

الدفعة الماسية



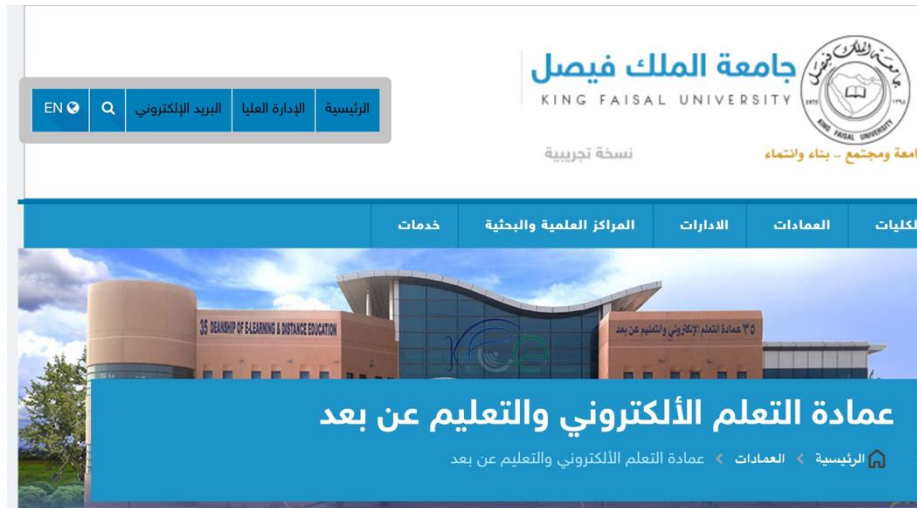
المحاضرة المباشرة الأولى (طلاب)

- ذكر أن المحاضرات المباشرة مهمة بالنسبة، ويطلب تبليغ جميع الطلبة بأهمية حضور المحاضرات القادمة.
- ذكر كيفية التواصل معه سواء عن طريق الايميل أو التويتر أو هاتف الجامعة.
- تكلم عن مسابقة لدى الجامعة تحت عنوان " تسويق التمور الفاخرة " وطلب نشرها والمشاركة فيها، وبيّن أن جائزة المركز الأول هي ١٠,٠٠٠ ريال، الجائزة الثانية ٧٠٠٠ الجائزة الثالثة ٣٠٠٠.
- ذكر أن مقرر إدارة الأعمال الصغيرة يعتبر من أهم المقررات.
- ذكر أن الفكرة هي بداية لكل عمل.
- تكلم بشكل مبسط عن قمع الريادة.
- بالنسبة للمقرر : ذكر الدكتور أن مذاكرة المحتوى والاستماع للمحاضرات المسجلة وحل أسئلة الأعوام السابقة للإستئناس بها هو الطريق الأمثل.
- في المحاضرات المباشرة القادمة سيتكلم الدكتور عن الريادة.

المحاضرة المباشرة الأولى (طالبات)

- تطرق إلى موضوع المسابقة المطروحة بموقع عمادة التعلم الإلكتروني والتعلم عن بعد، وأشار بالأهمية المشاركة بها بالتعاون مع شركات التمور.

- تطرق إلى موضوع المسابقة المطروحة بموقع عمادة التعلم الإلكتروني والتعلم عن بعد



- وتطرق لأهمية المادة وأنها من أهم المواد التي يدرسها الطالب
- وهي أداة لتحقيق الذات
- وأنها تعني الرؤية
- تطرق لـ الريادة وأهميتها
- وتطرق لمحاضرة ألقاها وهي بعنوان (قمع الريادة) وأشار لمدى أهمية المحاضرة وأنه سوف يعرضها بالمحاضرات المباشرة القادمة
- وذكر أهمية خطوات الريادة
- وذكر أنه (قائد فريق طموح لريادة الأعمال) وأنه يقدم المساعدات لأصحاب المشاريع الصغيرة وأكد أهمية زيارة الجامعة ومرفقاته من مكتبات ومقابلة دكاترة الجامعة والاستفادة منها

- وكذلك أنه مستعد للقاء بمن يملك مشروع أو فكره وأنه يقدم المساعدة والعون بتدعيم هذه المشاريع وتطويرها
- وتطرق لمشروع عرض عليه بإسم فورتكوزا فكون معه فريق عمل متكامل وكان قائد للمشروع
- وذكر بعض الشركات الناجحة وهي:
- أوبرا :فهي تقوم بعملية توصيل ولا تملك سيارة
- علي بابا :لا يملك أي مستودع لتخزين البضائع
- النفيس بوك لا يملك المحتوى بل يملكه الآخريين ويملك المليارات

المحاضرة المباشرة الثانية (طلاب)

- تحدث عن قمع الريادة ويتكون من :
 - الفكرة : لابد أن تكون خلاقة وتضيف للرائد وذات قيمة مضافة للاقتصاد.
 - إمكانية النجاح : التعرف على مدى قبول المنتج.
 - عمل التحليل الفني للمشروع
 - عمل التحليل المالي للمشروع
 - بناء هوية المشروع : تعتبر من أهم الأمور.
- ينتج عن قمع الريادة التالي :
 - تكوين فريق عمل
 - خطة العمل
 - التواجد الالكتروني وأتمتة نظم العمل
 - دراسات احتياجات ومتطلبات السوق بشكل مستمر
- تحدث عن مشروع " حلى الفواكه " لأحد طلبة إدارة الأعمال.
- تحدث عن برنامج " جرب مشروعك ".
- تحدث عن التحليل الاستراتيجي والفرق بينه وبين التحليل الاستراتيجي للمنظمة، وأنه لا يوجد فرق بين المصطلحين.
- المحاضرة المباشرة الرابعة سيكون فيها أسئلة لمراجعة المقرر.
- تم سؤال الدكتور التالي (ولكن تعذر الدكتور أن الإجابة ليست متوفرة لديه حالياً).

س: أي من التالي لا يعتبر من أشكال الدين؟

- أ. سندات الدين
- ب. الديون التجارية
- ت. التأجير التمويلي
- ث. الكمبيالات

المحاضرة المباشرة الثالثة (طلاب)

■ المحاضرة كانت رائعة جداً، قام فيها الدكتور بعد الترحيب بالطلبة بمراجعة الفصول الستة الأولى، وبقية الفصول سيقوم بمراجعتها في المحاضرة المباشرة الرابعة.

