



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول

تقييم مخاطر نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية في ظل ظروف

السوق المحلية للمدة ٢٠١٠ - ٢٠١٤

تقييم مخاطر نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية في ظل ظروف

السوق المحلية للمدة ٢٠١٠ - ٢٠١٤

عذراء عبد الهادي حسان

الباحثة

م.د. هيثم عبد الخالق إسماعيل

المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية جامعة بغداد

المستخلص:

يرمي البحث إلى التعريف بالمخاطر التي يتعرض لها نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية بنحو خاص، من ثمّ تشخيص تلك المخاطر، من خلال مجموعة من المؤشرات، التي تدل على وجودها، ومحاولة تذليلها، وتقليل أثارها السلبية على تلك الأنشطة.

توصل البحث إلى بعض الاستنتاجات، التي تؤكد على أنّ الشركة العامة للصناعات الجلدية، الشركة تعاني من انعدام الربح، وانخفاض كبير في مبيعاتها؛ نتيجة لعدم وجود طلب على منتجاتها وارتفاع كلفة المصاريف نسبة إلى الإيرادات، ممّا انعكس على كلفة الوحدة الواحدة المنتجة. كما أظهرت الاستنتاجات، بأنّ عدد منافذ البيع الخاصة بالشركة لتغطية الرقعة الجغرافية لا تكفي، بالرغم من توافر فرصة أكبر، لزيادة المبيعات ممّا انعكس سلباً على حجم تلك المبيعات. كما أنّ ضعف الدعم الحكومي للشركة بشكل مباشر وغير مباشر، قد أضعف قدرتها في منافسة منتجاتها تجاه المنتجات المماثلة في السوق المحلية.

وأخيراً تضمن البحث بعض التوصيات، والتي نأمل أنّ تكون ذات أهمية كبيرة، لتعزيز مسيرة هذه الشركة التي تُعدّ واحدة من أهم قطاعات الصناعة، ليتضمن البحث بعض التوصيات كانت أهمها: دعم الصناعة المحلية وحمايتها، وتوافر كل ما يلزم لسدّ احتياجاتها من المواد الأولية والخام، وفرض التعريفية الكمركية على المنتجات المستوردة، وزيادة حجم المبيعات، وتحقيق الربحية، والارتقاء بالقدرة التنافسية، والتخطيط المسبق بتشخيص المخاطر المحتملة، وتقليل أثارها ووضع إستراتيجية خاصة بنقل المخاطر عن طريق التأمين مثلاً.

Abstract

Research is aimed at defining the risks that the sales activity of the General Company for Leather Industries about a special, then diagnose these risks, through a set of indicators, which indicate its existence and try to overcome them, and minimizing the negative effects on those activities.

The research found some conclusions, which emphasizes that the General Company for Leather Industries, suffer from a lack of profit, and a large decrease in sales; a result of absence of demand on its products and rising cost of the expenses to income ratio of, which was reflected in the cost per unit produced. Also the conclusions shown that the number of sales outlets for the company to cover the geographical area is not enough, in spite of the availability of a greater opportunity, to increase sales which is reflected negatively on the magnitude of sales. The weakness of government support for the company directly and indirectly, has weakened its ability competition its products toward similar products in the domestic market.



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول

تقييم مخاطر نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية في ظل ظروف

السوق المحلية للمدة ٢٠١٠ - ٢٠١٤

Finally research Some of the recommendations included, which we hope will be of great importance to strengthen the march of this company, which is one of the most important sectors of the industry, the research includes some of the most important recommendations were: Supporting local industry and protect, availability of all that is needed to fill the requirements of primary and raw materials, and imposing of customs tariff on imported products, increase sales magnitude, achieve profitability, and improving competitiveness, and pre-planning diagnose potential risks, and reduce the raised and to develop a strategy to transfer risk through insurance for example.

المقدمة

يُعدُّ تقييم المخاطر من الموضوعات الحيوية التي تلقى اهتماماً متزايداً في الجوانب الاقتصادية كافة في الدول المتقدمة والنامية، حيث أدركت الدول المتقدمة أنَّ الاهتمام بالمخاطر وتقييمها هو أحد الإجراءات التي تدعم التنمية الاقتصادية، ويثير مفهوم تقييم المخاطر اهتمام الباحثين؛ كونه أحد الأسباب المهمة في الارتقاء بالقدرة التنافسية.

ونظراً لدور الصناعة المهم في الاقتصاد الوطني فإنَّ المخاطر وتقييمها يؤدي دوراً مهماً وأساسياً في مدى نمو هذا القطاع وزيادة الإنتاج بنحوٍ ثابت ومنتظم، وبكلفة أقل، نظراً لما تمثله الصناعة من أهمية في بناء البلد اقتصادياً وسياسياً، إلا أنَّ الصناعات العراقية ما زالت تعاني من مشكلات عدة، وتركز اهتمام الباحثة بدراسة المشاكل التي تخص الشركة العامة للصناعات الجلدية، منها: تدني مستويات التعاون مع مؤسسات الدولة، وانخفاض مستوى الدعم الحكومي الذي يؤثر على مبيعات الشركة، وتسويق منتجاتها.

المبحث الأول: منهجية البحث والدراسات السابقة

١-١ مشكلة البحث:

تواجه الشركة العامة للصناعات الجلدية مجموعة من المخاطر، التي يتعرض لها نشاطها البيعي، مما ينعكس سلباً على أهداف الشركة.

إنَّ ذلك يستوجب تشخيص تلك المخاطر، من خلال مجموعة من المؤشرات، التي تدل على وجودها، ومحاولة تذليلها، بهدف الحدّ من دورها، وتقليل آثارها السلبية على نشاط المبيعات.

٢-١ أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث بالآتي:

١. تشخيص المخاطر، التي يتعرض لها نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية.
٢. يسهم في تعزيز الميزة التنافسية الخاصة لمنتجات الشركة من خلال تقليل، أو إزالة المخاطر ذات الانعكاسات السلبية على هذه المنتجات.

٣-١ أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
تقييم مخاطر نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية في ظل ظروف
السوق المحلية للمدة ٢٠١٠ - ٢٠١٤

• التعريف بمفهوم المخاطر التي تتعرض لها الشركة العامة للصناعات الجلدية وهي تزاوُل نشاط المبيعات.

• تشخيص مخاطر نشاط مبيعات الشركة لمُدَّة الدراسة (٢٠١٠ - ٢٠١٤) من خلال مجموعة من المؤشرات.

٤-١ فرضية البحث:

تتعرض الشركة لمخاطر في نشاط المبيعات خلال مدة الدراسة (٢٠١٠ - ٢٠١٤) ويمكن تفصيل ذلك من خلال بيان تأثير مبيعات الشركة نتيجةً لانحسار الرقعة الجغرافية المشمولة لتسويق منتجاتها من جهة، ومن جهة أخرى انخفاض مستوى الدعم الحكومي وتدني مستويات التعاون مع مؤسسات الدولة، من حيث قبول المنتجات النهائية للشركة.

٥-١ طرق وأساليب البحث:

اعتمدت الدراسة على طرق وأساليب مختلفة، منها: التاريخي الوصفي للوقوف على بعض الظواهر التي استمرت خلال مدة البحث كما استخدمت الباحثة المنهج التحليلي الكمي لتوصيف المؤشرات والمعايير وتحديد قيمها الطبيعية، ومناقشة النتائج، والمنهج الاستنباطي لتعميم نتائج مؤشرات كل نوع من أنواع المخاطر، للاستدلال على وجود مخاطر تواجه نشاط مبيعات الشركة.

