

الشامل في الإدارة والسلامة المهنية

المستوى الثاني
المرحلة الثانوية
الإقتصاد المنزلي

ظفار حسن

٠٧٧٥٨٨١٩٢٩ Thefar_96@outlook.com

بسم الله الرحمن الرحيم
مقدمة الشامل في الإدارة والسلامة المهنية
اللهم لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم .

أعزائي طلاب الثانوية العامة / الإقتصاد المنزلي وتخصصاته ، الجدد والذين ما زالو على مقاعد الدراسة يرسمون طريق مستقبلهم متفائلين ومندفعين نحو الأمام ، السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ، أما بعد .

إنه لمن دواعي سروري أن أضع بين يديكم اليوم الملخص الشامل لمادة الإدارة والسلامة المهنية بطبعته الأولى ٢٠١٠ . بعد أن ترنمت بأرائكم وردود أفعالكم التي أسعدتني بخصوص ملخص الشامل في مادة الرسم والتصميم (الذي مازال متوفر على موقع الأوائل) .

ما دفعني مجدداً إلى إنشاء ملخصاً شاملاً لمادة الإدارة والسلامة المهنية آملاً أن تنال إعجابكم وأن تسهل عليكم مطالعة ومذاكرة المادة آملاً لكم كل التوفيق .

جاءت هذه الدوسية ملخصة للمادة المقررة على هيئة سؤال وجواب لتسهيل الحفظ وتدريبكم جيداً على نمط الأسئلة النموذجية في إمتحانات الثانوية العامة .

تحتوي هذه الدوسية على وحدتين دراسيتين مكونتين من عشرة فصول وتحدث مجملاً عن كيفية إنشاء المشاريع الصغيرة وإدارتها وتسويق منتجاتها ، حيث تجدر الإشارة هنا إلى سهولة المادة وعدم زخمها ومتعة دراستها كونها تضيئ لنا جوانب حياتية نمر بها يومياً وتؤهلنا لتمكين أنفسنا بالمجتمع من خلال إنشاء المشاريع الصغيرة التي تعتبر مصدر أرزاقنا وكيفية إدارتها بشكل يحقق الغاية من إنشاء هذه المشاريع بكفاءة وميزة وفعالة تسهم بالنهوض الإقتصادي في بلدنا الأردن الحبيب .

وتالياً بعض الأمور الواجب مراعاتها قبل الشروع بالدراسة من هذه الدوسية :

- ضرورة مطالعة الكتاب قبل الشروع بدراسة هذه الدوسية كون الكتاب هو المرجع الأساسي والإكتفاء بدراسة هذه الدوسية بعد ختم المادة في المدرسة ، حيث إن الهدف من الدوسية هو مراجعة شاملة وكاملة للمادة تؤهلكم لإمتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة .
- ضرورة التأكد من الطبعة المعتمدة من قبل إدارة المناهج والكتب المدرسية حيث إن هذه الطبعة هي للعام ٢٠١٠ / الطبعة الأولى وما بعدها .
- ضرورة مراجعة الإمتحانات السابقة قبل الإمتحان .
- ضرورة حل جميع ما ورد بالكتاب من أسئلة الدروس والوحدة والفصل .
- ضرورة عمل خطة دراسية لهذه الدوسية لتنسيق وقتكم وعدم إهمال أي مادة أخرى .
- هذه الدوسية متوفر فقط على موقع الأوائل ، وموقع مكتبة الأوابين التعليمي حتى تكون متاحة للجميع .
- يمنع تسويق وبيع هذه الدوسية بأي شكل من الأشكال علماً أنها مجانية ، حيث يتم تضمين الطلاب قيمة طباعتها من المكتبات في حال رغبتهم بطباعتها بكلفة زهيدة .
- المادة ليست للحفظ بل هي مادة إدراك وإستيعاب لمحتواها ولا تعمدت على الحفظ غيباً .
- إبدأ بسم الله وقل ربي زدني علماً .

*إعداد ظفار حسن

الوحدة الأولى / الفصل الأول إنشاء المشاريع الصغيرة

علل : يحلم الكثيرون بإنشاء مشروع خاص يتولون إدارته بأنفسهم ويجنون أرباحه .

- ذلك للتخلص من القيود الوظيفية وتحسين مستوى رفايتهم .

على ماذا يعتمد تعريف المشروع الصغير ؟

- على نشاط المشروع ونوع وعدد العمالة وكمية الإنتاج .

عرف المشروع الصغير بشكله العام .

- هو نشاط أو عمل منتج يدر دخلاً ويتسم بالمحلية ولا يحتاج لعمالة كثيرة ورأس مال كبير ولا يتضمن غالباً انفصال الملكية عن الإدارة ما يعني أن مالك المشروع يديره .

أهمية المشاريع الصغيرة تتلخص بعدة نقاط أذكر أربعة منها .

- تخفيض نسبة البطالة بين أفراد المجتمع .
- تحسين دخل العمال و مالكي المشروع .
- تحسين أداء السوق ودفعه نحو المنافسة .
- رفد المشروعات المتوسطة والكبيرة باحتياجاتها المحلية .
- استثمار رؤوس الأموال المحلية .

للمشروعات دورة حياتيه فالمشروعات تبدأ كفكرة في البداية ثم تأخذ بالنمو لتصبح كيان قائم بحد ذاته يدر دخلاً على صاحبه والعاملين فيه ، أذكر مراحل دورة حياة المشروع .

- مرحلة التأسيس : وتشمل الفترة الممتدة من تحديد نشاط المشروع وتقييمه .
 - مرحلة العمل : وتتمثل في خطوة التشغيل وبدء العمل وتمتد طول عمر المشروع .
- ويمكن تلخيص مراحل دورة حياة المشروع بالنقاط التالية بالترتيب :

- تحديد نشاط المشروع .
- دراسة جدوى المشروع .
- إنشاء المشروع .
- تقييم مراحل الإنشاء قبل التشغيل .
- التشغيل وبدء العمل .

والآن لتتعرف على كل مرحلة بشئ من التفصيل :

● تحديد نشاط المشروع :

علل : تعد خطوة تحديد نشاط المشروع هي الأهم . لأن بقيمة مراحل إنشاء المشروع تعتمد عليها .
ما هو الأساس الذي يقوم عليه تحديد نشاط المشروع ؟ تحديد حاجة الأفراد (الشريحة المستهدفة) الذين سيستخدمون المشروع عن طريق البحث عن حاجات المجموعة المستهدفة وتوفيرها ليضمن إستمرار ونجاح مشروعه .

- عرف المجموعة المستهدفة (الشريحة المستهدفة) : مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي تتوافر لديهم الرغبة في شراء منتجات المشروع وقدرتهم على إتخاذ القرار ودفع ثمن السلعة أو أجور الخدمة التي يوفرها المشروع .
- كيف يمكن لصاحب المشروع معرفة حاجات ورغبات الشريحة المستهدفة ؟
- بعض الدراسات والمعلومات المتوفرة لدى بعض الوزارات مثل وزارة التخطيط وبعض الهيئات التابعة لها .
 - بعض النشرات الإحصائية الصادرة عن دائرة الإحصاءات العامة وبعض التقارير والمقالات في الصحف المحلية .
 - إستشارة قادة المجتمع المحلي مثل المحافظين والمختارين (المختار) .
 - المؤسسات الداعمة والممولة للمشاريع الصغيرة .