■ معنى كلمة ريادة باللغة الإنجليزية (Entrepreneurship)

■ مزيج الريادة (الإبداع - تأسيس المنظمة - خلق القيمة - منظمة ربحية - النمو) تلك المصطلحات مهمة 🙌.

المزيج الذي يتداخل في تعريف الريادة:



■ يشير تقرير مراقبة الريادة العالمية إلى وجود (علاقة طردية) بين أنشطة الريادة وبين زيادة نمو اقتصاديات الدول التي شملها التقرير. (يوجد علاقة طردية بين نمو الاقتصاد ونمو ريادة الأعمال).

■ تحدد المشروعات الريادية الصغيرة أسواقها حسب نظامها، أي تتحرك حسب السوق أو الزبون بغض النظر عن حجمها أو قطاع الصناعة التي تعمل فيه، بينما تقوم المشروعات الكبيرة على أساس متغير العرض.

أتوقع السؤال كالتالي : يتم تحديد أسواق المشروعات الريادية الصغيرة حسب؟

أ) حجمها ب. نظامها. ج) متغير العرض د) قطاع الصناعة

■ متطلبات إقامة المشروعات الريادية:

- السياسات والبرامج الحكومية. التي تسهم في دعم الأعمال الريادية من خلال توفير البيئة الاقتصادية المشجعة والمحفزة، وإيجاد البنية التحتية الضرورية للمشروعات.
- الخلفية الثقافية والاجتماعية والمهنية للشخص.
- التسويق. يلعب التسويق دوراً أساسياً في إيجاد المشروع ويجب امتلاك المعرفة المتعلقة بكيفية تقديم المنتج وتحديد السعر المناسب وكيفية التوزيع، وكيفية ممارسة نشاط الدعاية والإعلان.
- دور الأشخاص الرياديين الذين حققوا نجاحاً متميزاً في أعمالهم في جذب الأشخاص الآخرين وتشجيعهم على البدء بممارسة الأنشطة الريادية.

أتوقع السؤال كالتالي : أي من التالي ليس من متطلبات إقامة المشروعات الريادية؟

أ. سياسات والبرامج الحكومية

ب.الخلفية المهنية للريادي

ت.التسويق

ث.*****

■ الريادة يعتبر عنصر من عناصر الإنتاج، في الملخص بالنص التالي (ويضيف

لها بعض الاقتصاديين الريادة كعنصر من عناصر الإنتاج).

■ العوامل التي تؤثر في تكوين الريادة وهي

○ العوامل الشخصية.

○ العوامل التي تتعلق بالمنظمة.

○ العوامل الخارجية.

■ الريادة تعتبر ذات اهمية كبيرة في الاقتصاد لأنها تعمل على إيجاد قيمة مضافة تعود بالفائدة على كل من الأفراد والمنظمة والمجتمع وعلى النحو التالي:

✖ توحيد مجموعة العناصر الاقتصادية. (المادة الخام، القوى العاملة المادية والعقلية، رأس المال، ويضيف لها بعض الاقتصاديين الريادة كعنصر من عناصر الإنتاج).

✖ جعل الأسواق كفؤة. من خلال توزيع المصادر بطريقة مثالية تمكن الأفراد من تعظيم المكتسبات.

✖ قبول المخاطرة. يعتقد بعض الاقتصاديين أن الدور الأساسي للريادي هو ان يقبل المخاطرة نيابة عن الآخرين.

✖ تعظيم عوائد المستثمرين.

✖ المعلومات عن السوق. يبقى الريادي على اتصال دائم مع المعلومات عن الأسواق ليستطيع استغلال الفرصة السانحة والإفادة عن ميزة توافر هذه المعلومات.

■ تعتبر الريادة ظاهرة **فردية** بشكل أساسي تعتمد على ملاحظة الفرد ودقته في ترتيبها. والبحث في إمكانية تطبيق المعارف، وكذلك على اتجاهاته نحو تحمل المخاطرة.

أتوقع السؤال كالتالي : تعتبر الريادة ظاهرة؟

(أ) اجتماعية (ب) ثقافية (ج) فلسفية (د) **فردية**

■ **مرتكزات العمل الريادي في المنظمات:**

١. **يبدأ العمل الريادي باكتشاف الفرصة وتحليلها واستغلالها.**

٢. العملية الريادية، عملية إدراكية، تبدأ بالمشاهدة أو التساؤل، ثم التحليل والتفحص، ثم تحديد كيف تلبي هذه الفرصة متطلبات الزبائن.

٣. يجب ان يكون العمل الريادي بسيطاً ليتم التغلب على الصعوبات.

٤. العمل الريادي يبدأ صغيراً. حيث يتطلب إمكانات وأموال قليلة وعدد أفراد قليل.

٥. يحاول العمل الريادي منذ البداية احتلال موقع القيادة.

٦. الانتماء.

٧. الارتباط بالمنظمة.

٨. الحس الاقتصادي والاجتماعي.

٩. إتباع الأسلوب العلمي في حل المشكلات.

١٠. تخصيص جزء من وقت المدير للمشاركة في الأنشطة الريادية.

■ استراتيجيات الريادة :

- لا يعتبر الربح فقط السبب الوحيد الضامن لبقاء المنظمة وديمومتها، وإنما القيم والأهداف طويلة الأجل هي التي تسهم في استمرارها في الأجل الطويل.
- يربط البعض جوهر استراتيجيات الريادة بالقيادة بالتكلفة والتمايز في المنتج، بينما يربطها البعض بالابتكار وتحمل المخاطرة وسرعة استغلال الفرص.
- ويشير بورتر أن جاذبية الصناعة تحددها قوى خمسة هي: (قوة الموردين والمشتريين والمنافسين الجدد والبدائل المتاحة والمنافسين الحاليين).

■ العناصر الواجب توفرها لتحقيق الإبداع الفعال الذي يعد سمة أساسية للمنظمات الريادية :

(١) الاستراتيجيات الريادية : تتصف بـ (تحمل المخاطرة، التركيز على الفعل الاستباقي بدلاً من رد الفعل).

