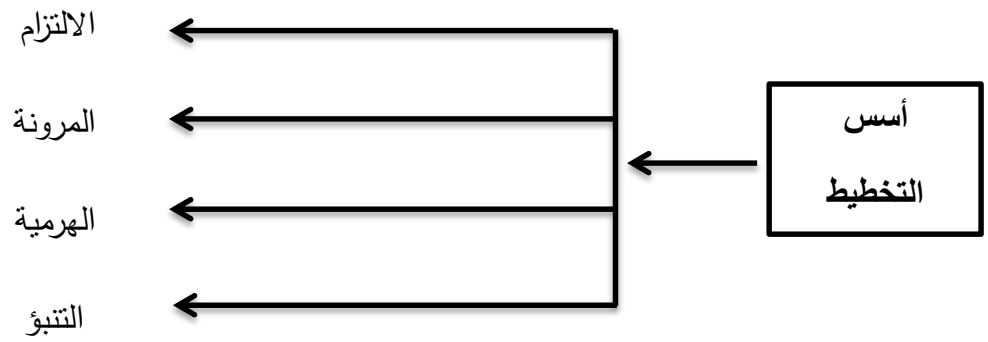
أسس التخطيط

هناك أربعة أسس جوهرية في العملية التخطيطية لابد من مراعاتها والتقيد بها، وهي على النحو الآتي :



1- الالتزام

يأتي الالتزام من خلال فهم المشاركين في تنفيذ الخطة لمكوناتها ، ومن الصعب تحقيق هذا الفهم دون اشتراك هؤلاء في وضع الخطة .

ويترتب على تطبيق الخطة التزام المنشأة ببرامج معينة، لذلك لابد وأن تغطي الخطة فترة زمنية تكفي للإيفاء بالالتزامات التي تترتب على تلك الخطة، وعلى سبيل المثال إذا تضمنت الخطة زيادة المبيعات خلال العام القادم بنسبة 10% فإن ذلك يترتب عليه التزام مدير التسويق بإعداد برامج ذات آجال أقصر تغطي مجالات أضيق مثل التسعير و الترويج و التوزيع والإعلان .

2- المرونة

إن الخطة التي لا تسمح بإجراء تعديلات تتسم بعدم الكفاءة، ويجب أن يكون هناك بدائل للخطط الأصلية بما يعطيها نسبة معينة من المرونة ، وعادةً هناك نسبة متفق عليها هي (± 10%) مثلما أوضحنا في الدورة التخطيطية (الجزء العملي).

3- هرمية التخطيط

يكتسب التخطيط في مستويات إدارية مختلفة أهمية خاصة، وبالرغم من ذلك فإن المديرين في المستويات الإدارية الأعلى يكرسون شطراً أكبر من جهودهم للنشاط التخطيطي إذا ما تم مقارنتهم بهؤلاء شاغلي المستويات الإدارية الأدنى .

ومن ناحية أخرى فإن اهتمامات الإدارة العليا توجه أساساً للتخطيط بعيد المدى ، في حين ينصرف اهتمام المستويات الإدارية الأدنى إلى التخطيط الأقصر مدىً .

4- التنبؤ

تعود أهمية التنبؤ في العملية التخطيطية إلى تأثير البيئة على تحقيق أهداف المنشأة ، ويعتمد التنبؤ بدرجة كبيرة على المعلومات المتاحة والمحتملة باعتبارها مدخلات لازمة لممارسة أساليب التنبؤ، ومثلما هو معروف أن أساليب التنبؤ عديدة أغلبها تعتمد الطرائق الرياضية أو الإحصائية المستندة على التحليل الاقتصادي في إطار النظرية الاقتصادية وقوانين السوق .

وبعد تحديد أساليب التنبؤ بشكل علمي ودقيق يمكن الوصول إلى تنبؤات علمية تتصف بنسبة في الانحرافات (±10) مراعاةً للمؤثرات غير المحسوبة والخارجة عن قدرة النموذج الذي يُعتمد في عملية التنبؤ .