• دراسة جدوى المشروع : وتعد الأساس في تقرير إقامة المشروع .

ماذا يطلق على هذه المرحلة ؟

- دراسة الجدوى : وتعني دراسة المشروع ومعرفة مدى فائدته وجدواه الإقتصادية بالنسبة لصاحبه والمجتمع .
- إنشاء المشروع :

وضح بماذا تتميز هذه المرحلة ؟

- تتميز بكونها المرحلة المسؤولة عن إظهار المشروع وعناصره وأجزائه على أرض الواقع .

لماذا يعتبر أي خطأ في هذه المرحلة خسارة للموارد وتأخير قيام المشروع أو عدم قيامه أساساً ؟

- لأن أي خطأ في إستخدام الموارد التي جمعت لبدء المشروع إستخدمت بشكل خاطئ .

على ماذا تعتمد هذه المرحلة ؟

- مدى كفاءة صاحب المشروع بتطبيق بنود دراسة الجدوى .
- تحليله بالمرونة والذكاء فيما يخص التكيف مع التغيرات التي تحدث في اغلب المشروعات .
- تذليل العقبات التي لم تستطع الدراسة التنبؤ بها .

لماذا يجب على صاحب المشروع التنبه لأهمية مراجعة خطوات التنفيذ سواء التي نفذت أم اللاحق منها ؟

ذلك لتعرفها والتحقق من مواردها وضمان تنفيذها وفق الخطة .

• تقييم مراحل الإنشاء قبل التشغيل :

إلام تهدف هذه المرحلة ؟

- الحكم على نتائج عملية الإنشاء من حيث مدى مطابقتها للأهداف الموضوعية في دراسة الجدوى .

علل : عادة ما تكون النتائج التي تظهر على أرض الواقع مختلفة عما خطط له كثيراً أو قليلاً ؟

ذلك بسبب تغير الظروف وظهور مؤثرات غير متوقعة ما يدفع صاحب المشروع إلى إحداث تعديلات في بعض الأمور لتتناسب مع الظروف الجديدة .

علل : غالباً ما تختلف التكاليف الفعلية للمشروع عما خطط له ؟

ذلك نظراً لتغير أسعار المواد والسلع أو تغير جودتها نتيجة لنقصها بالسوق .

وضح لماذا يعد التقييم النهائي ضرورياً لصاحب المشروع ؟

لكي يعرف وضعه النهائي والخطوات التالية بعد حدوث تلك التغييرات وأثرها على المشروع .

• التشغيل وبدء العمل :

متى تتم هذه المرحلة ؟ بعد إنتهاء مرحلة التقييم وإجراء التعديلات اللازمة لبدء المشروع .

علل : يجب أن تستمر عملية مراجعة المشروع وتقييمه طوال فترة عمله ؟ لضمان بقائه بالسوق وجنيه الأرباح وتتم هذه العملية بعد فترة زمنية تسمى دورة الإنتاج وهي خاصة بالمشروعات الإنتاجية مثل الملابس والنباتات والمواد الغذائية .

عرف دورة الإنتاج :

المدة الزمنية الممتدة بين بدء إستخدام الموارد أو عناصر الإنتاج إلى ظهور السلعة أو الخدمة .

عدد مجالات المشروعات الصغيرة مع توضيح أمثلة موجزة عن كل منها .

- التصنيع الغذائي المنزلي ويشمل بسترة الحليب ، صناعة الثلجات ، الأجبان والألبان .
- إنتاج الملابس وتصميم الأزياء وتشمل الخياطة بأنواعها الملابس وقبعات الصلاة للرجال وأثواب الصلاة للنساء .
- التجميل ويشمل مصفف الشعر ، صالون التجميل تنظيف البشرة في المنزل .
- تربية الطفل وتشمل حضانة الأطفال ورعايتهم في الحضانة المنزلية .

*** إنتهى ***

الوحدة الأولى / الفصل الثاني دراسة الجدوى الإقتصادية للمشروعات الصغيرة

• مفهوم دراسة الجدوى وأهميتها :

- تتمثل أهمية دراسة الجدوى في عدة نقاط أذكر أربعة منها .

- ١- إستقصاء الحاجة إلى نشاط المشروع .
- ٢- تعرف إمكانية إقامة المشروع من الناحية الفنية .
- ٣- تعرف إمكانية إقامة المشروع من الناحية المالية .
- ٤- المحافظة على الموارد وأهمها الموارد المالية وعدم إنفاقها قبل التأكد من نجاح المشروع نظرياً .
- ٥- التحقق من إمكانية إستمرارية نجاح المشروع مستقبلاً .

- عرف دراسة الجدوى بشكلها العام .

هي جمع المعلومات والبيانات عن المشروع المقترح وتحليلها علل : لمعرفة إمكانية تنفيذه وتقدير عوائده وتحديد كلفة الإنتاج وثمان السلعة أو الخدمة لوضع مخطط لإقامته يشتمل على الأهداف والإجراءات وكيفية تحقيقها .

• مكونات دراسة الجدوى وكيفية إجراءها :

عدد عناصر دراسة الجدوى بالتسلسل .

- الدراسة التسويقية - الدراسة الفنية - الدراسة المالية .

من هو الشخص المسؤول عن تولي دراسة هذه العناصر ؟ غالباً ما يكون صاحب المشروع نفسه .

- عدد الصفات الواجب توافرها في صاحب المشروع التي تمكنه من النجاح .
- ١- ان يكون قادراً على إتخاذ القرارات .
 - ٢- أن يكون قادراً على الإهتمام بالتفاصيل .
 - ٣- أن يكون قادراً على التفكير السليم وترتيب الأفكار .
 - ٤- التروي وعدم الإستعجال .
 - ٥- أن يكون قادراً على قبول أفكار الآخرين وعدم الإنحياز لأفكاره .

والآن لتتعرف على كل عنصر من الدراسات بشيء من التفصيل :

- **الدراسة التسويقية :**
 - تهتم هذه الدراسة بتعرف العوامل المحيطة بالمنتج وتعد البداية المناسبة لدراسة الجدوى لانها تساعد على اجراء الدراسات التالية .
 - تتعلق هذه الدراسة بعنصرين مهمين هما :
 - عدد عناصر الدراسة التسويقية :
 - ١- الزبائن : الذين يستخدمهم المشروع .
 - ٢- المنافسون : الذين يتعاملون بمنتج المشروع .
 - الزبائن : هم المجموعة المستهدفة بالمنتج ، الذين يعتقد صاحب المشروع أنهم سيشترون المنتج بعد طرحه بالأسواق .
 - على صاحب المشروع أن يلي رغبات ويشبع حاجيات الأفراد بالتالي عليه أن يتعرف صفات الزبائن ومميزاتهم كالجنس والعدد ومستوى الدخل والذوق ..ما سيساعده على تحديد مواصفات السلعة وسعرها وأماكن بيعها .
 - **وضح شروط الإستبانة :**
 - أن تكون الأسئلة فيها محدودة وقصيرة .
 - **المنافسون :** هم الذين يتداولون المنتج في السوق .
 - **الإسم التجاري :** اسم يختاره المنتج لسلعته ليميزها عن غيرها وقد يكون هذا الإسم إسم المشروع نفسه أو اسم صاحبه أو أي اسم آخر يتسم بالبساطة لمساعدة المستهلك على حفظه .
 - **وضح فائدة الحصول على معلومات عن المنافسين والمستهلكين في دراسة الجدوى .**
 - ١- تحديد مواصفات السلعة .
 - ٢- تحديد سعر السلعة .
 - ٣- تحديد كمية الإنتاج المناسبة .
 - ٤- تحديد الكمية المباعة المتوقعة .
 - ٥- تحديد موقع إقامة المشروع .
 - ٦- تحديد قيمة العائدات والأرباح المتوقعة .
 - **الدراسة الفنية :**
 - تهتم بتحديد حاجات المشروع من مواد إلى مستلزمات وعمال .