٦-١ مصادر البيانات:

اعتماد الشركة العامة للصناعات الجلدية ولاسيما المبيعات ميدانا للدراسة، حيث قُسمت الدراسة على جزئين:

• الجانب النظري: ويعتمد على ما هو متوافر من المصادر العراقية والعربية والأجنبية التي تتناول موضوع البحث، من الكتب والمجلات العلمية ومواقع الإنترنت.

• الجانب التطبيقي: حيث يتم الاعتماد على المصادر الآتية:

أ. سجلات الشركة: وتتمثل بالسجلات التي من الممكن الاطلاع عليها والخاصة بالشركة العامة للصناعات الجلدية والمؤسسات التابعة لها.

ب. المقابلات الشخصية مع الإدارات العليا والوسطى والكادر الفني التابع للشركة وفروعها.

٧-١ حدود البحث:

• حدود مكانية: حيث اختيرت الشركة العامة للصناعات الجلدية والتشكيلات التابعة لها كعينة للبحث، وهي أحد تشكيلات وزارة الصناعة والمعادن.

• حدود زمانية: وهي مدة إجراء البحث في الشركة أعلاه للمدة من (٢٠١٠ - ٢٠١٤).

٢-١ دراسات سابقة

١-٢-١ حنان عبد الباقي مصطفى/ جامعة بغداد - إدارة واقتصاد/ اقتصاد ٢٠٠٨.

عنوان البحث: تقييم كفاءة الأداء الاقتصادي للشركة العامة للإسمنت العراقية للمدة (٢٠٠٥-١٩٩٦).

تمثلت دراسة البحث في دراسة وتحليل واقع الشركة العامة للإسمنت العراقية من خلال تقييم كفاءة الأداء الاقتصادي لها. وكان الهدف من البحث استخدام معايير ومؤشرات تقييم كفاءة الأداء، وتوضيح أسباب القصور في تقليص نسب الهدر والتلف، ورفع استغلال المستلزمات السلعية. وكانت فرضية البحث تتمحور في إمكانية الشركة على استغلال الطاقات الإنتاجية والموارد المتاحة لها بالشكل الذي يساعدها على تخطي الانحرافات الموجودة لديها. وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي والتحليلي، وجمع المعلومات من سجلات الشركة والبيانات المتوفرة بغية تحليلها. وقد توصلت الباحثة إلى ضعف كفاءة أداء الشركة في تقدير كفاءة التشغيل والطاقات المخططة واعتماد الخطة على أسس غير علمية لدراسة الإمكانيات المتاحة، فيما شكلت المستلزمات السلعية نسبة عالية في عناصر التكاليف الإجمالية، بسبب الارتفاع في مستوى الأسعار. وأوصت الباحثة بضرورة تأهيل معامل الشركة وتوافر المواد الأولية ومستلزمات الإنتاج لدعم الصناعة الوطنية، وقيام الشركة بوضع الخطط الكفيلة في مجال الصناعة، ومواكبة التطور كما أوصت بالاهتمام بالموارد البشرية من ناحية التدريب والتطوير، ومواكبة التكنولوجيا الحديثة، وتوافر الطاقة الكهربائية اللازمة للشركة، ودعم الصناعة الوطنية وحمايتها من المنافسة مع نظيراتها من المنتجات الأجنبية.

٢-٢-١ دراسة Davies / ١٩٩٧.

new product strategy: key characteristics that distinguish leading innovators in selected large south African manufacturing industries.

عنوان البحث: إستراتيجية المنتج الجديدة: الخصائص الرئيسية التي تميز المبدعين الرائدة في الصناعات التحويلية في جنوب أفريقيا.

ترمي الدراسة إلى معرفة الإستراتيجية المستخدمة والمهارات المطلوبة لتطوير المنتج من خلال تحديد طبيعة النموذج الإداري للشركات الرائدة في مجال الصناعة مقارنة مع الشركات الأقل نجاحاً، كما ترمي هذه الدراسة إلى تحديد المواصفات والسمات الأساسية التي تميز تلك الشركات.

ناقشت هذه الدراسة جودة إدارة الشركة قيد البحث في تلبية حاجة الزبون وقدرتها على المنافسة، وكيفية نجاح الشركة في تطوير منتجاتها، وتقديم ما هو أفضل وجديد، وهذه إستراتيجية الغرض منها رفع مستوى الأداء، وزيادة الحصة السوقية.

استخدمت الدراسة الإستبانة وإجراء المقابلات الشخصية مع المديرين ودراسة نمو المبيعات خلال خمس سنوات، وقد بينت وجود علاقة بين النجاح في تطوير المنتج وبين المتغيرات التنظيمية، وصنفت الدراسة الشركات حسب مستوى أدائها، مع بيان المواصفات والسمات التي تميز الشركات الناجحة مع استخدام التخطيط الجيد للمنتج بالاعتماد على تطوير منتجات جديدة، وتحليل السوق لغرض مقاومة الفشل.

٣-٢-١ دراسة Bromiley / ١٩٩١.

testing A Causal Model of Corporate Risk Taking and performance.

عنوان البحث: تحليل النموذج المسبب للمخاطر في أداء الشركة.

كانت فرضية هذه الدراسة هي مدى إدراك الخطر لإيجاد الحلول المناسبة، وبيان الأثر الإيجابي للخطر في أداء المنظمة من خلال الاهتمام بفكرة الأداء الأدنى من مستوى الطموح يحث المنظمة على إيجاد وسيلة ترتقي بها إلى مستوى أفضل عن طريق إيجاد الحلول الجديدة والمناسبة. استنتجت الدراسة عن وجود تأثير سلبي للخطر في الأداء في الأمد القصير، ويتحول إلى نتيجة معاكسة على المدى البعيد، حيث تسعى المنظمات ذات الأداء الضعيف إلى البحث عن استثمارات خطرة من أجل رفع مستوى الأداء فيها، وباختيار الخطر ذي الأمد الطويل بأثره.

المبحث الثاني- المخاطر (مفهومها - تقييمها - تأمينها)

٢-١ مفهوم المخاطر:

مصطلح المخاطر له معاني مختلفة في الحياة اليومية، وفي اغلب الأحيان فإن المخاطر تستخدم لوصف حالة عدم التأكد عما سيحدث (Scott & Gregory, 2007: p1). تُعدُّ المخاطر تحدياً كبيراً يواجه المجتمعات البشرية، وهذا التحدي يخلق عبئاً اقتصادياً واجتماعياً يعيق تقدم المجتمع، ويؤثر سلباً في تطوره. إنَّ هذه المخاطر بدأت تزداد في السنوات الأخيرة، وأصبحت ضرورة ملحة لمواجهةها بشكل منظم مدروس، للسيطرة عليها، والحد من آثارها، وتقليل خسائرها إذا وقعت (علوان، ٢٠١٣ العدد ٢٢). وهناك بعض التعريفات التي تعالج المخاطر داخل المؤسسة عن طريق تقسيم خطة العمل، ودراسة المخاطر في كلِّ مرحلة.

تعرف المخاطر بحالة عدم التحقق من النتائج عند حدوثها (Chandler & Others, 2004 :3). وتعرف أيضاً بأنها مقياس نسبيّ لمدى تقلب العائد أو التدفقات النقدية التي سيتم الحصول عليها مستقبلاً (منير، ٢٠٠٨: ٢٢٢)، كما وتعرف المخاطر بأنها هي الحالة التي يمكن معها وضع توزيع احتماليّ بشأن التدفقات النقدية المستقبلية، وهنا يجب أن تتوفر معلومات تاريخية كافية تساعد على وضع هذه الاحتمالات، وهذه تسمى بالاحتمالات الموضوعية (حنفي، ٢٠٠٣ : ٣٦٤). وتعرف أيضاً بأنها عدم انتظام العوائد، فتندذب هذه العوائد في قيمتها أو في نسبتها إلى رأس المال المستثمر هو الذي يشكل عنصر المخاطرة، وترجع عملية عدم انتظام العوائد أساساً إلى حالة عدم اليقين المتعلقة بالتنبؤات المستقبلية، كما أنَّ لكلِّ استثمار درجة معينة من المخاطر، وأنَّ ما يسعى إليه المستثمر العادي هو تحقيق أعلى عائد ممكن عند مستوى مقبول لديه من المخاطر يتحدد على وفق طبيعة المستثمر وعمره (علي ورضا، 1990 : 41).

