



كلية الإدارة والاقتصاد
College of Business and Economics
QATAR UNIVERSITY جامعة قطر

المشروع الجماعي

متجر لصناعة العطور المستدامة والصديقة للبيئة من مكونات طبيعية

إعداد الطالبات

ربيع ٢٠٢٦

مقدمة عن ريادة الأعمال كصورة عامة وأهميتها والنوع المستخدم في البحث

تُعد ريادة الأعمال من أبرز المفاهيم الحديثة التي حظيت باهتمام واسع في الأدبيات الاقتصادية والإدارية، نظرًا لدورها الحيوي في تحفيز النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة. ويُعرّف هذا المفهوم بأنه العملية التي يتم من خلالها إنشاء مشاريع جديدة أو تطوير مشاريع قائمة عبر استغلال الفرص المتاحة في السوق وتحويلها إلى منتجات أو خدمات ذات قيمة اقتصادية واجتماعية، مع تحمل قدر من المخاطر المحسوبة وقد شهد هذا المجال تطورًا ملحوظًا خلال العقود الأخيرة، حيث أصبح محورًا أساسيًا في السياسات الاقتصادية للدول، خاصة في ظل التحولات نحو الاقتصاد المعرفي (الصيرفي وعبدالفتاح وعلام، ٢٠٢٠).

وتكمن أهمية ريادة الأعمال في كونها أداة فعالة لمعالجة العديد من التحديات الاقتصادية والاجتماعية، مثل البطالة وضعف الإنتاجية، حيث تشير الدراسات إلى أن المشاريع الريادية تساهم بشكل مباشر في خلق فرص العمل واستيعاب مخرجات التعليم، مما يعزز الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي. كما أنها تمثل وسيلة لتحفيز الابتكار والإبداع، من خلال تقديم حلول جديدة ومبتكرة تلبي احتياجات السوق المتغيرة (جبر، ٢٠٢٣).

ومن منظور اقتصادي، تُعد ريادة الأعمال أحد المحركات الأساسية للنمو الاقتصادي، حيث تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وتنويع مصادر الدخل، وتعزيز القدرة التنافسية للدول. فقد أظهرت تقارير المرصد العالمي لريادة الأعمال أن مئات الملايين من الأفراد حول العالم يشاركون في إنشاء مشاريع جديدة، مما يعكس الدور المحوري لهذا القطاع في الاقتصاد العالمي. كما تساهم هذه المشاريع في إدخال تقنيات حديثة وأساليب عمل مبتكرة، مما يؤدي إلى تحسين الكفاءة الإنتاجية (جبر، ٢٠٢٣).

ولا تقتصر أهمية ريادة الأعمال على الجانب الاقتصادي فقط، بل تمتد لتشمل الأبعاد الاجتماعية والبيئية أيضًا، حيث تساهم في تعزيز التنمية المستدامة من خلال تقديم حلول تراعي التوازن بين الربحية والحفاظ على البيئة. وقد أكدت إحدى الدراسات التطبيقية أن تبني منهج ريادة الأعمال داخل المؤسسات يرتبط بشكل إيجابي بتحقيق أبعاد التنمية المستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية (الهيبي، ٢٠١٩)، وهو ما يعزز أهمية المشاريع الصديقة للبيئة مثل مشروع العطور الطبيعي.

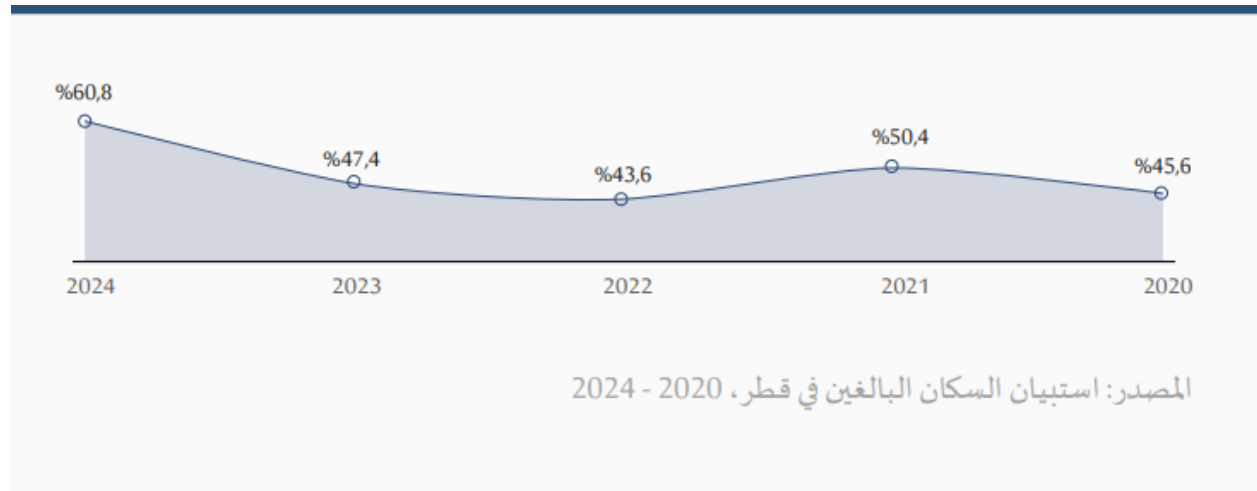
كما تلعب ريادة الأعمال دورًا مهمًا في تنمية القدرات الفردية، إذ تساعد على تطوير مهارات التفكير الإبداعي، وحل المشكلات، واتخاذ القرار، والقيادة. وتشير الدراسات إلى أن التعرض لبرامج تعليم ريادة الأعمال يساهم في تعزيز الاتجاهات الريادية لدى الأفراد، خاصة من خلال تنمية مهارات مثل المخاطرة المحسوبة والابتكار والعمل الجماعي. وهذا يبرز أهمية دمج التعليم الريادي في المناهج الأكاديمية. ومن ناحية أخرى، تلعب البيئة الداعمة دورًا حاسمًا في نجاح ريادة الأعمال، حيث تشمل هذه البيئة السياسات الحكومية، والتشريعات، وتوافر التمويل، والبنية التحتية، والتعليم. وقد أكدت العديد من الدراسات أن وجود بيئة ريادية محفزة يساهم بشكل كبير في زيادة معدلات إنشاء المشاريع ونجاحها، خاصة في الدول التي تسعى لتنويع اقتصاداتها مثل دولة قطر (الصيرفي وعبدالفتاح وعلام، ٢٠٢٠، الهيبي، ٢٠١٩).

