

أثر تحليل السوق على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة:

دراسة تحليلية على قطاع الخدمات في محافظة العاصمة عمان

إعداد

عزام عزمي مسعود أبو مغلي

المشرف

الأستاذ الدكتور حمزة الزبيدي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

إدارة الأعمال

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كلية العلوم الإدارية والمالية

أيلول / 2007م

الإهداء

قال تعالى: وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحساناً. (الإسراء ٢٤).
إليهما بر ورضوان.

وقال: ومن آياته أن خلق لكم من أنفسكم أزواجا لتسكنوا إليها. (الروم ٢١).
إليها محبة.

وقال: المال والبنون زينة الحياة الدنيا. (الكهف ٤٦).
معتصم ولجين.

وقال: واجعل لي وزيراً من أهلي هارون أخي. (طه ٢٩).
إليهم جميعاً محبة واعتزاز.

عزام

شكر وتقدير

بعد أن وفقني الله بإكمال هذه الدراسة، والتي انبثقت عن رحلة بحث وعناء، لا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى أصحاب البصمات الواضحة على هذا الجهد العلمي المتواضع. وأبدأ بمشرفي الأستاذ الدكتور حمزة الزبيدي الذي زودني بإرشاداته العلمية التي لم تخلُ أبداً من الرعاية طيلة فترة إعداد هذه الدراسة، والأستاذ الدكتور محمد مطر الذي لم يبخل علي بوقته في مناقشة الخطة إلى أن رأت النور، وكذلك الأستاذ الدكتور كامل المغربي الذي زودني برأيه ومشورته أثناء إعداد خطة الدراسة. وأتقدم بالشكر إلى كافة أعضاء هيئة التدريس بالجامعة الذين زودوني بالعلم والمعرفة، وكذلك أشكر السادة أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بمناقشة رسالتي هذه وتحمل أعباء قراءتها وتقييمها.

والله أسأل أن يسدد علي طريق الخير خطانا إنه سميع مجيب

الباحث

عزام أبو مغلي

تفويض

بتاريخه أدناه أنا الموقع اسمي وإمضائي (عزام عزمي مسعود أبو مغلي) أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات الجامعية أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: عزام عزمي مسعود أبو مغلي

التوقيع:

التاريخ: 2007/9/9م

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	قرار لجنة المناقشة
ج	الإهداء
د	شكر وتقدير
هـ	تفويض
و	قائمة المحتويات
ز	قائمة الجداول
ح	قائمة الملاحق
ط	الملخص باللغة العربية
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
2	1-1 المقدمة
2	2-1 أهمية الدراسة
4	3-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها
5	4-1 فرضيات الدراسة
6	5-1 أهداف الدراسة
7	6-1 متغيرات الدراسة ونموذجها
8	7-1 التعريفات الإجرائية
10	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
11	1-2 المقدمة
11	2-2 المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية الإقتصادية
11	1-2-2 مفهوم المشروعات الصغيرة
12	2-2-2 المعايير المستخدمة في تصنيف المشروعات الصغيرة بما فيها الأردن
14	3-2-2 دور المشروعات الصغيرة في الإقتصاد الوطني
17	4-2-2 أسباب فشل المشروعات الصغيرة
18	3-2 مضمون دراسات الجدوى الإقتصادية

- 20 1-3-2 تصنيفات دراسات الجدوى الاقتصادية
- 22 2-3-2 مراحل دراسات الجدوى الاقتصادية
- 25 3-3-2 المجالات التطبيقية لدراسات الجدوى الاقتصادية
- 27 4-2 أهمية تحليل السوق وأثره على دراسات الجدوى
- 27 5-2 هدف تحليل السوق
- 28 6-2 مصادر المعلومات والبيانات المطلوبة لتحليل السوق
- 29 7-2 متغيرات تحليل السوق
- 30 1-7-2 تحليل الموقع والعوامل المؤثرة فيه
- 34 2-7-2 تحليل الطلب والعوامل المؤثرة فيه
- 44 3-7-2 تحليل السعر والعوامل المؤثرة فيه
- 46 4-7-2 تحليل المنافسة والعوامل المؤثرة فيها
- 51 8-2 الدراسات السابقة
- 51 1-8-2 الدراسات العربية
- 55 2-8-2 الدراسات الأجنبية
- 56 9-2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
- 57 **الفصل الثالث: منهجية الدراسة**
- 58 1-3 المقدمة
- 58 2-3 تصميم الدراسة
- 58 3-3 مصادر الحصول على المعلومات
- 59 4-3 مجتمع الدراسة وعينتها
- 60 5-3 مراحل تطوير أداة القياس
- 60 3-5-1 اختيار مقياس الاستبيان
- 61 3-5-2 الاختبارات الخاصة بأداة القياس (الاستبيان)
- 63 3-5-3 إجراءات توزيع الاستبيان
- 63 6-3 الأساليب الإحصائية المستخدمة
- 63 7-3 اختبار التحقق من ملائمة البيانات للتحليل الإحصائي
- 64 8-3 محددات الدراسة

66	الفصل الرابع: مناقشة نتائج التحليل الإحصائي وإختبار الفرضيات
67	1-4 المقدمة
67	2-4 وصف خصائص عينة الدراسة
68	3-4 الإجابة عن أسئلة الدراسة
82	4-4 اختبار فرضيات الدراسة
90	الفصل الخامس: الإستنتاجات والتوصيات
91	1-5 المقدمة
91	2-5 الاستنتاجات المستمدة من الخلفية النظرية
93	3-5 الاستنتاجات المستمدة من التحليل الإحصائي
94	4-5 التوصيات
95	5-5 الدراسات المستقبلية المقترحة
96	قائمة المراجع
96	المراجع العربية
99	المراجع الأجنبية
101	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	اختلاف معايير المشروعات الصغيرة في الأردن وفق عدد العاملين	14
2	نسبة مساهمة المشروعات الصغيرة في توفير فرص العمل	15
3	توزيع أفراد عينة الدراسة	59
4	معامل الثبات كرونباخ ألفا لمتغيرات الدراسة	62
5	التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	64
6	وصف أفراد عينة الدراسة	67
7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على متغير الموقع	69
8	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على متغير الطلب	71
9	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على متغير السعر	74
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على متغير المنافسين	77
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على متغير جدوى إقامة المشروع الاستثماري	80
12	تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة	83
13	تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تحليل الطلب وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة	84
14	تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات	85

الاستثمارية الصغيرة

87	تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تحليل المنافسين وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة	15
88	تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لتحديد الأهمية النسبية لكل متغير من متغيرات الدراسة	16

قائمة الملاحق

الصفحة	الموضوع	الرقم
102	استبيان الدراسة	1
109	أسماء محكمي الاستبيان	2
110	ملخص اللغة الإنجليزية	3

أثر تحليل السوق على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة:

دراسة تحليلية على قطاع الخدمات في محافظة العاصمة عمان

إعداد

عزام عزمي مسعود أبو مغلي

المشرف

الأستاذ الدكتور حمزة الزبيدي

الملخص

تناولت الدراسة الحالية موضوع تحليل السوق للمشروعات الاستثمارية الصغيرة، هادفة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين تحليل السوق وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات في محافظة العاصمة عمان. وقد تم تحديد أربعة متغيرات مستقلة لتحليل السوق تمثلت في: الموقع، الطلب، السعر، والمنافسين وتكونت عينة الدراسة من (163) مفردة حيث استخدم الباحث استنباطاً مكوناً من (42) فقرة محددة الإجابة بمعامل ثبات بلغ (83.43%) حسب معادلة كرونباخ الفا للحصول على المعلومات الأولية للدراسة، كما طبق فيها نوعان من التحليل هما: تحليل الانحدار البسيط، وتحليل الانحدار المتعدد المتدرج، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الإستنتاجات أبرزها:

- وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة.
- وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة.

ل

■ وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحليل الطلب وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة.

■ وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحليل المنافسين وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة.

وبناءً على الإستنتاجات، قام الباحث بإقتراح مجموعة من التوصيات أبرزها:

■ أهمية إتباع الأسلوب العلمي في تحليل السوق وعدم الإكتفاء بالاعتماد على التوقع والحدس.

■ زيادة الإهتمام بتحليل السوق يؤدي إلى نجاح أكبر وإختيار فرص بديلة أفضل.

■ التعرف على أسباب جدوى المشروعات الاستثمارية الصغيرة قبل إقامتها تجنباً لهدر رأس المال والرجوع إلى المختصين وذوي الخبرة.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة

2-1 أهمية الدراسة

3-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها

4-1 فرضيات الدراسة

5-1 أهداف الدراسة

6-1 متغيرات الدراسة ونموذجها

7-1 التعريفات الإجرائية

1-1 المقدمة

يعد تحليل السوق للمشروعات الاستثمارية الوسيلة العلمية للحصول على معلومات ذات صلة من واقع السوق المقترح، نفيذ المستثمر في بيان جدوى المشروع الاستثماري المراد دراسته وأفضليته على الفرص الاستثمارية البديلة، وبالتالي اتخاذ القرار المناسب، وذلك إما بالإنقال إلى دراسة مرحلة لاحقة من مراحل دراسات الجدوى الاقتصادية، أو العدول، أو تأجيل فكرة المشروع تحت الدراسة.

يأتي موضوع تحليل السوق كخطوة في غاية الأهمية بعد الإنتهاء من مرحلة تحديد الفرص الاستثمارية ودراسة الجدوى الاقتصادية الأولية لها، ليتم البدء في دراسة الجدوى الاقتصادية التفصيلية، والذي يكون موضوع تحليل السوق أول المراحل فيها، نظراً لأنه يشكل الأساس العلمي في تبرير قيام المشروع.

اهتم عدد كبير من المؤلفين المختصين في موضوع دراسات الجدوى الاقتصادية وتحليل السوق. إلا أن الدراسات السابقة والأبحاث المتعلقة بموضوع تحليل السوق، كانت أكثر ندرة من تلك الخاصة بدراسات الجدوى الاقتصادية ككل. وحيث أن هناك أموراً كثيرة ما زالت محل التساؤل بين الباحثين، بالنسبة لأثر تحليل السوق على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، فإن البحث في هذا المجال يعد إسهاماً مهماً للبحوث العلمية.

2-1 أهمية الدراسة

يمثل تحليل السوق، الوسيلة العلمية للحصول على معلومات ذات صلة بواقع السوق المقترح، الأمر الذي يفيد المستثمر في اتخاذ القرار بشأن اختيار أفضل الفرص البديلة المتاحة.

فمهما كان حجم المشروع المنوي إقامته، لا بد من إجراء دراسة مسبقة له. فالعمل الاستثماري يشمل المشاريع الكبيرة والصغيرة، ولذلك فإن الإعداد الواعي قبل بداية الإنفاق إن لم يكن ضرورة حتمية، فهو على الأقل أفضل الطرق المتاحة لتأمين الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية، وزيادة احتمال فرص التنفيذ السليم. وبدون الإعداد السليم والمفصل للمشروعات، فمن المؤكد إنفاق الأموال بعدم كفاءة أو حتى التبريد، الأمر الذي يمثل خسارة فادحة في بلدان تعاني من القصور في رأس المال.

وبما أن المشروعات الاستثمارية الصغيرة تساهم أيضا بدورها مثل الكبيرة في زيادة الإنتاج القومي للبلد من حيث: تنوع مصادر الدخل، وزيادة نسبة تشغيل الأيدي العاملة، وتقليل معدلات البطالة، وتوفير حافز للتعليم الفني والمهني (فياض وآخرون، 2002: 18)، فهذا يعني ضرورة الاهتمام بجمع المعلومات عنها وتحليلها قبل اتخاذ القرار بتنفيذها.

فالقرار الاستثماري الرشيد لا بد أن تسبقه دراسات توضح وجود سوق كافٍ يتم فيه تصريف منتج أو منتجات المشروع. والأهم من كل ذلك أن المشروع المقترح يجب أن يحقق عائداً يتناسب مع طبيعة المشروع ودرجة المخاطرة التي يتضمنها. وتكتسب هذه الدراسة أهميتها على مستويين: **المستوى العلمي:** من حيث أنها تتناول موضوعاً في غاية الأهمية والضرورة، سواء على الصعيد الاقتصادي أو الاجتماعي. إلا أنه لم يتم التطرق لهذا الموضوع من قبل العديد من الباحثين، فقد لوحظ ومن خلال المحاولة المستمرة للاطلاع على دراسات سابقة في مجال تحليل السوق للمشروعات الاستثمارية الصغيرة انه لم يتوفر عدد كافٍ، بل يندر وجود دراسات محلية، على الرغم من توافرها على صعيد الدراسات الأجنبية وتوافر البعض منها على صعيد الدراسات العربية، مؤملاً أن تقدم هذه الدراسة إسهاماً مقبولاً للمكتبة العربية في مجال العلوم الإدارية.

المستوى العملي: حيث ستساهم هذه الدراسة في زيادة الإدراك لدى المستثمرين لأهمية إجراء تحليل سوق للمشروعات الاستثمارية الصغيرة، كونه يشكل اللبنة الأساسية التي يتخذ المستثمر عندها قرار استكمال باقي مراحل دراسات الجدوى الاقتصادية اللاحقة أو التوقف عنده.

3-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها

تشير الكثير من الدراسات الخاصة بدراسة الجدوى أن الاستثمار الموجه في المشروعات الصغيرة يعوزه منهج التحليل المسبق لقرار الاستثمار، حيث أن الكثير من تلك المشروعات والتي أُستثمر فيها إعتمدت على التوقع والخبرة في الاستثمار إضافة إلى تقليد المنافسين دون الإهتمام بدراسة جدواها الاقتصادية ودون الإهتمام بدراسة متغيرات تلك الجدوى، والتي يبرز في مقدمتها تحليل السوق بما يحتويه من متغيرات تؤثر بشكل مباشر في نجاح أو فشل المشروع الاستثماري الصغير.

وتظهر أعراض المشكلة في الأردن من خلال العديد من المشروعات الصغيرة التي لم تلبث أن تقوم حتى تتعثر وتصفى سواء قبل عملة الاستثمار أو في السنة الأولى من إقامتها. وقد جُسدت هذه المشكلة من خلال قيام الباحث بمقابلة مراقب الشركات في وزارة الصناعة والتجارة حيث أفاد أن أكثر من (1900) مشروع صغير تم تصفيتها في عام 2007/2006*، كما قام الباحث بمتابعة إعلانات التصفية في صفحات الأخبار المحلية في الصحف اليومية وقام بعمل اتصالات شخصية مع أصحاب تلك المشروعات التي تم الإعلان عنها للتصفية للتعرف على أسباب تعثرها، وتبين أن من الأسباب الرئيسية التي أدت إلى ذلك الوضع هو عدم اعتبار تحليل السوق كمتغير رئيسي في دراسة الجدوى الاقتصادية لتلك المشروعات.

* حاول الباحث أن يحصل على أي معلومات عن تلك المشروعات المتعثرة إلا أن مراقب الشركات أفاد بأن قانون الشركات يمنع إعطاء أي معلومات عن تلك المشروعات بشكل رسمي

وعلى وفق هذا التحديد استطاع الباحث أن يعرض مشكلة الدراسة من خلال الأسئلة الآتية:

هل يؤثر تحليل السوق على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع

الخدمات؟ ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية الآتية:

■ هل يؤثر تحليل الموقع على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع

الخدمات؟

■ هل يؤثر تحليل الطلب على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع

الخدمات؟

■ هل يؤثر تحليل السعر على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع

الخدمات؟

■ هل يؤثر تحليل المنافسين على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في

قطاع الخدمات؟

4-1 فرضيات الدراسة

وفقاً لمشكلة الدراسة الممثلة بالتساؤلات السابقة، تُبنى الدراسة الحالية على الفرضية

الرئيسية الآتية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل السوق وجدوى

إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات. ويتفرع عن هذه الفرضية

الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية الآتية:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل الطلب وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل المنافسين وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

5-1 أهداف الدراسة

يمكن تركيز أهداف الدراسة الرئيسية في تحقيق الآتي:

الكشف عن طبيعة العلاقة بين تحليل السوق وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات. ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

- الكشف عن طبيعة العلاقة بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.
- الكشف عن طبيعة العلاقة بين تحليل الطلب وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.
- الكشف عن طبيعة العلاقة بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

- الكشف عن طبيعة العلاقة بين تحليل المنافسين وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

1-6 متغيرات الدراسة ونموذجها

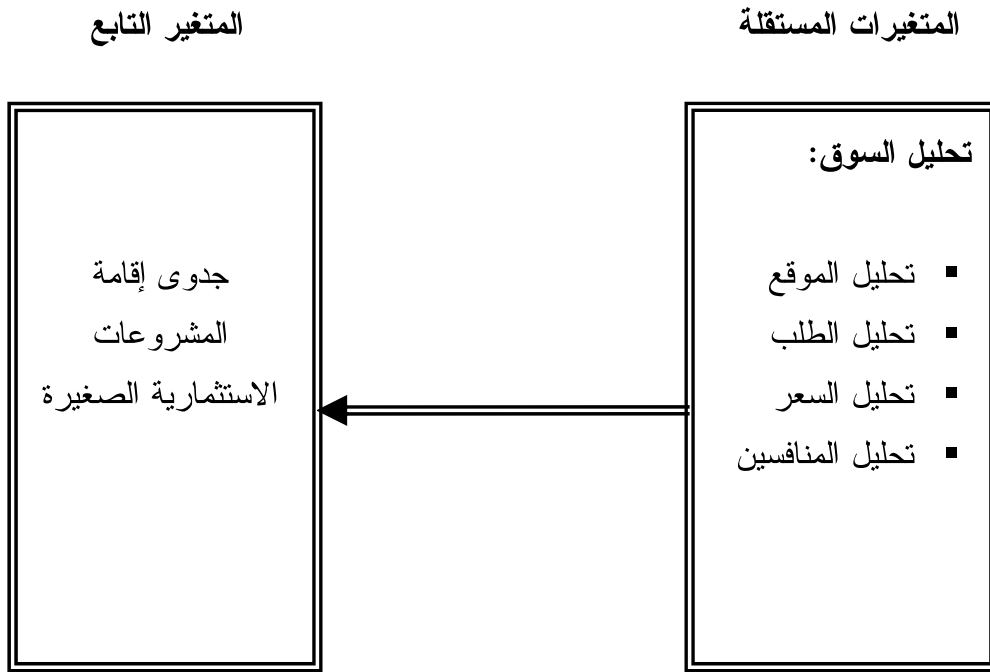
تم تحديد متغيرات الدراسة بما يلي:

المتغير المستقل

تحليل السوق ويتفرع عنه المتغيرات الفرعية المتمثلة في: الموقع، الطلب، السعر، والمنافسين. حيث تم قياس العوامل المؤثرة في كل متغير منها من خلال الأسئلة من (1- 8) من الفقرات الأربع الأولى في الاستبيان على التوالي. وكما هو موضح في نموذج الاستبيان ملحق (1).

المتغير التابع

جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، حيث تم قياس المؤشرات التي تعكس ذلك من خلال الأسئلة من (1- 10) على التوالي في الفقرة الخامسة والأخيرة من الاستبيان.



شكل (1)
نموذج الدراسة

٧-١ التعريفات الإجرائية

تحليل السوق: "هو التأكد من وجود حاجة أو طلب في السوق لفكرة المشروع المقترح" (هيكل، 2003: 35).

الموقع: الحيز المكاني الذي يقام عليه المشروع.

الطلب: "مصطلح اقتصادي يعبر عن حجم أو كمية ما يُطلب من سلعة أو خدمة ما خلال فترة معينة، وعند مستوى معين من السعر ومن سوق معين ويتم تحليل الطلب في الماضي والحاضر من خلال استخدام الأساليب الرياضية وذلك للتنبؤ بالطلب المتوقع على السلعة أو الخدمة في المستقبل" (يوسف، 2002: 159).

السعر: يعبر السعر من وجهة نظر المستهلك عن تكلفة الحصول على المنتج، بينما من وجهة نظر المستثمر عن القيمة التي يمكن كسبها من المستهلك مقابل بيع منتج ما (أبو قحف، 2000: 439).

