الملكية	
خصوم متداولة	
	موردين
	ذمم دائنة أخرى
	قروض قصيرة الأجل
إجمالي الخصوم المتداولة	
خصوم غير متداولة	
	دين طويل الأجل
	مخصص نهاية الخدمة
إجمالي الخصوم الغير متداولة	
إجمالي الخصوم	
حقوق الملكية	
	رأس المال المستثمر
	جاري المالك
	الأرباح المبقاة
إجمالي حقوق الملكية	
إجمالي الخصوم وحقوق الملكية	

## الخطة المالية

## قائمة المركز المالي

اسم المؤسسة:

نوع المؤسسة:

العنوان:

قائمة المركز المالي كما في ( م )

الأصول	
<b>الأصول المتداولة</b>	
النقدية	
ذمم مدينة (عملاء)	
ذمم مدينة أخرى	
المخزون	
<b>إجمالي الأصول المتداولة</b>	
<b>أصول ثابتة</b>	
الأراضي والمباني	
المعدات	
أجهزة الكمبيوتر	
<b>إجمالي الأصول الثابتة</b>	
<b>إجمالي الأصول</b>	
<b>الخصوم وحقوق الملكية</b>	
<b>خصوم متداولة</b>	
موردين	
ذمم دائنة أخرى	
قروض قصيرة الأجل	
<b>إجمالي الخصوم المتداولة</b>	
<b>خصوم غير متداولة</b>	
دين طويل الأجل	
مخصص نهاية الخدمة	
<b>إجمالي الخصوم الغير متداولة</b>	
<b>إجمالي الخصوم</b>	
<b>حقوق الملكية</b>	
راس المال المستثمر	
جاري المالك	
الأرباح المبقاة	
<b>إجمالي حقوق الملكية</b>	
<b>إجمالي الخصوم وحقوق الملكية</b>	

## الخطة المالية

## قائمة الدخل

## ما هي؟



قائمة تظهر نتائج أعمال المنشأة خلال الفترة المالية المنتهية، وهي تعطي قراءة لحجم الإيراد وتكلفة الإيراد (تكلفة البضاعة) ثم المصاريف ونوعها.

## نموذج قائمة الدخل

اسم المؤسسة:  
نوع المؤسسة:  
العنوان:

قائمة الدخل عن الفترة المالية من (.....م) حتى (.....م)

بيان	
إجمالي الإيرادات	
(-) تكلفة الإيرادات	
مجمّل الربح	
(-) المصروفات التشغيلية	
(-) مصروفات إدارية وعمومية	
(-) مصروفات بيع وتسويق	
إهلاك الموجودات الثابتة	
إطفاء مصاريف التأسيس	
مجموع المصروفات التشغيلية	
صافي الدخل	
( ) الإيرادات والمكاسب الأخرى	
صافي أرباح الفترة المالية قبل الزكاة	
(.) الزكاة	
صافي أرباح الفترة المالية بعد الزكاة	

## الخطة المالية

## قائمة الدخل

اسم المؤسسة:  
 نوع المؤسسة:  
 العنوان:

قائمة المركز المالي كما في ( ) حتى ( م ) ( م )

بيان	
إجمالي الإيرادات	
(-) تكلفة الإيرادات	
مجمّل الربح	
(-) المصروفات التشغيلية	
(-) مصروفات إدارية وعمومية	
(-) مصروفات بيع وتسويق	
إهلاك الموجودات الثابتة	
إطفاء مصاريف التأسيس	
مجموع المصروفات التشغيلية	
صافي الدخل	
الإيرادات والمكاسب الأخرى	
صافي أرباح الفترة المالية قبل الزكاة	
(.) الزكاة	
صافي أرباح الفترة المالية بعد الزكاة	

## الخطة المالية

## معدلات تقييم الأداء

## كيف؟



يمكن تقييمه بمقارنته بأنشطة مماثلة لتقدير مدى فاعلية الأداء.

معدل الربح السنوي المتوقع =  $\frac{\text{صافي الربح السنوي المتوقع}}{\text{إجمالي المبيعات}}$

معدل الربح السنوي المتوقع

هو مقياس يعبر عن العلاقة بين القيمة المصروفة على الاستثمار في الأعمال والقيمة التي تم الحصول عليها كعائد.