الجدول 2: خصائص ريادة الأعمال في قطر حسب الجنسية، 2024			
النشاط الريادي	قطر	مواطنون قطريون	وافدون
معدل ريادة الأعمال الناشئة	4.7%	7.0%	4.1%
معدل ملكية الشركات الجديدة	3.2%	6.6%	2.4%
معدل ريادة الأعمال في المرحلة المبكرة	7.7%	13.2%	6.3%
معدل ملكية الشركات القائمة	3.3%	6.8%	2.4%
معدل توقف الشركات	8.4%	17.9%	6.1%
دوافع وتطلعات رواد أعمال المرحلة المبكرة			
إحداث فرق في العالم	49.4%	44.9%	51.0%
بناء ثروة كبيرة أو دخل مرتفع جداً	82.6%	85.7%	81.0%
مواصلة تقليد عائلي	27.5%	30.8%	26.1%
كسب العيش لأن الوظائف نادرة	58.5%	41.0%	67.1%

المصدر: استبيان السكان البالغين في قطر، 2024

الشكل (١): خصائص ريادة الأعمال في قطر لعام ٢٠٢٤

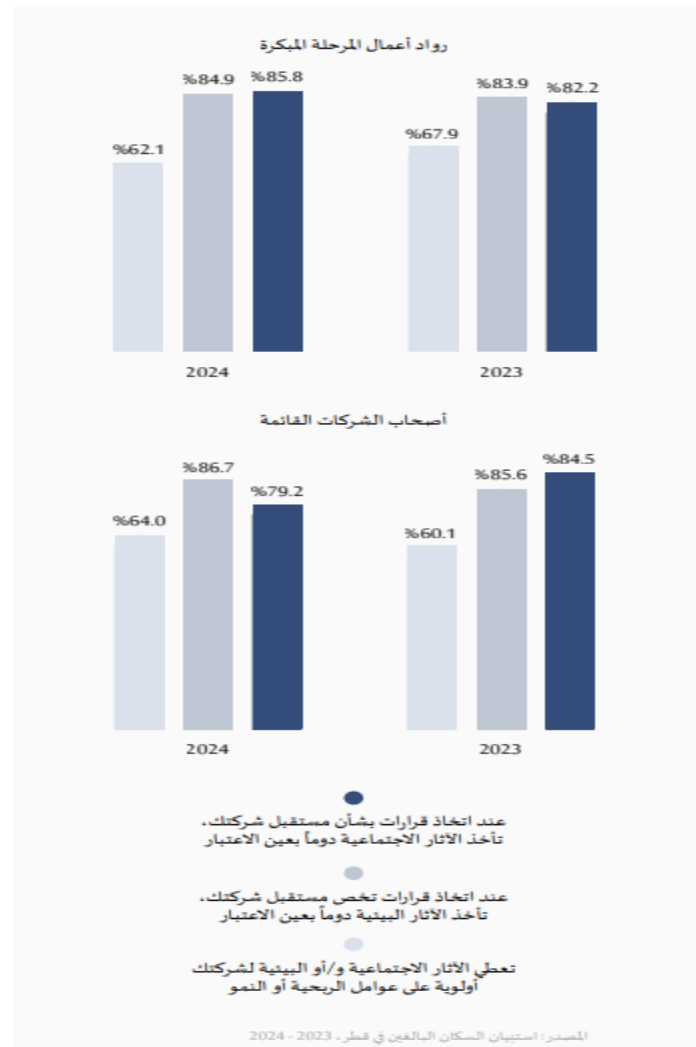
يتضح من الشكل السابق بأن البيئة القطرية تمثل بيئة داعمة للمشاريع الريادية، حيث أن المواطنين القطريين أكثر ميلاً لإنشاء المشاريع وإدارة شركات جديدة من الوافدين.



الشكل (٢): النوايا الريادية في السوق القطري لعام ٢٠٢٠-٢٠٢٤

يتضح من الشكل السابق ارتفاع الرغبة في إدارة المشاريع الريادية بين المواطنين القطريين.

أما فيما يتعلق بنوع ريادة الأعمال المستخدم في هذا البحث، فيمكن تصنيفه ضمن ريادة الأعمال المستدامة وهي نوع من الريادة يركز على تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، من خلال تقديم منتجات صديقة للبيئة تعتمد على موارد طبيعية مستدامة. ويُعد هذا النوع من أكثر الأنواع نمواً في الوقت الحالي، نظراً لزيادة الوعي البيئي لدى المستهلكين وارتفاع الطلب على المنتجات الطبيعية. وفي ضوء ما سبق، يتضح أن ريادة الأعمال تمثل حجر الأساس في بناء اقتصاد متنوع ومستدام، حيث تجمع بين الابتكار وتحقيق القيمة الاقتصادية والاجتماعية (جبر، ٢٠٢٣).



الشكل (٣): أهمية القيم الاجتماعية والبيئية لرواد الأعمال في المجتمع القطري

يتضح من الشكل السابق، تزايد اهتمام رواد الأعمال القطريين بالآثار الاجتماعية والبيئية عند التفكير في المشاريع الخاصة بهم أكثر من اهتمامهم بعامل الربحية والنمو وتوجههم لإدارة الأعمال المستدامة.

ومن هنا تأتي أهمية هذا البحث، الذي يسعى إلى دراسة مشروع متجر العطور المستدامة في دولة قطر كنموذج تطبيقي لريادة الأعمال البيئية، بما يساهم في دعم التوجهات الحديثة نحو الاقتصاد الأخضر وتحقيق التنمية المستدامة.

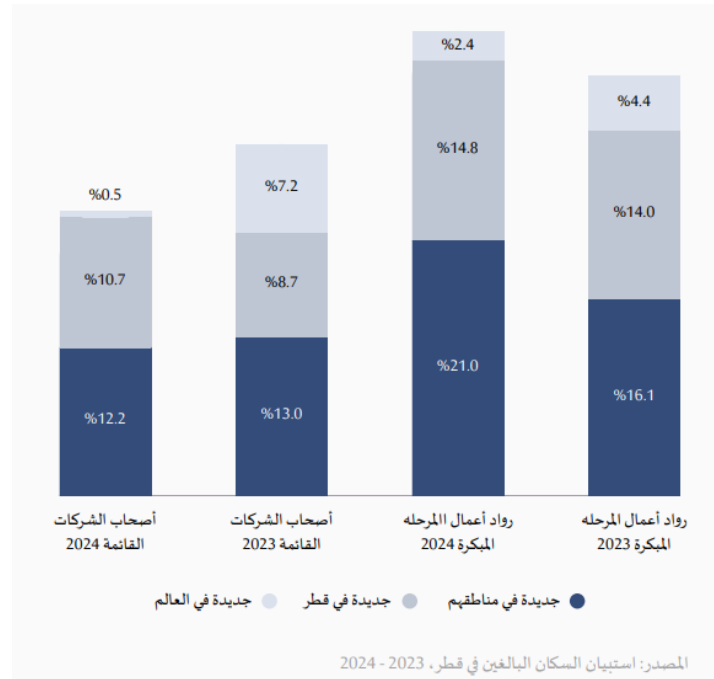
عرض فكرة المشروع من خلال عرض مبدئي عن مشكلة ومن ثم الحلول المناسبة الابتكارية

تواجه الأسواق العالمية والإقليمية في السنوات الأخيرة تحديًا متزايدًا يتمثل في التأثيرات البيئية والصحية للصناعات التقليدية، ومن بينها صناعة العطور، التي تعتمد بشكل كبير على المواد الكيميائية الصناعية والمركبات الاصطناعية. هذه المواد قد تتسبب في أضرار صحية للمستخدمين، مثل الحساسية الجلدية أو مشاكل الجهاز التنفسي، إضافة إلى تأثيراتها البيئية الناتجة عن عمليات التصنيع والتغليف غير المستدامة. ومع تزايد الوعي البيئي لدى المستهلكين، بدأت هذه المشكلة تبرز بشكل أكبر، خاصة في المجتمعات التي تسعى لتحقيق التوازن بين الرفاهية والحفاظ على البيئة (بدوي، ٢٠٢٥).

