

الفصل الخامس

أعمال الخطط

ومتابعاتها في

الاستثمار السياسي

أعداد الخطط ومتابعتها في الاستثمار السياحي

التخطيط والاستثمار السياحي والنقل

أولا : التخطيط السياحي (١) .

لتخطيط السياحي نموذج خاص من التخطيط الإقتصادي والاجتماعي والطبيعي ينفرد بإمكانيات تنبثق من طبيعة ودوافع النشاط السياحي، التخطيط السياحي يعطى للمكان الأهمية الأولى وتعتبر مرافق الإقامة والنقل عناصر مساعد- فإن التخطيط السياحي يقوم أساسا على المحافظة على القيم للمواقع السياحية- سواء كانت تعتمد في جاذبيتها على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أي عمل آخر.

*يتضمن التخطيط السياحي وضع خطة سياحية قومية متكاملة. حيث يتم تقسيمها إلى مجموعة:
- استراتيجيات.

- خطط نوعية لقطاعات النشاط السياحي والنقل السياحي .
على أن تتضمن هذه الخطط وضع قواعد لترتيب أولويات المشروعات السياحية ونوعية وسائل النقل بما يتواءم مع طبيعة وحجم ومقتضيات الطلب السياحي، ومدى توافر المرافق الأساسية.. الخ

*إعادة النظر في أشكال الأنماط السياحية على الخريطة السياحية لمصر على فترات متباعدة طوال العام لتعميم المد السياحي. حيث تتمثل هذه الأنماط السياحية في سياحة:
- المؤتمرات- الاستجمام- سفاري الصحراء- الرياضية- العلاجية- الدينية- الصيد- التسويق (الشوبنج)- التصويرية.. الخ

* توجيه الاهتمام بالآثار والمناطق الأثرية مع الحفاظ عليها وترميم ما يحتاج منها، والاهتمام بالبيئة المحاطة بالآثار من حيث النظافة ونوعية الهواء بالمنطقة ومقدار اهتزاز التربة وأسبابها. وغيرها، مع الاهتمام بفتح مناطق أثرية جديدة للزيارات السياحية.

* تشجيع الاستثمارات وتوفير التمويل اللازم لمشروعات التنمية السياحية بالمناطق الجديدة، وفي هذا الشأن يجب تنويع المزايا والحوافز ومدد الإعفاءات

الضريبية للمشروعات الاستثمارية السياحية في القانون حسب المناطق التي تقام فيها هذه المشروعات وحجم الاستثمارات ونوعيتها.

* الاهتمام بإنشاء مركز معلومات للنقل السياحي المتطور ، ليكون أساسا للعمل السياحي لعلمي المؤثر.

أعادة تخطيط صناعة النقل المتمثل في:

- النقل البحري والنهري.

- المواني الجوية (المطارات) والنقل الجوي.

بما يحقق التنسيق بينها وبين السياحة والتوسع في المطارات الدولية البديلة لتخفيف الضغط على مطار القاهرة، كما يتطلب الأمر قيام المخطط بالنظر في التخطيط لنظام متعدد الأطراف وإعطاءه الأولوية في بعض المناطق إذا كان هذا النوع من النظام يساعد على نمو وتطور تلك بمعدلات أسرع.

* تبسيط واستقرار السياسات النقدية والاقتصادية والجمركية توجيهها إلى تشجيع التنمية السياحية بكافة عناصرها ومقوماتها.

* الاقتصاد في الضرائب والرسوم المفروضة على السائح (محليا- قريبا) لتشجيعهم على القيام بالسياحة حيث تنحسر حركة السياحة الدولية إلى مصر.

* الاهتمام والارتقاء بصناعة الفنادق وأماكن الإقامة الأخرى، والمحال العامة السياحية وطرق أدارتها.

* كما يتضمن التخطيط السياحي الاهتمام بحماية البيئة والتوسع في المحميات الطبيعية والمناطق الخضراء المقترحة والتي تسهم في زيادة الحركة السياحية.

ثانيا : الاستثمار السياحي :

أن تطور السياحة الحديثة السريع وطبيعة الطلب السياحي المركبة وامتدادات هذا المطلب المباشر وغير المباشر إلى أكثر قطاعات الإنتاج قد دفعت بالمصالح السياحية إلى تهيئة وتنظيم السياحة على أساسى مبرمج ومخطط ليتسنى معه تحقيق الأهداف المنشودة في أقرب مدة وبأحسن الشروط تنفيذا وتمويلا.

