كلية الاقتصاد

الجدوى الاقتصادية

السنة الثالثة القسم الأول

مدرس المقرر

د. رياض الأشتر

العام الدراسي 2022/2023م

المفاهيم الأساسية للمشروع الاستثماري

الأهداف التعليمية

- المشروع الاستثماري
- أهداف المشروعات الاستثماري
- طبيعة العلاقة بين العائد ودرجة المخاطرة
- العوامل التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند اتخاذ قرار استثماري
- محددات الاستثمار
- المراحل التي تمر بها (إقامة) المشروعات الاستثمارية

§-١ مفاهيم وتعاريف أساسية[1]

١-١ المشروع الاستثماري :

كيان مستقل نسبياً يمثل نشاط اقتصادي يديره ويملكه أو يديره فقط منظم يقوم بعملية مزج عناصر الإنتاج بهدف إنتاج سلع وخدمات، وعرضها في السوق خلال فترة زمنية مع الأخذ بعين الاعتبار المخاطر المترتبة على ذلك .

مما تقدم يمكن القول بأن عناصر النشاط الاستثماري تتلخص فيما يلي:

- مشروع مستقل نسبياً.

---

[1] محاضرات بدراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات ألقاها الدكتور عامر العبدالله على طلبة السنة الثالثة بكلية الاقتصاد.

- وجود منظم ومستثمر يقود عمليات الإنتاج.
- إنتاج السلع والخدمات.
- وجود السوق لتصريف المنتجات .
- المخاطرة وعدم التأكد.
- يمكن أن ينتمي المشروع للقطاع الخاص أو العام أو كليهما .

١-٢ أهداف المشروعات الاستثمارية

- السيطرة على أكبر نسبة من السوق.
- زيادة الإيرادات ومن ثم تنمية الأرباح.
- تحقيق أهداف مدراء المشروع.
- الاحتفاظ بدرجة سيولة مناسبة (موقف مالي سليم).
- قد يكون الهدف من الإنفاق الاستثماري لمشروع قائم هو حماية النشاط الرئيسي من مخاطر توقف الإنتاج فمثلا بعض المشروعات تهتم بإنشاء وحدات إنتاجية مستقلة، تهدف لتصنيع قطع الغيار التي يحتاجها المشروع حتى لا تتعرض لخطر توقف الإنتاج.
- تستهدف المشروعات الاستثمارية حداً من النمو والتوسع مستقبلاً عائداً مرضياً.

١-٣ طبيعة العلاقة بين العائد ودرجة المخاطرة:

عائد الاستثمار: هو "العائد الذي يحصل عليه صاحب رأس المال مقابل تخليه عن الاستمتاع بماله للغير ولفترة زمنية معينة"، أويمكن أن يعرف على انه " ثمن لتحمل عنصر المخاطرة اوعدم التأكد"، وكلما كان طموح المستثمر بالحصول على عائد اكبر كانت درجة المخاطرة اكبر فالعلاقة طردية. وهناك علاقة أيضا بين طول فترة الاستثمار ودرجة المخاطرة، أي كلما زادت الفترة لاسترجاع رأس المال المستثمر زادت درجة المخاطرة. والمخاطرة تظهر نتيجة لظروف عدم التأكد المحيطة باحتمالات تحقيق أم عدم تحقيق العائد المتوقع. والعلاقة بين العائد ودرجة المخاطرة تكون متباينة بحسب طبيعة وحجم الاستثمار.

تختلف استراتيجية الاستثمار باختلاف أولويات المستثمرين والتي تتأثر بعدة عوامل: **الربحية، السيولة، الأمان**. والربحية تتمثل بمعدل العائد، أما السيولة والأمان فيتوقفان على مدى تحمل المستثمر لعنصر المخاطرة.

أنواع المستثمرين:

- **المستثمر المتحفظ:** وهوالذي يعطي عنصر الأمان الأولوية.
- **المستثمر المضارب:** وهوالذي يعطي عنصر الربحية الأولوية.
- **المستثمر المتوازن:** وهذا النوع يمثل النمط الأكثر عقلانية والذي يوازن بين العائد والمخاطرة.

١-٤- العوامل التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند اتخاذ قرار استثماري لا بد من أخذ عاملين بعين الاعتبار:

أولا: أن يعتمد اتخاذ القرار الاستثماري على أسس علمية. ولتحقيق ذلك لابد من اتخاذ الخطوات التالية:

- تحديد الهدف الأساسي للاستثمار.
- تجميع المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار.
- تقييم العوائد المتوقعة للفرص الاستثمارية المقترحة.
- اختيار البديل أوالفرصة الاستثمارية المناسبة للأهداف المحددة.

ثانيا: يجب على متخذ القرارات أن يراعي بعض المبادئ عند اتخاذ القرار منها:

- مبدأ تعدد الخيارات أوالفرص الاستثمارية.
- مبدأ الخبرة والتأهيل.
- مبدأ الملائمة (أي اختيار المجال الاستثماري المناسب).
- مبدأ التنوع اوتوزيع المخاطر الاستثمارية.

١-٥- محددات الاستثمار:

- سعر الفائدة (علاقة عكسية طبقاً للمفهوم الاقتصادي للاستثمار).
- الكفاية الحدية لرأس المال (الإنتاجية الحدية لرأس المال المستثمر أو العائد على رأس المال المستثمر).
- التقدم العلمي والتكنولوجي.

- درجة المخاطرة.
- مدى توفر الاستقرار الاقتصادي والسياسي والمناخ الاستثماري.
- عوامل أخرى: مثل توفر الوعي الادخاري والاستثماري وكذلك مدى توفر السوق المالية الفعالة.

المراحل التي تمر بها (أي) المشروعات الاستثمارية

المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل الاستثمار (أي مرحلة ما قبل التنفيذ)، وتتضمن هذه المرحلة:

1 ـ التعرف على فرص الاستثمار المتاحة.

2 ـ دراسة الجدوى المبدئية.

3 ـ دراسة الجدوى النهائية.

4 ـ تقييم المشروع وتقرير مدى الصلاحية.

المرحلة الثانية: مرحلة تنفيذ المشروع، وتتضمن:

1 ـ تصميم المشروع.

2 ـ التفاوض والتعاقد.

3 ـ إنشاء المشروع وتنفيذه.

4 ـ تجارب التشغيل.

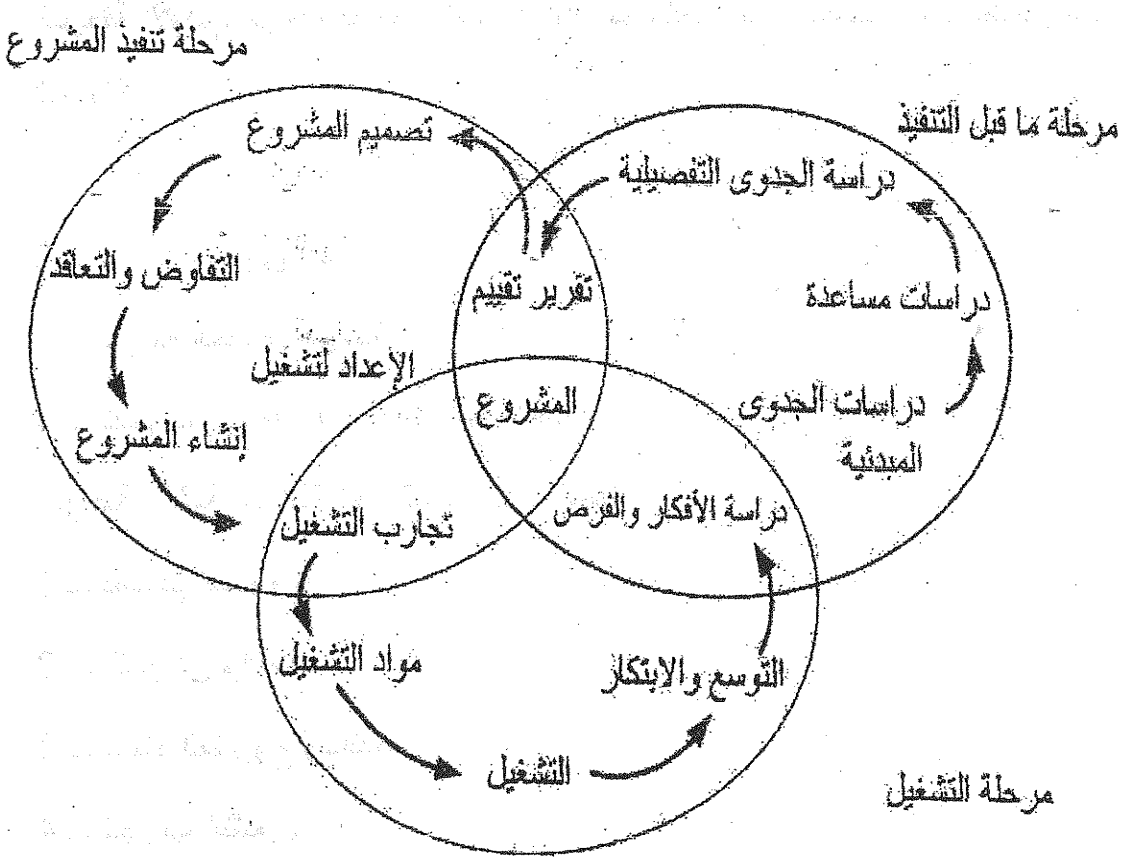
المرحلة الثالثة: مرحلة تشغيل المشروع، وتتضمن:

1 ـ البدء بالإنتاج.

2 ـ التسويق.

3 ـ البيع.

وهناك ارتباط وثيق بين المراحل الثلاث التي يمر بها المشروع الاستثماري، حيث تتضمن كل مرحلة من هذه المراحل عدّة أنشطة متوازية ومتداخلة أحياناً مع المراحل التالية لها، ويتضح هذا التداخل بين المراحل الثلاث بالشكل رقم (1):



الشكل رقم.(1): دورة حياة المشروع

يلاحظ من الشكل أن مرحلة ما قبل الاستثمار تتضمن دراسة الأفكار والفرص الاستثمارية، وترتبط هذه العملية بالمرحلة الثالثة (مرحلة التشغيل)، فقد تنشأ الأفكار الجديدة من الآراء والمقترحات التي يبديها عملاء المنشأة أو الموزعين أو المنافسين مما يستدعي دراسة الفرص من قبل القائمين علي تشغيل المنشأة القائمة على التوسع والابتكار ومن ثم تجديد أو إحلال آلات أكثر تقنيةً.

كما يتضح من الشكل رقم (1) أن هناك تداخل بين مرحلة الابتكار ومرحلة ما قبل الاستثمار (ما قبل التنفيذ)، ومرحلة التنفيذ من خلال تقرير تقييم المشروع ومدى الصلاحية.

المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل الاستثمار (ما قبل التنفيذ):

يتوقف نجاح المشروع أو فشله على نتائج التحليل القانوني والبيئي والتسويقي والفني والمالي، حيث تتكون هذه المرحلة من مجموعة من العناصر والإجراءات المتتابعة والتي تشكل بمجملها دراسة الجدوى الاقتصادية، وتفيد هذه المرحلة بـ:

ـ إعطاء فكرة واضحة للمستثمرين أو متخذي القرار باتخاذ القرار المناسب بالاستثمار أو رفضه.

ـ تحليل فرصة الإستثمار خطوة بخطوة، وبالتالي التمكن من عرض حلول بديله.

ـ إعطاء صورة واضحة للمؤسسات التمويلية والأجنبية عن صلاحية المشروع وجدواه الاقتصادية، وبالتالي تمويل المشروعات ذات الجدوى الاقتصادية من قبل هذه المؤسسات (البنوك).

ويتوقف نجاح المشروع منذ لحظاته الأولى على درجة اتساع وتفصيل دراسات الجدوى الاقتصادية، إذ تسهم درجة الاتساع وكفاية الدراسة والتحليل للاستثمار، بشكل كبير في تحديد مدى نجاح تشغيل الاستثمار المطلوب، لذلك يجب الأخذ بعين الاعتبار العديد من المتطلبات الأساسية اللازمة للدراسات الاستطلاعية التي يتعين أن يلم بها القائم على دراسات الجدوى والتي يحتاج إليها في معالجته وتحليله. ويمكن إجمال هذه المتطلبات بما يلي:

1 ـ الفهم الواضح لطبيعة ونشاط المشروع ونطاقه.

2 ـ إمكانية وكيفية الحصول على البيانات اللازمة لدراسات الجدوى في الوقت المناسب والتكلفة الاقتصادية.

3 ـ القدرة على الاختيار بين البدائل والتحقق منها.

4 ـ شكل الفريق الخاص بالدراسة وطبيعته، وحدود تكلفته وتمويله.

المرحلة الثانية: مرحلة تنفيذ المشروع:

ينتقل المشروع في هذه المرحلة من مجرد فكرة أو مقترح استثماري إلى مرحلة إعداد المنشأة للعمل والبدء بالتشغيل، ولكي يتحقق ذلك، لابد من أن يمر المشروع بالمراحل التالية:

1 ـ وضع الأسس القانونية والمالية والتنظيمية لتنفيذ المشروع.

2 ـ تصميم المشروع؛ أي التصميم الفني للمشروع، ووضع الجداول الزمنية للتنفيذ واستلام الأرض ومسحها وإعداد الموقع وتحديد الآلات المطلوبة واختيار الأسلوب الفني المناسب.

3 ـ التفاوض والتعاقد: أي التفاوض لعملية شراء المستلزمات الفنية والآلات والمعدات، بالإضافة إلى التعاقد مع المؤسسات المالية، وينبغي أن تتم إجراءات التفاوض والتعاقد بعناية في مرحلة الاستثمار على أن تنصرف المفاوضات إلى إبرام العقود الخاصة بتشييد المباني وشراء الآلات والمعدات وتركيبها وفق خطة زمنية محددة.

4 ـ بدء التجارب: تستغرق فترة التجارب بين شهر وثلاثة أشهر، حيث تليها فترة التشغيل، فكلما كانت التجارب ناجحة تعتبر خير دليل على ملائمة المراحل السابقة.وتتضمن هذه المرحلة الإعداد الجيد والكفء للمنشأة، فإعداد المنشأة للعمل بشكل جيد قبل وقت كافٍ من الوقت المتوقع لبدء التشغيل، سيوفر للمنشأة المناخ المناسب في عمليات الإنتاج والتسويق والبيع في الوقت الزمني المحدد.

المرحلة الثالثة: مرحلة تشغيل المشروع:

ترتبط هذه المرحلة بكل من مرحلة ما قبل الاستثمار ومرحلة الاستثمار، ويتم النظر إلى هذه المرحلة بأنها المرحلة الحاكمة في بدء تحقيق أهداف المشروع؛ أي بدء الإنتاج، حيث تظهر أهمية تناولها من خلال المشاكل التي تواجه المستثمرين وتنقسم هذه المشاكل إلى مشاكل قصيرة الأجل، ومشاكل طويلة الأجل.

1 ـ مشاكل تتعلق ببدء توقيت الإنتاج وفقاً للبرنامج الزمني الموضوع وأثر ذلك على المشروع، ومن الأفضل تدارك مثل هذه الأمور بشكلٍ مبكر، والالتزام قدر الإمكان بالبرنامج الزمني الموضوع والمحدد.

2 ـ مشاكل تتعلق باحتمال انخفاض الإيرادات وزيادة تكاليف التشغيل عما كان محدداً في دراسة الجدوى الاقتصادية وعلاجه.

ومن أهم المشاكل قصيرة الأجل ما يتعلق بتطبيق تقنيات الإنتاج أو تشغيل المعدات، أو انخفاض إنتاجية العمل بسبب الافتقار للعمال والموظفين المؤهلين.

أما المشاكل طويلة الأجل فهي تنجم عن جراء تطبيق استراتيجية معينة في الإنتاج والتسويق، وربما تكون هذه الاستراتيجية حاطئة نتيجة الاعتماد على نتائج إحصائية غير صحيحة في مرحلة ما قبل الاستثمار.

المبحث الثاني

الجـدوى الاقتصادية

ماهيتها – تعريفها – مجالات تطبيقها

يعتبر قرار الاستثمار من أهم القرارات الاقتصادية وأخطرها، وذلك لارتباطه بالعديد من المتغيرات الاقتصادية الصعب التنبؤ بسلوكها. لذا لا بد من القيام بدراسة الجدوى التي تعتبر كسلسلة متتابعة ومتكاملة من الدراسات التي تساعد على اختيار القرار الاستثماري المناسب. وهذه الدراسة تتجلى أهميتها في تجنيب المستثمر من الانزلاق إلى المخاطر، وتحمل الخسائر، كما أنها تساعد في الوصول إلي أفضل تخصيص ممكن للموارد الاقتصادية التي تتصف بالندرة النسبية. وتساعد أيضا في معرفة التغيرات الاقتصادية والسياسية والقانونية المتوقع حدوثها خلال العمر الافتراضي للمشروع.

أولاً– ماهية دراسات الجدوى الاقتصادية

تعد مسألة تقييم المشروعات من المواضيع التي نالت اهتمام وعناية كبيرة خاصة في البلدان المتقدمة، باعتبارها تشكل مدخلاً أساسياً في صناعة القرار الاستثماري والتمويلي، ولما له من أثر فعال على تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال دراسة هذه القرارات وتحليلها والعمل على ترشيدها . ولأن إقامة المشروعات الاستثمارية أمر لا تتوقف آثاره على مستوى المستثمر فقط بل تتعدى لتشمل أجزاء الاقتصاد الوطني ككل، ولهذا فإن المشروعات التي تختارها منشآت الأعمال اليوم هي التي تتسبب في مقدرة المنشأة على التنافس في مجال الأعمال في المستقبل .فكفاءة المشروع الاقتصادي تقاس بمدى قدرته على تحقيق أقصى عائد ممكن وتحقيق الكفاءة الإنتاجية وزيادة الطاقة الإنتاجية وحسن استخدام الموارد المتاحة وتحقيق القيمة المضافة.

تعتمد عملية التقييم على ما يعرف بدراسات الجدوى الاقتصادية "Les études de faisabilité" والتي تشكل في الوقت الحاضر إحدى الأدوات الهامة للتخطيط الاستراتيجي، انبثقت من صلب النظرية الاقتصادية لتكون أداة علمية ذات أهمية كبرى في صناعة القرارات الاستثمارية، فالنظرية الاقتصادية تنظر إلى الموارد الاقتصادية المتاحة للاستثمار بأنها نادرة نسبيا، وهناك استخدامات متعددة عند توظيفها لإنتاج السلع والخدمات، لهذا لابد من استخدامها بشكل أمثل ومن ثم تطرح مشكلة التخصيص والاختيار من بين البدائل المتاحة، ومن هنا جاءت الحاجة إلى وجود علم لدراسة الجدوى الاقتصادية يضع المنهجية العلمية لاتخاذ القرارات الاستثمارية في ظروف تتسم بالمخاطرة وعدم التأكد، ولأن هناك ترابط وتداخل شديدين بين القرارين الاستثماري والتمويلي فإنه لا يتم تمويل المشروع ومنح القروض إلا بعد القيام بمثل هذه الدراسات والتي تمثل إحدى الأدوات الرئيسية التي يستند عليها لإثبات ربحية المشروع

وجدارته الائتمانية فهي تعد نوعاً من التخطيط والتقدير المستقبلي يحدد بشكل عام أبعاد المشروع من كافة نواحيه منذ بداية كونه فكرة حتى يحقق العائد المرجو منه.

وقد تزايد الاهتمام بدراسات الجدوى الاقتصادية في الآونة الأخيرة، في الدول النامية بصورة خاصة، وذلك لفشل الكثير من المشروعات التنموية في هذه الدول، الحكومية منها والخاصة، والتي كان من أهم أسباب فشلها هو عدم إجراء أو ضعف دراسات الجدوى الاقتصادية لتلك المشروعات قبل تنفيذها.