وتتفاقم هذه المشكلة في ظل محدودية توفر البدائل الطبيعية والمستدامة في الأسواق المحلية، حيث يواجه المستهلك صعوبة في العثور على منتجات عطرية تجمع بين الجودة العالية والمكونات الطبيعية الآمنة. كما أن كثيرًا من المنتجات التي تُسوّق على أنها “طبيعية” قد تحتوي في الواقع على نسب من المواد الصناعية، مما يضعف ثقة المستهلك ويخلق فجوة بين الطلب المتزايد والعرض المتاح. في هذا السياق، تظهر الحاجة إلى مشروع يقدم حلاً حقيقياً وموثوقاً يلبي هذه الفجوة (بدوي، ٢٠٢٥).

وانطلاقاً من هذه التحديات، تأتي فكرة إنشاء متجر متخصص في صناعة العطور المستدامة والصديقة للبيئة في دولة قطر، حيث يعتمد المشروع على استخدام مكونات طبيعية مستخلصة من النباتات والزيوت العطرية النقية، مع تجنب المواد الكيميائية الضارة. ويهدف المشروع إلى تقديم منتجات آمنة وصحية تلبي تطلعات المستهلك الواعي، مع الحفاظ على جودة عالية وثبات مميز للعطور، بما يضمن تجربة استخدام فريدة ومختلفة عن المنتجات التقليدية.

ومن أبرز الحلول الابتكارية التي يقدمها المشروع اعتماد مبدأ التخصيص (Customization)، حيث يُتاح للعميل تصميم عطره الخاص بناءً على تفضيلاته الشخصية، من خلال اختيار المكونات الطبيعية المناسبة له. هذا النهج لا يعزز فقط تجربة العميل، بل يساهم أيضاً في تقليل الهدر الناتج عن الإنتاج العشوائي، مما يدعم مفهوم الاستدامة. كما يمكن استخدام تقنيات حديثة لتحليل تفضيلات العملاء واقتراح تركيبات عطرية تناسبهم (أبو الرب، ٢٠٢٥).



الشكل (٤): الاتجاه نحو الابتكار في المنتجات والخدمات في السوق القطري لعام ٢٠٢٤

يتضح من الشكل السابق أن غالبية رواد الأعمال القطريين يتجهون نحو الابتكار وتلبية متطلبات السوق القطري وإعطاء الأولوية لطرح منتجات أو خدمات مصممة خصيصاً لسوقها المحلي.

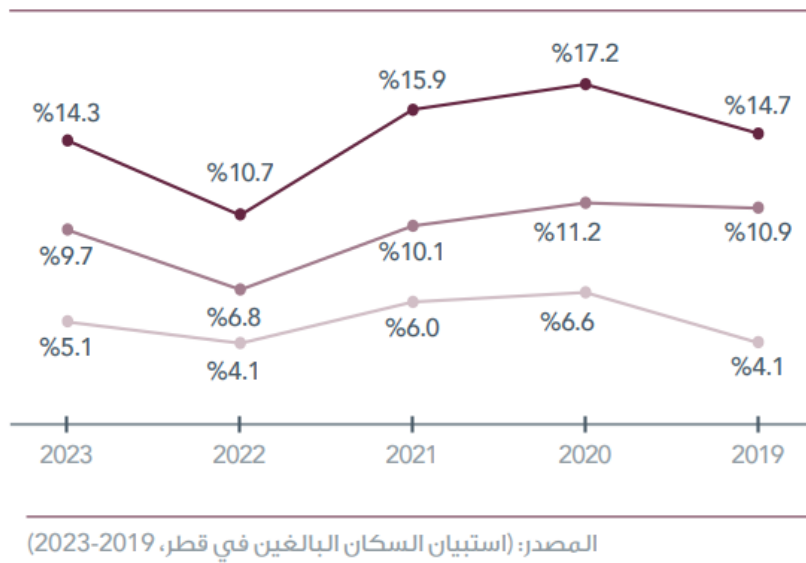
كما يعتمد المشروع على استخدام عبوات صديقة للبيئة قابلة لإعادة التعبئة أو التدوير، وهو ما يُعد حلاً فعالاً لمشكلة النفائات البلاستيكية المرتبطة بصناعة العطور التقليدية. ويمكن تعزيز هذا التوجه من خلال تقديم حوافز للعملاء لإعادة استخدام العبوات، مثل تقديم خصومات عند إعادة تعبئة الزجاجات، مما يشجع السلوك الاستهلاكي المسؤول ويعزز ولاء العملاء للمشروع.

ومن الحلول الابتكارية أيضاً دمج مفهوم التنظيف البيئي ضمن تجربة العميل، حيث لا يقتصر دور المتجر على البيع فقط، بل يمتد إلى توعية العملاء بأهمية استخدام المنتجات الطبيعية وتأثيرها الإيجابي على الصحة والبيئة. ويمكن تحقيق ذلك من خلال ورش عمل تفاعلية أو محتوى تعليمي داخل المتجر، مما يحول المشروع إلى منصة معرفية بالإضافة إلى كونه مشروعاً تجارياً (رقيعي وفروج ومزهود، ٢٠٢٢).

كما يستفيد المشروع من التطور الرقمي من خلال إنشاء منصة إلكترونية تتيح للعملاء تصميم وطلب العطور عبر الإنترنت، مع إمكانية عرض مكونات كل منتج بشفافية كاملة. هذا الحل يعزز الوصول إلى شريحة أكبر من العملاء، ويوفر تجربة تسوق مريحة ومتطورة، خاصة في ظل التحول الرقمي الذي تشهده دولة قطر. وفي المجمل، يمثل هذا المشروع نموذجاً مبتكراً يجمع بين تلبية احتياجات السوق وتحقيق الاستدامة البيئية، من خلال تقديم حلول عملية قائمة على الابتكار والجودة (الهالي وآخرون، ٢٠٢٥). فهو لا يعالج مشكلة نقص المنتجات الطبيعية فحسب، بل يسهم أيضاً في تغيير سلوك المستهلك نحو خيارات أكثر وعياً ومسؤولية، مما يجعله مشروعاً واعداً يتماشى مع التوجهات الحديثة في ريادة الأعمال والتنمية المستدامة.

شرح احتياج السوق / البيئة للفكرة المقترحة وما هي السعة السوقية كفجوة

يتميز السوق القطري بخصائص فريدة تجعله بيئة خصبة لنجاح المشاريع الريادية، خاصة في قطاع العطور ومنتجات التجميل، حيث يرتبط العطر بثقافة المجتمع ارتباطاً عميقاً، ويُعد جزءاً من الهوية الاجتماعية والرفاهية اليومية. وتشير البيانات إلى أن سوق العطور في قطر يشهد نمواً مستمراً بمعدل سنوي يقارب ٣٦,٥٪ في المدة ما بين ٢٠٢٤-٢٠٢٨، مدفوعاً بارتفاع الدخل واهتمام المستهلكين بالمنتجات الفاخرة، هذا النمو يعكس وجود طلب قوي ومستقر، مما يشكل قاعدة مناسبة لدخول منتجات مبتكرة مثل العطور المستدامة (العاني، ٢٠٢٤).