معدل العائد على الاستثمار المتوقع =  $\frac{\text{صافي الربح المتوقع}}{\text{رأس المال المستثمر}}$

معدل العائد على الاستثمار المتوقع

هي الفترة اللازمة لاسترداد رأس المال المدفوع.

فترة الاسترداد المتوقعة =  $\frac{\text{التكلفة الاستثمارية}}{\text{صافي التدفق النقدي الداخل سنوياً}}$

فترة الاسترداد المتوقعة

نقطة التعادل المتوقعة =  $\frac{\text{التكاليف الثابتة المتوقعة}}{1 - \% \text{ التكاليف المتغيرة}}$

نقطة التعادل المتوقعة

هي النقطة التي تتعادل فيها التكاليف مع الإيرادات. أي أن المنشأة عند هذه النقطة لا تحقق ربح أو خسارة، أي مستوى إنتاج يقل عن نقطة التعادل تحقق المنشأة معه خسارة. وبالمقابل أي مستوى إنتاج يزيد عن نقطة التعادل تحقق معه المنشأة ربح يزداد بزيادة البعد عنها.

## الخطة المالية

## معدلات تقييم الأداء

معدل الربح السنوي المتوقع =  $\frac{\text{صافي الربح السنوي المتوقع}}{\text{إجمالي المبيعات}}$

معدل  
الربح  
السنوي  
المتوقع

معدل العائد على الاستثمار المتوقع =  $\frac{\text{صافي الربح المتوقع}}{\text{رأس المال المستثمر}}$

معدل  
العائد على  
الاستثمار  
المتوقع

فترة الاسترداد المتوقعة =  $\frac{\text{التكلفة الاستثمارية}}{\text{صافي التدفق النقدي الداخل سنوياً}}$

فترة  
الاسترداد  
المتوقعة

نقطة التعادل المتوقعة =  $\frac{\text{التكاليف الثابتة المتوقعة}}{1 - \% \text{ التكاليف المتغيرة}}$

