

دراسة و تحليل الطلب و التنبؤ بالمبيعات

● الفصل الثاني

● دراسة وتحليل الطلب والتنبؤ بالمبيعات

● Demand analysis and sales Forecast

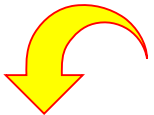
- تواجه أي منشأة العديد في الأسئلة من أجل تحديد مفودات السلعة الواجب إنتاجها و كما يأتي :-
 1. ما هي العوامل التي تفسر أسباب شراء المستهلك لأي سلعة ؟
 2. ما هي العوامل التي تحدد الكميات المطلوبة لأي سلعة؟ (خاصة وانها بشكل وباخر مبيعات المنشأة) .
 3. متى يتوقف المستهلكون عن شراء السلعة ؟
 4. كيف سيتصرف المستهلكون عند أي تغير في العوامل المحددة للكمية المطلوبة من السلعة ؟
- الإجابة عن كل الأسئلة أعلاه تتطلب دراسة وتحليل الطلب والتعامل مع نظرية الطلب (التي تهتم وتتعامل مع سلوك المستهلك) . حيث أن هذه الواسة والتحليل تعد أساسا للتنبؤ بالمبيعات والتي تعد العمود الفقري لوجود المنشأة واستمراريتها ونموها وتحدد معظم القرارات في مجال الإنتاج وجدولته وبالتالي تحقيق اهداف المنشأة.
- ويعرف الطلب بأنه (الكميات التي يكون المستهلكون قانرين ومستعدين على شوائها من السلعة أو الخدمة عند مختلف الأسعار المحتملة خلال فترة زمنية معينة) ويلاحظ ان التركيز هنا على الرغبة والقوة ، كلاهما مهمان ، فالرغبة لوحدها غير كافية والقوة لوحدها غير كافية لتحديد الطلب .

- اهمية دراسة وتحليل الطلب والقرار الاداري.
- قانون الطلب ودالة الطلب ومنحنى الطلب.
- انواع الطلب والحالات الاستثنائية لقانون الطلب.
- مرونة الطلب واهميتها والقرار الاداري، محددااتها، وانواعها.
- العلاقة بين قانون الطلب ومرونة الطلب السعرية.
- التنبؤ بالطلب (المبيعات) واهميته وخطواته.