الشكل (٥): ارتفاع نشاط ريادة الأعمال في المرحلة المبكرة في دولة قطر لعام ٢٠٢٣ وفقاً للمرصد العالمي لريادة الأعمال (٢٠٢٤).

وفي السنوات الأخيرة، بدأ السوق القطري يشهد تحولاً ملحوظاً في سلوك المستهلكين، حيث لم يعد الاهتمام مقتصرًا على الجودة أو العلامة التجارية فقط، بل امتد ليشمل مصدر المنتج وتأثيره البيئي والصحي. فقد أظهرت الدراسات أن الكثير من المستهلكين في قطر أصبحوا يفضلون شراء منتجات مستدامة، كما أن نسبة كبيرة منهم مستعدة لدفع أسعار أعلى مقابل منتجات صديقة للبيئة. هذا التحول يعكس وجود طلب متزايد على المنتجات الطبيعية، وهو ما يدعم فكرة المشروع بشكل مباشر (الهيبي، ٢٠١٩).

كما أن سوق مستحضرات التجميل والعناية الشخصية في قطر يشهد نمواً متسارعاً نحو المنتجات الطبيعية والعضوية، حيث أصبح المستهلكون يبحثون عن منتجات خالية من المواد الكيميائية الضارة، ومصنوعة من مكونات نباتية وأمنة مع اتجاه تصاعدي مستمر مدفوع بزيادة الوعي الصحي والبيئي. وهذا يشير إلى وجود قاعدة سوقية حقيقية يمكن استهدافها (العاني، ٢٠٢٤).

أما فيما يتعلق بسوق العطور الطبيعية تحديداً، فهو يشهد توسعاً واضحاً، حيث تشير التقديرات إلى أن الطلب على العطور والمنتجات العطرية الطبيعية قد يصل إلى نحو ١,٣ مليار ريال قطري، مدفوعاً بتفضيل نحو ٧٥٪ من المستهلكين للمنتجات ذات المصادر الطبيعية مع نمو ملحوظ نتيجة زيادة الاهتمام بالصحة والرفاهية. هذه الأرقام تعكس سعة سوقية كبيرة وقابلة للتوسع

وعلى الرغم من هذا النمو، إلا أن السوق لا يزال يعاني من فجوة واضحة بين العرض والطلب، حيث تهيمن المنتجات الصناعية على ما يقارب ٧٠٪ من السوق بسبب انخفاض تكلفتها وسهولة إنتاجها وهذا يعني أن المنتجات الطبيعية المستدامة لا تزال تمثل نسبة محدودة، مما يفتح المجال أمام دخول مشاريع جديدة تقدم بدائل حقيقية ذات جودة عالية (العاني، ٢٠٢٤).

إضافة إلى ذلك، فإن التوجه الحكومي في قطر نحو الاستدامة يعزز من فرص نجاح هذا النوع من المشاريع، حيث تم إصدار معايير خاصة للمنتجات والتغليف الصديق للبيئة، تشجع الشركات على استخدام مواد قابلة للتحلل وإعادة التدوير هذا الدعم التنظيمي يخلق بيئة مواتية للمشروعات التي تتبنى مفهوم الاقتصاد الأخضر، مثل مشروع العطور المستدامة (وكالة الأنباء القطرية، ٢٠٢٥).

كما تلعب العوامل الديموغرافية دوراً مهماً في تعزيز الطلب، حيث يتميز المجتمع القطري بارتفاع مستوى الدخل وتنوع الثقافات نتيجة وجود عدد كبير من المقيمين والسياح، مما يؤدي إلى تنوع الأذواق وزيادة الطلب على المنتجات المميزة والفريدة إضافة إلى ذلك، فإن قطاع السياحة والضيافة يساهم في زيادة الطلب على العطور الفاخرة والطبيعية، خاصة مع توجه الفنادق نحو استخدام منتجات صديقة للبيئة (وكالة الأنباء القطرية، ٢٠٢٥).

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن السعة السوقية لمشروع العطور المستدامة في قطر كبيرة وواعدة، حيث يجتمع الطلب المرتفع، والنمو المتزايد، والتحول نحو الاستدامة، مع وجود فجوة واضحة في توفر المنتجات الطبيعية عالية الجودة. وبالتالي، يمثل هذا المشروع فرصة استثمارية قوية تستهدف شريحة متنامية من المستهلكين الباحثين عن منتجات صحية وصديقة للبيئة، مع إمكانية تحقيق ميزة تنافسية في سوق لا يزال في مرحلة النمو والتطور.

كيف تم اكتشاف وتحليل الفرصة المتاحة للمشروع وما هي الأدوات التي تم استخدامها على سبيل المثال العصف الذهني

يُمكن تفسير اكتشاف الفرصة الاستثمارية لمشروع متجر العطور المستدامة في دولة قطر من خلال منهجية علمية منظمة تبدأ برصد التغيرات في البيئة الخارجية وتحليل الاتجاهات الاستهلاكية. فقد تم الاعتماد على مدخل تحليل الفرص الذي يُعد من المفاهيم الأساسية في ريادة الأعمال، حيث يشير إلى قدرة رائد الأعمال على ملاحظة الفجوات غير المستغلة في السوق وتحولها إلى أفكار قابلة للتطبيق. وقد برزت هذه الفرصة نتيجة تزايد الوعي البيئي والصحي لدى المستهلكين، إلى جانب النمو المستمر في الطلب على المنتجات الطبيعية، وهو ما شكل نقطة انطلاق أولية لتوليد فكرة المشروع (علي، ٢٠٢٢).

وفي المرحلة التالية، تم استخدام أسلوب تحليل البيئة الخارجية PESTEL لفهم العوامل المؤثرة في السوق القطري، حيث تم تحليل الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والبيئية والقانونية. وقد أظهر هذا التحليل وجود دعم حكومي واضح لمشروعات الاستدامة، إلى جانب ارتفاع القدرة الشرائية للمستهلكين، وتتنامي الاتجاهات الاجتماعية نحو المنتجات الصديقة للبيئة، مما عزز من جدوى الفكرة وأكد وجود بيئة مواتية لتنفيذها (فضلي، ٢٠١٨).

كما تم توظيف أداة تحليل SWOT لتقييم الفكرة بشكل شامل، حيث تم تحديد نقاط القوة مثل الابتكار في المنتج واعتماده على مكونات طبيعية، ونقاط الضعف مثل ارتفاع تكلفة الإنتاج، بالإضافة إلى الفرص المتمثلة في وجود فجوة سوقية، والتهديدات مثل

المنافسة من العلامات التجارية التقليدية. وقد ساهم هذا التحليل في تكوين رؤية واضحة حول كيفية تطوير المشروع وتقليل المخاطر المحتملة (فضلي، ٢٠١٨).

