

المبحث الأول

إجراءات الدراسة الميدانية

تناول الباحثون إجراءات الدراسة الميدانية التي إشتملت على التخطيط للدراسة موضعاً الإجراءات التي إتبعها الباحثون في تصميمه إستبانة الدراسة الميدانية وواصفاً لمجتمع وعينة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة وتقييم أدوات القياس وذلك على النحو التالي:

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة:

- 1) مجتمع الدراسة:** يقصد بمجتمع الدراسة المجموع الكلية من العناصر التي يهتم بها الباحث ويسعى إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بمشكلة الدراسة، وهو مجتمع له خاصية واحدة تميزه عن باقي المجتمعات، يتمثل مجتمع الدراسة في عينة على موظفي مشروع شركة زادنا .
- 2) عينة الدراسة:** تم إختيار عينة الدراسة بمواصفاتها العلمية التي تحقق أغراض الدراسة، وتم الإعتماد على عينة ميسرة تم إختيارها عشوائياً من مجتمع الدراسة حيث قام الباحثون بتوزيع (20) إستبانة على العينة المستهدفة من ذوي الإختصاص.

ثانياً: أداة الدراسة:

من أجل الحصول على المعلومات والبيانات الأولية لهذه الدراسة تم تصميم الإستبانة ، وتعرف الإستبانة بأنها أداة من أدوات البحث العلمي تستخدم للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة، تتألف من مجموعة من المفردات مصحوبة بجميع الإجابات الممكنة عنها وعلى الفرد المبحوث أن يحدد ما يراه مناسباً أو ما يعتقد أنه مناسباً تجاه ما تقيسه عبارات الإستبانة، وهي من الوسائل المعروفة لجمع المعلومات من مفردات متعددة من عينة الدراسة ويتم تحليلها للوصول للنتائج المحددة.

قام الباحث بتصميم إستبانة الدراسة من قسمين: القسم الأول: وشمل البيانات الشخصية الخاصة بأفراد عينة الدراسة وهي (العمر، النوع، المؤهل العلمي، التخصص ، الخبرة العملية).

القسم الثاني: يشمل عبارات الدراسة الأساسية وهي المحاور التي تم من خلالها التعرف على فرضيات الدراسة، ويشمل هذا القسم (20) عبارات تمثل فرضيات الدراسة وهي خمسة فرضيات كل فرضية تتكون من 4 عبارات

أ: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية بشكل عام وتضمنت التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة المبحوثة وتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1- الوسط الحسابي: تم استخدام مقياس الوسط الحسابي ليعكس اتجاه إجابات المبحوثين لعبارات الدراسة حيث تم إعطاء الوزن (5) لعبارة أوافق بشدة، (4) لعبارة أوافق، (3) لعبارة محايد، (2) لعبارة لا أوافق، (1) لعبارة لا موافق بشدة.

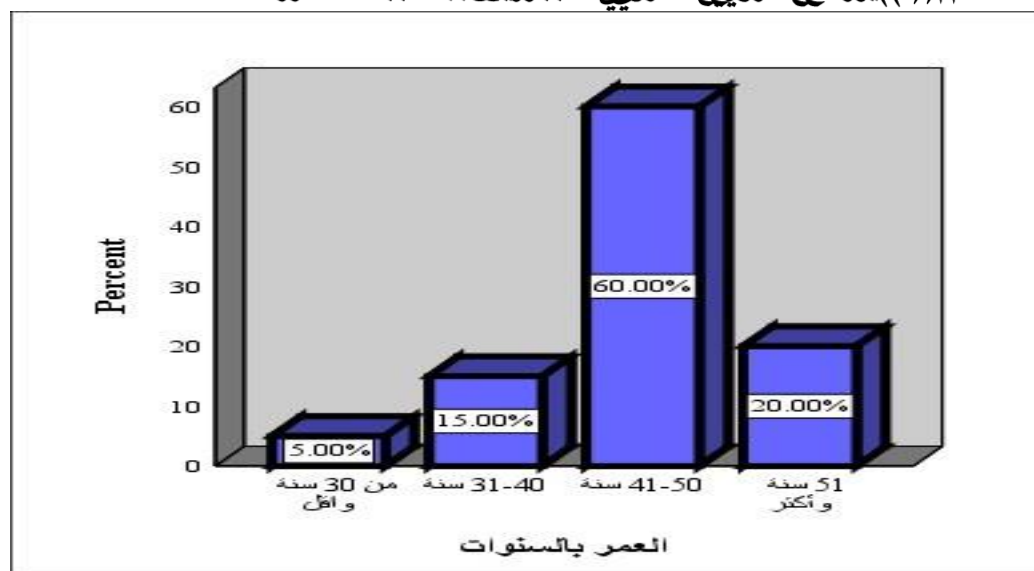
2- الانحراف المعياري: لقياس تشتت الإجابات بالنسبة للمبحوثين

3- مربع كاي: لقياس وجود علاقة ذات دلالة إحصائية من خلال القيمة المعنوية.

التكرارات	النسبة المئوية (%)	
1	5.0	من 30 سنة وأقل
3	15.0	31-40 سنة
12	60.0	41-50 سنة
4	20.0	51 سنة وأكثر
20	100.0	المجموع

المصدر إعداد الباحثين، 2024

شكل رقم (11) يوضح التوزيع التكراري للمبحوثين بالنسبة إلى العمر



توزيع المبحوثين حسب العمر

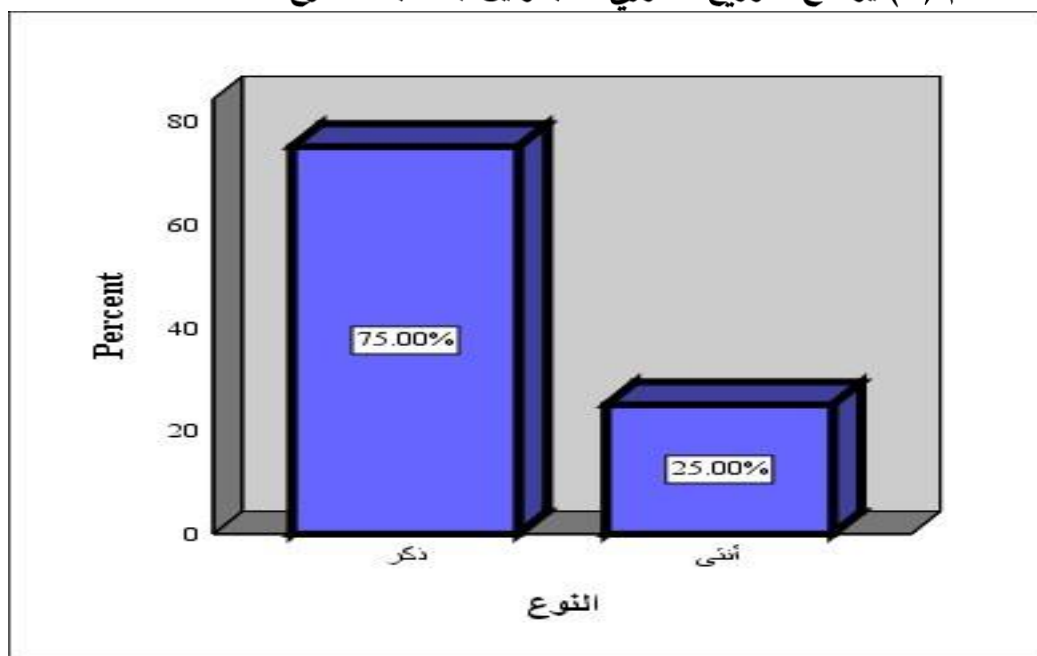
يظهر جدول رقم (1) توزيع المبحوثين حسب العمر. يتضح من الجدول أن الفئة العمرية الأكبر بين المبحوثين هي الفئة بين 50-41 سنة بنسبة 60%، تليها الفئة العمرية 51 سنة وأكثر بنسبة 20%. الفئة العمرية الأقل تمثيلاً هي من 30 سنة وأقل بنسبة 5%.