اهمية دراسة وتحليل الطلب للمنشأة والقرار الإداري

1. ان معظم القرارات الإدارية التي تتخذها المنشأة سواء تلك المتعلقة بعمليات الإنتاج او التسويق او التمويل او التكاليف او غيرها تعتمد بالأساس على الطلب وحجمه . فتحليل ودراسة الطلب يعد الأساس التي تعتمد عليه تلك القرارات. فعلى سبيل المثال تعتمد تحديد الطاقة الإنتاجية للمنشأة وكذلك اختيار الأسلوب الإنتاجي ونوع التكنولوجيا وحجم المشروع على حجم الطلب الفعلي والمتوقع وغيره.
2. قرارات الإنتاج تتأثر وإلى حد بعيد بخصائص الطلب على منتجات المنشأة، فإذا كان الطلب مستقرًا فإن الإنتاج يمكن جدولته على دفعات متواصلة في المدى البعيد، أما إذا كان الطلب غير مستقر فيمكن للمنشأة ان تعتمد على اساليب انتاج مرنة او تتحمل مخزون ضخمة.
3. ان تحديد تركيبة السوق التي تعمل فيه المنشأة والمنافسة التي تواجهها يعتمد على الطلب حيث انه يحدد عدد الباعة والمستهلكين الذين يرغبون في شراء السلع ومدى استعدادهم لقبول بديل لهذه السلعة، وبالتالي تحديد نوع المنافسة التي يمكن ان تواجه المنشأة .
4. ان من اهم الاهداف التي تسعى المنشأة الى تحقيقها هو تنظيم الأرباح الذي يعد الطلب عاملاً مؤثراً في ذلك حيث ان الإيراد يعتمد على الكمية المباعة من السلعة والذي يرتبط بشكل كبير بالطلب. وأي إهمال في دراسة و تحليل الطلب يؤدي بنا الى خسائر او تكاليف إضافية لوجود فائض في الإنتاج (عدم تقدير وتحليل ودراسة الطلب بشكل دقيق وتوقع حجمه بشكل اكبر من الواقع الفعلي سيؤدي في هذه الحالة الى فائض في الإنتاج) مما سيؤدي الى انخفاض الأسعار والأرباح إضافة الى زيادة تكاليف التخزين. اما في حالة تقدير حجم الطلب بشكل أقل من الفعلي سيؤدي ذلك ضياع العديد من فرص الربح وعدم تلبية حاجة السوق الفعلية .
- 5- لا يمكن لأي منشأة ان تعمل بكفاءة و تضمن النمو والاستمرارية الا اذا توفر لها طلب كافي على سلعها لذلك لابد لها ان تكن ملمة بكافة المعلومات المتعلقة بالطلب على سلعها حتى يتسنى لها اتخاذ القرارات التنفيذية في الأمد القصير والقرارات التخطيطية في الأمد الطويل.
- 6- ان السياسة التسعيرية الجارية وتخطيط النشاط التسويقي لأي منشأة يعتمدان بشكل اساسي على المعلومات عن الطلب ورواسته وتحليله وكذلك عن محدثاته والعوامل المؤثرة فيه ومرونته وغيره.
- 7- معظم الخطط اعدادا وصياغة التي تضعها المنشأة من خطط الإنتاج او التكاليف او المبيعات او التمويل او التخزين او مشتريات المواد الأولية او تحديد حجم العمالة و نوعيتها تعتمد على دراسة وتحليل الطلب وتقدير الطلب الفعلي .
- 8- ان قصور الرواست المتعلقة بالطلب والتنبؤ به وخاصة في الدول النامية وعدم التحقق من وجود طلب حقيقي على المنتجات سواء في الأسواق المحلية او الخارجية سيؤدي الى العديد من النتائج السلبية و منها عدم الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية المتاحة من خلال توجيه المورد الى الاستخدامات غير الكفوءة وغير الضرورية على حساب المشروعات الأساسية والضرورية، وكذلك عدم قوة المنشآت على المنافسة من خلال ارتفاع تكاليف الإنتاج وخاصة تكاليف النقل والتسويق إضافة الى انتاج منتجات لا تتفق مع رغبات واحتياجات المستهلكين مما يؤدي الى ظاهرة تراكم المخزون من السلع ذات المواصفات غير المطلوبة.



قانون الطلب و دالة الطلب و منحنى الطلب

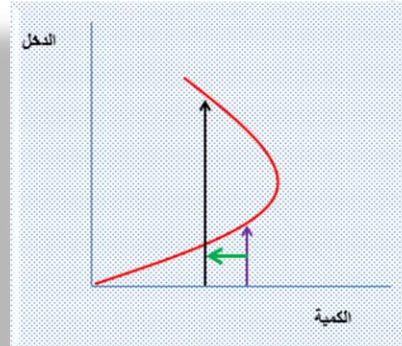
أ- ينص قانون الطلب (THE LAW OF DEMAND) على وجود علاقة عكسية بين سعر السلعة و الكميات المطلوبة منها على فرض بقاء العوامل المؤثرة الاخرى في الطلب ثابتة. فالمستهلكون يشتركون كميات اكبر من السلعة عندما ينخفض سعرها والعكس صحيح مع بقاء العوامل المؤثرة الاخرى في الطلب على حالها. وعلى اساس ذلك فالسعر هو المتغير المستقل والكميات المطلوبة هو المتغير التابع .



دالة الطلب

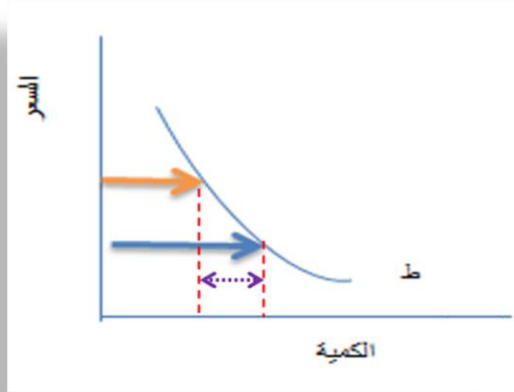
بشكل عام تعبر الدالة عن العلاقة بين متغيرين احدهما مستقل والآخر تابع و دالة الطلب تعبر عن العلاقة بين الكميات المطلوبة (متغير تابع) والعوامل المؤثرة فيها(المتغيرات المستقلة) و تكتب

$$QD = F (P, Y, PS, T) \quad \text{كما يأتي}$$



1) السعر :-

فالتغير في السعر يؤدي الى تغير و بشكل عكسي في الكمية المطلوبة ،فانخفاض السعر يؤدي الى زيادة الكميات المطلوبة والعكس صحيح وعلى فرض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة في الكمية المطلوبة على حالها (ثابتا).



