

دراسة السوق Market Study

دراسة السوق تعتبر إحدى مراحل دراسة الجدوى التجارية للمشروع.

◆ اهداف دراسة السوق:

- . التأكد من وجود طلب كافٍ لاستيعاب الإنتاج خلال عمره الاقتصادي.
- . تقدير حجم المبيعات المتوقعة للمشروع خلال عمره الاقتصادي.
- . تقدير سعر البيع المتوقع للمنتج طوال سنوات عمره الاقتصادي.
- . تحديد منافذ التوزيع المستخدمة لتصريف منتجات المشروع.

◆ اولاً: التأكد من وجود طلب كافٍ: ويجب التمييز بين حالتين:

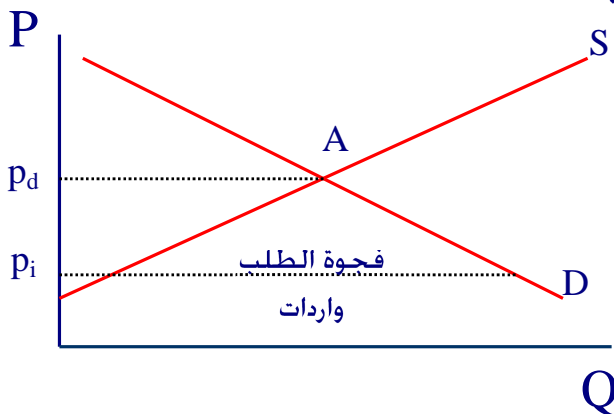
. حالة قيام المشروع بإنتاج سلعة قائمة فعلاً.

. حالة قيام المشروع بإنتاج سلعة تقدم لأول مرة.

وفي الحالة الأولى يمكن الاعتماد على بيانات السنوات السابقة مما يتعلق بالكميات المباعة، وكمية الناتج المحلي منها، وكمية الواردات منها، وأسعار السوق المحلي، وأسعار السوق الدولي.

وللتأكد من وجود طلب كافٍ يستوعب إنتاج المشروع نستخدم بعض المعايير مثل: (أ) فجوة الطلب. (ب) نسبة السد .

(أ) **فجوة الطلب**: تشير إلى الفرق بين الطلب المحلي والناتج المحلي للسلعة عند السعر السائد في السوق الدولية في حالة حرية التجارة الخارجية.



$$Q = \frac{\text{كمية الواردات من السلعة (فجوة الطلب)}}{\text{الحد الأدنى للحجم الأمثل للمشروع}} <$$

فإن كانت $Q =$ مثلاً فيعني أن فجوة الطلب الحالية تبرر إقامة مشروعات من الحجم الأمثل بشرط أن تباع عند السعر الدولي P_i وتنتج نفس النوعية. أما إذا كانت الدولة لا تسمح بالاستيراد فيمكن استخدام نسبة السعر:

$$\frac{P_i}{P_d} = \frac{\text{السعر الدولي متضمنا تكلفة النقل للداخل}}{\text{السعر المحلي في ظل عدم وجود مجارة}} = \text{ع}$$

وإذا كانت $\text{ع} >$ فإنه يؤشر عن وجود فجوة طلب محتملة. ومن ناحية أخرى إذا حقق الشرط التالي:

$$\frac{P_d}{P_i} = \frac{\text{السعر المحلي متضمنا تكلفة النقل للخارج}}{\text{السعر الدولي}} = \text{ع}$$

فهذا يشير إلى إمكانية إقامة مشروعات محلية للتصدير. حيث إن أسعارها مع تكلفة النقل تظل أقل من السعر الدولي بافتراض تماثل الجودة.

وفي بعض الحالات تتدخل الحكومة لتسيطر على الأسعار فتظل الأسعار الرسمية جامدة دون تغير مهما تغيرت الظروف، وهنا لا يمكن التعرف على فجوة الطلب من خلال نسبة السعر، وإنما توجد مؤشرات أخرى. أهمها:

- أ. وجود قوائم انتظار طويلة للسلع التي يفوق الطلب عليها العرض منها.
- ب. وجود طوابير طويلة أمام منافذ توزيع السلع الاستهلاكية التي يوجد قصور في عرضها بالنسبة للطلب عليها.
- ت. التدهور المستمر في النوعية λ عن قصور الكميات المتاحة للسلع.