وهناك مخاطر صناعية قد عرّفها الطحان بأنها التأثير الخارجيّ الناجم عن البيئة الصناعية في الأفراد العاملين، وقد يؤدي في أوقات معينة إلى الموت أو الإصابة أو تدهور صحة العامل بصورة كبيرة (الطحان، ٢٠٠٨ : ٥٠). أما شافع؛ فعرّفها بالظروف التي تنشأ في أثناء عمليات التشغيل أو أنّها تكون موجودة أصلاً بحكم طبيعة العمل والعاملين، وهذه الظروف تشكل مخاطر معينة تهيئ لوقوع حوادث وإصابات، أو أضرار مادية ينتج تعطيل، أو فقد في وسائل الإنتاج بما فيها العنصر البشري الذي يُعدُّ أهم هذه الوسائل، وحينئذ تقل الكفاية الإنتاجية (شافع، ١٩٨٧ : ٢٩).

أما مخاطر العمل؛ فتعرّف بتلك العوامل الموجودة في بيئة العمل وبقياسها، وتقديرها، يتبين زيادتها عن مستويات التعرض المسموح بها (أبا الخليل، ١٩٩٧ : ٦٠).

٢-٢ تقييم المخاطر:

تقييم المخاطر يتكون من تحديد القيم على كلّ المخاطر والفرص باستخدام معايير محددة، ويمكن تحقيق ذلك على مرحلتين، حيث يتم إجراء الفحص الأولي من المخاطر باستخدام التقنيات النوعية تليها تحليل أكثر لأهم المخاطر (Deloitte & Touche,2004:p. 2).

ولغرض اتخاذ الإجراء اللازم بشأن المخاطر التي تواجهها مؤسسة أو شركة معينة فلا بد من التعرف بتلك المخاطر؛ كونها من العناصر الأكثر أهمية في إدارة المخاطر، ولمعرفة المخاطر يجب على المؤسسة الاعتماد على التغيرات التي تحدث في البيئة وتصميم طريقة للوصول إلى ما يتمتع به العاملون من معرفة في عمليات الإنتاج والتشغيل والتسويق والإدارة وغيرها، والاعتماد على الخبرات السابقة في تلك المؤسسة، ومن الضروري أن تدرس المؤسسة المصدر الذي تأتي منه المخاطر، سواء كانت داخلية أم مخاطر من أعمال خارجية أم أن مصدرها الموردون، وتحديد نوع المخاطر. كما ينبغي على المؤسسة أن تلاحظ أين يمكن أن تحدث المخاطر، وما هي التأثيرات المحتملة في الكلفة، ووجود وتوفير السلع والمواد الخام. وبعد تحديد وتحليل مجالات المخاطر يصبح بإمكان المؤسسة التخطيط لإزالة تلك المخاطر، ثم التوازن بين متطلبات الكلفة والكفاءة بالنسبة للمنتج وبين المخاطر.

تعرف عملية التقييم على أنّها تداخل إجراءات وخطوات تقييم، وتشخيص الأخطار التي تتعرض لها المنشآت، وتكون حسب محل الخطر والعوامل المادية والمعنوية ولكن حسب الأولوية.

أمّا تقييم المخاطر؛ عُرّف أنّه عملية تحديد المخاطر المحتملة الناشئة عن نشاط العمل واحتمال الضرر الناجم عن تلك المخاطر، ثم وضع الاثنان معاً لتقدير المخاطر التي ينطوي عليه هذا النشاط (Science of the Environment , 2014:2).

ويمكننا تعريف تقييم المخاطر بأنّها مجموعة من الخطط والإجراءات التي تتخذ لبيان تواجد المخاطر والسبل الكفيلة التي تبذل من الشركة للتحكم بها، والحد من خطورتها، وتجنبها، والاستعداد لمواجهتها، وتقليل الخسائر ومن ثم المحافظة على أداء الشركة.

ولتقييم المخاطر وظائف يمكن إيجازها بالمعرفة، وفهم العوامل والظروف الثقافية والاجتماعية، وتكامل المعرفة من خلال الخبرة في معرفة تقييم المخاطر والمساعدة على اتخاذ القرار باستخدام أدوات تحليل القرار، ومشاركة الأقسام في عملية التحليل (William & Kinney, 2003:35).

يُعدّ تقييم المخاطر من أهم السبل في المؤسسة للوصول إلى جميع وحدات العمل واستبيان آرائها فيما يخص التهديدات التي تواجه المؤسسة. ومن الضروري أن تقوم المؤسسة بتزويد موظفيها بأنواع المخاطر وتطلب منهم تقييم درجة التعرض لهذه المخاطر من حيث احتمالية وقوع الحدث، وهنا يجب على الموظف أن يأخذ بالحسبان التأثير في خدمة الزبائن والعملاء، بل وحتى في الموظفين أنفسهم.

إنّ تقييم المخاطر أو ترتيبها حسب الأولوية بنحوٍ غير مناسب قد يؤدي إلى تضييع الوقت في التعامل مع المخاطر ذات الخسائر التي من غير المحتمل أن تحدث، وكذلك تمضية وقت طويل في تقييم وإدارة مخاطر غير محتملة يؤدي إلى تشتيت المصادر التي كان من الممكن أن تستغل بنحوٍ مريح أكثر (المنصور، ٢٠٠٧: ١٥).

من الممكن تحديد خمسة خطوات لتقييم المخاطر هي: (Science of the Environment, 2014:3)

١. البحث عن المخاطر.
٢. اتخاذ قرار للذين قد يتعرضهم الأذى.
٣. تقييم المخاطر الناجمة ويقرر ما إذا كان الاحتياطات الموجودة كافية أو ينبغي القيام بأكثر .
٤. تسجيل النتائج الخاصة بالمخاطر.
٥. مراجعة التقييم من وقت لآخر وإجراء التعديل إذا لزم الأمر.

٢-٣ التأمين وسيلة للتعامل مع المخاطر:

يمثل التأمين ركناً اقتصادياً مهماً من خلال مساهمته في تطوير القطاع الصناعي، حيث ينشر التأمين الطمأنينة اتجاه الحوادث التي تحدث بتعويضه للخسائر المتحققة، وتخفيف المخاطر التي تتعرض لها المؤسسات الإنتاجية، مما يعكس الأثر الإيجابي في إنتاجية الإبداع. يعالج التأمين الآثار السلبية التي تخلفها الأخطار المختلفة، فهو لا يمنع وقوعها إلا أنّ أحد الأنشطة التي يدعمها التأمين هي تلك التي من شأنها أن تقلل من احتمال وقوع الأخطار، أو تقليل حجم الخسائر المادية، والتي يصطلح عليها (منع وتقليل الخسائر) (علوان وآخرون، ١٩٩٣: ١٢).