(٢) الهيكل التنظيمي: يتصف بالمرونة والتكامل بين الأنشطة، والتوجه الكلي للمنظمة.

(٣) البيئة التنظيمية: تتصف بالانفتاح وإيجاد نظام حوافز فعال بالإضافة إلى المساواة وتقاسم السلطة.

- ٤) استراتيجية المغامرة والأخذ بزمام المبادرة: ويهدف الريادي من وراءها الوصول للسيطرة وقيادة السوق (أكثر الاستراتيجيات مخاطرة).
- ٥) استراتيجيات المفاجأة وأخذ الآخرين على غرة: يحقق الريادي فيها ما يريده الزبون قبل أن يفهم هذه الحاجة المنافسين.
- ٦) استراتيجية التمكن: يراقب الريادي السوق ويخطط ليصل الى الاحتكار في منطقة صغيرة فيتجنب بذلك المنافسة.
- ٧) استراتيجية الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للسلعة: هي تقوم على تقديم سلعة معروفة من خلال تحويل استخداماتها ومنافعها وخصائصها الاقتصادية.
- الحصة السوقية : عندما يستهدف المشروع الريادي الاستحواذ على نسبة معينة من السوق.

أتوقع السؤال كالتالي : عندما يستحوذ الريادي على نسبة معينة من السوق تسمى :

- أ) الفرصة السوقية ب) المكانة السوقية ج) تطوير السوق د) الحصة السوقية
- تحتاج المشاريع الريادية في الوقت الحاضر إلى تكنولوجيا متقدمة جداً.
- يعتبر التقدم المتسارع في مجال التكنولوجيا من أكثر العوامل التي تساعد على تغيير ثقافة هذه المشروعات الريادية. ومن العوامل المساعدة على ذلك:
- السرعة الكبيرة والوقت القصير بين وقوع الحدث وردة الفعل على هذا الحدث.
 - سرعة انتشار المنتج.
 - تقاسم المعلومات والمعرفة.
- هناك عوامل تؤثر في اختيار الشكل القانوني للمشروع الجديد:

- حجم العمل وطبيعته.
- الهيكل التنظيمي الخاص للمشروع.
- الضريبة التي ستتحقق على المشروع.
- مستوى الرقابة المزمع ممارسته على العمل.

- توزيع وقت مالك المشروع بين الإدارة وواجباته العائلية.
- مستوى الأرباح والخسائر المتوقعة.
- تلبية الاحتياجات النقدية الشخصية لمالك المشروع خلال فترة التأسيس.
- الموارد المالية الواجب توافرها لتأسيس المشروع وإدامته.

■ الأشكال القانونية للمشروعات الصغيرة :

- ١- المشروع الفردي.
- ٢- شركة التضامن.
- ٣- شركة التوصية البسيطة.
- ٤- شركة المحاصة.
- ٥- الشركة ذات المسؤولية المحدودة.
- ٦- شركة التوصية بالأسهم.
- ٧- الشركة المساهمة الخاصة.

أعتقد أن السؤال سيكون كالتالي : عدد الأشكال القانونية للمشروعات الصغيرة؟

- (أ) خمسة (ب) سبعة (ج) عشرة (د) سبعة

○ شركة التوصية بالأسهم : تتألف شركة التوصية بالأسهم من فئتين من الشركاء هما:

١. الشركاء المتضامنون: ويجب أن لا يقل عددهم اثنين، ويكونون مسؤولين في

أموالهم الخاصة عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها.

٢. الشركاء المساهمون: ويجب أن لا يقل عددهم عن ثلاثة، ويسأل كل شريك منهم

بمقدار مساهمته عن ديون الشركة والتزاماتها.

○ يقسم رأس مال شركة التوصية بالأسهم إلى أسهم متساوية القيمة قابلة

للتداول وتختلف قيمة رأس المال باختلاف الدول .

○ يتولى إدارة الشركة شريك متضامن أو أكثر.

○ تصفى شركة التوصية بالأسهم وتصفى بالطريقة التي يقررها نظام

الشركة، وإلا فتتطبق عليها الأحكام الخاصة بتصفية الشركة المساهمة

الخاصة.

- ذكر الدكتور في المحاضرة أن الشركاء في شركة التوصية بالأسهم متضامنون.

■ دراسة الجدوى – في المشروعات الصغيرة - تساعد صاحب المشروع الصغير على اتخاذ قرار.

■ س: أولى مكونات دراسة الجدوى الاقتصادية؟

أ. الدراسة المبدئية

ب. دراسة الجدوى

ت. دراسة الجدوى الاجتماعية

ث. دراسة الجدوى المالية

■ مقاييس الجدوى المالية منها:

١. صافي القيمة الحالية.

٢. معدل العائد الداخلي.

■ الميزانيات النقدية أحد الأدوات التي يستخدمها المديرين لتخطيط الاحتياجات المالية وتأمين رأس المال المطلوب، حيث يتم من خلالها:

○ تقدير النفقات خلال سنة قادمة لإنتاج المنتج.

○ ومتى سيتم أستراد كلفة الإنتاج والعوائد بعد بيع المنتج.

○ وتساعد مالك المشروع على التنبؤ بحاجته للتمويل في الفترات المختلفة.

■ س : أحد الأدوات التي يستخدمها المدراء لتخطيط الاحتياجات المالية وتأمين رأس المال المطلوب؟

ج : الميزانيات النقدية

■ غالبًا لا يلجأ مالك المشروع الصغير في بدايته على أمواله الشخصية وإنما يلجأ إلى الاقتراض، وعند ذلك يراعي:

- إمكانية وقدرة المشروع (مادية ومعنوية).

- رأس المال المتاح للاستثمار.

- الضمانات الإضافية.

- الظروف البيئية المحيطة.

- الحيطة والحذر.

■ نسبة المديونية: هي النسبة التي تفحص قدرة موجودات المشروع على الإيفاء بالديون المترتبة عليها.

مجموع القروض والمديونية

نسبة المديونية = -----

مجموع حق الملكية والاحتياطات والأرباح المحتجزة

■ مصطلحات هامة :

✓ الأصول المتداولة: هي الأصول التي يسهل تحويلها إلى نقدية ويمكن استخدامها

للفاء بالالتزامات المتداولة أي المستحقة على الفور أو خلال الدورة التشغيلية.