(-) التنبؤ بالطلب على السلع القائمة:

من أبرز الطرق القياسية المستخدمة للتنبؤ بالطلب "طريقة التقدير الاستقرائي للاجاء" وهذه الطريقة إلى افتراض اساسي: هو ان سلوك المتغيرات في الماضي يستمر بنفس النمط في المستقبل. ولذا تستخدم البيانات الزمنية التاريخية في التنبؤ بقيم المبيعات السوقية والإنتاج المحلي ومن تم فجوة الطلب. وتستخدم هذه الطريقة نماذج قياسية غير سببية Non-causal Models (: نموذج الانحدار الخطي البسيط.

(نموذج الانحدار غير الخطي (الصيغة التربيعية).

(نموذج الانحدار غير الخطي (الصيغة اللوغاريتمية).

(المتوسط المتحرك: يستخدم عندما يكون معدل النمو غير ثابت عبر الزمن.

وإذا وجدنا أكثر من نموذج للتنبؤ بسلوك فجوة الطلب، فايها أكثر ملاءمة؟

يوجد طرق تستخدم لاختبار مقدرة النموذج على التنبؤ. ومن ثم اختيار النموذج الذي يتمتع بأعلى قدرة على التنبؤ. ومن هذه الطرق:

أ. متوسط مربع الخطأ.

ب. الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الخطأ.

ت. متوسط الأخطاء المطلقة.

ث. جذر متوسط مربعات نسبة الخطأ.

(-) التنبؤ بطلب السلع الجديدة:

إن "طريقة التقدير الاستقرائي للأجاء" تصلح للتنبؤ بفجوة الطلب في حالة السلع التي لها تاريخ. ولا تصلح للتنبؤ بسلوك فجوة الطلب في حالة السلع التي تقدم لأول مرة في السوق. وفي هذه الحالة توجد طرق أخرى، أبرزها:

طريقة المسح الميداني: وتعتمد على استبيانات يملؤها المستهلكون.

وتهدف لمعرفة تفضيلات الأفراد للسلعة المقترحة تقديمها مستقبلاً.

قوة دلفي: وتعتمد على استطلاع آراء الخبراء عن توقعاتهم بشأن

نمو الطلب على السلعة، حتى نصل إلى تقدير يستقر عليه معظم

الخبراء. وتعتبر هذه الطريقة أكثر ملاءمة في حالة التوقعات طويلة

الأجل، وفي حالة التوقعات النوعية كالتغيرات التكنولوجية.

النماذج السببية: وتعتمد على جمع بيانات العوامل التي تؤثر في

هذه السلعة، ومن أهم هذه العوامل:

أ. السكان: يعتبر حجم السكان من أهم العوامل التي تؤثر في طلب

السلع المختلفة، كما يساعد تحديد معدل النمو السكاني على التنبؤ

بمعدل الزيادة في الطلب الراجع لزيادة السكان.

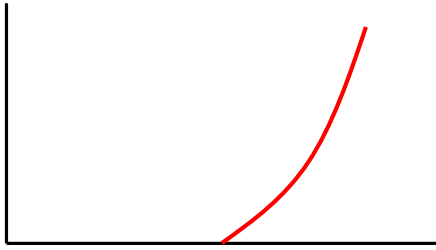
ب. سعر السلعة: كلما ارتفع السعر النسبي للسلعة كلما انخفضت

الكميات المطلوبة منها، والعكس صحيح.

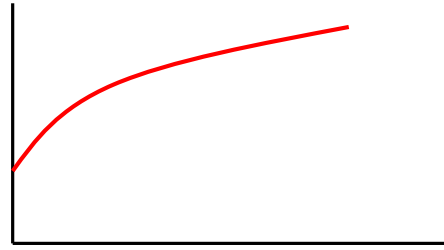
$$\frac{\text{السعر المطلق للسلعة}}{\text{المتوسط المرجح لأسعار البدائل فقط}} = \frac{\text{السعر المطلق للسلعة}}{\text{المتوسط المرجح للأسعار}} = \text{السعر النسبي للسلعة}$$

