

محاضرات في مقياس المقاولاتية
موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس علم الاجتماع
الأستاذ: أ.د. حسان تريكي

المحور الثالث (المحاضرة 4+5) : دراسة الجدوى (قانونية، مالية، تجارية)

كلمة جدوى تعني الفائدة أو العائد المتوقع حدوثه من المشروع و قد يكون هذا العائد ماديا أي ربحا والذي سوف يعود على صاحب المشروع، وقد يكون اجتماعيا وهو الفائدة التي سوف تعود على المجتمع جراء القيام بالمشروع مثل اشباع حاجة لدى المجتمع، تشغيل عدد من العمال كحل لمشكل البطالة أو تلبية حاجيات السوق المحلية من سلعة أو خدمة معينة.

أولا - تعريف دراسة الجدوى:

دراسة الجدوى هي تحليل شامل لتقييم مشروع مُقترح من النواحي الاقتصادية، التجارية، الفنية، والمالية قبل تنفيذه، قبل البدء في تنفيذه، بهدف تحديد مدى احتمالية نجاحه من عدمه، وهي تهدف إلى إدارة المخاطر، وتحديد التكاليف والعوائد المتوقعة، وتقديم خارطة طريق واضحة لضمان استحقاقية الاستثمار .

تعرف دراسة جدوى المشروعات الاقتصادية على أنها: "تلك المجموعة من الدراسات التي تسعى إلى تحديد مدى صلاحية مشروع استثماري أو مجموعة من المشروعات الاستثمارية من عدة جوانب: سوقية، فنية، مالية، تمويلية، اقتصادية، اجتماعية... الخ، وذلك تمهيدا لاختيار تلك المشروعات التي تحقق أعلى منفعة ممكنة، بالإضافة إلى عدد آخر من الأهداف. وعلى هذا الأساس يمكن النظر إلى دراسات الجدوى على أنها أداة علمية تستخدم لترشيد قرار الاستثمار وتشكل دعامة قوية في توفير النجاح والأمان في مثل هذه القرارات.

و دراسة جدوى المشروعات هي دراسة تتضمن كافة الدراسات بمختلف اتجاهاتها القانونية والتسويقية والاقتصادية... الخ، والتي تسمح بتوفير قدر كافي من البيانات والمعلومات يسمح لمتخذ القرار الاستثماري باتخاذ قراره بما يتلاءم مع الأهداف التي يرغب في تحقيقها. ويتولى القيام بدراسة الجدوى إدارة المؤسسة، أو الاستعانة بالخبراء المتخصصين بعد عرض فكرة المشروع عليهم.

ثانيا - أهمية دراسة الجدوى:

لا يمكن لأي مشروع أن ينجح، دون أن تسبقه دراسة جدوى، إن دراسة الجدوى ليست مجرد خطوة اختيارية، بل هي عملية ضرورية لأي مشروع ناجح. حيث تساعد دراسة الجدوى في؛ تحديد ما إذا كان المشروع قابلاً للتنفيذ، تحديد التكاليف المتوقعة والأرباح المحتملة، تقليل المخاطر المرتبطة بالمشروع وتوفير رؤية واضحة للمستقبل لضمان استدامة المشروع. وعليه، يعد إعداد دراسة الجدوى قبل الإقدام على تنفيذ أي مشروع أمراً ضرورياً، وهذا للاعتبارات الموضوعية التالية:

- تهدف لإقامة الدليل العلمي وبأسلوب كمي عن مدى جودة وصلاحيّة المشروع المقترح مما يؤدي إلى اتخاذ القرار الاستثماري الرشيد.
- جمع البيانات اللازمة حول المشروع المقترح، من أجل اتخاذ قراراً بشأن تنفيذه أو إلغاء فكرته.
- إيجاد سبباً وجيهاً لتنفيذ المشروع دون التخوف من المخاطر مع ضمان تحقيق الأرباح المطلوبة.
- تقييم العوامل المؤثرة على نجاح المشاريع من أجل زيادة معدلات نجاحها.
- تؤدي إلى حسن استغلال الموارد المتاحة وحمايتها من التبدد أو سوء الاستخدام.
- تساهم في إنجاح التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع من خلال تنفيذ المشروعات الناجحة التي تؤدي إلى تنمية الموارد.
- تعتبر مطلب أساسي للحصول على التمويل اللازم لإقامة المشروعات من البنوك والمؤسسات.

ثانيا - أنواع دراسة الجدوى:

تنقسم دراسة الجدوى إلى عدة أنواع تمثل مجموعة من المجالات، والتي تشمل الجدوى المالية، الجدوى التجارية، الجدوى القانونية.....