إن أهم مشاكل التنمية الاقتصادية في البلدان النامية هي اختيار المشاريع التي ستدرج في خطة التنمية، وتقييم المشاريع قيد التنفيذ لتصحيح انحرافاتها. فالمشكلة لا تكمن في نقص الموارد الاستثمارية فقط، بل في تخصيص هذه الموارد واستخدامه أفضل استخدام ممكن. فالاندفاع لتنفيذ مشاريع غير مدروسة بدافع الحماس أو التقليد أو لأسباب سياسية، تكون النتيجة مشاريع فاشلة اقتصادياً وتجميد موارد استثمارية في شكل طاقات معطلة، وكثيراً ما تهمل هذه الدول أعادة تقييم مشاريعها مما يفوت عليها فرصة الاستثمار الأمثل لمواردها المتاحة ولتجنب تلك المشاكل:

- يجب إعداد دراسة شاملة تعتمد على آخر ما توصل إليه علم الاقتصاد، وبهذا تتحول عملية التخطيط على مستوى المشروع وعلى مستوى الاقتصاد كله إلى عملية واعية مدروسة وليس مجرد آراء مغامر أو رجماً بالغيب.
- يجب متابعة هذا المشروع إبان التنفيذ والتشغيل لكشف الانحرافات عن الخطة المرسومة وتصحيحها.
- إن أهمية اختيار المشروع الاستثماري وخطورته ومن ثم مراقبته وتقييمه تتعلق بأهمية وخطورة الهدف من ذلك، ألا وهو التنمية.
- فالاختيار الخاطئ سيؤدي بالضرورة إلى الإضرار بالدخل القومي بدلاً من إنمائه، وضياع الموارد المتاحة وتفويت فرصة استثمارها الاستثمار الأمثل.
- لذا فإن التقييم الجيد للمشروعات قبل تنفيذها وبعده، يجنب المجتمع الآثار الضارة التي قد تنجم عن ارتجال مشروعات فاشلة.
- إن اتخاذ القرار بتنفيذ أي مشروع اقتصادي يعني تخصيص جزء من الموارد الوطنية للقيام به في سبيل الحصول على المنافع المرتقبة منه، وإعطاء هذا المشروع الأفضلية على المشاريع الأخرى المقترحة.
- لذا يجب المقارنة بين مختلف المشاريع المقترحة للتنفيذ بمعايير محددة قبل تبني أي منها واختياره.

- للمقارنة يتوجب القيام بدراسات متعددة لكل مشروع تتناول جوانبه الفنية والاقتصادية والمالية والإدارية، يطلق عليها دراسات الجدوى الاقتصادية.
- إن عملية المفاضلة بين مختلف المشاريع يجب أن تكون سليمة وموضوعية، ولا يتحقق ذلك إلا إذا كانت طريقة التقويم واحدة وتستند لأسلوب علمي وموضوعي.

ثانياً– مفهوم وتعريف دراسات الجدوى الاقتصادية

يعتبر علم دراسات جدوى المشاريع الاقتصادية علماً معقداً ومتشابكاً. ويقصد بكلمة الجدوى بالنسبة للمشاريع الاقتصادية، الفائدة أو العائد المتوقع حدوثه من المشروع، وقد يكون هذا العائد ماديا أي ربحا والذي سوف يعود على صاحب المشروع وقد يكون اجتماعيا وهو الفائدة التي سوف تعود على المجتمع جراء القيام بالمشروع مثل: إشباع حاجة لدى المجتمع، تشغيل عدد من العمال كحل لمشكل البطالة أو تلبية احتياجات السوق المحلية من سلعة أو خدمة معينة.

وتمتد جذور دراسة الجدوى إلى عام 1936 عندما قامت الولايات المتحدة الأمريكية بإصدار قانون التحكم في الفيضانات، الذي يجيز إقامة مشروعات مقاومة للفيضان في حالة تفوق منافعها عن تكاليفها . وتعتمد في ذلك على أسلوب تحليل المنافع والتكاليف، ولقد شاع استخدام هذا المصطلح في العديد من الكتابات بمفاهيم عديدة نلمسها خاصة في الكتابات الأولى للاقتصادي "جون مينارد كينز"، عندما تناول في الثلاثينيات والأربعينيات معدل العائد على الاستثمارات وفكرة تكلفة رأس المال. أو عند الاقتصادي "دين جول" سنة 1951 عندما أصدر كتاب لمعالجة المشاكل الخاصة بالمشروعات الاستثمارية.

إلا أن أول عمل ظهر محتوياً المبادئ الأساسية لتلك الدراسات كان عام 1950 في صورة كتاب قامت لجنة فيدرالية بالولايات المتحدة الأمريكية بإعداده وعرف بالكتاب الأخضر، ولقد تلت بعد ذلك عدة أعمال وكتابات عن هذا الموضوع محاولة وضع المبادئ والقواعد الأساسية المتبعة في تقييم المشروعات من أهمها :دليل منظمة التعاون الاقتصادي OECD عام 1969 وتم تطويره عام 1974 ، دليل البنك الدولي عام 1975 ، دليل لإعداد دراسات الجدوى من منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية عام 1972 وطور عام 1993 ، وبفضل هذه الأعمال بدأ يتبلور هذا الموضوع ليشكل أحد الفروع الهامة في الاقتصاد التطبيقي ويستمد منهجيته من النظرية الاقتصادية الجزئية والكلية ومتأثراً إلى جانب ذلك ببعض العلوم الأخرى مثل المحاسبة والإدارة وبحوث العمليات.[1]

ورغم تعدد المفاهيم حول مصطلح دراسة الجدوى إلا أنه يتراوح مداها بين المفهوم الواسع الذي يشمل كافة الدراسات التمهيدية والتفصيلية التي تتم على الفرص الاستثمارية منذ بحثها كفكرة استثمارية حتى الوصول إلى القرار النهائي بقبول الفرص أو رفضها حسب المعايير الاقتصادية، أما المفهوم الآخر

---

[1] زردق أحمد عبدالرحيم وبسيوني محمد سعيد، 2011 – مبادئ دراسات الجدوى الاقتصادية. منشورات جامعة بنها. ص 5 وما بعد.

لدراسة الجدوى فيتمثل في المفهوم الضيق والذي يميز بين دراسات التعرف على الفرص الاستثمارية، ودراسات الجدوى والتقييم، وبغض النظر عن تعدد التقسيمات لمراحل جدوى المشروعات فإن الهدف النهائي من ذلك كله هو الوصول إلى قرار قبول أو رفض الفرص الاستثمارية محل الدراسة، الأمر الذي يحتم على متخذي قرار الاستثمار القيام مسبقاً بمجموعة دراسات متكاملة لمعرفة جدوى الفرص الاستثمارية المتاحة من مختلف جوانبها وما يمكن أن تفرزه من آثار ونتائج على تنفيذها على المستوى الفردي والكلي.

ثالثاً- تعريف دراسة الجدوى الاقتصادية

انطلاقا من الهدف النهائي الذي تصبو إليه دراسة جدوى المشروعات الاستثمارية وعلى ضوء ما سبق يمكن تعريف دراسة جدوى المشروعات الاقتصادية على أنها:

" مجموعة الاختبارات والتقديرات التي يتم إعدادها بنية الحكم على صلاحية المشروع الاستثماري المقترح، أو القرار الاستثماري وذلك على ضوء توقعات التكاليف والفوائد المباشرة وغير مباشرة، وذلك طوال العمر الافتراضي للمشروع".

وتعرف منظمة التنمية الصناعية (UNIDO) دراسة الجدوى بأنها تلك الدراسة التي تحدد الطاقة الإنتاجية للمشروع في موقع مختار، باستخدام طريقة فنية محددة للإنتاج ملائمة للمواد الخام وبتكاليف استثمارية وتشغيلية مقررة وبإيرادات متوقعة تحقق عائدا محددا على الاستثمار[1] .

دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع هي الأسلوب العلمي لتقدير احتمالات النجاح أو فشل مشروع ما قبل بدء التنفيذ الفعلي لذلك المشروع، وذلك على ضوء قدرة المشروع على تحقيق أهداف المستثمر ومدى نجاح فكرته الاستثمارية، ومن هنا فان دراسة الجدوى تعتبر الأداة العلمية التي قد تجنب صاحب رأس المال أو المستثمر على تحمل الخسائر المحتملة وذلك قبل البدء في عملية الاستثمار[2].

– أبرز السمات المميزة لدراسات الجدوى

1-النظرة المستقبلية : أيَ أنها تتعامل مع المستقبل فدراسة الجدوى تعنى بدراسة إمكانية تنفيذ فكرة استثمارية يمتد عمرها إلى عدة سنوات، ويمتاز عنصر الوقت فيها بالأهمية البالغة نتيجة عدم ثبات الفرص التسويقية المتاحة أمام المشروع لفترات طويلة، وذلك بسبب التطورات المستمرة في بيئة المشروع مما يتطلب ضرورة تحديث الدراسات باستمرار.

---

(1) – شقيري نوري موسى، وآخرون، 2009– دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص 22

(2) – نعيم نمر داود، 2011 – دراسة الجدوى الاقتصادية، دار البداية ، الأردن ، ، ص 21

2- طالما أن الدراسة تتعلق بالمستقبل فإن محتوياتها تمثل تقديرات احتمالية تحمل في طياتها احتمالات مطابقة الواقع أو الانحراف عنه، مما يعطي أهمية متزايدة لمراعاة الدقة في هذه التقديرات.

3- تعدد المراحل وترابطها إن دراسة الجدوى لمشروع ما تتكون من عدة مراحل وخطوات متخصصة مترابطة ومتداخلة ومتتابعة، حيث تمثل نتائج كل مرحلة مدخلات للمرحلة التي تليها، وفي نهاية كل مرحلة يتم اتخاذ قرار إما بالانتقال إلى المرحلة التالية أو التوقف .لذلك، فإن أي خطأ في إعداد أية مرحلة ينعكس أثره بشكل مباشر على المرحلة اللاحقة لها.

4- أنها دراسة لا يمكن إنجازها من قبل خبير واحد وإنما من قبل فريق من الخبراء كل حسب تخصصه حيث يقوم خبراء التسويق بإعداد دراسة السوق، والمهندسون والخبراء الفنيون بإعداد الدراسة الفنية في حين يقوم الخبراء الماليون بإعداد الدراسة المالية والاقتصادية للمشروع.

و يمكن تصنيف تطبيقات دراسات الجدوى الاقتصادية بشكل عام في مجالين رئيسيين[1]:

رابعاً- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات قبل تنفيذها:

وهذا النوع من دراسات الجدوى يسمى (دراسات التقويم السابق) وتتم وفق للمعطيات والبيانات المتوفرة عن المشروع قبل بدايته، وتتضمن: أجمالي الاستثمارات اللازمة للمشروع، المباني، الآلات والمعدات والتجهيزات ومصادر التمويل، وشروط التمويل ومعدل المرابحة ومواعيد السداد وفترة السماح إن وجدت – إضافة إلى أنواع المنتجات وحجمها، والمدخلات من المواد الأولية ومستلزمات الإنتاج (أنواعها، كمياتها، وأسعارها) وحجم وتكلفة العمالة، وحجم المبيعات والإيرادات....الخ.

خامساً- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات بعد تنفيذها:

وهذا النوع من دراسات الجدوى يسمى (دراسات التقويم اللاحق)، وتتم بعد تنفيذ المشروع وبدء نشاطه الاقتصادي، وتهدف إلى تحديد وتحليل مواطن الخلل التي حصلت بعد أن تجسد المشروع على أرض الواقع، وذلك من خلال مقارنتها مع مؤشرات التقويم السابق، واتخاذ قرارات التصحيح المناسبة بما يتفق بمؤشرات كفاءة الأداء المخططة.

سادساً- أهمية دراسة الجدوى

تتجلى أهمية دراسة الجدوى في صناعة القرار الاستثماري بالنسبة للعديد من الأطراف يمكن إيجازها فيما يلي:

1- بالنسبة للمستثمر الفرد

تعتبر دراسة الجدوى أداة لاتخاذ القرار الاستثماري الرشيد، حيث تساعد على الوصول إلى اختيار أفضل البدائل الاستثمارية باستخدام الموارد المتاحة أحسن استخدام ممكن، كما أنها تجنب المستثمر المخاطر وتحمل الخسائر وضياع الموارد خاصة في المشروعات الكبيرة التي يرصد لها موارد

---

(1) – حمدي عبد العظيم، 1995 – دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات. مكتبة النهضة المصرية، القاهرة.

ضخمة، وهي بذلك تمثل مرشداً للمستثمر على ضوء ما تحمله من نتائج ومعلومات خلال المراحل المختلفة لتنفيذ المشروع يمكن الرجوع إليها في مختلف مراحل التنفيذ، كما تساهم أيضاً في تحديد الهيكل الأمثل لتمويل المشروع والذي ينتج عنه مفهوم في غاية الأهمية وهو تكلفة رأس المال ويعتبر إحدى الأسس التي يقوم عليها صناعة القرار الاستثماري والتمويلي، والذي حاز على اهتمام كبير من الباحثين في مجال الإدارة المالية.

2- بالنسبة للبنك

تساعد دراسة الجدوى البنك التعرف على ظروف وأحوال البيئة التي يعمل فيها المشروع من خلال المعلومات المتاحة ومراحل نمو تلك البيئة والتفاعل معها، كما يجدر الإشارة إلى أن هناك أوجه تشابه كثيرة بين أساليب التحليل الائتماني التي يقوم بها البنك بغرض منح الائتمان المصرفي وأساليب التحليل في دراسات الجدوى الاقتصادية والتي تتقاطع كلاهما في الوصول إلى التأكد من قدرة العميل على سداد القرض في المواعيد المحددة قياس (الجدارة الائتمانية)، لهذا فالبنك لا يكتفي بالنظر إلى المعلومات التاريخية حول نشاط العميل ولكن يلجأ إلى استخدام أساليب التحليل التي تهتم بالمستقبل مثل الموازنات التخطيطية وتقدير التدفقات النقدية المستقبلية، وبذلك تفيد دراسة الجدوى في تحجيم المخاطر عند اتخاذ قرارات الاقتراض في المستقبل وترفع من درجة التأكد من إمكانية استرداد القرض في مواعيده.

3- بالنسبة للدولة

إن القيام بتنفيذ بعض الفرص الاستثمارية دون القيام بدراسة الجدوى يترتب عليه ضياع الموارد الاقتصادية، وأمام الحاجيات المتزايدة لأفراد المجتمع تساهم دراسة الجدوى في تحقيق التخصيص الأمثل للموارد الاقتصادية على المستوى القومي وذلك بتحديد الفرص الاستثمارية المتاحة على المستوى الكلي ثم ترتيب تلك الفرص حسب أهميتها وأولويتها، كما أن اختيار المشروعات ذات النفع العام من طرف الدولة يستوجب وجود أسلوب يساعد على المفاضلة بين هذه المشروعات من خلال مجموعة من المعايير توفرها دراسات الجدوى توفرها الجدوى، وتعمل أيضا على تحديد علاقة المشروع محل الدراسة بغيره من المشروعات.

إضافة لذلك وفي إطار التعريف بدراسات الجدوى الاقتصادية والتحليلات المرتبطة بها، يلاحظ الحاجة إلى دراسات الجدوى الاقتصادية، وازدياد أهميتها عبر الزمن، ويمكن رصد تلك الأهمية في العناصر التالية[1]:

---

(1) – لمزيد من الاطلاع أنظر:

– كبية محمد وآخرون،2007 – دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات. منشورات جامعة حلب ، كلية الاقتصاد، ص 18 وما بعد.

- تعتبر دراسات الجدوى الاقتصادية من أهم الأدوات التي يستعين بها متخذ القرار الاقتصادي، حيث تساعد على الوصول إلى أفضل البدائل الاستثمارية باستخدام الموارد المتاحة للمستثمر، سواء على مستوى المشروع الخاص وعلى المستوى العام.
- تساعد دراسات الجدوى في تحقيق التخصيص الكفء للموارد الاقتصادية التي تتصف بالندرة النسبية وتحتاج عملية التخصيص إلى أداة توصلنا إلى مجموعة من المعايير التي تثبت جدوى هذا التخصيص من عدمه وهي معايير الاستثمار التي تعمل على تقييم المشروعات وتخصيص الموارد للمشروع الذي يثبت جدواه.
- إن موافقة بعض الجهات على المشروعات الاستثمارية الخاصة لا تتم إلا بعد تقديم دراسات الجدوى الاقتصادية.
- توضح دراسات الجدوى الاقتصادية العوائد المتوقعة مقارنة بالتكاليف المتوقعة من الاستثمار طوال عمر المشروع الافتراضي.
- يتوقف قرار مؤسسات التمويل فيما يتعلق بمنح الائتمان على دراسات الجدوى المقدمة لها، وكذلك تعتمد مؤسسات التمويل الدولية على دراسات الجدوى الاقتصادية عند منح مساعداتها لإقامة مشروعات التنمية الإقليمية في الدول النامية.
- يلاحظ أن البنوك والمؤسسات المالية لا تتخذ قراراً بتمويل المشروع ومنح القروض، إلا من خلال دراسات الجدوى، بل وتتزايد في أهمية دراسات الجدوى في هذا المجال بغرض جعلها أحد الأدوات الرئيسية للتعرف على حجم الجدارة الائتمانية للعملاء وبالتالي تتحول إلى أن تكون من أهم الضمانات التي تكفل استرداد القرض من عدمه.

سابعاً – أهداف دراسات الجدوى:

تسعى دراسات الجدوى إلى تحقيق عدة أهداف نذكر أهمها:

أ – اختيار المشروعات الاستثمارية التي تحقق أكبر نفع صافي للمجتمع، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق التخصيص الأمثل للموارد الاستثمارية النادرة، إذ يتعين على المشروعات التي يقع عليها الاختيار أن تتصف بالفعالية والكفاءة وقابلية النمو والملائمة.

ب – إتاحة الفرصة لاختيار المشروعات التي تساهم في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية مثل : البطالة، عجز ميزان المدفوعات، عدم عدالة توزيع الدخل، ويتم هذا من خلال إدخال بعض الاعتبارات الاجتماعية في عملية التقييم.

وأيضاً عبد الحميد عبد المطلب، 2006 – دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية. مرجع سبق ذكره، ص19.

ج– من الأهداف الفرعية الأخرى، الحصول على ترخيص بإقامة المشروع من الجهات الحكومية المختصة، فصاحب المشروع يتعين عليه تقديم دراسة الجدوى إلى الجهات الحكومية المختصة والتي بدورها تقوم بتعديلات على هذه الدراسة لتختبر مستوى الربحية القومية أو الاجتماعية للمشروع.

د– تمثل دراسة الجدوى بالنسبة للبنوك كمستند يثبت ربحية المشروع وكفاءته وقدرته على سداد القرض.

ثامناً– مجالات تطبيق دراسة الجدوى الاقتصادية

كما ذكرنا سابقاً إن تتم دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات قبل تنفيذها وتسمى **دراسات (التقويم السابق)** ودراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات بعد تنفيذها وتسمى (**التقويم اللاحق**)، إلا أن تجدر الإشارة هنا إلى أن دراسات الجدوى الاقتصادية التي سيتم التركيز عليها في هذا المقرر هي دراسات التقويم السابق، وبالتالي فإن دراسة الجدوى الاقتصادية تستهدف المشروعات الاستثمارية التي تأخذ الأشكال التالية:

1– المشاريع الجديدة كلياً

بمعنى أن هذه المشروعات لم تبدأ نشاطها الاقتصادي بعد. وهذا النوع من الاستثمارات يجسد التوسع الأفقي للاستثمارات، كما أن هذا النوع من **دراسات الجدوى الاقتصادية** يشمل جميع أنواع المشروعات الاستثمارية، وذلك بغض النظر عن انتماء المشروع وطبيعة نشاطه وحجمه، سواء أكانت مشروعات نفع عام (مشروعات القطاع العام) أو مشروعات ذات نفع خاص(مشروعات القطاع الخاص، وسواء أكان نشاط المشروع إنتاجياً، أم خدمياً، أم زراعياً، أم صناعياً، أم تجارياً) ومهما كان المشروع صغيراً أم كبيراً والفارق الوحيد بين دراسات الجدوى لهذه المشروعات، يكمن في تكلفة الدراسة والخبرات العلمية للقائمين عليها.

2– الأصول الإنتاجية الجديدة.

والتي تمثل إضافة رأسمالية إلى مشروع قائم ويحتاج إلى توسعه، وفي هذه الحالة تقتصر دراسة الجدوى الاقتصادية على الأصول الإنتاجية المزمع إضافتها إلى الجزء الفعال (الآلات والمعدات والتجهيزات ...الخ) أو الجزء غير الفعال (مبان ومستودعات وصالات إنتاجية)، أو كليهما معاً للجهاز الإنتاجي القائم، وتتم عادة توسعة المشروع الإنتاجي لسبب أو أكثر من الأسباب التالية:

– إضافة خطوط إنتاجية إلى الجهاز الإنتاجي القائم.

– إنشاء فرع إنتاجي جديد في منطقة جغرافية نظراً لتوسع الشريحة الاستهلاكية المستهدفة في هذه المنطقة، وقد يكون هذا الفرع تابعاً للمشروع الأم.

– إقامة مشروع لإنتاج مواد أولية تستخدم في العملية الإنتاجية، وهذه المادة الأولية كانت تستورد من الخارج، وأصبح بالإمكان تصنيعها في الداخل.