المنافسون: "تلك الجهات التي تعرض منتجات مماثلة أو مشابهة أو بديلة لمنتجات المشروع لنفس شريحة المستهلكين الحاليين والمرتبين" (Porter, 1990: 5).

دراسات الجدوى الاقتصادية: "دراسة نظرية وعملية تبحث في مدى الفوائد التي يمكن تحقيقها من مشروع ما قبل الإقدام على إقامته" (زويل، 2000: 28).

جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية: يقصد بها العائد أو المنفعة المحتمل كسبها من المشروع نتيجة الاستثمار فيه، وقد يكون هذا العائد مادياً مثل تحقيق الأرباح وقد يكون إجتماعياً مثل تشغيل عدد من الأيدي العاملة للمساهمة في حل مشكلة البطالة وتنشيط الاقتصاد (هيكل، 2003: 35).

المشروعات الصغيرة: لا يوجد اتفاق على تعريف المشروعات الصغيرة في الدول المتقدمة أو النامية، بالرغم من الجهود الكبيرة التي بذلت لتعريف المشروعات الصغيرة، واستخدمت معايير مختلفة مثل: عدد العاملين، حجم المبيعات، وقيمة الأصول (النجار والعلي، 2006: 62)، إلا أن معيار عدد العاملين هو الأكثر شيوعاً لسهولة التعامل معه وثباته لفترة من الزمن (الوادي، 2005: 10).

الخدمات: "أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف معين لطرف آخر، وتكون بطبيعتها غير ملموسة، ولا تؤدي إلى أي ملكية؛ وإن تقديم الخدمة أحياناً يكون مرتبطاً بمنتج مادي ملموس" (Kottler, 2000: 120).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1-2 المقدمة

2-2 المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية الإقتصادية

1-2-2 مفهوم المشروعات الصغيرة

2-2-2 المعايير المستخدمة في تصنيف المشروعات الصغيرة بما فيها الأردن

3-2-2 دور المشروعات الصغيرة في الإقتصاد الوطني

4-2-2 أسباب فشل المشروعات الصغيرة

3-2 مضمون دراسات الجدوى الإقتصادية

1-3-2 تصنيفات دراسات الجدوى الإقتصادية

2-3-2 مراحل دراسات الجدوى الإقتصادية

3-3-2 المجالات التطبيقية لدراسات الجدوى الإقتصادية

4-2 أهمية تحليل السوق وأثره على دراسات الجدوى

5-2 هدف تحليل السوق

6-2 مصادر المعلومات والبيانات المطلوبة لتحليل السوق

7-2 متغيرات تحليل السوق

1-7-2 تحليل الموقع والعوامل المؤثرة فيه

2-7-2 تحليل الطلب والعوامل المؤثرة فيه

3-7-2 تحليل السعر والعوامل المؤثرة فيه

4-7-2 تحليل المنافسة والعوامل المؤثرة فيها

8-2 الدراسات السابقة

1-8-2 الدراسات العربية

2-8-2 الدراسات الأجنبية

9-2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

1-2 المقدمة

يرتكز أسلوب الدراسة في إطاره النظري على منهج وصفي تحليلي، حيث تناولت الدراسة الحالية جملة من الموضوعات المهمة في تثبيت الخلفية النظرية لموضوع الدراسة. وعليه قسم هذا الفصل إلى أربعة أجزاء رئيسية، تناول الأول المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية الاقتصادية، في حين تناول الثاني مضمون دراسات الجدوى الاقتصادية، أما الثالث فتناول أهمية تحليل السوق وأثره على دراسات الجدوى، ويلى ذلك عرض للدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة في الجزء الرابع.

2-2 المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية الاقتصادية

ازداد الاهتمام بالمشروعات الصغيرة خلال فترة الثلاثة عقود الأخيرة من القرن الماضي، وأصبحت تشكل أحد أهم روافد الاقتصاد في البلدان المتقدمة والنامية. كما أنها تشكل تكاملاً واضحاً مع الشركات العالمية العابرة للقارات، وذلك من خلال تكامل الوظائف والنشاط معها كحالة الحصول على حق إمتياز من شركة عالمية (Rugman & Hidetts, 1995: 6).

1-2-2 مفهوم المشروعات الصغيرة

إن الباحثين والدارسين يحاولون الإجابة على سؤال هام في هذا السياق وهو، ما هو المشروع الصغير؟

إن تحديد المقصود بالمشروعات الصغيرة لا يزال مثار النقاش والجدل العلمي وليس هناك تعريف واضح ومحدد له، على الرغم من الجهود الكبيرة التي بذلت لتعريف المشروع الصغير.

وفيما يلي عرضاً لبعض هذه التعريفات:

تذهب الأسكوا إلى أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة هي الشركات التي يتراوح عدد العاملين فيها بين (5-250) عاملاً. (الأسكوا، 2001: 5).

فيما عرفت لجنة التنمية الاقتصادية الأمريكية Committee Economic of Development

(CED) إلى أن المشروع يعتبر صغيراً عندما يستوفي اثنين على الأقل من الشروط الآتية:

- عدم استقلال الإدارة عن المالكين، وأن يدير المشروع المالكون أو بعضهم.
- يتم تمويل رأس المال للمشروع من مالك واحد أو عدد قليل من المالكين.
- العمل في منطقة محلية، فيكون العمال والمالكون من مجتمع واحد.
- حجم المشروع صغير نسبياً بالمقارنة مع القطاع الذي ينتمي له (طنش، 2003: 3).

وتعرف المشروعات الصغيرة بأنها " تلك المشروعات التي يدخل حجمها دائرة المشروعات التي تحتاج الدعم والرعاية، والتي تتسم بعدم قدرتها الفنية أو المالية على توفير هذا الدعم من مواردها وقدرتها وإمكاناتها الذاتية " (أبو موسى، 2003: 4).

يلاحظ مما سبق أن عدم الاتفاق على تعريف محدد للمشروع الصغير يعود إلى تعدد وتنوع المعايير المستخدمة في تحديده.

2-2-2 المعايير المستخدمة في تصنيف المشروعات الصغيرة بما فيها الأردن

يمكن تقسيم المعايير التي يتم على أساسها تصنيف المشروعات الصغيرة إلى نوعين هما:

المعايير النوعية والمعايير الكمية، وفيما يلي توضيح لذلك (النجار والعلي، 2005: 62):

■ المعايير الكمية: وتشتمل هذه المعايير عادة على (عدد العاملين، ورأس المال، وقيمة الأصول، وقيمة الإنتاج، وقيمة المبيعات)، وتجدر الإشارة هنا إلى أن معيار عدد العاملين في المشروع الصغير هو الأكثر انتشاراً واستخداماً على المستوى العالمي (الوادي، 2005: 10)، وذلك لسهولة التعامل معه وثباته لفترة من الزمن.

■ المعايير النوعية: تعددت هذه المعايير التي تحكم كون المشروع صغيراً أم لا ومن أكثرها شيوعاً (عبد السلام وآخرون، 2001: 8):

- يديره أصحابه بشكل فعال.
- يحمل الطابع الشخصي بشكل كبير.
- يكون محلياً إلى حد كبير في المنطقة التي يعمل بها.
- له حجم صغير نسبياً في القطاع الذي ينتمي إليه.
- يعتمد بشكل كبير على المصادر الداخلية لتمويل رأس المال من أجل نموه.

وقد اعتمدت معظم الدراسات والأبحاث العلمية على معيار عدد العاملين في تصنيف المشروعات صغيرة الحجم في الأردن (الوادي، 2005: 10)، وقد اختلفت الجهات المختصة في تحديد عدد العاملين لتصنيف المشروعات حسب هذا المعيار وكما يوضح الجدول رقم (1) الآتي:

جدول رقم (1)

اختلاف معايير المشروعات الصغيرة في الأردن وفق عدد العاملين

المنظمة	عدد العاملين
دائرة الإحصاءات العامة	أقل من خمسة
مؤسسة الضمان الاجتماعي	أقل من خمسة
غرف الصناعة	أقل من عشرة
الأمم المتحدة للتنمية الصناعية	أقل من عشرة
وزارة الصناعة والتجارة	(5 - 9)
الجمعية العلمية الملكية	(1 - 19)
جائزة الملك عبد الله الثاني للتميز	أقل من 30 عامل منظمة صغيرة و متوسطة أقل من 100 عامل منظمة صغيرة و متوسطة خدمية

المصدر: النجار والعلي، 2006: 65

حيث تم اختيار معيار الجمعية العلمية الملكية لتحديد حجم المشروعات الصغيرة لغايات هذه الدراسة، وذلك لأن هذا المعيار يتصف بالشمولية عن معظم المعايير الأخرى الواردة في الجدول أعلاه، كذلك لأنه أكثر انسجاماً مع طبيعة الدراسة الحالية.

2-2-3 دور المشروعات الصغيرة في الاقتصاد الوطني

إن الكثير من المختصين في الاقتصاد والإدارة ركزوا في أبحاثهم على أن التطور الاقتصادي لأي بلد يعتمد على مدى قدرة المشروعات الاستثمارية القائمة على الإنتاج وفق المعايير الاقتصادية. ولا أحد يستطيع أن ينكر أو يتجاهل دور المشروعات الصغيرة في المساهمة في النهوض الاقتصادي وتشغيل الأيدي العاملة. وفيما يلي الجدول (2) الذي يشير إلى مدى أهمية المشروعات الصغيرة في توفير فرص العمل في بلدان مختلفة بما فيها الأردن.

جدول رقم (2)

نسبة مساهمة المشروعات الصغيرة في توفير فرص العمل 2002

البلد	نسبة المساهمة (%)
اليابان	56%
الأردن	50%
كندا	33%
أمريكا	58%
غانا	85%
إندونيسيا	88%
كوريا	35%
الهند	78%

المصدر: يوسف، 2003: 23.

ويتضح من هذه الإحصائية مدى أهمية المشروعات الصغيرة لكافة الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، والتي تعتبر من أهم الدعائم الأساسية للنهوض في الاقتصاد الوطني. كما توفر هذه المشروعات أكثر من (40%) من الناتج القومي الإجمالي في الأردن (عبد السلام وآخرون، 2001: 9). هذا بالإضافة إلى المساهمة التي تقدمها المشروعات الصغيرة في حل مشكلة البطالة التي تواجه مختلف البلدان وما تجره هذه المشكلة من ويلات على المجتمع ككل من فقر وانتشار للجريمة والأمراض وغير ذلك.

وقد رأى العديد من المختصين والمهتمين في هذا المجال أن مشكلة البطالة يمكن علاجها من خلال إقامة المزيد من المشروعات الاستثمارية الصغيرة، فبالإضافة إلى أنها توفر فرص عمل للكثير من الأيدي العاملة فهي تعمل على إيجاد إيراد لهؤلاء العاملين مما يولد لديهم قوة شرائية

وبالتالي تزيد تلك المشروعات النشاط الاقتصادي، وتشير العديد من الدلائل وفي الكثير من بلدان العالم إلى أن الغالبية من المشروعات سواء كان ذلك في الأردن أو الدول الأخرى بدأت من مشروعات صغيرة الحجم ونمت وتوسعت بشكل تدريجي إلى أن وصلت إلى مشروعات كبيرة. (سلمان، 1997: 17-18).

ويسوق الباحث مثلاً على ذلك فيما يتعلق بسلسلة مطاعم بيتزا هت العالمية، التي بدأت بمحل مستأجر يشبه شكل الكوخ، إذ أن معنى كلمة هت (Hut) كوخ وهو شكل المحل الذي استأجره الشخص الذي أراد إقامة مشروع مطعم إيطالي في إحدى الولايات الأمريكية، لعدم قدرته في البداية على استئجار محل كبير. وبعد بضع سنوات أخذ مشروعة بالنمو والتوسع إلى أن وصل هذا المشروع إلى ما وصل إليه. وكذلك هناك العديد من المشروعات الاستثمارية في الأردن التي بدأت بدايات متواضعة مثل تلك المشروعات التي بدأت في صناعة اللبن الرائب (الزبادي) والجبنة وبعدها أصبحت مصانع كبيرة وما تبعها من مزارع أبقار وغيرها.

وبما أن المشروعات الاستثمارية الصغيرة تؤدي هذا الدور، فمن الضرورة بمكان أن تخضع هذه المشروعات للدراسة والتحليل بغية معرفة جدواها. ولما كان تحليل السوق يعتبر من أهم مراحل دراسات الجدوى الاقتصادية التفصيلية ويبرز في مقدمتها، وكذلك يجنب المستثمر من الإنزلاق إلى الخطر والدخول في مشروعات لا جدوى وعائد منها، مما يؤدي إلى هدر وتبذير في الموارد الاقتصادية، وبالتالي تصبح هذه المشروعات الاستثمارية عبئاً على الاقتصاد الوطني بدلا من أن تكون معيماً له. قد أصبح من الضرورة الملحة إجراء تحليل سوق لهذه المشروعات ذات الدور الحيوي والفعال في الاقتصاد قبل إقامتها، وذلك ضماناً لسلامة الموارد الاقتصادية، وخاصة في البلدان النامية التي تعاني في قصور من رأس المال.

2-2-4 أسباب فشل المشروعات الاستثمارية الصغيرة

بالرغم من الخصائص والمميزات الكثيرة التي تتمتع بها المشروعات الاستثمارية الصغيرة، إلا أن هناك العديد من الأسباب التي تؤدي إلى فشل أو تصفية هذا النوع من المشروعات. وبالرغم من قلة الدراسات التي تبحث في أسباب تعثر أو فشل المشروعات الاستثمارية الصغيرة في الأردن، وحيث أن معظمها ركز على جانب تأثيرات الاقتصاد الكلي والعجز في القدرة المالية لإقامة المشروعات، إلا أن هذه الدراسات انفتحت إلى حد بعيد على أن أسباب فشل أو تصفية تلك المشروعات في البلدان النامية هي نفسها في الأردن. ويمكن إيجاز أهم هذه الأسباب بما يلي (الوادي، 2005: 24-25):

- عدم معرفة السوق وبشكل خاص حاجات ورغبات المستهلكين.
 - سوء اختيار الموقع للمشروع.
 - ضعف القدرة على المنافسة.
 - نقص العمالة المدربة.
 - اعتماد صاحب المشروع على خبراته الذاتية وعدم القبول بمبدأ تفويض الصلاحيات.
- بالإضافة إلى أهمية هذه الأسباب التي تقود إلى فشل أو تصفية المشروعات الاستثمارية الصغيرة في الأردن، إلا أن الباحث يعتقد أن هناك أسباباً أخرى قد تسبب في فشل تلك المشروعات ومن أهمها ما يلي:

- تقاعس صاحب المشروع في مواكبة المستجدات وخاصة بعد أن يحقق النجاح.
- عدم متابعة المستحقات المالية المترتبة مثل الضرائب وغيرها.
- إجراء توسعات للمشروع غير مدروسة أو سابقة لأوانها.

- عدم حجز جزء من الأرباح وذلك للتعامل مع أي حالة كساد اقتصادي قد تتجم.
- إهمال احتياجات العاملين المعنوية والمادية، مما يؤدي إلى خفض انتمائهم وقناعتهم بالعمل وتحقيق الأهداف المنشودة.
- سوء الإدارة في التخطيط واتخاذ القرار ومتابعة شؤون العاملين ومتابعة تدريبهم وتحفيزهم.
- عدم إجراء تحليل سوق بشكل مستمر للكشف عن التغيرات التي تحصل في السوق.

2-3 مضمون دراسات الجدوى الاقتصادية

يعتبر موضوع دراسات الجدوى الاقتصادية من الموضوعات التي نالت، وما تزال اهتمام، علماء الإدارة والاقتصاد معاً. ويعود السبب في ذلك إلى أن دراسات الجدوى الاقتصادية تعتبر أحد أهم المتغيرات المستقلة في الاقتصاد بعلاقتها الإيجابية أو السلبية مع المشروع المقترح، أي بقبول أو رفض المشروع.

وبالرغم من الاهتمام الفائق الذي أولاه علماء الاقتصاد والإدارة لهذا الموضوع، إلا أنه ما زال مدعاة للجدل والنقاش العلمي. ويرجع السبب في ذلك إلى درجة صعوبة وتعقيد هذا الموضوع من حيث ارتباطه بالكثير من المتغيرات الاقتصادية والتي تتمثل في: تحديد الفرص الاستثمارية، تحليل السوق، وتقدير حجم الاستثمار وغيرها؛ وأن كثرة هذه المتغيرات المتداخلة تجعل المستثمرين في حالة معينة يختارون سلوكاً في عملية اتخاذ القرار دون سواه.

وعلى الرغم من وضوح تعبير أو مصطلح دراسات الجدوى الاقتصادية من خلال استخدامه بشكل متكرر من قبل العديد من المهتمين بهذا الموضوع، إلا أنه ومن خلال الرجوع والاطلاع على التعريفات التي ظهرت في العديد من المراجع المتخصصة في هذا الموضوع، يمكن ملاحظة بعض

التباين والاختلاف في تعريف هذا المصطلح. وقد نتج ذلك بسبب تعدد المراحل التي تمر فيها دراسات الجدوى الاقتصادية.

ومن المناسب في هذه الحالة استعراض بعض أهم هذه التعريفات. إذ يرى البعض أنها "مجموعة الأسس العلمية والمستمدة من علوم الاقتصاد والإدارة والمحاسبة وبحوث العمليات، والتي تستخدم في تجميع البيانات ودراستها وتحليلها، بقصد التوصل إلى نتائج تحدد مدى صلاحية هذه المشروعات من عدة جوانب قانونية وتسويقية وفنية ومالية واجتماعية" (بشادي، 1992: 28).

في حين يرى البعض الآخر أنها "مجموعة الاختبارات والتقدير التي يتم إعدادها للحكم على صلاحية المشروع الاستثماري المقترح أو القرار الاستثماري، في ضوء توقعات التكاليف والعوائد المباشرة وغير المباشرة طوال العمر الافتراضي للمشروع" (عبد العظيم، 1995: 11).

كما يصفها البعض بأنها "دراسة نظرية وعملية تبحث في مدى الفوائد التي يمكن تحقيقها من مشروع ما قبل الإقدام على إقامته" (زويل، 2000: 28).

أو بأنها "تلك الدراسات العلمية الشاملة لكافة جوانب المشروع أو المشروعات المقترحة، والتي قد تكون إما بشكل دراسات أولية أو من نوع الدراسات التفصيلية أو الفنية، والتي من خلالها يمكن التوصل إلى اختيار بديل أو فرصة استثمارية" (العيساوي، 2005: 40).

وكما يلاحظ فإن هناك تبايناً واضحاً في كيفية تحديد معنى دراسات الجدوى الاقتصادية لدى المهتمين بها. ومن ذلك التباين فقد سعى الباحث إلى أن يضع تعريفاً أكثر شمولاً، إذ يعرفها بأنها: "سلسلة لمجموعة عمليات تبدأ بجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالسوق وبالجوانب الفنية

والتنظيمية والمالية للمشروع المقترح، ومن ثم تحليلها وتقييمها بهدف معرفة صلاحية المشروع وتقدير جدواه واتخاذ القرار المناسب".

ومن خلال هذا التعريف الشامل يمكن إبراز المفاهيم الرئيسية الآتية:

- هي جملة من العمليات المنتظمة تستند في أساسها على جمع بيانات ومعلومات قابلة للتحليل وبطرق رياضية وإحصائية من واقع البيئة والظروف المحيطة بالمشروع المقترح.
- تشتمل على تحليل السوق، والدراسة الفنية والمالية وحساب الربحية، وبالتالي توضح آثار المشروع المقترح على مجمل النشاط في الاقتصاد.
- تنفيذ في تقرير صلاحية المشروع وتوجيه القرار الاستثماري وما يتبع ذلك من نتائج.
- أداة للمفاضلة بين عدة مشروعات ثبت جدواها لاختيار البديل الأنسب والأكثر جدوى.

2-3-1 تصنيفات دراسات الجدوى الاقتصادية

يمكن التمييز بين التصنيفات التالية لدراسات الجدوى الاقتصادية (عبد العظيم، 1995: 21):

أولاً: التصنيف الوظيفي

التصنيف الوظيفي هو الذي يميز بين دراسات الجدوى الاقتصادية وفقاً لاختلاف طبيعة ونوعية الدراسة، فإذا كانت الدراسة تتعلق بجوانب مالية تسمى بدراسة الجدوى المالية، وإذا كانت تتعلق بجوانب السوق تسمى بدراسة جدوى السوق وهكذا.