- من أين يتم الحصول على المعلومات المتعلقة بهذه الدراسة ؟
- ١- من مصادرها ٢- المتخصصين في هذا المجال ٣- اصحاب المشاريع المشابهة ٤- الفنيين المتخصصين في الجامعات .
- عدد عناصر الدراسة الفنية :
 - ١- المواد الخام : تشمل المواد الأولية التي يعتمد المشروع عليها .
 - ٢- الأدوات والآلات : تشمل أنواعها وعددها ومواصفاتها .
 - ٣- الموقع : يشمل المحافظة أو المنطقة الإدارية ، ومدى سهولة الوصول إليه .
 - ٤- العمالة : تشمل العدد والمهارة والمستوى التعليمي ومكان الإقامة .
- علل يجب على صاحب المشروع إختيار الموقع المناسب للمشروع ؟
- لضمان بيع السلعة وتحقيق الربح .
- ما هي المرحلة التي يفضل أن يتم فيها إطلاق إسم المشروع ؟ الدراسة الفنية ويستوحى من نشاط المشروع أو اسم صاحبه أو هدف المشروع .
- الدراسة المالية :
 - تهتم بتحديد رأس المال ونفقاته وعائداته وتعتمد على المعلومات المقدمة من الدراسة التسويقية والفنية .
 - عدد العناصر الأساسية للدراسة المالية : ١- التكاليف ٢- العائدات .
 - عدد أقسام التكاليف :
 - ١- تكاليف رأسمالية : جميع التكاليف التي يدفعها صاحب المشروع من لحظة تفكيره بالمشروع وحتى اعداده وتجهيزه شاملة التشغيل التجريبي .
 - ٢- تكاليف تشغيلية : التكاليف المدفوعة لتشغيل المشروع وضمان عمله وهي نوعان :
 - ١- تكاليف ثابتة : تتميز بثبات قيمتها بدون أن تتأثر بالإنتاج مثل أجور العمال .
 - ٢- تكاليف متغيرة : تتغير قيمتها بتغير الكمية المنتجة مثل فواتير الكهرباء .
 - العائدات : هي الأرباح بالمختصر أي الأموال التي يجنيها المشروع لقاء بيع السلعة أو الخدمة .
 - تكاليف أخرى :
 - التكاليف الكلية : مجموع التكاليف الثابتة والمتغيرة .
 - كلفة إنتاج الوحدة الواحدة : مجموع التكاليف الكلية مقسومة على التكاليف الكلية المنتجة .
 - على ماذا تشمل التكاليف الرأس مالية ؟ الأرض ، الموقع ، البناء ، الأشغال الإنشائية ، الآلات ، المعدات ، المعلومات ...
 - من الاهداف الرئيسية للدراسة المالية :
 - تقدير قيمة رأس المال اللازم لإقامة المشروع ويساوي مجموع التكاليف الرأس مالية والتشغيلية لدورة الإنتاج .
 - اذكر الأمور الواجب مراعاتها عند الدراسة المالية :
 - ١- نقط التعادل وهي الكمية المباعة من المنتج أو سعره الذي لا يحقق للمشروع ربحاً أو خسارة بمعنى أن يكون الربح أو الخسارة يساوي صفر . بمعنى أوضح أن تكون التكاليف مساوية للعائدات .
 - ٢- التدفقات النقدية : النقود التي يتداولها المشروع منذ إنشائه وحتى نهاية عمره الافتراضي .
 - مصدر رأس المال : مصدر المال اللازم لإقامة المشروع .
 - بعض مصادر الأموال :

- ١- أموال خاصة لصاحب المشروع .
- ٢- أموال مقترضة من البنوك والمؤسسات الداعمة للمشاريع الصغيرة شرط إعادتها مع فائدة .
- لا بد من الإشارة هنا إلا أن الفوائد والعمولات تعد من التكاليف التشغيلية .
- الفوائد : مبالغ إضافية يأخذها البنك أو المؤسسة المقرضة من المشروع لقاء منح القرض .

*** إنتهى ***

الوحدة الأولى / الفصل الثالث تنفيذ المشروعات الصغيرة

- هي المرحلة الثالثة من دورة المشروع وتعتمد على صاحب المشروع .
- علل : يجب على صاحب المشروع التحلي بالصبر والمرونة في هذه المرحلة : لأنه قد يواجه عقبات أثناء التنفيذ.
- إجراءات إنشاء المشروع :
- الترخيص والتسجيل يتم تسجيل المشروع في وزارة الصناعة والتجارة تحت أحد الأشكال القانونية المتاحة ليكون المشروع ظاهرا و معروفا .
- عدد الأشكال القانونية التي تتخذها المشاريع عند تسجيلها :
- ١- المؤسسة الفردية ٢- شركة التضامن ٣- شركة توصية بسيطة .
- عرف الشكل القانوني للمشروع : شكل ملكية المشروع الذي سيعرف به رسميا من وزارة الصناعة والتجارة .

• جدول يلخص ميزات الأشكال القانونية للمشاريع وعيوبها :

شركة التوصية البسيطة	شركة التضامن	المؤسسة الفردية
يملكها عدد من الشركاء من ٢-٢٠ شريك وتضم شركاء من نوعين : شريك متضامن وشريك موصي تتميز بنفس ميزات شركات التضامن اضافة الا انها تتيح لبعض الشركاء استثمار اموالهم في الشركة بدون مشاركتهم بالادارة يلقي عليهم شركاء موصون	يملكها عدد من الشركاء من ٢-٢٠ شريك توفر امكانيات مالية وفنية وادارية وتسويقية كبيرة يتم اقامة مشروع كبير الحجم نسبيا توزيع الخسارة على كل الشركاء	يملكها شخص واحد وتتميز بسهولة تسجيلها وأرباحها من نصيب المالك وحده ويتمتع المالك بحرية اتخاذ القرار
عيوبها امتداد خسائر المشروع لتصل الى الاموال الخاصة بالشركاء وحدوث منافسة على الادارة وتوزيع الأرباح على الشركاء كل حسب نصيبه من الأسهم .	عيوبها امتداد الخسائر لتصل الى الاموال الخاصة بالشركاء وحدوث منافسة على الإدارة وتوزيع الأرباح على الشركاء كل حسب نصيبه من الأسهم .	عيوبها ضعف امكانيات المالك المادية والمالية والادارية و احيانا التسويقية وامتداد خسائر المشروع لتصل احيانا الى الاموال الخاصة بالمالك