3- استبدال أصول إنتاجية قائمة بأصول إنتاجية جديدة:

في هذه الحالة تقدم دراسة الجدوى الاقتصادية جواباً على صوابية اتخاذ القرار الاستثماري بإجراء عملية الإحلال والتجديد من عدمها. ومن المعروف أن الأصول الإنتاجية تتعرض لنوعين من الاهتلاك خلال عمرها الاقتصادي المفترض وهما:

أ- الاهتلاك المادي (الفيزيائي):

الاهتلاك المادي هو الاهتلاك الناتج عن تلف الأصول الإنتاجية وعجزها عن تأدية وظيفتها. وينجم هذا النوع من الاهتلاك نتيجة استعمال الأصول في العملية الإنتاجية(اهتلاك استعمالي)، أو نتيجة العوامل البيئية المحيطة كالرياح والأمطار والرطوبة ... الخ (اهتلاك طبيعي).

ويؤدي هذا إلى انتهاء العمر الاقتصادي للآلة وبالتالي لا بد أن تستبدل. فبعد مرور الفترة الزمنية لهذه الآلة تكون قد اهتلكت فيزيائياً ولم تعد قادرة على المتابعة إلا بعد عمليات الصيانة وقد تشكل مصاريف الصيانة % 30 من تكاليف الإنتاج، وبالتالي فالمنشأة لا يمكن أن تستمر وبالتالي لا بد أن يتم استبدل هذه الآلة بعد نهاية عمرها الإنتاجي وإجراء عمليات الإحلال والتجديد والشطب وجلب أصل إنتاجي آخر لدائرة الإنتاج.

ب – الاهتلاك المعنوي:

وهو الفقدان التدريجي لقيمة الأصول بعض النظر عن فقدانها لخصائصها التقنية- الإنتاجية ويظهر هذا النوع نتيجة ظهور تقنيات جديدة (أصول إنتاجية) ذات إنتاجية أعلى فتفقد الأصول القديمة قيمتها نتيجة لذلك. فالآلة القديمة هنا تهتلك معنوياً بسبب ظهور الآلة الجديدة بطاقة إنتاجية أعلى وتكاليف أقل، وفي كلا الحالتين لا بد من إعداد دراسة الجدوى الاقتصادية المناسبة.

وبالتالي فإن الهدف المزدوج للاهتلاك هو الحفاظ على رأس مال المشروع من جهة، وزيادة قدرته الإنتاجية من جهة ثانية. وتدخل مخصصات الاهتلاك في جانب التكاليف، ولأنها لا تخضع إلى الضريبة، فكلما زادت، انخفض مطرح الضريبة وزادت الأرباح وقدرة المشروع على تمويل نفسه.

وبناء على ما تقدم تجرى دراسات الجدوى الاقتصادية لتمكين المستثمر من اتخاذ القرار الاستثماري من خلال المفاضل بين بديلين:

- **البديل المدافع:**

وهو الأصل الإنتاجي الفعال (الآلة) الموجودة على خطوط الإنتاج القائم ويعمل الآن. وتجرى الدراسة بهدف شطبه من الأصول الإنتاجية العاملة واستبداله من خلال إحلال أصل إنتاجي جديد محله.

- البديل المنافس:

وهو البديل الجديد المرشح لكي يحل مكان البديل القائم، نظراً لاهتلاك هذا الأخير فيزيائياً أو معنوياً. وبدراسة الجدوى الاقتصادية لهذين البديلين، يستطيع المستثمر أن يجد جواباً علمياً على قراره باتخاذ القرار الاستثماري بإجراء عملية الاستبدال أو عدمه.

تاسعاً- دراسات الجدوى الاقتصادية للتطوير التكنولوجي:

إن اهتمام الشركات والمشروعات بمجال البحث والتطوير أصبح اليوم أمر ذا أهمية قصوى وخاصة مع دخول العالم مرحلة الثورة التكنولوجية والمعلوماتية وتزايد التنافسية، مما يجعل القائمين على إدارة المشروعات يتابعون باهتمام التطورات الحادثة في أساليب التكنولوجيا، ومحاولة استخدامها في العمليات الإنتاجية، الأمر الذي يحتاج إلى دراسة جدوى الاختيار بين بدائل التكنولوجيا.

عاشراً- العقبات والصعوبات التي تواجه إعداد دراسات الجدوى

في الواقع على الرغم من الأهمية الكبيرة لدراسات الجدوى الاقتصادية والمتمثلة بكونها بوصلة الاستثمارات وترشيد القرار الاستثماري، وتوجيهه إلى المجالات الأفضل للاستثمار، إلا أن هناك بعض الصعوبات التي قد تواجه القائمين على إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات الاستثمارية ومن أهم هذه الصعوبات:

- سرعة التغير في المعطيات المتعلقة بالأسعار والأسواق وحجم الطلب وأذواق المستهلكين وذلك على المستويات المحلية والإقليمية والدولية. وهذه الصعوبات يمكن تجاوزها من خلال تحليلات الحساسية، وإعطاء هامش أكبر للتوقعات المتعلقة بزيادة التكاليف وانخفاض الإيرادات.
- صعوبة تقدير التدفقات النقدية الداخلة والخارجة، وخاصة فيما يتعلق بالمردود الاجتماعي، وذلك نظراً لصعوبة القياس الكمي لهذا المردود، وهذه الصعوبة ترتبط عادة بالمشاريع ذات النفع العام. أو تلك المتعلقة بتقدير قيمة الأصول الإنتاجية عند نهاية العمر الافتراضي دقيقاً للمشروع (أي قيمة الخردة). إذ أن قيمة الخردة تعتبر تدفقاً نقدياً داخلاً ويعالج معالجة الإيرادات، وبالتالي فإن تقدير هذه القيمة لن يكون دقيقاً، نظراً لطول الفترة الزمنية التي تمثل العمر الاقتصادي للمشروع.
- تباين السياسات النقدية والاقتصادية والاجتماعية التي تضعها الدولة من فترة لأخرى كالالتزام بالتسعير الجبري وما ينجم عنه من إعانات مالية غير مباشرة للمستهلك، خاصة في شركات القطاع العام.

في ظل العولمة والتحول لآليات السوق، تزداد مشاكل التعامل مع المتغيرات الداخلية في الاقتصاد الوطني والتغيرات العالمية على مستوى الاقتصاد العالمي، وهذا من شأنه أن يزيد مخاطر عدم اليقين في تقدير المتغيرات الداخلة في دراسات الجدوى على مدى العمر الافتراضي للمشروع

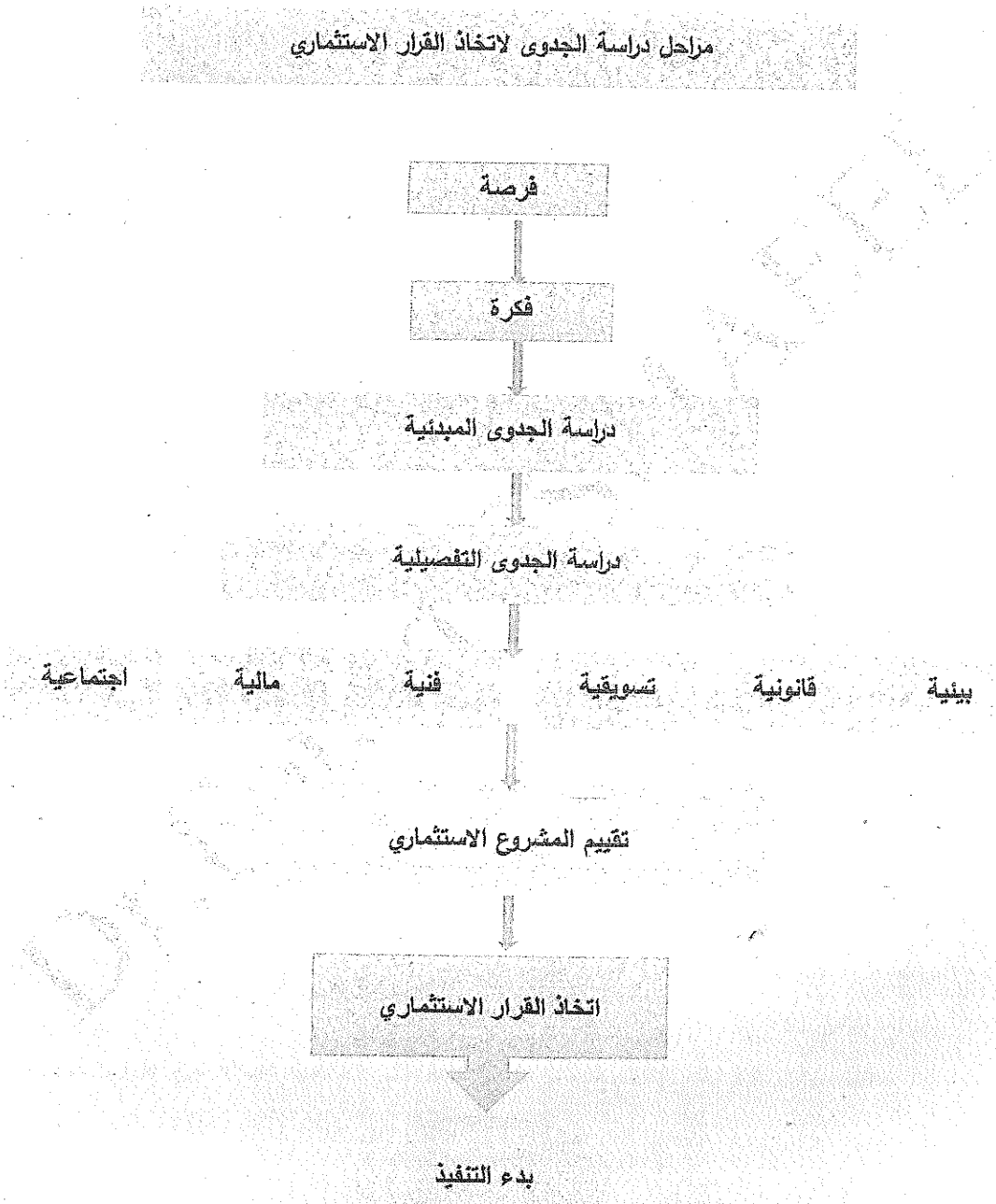
كالأسعار والطلب وأسلوب الإنتاج مما يتطلب البحث عن الوسائل التي تمكننا من التغلب على مثل هذه المشاكل، وهنا تلعب تحليلات الحساسية دورا فعالا في هذا المضمار.

- صعوبة التنبؤ بالكثير من المتغيرات التسويقية والفنية والمالية التي تؤثر على القرارات الاستثمارية، وهو ما ينعكس سلبا على تلك القرارات، وذلك بسبب تضارب السياسة الاستثمارية للدولة.
- قصور البنية الأساسية للمرافق العامة، مما يدفع بالمستثمرين في القطاع الخاص إلى التحول نحو مجالات الاستثمار ذات العوائد السريعة، والتي لا تحتاج إلى دراسة جدوى عميقة.
- صعوبة تحديد نقطة البداية والنهاية لكل مشروع استثماري بسبب تداخل متغيرات التقييم للمشروعات الاستثمارية، لذلك ينجم عن القصور الذي يحدث في أي مرحلة من مراحل دراسات الجدوى، قلة دقة وموضوعية باقي المراحل، بالإضافة إلى طول المدة التي تستغرقها عمليات إنشاء وتنفيذ المشروعات الاستثمارية لتعدد الأجهزة المختصة بدراسة وإقرار هذه المشروعات.
- غياب ثقافة دراسات الجدوى الاقتصادية، وخاصة لدي المستثمرين والصناعيين والتجار وغيرهم في البلدان النامية بشكل عام والبلدان العربية بشكل خاص.
- نقص البيانات والمعلومات المتعلقة بالمشروعات المعينة للدراسة.
- طول مدة تنفيذ المشروع عما هو مخطط له، مما يقلل من فائدة دراسة الجدوى التي سبق إعدادها عن المشروع. وهكذا بعد أن حددنا الإطار العام لدراسة الجدوى، ننتقل إلى الدراسة التفصيلية لها وهو موضوع الفصل التالي

الفصل الثاني

مراحل إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية:

هناك مجموعة من الخطوات التي تمر بها دراسة الجدوى، ومن الأفضل أن تكون هذه الخطوات متناسقة ومرتبة ومتسلسلة، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



٢-١-١ الفرصة الاستثماريّة :

كما هو ملاحظ من المخطط السابق ، نجد أنّ أولى مراحل إعداد دراسة الجدوى الاقتصاديّة تتمثل بوجود فرصة استثماريّة ، يتم انتقاؤها من مجموعة من الفرص الاستثماريّة التي يكتشفها المستثمر ، من خلال مراقبته ومتابعته لنشاط اقتصادي معيّن ضمن أحد القطاعات الاقتصاديّة التي تشكل محور اهتمامه .ويتم عادةً التقاط الفرص الاستثماريّة عن طريق مصادر داخليّة أو مصادر خارجيّة :

١- المصادر الداخليّة: تعتبر المصادر الداخليّة المصدر الرئيسي لاكتشاف الفرص الاستثماريّة، وخاصةً تلك المتعلقة بتوسيع المشروعات القائمة.ويقصد بالمصادر الداخليّة تلك الفرص الاستثماريّة التي تنبثق من الإدارات المختلفة المكوّنة للهيكل التنظيمي للمشروع، مثل إدارة التسويق، وإدارة المبيعات، وإدارة البحوث والتطوير ، الإدارة الهندسيّة ...الخ .إذ إنّ هذه الإدارات ومن خلال مزاولتها لأنشطتها اليوميّة ، يتبيّن لها أنّ هناك فرصاً استثماريّة يمكن أن تكون نواة لمشروع استثماري ، فقد تبيّن لدائرة المبيعات أو دائرة التسويق مثلاً ، أنّ هناك تنامياً في الطلب على منتجات (خدمات) المشروع ، وذلك من خلال مراقبة الخط البياني للمبيعات ، الأمر الذي يشكل فرصة استثماريّة تتمثل بضرورة توسيع نشاط المشروع القائم من خلال إضافة خط إنتاجي جديد ، أو إنشاء فرع جديد يتبع المشروع القائم ، وقد يكون الفرع الجديد في منطقة جغرافيّة أخرى . وهكذا تتحوّل هذه الفرصة الاستثماريّة إلى فكرة استثماريّة ، وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ التقاط الفرص الاستثماريّة من المصادر الداخليّة يعتبر موثوقاً إلى حدّ كبير وجدير بالاهتمام ، لأنّها تمثل انعكاساً لواقع ميداني .

٢- المصادر الخارجيّة: يتم اكتشاف الفرص الاستثماريّة من المصادر الخارجيّة عن طريق مراقبة ومتابعة المستحدث لمجموعة من المتغيّرات الاقتصاديّة على المستوى المحلّي والإقليمي والدولي. ومن خلال مراقبته لتطوّر هذه المتغيّرات يستطيع أن يرصد

الفرص الاستثماريّة التي يمكن أن تكون نواة لمشروع استثماري جديد أو توسعة مشروع استثماري قائم .

وأهمّ هذه المتغيّرات :

٢-١. الواردات :تمثل قوائم الواردات أهم المصادر الخارجيّة لاكتشاف الفرص الاستثماريّة ، فمن خلال مراقبة الواردات يستطيع المستثمر أن يلحظ الفجوة في الطلب على سلعة (خدمة) معيّنة ، وبالتالي من خلال تحليل قوائم الواردات على فترة زمنيّة معيّنة سنتين أو أكثر يتبيّن له أنّ هناك عجزاً يمكن أن تتم تغطيته محليّاً عن طريق إقامة مشروع استثماري لإنتاج أو تقديم هذه السلعة أو تلك الخدمة . وبناءً على ذلك فإنّ معظم الفرص الاستثماريّة المكتشفة عن طريق تحليل الواردات تنتهي إلى مشروعات استثماريّة في غالبيّتها تأخذ شكل صناعة (إحلال الواردات) .

٢-٢. مستوى الدخل وعدد السكان :إنّ زيادة مستوى الدخل وكذلك الزيادة المستمرّة لعدد السكان تشكلان مصدراً من مصادر الفرص الاستثمارية ، إذ إنّ زيادة الدخل تعني أنّ الطلب الفعّال (أي الطلب الذي تتعامل فيه الرغبة في الشراء مع القدرة على الشراء) سوف يزداد ، إضافةً إلى إمكانيّة تحوّل ما يسمّى بالطلب المستتر (أي الطلب الذي يتمثل بوجود رغبة في الشراء لكن دون وجود القدرة على تنفيذ هذه الرغبة) يمكن أن يتحوّل إلى طلب فعّال بفضل زيادة موازية في السلع والخدمات .وبناءً على ذلك فإنّ زيادة كل من الدخل والسكان كمتغيرين هامين لابدّ من أن يشكلا حافزاً لدى المستثمرين بالبحث عن الفرص الاستثماريّة الجديّة والتي يمكن أن تتحوّل إلى مشروعات استثماريّة تنتج سلعاً وخدمات تتوافق والزيادة في هذين المتغيرين .

٢-٣. خطط التنميّة :تلعب الخطط التنمويّة المعتمدة من قبل الحكومة دوراً هاماً في اكتشاف الفرص الاستثماريّة ، إذ إنّ الخطط التنمويّة تلحظ عادة نواحي التطور على مستوى القطاعات الرئيسيّة للاقتصاد الوطني وكذلك القطاعات الفرعيّة المتشعبة عنها .وبناءً على ذلك يستطيع المستثمر من خلال متابعة الخطط التنمويّة تحديد المجالات

الاستثماريّة التي يمكنه توظيف أمواله فيها ، من خلال مشروعات استثماريّة تستجيب وتتوافق مع خطط التنميّة المطروحة .

٢-٤. التطوّر التكنولوجي :إنّ التطوّر التكنولوجي بوتائر متسارعة ، أدّى إلى ظهور آلات ومعدّات وتجهيزات متطوّرة وذات إنتاجية مرتفعة ، وبالتالي فإنّ مراقبة المستثمر أو المستحدث لآخر المستجدّات في مجال تكنولوجيا الإنتاج يوّفر له فرصاً استثماريّة متعددة تسمح له بالمفاضلة بين البدائل المختلفة ، واختيار تكنولوجيا الإنتاج التي تؤمن له زيادة في الإنتاج واقتصاداً في التكاليف ، الأمر الذي يحقق له وفورات الحجم التي لم تكن متوفرة في تكنولوجيا سابقة ، ويكون المكان المناسب لالتقاط مثل هذه الفرص الاستثماريّة هو المعارض الدوليّة المتخصصة والتي تقام سنويّاً في مختلف أنحاء العالم . وبالتالي فإنّ مراقبة التطوّر التكنولوجي في الميادين الاقتصاديّة المختلفة وكثرة المعارض الدولية المتخصصة تمثلان مصدراً هاماً من مصادر الفرص الاستثماريّة للمنظمين ورجال الأعمال خاصةً في الوقت الراهن ، حيث أصبح التواصل عبر شبكات الاتصال المختلفة التي وفرتها ثورة الاتصالات سهلاً وفي متناول الجميع .

٢-١-٢ الفكرة الاستثماريّة:

تأتي الفكرة الاستثماريّة كنتيجة لتصفية الفرص الاستثماريّة المتاحة ، إذ إنّ المستثمر يقوم بعمليّة غربلة الفرص الاستثماريّة ليصل في النهاية من خلال تحليل المعلومات والبيانات التي تمّ تجميعها من المصادر الداخليّة والخارجيّة إلى أن هناك فرصة استثماريّة تستحوذ اهتمامه ، وتصبح جديرة بالتفكير الجدّي بها . وفي هذه المرحلة تتكون نواة المشروع الاستثماري الذي ستدرس جدواه الاقتصاديّة ، وهذا يعني أن المستثمر قد أصبح مقتنعاً تماماً بالفكرة الاستثماريّة ، كما أن المشروع الاستثماري قد تبلور في ذهنه وتحددت الخطوط العامة له ، وكذلك أهداف المشروع الاستثماري تكون قد رسمت في تفكير المستثمر .