ومن أهم الأدوات المستخدمة في توليد فكرة المشروع كانت تقنية العصف الذهني، حيث تم عقد جلسات منظمة لتوليد أكبر عدد ممكن من الأفكار المرتبطة بالمنتجات المستدامة. وقد ساعد هذا الأسلوب في استكشاف بدائل متعددة، مثل إنتاج عطور طبيعية، أو منتجات عناية بالبشرة، أو حلول تغليف صديقة للبيئة، قبل الاستقرار على فكرة العطور المستدامة باعتبارها الأكثر توافقاً مع احتياجات السوق القطري.

كما تم الاستعانة بمنهجية التفكير التصميمي التي تركز على فهم احتياجات المستخدم بشكل عميق، حيث تم تحليل تجربة المستهلك مع العطور التقليدية وتحديد نقاط الألم مثل الحساسية أو عدم الثقة في المكونات. ومن خلال هذه المنهجية، تم تصميم حل مبتكر يتمثل في تقديم عطور طبيعية قابلة للتخصيص، مما يعزز رضا العملاء ويمنح المشروع ميزة تنافسية قوية.

ولتعزيز دقة التحليل، تم استخدام أسلوب البحث التسويقي من خلال جمع بيانات ثانوية من تقارير ودراسات حول سوق العطور والمنتجات الطبيعية، بالإضافة إلى تحليل سلوك المستهلكين واتجاهاتهم. وقد أظهرت هذه البيانات وجود طلب متزايد على المنتجات الصحية والمستدامة، مما يدعم إمكانية نجاح المشروع في السوق المستهدف.

كما لعب تحليل المنافسين دوراً مهماً في اكتشاف الفرصة، حيث تم دراسة الشركات والعلامات التجارية الموجودة في السوق وتقييم نقاط القوة والضعف لديها. وقد تبين أن معظم المنتجات المتاحة تعتمد على مكونات صناعية أو لا تقدم شفافية كافية حول مكوناتها، مما يعزز من فرصة تقديم منتج مختلف يعتمد على المصادقية والاستدامة.

وفي ضوء هذه الأدوات والتحليلات المتكاملة، تم التوصل إلى أن الفرصة الاستثمارية لمشروع العطور المستدامة ليست مجرد فكرة مبتكرة، بل نتيجة عملية تحليل علمية شاملة اعتمدت على أدوات متعددة وأساليب منهجية. وقد ساهم هذا النهج في تقليل درجة عدم اليقين، وزيادة احتمالية نجاح المشروع، من خلال بناء فكرة قائمة على احتياجات حقيقية في السوق مدعومة ببيانات وتحليلات دقيقة.

تحديد الفئة المستهدفة وكيفية الوصول لها من خطط تسويقية معاصرة

تبدأ عملية تحديد الفئة المستهدفة بالاعتماد على مفهوم تقسيم السوق، والذي يُعد من أهم الأسس في التسويق الحديث، حيث يتم تقسيم السوق إلى مجموعات متجانسة بناءً على خصائص معينة مثل العمر، الدخل، نمط الحياة، والاهتمامات. وبناءً على ذلك، يمكن تحديد أن الفئة الأساسية المستهدفة في هذا المشروع هي الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين ٢٠ إلى ٤٥ عاماً، خاصة من ذوي الدخل المتوسط إلى المرتفع، والذين يهتمون بالجودة والمنتجات الفاخرة ذات الطابع الصحي والبيئي.

وتشمل الفئة المستهدفة أيضاً شريحة المستهلكين الواعين بيئياً، وهم الأفراد الذين يتبنون سلوكيات استهلاكية مسؤولة وبيحثون عن منتجات صديقة للبيئة. ويُعرف هذا الاتجاه ضمن مفهوم الاستهلاك المستدام، حيث يفضل المستهلكون المنتجات الطبيعية والعضوية التي لا تضر بالصحة أو البيئة. وتُعد هذه الشريحة في تزايد مستمر في المجتمع القطري، خاصة مع انتشار ثقافة الاستدامة.

كما يمكن استهداف فئة النساء بشكل خاص، نظرًا لكونهن الأكثر استخدامًا للعطور ومنتجات العناية الشخصية، إضافة إلى فئة الشباب المهتمين بالتجارب الجديدة والتخصيص. ولا يقتصر الاستهداف على الأفراد فقط، بل يمكن توسيع النطاق ليشمل قطاع الأعمال مثل الفنادق الراقية والمنتجات الصحية التي تسعى لاستخدام منتجات طبيعية لتعزيز صورتها البيئية، مما يفتح مجالاً للتسويق المؤسسي.

وللوصول إلى هذه الفئات بفعالية، يمكن الاعتماد على استراتيجيات التسويق الرقمي، الذي يُعد من أكثر الأدوات تأثيرًا في العصر الحديث. ويشمل ذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل Instagram وTikTok، حيث يمكن عرض المنتجات بطريقة جذابة، ونشر محتوى بصري يبرز المكونات الطبيعية وفوائدها، مما يساعد في جذب انتباه الجمهور المستهدف.



الشكل (٦): أهمية التكنولوجيا في العمليات اليومية لريادة الأعمال في السوق القطري من عام ٢٠٢٠-٢٠٢٤

يوضح الشكل السابق بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يُعد أهم وسيلة في ريادة الأعمال القطرية وهذا يعكس دورها في جذب المزيد من العملاء وإبراز العلامة التجارية.

كما يمكن استخدام استراتيجية التسويق بالمحتوى من خلال إنشاء محتوى تعليمي وتوعوي حول فوائد العطور الطبيعية وأضرار المواد الكيميائية، سواء عبر المدونات أو الفيديوها أو المنشورات التفاعلية. هذا النوع من التسويق لا يهدف فقط إلى البيع، بل إلى بناء علاقة ثقة طويلة الأمد مع العملاء، وهو ما يتناسب مع طبيعة المشروع.

ومن الاستراتيجيات الفعالة أيضًا التسويق عبر المؤثرين، حيث يمكن التعاون مع مؤثرين في مجال الجمال أو الاستدامة لعرض المنتجات وتجربتها أمام جمهورهم. وتعد هذه الطريقة من أكثر الوسائل تأثيرًا في اتخاذ قرار الشراء، خاصة لدى فئة الشباب، حيث يعتمدون بشكل كبير على توصيات المؤثرين.

كما يمكن توظيف التخصيص في التسويق، من خلال تقديم تجربة فريدة لكل عميل، مثل إمكانية تصميم عطر خاص به أو اقتراح منتجات بناءً على تفضيلاته. هذه الاستراتيجية تعزز من رضا العملاء وتزيد من احتمالية تكرار الشراء، كما تمنح المشروع ميزة تنافسية قوية. ولا يقل أهمية عن ذلك استخدام التسويق التجريبي، من خلال تنظيم ورش عمل داخل المتجر أو فعاليات تفاعلية تتيح للعملاء تجربة صناعة العطور بأنفسهم. هذا النوع من التسويق يخلق تجربة مميزة لا تُنسى، ويعزز ارتباط العميل بالعلامة التجارية.