جدول رقم ()

التكرارات	النسبة المئوية (%)	
15	75.0	ذكر
5	25.0	أنثى
20	100.0	المجموع

جدول رقم (2) يوضح التوزيع التكراري للمبجوثين إباللسلبا احتلال النوع 2024م.

شكل رقم (2) يوضح التوزيع التكراري للمبجوثين بالنسبة لـ النوع



توزيع المبجوثين حسب النوع

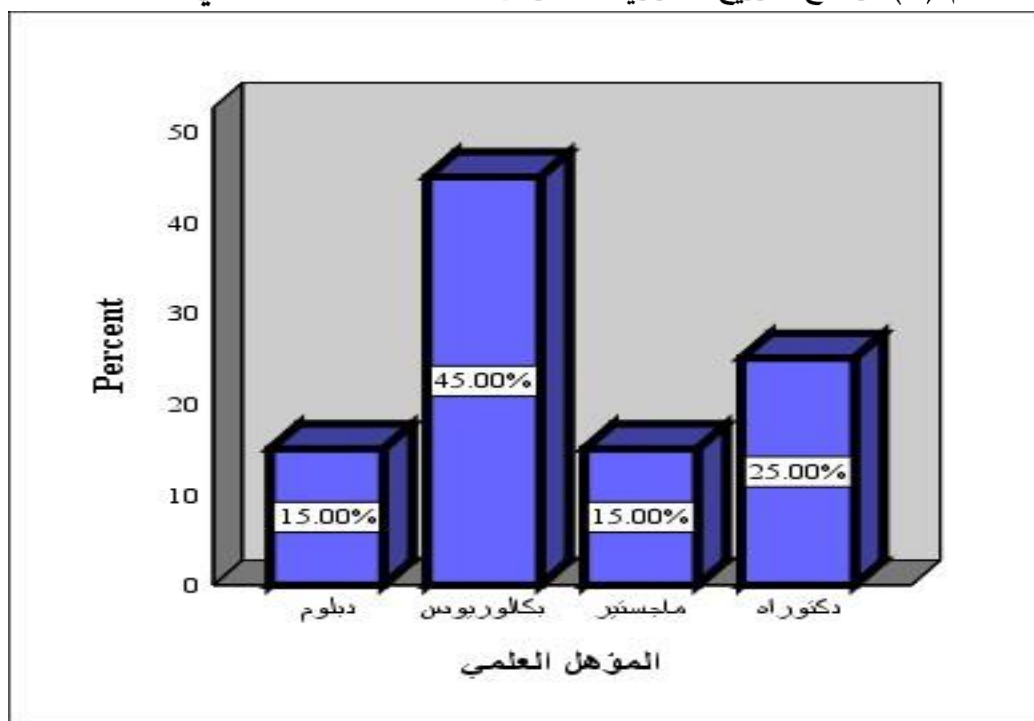
جدول رقم (2) يوضح التوزيع التكراري للمبجوثين حسب النوع. حيث نجد أن نسبة الذكور تصل إلى 75% بينما الإناث تمثل 25%.

(3) يوضح التوزيع التكراري للمبحوثين بالنسبة لـ المؤهل العلمي

التكرارات	النسبة المئوية (%)	
3	15.0	دبلوم
9	45.0	بكالوريوس
3	15.0	ماجستير
5	25.0	دكتوراه
20	100.0	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين، 2024م.

شكل رقم (3) يوضح التوزيع التكراري للمبحوثين بالنسبة لـ المؤهل العلمي



توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي

من خلال جدول رقم (3)، نجد أن أعلى نسبة بين المبحوثين هم الحاصلين على درجة البكالوريوس بنسبة 45%. يليهم حملة الدكتوراه بنسبة 25%， بينما نسبة حملة الماجستير والدبلوم متساوية عند 15% لكل منهما.

جدول رقم)

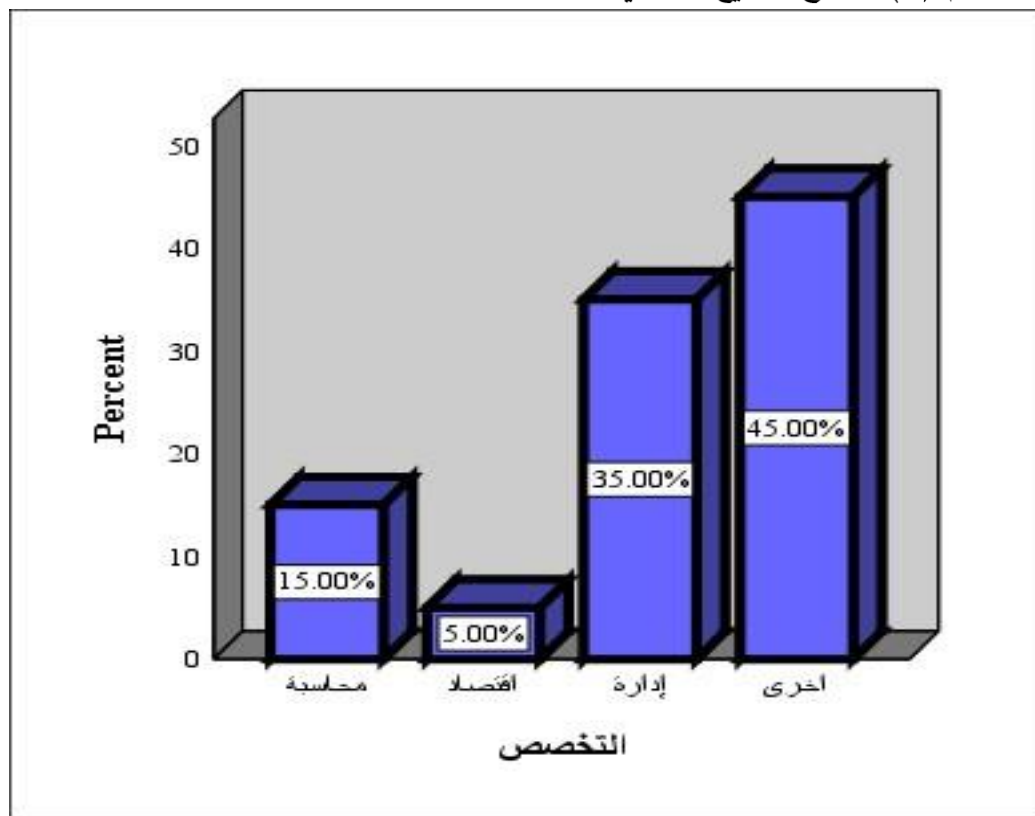
4) يوضح التوزيع التكراري للمبحوثين بالنسبة لـ التخصص