٢-١-٣ دراسة الجدوى المبدئيّة :

بعد أن تؤخذ الفرصة الاستثماريّة ، وتتبلور هذه الفكرة لتشكل نواة المشروع الاستثماري الجديد .يتوّجب على المستثمر إجراء دراسة الجدوى المبدئيّة ، وهي الدراسة التي تمثل مرحلة الاستكشاف للظروف والأوضاع الخاصة بالمشروع ، وتكمن أهميّة دراسة الجدوى المبدئيّة في أنّها توّفر على المستثمر الوقت والمال اللازمين لإعداد الدراسة التفصيليّة فيما إذا كان المشروع محفوفاً بالمخاطر ، ففي كثير من الحالات لا يقدم المستثمر على اتخاذ القرار الاستثماري ، نظراً لعدم جدوى المشروع من الناحية البيئيّة أو القانونيّة أو أي مرحلة تفصيليّة أخرى ، فإذا أقدم المستثمر على إعداد الدراسة التفصيليّة للجدوى الاقتصاديّة فإنّ ذلك يتطلب منه وقتاً طويلاً وتكاليف باهظة ، وقد يتبيّن في نهاية المطاف أنّ المشروع غير مجدٍ .وهنا يكون دور دراسة الجدوى المبدئيّة مفصلياً ، إذ إنّه من خلال عمليّة الاستكشاف الأوّليّة للمراحل التفصيليّة لدراسة الجدوى يتم التوّصل إلى نتيجة تمثل إشارة إلى المستثمر بشأن المشروع المدروس ، فإذا كانت هذه الإشارة إيجابية يتم الانتقال إلى دراسة الجدوى التفصيليّة بمراحلها المختلفة ، أمّا إذا كانت نتيجة دراسة الجدوى الأوّليّة سلبيّة ، فإنّ المستثمر يلتقط هذه الإشارة على أنّها رفض لفكرة المشروع ، وبالتالي لا داعي للخوض في التفاصيل الدقيقة للمراحل التفصيليّة ويكون بذلك قد جنّب نفسه التكاليف الباهظة لإعداد المراحل التفصيليّة .والنتيجة : أنّ دراسة الجدوى المبدئيّة هي عبارة عن المستكشف الذي يسلط الضوء على المشروع من كافة جوانبه البيئيّة والقانونيّة والتسويقيّة والفنيّة والماليّة بهدف مساعدة المستثمر على اتخاذ القرار بمتابعة الدراسة التفصيليّة أو عدمها .وقد تلجأ بعض الدول إلى إنشاء هيئات حكوميّة متخصصة في الاستثمار ، وتتوّفر هذه الهيئات بإعداد دراسات جدوى مبدئيّة لبعض المشروعات الإنتاجيّة أو الخدميّة التي تنسجم والخطط التنمويّة في البلد ، وذلك بهدف تشجيع المستثمرين واختصار الطريق أمامهم لاتخاذ القرار الاستثماري ، إذ إنّ هذه الدراسات المبدئيّة تبيّن للمستثمر بأنّه لا توجد عوائق قانونيّة أو بيئيّة أو إجرائيّة إداريّة.

وبالتالي فإنّ هذه الدراسات تعتبر بمثابة الضوء الأخضر في دراسات الجدوى التفصيليّة[1]

بناءً على ما تقدم فإنّ دراسة الجدوى المبدئيّة تقدم الإجابة على مجموعة من الأسئلة الشاملة لجميع مراحل الجدوى التفصيليّة وأهمها :

١. تحديد صوابيّة اتخاذ القرار الاستثماري من عدمها .

٢. وصف دقيق للمنتج من خصائصه ومواصفاته .

٣. تحديد سوق تصريف المنتج ودرجة المنافسة فيه ، بمعنى في ظل أي نوع من أنواع السوق سيتم تسويق المنتج ، هل هي سوق منافسة تامة أم احتكاريّة أم احتكار قلة أم احتكار تام (وهذا ما سنعرضه لاحقاً) إضافة إلى دراسة أوّليّة عن الفجوة التسويقية وحجم الطلب غير المشبع .

٤. التعرف على قوانين الاستثمار والتشريعات الاستثماريّة المتعلقة بالتسهيلات والمزايا الاستثماريّة التي سيحظى بها المشروع .

٥. التعرف على مؤشرات الاقتصاد الكلي (معدلات النمو ، ميزان المدفوعات ، التضخم ...الخ) .

٦. مدى توّفر عناصر ومستلزمات الإنتاج ، وخاصة فيما يتعلق بالمواد الأوّليّة ، وهل هي متوّفرة وما هي مصادرها وهل هناك مشاكل في سهولة تدفقها في المستقبل ؟.

٧. مدى توّفر البنية التحتيّة وهل هي متطوّرة ؟.

٨. تحديد الكلفة التقديريّة للدراسة التفصيليّة .

٩. تقدير أولي للتكاليف الاستثماريّة التي يتطلبها المشروع .

١٠. تقدير أولي للإيرادات المتوقعة للمشروع وذلك على ضوء حصة المشروع التقديرية من الطلب الكلي .

---

[1] . لقد قام المكتب الأعلى للاستثمار في سوريا بإعداد دراسات الجدوى المبدئيّة لعدد من المشروعات الاستثماريّة في مجالات متعددة مثل الزراعة والصناعة ، وذلك بالتعاون مع بعض الهيئات الحكوميّة المتخصصة (غرفة صناعة دمشق) ، وقد نشرت باللغتين العربيّة والإنكليزية . انظر : مكتب الاستثمار – غرفة صناعة دمشق – ٢٠٠٠ – الاستثمار في سوريا (مجموعة المشاريع ودراسات مبدئيّة للمشاريع المثمرة للاستثمار) ، /٥٢/ صفحة .

دراسات الجدوى التفصيلية

تتضمن دراسات الجدوى التفصيلية جملة من المكونات المتكاملة بهدف وضع صورة شاملة للمشروع، أو لمجموعة البدائل التي تخضع للدراسة، بغرض التوصل إلى اتخاذ قرار سليم بشأنها على أساس البيانات والتحليلات التي تتسم بأكبر قدر من الواقعية والدقة.

وتشتمل دراسة الجدوى التفصيلية على عدة مباحث يعرض كل مبحث إلى جانب من هذه الدراسة بغرض تبيان الإطار العام لعملية تقييم المشروع من وجهة نظر المستثمر الفرد، باعتبار هذا مدخلا ضروريا لتناول ربحية المشروع من وجهة النظر الوطنية، نظرا لتماثل المضمون، وهو قياس جانبي التكلفة والعائد المقترنين بالمشروع .

٢-١-٤ الدراسة البيئية[١]:-

تعتبر دراسة الجدوى البيئيّة مرحلة من مراحل دراسة الجدوى التفصيليّة للمشروع الاستثماري ، وتهدف إلى :

- بيان مدى تأثير المشروع الاستثماري الجديد في البيئة (المناخ الطبيعي) .
- ما هو تأثير البيئة في المشروع (المناخ الاستثماري) .

١-. تأثير المشروع في البيئة (المناخ الطبيعي) :لا شكّ أنّ البيئة تتأثّر بشكل أو بآخر بالمشروعات الاستثماريّة ، وخاصّة الإنتاجيّة منها ، نظراً لما تطرحه هذه المشروعات من مخلّفات تصنيع أو تنفثه من غبار في الجو نتيجة لعمليّات المعالجة والصهر للمواد الأولية الداخلة في الإنتاج وتأثير ذلك في تلوّث الهواء .وقد أصبحت الدراسات البيئيّة تحظى باهتمام خاص في الدول المتقدّمة بعد أن تبيّنت الآثار السلبيّة الهائلة التي أفرزتها المشروعات الصناعيّة ، أمّا في الدول النامية فإنّ الاهتمام بهذا النوع من الدراسات فقد بدأ حديثاً نسبيّاً . وبناءً على ذلك فقد بدأت هذه الدول بإعطاء الأولويّة لإجراء الدراسات المتعلّقة بموضوع التوطّن الصناعي ومعالجة مخلّفات العمليّة الإنتاجيّة بما يتناسب وسلامة البيئة .إذ من المعروف أنّ تلوّث البيئة يُلحق الضرر بالإنسان والنبات والحيوان ، وبالتالي لا بدّ من إجراء المقارنة بين ما يحقّقه هذا المشروع من عوائد مع ما يلحقه من أضرار بالبيئة التي يعمل بها ، والعمل على اتّخاذ كافّة الإجراءات الكفيلة بتأمين سلامة البيئة والمحافظة على مكوّناتها .

١- السيد إسماعيل محمد المدخل المنهجي في دراسات جدوى المشروع، المكتب العربي الحديث، مصر ١٩٩٣

إنّ مقارنةً بسيطة بين عوائد الاستثمار التي يحقّقها المشروع ، وما يسبّبه هذا المشروع من أذى بالإنسان والنبات والحيوان ، قد تبيّن لنا بأنّ هذا المشروع غير مجدٍ من الناحية البيئيّة ، وبالتالي لا بدّ من إعادة النظر باتّخاذ القرار الاستثماري من أساسه .فما الفائدة من مشروع تسبّب نفاياته – سواءً تلك التي تنطلق في الجو أم تلك التي يتمّ تراكمها على الأرض على شكل مكب لمخلّفات التصنيع – أذىً على صحّة الإنسان وتخريب البيئة الطبيعيّة ؟فهل من المعقول أن يتّخذ قرار بإنشاء المشروع إذا كانت هذه النفايات تسبّب أمراضاً مزمنة كالسرطان والربو والأمراض الأخرى ؟علماً بأنّه حتّى وإذا كانت هناك حسابات دقيقة للتكاليف التي يتكبّدها المجتمع ممثّلاً بالدولة من تأمين أدوية وعقاقير ومعالجات طبيّة أخرى ، وخاصّة تلك المتعلقة بالأمراض الخطيرة ومقارنتها بالمردود المادي لبعض المشروعات ، نجد أنّها غير مجدية إذا ما أخذت هذه المعايير بعين الاعتبار .

فالمواد الكيماويّة والقلويّة التي توضع في مكبّات النفايات وترسّبها إلى باطن الأرض واختلاطها بالمياه الجوفيّة التي يستخدمها الإنسان والنبات والحيوان سوف تلحق به أضراراً لا يمكن تبريرها بأي عائد مادي مهما كان كبيراً ، وكذلك الأمر فيما يتعلّق بتلوّث الهواء .

إذاً نلاحظ بأنّ هناك خطورة حقيقيّة من الناحية البيئيّة لا بدّ من إيجاد الحلول المناسبة لها ، لأنّه لا يمكن الاستغناء عن إنشاء مشاريع استثماريّة تنمويّة تعود على المستثمر والمجتمع بالفائدة من جهة ، كما أنّه لا يمكن القبول بمشروعات تُلحق كل هذا الأذى بالبيئة من جهةٍ أخرى .

هذان الأمران المتناقضان لا بدّ من التوفيق بينهما من خلال تصنيف المشروعات الاستثماريّة بيئيّاً ، ووضع الحلول المناسبة لكل نوع من أنواع هذه المشروعات .وبناءً على ما تقدّم يمكن تصنيف المشروعات من خلال تأثيرها في البيئة إلى أربعة أنواع رئيسيّة :

١-١ . مشروعات استثماريّة لا تلحق أي ضرر في البيئة :

وهذه المشروعات يمكن أن تحظى بالموافقة الفوريّة إذا أظهرت الدراسة البيئية لها عدم وجود اثار سلبية، وبالتالي يتمّ الانتقال مباشرةً إلى المرحلة التالية من مراحل إعداد دراسات الجدوى الاقتصاديّة .

ويمكن أن تكون هذه المشروعات إنتاجيّة أو خدميّة ، وغالباً ما تكون هذه المشروعات صغيرة أو متوسّطة الحجم ، ومثال على ذلك :المشروعات التي تأخذ الطابع الخدمي مثل الفنادق ، المنتجعات السياحيّة ، المؤسّسات الماليّة وبعض مشروعات البيئة التحتيّة أو مشروعات تربية النحل أو المشاتل الزراعيّة أو مشروعات المحميّات ، فهذه مشروعات تفيد البيئة ولا تؤذيها أو المشروعات التجاريّة بشكل عام .وكما هو واضح فإنّ هذه المشروعات لا تتطلّب أي تكاليف استثمارية إضافيّة بهدف تأمين سلامة البيئة ، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على التدفّقات النقديّة الخارجة .

١-٢. مشروعات استثماريّة تلحق ضرراً في البيئة ويمكن تلافي هذا الضرر :

يمكن تلافي هذا الضرر من خلال إضافة بعض التكاليف الرأسماليّة المخصّصة لمعالجة هذا الضرر وعادةً ما تكون هذه التكاليف قليلة ولا تؤثر بشكل جوهري في التدفقات النقديّة الخارجة للمشروع ، مثل تركيب فلاتر تصفية الهواء لحجز الغبار المنبعث في الجو .وهنا نلاحظ أنّه من الناحية الاقتصاديّة فإنّ تأثير هذه التكاليف الإضافيّة في معدّل العائد يكون قليلاً نظراً لضآلتها .

١-٣. مشروعات استثماريّة تلحق ضرراً في البيئة ولكن يمكن تلافي هذا الضرر من خلال إضافة تكاليف رأسماليّة كبيرة ومعدّات مثل إنشاء محطّات معالجة للنفايات ، أو استخدام أجهزة متطوّرة بهدف تأمين السلامة للبيئة .

ومثال ذلك : مشاريع البتر وكيماويات ومحطّات توليد الطاقة ومشروعات الصرف الصحي.. الخ. وفي هذا الصدد لا بدّ من الإشارة إلى المفاعل النووي الإسرائيلي ومدى

الخطورة التي يشكّلها على المنطقة ، والجميع يعلم بأنّ توطين هذا المفاعل في صحراء النقب له دلالاته البيئيّة .

وكما هو واضح فإنّ هذه المشروعات تكون ضخمة ، وبالتالي فإنّ التكاليف الرأسماليّة وخاصّة الثابتة منها تكون كبيرة جداً .

وبنفس الوقت فإنّه لا يمكن لأي بلد أن يستغني عن إقامة مثل هذه المشروعات نظراً لما تقدّمه من فائدة للمجتمع بشكل عام .

وبالتالي فإنّ هذه التكاليف الإضافيّة المخصّصة لسلامة البيئة تؤثّر من الناحية الاقتصاديّة في جدول التدفقات النقديّة الخارجة ممّا ينعكس على معدّل العائد على الاستثمار ، إلا أنّ هذا التأثير يمكن أن يقلّ تدريجيّاً مع مرور الزمن ، ممّا يؤدّي إلى تحسّن معدّل العائد خاصّة أنّ مثل هذه المشروعات تتميّز عادةً بالعمر الاقتصادي الطويل نسبيّاً وقد يصل إلى ٥٠ سنة أو أكثر .

كما أنّ هذه التكاليف تدفع عادةً لمرّة واحدة عند بدء الاستثمار وتحتاج إلى بعض الصيانات الدوريّة خلال العمر الاقتصادي للمشروع .

٤-١ مشروعات استثماريّة يمكن أن تلحق ضرراً بالبيئة لا يمكن معالجته :

هذا النوع من المشروعات الاستثماريّة يتميّز بمواصفات معقدة ، ويتطلّب احتياطيات بيئة كبيرة ودقيقة ، علماً بأنّ هذه المشروعات أصبحت في الوقت الراهن ضروريّة بالنسبة للدول المتقدّمة بشكل خاص نظراً لما لديها من تقنيّات متطورة في مجال مراقبة سلامة البيئة ، أمّا الدول النامية فإنّ من الصعوبة بمكان أن تتمكّن من تأمين متطلبات السلامة البيئيّة لإقامة مثل هذه المشروعات نظراً لتكاليفها الرأسماليّة الباهظة من جهة ، وصعوبة تأمين متطلبات سلامة البيئة من جهة ثانية .

ومثال ذلك مشروعات الطاقة النوويّة بشقّيها السلمي والعسكري ، وكلّنا يذكر جيداً الآثار المدمّرة التي أحدثها التسرّب النووي في مفاعل تشير نوبل في أوكرانيا في

نيسان ١٩٨٦ علماً بأنّ التسرّب كان من مرجل واحد من أصل أربعة مراجل يتكوّن منها المفاعل النووي .

٢-١-٥ دراسة الجدوى القانونية

تعنى دراسة الجدوى القانونيّة في بحث قوانين وتشريعات الاستثمار المتعلّقة بالتشريع الضريبي ، والتشريعات الخاصّة بالجمارك والاستيراد والتصدير وقوانين العمل والأجور والتأمينات الاجتماعيّة ، إضافةً إلى قوانين حظر أو تداول أو إنتاج سلع معيّنة أو تشجيعها .

من خلال هذا التعريف نلاحظ بأنّ قوانين الاستثمار قد تحمل في مضمونها جوانب إيجابية تمثل عوامل جذب للاستثمارات ، مثل الحوافز والإعفاءات الضريبيّة الدائمة والمؤقتة ، وجوانب سلبيّة لا تساهم في تسهيل اتخاذ القرار الاستثماري مثل اشتراط مساهمة الحكومة بنسبة معيّنة ، ووضع قيود على المستثمر الأجنبي والتمييز بين المستثمر المحلي والمستثمر الأجنبي ومنع التملك بالنسبة للأجنبي ، وحظر إنتاج سلعة معيّنة أو تقديم خدمة معيّنة وحصرها بشخص القانون العام أو مجموعة أشخاص عاديين، خاصة فيما يتعلق مثلاً بالصناعات العسكريّة وصناعات النفط وبعض الصناعات الأخرى ذات الطابع المدني أو بعض الخدمات العامة .

١: التشريعات المتعلقة بتشجيع الاستثمار :

تنطلق هذه التشريعات عادةً من النقص الحاصل في الموارد الماليّة وعدم قدرة الدولة على تمويل المشروعات الاستثماريّة ، كما أنّ القطاع الخاص قد لا يمتلك القدرة على القيام بتمويل مثل هذه المشروعات ، فتلجأ الدولة إلى سنّ القوانين والتشريعات المشجّعة على الاستثمار في البلد .ومن أهمّ هذه التسهيلات :

١-١ الإعفاءات الضريبيّة :

بدايةً لا بدّ من الإشارة إلى أنّه ليس بالضرورة أن تكون الإعفاءات الضريبيّة ميزة لتشجيع الاستثمار بالمطلق ، فهناك دول لا تمنح هذه الإعفاءات ، وإن منحتها فتكون في

١٩

الحد الأدنى ، فإذا كانت مؤشرات الاقتصاد القومي التي تحدّثنا عنها سابقاً جيدة فهي تهمّ المستثمر أكثر من الإعفاءات الضريبيّة .إلا أنّه وبشكل عام تعتبر الإعفاءات الضريبيّة وهي تعني حرمان الموازنة من أحد أهم الموارد الرئيسيّة المتمثلة بالضرائب على الأرباح والضرائب الجمركيّة ، والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هو ما الفائدة من سن مثل هذه التشريعات إذا كان ذلك سوف يؤثر في موارد الموازنة ، وبالتالي في حجم الإنفاق العام؟

الجواب بكل بساطة يكمن في عمليّة المفاضلة بين العائد المادي والاجتماعي الذي يحقّقه هذا المشروع ، وبين التضحية المتمثلة بالإعفاءات الضريبيّة ، وهنا يكون القرار الاستثماري رهن تفوق العائد المادي والاجتماعي المستقبلي على مقدار التضحية المتمثلة بالإعفاءات الضريبيّة .

فإذا كان المشروع الاستثماري الذي حصل على هذه الإعفاءات يوفر فرص عمل كثيرة مثلاً فهو يساهم في رفع معدّل التشغيل (تخفيض معدّل البطالة) من جهة ، كما أنّ منتجاته تشكّل إضافة إلى الناتج المحلي الإجمالي من جهة ثانية .

كما أنّ هناك جانباً إيجابياً آخر ، نادراً ما تتمّ ملاحظته عند المفاضلة بين التضحية المتمثّلة بالإعفاءات الضريبيّة ومعدّل العائد المادي والاجتماعي المرتقب ، وهو على درجة كبيرة من الأهميّة ، ويتمثّل بالفوائد التي كانت ستترتّب على الدولة فيما لو قامت بالاقتراض الداخلي أو الدولي خاصةً إذا كان هذا المشروع حيويّاً ويتطلب موارد ماليّه لا تتمكن الدولة من تأمينها .وهذه ميزة يمكن إضافتها إلى المزايا السابقة المتمثلة بتأمين فرص العمل وزيادة الناتج المحلي الإجمالي .

كما يساهم المشروع في نقل الخبرات والتكنولوجيا المتطورة إلى البلد ، وهذا يمكن أن يسهم في تأهيل العمال المحليّين واكتسابهم الخبرات الكافية اللازمة في المستقبل ، وذلك من خلال عملهم في المشروع .

وتقسم الإعفاءات الضريبيّة إلى قسمين :

١-١-١ إعفاءات ضريبيّة مؤقتة : وتعني أنّ المشروع الاستثماري سيتمتّع بإعفاءات من الضرائب وخاصّة الضرائب على الأرباح المحقّقة والضرائب الجمركية التي يمكن أن تُفرض على استيراد المواد الأوليّة اللازمة للإنتاج لفترة زمنية معينة من عمره الاقتصادي ، كما هو الحال في قانون الاستثمار رقم ١٠ وتعديلاته .فمثلاً :إذا كان العمر الاقتصادي للمشروع ١٥ عاماً فإنّ الإعفاءات الضريبيّة تشمل السنوات الخمس الأولى من بدء نشاط المشروع .