ويعيش الإنسان في قلق؛ بسبب الأخطار الكثيرة التي يتعرض لها في العصر الحديث بجانب الخسائر المادية والمعنوية، بحيث يحاول تقاديتها، أو منع وقوعها. ومهما اختلفت أنواع الأخطار التي يتعرض لها الإنسان نجد أنّ وقوعها ليس أمراً مؤكداً وعدم وقوعها ليس أمراً مؤكداً، والأخطار التي يتعرض لها الإنسان تنقسم على ثلاثة أقسام، وهي: الأخطار الشخصية، وأخطار المسؤولية، والأخطار المدنية (الطائي وآخرون، ٢٠١١: ٣٢). وموقف الإنسان تجاه المخاطر التي يمر بها لم تكن النظرة له سلبية، بل حاول أن يمنع وقوعها بوسائل مختلفة، مثل اكتشافه للأدوية؛ بسبب الأمراض والأوبئة في ذلك الحين، في حين أنها بقيت تلاحقه، بل ازدادت ولاسيما عند تقدم التكنولوجيا في الدول الصناعية. لذا ظهر التأمين ليأخذ جزءاً من إدارة المخاطر والتعامل مع المخاطر بأشكال متعددة، كل خطر حسب طبيعته، وخاصيته، وحدته.

يقوم التأمين بتفتيت المخاطر من خلال توزيع الخسارة التي يتعرض لها الفرد أو الشركة المؤمن عليها، على اعتبار أنّ السمة المميزة للتأمين أنه وسيلة لتحويل الخطر، على أساس أنّ هذه الميزة تتضمن جميعاً للأخطار، حيث تستطيع المنظمة من خلال تجميع أكبر عدد من الوحدات المعرضة للخطر أن تتنبأ بدقة عالية بالخسائر المتوقعة (احمد: ٣١٥). مع الأخذ بالحسبان أنّ التأمين لا يمنع تحقق الأخطار، ولكنه يساعد الإنسان على مواجهة الخسائر المادية المترتبة على تحقق هذه الأخطار (عز ، ١٩٦٩: ٨١).

المبحث الثالث- تقييم مخاطر نشاط المبيعات

٣-١ المبيعات (مفهومها وتعريفها وأهدافها):

إنَّ أحد ركائز النجاح والتفوق لأية منظمة اقتصادية تتحدد من خلال قدرتها على الإنتاج والبيع بنحوٍ علمي كفاء من خلال القيام بتنفيذ المهام والأنشطة بأداء عالٍ وصولاً إلى تحقيق أهداف المنظمة، كون المبيعات تمثل المصدر الرئيس للإيرادات، حيث إنَّ المبيعات تُعدُّ جوهر عملية التسويق في الوقت الحاضر (الصميدعي ويوسف، ٢٠١٠: ١١).

مفهوم البيع:

عرّفه البعض بالقدرة على بيع السلع والخدمات ويشتمل على تعريف الناس بمنتجات الشركة وخدماتها ومن ثم إقناعهم بالشراء، وذلك بعرض المنتج بصورة جيدة وإظهار محاسنه وقيّمته وجودته الرفيعة. كذلك يعرف بأنّه تصريف المنتجات للمستهلك، والتركيز في نشاط مبادلة السلع بالنقود، وأنَّ البيع جزء من عملية تسمى التسويق، وهذه تشمل أبحاث التسويق، وتطوير الإنتاج، وتحديد الأسعار، والإعلان فضلاً عن أنشطة أخرى. وعرفت ممارسة عمليات البيع منذ آلاف السنين، وتشير الآثار القديمة المكتشفة عن إنسان ما قبل التاريخ، أنّه مارس التجارة في مختلف السلع، كما تشير العديد من الكتابات القديمة، وهي طلبات بيع ومستندات تجارية إلّا أنّ الناس في العصور القديمة كانوا قد ابتكروا شبكات تجارية معقدة. وقد مكن اكتشاف النقد حوالي سنة ٦٠٠ ق.م الناس من بيع سلعهم بدلاً من مقايضتها، ونتيجة لهذا توسعت التجارة، وكذلك عملية البيع وأدى البيع دوراً أساسياً في تنمية اقتصاد الكثير من الشعوب وتطورهم، وازدهارهم، وعلى مرّ العصور كان البائعون يقومون بإقناع الجمهور بشراء سلع جديدة أفضل وأجود (ar.wikipedia.org).

أهمية وأهداف المبيعات:

١. تُعدُّ المحرك الأساسي للأنشطة الإنتاجية والتسويقية، والتي تتحقق من خلال أنشطتها المتعددة.
 ٢. تحقيق الأرباح واستعادة جميع التكاليف من خلال أنشطتها المتعددة.
 ٣. تحقق النمو لمواجهة المنافسة والاحتفاظ بالحصة السوقية (الصميدعي ويوسف، ٢٠١٠: ١٧).
- إذ إنّ الشركة لا تحقق أرباحاً إلّا إذا تم شراء منتجاتها، ولهذا فإنَّ البيع يُعدُّ أحد أهم الأنشطة التجارية. أي أنّ مبيعات الشركة تُعدُّ مصدر دخل أساسي لها، فكلما زادت مبيعات الشركة فإنّها ستحقق ربحاً كبيراً، يوفر وظائف جديدة، وانتعاش الاقتصاد وازدهاره، ورفيّه، وتطوره.

٣-٢ المخاطر التي تواجه نشاط المبيعات

- مخاطر منافذ البيع التي من الممكن ان تتعرض الى السرقة والحريق ويمكن معالجة هذه المخاطر بالتأمين عليها بوثائق التأمين من الحريق والسرقة.
- مخاطر المخازن كالسرقة والحريق والتلف والاهمال وقد تكون هذه المخاطر مشتركة بين الإنتاج والمبيعات لان المنتج في المخزن قد يكون مباعا مسبقا. وللتحوط من هذه المشاكل فمن خلال فحص المكان والمنافذ والابواب وغيرها او التأمين عليها بوثيقة التأمين ضد الحريق والسرقة.

٣-٣ معايير ومؤشرات تقييم نشاط المبيعات

٣-٣-١ مفهوم وأهداف ووظائف التقييم:

يتضح من مصطلح التقييم أنه يسعى إلى تحديد المسارات التي تساعد على تحقيق أقصى إنتاج ممكن والعمل على استخدام الاتجاهات العلمية، وتنمية طرق الإنتاج؛ لتحقيق الأهداف المرسومة، وزيادة كفاءة العاملين ووضع معايير قياسية لأنشطتها. والغرض الرئيس من عملية التقييم هو قياس مدى تطور الأنشطة وكفاءات الإنتاج لتحقيق الأهداف المرسومة (الجميلي، وآخرون، ١٩٧٩: ٢٥٠٠). إن لفظ التقييم تعني وظيفة إدارية تعبر عن معنى تصحيح وإزالة الانحرافات (الكرخي، ٢٠٠١: ٣٦). ويعرف التقييم أيضاً بأنه وسيلة للتحقق من أن العمليات الإنتاجية التي تم إنجازها في نهاية مدة زمنية معينة على وفق خطط محددة لغرض تحديد الانحرافات مع تحليل أسبابها (الداهري، ١٩٩١: ٤٢٧). ويعبر عنه بأنه عملية مرشدة للأنشطة الاقتصادية لتقرير ما إذا كانت الوحدات المستغلة تنتفع بمواردها بكفاءة وفاعلية لانجاز أهدافها (Robb - 1979-p.413). لذا تُعدُّ أداة للتحفيز للاستخدام الأمثل للموارد المتاحة وانجاز الأعمال بصورة جيدة، واكتشاف الانحرافات من خلال الأهداف الموضوعية مسبقاً، وبيان الأداء الفعلي للشركة من القيم المستخرجة من المعايير والمؤشرات.