فالسياحة صناعة مركبة تتطلب تخطيط واستثمارات وخبرات فنية فتطورها السريع وطبيعة الطلب السياحي وامتدادات هذا الطلب المباشر وغير المباشرة إلى أكثر

قطاعات الإنتاج تقتضى تهيئة تنظيم استثماري سياحي على أساس مبرمج ومخطط فالسياحة على شاكلة معظم الصناعات الأخرى تتطلب استثمارا عظيما، والمستثمر عادة ما يفضل أن يضع ماله في مشروع عانده سريع ومضمون. ومن هنا يتطلب معرفة العاندة المحتمل من أي استثمار قد يستثمره الفرد وسيقارن بالعواند من استثمارات قطاعات أخرى من قطاعات العمل.

وتعمد طبيعة الاستثمار في حقل السياحة على اختيار القطاع المناسب الذي ستستثمر فيه، فقد تخطط سلسلة من وكالات السياحة والسفر لافتتاح فرع جديد لها، وقد يدرس مروجي السياحة والسفر إمكانية عرض الأجازات الجماعية لمنطقة جديدة أو بأسلوب جديد، وقد تدرس إحدى شركات الطيران إمكانية شراء طائرات جديدة أو استبدال الموجودة منها بطائرات أحدث أو أسرع أو أكبر حجما.

ومن المرجح أن لا تشمل هذه القرارات على هذا النوع من الاستثمارات ولكنها جميعها تشمل على اختيار نوع واحد أو أكثر من البدائل المختلفة.

فالإففاق على المشروعات السياحية هو إففاق استثماري يحقق عاندا سريعا فهي إحدى إسرار أسواق النمو وصناعة تختلف عن أية صناعة أخرى لأنها تفيد عددا كبيرا من الناس ونتاجها على الاقتصاد القومي هي الأخرى هائلة عن طريق ما تجلبه من عملة صعبة ، وتشجيعها لسلسلة كبيرة من الصناعات السياحية، وتقديم مجالات أوفر من العمل لأناس كثيرين من الإداريين والفنيين والعمال المهرة والشغالة ومجالات أخرى مشجعة عن طريق التخطيط والاستثمار في الفنادق والخدمات السياحية والتجهيز والترويج والتسويق والنقل (٢).

وقد أوصت المنظمات والمؤتمرات الدولية الحكومات بتسهيل وتشجيع الاستثمار العام والخاص في مجال السياحة في الدول النامية.

فإن كثيرا من الاستثمار الابتدائي، يجب أن تقوم به الدولة ولجذب الاستثمار الخاص، فإن من واجب هذه الدول أن تكون على استعداد لخلق مناخ استثماري مناسب لتشجيع المستثمر الخاص مثل منح الحوافز المالية الخاصة كالهبات وانتانات، ونسب فوائد ممتازة، وذلك لجعل الاستثماري في مجال السياحة مغريا.

وتشجيع الجهود المشتركة لكافة فروعها الاقتصادية التي تهتم بالسياحة بشكل مباشر أو غير مباشر كصناعة الفنادق والإيواء التكميلي ووكالات السفر ووسائل النقل والمواصلات باستثمار الأموال في المشاريع السياحية، وبخلق الظروف الملائمة لتسهيل الاستثمارات الأجنبية في مجال السياحة.

وذلك لما تعانيه الدول النامية من نقصها الذاتي الشديد من مصادر رأس المال. فإن الاستثمار الأجنبي يجلب معه بشكل دائم عديد من المزايا مثل تقديرات أكثر واقعية للعمل السياحي، مكانية السوق، ومهارات العاملين في مجال السياحة، وخبرات في تشجيع المبيعات وفي التسويق.

على الرغم من أن الاستثمار في مجال السياحة يتشابه مع غيره من الاستثمار في المجالات الأخرى غير السياحية وذلك من ناحية رغبة المستثمر في تعظيم الربح، إلا أن الاستثمار السياحي يتميز بخصائص تميزه عن مجالات الاستثمار الأخرى.

والاستثمار في مجال السياحة يتأثر بعدة عوامل نذكر منها على سبيل المثال (٣):

(١) مدى تبسيط الإجراءات الحكومية وعدم التقييد بالروتين، والحوافز المتاحة من الدولة للراغبين في الاستثمار (السياحي) واستعداد الإدارات الحكومية لتقديم العون والمعلومات وكذلك التسهيلات للمستثمرين.

(٢) مدى توافر عنصر الأرض المناسبة للاستثمار السياحي.

(٣) الموقع من ناحية:

* الاقتراب من المراكز السياحية والحضرية ومراكز الخدمات.

* إمكانية الحصول على العمالة المدربة وتوافر مستلزمات البناء والتشييد وإمكانية الحصول على مواد الغذاء والشراب بسهولة ويسر .