مجالات التخطيط

يمكن تحديد مجالات التخطيط في خمس مجموعات على النحو الآتي :

1- موضوع التخطيط

يعني النشاط المحدد للتخطيط كأن يكون التخطيط لنوع معين من الإنتاج صناعي أو زراعي ... ، أو تخطيط عمراني أو اجتماعي أو خدمي، أو التخطيط لتسويق سلعة معينة، أو التخطيط لغرض التطوير والبحث في مجال معين ، أو تخطيط عمليات التمويل لمشروع معين .

2- المدى الزمني للتخطيط

يشتمل على أن يكون التخطيط عملية مستمرة أو قصير الأجل أو متوسط الأجل أو طويل الأجل.

3- على مستوى التنظيم

أي تحديد مستوى التخطيط كأن يكون على مستوى الاقتصاد الكلي أو على مستوى المنشأة أو الإدارات أو اللجان أو الأقسام أو على المستويين الكلي والجزئي .

4- من حيث سمات التخطيط

فقد يكون معقداً أو بسيطاً، شاملاً أو جزئياً ، اقتصادياً أو غير اقتصادي ، استراتيجياً أو تكتيكياً ، كمياً أو نوعياً ، رسمياً أو غير رسمي .

5- من حيث العنصر

أي يكون التخطيط نظاماً أو غرضاً أو هدفاً أو استراتيجية أو سياسة أو برامج ، أو موازنة أو إجراء.

تخطيط الأهداف الاستراتيجية الاقتصادية

صياغة الأهداف الاقتصادية

تصاغ الأهداف الاقتصادية العامة للدول في إطار التوجهات الفكرية (الايديولوجية) السائدة حسب استراتيجيات زمنية يُفترض أن تكون مبرمجة على أساس واقعي ينسجم مع الإمكانات الاقتصادية المتاحة والظروف الاجتماعية المرافقة خلال فترات معينة .

وعلى هذا الأساس وكشرط أساسي يجب أن تكون الأهداف الاقتصادية معبرة عن هذه الاستراتيجيات ومحققة لها في آن واحد، وعليه تقسم الاستراتيجيات العامة إلى مجموعة من الأهداف المرحلية لغرض وضوح الرؤيا في عملية التنفيذ من خلال مراحل معينة ، وبالنهاية إن تنفيذ كل مرحلة منها يعني تحقيق الاستراتيجية العامة؛ أي بعبارة أخرى إن وضوح الأهداف يكون كلما تم تقسميها زمنياً إلى مراحل مثل الأهداف البعيدة (20 سنة مثلاً) تقسم إلى متوسطة (5 سنوات مثلاً) ، والمتوسطة تقسم إلى قصيرة (سنة مثلاً)، والسنة تجزأ إلى فصول أو أشهر وهكذا .... .

وكلما قصرت الفترة الزمنية وضحت الرؤيا وأمكن تحقيق الأهداف بدقة، وبالعكس عندما تكون الفترة الزمنية بعيدة المدى فإن الأهداف ستكون غير واضحة، وستعتمد عملية تحقيقها على التصورات والاجتهادات وعندها تكثر الانحرافات عن تحقيقها، وذلك لضعف القاعدة البيانية والمعلومات الدقيقة ناهيك عن المتغيرات المرافقة، وبالتالي عدم القدرة على تحقيقها بشكل سليم .

وكلما تحقق أحد هذه الأهداف المرحلية وفقاً للتتابع المرحلي المطلوب تحقق جزء من الاستراتيجية بعيدة المدى، وهكذا لحين تحقيق أخر هذه الأهداف فعندها يكون قد تم تحقيق الاستراتيجية .

السياسات الاقتصادية وتخطيط الأهداف الاستراتيجية

لوضع الأهداف المرحلية موضع التنفيذ لابد من استخدام بعض الوسائل التي تكفل عملية التنفيذ بشكل سليم يتوافق مع هذه الأهداف، وذلك من خلال ما يسمى بالسياسة الاقتصادية، والسياسة الاقتصادية مفهوم مرافق دائماً للاستراتيجية الاقتصادية، فالسياسة الاقتصادية هي التي تحقق الاستراتيجية الاقتصادية ولا بد أن تكون ملازمة لها ، وهي قرارات وتوجيهات وفعاليات وبرامج وخطط واتصالات وبيانات ومعلومات، وتسمى هذه بالأدوات الاقتصادية ، وإن أهم هذه الأدوات هي البرامج القصيرة والخطط ذات الفترات الزمنية المعينة التي تغذى بشكل دائم ومستمر ومتلازم بالبيانات والإحصائيات والمعلومات مدعومةً بالقرارات والتوجيهات ... .