الهدف الأساسي من التقييم هو معرفة مدى، وكيفية تطوير الأنشطة الإنتاجية؛ لتحديد مستوى الانحرافات في خطط الإنتاج ومقارنة المؤشرات الفعلية بالمؤشرات المستهدفة خلال مدة معينة؛ ولتقييم أهداف ووظائف نذكر منها الآتي (الجميلي وجبران، ٢٠١٣: ٢٦٨):

١. متابعة أهداف تنفيذ الخطة الاقتصادية سواء كانت قيمة أم كمية.
٢. ممارسة وظيفة الرقابة على الأنشطة المختلفة ومنها الاقتصادية وتنفيذ أهدافها وفقاً للمعايير المعتمدة على مستوى الدولة.
٣. تقييم النتائج بهدف تحديد المراكز الإدارية المسؤولة عن الانحرافات بين الأهداف المخططة والمتحققة في الفترة المدروسة أن وجدت.
٤. إيجاد الحلول أو السبل الكفيلة بحل المشكلات والاختناقات.
٥. عملية التقييم أيضاً تهدف إلى رفع معنويات العاملين وتحريك الرغبة الذاتية لديهم نحو العمل واستغلال الموارد المتاحة استغلالاً أمثل، وكذلك وسيلة لتنشيط جهود العاملين المتميزين (القاضي، ٢٠٠٠: ٧٣).

٣-٣-٢ مراحل عملية التقييم:

إن عملية التقييم تمر بثلاث مراحل مهمة، وهي:

- مرحلة جمع البيانات والمعلومات والإحصاءات: (محمد، ٢٠٠٠: ٢٥).
- مرحلة التحليل: (القرشي، ٢٠٠١: ٢٠٠).
- مرحلة الحكم على النتائج: وتمثل المرحلة الأخيرة من مراحل التقييم (محمد، ٢٠٠٠: ٢٥).

٣-٣-٣ معايير ومؤشرات التقييم:

يتطلب ترتيب المؤشرات حسب أولوياتها ثم اختيار الأنسب منها، التي يمكن قياسها قيمة أو كمية بحيث يجب الربط بين المؤشرات وأوجه نشاط الوحدات المراد تقييمها، ولا بد أن تكون المعايير والمؤشرات ذات قيمة بحيث يمكن استخدامها في تقييم النتائج بسهولة واستخراج مدى الأهمية النسبية لكل مؤشر.
مؤشر الإنتاجية:

تظهر أهمية هذا المعيار من خلال كونه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بين الطاقة الإنتاجية وبين التكاليف والأرباح والمبيعات، فكلما زادت الطاقة الإنتاجية كلما انخفضت حصة الوحدة الواحدة من تكاليف الإنتاج (العيساوي، ٢٠١١:٢٦٣).

أ- **مؤشر الربحية:** هذا المؤشر يُستقَد منه في تقييم الربحية قصيرة الأجل، وهو يشير إلى نسبة إجمالي الأرباح إلى المبيعات، ويوضح هامش الربح الذي تحققه الشركة من خلال الطلب الفعلي لنشاطها الإنتاجي والتسويقي. وهامش صافي الربح يبين استخدام هامش الربح، وذلك بقسمة إجمالي الربح على صافي المبيعات، حيث كلما ارتفعت هذه النسبة فإن كفاءة المنشأة ترتفع (القرشي، ٢٠٠١: ٢١١-٢١٩).

$$\text{هامش صافي الربح} = (\text{صافي الربح} / \text{صافي المبيعات}) * 100\%$$

ب- **مؤشر المبيعات ونسبة التطور:** يعبر هذا المؤشر عن واقعية تنفيذ أهداف خطة المبيعات والغاية منه التعبير عن مدى تنفيذ الخطة وسلامة التنفيذ الفعلي للقيم، ويستخدم هذا المؤشر للدلالة على مستوى تنفيذ خطة المبيعات فكلما ارتفعت هذه النسبة كلما تعكس قدرة الشركة على تسويق الإنتاج وتنفيذ خطة تطور المبيعات وتوسيع عمليات البيع. أما مؤشر نسبة تطور المبيعات فيبين مدى تطور المبيعات، خلال سنة معينة بالمقارنة مع السنة السابقة.

$$\text{نسبة التنفيذ أو التحقق} = (\text{قيمة المبيعات الفعلية} / \text{قيمة المبيعات المخططة}) * 100\%$$

$$\text{نسبة تطور المبيعات} = (\text{قيمة المبيعات في السنة الحالية} / \text{قيمة المبيعات في السنة السابقة}) * 100\%$$

المبحث الرابع- تحليل مؤشرات مخاطر نشاط مبيعات الشركة

يتضمن هذا المبحث تحليل مخاطر أنشطة الشركة المختلفة، ومنها مخاطر نسبة مبيعات الشركة، ومنافذ البيع التابعة لها.

٤-١ واقع نشاط مبيعات الشركة:

نشاط المبيعات واحد من أهم الأنشطة الموجودة في الشركة، حيث يُظهر هذا المؤشر مدى تطوير الشركة لخطة المبيعات وعمليات التوسع لمنافذ البيع وتنفيذها للخطة المرسومة في تطوير واقع الشركة. وسنتطرق في هذا الجزء إلى المؤشرات الخاصة بواقع نشاط المبيعات من خلال تقييم الربحية، وتحقيق الشركة للأرباح المخطط لها، وبيان نسبة تطور تلك الأرباح، والمساهمة في النهوض الاقتصادي للبلد. كما سيتم التطرق إلى المخاطر التي تواجه الشركة وتحديدها، ومعرفة تأثيرها في المبيعات لغرض تقييمها من خلال معرفة وسائل البيع المستخدمة لدى الشركة، والتعرف بالأدوات التسويقية الموجودة لديها. ولابد لنا عند تحليل واقع

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الأول
تقييم مخاطر نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية في ظل ظروف
السوق المحلية للمدة ٢٠١٠ - ٢٠١٤

نشاط المبيعات من التطرق إلى مساهمة الدعم الحكومي في توافر المواد الأولية والمواد الاحتياطية اللازمة للعمليات الإنتاجية في الشركة، وكيفية دعم الصناعة الوطنية من خلال توافر الطاقة الكهربائية، وحماية المنتج المحلي من المنتج الأجنبي، وتأثير ذلك في انخفاض أو ارتفاع سعر البيع للمنتج.

٤-١-١ مؤشر الربحية:

هذا المؤشر يُستفاد منه في تقييم الربحية قصيرة الأجل، وهو يشير إلى نسبة إجمالي الأرباح إلى المبيعات، ويوضح هامش الربح ما تحققه الشركة من خلال الطلب الفعلي لنشاطها الإنتاجي والتسويقي والكفاءة في تحقيق المبيعات، ويمكن التعبير رياضياً عن هذا المؤشر بما يأتي:

$$\text{هامش صافي الربح} = (\text{صافي الربح} / \text{صافي المبيعات}) * 100\%$$

$$\text{صافي الربح} = \text{الإيرادات} - \text{المصاريف}$$

جدول رقم (١)

هامش الربح في الشركة العامة للصناعات الجلدية للمدة (٢٠١٠ - ٢٠١٤) (دينار)

السنة	الإيرادات	المصاريف	صافي الربح	قيمة المبيعات الفعلية	هامش ربح %
	١	٢	3=1-2	4	5=3/4
٢٠١٠	٤٣٩٠٢٠٢٠٠٠	٧١٧٠٦٧١٢٠٠٠	٢٧٨٠٤٦٩٢٠٠٠ -	٣٩٢٦٢٥١٩٠٠٠	٧٠,٨ -
٢٠١١	١٠٩٨٤٠٢٩٠٠٠	٤٠٣٢٤٧٧٤٠٠٠	٢٩٣٤٠٧٤٥٠٠٠ -	١١٣٠٨١٢١٠٠٠	٢٥٩,٥ -
٢٠١٢	١٢٩٦٨٣٦١٠٠٠	٤٢٥٣٤٧٨٣٠٠٠	٢٩٥٦٤٥٧٢٠٠٠ -	١٢٠٨٩٣٧٣٠٠٠	٢٤٤,٦ -
٢٠١٣	١٠٩٦٤٤٥٦٠٠٠	٣٧٩٦٥٧٩١٠٠٠	٢٧٠٠١٣٣٥٠٠٠ -	٨٩٩٣٦٠٣٠٠٠	٣٠٠,٢ -
٢٠١٤	٢٢٨٢٦٤٥٠٠٠	٣١١١٣٩٦٥٠٠٠	٢٨٨٣١٣٢٠٠٠٠ -	٦٦٧٦٥٤٢٠٠٠	٤٣١,٨ -

المصدر: الحسابات المالية من الأرباح والخسائر وجداول الإحصاء للشركة.