• ب- الدخل:-

- العلاقة موجبة او طردية بين الدخل والكمية المطلوبة من السلع الاعتيادية (NORMAL GOODS) حيث يزداد الطلب عليها بزيادة الدخل (المتغير المستقل) على فرض بقاء العوامل الاخرى ثابتة و بضمنها السعر والعكس صحيح،
- ومع ذلك هناك بعض السلع التي يتأثر الطلب عليها عكسيا بزيادة الدخل ، حيث تؤدي زيادة الدخل (المتغير المستقل) انخفاض الطلب عليها وتسمى بالسلع الدنيا (INFERIOR GOODS) والعكس صحيح. (وهنا يميل المستهلك نحو تقليص استهلاكه من هذه السلع والخدمات الدنيا المنخفضة الجودة مع ارتفاع دخله بالتحول بطلبه الى سلع ذات جودة اعلى).

• ج- اسعار السلع البديلة والمكملة :-

• ويقصد بالسلع البديلة (Substitutes Goods) تلك السلع التي يمكن للمستهلك استبدالها ببعضها البعض لإشباع الحاجة او الرغبة نفسها كما هو الحال بالسفر بالقطار او السيارة او شرب الشاي او القهوة وغيرها. حيث لارتفاع سعر احد السلعتين البديلتين يؤدي الى زيادة الطلب على السلعة الأخرى (حيث ان المستهلك يسعى وبدافع حرصه على الحصول على اعلى مستوى للأشباع من دخله ان يتجه نحو استهلاك المزيد من السلع البديلة التي انخفض سعرها وينقص من استهلاكه وطلبه لتلك التي ارتفع سعرها).

• أما السلع المكملة او التكميلية (Complementary Goods) فهي السلع المرتبطة ببعضها البعض في الاستهلاك ولا يجدي استهلاك احدهما دون الآخر في اشباع رغبة المستهلك كما هو الحال بالنسبة للشاي و السكر او العدسات واطارات النظارات والافلام والكاميرات وغيرها. فارتفاع سعر أحدهما يؤدي الى انخفاض الطلب عليها بطبيعة الحال وبالتالي انخفاض الطلب على السلعة الأخرى المكملة لها .

• د- أذواق المستهلكين (CONSUMERS TASTES) :-

• ان تغير أذواق المستهلكين وتفضيلاتهم يؤدي الى التغير في الكميات المطلوبة من السلعة فزيادة رغبة المستهلك في الحصول على سلعة معينة يؤدي الى زيادة طلبه عليها. و يلعب الإعلان وال

• دعاية دورا مهما في تغير أذواق المستهلكين .

منحنى الطلب (DEMAND CURVE) :-

• وهو المنحنى الممثل للعلاقة العكسية بين المتغيرين ثمن السلعة والكمية المطلوبة منها، وينحدر من الأعلى الى الأسفل متجها الى اليمين (من الشمال الغربي الى الجنوب الشرقي) كونه ذو ميل سالب(لكون العلاقة عكسية بين المتغيرين السعر والكمية المطلوبة) و بعبارة اخرى فهو المنحنى الممثل لقانون الطلب أي الكميات المطلوبة من سلعة ما عند المستويات المختلفة للأسعار . وتجدر الإشارة الى إن التغير في السعر مع ثبات العوامل الأخرى ثابتة يعني الانتقال من نقطة الى أخرى على نفس منحنى الطلب في حين تغير العوامل الأخرى المؤثرة في الكمية المطلوبة (غير السعر) يؤدي الى انتقال منحنى الطلب يمينا في حالة زيادة الطلب وإلى اليسار في حال انخفاض الطلب (زيادة دخل المستهلك وعلى فرض

أنواع الطلب (DEMAND TYPES):-

- 1- الطلب الفعال (EFFECTIVE DEMAND)
- 2- الطلب البديل (ALTERNATE DEMAND)
- 3- الطلب المتصل (JOINT DEMAND):-
- 4 - الطلب المتعدد (MULTIPLE DEMAND)