طبيعة الاستثمار في الحقل السياحي تعتمد طبيعة الاستثمار في حقل السياحة، على اختيار القطاع المناسب الذي ستستثمر فيه.

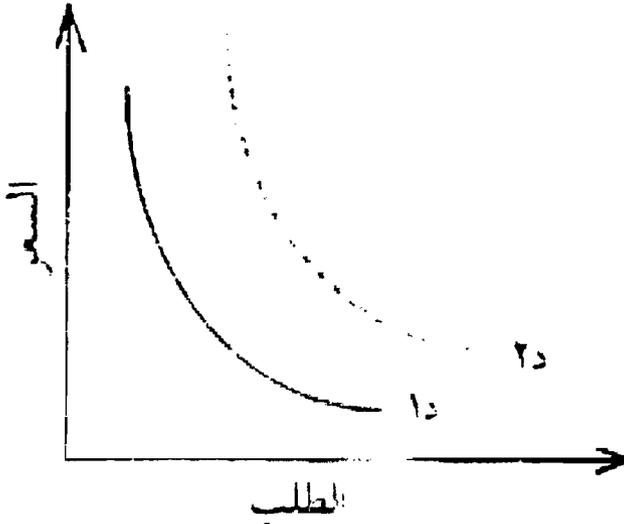
وسنبحث فيما يلي في قوانين العرض وانطلب بالنسبة لشركات السياحة والسفر، وبإدنيين بالطلب حيث إنه يحدث العرض (؛) كما ذهب بعض علماء الاقتصاد.

الطلب السياحي .

يعتمد مستوى الطلب فالخدمات السياحية على عدة عوامل، كسعر تلك الخدمة ونوعيتها، والنشاطات التسويقية التي تنفق على السلعة كما الدعاية والترويج

ومستويات دخول الأفراد وغيرها ولعل أهم هذه العوامل هي، السعر ولتوضيح العلاقة بين المطلب والسعر يستعمل الاقتصاديون تعبير منحني الطلب كما هو مبين

في الشكل (١)



قالمنحني (د ١) يمثل مجموعة من القيم لجميع العوامل التي تؤثر في الطلب، فإذا تغيرت قيمة واحدة أو أكثر من هذه العوامل، كزيادة مستوى الدخل الفردي مثلا، فإن منحني الطلب سينتقل إلى مكان أخرى كما أن ينتقل إلى (د ٢) على سبيل المثال، فالمنحني والحالة هذه يبين لنا أن الطلب في ظروف معينة ووقت محدد يزداد كلما انخفض السعر، ومن هنا يمكن التعرف على ثلاثة أنواع من منحنيات الطلب وهي:

١- منحني طلب السلعة، ويبين لنا هذا المنحني الطلب لكل سعر على أفراد لجميع المستهلكين لتلك السلعة.

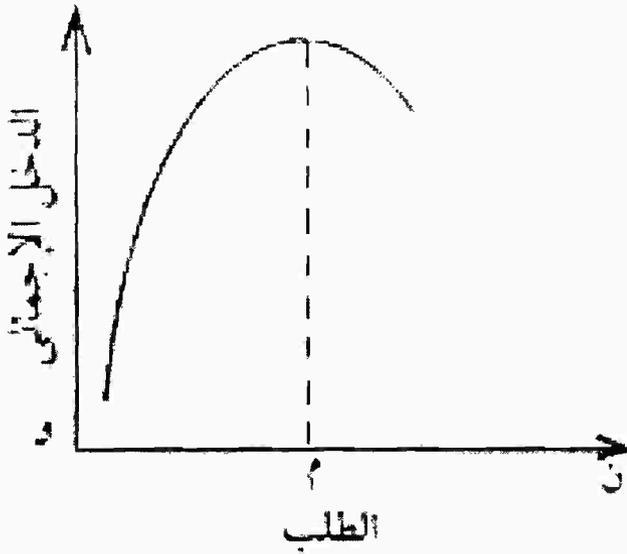
٢- منحني طلب المستهلك الفردي ويبين لنا كل سعر على أفراد للمستهلك الواحد، على اعتبار أن كل مستهلك يختلف عن الآخر.

٣- منحني الطلب للموسسة السياحية ويبين لنا التمتع ان يبيعه الشركة لكل سعر من الأسعار.