ثانياً: التصنيف النفعي

يقصد بالتصنيف النفعي هو ذلك التصنيف الذي يميز بين دراسات الجدوى وفقاً لاختلاف طبيعة المنفعة المستمدة منها. فإذا كانت الدراسة تهتم بتقييم الفرص الاستثمارية من وجهة نظر المستثمر، تسمى بدراسات الجدوى الخاصة، أما إذا كانت تهتم بتقييم الفرص من وجهة نظر المجتمع ككل، تسمى بدراسات الجدوى الوطنية. وبالرغم من أهمية دراسات الجدوى الوطنية، إلا أن الدراسة الحالية معنية بدراسات الجدوى الاقتصادية وذلك لعلاقتها المباشرة بقطاع الأعمال الخاصة، وبالتالي في إقامة المشروعات الاستثمارية.

ثالثاً: التصنيف التحليلي

يعني التصنيف التحليلي التمييز بين دراسة الجدوى وفقاً لاختلاف درجة التفصيل وعمق التحليل المستخدم في الدراسة، حيث يتم التمييز بين دراسات الجدوى الاقتصادية التمهيدية وبين دراسات الجدوى الاقتصادية التفصيلية.

يعتقد الباحث أن الغرض من هذه التصنيفات هو توضيح أن دراسات الجدوى الاقتصادية تمر في عدة مراحل مختلفة، لكل مرحلة هدفها وأسمها الخاص بها. فدراسات الجدوى الاقتصادية تخدم الاحتياجات المختلفة للمستثمر فبعض وظائفها يفيد في معرفة السوق والآخر في الربحية؛ كما أن أنواعها مختلفة، فمنها المبدئي أو التفصيلي. إضافة إلى ذلك يمكن استخدامها إما لدراسة المشروعات العامة أو المشروعات الخاصة المملوكة للمستثمرين.

2-3-2 مراحل دراسات الجدوى الاقتصادية

تشتمل دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروع المقترح على عدد من المراحل المتسلسلة، حيث تتكون كل مرحلة من مجموعة من المتغيرات وفق ما هو مذكور بالمراحل المبينة أدناه. وإن كانت هناك آراء مختلفة حول تفاصيل هذه المراحل ومضامينها ومتغيراتها، إلا أن ثمة اتفاقاً على المراحل الأساسية ذاتها والتي يمكن حصرها في: تحديد الفرص، المرحلة التمهيديّة، الدراسات التفصيلية، والتقييم النهائي واتخاذ القرار. وفيما يلي تلخيص لهذه المراحل (العيساوي، 2005: 42-50) و (زويل، 2000: 33) و (عبد العزيز، 1994: 17-20):

المرحلة الأولى: تحديد الفرص

تأتي مرحلة تحديد الفرص الاستثمارية المتاحة، وذلك بغرض تحديد الفرص الأفضل والأكثر نجاعة، واستبعاد الفرص المشكوك بنجاحها، وبالتالي الاكتفاء بقائمة نهائية لتلك الفرص بعد تحديدها وإجراء دراسات الجدوى والتحليل للتأكد من جدواها.

المرحلة الثانية: المرحلة التمهيديّة

الدراسات التمهيديّة أو الأولية أو المبدئية أو الاستكشافية، يتم اللجوء إليها للتعرف المبدئي على مدى جدوى المشروع. كما تهدف إلى اتخاذ قرار بضرورة أو عدم ضرورة الفحص الدقيق والتفصيلي لجدوى المشروع المقترح. وعادة ما تشتمل هذه المرحلة على تحديد المتغيرات التالية:

- توصيف السوق واتجاهاته والأسعار وأذواق المستهلكين.
- تحديد وتوصيف الأنشطة والعمليات الإنتاجية والفنية.
- تقدير حجم الاستثمار المطلوب.

- تقدير وجدولة الإيرادات والأرباح المتوقعة.
 - تحديد وتوصيف المخاطر المحتملة التي يمكن أن تواجه المشروع.
- يعتقد الباحث أن هذه المتغيرات تفيد في تقرير مدى صلاحية المشروع المقترح قبل البدء في إجراء الدراسات التفصيلية والتي تتطلب وقتاً وجهداً أكبر. إضافة إلى ذلك، كثيراً ما توجد عدة بدائل لإقامة المشروع مما يجعل إجراء دراسات تفصيلية لكافة البدائل أمراً صعباً ومكلفاً.

المرحلة الثالثة: الدراسات التفصيلية

تهدف هذه المرحلة إلى التأكد من جدوى المشروع، وذلك من خلال التحديد الدقيق والتفصيلي للجوانب التسويقية والفنية والمالية، وإجراء المقارنة بين الفرص الاستثمارية البديلة للمشروعات في حال وجود أكثر من مشروع مقترح. وتشتمل الدراسات التفصيلية على الآتي:

أولاً: دراسة السوق

لكون تحليل السوق يشكل المحور الأساسي لهذه الدراسة، لذلك سيتم التطرق إلى هذا الموضوع في جزء مستقل نظراً لأهميته الكبيرة في بيان جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية.

ثانياً : دراسة الجوانب الفنية

تهدف دراسة الجوانب الفنية إلى تحديد الإمكانيات الفنية اللازمة وتوصيفها لتنفيذ المشروع المقترح، ومن المفترض أن يغطي التحليل الفني المتغيرات الآتية:

- تقدير الطاقة الإنتاجية أو الاستيعابية للمشروع المقترح.
- التوصيف الفني للمنتج أو الخدمة، ويتضمن ذلك تحديد مستوى الجودة ومواصفات التصميم والغلاف.
- تحديد البدائل الفنية أو التكنولوجية لإنتاج المنتج أو تقديم الخدمة ليتم بعد ذلك تحديد أنواع

وأعداد الأجهزة والآلات اللازمة.

- تحديد أنواع وخصائص وحجم العمالة الإدارية والفنية المطلوبة.
 - إعداد نموذج تخطيطي مبدئي لهيكل المشروع المقترح، وتحديد مواقع الإنتاج أو الخدمات بحيث تتناسب مع التسلسل الفني لعمليات التشغيل.
 - تحديد الفترة الزمنية اللازمة لتنفيذ المشروع.
- يشير الباحث إلى أن الاهتمام بهذه المتغيرات يؤدي إلى تشغيل المشروع بالطاقة الإنتاجية أو السعة الاستيعابية المناسبة مما يزيد احتمالية تحقيق قدر أكبر من الأرباح، وكذلك تحقيق تناسق وانسجام بين وحدات العمل.

ثالثاً: الدراسة المالية

- تهدف الدراسة المالية إلى إعداد الكشوف أو الجداول المالية بالإيرادات والمصروفات المتوقعة وغيرها من القوائم المالية. وبصفة عامة، تشتمل الدراسة المالية على المتغيرات الآتية:
- تحديد بنود المصاريف وعناصر الإيرادات المرتبطة بالمشروع وتحليلها.
 - تحديد هيكل رأس المال المناسب للمشروع وتحليله.
 - تقدير الاستثمارات المطلوبة للمشروع.
 - تقدير التدفقات النقدية للمشروع.
 - تحديد مصادر التمويل والالتزامات المالية المرتبطة بهذه المصادر.
 - إجراء التحليلات المالية لتحديد العائد على الاستثمارات والعائد على الملكية وكذلك تحليل المخاطر.

يلاحظ من خلال دراسة هذه المتغيرات أنه يمكن الوصول إلى مؤشرات عن مدى عائدة أو ربحية المشروع وهي على غاية من الأهمية والضرورة لأي مستثمر، لأن ذلك سوف يعطيه قوة البقاء في المشروع.

المرحلة الرابعة: التقييم النهائي واتخاذ القرار

تهتم هذه المرحلة بتقييم النتائج النهائية بناء على ما انتهت إليه الدراسات التفصيلية، والتي تفيد المستثمر في اتخاذ القرار المناسب، وذلك إما بالقبول أو التأجيل أو التعديل أو الرفض للمشروع المقترح.

يؤكد الباحث أن دراسات الجدوى الاقتصادية تتضمن مجموعة من المراحل في كل مرحلة مجموعة متشعبة من المتغيرات، بحيث تعتبر مخرجات المتغيرات من كل مرحلة مدخلات للمرحلة اللاحقة وصولاً إلى مرحلة اتخاذ القرار المناسب، وذلك إما في بداية الإنفاق للتنفيذ أو تأجيل أو تعديل أو حتى رفض المشروع المقترح، والبدء في إجراء دراسات جدوى اقتصادية لمشروع مقترح آخر.

2-3-3 المجالات التطبيقية لدراسات الجدوى الاقتصادية

يمكن حصر المجالات التطبيقية لدراسات الجدوى الاقتصادية في الآتي (عبد العزيز، 1994: 17):

أولاً: إقامة مشروعات استثمارية

حيث يعتبر هذا المجال أهم المجالات التي يستعان فيها بدراسات الجدوى الاقتصادية، لاتخاذ قرار يتعلق بإمكانية إقامة المشروع الاستثماري المقترح من عدمه، قبل إنفاق أي أموال على المشروع المرغوب إقامته.

ثانياً: التوسع الاستثماري

حيثما يلاحظ المستثمرون أن السوق مناسب للتوسع فإنهم يقرون التوسع في الاستثمار، كتوسيع مساحة المشروع أو غيرها من الحالات أو المجالات التابعة للتوسع.

ثالثاً: فتح فروع جديدة

حيث تقوم شركة الأعمال بنفس النشاط ولكن في منطقة جغرافية جديدة، الأمر الذي يتطلب القيام بدراسة جدوى تفصيلية قبل فتح الفرع الجديد. وعلى ضوء نتيجة الدراسة، يتم اتخاذ القرار المناسب.

رابعاً: الإحلال والتجديد

وذلك باستبدال آلة قديمة بآلة جديدة حيث أن عمرها الافتراضي يكون قد انتهى وأصبحت غير صالحة. ولما كانت الآلات أنواعاً وأصنافاً وقدراتها مختلفة وتكاليفها متباينة، وجب عمل دراسات جدوى اقتصادية تبين للمشروع مدى ما يتحقق لديه من فوائد أو عوائد وما يتحمله من أعباء نتيجة شراء الآلة الجديدة.

يعتقد الباحث أن مجالات تطبيق دراسات الجدوى الاقتصادية لا يقتصر إجراؤها على إقامة المشروعات الاستثمارية الجديدة، بل يمكن استخدامها حتى في المشروعات القائمة لأغراض مختلفة. وإن إمكانية استخدامها المتعددة ما هي إلا إشارة على أهميتها كوسيلة علمية لجمع المعلومات وتقليل حالة عدم التأكد تجنباً للمخاطر، وبالتالي اتخاذ القرار الصائب.

4-2 أهمية تحليل السوق وأثره على دراسات الجدوى

إن نوعية ودقة البيانات والمعلومات التي يتم تجميعها عن متغيرات تحليل السوق للمشروع الاستثماري المقترح، إنما تؤدي إلى سلامة ودقة القرار في إقامة المشروع المقترح من عدمه. ولهذا فمن الضروري، حسب رأي بعض الباحثين، القيام بتحليل السوق قبل القيام بأي دراسات أخرى لمختلف أوجه المشروع الاستثماري المقترح (عبد الحميد، 2000: 265). ومن جهة أخرى نرى في بعض المراجع أنها لا تفترض البدء بتحليل السوق كخطوة أولى وأولية، بل تعتبر البدء بالدراسة ذات الأهمية الأكبر بالنسبة للمشروع، وذلك بسبب تأثير طبيعة المشروع بشكل الظروف المحيطة به (عبد العظيم، 1995: 19).

يعتقد الباحث أن تحليل السوق بحكم علاقته الترابطية المتصلة مع باقي مراحل دراسات الجدوى الاقتصادية يستوجب البدء به، وذلك لاعتماد باقي مراحل دراسات الجدوى عليه؛ لأن مخرجات تحليل السوق تفيد في تحديد المتطلبات الفنية والمالية للمشروع المقترح. فعندما يتم مثلاً تقدير حجم الطلب أثناء تحليل السوق فإن ذلك يكون الأساس في تحديد سعة المشروع المقترح وتقدير حجم رأس المال المطلوب لقيام ذلك المشروع.

5-2 هدف تحليل السوق

بالرغم من تباين الآراء في تحديد الغرض من تحليل السوق وذلك تبعاً لتباين طبيعة ونوع المشروع الاستثماري المقترح، إلا أن تحليل السوق يهدف إلى التعرف على النقاط الآتية (عبد الحميد، 2000: 266):

■ حجم السوق الكلي ومعدل نموه.

- نصيب السلعة أو الخدمة من الفجوة التسويقية (الفرق بين الطلب الكلي والعرض الكلي).
- كمية المبيعات التي يأمل المشروع في تحقيقها أخذاً بالاعتبار المستهلكين المتوقعين وردود أفعال المنافسين الحاليين واحتمالات دخول منافسين جدد.
- دراسة نمط التكاليف والأسعار والاتجاهات السائدة والمتوقعة.

في حين يرى البعض الآخر أن الهدف من تحليل السوق بصورة عامة، هو قياس السوق والتنبؤ بحجمه للتأكد من أنه سيتم تصريف المنتجات. (الحناوي، 1992: 56).

وتشير إصدارات منظمة الأمم المتحدة إلى أنه من أجل صياغة استراتيجية المشروع ومفهوم السوق، لا بد من القيام بتحليل السوق بشكل دقيق، أي لا بد من إجراء تقييم منهجي للمعلومات عن السوق وبيئة السوق، فالهدف الأساسي من تحليل السوق يتمثل في الحصول على المعلومات ذات الصلة ومن ثم تحليلها وتفسيرها وإيجاد أساس لاتخاذ القرار ذي الطابع الاستراتيجي. (UNIDO, 1991: 19).

يتفق الباحث مع الرأي الأخير المتعلق بالهدف من تحليل السوق، ويؤكد على أن الهدف منه لا يتعدى حدود جمع المعلومات بطريقة علمية، ثم تحليلها والإستفادة من نتائجها في اتخاذ القرار المناسب، وذلك إما باستكمال باقي المراحل أو التوقف عندها ليتم البدء بدراسة مشروع مقترح آخر.

2-6 مصادر المعلومات والبيانات المطلوبة لتحليل السوق

إن مدى دقة وسلامة القرار المتعلق بإقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة يتوقف على حجم ونوع البيانات والمعلومات التي يتم تجميعها عن السوق المقترح المنوي إقامة المشروع فيه. (يوسف، 2002: 132). وعليه يتطلب تحليل السوق توافر جملة من البيانات والمعلومات التي تشكل الأرضية للبدء فيه. وتتعدد مصادر الحصول على هذه البيانات والمعلومات، إلا أنه يمكن تقسيمها إلى الآتي (عبد العزيز، 1994: 62):

- **المصادر غير الميدانية (المكتبية):** والتي تسمى في بعض الأحيان المصادر الثانوية، وهي تعتمد بشكل رئيس على البيانات والمعلومات الجاهزة التي سبق إعدادها من قبل مؤسسات وجهات متخصصة.
- **المصادر الميدانية أو المسوحات الخاصة:** والتي تسمى في بعض الأحيان بالمصادر الأولية وهذه المصادر عبارة عن بيانات جديدة يتم الحصول عليها لأول مرة من خلال إجراء المسح الميداني، ويتم اللجوء إلى هذا الأسلوب رغم تكلفته وما يتطلبه من جهد في حال عدم توافر المصادر الثانوية.

2-7 متغيرات تحليل السوق

تشير العديد من المراجع المتخصصة أن تحليل السوق يشتمل على العديد من المتغيرات والتي يمكن إيجازها كما يلي (هيكل، 2003: 34):

- توصيف السوق متضمناً ذلك الموقع الجغرافي للسوق.
- تحليل الطلب السابق والحالي بحيث يتضمن كمية وقيمة الاستهلاك بالإضافة إلى تعريف المستهلك الرئيسي للسلعة.

- تحليل العرض السابق والحالي متضمناً معلومات عن (أسعار البيع، الجودة، والمنافسين).
- تقدير الطلب للسلعة أو الخدمة.
- تقدير حصة المشروع من السوق بعد أخذ جميع الجوانب السابقة بعين الاعتبار.
- تقييم اتجاهات وأذواق المشتريين المحتملين.

ووفقاً لهذه المتغيرات المذكورة أعلاه يتم تحديد المتغيرات المستقلة للدراسة الحالية، والتي تمثلت في: الموقع، الطلب، السعر، والمنافسين، وذلك لأن تلك المتغيرات هي متغيرات رئيسية يضم كل واحد منها مجموعة من المتغيرات الفرعية، والتي تشكل بمجموعها تحليل السوق وقد اعتمد الباحث تلك المتغيرات أساساً للدراسة الحالية، وعليه ستنم مناقشة كل متغير والعوامل المؤثرة فيه تالياً.

2-7-1 تحليل الموقع والعوامل المؤثرة فيه

إن عملية اتخاذ القرار في اختيار الموقع المناسب للمشروعات الاستثمارية الصغيرة أصبحت معقدة وخاصة في السنوات القليلة الماضية، وذلك بسبب التحولات السريعة في الاتجاهات العمرانية وتنقل السكان إلى مناطق مختلفة (Hand, et al., 1999: 32).

وبالرغم من تعقيد عملية اختيار الموقع المناسب للمشروع الاستثماري الصغير، إلا أن عملية الاختيار هذه تعتبر من أهم القرارات التي يتوقف عليها نجاح أو فشل المشروع المقترح (فياض وآخرون، 2002: 67).

وهناك جملة من العوامل التي تدخل في مجال تحليل موقع المشروع الصغير المقترح، وفيما

يلي أهمها (Hand, et al., 1999: 29):

- عدد السكان ومعدلات النمو في المنطقة والمستوى الاجتماعي والمعيشي لقاطني المنطقة.
- نوع المشروعات الاستثمارية الأخرى الموجودة في المنطقة.
- اتجاهات النمو العمراني في المنطقة.
- القدرة الشرائية للمستهلكين المتواجدين في المنطقة.
- قدرة المشروع الاستثماري على دفع القيمة الإيجارية.
- سهولة وصول المستهلكين إلى الموقع وتوافر المواقف لسياراتهم.
- تحليل تاريخ المنطقة وكيف تم استغلالها في الماضي، حيث عادة ما تستقر لدى المستهلكين ذكريات معينة يصعب عليهم نسيانها. ففي العاصمة عمان، على سبيل التوضيح، هناك أسواق مثل سوق اليمينيين يشتهر بعرض وبيع السلع الشعبية منخفضة التكلفة والجودة، وبهذا يجب أن لا يختار هذا الموقع لإقامة مشروع يعرض سلعة مميزة ذات أسعار مرتفعة.
- عدد المنافسين الموجودين بالمنطقة سواء كانوا منافسين مباشرين أو غير مباشرين ومدى تأثير ذلك على نشاط المشروع الاستثماري المقترح.
- توافر الخدمات الأساسية في المنطقة مثل الطرق المعبدة وشبكات الهاتف ووسائل النقل وغيرها.

يشير الباحث إلى أن معرفة تلك المتغيرات الواردة أعلاه وتحليلها وتقييمها وكذلك معرفة التكاليف الناجمة عنها ومقارنتها بالمواقع الأخرى في ضوء تقرير جدوى المشروع المقترح يعتبر من أهم المحددات في الاختيار المناسب. وأن اختيار الموقع لإقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات بالذات يعتبر المتغير الأكثر أهمية في تحليل السوق، وبالتالي

يؤثر بشكل مباشر على جدوى إقامة المشروع المقترح. والسبب في ذلك يعود إلى أن هذا النوع من المشروعات، ولكي تحقق إيرادات مجزية، لا بد وأن يصل المستهلك إلى موقع المشروع، فإذا لم يكن الموقع مناسباً أو يصعب الوصول إليه مثلاً، فإن ذلك سوف يؤدي بالضرورة إلى انخفاض الإيرادات، وبالتالي عدم جدوى المشروع.

