

مثال حول استخدام طريقة دلفي كاسلوب للتنبؤ بحجم المبيعات:

المؤسسة: "طاسيلي للسياحة والسفر": هي مؤسسة تنشط في مجال السياحة وتقوم بتنظيم رحلات سياحية داخلية (جولات في المدن التاريخية، رحلات سفاري، عطلات شاطئية).

- ترغب مؤسسة "طاسيلي للسياحة والسفر" التنبؤ بحجم مبيعاتها من الخدمات التي تقدمها للعام القادم 2026، في ظل وجود عوامل اقتصادية غير مستقرة وتغيرات في أنماط السفر بعد الجائحة.

تطبيق طريقة دلفي :

الخطوة الأولى: تشكيل فريق التنسيق (المنظمين) واختيار الخبراء

1. المنظمون : يتكون من مسؤول التسويق، ومحلل بيانات
2. مجموعة الخبراء : اختيار 10 خبراء من خارج المؤسسة لضمان الحيادية والموضوعية. تضم:

- 3 . خبراء اقتصاد: متخصصون في الاقتصاد المحلي والسياحة.
- 3 . أكاديميين: أساتذة جامعيون في إدارة السياحة والضيافة.
- 2 . منظمي رحلات مستقلين: يمتلكون خبرة ميدانية طويلة.
- 2 . مسؤولين حكوميين سابقين: من هيئة السياحة (لفهم السياسات والتوجهات الحكومية).

الخطوة الثانية: الجولة الأولى – طرح الأسئلة المفتوحة (يمكن طرح من سؤال

الى 03 اسئلة مفتوحة)

يرسل المنظمين استبيانًا أوليًا مفتوحًا للخبراء العشرة. السؤال الرئيسي هو: "بناءً على خبرتك، ما هي العوامل الرئيسية التي ستؤثر على حجم المبيعات للرحلات السياحية الداخلية في عام 2026، وما هو تقديرك النسبي لتأثير كل عامل (إيجابي أو سلبي)؟"

❖ ارسال الاستبيان الى الخبراء عبر البريد الالكتروني، بعد الاجابة عليها

ترسل الى المنظمين، وفيما يلي ملخص لاهم العوامل المؤثرة على حجم

مبيعات الرحلات السياحية الداخلية:

1. معدل النمو الاقتصادي والتضخم.
2. تغيرات أسعار النقل، الفنادق، المطاعم.
3. الاتجاهات السائحين نحو "السفر المحلي" أو "السياحة الداخلية".
4. القرارات الحكومية الداعمة للسياحة (مثل تخفيض رسوم الدخول للمواقع الأثرية).
5. عروض المنافسين في السوق والمنافسة من منصات الحجز عبر الإنترنت.
6. القوة الشرائية للمواطنين.

❖ بناءً على هذه الاجابات، يصمم المنظمين استبياناً بأسئلة مغلقة و/أو

شبه مغلقة

الخطوة 3: المرحلة الثانية - الاستبيان شبه المغلق و/أو مغلق (عدد الاسئلة يكون من

03 الى 06 اسئلة على الاكثر، يمكن ايضاً تصميم الاسئلة جميعاً على شكل عبارات

حسب سلم ليكرت الثلاثي، الخماسي...الخ)

يرسل الاستبيان الجديد للخبراء، ويتضمن:

السؤال 01: اليكم قائمة باهم العوامل الستة المحددة لحجم المبيعات ونرجو

من السادة الخبراء تقييم تأثير كل عامل على مبيعات "المؤسسة السياحية" على

مقياس من (-5) "تأثير سلبي قوي" إلى (+5) "تأثير إيجابي قوي".