• **ملاحظة : خطوات التسجيل والترخيص ص ٢٩ محذوف (مطالعة ذاتية) والنماذج ص ٣٠ و ٣١ غير مطلوبة في امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة .**

• تجهيز المكان : ماهي الأمور الواجب مراعاتها عن تجهيز مكان المشروع :

- **على ماذا يعتمد اختبار مكان المشروع ؟** على مكان وجود المجموعة المستهدفة ، كمية الإنتاج ، كمية الآلات ونوعها ، والتجهيزات التي ستستعمل في المشروع .
- ١- اذا كان المشروع انتاجي **يجب تقسيمه إلى جزأين** ، جزء الإنتاج وجزء الإدارة أما إذا كان مشروع خدفي يمكن وضع الإدارة ومكاتب الموظفين في مكان وجود البضاعة نفسها ومن الامثلة عليه محلات الملابس والأحذية ، صالونات التجميل .
- **علل يجب أن تكون غرف المحل منفتحة على بعضها** : لتسهيل الحركة بينها .
- ٢- تحديد مساحة الجزء الخاص بالانتاج للآلات والمعدات التي ستستعمل مع مراعاة حجمها لذلك يجب معرفة أبعاد كل الآلة أو جهاز والمساحة حولها للعمل بكفاءة .
- ٣- **علل يجب فصل قسم الادارة عن الانتاج بعازل للصوت** : لأن الآلات والمعدات المستخدمة في الإنتاج تصدر أصوات عالية .
- ٤- وجوب توفر أماكن آمنة للمرور والحركة بين الآلات ولسهولة عمل صيانه لها عند الحاجة .
- ٥- تعديل أنظمة تزويد الماء والكهرباء للآلات حسب حاجاتها .
- ٦- **علل : يجب أن تكون الإضاءة في قسم الأنتاج جيدة ؟** لتوفير الإنارة اللازمة لمنع وتجنب وقوع حوادث وإكتشاف العيوب التي قد تصيب الأجهزة والمعدات .
- ٧- توافر شروط الصحة العامة في المكان من تمديدات كهربائية معزولة ومخفية ولوحات كهربائية محمية في صناديق خاصة ومطافئ حريق وأقنعة وقفازات واقية ودورات مياه .
- ٨- تعتمد بعض المشروعات على تخزين السلع وبالتالي يجب هنا تقسيم المشروع إلى قسم للتخزين واخر للإدارة ويحتاج المخزن إلى رفوف ومراعاة لقواعد التخزين السليم .
- ٩- يتم تخصيص مكاتب الإدارة والموظفين وتجهيزها بالأثاث المكتبي المناسب وأجهزة للعمل كالحواسيب والملفات ..
- ١٠- **علل من المهم زيارة أكثر من مشروع مشابه ؟** لتعرف كيفية ترتيب مكان العمل وتصميمه والحصول على أفكار وحلول للمشاكل وعرفة أسباب المشاكل لتجنب وقوعها لاحقاً .
- **شراء الآلات والمعدات : الإرشادات الواجب مراعاتها عند شراء الآلات والمعدات :**
 - ١- وضع مخطط لعملية انتاج السلعة وتحديد الجهاز المخصص لكل مرحلة انتاج .
 - ٢- التعرف على مواصفات الأجهزة وأنواعها وأبعادها وأجزائها وطريقة التشغيل والصيانه والمشاكل المعتادة وكمية الإنتاج ومصدر الطاقة العاملة به والسهر والمصدر والضمان ...
 - ٣- تخزين كمية معينة ن المواد وقطع الغيار لصيانة الأجهزة عند الحاجة وضمان إستمرار عملها وتجنبنا لانقطاعها بالسوق .
- **الكوادر البشرية :** يجب مراعاة عدة أمور عند تعيين الكوادر البشرية (العاملين) :
 - ١- عدد العمال اللزم لتشغيل المشروع .
 - ٢- مهارة العمال ومؤهلاتهم .
 - ٣- **تصنيف العمال :** عمال دائمون يديرون الاجهزة والمعدات ويشاركون في الأنتاج والمبيعات وعمال مؤقتون مثل مدققي الحسابات وعمال الصيانة .
 - ٤- **طرق إستقدام العاملين (** عن طريق الإعلانات بالصحف أو العلاقات العامة أو الإستقدام من الخارج كالعالة الوافدة) .
 - ٥- حاجة صاحب المشروع أو العمال للتدريب على كيفية ممارسة العمل من النواحية الفنية أو الإدارية .
- **مقومات المشروع الناجح تقسم إلى :** مقومات شخصية وهي الخصائص التي يجب أن يتحلى بها صاحب المشروع ومقومات خاصة بالمشروع وهي الاعمال التي يقوم بها صاحب المشروع وتالياً جدول يبينهم لتسهيل دراستهم :

المقومات الشخصية	مقومات خاصة بالمشروع
------------------	----------------------

التقدير الدقيق للتكاليف المالية والتشغيلية	التفكير الإبداعي أو الابتكاري
التخزين السليم	المرونة والقدرة على التكيف
عدم المبالغة في البيع الآجل	الصبر
حسن إختيار الموقع	الادارة
الاستمرار بعمل الدراسات التسويقية	اليقظة والانتباه
الاحتفاظ بالسجلات والدفاتر المحاسبية	القدرة على اتخاذ القرار
	الامانة والصدق
	المعرفة الكاملة بتفاصيل العمل
	حسن التعامل مع الآخرين
	التوكل على الله

- **علل يجب ألا يتم المبالغة في تخزين الكثير من السلع ؟ لان ذلك يؤدي لسوء التخزين وتقدم السلع وتلفها مع الوقت .**
- **علل تحتاج الشركة من حين لآخر للقيام بالبيع الآجل ؟ لتحريك عجلة المبيعات .**
- **علل الإفراط بالبيع الآجل يشكل مشكلة كبيرة ؟ تبدأ السلع لمعرضة بالنقصان و انتهاء السيولة بالتالي عدم تلبية طلبات الزبائن .**
- **علل يجب الإستمرار بعمل الدراسات التسويقية ؟ لمتابعة التغيرات المتعلقة بالمنافسين والمستهلكين .**
- **علل يجب أن يتم الإحتفاظ بالدفاتر والسجلات المحاسبية بشكل جيد ودقيق ؟ معظم القرارات التي تتعلق بالمشروع ذات قاعدة مالية لذلك يجب تسجيل عمليات المشروع المالية في دفتر خاص لتساعد علة توفير المعلومات عند الحاجة إليها .**

***** إنتهى *****

الوحدة الأولى / الفصل الرابع تقييم المشاريع الصغيرة .