✓ الخصوم المتداولة: هي التزامات قصيرة الأجل وواجب على الشركة القيام بالوفاء

بها خلال سنة مثل الأجور المستحقة، دائنو التوزيعات .. الخ.

✓ متوسط المخزون:

معدل دوران المخزون = تكلفة المبيعات / متوسط المخزون.

وتشير هذه النسبة إلى عدد مرات تصريف المخزون لدى الشركة وكلما زادت

هذه النسبة كلما كان ذلك في صالح الشركة.

المحاضرة المباشرة الثالثة (طالبات)

ناقش وطرح أسئلة من (المحاضرة الأولى-الثانية-الثالثة-الرابعة-الخامسة-السادسة)

المحاضرة الأولى: الريادة:

ماذا يقصد بريادة الأعمال باللغة الإنجليزية: **Entrepreneurship**

اقتصاديات الدول تنمو بزيادة النشاط الريادي: نعم تنمو

متطلبات إقامة المشروعات الريادية: **الخلفية الثقافية والاجتماعية والمهنية – السياسات والبرامج**

الحكومية – التسويق

يعتبر الريادي مغامر: نعم

المحاضرة الثانية :

العوامل المؤثرة في تكوين الريادة: **العوامل الشخصية-العوامل المتعلقة بالمنظمة-العوامل الخارجية**

تعتبر الريادة ظاهرة : **فردية**

هل تكوين الثروه يقع ضمن أسباب ممارسة النشاط الريادي: نعم

المحاضرة الثالثة: استراتيجيات الريادة

ماهي المرتكزات الأساسية للعمل الريادي : **الإنتماء-الإرتباط بالمنظمة –الحس الاقتصادي والاجتماعي-اتباع الأسلوب العلمي في حل المشكلات – تخصيص جزء من وقت المدير للمشاركة في الأنشطة الريادية**

مالذي يقصد بالمصادر التعارضية: **الفرق بين الواقع ومايفترض أن يكون عليه**

هل يحتاج المشروع الريادي إلى تكنولوجيا متقدمة جدا: نعم

هل هناك فرق بين المشروع الريادي والمشروع الصغير : **نعم الإبداع و القدرة على النمو و الأهداف الاستراتيجية**

المحاضرة الرابعة : الأشكال القانونية للمشروعات الصغيرة

ماهي الأشكال القانونية للمشروعات الصغيرة : المشروع الفردي – شركة التضامن – شركة التوصية البسيطة – شركة المحاصة – شركة التوصية بالأسهم – الشركة ذات المسؤولية المحدودة – الشركة المساهمة الخاصة

ماهي الشركة ذات المسؤولية المحدودة : القرابة (غالبية الشركاء على قرابة مع بعضهم البعض).
شركة التضامن ماذا يقصد فيها : شراكة طوعية بين شخصين أو أكثر للقيام بمشروع يدرّ عائداً مالياً ويحقق ربح.

المحاضرة الخامسة : دراسة الجدوى للمشروعات الصغيرة

أولى مكونات دراسة الجدوى : الدراسة المبدئية

ما الذي تتضمنه الدراسة التسويقية :

- توصيف سوق السلع
- دراسة الطلب على السلعة
- ثالثاً : تسعير السلع
- التنبؤ بالمبيعات

المحاضرة السادسة : إدارة التمويل في المشروعات الصغيرة

أحد الأدوات التخطيطية للمشروعات الصغيرة : الميزانيات النقدية

ما الأشياء التي لابد مراعاتها عند الإقتراض: إمكانية المشروع – رأس المال المتاح للاستثمار – الضمانات الإضافية – الظروف البيئية المحيطة – الحيطة والحذر

ماهي أشكال الديون : سندات الدين – الديون التجارية – التأجير التمويلي

كيف تحدد نسبة السيولة :

مجموع الأصول سريعة التداول

نسبة السيولة = $\frac{\text{مجموع الأصول سريعة التداول}}{\text{مجموع الخصوم المتداولة}}$

مجموع الخصوم المتداولة

المحاضرة المباشرة الرابعة (طلاب)

- التخطيط الاستراتيجي هو عملية تتضمن الكيفية التي من خلالها تتمكن المشروعات من بلوغ **غاياتها النهائية** خلال مدة **الخطة**.
- تعكس الخطة الاستراتيجية الكاملة للمشروع الصورة الكلية لحالة المشروع قبل مباشرته عمليات النشاط وتفعيلها فعلاً.
- خطوات بناء خطة المشروع الصغير :

١. **تحديد مستوى الأرباح** المرغوب فيه المشروع، والاستثمار المطلوب، وتحديد الوقت المسموح به.
٢. **مسح واختبار السوق المستهدف.**
٣. **أعداد كشف بالموجودات التي يستعين بها المشروع.**
٤. **إعداد ميزانية تقديرية أولية.**
٥. **تحديد مصادر الموجودات المطلوبة.**
٦. **إعداد الموقع والمكان المناسبين.**
٧. **إجراء الترتيب الداخلي للموجودات وأسلوب استخدام المساحات المتاحة.**
٨. **تحديد الشكل القانوني للمشروع.**
٩. **مراجعة جميع جوانب خطة البضاعة.**
١٠. **تحليل ودراسة المصاريف المتوقعة في ضوء طبيعتها الثابتة والمتغيرة.**
١١. **تحديد نقطة التعادل للمشروع.**
١٢. **مراجعة إيجابيات وسلبيات البيع الآجل إذا ما تقرر ذلك.**
١٣. **مراجعة قائمة حدود المخاطرة المرغوب فيها وكيف تتعامل مع الحالات والظروف الناشئة.**

١٤. بناء سياسة التعامل مع الموارد البشرية.

١٥. بناء نظام محاسبي ملائم لتوثيق الأعمال مالياً.

١٦. توقع التغيرات والتطورات الأساسية.

■ أنواع التخطيط :

١- التخطيط الاستراتيجي: هي عملية إقرار رسالة المنظمة واهدافها العامة

واستراتيجياتها والتوزيع الأساسي للموارد.

