

la République Algérienne
Démocratique et Populaire
Ministre de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Centre Universitaire Maghnia



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
المركز الجامعي مغنية

ليسانس "علوم اقتصادية"

تخصص "اقتصاد وتسيير المؤسسة"

مقياس "نماذج التنبؤ"

المحاضرة (01) : ماهية التنبؤ

لفائدة طلبة السنة الثالثة

من اعداد: د. قادري رياض

السنة الجامعية: 2019-2020

المحاضرة (01) : ماهية التنبؤ

(I) مفهوم التنبؤ:

يعرف التنبؤ: على أنه "التخطيط ووضع الافتراضات حول أحداث المستقبل باستخدام تقنيات خاصة عبر فترات زمنية مختلفة وبالتالي فهو العملية التي يعتمد عليه المديرون أو متخذو القرارات في تطوير الافتراضات حول أوضاع المستقبل"⁽¹⁾.
إذا فهو يشمل تقدير نشاط في المستقبل مع الأخذ بعين الاعتبار كل العوامل التي تؤثر على ذلك النشاط.

(II) أهمية التنبؤ:

تعيش المؤسسة الاقتصادية في بيئة تتميز بالديناميكية هذا ما يستوجب استعمال التقنيات الكمية في اتخاذ قراراتها ومن هنا تبرز أهمية ودور التنبؤ والمتمثلة في⁽²⁾:

- يضمن وإلى حد كبير الكفاءة والفاعلية للمؤسسة في المرونة مع البيئة الخارجية .
- معرفة احتياجات المؤسسة في المدى القصير والمتوسط.
- تساهم في الحد من المخاطر التي قد تواجه المؤسسة.
- تعطي صورة للمؤسسة عن توجهها المستقبلي.
- تساهم بقدر كبير في اتخاذ القرارات وترقب آثارها مستقبلا.

(III) الأشكال الأساسية للتنبؤ:

نقوم بالتنبؤ بالظروف الاقتصادية، بالسوق والمبيعات، وهناك عاملان أساسيان لكل من هذه القطاعات، وهما إمكانية النشاط واحتمال النشاط، ويؤثر هذان العاملان في مستوى السوق ومستوى المبيعات كما يتضح من الشكل الآتي.

¹- نادرة أيوب، "نظرية القرارات الإدارية"، دار زهران، 1997، ص: 177.

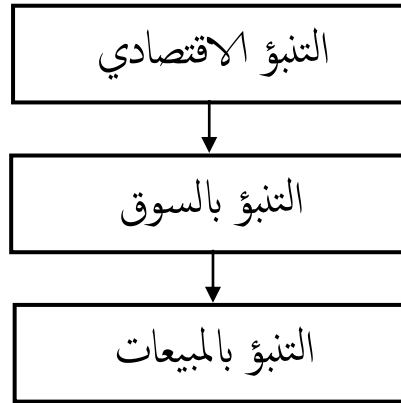
²- عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق، الدار الجامعية الجديدة للنشر الاسكندرية، 2003، ص: 143.

III-1) التنبؤ الاقتصادي:

بسبب التأثير المتزايد للاقتصاد القومي والاقتصاد العالمي، تعتبر الشركات التنبؤ بالظروف الاقتصادية والتجارية خطوة هامة للتنبؤ بالمبيعات، ويمكن أن تعطي السياسة المالية والنقدية في البلاد، إنفاق المستهلك، أسعار الأسهم في البورصة، المؤشرات للدورات التجارية.

كما أن هناك مؤشرات تستفيد منها الشركات مثل: اتجاه أرباح الشركة، معدل البطالة، الأرقام القياسية لأسعار الجملة والتجزئة، نأخذ مقال شركة تنتج إطارات السيارات، فالطلب على الإطارات يعتمد على الطلب على السيارات وهذا يعتمد على الطلب على الظروف الاقتصادية ولكن على العكس يعتمد سوق الإحلال على عدد السيارات على الطريق والتي تكون قد وصلت إلى مرحلة الاستهلاك.

الشكل (1-1): الأشكال الأساسية للتنبؤ



المصدر: من إعداد الباحث

III-2) التنبؤ بالسوق:

تقوم المؤسسة - وهي بصدد تقييم الفرص المتاحة- بالتنبؤ بطلب السوق أو طلب الصناعة، وطلب السوق من سلعة معينة هو الحجم الإجمالي الذي يتم شراؤه بواسطة مجموعة من المستهلكين، في مناطق جغرافية معينة وفي وقت معين وفي ظروف بيئية معينة وفي ظل برنامج تسويقي معين، ولكي نصل إلى التنبؤ بطلب السوق علينا أن نقوم بالآتي:

- نقوم بتحديد إمكانية السوق أو أعلى مستوى ممكن للطلب في ظروف معينة بحيث أن القيام بأي جهود تسويقية إضافية سيكون أثره بسيط زيادة الطلب.
- التنبؤ وهو المستوى المتوقع لطلب الصناعة والذي يمكن الوصول إليه بجهود تسويقية معينة.

