

الدراسة التسويقية: تكتسب الدراسة التسويقية أهمية خاصة في المشروعات ذات التكلفة العالية. دراسة الجدوى التسويقية هي جزء من دراسة الجدوى تتم للمفاضلة بين الفرص الاستثمارية المطروحة لاختيار أفضلها ولتحديد مدى تجارب السوق لفكرة المشروع الجديد.

أهم عناصر الدراسة التسويقية:

- تحديد طبيعة المشروع.
- تحديد منتجات أو خدمات المشروع.
- تحديد توجه المشروع.
- تحديد الفئة المستهدفة.
- تحديد حجم السوق والحصة السوقية.
- تحليل الطلب الحالي والمستقبلي.
- تحليل العرض الحالي والمستقبلي.
- تحليل الفجوة التسويقية.
- قنوات التوزيع.
- تحديد أسعار السلع والخدمات.
- الترويج.
- تحليل المنافسين.

السوق وعناصرها:

تعرف السوق بأنها نقطة التقاء البائعين أو الموردين أو المنتجين للسلع أو الخدمات بمشتريها أو مستهلكيها أو المستفيدين منها على أساس جودة معروفة ووحدة زمنية معلومة.

عناصر السوق: يتألف السوق من العناصر التالية:

- الطلب (المشتريين).
- العرض (البائعين).
- المنتجات (سلع وخدمات).
- منافذ أو قنوات التوزيع.
- إطار تنظيمي ومحيط خارجي.

الطلب: ويقصد به الكميات التي تطلب من سلعة ما أو خدمة عند مختلف الأسعار خلال فترة زمنية محددة.

العوامل المؤثرة على الطلب

- سعر السلعة.
- دخل المستهلك.
- أسعار السلع البديلة والمكملة.
- السياسات الحكومية.
- أذواق وميول المستهلكين.

البيانات اللازمة لتقدير الطلب الحالي:

✓ المؤشرات الاقتصادية العامة ذات العلاقة بسوق المنتج

✓ السياسات والتشريعات الحكومية المرتبطة بالمنتج

✓ المستوى الحالي للإنتاج المحلي كماً وقيمة (مدي زمني)

✓ حجم الاستيراد من المنتج نفسه كماً وقيمة (مدي زمني)

✓ الإنتاج الحالي للبدائل وحجم الاستيراد منها

✓ حجم الصادرات إن وجدت

✓ أهداف الإنتاج المحددة في خطط التنمية

تحليل الطلب المتوقع من حيث:

✓ كيف تتم تغطية حاجة السوق المحلي من السلعة

✓ ما هي حصة الإنتاج المحلي من حاجة السوق المحلي.

✓ خصائص ومزايا واستعمالات السلعة المحلية والمستوردة.

✓ الكميات التي يتم تصديرها من الإنتاج المحلي إن وجدت .

✓ دراسة أوضاع المنافسة والمنافسين وسلعهم في الأسواق المحلية والمجاورة.

✓ أسعار منتجات المشروع المتوقعة مقارنة مع منتجات المنافسين.

بعد دراسة السوق المحلي والأسواق المجاورة، فإنه يمكن تحديد الآتي:

▲ المناطق التي يمكن تسويق السلعة فيها

▲ حصة الشركة من إجمالي حاجة السوق من السلعة

الأساليب المستخدمة في تقدير الطلب على سلعة أو خدمة معينة:

أ) تقدير الطلب باستخدام الوسط الحسابي:

يعتبر هذا الأسلوب من أبسط الأساليب الإحصائية المستخدمة لتقدير الطلب على سلعة ما، ومن البيانات التي يمكن إن تساعد في تقدير الطلب باستخدام الوسط الحسابي (حجم السكان، حجم الاستهلاك الإجمالي، معدلات نمو السكان)

مثال: ما حجم الطلب المتوقع على سلعة (X) المدينة (س) للسنوات الخمس القادمة، إذا توفرت لديك المعلومات الافتراضية التالية:

١- بلغ إجمالي السكان في المدينة (س) في عام ١٩٩٠ مليون نسمة

٢- بلغت الكمية المستهلكة من السلعة (X) عام ١٩٩٠ حوالي ٢٠ مليون وحدة

٣- عدد السكان في المدينة سيكون (١٠٤٠٠٠٠٠) نسمة في عام ١٩٩١

و(١١٦٩٨٥٨) نسمة في ١٩٩٤ و(١٢١٦٦٥٢) نسمة في عام ١٩٩٥.