٢- التخطيط التكتيكي. هي عملية صناعات قرارات تفصيلية قصيرة الأجل تتعلق

بنوع العمل والشخص المنفذ وكيفية التنفيذ.

٣- التخطيط التشغيلي. وهي جداول وبرامج تشغيلية.

■ دائماً الخطط التكتيكية تقوم بتسهيل الخطط الاستراتيجية، وبالمقابل الخطط

التشغيلية تقوم بتسهيل الخطط التكتيكية.

■ في رأس هرم المثلث هناك الهدف العام للمنظمة (أعضاء مجلس الإدارة ...) وفيه

التخطيط الاستراتيجي، بعده يأتي دور الخطط التكتيكية، ثم الخطط التشغيلية.

■ مزايا التخطيط :

١- يساعد التخطيط على الكشف عن الفرص المستقبلية.

٢- يمكن التخطيط من اتخاذ الحيطة والحذر والابتعاد عن العقبات المستقبلية.

٣- يوفر التخطيط الخطط اللازمة لمواجهة المتغيرات الجارية في البيئة.

■ الخصائص المميزة للتخطيط الاستراتيجي الفعال :

١- الدفع نحو التفكير الريادي

٢- إدارة المخاطر وعدم التأكد

٣- تحديد الافتراضات.

الفصل الثامن : إدارة المخاطر والتأمين في المشروعات الصغيرة

- تتعرض المشروعات الصغيرة إلى المخاطر كما تتعرض لها المشروعات الكبيرة إلا أن تأثيرها يكون أكبر نظراً لأن لإمكاناتها المتواضعة.
 - المخاطر في المشروعات الصغيرة :
- أولاً: مخاطر يمكن توقعها.

- ✓ مخاطر تكلفة المشروع وتكلفة الإشهار والتسجيل.
- ✓ مخاطر تكلفة الأجهزة والمعدات والأثاث، مخاطر أجور ورواتب موظفي المشروع.
- ✓ مخاطر الرسوم والضرائب المتوقعة.
- ✓ مخاطر تكاليف المواد الأولية.
- ✓ مخاطر أي تكاليف تتعلق بأعمال الترويج والإعلان.

ثانياً: مخاطر يصعب التوقع بها. (وهي المخاطر التي يصعب توقعها):

- ✓ مخاطر المنافسة وما ينجم عنها.
 - ✓ مخاطر التطورات التكنولوجية.
 - ✓ مخاطر التطور في احتياجات الأفراد.
 - ✓ المخاطر السياسية والقانونية المفاجئة.
 - ✓ المخاطر المالية والنقدية عموماً.
- وهناك مسؤولية اتجاه المستخدمين ، وهناك مسؤولية عامة:

- فيما يتعلق بالمسؤولية اتجاه المستخدمين، نرى أن قوانين العمل تطالب أرباب العمل بتعويض العاملين عن خسارة الدخل، أو تكاليف المعالجة الطبية نتيجة المرض أو الإصابة أو الوفاة بسبب العمل.
- أما المسؤولية العامة فنعني ان المشروع يكون مسؤولاً عن الخسائر والإصابات التي يتعرض لها شخص من عامة الناس نتيجة إهمال الشركة أو الموظفين، أي ممن هم من خارج المشروع، ولكن قد لحق بهم الضرر نتيجة عمل المشروع.

■ وكيل التأمين: هو شخص محترف مدرب على تحليل المخاطر، ويمتلك خبرة واسعة في مجال تغطية التأمين، والاستراتيجيات المالية المتاحة مع التعليمات التي تحكم كل حالة.

■ تغطية التأمين: هناك ثلاث أنواع رئيسية لتغطية التأمين:

○ التغطية الأساسية. وتشمل:

- التأمين ضد الحريق.
- تأمين المسؤولية وتشتمل تأمين المسؤولية القانونية وما ينتج عنها من تبعات وأضرار مترتبة عليها.
- تأمين المركبات.
- تعويض العمال.

○ التغطية المرغوبة. وهو تغطية ما ترغب المنشأة تأمينه ولكنه تأمين غير ضروري مثل:

- تأمين توقف العمل نتيجة لضرر حصل للعمل.
- تأمين ضد الجريمة.
- التأمين ضد الزجاج.
- تغطية منافع المستخدم ويشمل ما يقدم من منافع للعامل أو الموظف ويتضمن:

- تأمين على المنافع التي يحصل عليها العامل أو الموظف نتيجة لضرر يحدث خلال العمل.
- تأمين العجز الذي يحدث للعامل أثناء الوظيفة.
- دخل التقاعد. أي التأمين على الرواتب التقاعدية للموظف.
- التأمين على الموظفين الرئيسيين. في حالة تعرضهم للخطر.

الفصل التاسع: إدارة الشراء في المشروعات الصغيرة:

- يعتبر الشراء القلب النابض لنجاح المشروعات الصغيرة.
- إذا مات المورد مات المشروع، هذا خطأ يجب على صاحب المشروع أن يعرف السوق ويكون لديه أكثر من مورد.
- وظيفة الشراء وظيفة **فنية** تقوم على توفير المواد والتجهيزات واللوازم وكافة مستلزمات العمل في المشروع بكفاءة اقتصادية.
- شروط التفاوض: في عملية التفاوض يجب أن يتم التمييز بين نوعين من المشتريين:

١. المشتري صاحب الخبرة الكافية في مجال السلع التي يريد شرائها وهذا المشتري لا يحتاج الى النصائح.
٢. المشتري العادي الذي يمكن ان يجهل اصول الشراء وخصائص السلع، ويمكن ان يكون ضحية لعمليات الغش ، وارتفاع الأسعار ، وتدني مستوى الجودة.