1 - دراسة الجدوى القانونية

دراسة الجدوى القانونية هي تلك الاختبارات والتحليلات والاستنتاجات والتقديرية التي يقوم بها خبراء متخصصون في مجال قوانين وتشريعات الاستثمار للوصول إلى ما يعود على المشروع من مزايا وتدفقات نقدية داخلية وما يتحمله من أعباء وتدفقات خارجية، وتحديد الشكل القانوني الأنسب للمشروع الذي يعظم أهدافه.

وتسمح دراسة الجدوى القانونية بتحديد وتحليل لقوانين وتشريعات الاستثمار المنظمة للمشروع والمؤثرة فيه، من خلال المزايا الممنوحة المباشرة وغير المباشرة والقيود المطروحة وهذا على النحو التالي:

✓ تحليل الآثار المختلفة لقوانين وتشريعات الاستثمار: من أجل معرفة حوافز ومزايا الاستثمار الإعفاءات الضريبية والجمركية المطلقة والمؤقتة، والحوافز الاستثمارية الأخرى مباشرة (تتمثل في تقديم إعانات

ومساعدات مالية للمشروعات) وغير مباشرة (تتمثل في توفير الحكومة للمرافق العامة بغرض تقديم بعض الخدمات الحكومية ، لتسيير أعمال المشروع)

✓ القيود والأعباء التي تسببها قوانين وتشريعات الاستثمار: من أجل معرفة القيود التي تمنع أي مستثمر خاص أو أجنبي من الاستثمار في أنشطة معينة والقيود الخاصة بالتعامل في النقد الأجنبي وتداوله وكذا القوانين والتشريعات التي قد تضيف أعباء وتكاليف على المشروع.

2- دراسة الجدوى المالية:

تحليل الجدوى المالية هو من أهم خطوات دراسة الجدوى، و في هذه المرحلة يتم إعداد ميزانية مفصلة للمشروع تشمل؛ رأس المال المطلوب، الإيرادات المتوقعة وتكاليف التشغيل، وعليه تركز دراسة الجدوى المالية على تكلفة المشروع مقابل فوائده المتوقعة والمخاطر المالية المحتملة، حتى يتمكن أصحاب المصلحة من تحديد مدى الجدوى المالية للمشروع قبل تخصيص الموارد له، وذلك من أجل تعزيز المصادقية.

و دراسة الجدوى المالية تهتم بقياس ربحية المشروع من الناحية التجارية إلى جانب تحديد مصادر التمويل والهيكل التمويلي المقترح للمشروع وتقييم الربحية المتوقعة للمشروع من وجهة نظر المستثمر، كما تهدف دراسة الجدوى المالية إلى تحديد مدى مقدرة المشروع على الوفاء بالتزاماته، وذلك من خلال إعداد التقديرات عن إيرادات المشروع من ناحية، والتكاليف الاستثمارية وتكاليف التشغيل من ناحية أخرى على مدى العمر الإنتاجي للمشروع، وتسعى للتأكد من قدرة المشروع - من خلال التدفقات النقدية الصافية - على استرداد تكلفة الاستثمارات الرأسمالية التي سيتحملها المستثمر وقدرة المشروع على تحقيق التوازن بين الاحتياجات المالية اللازمة ومصادر الحصول عليها.

كما تهدف دراسة الجدوى المالية إلى التأكد من مدى توافر الموارد المالية اللازمة لإقامة المشروع في الأوقات المناسبة بتكلفة معقولة وذلك من خلال:

- تحديد مصادر حصول المشروع على الموارد المالية المختلفة، مع تحديد تكلفة الحصول عليها.
- تقدير التكلفة لكل هيكل تمويلي معين.
- الاختيار بين الهياكل التمويلي المختلفة بما يحقق هدف المشروع بشكل أفضل، من حيث تحديد قدرة المشروع على الوفاء بالتزاماته المالية، وذلك بما يحقق المرونة والتي تعني القدرة على تطويع الهيكل المالي للمشروع لاحتياجاته حسب الظروف المتغيرة، ومن أوجه المرونة هي مقدرة المشروع على توفير السيولة اللازمة لعمل المشروع ولمواجهة جميع التزاماته.

وتعتمد دراسة الجدوى المالية على مجموعة من البيانات و المعلومات لأوجه التكاليف المختلفة في المشروع، يتم تحليلها و تبويبها ضمن قوائم مالية، وما هو متعارف عليه أنه لا يوجد شكل موحد لهذه القوائم، بل يتوقف عددها و أنواعها ومكوناتها على عوامل كثيرة تخص طبيعة و احتياجات كل مشروع.