وعلى الرغم من صعوبة تركيب هذه المنحني فمن الشادة مبدأ منحني الطلب لايمكن تجاهلها ويمكن قياس الطلب في صناعة السفر بطرق، وتعتمد هذه الطرق في أساسها على تخصيص قطاع معين من قطاعات السياحة لأجراء هذه المقاييس

عليه، وكل ما يهمننا بشكل جوهري هو تحويل الطلب إلى دخل إجمالي لتلك الشركة وهذا الدخل في أبسط أشكاله يمكن تمثيله بالمعادلة التالية:

الدخل الإجمالي = الطلب الإجمالي السعر
ويمكن أن نوضح الدخل الإجمالي النموذجي بالشكل (٢) التالي:



ويصل الدخل الإجمالي إلى أعلى مستوياته عندما يكون الطلب (أو البيع) عند نقطة م- وكلما تجاوز الطلب نقطة م- كلما تناقص الدخل الإجمالي، ولكن هذا لا يعنى أن الربح يتناقص كذلك، وإذا ما عرفنا الدخل الحدي على أنه دخل اضافي لايمكن الحصول عليه إذا لم يتم إشباع أخرى وحده من وحدات الطلب، فإن النقطة-

أ- يمكن حدوثها عندما يكون الدخل الحدي مساويا لصفر. وهناك ميزة أخرى ذات فائدة وهي مرونة الطلب، وتعرف مرونة السعر للطلب على الوجه التالي:

نسبة الزيادة في الطلب

= ϵ

نسبة الناقصان في السعر

فالمرونة أن مقياس ايجابية الطلب إلى التغييرات في السعر، فإذا افترضنا أن $\epsilon = 1$ ، وهذا ما يدعى بالمرونة الاحادية، فإن ١٠% تغير في السعر، تسبب ١٠% تغيير في الطلب، وإذا كانت ϵ اكبر من ١- فإن ١٠% تغيير في الطلب ويقال عن الطلب في مثل هذه الحالات بأنه طلب مرن نسبيا. وإذا كانت ϵ أقل من ١- فإن نسبة ١٠% المفترض تغييرها في السعر ستسبب أقل من ١٠% تغيير في الطلب، ويطلق على الطلب في هذه الحالة صفة طلب غير مرن نسبيا.

ويوضح لنا الجدول رقم (٨) مدى علاقة المرونة بالدخل الاجمالي :-

$\epsilon = 1$ (طلب مرن)	$\epsilon = 1$ (طلب أحادي)	$\epsilon > 1$ (طلب غير مرن)	
انخفاض في الدخل	دخل ثابت	ارتفاع في الدخل	ارتفاع السعر
ارتفاع في الدخل	دخل ثابت	انخفاض في الدخل	انخفاض السعر

وبمقارنة هذا الجدول في الشكل رقم- ٢- نلاحظ أن الدخل قد وصل إلى أقصاه في النقطة- أ- ، وانه، لزيادة بسيطة في المطلب، لم يتغير. ويمكن القول كذلك أن الزيادة في الطلب قد نجمت عن انخفاض في السعر ولذلك لم يحدث التغيير في السعر على النقطة- أ- أي تغيير في العائدات وبذلك يكون الطلب على- أ- أحادي المرونة. وعلى اعتبار أن الزيادة في الطلب من- و- إلى- م- الناجمة عن انخفاض السعر، فإن المنحنى يبين لنا الزيادة في العائدات، وبناء على ذلك يجب أن يكون الطلب مرنا في محيط م ن- وخلاصة القول أنه يمكن ضبط المرونة بشكل جيد إذ بدأت من النقطة (ن)

وتراجعت إلى الوراء إلى النقطة ن- و- مفترضين أن انخفاض الطلب قد نجم عن الزيادة في السعر.

ولاشك في أن معرفة مرونة الطلب تؤدي لنا خدمة جلييلة في تحديد أسعار السلع السياحية.... والسؤال الذي يطرح نفسه منا هو.... تحديد مدى مرونة الطلب في صناعة السياحة والسفر؟ وهذا يقودنا إلى أن نضع في الاعتبار حركة السياحة العالمية قبل كل شيء ونستطيع أن نقسم هذه الحركة إلى عنصرين رئيسيين هما:

- ١- الحكر التجارية.
- ٢- حركة الإجازة والاستجمام.

ويلاحظ أن الطلب للسفر التجاري عن طريق الجو غير مرن نسبيا حيث أن التاجر يسافر من أجل صفقات تجاربه ذات قيمة مالية كبيرة، وغالبا ما تكون قيمة هذه الصفقات أكثر بكثير من تكاليف السفر، مفترضين والحالة هذه حلقة معقولة من الأسعار. كما أنه يصعب التعويض عن النقل الجوي بأى نموذج سفر آخر، وهذا يعنى أن النقل الجوي يتمتع بالاحتكار الكامل في هذا المجال .