- لكي يحقق المشروع النجاح في عملية الشراء ينبغي التركيز على:

- تحديد الحاجة من المخزون
- إدراك الحاجة وتوصيفها
- اختيار الموردين ومواقعهم
- تحقيق افضل شروط للتفاوض وخاصة شرط الحسم النقدي
- الحفاظ على علاقات طيبة مع الموردين
- استلام البضائع وفحصها
- المتابعة بعد الشراء
- الرقابة على اعمال الشراء
- سياسات الشراء

الفصل العاشر: إدارة المخزون وتخطيط الاحتياجات في المشروعات الصغيرة :

- تهدف إدارة المخزون إلى تأمين توفر الموارد المادية، بالكمية المناسبة، والجودة المناسبة، والتوقيت المناسب.
- والفشل في إدارة المخزون يعني:
- في حالة كان المخزون كبير جداً قياساً بالطلب فإن تكاليفه ستصبح أعلى مما هو مرغوب فيه والمتمثلة في (فوائد الاستثمار في المخزون، وتكاليف التعبئة والشحن والاستهلاك، والتأمين وتكاليف التخزين) وقد تصل هذه التكاليف إلى ٢٥% أو أكثر من الاستثمار الخاص بالمخزون؟
- أما إذا كان المخزون قليلاً قياساً بالطلب (أي دوران المخزون سريعاً) فإن الأمر سيؤدي إلى زيادة نفقات المشروع الناتجة عن توقف الإنتاج.
- نقطة التعادل : عندما تتساوى الخسائر مع الأرباح، أي لا يكون هناك أرباح ولا خسائر.

الفصل الحادي عشر : المشروعات الصغيرة الالكترونية:

- ترتبط التكنولوجيا بالمشروعات ارتباطاً وثيقاً بغض النظر عن حجمها من خلال ما تقدمه من تسهيلات مهمة ومفيدة لتطوير هذه المشروعات، ورفع كفاءتها من خلال:
- ١- الوقت ٢- المحتوى ٣- الشكل.
- التطور الالكتروني نما بسبب نمو الاقتصاد العالمي.
- أدى التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات ونموه إلى أحداث تغييرات أساسية في مجتمعاتنا واقتصادياتنا بشكل عام.
- أصبح للحواسيب والأجهزة الالكترونية الأخرى دور بارز في تحقيق الاتصال وإحداث التفاعل مع الأطراف الأخرى، وعبر أجهزة أخرى، وذلك من خلال الشبكات الالكترونية المتعددة، وأهمها الشبكة العالمية (الانترنت)

■ وتأخذ التجارة الالكترونية اشكالا عدة كما يلي:

□ من البائع الى المستهلك B2C

□ من مشروع صغير الى مشروع اخر B2B

□ من الحكومة الى المستهلك G2C

□ من الحكومة الى المشروعات G2B

■ نموذج عائد كتالوج الويب : بدأ نموذج عائد الكتالوج كفكرة قبل الويب بـ ١٠٠

عام، وكانت بدايته على يد آرون مونتيجوري حيث كان يبيع السلع الجافة في أمريكا للمزارعين من خلال كتالوج أوامر بريدية.

■ خامساً: الموظف الافتراضي : هو موظف ينجز مهام الوظيفة دون تواجد مادي فعلي أو يتواجد جزئياً في مكان العمل. فهو ينجز عمله دون أن نراه وليس له مكان ثابت وقد يعمل في المنزل أو السيارة. (يعمل خلف الكواليس).

الفصل الثانية عشر : التسعير في المشروعات الصغيرة :

■ اهداف التسعير : تعد عملية تسعير السلع أو الخدمات من المهام الرئيسية في المشروعات بشكل عام والصغيرة منها على نحو خاص اذ تنعكس ابعاد عملية التسعير وغاياتها على الوضع التنافسي للمشروع في السوق.

■ المزيج التسويقي : (١) السلعة (٢) السعر (٣) المكان (٤) الترويج

■ فلسفة عملية التسعير:

اولاً: التسعير المستند الى التكلفة : تحدد سعر السلعة بناءً على تكلفتها.

ثانياً: التسعير المستند الى السعر التنافسي : تسعير السلعة أو الخدمة، التي يرغب المشروع الريادي في تقديمها انطلاقاً من الوضع التنافسي.

ثالثاً: التسعير المستند الى الزبائن : سعر مقبول يراه الزبائن أنه يتقارب مع قدراتهم الشرائية.

■ طرق أخرى لفلسفات عملية التسعير :

- تحديد مدى سعري يجذب شرائح عدة من الزبائن: نقولها مره ثانية يجب على اصحاب المشروعات الريادية دراسة السوق والتعرف عليه بشكل تام.
- تحديد السعر بهدف زيادة حجم المبيعات: وفق هذا الاسلوب يتولى صاحب المشروع الريادي تحديد كمية البيع من السلعة الواحدة بناء على خصم الكمية بمعنى انه اذا اشترى الزبون الكمية التي يقترحها صاحب المشروع من السلعة فإنه سيحصل على سعر منخفض قياسا بشراء قطعة واحده.
- التسعير بقصد حفظ المخزون ولتحفيز الزبائن: يسعى بعض بائعي السلع الى رزم المواد مع بعضها البعض تنويعا لخفض حجم المخزون منها وتخفيض التكاليف التي يتوقع ان يتحملها البائع.

نصائح لتسعيرة ناجحة:

- ١- كن مبدعاً ٢- استمع الى زبونك ٣- قم بواجبك وحافظ على الملاحظات الجيدة
- ٤- اعتن بسجلاتك ٥- اهتم بالاساسيات ٦- كن مرنا

الفصل الثالث عشر : الترويج والإعلان في المشروعات الصغيرة :

■ عناصر المزيج الترويجي:

١ - الاعلان

٢ -البيع الشخصي

٣ -تنشيط المبيعات

٤ -العلاقات العامة

■ أثر عملية الشراء على الترويج:هي علاقه متبادله.

- الإعلان : يعتبر الإعلان اهم عناصر المزيج الترويجي، ويعرف على أنه: عملية اتصال غير شخصي بين المعلن وجمهوره المستهدف عن طريق وسائل الاتصال العامة لتوصيل رسالة معينة بغرض التأثير فيهم نظير دفع أجر معين مع الافصاح عن شخصية المعلن.
- أهداف الإعلان:

- تقدير النفقات اللازمة لخطة الإعلان.
- توجه الإدارة نحو الاستراتيجيات والوسائل المناسبة لتحقيق الأهداف.
- توجيه جهود وإمكانات المنشأة نحو تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية.
- تستخدم الأهداف كأساس لقياس وتقييم الحملة.