مقترحات لبناء نموذج عمل مناسب للمشروع لتجربة الفكرة قبل تطبيقها فترة تجريبية ومدى نجاحها، بالإضافة إلى ماهية وكيفية تحديد الفريق المؤسس، والتخطيط مع باستخدام التخطيط التصميمي.

لبناء نموذج عمل مناسب لمشروع متجر العطور المستدامة قبل الإطلاق الفعلي، من الضروري البدء بتطوير تصور تجريبي يعتمد على أداة نموذج العمل التجاري، حيث تتيح هذه الأداة تصور جميع عناصر المشروع بشكل متكامل، بدءًا من القيمة المقترحة التي يقدمها المنتج (العطور الطبيعية الصديقة للبيئة) مرورًا ب شرائح العملاء والقنوات التسويقية، وصولًا إلى مصادر الإيرادات وهيكل التكاليف. وفي هذه المرحلة، لا يكون الهدف بناء نموذج نهائي، بل نموذج أولي مرن قابل للتعديل بناءً على نتائج التجربة الواقعية. ويمكن تصميم هذا النموذج بطريقة تركز على تقديم قيمة واضحة تتمثل في “عطور صحية، طبيعية، وقابلة للتخصيص”، مع تحديد قنوات توزيع محدودة مثل البيع الإلكتروني أو متجر مؤقت لاختبار استجابة السوق بأقل تكلفة ممكنة، مما يقلل المخاطر المالية ويزيد من دقة اتخاذ القرار لاحقًا.

وفي إطار اختبار الفكرة قبل التطبيق الكامل، يُعد بناء المنتج الأولي خطوة أساسية، حيث يتم تطوير نسخة مبسطة من المنتج تحتوي على الخصائص الأساسية فقط، مثل مجموعة محدودة من العطور الطبيعية بتركيبات مختارة بعناية، مع تقديم خيار تخصيص بسيط للعملاء. ويتم طرح هذا المنتج لفترة تجريبية محددة، بهدف جمع آراء العملاء وقياس مستوى رضاهم، دون الاستثمار الكبير في الإنتاج أو التوسع. هذه المرحلة تسمح بفهم تفضيلات السوق بشكل عملي، وتساعد في اكتشاف المشكلات المحتملة سواء في جودة المنتج أو تجربة الاستخدام أو التسعير، مما يتيح تحسين النموذج قبل التوسع.

ولضمان نجاح الفترة التجريبية، يجب اعتماد منهجية التجربة السريعة، التي تقوم على مبدأ “ابن – قس – تعلم”، حيث يتم إطلاق النموذج الأولي بسرعة، ثم قياس نتائجه من خلال مؤشرات واضحة مثل عدد العملاء، نسبة تكرار الشراء، ومستوى التفاعل،

ثم التعلم من هذه البيانات لتطوير المنتج. هذه المنهجية تقلل من المخاطر وتزيد من كفاءة استخدام الموارد، كما تتيح التكيف السريع مع تغيرات السوق، وهو أمر مهم جدًا في المشاريع الريادية، خاصة في مجال المنتجات الجديدة مثل العطور المستدامة. أما فيما يتعلق بقياس مدى نجاح التجربة، فيجب تحديد مجموعة من المؤشرات الرئيسية مثل حجم الطلب، رضا العملاء، مستوى الولاء، والقدرة على تحقيق أرباح مبدئية. ويمكن استخدام أدوات مثل الاستبيانات، وتحليل التعليقات، وبيانات المبيعات لفهم أداء المشروع خلال الفترة التجريبية. كما يمكن إجراء مقابلات مباشرة مع العملاء لمعرفة آرائهم بشكل أعمق، مما يساعد في تطوير المنتج وتحسين تجربة المستخدم. وتُعد هذه المرحلة حاسمة، لأنها تحدد ما إذا كان المشروع يستحق التوسع أو يحتاج إلى إعادة تصميم.

وفيما يخص الفريق المؤسس، فإن نجاح المشروع يعتمد بشكل كبير على اختيار فريق متكامل يمتلك مهارات متنوعة تغطي جميع جوانب العمل. ويُفضل أن يتكون الفريق من أفراد لديهم خبرة في مجالات مثل صناعة العطور أو الكيمياء الطبيعية، والتسويق، وإدارة الأعمال، والتصميم. ويتم تحديد الفريق بناءً على مبدأ التكامل في المهارات وليس التشابه، بحيث يكمل كل عضو الآخر، مما يزيد من كفاءة العمل ويقلل من نقاط الضعف. كما يجب أن يتشارك الفريق نفس الرؤية والقيم، خاصة فيما يتعلق بالاستدامة والابتكار.

ويُعد تحديد الأدوار داخل الفريق خطوة أساسية لضمان وضوح المسؤوليات، حيث يمكن توزيع المهام بشكل دقيق مثل مسؤول عن تطوير المنتج، وآخر عن التسويق الرقمي، وثالث عن العمليات والإدارة المالية. هذا التنظيم يساعد في تجنب التداخل في المهام، ويزيد من سرعة اتخاذ القرار، كما يعزز من الإنتاجية. ومن المهم أيضًا وجود قائد للفريق يمتلك مهارات قيادية وقدرة على التنسيق بين الأعضاء وتحفيزهم لتحقيق أهداف المشروع.

وفي مرحلة التخطيط والتطوير، يمكن الاعتماد على منهجية التفكير التصميمي، التي تُعد من أكثر الأساليب فعالية في تطوير المنتجات المبتكرة. تبدأ هذه المنهجية بفهم احتياجات العملاء بشكل عميق، ثم تعريف المشكلة، ثم توليد الأفكار، ثم بناء نماذج أولية، وأخيرًا اختبارها. وفي سياق هذا المشروع، يمكن استخدام هذه الخطوات لتصميم عطور تلبي تفضيلات العملاء بدقة، وتحسين تجربة الشراء، سواء داخل المتجر أو عبر الإنترنت. إن الجمع بين نموذج عمل مرن، وتجربة أولية مدروسة، وفريق مؤسس متكامل، ومنهجية تفكير تصميمي، يمثل أساسًا قويًا لضمان نجاح المشروع قبل إطلاقه بشكل كامل. فكلما كانت عملية التخطيط قائمة على التجربة والتحليل الواقعي، زادت فرص نجاح المشروع واستدامته في السوق، خاصة في بيئة تنافسية ومتغيرة مثل سوق العطور في دولة قطر.

مدى درجة التطور والنمو والاستدامة المتوقعة للمشروع ومميزاته ونقاط الضعف والقوة.

يمكن تقييم مدى التطور والنمو والاستدامة المتوقعة لمشروع متجر العطور المستدامة في دولة قطر من خلال تحليل شامل يجمع بين النظرة المستقبلية للسوق، وقدرة المشروع على التوسع، ومدى توافقه مع الاتجاهات العالمية في الاستهلاك الأخضر. فالمشروع يُعد من المشاريع التي تنتمي إلى ريادة الأعمال المستدامة، وهي من أسرع مجالات الأعمال نموًا عالميًا، نظرًا لزيادة الوعي البيئي والصحي لدى المستهلكين. ومن المتوقع أن يشهد المشروع نموًا تدريجيًا في مراحله الأولى، ثم يتسارع مع زيادة انتشار العلامة التجارية وثقة العملاء، خاصة إذا تم توظيف استراتيجيات تسويقية فعالة وبناء تجربة مميزة للعملاء. كما أن طبيعة

المنتج القائم على التخصيص والابتكار تعزز من فرص الانتشار، حيث يسهم ذلك في جذب شرائح متنوعة من العملاء الباحثين عن التميز والجودة.