التكرارات	النسبة المئوية(%)	
3	15.0	محاسبة
1	5.0	اقتصاد
7	35.0	إدارة
9	45.0	اخرى
20	100.0	المجموع

جدول رقم ()

المصدر: إعداد الباحثين، 2024م.

شكل رقم (4) يوضح التوزيع التكراري للمبحوثين بالنسبة لـ التخصص



توزيع المبحوثين حسب التخصص

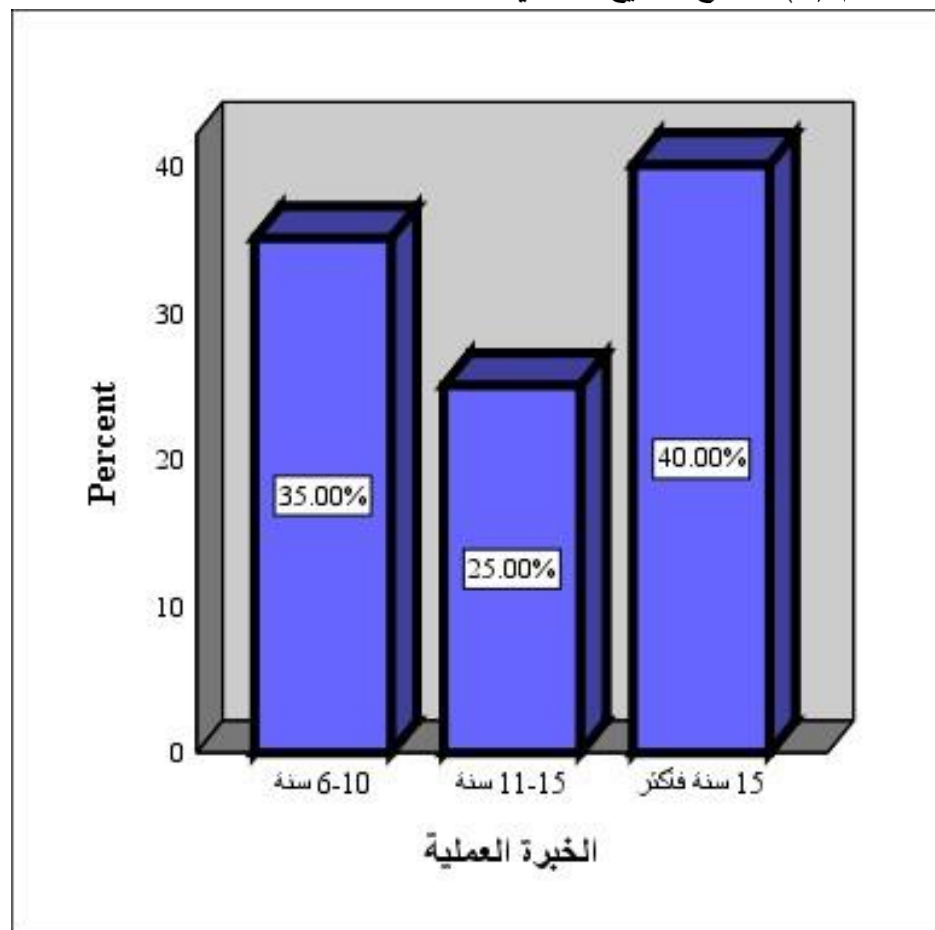
يشير جدول رقم (4) إلى التوزيع التكراري للمبحوثين حسب التخصص، حيث أن أعلى نسبة تتعلق بتخصص "أخرى" بنسبة 45%، تليها تخصص الإدارة بنسبة 35%. أما التخصصات الأقل تمثيلاً فهي المحاسبة بنسبة 15% والاقتصاد بنسبة 5%

التكرارات	النسبة المئوية (%)	
7	35.0	6-10 سنة
5	25.0	11-15 سنة
8	40.0	15 سنة فأكثر
20	100.0	المجموع

جدول رقم (5)

المصدر: إعداد الباحثين، 2024م.

جدول رقم (5) يوضح التوزيع التكراري للمبحوثين بالنسبة لـ الخبرة العملية



(5) يوضح التوزيع التكراري للمبحوثين بالنسبة لـ الخبرة العملية

جدول رقم ()

توزيع المبحوثين حسب الخبرة العملية

يظهر جدول رقم (5) أن أعلى نسبة من المبحوثين لديهم خبرة عملية تتراوح بين 15 سنة فأكثر بنسبة 40%، تليها الفئة ذات الخبرة من 6-10 سنوات بنسبة 35%. الفئة الأقل هي من 11-15 سنة بنسبة 25%.

جدول رقم 6) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لإجابات المبحوثين للفرضية الأولى في نص على
(فرضية الطلب: تفترض أن هناك حاجة مستمرة ومتزايدة للمنتج أو الخدمة التي يقدمها المشروع)

أوافق بشدة		أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	
0	0	0	0	0	0	55.0	11	45.0	9	هناك حاجة ملحة في السوق للمنتج أو الخدمة التي تعتزم تقديمها
0	0	0	0	5.0	1	50.0	10	45.0	9	يمكن إجراء دراسة سوقية لفهم احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم
0	0	5.0	1	5.0	1	35.0	7	55.0	11	يمكنك تقديم عروض ترويجية أو حملات تسويقية لزيادة الوعي بالمنتج وزيادة الطلب عليه
0	0	5.0	1	5.0	1	زيادة الطلب	7	55.0	11	هل هناك توجهات أو اتجاهات في السوق تشير إلى زيادة الطلب على هذا المنتج أو الخدمة

المصدر إعداد الباحثين، 2024

تتضمن فرضية الطلب في الجدول رقم (6) أربع عبارات رئيسية. العبارة الأولى تؤكد على الحاجة الملحة في السوق للمنتج أو الخدمة المقدمة، حيث يوافق 45% من المبحوثين بشدة على هذا الأمر، بينما يوافق 55% منهم. لا يوجد أي مبحوث محايد أو غير موافق، مما يشير إلى إجماع قوي على وجود طلب ملح في السوق على المنتج أو الخدمة. هذا يشير إلى فرصة كبيرة لتحقيق النجاح إذا تم تلبية هذا الطلب بفعالية.