العمود ٣,٥ من عمل واستخراج الباحثة

يتضح من الجدول (١) أنّ هامش الربح (- ٧٠,٨%) لسنة (٢٠١٠) وهي قيمة منخفضة جداً، واستمرت بالانخفاض حتى بلغت أدنى مستوياتها في سنة (٢٠١٤)، إذ بلغت (- ٤٣١,٨%) ممّا يعني وجود هبوط واضح في أرباح الشركة، بل يُظهر لنا الجدول أنّ الشركة كانت تعاني من خسائر كبيرة، وعلى مدار سنوات البحث، ويتضح ذلك من خلال نسب هامش الربح التي حققتها الشركة، مما يُظهر ضعف أداء نشاط الشركة، ومن ثم يولد هذا مخاطر كبيرة للشركة، ومن خلال الزيارات الميدانية لأغلب مواقع الشركة ومناظراتها، تبين لنا أسباب تدني مستوى هامش الربح، والتي كان من أهمها هو عدم الاهتمام بمنافذ البيع العائدة للشركة، ولا حتى وجود الدعم لهذه المنافذ والمعارض التسويقية، وهذا يؤثر بشدة في نسب البيع كما أنّ وجود البضائع المنافسة في السوق، وعدم الاهتمام بالدعاية والإعلان كان أحد الأسباب لعزوف الزبائن عن الشراء من منتجات الشركة، وعدم الدخول في الاستثمار عن طريق الشراكة في الإنتاج والتسويق الخارجي، وحسب قانون الاستثمار. كلّ هذه عوامل أدت إلى انخفاض الربح، ثم هامش الربح من قيمة المبيعات أو بالأحرى

الخسائر الكبيرة التي تتعرض لها الشركة، مما يشير ذلك إلى أن الشركة كانت تواجه مخاطر في نشاط المبيعات، وهذا يؤثر سلباً على نشاط الشركة وأداءها.

٤-١-٢ مؤشر نسبة تطور المبيعات:

يعبر هذا المؤشر عن واقعية تنفيذ أهداف خطة المبيعات، والغاية منه التعبير عن مدى تنفيذ الخطة وسلامة التنفيذ الفعلي للقيم ويستخدم هذا المؤشر للدلالة على مستوى تنفيذ خطة المبيعات، فكلما ارتفعت هذه النسبة كلما اظهرت الشركة قدرتها على تسويق الإنتاج، وتنفيذ خطة تطور المبيعات، وتوسيع عمليات البيع. أما مؤشر نسبة تطور المبيعات، فيبين مدى تطور المبيعات خلال سنة معينة بالمقارنة مع السنة السابقة، ويمكن التعبير رياضياً عن هذه المؤشرات وكما يأتي:

$$\text{نسبة التنفيذ أو التحقق} = \left(\text{قيمة المبيعات الفعلية} / \text{قيمة المبيعات المخططة} \right) * 100\%$$

$$\text{نسبة تطور المبيعات} = \left(\text{قيمة المبيعات في السنة الحالية} / \text{قيمة المبيعات في السنة السابقة} \right) * 100\%$$

جدول رقم (٢)

نسبة التنفيذ من قيمة المبيعات المخططة في الشركة العامة للصناعات الجلدية للمدة (٢٠١٠ - ٢٠١٤)
(دينار)

السنة	قيمة المبيعات الفعلية	قيمة المبيعات المخططة	نسبة التنفيذ %	نسبة تطور المبيعات %
	1	2	3=1/2	٤
2010	٣٩٢٦٢٥١٩٠٠٠	٤٩٩٧٥٨٤٠٠٠٠	78.6	-----
2011	١١٣٠٨١٢١٠٠٠	٤٩٩٧٥٨٤٠٠٠٠	22.6	٢٩
2012	١٢٠٨٩٣٧٣٠٠٠	٤٨٠٥٢٦٥٥٠٠٠	25	١٠٧
2013	٨٩٩٣٦٠٣٠٠٠	٢٠٦٧٠٠٠٠٠٠	43.5	٧٤
2014	٦٦٧٦٥٤٢٠٠٠	١٤٤٦٤٠٠٠٠٠	46	٧٤

المصدر: قسم التخطيط والمتابعة وجدول الإحصاء في الشركة.

العمود ٣،٤ من عمل واستخراج الباحثة

يتضح من الجدول (٢) أن هنالك تذبذباً واضحاً في المبيعات، إذ بلغت نسبة التنفيذ أعلى نسبة لها سنة (٢٠١٠)، وكانت (78.6%)، في حين كانت أدنى نسبة لها سنة (٢٠١١)، حيث بلغت (٢٢,٦%)، وقد تبين أن قيمة المبيعات نسبة إلى المخططة قليل خلال هاتين السنتين، أما سنة (٢٠١٢)، فقد بلغت النسبة (25%)، وهي أيضاً نسبة منخفضة في حين كانت نسبة التنفيذ لها (43.5%) سنة (٢٠١٣)، وفي سنة (٢٠١٤) بلغت نسبة التنفيذ (46%)، وهي نسب متذبذبة، حيث لم تحقق من المخطط ما هو مطلوب بصورة حقيقية، أي لم تصل هدف خطة المبيعات، مما يعني عدم التوافق بين قيمة المبيعات الفعلية والمخططة، ويعطي هذا المؤشر انخفاضاً واضحاً في مدى الاستفادة من قيمة المبيعات المخططة، للشركة والتلكوء

الواضح في مستوى الأداء، وهذا يدل على وجود خطر يهدد نشاط الشركة على الرغم من ارتفاع نسبة التطور خلال سنوات البحث.

أما نسبة التطور فعلى الرغم من عدم تحقيق الشركة ما مخطط له من بيع، والواضح لنا من خلال نسبة التنفيذ إلا أن بيع الشركة لمنتجاتها الفعلية كان في ارتفاع جيد، حيث نلاحظ أن أدنى مستوى لنسبة التطور كان مابين السنوات (٢٠١٠،٢٠١١)، وقد بلغت (٢٩%)، في حين بلغت (١٠٧%) بين السنوات (٢٠١١،٢٠١٢)، حيث كانت نسبة التطور في أعلى مستوى لها. أما في السنوات ما بين (٢٠١٢،٢٠١٣) و (٢٠١٣،٢٠١٤) فقد انخفضت نسبة التطور؛ نتيجة لانخفاض المبيعات، وقد بلغت (٧٤%) مما يعني تحقيق الشركة تطوراً في مبيعاتها الفعلية، إلا أن هذا لا يعني أن أداء الشركة كان جيداً؛ لأنها لم تحقق نسبة جيدة في مبيعاتها من كميات المنتج الفعلي، ومن ثم يعني هذا وجود مخاطر تؤثر في نشاط الشركة.