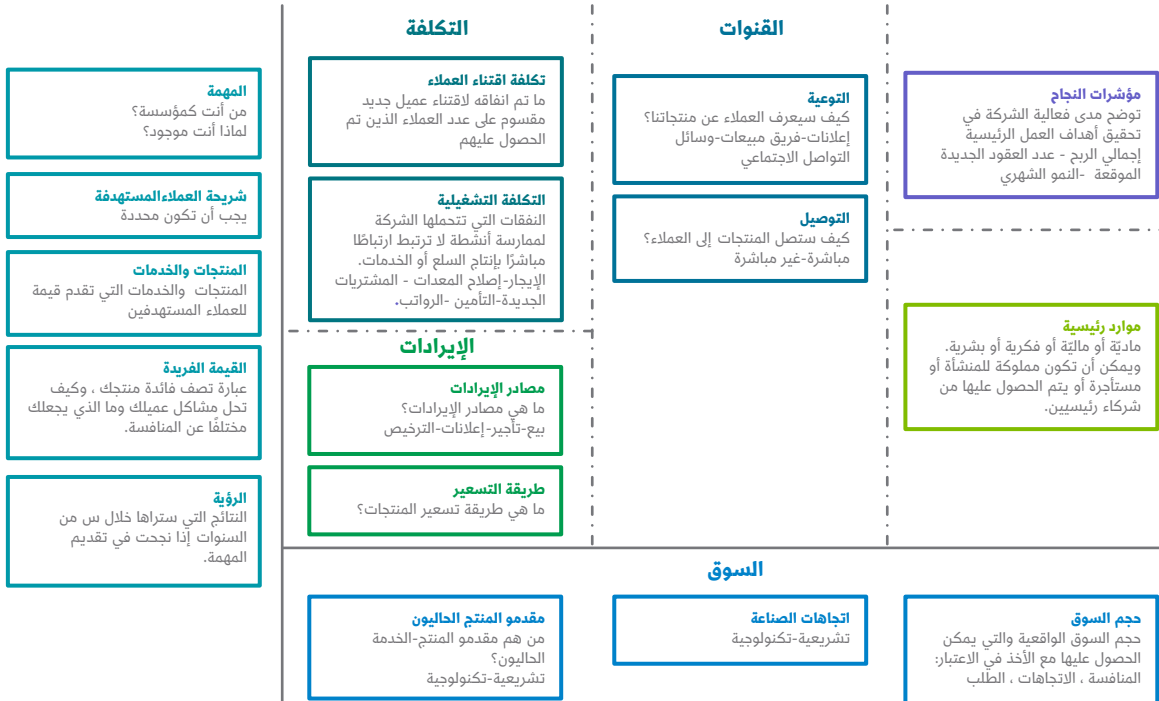
نقطة  
التعادل  
المتوقعة

## ما هي؟



هي خطة تركز على استراتيجية التسويق، والأسواق المستهدفة، ومزيج التسويق، والمراسلة، والبرامج، وما إلى ذلك.

## نموذج للخطة التسويقية





الخطة التسويقية

	التكلفة	القنوات	مؤشرات النجاح
المهمة	تكلفة اقتناء العملاء أحمد	التوعية	
شريحة العملاء المستهدفة	التكلفة التشغيلية		
المنتجات والخدمات	الإيرادات	التوصيل	موارد رئيسية
القيمة الفريدة	مصادر الإيرادات		
	طريقة التسعير		
		السوق	
الرؤية	مقدمو المنتج الحاليون	اتجاهات الصناعة	حجم السوق

## ما هي؟



يساعدك على التعبير عن القيمة الخاصة بك بطريقة موجزة توضح وجاذبة للمستثمرين كيف يساعد ذلك على تخفيف متاعب العميل.

## كيف؟



## نموذج أداة مصمم القيمة المقترحة

أهم عميلين

شريحة العملاء

لمن تخلق قيمة؟ من هم عملاؤك الأكثر أهمية؟ من هم أوائل المستخدمين؟

متاعب العملاء

يساعدك العصف الذهني على تحديد مشاكل ومتاعب عملائك، ما الذي يقلق العميل؟ ما هو العامل الأهم بالنسبة له الوقت أم المال؟ ما الذي يجعله يشعر بالإحباط؟ ما هي المخاوف أو المخاطر التي يواجهها؟ ما هي أخطاء الاستخدام الشائعة التي قد يرتكبها؟ ما هي التحديات والصعوبات التي تُعترض طريقه؟

أهم أربع متاعب

القيمة المقترحة

العصف الذهني لقيمة المقترحات، ما القيمة التي تقدمها للعميل؟ أي من مشاكل عملائك تساعد على حلها؟ ما حزم من المنتجات والخدمات التي تقدمها لكل شريحة من العملاء؟ ما احتياجات العملاء التي تلبّيها؟

أهم قيمتين

القيمة المقترحة الفريدة من نوعها

اكتب رسالة واحدة واضحة توضح سبب اختلافك وتستحق الاهتمام به

اطو هنا

خصائص الحل

طرح الأفكار حول ميزات المنتجات والخدمات التي تقدمها

شريحة العملاء

أهم عميلين

متاعب العملاء

أهم أربع متاعب

القيمة المقترحة

أهم قيمتين

القيمة المقترحة الفريدة من نوعها

اطلوا هنا

خصائص الحل

## ما هي؟



ستساعد هذه الأداة الفريق على تقييم العرض التجريبي والاستعداد للعرض النهائي أمام المستثمرين .

## كيف؟



- اتخاذ الترتيبات اللازمة لبيئة مريحة ومحفزة.
- تقديم نسخة من ورقة التقييم لكل عضو في الفريق.
- اطلب من أعضاء الفريق الذين سيقومون بالعرض النهائي القيام بعرض تجريبي.
- اطلب من أعضاء الفريق الآخرين تقييم العرض التجريبي باستخدام ورقة تقييم لإعطاء ملاحظات واضحة.
- اتفق على ما يجب تحسينه والاستعداد للعرض التجريبي القادم.