١-١-٢ إعفاءات ضريبيّة دائمة : وتعني أن يتمتّع المشروع الاستثماري بالإعفاءات الضريبيّة طيلة العمر الاقتصادي له ، وتعطى مثل هذه الإعفاءات للمشروعات الحيويّة التي تتطلّب توظيفات رأسماليّة كبيرة .كما أنّ إنتاج هذه المشروعات يسهم بشكل فعال في تحسين المؤشّرات الاقتصاديّة على مستوى الاقتصاد الكلي ، ومثال على ذلك المشروعات الاستثماريّة في مجال الصناعة الاستخراجيّة .

١-٢ الإعانات والمساعدات :

إنّ ميزة الإعفاءات الضريبيّة التي تُمنح للمشروعات الاستثماريّة تهدف كما رأينا إلى تعزيز عوامل جذب الاستثمارات المحلية والأجنبيّة إلى دائرة الإنتاج في البلد ، وقد لاحظنا أنّ هذه الميزة تنطوي على تضحية من قبل الدول بأحد أهم موارد الموازنة (الضرائب على الأرباح والضرائب الجمركيّة) .

أمّا في ميزة الإعانات والمساعدات فإنّ الأمر يتجاوز التضحية والتخلّي عن جزء من موارد الموازنة يتعدّاه إلى جانب الإنفاق العام .ففي ميزة الإعانات والمساعدات تقوم الدولة بتقديم إعانات ومساعدات ماديّة أو عينيّة للمنتجين سواءً أكانوا يمثّلون القطاع العام أو الخاص ، وذلك بهدف تشجيع إنتاج هذه السلعة (الخدمة) أو تلك .وعندما تتّخذ الحكومة قراراً بمنح إعانات أو مساعدات للمنتجين أو العاملين في مراكز الأبحاث العلميّة فإنّها تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمّها :

١-٢-١ أنّ هذه السلعة (الخدمة) التي تحظى بالإعانة من الحكومة تعتبر من السلع أو الخدمات ذات الأولويّة في قائمة الأولويّات لدى أفراد المجتمع .مثل إنتاج الخبز أو تقديم المياه النقيّة أو الكهرباء ....الخ .وطالما أنّ هذه السلعة أو تلك الخدمة لا يمكن الاستغناء عنها وتمثّل ضرورة حياتيّة يوميّة ، تلجأ الدولة إلى دعم منتجيها بهدف تأمينها لجميع أفراد المجتمع بغض النظر عن مستويات دخولهم الفرديّة .

١-٢-٢ قد تكون هذه السلع من السلع القابلة للاتّجار الدولي ، وبالتالي فإنّ الدولة بتقديم الإعانات لمنتجيها ، إنّما تهدف إلى تخفيض تكلفة إنتاجها لكي يتمكّن المنتجون من المنافسة في الأسواق الدوليّة .وبالتالي في هذه الحالة فإنّ الدولة سوف تسترد هذه الإعانات بشكل غير مباشر من خلال تحسين أحد أهم مؤشرات أداء الاقتصاد القومي . وهو ميزان المدفوعات ، وبشكل خاص الميزان التجاري نظراً لزيادة حجم الصادرات الناجم عن الإعانة المقدّمة للمنتجين وتمكينهم من القدرة على المنافسة مع نظرائهم في الدول الأخرى .

ولذلك نلاحظ التركيز على هذه النقطة عند إجراء المناقشات المتعلّقة بالتبادل التجاري بين الدول ، إذ تطلب بعض الدول من الدولة المعنية بالشراكة أن ترفع الدعم الممنوح لمنتجي هذه السلعة أو تلك لكي يتحقّق مبدأ التكافؤ في المنافسة بين المنتجين .

١-٢-٣ إضافة إلى ما تقدّم قد تلجأ الدول إلى منح مساعدات لمراكز الأبحاث العلميّة في المجالات المختلفة الزراعيّة والصناعية ... الخ ، وذلك بهدف تمويل هذه المراكز على أمل الحصول على نتائج يمكن الاستفادة منها في مجالات نشاطها في المستقبل بما يضمن تكثيف الإنتاج وتطويره ، ويعوّض ما تمّ إنفاقه على هذه المراكز .والجدير بالذكر هنا أنّ الدول المتقدّمة تلحظ في موازناتها السنوية نسبة معيّنة من الناتج القومي لتمويل مراكز البحوث والتجارب العلميّة .

١-٣. الحوافز الاستثمارية غير المباشرة :

وتتمثّل بتوفير الحكومة لشبكة تحتية متطوّرة من طرق وجسور وموانئ ومطارات وخطوط حديديّة وشبكة اتّصالات ومحطّات توليد طاقة وشبكة مصرفيّة متطوّرة ...الخ وتعتبر البنية التحتيّة في البلد من أهم عوامل جذب الاستثمارات واتّخاذ القرارات الاستثماريّة .

لذلك فإنّ عجز الموازنة – كما ذكرنا سابقاً – إذا كان جزءاً كبيراً منه كان بسبب الإنفاق على مشروعات طموحة في مجال تحسين وتطوير البنية التحتيّة فإنّه يكون مبرّراً من وجهة نظر المستثمر على الأقل .

٢ . التشريعات التي تعيق اتّخاذ القرار الاستثماري :

إنّ التشريعات المتعلّقة بالاستثمارات تهدف -كما ذكرنا سابقاً- إلى توفير الظروف الملائمة للمشروعات الاستثماريّة وتزيل العوائق التي تقف حائلاً دون اتّخاذ القرار الاستثماري ، إلا أنّ هناك بعض التشريعات القانونيّة التي تشكّل عائقاً أمام المستثمرين ، وبالتالي تحد من دفع تدفّق رؤوس الأموال الأجنبيّة إلى الداخل ، فضلاً عن أنّها تساهم في هروب رأس المال المحلي إلى الخارج .

وهذا هو حال معظم الدول النامية ، ومن ضمنها الدول العربيّة ، التي كما نعلم تعاني من نقص في الاستثمارات ، في الوقت الذي نلاحظ فيه أنّ مئات المليارات تعبر حدود هذه الأوطان لتستقر في دول متقدّمة هي لا تعاني أصلاً من نقص في الاستثمارات، والسبب في ذلك يعود إلى التشريعات القانونيّة التي يراها المستثمر عائقاً أمام تنفيذ مشروعاته الاستثماريّة .

وهنا لابد من الإشارة إلى أنّه قد لا يتّفق البعض مع وجهة النظر هذه ، ويعتبر أنّ مثل هذه التشريعات لها علاقة بالسيادة الوطنيّة أو المصلحة الوطنيّة العليا أو ضرورة تحقيق مؤشرات اجتماعيّة معيّنة .. الخ .

ومن أهم التشريعات التي تُشكل عائقاً أمام الاستثمارات وتُعزّز عوامل الطرد لها:

٢-١ الحصريّة : بمعنى أن يُمنح المُنتج - سواء أكان يمثل القطاع العام أم الخاص - حق إنتاج هذه السلعة ، أو تقديم هذه الخدمة دون غيره من المستثمرين المحليّين أو الأجانب . وكما هو معلوم فإنّ الحصريّة والاحتكار التام هما وجهان لعملة واحدة .

إنّ التشريعات التي تعطي حق الإنتاج الحصري لجهة معيّنة يمكن أن يبرّر فقط عندما يتعلّق الأمر بإنتاج سلعة أو تقديم خدمة ذات نفع عام لجميع أفراد المجتمع دون استثناء وتمس حياتهم اليوميّة ، مثل تأمين المياه والكهرباء للمواطنين .

إلا أنّ التشريعات التي تحصر إنتاج سلعة معيّنة أو تقديم خدمة معيّنة يمثّل عدم تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص من جهة ،كما يمكن أن يكرّس إنتاج سلعة بمواصفات رديئة من جهة ثانية .

٢-٢. التمييز بين المستثمر المحلّي والمستثمر الأجنبي : قد تنص بعض التشريعات على إعطاء بعض التسهيلات لمستثمر محلي (عام أو خاص) وتحجبها عن المستثمر الأجنبي وذلك بحجّة تمكين المستثمر المحلي ودعم رأس المال الوطني ، إنّ ذلك يمكن أن يشكّل عائقاً أمام تدفّق رأس المال الأجنبي من جهة ، كما أنّه لا يحقّق مبدأ تكافؤ الفرص وضمان المنافسة الشريفة من جهة ثانية ، لأنّ ذلك سيجعل التدفقات النقديّة الخارجة بالنسبة للمستثمر المحلي أقل منها بالنسبة للمستثمر الأجنبي ، كما أنّ معدّل العائد على الاستثمار سيكون أعلى بالنسبة للمستثمر المحلي .

٢-٣. منع التملّك وضرورة المشاركة مع المستثمر المحلي :

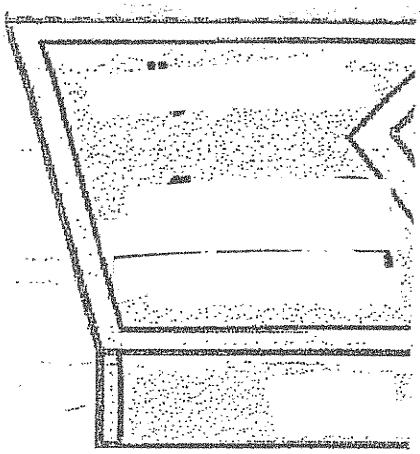
تنص بعض التشريعات الاستثماريّة على منع المستثمر الأجنبي من التملّك في موطن المشروع الاستثماري ، أو تُلزم هذا المستثمر بأن يساهم مستثمر محلي خاص أو عام بنسبة معيّنة برأس المال المُستثمَر .وهذه التشريعات لا شكّ تعيق تدفق الاستثمارات الأجنبيّة ، ولا بدّ من الإشارة هنا أنّنا نقصد بالتملّك حق المستثمر الأجنبي بشراء الأراضي والعقارات التي يتطلبها نشاط المشروع مثل أرض المشروع والمكاتب الإداريّة

والمستودعات ...الخ .ونحن نعتقد بأنّ السماح للمستثمر الأجنبي بتملّك الأراضي والعقارات المرتبطة بنجاح المشروع لا تشكّل انتقاصاً من السيادة الوطنيّة ، لا بل على العكس إن تملكه قد يشعره بأنّه جزء من الوطن ويبعد تفكيره عن إنهاء نشاطه بعد انتهاء العمر الاقتصادي للمشروع .

٢-٤. عدم وجود محاكم متخصّصة بفضّ النزاعات المتعلّقة بالأنشطة الاستثماريّة :

إنّ وجود محاكم متخصّصة بمعالجة المشاكل التي قد تطرأ أثناء نشاط المشروع أو بعد التصفية ، يعتبر عامل جذب للمستثمرين وخاصّة إذا كانت هذه المحاكم مشهوداً لها بالنزاهة والحياد بغضّ النظر عن طرفي النزاع (أجنبي – محلي ، أو محلي – محلي) .وبالتالي فإنّ وجود مثل هذه المحاكم المتخصّصة والنزيهة يشكّل عامل اطمئنان وثقة بالنسبة للمستثمرين المحلّيين أو الأجانب.

النتيجة :إنّ دراسة الجدوى القانونيّة تعكس للمستثمر المحلي أو الأجنبي مدى ملاءمة القوانين والتشريعات الاستثماريّة لمزاولة نشاطه الاستثماري، وبالتالي فإنّ هذا المستثمر سوف يتّخذ القرار الاستثماري إذا وجد أنّ التشريعات الاستثماريّة تلحظ كل المزايا والتسهيلات المشجّعة على الاستثمار، مثل تقديم الإعفاء الضريبي وتأمين الشبكة التحتيّة المتطوّرة ووجود محاكم متخصّصة نزيهة ومحايدة ، أمّا إذا كانت العقبات والعراقيل هي الغالبة في التشريعات الاستثماريّة مثل الحصريّة وعدم التملّك والتمييز بين المستثمرين وغياب المحاكم النزيهة والمحايدة ، فإنّ ذلك يعني أنّ دراسة الجدوى القانونيّة تعطيه إشارة بأنّ الاستثمار غير مجدٍ وبالتالي يمكن أن يحجم عن اتّخاذ القرار الاستثماري، ولا توجد عندئذٍ حاجة لدراسة الجدوى التسويقيّة والدراسات التفصيليّة الأخرى .



دراسة الجدوى التسويقية

أولاً: مفهوم دراسة الجدوى التسويقية

تمثل الدراسة التسويقية خطوة مهمة لاستكمال الخطوات الأخرى لدراسات الجدوى وإن الخطأ فيها تنقل عدواه إلى المراحل التالية كذلك تساعد الدراسة التسويقية في التعرف على العوامل المؤثرة في الطلب وتحديد المصادر المختلفة التي يتم من خلالها الحصول على البيانات التي تعين على الخطوة المحورية في الدراسة التسويقية والتي تتمثل في تقدير الطلب (المبيعات) على المنتج المزمع على إنتاجه مستقبلاً.

تهدف هذه الدراسة إلى:

التأكد من وجود طلب كاف أو سوق للمنتج المزمع إنتاجه، وذلك لتحديد الكميات التي يمكن إنتاجها (عدد أجهزة التلفاز، عدد الغرف في فندق، أو عدد النزلاء في مستشفى أو عدد الركاب في وسيلة نقل.. أو عدد المقاعد في دور سينما وغيرها من المنتجات السلعية والخدمية).

ولكي يتم ذلك يلزم التعرف على السوق الذي سوف يباع فيه المنتج وهل هو سوق تحكمه المنافسة؟ أم أن المنتج محتكر لإنتاج هذه السلعة أو الخدمة؟ وماهي درجة تدخل الدولة فيما يتعلق بسعر المنتج وهل المنتج يتم إنتاجه اول مرة وليس له منافس أم أنه يشبه منتجات موجودة بالفعل في السوق وهل المنتج له منافس أجنبي أم أن السوق المحلي خالي من المنافسة الأجنبية؟

كما يلزم أيضاً التعرف على العميل (المستهلك) لهذه السلعة ونوعه أو الشريحة الداخلية التي ينتمي إليها أو قدرته الشرائية إذا كان المنتج المراد إنتاجه متعدد درجات الجودة (فندق ثلاث نجوم، أو فندق خمس نجوم، أو درجة أولى وثانية وثالثة في وسائل النقل).

ومن الطبيعي أن تختلف خصائص العملاء باختلاف نوع النشاط فخصائص عملاء مشروع لإنتاج ملابس أو لعب أطفال يختلف عن خصائص عملاء لقرية سياحية ويختلف عن خصائص رواد مطعم للوجبات السريعة.

وبعد التعرف على العملاء وخصائصهم يمكن تقدير الطلب على المنتج المراد تقديمه للسوق وهذا سوف يتم التعرض له لاحقا بعد دراسة العوامل المؤثرة في الطلب بشكل عام.

دراسة الجدوى التسويقية: هي دراسة علمية منظمة تهدف للتعرف على السوق الحالية والمتوقعة للمشروعات المقترحة محل الدراسة ينجم عنها توافر قدر من المعلومات والبيانات التسويقية تسمح بالتنبؤ بحجم الطلب المتوقع على منتجات المشروعات المقترحة. (سؤال دورة)

ثانيا: أهمية دراسة الجدوى التسويقية: (سؤال دورة)

يمكن تلخيص أهمية دراسة الجدوى التسويقية في النقاط التالية:

1. تحديد **طبيعة السوق** من حيث المنافسة (المنافسة الاحتكارية، المنافسة الكاملة).
2. تحديد **حجم السوق الكلي** على منتجات المشروع فإذا تبين أن المشروعات القائمة لا توفر كافة احتياجات المستهلكين للسلعة او الخدمة فإن المشروع الجديد يمكن أن يساهم في سد الفجوة التسويقية والتي تتمثل بالفرق بين الطلب الكلي والعرض الكلي.
3. **تقدير نصيب المشروع** من النصيب الكلي على منتجات المشروع.
4. **تحديد مواصفات منتجات المشروع** القادرة على إشباع حاجات ورغبات المستهلكين.
5. **تحديد السياسة السعرية** للمشروع وذلك في ضوء دراسة أسعار المنافسين وتكاليف الإنتاج.
6. تحديد الأساليب التي يمكن الاعتماد عليها في **ترويج وتوزيع منتجات المشروع**.
7. تحديد الشريحة التسويقية (فئة المستهلكين) التي ستتوجه إليها منتجات الشركة.
8. تعد دراسة الجدوى التسويقية **الأساس للدراسة الفنية للمشروع أو تحديد الطاقة الإنتاجية للمشروع** وما يرتبط بذلك من تقدير للتكاليف كما أن القيام بدراسة الجدوى الفنية (المرحلة التالية لدراسة الجدوى التسويقية) لا يمكن أن تتم إلا بعد التأكد من وجود سوق أو طلب على المنتج.

ثالثا: خطوات دراسة الجدوى التسويقية: (هام تعداد)

التنبؤ بالطلب على منتجات المشروع ← جمع البيانات لإعداد دراسة الجدوى التسويقية ← تحديد العوامل المؤثرة في الطلب

الخطوة الأولى: دراسة أهم العوامل المؤثرة في الطلب والعرض: (سؤال دورة عدد فقط)

العوامل المؤثرة في الطلب

- درجة تدخل الدولة
- النظرة إلى المستقبل
- التجديد والموضة
- المتغير السكاني
- نماذج فلسفة الحياة
- الدخل القومي ونمط توزيعه
- اسعار السلع البديلة والمكملة
- سعر السلعة
- هيكل السوق

تختلف الأهمية نسبياً من سلعة إلى أخرى ومن منتج لآخر.

1. المتغير السكاني:

إذا كانت العوامل الأخرى ثابتة فإن:

- زيادة السكان يؤدي إلى زيادة الطلب واتساع حجم السوق .
- نقص السكان يؤدي إلى نقص الطلب وانكماش حجم السوق .

كما أن التركيب العمري للسكان يلعب دوراً كبيراً في تحديد الطلب فإذا غلب الشباب على التركيب العمري لدولة فهذا معناه أن إنتاج سلع تناسب الشباب يمكن أن يصبح مربحاً، بعكس الحال في حالة انقلاب الهرم السكاني كما الحال في أوروبا الغربية في فترة الثمانينات من القرن العشرين نتيجة المبالغة في تحديد النسل هنا يصبح واعداً بالربح الأنشطة التي تناسب الكبار. إن تزايد معدل المواليد يترتب عليه تزايد الطلب على سلع معينة هي الألبان وملابس الأطفال ولعب الأطفال وغيرها مما تشكل فرص استثمارية واعدة وسوق رائجة، كما يزداد الطلب أيضا على مراكز الرعاية الصحية للسيدات والطلب على ملابس معينة وأدوية معينة .

كذلك فإن توزيع السكان بين ريف وحضر يؤثر على الطلب نظراً لاختلاف الأنماط الاستهلاكية لكل فريق ونفس الشيء ينطبق عند النظر للسكان على أساس الجنس

على ذلك: || فإن الإحصاءات السكانية بناء على التصنيفات السابقة تعد أساساً لعمل خطة تسويقية تبين حجم السوق المتوقع للسلع المختلفة||

2. نماذج فلسفة الحياة

يتأثر الاستهلاك بسلوك الأفراد وفلسفتهم في الحياة مثل :

- ميل الأفراد في مجتمع معين إلى تقليل الاستهلاك لحساب أو لصالح الادخار (كما هو الحال في بلادنا) يترتب عليه تقليل الاستهلاك الحالي، وذلك بعكس الوضع في حالة سيطرة المتع العاجلة وتوجيهها لسلوك الفرد الاستهلاكي.
- سيطرة النزعة الفردية في المجتمع تشكل هيكلاً للطلب يختلف عن ذلك الذي يسود في مجتمع يعلي من قيمة الأسرة والترابط العائلي،
- إحساس الفرد بالأمان الاقتصادي في دولة يمكن أن يسهل له الاستدانة أو الشراء بالأجل الأمر الذي يؤثر على النمط الاستهلاكي. (كما هو الحال في أمريكا).