أما من حيث الاستدامة، فإن المشروع يمتلك مقومات قوية للاستمرار على المدى الطويل، نظرًا لاعتماده على موارد طبيعية متجددة، واستخدامه لممارسات صديقة للبيئة مثل التغليف القابل لإعادة التدوير، وتقليل الهدر من خلال الإنتاج حسب الطلب. كما أن توافق المشروع مع التوجهات الحكومية نحو الاقتصاد الأخضر يعزز من فرص دعمه واستمراره. إضافة إلى ذلك، فإن الاعتماد على مفهوم القيمة المضافة المتمثلة في “منتج صحي وآمن وصديق للبيئة” يمنح المشروع ميزة تنافسية مستدامة يصعب تقليدها بسهولة من قبل المنافسين التقليديين.

ومن أبرز مميزات المشروع قدرته على التميز في سوق مزدحم من خلال تقديم منتج مختلف يعتمد على الشفافية في المكونات والجودة العالية، إلى جانب تجربة عميل فريدة قائمة على التخصيص. كما أن المشروع يجمع بين الجانب الجمالي (العطور) والجانب الصحي والبيئي، وهو ما يجعله جذابًا لفئات متعددة من العملاء. كذلك، فإن إمكانية التوسع في خطوط إنتاج أخرى مثل مستحضرات العناية الطبيعية أو العطور المنزلية يعزز من فرص النمو والتنوع مستقبلاً، مما يزيد من قوة المشروع في السوق. وتتمثل نقاط القوة الأساسية في المشروع في عدة عوامل، من أهمها وضوح الفكرة وارتباطها باتجاه عالمي متنامٍ، بالإضافة إلى وجود فجوة سوقية يمكن استغلالها، وارتفاع القدرة الشرائية في السوق القطري. كما أن الاعتماد على الابتكار والتخصيص يمنح المشروع مرونة كبيرة في تلبية احتياجات العملاء، ويزيد من مستوى رضاهم وولائهم. كذلك، فإن إمكانية بناء علامة تجارية قوية قائمة على الاستدامة تمثل عنصر قوة طويل الأمد.

في المقابل، توجد بعض نقاط الضعف التي يجب أخذها في الاعتبار، مثل ارتفاع تكلفة المواد الطبيعية مقارنة بالمواد الصناعية، مما قد يؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتجات وبالتالي تقليل القدرة على استهداف بعض الفئات. كما أن محدودية الخبرة في مجال صناعة العطور الطبيعية في بداية المشروع قد تشكل تحديًا، إضافة إلى الحاجة إلى تثقيف السوق وتعريف العملاء بفوائد المنتج، وهو ما يتطلب وقتًا وجهدًا تسويقيًا كبيرًا.

كما يواجه المشروع بعض التحديات الخارجية التي قد تؤثر على نموه، مثل دخول منافسين جدد إلى السوق، أو قيام الشركات الكبرى بتبني نفس الفكرة وتقديم منتجات مشابهة بأسعار أقل. إضافة إلى ذلك، فإن التغيرات في أسعار المواد الخام الطبيعية أو صعوبة الحصول عليها قد تؤثر على استقرار الإنتاج. لذلك، من المهم وضع خطط بديلة وإدارة سلسلة التوريد بكفاءة لتقليل هذه المخاطر.

ولتحقيق نمو مستدام، يجب على المشروع التركيز على الابتكار المستمر وتطوير المنتجات بما يتناسب مع احتياجات السوق، إلى جانب بناء علاقات قوية مع العملاء من خلال تقديم تجربة مميزة وخدمة عالية الجودة. كما يمكن تعزيز النمو من خلال التوسع التدريجي في قنوات البيع، مثل التجارة الإلكترونية أو التعاون مع متاجر ومؤسسات أخرى، مما يزيد من انتشار العلامة التجارية.

مقترحات لإيجاد حلول للتحديات المتوقعة للمشروع الريادي وماهي مصادر النجاح المطلوبة

أولاً، لمعالجة ارتفاع تكلفة المواد الطبيعية، يمكن تطبيق مبدأ إدارة سلسلة التوريد بشكل ذكي عبر بناء شراكات مباشرة مع موردين موثوقين في مصادر الزيوت العطرية، والاعتماد على الشراء بكميات مدروسة أو التعاقد طويل الأجل لتقليل التكاليف. كما يمكن إدخال بدائل طبيعية محلية أو إقليمية أقل تكلفة دون التأثير على الجودة، مع تحسين كفاءة الإنتاج لتقليل الفاقد. هذا التوجه يساعد على الحفاظ على توازن السعر دون فقدان ميزة “الطبيعية”.

ثانياً، لمشكلة ارتفاع الأسعار بالنسبة لبعض العملاء، يمكن تبني استراتيجيات تسعير مرنة مثل التسعير القائم على القيمة، بحيث يتم ربط السعر بالقيمة المدركة (الصحة، الاستدامة، التخصيص). ويمكن أيضاً تقديم فئات سعرية متعددة، وأحجام أصغر بأسعار أقل لتوسيع قاعدة العملاء، مع برامج ولاء وخصومات لإعادة التعبئة، مما يخفف حساسية السعر ويزيد من تكرار الشراء.

ثالثاً، لمواجهة ضعف وعي السوق بالعطور الطبيعية، ينبغي الاستثمار في التسويق بالمحتوى عبر إنتاج محتوى تعليمي يوضح الفرق بين العطور الطبيعية والصناعية، وفوائد المكونات الآمنة، وكيفية اختيار العطر المناسب. ويمكن دعم ذلك بورش عمل وتجارب داخل المتجر تُشرك العميل في عملية التصنيع، مما يعزز الثقة ويحول التعليم إلى تجربة ملموسة.

رابعاً، للتغلب على المنافسة من العلامات التقليدية، يجب بناء ميزة تنافسية واضحة قائمة على الابتكار، مثل التخصيص الكامل للعطر، والشفافية في المكونات، وتجربة عميل فريدة. كما يمكن إطلاق مجموعات محدودة مرتبطة بمواسم أو مناسبات، واستخدام قصص العلامة لإبراز القيم البيئية والهوية المحلية، ما يصعب تقليده بسرعة.

خامساً، لتقليل مخاطر التوريد وتقلبات المواد الخام، يُنصح بتنويع الموردين وبناء مخزون أمان للمواد الأساسية، مع اعتماد خطط بديلة. كما يمكن استخدام إدارة المخاطر لوضع سيناريوهات مسبقة للتعامل مع انقطاع الإمدادات أو ارتفاع الأسعار، بما يحافظ على استمرارية الإنتاج دون تعطل.