العبارة الثانية تتناول أهمية إجراء دراسة سوقية لفهم احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم، حيث يوافق 45% من المبحوثين بشدة على ضرورة ذلك، بينما يوافق 50% منهم، مع بقاء 5% محايدون. يظهر ذلك أن غالبية المبحوثين يعتبرون أن دراسة السوق خطوة ضرورية لفهم الزبائن وتحسين المنتج أو الخدمة المقدمة.

العبارة الثالثة تتعلق بإمكانية تقديم عروض ترويجية أو حملات تسويقية لزيادة الوعي بالمنتج وزيادة الطلب عليه، حيث يوافق 55% من المبحوثين بشدة، و35% يوافقون، بينما يبقى 5% محايدون و5% لا يوافقون. يعبر هذا عن تأييد كبير لاستخدام الحملات الترويجية كوسيلة فعالة لزيادة الوعي والطلب على المنتج.

العبارة الرابعة تتعلق بوجود توجهات أو اتجاهات في السوق تشير إلى زيادة الطلب على المنتج أو الخدمة، حيث يوافق 55% من المبحوثين بشدة، و35% يوافقون، بينما يبقى 5% محايدون و5% لا يوافقون. يشير ذلك إلى أن هناك توجهات إيجابية في السوق تدل على زيادة الطلب في المستقبل. بشكل عام، تعكس هذه النتائج توافقاً قوياً بين المبحوثين على وجود طلب ملح في السوق للمنتج أو الخدمة المقدمة، وأهمية إجراء دراسات سوقية وتقديم حملات ترويجية لزيادة الوعي والطلب. كما تشير إلى توجهات إيجابية تدل على إمكانية زيادة الطلب في المستقبل، مما يعزز من فرص نجاح المشروع.

جدول رقم (7) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لإجابات المبحوثين للفرضية الثانية التي تنص على

(فرضية التكلفة: تفترض أن تكاليف إنشاء وتشغيل المشروع ستكون ضمن الحدود المالية المحددة وستظل مستقرة على المدى الطويل)

أوافق بشدة		أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	
0	0	5.0	1	0	0	60.0	12	7	زيادة الطلب	هل قمت بتحديد تكلفة إنتاج المنتج أو تقديم الخدمة بشكل دقيق
0	0	5.0	1	10.0	2	65.0	13	20.0	4	يمكنك القيام بتقدير التكاليف الثابتة المتغيرة للمشروع
5.0	1	10.0	2	زيادة الطلب	7	20.0	4	30.0	6	يمكن أن تؤثر التكاليف على قدرة المشروع على تحقيق ربحية مستدامة
5.0	1	25.0	5	30.0	6	20.0	4	20.0	4	تعتقد أن هناك فرصة لتقليل التكاليف دون التأثير على جودة المنتج

تتعلق فرضية التكلفة في الجدول رقم (7) بأربع عبارات رئيسية. العبارة الأولى تناقش دقة تحديد تكلفة إنتاج المنتج أو تقديم الخدمة، حيث يوافق 35% من المبحوثين بشدة على أنهم قاموا بذلك بدقة، بينما يوافق 60% منهم، و5% لا يوافقون. يظهر هذا أن الغالبية العظمى من المبحوثين قد قاموا بتحديد تكلفة الإنتاج بدقة، مما يشير إلى استعداد جيد لإدارة التكاليف.

العبارة الثانية تتناول إمكانية تقدير التكاليف الثابتة والمتغيرة للمشروع، حيث يوافق 20% من المبحوثين بشدة، و65% يوافقون، و10% محايدون، و5% لا يوافقون. يوضح ذلك أن معظم المبحوثين قادرين على تقدير التكاليف بدقة، مما يساهم في إدارة مالية فعالة للمشروع. العبارة الثالثة تتعلق بتأثير التكاليف على قدرة المشروع على تحقيق ربحية مستدامة، حيث يوافق 30% من المبحوثين بشدة، و20% يوافقون، و35% محايدون، و10% لا يوافقون، و5% لا يوافقون بشدة. يعكس هذا تبايناً في الآراء بشأن تأثير التكاليف على الربحية، مع وجود نسبة كبيرة من المحايدين، مما يستدعي دراسة دقيقة لتأثير التكاليف على الأداء المالي للمشروع.

العبارة الرابعة تتعلق بإمكانية تقليل التكاليف دون التأثير على جودة المنتج، حيث يوافق 20% من المبحوثين بشدة، و20% يوافقون، و30% محايدون، و25% لا يوافقون، و5% لا يوافقون بشدة. يظهر هذا أيضاً تبايناً في الآراء حول إمكانية تقليل التكاليف دون التأثير على الجودة، مما يتطلب التركيز على تحسين الكفاءة التشغيلية وإدارة التكاليف بعناية.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج أن المبحوثين قادرين على تحديد التكاليف بدقة وتقدير التكاليف الثابتة والمتغيرة. ومع ذلك، هناك تباين في الآراء حول تأثير التكاليف على الربحية وإمكانية تقليلها دون التأثير على الجودة. يشير هذا إلى ضرورة إجراء دراسات مالية دقيقة وتطوير استراتيجيات لإدارة التكاليف بشكل فعال لضمان تحقيق الربحية المستدامة.

فرضية السعر: تفترض أن الأسعار والتكاليف ستبقى ثابتة على مدى فترة التحليل، دون تغيرات كبيرة.

أوافق بشدة		أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	
0	0	10.0	2	5.0	1	45.0	9	40.0	8	هناك سعر مقترح للمنتج
0	0	0	0	0	0	50.0	10	50.0	10	هل هذا السعر يغطي تكاليف الإنتاج والتسويق ويحقق ربحية للشركة
0	0	0	0	20.0	4	40.0	8	40.0	8	تعتقد أن الزبائن سيكونون على استعداد لدفع هذا السعر
0	0	20.0	4	30.0	6	30.0	6	20.0	4	يمكن أن يؤثر تغيير السعر على استجابة الزبائن وحجم المبيعات

المصدر إعداد الباحثين، 2024

جدول رقم (8) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لإجابات المبحوثين للفرضية الثالثة التي تنص على

تتعلق فرضية السعر في الجدول رقم (8) بأربع عبارات رئيسية. العبارة الأولى تركز على وجود سعر مقترح للمنتج حيث يوافق 40% من المبحوثين بشدة على هذا الأمر بينما يوافق 45% منهم، بينما يبقى 5% محايدون و10% لا يوافقون. يشير هذا إلى أن غالبية المبحوثين يعتبرون أن هناك سعراً مقترحاً مناسباً للمنتج، لكن لا يزال هناك بعض التحفظات.