■ ثانياً: استراتيجيات الإعلان:

- المحافظة على السوق (الحقائق): تعتمد في رسالتها على صفات ومميزات السلعة لخلق صورة ذهنية عن العلامة
- المحافظة على السوق (الرمز): التأثير في مشاعر الجماهير ودفعهم للتمسك بالعلامة.
- تغيير السوق (الحقائق).
- تغيير السوق (الرمز)

■ اختيار الوسيلة : المراحل التي تمر بها الرسالة:

- ١- جذب الانتباه
- ٢- إثارة الاهتمام
- ٣- خلق الرغبة
- ٤- الإقناع
- ٥ - تغيير السلوك

الفصل الرابع عشر: المسؤولية الاجتماعية للمشروعات الصغيرة:

- الأخلاق : هي مجموعة المبادئ والقيم التي تحكم سلوك الفرد فيما يتعلق بما هو صواب أو خطأ.
- السلوك الأخلاقي : هو السلوك الصائب والخيار السليم الملتزم بالمبادئ الأخلاقية.

■ مداخل مختلفة لتفسير الأخلاق:

➤ المدخل المنفعي. هو سلوك أخلاقي ينجم عنه أكبر فائدة لأكبر عدد من

الناس. تسريح ٣٠ % من العمال للحفاظ على ٧٠ %

➤ مدخل الفردية. سلوك أخلاقي يستند إلى المنفعة الشخصية الذاتية على المدى الطويل.

➤ مدخل الحقوق. هو سلوك أخلاقي يحترم ويحافظ على الحقوق الأساسية للإنسان.

➤ مدخل العدالة. هو سلوك أخلاقي يستند إلى معاملة الناس بنزاهة وحيادية

■ العوامل المؤثرة في السلوك الأخلاقي: الفرد / المنظمة / البيئة

■ المسؤولية الاجتماعية : هي مجموعة من الواجبات أو التصرفات التي تقوم بها المنظمة من خلال قراراتها بزيادة رفاهية المجتمع والعناية بمصالحه إضافة لمصالحها الخاصة.

■ الحاكمية (الحوكمة) المؤسساتية والمواطنة الصالحة:

- الحاكمية المؤسساتية: هي نظام للرقابة والفحص يحكم عمل منظمات الأعمال على أعلى المستويات. وفيه تحاول المنظمات إيجاد علاقات متوازنة لمصالح كافة الأطراف وخاصة المستثمرين والإدارة والعاملين.

المحاضرة المباشرة الرابعة (طالبات)

الفصل السابع : التخطيط الإستراتيجي للمشروعات الصغيرة:

كلمة استراتيجي : كلمة عسكرية تعني التفنن في قتل الخصم .

تم تحويلها في عالم الأعمال لتعني : نقل الأعمال من نجاح إلى نجاح.

سؤال من عندي في نفس الموضوع :

- من الأهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي أهداف النمو ويقصد :
- أ) إعادة هيكلة تركيبة الموارد البشرية
 - ب) الفحص والتدقيق في توزيع الموارد
 - ج) اختيار الهيكل التنظيمي الداعم للريادة
 - د) زيادة حجم المبيعات سنه بعد سنه

التخطيط الاستراتيجي هو عملية تتضمن الكيفية التي من خلالها تتمكن المشروعات من بلوغ غاياتها النهائية خلال مدة الخطة.

ماهي عناصر الادارة الاستراتيجية بشكل عام :

(التحليل - الاختيار - التنفيذ - الرقابة)

ماهي خصائص التخطيط الإستراتيجي الفعال

١- الدفع نحو التفكير الريادي ٢- إدارة المخاطر وعدم التأكد ٣- تحديد الافتراضات.

هل هناك فرق بين التخطيط الاستراتيجي وبين التخطيط التكتيكي: نعم يوجد فرق

ماهو الفرق: التكتيكي قصير الأجل

• أنواع التخطيط

- ☐ التخطيط الاستراتيجي: هي عملية إقرار رسالة المنظمة وأهدافها العامة واستراتيجياتها والتوزيع الأساسي للموارد.
- ☐ التخطيط التكتيكي: هي عملية صناعات قرارات تفصيلية قصيرة الأجل تتعلق بنوع العمل والشخص المنفذ وكيفية التنفيذ.
- ☐ التخطيط التشغيلي: وهي جداول وبرامج تشغيلية

المثلث لما نتكلم عن الهدف العام فإن رأس المثلث الهدف الإداري دائما يكون عام فلما ننزل أسفل يتحول الهدف العام إلى هدف فرعى ثم فرعى فرعى ثم فرعى.... وهكذا
التخطيط الاستراتيجي يتحول الى تكتيكي اثناء نزولك أسفل سلم الهرم

الفصل الثامن : إدارة المخاطر والتأمين في المشروعات الصغيرة

ذكر أنه يوجد تخصص لإدارة المخاطر وهو خاص بالانتظام وهو تخصص مطلوب ونادر

ماهى المخاطر التى يصعب توقعها

مخاطر المنافسة وما ينجم عنها.

مخاطر التطورات التكنولوجية.

مخاطر التطور في احتياجات الأفراد.

المخاطر السياسية والقانونية المفاجئة.

المخاطر المالية والنقدية عموماً.

التأمين يغطي : الخسائر

■ خسائر الملكية، ويندرج تحت هذا النوع ثلاثة اضرار هي:

١-الضرر المادي بالملكية الذي ينجم عن الحريق والأعاصير والبراكين والزلازل والفيضانات .

٢-خسارة حق الملكية، فعندما يتعرض المشروع الصغير إلى مخاطر معينة، فإن ذلك قد ينتقل إلى كل ما يملكه صاحب المشروع.

٣- خسائر تترتب على أعمال السرقة والتخريب ، فالمشروعات الصغيرة، كغيرها من المشروعات ، تتعرض لأعمال السرقة والاختلاس والاستخدام الغير مشروع.

سؤال من عندي : تدرج خسائر السرقة والتخريب ضمن خسائر؟ ج/ الملكية

■ هناك خسائر غير منظورة يسببها الحريق ولا يغطيها التأمين مثل:

○ الدخل الذي يفقد نتيجة توقف العمل .

