

## التنبؤ بالطلب

### مقدمة:

تعد عملية التنبؤ خطوة ضرورية سابقة لعملية التخطيط، والتنبؤ يعتبر أحد المسؤوليات المهمة والرئيسية للمدراء (المديرين) في أي منشأة أو منظمة، حيث يقومون بالتنبؤ بالطلب المستقبلي على المنتجات التي ينتجونها، وتكاليف الانتاج، وأسعار هذه المنتجات. والجدير بالذكر أن عملية التنبؤ عملية غير سهلة والتنبؤ على مستوى المنشأة يعتمد على الأداء الكلي للاقتصاد ويشتمل على مؤشرات الاقتصاد الكلي مثل معدل النمو في الناتج الاجمالي، وسعر الفائدة، ومعدل البطالة، وقيمة العملة الوطنية مقابل العملة الاجنبية، وأخيرا معدل التضخم. وسوف نتناول أساليب (طرق) التنبؤ وسناقش مزايا وعيوب كل أسلوب.

### - مفهوم التنبؤ:

التنبؤ هو محاولة لتقدير حالة السوق من سلعة أو مزيج من السلع خلال فترة زمنية مستقبلية كما انه فن توقع الاحداث وهو عملية تسبق التخطيط للإنتاج وتؤثر نتائجه في الكثير من القرارات، كقرارات تحديد مستويات التخزين وتحديد القوى العاملة.

### - التنبؤ بالطلب (تنبؤ بالمبيعات)

التنبؤ بالمبيعات هو التنبؤ بالطلب الفعلي الموجه للمنشأة لفترة زمنية مستقبلية محددة (شهر، سنة،.... الخ).

### - أهمية التنبؤ بالمبيعات:

- 1- المساعدة في وضع خطط البيع المستقبليه.
- 2- المساعدة في تخصيص الموارد المتاحة لشركتك على الجهودات المطلوبة للعملية.
- 3- المساهمة في تحديد وظائف الشركة الأخرى وضمان استمرارها مثل
  - تحديد جداول الانتاج.
  - تحديد حجم المخزون وبرامج المخازن.
  - تحديد مشتريات المواد الخام.
  - تحديد حجم ونوعية التجهيز الآلي المناسب.
  - تحديد حجم ونوعية العمالة المطلوبة.
  - تقدير التكاليف والإيرادات المتوقعة.
- 4 - يستخدم كأداة لتقييم الأداء في المستقبل.

5- توقع الصعوبات التي يمكن أن تقابل نشاط البيع في المستقبل.

#### - الابعاد الزمنية للتنبؤ

يمكن تصنيف التنبؤ من حيث الفترة الزمنية الي ثلاث مجموعات:

1. التنبؤ قصير المدى: ويغطي مدة زمنية لا تزيد عن السنة، ويستخدم هذا النوع من التنبؤ للتنبؤ بالمشتريات وجدولة الاعمال والقوة العاملة.
2. التنبؤ متوسط المدى: وتمتد المدة الزمنية الى ثلاث سنوات ويستخدم هذا النوع من التنبؤ للتنبؤ في تخطيط المبيعات، تخطيط الانتاج والميزانية، تخطيط الايرادات.
3. التنبؤ طويل المدى: وتمتد لمدة تغطي ثلاث سنوات وأكثر ويستخدم هذا النوع من التنبؤ في التخطيط لسلع او خدمات جديدة.

#### - انواع التنبؤ:

هناك ثلاثة انواع من التنبؤ لتخطيط العمليات في المستقبل:

- 1- التنبؤ الاقتصادي: ويهتم هذا النوع من التنبؤ بالمسائل المتعلقة بالاقتصاد على صعيد المجتمع كالتنبؤ بالدورات التجارية، التضخم النقدي، حركة السكان.
- 2- التنبؤ التكنولوجي: ويختص بالتنبؤ للتقدم التكنولوجي في العالم والذي من شأنه ان يساعد في التخطيط لسلع او خدمات جديدة.
- 3- تنبؤ الطلب: ويختص هذا النوع بتقدير المبيعات التي سوف تحققها الشركة في المستقبل.

#### - خطوات التنبؤ بالطلب

1. تحديد استخدامات التنبؤ: أي تحديد القرارات التي تعتمد على نتائج التنبؤ، كقرارات الطاقة او احتياجات القوى العاملة.
2. تحديد الهدف من التنبؤ: أي إذا كان التنبؤ سيجري لسلعة واحدة أو مجموعة من السلع، بئمن مرتفع او منخفض.
3. تحديد فترة التنبؤ: وذلك لمعرفة الفترة التي سيغطيها التنبؤ إذا كانت قصيرة أو طويلة الأمد.
4. تحديد اسلوب التنبؤ: كمي أو نوعي أو الاثنين معا.
5. جمع البيانات اللازمة: كسجلات المبيعات، الوسطاء، رجال البيع، والمديرون.
6. إجراء التنبؤ.

7. **مراجعة نتائج التنبؤ:** وذلك بحساب الخطأ الناتج بين الطلب الحقيقي والتنبؤ والعمل على تصحيحه لجعله اقرب الى الحقيقة، كتحديث البيانات.