(الأمثال الشعبية أحيانا تدل على فلسفة الشعب .. مثل "خبي قرشك الأبيض ليومك الأسود " مثل يدل على ميلنا للادخار)

3. الدخل القومي ونمط توزيعه

يعد الدخل القومي ونمط توزيعه من أهم المحددات للطلب :

تربط الدخل بالاستهلاك أو الطلب علاقة طردية،

كما أن العدالة في توزيع الدخل وزيادة نصيب الفقراء (أو محدودي الدخل) من الدخل القومي يكون لصالح زيادة الاستهلاك حيث أن أغلب مطالب هذه الفئة من السكان لم تشبع بعد، وذلك بعكس الوضع في حالة عدم العدالة أو توزيع الدخل لصالح الفئات الغنية والذي يكون لصالح الادخار.

بالإضافة لذلك فإن تركز الدخل يعني زيادة الطلب على سلع وخدمات معينة فزيادة دخول الأغنياء يمكن أن يؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجعات والقرى السياحية مما يجعل الاستثمار في هذا المجال مربحاً، أما المجتمع الذي يتسم بالعدالة النسبية في توزيع الدخل فنمط طلبه يتوجه إلى سلع معينة هي في الغالب سلع أساسية.

4. أسعار السلع البديلة والمكملة

يتأثر الطلب على سلعة(أو خدمة) معينة بأسعار بدائلها أو مكملاتها

فوجود بديل منافس للسلعة المزمع إنتاجها لاشك أنه يؤثر على الطلب عليها بعكس ما إذا كان المنتج جديداً لا تنافسه منتجات أخرى، وهذا يحتم دراسة البدائل وأسعارها وأثرها على الطلب وعلى المنتج المزمع إنتاجه.

أما مكملات السلعة المراد إنتاجها فيزداد الطلب عليها مع زيادة الإقبال على السلعة الأصلية، فزيادة الطلب على المنسوجات القطنية يتوقع أن يؤدي إلى زيادة الطلب على زراعة القطن وكذلك زيادة الطلب على مواد الصباغة.

5. سعر السلعة

يعد السعر من أهم العوامل المؤثرة على الطلب، وعموما توجد علاقة عكسية بين الطلب على سلعة وسعرها (مع ثبات العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب)

إلا في حالات خاصة تسمى حالات الطلب الاستثنائية وهي حالات تذكر على سبيل الحصر، وفيها تصبح العلاقة بين الطلب والسعر طردية ويحدث هذا في حالة الطلب على:

1) سلع التظاهر أو ما يسمى بالاستهلاك المظهري والذي لا يكون فيه الطلب لإشباع حاجة بقدر ما يريد نقل رسالة أخرى للغير مثل الانتماء إلى فئة دخلية معينة أو إظهار التفرد باستهلاك سلع معينة .

2) عند توقع استمرار ارتفاع أو انخفاض السعر، حيث يدفع توقع ارتفاع السعر في المستقبل إلى زيادة الطلب أو الشراء خوفاً من توقع المزيد من ارتفاع الأسعار وهذا ملموس في

قطاع العقارات حيث يقدم الناس على شراء أراض أو شقق رغم ارتفاع الأسعار خوفاً من حدوث المزيد من ارتفاع السعر. كما أن توقع المزيد من انخفاض السعر يدفع الفرد إلى تأجيل الشراء أو إنقاص الطلب طمعاً في المزيد من الانخفاض في السعر.

3) حالة السلع الرديئة، حيث يقدم الفرد على تقليل الاستهلاك من السلع الأدنى منزلة ، مثال : ينخفض الطلب على الخبز مع انخفاض أسعاره ويتحول المستهلك إلى سلع أخرى أجود وأغلى ثمناً لاعتقاده بتحسن في دخله الحقيقي نتيجة انخفاض سعر الخبز.

6. هيكل السوق

يتوقف الطلب على المنتج المزمع إنتاجه على هيكل السوق وهل سوق تنافس تام أم احتكار؟؟

فإذا كان سوق تنافس تام يقع المنتج تحت ضغط المنافسة مع الغير ويكون متلقيا للسعر.

بعكس الحال عندما يكون محتكرا لسلعة أو لخدمة حيث يمكن التحكم في السعر.

|| وفي الحالة الأولى لابد من دراسة موقف المنافسين من أجل الحصول على حصة من السوق، وتقل أهمية هذا الأمر في حالة الاحتكار.||

7. التجديد والموضة وأوقات الفراغ

يترتب على ظهور سلع جديدة حالة من عدم الرضا عن السلع القديمة من ناحية ورغبة في اقتناء هذه السلع الجديدة من ناحية أخرى، وهذا يبين زيادة الطلب على هذه السلع ومن ثم خلق فرص استثمارية جديدة، وتظهر أهمية هذا العامل كمحدد للطلب في السلع التي تخضع للتقادم والتطور السريع مثل السلع الكهربائية والإلكترونية.

فظهور الأطباق الهوائية والمستقبلات للإرسال التلفزيوني أثر ولاشك على الطلب على أجهزة الفيديو (مثلاً: أصبح معظم الناس يشترون لشراء شاشات ذات دقة عالية وقلة من يستخدمون التلفاز العادي) كذلك فإن تغير الموضة وملاحقتها من ذوي الدخل المرتفع ومن النساء (يباشر أثره على الطلب فيخلق طلباً على السلع الجديدة ويؤدى إلى نقص الطلب على سلع أخرى(لم تعد تساير الموضة)، ويظهر هذا في السلع الفاخرة أو ما يدخل تحت الاستهلاك المظهري..

كذلك فإن وجود وقت للفراغ يجعل المرء يفكر في استثماره في الترفيه وهذا يشكل طلباً على سلع معينة مثل السفر والمصايف وتبرز أهمية هذا العامل في الدول المتقدمة التي يخطط فيها الأفراد مقدماً لقضاء أوقات فراغهم الأسبوعية أو السنوية طلباً للراحة من العمل الشاق المنتظم.

8. النظرة إلى المستقبل

إذا كان الفرد متفائلا بشأن المستقبل فإن هذا ربما يكون عاملاً لزيادة الاستهلاك بعكس الحال في حالة قلق الإنسان بشأن المستقبل والإحساس بعدم الأمان الاقتصادي فإن هذا ربما يكون عاملاً لنقص الإنفاق وميله إلى الادخار، ومن هنا فإن دراسة السوق لابد أن تأخذ في الحسبان

نظرة الجمهور الذي توجه إليه السلعة للمستقبل حيث أن هذا يعد عاملاً محددا للاستهلاك أو الطلب على السلعة في المستقبل.

9. درجة تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي

تتمثل العلاقة المالية للدولة بالفرد في أنه في الغالب :

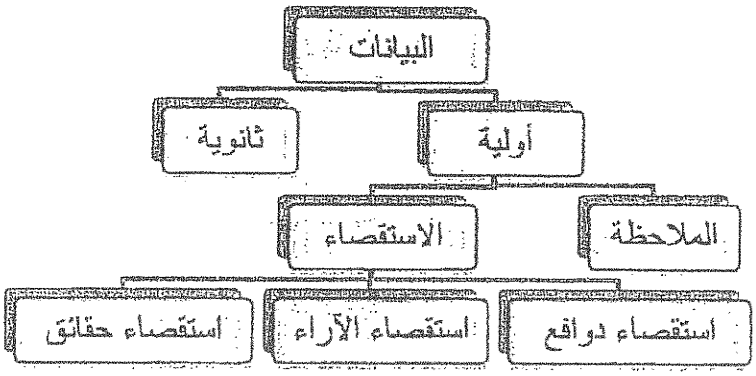
- ✓ دافع للضرائب ⇦ يقل الطلب (علاقة عكسية).
- ✓ متلق لإعانة ⇦ زاد الطلب (علاقة طردية)

⇦ فدفع الفرد للضرائب يؤدى إلى **نقص الدخل** المتاح للإنفاق ومن ثم **نقص الاستهلاك** ويحدث هذا أيضا في حالة زيادة معدلات الضرائب القائمة أو سن تشريعات تتضمن ضرائب جديدة، أما تلقي الفرد لإعانة من الدولة فيترتب عليه **زيادة إمكانيات** الفرد الشرائية ومن ثم **زيادة الطلب**، وكلما زاد تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي زادت معدلات الضرائب المفروضة على أنشطة معينة كما تمتد النظرة الأبوية للدولة في صورة مظلة اجتماعية تقدم مزايا لغير القادرين وكل هذا بالقطع يؤثر على الطلب.

" من الممكن ان يوثر اكثر من عامل من العوامل السابقة في الطلب.. واحيانا بشكل متعاكس .. فهذه العوامل كلما كثرت كلما زاد تشابكها وترابطها... هنا تبرز أهمية البرامج الاحصائية التي تبحث عن العلاقات بين المتغيرات وتحدد اهمها.."

العوامل المؤثرة	الطلب	
السكان (عدد)	طردي	
الدخل القومي ونمط توزيعه	طردي	
أسعار السلع المكملة والبديلة	بديلة	عكسي
	مكملة	طردي
سعر السلعة (إلا في حالات الطلب الاستثنائية)	عكسي	
النظرة إلى المستقبل (تفاؤلية)	طردي	
درجة تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي	ضرائب	عكسي
	إعانة	طردي

الخطوة الثانية: جمع البيانات اللازمة لإعداد الدراسة التسويقية (هااااام جدا سؤال دورة 25 علامة)



✓ بيانات أولية: البيانات التي يتولى الباحث بنفسه تجميعها عن طريق الملاحظة أو الاستقصاء ويتم اللجوء إليها لاستكشاف السوق.

✓ بيانات ثانوية: تلك التي سبق جمعها وتسجيلها في سجلات المشروع أو المنشورة في البحوث العلمية أو الهيئات الأخرى المتصلة بتوفير هذه البيانات وتعتبر هذه البيانات مكملة للمصادر الأولية للوصول إلى دراسة السوق وأبعاده.

⇐ البيانات الثانوية:

تشكل البيانات الموجودة في سجلات المشروع أحد الروافد للبيانات الثانوية، كما يمكن في هذا الصدد الاستعانة بالبيانات المنشورة في البحوث الميدانية التي قامت بها الشركات الأخرى بالإضافة إلى الكتب والمجلات والدوريات العلمية. وتتكون البيانات الثانوية **من بيانات داخلية** تتوفر في سجلات المشروع مثل البيانات المالية والبيانات عن العملاء والمستهلكين ورواتب ومصروفات رجال البيع وعددهم ومتوسط وقت عملهم، وقيمة المبيعات وغيرها من البيانات. كما تضم البيانات الثانوية **البيانات الخارجية** وهي التي سبق تجميعها وتسجيلها ونشرها بواسطة إحدى المؤسسات أو الباحثين أو الأجهزة الحكومية، ومن أهم هذه البيانات:

- بيانات تعداد السكان والدخل والناتج القومي.
- بيانات معدلات المواليد والزواج.
- بيانات عن أسعار الجملة والتجزئة وإحصاءات التجارة الخارجية وإحصاءات الإنتاج الزراعي والصناعي.

إحصاءات الاستهلاك والتوظف ... وغيرها من الإحصاءات.

مميزات هذه البيانات: السهولة، تختصر وقت وجهد وتكلفة.

عيوب هذه البيانات:

ربما لا تكون هي الأحدث أو الأنسب في بعض الحالات.

وعموما يجب مراجعة هذه البيانات من أجل مزيد من الدقة، فبعض البيانات تحتاج إلى تعديل لتقليل التحيز في هذه البيانات، ويزداد هذا الاعتبار أهمية في الدول النامية التي توصف بعدم الدقة العلمية في إعداد البيانات وتصنيفها وتبويبها.

⇐ البيانات الأولية:

يلجأ إليها الباحث في حالة عدم كفاية البيانات الثانوية أو عدم صلاحيتها لتحليل وضع السوق، وهنا يقوم الباحث بالاعتماد على نفسه في جمع البيانات المطلوبة من خلال طريقين هما الاستقصاء والملاحظة.

أ - الاستقصاء (سؤال دورة تحدث)

وهو مجموعة من الأسئلة يوجهها المستقصي إلى المستقصى منه ، يهدف من خلالها إلى الحصول على معلومات معينة غير متاحة بغير هذه الوسيلة، أو للتأكد من معلومات متاحة بغير هذه الوسيلة،

ويصنف الاستقصاء حسب غرض الاستقصاء إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

استقصاء الحقائق: ويتضمن بيانات عن المستقصى منه مثل السن ومحل الإقامة والدخل والحالة الاجتماعية، كما يوفر بيانات عن نوع السلع والخدمات التي يشتريها المستهلك والمحال التجارية التي يتعامل معها.(اسمك ، عمرك ، دخلك).

استقصاء الآراء: لمعرفة رأي المستقصى منه في سلعة أو خدمة ودرجة تفضيله إياها ومدى تفضيله لشكل أو طراز أو عبوة معينة.(بتحب قهوة ولا شاي ؟ ، البن مع هيل ولا بدون).

استقصاء الدوافع: ويهدف إلى بيان الدوافع التي تحرك المستهلك وتدفعه لتفضيل سلعة أو خدمة معينة، وهل هذه الدوافع عقلية أم عاطفية ونفسية.

كما يصنف الاستقصاء من زاوية طرق جمع البيانات إلى:

استقصاء عن طريق المقابلة الشخصية أو البريد أو الهاتف أو من خلال الشبكة الدولية للمعلومات وغيرها ولكل طريقة مزاياها وعيوبها وفي أي الحالات تفضل طريقة على أخرى وذلك حسب الميزانية المخصصة للدراسة ودرجة الدقة المطلوبة في الاستقصاء والوقت المتاح للدراسة وغيرها من الاعتبارات التي تجعل طريقة مناسبة أكثر من غيرها للحصول على المعلومة المطلوبة.

يجب على الاستبيانات أن تكون واضحة غير مضللة ويجب شرح الأسئلة المعقدة... ويجب توفر الجدية خلال تعبئة الاستبيان ... يمكن تكرار السؤال بطريقة أخرى لتبيان مدى المصداقية .. وهذه ما تسمى اختبارات الثبات والصدق..

ب - الملاحظة

وهي أن يقوم دارس السوق بملاحظة الأحداث الحالية وتسجيلها أولاً بأول خلال فترة زمنية معينة مثل ملاحظة عدد المترددين على فندق أو مقهى معين) ومدة بقائهم أو عدد المشترين لصنف معين من سلعة معينة وكمية الشراء .وتستخدم هذه الطريقة بشكل منفرد أو بشكل مكمل للاستقصاء.

وبعد تحديد أنواع البيانات الضرورية وتحديد الوسائل الملائمة لتجميع تلك البيانات بما يتلاءم مع طبيعتها يتعين اختيار أساليب تجميع البيانات للتأكد من مدى ملائمة هذه الأساليب مع مفردات مجتمع الدراسة .

فمثلا عند الاعتماد على الاستقصاء كوسيلة لجمع البيانات لابد أن تكون الأسئلة واضحة ومتسلسلة وواضحة في ذهن المستقصى منه وكذلك في ذهن موجه الأسئلة.

وبعد اختبار مدى ملائمة أسلوب جمع البيانات تظهر مشكلة تصميم العينة وتحديد مجتمع الدراسة .ويتوقف اختيار مجتمع الدراسة على طبيعة الظاهرة محل البحث والأهداف التي تسعى الدراسة التسويقية إلى تحقيقها . ونظراً لصعوبة دراسة جميع مفردات المجتمع فإن الباحث يلجأ إلى اختيار عينة تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً دقيقاً..

وبعد الانتهاء من مرحلة إعداد وتجميع البيانات والمعلومات الثانوية والأولية المتعلقة بمحددات السوق للفرص الاستثمارية محل الدراسة تأتي الخطوة التالية في دراسة الجدوى التسويقية وهي مرحلة تشغيل وتحليل البيانات والمعلومات التسويقية.

وهذه المرحلة هي التي يتحقق من خلالها الهدف النهائي من دراسة الجدوى التسويقية وهو قياس حجم السوق والتنبؤ بشأنه.

الخطوة الثالثة: التنبؤ بالطلب على منتجات المشروع:

يعتبر التنبؤ بالطلب المستقبلي (تقدير حجمه ومواصفاته والتعرف على العوامل المؤثرة فيه) من أهم أهداف دراسة الجدوى التسويقية، وترجع أهمية التنبؤ بالطلب لأسباب متعددة منها:

1. يساعد في تقييم ما إذا كان هذا الطلب كافياً لتحقيق عائد مناسب.
2. يساعد التنبؤ بالطلب على تحديد الطاقة الانتاجية للمشروع ، وأسلوب الانتاج والتكنولوجيا المستخدمة ، والموقع الجغرافي ، وتصميم المنتج .
3. يساعد التنبؤ بالطلب على وضع خطة الانتاج في المشروع ، وتحديد احتياجاته من المواد الأولية ، والمخزون ، مع تحديد المكونات المصنعة داخل المشروع وتلك و المشتراة .
4. تحقيق التوازن بين الانتاج والطلب المتوقع ، وذلك يساعد في خفض التكلفة ، وزيادة الربحية.
5. يعتبر التنبؤ بالطلب على السلع والخدمات من الأمور الأساسية المحددة لكثير من سياسات واستراتيجيات المنظمة أو المشروع الخاصة بتطوير المنتجات ، وتحديد الأسعار ، وتحديد الاحتياجات من القوى العاملة .
6. يستخدم التنبؤ لتقدير درجة اختراق السوق التي يسعى المشروع لتحقيقها.

اشكال التنبؤ (سؤال دورة)

1) التنبؤ بنقطة والتنبؤ بمدى

التنبؤ بنقطة : التنبؤ بقيمة محددة وحيدة للطلب .

التنبؤ بمدى: يتم التنبؤ داخل مدى معين يمكن أن تقع داخله قيمة الطلب باحتمال معين كأن يتم تحديد حد أقصى وحد أدنى يمكن أن تقع داخله القيمة المقدرة للطلب. (مثلا بيع كمية بين ال500 وال550)

2) التنبؤ بعد التحقق وقبل التحقق:

التنبؤ قبل التحقق : التنبؤ بالطلب في فترات زمنية لا تتوافر فيها بيانات تاريخية أو فعلية كافية عن العوامل المؤثرة في الطلب.

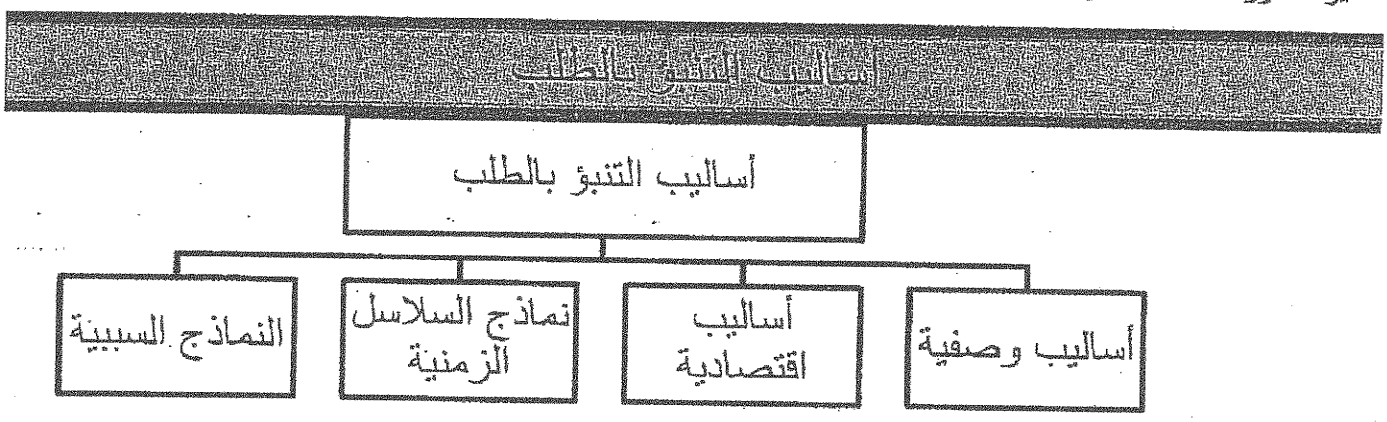
التنبؤ بعد التحقق : التنبؤ بالطلب في فترات زمنية تتوافر فيها بيانات تاريخية أو فعلية كافية عن العوامل المؤثرة في الطلب.

على سبيل المثال: قد يتم استخدام البيانات الفعلية عن الطلب خلال الفترة ما بين عامي 2000 لـ 2015 لأتنبأ بطلب عام 2016 باستخدام أحد الأساليب (قبل التحقق) ومن ثم ففي عام 2016 تصبح لدينا قيمتان (قيمة مقدرة وفق أسلوب التنبؤ، قيمة فعلية عن الطلب في هذا العام) (بعد التحقق) الأمر الذي يمكن من اختبار جودة الأسلوب المستخدم في التنبؤ من خلال حساب الفرق بين القيمة الفعلية والقيمة المقدرة . (كلما كان الفرق كبير والانحرافات كبيرة فإن أسلوب التنبؤ لا يصح للاستخدام مرة أخرى)

3) التنبؤ المشروط والتنبؤ غير المشروط:

المشروط : يتم الاعتماد على هذا التنبؤ عندما لا تتوافر بيانات و معلومات مؤكدة عن المتغيرات المستخدمة (المعلومات والبيانات غير مؤكدة).