- **التقييم يحدد مدى نجاح المشروع أو فشله ويأتي بعد التنفيذ وقبل التشغيل .**
- **علل يجب التحقق من توافق ما تم تطبيقه على أرض الواقع مع دراسة الجدوى ؟ لاجراء التعديلات المناسبة .**
- **على ماذا يعتمد المشروع في مراحل الأولى ؟ على رأس المال .**
- **على ماذا يعتمد المشروع في مرحلة العمل ؟ على الأرباح .**
- **علل يجب على صاحب المشروع تسجيل العمليات المالية الخاصة بالمشروع في دفاتر وسجلات خاصة وحساب خلاصة أعماله شهرياً ؟ لمعرفة ان كانت هذه الإيرادات ربحاً أو خسارة فاذا كانت خسارة يجب ان يوجد الأسباب والحلول المناسبة لها .**
- **خلاف ذلك مما ذكر في الكتاب يعتبر مطالعة ذاتية (غير مطلوب في امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة) .**

***** إنتهى *****

الوحدة الأولى / الفصل الخامس الجودة

- الجودة هي مجموعة من المواصفات والخصائص التي يجب أن تكون في المنتج وتحدد مدى ملائمتها لتحقيق الغرض منه وتلبية لرغبات المستهلك وحاجاته .
- الجودة لغة : ان يكون الشيء جيداً .
- الجودة بالدين (الإسلام) : الأداء المتقن للعمل .
- الجودة بمعناها تختلف من شخص لآخر :
 - ١- حسب المصمم هي المواصفات الفنية لتصنيع المنتج .
 - ٢- بالنسبة للمهندس الإنتاج : انتاج أكبر عدد من الوحدات وفقاً للمواصفات وتقليل الوحدات المعيبة .
 - ٣- بالنسبة لمفتش الجودة : مقارنة الجودة الفعلية للمنتج بالمواصفات المحددة .
 - ٤- بالنسبة للمستهلك : الشكل النهائي للمنتج وسعره ومدى ثقته به .
- عرف ضبط الجودة : عملية مستمرة تبدأ من الإنتاج وتنتهي عند المستهلك وتسعى للتحقق من انتاج المنتجات أو الخدمات وفق المواصفات والمقاييس والمعايير المطلوبة ومدى إستيفائها للشروط .
- عرف توكيد الجودة : مفهوم أشمل من ضبط الجودة وهو جميع الاجراءات التخطيطية والتنظيمية لإكساب المنتج الثقة الكافية بقدراته على تلبية حاجات ورغبات المستهلك .
- عدد فوائد ضبط جودة المنتج :
 - ١- اختيار أسبب الخامات وأكفأ عمليات التصنيع وأمثلة ظروف الإنتاج لضمان قوة الإنتاج ضمن الجودة .
 - ٢- حسن إستثمار الموارد وخفض الفاقد والمرجع .
 - ٣- رفع الكفاءة الإنتاجية بتخفيض كلفة الإنتاج .
 - ٤- زيادة المبيعات وفرص تسويق المنتجات .
 - ٥- تلبية رغبات الزبائن .
 - ٦- رفع كفاءة إستخدام الآلات الانتاجية .
 - ٧- الضمان التام لانتظام درجة جودة المنتجات .
 - ٨- مواجهة المنافسة الحادة في بيئة الأعمال .
- عدد مراحل تطبيق ضبط الجودة :
 - ١- ضبط جودة المواد الأولية : معايير ضبط الجودة (تحديد العيوب في المنتج ، التحقق من مطابقته للمعايير) .
 - ٢- ضبط جودة عمليات الإنتاج : من الأمثلة عليها انتاج المرايل المدرسية يتم التحقق من نظافة منطقة الانتاج والتأكد من توافر المواد الصحيحة المطلوبة والسجلات المناسبة وفحص معدات خطوط الإنتاج من حيث النظافة والجاهزية ومراقبة ظروف التصنيع ومتابعة عمليات التغليف .
 - ٣- فحص المنتجات وإختبارها : وتهدف إلى معرفة ما هو مقبول وما هو مرفوض حسب المواصفات .
- ما الطريقة التي يتم فيها فحص المنتجات جميعها في حال تعذر إحصائها ؟ يمكن أخذ عينات عشوائية وفحصها .
- عدد طرق فحص المنتجات .
 - ١- الفحص الحسي بإستخدام الحواس كالنظر والشم والملمس .
 - ٢- الفحص مخبري كالفحوص الفيزيائية والكيميائية .
 - ٣- ادوات القياس المختلفة .
- عدد أهداف فحص المنتجات .
 - ١- البحث عن عيوب في المنتج .
 - ٢- تحديد مدى مطابقة المنتج للمواصفات .
- علامة الجودة
- من هي الجهة المسؤولة عن منح علامة الجودة ؟ مديرية شهادات المطابقة / التابعة لمؤسسة المواصفات والمقاييس الأردنية قسم علامة الجودة .

- لماذا إهتمت مؤسسة المواصفات والمقاييس بعلامة الجودة ؟ لما له دور كبير في حماية المستهلك وتوفير الثقة بالمنتجات الأردنية .
- عرف علامة الجودة الأردنية : علامة تمنح لمنتج معين وتدل على أنه ونظام الإنتاج مطابقين للمتطلبات الفنية والمتطلبات الأخرى .
- الام تهدف علامة الجودة الأردنية ؟ ١- رفع مستوى جودة المنتج ٢- زيادة ثقة المواطن بالمصانع المرخص لها ٣- دعم الصناعات المحلية ٤- الحد من وجود المنتجات ذات الجودة المنخفضة ٥- حماية المستهلك بإرشاده إلى المنتجات ذات الجودة العالية ٦- تسهيل التبادل التجاري عبر الاعتراف بعلامة الجودة .
- حدد شروط منح علامة الجودة : تمنح بناء على
 - ١- المواصفات القياسية ٢- القواعد الفنية الأردنية ٣- المواصفات التي يحددها طالب الشهادة .
 - شهادة علامة الجودة الأردنية ؟ تمنح مدة ثلاث سنوات على أسس فنية تفوق أسس المواصفات والقواعد الفنية وتعني أن المنتج حاصل على علامة الجودة الأردنية يكون ذو أعلى جودة .
 - كيف يضع المنتج علامة الجودة على منتجاته ؟ يتم ذلك بترخيص من الهيئة .
 - علام تدل علامة الجودة ؟ تدل على أن المنتج حصل على شهادة علامة الجودة من مديرية شهادات المطابقة قسم علامة الجودة
- أهمية شهادة المطابقة وعلامة الجودة
 - ١- فوائد خاصة بالمستهلك وتشمل :
 - ١- حمايته من الغش والإستغلال .
 - ٢- ضمان حصوله على منتج مطابق للمواصفات .
 - ٣- تزويده بمعلومات صحيحة لمساعدته على اختيار المنتج بالجودة التي يرغب بها .
 - ٤- امكانية استبدال المنتج في حال عدم مطابقته للمواصفات .
 - ٢- فوائد خاصة بالمنتج أو المصنع وتشمل :
 - ١- كسب ثقة المستهلك بالمنتج وبناء السمعة الجيدة .
 - ٢- تقليل كلفة الإنتاج .
 - ٣- زيادة القدرة التنافسية للمنتج .
 - ٤- الحفاظ على ديمومة جودة المنتج .
 - ٣- فوائد عامة وتشمل :
 - ١- دعم الإقتصاد الوطني نتيجة لزيادة الصادرات .
 - ٢- خفض حالات الغش والإستغلال نتيجة تطبيق علامات الجودة .
- عرف الأيزو : هي المنظمة العالمية للمقاييس وهي إتحاد عالمي مقره جنيف ويضم أكثر من ٩٠ هيئة تقييس وطنية وجاء إختصار ISO اعتمادا على الكلمة اليونانية ISOS التي تعني Equal بالعربية المتساوي .
- حدد الهدف من الأيزو : وضع نظام إداري محدد لمنع حالات عدم المطابقة يشتمل جميع الشروط والضوابط التي يجب توافرها في المؤسسات لضمان الجودة والكفاءة في الأنشطة والعمليات التي تؤثر في جودة السلع والخدمات (فهم) .
- عرف شهادات الأيزو ٩٠٠٠ : شهادات اصدرتها الهيئة الدولية للمواصفات وهي مختصة بنظم إدارة المنشآت الصناعية أو الخدمية .
- ما هي الفئات الرئيسية للمواصفات الدولية ؟
 - ١- الفئة الأولى تشمل مواصفات الأيزو ٩٠٠١ و ٩٠٠٢ و ٩٠٠٣