وفي ضوء السياسة الاقتصادية تناقش وتوضع الخطط الاقتصادية في مختلف المستويات، حيث هناك خطط كلية على مستوى الاقتصاد القومي تسمى بالخطط القومية، وخطط على مستوى القطاع الواحد تسمى بالخطط القطاعية مثل خطة القطاع الصناعي وخطة القطاع الزراعي وخطة القطاع الانشائي ... ، وتكون جميع هذه الخطط مستوحاة ومصاغة في ضوء السياسة الاقتصادية المحددة لها كأن تكون في اطار:

- السياسة الاقتصادية العامة للدولة / خطة الاقتصاد القومي .
- السياسة القطاعية للقطاع الواحد / خطة القطاع الواحد .

تخطيط المتغيرات الاقتصادية

تخطيط الاستهلاك

مفهوم الاستهلاك

يمثل الاستهلاك ذلك الجزء من الناتج أو الدخل الذي يستخدم في تلبية احتياجات الفرد من السلع والخدمات النهائية .

والاستهلاك إذا نظر إليه من زاوية الدخل القومي فإنه يمثل ذلك الجزء من الدخل الذي يتم إنفاقه على شراء السلع والخدمات لأغراض الاستهلاك النهائي ، أما إذا نظر إليه من زاوية الناتج القومي فإنه يمثل السلع

والخدمات التي يتم إنتاجها وتستخدم لأغراض الاستهلاك النهائي؛ أي أنه استهلاك عيني ويتم تقويمه نقدياً، ومن زاوية الإنفاق القومي فإن ما ينفق على شراء السلع والخدمات الاستهلاكية النهائية يمثل إنفاقا استهلاكياً .

العوامل المؤثرة على الاستهلاك

1- الدخل

يؤثر حجم الدخل على الاستهلاك بشكل واضح، إذ كلما ارتفع الدخل زادت الإمكانيات على الاستهلاك وبالعكس، كما يؤثر توزيع الدخل على حجم الاستهلاك، إذ كلما كانت هناك عدالة في توزيع الدخول زاد الاستهلاك، وذلك لكون أن معظم أفراد المجتمع يحصلون على دخل كنتيجة لذلك يوفر لهم القدرة على زيادة استهلاكهم، أما في حالة وجود تفاوت حاد في توزيع الدخول لصالح أقلية في المجتمع فإن هذا يؤدي إلى انخفاض في قدراتهم على الاستهلاك وهذا يؤدي إلى انخفاض حجم الاستهلاك ككل .

كما أن انتظام الحصول على الدخل واستقراره يرفع الاستهلاك نتيجة الثقة والاطمئنان في الحصول على دخل لاحق، في حين أن عدم الانتظام والاستقرار يقلل من الاستهلاك لأن الأفراد يستقطعون جزءاً من دخلهم بدلاً من إنفاقه على الاستهلاك للاحتفاظ به للفترات اللاحقة، لعدم توفر الاطمئنان والثقة في حصولهم على دخل خلالها .

2- حجم السكان

يؤثر حجم السكان ومعدلات الزيادة فيه على الاستهلاك، إذ أن ارتفاع حجم السكان وارتفاع معدلات نموه تؤدي إلى زيادة حجم الاستهلاك ويحصل العكس في حالة انخفاض الحجم السكاني وانخفاض معدلات نموه