جدول رقم 01: آراء الخبراء حول قوة تأثير اهم العوامل على حجم المبيعات

1. معدل النمو الاقتصادي والتضخم.										
+5	+4	+3	2+	+1	0	1-	2-	3-	4-	5-
2. تغيرات أسعار النقل، الفنادق، المطاعم.										
+5	+4	+3	2+	+1	0	1-	2-	3-	4-	5-

3. الاتجاهات السائحين نحو "السفر المحلي" أو "السياحة الداخلية".										
+5	+4	+3	2+	+1	0	1-	2-	3-	4-	5-
4. القرارات الحكومية الداعمة للسياحة (كتخفيض رسوم الدخول للمواقع الأثرية).										
+5	+4	+3	2+	+1	0	1-	2-	3-	4-	5-
5. عروض المنافسين في السوق و منصات الحجز عبر الإنترنت.										
+5	+4	+3	2+	+1	0	1-	2-	3-	4-	5-
6. القوة الشرائية للمواطنين.										
+5	+4	+3	2+	+1	0	1-	2-	3-	4-	5-

المصدر: اعداد فريق المنظمين .

السؤال 2: "بناء على هذه العوامل، ما هو تقديرك لنسبة النمو (أو الانكماش)

في المبيعات مقارنة بعام 2025؟ (مثال: +8%، -2%، +15%)."

الخطوة الرابعة: يتم جمع التقديرات وتنظيم وتلخيص اجابات الخبراء على

الاستبيان، اتضح وجود تباينات بين آراء الخبراء في تقدير نسبة نمو او انكماش المبيعات

2026 مقارنة بسنة 2025:

✓ أدنى تقدير: -5% (تشاؤم بسبب التضخم)

✓ أعلى تقدير: +20% (تفاؤل بسبب اتجاهات السياحة الداخلية)

✓ المتوسط الحسابي للتقديرات: +7.5%

✓ الوسيط (القيمة الوسطى): +8%

الخطوة الخامسة: التغذية الراجعة والتعديل

يرسل فريق التنسيق الاستبيان مرة أخرى استبيان، ولكن هذه المرة مع تضمين التغذية الراجعة المجمعة.

"بناءً على هذه المعلومات، يطلب من الخبير مراجعة تقديره في حال أراد ذلك، مع إعطاء سبب موجز إذا قام بتغيير كبير في تقديره".

1. تقديره الشخصي من الجولة السابقة (مثلاً: +10%).

2. متوسط تقديرات جميع الخبراء. (+7.5%)

3. نطاق التقديرات نمو أو انكماش المبيعات (من -5% إلى +20%).

التقديرات النهائية: تعديلات طفيفة في اتجاه آراء الخبراء، حيث:

· الخبير الذي توقع -5% قد يرفع تقديره إلى 0% بعد أن يقرأ. ويحلل الأسباب الإيجابية للخبراء متفائلون بشكل معتدل.

· الخبير الذي توقع +20% قد يخفض تقديره إلى +15% بعد أن يقرأ تعليقات الخبراء الاقتصاديين حول التحديات.

الخطوة الخامسة: الوصول إلى الإجماع

تكرر عملية (إرسال الاستبيان مع التغذية الراجعة المحدثة) إلى أن لاحظ فريق التنسيق أن:

✓ تباين الآراء قد قل بشكل كبير.

✓ نطاق التقديرات أصبح أضيق (مثلاً: من +4% إلى +12%).

✓ لم يعد هناك تغييرات جوهرية في تقديرات الخبراء.

✓ عند هذه النقطة، يقرر فريق التنسيق إنهاء الجولات.

الخطوة 6: تحليل النتائج والتقرير النهائي

يعد فريق التنسيق تقريراً نهائياً لصانعي القرار:

تقرير طريقة دلفي " التنبؤ بنسبة نمو حجم مبيعات رحلات السياحة

الداخلية"

1. التقدير النهائي: بعد تحليل نتائج الجولة الأخيرة، تعلن المؤسسة " طاسلي للسياحة والاسفار" عن نتائجها:

التنبؤ النهائي لحجم المبيعات للعام 2026: نمو بنسبة +8.5% (وهو متوسط التقديرات النهائية للخبراء).

2. التوصيات :

✓ وضع الميزانية: تقوم المؤسسة بوضع ميزانية المبيعات للعام 2026 بناءً على هذا الرقم.

✓ التخطيط للموارد البشرية: تقرر الإدارة ما إذا كانت بحاجة إلى توظيف المزيد من مرشدي السياحة أم لا.

✓ التسويق: تزيد ميزانية التسويق بشكل يتناسب مع حجم النمو المتوقع، مع التركيز على العوامل الإيجابية التي أشار إليها الخبراء