III-3) التنبؤ بالمبيعات:

التنبؤ بالمبيعات هو نصيب المنشأة من السوق الكلية للصناعة، وهو عادة دالة لمجموعة من المتغيرات المحددة والمؤثرة والتي تختلف من منشأة لأخرى، أما إمكانيات المبيعات فهي النسبة المحتملة من السوق المحتملة التي تستطيع المنشأة أن تصل إليها، وعادة ما تقوم المنشأة بالتنبؤ بالمبيعات في ضوء دراسة العوامل والمؤثرات الداخلية والخارجية وفقا لطرق شخصية وعملية محددة.

(IV) الأبعاد الزمنية للتنبؤ:

عاما يشار إلى أنواع التنبؤ من حيث الفترة الزمنية التي تغطيها التقديرات المستقبلية للظواهر المدروسة، إذ هناك بعض من الباحثين ومنهم Vsniel و Bourbonnais، "يقسمون الأفاق الزمني إلى ثلاث أبعاد: المدى القصير، المدى المتوسط والمدى الطويل"⁽³⁾.

في دراستنا هذه نحاول إدراج بعد آخر وهذا حسب Wright Wheel و Makridakis المتمثل في المدى القصير جدا أو الفوري، الذي تكون فيه التنبؤات لفترة شهر أو أقل. المدى القصير يأخذ بعد زمني من شهر إلى ثلاث أشهر، المدى المتوسطّ يقوم ببعد زمني محصور ما بين ثلاث أشهر إلى سنتين، المدى الطويل يرافقه أفاق تفوق السنتين.

إن تحديدنا لهذه الأبعاد الزمنية يعطي لكل واحد منهم قدر خاص من الزمن، لكن يجب إدراك أن هذه الأبعاد عادة ما تستعمل بطرق مختلفة وهذا على حسب المؤسسات أو نوع فرع الأعمال أو القطاعات، وكذلك على أساس المشكل المطروح، والظاهرة المتنبأ بها.

فمثلا بالنسبة لمراقب العمل، التنبؤ الفوري يترتب على أساس ساعة أو الساعتين المقبلتين، أم المدى الطويل يتمثل في شهر أو الشهرين المقبلين.

³ - J.C. USENIER et R. BOURBONNAIS, « Pratique de la prévision a court terme », les éditions DUNOD, 1982, p:1.

من خلال دراسة كل بعد على حدى، نحاول إظهار مضمون ومميّزات كل الفترات الزمنية للتنبؤ.

1-IV) التنبؤ في المدى القصير جدا:

إن التنبؤ في المدى القصير جدا يأخذ بعدا زمنيا مقدّر بشهر أو أقل، حيث يهتم عامة بالسير اليومي لنشاط المؤسسة. المهام العملية اليومية تعمل على تحسين الأشياء من خلال تغييرات بسيطة جزئية، عوض من اضطراب الأحداث المقبلة أو العمل على التغيير الكلي لسير النشاط (التعديل عوض التغيير الكلي للنشاط).

"تعتبر التنبؤات للمدى القصير جداً أبسط من تنبؤات المدى الطويل، كون أنه عند ترقيها للمستقبل نجد في الأوضاع المدروسة حجم مهم من المعطيات والمعلومات، وعليه في التنبؤ الفوري نجد عادة عدد كبير من الأحداث المحددة، من شأنها تجعل التنبؤ المستقبلي يكون بشكل مبسّط"⁽⁴⁾.

من مميّزات البعد الفوري هو عدد التنبؤات المجرات خلال السنة. فالتنبؤات مثلا الأسبوعية تكون مطلوبة 52 مرة في السنة وهذا التكرار يحقّز بشكل عام تقليل حالات عدم التأكد.

2-IV) التنبؤ في المدى القصير:

الفترة الزمنية المرافقة للأحداث الواقعة في المدى القصير تعدّ أقل من البعد الفوري، حيث في هذا الأفاق الزمني تكون عادة التنبؤات على بعد محصور ما بين شهر وثلاث أشهر.

إن عند بعض الاقتصاديين على المدى القصير يتحدّد بفترة مقدّرة عامة بسنتين، لكن حسب المتنبئون بالمدى القصير يعتبر " على أنه الفترة المرتبطة خاصة بطبيعة الظاهرة المدروسة ووحدات القياس الزمنية المتطلبة"⁽⁵⁾.

تتكوّن الظاهرة المتنبأ بها من عدة متغيرات وعوامل خاضعة للتغيير بعد فترة زمنية معيّنة أو من فترة لأخرى، يجعل منها المحدّد للبعد الزمني المراد التنبؤ له. وبالتالي الفترة التي

⁴ - S. MAKRIDAKIS et S. WHEELWRIGHT, « Choix et valeur des méthode les de prévision », les éditions de l'organisation, Paris, 1994, p : 220.

⁵ - H. KAUFNAN et J. L.GROBOILLOT, « les technique de la prévision à court terme », les éditions Dunod, 1975, p : 12.

تأخذها هذه العوامل قبل تأويلها للتغيير هي الفترة المعبرة للبعد الزمني القصير. هذا ما يجعل اتصافها بأقل دقة من البعد الفوري مع زيادة حالة مع التأكيد.

