

نموذج تحليل السوق

قالب عملي يساعد على فهم السوق المستهدف قبل إعداد دراسة الجدوى، من خلال تحليل العملاء، الاحتياجات، حجم السوق، المنافسين، الأسعار، قنوات الوصول، عوامل التأثير، واختبار السوق الأولي.

1. بيانات عامة

البيان	الحقل
	اسم المشروع / الفكرة
	القطاع أو المجال
	السوق المستهدف
	النطاق الجغرافي
	تاريخ إعداد التحليل
	معد التحليل
	رقم الإصدار

2. وصف السوق المستهدف

البيان	العنصر
	ما هو السوق الذي يستهدفه المشروع؟
	ما طبيعة المنتجات أو الخدمات في هذا السوق؟
	هل السوق محلي أم إقليمي أم دولي؟
	هل السوق جديد أم قائم؟
ناشئ / نامٍ / مستقر / متراجع	ما مستوى نضج السوق؟

3. الفئات المستهدفة من العملاء

رقم	الفئة المستهدفة	وصف الفئة	الحاجة الرئيسية	درجة الجاذبية
1		أفراد / شركات / جهات حكومية / طلاب / أسر / غير ذلك		عالية / متوسطة / منخفضة
2				
3				

4. احتياجات العملاء ومشكلاتهم

رقم	الحاجة / المشكلة	من يعاني منها؟	شدة الحاجة	هل يدفع العميل مقابل الحل؟
1			عالية / متوسطة / منخفضة	نعم / لا / غير واضح
2				

3				
---	--	--	--	--

5. حجم السوق واتجاهه

العنصر	البيان
حجم السوق المقدر مبدئيًا	
اتجاه السوق	متنام / مستقر / متراجع / غير واضح
معدل النمو المتوقع إن وجد	
أهم العوامل التي تدعم نمو السوق	
أهم العوامل التي قد تحد من نمو السوق	

6. تحليل المنافسين

رقم	المنافس / البديل	ماذا يقدم؟	نقاط القوة	نقاط الضعف	فرصة التميز
1					
2					
3					

7. تحليل الأسعار

رقم	المنتج / الخدمة المشابهة	السعر التقريبي	طريقة التسعير	ملاحظات
1			بيع مباشر / اشتراك / باقة / عمولة	
2				
3				

8. قنوات الوصول إلى العملاء

القناة	مدى مناسبتها	التكلفة المتوقعة	ملاحظات
وسائل التواصل الاجتماعي	عالية / متوسطة / منخفضة		
الموقع الإلكتروني			
الإعلانات المدفوعة			
الشراكات			
البيع المباشر			
المعارض أو الفعاليات			

9. عوامل التأثير على السوق

العامل	التأثير المحتمل	هل يمثل فرصة أم تهديدًا؟	الإجراء المقترح
عوامل اقتصادية		فرصة / تهديد	
عوامل تقنية			
عوامل اجتماعية			
عوامل قانونية أو تنظيمية			
عوامل موسمية			

10. تقدير أولي للطلب

السؤال	الإجابة
هل توجد مؤشرات على وجود طلب حقيقي؟	نعم / لا / غير واضح
ما الدليل الأولي على وجود الطلب؟	
هل الطلب موسمي أم مستمر؟	
ما الفئة الأكثر احتمالاً للشراء؟	
ما العوامل التي قد تزيد الطلب؟	
ما العوامل التي قد تقلل الطلب؟	

11. اختبار السوق الأولي

العنصر	البيان
طريقة اختبار السوق المقترحة	استبيان / مقابلات / صفحة هبوط / تجربة بيع مبدئية
عدد العملاء المحتمل اختبارهم	
أهم الأسئلة التي يجب اختبارها	
معياري نجاح الاختبار	
القرار بعد الاختبار	استمرار / تعديل / إعادة دراسة / توقف مؤقت

12. خلاصة تحليل السوق

العنصر	التقييم
جاذبية السوق	عالية / متوسطة / منخفضة
وضوح الفئة المستهدفة	واضح / يحتاج تحسين
قوة المنافسة	عالية / متوسطة / منخفضة
فرصة التميز	قوية / متوسطة / ضعيفة
مستوى المخاطر السوقية	عال / متوسط / منخفض
التوصية الأولية	الاستمرار / التعديل / دراسة أعمق / التوقف مؤقتًا

13. الاعتماد

الاسم	الصفة	التوقيع	التاريخ
معد التحليل			
مراجع التحليل			
صاحب القرار			