#### - عملية إعداد التنبؤ

يختلف الشخص المسؤول عن إعداد التنبؤ من منشأة إلى أخرى، ويمكن بهذا الصدد سرد بعض وجهات النظر للعاملين في المنشأة حول هذا الموضوع:

- التجار هم الافضل لأداء هذه المهمة نتيجة اتصالاتهم الدائمة بالزبائن، ولكن افتقار اولئك الي التحفيز مقارنة بأعمالهم الإدارية يجعل آرائهم غير مأخوذ بها
- العاملين في مجال الانشطة التسويقية (رجال التسويق) معرفة جيدة بأحوال السوق ولكن للاسف يخطون بين رغباتهم وبين الحقائق

#### - طرق (أساليب) التنبؤ

أولاً: **أساليب التنبؤ النوعية** : يوجد أكثر من أسلوب منها

- **الأسلوب الأول** : **تقديرات رجال البيع**: وتتم هذه الطريقة بطلب من رجال البيع بتقدير حجم الطلب على المنتج في المنطقة التي يمارس فيها نشاطه.

#### مميزات هذه الطريقة:

1. دقة التنبؤات بسبب اتصال رجال البيع الدائم مع الزبائن.
2. تقسيم الطلب يساعد في اتخاذ قرارات التخزين والتوزيع وحجم القوة اللازمة لرجال البيع.
3. امكانية تجميع الطلب على المستوى الذي ترغب فيه الشركة (قرى، مدن، محافظة).

#### عيوب هذه الطريقة:

1. قد يتأثر التنبؤ بالتحيز الشخصي لرجال البيع.
2. عدم القدرة احيانا على التمييز بين رغبات وحاجات الزبون يؤدي الى عدم دقة التنبؤ.
3. قد يقدم رجال البيع تقديرات منخفضة عن حجم الطلب في المستقبل من أجل الظهور بمظهر جيد عند تجاوز مبيعاته الفعلية للتقديرات المنخفضة لذلك ينبغي التحقق من مدى مصداقية تقديراتهم.

- **الأسلوب الثاني** : **أسلوب لجنة الخبراء** : وتتم عن طريق تلخيص آراء مجموعة من الخبراء ممن هم على درجة عالية من المعرفة بهدف الوصول الى التنبؤ وذلك عن طريق الاساليب الكمية والإحصائية. ويعيب هذه الطريقة ارتفاع التكلفة المقترنة بالتنبؤ.

- **الأسلوب الثالث : أسلوب بحوث السوق:** وهو احدى الوسائل التي تساعد إدارة العمليات في استقصاء معلومات عن خطط الشراء المستقبلية للمستهلكين. ويستفاد من هذا الأسلوب في توفير معلومات مهمة في التخطيط والتصميم لمنتجات جديدة.

#### **خطوات إجراء بحث السوق:**

1. تصميم استبيان لجمع البيانات اللازمة عن المستهلكين.
2. تقرير الكيفية التي سيجار بموجبها الاستبيان.
3. اختيار عينة ممثلة لمجتمع الاستبيان.
4. تحليل نتائج الاستبيان.

وهذا الاسلوب مفيد للحصول على التنبؤات القصيرة والمتوسطة والطويلة المدى ولكن دقتها في القصيرة أكثر، ويعيب على هذا الأسلوب ارتفاع التكلفة، طول الوقت بين ادارة الاستبيان والحصول على الاجابات وتحليلها.

**ثانياً: أساليب التنبؤ الاحصائية:** ونكتفى بذكر أحد هذه الأساليب وهو أسلوب تحليل السلاسل الزمنية

- **تحليل السلاسل الزمنية:** تمثل السلاسل الزمنية مجموعة من البيانات التاريخية التي توضح تطور حجم الانتاج أو المبيعات من سلعة معينة خلال فترة زمنية معينة سواء كانت قصيرة أو طويلة. وتستند هذه الطريقة في التنبؤ علي إفتراض أساسي هو إستمرارية التطور الخاص بالظاهرة محل القياس (المبيعات مثلاً) في المستقبل. وهذا يعني أن العوامل المؤثرة في المبيعات في الماضي لن تتغير نسبياً في المستقبل، ذلك أن المبيعات هي دالة في الظروف السائدة في الاسواق. وبناء عليه فإن التنبؤ يجب أن يكون لفترات محدودة في المستقبل أي لفترة لا تزيد عن 3 سنوات مثلاً. كما أن اختيار فترة السلسلة الزمنية يجب أن يحكمه اعتبار أساسي وهو اتساق وتشابه الظروف عبر فترات.

#### **مزايا هذا الأسلوب:**

- سهولة الفهم والتطبيق
- لا تتطلب بيانات كثيرة عن الماضي.

#### **عيوب هذا الأسلوب:**

- ارتفاع تكاليف الحفظ والاسترجاع بسبب الاحتفاظ بجميع البيانات عن الماضي.
- يعطي نفس الوزن للبيانات التي تدخل في حساب التنبؤ، ويمكن التغلب على ذلك بتغيير الازان النسبية حسب ماتلميه الخبرة الشخصية، بشرط ان تكون مجموع الازان مساوية للواحد .