سادساً، فيما يخص نقص الخبرة الفنية في البدايات، يمكن الاستثمار في التدريب والشراكات مع خبراء في الزيوت العطرية أو معامل متخصصة، أو حتى التعاقد الجزئي في المراحل الأولى. كذلك يفيد تبني التعلم التنظيمي داخل الفريق عبر التجربة المستمرة وتوثيق المعرفة، ما يرفع الكفاءة تدريجياً ويقلل الأخطاء.

سابعاً، لتعظيم فرص النجاح، يجب بناء مصادر قوة أساسية، أهمها فريق مؤسس متكامل، ورؤية واضحة، وهوية علامة قوية، واعتماد منهجية التجربة السريعة لاختبار الفرضيات بسرعة والتعلم من السوق. كما يُعد فهم العميل بعمق عبر البحث التسويقي مصدراً حاسماً لاتخاذ قرارات دقيقة في المنتج والتسعير والترويج.

ثامناً، وأخيراً، من الضروري دعم المشروع ببنية تشغيلية وتسويقية قوية تشمل التحول الرقمي (متجر إلكتروني وتجربة تخصيص أونلاين)، وبناء شراكات مع فنادق ومنتجعات ومتاجر مختارة، إلى جانب الالتزام بمعايير الاستدامة في التغليف والإنتاج. إن تكامل هذه العوامل—من إدارة فعالة للتكاليف، وتسويق ذكي، وابتكار مستمر—يمثل منظومة متكاملة لمواجهة التحديات وتحقيق النجاح والاستدامة في السوق القطري.

الخاتمة

في ختام هذا المشروع، يتضح أن ريادة الأعمال تمثل الإطار الفكري والتطبيقي الذي تقوم عليه فكرة متجر العطور المستدامة، فهي ليست مجرد وسيلة لإنشاء مشروع تجاري، بل منهج متكامل يربط بين الابتكار، وقراءة احتياجات السوق، وتحويل الفرص إلى قيمة اقتصادية واجتماعية. وقد أظهر التحليل أن المشروع يستند إلى أساس علمي ومنهجي واضح، يبدأ من تشخيص مشكلة حقيقية في سوق العطور التقليدية، مرورًا بتقديم حلول مبتكرة تعتمد على الاستدامة والتخصيص، وصولًا إلى بناء نموذج عمل قابل للاختبار والتطوير، مما يعكس نضج الفكرة وقابليتها للتطبيق العملي.

كما أن الدراسة أوضحت أن السوق القطري يتمتع ببيئة خصبة لهذا النوع من المشاريع، نظرًا لارتفاع الوعي الاستهلاكي، وتزايد الطلب على المنتجات الطبيعية، إلى جانب الدعم الحكومي المتنامي لمفاهيم الاقتصاد الأخضر. وهذا يعني أن المشروع لا يقوم على فكرة معزولة، بل يتماشى مع اتجاهات اقتصادية واجتماعية وبيئية حديثة، ما يعزز من فرص نجاحه واستمراره. كما أن وجود فجوة واضحة بين العرض والطلب في مجال العطور الطبيعية يمثل فرصة حقيقية يمكن استثمارها بشكل استراتيجي.

ومن خلال تحليل عناصر المشروع المختلفة، يتبين أن نقاط القوة تتمثل في الابتكار، والارتباط بالاستدامة، وإمكانية التخصيص، بينما تتمثل التحديات في ارتفاع التكاليف والحاجة إلى بناء وعي سوقي تدريجي. ومع ذلك، فإن هذه التحديات ليست عائقًا بقدر ما هي عوامل يمكن إدارتها من خلال التخطيط السليم، والتسويق الفعال، وبناء شراكات استراتيجية، مما يجعل المشروع قابلاً للتطوير والنمو على المدى الطويل.

وفي ضوء ذلك، يمكن التأكيد على أن نجاح المشروع يعتمد بشكل أساسي على قدرة الفريق المؤسس على الجمع بين الإبداع في تطوير المنتج، والمرونة في التعامل مع السوق، والالتزام بمبادئ الاستدامة. كما أن استخدام أدوات ريادة الأعمال الحديثة مثل التفكير التصميمي، والنموذج الأولي، والتحليل السوقي، يساهم في تقليل المخاطر وزيادة فرص النجاح التدريجي.

وبشكل عام، يمثل مشروع متجر العطور المستدامة نموذجًا رياديًا واعدًا يجمع بين البعد الاقتصادي والبيئي والاجتماعي، ويعكس توجهًا عالميًا نحو الاستهلاك المسؤول. لذلك، فإن تطوير هذا المشروع لا يقتصر على كونه فكرة تجارية، بل هو مساهمة في دعم التحول نحو اقتصاد أكثر استدامة ووعيًا في دولة قطر، مع إمكانية أن يصبح نموذجًا يُحتذى به في مجال ريادة الأعمال الخضراء.

المراجع العلمية

- أبو الرب، جواد (٢٠٢٥) تأثير التخصيص في التسويق الرقمي على نوايا الشراء لدى المستهلك الفلسطيني محافظة جنين أنموذجاً، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص إدارة التسويق التطبيقي، جامعة القدس المفتوحة.
- الصيرفي، محمد وعبدالفتاح، عصام وعلام، رحاب (٢٠٢٠) ريادة الأعمال (المفهوم والنشأة والأهمية)- دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية بالعريش.
- العاني، طه (٢٠٢٤) العطور الخليجية.. إرث ثقافي يتحول إلى قوة اقتصادية منافسة عالمياً، موقع الخليج اونلاين.
- الهلال، فوزية وكاظم، وسن وياسين، نضال وعلي، حسين (٢٠٢٥) دور الاستعداد الرقمي الريادي في تعزيز الاستدامة الرقمية : استراتيجيات الابتكار والفرص البيئية في المشاريع الرقمية، مجلة أبحاث علوم المؤاني.
- الهيثي، نورزاد عبدالرحمن (٢٠١٩) ريادة الأعمال والتنوع الاقتصادي: قطر أنموذجاً، مجلة التربية، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، ٤٨، ١٩٧.
- بدوي، هاجر (٢٠٢٥) رحلة العطور المستدامة من الزهور الطبيعية إلى طحالب المختبرات ومجاري الصرف الصحي، موقع جرين بالعربي.
- جبر، لؤي (٢٠٢٣) دور ريادة الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة استطلاعية تحليلية لمنظمات ريادة الأعمال، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، ١٥(٣).
- رقيعي، وليد وفروج، نوال ومزهود، نوال (٢٠٢٢) دور الجامعة في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة، المستودع الرقمي في جامعة جيجل.
- علي، حمدي (٢٠٢٢) نحو تحقيق التنمية المستدامة خلال آلية ريادة الأعمال دراسة ميدانية على عينة المشاريع الريادية في محافظة سوهاج، المجلة العلمية لكلية الآداب جامعة أسيوط ٢٧(٨٢).
- فضلي، نادية (٢٠١٨) المتغيرات الداخلية والخارجية المؤثرة في النظام السياسي لدولة قطر، مجلة دراسات دولية.
- وكالة الأنباء القطرية (٢٠٢٥) جهود قطرية طموحة لتحقيق الاستدامة ومدن تعلم ذكية ومتطورة.