

مقتطفات من 1 و 2 و 3

- **الريادة:** تعهد الشيء او اراده وطلبه
- **تم توليد العديد من الفاهيم المتعلق بالريادة مثل:** الابداع والابتكار - الاكتشاف - الشيء غير المألوف - الشيء المليء بالقوة والنشاط - العمل الخلاق- تحمل المخاطرة.
- **تاريخيا يعود مفهوم الرياده في عصور الوسطى الى:** تطلقه على الشخص الذي يدير مشاريع الانتاج الكبيره.
- **تاريخيا يعود مفهوم الرياده في القرن 17 الى:** تطلقه على الشخص الذي يبرم عقودا مشروطه مع الحكومه.
- **تاريخيا يعود مفهوم الرياده في القرن 19 الى:** الشخص الذي ينظم المشروع ويديره للحصول على مكتسبات فرديه مستخدما مهاراته وخبراته.
- **تاريخيا يعود مفهوم الرياده في القرن 18 الى:** التمييز بين الشخص الذي يزود الاخرين براس المال باعتباره مستثمرا وبين الشخص الذي يحتاج المال باعتباره رياديا.
- **تاريخيا يعود مفهوم الرياده في القرن 20 الى:** المبتكر المبدع الذي يعيد تنظيم شكل الانتاج باستخدام اختراع معين او وسيله تكنولوجيه جديده.
- **الناطقون بالانجليزيه يعرفون الرياده بانها:** المشروع الصغير الجديد **والناطقون بالالمانيه:** يعرفونها بالقوة والملكيه.
- **الريادي يشير الى الشخص الذي:** يمتلك القدرة على اكتشاف الفرصه وادراكها وتحمل المخاطرة والعزم على البدء بالمشروع وتامين المصادر والامكانيات.
- **الريادة التنظيميه هي:** مجموعه الاجراءات التي تقوم بها شخص او مجموعه لاجل ايجاد مشروع ريادي جديد لتقديم شيء متميز يحقق رغبات الزبائن.
- **يتصف العالم اليوم بحدوث تغير سريع في مجالات الحياه كافه وبخاصه الساسيه والاقتصاديه والتكنولوجيه.**
- **يشير تقرير مراقبة الرياده العالميه الى وجود علاقه طرديه بين انشطة الرياده وبين زياده نمو اقتصاديات الدول.**
- **يتم زياده الكفاءه من خلال زياده التنافس الناتج عن الدخول المتتالي للمنافسين.**
- **يتم احداث التغير في هيكل السوق والعمل من خلال تبني الابداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثه.**
- **يختلف دور الريادي عن دور المدير في:** ملكية المنظمة - ايجاد منظمة جديده - تقديم ابتكار للسوق - تحديد الفرصه السوقيه - القدرة على اكتساب التطبيقات والاساليب والخبرات الجديده - القدرة عالقياده.
- **تحدد المشروعات الصغيره الرياديه اسواقها حسب نظامها.**
- **تعتبر المشروعات الصغيره اكثر ميلا الى الاخذ بالمخاطره لانه ليس لديها الكثير لتخسره.**
- **متطلبات اقامة المشروعات الرياديه:** السياسيات والبرامج الحكوميه - التسويق - الخلفيه الثقافيه والاجتماعيه والمهنيه للشخص .
- **الحالم:** يقدم على العمل عندما تكون درجة المخاطره منخفضه ودرجة الابداع عاليه.
- **الريادي:** يقدم على العمل بدرجة عاليه من الابداع والمخاطره.
- **المغامر:** يقدم على العمل عندما تكون درجة المخاطره عاليه ودرجة الابداع منخفضه.
- **التوافقي:** يقدم عالعمل: عندما تكون درجة المخاطره منخفضه ودرجة ابداع منخفضه معتمد على هامش التحسينات او الابداع من المؤسسات القائمة.
- **اشار لاندو الى انه يمكن تصنيف الرياديين بناء على:** خصائص الريادي+القدرة علىالابتكار+تحمل المخاطره.