وإذا تمت مقارنة ذلك بمشروع صناعي على سبيل التوضيح، فمن المحتمل للمشروع الصناعي أن يكون موقعه بعيداً عن المستهلكين أو المشتريين المحتملين، أو حتى يمكن أن يكون في منقطة نائية ويقوم بتوزيع منتجاته إلى الأسواق المختلفة وإلى المناطق المختلفة، وذلك لأنه لا يتطلب حضور المستهلك إلى المصنع لشراء منتج ما. وعليه تكون كلفة الخطأ في سوء اختيار موقع مشروع الخدمات أكبر بكثير مما هو في قرار اختيار موقع المشروع الصناعي.

ووفقاً لذلك، يؤكد الباحث على أن متغير اختيار الموقع يعد أول وأهم متغير في تحليل السوق وعلى أساس اختيار الموقع للمشروع الاستثماري الصغير العامل في قطاع الخدمات تتحدد دراسة جميع المتغيرات الباقية.

أما بالنسبة للطرق المستخدمة في تحديد موقع المشروع فيمكن تلخيصها بالتاليّة (النجار والعلي، 2006: 111):

الطرق النوعية أو الوصفية: وهي أقرب إلى مبدأ الاسترشاد، إذ أنها تستند بشكل كبير على العوامل الذاتية وتتعد عن أي تحليل كمي. ومن أمثلتها طريقة المشروع السابق، حيث يتم بموجبها اختيار الموقع بالقرب من مشروع مشابه وقائم بالفعل ويعمل بنجاح حالياً.

الطرق شبة الكمية ومنها:

- طريقة التكلفة والربح: من خلال المفاضلة بين المواقع المقترحة لإقامة المشروع واتخاذ التكلفة الدنيا أو الربح الأكثر معياراً للمفاضلة.
- طريقة العوامل المرجحة: وتعتمد على تحديد الأهمية النسبية للعوامل واستخدام نظام النقاط طبقاً لطريقتين: الأولى طريقة الأوزان المتساوية، حيث يفترض مقياس واحد يتراوح بين الصفر و 100 مثلاً ثم يقيم كل عامل من العوامل، ويؤخذ عليها افتراضها تساوي الأهمية للعوامل. أما الثانية فطريقة الأوزان المتفاوتة وهي تختلف عن الأولى بإعطاء كل عامل عدداً محدداً من النقاط يمثل الأهمية النسبية شرط أن يكون المجموع العام متساوياً.
- الجمع بين طريقة التكلفة والربح وطريقة العوامل المرجحة.
- طريقة تحليل نقطة التعادل للموقع: وهي تصلح لمقارنة عدة بدائل على أساس اقتصادي وتتخلص بالخطوات التالية:
 - تحديد تكاليف المواقع.
 - تقسيم تكاليف كل موقع إلى ثابتة ومتغيرة.
 - إعداد مخطط بياني لإجمالي التكاليف المتوقعة مقابل حجم الإنتاج أو المبيعات السنوية المتوقعة.
 - اختيار الموقع ذي أقل كلفة سنوياً عند حجم الإنتاج المتوقع.

الطرق الكمية: وأهمها طريقة البرمجة الخطية التي تعتمد على بحوث العمليات ويتحدد بواسطتها موقع المشروع الذي تكون عنده التكاليف أقل ما يمكن.

2-7-2 تحليل الطلب والعوامل المؤثرة فيه

يشير تحليل الطلب إلى العمليات المنتظمة التي تهدف إلى معرفة سلوك متغير معين (الطلب) في المستقبل، وذلك بالاعتماد على دراسة منتظمة للبيانات التاريخية المتوافرة. والطلب هو مصطلح اقتصادي يعبر عن حجم أو كمية ما يُطلَبُ من سلعة أو خدمة ما خلال فترة معينة، وعند مستوى معين من السعر، ومن سوق معين. ويتم تحليل الطلب في الماضي والحاضر من خلال استخدام الأساليب الرياضية وذلك للتنبؤ بالطلب الفعلي على السلعة أو الخدمة في المستقبل (يوسف، 2002: 159).

ولكن ما هي العوامل التي يمكن لها أن تؤثر في الطلب؟ فمن هذه العوامل يمكن الإشارة إلى (عبد العزيز، 1994: 34):

أولاً: سعر المنتجات

فحسب قانون الطلب نجد أن العلاقة التي تربط بين السعر والطلب في سوق متنافس على المنتج علاقة عكسية: أي أنه كلما انخفض سعر المنتج زادت الكمية المطلوبة منها والعكس صحيح.

ثانياً: أسعار المنتجات ذات الصلة (البديلة أو المكملة)

إن أغلبية المنتجات تؤثر وتتأثر بأسعار المنتجات ذات الصلة وخاصة في عالم المشروعات الصغيرة، وهذا يعني أن هناك علاقة بين المنتجات ذات الصلة، وهذه العلاقة تأخذ أحد الأشكال الآتية:

■ علاقة تبادلية: بمعنى أنه يوجد منتج بديل (آخر) أو أكثر يشبع للمستهلك نفس الرغبة تقريباً الذي يعطيه إياها المنتج الأصلي، وبالتالي يتوقف الطلب على المنتج المقترح على أسعار المنتجات البديلة الأخرى. فإذا تم تحليل الطلب لإقامة مدرسة خاصة مثلاً فإن الطلب على تلك المدرسة يتأثر بسبب وجود المدارس الخاصة الأخرى التي تقدم نفس الخدمة التعليمية برسوم دراسية (أسعار) أقل.

■ علاقة تكاملية: هذه العلاقة تكون بين المنتجات الأصلية والمنتجات المكملة لها، فإذا تم تحليل الطلب على مرحلة التعليم في الصف الثاني الثانوي في مدرسة ما، فإن الطلب على هذا الصف أو المرحلة التعليمية يتأثر بسعر الخدمة التكميلية مثل سعر خدمة نقل الطلبة في الحافلات المدرسية.

ثالثاً: زيادة الدخل

إن زيادة دخول الأفراد تؤدي إلى زيادة مقدرتهم الشرائية وبالتالي زيادة الكميات المطلوبة، والعلاقة السابقة علاقة طردية وخاصة على المنتجات مرتفعة السعر، هذا وقد تكون علاقة عكسية

على المنتجات ذات السعر المنخفض، وذلك بسبب أنه إذا ارتفع دخل الفرد فإنه يبدأ بشراء سلع أو خدمات ذات سعر وجودة أعلى.

رابعاً: عدد السكان والمعدلات السكانية

الزيادة السكانية بمعدلات طبيعية تؤدي إلى زيادة عدد المستهلكين، وبالتالي تؤدي إلى زيادة الطلب، إذا فالعلاقة السابقة علاقة طردية.

خامساً: اتجاهات وأذواق المستهلكين

والتي عادة ما تتباين وفق المستوى الاجتماعي والتعليمي والحضري، كما تختلف وفق التقاليد والعادات والأعراف. ولكن كلما تلاعت المنتجات مع ذوق أو اتجاه المستهلك، أدى ذلك إلى زيادة الكمية المطلوبة منها، فهي إذن في هذه الحالة علاقة طردية. أما المنتجات التي يتحول عنها المستهلك وأصبحت لا تتلاءم مع ذوقه فتصبح العلاقة معها علاقة عكسية، أي يقل الطلب عليها.

سادساً: جودة المنتجات

تؤثر جودة المنتجات على الطلب عليها، فإن مواصفاتها ومستوى جودتها له دور في الإقبال على شرائها، ومن ثم إمكانية زيادة أسعارها.

سابعاً: نمط الدخل القومي وتوزيعه

هو من العوامل الرئيسية المحددة لمستوى الإنفاق الاستهلاكي للمجتمع، كما يختلف ذلك وفقاً لتوزيع هذا الدخل بين أصحاب الدخل المحدودة أو المتوسطة أو العالية.

ثامناً: الخطة الاستثمارية القومية

تلعب خطة التنمية دوراً في التأثير على الطلب المستقبلي للمنتجات وذلك حسب القطاعات التي ترى الدولة إيلاءها أهمية أكثر من غيرها.

يؤكد الباحث أن الطلب على المنتجات إنما يكون نتيجة عدة عوامل أو العوامل جميعها أو حتى عامل واحد منها. ويبقى التأكيد أن تحليل هذه العوامل يساعد في تقدير الطلب المستقبلي المتوقع على منتجات المشروع الاستثماري المقترح.

تجدر الإشارة إلى أن هناك العديد من الطرق المطبقة في تقدير الطلب المستقبلي على المنتجات، حيث أن عملية تقدير الطلب المستقبلي غالباً ما تُعرض المستثمر إلى مشكلة اختيار الطريقة الأكثر دقة وتناسبا للمشروع المقترح. فكل طريقة أسلوبها الخاص، بحيث يختلف اختيار الطريقة بحسب عوامل عديدة منها: حجم المشروع، عمره الافتراضي، طبيعة السلعة، ومدى توافر المعلومات ودقتها، وسيحاول الباحث في هذا الجزء عرض أهم الطرق التي يمكن تطبيقها مع الإشارة لمزايا وعيوب كل طريقة.

أولاً: الطرق أو الأساليب النوعية (أو الوصفية)

تطبق هذه الطرق عند قلة المعلومات المتوافرة عن الطلب الحالي وبخاصة للمنتجات الجديدة، وهي تصنف ضمن أساليب الحكم الشخصي والقياس، مثل أخذ آراء بعض الخبراء بالسوق أو القياس على المنتجات المشابهة أو القياس بناءً على شكل الظروف والتغيرات المتوقعة مستقبلاً والمؤثرة على الطلب؛ كما هو الحال في طريقة دلفي التي تعتمد على توزيع استبيان على مجموعة من الخبراء للحصول على آرائهم في الموضوع المطروح، وأسلوب السيناريو الذي يهدف إلى

تجميع كل البيانات والأحكام المتعلقة بعناصر السوق باستخدام أسلوب موضوعي غير منحاز. (عبد العظيم، 1995: 74).

يعتقد الباحث أنه على الرغم من أن هذه الطريقة أقل دقة من باقي الطرق لأنها تعتمد على الحكم الشخصي، إلا أنها تبقى الخيار الأخير في غياب الإحصائيات والبيانات الرقمية اللازمة للتحليل الموضوعي.

ثانياً: الطرق الاقتصادية

ترتكز هذه الطرق على مبادئ علم الاقتصاد القياسي الذي يحلل النشاط الاقتصادي في الماضي ويتنبأ بالنشاط المستقبلي باستخدام أساليب ونماذج إحصائية تعبر عن العلاقات بين مجموعة من المتغيرات الاقتصادية. وعند تطبيق هذه الأساليب ينبغي مراعاة ما يلي (عبد العزيز، 1998: 172).

- دراسة المتغيرات التي تشرح الاتجاه في الماضي (مثل: الأسعار، الدخل...).
- بناء النموذج الذي يوضح العلاقات محل الدراسة في الماضي (الاستهلاك الفردي مثلاً والعوامل المؤثرة في الدخل والمنتجات المنافسة).
- القيام بالتنبؤ المناسب على أساس النموذج الموضوع.

ومن أهم هذه الطرق الاقتصادية ما يلي:

أسلوب متوسط استهلاك الفرد: وذلك بقسمة الاستهلاك الفعلي في سنة معينة على عدد السكان في تلك السنة، وفي حال عدم توافر بيانات دقيقة عن الاستهلاك الفعلي، يمكن اللجوء إلى رقم

الاستهلاك المتوقع والذي يعادل الإنتاج المحلي + الواردات - الصادرات + التغير في المخزون (آخر الفترة - أول الفترة).

ومن العيوب الرئيسة لهذه الطريقة ما يلي (الحاج، 1998: 60-69):

- الاعتماد على متوسط عام لاستهلاك الفرد رغم اختلاف الفئات المستهلكة.
- افتراض ثبات متوسط دخل الفرد رغم عدم تحقيق ذلك نتيجة زيادة متوسط الاستهلاك الفردي مع زيادة التنمية.
- افتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة على استهلاك الفرد مثل (الدخل والسعر) وهذا غير واقعي.

أسلوب المرونات ويشمل ما يلي:

المرونة السعرية: التي يعبر عنها بالمعادلة التالية (عبد العزيز، 1998: 180).

$$\text{مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير النسبي في السعر}}{\text{التغير النسبي في حجم الطلب}}$$

فوفق النظرية الاقتصادية يؤدي انخفاض السعر إلى زيادة الطلب والعكس صحيح؛ إلا أن

ذلك يختلف تبعاً لأنواع المنتج واختلاف المستهلكين.

ويتوقف التغيير في الطلب على ما إذا كانت المرونة السعرية أكبر من أو مساوية أو أصغر من الواحد الصحيح. وفي الواقع العملي هناك العديد من العوامل التي تؤثر على المرونة السعرية لمنتج ما ومنها وجود منتج بديل أو مكمل وسعر المنتج ودرجة ضروريته أو كماليته.

ويستخدم معامل المرونة عند سعرين وكميتين مختلفتين للطلب لمعرفة الطلب المتوقع عند الأسعار الجديدة سواء بالزيادة أو بالنقصان عن الأسعار السابقة. كما تستخدم طريقة المرونة للتوصل إلى أفضل الأسعار التي يمكن تحديدها لبيع منتجات المشروع في المستقبل، إذ يمكن حساب المرونات المتوسطة للسعر والمرونات المتوسطة للكميات ثم حساب معامل المرونة واختيار السعر الذي يكون عنده معامل المرونة قريباً من الواحد الصحيح. (عبد العظيم، 1995: 87).

يفيد أيضاً معامل مرونة الطلب السعرية في دراسة الحساسيات في اقتصاديات المشروع من خلال دراسة مستويات الأسعار التي قد تسود في المستقبل، حيث من الواضح أن المتغيرات في الأسعار تؤثر على المبيعات وبالتالي على مستويات الإنتاج وعلى تكاليف الإنتاج الموحدة (الحاج، 1998: 56).

ومن أهم عيوب هذه الطريقة (عبد العزيز، 1998: 189) ما يلي:

- يتطلب تطبيقها وجود منافسة كاملة.
- نجد في بعض البلدان أن تأثير السعر طفيف نتيجة التحديد الجبري للأسعار.
- عدم واقعية افتراض ثبات معامل المرونة كونه يختلف على كل نقطة على منحنى الطلب.

المرونة الدخلية: يمكن قياس الطلب أيضاً من خلال العلاقة التي تربط الطلب مع الدخل، التي يعبر عنها بمرونة الطلب الداخلية التي تقيس التغير النسبي في الطلب نتيجة التغير النسبي في الدخل وفق المعادلة التالية (عبد العزيز، 1998: 190):

$$\text{مرنة الطلب الداخلية} = \frac{\text{التغير النسبي في الدخل}}{\text{التغير النسبي في الطلب}}$$

ولحساب هذا المعامل هناك العديد من الطرق منها:

- استخدام السلاسل الزمنية التاريخية لدخل الفرد واستهلاكه.
- استخدام ميزانيات المستهلك عن طريق المسح السوقي لمستويات مختلفة من الدخل.
- استخدام بيانات دخل الفرد ومتوسط استهلاكه في بعض البلدان المشابهة في حالة عدم توافر بيانات محلية مع مراعاة ظروف كل بلد.

المرونة التبادلية: فالطلب على منتج معين لا يتحدد بسعره فقط وإنما أيضاً بأسعار

المنتجات البديلة أو التكميلية حيث يكون من الضروري في هذه الحالات معرفة المنتجات التي يمكن

لتغيرات أسعارها أن تؤثر في الطلب على المنتج محل الدراسة (الحاج، 1998: 60).

ثالثاً: الطرق الإحصائية:

تحليل السلاسل الزمنية: حيث يتم تقدير الطلب من خلال التركيز على إيجاد علاقة تربط بين متغير ما (المبيعات مثلاً) وبين الزمن في حال توافر بيانات عن هذا المتغير لعدة سنوات متتالية بحيث تعبر عن مدى التغير الذي حدث سواء كانت هذه المتغيرات موسمية أو دورية أو عشوائية. بعد ذلك يتم تحديد استخدام بعض الأساليب الإحصائية للحصول على (الاتجاه العام) لها ثم تحديد أنواع التغير ومعرفة مسبباته ليتم تحديد الاتجاه العام للطلب على المنتج مستقبلاً (السبع، 1991: 48). وعند التحليل غالباً ما يواجه القائم على الدراسة ثلاثة تساؤلات حول (عبد العزيز، 1994: 80):

- العوامل التي أدت إلى زيادة أو انخفاض هذه المتغيرات في الفترة السابقة.
- العوامل التي تؤثر في هذه المتغيرات في الفترة الحالية.
- تأثير العوامل الحالية على الاتجاه المتوقع مستقبلاً.

حيث تنقسم التغيرات الموجودة في السلسلة إلى أربعة أنواع هي: التغيرات طويلة الأجل، التغيرات الموسمية، الدورية، وغير المنتظمة.

يعتقد الباحث أن هذا الأسلوب يتميز بدقة نتائجه، إلا أنه يتطلب توافر بيانات كمية عن الطلب على المنتج لفترات سابقة وكذلك الإلمام بالظروف المحيطة.

أسلوب تحليل الانحدار: يقوم هذا الأسلوب على الربط بين متغيرين أو أكثر استناداً للبيانات في الماضي للتنبؤ بقيمها في المستقبل، وذلك عن طريق تحديد المتغير المستقل وهو الذي تتوفر بياناته

والذي يستخدم لتحديد قيمة المتغير التابع (الطلب)، ثم إيجاد معادلة رياضية تربط بين المتغيرين عبر إحدى المعادلات التالية (السبع، 1991: 48):

- الانحدار الخطي البسيط إذا كانت المعادلة تعبر عن علاقة خطية.
- الانحدار الخطي المتعدد إذا كان الطلب معتمداً على أكثر من متغير مستقل (كالزمن ومتوسط الدخل الفردي معاً).
- الانحدار غير الخطي إذا كانت العلاقة بين الطلب والمتغيرات الأخرى (الزمن والعرض والنواتج وعلاقات غير خطية) ويفضل هنا استخدام الحاسبات الآلية في حلها، هذا ويعتبر هذا الأسلوب أكثر تعقيداً ولكن نتائجه أكثر دقة إذا أحسن استخدامه.
- أسلوب تحليل الارتباط: وهو يوضح درجة ارتباط المتغيرات خطياً حيث تعطي نتيجة هذا التحليل رقماً محدداً يقيس درجة الارتباط بين الطلب والمتغير الآخر، أي أنه يكمل تحليل الانحدار باعتباره يوضح درجة العلاقة بين المتغيرين بعدما تثبت معادلات الانحدار وجود هذه العلاقة.

وتنقسم مقاييس الارتباط على النحو التالي (عبد العزيز، 1994: 85):

- معامل (بيرسون): للارتباط البسيط كأسلوب للقياس الكمي للعلاقة بين المتغيرات المستقلة (عدد السكان، مستوى الأسعار، سعر المنتج.....) والمتغير التابع (المبيعات).
- معامل الارتباط المتعدد: والذي تظهر أهميته في تحديده العلاقة بين المبيعات والعوامل التي تؤثر فيها.

■ معامل الارتباط الجزئي: وهو يساعد في توضيح العوامل المؤثرة في المبيعات وذلك باستبعاد أثر العوامل الأخرى والإبقاء على عامل واحد.

يعتقد الباحث أن الطرق الإحصائية تعتبر من أنضج أساليب التنبؤ في الطلب المستقبلي على المنتجات، ويفضل استخدامها في حالة التركيز على الاتجاهات طويلة الأجل، ولا تصلح للتنبؤات قصيرة الأجل حيث يمكن للعوامل الموسمية أو الدورية أن تفسد علاقة الارتباط.

2-7-3 تحليل السعر والعوامل المؤثرة فيه

يعد السعر أحد المتغيرات المهمة في عملية تحليل السوق، لأن الأسعار تؤثر على طلب المنتجات وعرضها، كما أنها تؤثر على عملية الإنتاج مثل كيفية الإنتاج أو الوسائل المستخدمة في الإنتاج وغير ذلك من الآثار المترتبة على الأسعار.

ويعبر السعر من وجهة نظر المستهلك عن تكلفة الحصول على المنتج، بينما من وجهة نظر المستثمر القيمة التي يمكن كسبها من المستهلك مقابل بيع منتج ما (يوسف، 2002: 144).