٤-١-٣ مؤشر منافذ البيع:

جدول رقم (٣)

المواقع والمنافذ التسويقية الثابتة والمتحركة للشركة العامة للصناعات الجلدية للمدة (٢٠١٠ - ٢٠١٤)

ت	اسم المعرض	المنطقة	ت	اسم المعرض	المنطقة
١	المجمع التسويقي في محافظة بابل	بابل	١٤	معرض جامعة بغداد	بغداد
٢	المجمع التسويقي في محافظة نينوى	نينوى	١٥	معرض وزارة النفط / مقر الوزارة	بغداد
٣	المجمع التسويقي (الكوفة)	النجف الأشرف	١٦	معرض حي الصحة	بغداد
٤	المعرض النموذجي في مقر الشركة	بغداد	١٧	معرض العلوم والتكنولوجيا / مقر الوزارة	بغداد
٥	معرض الملابس الجلدية في مقر الشركة	بغداد	١٨	معرض مستشفى الشهيد غازي الحريري	بغداد
٦	معرض الأنتاجات المخفضة في مقر الشركة	بغداد	١٩	معرض المقدادية / ديالى - بغداد	ديالى
٧	معرض الدباغة - الزعفرانية	بغداد	٢٠	معرض ديالى / جديدة الشط	ديالى
٨	معرض الزيوت النباتية / مقر شركة الزيوت النباتية	بغداد	٢١	معرض السليمانية / معمل سكاثر سليمانية	السليمانية
٩	معرض الكاظمية	بغداد	٢٢	معرض حديثة	الانبار

ت	اسم المعرض	المنطقة	ت	اسم المعرض	المنطقة
١٠	معرض الصناعات الصوفية / الكاظمية	بغداد	٢٣	معرض ميسان	ميسان
١١	معرض الحرية	بغداد	٢٤	معرض واسط	واسط
١٢	معرض سبع البور	بغداد	٢٥	معرض ذي قار	ذي قار
١٣	معرض الغزالية	بغداد			

المصدر: خطة عمل الشركة بتصريف من الباحثة

من الجدول (٣) والخاص بمنافذ البيع نلاحظ أنّ للشركة ما يقارب (٢٥) معرضاً، موزعة على (١٠) محافظات، اغلبها في محافظة بغداد، حيث يوجد (١٥) معرضاً في هذه المحافظة، وباقي المعارض موزعة على (٩) محافظات في حين لم نجد أي معرض لمنتجات الشركة في المحافظات (دهوك، اربيل، كربلاء، الديوانية، كركوك، تكريت، البصرة، السماوة) مما يعني:

١. تركيز الشركة في محافظات معينة دون غيرها في توزيع منافذ البيع.
 ٢. قد شكلت المعارض في بغداد ما يعادل نسبة (٥٨%) من أصل المعارض الموجودة.
 ٣. الكادر الذي يدير هذه المعارض هم من موظفي دوائر الدولة الذين ليس لهم خبرة أو دراية في عمليات البيع والتسويق، ولا يوجد فيها أي اهتمام من ناحية عرض المنتج أو تأثيرها بالأثاث الخاص بصالات العرض والبيع.
 ٤. من خلال جدول المبيعات أعلاه، ومما هو معروض في منافذ البيع المنتشرة في بغداد والمحافظات نلاحظ عدم امتلاك الشركة القدرة لتقديم منتجات تلي رغبة المستهلك، كما أنّ وجود منتجات مشابهة لمنتجات الشركة والمنافسة لها من ناحية السعر وقنوات التوزيع، ووسائل الترويج والإعلان، قد اثر سلباً في تنفيذ أنشطة الشركة، ومن ثم انعكاسه على مؤشر البيع الذي يلعب دوراً مهماً في بقاء واستقرار الشركة.
- نتيجة لهذه الأسباب، يتضح لنا أنّ هنالك مخاطر تؤثر في نشاط المبيعات، بل تؤثر في جميع أنشطة الشركة من وجهة نظر الباحثة.

٤-١-٤ مؤشر الدعم الحكومي:

يعدّ الدعم الحكومي من أهم المؤشرات في استغلال الموارد، وزيادة المبيعات للشركة العامة للصناعات الجلدية، ونظراً لارتباط الشركة بالاقتصاد الوطني للبلاد؛ فإنّ هذا يجعلها تتأثر بسياسة الدولة الاقتصادية والصناعية، حيث إنّ زيادة الإنتاج والتنمية الاقتصادية يعتمدان بدرجة كبيرة على وفرة وسائل الإنتاج المتاحة وظروف بيئة العمل التي لا يمكن أن تكتمل بدون الدعم الحكومي للشركة. ومسؤولية نجاح الشركة واستمرار العطاء فيها يقع على عاتق الدولة من خلال سن القوانين والتشريعات للحماية من المستورد المماثل للإنتاج



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
تقييم مخاطر نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية في ظل ظروف
السوق المحلية للمدة ٢٠١٠ - ٢٠١٤

المحلي، وفرض نظام الحماية الكمركية لكي تستغل الشركة طاقاتها الإنتاجية في تحسين أداءها وزيادة أرباحها بما يتفق والإمكانات المتاحة لها، وبنحو ينسجم مع حجم الإنتاج، وظروف السوق التنافسية.

مستوى بيع منتجات الشركة للقطاع الحكومي:

١. إنَّ غياب الدعم الحكومي يبدو تأثيره واضحاً على الشركة وبشكل كبير، حيث يتضح ضعف التسويق لدوائر الدولة، وتأثير المنتجات المستوردة الداخلة إلى السوق المحلية، مما يعني أنَّ هنالك زيادة في كلفة المستلزمات السلعية والخدمية ومن ثم زيادة كلفة إنتاج المنتج، وهذا يؤثر كثيراً في سعر البيع، ومن هنا أصبح لزاماً على الدولة أن تساعد الشركة على النهوض بنشاطها لاستمرار ديمومة النجاح.

٢. نلاحظ عزوف الدوائر والوزارات المستفيدة من منتجات الشركة عن الشراء منها وتوجهها إلى المستورد، نظراً لغياب قانون حماية المنتج المحلي والتسهيلات الحكومية التشريعية وانعدام التعرفة الكمركية.

إن تقديم التسهيلات والخدمات المختلفة من قبل الدولة إلى الشركة يسهم وبنحو كبير في تخفيض تكاليف الإنتاج، وزيادة أرباح الشركة، إلا أننا لاحظنا وخلال سنوات البحث أنَّ هنالك ضعفاً للدعم الحكومي المقدم للشركة، والذي انعكس سلباً على قدرة الشركة في العطاء وتراجعها، وتوقف أغلب معاملها عن الإنتاج في ظل الظروف الأمنية الراهنة.

المبحث الخامس - الاستنتاجات والتوصيات

٤-١ الاستنتاجات:

من خلال تحليل البيانات والمعلومات المتوفرة في فصول البحث السابقة تم التوصل إلى النتائج الآتية:

١. الشركة تعاني من انعدام الربح، بل إنَّ هناك انخفاض كبير في مبيعاتها؛ نتيجة لعدم وجود طلب على منتجاتها وارتفاع كلفة المصاريف نسبة إلى الإيرادات.
٢. انحسار الرقعة الجغرافية لنطاق شمول توزيع المنتجات الخاصة بالشركة، مما يولد ضغطاً على حجم المبيعات وبشكل مباشر يمثل أحد أهم المخاطر التي تواجه أنشطة الشركة.
٣. لم يكن الدعم الحكومي في مستوى التحديات التي تواجهها الشركة، سواء كان على مستوى مستلزمات الإنتاج والطاقة، أم على مستوى التهيئة لتحفيز مؤسسات الدولة على إبرام عقود لشراء منتجاتها، الذي يُعدُّ حافزاً لتحسين النوعية والأداء.
٤. لا يوجد في الشركة دائرة أو قسم يهتم بالتخطيط لدراسة المخاطر، التي من الممكن إنَّ تتعرض لها المعامل الإنتاجية وإداراتها.