=====

=====

- تختلف مداخل دراسته موضوع الريادة باختلاف المواضيع التي تبحث عنها ومنها: الاجراءات او العملية المتبعه للحصول عالمنتج او الخدمة(مراحلها: الاعداد والحضانه والومضه او الاضائه والتحقق من الحل).
- الريادة تعتبر ذات اهميه كبيره في الاقتصاد لانها: تعمل على ايجاد قيمة مضافه تعود بالفائده على كل من الافراد والمنظمة والمجتمع.
- تضم مجموعة العناصر الاقتصادية: المادة الخام – القوى العامله الماديه والعقليه – راس المال- ويضيف لها بعض الاقتصاديين الرياده.
- يعتقد بعض الاقتصاديين ان دور الرياده هو: ان يقبل المخاطره نيابه عن الاخرين
- 3 عوامل رئيسيه تسهم في دفع الشخص نحو العمل الريادي: العوامل الشخصيه – العوامل تتعلق بالمنظمة – العوامل الخارجيه.
- اثبتت الدراسات ان انشطه الرياده تبدأ من عمر 22 الى 45 سنه.
- الهيكل التنظيمي: يعتبر عنصر رئيسي من عناصر نجاح المشروع الريادي المعتمد على استراتيجيات الابداع والابتكار والمعرفه لدى الافراد.
- من العوامل الخارجيه التي تسهم دفع الشخص نحو العمل الريادي: السياسيات والقوانين والانظمة والسماط العامه للمجتمع والقاعديه المؤسسيه للبحث والتطوير بالمجتمع وتوفر اجواء الحريه في المجتمع.
- السماط العامه للمجتمع هي الثقافه السانده في المجتمع(احترام السن والاقدميه وتاكيد الذات والتنافس).
- عناصر الرياده: الريادي والفرصه والمنظمة والمواد.
- الريادي هو: الشخص الذي يقع في مركزاجراءات الرياده ويدير الاجراءات والانشطه جميعها.
- الفرصه هي: الفجوة بين الواقع وبين ماهو محتمل في السوق وتمثل احتماليه تقديم خدمة الزبائن بطريقه افضل من الطريقه الحاليه.
- المنظمة هي: الاطار والوعاء الذي يتم فيه تنسيق وترتيب كل من الانشطه والمواد والاشخاص.
- المواد: الموارد والامكانيات المتاحه التي يمكن للريادي ان يستثمرها في المشروع.
- تنقسم المهارات الرياديه الى: مهارات ادارة الاعمال ومهارات اداريه والمهارات الفنيه.
- مهارات ادارة الاعمال: بدء العمل وتطويره وادارته اضافته الى مهارات التسويق والاداره والتمويل والمحاسبه والانتاج والتفاوض.
- يقصد بالمهارات الاداريه: التخطيط ووضع الاهداف والقدرة على التحكم بنفسه وسلوكه واداره النمو وتحمل المخاطره والاختراع.
- يقصد بالمهارات الفنيه: مهارات الكتابه والاتصال الشفويه والسيطره والتحكم بالبيئه المحيطه.
- =====
- يبدأ العمل الريادي ب: اكتشاف الفرصه – تحليل لافرصه – استغلال الفرصه
- العملية الرياديه عمليه ادراكيه تبدأ بالمشاهده او التساؤل ثم التحليل والتفحص ثم تحديد كيف تلي هذه الفرصه متطلبات الزبائن.
- العمل الريادي يبدأ صغيرا حيث يتطلب امكانيات واموال قليله وعدد افراد قليل.
- لايعتبر الربح فقط سبب وحيد الضامن لبقاء المنظمة وديمومتها وانما القيم والاهداف الطويله الاجل هي التي تسهم في استمرارها في الاجل الطويل.
- يحاول العمل الريادي منذ البدايه احتلال موقع القيادة.
- يشير بورتر ان جاذبيه الصنعه تحددها 5 قوى: الموردن والمشتريين والمنافسين الجديد والبدائل المتاحه والمنافسين الحاليين.
- تتصف الاستراتيجيات الرياديه: تحمل المخاطر والتركيز على الفعل الاستباقي بدلا من رد الفعل.
- يتصف الهيكل التنظيمي ب: المرونة والتكامل بين الانشطه والتوجه الكلي للمنظمة.
- تتصف البيئه التنظيميه ب: الانفتاح وايجاد نظام حوافز فعال بالاضافه الى المساواه وتقاسم

السلطة.