٢- الفئة الثانية تشمل مواصفات الآيزو ٩٠٠٠ و ٩٠٠٤ وتمثلان إرشادات عامة لتطبيق المواصفات وطبيعتها .

- أخيراً .. هل الآيزو تعني الكمال ؟ بالطبع لا لكن لماذا برأيك ..؟
ان حصول شركة ما على الآيزو (شهادة الجودة العالمية) لا يعني الكمال بل يعني ان هذه الشركة تطبق الإجراءات بشكل فاعل في انتاج السلع والخدمات وهي مراقبة .

*** إنتهى ***

الوحدة الأولى / الفصل السادس الجهات الداعمة للمشروعات الصغيرة

- صدرت الإرادة الملكية السامية عام ٢٠٠٤ بتخصيص جائزة سنوية للمشروعات الصغيرة حدد إسم هذه الجائزة .
جائزة الملك عبدالله الثاني للعمل الحر والريادة .
- يمكن تصنيف الجهات الداعمة للمشاريع الصغيرة إلى ٣ جهات رئيسية ، سنتطرق إليها مع ذكر أمثلة .
 - ١- المؤسسات الداعمة الحكومية (صناديق التنمية والتشغيل (ريادة) ، مؤسسة الإقراض الزراعي ، مؤسسة تنمية وإدارة أموال الأيتام ، المؤسسة العامة للإسكان الحضري ، بنك الإنماء الوطني (صندوق الحرفيين) ، وزارة التنمية الإجتماعية (صندوق تنمية الأسر)) .
 - ٢- المؤسسات الداعمة الأهلية أو الخاصة أو الغير حكومية : (الصندوق الأردني الهاشمي ، مؤسسة نور الحسين ، لإتحاد العام للجمعيات الخيرية ، صندوق إقراض المرأة ، الشركة الأردنية لتمويل المشاريع الصغيرة (المعروفة ب تمويلكم) ، الشركة الأهلية لتمويل المشاريع الصغيرة (تابعة لمؤسسة البنك الأهلي الأردني) ، البنك الوطني لتمويل المشاريع (الوطني) .
 - ٣- الجهات الأجنبية : (وكالة الأمم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين ، شركة الشرق الأوسط لتمويل المشاريع الصغيرة) .

*** إنتهى ***

- المثال التطبيقي لدراسة الجدوى ص ٥٦ وما يتعلق به غير مطلوب في إمتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة .

*** نهاية الفصل الأول ***

الوحدة الثانية / الفصل الأول التسويق والمشروعات الصغيرة

- عرف التسويق : مجموعة أنشطة متكاملة مصممة لتخطيط وتسعير وترويج السلع والخدمات القادرة على إشباع رغبات المستهلكين والوسيلة الفاعلة التي يمكن للمشروع الإعتماد عليها في نموه وتوسعه .
- حدد المعلومات التي يجب أن يعرفها الشخص المسؤول عن التسويق :
 - ١- معرفة حاجات ورغبات الزبائن الذين يشترون السلعة أو الخدمة وأماكن وجودهم وقدرتهم الشرائية .
 - ٢- أذواق المستهلكين من حيث اللون والتصميم وحجم السلعة .
 - ٣- مواسم البيع .
- لكن لماذا تعد هذه المعلومات غاية في الأهمية ؟ لكي يقوم التسويق بدوره قبل الإنتاج من خلال تحديد مواصفات السلع وفقا لحاجات المستهلكين .
- حدد الأمور التي يرتب عليها نجاح عملية التسويق :
 - ١- المواصفات المتعلقة بشكل السلعة .
 - ٢- سهولة إستخدام السلعة .
 - ٣- طريقة تغليف السلعة .
 - ٤- صفات السلعة .
 - ٥- سعر السلعة .

• أهمية التسويق :

- ما هي الجوانب التي تُظهر أهمية وفوائد التسويق ؟ ١- المشروع ٢- المستهلك ٣- المجتمع .

١- المشروع / حدد النقاط التي تبين أهمية التسويق للمشروع .

- ١- يسبق الإنتاج ويوجهه .
- ٢- يعنى بتحقيق أهداف المشروع ومبررات وجوده .
- ٣- يوصل المعلومات للمستهلك ويتيح الحصول على التغذية الراجعة .
- ٤- يساهم في نجاح وتوسعة وبقاء المشروع في سوق المنافسة .
- ٥- يوجه الإستثمار لأكثر المشروعات أهمية بالنسبة للمستهلك .
- ٦- يكسب التأييد والتعاطف مع المشروع في بيئته .
- ٧- يساعد على تقدير حجم الإنتاج الممكن بيعه .

- ٢- المُستهلك / حدد النقاط التي تبين أهمية التسويق بالنسبة للمستهلك .
- ١- يساعد المستهلك على إشباع رغباته وحاجاته الحالية والمستقبلية .
- ٢- يزود المستهلك بالمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السلعي أو الخدمي .
- ٣- المجتمع / بين النقاط التي تبرز دور التسويق الفاعل في تحريك العجلة الاقتصادية للمجتمع .
- ١- توفير النشاط التسويقي عدد من الوظائف التي يعمل بها أفراد المجتمع .
- ٢- إنعاش التجارة الداخلية والخارجية .
- ٣- رفع المستوى المعيشي للأفراد والوصول بهم إلى أعلى درجات الرفاهية .