٤-٢ التوصيات:

نتيجة لما تم التوصل إليه من النتائج، فإنه من الضروريّ طرح بعضاً من التوصيات، لتقليل من المخاطر التي تتعرض لها الشركة، حيث تم التوصل إلى هذه التوصيات بعد تحليل بيانات المؤشرات الخاصة بالمبيعات، والدعم الحكومي، ومن التوصيات:

١. اهتمام الشركة بالطاقات الإنتاجية، لما لها من أهمية في تقدم الاقتصاد الوطني، وزيادة الدخل القومي للبلد بنحو عام وتطور أداء الشركة، وزيادة حجم المبيعات، وتحقيق الربحية، والارتقاء بالقدرة التنافسية، وتقليل المخاطر التي تتعرض لها بصورة خاصة.
٢. دعم الصناعة المحلية وحمايتها، وتوافر كل ما يلزم لسد احتياجاتها من المواد الأولية، والخام، وفرض التعريف الكمركية على المنتجات المستوردة.
٣. التخطيط المسبق بتشخيص المخاطر المحتملة، التي تؤثر على أنشطة الشركة التي من الممكن أن تحدث بما يضمن للشركة قدرتها على مواجهة تلك المخاطر، وتقليل آثارها، ووضع إستراتيجية خاصة بنقل المخاطر عن طريق التأمين مثلاً.
٤. مواجهة متطلبات السوق، ومواكبة التطورات الفنية والتسويقية الحاصلة في الصناعات الجلدية من خلال الاستثمار مع الشركات المتخصصة.
٥. الاهتمام بالدعاية والإعلان، والترويج لمنتجات الشركة بصورة أوسع، وتوسيع قنوات البيع، من خلال التعاقد مع وكلاء جدد وتوفير التسهيلات الضرورية لهم، والمشاركة في المعارض الخارجية، وتنشيط التصدير.
٦. إنّ الشركة محفوفة بالكثير من المخاطر غير المكتشفة، أو غير المُقيّمة التي تنعكس آثارها على الشركة والعاملين، وهنالك ضعف في تقييم تلك المخاطر، ولغرض ديمومة واستمرارية الشركة فإن الباحثة توصي باستحداث قسم إدارة المخاطر إلى هيكلية الشركة تكون مسؤوليته الكشف عن المخاطر المحيطة بالشركة لغرض تقييمها ومعالجتها.

المصادر العربية

أولاً- الكتب

١. منير، هندي (أساسيات الاستثمار وتحليل الأوراق المالية)، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٨.
٢. حنفي، عبد الغفار (بورصة الأوراق المالية أسهم، سندات، وثائق استثمار، خيارات)، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٣.
٣. علي، خريوش حسني ورضا، رشيد عبد المعطي ومحفوظ، جودة ومحمود، العتيبي (الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق)، عمان، ١٩٩٠.
٤. الطحان، بلال مناور عثمان (هندسة السلامة الصناعية)، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨.

٥. شافع، محمد نصر الدين (الأمن الصناعي)، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، جامعة الرياض، ١٩٨٧.
 ٦. علوان، طلال ناظم والخنق، نبيل محمد والخفاجي، علاء الدين محمود (النظرية العامة للتأمين)، هيئة المعاهد الفنية، بغداد ١٩٩٣.
 ٧. الطائي، يوسف حجيم والموسوي، سنان كاظم والبديري، حسين جميل والعبادي، هاشم فوزي (إدارة التأمين والمخاطر)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط الأولى، ٢٠١١.
 ٨. احمد، ممدوح حمزة (إدارة الخطر والتأمين)، جامعة القاهرة.
 ٩. عز، عادل عبد الحميد (بحوث في التأمين)، اقتصادياته - حساباته - تكاليفه، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٦٩.
 ١٠. الصميدعي، محمود جاسم ويوسف، ردينة عثمان (إدارة المبيعات)، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط الأولى، ٢٠١٠.
 ١١. الجميلي، حميد جاسم، الحسيني، فتحي، تقي، علي محمد، جواد، صائب إبراهيم (الاقتصاد الصناعي)، مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٧٩.
 ١٢. الكرخي، مجيد عبد جعفر (مدخل إلى تقييم الأداء في الوحدات الاقتصادية باستخدام البيانات المالية)، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ط الأولى، ٢٠٠١.
 ١٣. الدايري، عبد الوهاب مطر (تقييم المشاريع ودراسة الجدوى الاقتصادية)، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، ١٩٩١.
 ١٤. الجميلي، حميد جاسم، جبران، عبد الحلیم محمد (الجدوى الاقتصادية وتقييم المشاريع)، الورق للنشر والتوزيع عمان، ط الأولى، ٢٠١٣.
 ١٥. محمد، منير شاكر (التحليل المالي مدخل صناعة القرارات)، مطبعة الطليعة، عمان، ط الأولى، ٢٠٠٠.
 ١٦. القرشي، مدحت كاظم (الاقتصاد الصناعي)، دار وائل للطباعة للنشر، عمان، ٢٠٠١.
 ١٧. العيساوي، كاظم جاسم (دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات)، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط الأولى، ٢٠١١.
- ثانياً - أطيح ورسائل وبحوث جامعية
١٨. أبا الخليل، عبد الحميد عبد الله (الأمراض المهنية الشائعة في دول مجلس التعاون الخليجي وسبل الوقاية منها)، سلسلة الدراسات الاجتماعية والعمالية لدول مجلس التعاون دول الخليج العربي، ٣٣ (١)، ١٩٩٧.
 ١٩. القاضي، عمر طارق (التقييم المالي والاقتصادي للشركة العامة للصناعات الجلدية)، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، ٢٠٠٠.



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
تقييم مخاطر نشاط مبيعات الشركة العامة للصناعات الجلدية في ظل ظروف
السوق المحلية للمدة ٢٠١٠ - ٢٠١٤

ثالثاً - المجالات والمؤتمرات

٢٠. علوان، طلال ناظم (البرنامج والأنشطة الوقائية لتقليل ومنع الخسائر) مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد الثامن، العدد 22 الفصل الأول، 2013.
٢١. الصميدعي، محمود جاسم والعسكري، احمد شاكر (مخاطر تنفيذ الأنشطة التسويقية في منظمات الأعمال)، المؤتمر العلمي السنوي السابع، ٢٠٠٧.

رابعاً - مواقع شبكات الانترنت

22. www.ar.wikipedia.org.

خامساً - المصادر الاجنبية

23. Scott E. Harrington and Gregory R. Niehaus, (Risk management and Insurance), 2007.
24. Chandler, Hillman, & Others, (Risk Management for Financial Planners), The National Underwriter Company, 1st Edition, USA, 2004.
25. Deloitte & Touche LLP (Risk Assessment in Practice), Integrated Framework, 2004.
26. Science of the Environment (Risk and risk Managent Secondrevlov) , 2014.
27. William R. and Kinney. Jr. Auditing (Risk Assessment and Risk Management Processes) The Institute of Internal Auditors Research Foundation copyright by IIA , 247.U.K, 2003.
- 28 . Robb Stephen.p. (The Administrative Process), in Tegrating Theory and Practice, NewYork, 1979.