○ وهناك نوع خاص من التأمين يغطي الضرر أو الخسارة الناتجة عن توقف العمل

○ وهناك نوع خاص من التأمين يغطي الضرر أو الخسارة الناتجة عن توقف العمل يشمل أيضا دفع الضرائب، ودفعات القرض المستحق إن وجد ، ورواتب الموظفين

■ تغطية التأمين: هناك ثلاث أنواع رئيسية لتغطية التأمين:

○ التغطية الأساسية. وتشمل:

- التأمين ضد الحريق.
- تأمين المسؤولية وتشتمل تأمين المسؤولية القانونية وما ينتج عنها من تبعات وأضرار مترتبة عليها.
- تأمين المركبات.
- تعويض العمال.

○ التغطية المرغوبة. وهو تغطية ما ترغب المنشأة تأمينه ولكنه تأمين غير ضروري مثل:

- تأمين توقف العمل نتيجة لضرر حصل للعمل.
- تأمين ضد الجريمة.
- التأمين ضد الزجاج.

○ تغطية منافع المستخدم ويشمل ما يقدم من منافع للعامل أو الموظف ويتضمن:

- تأمين على المنافع التي يحصل عليها العامل أو الموظف نتيجة لضرر يحدث خلال العمل.
- تأمين العجز الذي يحدث للعامل أثناء الوظيفة.
- دخل التقاعد. أي التأمين على الرواتب التقاعدية للموظف.
- التأمين على الموظفين الرئيسيين. في حالة تعرضهم للخطر.

سؤال من عندي : أي من التالي يعتبر من الأنواع الرئيسية لتغطية التأمين؟ ج/ المرغوبة.

الفصل التاسع: إدارة الشراء في المشروعات الصغيرة: ذكر حاجة مهمة جداً:

وظيفة الشراء من أهم الوظائف التي ترفع الشركة أو تبني عليها مشروعها الصغير.

■ مفهوم وظيفة الشراء : تخفيض تكاليف الشراء وتوفير اللوازم والمستلزمات بالسعر المناسب، وفي الوقت المحدد.

■ هنا نميز بين ثلاث مجموعات من الموردين وهم:

- المنتجون

- الوسطاء التجاريون

- الوسطاء أو الوكلاء الوظيفيون

■ عوامل نجاح عملية الشراء:

- المحافظة على العلاقات الطيبة مع الموردين.

- استلام البضائع وفحصها

- المتابعة بعد الشراء

- الرقابة على أعمال الشراء

■ النقطة السابقة ركز الدكتور على بعض المصطلحات المهمة : استلام البضائع

وفحصها في وقتها، والمتابعة بعد الشراء، والرقابة على أعمال الشراء، اهتم

الدكتور كثيراً بالكلمات التي باللون الأحمر ☺

الفصل العاشر: إدارة المخزون وتخطيط الاحتياجات في المشروعات الصغيرة :

■ تهدف إدارة المخزون إلى تأمين توفر الموارد المادية، بالكمية المناسبة، والجودة المناسبة، والتوقيت المناسب.

■ تعرف الكمية الاقتصادية لطلبات الشراء بأنها الكمية التي تصل فيها التكلفة الإجمالية للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها الدنيا.

سؤال من عندي : الكمية التي تصل فيها التكلفة الإجمالية للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها الدنيا؟ **ج/ الكمية الاقتصادية.**

- نقطة التعادل : تعني أنه لا يوجد عندي أرباح ولا خسائر، أي تتعادل الأرباح والخسائر (تتعادل فيها الأرباح والخسائر)

الفصل الحادي عشر : المشروعات الصغيرة الالكترونية:

- التسويق الالكتروني : تسويق عبر الانترنت.
- نموذج عائد كتالوج الويب : بدأ نموذج عائد الكتالوج كفكرة قبل الويب بـ ١٠٠ عام، وكانت بدايته على يد آرون مونتيجوري حيث كان يبيع السلع الجافة في أمريكا للمزارعين من خلال كتالوج أوامر بريدية.
- خامساً: الموظف الافتراضي : هو موظف ينجز مهام الوظيفة دون تواجد مادي فعلي أو يتواجد جزئياً في مكان العمل. فهو ينجز عمله دون أن نراه وليس له مكان ثابت وقد يعمل في المنزل أو السيارة. (يعمل خلف الكواليس).

الفصل الثانية عشر : التسعير في المشروعات الصغيرة :

- المزيج التسويقي: (١) السلعة (٢) السعر (٣) المكان (٤) الترويج
- فلسفة عملية التسعير:

أولاً: التسعير المستند الى التكلفة

ثانياً: التسعير المستند الى السعر التنافسي

ثالثاً: التسعير المستند الى الزبائن:

- تحديد السعر بهدف **زيادة حجم المبيعات**: وفق هذا الأسلوب يتولى صاحب المشروع الريادي تحديد **كمية البيع** من السلعة الواحدة بناء على خصم الكمية بمعنى أنه إذا اشترى الزبون الكمية التي يقترحها صاحب المشروع من السلعة فإنه سيحصل على سعر منخفض قياساً بشراء قطعة واحدة.

سؤال من عندي : عند تحديد الأسعار يسمى الأسلوب الذي يتم تحديده عن طريق زيادة حجم المبيعات؟ **(ج) البيع**

الفصل الثالث عشر : الترويج والإعلان في المشروعات الصغيرة :

■ عناصر المزيج الترويجي:

١ - الإعلان

٢ - البيع الشخصي

٣ - تنشيط المبيعات

٤ - العلاقات العامة

■ أثر عملية الشراء على الترويج: هي علاقه متبادله.

■ صياغة الرسالة الاعلانية : هي ترجمة الافكار التي نود نقلها الى الجمهور المستهدف في شكل عبارة أو مجموعة عبارات، والتي قد تعتمد على حقائق أو صور رمزية أو كلاهما. (س: ماذا تعني الرسالة الإعلانية)

الفصل الرابع عشر: المسؤولية الاجتماعية للمشروعات الصغيرة:

■ المسؤولية الاجتماعية : هي مجموعة من الواجبات أو التصرفات التي تقوم بها المنظمة من خلال قراراتها بزيادة رفاهية المجتمع والعناية بمصالحه إضافة لمصالحها الخاصة.

لا تنسونا من الدعاء

Mooon-----Wael_212