• اهداف التسويق / عدد اهداف التسويق :

- تحقيق أقصى ربح ممكن للمشروع .
- تحقيق الأهداف الإجتماعية وذلك بإستخدام الموارد المتاحة وعدم تقديم سلع ضارة بالمجتمع .
- تحقيق التقدر والنمو يعني تحقيق زيادة في المبيعات والإيرادات ثم الأرباح .
- تحقيق القدرة على المنافسة والبقاء في دنيا الأعمال وهذا الهدف يعد محصلة الأهداف السابقة

*** إنتهى ***

الوحدة الثانية / الفصل الثاني عناصر التسويق

- تلخص مهمة النشاط التسويقي بعدة أمور حددها / بينها :
 - ١- معرفة حاجات المستهلك ٢- إعلام المستهلك بوجود حاجته ٣- إقناع المستهلك بأهمية وضرورة السلعة التي يحتاجها .
- عدد عناصر المزيج التسويقي :
 - ١- المنتج ٢- السعر ٣- التوزيع / المكان ٤- الترويج .
- عرف المنتج : هو أي شيء ملموس أو غير ملموس يمكن عرضه بالسوق لإشباع حاجات ورغبات المستهلك .
- علل يعد المنتج أحد العناصر الأربعة للمزيج التسويقي ويعتبر قلب هذا المزيج ؟ لان عدم تلبية حاجات ورغبات المستهلك تؤدي لفشل المشروع بالكامل .
- حدد الأبعاد الرئيسية للمنتج التي يتعين على صاحب المشروع أن يعيها :
 - ١- غرض المنتج ووظيفته (المنفعة الأساسية) ٢- المنتج الفعلي (الإسم والخصائص والجودة والشكل والتغليف) ٣- الخدمات الإضافية (الضمان والكفالة وخدمات ما بعد البيع) .
- أ- غرض المنتج ووظيفته : وهي المنفعة الأساسية للمنتج والتي يحصل عليها المستهلك لقاء شراء المنتج .
- ب- المنتج الفعلي أو الجوانب الملموسة فيه : وهي عناصر المنتج وخصائصه كالإسم والعبوة والغلاف والبيانات .
- حدد عناصر المنتج : ١- الجودة ٢- التصميم ٣- العلامة التجارية ٤- البطاقة التعريفية ٥- التغليف .
- جودة المنتج : هي أهم صفة تضمن ديمومة المنتج وتفوقه أمام المنافسين .
- تصميم المنتج : يعد التصميم أمر مهم لجذب إنتباه المستهلك .
- العلامة التجارية : هي إسم أو مصطلح أو إشارة أو رمز أو مزيج منها تستخدم بهدف معرفة هوية السلعة لجعله مميز عن غيره من المنتجات المنافسة .

- **البطاقة التعريفية :** تحمل إسم العلامة والمعلومات الهامة عن المنتج وهي أداة تعريف بالمنتج أو العلامة وتحتوي وصفا للمنتج ومصدره وتاريخ انتاجه ومكوناته وطريقة إستعماله .
- **التغليف :** الجزء الذي يضمن أمان المنتج وسلامته ويعبر عن محتواه ويحفظه من المؤثرات الخارجية كالحرارة والرطوبة وغيرها وقد يكون بعدة أشكال :
 - ١- غلاف يحوي المنتج ويحميه مثل صبغات الشعر .
 - ٢- غلاف ثانوي يلقي جانبا عند استعمال المنتج مثل علبة زجاجة العطر .
 - ٣- غلاف شحن وهو ضروري للتخزين ويحدد هوية المنتج ويحميه أثناء الشحن .
- **علل يجب اختيار ألوان الغلاف وتصميمه على نحو مناسب وبصورة تلفت الإنتباه ؟ نظرا لتطور التغليف بكونه أصبح بيعياً وترويجياً .**

ج - خدمات إضافية تتعلق بالمنتج (اضافات داعمة) :

- أعط أمثلة على خدمات إضافية تتعلق بالمنتج :
 - ١- البيع الآجل ٢- التركيب ٣- الصيانة ٤- الضمان ٥- الكفالة .
- **وضح لماذا تعتبر خدمات الزبائن عنصر تسويقي مهم ؟ لان تكلفة المحافظة على العملاء الحاليين اقل من جذب عملاء جدد .**
- **علل يتفاوت المستهلكون في نظرهم إلى أهمية الخدمات الإضافية ؟ لأن بعضهم يركز على طريقة الدفع وآخرون يهتمهم سرعة التسليم والمصدقية وغيرهم يركزون على الصيانة أو خدمات ما بعد البيع .**
- **وضح على ماذا تعتمد طبيعة الخدمات الداعمة وعددها ؟ على نوعية المنتج والزبون الذي يشتريه وما يحتاج إليه .**

• السعر :

- **علل على صاحب المشروع دراسة السياسة التسعيرية بتأني ؟ بهدف الوصول إل السعر المقبول لكل من المشروع والمستهلك مع ضرورة أن لا يكون البيع اقل من التكلفة لأن ذلك يؤدي للخسارة .**
- **حدد الأسباب التي تزيد من أهمية السعر بصفته عنصر أساسي في المزيج التسويقي .**
 - ١- وجود سعر محدد لكل سلعة يغطي التكاليف ويحقق الأرباح .
 - ٢- التأثير المهم في عناصر المزيج التسويقي الأخرى مثل الإعلان والتوزيع والمبيعات .
 - ٣- الحصول على حصة معينة من السوق والقدرة على التنافس .
- **حدد طرق تحديد السعر :**
 - ١- التسعير على أساس التكلفة هي أبسط اساليب التسعير وأكثرها شيوعا ويتحدد السعر هنا بالعلاقة التالية :
السعر = تكلفة الوحدة الواحدة + هامش الربح .
 - ٢- التسعير على أساس الطلب وهو إحدى القوى الرئيسية التي تحدد سعر السلعة وهنا السعر لا يعتمد على تكلفة إنتاج السلعة بقدر إعتماده على مدى إستعداد الزبون لدفع سعر معين .
 - ٣- التسعير على أساس منافسة هنا يضع صاحب المشروع سعر للمنتج يقارب أسعار المنافسين المعلنة بالسوق .

- **المكان / التوزيع :** يقصد به مكان وجود السلعة أو المكان الذي يستطيع المستهلك إيجاد السلعة فيه .
- **علل يعد وجود نظام التوزيع غاية في الأهمية .**