(3-IV) التنبؤ في المدى المتوسط:

ارتكاز تنبؤات الأحداث الخاصة بالمدى المتوسط على بعد زمني محصور ما بين نصف السنة إلى سنة يؤدي إلى تخصيص الموارد بين نشاطات المؤسسة.

على أساس البعد الزمني في حالات أو أوضاع المدى المتوسط يتم إسقاط المستوى العام للنشاط الاقتصادي والعوامل الرئيسية المتمثلة في المبيعات، التكاليف... إلخ داخل إطار المؤسسة. هذا يعني أن عند تنبؤنا في المدى المتوسط، يجب أن نأخذ بعين الاعتبار الجانب الدوري للمعطيات، والتعرف على نقاط الانعكاس للعوامل والمتغيرات، وأيضا عزل الاتجاهات والانحرافات التي تتضمنها الملاحظات التاريخية.

إن العامل الموسمي لا يؤثر على تنبؤات المدى المتوسط كونه متوسط التكرار، عكس عامل الانحراف الذي يحدّد لكل التغيرات على المدار السداسي أو السنوي.

كلّما زاد البعد الزمني كلّما أصبح يتّسع نطاق التنبؤات على مستوى المؤسسة، وبالتالي زيادة الحاجة للمعلومات أكثر مقارنة مع عدم التأكيد والتغيرات المرفوقة بالعامل الموسمي والدوري الخاص بالانحرافات.

(4-IV) التنبؤ في المدى الطويل:

يستعمل التنبؤ للمدى الطويل خاصة لعملية التخطيط من أجل تحديد بأي طريقة إمكانية تحقيق الأهداف المرجوة، وهذا لكون المدى الطويل يحدّد على مدار السنتين أو ما فوق. على عكس المدى المتوسط، المدى الطويل لا يهتم إلا بالاتجاهات الممكنة استقرائها من الملاحظات التاريخية، وحسب طريقة تطوّر المتغيرات سواء بالزيادة أو النقصان مع الزمن ومنه فإن جزء من هذا الاتجاه المغاير يفرض إسقاط الفترة أين يكون هناك نقطة إشباع محدّدة من أين يبدأ التغيير في العوامل والمتغيرات.

تحديد التنبؤ لهذه النقط، يسمح باتخاذ بعض الإجراءات من أجل تدنيت مدى تأثيرها أو لأجل تعديلها. على هذا الأساس حالات عدم التأكيد في البعد الطويل أكبر بكثير من المدى القصير والمتوسط، كون أن المستقبل لا يعتبر نفسه كما كان في السابق متنبأ له.

حسب بعض الاقتصاديون "التنبؤ للمدى الطويل يتركب من عدة إفتراضات وحالات عدم التأكد ولذلك: عامة هو يعتبرونه تقديرات تتطلب مراجعات دورية. والبعض الآخر منهم لا يخضعون للتنبؤ في المدى الطويل إلا أهمية هامشية باعتباره جزء من التخطيط الغير الضروري خاصة في اقتصاد السوق، والتغيير المستمر للأوضاع"⁽⁶⁾.

لكن من جهة أخرى أهم من خصائص أحداث المدى الطويل هو الفاصل الزمني الطويل بين الفترة أين علينا إعداد التنبؤ والتغيير الحقيقي للأحداث المرافقة له. هذا يسمح لنا لتعديل التنبؤات كلما اقتربنا من بعض الأحداث والتحصّل على المعلومات الإضافية الموصولة بالوضع المدروس.

من جهة، اللجوء للتنبؤ هو نتيجة حالة عدم التأكد وعدم الاستقرار للظروف التي تتعايش فيها المؤسسة، وكذا محاولة تحديد المستقبل. ومن جهة أخرى اختلاف المؤسسات ونوع الأعمار والفترات الزمنية اللازمة لانجازها، تؤدي إلى تقسيم هذا التنبؤ إلى أربعة أنواع تستند عليها المؤسسة على حسب مدى التقديرات المستقبلية لأنشطتها.

هذه التقديرات المستقبلية يمكن أن تأخذ شكل بعد زمني قصير جداً، تهدف فيه المؤسسة إلى التعديل على حسب التغيرات المتنبأ لها عوض من التغيير الكلي، وهذا بسبب توافر المعلومات والبيانات اللازمة.

أما البعد القصير الذي يتحدد فتراته على حسب الموضوع المراد التنبؤ به ومدى تأثيره بالعوامل الخاضع لها خلال فترة التقديرات.

البعد المتوسط يتحدد على أساس البعد الزمني الذي تأخذه الظواهر العامة المتنبؤ بها لنشاط المؤسسة، ومدى تأثيرها بالمتغيرات الدورية والموسمية.

رابع نوع للتنبؤ المتمثل في البعد الطويل، يتماشى مع تحديد فتراته مع فترات التخطيط، كون أن التنبؤ يرمي إلى الإسقاط للظواهر في المستقبل البعيد ومحاولة تحديد تغيراتها المستقبلية لأجل إعداد رسم الأهداف العامة للمؤسسة.

⁶ - D.GREENWALT, « Encyclopédie économie », édition Economica, 1984, p : 758.