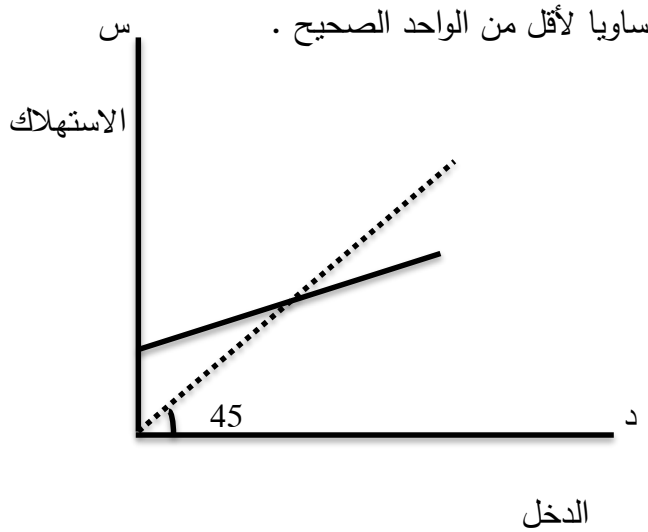
3- الأسعار

تؤثر الأسعار على الاستهلاك، حيث أن ارتفاع أسعار السلع والخدمات يؤدي إلى ارتفاع الإنفاق الاستهلاكي النقدي وتقليل الاستهلاك العيني؛ أي أن الفرد لا يستطيع الحصول بدخله النقدي إلا على قدر أقل من السلع و الخدمات بسبب هذا الارتفاع في الأسعار، وبالتالي فإن العلاقة طردية بين الإنفاق الاستهلاكي والأسعار ، وعكسية بين الاستهلاك العيني و الأسعار .

تحليل دالة الاستهلاك

لقد وضع (كينز) الاستهلاك كمتغير تابع والدخل كمتغير مستقل في علاقة دالية طردية محددة بدالة

الاستهلاك، حيث أن أية زيادة في الدخل يتبعها زيادة في الاستهلاك أيضاً لكن بنسبة أقل وبالعكس، ولذلك فإن ميل دالة الاستهلاك يكون مساويا لأقل من الواحد الصحيح .



وتتوزع الدخول التي يستلمها الأفراد نتيجة اشتراكهم في العمليات الانتاجية بين الاستهلاك والادخار وتتحدد المبالغ التي ينفقها الأفراد حسب التحليل الكينزي في المدة القصيرة على السلع والخدمات الاستهلاكية بعاملين اساسين هما :

1- دخول الأفراد الصافية .

2- ميل الأفراد إلى الإنفاق على السلع والخدمات .

ويعبر عن هذه العلاقة الدالية بالصيغة الرياضية الآتية :

س = م (د)

الاستهلاك = الميل الحدي للاستهلاك × (الدخل الصافي)

وبما أن من المنطق الاقتصادي أن الأفراد سيقومون بالإنفاق على السلع الاستهلاكية والخدمات حتى وإن كان الدخل مساوياً للصفر فلابد إذاً من استخدام حدّ آخر (ص) يعبر عن هذه الحالة في المعادلة السابقة لتصبح عندها دالة الاستهلاك على النحو الآتي :

س= ص + م (د)

أي أن (ص) هو الحد الذي يعبر عن إنفاق الأفراد على الاستهلاك حتى وإن كان دخلهم مساوياً للصفر .

ومثلما ذكرنا في البداية فإن ميل الأفراد إلى الاستهلاك يزداد تبعاً للزيادات الحاصلة في دخولهم لكن بنسبة أقل، وتشكل نسبة الإنفاق على السلع والخدمات الضرورية النسبة الأكبر من حجم الدخل في مراحله الأولى، ويستمر الأفراد في الإنفاق على السلع والخدمات الأخرى الأقل ضرورة أو أهمية (الكمالية) عند كل زيادة تحصل في دخولهم .

ويعبر عن الميل الحدي للاستهلاك بالصيغة الآتية :

$$\text{الميل الحدي للاستهلاك} = \frac{\text{مقدار التغير في الاستهلاك}}{\text{مقدار التغير في الدخل}}$$

أما الميل المتوسط للاستهلاك فيمكن الحصول عليه من خلال الاستهلاك مقسوماً على حجم الدخل :

$$\text{الميل المتوسط للاستهلاك} = \frac{\text{الاستهلاك}}{\text{الدخل}}$$

ويلاحظ من القانون أن الميل المتوسط للاستهلاك يتناقص كلما ارتفع مستوى الدخل القومي .

المراجع

1- عبد الله، عقيل جاسم (1999) – المدخل إلى التخطيط الاقتصادي (منهج نظري وأساليب تخطيطه) . دار مجدلاوي للنشر، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 301 صفحة . (اقتباس : ص44 – ص 50 ، ص55- ص59 ، ص87 – ص92)