- لانه يتيح للمشروع ايصال منتجاته الى المستهلكين ويؤثر في مستوى الأرباح والمبيعات .
- **عرف القناة التوزيعية :** الطريق التي تسلكه السلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي عبر مجموعة من الأجهزة التسويقية المختصة التي تتبع للمنتج أو تكون مستقلة عنه .
 - **حدد قنوات توزيع السلعة :**
 - ١- **قنوات توزيع مباشرة** تعني ايصال المنتج الى المستهلك مباشرة دون وسيط أمثلة على منافذ التوزيع المباشر (البيع الآلي ، البريد ، المعارض ، البيع الشخصي ، البيع الإلكتروني ، مكان المشروع) .
 - ٢- **قنوات التوزيع غير المباشر** يعني وجود وسيط بين المنتج والمستهلك مثل على منافذ البيع غير المباشر (الوكلاء ، باعة الجملة ، باعة التجزئة) .
 - **الترويج :** كلمة مشتقة من روج للشيء اي عرف به وتني ان الترويج هو الاتصال بالآخرين وتعريفهم انواع السلع التي بحوزة المنتج لافئاعهم بشراءها .
 - **عدد عناصر المزيج الترويجي :** ١- الاعلان ، البيع الشخصي ، تنشيط المبيعات ، الدعاية والنشر ، العلاقات العامة .
 - ١- **الإعلان :** وهو أي شكل من أشكال تقديم المعلومات غير الشخصية عن المنتج المدفوعة الثمن بواسطة وسائل الاتصال المعروفة مثل (الصحف ، المجلات ، التلفاز ، الإذاعة) ووسائل الإعلان الخارجية (الملصقات ، اللافتات) .
 - ٢- **البيع الشخصي :** هو العمود الفقري للإتصالات في تسويق السلع وهو عملية اتصال مباشر بالعمل لتعريفه بالمنتج للتأثير به وإقناعه بشراءه .
 - **كيف تظهر أهمية البيع الشخصي ؟** يساهم في تكوين الإنطباع الذهني والصورة الطيبة للمشروع بالنسبة للعملاء .
 - **٣- الدعاية والنشر :** تتضمن أي معلومات تتعلق بالمشروع والمنتج التي قد تظهر عبر وسائل إعلامية دون مقابل أو تدخل من صاحب المشروع .
 - **٤- تنشيط المبيعات :** مجموعة أنشطة تسويقية عدا البيع الشخصي والإعلان والدعاية يقدمها المشروع بهدف اثاره الطلب على السلعة أو الخدمة .
 - **عدد أساليب تنشيط المبيعات :** ١- هدايا تذكارية ٢- عينات مجانية ٣- الترتيب الداخلي للمحل ٤- الخصومات ٥- البيع بالأسقاط .
 - **٥- العلاقات العامة :** هي النشاط الذي يعنى بتنمية العلاقات الوثيقة بين المشروع وافراد المجتمع .

*** انتهى ***

الوحدة الثانية / الفصل الثالث التسويق والإتصال

- **علل تلعب الإتصالات دورا كبيرا في الحياة اليومية للأفراد والمشروعات ؟** لأنها وسيلة اساسية لتحقيق التفاعل بين الآخرين والوصول للأهداف المطلوبة وتحقيقها .
- **علل تمثل الإتصالات أهم مبادئ وجود المشروع وإستمراره ؟** لأنها تعد مؤشر لمدى فعالية المشروع في الوصول للآخرين وقدرته على التأثير بهم .
- **عرف الإتصال :** عملية تبادل المعلومات والأفكار بين الأفراد بصورة تحقق الأهداف المنشودة .
- **بين الهدف من عملية الإتصال :** تهدف إلى إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بين الآخرين .
- **الاتصال هو جزء اساسي لوظائف العملية الإدارية حدد وظائف العملية الإدارية :**
 - ١- تخطيط ٢- تنظيم ٣- توجيه ٤- رقابة

• عدد عناصر عملية الإتصال :

- ١- المرسل : هو مصدر الرسالة ويسعى لنقل الأفكار التي يحملها إلى ذهن المستقبل .
- ٢- الرسالة : هي الفكرة أو المعلومة التي صيغت بلغة مفهومة .
- ٣- الوسيلة : هي وسائل الإتصال المختلفة كالهاتف والتلفاز والانترنت .
- ٤- المُستقبل : الشخص الذي يتلقى الرسالة وهو المقصود بعملية الاتصال .
- ٥- التغذية الراجعة : هي ردة فعل المستقبل أو إستجابته للرسالة .
- ٦- التشويش : اي عامل يتدخل في عملية الإتصال .

- بماذا تفيد التغذية الراجعة ؟ توضح وتبين مدى تأثير التشويش في عملية الإتصال ما يفيد في تحديد المشكلة واتخاذ اجراء لحلها .

• إدارة علاقات الزبائن :

- ماهي المعلومات الضرورية التي توفرها هذه علاقات الزبائن ؟

- ١- كل ما يتعلق بالإنتاج من (كمية ، ونوعية ، وسائل الإعلان ، طرق التوزيع المثلى) .
- على ماذا تقوم عملية إدارة علاقات الزبائن ؟ على أساس التفاعل المستمر وتبادل المعلومات فيما بين الزبائن .
- عرف إدارة علاقات الزبائن : مجموعة من الأنشطة التي يقدمها المشروع بهدف بناء علاقات تبادلية مع المتعاملين معه والسعي لزيادة عدد الزبائن والحفاظ عليهم لزيادة المبيعات .

• حدد أهداف ادارة علاقات الزبائن

أ- استقطاب مستهلكين جدد لشراء السلعة .

- عدد مراحل استقطاب الزبائن الجدد :

- ١- الإتصال الأولي بالمستهلك عبر وسائل الإتصال المختلفة .
- ٢- بناء قاعدة بيانات الزبائن تجمع في هذه المرحلة معلومات عن الزبائن وتساعد على التعرف اليهم والتواصل معهم بسرعة .

ب- المحافظة على الزبائن أو العملاء الحاليين :

- حدد الإرشادات التي تسهم في التميز بخدمة الزبون :

- ١- يعد الزبون أهم عناصر المشروع فالمشروع قائم من أجله .
 - ٢- الزبون شخص لديه مشاعر وعواطف يجب معاملته بأفضل صورة .
 - ٣- يجب الترحيب بالزبون واستقباله بأسلوب حسن .
 - ٤- عدم مجادلة الزبون والحرص على اشباع رغباته وحاجاته .
 - ٥- إعطاء الزبون أكبر قدر من الإهتمام والانتباه والمعاملة المهنية المهذبة .
- ج - التوسع في العلاقات مع الزبائن : يقصد بذلك إدامة زمن العلاقة مع الزبون اطول مدة ممكنة لضمان ولاء الزبون للمشروع وزيادة حجم مشترياته .

*** إنتهى ***

الوحدة الثانية / الفصل الرابع التسويق الإلكتروني

- **عرف التسويق الإلكتروني :** توظيف إمكانيات شبكة الإنترنت وشبكات الإتصال المختلفة والوسائط المتعددة في تحقيق أهداف تسويقية .
- **مزايا التسويق الإلكتروني :** عدد مزايا التسويق الإلكتروني :
 - ١- توسيع قاعدة العملاء نتيجة امكانية دخول الموقع لانه متاح دائما . .
 - ٢- الانسيابية في العلاقة بين البائع والمشتري عبر قنوات الاتصال البسيطة والتفاعليه .
 - ٣- تقليل وقت إتمام المعاملات .
 - ٤- دخول أسواق جديدة بسهولة .
 - ٥- زيادة القدرة على جمع معلومات تفصيلية عن العملاء .
 - ٦- المرونة في عرض بيانات المنتوجات .
 - ٧- سرعة الحصول على التغذية الراجعة .
 - ٨- توفير وسائل ترويج جديدة .
- **عدد طرق التسويق الإلكتروني :**
 - **موقع على شبكة الإنترنت :** مع أخذ عدة عوامل :
 - ١- تحديد أهداف ومحتوى الموقع .
 - ٢- تحديد طبيعة الزوار المحتملين للموقع .
 - ٣- تصميم واجهة للموقع
 - ٤- قياس نسبة الإنتشار في السوق الإلكتروني .
 - استخدام محركات البحث : وهم Google , Yahoo .
 - البريد الإلكتروني : وهو أحد أهم اساليب التسويق الناجح .

*** إنتهى ***

*** نهاية الفصل الثاني***

مع أطيب الأمنيات .