الغير مشروط: عندما تتوافر بيانات ومعلومات مؤكدة عن المتغيرات المستخدمة في التنبؤ بالطلب .

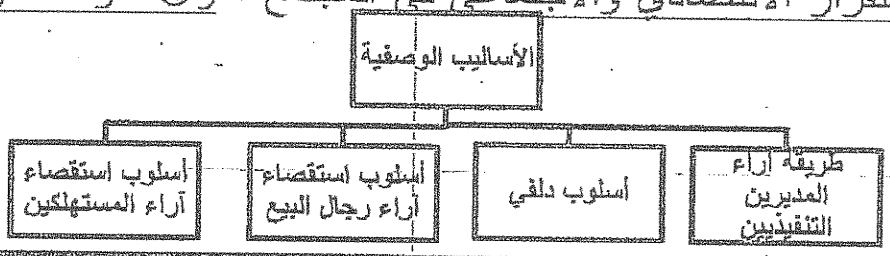


بعد الانتهاء من تجميع البيانات والمعلومات التسويقية اللازمة لتقدير الطلب المتوقع على منتجات المشروع والتأكد من صحتها ، يمكن الاعتماد على العديد من أساليب التنبؤ التي يمكن استخدامها في التنبؤ بالطلب المستقبلي على منتجات المشروع ، ويتوقف اختيار طريقة ما وتفضيلها على أخرى على : **كم البيانات المتوفرة ونوعها، وطبيعة السلعة أو الخدمة محل البحث ، ظروف السوق، ومدى خبرة رجال الإدارة والتسويق وغيرها من العوامل.**

سنكتفي اليوم بالحديث عن أول نوع هو:

1. الأساليب الوصفية

تمتاز الأساليب الوصفية باعتمادها على الخبرة والتقدير الشخصي ، ويفضل استخدامها في حالة ①تقديم منتج جديد، وفي حالة ②عدم وجود بيانات يمكن استخدامها في التنبؤ، وفي حالة ③عدم الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي في المجتمع ، و④حدوث تطور تكنولوجي سريع



طريقة آراء المديرين التنفيذيين

يعتمد هذا الأسلوب على آراء مجموعة من المديرين التنفيذيين في تقدير الطلب المتوقع .

✓ المميزات: البساطة السهولة وقلة التكاليف،رأي مجموعة من المدراء أفضل من مدير واحد.

☒ العيوب: مبنية على الحكم الشخصي ، و بتباين التقديرات من مدير لآخر، كما يمكن أن تنحاز إلى رأي غالب وسط المجموعة.

يتم الوصول إلى التقديرات النهائية للطلب بإحدى الطريقتين التاليتين:

- **طريقة تجميع الآراء الفردية** والتنسيق بينها للوصول إلى تقدير نهائي للطلب .
- **طريقة المناقشة الجماعية :** وهنا يتم التوصل إلى رأي جماعي حول الطلب في المستقبل بين المديرين المكلفين بالتقدير.

أسلوب دلفي

يقوم هذا الأسلوب على توجيه مجموعة من الأسئلة لمجموعة من الخبراء في مجال السلعة سواء من داخل الشركة أو من خارجها كل بمعزل عن الآخر.

تتضمن الأسئلة تقدير الخبير للمبيعات أو الطلب في المستقبل، ثم تجمع الإجابات وتفرغ دون ذكر الأسماء لكي يعرف كل خبير تقديرات الآخرين ، ثم تعاد التجربة عدة مرات للوصول إلى تقدير يمثل شبه إجماع للخبراء على تقدير معين للطلب أو المبيعات .

✓ **مميزات :** يعد هذا الأسلوب أكثر الطرق الوصفية دقة ، كما أنه يمتاز بالحياد وعدم التحيز

☒ **عيوب :** تكلفة عالية ووقت لمعرفة ردود الخبراء.

أسلوب استقصاء آراء رجال البيع

يبنى هذا الأسلوب على افتراض أن رجال البيع أقرب في الاتصال بالمستهلك ، وبالتالي فهم أقدر من غيرهم على التنبؤ بالطلب المتوقع على المنتج محل الدراسة .

يتم هذا الأسلوب من خلال الحصول على تقديرات كل رجل بيع في منطقته ثم تجميع ومراجعة التقديرات على مستوى كل منطقة جغرافية ووضع رقم تقديري للمنطقة، ثم وضع رقم نهائي بتجميع المناطق الجغرافية المختلفة وإدخال التعديلات عليها لكي يتم التقدير النهائي للطلب.

☒ العيوب: تحيز وعدم موضوعية رجال البيع أحياناً، وعدم صلاحيتها للتنبؤات طويلة الأجل.

✓ المميزات: البساطة وقلة التكلفة والواقعية والاستفادة من خبرة رجال البيع ومعرفتهم بالسوق.

أسلوب استقصاء آراء المستهلكين

يتم وفق هذا الأسلوب تجميع وتحليل آراء المستهلكين للسلعة أو الخدمة محل البحث والتي يتم معرفتها من الاستقصاءات والمقابلات ، يتم استقصاء آراء المستهلكين وفق الخطوات التالية :

- تحديد نطاق استقصاء الآراء ، فهل سيقتصر على التنبؤ بالطلب أم سيمتد ليشمل تحديد ، مكان تمركز الطلب ، نمو الطلب المتوقع ، تفضيلات المستهلكين ، التغير في أذواقهم ، ...
- اختيار قطاعات السوق المعنية ، فهل سيتم استقصاء آراء مختلف أنماط المستهلكين ، أم سيقتصر على فئات دون أخرى من حيث (النوع ، العمر ، الدخل ، المستوى التعليمي ، ...)
- تحديد حجم العينة التي سيتم استقصاء آراءها .
- توفير الأفراد الذين سيقومون باستقصاء آراء المستهلكين ، والعمل على تدريبهم .
- تجميع وتبويب وتصنيف وتحليل هذه الآراء وتفسيرها .

وبشكل عام يمكن القول أن أسلوب استقصاء آراء المستهلكين يعتبر مفيداً إذا كان :

✓ المنتج جديد لا تتوافر عنه البيانات الثانوية .

✓ التكلفة الاستثمارية المترتبة على القيام بالمشروع كبيرة .

✓ تكلفة تنفيذ الاستقصاء غير مرتفعة .

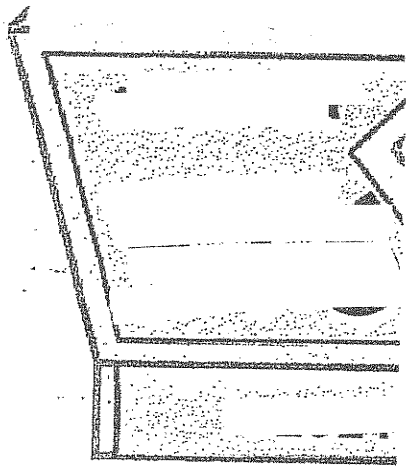
✓ حجم السوق كبير ومهم بالنسبة لاختيار المشروع .

✓ يشترط لنجاح أسلوب الاستقصاء أن تكون الأسئلة الواردة ضمنه واضحة لا يصعب فهمها ولا تؤدي إلى إجابات غير دقيقة، وأن لا تثير شك المستقصى منه ، وأن لا يكون الاستقصاء أطول مما ينبغي ، وأن يخضع للاختبار على مجموعة مختارة من الأفراد قبل أن يدخل حيز التنفيذ على مدى واسع.

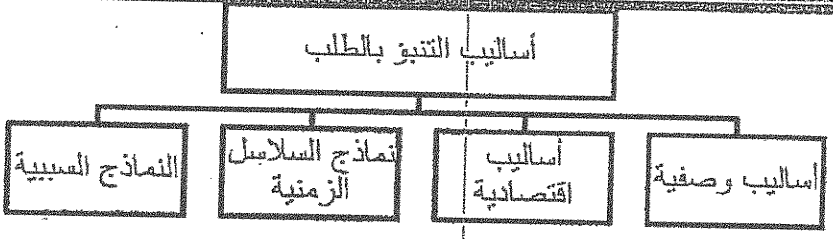
☒ يعاب على هذا الأسلوب أنه مكلف، كما يمكن أن يعطي نتائج غير دقيقة إذا حاول المستقصى منه إرضاء المستقصي ولم يصرح بالإجابة الحقيقية التي تدور في داخله.

"وأخيراً الطرق الوصفية ممتازة بحالات مثل :ليس عندنا سلاسل زمنية أستخدم (دلفي \ استقصاء آراء المستهلكين) مثلاً: مشروع ذو تكلفة كبيرة وخايف أفشل فيه، منتج جديد غير معروف ، منتج عم يتطور بسرعة ، ليس لدي سجلات تاريخية"

◄ إلى هنا نكون قد وصلنا إلى نهاية محاضرتنا، تواصلوا معنا على الفيس بوك:

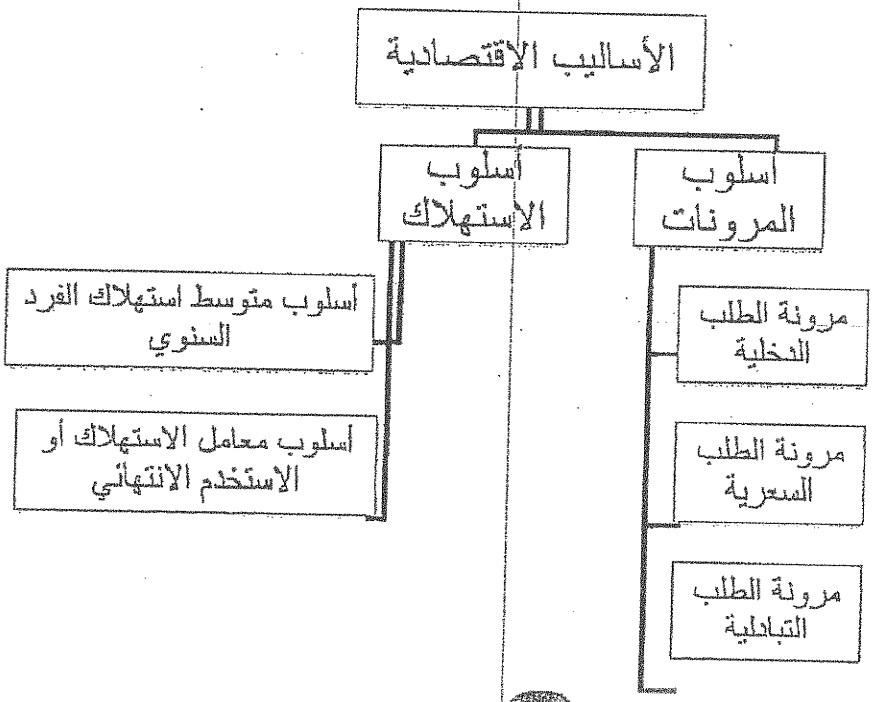


أساليب التنبؤ بالطلب



2. الأساليب الاقتصادية

تعتمد على العوامل والمتغيرات الاقتصادية المؤثرة في المبيعات مثل الأسعار، والدخل المتاح للإنفاق، وعدد السكان..



- **الأساليب الكمية للتنبؤ بالطلب المتوقع:**

- **النماذج/الاقتصادية.**

إن النجاح في تحديد العوامل المؤثرة بشكل فعلي(سلباً أو إيجاباً) على الطلب المتوقع على المنتج المراد إنتاجه،سيعكس أثراً إيجابياً على دقة التقديرات المتعلقة بكل من الفجوة التسويقية وحجم الطلب المتوقع، وعلى التعامل مستقبلاً مع المزيج التسويقي والتخطيط الفعال لعناصر مختلفة.

و**الفجوة التسويقية المتاحة** للمنتج المقترح تعرف بأنها عبارة عن الفرق بين الطاقة الإجمالية الاستيعابية للسوق الحالي، وبين حجم السوق الحالي لهذا المنتج.

أما **الطاقة الاستيعابية للسوق الحالي** فهي الحد الأقصى من الكميات المباعة من المنتج، والتي قد تكون متاحة لكل المشروعات المماثلة لإنتاج السلعة القديمة والجديدة خلال فترة زمنية معينة، وتحت مستوى معين من الجهد التسويقي، وفي ظل ظروف بيئية معينة.

أما بالنسبة **لحجم السوق الحالي** فهو عبارة عن الحجم الفعلي من المنتج، والذي يتم شراؤه أو استهلاكه أو تصريفه حالياً .

وبالتالي فإن **الفجوة التسويقية المتاحة** يقصد بها تلك المساحة السوقية المتاحة لمنتجات المشروعات الجديدة، بما فيها المشروع المقترح، والتي لم تتمكن المشروعات القائمة من تغطيتها.

أ- القياس الكمي للفجوة التسويقية:

يعطى بالعلاقة التالية:

الفجوة التسويقية= (الطاقة الاجمالية الاستيعابية للسوق الحالي) - (حجم السوق الحالي أو قيمة الاستهلاك الحالي للمنتج).

$$Mg=Tv - Mc$$

حيث أن:

Mg : الفجوة التسويقية.

Tv : الطاقة الاجمالية الاستيعابية.

Mc : قيمة الاستهلاك الحالي للمنتج.

وتحسب الطاقة الاجمالية الاستيعابية وفق الصيغة التالية:

الطاقة الاجمالية الاستيعابية = عدد المشترين المحتملين للمنتج x متوسط الكميات المشتراة للفرد الواحد x متوسط سعر الوحدة المشتراة للفرد الواحد.

$$Tv=Ne \times Mq \times \overline{X}_u$$

حيث أن:

Tv : الطاقة الاجمالية الاستيعابية للسوق الحالي.

Ne : عدد المشترين المحتملين للمنتج موضع الدراسة.

Mq : متوسط الكميات المشتراة للفرد الواحد.

$\overline{X}_u$: متوسط سعر الوحدة من المنتج موضع الدراسة.

أما حجم السوق الحالي(قيمة الاستهلاك) فيحسب من خلال الصيغة التالية:

حجم السوق الحالي(قيمة الاستهلاك)= قيمة الإنتاج المحلي من المنتج+(الواردات-الصادرات) + (مخزون أول المدة - مخزون آخر المدة)

$$Mc=P + (K-R) + (q1-q2)$$

حيث أن:

Mc : الاستهلاك الحالي من المنتج المقترح(موضع الدراسة).

P : قيمة الإنتاج المحلي من المنتج.

K : قيمة الواردات من المنتج موضع الدراسة.

R : قيمة الصادرات من المنتج موضع الدراسة.

q1: قيمة مخزون أول المدة من المنتج موضع الدراسة.

q2: قيمة مخزون آخر المدة من المنتج موضع الدراسة.

وهناك مايعرف بالاستهلاك الظاهري وهو عبارة عن قيمة الإنتاج المحلي من المنتج مضافاً إليه الفرق بين قيمتي الواردات والصادرات، ويعطى وفق الصيغة التالية:

الاستهلاك الظاهري = قيمة الإنتاج المحلي من المنتج + (قيمة الواردات – قيمة الصادرات)

$$Ec=P + (K-R)$$

حيث أن:

Ec : الاستهلاك الظاهري للمنتج.

P : قيمة الإنتاج المحلي من المنتج.

K : قيمة الواردات من المنتج موضع الدراسة.

R : قيمة الصادرات من المنتج موضع الدراسة.

الأمر الذي يعني أن حجم السوق الحالي يمثل قيمة الاستهلاك الظاهري للمنتج، معدلاً بالفرق بين مخزوني أول المدة وآخر المدة لهذا المنتج.

وفي ضوء كل ماسبق يمكن حساب الفجوة التسويقية من خلال العلاقة التالية:

$$Mg=\{ Ne \times Mq \times \bar{X}_u \} - \{ P + (K-R) + (q1-q2)\}$$

ويحسب $\bar{X}_u$ (متوسط سعر الوحدة من المنتج موضع الدراسة)، من خلال العلاقة:

$$\frac{\text{سعر البيع + سعر الاستيراد}}{٢}$$

أما P (قيمة الإنتاج المحلي من المنتج)، فتحسب من خلال ضرب عدد الوحدات بسعر بيع الوحدة، أي أن:

قيمة الإنتاج المحلي من المنتج = عدد الوحدات X سعر بيع الوحدة

أما K (قيمة الواردات) فتحسب من خلال ضرب عدد الوحدات بسعر الاستيراد، أي أن:

قيمة الواردات = عدد الوحدات X سعر الاستيراد

في حين أن R (قيمة الصادرات) فتحسب من خلال ضرب عدد الوحدات بسعر التصدير، أي أن:

قيمة الصادرات = عدد الوحدات X سعر التصدير

كما أن (q1-q2) وهو الفرق بين قيمتي مخزوني أول المدة وآخر المدة، يحسب من خلال ضرب عدد الوحدات بمتوسط سعر بيع الوحدة، أي أن:

قيمة مخزون أول المدة- قيمة مخزون آخر المدة=عدد الوحداتX متوسط سعر بيع الوحدة

وبالنسبة للسعر فهو يحسب كمايلي:

السعر = مجموع التكاليف الثابتة +التكاليف المتغيرة + هامش الربح

مثال(1):

مشروع لإنتاج عصير البندورة بلغ إنتاجه 5000طن سنوياً ، و40 طن من الكاتشب، و60طن سنوياً من الصلصة.

- تم دراسة وتحديد عدد التراخيص الممنوحة إنتاج مشتقات البندورة، ولم تدخل مشروعاتها مرحلة الإنتاج، واتضح أن 14 ترخيصاً لإنتاج 1000طن سنوياً من عصير البندورة، و30 طن من الكاتشب، و40 طن من الصلصة.
- تم حصر الواردات من منتجات المشروع المقترح وتحليلها خلال 12 سنة سابقة، وتبين أن متوسطها 15242 طن سنوياً من عصير البندورة، و8350 طن من الكاتشب، و23000 طن من الصلصة.
- أكدت أرقام الواردات وزيادتها السنوية الملحوظة خلال سنوات التحليل، وجود فجوة تسويقية تستوجب القياس.
- تم حصر الصادرات من منتجات المشروع وتحليلها خلال نفس الفترة الزمنية السابقة، وتبين أن متوسطها 3000 طن سنوياً من عصير البندورة، و800 طن من الكاتشب، و2500 طن من الصلصة.

وتجدر الإشارة إلى أن الدراسة اتبعت النماذج الثلاثة السابقة لتحديد الفجوة التسويقية المتاحة لمشتقات البندورة، وفق الفروض والحسابات التالية:

أ- إن حجم الطاقة الإجمالية الاستيعابية للسوق المحلي لمنتجات مشتقات البندورة تتمثل في حجم الإنتاج المحلي + حجم الواردات.

ب-إن حجم السوق الحالي لمنتجات مشتقات البندور ة يتمثل في حجم الاستهلاك الظاهري، والذي يتمثل في: حجم الإنتاج المحلي + الواردات – الصادرات.

ت- لم يتم تعديل حجم السوق الحالي في حجم الاستهلاك الظاهري بمخزون أول المدة ومخزون آخر المدة، لصعوبة التحقق من أرقامه.

والمطلوب: حساب الفجوة التسويقية لمشتقات البندورة(عصير البندورة- الكاتشب- الصلصة).

الحل:

الفجوة التسويقية= (الطاقة الاجمالية الاستيعابية للسوق الحالي) – (حجم السوق الحالي أو قيمة الاستهلاك الحالي للمنتج).

$$Mg=Tv - Mc$$

- الفجوة التسويقية لعصير البندورة:

$$Mg=5000+15242-(5000+15242-3000)=3000$$

- الفجوة التسويقية للكاتشب:

$$Mg=40+8350-(40+8350-800)=800$$

- الفجوة التسويقية للصلصة:

$$Mg=60+23000-(60+23000-2500)=2500$$

مثال(2):

يتم إعداد دراسة جدوى تسويقية لإنشاء مشروع مقترح لإنتاج الألبسة النسائية الجاهزة، وأكدت الدراسة على توافق الدراسة البيئية، واستغلال المواد الخام ومستلزمات إنتاج محلية، ومصادر التمويل المختلفة.

ولدى القيام بتقدير حجم الطلب وتحديد الفجوة التسويقية لمنتجات المشروع، تم التوصل للبيانات التالية:

١. بلغ عدد السكان 50 مليون نسمة.
٢. نسبة الإناث إلى إجمالي عدد السكان 30%.
٣. تمثل الإناث تحت سن 18 سنة وفوق 60 سنة من العمر، نسبة قدرها 20% من مجمل عدد الإناث.
٤. بلغ متوسط الكمية المشتراة للسيدة الواحدة 2وحدة سنوياً .