العبارة الثانية تتناول ما إذا كان هذا السعر يغطي تكاليف الإنتاج والتسويق ويحقق ربحية للشركة. هنا يوافق 50% من المبحوثين بشدة و50% يوافقون، مما يعبر عن توافق تام بين المبحوثين حول أن السعر المقترح يغطي التكاليف ويحقق الربحية. العبارة الثالثة تتعلق باستعداد الزبائن لدفع هذا السعر، حيث يوافق 40% من المبحوثين بشدة و40% يوافقون، بينما يبقى 20% محايدون. هذا يوضح أن هناك توقعات إيجابية بخصوص استعداد الزبائن لدفع السعر المقترح، ومع ذلك، يجب الانتباه إلى أن هناك نسبة من المبحوثين غير متأكدين.

العبارة الرابعة تتعلق بتأثير تغيير السعر على استجابة الزبائن وحجم المبيعات. هنا يوافق 20% من المبحوثين بشدة و30% يوافقون، بينما يبقى 30% محايدون و20% لا يوافقون. يشير هذا إلى تباين الآراء حول تأثير تغيير السعر، مما يعني أنه من الضروري مراقبة الأسعار واستجابة السوق بشكل دوري للتأكد من أن السعر يناسب توقعات الزبائن ولا يؤثر سلباً على المبيعات.

بشكل عام، يمكن القول إن معظم المبحوثين يرون أن السعر المقترح مناسب ويغطي التكاليف ويحقق الربحية، وهناك تفاؤل بشأن استعداد الزبائن لدفع هذا السعر. ومع ذلك، تبقى هناك بعض التحفظات والتباين في الآراء حول تأثير تغيير السعر على الزبائن والمبيعات، مما يستدعي إجراء تحليلات دورية للسوق والأسعار لضمان توافقها مع التغيرات السوقية.

(فرضية السوق: تفترض أن هناك فرص كافية في السوق للمشروع للنمو والاستدامة)

أوافق بشدة		أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	
0	0	0	0	0	0	70.0	14	30.0	6	تعتقد أن هناك حاجة ملحة في السوق للمنتج الذي تقدمه
10.0	35.0	7	2	15.0	3	40.0	8	25.0	5	تعتقد أن المنافسة في هذا القطاع ستكون شديدة
0	0	0	0	10.0	2	55.0	11	35.0	7	يمكن أن تكون هناك فرصة لزيادة حصة السوق لهذا المنتج
0	0	15.0	3	25.0	5	30.0	6	30.0	6	هل هنالك عوامل تعتقد أنها قد تؤثر على نجاح هذا المشروع في السوق

المصدر إعداد الباحثين، 2024

جدول رقم (9) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لإجابات المبحوثين للفرضية الرابعة التي تنص على

تشمل فرضية السوق في الجدول رقم (9) أربع عبارات رئيسية. العبارة الأولى تتعلق بالحاجة الملحة في السوق للمنتج الذي يقدمه المشروع، حيث يوافق 30% من المبحوثين بشدة و 70% يوافقون، مما يعبر عن إجماع قوي على وجود حاجة في السوق للمنتج. هذا يشير إلى فرصة كبيرة للنمو إذا تم استغلالها بشكل صحيح من خلال استراتيجيات تسويقية فعالة وتحسين الجودة.

العبارة الثانية تناقش شدة المنافسة في القطاع، حيث يوافق 25% من المبحوثين بشدة و 40% يوافقون، بينما يبقى 15% محايدون و 20% لا يوافقون. يظهر هذا أن غالبية المبحوثين يرون أن المنافسة ستكون شديدة في القطاع، مما يستدعي تطوير استراتيجيات تميز واضحة والقدرة على التكيف مع المنافسين في السوق.

العبارة الثالثة تتعلق بوجود فرصة لزيادة حصة السوق للمنتج، حيث يوافق 35% من المبحوثين بشدة و 55% يوافقون، بينما يبقى 10% محايدون. يعبر هذا عن تفاؤل كبير بوجود فرصة لزيادة حصة السوق، مما يعني أن هناك إمكانية لتحقيق نمو كبير في السوق إذا تم استغلال الفرص المتاحة بشكل فعال.

العبارة الرابعة تتعلق بالعوامل التي قد تؤثر على نجاح المشروع في السوق، حيث يوافق 30% من المبحوثين بشدة و 30% يوافقون، بينما يبقى 25% محايدون و 15% لا يوافقون. يعكس هذا أن هناك تبايناً في الآراء حول العوامل التي قد تؤثر على نجاح المشروع، مما يشير إلى ضرورة تحليل هذه العوامل بدقة وتطوير خطط للتعامل معها.

بشكل عام، يمكن القول إن هناك توافقاً بين المبحوثين على وجود حاجة في السوق للمنتج وفرصة لزيادة حصة السوق، مع تفاؤل بإمكانية تحقيق نمو كبير. ومع ذلك، توجد مخاوف بشأن شدة المنافسة والعوامل التي قد تؤثر على نجاح المشروع، مما يستدعي تطوير استراتيجيات فعالة للتعامل مع هذه التحديات وتحقيق التميز في السوق.

جدول رقم 10) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لإجابات المبحوثين للفرضية الخامسة التي تنص على (فرضية الاقتصاد: تفترض أن الظروف الاقتصادية العامة ستبقى مستقرة ولن تتأثر بعوامل خارجية غير متوقعة).

أوافق بشدة		أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	النسبة المئوية (%)	التكرار	
20.0	4	45.0	9	0	0	20.0	4	15.0	3	تعتقد أن الوضع الاقتصادي الحالي يدعم نجاح هذا المشروع
0	0	0	0	0	0	55.0	11	45.0	9	يمكن للطلب على هذا المنتج سيزيد في المستقبل
5.0	1	10.0	2	50.0	10	20.0	4	20.0	4	هل هنالك توقعات بخصوص تأثير التضخم على تكلفة إنتاج وسعر المنتج
5.0	1	15.0	3	20.0	4	40.0	8	20.0	4	يمكن أن يؤثر ارتفاع أو انخفاض سعر الصرف على هذا المشروع

المصدر إعداد الباحثين، 2024

تتضمن فرضية الاقتصاد في الجدول رقم (10) أربع عبارات رئيسية. العبارة الأولى تركز على الاعتقاد بأن الوضع الاقتصادي الحالي يدعم نجاح المشروع. حيث يوافق 15% من المبحوثين بشدة على هذا الأمر، بينما يوافق 20% منهم. بينما لا يوافق 45% ولا يوافق بشدة 20%. يعكس هذا تشاؤماً بين غالبية المبحوثين حول تأثير الوضع الاقتصادي الحالي على نجاح المشروع، مما يشير إلى ضرورة تقييم البيئة الاقتصادية بدقة واتخاذ التدابير اللازمة لتخفيف المخاطر الاقتصادية المحتملة.