والسؤال هنا ماذا يجب أن يغطي السعر حتى يكون مجدياً لإقامة المشروع؟ يجب أن يغطي إجمالي التكاليف للوحدة الواحدة المباعة مضافاً إلى ذلك هامش الربح المتوقع والمرضي للمستثمر؛ وهذا يقود إلى ضرورة تطبيق أسلوب تسعير مجدٍ للمشروع يأخذ بالاعتبار مستوى الأسعار السائد لدى المنافسين، ذلك لأنه إذا ارتفع السعر كثيراً عن مستوى الأسعار السائد في السوق، فقد يؤدي ذلك إلى ابتعاد المستهلكين المحتملين عن الشراء من منتجات المشروع المقترح، وكذلك إذا انخفض السعر كثيراً فقد يؤدي ذلك إلى إما أخذ انطباع عند المستهلكين أن الجودة

لدى منتجات هذا المشروع دون المستوى المتوقع، أو يقود ذلك إلى انعكاسات سلبية على صافي الأرباح وبالتالي عدم جدوى المشروع المقترح.

يلاحظ أن عملية تحديد السعر المجدي للمشروع ليست بالسهلة، وتتأثر بعدة عوامل يمكن

تلخيص أهمها بما يلي (Kottler, 2000: 458):

- مقدار الطلب على المنتج: يأتي دور الإدارة في تحديد السعر وفقاً لتقديرات الطلب، ففي الوضع الطبيعي يكون الطلب على المنتج مرتبطاً بمستوى السعر. وكلما ارتفع السعر ينخفض الطلب على المنتج وبالعكس، إلا في حالة المنتجات الكمالية قد يكون الأمر معكوساً. أي أن ارتفاع السعر قد يؤشر على جودة ومزايا المنتجات مما يؤدي إلى ازدياد الطلب عليها.
- مجموع التكلفة التي تنشأ عن عمل المشروع: فالتكاليف تشكل الأساس التي تستند إليه الإدارة عند التسعير ضمناً لتغطية إجمالي التكاليف التي تنفق في سبيل تحقيق الإيرادات وكذلك للمحافظة على نسبة مرضية من العائد على الاستثمار.
- دراسة عروض وأسعار المنافسين: وضع المنافسة في السوق يؤثر على تحديد سعر المنتجات، فإذا كان منتج المشروع مشابهاً لمنتجات المنافسين المباشرين فيجب أن يكون مستوى السعر قريباً من مستوى أسعارهم وبالعكس ذلك تتأثر المبيعات. أما إذا كانت منتجات المشروع أقل جودة من منتجات المنافسين فلا بد من تخفيض السعر بما يتوافق مع وضع المنتج، وأخيراً إذا كان منتجات المشروع أفضل من الموجود في السوق فبالإمكان تحديد السعر ليصبح الأعلى بالسوق.

يعتقد الباحث رغم أهمية العوامل المذكورة أعلاه المؤثرة في تحديد السعر، إلا أن البعض منها لا يتفق مع الخصوصية الاقتصادية في المجتمعات الشرقية. فنادرًا ما يستطيع مشروع استثماري جديد أن يصرف منتجاته في السوق بأسعار أعلى من المنافسين حتى ولو كانت جودة المنتج في بعض الأحيان أعلى، حيث في أغلبية الأحيان يكون الطلب منصبا على المنتجات ذات السعر الأقل مع إيلاء الاهتمام القليل بالجودة والمواصفات.

يؤكد العديد من المختصين في هذا المجال على أن السعر يؤثر بشكل مباشر على قدرة المشروع في المنافسة، (Taylor & Russell, 1995: 17) وقدرة المشروع على المنافسة تعني إمكانيةه في الدخول إلى السوق والبقاء وحتى النمو وهذا ما يؤشر إلى أن المشروع الاستثماري ذو جدوى.

تجدر الإشارة إلى أنه يتم تحليل السعر بذات الطرق الرياضية والإحصائية المطبقة في تحليل الطلب وهي: الطرق النوعية، الطرق الاقتصادية، والطرق الإحصائية التي سبق ذكرها (السبع، 1991: 48).

2-7-4 تحليل المنافسة والعوامل المؤثرة فيها

تلعب المنافسة دوراً هاماً في تحليل السوق، وتعتبر المنافسة تلك الجهة التي تعرض منتجات مماثلة أو مشابهة لمنتجات المشروع الاستثماري المقترح لنفس شريحة المستهلكين الحاليين والمرقبين، وقد تكون المنافسة مباشرة أو غير مباشرة، عندما يعرض مشروع ما منتجات بديلة لمنتجات المشروع الصغير (Porter, 1990: 11).

تختلف النظرة إلى المنافسة حسب نوع المشروع الاستثماري ومجال نشاطه ومدى كفاءة المستثمر (النجار والعلي، 2006: 103)، فقد ينظر إليها على أنها شيء إيجابي وضروري للبقاء والاستمرار والنمو، وقد ينظر إليها بعين السلبية.

وهناك عدة متغيرات فيما يتعلق بالمنافسة لا بد من مراعاتها أثناء عملية تحليل السوق

ويمكن إيجاز أهمها بالآتي (Porter, 1990: 17):

- عدد المنافسين المباشرين الذين ينتجون نفس منتجات المشروع المقترح.
 - عدد المنافسين غير المباشرين الذين ينتجون منتجات بديلة عن منتجات المشروع المقترح.
 - المنافس الأقوى في السوق والخصائص التي يتميز بها.
 - تحليل الخطط لدى المنافسين.
 - تحديد حصة المنافسين وإمكانياتهم وقدراتهم.
- تجدر الإشارة إلى أن هناك ثلاث استراتيجيات يمكن استخدامها في التعامل مع المنافسين، ويمكن إيجازها فيما يلي (Porter, 1980: 34):

أولاً: استراتيجية قيادة الكلفة

شاع استخدام هذه الاستراتيجية في السبعينات من القرن الماضي بسبب شيوع استخدام مفهوم منحنى الخبرة، وتهدف إلى تحقيق الكلفة الأدنى في قطاع ما من خلال تطبيق مجموعة من السياسات والإجراءات التي من شأنها خفض التكاليف، وتتطلب استراتيجية قيادة الكلفة بناءً مكثفًا لاستغلال اقتصاديات الحجم، وتتبعاً دؤوباً لخفض التكاليف من خلال الخبرة والسيطرة على التكاليف

غير المباشرة، وتقليل التكاليف في مجالات البحث والتطوير، الخدمات، المبيعات، الإعلانات وغيرها.

وتحقق استراتيجية قيادة الكلفة للمشروع عوائد أعلى من المعدل في القطاع، بغض النظر عن وجود القوى التنافسية المختلفة، فهي تشكل حاجزاً دفاعياً أمام أقوى المنافسين، حيث أنه إذا حاول المنافسون خفض تكاليفهم بطريقة غير كفؤة فسيكون ذلك على حساب التضحية بأرباحهم، مما يؤدي إلى خروجهم من السوق على المدى البعيد، أو إذا قرر المنافسون البقاء على الوضع الحالي لهم فلن يتمكنوا من المنافسة بسبب ارتفاع التكاليف لديهم، وبالتالي ارتفاع أسعار سلعهم.

كما تشكل هذه الاستراتيجية حاجزاً دفاعياً أمام القوة التفاوضية للمستهلكين؛ فعادة ما تتادي جمعيات حماية المستهلك بخفض الأسعار مقارنة بأقرب المنافسين الحاليين للمشروع. فإذا كان لدى المشروع أقل الأسعار فلن تكون هناك أية مطالب. وفي الوقت نفسه ستوفر هذه الاستراتيجية شيئاً من المرونة أمام أي ارتفاع في أسعار مستلزمات الإنتاج (المدخلات اللازمة لعملية الإنتاج)؛ حيث أنها تمكن المشروع من تعويض فرق الأسعار من خلال خفض التكاليف في أنشطة أخرى. إن العوامل التي يستخدمها المشروع وتؤدي إلى قيادة التكاليف في السوق حاجزاً قوياً أمام أي محاولة لدخول السوق من قبل منافسين جدد يستطيعون تحقيق أي ميزة في التكاليف أو في اقتصاديات الحجم. وأخيراً فإن هذه الاستراتيجية تحمي المشروع من خطر وجود السلع أو الخدمات البديلة التي من الممكن أن تنافسها، حيث أن خفض سعر أي سلعة أو خدمة بديلة سيكون على حساب جودة السلعة أو الخدمة المتحققة للمستهلك، ويتطلب تحقيق قيادة الكلفة في السوق تمتع المشروع بحصة سوقية كبيرة أو وجود مزايا أخرى كسهولة الحصول على المواد الخام أو غيرها.

كما تتطلب هذه الاستراتيجية تصميم المنتجات بطريقة تضمن سهولة تصنيعها أو تقديمها وذلك حفاظاً على التكاليف المنخفضة، وكذلك العمل على إنتاج أو تقديم مجموعة سلعية أو خدمية متكاملة وذلك لضمان توزيع التكاليف على أكبر قدر ممكن من المنتجات مما يجعل نصيب كل منتج من هذه التكاليف قليلاً، وأخيراً فإنه من المتطلبات الرئيسية لتطبيق هذه الاستراتيجية العمل على خدمة كل المجموعات الرئيسية من المستهلكين من أجل بناء أكبر حصة سوقية ممكنة. إن الاعتماد على الحصة السوقية الكبيرة هو حجر الأساس في هذه الاستراتيجية كون المنظمة ستضحي بنسبة الربح، فإذا فشلت المنظمة في السيطرة على الحصة السوقية فإن ذلك سيؤدي إلى تدهور أدائها.

ثانياً: استراتيجية التمايز

تتضمن هذه الاستراتيجية خلق سلع أو خدمات مميزة عن سلع أو خدمات المنافسين، على أن يتم قبول هذه السلع والخدمات من قبل المستهلكين على أنها فريدة ومختلفة عن أي سلعة أو خدمة تؤدي نفس الغرض في السوق. وهناك عدة طرق لممايزة المنتجات، فقد يكون التمايز عن طريق تصميم المنتج، التكنولوجيا المستخدمة، مزايا المنتج، خدمات ما بعد البيع، شبكة توزيع المنتجات وغيرها. فالتمايز قد يكون عن طريق إحداث تغيير في المنتج نفسه، أو عن طريق القيام بنشاطات أخرى تعود بالفائدة على المستهلكين. وتجدر الإشارة هنا إلى أن استراتيجية التمايز لا تسمح للمشروع بإهمال مسألة التكاليف كلياً، ولكن عند تطبيق هذه الاستراتيجية فإن خفض التكاليف هو الهدف الاستراتيجي الرئيسي. وتشكل استراتيجية التمايز حاجزاً أمام القوى التنافسية المختلفة، فتطبيق هذه الإستراتيجية ينتج عنه نوع من الولاء لمنتج المنظمة وانخفاض الحساسية تجاه السعر بالنسبة للمستهلكين مما يؤدي إلى صعوبة تحول المستهلكين إلى منتجات منافسة أخرى. كما تمكن

هذه الاستراتيجية المشروع من زيادة أرباحه الحدية، وبالتالي يجنبه الحاجة إلى خفض تكاليف المنتجات، فالولاء للمنتج الذي يؤدي إلى إشباع حاجات معينة لدى المستهلكين يعوض المشروع عن حاجته لبناء الحصة السوقية الكبيرة، كما أن الولاء لمنتج المشروع يعتبر عائقاً قوياً أمام أي محاولة للمنافسين لدخول السوق بسلع جديدة، ويعتبر مصدر قوة أمام القوى التفاوضية للمستهلكين حيث لا توجد هناك سلع تتمتع بنفس مزايا سلعة المنظمة لتتم المقارنة بينهما. وأخيراً فإن الربح الحدي العالي الذي تمنحه هذه الاستراتيجية للمشروع تجعله في موقف قوي أمام الموردين، حيث بإمكانه التنويع في مصادر التوريد نظراً لقوة موقفه المالي.

ثالثاً: استراتيجية التركيز

تركز هذه الاستراتيجية على خدمة مجموعة معينة من المستهلكين، أو جزء معين من السوق، أو منطقة جغرافية محددة، حيث تعمل المنظمة من خلال هذه الاستراتيجية على تحديد هدفها التسويقي بشكل دقيق، وتقوم على إرضاء حاجاته سواء كانت عن طريق قيادة الكلفة الأدنى، أو عن طريق التمايز، أو كليهما معاً. وتقوم هذه الاستراتيجية في الأساس على إمكانية قيام المشروع بخدمة هدفه الاستراتيجي الصغير (السوق الضيق) بشكل أكثر فعالية أو كفاءة مما قد يقدمه المنافسون أثناء قيامهم بتغطية كامل السوق.

يؤكد الباحث على ضرورة اختيار نوع الاستراتيجية التنافسية المناسبة للمشروع بعد أن يتم تحليل المنافسين والتعرف على أسلوب وخطط عملهم..... الخ، وذلك ضماناً للقدرة على مواجهة المنافسة والبقاء والنمو في السوق.

8-2 الدراسات السابقة

إن موضوع دراسات الجدوى الاقتصادية بما فيها تحليل السوق، كان مدار بحث عدد كبير من المؤلفين المختصين كما تم ذكره في مقدمة الدراسة، لما لهذا الموضوع من أهمية كبيرة في بيان جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية. غير أن الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع تحليل السوق كانت قليلة بالمقارنة مع تلك الخاصة بدراسات الجدوى الاقتصادية ككل على مستوى الأردن، وكذلك مقارنة بتلك الأبحاث التي تمت على الصعيد الأجنبي، حيث ركز معظمها على تجارب ومعطيات الدول المتقدمة دون الدول النامية.

1-8-2 الدراسات العربية

دراسات تعلقت بالجدوى الاقتصادية

دراسة (خربوطلي، 1996)، بعنوان دراسات الجدوى الاقتصادية لمشاريع الاستثمار في سورية: الواقع والآفاق.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع دراسات الجدوى الاقتصادية في سورية، بالإضافة إلى أساليب إعداد مثل هذه الدراسات وفوائدها. وقام الباحث بتقديم عرض نظري علمي ولم يتطرق إلى دراسة حالة عملية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: التركيز بصورة أكبر على دراسة وتحليل السوق والحصول على المعلومات اللازمة لذلك من خلال المسوحات الميدانية.

دراسة (قويدري، 1997) بعنوان أسس دراسات الجدوى الاقتصادية ومعايير تقييم المشروعات الاستثمارية مع دراسة حالة لمشروع مؤسسة لإنتاج الملابس بالأغوط.

هدفت هذه الدراسة إلى عرض الجوانب النظرية والعملية لتقييم المشروعات الاستثمارية وخاصة في البلدان النامية وذلك من خلال إجراء دراسات جدوى اقتصادية لها. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن دراسات الجدوى الاقتصادية تبدأ باستخراج الرقم المتعلق بالمبيعات المحتملة من خلال تحليل السوق؛ ووفقاً لذلك يمكن تحديد الطاقة الإنتاجية للمشروع، وعلى أساسه يتم تحديد احتياجات المشروع من الآلات والمعدات ليتم بعد ذلك وضع تقديرات بتكاليف إقامة المشروع والتقييم النهائي واتخاذ القرار.

دراسة (حمامي، 2003)، بعنوان دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية: حالة عملية لإنشاء فندق خمس نجوم في مدينة حلب.

هدفت هذه الدراسة إلى التركيز على ضرورة القيام بدراسات جدوى للمشاريع المقرر القيام بها، وتقييم المشاريع القائمة وتصميمها مما يسمح باستثمار الموارد المتاحة بالشكل الأمثل، والوصول إلى الإنتاجية المثلى، وبالتالي تحقيق الهدف المنشود لكل بلد، وهو تحقيق التنمية الشاملة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: ضرورة إقامة المشاريع الاستثمارية بعد إجراء دراسات جدوى لها، لما لذلك من مساهمة في دفع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

دراسات تعلقت بالمشروعات الاستثمارية الصغيرة

دراسة (أبو الهيجاء، 1991) بعنوان الصناعات الصغيرة في الأردن ودورها في عملية التنمية الاقتصادية.

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار مدى الكفاءة التي تتمتع بها الصناعات الصغيرة في استخدامها للموارد الإنتاجية، وإلى اختبار القدرة النسبية لهذه الصناعات في تهيئة فرص العمل ومدى استجابتها في تغيير تقنياتها الإنتاجية عند تغير أسعار عناصر الإنتاج، وذلك من خلال استخدام النماذج المناسبة والاختبارات العلمية.

وتوصلت الدراسة إلى أن الصناعات الصغيرة في الأردن تتمتع بكفاءة اقتصادية واجتماعية تفوق ما تتمتع به الصناعات الكبيرة وتحقق إنتاجية أعلى لعناصر الإنتاج. كذلك بينت الدراسة أن إنتاجية الصناعات الصغيرة في فترات الرواج الاقتصادي حققت معدلات نمو موجبة في إنتاجية عناصر الإنتاج الكلية بلغ (6.4%)، في حين حققت معدلات نمو سالبة في فترة التباطؤ الاقتصادي بلغ (16.6%). وقد فسرت الدراسة هذه المعدلات إلى سياسات الحكومة الموجهة نحو تشجيع وتحفيز المشروعات الكبيرة.

دراسة (سلمان، 1997) بعنوان المشاكل والمعوقات التي تواجه المشاريع الصغيرة في الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم دور المشروعات الصغيرة في الأردن في عملية تنشيط الاقتصاد، وكذلك دورها في امتصاص الأيدي العاملة العاطلة عن العمل، واستندت الدراسة في بيان هذا الدور لتلك التشريعات على التقارير الصادرة عن دائرة الإحصاءات العامة التي أجرت

مسوحات لبعض المشروعات الصغيرة العاملة في الأردن في القطاع الخاص للأعوام 1989-1994.

كما تناولت الدراسة المشاكل والمعوقات التي تواجه المشروعات الصغيرة ومن أهم هذه المشاكل هو الآتي: مشكلة تمويل المشروعات الصغيرة، مشكلة اختيار موقع العمل، صعوبة الحصول على معلومات في الوقت المناسب لاتخاذ القرار المناسب.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن المشروعات الصغيرة تلعب دوراً في الاقتصاد الأردني فهي تعمل على إيجاد فرص عمل للكثير من الأيدي العاملة العاطلة عن العمل.

دراسة (الوادي، 2005) بعنوان المشروعات الصغيرة: ماهيتها والتحديات فيها مع إشارة خاصة لدورها في التنمية في الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص التحديات التي تواجه المشروعات الصغيرة والتي تكمن فيها، والناבעة من الخصائص التي يفرضها تعريف تلك المشروعات، وذلك من خلال صياغة منهج أو مدخل يمكن اعتماده في عملية التشخيص يكون بديلاً عن التشخيص والاهتمام الجزئي بجانب التحديات، في ظل غياب التصور للتحديات الأخرى التي تواجه المشروع الصغير. واعتمدت الدراسة في تحقيق تلك الأهداف على البناء النظري والاستعانة بالمراجعة والتأمل والتحليل والاستنباط.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تحظى المشروعات الصغيرة باهتمام متزايد على صعيد البلدان المتقدمة والنامية، لكونها من الخيارات المهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لكن التوجهات لتنمية تلك المشروعات في البلدان العربية لا تزال في مهدها.

2-8-2 الدراسات الأجنبية

دراسات تعلقت بتحليل السوق ومتغيراته

دراسة (Aubrey & Atkin, 1996) بعنوان العناصر ذات الصلة بموقع مشروع التجزئة.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد العناصر التي يجب اعتبارها في تحليل الموقع. وحدد هناك تسعة عناصر تشمل: تحليل المنطقة التجارية، المنافسة، التشريعات المطبقة بالمنطقة، سهولة الوصول للموقع، الطبيعة الجغرافية والهندسية، الانسجام مع طبيعة الأعمال الموجودة بنفس المنطقة، الراحة، تاريخ المنطقة وكيف تم استغلالها في الماضي من مشروعات أخرى، وهل ساعات عمل المشروع منسجمة مع ساعات عمل المشروعات الأخرى الموجودة.

واعتمدت الدراسة على المنهج النظري التحليلي في الحصول على معلوماتها. وخلصت إلى

أن أهم عنصرين من العناصر التسعة المذكورة أعلاه هما: تحليل المنطقة التجارية والمنافسة.

