

الفصل الثامن التنبؤ بالمبيعات وتحليل موسمية النشاط

التنبؤ Forecasting

التنبؤ بحجم السوق المستقبلية أساس التخطيط لجميع النواحي في المنشآت؛ إذ يؤثر ذلك على حجم ونوعية المهارات المطلوبة من القوى العاملة، وكذا أنظمة العمل والرقابة، وسياسات التسويق وبرامج الإنفاق الاستثماري

التنبؤ بالطلب : إنه (محاولة من جانب إدارة المنشأة لتقصي ما سوف تكون عليه حالة الطلب المستقبل للسلع والخدمات التي تنتجها المنشأة بالوحدات أو القيم أو بهما معا وذلك خلال فترة زمنية معينة أو في نهاية تلك الفترة)

لماذا نقوم بتوقع حجم المبيعات في المستقبل ونقدره؟

- المساعدة في وضع الخطط البيعية المستقبلية.
- المساعدة في تخصيص الموارد المتاحة لشركتك على الجهود المطلوبة للعملية البيعية
- يستخدم كأداة لتقييم الأداء في المستقبل.
- توقع الصعوبات والعقبات التي يمكن أن تقابل النشاط البيعي في المستقبل

لماذا نقوم بتوقع حجم المبيعات في المستقبل ونقدره؟

- المساهمة في تحديد وظائف المنشأة الأخرى وضمان استمرارها
- تحديد جداول الإنتاج
- تحديد حجم المخزون وبرامج المخازن
- تحديد مشتريات المواد الخام.
- تحديد حجم ونوعية التجهيز الآلي
- تحديد حجم ونوعية العمالة المطلوبة
- تقدير التكاليف والإيرادات

التنبؤ يحدد صور الطلب المستقبلية يميز كوتلر Kotler بين ثمانى صور للطلب تختلف الاعباء الواقعة على إدارة التسويق لمواجهتها

الععب التسويقي	صورة الطلب
• تحويل الطلب	• طلب سلبي
• خلق الطلب	• عدم وجود طلب
• تنمية الطلب	• طلب كامن
• إعادة دورة حياة السلعة	• طلب متناقض
• تنشغيل الطلب	• طلب غير منتظم
• تحقيق الطلب	• طلب كامل
• تقليل الطلب	• طلب أكثر من المطلوب
• تحطيم الطلب	• طلب ضار

أنواع الطلب

- الطلب السلبي Negative deman
- عدم وجود طلب No demand
- الطلب الكامن Latent demand
- الطلب المتناقض Flatering Demand
- طلب غير منتظم Irrigular Demand
- الطلب الكامل Full Demand
- الطلب الزائد Overfull Demand
- الطلب السيئ Unwholesome Demand

مستويات التنبؤ:

يحتاج التنبؤ تقدير أربعة متغيرات أساسية هي

- المناخ الدولي
- المناخ المحلي
- ظروف الصناعة
- الظروف المتعلقة بأوضاع المنشأة نفسها

الجوانب التي تسعى الاداره الى التنبؤ بها

- **عوامل داخلية** يسهل على الاداره التعرف عليها، وما يترتب بالنسبة لها من آثار، وبذلك يتم التنبؤ بالطاقة البشرية والالية، والطاقت المادية المتاحة للمنشأة، والامكانيات الفنية ومدى قدرتها على التطوير المستقبل.
- **عوامل خارجية** هي تلك العوامل التابعة من خارج المنشأة، وتنقسم إلى نوعين:
 - **أولهما:** عوامل لايمكن التنبؤ بها
 - **ثانيهما:** عوامل يمكن التنبؤ بها

مستويات نشاط التنبؤ

- التنبؤ بالمناخ الاقصادى العام
- التنبؤ بالمناخ العام للصناعة
- التنبؤ بالمبيعات

خطوات عملية التنبؤ الفعال

- حدد أهدافك أولاً
- حدد نموذج التنبؤ
- اختبر النموذج قبل أن تبدأ فى التطبيق
- تطبيق النموذج المعدل
- مراجعة وتقييم النموذج المستخدم
- دراسة محددات وقيود العمل بالتنبؤ

العوامل التي يتوافق عليها اختيار طريقة للتنبؤ

- مدى توافر البيانات التاريخية - الداخلية والخارجية - المؤثرة فى نشاط المنشأة فى شكل سلاسل زمنية منتظمة من حيث مكونات كل بند ومدى تساويها من حيث الفترات الزمنية
- درجة الدقة المطلوبة ومدى قيمة هذا التنبؤ للمنشأة
- الوقت المتاح لاجراء الدراسات المتعلقة بالتنبؤ
- مدى توافر الكفاءات الاحصائية وبرامج الحاسب الالى اللازمة للتحليل

محددات يجب معرفتها قبل اختيار طريقة التنبؤ

- ما الغرض من التنبؤ، فإذا كان الغرض من التنبؤ مجرد تقديرات لحجم
- يجب أن تراعى المنشأة أنه كلما زادت درجة الدقة فى طريقة التنبؤ احتاجت إلى تكلفة أكثر
- مدى أهمية البيانات التاريخية المتاحة عن الماضى فى التنبؤ بالمستقبل

طرق وأساليب التنبؤ

أولاً : الاساليب المبنية على الحكم الشخصي

- الحكم الشخصي
- حكم الخبراء
- استقصاء آراء العملاء
- تقديرات مندوبي البيع الذين يعيشون في الميدان
- التطور التاريخي
- حصة السلعة من السوق الكلية للصناعة
- اختبار السوق
- العامل الرئيسي المؤثر Index

طرق وأساليب التنبؤ

ثانياً: الاساليب التي تعتمد على المعايير الاحصائية والرياضية

- تحليل السلاسل الزمنية
- تحليل العلاقات السلبية