الحل:

متوسط استهلاك الفرد من السلعة (X) لعام ١٩٩٠ = الاستهلاك الكلي ÷ عدد السكان

$$٢٠ = ١٠٠٠٠٠٠٠ \div ٢٠ \text{ وحدة / فرد}$$

لاحتساب متوسط استهلاك الفرد من السلعة (X) لبقية السنوات مع افتراض ثبات الكمية التي الفرد من خلال الجدول التالي:

السنة	عدد السكان	متوسط استهلاك الفرد من السلعة X بالوحدة	الطلب المتوقع من السلعة (X)
١٩٩٠	١٠٠٠٠٠٠	٢٠	٢٠٠٠٠٠٠٠
١٩٩١	١٠٤٠٠٠٠	٢٠	٢٠٨٠٠٠٠٠
١٩٩٢	١٠٨١٦٠٠	٢٠	٢١٦٣٢٠٠٠
١٩٩٣	١١٢٤٨٦٤	٢٠	٢٢٤٩٧٢٨٠
١٩٩٤	١١٦٩٨٥٨	٢٠	٢٣٣٩٧١٦٠
١٩٩٥	١٢١٦٦٥٢	٢٠	٢٤٣٣٣٠٤٠

(٢) معدل التغير وتقدير الطلب المستقبلي:

رقم المشاهدة N	السنوات X_i	مقدار المبيعات لأحد المنتجات (ملايين الليرات) Y_i
١	٢٠٠٩	٤٠
٢	٢٠١٠	٥٠
٣	٢٠١١	٧٠
٤	٢٠١٢	٨٠
٥	٢٠١٣	١٠٠
٦	٢٠١٤	١١٠
٧	٢٠١٥	١٢٠

معدل التغير = مبيعات العام الحالي ÷ مبيعات العام السابق

$$١.٠٩ = ١١٠ \div ١٢٠ = ٢٠١٥ \text{ معدل التغير لعام}$$

حجم المبيعات لعام ٢٠١٦ = ١٢٠ × ١.٠٩ = ١٣٠.٨ مليون ليرة

المعدل المتوسط للتغير = مجموع المعدلات خلال فترة زمنية معينة ÷ عدد المعدلات

ويستخدم المعدل المتوسط للتغير عندما تكون معدلات التغير خلال السنوات الماضية متقلبة. وفي المثال السابق يمكن حساب معدل التغير المتوسط كما يلي:

٢٠١٥ ٢٠١٤ ٢٠١٣ ٢٠١٢ ٢٠١١ ٢٠١٠ ٢٠٠٩
 ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓
 ١.٠٩ ١.١ ١.٢٥ ١.١٤ ١.٤ ١.٢٥

المعدل المتوسط للتغير = $6 \div (1.09 + 1.1 + 1.25 + 1.14 + 1.4 + 1.25) = 1.2$

حجم المبيعات لسنة ٢٠١٦ = $120 \times 1.2 = 144$ مليون ليرة

(٣) السلاسل الزمنية وتقدير الطلب المستقبلي:

$X_i Y_i$	$(Y_i)^2$	$(X_i)^2$	Y_i	X_i	رقم المشاهدة n_i
٤٠	١٦٠٠	١	٤٠	(١)٢٠٠٩	١
١٠٠	٢٥٠٠	٤	٥٠	(٢)٢٠١٠	٢
٢١٠	٤٩٠٠	٩	٧٠	(٣)٢٠١١	٣
٣٢٠	٦٤٠٠	١٦	٨٠	(٤)٢٠١٢	٤
٥٠٠	١٠.٠٠٠	٢٥	١٠٠	(٥)٢٠١٣	٥
٦٦٠	١٢.١٠٠	٣٦	١١٠	(٦)٢٠١٤	٦
٨٤٠	١٤.٤٠٠	٤٩	١٢٠	(٧)٢٠١٥	٧
$=\sum X_i Y_i$ ٢.٦٧٠	$=\sum Y_i^2$ ٥١.٩٠٠	$=\sum X_i^2$ ١٤٠	$=\sum Y_i$ ٥٧٠	$=\sum X_i$ ٢٨	n ٧

بتقدير معالم دالة الانحدار البسيط للمبيعات مع الزمن (اتجاه عام) نجد أن المعادلة المقدره هي:

$$Y_i = 25.7 + 13.93 X_i$$

ومنها يمكن أن نستنتج الطلب المتوقع للعام ٢٠١٦ والذي يأخذ قيمة $X=8$ وذلك من المعادلة:

$$Y_{(2016)} = 25.7 + 13.93 (8) = 137.14$$