دراسة (Hand, et al., 1999) بعنوان تحليل الجدوى الاقتصادية لمواقع مشروعات

التجزئة.

هدفت الدراسة إلى تحديد التقنيات من أجل تقدير الأرباح لموقع المشروع، وذلك باستخدام

المعلومات العامة المتاحة لدى أصحاب هذه المشروعات، وذلك من أجل اتخاذ القرار باختيار

الموقع. واستند الباحثون في الحصول على معلومات دراستهم من تقارير المسوحات الإحصائية

المتوافرة في تلك المنطقة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن قرارات اختيار الموقع لا تتخذ بشكل متكرر، إلا

أنها بلا شك قرارات هامة وذات علاقة بالربحية. وينصحون المستثمر بإعطاء الوقت الكافي لاختيار

الموقع فضلا عن تكبد الخسائر المالية نتيجة سوء الاختيار، وبالتالي فشل المشروع، وركزوا على أهمية تحليل المنافسين بالمنطقة التجارية المتوقع قيام المشروع فيها.

دراسة (Woodruff, 2001) بعنوان **طريقة الوصول المنتظمة إلى تحليل فرص السوق**.

تهدف هذه الدراسة إلى بيان أهمية تحليل الطلب للمنتج، باعتباره حجر الزاوية للنشاط الاقتصادي في تعريف وتحديد الفرص الاستثمارية، وذلك لمساعدة المستثمر في التقدير النهائي للأرباح. حيث قام الباحث بعرض دراسته بشكل نظري مع بعض المداخل الإحصائية دون إجراء دراسة ميدانية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها عدم الاستثمار في سوق غير مجد لا يوجد فيه زبائن يملكون القدرة على الشراء حتى لو كان المنتج مرغوباً.

2-9 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها ركزت على دراسة تحليل السوق للمشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات بالذات، بينما ركزت الدراسات السابقة على دراسات الجدوى الاقتصادية بشكل عام، أو على تحليل متغير واحد من متغيرات تحليل السوق ولقطاعات مختلفة. وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة، بأنها تبحث في موضوع جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

- 1-3 المقدمة
- 2-3 تصميم الدراسة
- 3-3 مصادر الحصول على المعلومات
- 4-3 مجتمع الدراسة وعينتها
- 5-3 مراحل تطوير أداة القياس
- 3-5-1 اختيار مقياس الاستبيان
- 3-5-2 الاختبارات الخاصة بأداة القياس (الاستبيان)
- 3-5-3 إجراءات توزيع الاستبيان
- 3-6 الأساليب الإحصائية المستخدمة
- 3-7 اختبار التحقق من ملائمة البيانات للتحليل الإحصائي
- 3-8 محددات الدراسة

1-3 المقدمة

يتناول الباحث في هذا الفصل المنهجية المطبقة في إجراء الدراسة حيث يبين: تصميم الدراسة، مصادر الحصول على المعلومات، مجتمع الدراسة وعينتها، متغيرات الدراسة ونموذجها، مراحل تطوير القياس، الأساليب الإحصائية المستخدمة في إيجاد العلاقة بين متغيرات الدراسة، محددات الدراسة.

2-3 تصميم الدراسة

تم اتباع المنهج الوصفي في إجراء هذه الدراسة لما يمتاز به من توفير للبيانات والحقائق عن مشكلة الدراسة موضوع البحث، إضافة إلى تفسيرها والوقوف على دلالاتها. (Zikmund, 2000: 435).

3-3 مصادر الحصول على المعلومات

المصادر الأولية: تم الاعتماد على الاستبيان من تصميم الباحث، وقام بتطويره بالاستعانة بما كتب في الأدب الإداري، وما توافر من استبيانات في الدراسات السابقة ذات الصلة. حيث تم عرض فقرات الاستبيان بما يتوافق مع أسئلة وفرضيات الدراسة من أجل الوصول إلى تحقيق أهدافها.

المصادر الثانوية: استعان الباحث بالكتب والمجلات والدوريات التي تناولت موضوع الدراسة محل البحث، وذلك من أجل تكوين فكرة واضحة عن المفاهيم والمعطيات النظرية والميدانية لتحديد الإطار النظري للدراسة، وكذلك تم الاسترشاد بالنشرات الإحصائية التي تصدر عن الجهات الرسمية والتي تتعلق بالمشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات. ولتناول كل ما

هو جديد في مجال الدراسة، استخدم الباحث الشبكة العالمية للحصول على المعلومات الضرورية لإجراء الدراسة.

3-4 مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات الخاص في مجالات السياحة والسفر، التعليم للمرحلة الأساسية، والمراكز الطبية في العاصمة عمان وعددها (492) مشروع، وتألقت عينة الدراسة من (163) مفردة مثلت ما نسبته (33%) من مجتمع الدراسة.

ونظراً لعدم تناسب العدد في كل مجال من المجالات الثلاثة التي يتكون منها مجتمع الدراسة والبالغ عددها (492)، فقد تم اختيار عينة طبقية عشوائية.

ويبين الجدول (3) توزيع عينة الدراسة في مجتمع الدراسة.

جدول (3)

توزيع أفراد عينة الدراسة

الرقم	مجتمع الدراسة	العدد	نسبة تمثيل العينة للمجتمع (%)	عينة الدراسة (مفردة)
1	مؤسسات السياحة والسفر*	241	%33.3	80
2	المؤسسات التعليمية الخاصة بالمرحلة الأساسية**	201	%33.3	66
3	المراكز الصحية***	50	%33.3	17
	المجموع	492	%100	163

* وزارة السياحة

** مديرية التعليم الخاص، وزارة التربية والتعليم

*** مكتب الشؤون الصحية، وزارة الصحة

3-5 مراحل تطوير أداة القياس

بعد أن تم تحديد مشكلة الدراسة، وأسئلتها وفرضياتها أيضاً، تم تحويل السؤال الرئيسي الممثل لمشكلة الدراسة إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية. ويرتبط كل سؤال فرعي بعدد آخر من الأسئلة الفرعية المتعلقة بموضوع السؤال الفرعي الأصلي، واحتوى الاستبيان في صورته النهائية على الأجزاء الآتية:

- **المقدمة:** والتي هدفت إلى تشجيع أفراد عينة الدراسة على المشاركة في الإجابة عن الأسئلة مع توضيح طريقة الإجابة على أسئلة الاستبيان والتأكيد لهم أن المعلومات المعطاة لن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي.
- **خصائص عينة الدراسة:** والتمثلة في طبيعة عمل المشروعات، موقعها، وعدد العاملين فيها.
- **المتغيرات المستقلة:** والتمثلة بالموقع والطلب، والسعر، والمنافسين، حيث تم قياس العوامل المؤثرة في كل متغير منهم من خلال الأسئلة من (1-8) من الفقرات الأربعة الأولى في الاستبيان على التوالي.
- **المتغير التابع:** والذي يقيس المؤشرات التي تعكس جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، من خلال الأسئلة من (1-10) على التوالي في الفقرة الخامسة الأخيرة. وكما هو موضح في نموذج الاستبيان ملحق (1).

3-5-1 اختيار مقياس الاستبيان

لقد تم اختيار مقياس ليكرت الخماسي، والسبب في ذلك أنه يعتبر من أكثر من المقاييس استخداماً لقياس الآراء بسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد العينة الخاضعة للاختبار

على مدى موافقتهم على كل عبارة من العبارات التي يتكون منها مقياس الاتجاه المقترح.

(Zikmund, 2000: 291)، وقد ترجمت الاستجابات على النحو التالي:

تؤثر بشدة، أعطيت لها (5) درجات.

تؤثر، أعطيت لها (4) درجات.

غير متأكد، أعطيت لها (3) درجات.

لا تؤثر، أعطيت لها (2) درجة.

لا تؤثر على الإطلاق، أعطيت لها درجة واحدة.

وقد اعتبر الرقم (3) بمثابة المتوسط الحسابي الافتراضي ليكون المعيار أو المرجعية

لاستجابات أفراد عينة الدراسة، أي أن المتوسط الأكثر من (3) يعتبر مؤشراً للرأي الإيجابي، أما ما

يقال عن (3) فهو مؤشر للرأي السلبي.

3-5-2 الاختبارات الخاصة بأداة القياس (الاستبيان)

صدق الأداة: يعني صدق الأداة أنها تتضمن فقرات ذات صلة بمتغيرات الدراسة وأنها تعمل

على قياسها بدقة ووضوح. وللتأكد من ذلك فقد تم عرض الاستبيان على عدد من الأساتذة

المختصين (انظر الملحق 2)، وتم الأخذ بملاحظاتهم لتوضيح بعض فقرات الاستبيان بما يتناسب مع

قياس المتغيرات. وتجدر الإشارة هنا إلى أن الباحث قام بإجراء دراسة استطلاعية لأسئلة الاستبيان

وذلك للتأكد من أن لغة صياغة الاستبيان مفهومة وسهلة بالقدر المستطاع لمختلف المستويات الثقافية

لأفراد العينة، حيث تم في البداية توزيع (15) استبياناً بشكل عشوائي على أفراد عينة الدراسة،

وذلك من أجل إعادة صياغة أي سؤال لا يكون واضحاً للمستجيب. وعليه، تم مثلاً استبدال عبارة

المنافس القائد بالمنافسين الأقوى وعبارة المنافسين التابعين بالمنافسين الأقل قوة وهكذا حتى تم صياغة الاستبيان بشكله النهائي.

ثبات الأداة: تم استخدام معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات أداة القياس. ويتبين من نتائج الجدول (4) أن قيمة ألفا لجميع أسئلة الاستبيان قد حصلت على نسبة أعلى من 70%. وبالرغم من عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة لمعامل ألفا لكن إذا كانت قيمة معامل ألفا أكبر من 60% فإنها تعتبر معدلاً مناسباً في البحوث الميدانية (الصيرفي، 2002: 144)، حيث أن ذلك يؤكد عدم حصول أداة الدراسة على بيانات خاطئة إذا ما أعيدت الدراسة ذاتها.

جدول (4)

معامل الثبات كرونباخ ألفا لمتغيرات الدراسة

الرقم	المتغيرات	معامل الثبات
1	تحليل السوق:	93.34%
1-1	تحليل الموقع	83.09%
2-1	تحليل الطلب	89.57%
3-1	تحليل السعر	83.03%
4-1	تحليل المنافسين	83.88%
2	جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة	92.30%
	معامل الثبات الكلي للاستبيان	83.43%

حيث يلاحظ من قيم كرونباخ ألفا أعلاه أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مرتفعة ومناسبة لأغراض الدراسة الحالية.

3-5-3 إجراءات توزيع الاستبيان

بعد إكمال الاستبيان والتأكد من صدقه وثباته، تم توزيعه على أفراد عينة الدراسة. وقام الباحث بالإجابة على جميع الاستفسارات والاستيضاحات التي أثيرت من قبل أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وذلك لإزالة أي لبس فيها.

3-6 الأساليب الإحصائية المستخدمة

بعد أن تم تبويب البيانات وإدخالها في الحاسب الآلي، استخدم الباحث أسلوب الإحصاء الوصفي في التحليلات، حيث تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل بيانات الاستبيان والحصول على مخرجات تتمثل بال تكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية على جميع أسئلة الاستبيان لمعرفة مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان المختلفة، كما تم استخدام كل من الأساليب الآتية:

- أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط: ويستخدم هذا الأسلوب لاختبار العلاقة بين متغير تابع وآخر مستقل.
- أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد المنترج: ويستخدم هذا الأسلوب لاختبار العلاقة بين متغير تابع ومتغيرين مستقلين أو أكثر.
- درجة أو مستوى التأثير والتي تم تحديدها طبقاً للمقياس الآتي:

تأثير قوى جداً	5 – 4.5
تأثير قوى	4.5 – أقل من 4.5
تأثير متوسط	3 – أقل من 3.75
تأثير ضعيف	2 – أقل من 3
تأثير ضعيف جداً	أقل من 2

3-7 اختبار التحقق من ملاءمة البيانات للتحليل الإحصائي

لإغراض التحقق من موضوعية نتائج أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد فقد تم إجراء اختبار (Z) (Kolmogorov - Smirnov)، وذلك للتحقق من خلو بيانات الدراسة من المشاكل الإحصائية التي قد تؤثر سلباً على نتائج اختبار فرضيات الدراسة، ويشترط هذا الاختبار توفر التوزيع الطبيعي في البيانات. وبالعكس ذلك ينشأ انحدار مزيف بين متغيرات الدراسة المستقلة ومتغيرها التابع، وبالتالي يفقد الانحدار قدرته على تفسير الظاهرة محل البحث أو التنبؤ بها، وكما هو موضح بالجدول (6).

جدول (6) : التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

النتيجة	Sig. *	Kolmogorov – Smirnov Z	المتغير	الرقم
يتبع التوزيع الطبيعي	0.139	1.478	الموقع	1
يتبع التوزيع الطبيعي	0.062	1.865	الطلب	2
يتبع التوزيع الطبيعي	0.079	1.751	السعر	3
يتبع التوزيع الطبيعي	0.116	1.57	المنافسين	4
يتبع التوزيع الطبيعي	0.092	1.686	جدوى الإقامة	5

* يكون التوزيع طبيعياً إذا كان مستوى الدلالة < 0.05 .

وبالنظر إلى الجدول أعلاه وعند مستوى دلالة (0.05) فأكثر فإنه يتبين أن توزيع المتغيرات جميعها كان سواء فيما يتعلق بالمتغيرات المستقلة المتمثلة في تحليل الموقع، الطلب، السعر، والمنافسين، والمتغير التابع المتمثل في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة. حيث كانت نسب التوزيع الطبيعي لكل الإجابات أكبر من (0.05) وهو المستوى المعتمد في المعالجة الإحصائية لهذه الدراسة.

8-3 محددات الدراسة

- اختبرت الدراسة فرضياتها بناءً على معلومات قدمها أفراد عينة الدراسة، وبالتالي فإن اختبار الفرضيات اعتمد بالدرجة الأولى على آرائهم الشخصية، ومن واقع خبرتهم، وعليه فإن النتائج تعتمد على مدى دقة أفراد العينة في الإجابة على أسئلة الاستبيان.
- إنحصرت الدراسة في نطاق المشروعات الإستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات فقط، ومن ثم فنتائجها ومن ناحية إحصائية ليست قابلة للتعميم على المشروعات الإستثمارية الصغيرة العاملة في قطاعات أخرى.
- قلة الدراسات الإدارية والاقتصادية التي أجريت على قطاع الخدمات وعلى وجه الخصوص للمشروعات الإستثمارية الصغيرة.
- صعوبة الحصول على تعاون بعض أفراد العينة في مجتمع الدراسة على الإجابة عن أسئلة الاستبيان وخاصة فيما يتعلق بالمعلومات الوصفية مثل عدد العاملين لديهم.

الفصل الرابع

مناقشة نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

1-4 المقدمة

2-4 وصف خصائص عينة الدراسة

3-4 الإجابة عن أسئلة الدراسة

4-4 اختبار فرضيات الدراسة

1-4 المقدمة

يهدف هذا الفصل بشكل رئيسي إلى عرض نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها من خلال استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، حيث يبدأ الباحث بتناول وصف أفراد عينة الدراسة يلي ذلك عرض لأسئلة الدراسة ومن ثم اختبار فرضياتها.

2-4 وصف خصائص عينة الدراسة

سيتم التطرق في هذا الجزء إلى خصائص عينة الدراسة من حيث تصنيف المنشأة، موقعها، طبيعة عملها، وعدد العاملين لديها. ويظهر الجدول (6) تلك الخصائص.

جدول (6)

وصف أفراد عينة الدراسة

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
1	تصنيف المنشأة	مؤسسات السياحة والسفر	80	49%
		المؤسسات التعليمية للمرحلة الأساسية	66	40%
		المراكز الصحية	17	11%
2	طبيعة عمل المنشأة	خدمات سياحة وسفر	80	49%
		خدمات تعليمية للمرحلة الأساسية	66	40%
		خدمات صحية	17	11%
3	عدد العاملين في المنشأة	أقل من 4	51	31.7%
		من 4 - 10	69	42.9%
		11 فأكثر	41	25.5%

يبين الجدول (6) من حيث تصنيف المنشأة أن ما نسبته (49%) هي من مؤسسات السياحة والسفر فيما تبين أن ما نسبته (40%) هي من المؤسسات التعليمية للمرحلة الأساسية وأن (11%) من مؤسسات المراكز الصحية. أما فيما يتعلق بطبيعة عمل المنشأة فقد تبين أن (49%) هي من

المؤسسات العاملة في قطاع خدمات السياحة والسفر، وأن ما نسبته (40%) هي من المؤسسات العاملة في قطاع التعليم الخاص للمرحلة الأساسية، وأن ما نسبته (11%) تمثل المؤسسات العاملة في قطاع المراكز الصحية. وأخيراً من حيث عدد العاملين في المنشأة تبين أن ما نسبته (42.9) مؤسسات عدد العاملين لديها يتراوح من (4 - 10) عاملين، وأن ما نسبته (31.7) هم من العاملين في مؤسسات تقل أعداد العاملين فيها عن أربعة، وأخيراً شكل ما نسبته (25.5%) المؤسسات التي يعمل لديها (11) عاملاً فأكثر.

3-4 الإجابة عن أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي: هل يؤثر تحليل السوق على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات؟ للإجابة على هذا السؤال إشتق الباحث منه مجموعه من الأسئلة الفرعية الآتية:

السؤال الفرعي الأول: هل يؤثر تحليل الموقع على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات؟

للإجابة على هذا السؤال استعان الباحث بكل من النسب المئوية والتكرارات، وكذلك المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ودرجة أهمية الفقرة التي حصلت عليها العوامل المؤثرة في متغير تحليل الموقع، كما هو موضح بالجدول (7).

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الأهمية

لإجابات أفراد عينة الدراسة على متغير الموقع

الرقم	العوامل المؤثرة في اختيار الموقع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة أو مستوى التأثير
1	عدد سكان المنطقة	4.29	0.73	1	قوي
2	سهولة الوصول إلى الموقع	4.27	0.75	2	قوي
3	توافر المواقف للسيارات	4.27	0.78	2	قوي
4	قرب الموقع من مشروعات مشابهه	4.02	0.80	6	قوي
5	قرب الموقع من مشروعات مختلفة	4.18	0.98	3	قوي
6	تاريخ المنطقة	4.12	0.88	5	قوي
7	طبيعة المنطقة الجغرافية	3.93	0.95	7	قوي
8	اتجاه النمو في الأبنية	4.17	0.96	4	قوي
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		4.16	0.85		

يشير الجدول رقم (7) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالعوامل

المؤثرة في اختيار الموقع. فقد جاء في الترتيب الأول فقرة عدد سكان المنطقة بمتوسط حسابي بلغ

(4.29) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي لاختيار الموقع والبالغ (4.16)، وانحراف معياري

بلغ (0.73). وقد بلغت المرتبة الأولى من حيث الأهمية، فيما حصلت فقرتا سهولة الوصول إلى

الموقع، وتوافر المواقف للسيارات على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.27) لكل منها وهو أعلى

من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (0.75 ، 0.78) على التوالي وبلغت المرتبة الثانية من حيث الأهمية.

وحصلت فقرة قرب الموقع من مشروعات مختلفة على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.18) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16)، وانحراف معياري (0.98).

وحصلت فقرة اتجاه النمو في الأبنية على المرتبة الرابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.17) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) ، وانحراف معياري (0.96). وجاء فقرة تاريخ المنطقة في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.12) وهو أقل من المتوسط الكلي والبالغ (4.16) وبانحراف معياري (0.88).

واحتلت الفقرة التي تنص على قرب الموقع من مشروعات مشابهة المرتبة السادسة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.02) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (0.80).

وجاءت طبيعة المنطقة الجغرافية تحتل المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.93) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (0.95).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في اختيار الموقع المناسب للمشروع الاستثماري، تبين أن جميع العوامل الممثلة في فقرات الجدول أعلاه تؤثر بشكل إيجابي وبدرجة عالية على قرار الاختيار، لأن الوسط الحسابي لكل منها أكبر من الوسط الحسابي الافتراضي الممثل لمرجعية الدراسة وهو (3).