العبارة الثانية تتعلق بإمكانية زيادة الطلب على المنتج في المستقبل، حيث يوافق 45% من المبحوثين بشدة، و55% يوافقون. لا يوجد أي مبحوث محايد أو غير موافق، مما يعكس تفاؤلاً كبيراً بزيادة الطلب على المنتج في المستقبل. هذا التفاؤل يدعم التوجه نحو تطوير استراتيجيات تسويقية قوية واستدامة جودة المنتج لتلبية الطلب المتوقع.

العبارة الثالثة تناقش التوقعات بخصوص تأثير التضخم على تكلفة إنتاج وسعر المنتج، حيث يوافق 20% من المبحوثين بشدة، و20% يوافقون، بينما يبقى 50% محايدون، و10% لا يوافقون، و5% لا يوافقون بشدة. يعكس هذا تبايناً في الآراء وعدم اليقين بين المبحوثين بشأن تأثير التضخم على التكاليف والأسعار، مما يستدعي مراقبة التضخم وتطوير خطط مرنة للتكيف مع تغيرات الأسعار.

العبارة الرابعة تتعلق بتأثير ارتفاع أو انخفاض سعر الصرف على المشروع، حيث يوافق 20% من المبحوثين بشدة، و40% يوافقون، بينما يبقى 20% محايدون، و15% لا يوافقون، و5% لا يوافقون بشدة. يشير هذا إلى أن معظم المبحوثين يرون أن تقلبات سعر الصرف قد تؤثر على المشروع، مما يعني أهمية اتخاذ تدابير للتحوط ضد مخاطر العملة وإدارة تقلبات أسعار الصرف بشكل فعال.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج وجود تشاؤم بشأن تأثير الوضع الاقتصادي الحالي على المشروع، لكن هناك تفاؤلاً بزيادة الطلب في المستقبل. يظهر التباين في الآراء حول تأثير التضخم وسعر الصرف على التكاليف والأسعار ضرورة تطوير استراتيجيات مرنة للتكيف مع الظروف الاقتصادية المتغيرة وضمان استدامة المشروع.

جدول رقم (11) يوضح الإحصاء الوصفي لفرضيات البحث

العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	القيمة المعنوية
الفرضية الأولى: (فرضية الطلب: تفترض أن هناك حاجة مستمرة ومتزايدة للمنتج أو الخدمة التي يقدمها المشروع)			
هناك حاجة ملحة في السوق للمنتج أو الخدمة التي تعتمز تقديمها	.51042	4.4500	0.655
يمكن إجراء دراسة سوقية لفهم احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم	.59824	4.4000	0.026
يمكنك تقديم عروض ترويجية أو حملات تسويقية لزيادة الوعي بالمنتج وزيادة الطلب عليه	.82078	4.4000	0.002
هل هناك توجهات أو اتجاهات في السوق تشير إلى زيادة الطلب على هذا المنتج أو الخدمة	.94451	3.9500	0.011
الفرضية الثانية: (فرضية التكلفة: تفترض أن تكاليف إنشاء وتشغيل المشروع ستكون ضمن الحدود المالية المحددة وستظل مستقرة على المدى الطويل)			
هل قمت بتحديد تكلفة إنتاج المنتج أو تقديم الخدمة بشكل دقيق	.71635	4.2500	0.011
يمكنك القيام بتقدير التكاليف الثابتة المتغيرة للمشروع	.72548	4.0000	0.000
يمكن أن تؤثر التكاليف على قدرة المشروع على تحقيق ربحية مستدامة	1.18766	3.6000	0.165
تعتقد أن هناك فرصة لتقليل التكاليف دون التأثير على جودة المنتج	1.20852	3.2500	0.478
الفرضية الثالثة: (فرضية السعر: تفترض أن الأسعار والتكاليف ستبقى ثابتة على مدى فترة التحليل، دون تغيرات كبيرة)			
هنالك سعر مقترح للمنتج	.93330	4.1500	0.019
هل هذا السعر يغطي تكاليف الإنتاج والتسويق ويحقق ربحية للشركة	.51299	4.5000	1.000
تعتقد أن الزبائن سيكونون على استعداد لدفع هذا السعر	.76777	4.2000	0.449
يمكن أن يؤثر تغيير السعر على استجابة الزبائن وحجم المبيعات	1.05131	3.5000	0.849
الفرضية الرابعة: (فرضية السوق: تفترض أن هناك فرص كافية في السوق للمشروع للنمو والاستدامة)			
تعتقد أن هناك حاجة ملحة في السوق للمنتج الذي تقدمه	.47016	4.3000	0.074
تعتقد أن المنافسة في هذا القطاع ستكون شديدة	1.27321	3.6000	0.165

0.047	4.2500	.63867	يمكن أن تكون هناك فرصة لزيادة حصة السوق لهذا المنتج
-------	--------	--------	---

0.753	3.7500	1.06992	هل هنالك عوامل تعتقد أنها قد تؤثر على نجاح هذا المشروع في السوق
الفرضية الخامسة: (فرضية الاقتصاد: تفترض أن الظروف الاقتصادية العامة ستبقى مستقرة ولن تتأثر بعوامل خارجية غير متوقعة)			
0.221	2.6500	1.42441	تعتقد أن الوضع الاقتصادي الحالي يدعم نجاح هذا المشروع
0.655	4.4500	.51042	يمكن للطلب على هذا المنتج سيزيد في المستقبل
0.066	3.5000	.94591	هل هنالك توقعات بخصوص تأثير التضخم على تكلفة إنتاج وسعر المنتج
0.165	3.5500	1.14593	يمكن أن يؤثر ارتفاع أو انخفاض سعر الصرف على هذا المشروع
0.704	17.2000	1.98945	الفرضية الأولى
0.636	15.1000	2.42574	الفرضية الثانية
0.130	16.3500	2.30046	الفرضية الثالثة
0.001	15.9000	1.48324	الفرضية الرابعة
0.333	14.1500	2.08440	الفرضية الخامسة

المصدر إعداد الباحثين، 2024م

في الجدول رقم 11 الذي يوضح الإحصاء الوصفي لفرضيات البحث، نجد أن هناك ثلاثة أقسام رئيسية تتناول فرضيات مختلفة: الفرضية الأولى: فرضية الطلب

هذه الفرضية تفترض أن هناك حاجة مستمرة ومتزايدة للمنتج أو الخدمة التي يقدمها المشروع. تتضمن العبارات الخاصة بهذه الفرضية أربعة نقاط رئيسية:

1. الحاجة الملحة في السوق : تظهر هذه العبارة أن هناك اتفاقاً عاماً على وجود حاجة ملحة في السوق للمنتج أو الخدمة المقترحة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.45 مع انحراف معياري 0.51042، مما يعكس توافقاً عالياً بين المبحوثين.
2. إجراء دراسة سوقية: هنا يلاحظ أن المتوسط الحسابي هو 4.4 مع انحراف معياري 0.59824، مع قيمة معنوية منخفضة 0.026، مما يشير إلى أن معظم المبحوثين يرون أن إجراء دراسة سوقية لفهم احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم أمر ضروري ومهم.
3. العروض الترويجية والحملات التسويقية: بلغت هذه العبارة متوسط حسابي 4.4 وانحراف معياري 0.82078، مع قيمة معنوية 0.002، مما يدل على أن المبحوثين يؤكدون أهمية العروض الترويجية والحملات التسويقية في زيادة الوعي بالمنتج وزيادة الطلب عليه.
4. اتجاهات السوق : تشير العبارة الأخيرة في هذا القسم إلى أن هناك توجهات أو اتجاهات في السوق تشير إلى زيادة الطلب، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.95 مع انحراف معياري 0.94451، وقيمة معنوية 0.011، مما يدل على وجود تباين بين المبحوثين حول هذا الموضوع.

الفرضية الثانية: فرضية التكلفة

تفترض هذه الفرضية أن تكاليف إنشاء وتشغيل المشروع ستكون ضمن الحدود المالية المحددة وستظل مستقرة على المدى الطويل. وتتناول أربعة جوانب رئيسية:

1. تحديد تكلفة الإنتاج : تظهر العبارة أن المبحوثين قد قاموا بتحديد تكلفة إنتاج المنتج أو تقديم الخدمة بشكل دقيق، بمتوسط حسابي 4.25 وانحراف معياري 0.71635، وقيمة معنوية 0.011، مما يعكس التزاما واضحا بمتابعة التكاليف.
 2. تقدير التكاليف الثابتة والمتغيرة: بلغت هذه العبارة متوسط حسابي 4.0 مع انحراف معياري 0.72548، وقيمة معنوية 0.000، مما يشير إلى اتفاق قوي على ضرورة تقدير التكاليف بشكل دقيق.
 3. تأثير التكاليف على الربحية : هنا نرى تباينا أكبر، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.6 مع انحراف معياري 1.18766، وقيمة معنوية 0.165، مما يشير إلى أن تأثير التكاليف على قدرة المشروع على تحقيق ربحية مستدامة هو موضوع قابل للنقاش.
 4. فرصة تقليل التكاليف: بلغت هذه العبارة متوسط حسابي 3.25 مع انحراف معياري 1.20852، وقيمة معنوية 0.478، مما يشير إلى أن هناك تباينا كبيرا في الآراء حول إمكانية تقليل التكاليف دون التأثير على جودة المنتج.
- في فرضية السعر الثالثة، نفترض أن الأسعار والتكاليف ستبقى ثابتة دون تغيرات كبيرة خلال فترة التحليل. العبارة الأولى تتعلق بوجود سعر مقترح للمنتج، حيث يظهر المتوسط الحسابي 4.15 مع انحراف معياري 0.93330، مما يشير إلى اتفاق واسع بين المشاركين على وجود سعر مقترح للمنتج. كما أن القيمة المعنوية لهذه العبارة هي 0.019، مما يدل على وجود دلالة إحصائية في الآراء المتفق عليها حول السعر المقترح. تعكس هذه النتيجة الثقة في أن السعر المحدد هو مناسب للسوق وللمنتج.
- العبارة الثانية تتعلق بتغطية هذا السعر لتكاليف الإنتاج والتسويق وتحقيق الربحية للشركة، حيث يظهر المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.5 مع انحراف معياري 0.51299، مما يشير إلى توافق قوي بين المشاركين على أن السعر المحدد يغطي التكاليف ويحقق الربحية. القيمة المعنوية هنا هي 1.000، مما يعزز الثقة في النتائج ويشير إلى أن الجميع تقريباً يتفقون على هذا الرأي. هذا يعكس اعتقاداً قوياً بأن السعر المحدد مناسب لتحقيق الأهداف المالية للشركة.
- أما العبارة الثالثة فتناقش استعداد الزبائن لدفع السعر المحدد، حيث يظهر المتوسط الحسابي 4.2 مع انحراف معياري 0.76777، مما يشير إلى توافق عام بين المشاركين حول استعداد الزبائن لدفع السعر المحدد. القيمة المعنوية لهذه العبارة هي 0.449، مما يشير إلى وجود تفاوت بسيط في الآراء ولكن ليس بالدرجة الكبيرة التي تؤثر على النتيجة العامة. يعكس هذا الاعتقاد بأن السعر المحدد مقبول من قبل الزبائن المستهدفين.
- العبارة الرابعة تتعلق بتأثير تغيير السعر على استجابة الزبائن وحجم المبيعات، حيث يظهر المتوسط الحسابي 3.5 مع انحراف معياري 1.05131، مما يشير إلى وجود تباين في الآراء حول تأثير تغيير السعر. القيمة المعنوية لهذه العبارة هي 0.849، مما يعكس وجود تباين واضح في الآراء، وهذا يشير إلى عدم اليقين بشأن كيفية تأثير تغييرات السعر على استجابة الزبائن وحجم المبيعات. يمكن أن يستنتج من هذا أن هناك حاجة لمزيد من الدراسات والتحليلات لفهم تأثير التغيرات في الأسعار على السوق بشكل أفضل.
- بشكل عام، تعكس هذه النتائج تفاعلاً حول ثبات الأسعار والتكاليف وقدرتها على تغطية التكاليف وتحقيق الربحية، مع قبول السعر من قبل الزبائن. ومع ذلك، يظهر بعض التباين في الآراء حول تأثير تغيير الأسعار على استجابة الزبائن، مما يستدعي متابعة دقيقة واستراتيجية مرنة لإدارة الأسعار.
- بالنسبة للفرضية الرابعة التي تفترض أن هناك فرص كافية في السوق للمشروع للنمو والاستدامة، يتبين من البيانات أن هناك توافقاً كبيراً بين المبحوثين حول الحاجة الملحة في السوق للمنتج الذي يعتزم المشروع تقديمه، حيث بلغ المتوسط 4.3 مع انحراف معياري 0.47016، مما يشير إلى تقارب الآراء وتأكيدهم على هذه الحاجة. ولكن، هناك قلق بشأن شدة المنافسة في هذا القطاع، حيث بلغ المتوسط 3.6 مع

انحراف معياري 1.27321 ، مما يعكس تبايناً في الآراء حول مستوى المنافسة. من جهة أخرى، يبدو أن هناك تفاؤلاً بخصوص إمكانية زيادة حصة السوق للمنتج، حيث بلغ المتوسط 4.25 مع انحراف معياري 0.63867، مما يشير إلى اتفاق نسبي على هذه الفرصة. فيما يتعلق بالعوامل التي قد تؤثر على نجاح المشروع، بلغ المتوسط 3.75 مع انحراف معياري 1.06992، مما يشير إلى أن هناك بعض الهواجس بين المبحوثين حول وجود عوامل قد تؤثر على النجاح.