ومن جهة أخرى يلاحظ كذلك أن السفر لقضاء الأجازة غالبا ما يكون مرنا نسبيا، حيث أن تكاليف قضاء الأجازة تحتل أهمية كبير ملموسة في تجزئة الدخل الاحتياطي كما أن التكاليف الباهظة لقضاء الأجازة يمكن التعويض عنها بأساليب اقل تكلفة من غيرها وخاصة في نفس بلد السائح وبالطبع فإن ذكر الدخل الأحتياطي يعنى الطلب قد يكون مرنا لأسباب أخرى عدى عن السعر وبذلك يمكن بالتاكيد أن نعرف مرونة الدخل للطلب. وإذا ما أخذنا في الاعتبار السفر الداخلي فإن الطلب على السفر الجوي التجاري ايضا يمكن أن يكون مرنا حيث نستطيع أن نعوض عن ذلك بالسفر برا أو بالقطار مثلا.

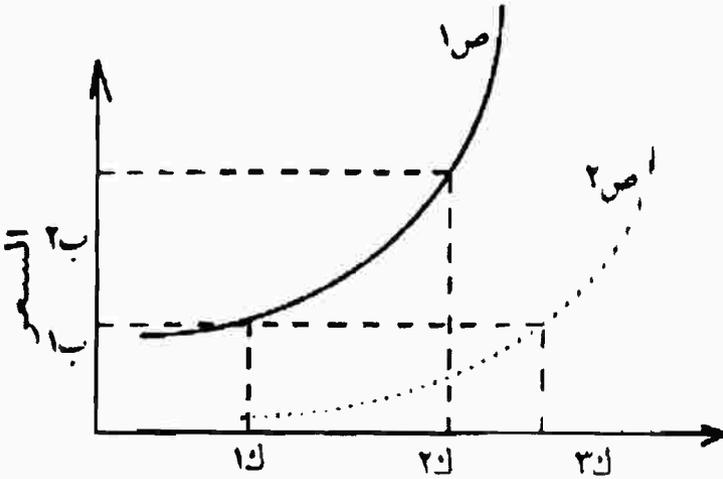
ومما سبق ذكره نستطيع القول أن الخدمات ذات الطابع الاحتكاري البسيط، أي التي يصعب التعويض عنها بخدمات أخرى، تتمتع بطلب غير مرن، في حين أن الخدمات المتواجدة في سوق المنافسة، أي حيث يمكن التعويض عنها بعدة خدمات أخرى، تعاني من مرونة الطلب.

ومن البديهي انه من الأفضل للشركات أن تتواجد في سوق غير مرن، أي في سوق احتكارية حيث أن الأسعار يمكن أن تتبدل إلى أعلى بالطبع، لأقل تأثير بسيط على الطلب. والاحتكارية تعنى عدم وجود بدائل مماثلة في السوق المنافسة. وهذا يعنى

التوجه نحو الاحتكار. وبوجه عام فإن نحو الاحتكار. وبوجه عام فإن مروجي السفر في منافسة دائمة مع بعضهم البعض ولذلك أخذ الطلب في هذه الأسواق مرنا، وحتى شركات السفر في منافسة دائمة مع بعضهم لأسواق مرنا، وحتى شركات الطيران فهي كذلك تتنافس على المسافرين بقصد التجربة ولذلك نجد أن الطلب مرنا لهذه الشركات ومع ذلك فنظرا للتوقيع على الاتفاقية تحسب الأسعار التي حددتها منظمة الإيكا فإن شركات الطيران أخذت تتجه إلى حالة الاحتكارية .

ثانياً: العرض السياحي : يعتمد كمية خدمة التي تجهزها الشركة لتعرضها في السوق على عدة عوامل، كالسعر الذي ستتقاضاه الطاقة الإنتاجية، ورأس المال العامل والضرائب والهبات وغيرها. وأهم هذه العوامل هو عامل السعر الذي يعزوه الكاتب الاقتصادي إلى الكمية المعروضة ويمثلة في تطبيقاته النظرية بمنحنى العرض كما هو

واضح في الشكل (٣)