## نموذج تطبيقي لأداة تقييم العرض

### المشكلة المطلوب حلها

- هل هناك شريحة عملاء محددة بوضوح؟  
هل أنا واثق من أن الفريق يفهم المشكلة حقًا؟  
هل أعرف كيف يتم حل المشكلة؟  
هل حجم المشكلة كبير بما يكفي لكسر جزء صغير من السوق؟
- نعم ... نعم ... لا  
نعم ... لا ... لا  
نعم ... لا ... لا  
نعم ... نعم ... لا

### الحل

- هل الحل المقترح واضح؟  
هل الحل المقترح يحل المشكلة؟  
هل الحل مميز بما فيه الكفاية عن الحلول الحالية؟  
هل يتناسب الحل المقترح مع الاستراتيجية؟
- نعم ... لا ... لا  
نعم ... لا ... لا  
نعم ... لا ... لا  
نعم ... لا ... لا

### قيمة الحل

- هل نموذج العمل واضح ومستدام؟  
هل يقدم نموذج العمل قيمة لجميع أصحاب المصلحة؟  
هل لدي فهم قوي لمقدار القيمة التي سيحصل عليها هذا الحل؟  
هل الافتراضات الأساسية حول نموذج العمل واضحة؟
- نعم ... نعم ... لا  
نعم ... لا ... لا  
نعم ... نعم ... لا  
نعم ... نعم ... لا

### المصدقية

- هل أشعر أن العرض يعتمد على أدلة قوية؟  
هل أفهم الافتراضات المتبقية؟  
هل قام الفريق بإشراك العملاء للتحقق من صحة الافتراضات؟  
هل لدي نظرة عامة جيدة على إمكانية فشلها؟
- نعم ... لا ... لا  
نعم ... نعم ... لا  
نعم ... لا ... لا  
نعم ... نعم ... لا

### الخطوات التالية

- هل هناك خطوات واضحة مقترحة؟  
هل أعرف مقدار الموارد اللازمة (الأشخاص والميزانية)؟  
هل لدي معايير واضحة ليوابة المرحلة التالية؟  
هل أعرف كيف يريد الفريق توسيع نطاق حلهم / عرضهم؟
- نعم ... لا ... لا  
نعم ... لا ... لا  
نعم ... لا ... لا  
نعم ... لا ... لا

نعم ... لا ... لا

يجب أن يستمر الفريق

للمزيد من الإعداد لهذه المرحلة ننصحك بالدورات الالكترونية "إدارة الأداء المالي بفاعلية – مرحلة النمو" [عبر الرابط](#)  
ودورة "نمو المنشآت الصغيرة والمتوسطة" [عبر الرابط](#)  
دورة "كيف تجذب المستثمرين الى مشروعك الناشئ" [عبر الرابط](#)

### المشكلة المطلوب حلها

نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا

هل هناك شريحة عملاء محددة بوضوح؟  
هل أنا واثق من أن الفريق يفهم المشكلة حقاً؟  
هل أعرف كيف يتم حالياً حل المشكلة؟  
هل حجم المشكلة كبير بما يكفي لكسر جزء صغير من السوق؟

### الحل

نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا

هل الحل المقترح واضح؟  
هل الحل المقترح يحل المشكلة؟  
هل الحل مميز بما فيه الكفاية عن الحلول الحالية؟  
هل يتناسب الحل المقترح مع الاستراتيجية؟

### قيمة الحل

نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا

هل نموذج العمل واضح ومستدام؟  
هل يقدم نموذج العمل قيمة لجميع أصحاب المصلحة؟  
هل لدي فهم قوي لمقدار القيمة التي سيحصل عليها هذا الحل؟  
هل الافتراضات الأساسية حول نموذج العمل واضحة؟

### المصداقية

نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا

هل أشعر أن العرض يعتمد على أدلة قوية؟  
هل أفهم الافتراضات المتبقية؟  
هل قام الفريق بإشراك العملاء للتحقق من صحة الافتراضات؟  
هل لدي نظرة عامة جيدة على إمكانية فشلها؟

### الخطوات التالية

نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا  
نعم ..... لا

هل هناك خطوات واضحة مقترحة؟  
هل أعرف مقدار الموارد اللازمة (الأشخاص والميزانية)؟  
هل لدي معايير واضحة لبوابة المرحلة التالية؟  
هل أعرف كيف يريد الفريق توسيع نطاق حلهم / عرضهم؟

### يجب أن يستمر الفريق

نعم ..... لا