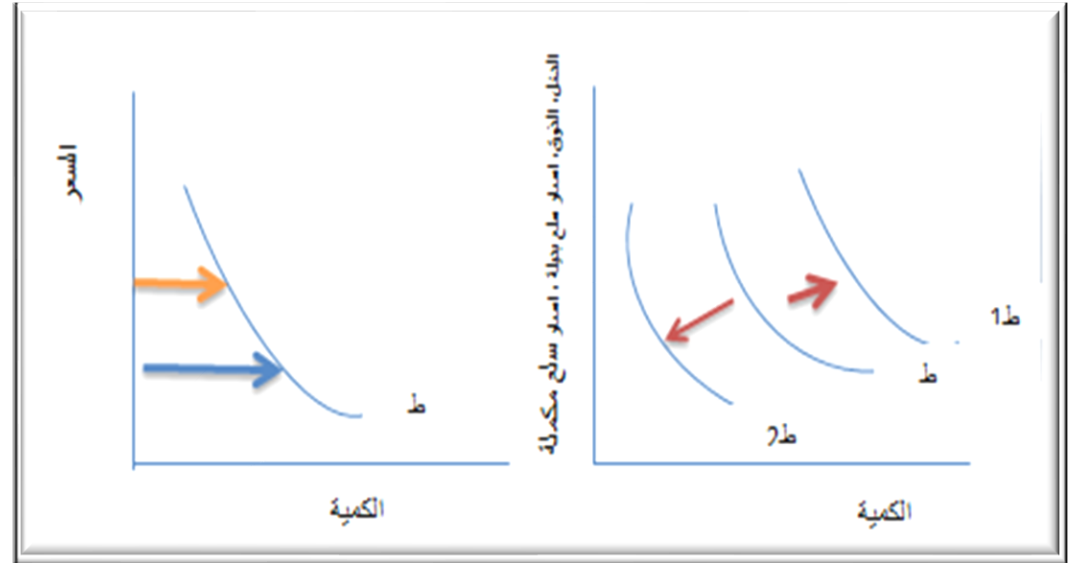
• 1- الطلب الفعال (EFFECTIVE DEMAND) :-

- ويعرف بأنه الكمية التي يرغب المستهلك بالحصول عليها والمدعومة بقوة شرائية (رغبة وقدرة).
- اما الرغبة في شراء السلعة دون ان يرافقها قوة او قدرة شرائية طلب غير فعال . وعادة تسند القرارات الادارية على الطلب الفعال .

- 2- الطلب البديل (ALTERNATE DEMAND):- ويمثل الطلب على السلع البديلة والتي يمكن ان تستخدم لإشباع حاجات معينة . فارتفاع اسعار المدفأة النفطية يؤدي حتما الى انخفاض الكميات المطلوبة منها، وزيادة الطلب على المدفأة الكهربائية (السلعة البديلة)، وهذا يحتم على الادارة ان لا تحصر تفكيرها فيما تنتجه هي فقط بل لابد ان تأخذ في الحسبان تصرفات المنتجين المنافسين الذين ينتجون سلع بديلة لسلعهم .

• 3- الطلب المتصل (JOINT DEMAND) :-

- 4- الطلب المتعدد (MULTIPLE DEMAND):- هنالك الكثير من السلع التي لها استخدامات متعددة كالطحين (استخداماته في صناعة الحلويات والخبز والمعجنات وغيرها) وزيادة الطلب عليه في استعمال معين يؤدي الى رفع اسعره في الاستخدامات الاخرى (على فرض ثبات المعروض منه).



- يتطلب اشباع بعض الحاجات والرغبات توفر اكثر من سلعة واحدة . مثل المدفأة النفطية والنفط وانخفاض سعر احدهما يؤثر في الكمية المطلوبة للآخرى ويزيدها. فانخفاض سعر السيارات يؤدي الى زيادة الطلب على البنزين. وعلى المنشآت أخذ ذلك بنظر الاعتبار في حالة وجود منتجين منافسين ينتجون هذه السلع المكملة .

طلب المشروع وطلب السوق (COMPANY DEMAND AND MARKET DEMAND)

- يمثل طلب المنشأة أو المشروع الكمية المطلوبة من سلعة ما ينتجها المشروع بالأسعار السائدة في السوق ، وهذا الطلب يمثل جزء من الطلب في السوق على تلك السلعة ، باعتبار ان هنالك مشروعات تنتج نفس السلعة .
- اما طلب السوق فهو يمثل اجمالي الطلب على منتجات جميع المنشآت والمشروعات .