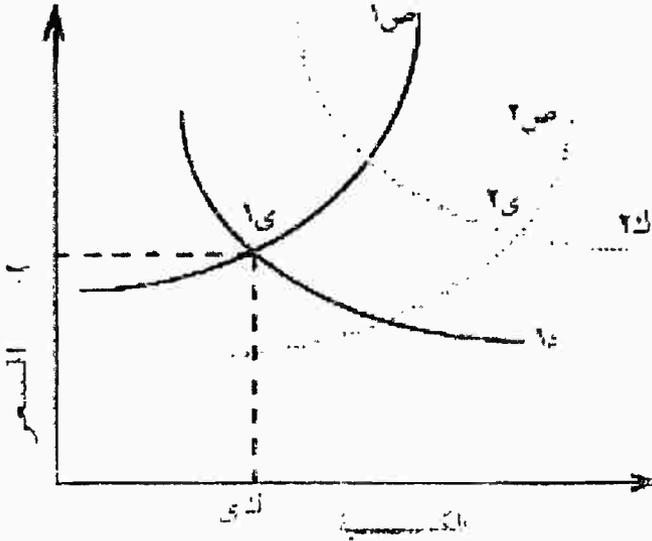
فالمنحنى- ص ١ - يمثل القيم المعنية لجميع العوامل التي تؤثر في العرض. ويشير المنحنى بأنه عندما يكون السعر- ب ١- فإن الشركة ستعرض الكمية- ك ١- إذا ارتفعت الأسعار، إلى- ب ٢ . فإن الشركة ستعرض- ك ٢- وإذا ما تغيرت قيمة إحدى العوامل الأخرى، كازدياد رأس المال العامل فإن منحنى العرض قد يتجه إلى- ص ٢-، وفي هذه الحالة فعندما يكون السعر ب ١ فإن الشركة قد تعرض للكمية ك ٣-.

وقياس العرض في صناعة السفر ، فهو كذلك يعتمد تخصيص قطاع معين من قطاعات السياحة من أجل إجراء هذه المقاييس عليه. م فقد تعرض شركات الطيران طائرات جديدة أو مقاعد طيران جديدة أو حتى مقاعد مثلية جديدة. وسلسلة الفنادق فهي تعرض الأسره، وتستطيع أن تزيد من طاقة العرض لديها بتوسيع الفنادق القائمة أو بناء فنادق جديدة.

وترطبت قضية تكاليف العرض بمستوى أو كمية العرض التي تؤثر في وضع منحنى العرض وأهم ما يتعلق بموضوعنا هذا هو الكلفة الحدية التي تعرف بأنها تكاليف إضافية لزيادة حجم التجارة بوحدة واحدة كزيادة التكاليف الناجحة عن إدارة فندق بسعة ٣١ غرفة بدلا من ٣٠ غرفة مثلا .

والآن الأبد من أن نتحدث عن كيفية تفاعل المستهلك والعارض في السوق. فمن منحنيات الطلب في الشكل ١- ومنحنيات العرض في الشكل- ٣- نستطيع أن نركب شكلا جديدا كما هو واضح في

الشكل -٤- .

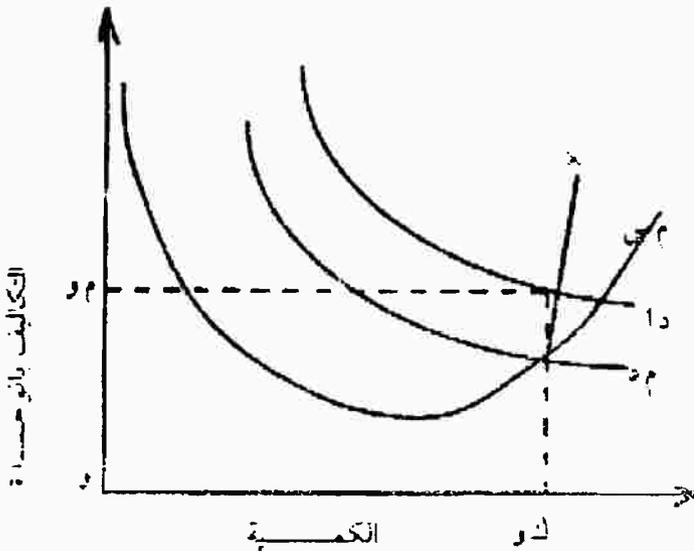


فالمنحنيات د ١ ص ١- تتقاطع على النقطة- ١- والتي تعتبر نقطة التوازن، وفي هذه الحالة يطلق على السعر- ب-ي- بسعر التوازن والكمية- ك-١- بكمية

التوازن. ومن الناحية النظرية ، فإن أسعار السوق في سوق المنافسة الحرة، ستتجه إلى ب-ى- والكمية المعروضة والمطلوب ستتجه إلى ك-ى- وإذا، اتجهت- د- ١ ، ص ١- من أماكنها إلى- ٣٥س-٢، فإن النقطة- ى ١ ستنتقل إلى- ى ٢- وإذا كان المعارض على المنحنى ص ١ فلا يوجد هنالك أية نقطة يستطيع أن يعرض عليها أكثر من- ك-ى- حيث انه لا يستطيع أن يبيعها وعلى الرغم من ذلك، فإنه إذا ما خفض التكاليف إلى المنحنى ص ٢ فآفة قد يكون قادر على بيع كمية أكثر لكن بأسعار أقل ومع ذلك فإن الإرباح الحديثة قد تبقى نفسها. والربح في أبسط أشكاله يمكن تعريفه كما يلي:-