ويرتكز تقييم الجدوى المالية على مجموعة من العناصر يتم من خلالها التحليل والدراسة المالية، وهي كالتالي:

- التكلفة الإستثمارية
- ربحية المشروع
- تكاليف التشغيل
- الربحية القومية للمشروع
- التدفقات النقدية و هيكل التمويل

3- دراسة الجدوى التجارية (التسويقية):

تحثل الدراسة التسويقية مكانة متميزة عند القيام بإعداد دراسة الجدوى، كما تأخذ الأولوية في ترتيبها ضمن مراحل إعداد الدراسة التفصيلية، ولعل السبب في ذلك يرجع إلى أنه لا يتصور أن يتم إنشاء مشروع دون معرفة الإجابة على التساؤلات التالية:

هل سيكون هنالك من يشتري منتجات المشروع أم لا؟ وكم عددهم؟ وما هي المواصفات التي يرغبونها للمنتجات؟ وكم سيستهلكون منها؟ وكيف يمكن الوصول إليهم؟ وما هي الأسعار التي سيقبلونها ويمكنهم الشراء عندها؟ وما طرق إقناعهم بالتحول إلى منتجات المشروع؟
وللإجابة على تلك التساؤلات، كانت حتمية إعداد الدراسة التجارية مع إعطائها الأولوية في الترتيب ضمن المراحل المختلفة لإعداد دراسة الجدوى التفصيلية.

ويمكن تعريف دراسة الجدوى التسويقية بأنها: البحث عن مدى الصلاحية التسويقية للمشروع المقترح موضع الدراسة، وذلك من خلال مجموعة من الدراسات والاختبارات والتقديرات القائمة على أسس علمية بهدف تحديد مدى إمكانية تسويق منتجات المشروع وتقدير حجم الحصة التسويقية المتوقعة للمشروع، ووضع معالم السياسات التسويقية المناسبة. ويتضح من التعريف السابق أن الدراسة التسويقية تهدف إلى:

- التحديد الدقيق لمدى إمكانية تسويق منتجات المشروع.
- التقدير الدقيق لحجم الطلب على منتجات المشروع موضع الدراسة والحصة التسويقية المتوقعة.
- تحديد معالم السياسات التسويقية للمشروع (المنتج، التسعير، الترويج، التوزيع).

وتعتبر دراسة الجدوى التسويقية عصب دراسات الجدوى التفصيلية، حيث يتوقف عليها قرار البدء في دراسات الجدوى الفنية للمشروع من عدمه ومن ثم الاستمرار في باقي المراحل تلك الدراسة، وكذلك تحديد التدفقات النقدية الداخلة المتوقعة خلال العمر الافتراضي للمشروع، مما يعني أن دراسات السوق قد تبقى مستمرة طوال حياة

المشروع، وقد تعاضمت أهمية دراسة الجدوى التسويقية في ظل التحولات والتحديات الاقتصادية والتغيرات السريعة والمتلاحقة التي يعيشها العالم اليوم وظروف المنافسة الصعبة في الإنتاج والتطورات التكنولوجية المتلاحقة.

ويتطلب إجراء الدراسة التسويقية إعداد إطار تفصيلي للأهداف المطلوب الوصول إليها والتي تتضمن جميع الأنشطة السابقة لإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة وتشمل :

1. توصيف المنتج سواء سلعة أو خدمة.
2. توصيف المستهلكين واحتياجاتهم ومستواهم الاقتصادي.
3. توصيف السوق وحجمه الحالي والمستقبلي والمنافسين وأسعار السلع المثلثة والقوانين المحددة لتداول السلعة أو لتسعيها .
4. تحديد مدى تجاوب السوق لفكرة المنتج أو الخدمة الجديدة التي يسعى المشروع لتقديمها .
5. نصيب السلعة أو الخدمة من الفجوة التسويقية (الفرق بين الطلب الكلي والعرض الكلي للسلعة ا والخدمة) وبالتالي تحديد الطاقة الإنتاجية والرقم المتوقع للمبيعات .
6. إعداد الهيكل التسويقي بما يشمل من تكلفة التسويق .

* أهم المراجع:

- عبدالقادر محمد عطية، دراسات الجدوى التجارية والاقتصادية والاجتماعية، مع مشروعات BOT، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000 .
- محمد دياب، دراسات الجدوى الاقتصادية والاجتماعية للمشاريع، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2014.
- مدحت القرشي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الصناعية، دار وائل للنشر، عمان، 2009.
- هوشيار معروف، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات ، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2004 .
- يحي عبد الغني أبو الفتوح، أسس وإجراءات دراسات جدوى المشروعات (بيئية . تسويقية . مالية) " دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2003.
- ضرار العتيبي، نضال الحواري، إدارة المشروعات الائتمانية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن ، 2013.
- مدحت القرشي، دراسات الجدوى وتقييم المشروعات الصناعية ، دار وائل للنشر، الأردن، 2009.
- تيمجدين نور الدين، دراسات الجدوى الاقتصادية بين متطلبات والاشكالية العلمية، مجلة الباحث جامعة ورقلة، العدد 07، 2010-2009.