أما بالنسبة للفرضية الخامسة التي تفترض أن الظروف الاقتصادية العامة ستبقى مستقرة ولن تتأثر بعوامل خارجية غير متوقعة، نجد أن المبحوثين لديهم بعض الشكوك حول دعم الوضع الاقتصادي الحالي لنجاح المشروع، حيث بلغ المتوسط 2.65 مع انحراف معياري 1.42441، مما يعكس تبايناً كبيراً في الآراء وعدم يقين حول هذه النقطة. بالمقابل، هناك تفاؤل كبير بأن الطلب على المنتج سيزيد في المستقبل، حيث بلغ المتوسط 4.45 مع انحراف معياري 0.51042، مما يشير إلى توافق قوي بين المبحوثين على توقع زيادة الطلب. بالنسبة لتأثير التضخم على تكلفة الإنتاج وسعر المنتج، بلغ المتوسط 3.5 مع انحراف معياري 0.94591، مما يعكس تبايناً في الآراء حول تأثير التضخم. كذلك، فيما يخص تأثير سعر الصرف على المشروع، بلغ المتوسط 3.55 مع انحراف معياري 1.14593، مما يشير إلى وجود تباين في الآراء حول تأثير تقلبات سعر الصرف.

عند النظر إلى المتوسطات والانحرافات المعيارية للفرضيات ككل، نجد أن الفرضية الأولى (الطلب) كانت الأعلى بمتوسط 17.2 وانحراف معياري 1.98945 ، مما يشير إلى توافق كبير على وجود طلب قوي على المنتج. الفرضية الثانية (التكلفة) جاءت بمتوسط 15.1 وانحراف معياري 2.42574، مما يعكس تبايناً أكبر في الآراء حول التكاليف. الفرضية الثالثة (السعر) كانت بمتوسط 16.35 وانحراف معياري 2.30046 ، مما يشير إلى تفاؤل نسبي حول السعر المناسب للمنتج. الفرضية الرابعة (السوق) جاءت بمتوسط 15.9 وانحراف معياري 1.48324 ، مما يعكس توافقاً نسبياً حول وجود فرص في السوق، بينما الفرضية الخامسة (الاقتصاد) كانت الأقل بمتوسط 14.15 وانحراف معياري 2.08440 ، مما يعكس تبايناً كبيراً في الآراء حول استقرار الظروف الاقتصادية.

بشكل عام، يظهر التحليل أن هناك تفاؤلاً حول الطلب على المنتج وفرص زيادة حصته في السوق، ولكن هناك مخاوف حول شدة المنافسة والعوامل الاقتصادية التي قد تؤثر على نجاح المشروع.

النتائج:

1. أظهرت النتائج أن هناك حاجة ملحة في السوق للمنتج أو الخدمة التي يعتزم المشروع تقديمها، حيث كان المتوسط الحسابي لهذه الفرضية مرتفعاً.
2. أشار المبحوثون إلى إمكانية إجراء دراسات سوقية لفهم احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم، مما يعزز من فرصة النجاح.
3. في ما يتعلق بالتكاليف، كان تقدير تكاليف الإنتاج وتقديم الخدمة دقيقاً، وهو ما يدعم القدرة على تحقيق ربحية مستدامة للمشروع.
4. أظهرت النتائج أن السعر المقترح يغطي تكاليف الإنتاج والتسويق ويحقق ربحية، وأن الزبائن مستعدون لدفع هذا السعر.
5. أشارت النتائج إلى وجود فرص كافية في السوق للنمو والاستدامة، رغم المنافسة الشديدة المتوقعة.

التوصيات:

- 1 . يوصى بإجراء دراسات سوقية دورية لفهم احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم بشكل أفضل، مما سيساعد في تحسين المنتجات والخدمات المقدمة.
2. يجب التركيز على تحسين كفاءة التكاليف من خلال متابعة دائمة للتكاليف المتغيرة والثابتة، لضمان تحقيق ربحية مستدامة.
3. ينبغي الحفاظ على استراتيجيات تسعير تتماشى مع تكاليف الإنتاج والتسويق مع الحرص على عدم التأثير على جودة المنتج.
4. لتعزيز القدرة التنافسية، ينصح بتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لزيادة الوعي بالمنتج وزيادة حصة السوق.
5. من الضروري متابعة الأوضاع الاقتصادية المحلية والعالمية بشكل مستمر وتطوير خطط بديلة لمواجهة أي تقلبات قد تؤثر على استقرار المشروع.

المراجع:

- 1) المجعدين نور الدين، الدراسات الجدوى الاقتصادية بين المتطلبات النظرية والإشكالات العلمية، مجلة الباحث، العدد 2009، جامعة ورقلة، من ص. 205
- 2) أحمد عليم، دور دراسات الجدوى والتحليل المالي في ترشيد قرارات الاستثمار والائتمان، الطبعة 3، دار النشر، القاهرة، 1997، من صفحة 14
- 3) عبدو العزيز السيد ومصطفى دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات الاستثمارية، الدار الجامعية، القاهرة 2012 من ص 11- 8
- 4) د. عبد المنطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي وكلي ومراجع سبق ذكرها، مكتبة زهراء الشرق القاهرة 1997 ص
- 5) د. عبد المنطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي وكلي ومراجع سبق ذكرها، مكتبة زهراء الشرق القاهرة 1997 ص 53.
- 6) سعد طالب كاظم، دراسة الجدوى الاقتصادية المشروع تخصصي لطب و جراحة العيون في العراق جملة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية المحمد الرابع عشر العدد 2017 435 من 897
- 7) د. احمد زكريا صيام، مبادئ الاستثمار، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان & الأردن، 1997.
- 8) (1) د. سمير عبد العزيز، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، مكتبة الاشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية 1997، ص 19

9) د. احمد فهمي جلال، تقييم المشروعات الاستثمارية، مطبعة
دار التأليف، القاهرة 1978، ص75

10) امين السيد احمد لطفي، الأصول المنهجية الحديثة لدراسات الجدوى
المالية للاستثمار، دار النهضة العربية، القاهرة 1998 ص86

11) د. مهري عبد المالك، دراسة الجدوى المالية للمشروعات
الاستثمارية، مرجع سابق، ص93

12) امين السيد احمد مرسى، دراسة جدوى المشروعات
الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 ص7،8

13) امين السيد احمد مرسى، دراسة جدوى المشروعات
الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 ص9،10

14) (1) د. اويس عطوة أسس تقييم المشروعات، ودراسة جدوى
الاستثمار، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، 1992، ص22،23