الربح = مجموع العائدات- مجموعة التكاليف

وتشير النتائج إلى أن الربح يصل إلى أقصاه عندما تتساوى العائدات الحدية (م د) مع التكاليف الحدية (أس). وهذا يعنى أن الدخل الإضافى الناجم عن بيع وحدة إضافية تتساوى التكاليف الإضافية التي استهلكت في إنتاجها . ويمكن ملاحظة ذلك على النقطة - - وعندما تكون الكمية- ك- و- كما هو واضح في الشكل- ٤- فالكمية- ك- و- معادلة للسعر (م و) من منحنى الطلب- د- ا- .
وبذلك فإن السعر يعتبر سرا جيدا ويكن للشركة من خلاله أن تدير أعمالها ولكنه قد لا يتوافق مع سعر التوازن (دي) كما في الشكل (٥).



ومن دراسة الشكلين ٤ ، ٥ دراسة علمية وتحليلية يمكننا رسم سياسة واضحة. وعملية في تحديد الأسعار.

ثالثاً : عملية أعداد الخطة للنقل السياحي :

تعد الخطة بعد تحديد العوامل والمؤشرات التي سبق ذكرها وتجميع وتبويب المعلومات بشكل منسق وأدراجها في استمارات أو تقارير مبوبة ذات مرافق وملحقات تتضمن المعلومات التفصيلية والإحصائيات الضرورية للرجوع إليها عند اقتضاء الضرورة. وقبل الدخول بإعطاء فكرة عن طريقة أعداد هذه التقارير أو الاستمارات لابد من تسليط الضوء على موقع العملية التخطيطية من العمليات الأخرى.

يبين المخطط التالي موقع العملية التخطيطية بالنسبة إلى العملية التنفيذية والمتابعة التنفيذية أي الترجيع الذي يحدد العوامل والمتغيرات أثناء تنفيذ الخطة لكي يتم تعديل الخطة المنفذة أو الخطط المستقبلية بموجب هذه المتغيرات. كما يوضح المخطط علاقة هذه العمليات مع عملية التشغيل والصيانة وموقع المتابعة الإنتاجية بالنسبة للتشغيل والصيانة والعملية التخطيطية إذ أن بعض الأرقام والمؤشرات الناتجة عن مشاكل التشغيل والصيانة لابد من تغذيتها إلى العملية التخطيطية من خلال التقديم للاستفادة من هذه المعلومات بتعديل الخطة أو إيجاد بعض البدائل لها.

كما أن التغذية لبعض الأرقام الإحصائية الخاصة بالإنتاجية ونسبها وغير ذلك، أمر مهم ويتطلب رفده إلى جانب البيانات الإحصائية الأخرى الوافدة من جهات خارجية ومن داخل المؤسسة المعنية ومن العملية التنفيذية لأي مشروع وبالطريقة المبينة بالمخطط، وبذلك يمكن خزن بيانات إحصائية وافية للبدء بالتخطيط لأي مشروع ومكوناته في أي مؤسسة. (٥)

* أعداد الخطة

تتم عملية أعداد الخطة لأي مشروع في مؤسسة حسب حجم المشروع ومكوناته المختلفة. فقد يقسم المشروع إلى عدة مكونات إذا كان حجمه كبيراً وله جزء منفصلة بشكل مغاير بعضه للبعض من حيث التنفيذ والتجهيز. كما يتم تقسيم الخطة إلى مراحل متناسب ومكونات المشروع وأهميتها فمنها ما ينجز خلال سنة وأخرى خلال خطة ثلاثية أو خمسية. وفيما يلي نموذج للمعلومات المطلوبة لأي مشروع متكامل وطريقة تبويبها وتقديمها كخطة سنوية أو خمسية أو بعيدة المدى على أن يتم وضع

المعلومات والجواب المناسب لكل فرع من الفروع المدرجة حسب البيانات المتوفرة لدى المخطط بقدر تعلق الأمر بالمشروع المعنى بالأمر. (١)

** اسم المشروع

** اسم الجهة المقترحة للمشروع

** اسم الجهة المنفذة

** الدائرة المشرفة على التنفيذ

** الجهة التي ستقوم بالتصميم (جهاز الدائرة أو استشاريون أجنب)

** اسم الجهة المستفيدة من المشروع

** موقع المشروع

** المدة المقررة لتنفيذ المشروع:

** ١- تأريخ المباشرة بالدراسة

** ٢- تأريخ انتهاء الدراسة

** ٣- تأريخ البدء بالعمل

** ٤- تأريخ اكتمال المشروع

*** طبيعة المشروع واهدافه :

*** وصف موجز للمشروع والغرض من انشائه وتفاصيل الخدمات يقدمها

** بيان مرحلة المشروع (مباشر به أو جديد)

** بيان أفضليته على المشروعات الأخرى التي تقدم نفس الخدمة .

**** الأهمية الاقتصادية:

*الزيادة في القيمة المضافة (تشمل الأجور والمرتببات/ عوائد الملكية/

ا جارات وفوائد وأرباح) .