٥. بيعت الوحدة الواحدة من المنتج ب 200 ل.س.

٦. كان سعر تصدير الوحدة مايعادل 300 ل.س.

٧. سعر استيراد الوحدة 350 ل.س.

٨. إن نسبة 60% من الإناث فوق 18 سنة وتحت الـ 60 سنة، قادرين على الشراء.

٩. إن حجم الواردات من الملابس النسائية الجاهزة بلغ 500.000وحدة سنوياً .

١٠. إن حجم الصادرات من الملابس النسائية الجاهزة بلغ 80.000وحدة سنوياً .

١١. إن الفرق بين مخزوني أول المدة وآخر المدة يبلغ 200.000 وحدة.

١٢. بلغ حجم الإنتاج المحلي من الملابس الجاهزة للسيدات مليون وحدة سنوياً .

المطلوب: تحديد الفجوة التسويقيةبالوحدات أولاً ، ثم تحديدها بالليرات.

الحل:

١ – عدد الإناث المستهدفين(فوق 18 وتحت 60 سنة)

= عدد السكان الكلي x نسبة الإناث x نسبة الإناث المستهدفين عمرياً x نسبة الإناث المستهدفين دخلياً

= 50 مليون x 30% x 80% x 60% = 7.200.000 أنثى.

٢ – حساب الطاقة الإجمالية الاستيعابية للسوق من الملابس الجاهزة بالوحدات

= عدد الإناث المستهدفين x متوسط الكمية المشتراة للسيدة الواحدة

= 7.200.000 x 2 وحدة = 14.400.000وحدة سنوياً .

٣ – حساب حجم الاستهلاك الحالي من الملابس الجاهزة بالوحدات

حجم السوق الحالي(قيمة الاستهلاك)= قيمة الإنتاج المحلي من المنتج+(الواردات–الصادرات) + (مخزون أول المدة – مخزون آخر المدة)

$$Mc=P + (K-R) + (q1-q2)$$

$$Mc=1.000.000 + (500.000-80.000) + (200.000)$$

$$Mc=1.620.000 \text{ وحدة}$$

٤ – تحديد الفجوة التسويقية المتاحة لمنتج الملابس الجاهزة بالوحدات

الفجوة التسويقية= الطاقة الاجمالية الاستيعابية – قيمة الاستهلاك الحالي للمنتج.

$$Mg=Tv - Mc$$

$$Mg=14.400.000 - 1.620.000$$

$$Mg=12.780.000 \text{ وحدة}$$

٥- الطاقة الإجمالية الاستيعابية للسوق من الملابس الجاهزة بالليرات

الطاقة الاجمالية الاستيعابية = عدد المشترين المحتملين للمنتج x متوسط الكميات المشتراة للفرد الواحد x متوسط سعر الوحدة المشتراة للفرد الواحد.

$$Tv = Ne \times Mq \times \overline{X}_u$$

$$Mg = 7.200.000 \times 2 \times 275 = 3.960.000.000$$

حيث أن متوسط سعر الوحدة يمكن حسابه من خلال العلاقة التالية:

$$\frac{\text{سعر البيع + سعر الاستيراد}}{٢}$$

$$\overline{X}_u = \frac{350 + 200}{2} = 275$$

٦- قيمة الاستهلاك الحالي من الملابس الجاهزة بالليرات

قيمة الاستهلاك الحالي= قيمة الإنتاج المحلي من المنتج+(الواردات-الصادرات) + (مخزون أول المدة - مخزون آخر المدة)

$$Mc = P + (K - R) + (q1 - q2)$$

$$Mc = 1.000.000 \times 200 + (500.000 \times 350 - 80000 \times 300) + (200000 \times 275)$$

$$Mc = 406$$ مليون ل.س

وهذه تمثل الفجوة التسويقية، أي يعني تحديد الحصة السوقية المتاحة الآن لكافة المشروعات الجديدة والمرتبطة بتقديم المنتج موضع الدراسة.

أولاً: أسلوب المرونات:

تمثل المرونة مقياس لدرجة استجابة متغير يسمى **المتغير التابع** للتغير في متغير آخر يسمى **المتغير المستقل**.

وتعرف **المرونة** بأنه التغير النسبي في المتغير التابع نتيجة لتغير المتغير المستقل بنسبة 1% .

يوجد عدة أنواع من المرونات نذكر منها :

1) مرونة الطلب السعرية : (سؤال دورة: تحدث عن مرونة الطلب السعرية (10 علامات)

نحن نعلم أن السعر من أهم العوامل التي تؤثر على الطلب والعلاقة بينهما عكسية (كل ما زاد السعر انخفض الطلب والعكس صحيح)، عدا بعض الحالات:

- كالسلع الرديئة: إذا انخفض سعرها لا يزداد الطلب عليها، مثل: الملح.
- السلع الخاصة (بالعكس): كل ما زاد السعر زاد الطلب عليها. (مثل: الـ IPhone).
- التوقعات بالسعر فكلما توقعنا أن السعر سيرتفع نقوم بزيادة الشراء (الطلب) خشية المزيد من الارتفاع بالسعر.

تبين مرونة الطلب السعرية مقدار التغير في الطلب على منتج نتيجة تغير سعره، وتقاس بقسمة التغير النسبي في الطلب على التغير النسبي في السعر، وبالتالي تحسب مرونة الطلب السعرية من خلال العلاقة التالية :

$$\text{مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير النسبي في الطلب}}{\text{التغير النسبي في السعر}}$$

- لماذا قمنا بوضع التغير النسبي في السعر بالمقام؟؟

لأنه عادة المتغير المستقل هو الذي نضعه بالمقام لأنه (المؤثر)، أما التابع (المتأثر) فنقوم بوضعه في البسط.

- ما معنى التغير النسبي؟؟؟

أي تغير بين فترتين يقاس بـ: $\frac{\text{العام الجديد - العام الحالي}}{\text{العام الحالي}}$

مثال : (سؤال دورة)

في ضوء البيانات التالية على الطلب والسعر لمنتج معين، المطلوب تقدير الطلب عام 2013 باستخدام أسلوب مرونة الطلب السعرية في حالة انخفاض السعر إلى 30 ليرة :

العام	2011	2012	2013
السعر (ليرة)	60	40	30
الطلب (وحدة)	8,000	1,0000	ط

الحل: مرونة الطلب السعرية بين عامي 2011 و 2012

$$\frac{\frac{10000-8000}{8000}}{\frac{40-60}{60}} = -0.75$$

الجواب: (0.75-) الناتج سالب لأن العلاقة عكسية إلا في الحالات الخاصة فالعلاقة طردية (موجبة)

وبافتراض أن مرونة الطلب السعرية ستستمر بين عامي 2012 و 2013:

نعوض في نفس المعادلة:

$$\frac{\frac{x-10000}{10000}}{\frac{30-40}{40}} = -0.75$$

$$\frac{\frac{x-10000}{10000}}{-0.25} = -0.75$$

$$\frac{x-10000}{10000} = -0.75 \times -0.25$$

$$\frac{x-10000}{10000} = 0.1875$$

$$x - 10000 = 1875$$

$$x = 11875$$

ومن هذه المعادلة يمكن استنتاج قيمة الطلب في عام 2013التي تبلغ 11,875 وحدة

وبشكل عام يمكن القول بوجود حالات لمرونة الطلب السعرية وهي :

- **معامل مرونة الطلب السعرية = 0** , طلب عديم المرونة , في هذه الحالة يكون معامل مرونة الطلب السعرية مساوياً للصفر حيث لا تستجيب الكميات المطلوبة من المنتج لأي تغيرات في السعر .
- **معامل مرونة الطلب السعرية = ∞** , طلب لا نهائي المرونة ,حيث يكون السعر ثابت ولكن الكمية المطلوبة هي التي تتغير بمعنى أن عامل السعر لا يلعب دوراً مؤثراً في تحديد الكمية المطلوبة .
- **معامل مرونة الطلب السعرية>1** طلب مرن , حيث يؤدي التغير في السعر إلى تغير أكبر في الكمية المطلوبة.

← نخفض السعر تسويقياً.

- معامل مرونة الطلب السعرية <1 , طلب غير مرن، يؤدي التغير في السعر إلى تغير أقل في الكمية المطلوبة.

← نزيد السعر تسويقياً ونقوم بعمل قشط السوق.

- معامل مرونة الطلب السعرية =1 , طلب متكافئ المرونة , حيث يؤدي التغير في السعر إلى تغير عكسي في الكمية المطلوبة & بنفس النسبة .
- معامل مرونة الطلب السعرية <0 (سالباً), طلب على منتج رديء

✓ مميزاته: هذا الأسلوب: البساطة + تربط بين الطلب وعامل مميز هو السعر + توفر البيانات.

✗ عيوبه:

1. افتراض ثبات مرونة الطلب على طول منحنى الطلب عبر الزمن.
2. يفترض وجود المنافسة الكاملة (هذا غير واقعي).
3. يأخذ مؤثر السعر فقط وكأن السعر هو الوحيد المؤثر على الطلب .

2) مرونة الطلب الدخلية :

وهي تبين درجة تأثر الطلب بتغيرات الدخل، وهي علاقة إيجابية (طردية).
وتقاس بقسمة التغير النسبي في الطلب على التغير النسبي في الدخل، وبالتالي تحسب مرونة الطلب الدخلية من خلال العلاقة التالية :

$$\text{مرونة الطلب الدخلية} = \frac{\text{التغير النسبي في الطلب}}{\text{التغير النسبي في الدخل}}$$

فإذا كان :

- معامل مرونة الطلب الدخلية <1 ، فهذا يعني أن التغير في الدخل يؤدي إلى تغير في الطلب بذات الاتجاه ولكن بنسبة أقل ، وهذا ما نجده في المنتجات الضرورية كالأغذية .
- معامل مرونة الطلب الدخلية >1 ، فهذا يعني أن التغير في الدخل يؤدي إلى تغير في الطلب بذات الاتجاه ولكن بنسبة أكبر ، وهذا ما نجده في المنتجات الكمالية .
- معامل المرونة سالب العلاقة عكسية بين الدخل والطلب ، أي أن زيادة الدخل تؤدي لانخفاض الطلب ، وهذا ما نجده في المنتجات الرديئة (حالة خاصة).

يمكن الاستعانة بمرونة الطلب الدخلية في تقدير الطلب في سنوات قادمة.

مثال (سؤال دورة): في ضوء البيانات التالية عن الدخل والطلب للمنتج س ، المطلوب تقدير الطلب الفردي والكلي عام 2013 باستخدام أسلوب مرونة الطلب الدخلية، علماً أن الدخل يتوقع أن يصل إلى 4400 في عام 2013

العام	2011	2012	2013
الطلب	2000	2600	
الدخل	3500	3850	...

الحل: - نحسب مرونة الطلب الدخلية بين عامي 2011 و 2012 :

$$\frac{\frac{2600-2000}{2000}}{\frac{3850-3500}{3500}}=3$$

يتم تقدير الطلب الفردي على السلعة س عام 2013 من خلال استخدام القانون نفسه بين عامي 2012و2013:

العام	2012	2013
الطلب	2600	ط
الدخل	3850	4400

الحل :

$$\frac{\frac{x-2600}{2600}}{\frac{4400-3850}{3850}}=3$$

$$\frac{\frac{x-2600}{2600}}{0.14}=3$$

$$\frac{x-2600}{2600}=3\times 0.14$$

$$\frac{x-2600}{2600}=0.43$$

$$x-2600=1114.29$$

$$x=3714.29$$

وبفرض أن عدد السكان = 15 مليون نسمة.

الطلب الكلي = الطلب الفردي × عدد السكان

= 3714.29 × 15 = 55714.35 مليون وحدة .

✓ **مميزات:** (سؤال دوري)

1. سهولة الحساب.
2. طريقة بسيطة.
3. طريقة منطقية تربط بين الدخل والطلب.
4. توافر بيانات عن الدخل ، والطلب ، وتعداد السكان.

✗ **عيوب:** يقوم على مجموعة من الافتراضات التي تقلل من دقته لمخالفة هذه الفروض للواقع والتي من أهمها:

1. ثبات مرونة الطلب الدخلية عبر الزمن حيث أن الدخل هو فقط الذي يؤثر في الطلب وأي خطأ في دخل سيؤدي إلى خطأ في الطلب.
2. افتراض أن الجميع يستهلك السلعة بنفس النسبة.

3) مرونة الطلب التبادلية:

تبين مرونة الطلب التبادلية مقدار التغير في الطلب على منتج نتيجة تغير سعر منتج آخر ، وتقاس بقسمة التغير النسبي في الطلب على التغير النسبي في سعر سلعة أخرى ، تحسب من خلال العلاقة التالية :

$$\text{مرونة الطلب التبادلية} = \frac{\text{التغير النسبي في الطلب على منتج معين}}{\text{التغير النسبي في سعر منتج آخر}}$$

وبشكل عام يمكن القول بوجود حالات لمرونة الطلب التبادلية وهي :

- كلما زادت قيمة معامل المرونة التبادلية وكانت موجبة كلما كان المنتجين بديلين. (أي يحل أحدهما محل الآخر، منتج منافس ازداد سعره، يزداد الطلب على منتجي)
- كلما انخفضت قيمة معامل المرونة التبادلية وكانت موجبة كلما كان المنتجين غير بديلين
- كلما زادت قيمة معامل المرونة التبادلية وكانت سالبة كلما كان المنتجين متكاملين. (أي يكمل أحدهما الأخر، إذا زاد سعر المواد الأولية ذلك سيؤدي إلى زيادة سعر سلعتي وبالتالي سيقل الطلب على سلعتي).
- كلما انخفضت قيمة معامل المرونة التبادلية وكانت سالبة كلما كان المنتجين غير متكاملين
- إذا كانت قيمة معامل المرونة التبادلية مساوية للصفر فهذا يعني أن تغير سعر أحد المنتجين لا يؤثر في الطلب على المنتج الآخر ويكون المنتجان مستقلان .

وقد أشار الدكتور إلى أنه يستحيل الوصول إلى المتغير الذي يؤثر على الطلب أكثر لذا ندرس حالة الارتباط بين الطلب والسعر مثلاً وبين الطلب والدخل وندرس مرونته.
والارتباط يكون (1-,0.1) ولكن من المستحيل أن يكون صفر!

ملاحظة: هي تشبه مرونة الطلب السعرية لكن المنتج آخر ولها نفس المزايا والعيوب.

ثانياً: أسلوب الاستهلاك

يعتمد هذا الأسلوب في تقدير الطلب على تقدير الاستهلاك المتوقع من المنتج، وفي هذا الصدد يوجد أسلوبين رئيسين يمكن استخدامهما في تقدير الاستهلاك المتوقع من المنتج وهما:

أ – أسلوب متوسط استهلاك الفرد السنوي:

يعتمد هذا الأسلوب على استخدام متوسط استهلاك الفرد السنوي في التنبؤ بحجم الطلب المتوقع في السنة القادمة، ويتم حساب متوسط استهلاك الفرد السنوي وفقا للمعادلة التالية:

$$\text{متوسط استهلاك الفرد السنوي} = \frac{\text{الاستهلاك الفعلي الظاهري خلال سنة معينة}}{\text{عدد السكان في تلك السنة}}$$

ويتم حساب الاستهلاك الظاهري من خلال المعادلة التالية:

الاستهلاك الظاهري = الانتاج المحلي + (الواردات – الصادرات) + (تخزون اول المدة – تخزون آخر المدة)

أما عدد السكان فيتم الحصول عليه من الإحصاءات الرسمية.

أما عدد السكان المتوقع فيمكن الوصول إليه من المعادلة :

عدد السكان المتوقع = عدد السكان في السنة الحالية (1 + معدل نمو السكان).

أما الاستهلاك السنوي المتوقع فنحصل عليه من المعادلة:

الاستهلاك السنوي المتوقع = عدد السكان المتوقع × متوسط استهلاك الفرد السنوي.

مثال: في ضوء البيانات التالية المتاحة عن سلعة معينة عام 2012 المطلوب تقدير الطلب عليها في عامي 2014 , 2013 باستخدام طريقة متوسط استهلاك الفرد السنوي:

عدد السكان 25 مليون نسمة بمعدل نمو قدره 2.5%

الصادرات = 20مليون وحدة، الواردات = 10مليون وحدة

الإنتاج المحلي عام 2013= 40 مليون وحدة

الحل:

○ الاستهلاك الظاهري = الإنتاج المحلي + (الواردات – الصادرات)

= 40 + (10 – 20) = 30 مليون وحدة (لا يوجد مخزون في أول وآخر المدة)

متوسط استهلاك الفرد السنوي = الاستهلاك الظاهري / عدد السكان = 30 مليون / 25 مليون = 1.2 وحدة

لأن العام القادم

عدد السكان المتوقع عام 2013 = عدد السكان عام 2012 (1 + معدل النمو)

= 25مليون × 1.025 = 25.625 مليون نسمة

الاستهلاك المتوقع عام 2013 = عدد السكان المتوقع عام 2013 × متوسط استهلاك الفرد السنوي

= 25.625 × 1.2 = 30.75 مليون وحدة

عدد السكان المتوقع 2014 = 25.625 × 1.025 = 26.26 مليون نسمة

الاستهلاك المتوقع 2014 = عدد السكان 2014 × 1.2

= 26.26 × 1.2 = 31.512 مليون وحدة

✓ **مزايا** يفيد هذا الأسلوب في حالة عدم وجود بيانات كافية كما أنه يتميز بـ:
البساطة، تقدر الطلب الكلي للسلعة ، وجود بيانات عدد السكان، معدل النمو مستقر نسبياً.

✗ **عيوب**

- افتراض ثبات متوسط استهلاك الفرد وهذا غير مؤكد إذ إن الأقرب هو التقلب وعدم الثبات.
- افتراض أن الكل يستهلك السلعة في حين أن هناك من يستهلكها وهناك من لا يقبل عليها.

ب – أسلوب معامل الاستهلاك أو الاستخدام النهائي:

يقوم هذا الأسلوب في تقدير الطلب على ضرورة تحديد **كافة الاستخدامات الممكنة للمنتج بحيث تشمل الطلب المباشر عليه** ، استخدامه كمدخل لصناعات أخرى ، الصادرات والواردات منه. وبعد ذلك يتم تحديد معاملات الاستهلاك لكل استخدام من المنتج ، ومن ثم يتم ضرب هذه المعاملات مع حجم الأنشطة المناظرة لها وصولاً لتحديد المستوى المتوقع للاستهلاك . ولتوضيح هذا الأسلوب نورد المثال التالي :

مثال:

المطلوب تحديد الطلب السنوي المتوقع على مادة البنزين بافتراض :

- إن معاملات الاستهلاك للأنشطة المختلفة كما يلي :

النشاط	معدل استخدام المركبة سنوياً من البنزين (ألف لتر)
سيارات الركوب الخاصة	2
سيارات الأجرة	7
سيارات النقل	11
الدراجات النارية	0.5
استخدامات أخرى	1

- إن عدد السيارات المتوقع (بالألف) في السنوات 2015- 2014- 2013 هو كما يلي :

نوع المركبة	2013	2014	2015
سيارات الركوب الخاصة	140	170	210
سيارات الأجرة	60	70	80
سيارات النقل	100	110	120
الدراجات النارية	320	380	410
استخدامات أخرى	120	160	190

الحل : يوضح الجدول التالي الطلب المتوقع على مادة البنزين في السنوات الثلاث :

نوع المركبة	2013			2014			2015		
	العدد	المعدل	الطلب	العدد	المعدل	الطلب	العدد	المعدل	الطلب
سيارات الركوب	140	2	280	170	2	340	210	2	420
سيارات الأجرة	60	7	420	70	7	490	80	7	560
سيارات النقل	100	11	1100	110	11	1210	120	11	1320
الدراجات النارية	320	0.5	160	380	0.5	190	410	0.5	205
استخدامات أخرى	120	1	120	160	1	160	190	1	190
الطلب السنوي			2080			2390			2695

✓ مزاياه: يعتبر أسلوب معامل الاستهلاك مفيداً في تقدير الطلب وخاصة للمنتجات الوسيطة ، كما أنه يمتاز بسهولة الحساب.

4) عيوبه: وفي المقابل يعاب على هذا الأسلوب:

- صعوبة التحديد الدقيق للأنشطة التي تحتاج المنتج.
- صعوبة التحديد الدقيق لمعاملات الاستهلاك ولكل نشاط على حدى.
- افتراضه ثبات معاملات الاستهلاك عبر الزمن .