هذا بالإضافة إلى أن كون الوسط الحسابي العام للعامل الثمانية المؤثرة في إختيار الموقع ومقداره (4.16) أكبر من الوسط الحسابي الإفتراضي وهو (3) يدل على أن لتحليل الموقع أثراً إيجابياً على جدوى إقامة المشروعات الإستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

السؤال الفرعي الثاني: هل يؤثر تقدير الطلب على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة

العاملة في قطاع الخدمات؟

للإجابة على هذا السؤال استعان الباحث بالتحليل المبين بالجدول (8)

جدول (8)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الأهمية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على متغير الطلب

الرقم	العوامل المؤثرة في تقدير الطلب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة أو مستوى التأثير
1	عدد المستهلكين المحتملين	4.26	0.67	1	قوي
2	قناعة المستهلكين بالخدمة الجديدة	4.19	0.79	2	قوي
3	حجم السوق الكلي	4.01	0.88	4	قوي
4	معدل النمو الاستهلاكي	3.92	0.84	6	قوي
5	القدرة الشرائية للمستهلكين	3.74	1.01	8	قوي
6	أذواق المستهلكين	3.83	1.04	7	قوي
7	العادات الشرائية للمستهلكين	3.93	0.94	5	قوي
8	سعر الخدمة	4.06	0.95	3	قوي
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3.99	0.89		

يبين الجدول رقم (8) إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالعوامل المؤثرة في تقدير الطلب. فقد جاء في الترتيب الأول عدد المستهلكين المحتملين بمتوسط حسابي بلغ (4.29) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري بلغ (0.73) وحصل على المرتبة الأولى من حيث الأهمية.

فيما حصلت الفقرات التي تنص على قناعة المستهلكين بالخدمة الجديدة وحجم السوق الكلي على المرتبة الثانية من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.27) وهي أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) لكل منها وانحراف معياري (0.75 ، 0.78) على التوالي. وحصلت فقرة القدرة الشرائية للمستهلكين على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.18)، وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (0.98).

وحصلت فقرة سعر الخدمة على المرتبة الرابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.17) وهو أعلى من الوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (0.96). وجاءت في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية أذواق المستهلكين بمتوسط حسابي (4.12) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (0.94). وأحتلت الفقرة التي تنص على معدل النمو الاستهلاكي المرتبة السادسة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.02) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (0.80).

وجاءت فقرة العادات الشرائية للمستهلكين لتحتل المرتبة السابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (3.93) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (0.95).

إستناداً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تقدير الطلب على المشروع الاستثماري، تبين أن جميع العوامل الممثلة في فقرات الجدول أعلاه تؤثر بشكل إيجابي وبدرجة عالية على قرار التقدير، لأن الوسط الحسابي لكل منها أكبر من الوسط الحسابي الإفتراضي الممثل لمرجعية الدراسة وهو (3).

هذا بالإضافة إلى أن كون الوسط الحسابي العام للعامل الثمانية المؤثرة في تقدير الطلب ومقداره (3.99) أكبر من الوسط الحسابي الإفتراضي وهو (3) يدل على أن لتقدير الطلب أثراً إيجابياً على جدوى إقامة المشروعات الإستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

السؤال الفرعي الثالث: هل يؤثر تحليل السعر على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات؟

للإجابة على هذا السؤال استعان الباحث بالتحليل المبين بالجدول (9)

جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الأهمية لاستجابات

أفراد عينة الدراسة على متغير السعر

الرقم	العوامل المؤثرة في تحديد السعر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة أو مستوى التأثير
1	تكاليف إنتاج الخدمة	4.18	0.83	3	قوي
2	الربح المطلوب	4.39	0.80	1	قوي
3	أسعار الخدمات المكملة	3.73	1.00	7	قوي
4	مقارنة السعر مع المنافسين	4.07	0.88	5	قوي
5	أسباب تخفيض الأسعار عند المنافسين	3.73	0.96	7	قوي
6	أسعار الخدمات البديلة	3.77	1.08	6	قوي
7	جودة الخدمة	4.08	0.92	4	قوي
8	معدل الأسعار السائد في السوق	4.22	0.90	2	قوي
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	4.02	0.92		

تشير النتائج في الجدول (9) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة

بالعوامل المؤثرة في تحديد السعر. فقد جاء في الترتيب الأول الربح المطلوب بمتوسط حسابي بلغ

(4.39) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.02) وانحراف معياري بلغ (0.80)

وبالدرجة الأولى من حيث الأهمية.

فيما حصلت الفقرة التي تنص على معدل الأسعار السائد في السوق على المرتبة الثانية من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.22) وهي أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.02) وانحراف معياري (0.90).

وحصلت فقرة تكاليف إنتاج الخدمة على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.18) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.02) وانحراف معياري (0.83).
وحصلت فقرة جودة الخدمة على المرتبة الرابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.08) وهو أعلى من الوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.02) وانحراف معياري (0.96).

وجاءت في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية مقارنة السعر مع المنافسين بمتوسط حسابي (4.07) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.02) وانحراف معياري (0.88).
واحتلت الفقرة المتعلقة بأسعار الخدمات البديلة على المرتبة السادسة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (3.77) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.02) وانحراف معياري (1.08).

وجاءت الفقرات المتعلقة بأسباب تخفيض الأسعار، أسعار الخدمات المكملة لتحتل المرتبة السابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (3.73) لكل منها وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.02) وانحراف معياري (0.96 ، 1.00) على التوالي.

اعتماداً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تحديد السعر الملائم للمشروع الاستثماري، تبين أن جميع العوامل الممثلة في فقرات الجدول أعلاه تؤثر بشكل إيجابي وبدرجة عالية على قرار التسعير، لأن الوسط الحسابي لكل منها أكبر من الوسط الحسابي الافتراضي الممثل لمرجعية الدراسة وهو (3).

هذا بالإضافة إلى أن كون الوسط الحسابي العام للعامل الثمانية المؤثرة في تحديد السعر ومقداره (4.02) أكبر من الوسط الحسابي الافتراضي وهو (3) يدل على أن تحديد السعر أثراً إيجابياً على جدوى إقامة المشروعات الإستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

السؤال الفرعي الرابع: هل يؤثر تحليل المنافسين على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات؟

للإجابة على هذا السؤال استعان الباحث بالتحليل المبين بالجدول (10)

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الأهمية لاستجابات

أفراد عينة الدراسة على متغير المنافسين

الرقم	العوامل المؤثرة في تحليل المنافسين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة أو مستوى التأثير
1	عدد المنافسين المباشرين	4.18	0.81	1	قوي
2	عدد المنافسين غير المباشرين	3.79	1.03	6	قوي
3	المنافس الأقوى	4.04	1.06	3	قوي
4	المنافسين الأقل قوة	3.59	1.12	8	قوي
5	خطط المنافسين	3.63	1.01	7	قوي
6	حصة المنافسين في السوق	3.93	1.00	4	قوي
7	أسلوب إدارة المنافسين	3.90	0.96	5	قوي
8	إمكانيات وقدرات المنافسين	4.15	0.90	2	قوي
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		3.90	0.99		

بينت النتائج المبينة في الجدول (10) إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة

بالعوامل المؤثرة في تحليل المنافسين. فقد جاء في الترتيب الأول عدد المنافسين المباشرين بمتوسط

حسابي بلغ (4.18)، وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.90) وانحراف معياري بلغ

(0.81). وقد بلغ المرتبة الأولى من حيث الأهمية.

فيما حصلت الفقرة المتعلقة إمكانيات وقدرات المنافسين على المرتبة الثانية من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.15) وهي أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.90) وانحراف معياري (0.90).

وحصلت فقرة المنافس الأقوى على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.04) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.90) وانحراف معياري (1.06).

وحصلت فقرة حصة المنافسين في السوق على المرتبة الرابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (3.93) وهو أعلى من الوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.90) وانحراف معياري (1.00).

وجاء في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية أسلوب إدارة المنافسين بمتوسط حسابي (3.90) وهو متساوي من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.90) وانحراف معياري (0.96).

واحتلت الفقرة المتعلقة بالمنافسين غير المباشرين المرتبة السادسة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (3.79) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.90) وانحراف معياري (1.03).

وجاءت خطط المنافسين لتحتمل المرتبة السابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (3.63) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.90) وانحراف معياري (1.01).

وأخيراً، جاءت فقرة المنافسين الأقل قوة في المرتبة الثامنة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (3.59) وهو أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.90) وبانحراف معياري (1.12).

وفقاً لإجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تحليل المنافسين، تبين أن جميع العوامل الممثلة في فقرات الجدول (10) تؤثر بشكل إيجابي وبدرجة عالية على اختيار الأسلوب

المناسب لمواجهة المنافسين، لأن الوسط الحسابي لكل منها أكبر من الوسط الحسابي الإفتراضي الممثل لمرجعية الدراسة وهو (3).

هذا بالإضافة إلى أن كون الوسط الحسابي العام للعامل الثمانية المؤثرة في تحليل المنافسين ومقداره (3.90) أكبر من الوسط الحسابي الإفتراضي وهو (3) يدل على أن تحليل المنافسين أثراً إيجابياً على جدوى إقامة المشروعات الإستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

ولاستكمال الإجابة على أسئلة الدراسة، فقد عمل الباحث على وضع عدة مؤشرات تعكس جدوى إقامة المشروعات الإستثمارية الصغيرة لقياس أثر كل من تلك المتغيرات المستقلة المتمثلة في: الموقع، الطلب، السعر، والمنافسين على المتغير التابع، والمتمثل في جدوى إقامة تلك المشروعات. والجدول (11) يعرض نتائج تلك المؤشرات.

جدول (11)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الأهمية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على متغير جدوى المشروع الاستثماري

الرقم	مؤشرات تعكس جدوى المشروع الإستثماري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة أو مستوى التأثير
1	كسب مستهلكين	4.28	0.75	5	قوي
2	تحقيق مبيعات	4.35	0.77	3	قوي
3	تحقيق أرباح	4.30	0.70	4	قوي
4	المنافسة بالأسعار	4.28	0.68	5	قوي
5	المنافسة بالجودة	4.24	0.67	7	قوي
6	البقاء والنمو	4.39	0.71	2	قوي
7	بناء أسم وشهرة	4.43	0.67	1	قوي
8	الإيفاء بالالتزامات المالية	4.28	0.71	5	قوي
9	استرداد رأس المال	4.25	0.68	6	قوي
10	لا يستنفذ كل وقت وجهد مالكة	3.75	0.98	8	قوي
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		4.25	0.73		

أظهرت نتائج التحليل المبينة في الجدول (11) إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات

المتعلقة بالمؤشرات التي تعكس جدوى إقامة المشروع الاستثماري. فقد جاء في الترتيب الأول فقرة

بناء اسم وشهرة بمتوسط حسابي بلغ (4.43) وانحراف معياري بلغ (0.67) وحصل على الدرجة الأولى من حيث الأهمية.

فيما حصلت فقرة البقاء والنمو على المرتبة الثانية من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.39) وانحراف معياري (0.71).

وحصلت فقرة تحقيق مبيعات على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.35) وانحراف معياري (0.77).

وحصلت فقرة تحقيق أرباح على المرتبة الرابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.30) وانحراف معياري (0.70).

وجاء في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية الفقرات المتعلقة بكل من المنافسة بالأسعار، الإيفاء بالالتزامات المالية، وكسب مستهلكين بمتوسط حسابي بلغ (4.28) لكل منها وانحرافات معيارية بلغت (0.68)، (0.71)، (0.75) على التوالي.

واحتلت فقرة استرداد رأس المال على المرتبة السادسة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.68).

وجاءت فقرة المنافسة بالجودة في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (4.24) وانحراف معياري (0.67).

وأخيراً جاءت فقرة لا يستنفذ كل وقت وجهد مالكه في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (0.98).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة المبينة في فقرات الجدول (11) تبين أن جميعها تعكس بشكل إيجابي وبدرجة عالية مؤشرات قياس جدوى المشروع الاستثماري، لأن الوسط الحسابي لكل منها أكبر من الوسط الحسابي الإفتراضي الممثل لمرجعية الدراسة وهو (3). هذا بالإضافة إلى أن كون الوسط الحسابي العام للعوامل العشرة التي تعكس جدوى المشروع الإستثماري ومقداره (4.25) أكبر من الوسط الحسابي الإفتراضي والبالغ (3) وهذا ما يدل على أن قياس هذه المؤشرات تعبر وبشكل إيجابي جدوى إقامة المشروعات الإستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

4-4 اختبار فرضيات الدراسة

سيعمل الباحث في هذا الجانب على اختبار فرضية الدراسة الرئيسية والفرضيات الفرعية المتفرعة عنها، من خلال استخدام أسلوب الانحدار البسيط لإيجاد العلاقة بين تحليل السوق، ومتغيراته وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات، والتي شكلت على أساس مشكلة الدراسة وأسئلتها، وذلك كما يلي:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل السوق وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

ولغرض اختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى أربع فرضيات فرعية، وتم استخدام أسلوب

الانحدار الخطي البسيط لاختبار كل فرضية فرعية على حدة، وكما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

ولاختبار هذه الفرضية استخدم الباحث أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط لإيجاد العلاقة بين متغير تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، وكما هو موضح في الجدول (12).

جدول (12)

تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة

Sig.* مستوى الدلالة	β معامل الإنحدار	F الجدولية	F المحسوبة	(R square) معامل التحديد	(R) الارتباط
0.000	2.169	3.89	93.545	0.367	0.606

* يكون الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

يبين الجدول (12) العلاقة بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي بأن هناك علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، إذ بلغ معامل الارتباط (0.606) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ وبمعامل تحديد بلغ (0.367). أي أن ما قيمته (0.367) من التغيرات في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة ناتجة عن التغير في متغيرات تحليل الموقع، كما بلغت قيمة درجة التأثير (2.169). وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في متغيرات تحليل الموقع يؤدي إلى زيادة في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة بقيمة (2.169)، وتؤكد دلالة هذه العلاقة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (93.545) وهي أكبر من الجدولية والبالغة

(3.89). وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الأولى، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل الموقع وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

الفرضية الفرعية الثانية

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل الطلب وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

الجدول (13) يظهر نتائج اختبار هذه الفرضية.

جدول (13)

تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تحليل الطلب وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة

Sig.* مستوى الدلالة	β معامل الإنحدار	F الجدولية	F المحسوبة	(R square) معامل التحديد	(R) الارتباط
0.000	3.060	3.89	18.737	0.105	0.324

* يكون الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$

تنتضح من الجدول (13) العلاقة بين تحليل الطلب وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية

الصغيرة،. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي بأن هناك علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة

إحصائية بين تحليل الطلب و جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، إذ بلغ معامل

الارتباط (0.324) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وبمعامل تحديد بلغ (0.105). أي أن ما قيمته

(0.105) من التغيرات في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة ناتج عن التغير في متغيرات تحليل الطلب، كما بلغت قيمة درجة التأثير (3.060). وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في متغيرات تحليل الطلب يؤدي إلى زيادة في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة بقيمة (3.060). وتؤكد دلالة هذه العلاقة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (18.737) وهي أكبر من الجدولية والبالغة (3.89)، وهذا ما يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الثانية. وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل الطلب وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

الفرضية الفرعية الثالثة

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

الجدول (14) يظهر نتائج اختبار هذه الفرضية.

جدول (14)

تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة

Sig.* مستوى الدلالة	β معامل الإنحدار	F الجدولية	F المحسوبة	(R square) معامل التحديد	(R) الارتباط
0.000	2.25	3.89	77.45	0.325	0.570

* يكون الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$

يوضح الجدول (14) العلاقة بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي بأن هناك علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، إذ بلغ معامل الارتباط (0.570) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وبمعامل تحديد بلغ (0.325) أي أن ما قيمته (0.325) من التغيرات في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة ناتجة عن التغير في متغيرات تحليل السعر، كما بلغت قيمة درجة التأثير (2.25). وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في متغيرات تحليل السعر تؤدي إلى زيادة في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة بقيمة (2.25)، وتؤكد دلالة هذه العلاقة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (77.45) وهي أكبر من الجدولية والبالغة (3.89)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الثالثة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل السعر وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات
الفرضية الفرعية الرابعة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تحليل المنافسين وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

الجدول (15) يظهر نتائج اختبار هذه الفرضية.

جدول (15)

تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تحليل المنافسين وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة

Sig.* مستوى الدلالة	β معامل الإنحدار	F الجدولية	F المحسوبة	(R square) معامل التحديد	(R) الارتباط
0.000	2.62	3.89	53.906	0.251	0.501

* يكون الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

الجدول (15) يوضح العلاقة بين تحليل المنافسين وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي بأن هناك علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحليل المنافسين و جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة، إذ بلغ معامل الارتباط (0.501) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبمعامل تحديد بلغ (0.251) أي أن ما قيمته (0.251) من التغيرات على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة ناتجة عن التغير في متغيرات تحليل المنافسين، كما بلغت قيمة درجة التأثير (2.62). وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في متغيرات تحليل المنافسين يؤدي إلى الزيادة في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة بقيمة (2.62)، وتؤكد دلالة هذه العلاقة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (53.906) وهي أكبر من الجدولية والبالغة (3.89)، وهذا ما يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الرابعة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ بين تحليل المنافسين وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

ومن أجل تحديد الأهمية النسبية لكل متغير من متغيرات تحليل السوق تم استخدام الانحدار المتعدد المتدرج وكما هو موضح بالجدول (16).

الجدول (16)

تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لتحديد الأهمية النسبية لكل متغير من متغيرات الدراسة

الدلالة للتغير بقية "ف" Sig.* F Change	التغير بقية "ف" F Change	التغير بمعامل التحديد Change (R square)	معامل التحديد (R square)	الارتباط (R)	المتغيرات المستقلة
0.000	6,798	0.023	0.457	0.676	الموقع
0.000	17.882	0.064	0.434	0.659	السعر
0.000	94.172	0.371	0.371	0.609	الطلب

* يكون الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$

حيث يلاحظ من الجدول (16) أن الموقع كان أعلى متغيرات تحليل السوق من حيث الأهمية النسبية بين باقي المتغيرات إذ بلغ معامل الارتباط (0.676) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وبمعامل تحديد متغير بلغ (0.457). أي أن تحليل الموقع يساهم بنسبة (0.457) في بيان جدوى المشروع. ويلاحظ أيضاً أن متغير السعر جاء في المرتبة الثانية من حيث الأهمية في جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية بمعامل ارتباط بلغ (0.659) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وبمعامل تحديد متغير بلغ (0.434). أي أن تحليل السعر يساهم بنسبة (0.434) في بيان جدوى المشروع. وأخيراً، جاء متغير الطلب ليحتل المرتبة الثالثة من حيث الأهمية النسبية بمعامل ارتباط بلغ (0.609) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وبمعامل تحديد متغير بلغ (0.371) أي أن تحليل الطلب يساهم بنسبة (0.371) في بيان جدوى المشروع.

ومن خلال ما تقدم، يخلص الباحث إلى القول بأن أهم المتغيرات التي تؤثر على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات هي الموقع، السعر، الطلب، والمنافسون على التوالي.

الفصل الخامس

الاستنتاجات التوصيات

1-5 المقدمة

2-5 الاستنتاجات المستمدة من الخلفية النظرية

3-5 الاستنتاجات المستمدة من التحليل الإحصائي

4-5 التوصيات

5-5 الدراسات المستقبلية المقترحة

1-5 المقدمة

استهدفت الدراسة الحالية الكشف عن طبيعة العلاقة بين تحليل السوق وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات في عمان. وقد أثارت الدراسة جملة من التساؤلات وقدمت أيضا فرضيات تعلقت بطبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتوصلت إلى عدة استنتاجات ساهمت في حل مشكلة الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها وفرضياتها، ويحاول الباحث هنا الإشارة إلى أبرز هذه الاستنتاجات والتوصيات في ضوء المشاهدات والملاحظات التي تراكت والمعلومات التي أمدتها أفراد العينة الذين تناولتهم الدراسة. وفيما يلي أهم هذه الاستنتاجات والتوصيات.