ت. الدخل الحقيقي: من اهم العوامل المحددة للطلب على مختلف السلع والخدمات. فكلما زاد الدخل الحقيقي كلما زاد الطلب على السلع والخدمات. ويلاحظ ان السلع الضرورية تجد ان مرونة الطلب الدخلية اقل من الواحد. وفي السلع الكمالية اكبر من الواحد:

$$\begin{array}{l} \text{مرونة الطلب الدخلية للسلع الضرورية} \\ \text{مرونة الطلب الدخلية للسلع الكمالية} \end{array} > < \frac{\text{معدل نمو الطلب}}{\text{معدل نمو الدخل}} = \text{مرونة الطلب الدخلية}$$



الإنفاق على السلع الكمالية



الإنفاق على السلع الضرورية

- ث. الإنفاق الإعلان: إذا تمكنا من معرفة مرونة الطلب للإعلان يمكننا التنبؤ بالنمو في الطلب الراجع لزيادة الإنفاق الإعلان.
- ج. التغيرات الاجتماعية والثقافية: إن الانفتاح الثقافي والاجتماعي مؤشر جيد لاجاه الطلب على بعض السلع. وإن كان يصعب حديده كميًا.
- ح. الطلب على السلع البديلة والمكملة.

◆ ثانيا: تقدير حجم المبيعات المتوقعة للمشروع خلال عمره الاقتصادي:

في النقطة السابقة تكلمنا عن تقدير طلب السوق ككل. ولكن من اهداف دراسة السوق تقدير حجم المبيعات المتوقعة طول عمر المشروع الاقتصادي. ويلاحظ ان اقصى حجم مبيعات ممكن للمشروع = طاقته الكاملة - الفاقد المحتمل. (حجم المبيعات المتوقع = الطاقة الكاملة - الفاقد المحتمل) ولكنه نادر الحدوث؛ حيث تزداد المبيعات مع مرور الزمن ومعرفة المستهلكين بالمشروع وخبرة القائمين على المشروع باساليب التسويق ومنافذ التوزيع.

ومن الطرق الأخرى التي تستخدم للتنبؤ بمبيعات المشروع: حديد النسبة التي يتوقع أن يكتسبها المشروع من السوق:

(المبيعات المتوقعة = النصيب النسبي في السوق × الطلب السوقي المتوقع)

وهذا يصلح للمشروعات كبيرة الحجم التي يسهل حديد نصيبها النسبي من السوق. كما نلاحظ سلعا تتأثر مبيعاتها بالتقلبات الموسمية مثل الملابس الشتوية والصيفية والأيس.

◆ ثالثا: حديد السعر المتوقع:

من أهداف دراسة السوق حديد السعر المتوقع للسلعة المنتجة، فإذا كان المشروع صغير الحجم فيكون منتج بنفس سعر السوق، ويعرف من تقدير المسار الزمني للسعر باستخدام البيانات التاريخية المتاحة.

أما إذا كان المشروع يتمتع بقدرة احتكارية فإن السعر المتوقع يتحدد على أساس عنصرين: (التكلفة المتوسطة) معدل الربح المستهدف.

ويلاحظ أنه يتعين أن يتناسب السعر مع المقدرة الشرائية للفئات التي سوف تقدم على شراء السلعة، ويتعين أن يتدرج مع خبرة وسمعة المشروع. ومن الناحية الشرعية فلا يجوز الاحتكار إذا كان في السلع الضرورية حتى لا يتعدى على المصلحة العامة، فيوفق بين ربحه وبين المصلحة العامة.

◆ رابعا: حديد منافذ التوزيع:

يجب أن حدد الدراسة منافذ التوزيع داخل المجتمع وخارجه، وأن حدد وسائل النقل الممكنة؛ نظرا لأهميتها الكبيرة في تسويق السلعة.

فعدم وجود منافذ توزيع كافية قد يكون عائقا أمام إقامة المشروع. وتنقسم منافذ التوزيع إلى نوعين: منافذ مباشرة ومنافذ غير مباشرة.

والمنفذ المباشر يتمثل بتسليم السلعة من المنتج إلى المستهلك مباشرة وهذا عند صغار المنتجين الذين يقومون بتصريف منتجاتهم بأنفسهم.

أما المنافذ غير المباشرة فتتمثل في وجود وسطاء أو وكلاء بين المنتج والموزع.

وتقبلوا تحياتي محبكم: بشر محمد موفق

info@bishrm.com