* الزيادة في فرص العمالة في فترة التنفيذ.

* الزيادة في فرص العمالة لغرض الصيانة والتشغيل في مرحلة الانتاج.

* البديل أو بدائل المشروع وأسباب عدم التوصية بها .

* ماهى الأضرار الاقتصادية التي تنجم عن عدم تنفيذ المشروع.

* نتائج الدراسات التمهيدية عن إمكانيات نجاح المشروع:

* الدراسات الفنية

* الدراسات الاقتصادية

* أسلوب تنفيذ المشروع:

* مراحل التنفيذ ومددها

* تنفيذ مباشر (من قبل المؤسسة نفسها)

- * تنفيذ غير مباشر (من قبل جهات خارجية)
 * الكلفة التقديرية الإجمالية للمشروع (بالعملة المعتمدة)
 * مجموع المبالغ المصروفة سابقا على المشروع:.....
 أ- المبالغ المصروفة لنهاية سنة أعداد الخطة:.....
 ب- المبالغ المتوقع صرفها خلال السنتين التاليتين (أو العدد المتفق عليه)
 لأعداد الخطة

مكونات الاستثمار - تفاصيل كلفة المشروع كما وقيمة :

المبالغ

...

...

...

...

...

...

= دراسات وأبحاث

= ارض

= مباني وإنشاءات

= وسائل نقل

= مكائن ومعدآت

= أثاث وثوابت أخرى

...

الإجمالي

جدول (٨) مجموع التخصصات موزعة على سنوات

الخطة حسب مصادر تمويلها:

المبالغ بالعملة المعتمدة

	٦	٥	٤	٣	٢	١	
عملية محلية	
عملية أجنبية	
المجموع	

الجدول رقم (٩) المبالغ المخصصة للاستيراد المعدات ومواد البناء للمشروع

السنة	المبلغ (بالعملة المعتمدة)
٢	٠
٣	٠
٤	٠
٥	٠
٦	
٧	
٨	
٩	
المجموع	٠٠

الجدول رقم (١٠) نوعية ومواد البناء للمشروع

الكميات المطلوبة لكل سنة	الوحدة	الاسمنت المقدم للمياه
٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١	طن	الاسمنت العادي
	=	الطوب الأحمر
	٢م	الطوب البدين
	٢م	حديد تسليح
	طن	الزئط
	١م	الرمل
	٢م	مواسير
	متر	أخرى
	٠٠٠	

الجدول رقم (١١) العاملون المؤمن عليهم بالمشروع

المهنة	العدد المطلوب لتنفيذ المشروع وكلفة تشغيلهم	العاملون المؤمن عليهم	العدد الاضافى وكلفته
	العدد رجل أجرة الاجمالي شهر الكلفة /	العدد رجل أجرة شهر الكلفة /	العدد رجل أجرة شهر الكلفة /
المهندسون الإداريون الفنيين عمال ماهرون عمال مدربين عمال ترحيلة			
المجموع			

تجمع هذه التقارير أو الاستثمارات الخاصة بكل مشروع من مشاريع المؤسسة أو الهيئة أو الجهاز المخطط له وتبويب حسب أهمية المشاريع المقررة للمؤسسة و ثم ترفق مع مقدمة و خلاصة عن الخطة المعدة واهدافها وما ستوفره من إنتاجية عند تحقيقها كزيادة لفرص العمالة والإنتاج والقيمة المضافة والأجور وغير ذلك وعلى مدى سنوات الخطة مع بيان مراحل وأسلوب التنفيذ لهذه المشاريع على مدى الفترة الزمنية المقترحة للخطة وبشكل مشابه لما جاء في استثمارات المشاريع وبعدها تجمع هذه المعلومات مع الاستثمارات وتعد على شكل كتاب يتضمن خطة المؤسسة السنوية أو الخمسية حسب مديات الخطة المعدة ويرسل إلى الجهات العليا لمناقشته وإقراره.

وبعد الإقرار يصار إلى أعداد منهاج لتنفيذ المشاريع الواردة في الخطة بموجب ما أدرج فيها وحسب التعديلات التي أجريت عليها أن وجدت.