2-5 الاستنتاجات المستمدة من الخلفية النظرية

- تعتمد القرارات الرشيدة لإقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة وبشكل كبير على جودة المعلومات التي يتم جمعها خلال دراسة السوق وتحليله. فقد بينت الدراسة إلى أنه كلما قلت جودة المعلومات المجمع ذات الصلة بتحليل السوق، زاد احتمال الوصول إلى قرارات غير رشيدة وبالتالي مشروعات غير مجدية.
- إن انخفاض مستوى إدراك المستثمرين لأهمية أسباب جدوى المشروعات الاستثمارية الصغيرة يؤدي إلى الانزلاق في المخاطر والدخول في مشروعات استثمارية لا عائد وجدوى منها. فقد بينت نتيجة الدراسة أن إدراك المستثمرين لأهمية دراسات الجدوى وتطبيقها والأخذ بنتائجها يحد وبشكل كبير من المخاطر التي من الممكن أن تواجه المستثمر، وكذلك توضح له النظرة المستقبلية للمشروع.

- إن ازدياد المنافسة وتزايد المشروعات الاستثمارية الصغيرة يجعل من اتباع الأسلوب العلمي في الإعداد لتلك المشروعات الطريق الأمثل لاختيار البديل الأفضل المتاح وفق الظروف الملائمة في حينه، وتحتاج المشروعات الاستثمارية إلى إجراء تحليل سوق سواء كان حجمها صغيراً، متوسطاً أو كبيراً.
- لا تتوفر في الأردن دراسات ميدانية تهتم بمشكلات أو أسباب فشل المشروعات الاستثمارية الصغيرة، وإن الدراسات القليلة المتاحة ذات الصلة معظمها يتناول تأثيرات الاقتصاد الكلي على تلك المشروعات أو مشكلات التمويل فيها، على الرغم من أن الدراسات المتوفرة في هذا المجال تتفق تقريباً على إن الصعوبات التي تواجه المشروعات الاستثمارية الصغيرة الأردنية هي ذاتها في البلدان النامية، كما لا ينسجم العديد من نتائج الدراسات السابقة الأجنبية مع واقع حال الأسواق العربية حيث أن لكل سوق خصوصيته الاجتماعية والاقتصادية.
- كلما ضعف الاهتمام بتحليل السوق ومتغيراته، زادت فرصة تعثر المشروع أو تصفية المشروع بعد إقامته، وبالتالي عدم جدواه حيث أشارت الدراسات المختلفة إلى الأهمية الكبيرة لتحليل السوق ومتغيراته لاستمرارية المشروع وزيادة فرص نجاحه.
- أن التأكيد على أهمية تحليل السوق تأتي من كون أن الجانب الأكبر من نجاح المشروع الاستثماري ينجم عن صحة تحليل السوق والتنبؤات المستقبلية التي يضعها.
- إن التركيز على تحليل السوق ليس غاية منفردة في ذاته بل هو طريق لفتح أفاق للدراسات الميدانية والبحوث العلمية التي تركز على أسباب جدوى المشروعات الاستثمارية.

4-5 الاستنتاجات المستمدة من التحليل الإحصائي

■ إن تحليل السوق لإقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات يؤدي إلى إقامة مشروعات ذات جدوى. حيث تبين من خلال الدراسة اتفاق آراء العينة على أهمية تحليل السوق في اتخاذ قرار الاستثمار، وبالطبع هذا لا يعني أن عينة الدراسة طبقت هذا المفهوم بالفعل عند اتخاذها القرار الاستثماري. حيث تبين للباحث من خلال الدراسة الميدانية أن هناك قناعات لدى عينة الدراسة بإجراء تحليل سوق مع عدم التطبيق في الكثير من الحالات.

■ إن تحليل الموقع لإقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات يؤدي إلى إقامة مشروعات ذات جدوى. حيث تبين من خلال الدراسة إلى اتفاق آراء العينة على أهمية تحليل الموقع في اتخاذ قرار الاستثمار. واتفقت آراء عينة الدراسة على أن تحليل الموقع يعتبر العامل الأهم في زيادة فرص نجاح تلك المشروعات.

■ إن تحليل الطلب على الخدمات المقدمة من قبل المشروعات الاستثمارية الخدمية الصغيرة يؤدي إلى إقامة مشروعات ذات جدوى وقدرة على الاستمرارية. حيث يلعب الطلب على الخدمة دوراً رئيسياً في نجاح تلك المشروعات .

■ إن تحليل السعر في ضوء المنافسة الشديدة يعتبر عاملاً مهماً في نجاح المشروعات الخدمية. فقد تبين للباحث أن عامل السعر يؤدي إلى اكتساب الميزة التنافسية في المشروعات الاستثمارية الصغيرة العاملة في قطاع الخدمات.

■ إن تحليل المنافسين ودراسة طبيعة وحيثيات عملهم ومدى قوتهم عامل مهم في تحليل السوق للوصول إلى مشروعات ذات جدوى. حيث يلعب المنافسون دوراً مهماً في إفشال أو إنجاح المشروعات المنافسة. ومن جهة أخرى فإن تحليل المنافسين ومعرفة مدى قوة المنافسة على

خدمة معينة يحدد العديد من المعطيات التي يجب الأخذ بها بعين الاعتبار لطبيعة الخدمة من حيث السعر والجودة، وبالتالي تحديد مجالات النقص في الخدمة والعمل على إيجاد خدمة متكاملة لكسب الأفضلية في السوق.

5-5 التوصيات

وفقاً للاستنتاجات التي تم الوصول إليها من الإطار النظري للدراسة وكذلك الاستنتاجات التي تم الحصول عليها من واقع التحليل الإحصائي للبيانات، فقد أمكن الخروج بالتوصيات الآتية:

- ضرورة اهتمام المستثمرين بجمع المعلومات اللازمة والدقيقة عن السوق المقترح وتحليلها قبل اتخاذ القرار بإقامة المشروع، وفي مجال المفاضلة بين أكثر من مشروع مقترح من المفترض دراسة تكلفة الفرصة البديلة لكل مشروع على حدة.
- ضرورة التعرف على أسباب جدوى المشروعات الاستثمارية تجنباً لهدر رأس المال والرجوع إلى المختصين وذوي الخبرة في تحليل السوق.
- عدم تجاهل مرحلة تحليل السوق وعدم الاعتماد على التوقع والحدس.
- استخدام تحليل السوق كوسيلة ومؤشر في التنبؤ على جدوى المشروع المقترح مع الأخذ بعين الاعتبار باقي أسباب الجدوى مثل حجم رأس المال والخبرة في المجال.
- تحليل متغيرات السوق لإزالة حالة اللاتأكد إلى أقصى قدر ممكن.
- توخي الدقة أثناء إجراء تحليل السوق ومتابعة التحليل بشكل دائم ومستمر قبل وأثناء وبعد إقامة المشروع في حال تم اتخاذ قرار الإقامة للمشروع المقترح.

- تكوين فكرة واضحة مسبقاً عن كيفية التعامل والمجابهة مع المنافسين وفق خطة مدروسة.
- ضرورة توفير قاعدة بيانات لدى الجهات المختصة حول أسباب تعثر المشروعات الاستثمارية الصغيرة تسهيلاً لإجراء الدراسات والبحوث عليها، وبالتالي المساهمة في إيجاد حلول لتجنب تعثر تلك المشروعات.

5-6 الدراسات المستقبلية المقترحة

- إجراء دراسة لاختبار أثر حجم رأس المال على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة في قطاع مماثل للدراسة الحالية.
- إجراء دراسة لمعرفة طبيعة العلاقة بين الخبرة والمؤهل العلمي والصفات الشخصية للمستثمر على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة على مستوى قطاع الخدمات أو التجارة.
- إجراء دراسات مماثلة على قطاعات صناعية أو تجارية في الأردن.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- القران الكريم.
- أبو الهيجاء، عدنان فضل. 1991. الصناعات الصغيرة في الأردن ودورها في عملية التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة. إربد، الأردن: جامعة اليرموك.
- أبو قحف، عبد السلام. 2000. الإدارة الاستراتيجية وتطبيقاتها. بيروت: دار المعرفة الجامعية.
- أبو موسى، عبد الحميد. 2003. تجربة بنك فيصل الإسلامي المصرفي في تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة، ورقة مقدمة إلى الملتقى السنوي الإسلامي السادس: دور المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية في تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة، عمان. الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية.
- الأسكوا، 2001. قدرة المشروعات الصناعية الصغيرة والمتوسطة على الابتكار في بلدان مختارة من منطقة الأسكوا. نيويورك.
- بشادي، محمد شوقي. 1992. الجدوى الاقتصادية للمشروعات الاستثمارية. القاهرة: دار الثقافة.
- الحاج، طارق. 1998. علم الاقتصاد ونظرياته. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- حمامي، يوسف. 2003. دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية: دراسة حالة عملية، رسالة ماجستير غير منشورة. حلب، سورية: جامعة حلب.

- الحناوي، محمد صالح. 1992. مذكرات في دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات. بيروت: دار المعرفة الجامعية.
- خربوطلي، عامر محمد وجيه. 1996. دراسات الجدوى الاقتصادية في سورية: الواقع والآفاق، رسالة ماجستير غير منشورة. دمشق، سورية: جامعة دمشق.
- زويل، محمود أمين. 2000. دراسة الجدوى وإدارة المشروعات الصغيرة. مصر: دار الوفاء
لدنيا الطباعة والنشر.
- السبع، سهير. 1991. دراسة السوق وطرائق التنبؤ بالطلب المستقبلي على السلعة، مجلة
الصناعة والتجارة، دبي العدد 192 ديسمبر، ص ص: 56-70
- سلمان، صفاء هادي. 1997. المشاكل والمعوقات التي تواجه المشاريع الصغيرة في الأردن
وتأثير القوانين والأنظمة المحاسبية في تطورها، الإداري، العدد السبعون، سبتمبر، ص ص:
197-225.
- الصيرفي، محمد عبد الفتاح. 2002. البحث العلمي: الدليل التطبيقي للباحثين. عمان: دار وائل
للنشر والتوزيع.
- طنش، أحمد. 2003. الأطر القانونية والاجتماعية والتنظيمية والمعلوماتية والمهنية الموجهة
 لتمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة، ورقة مقدمة إلى الملتقى السنوي الإسلامي السادس: دور
المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية في تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة. عمان:
الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية.

- عبد الحميد، عبد المطلب. 2000. دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- عبد السلام، عبد الغفور؛ رياض الحلبي؛ حازم شحادة؛ محمد الجبوسي. 2001. إدارة المشاريع الصغيرة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز، سمير محمد. 1994. دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات: أسس - إجراءات - حالات، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
- عبد العزيز، سمير محمد. 1998. الاقتصاد الإداري: مدخل تحليلي كمي لاتخاذ القرارات في منظمات الأعمال. مصر: مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر.
- عبد العظيم، حمدي. 1995. دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات. مصر: مكتبة النهضة المصرية.
- العيساوي، كاظم جاسم. 2005. دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات: تحليل نظري وتطبيقي، ط ٢. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- فياض، محمود أحمد؛ عودة أحمد سليمان؛ أيمن سليمان مزاهرة؛ وليلى حجازين. 2002. إدارة المشروعات الصغيرة. عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع.
- قويدري، محمد. 1997. أسس دراسات الجدوى الاقتصادية ومعايير تقييم المشروعات الاستثمارية مع دراسة حالة لمشروع مؤسسة لإنتاج الملابس بالأغوط، رسالة ماجستير غير منشورة. الجزائر: جامعة الجزائر.

- النجار فايز جمعة و العلي عبد الستار . 2006. الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- هيكل، محمد. 2003. مهارات إدارة المشروعات الصغيرة. مصر: مجموعة النيل العربية.
- الوادي، محمود حسين. 2005. المشروعات الصغيرة: ماهيتها والتحديات الذاتية فيها مع إشارة خاصة لدورها في التنمية في الأردن، المجلة العربية للإدارة، مج 25، ع1، يونيو (حزيران)، 1-43.
- يوسف، توفيق عبد الرحيم. 2002. إدارة الأعمال التجارية الصغيرة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

ثانيا: المراجع الأجنبية

- Aubrey, Wilson & Atkin Bryan. Sept.-Oct., 1996, **Elements Related to Small Businesses**, Harvard Business Review.vol.75, pp.17-27.
- ESCWA, 1999, **Financial Schemes for Small and Medium Enterprises**, New York: United Nations.
- Hand, Herbert H., Dunkelberg John S., and Sineath Palmer, (Aug., 1999), **Economic Feasibility Analysis for Retail Locations**, Journal of Small Business Management, Blackwell publishing Limited, Vol.12,pp.28-35.
- Kottler, Philip. 2000, **Marketing Management: Analysis, Planning, implementation, and Control**, 9th edition. USA: Prentice Hall.
- Porter, Michael E. 1980. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. USA: The Free Press.

- Porter, Michael E. 1990. **Competitive Advantage of Nations**. USA: The Free Press.
- Rugman, Alan M, & Hodgetts, Richard M. 1995. **International Business: A Strategic management Approach**. USA: McGraw – Hill, Inc.
- Russell, R.S. & Taylor, B.W. 1995. **Production Management: Focusing on Quality and Operation and competitiveness**. USA: Prentice Hall International.
- United Nations industrial development organization (UNIDO).1991. **Manual for the preparation of industrial feasibility studies**. Vienna.
- Woodruff Robert B., Oct. 2001, **A Systematic Approach to Market Opportunity Analysis**, Business Horizons. Vol.17, pp.25-35.
- Zikmund, William, G. .2000. **Business Research Methodology**, 6th ed. USA: Harcourt College Publisher.

الملاحق

ملحق (1)
استبيان الدراسة

بسم الله الرحمن الرحيم

الأخ / الأخت الفاضلة

تحية وبعد؛

يقوم الباحث بإجراء دراسة ميدانية، تهدف إلى معرفة أثر تحليل السوق على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة في قطاع الخدمات. ولأنني أدرك تماماً أن لديك الخبرة العملية في إعطائي صورة واضحة عن هذا الموضوع، فإنني أرجو منك قراءة العبارة الواردة في الاستبيان المرفق بطيه، ثم التعبير عن رأيك فيها بوضع إشارة (✓) أمامها وأسفل أي من التعبيرات الخمسة التي تتفق مع رأيك. كما أؤكد لك بأن هذه الإجابات لن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي.

وإنني أقدم لك سلفاً جزيل الشكر وعظيم الامتنان، وأقدر المساعدة التي ستقدمها أنت والمنظمة التي تعمل بها للمساهمة في إنجاز هذه الدراسة البحثية.

الباحث

عزام أبو مغلي

أولاً: معلومات عامة

1- اسم المنشأة:.....

2- موقع المنشأة:.....

3- طبيعة عمل المنشأة:.....

4- عدد العاملين بالمنشأة:.....

ثانياً: الفقرات

فيما يلي مجموعة من العبارات يرجى وضع إشارة (✓) أمام كل عبارة حسب درجة التأثير التي تؤمنون بها.

1- ما اثر العوامل التالية في اختيار الموقع؟

الرقم	العبارة	المقياس			
		تؤثر بشدة	تؤثر	غير متأكد	لا تؤثر
1	عدد سكان المنطقة.				
2	سهولة الوصول إلى الموقع.				
3	توافر المواقف للسيارات.				
4	قرب الموقع من مشروعات مشابهه.				
5	قرب الموقع من مشروعات مختلفة.				
6	تاريخ المنطقة.				
7	طبيعة المنطقة الجغرافية.				
8	اتجاه النمو في الأبنية.				

2- ما أثر العوامل التالية في تقدير الطلب؟

المقياس					العبارة	الرقم
لا تؤثر على الإطلاق	لا تؤثر	غير متأكد	تؤثر	تؤثر بشدة		
					عدد المستهلكين المحتملين.	1
					قناعة المستهلكين بالخدمة الجديدة.	2
					حجم السوق الكلي.	3
					معدل النمو الاستهلاكي.	4
					القدرة الشرائية للمستهلكين.	5
					أذواق المستهلكين.	6
					العادات الشرائية للمستهلكين.	7
					سعر الخدمة.	8

4- ما أثر العوامل التالية في تحديد السعر؟

الرقم	العبرة	المقياس			
		تؤثر بشدة	تؤثر	غير متأكد	لا تؤثر
1	تكاليف إنتاج الخدمة.				
2	الربح المطلوب.				
3	أسعار الخدمات المكتملة.*				
4	مقارنة السعر مع المنافسين.				
5	أسباب تخفيض الأسعار عند المنافسين.				
6	أسعار الخدمات البديلة.**				
7	جودة الخدمة.				
8	معدل الأسعار السائد في السوق.				

* الخدمة المكتملة: الخدمة التي يتم الحصول عليها بالإضافة إلى الخدمة الأصلية.

** الخدمة البديلة: الخدمة التي تحل محل الخدمة الأصلية.

4- ما اثر العوامل التالية في تحليل المنافسة؟

المقياس					العبارة	الرقم
لا تؤثر على الإطلاق	لا تؤثر	غير متأكد	تؤثر	تؤثر بشدة		
					عدد المنافسين المباشرين.	1
					عدد المنافسين غير المباشرين.	2
					المنافس الأقوى.	3
					المنافسين الأقل قوة.	4
					خطط المنافسين.	5
					حصة المنافسين في السوق.	6
					أسلوب إدارة المنافسين.	7
					إمكانيات وقدرات المنافسين.	8

6- الأتي مؤشرات تعكس جدوى المشروع الاستثماري:

الرقم	العبارة	المقياس			
		موافق بشدة	موافق	غير متأكد	لا أوافق على الإطلاق
1	كسب مستهلكين.				
2	تحقيق مبيعات.				
3	تحقيق أرباح.				
4	المنافسة بالأسعار.				
5	المنافسة بالجودة.				
6	البقاء والنمو.				
7	بناء اسم وشهرة.				
8	الإيفاء بالالتزامات المالية.				
9	استرداد رأس المال.				
10	لا يستنفذ كل وقت وجهد مالكة.				

وتفضلوا بقبول وافر الاحترام والتقدير

ملحق (2)

أسماء محكمي الاستبيان

الرقم	أسم المحكم	أسم الجامعة	أسم الكلية
1	الدكتور طاهر محسن منصور	الزيتونة	الاقتصاد والعلوم الإدارية
2	الدكتور خالد محمد طلال	العلوم التطبيقية	الاقتصاد والعلوم الإدارية
3	الدكتور أمجد أبو جدي	الأردنية	التربية

ABSTRACT

Impact of Market Analysis on the Feasibility of Establishing Small Investment Enterprises: An Analytical Study on the Service Sector at the Governorate of Amman, the Capital

**Prepared by:
Azzam Azmi Masood Abo-Moghli.**

**Supervised by:
Prof. Hamza Al-Zubaidi**

This study examined the issue of market analysis of the small investment enterprises, aiming to identify the nature of the relationship between market analysis and the feasibility of establishing small investment enterprises operating in the service sector at the Governorate of Amman, the Capital. Four independent variables were defined for the analysis of the market, namely: location, demand, price and competitors.

The study sample consisted of (163) cases, as the researcher used a 42-item questionnaire of the fixed response type, with a stability factor of (83.43%) as per Chronbach alpha equation, in order to obtain the primary information of the study. Furthermore, two types of analyses were employed, i.e. simple regression analysis and stepwise multi regression analysis. The study approached a number of conclusions, most importantly are as follows:

- There is a significant statistical positive relation between the location analysis and the feasibility of establishing small investment enterprises;
- There is a significant statistical positive relation between the price analysis and feasibility of establishing small investment enterprises.
- There is a significant statistical positive relation between the demand analysis and the feasibility of establishing small investment enterprises.

- There is a significant statistical positive relation between the competitors analysis and the feasibility of establishing small investment enterprises.

In the light of the above conclusions, the researcher made the following recommendations:

- The importance of following a scientific method in analyzing the market, and not to be content merely relying on expectation, guess and conjecture;
- Increasing the attention to market analysis will lead into greater success and choosing of better alternative opportunities.
- Identification of the reasons for the feasibility of the small investment enterprises prior the establishing of these enterprises, to avoid waste of the capital; and prior consulting the specialists and experienced people is a certain necessity.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.