- من الاهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي اهداف النمو يقصد بها: زيادة حجم المبيعات سنه بعد سنه.
- من الاهداف الاستراتيجية للمشروه الريادي تطوير السوق من خلال تشكيل السوق يقصد بها: اعادة تشكيله من خلال الاعلانات والدعايات.
- من الاهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي الحصة السوقيه يقصد بها: الاستحواذ على نسبه معينه من السوق.
- من الاهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي المكانه السوقيه يقصد بها: تحقيق المكانه امر ضروري لتحقيق الحصة السوقيه.
- المصادر الفجائيه: حدث خارجي غير متوقع.
- المصادر التعارضيه: الفرق بين الواقع ومايفترض ان يكون عليه.
- مصدر العوامل الديموغرافيه: العمر والعماله ومستوى التعليم والدخل.
- البداء بانشاء مشروع ريادي مراعاة العوامل التاليه: الموقع والمواد الخام اللازمه للتصنيع والمبنى والمعدات المسانده الاخرى والقوى البشريه.
- الفرق بين المشروع الريادي والصغير: الابداع والقدرة على النمو والاهداف الاستراتيجية.
- يمتاز المشروع الريادي بالاهداف طويله الاجل.

H N O O, إبراهيم الملحم و aseel.w معجب بهذا.

مقتطفات 4 و 5 و 6

- عند اتخاذ قرار بتأسيس المشروع الصغير يتوجب على مالك المشروع

تحديد الشكل القانوني الذي سيمارس من خلاله العمل.

- من الاشكال القانونيه للمشروعات الصغيره: شركة التوصيه بالاسهم - وشركة التوصيه البسيطه- المشروع الفردي - الشركة المساهمه الخاصه - شركة التضامن - شركة المحاصه - الشركة ذات المسؤليه المحدوده - اشكال اخرى.

- تعتبر من اقدم اشكال منظمات الاعمال وهي الاكثر شيوع في العالم: المشروع الفردي.

- يملك المشروع شخص واحد ويتحمل المسؤليه الكامله غير المحدوده عن الالتزامات والديون ويحصل الارباح بمفرده: المشروع الفردي.

- من مساوئ هذا المشروع الفردي: اعتبار المشروع وصاحبه شخصيه واحده لايفصلان وينتهي المشروع بموت صاحبه وينبغي اتخاذ عدة اجراءات لاعادة العمل به.

- هي شراكه طوعيه بين شخصين او اكثر للقيام بمشروع يدر عائد مالي عليهم ويحقق ربحا لهم: شركة التضامن.

- من مزايا شركة التضامن: سهوله التأسيس امكانيه زياده راس المال وموارد ماليه من اكثر من شخص.

- من مساوئ التضامنيه: مسؤليه غير محدوده - حياتها محدوده - الشريك مسؤل عن تصرفات الشركاء - احتمال نشوب الخلافات - وفاة أي شريك ينهي الشراكه - عدم ضمان تصرفات الشركاء الاخرين.

- يشاركون في راس المال دون ان يحق لهم ادارتها او ممارسه اعمالها ويكون كل منهم مسؤل عن ديون الشركة والالتزامات المترتبه عليها بمقدار حصته في راس مال الشركة: الشركاء الموصون.

- شركة التوصيه البسيطه نوعين: الشركاء المتضامنون والشركاء الموصون.

- هم الذين يتولون اداره الشركة وممارسه اعمالها ويكونون مسؤلون بالتضامن والتكامل عن ديون الشركة والالتزامات المترتبه عليها في اموالهم الخاصه: الشركاء المتضامنون.

- لايملك الشريك الموصى ان يشترك في اداره الشركة ولايملك سلطه الزامها ويجوز الاطلاع على دفاترها.

- هي شركة تجاريه تنعقد بين شخصين او اكثر ويدير اعمالها شريك ظاهر يتعامل مع الغير ولايعتبر الشريك غير الظاهر تاجر الا اذا مارس العمل التجاري بنفسه: شركة المحاصه.

- لا تتمتع بالشخصيه الاعتباريه ولا تخضع لاحكام واجراءات التسجيل والترخيص: شركة المحاصه.

- غالبية الشركاء على قرابه بعضهم البعض ويتم تأسيس هذا النوع من الشركات من اجل تقديم خدمه مهنيه احترافيه لكل مساهم مرخص: الشركة ذات المسؤليه المحدوده.

- تتألف من شخصين او اكثر وتعتبر الذمه الماليه للشركة مستقله عن الذمه الماليه للشريك: الشركة ذات المسؤليه المحدوده.

- تتألف شركات التوصيه من فئتين: الشركاء المساهمون والشركاء المتضامنون.

- تصفي شركة التوصيه بالاسهم وتصفى بالطريقه التي يقررها نظام الشركة ولا فتنطبق عليها

الاحكام الخاصة بتصفيه: الشركة المساهمه الخاصه.

- تتالف من شخصين واكثر ويجوز تسجيل شركة مساهمه خاصه مؤلفه من شخص واحد او ان يصبح عدد مساهميها شخصا واحد: الشركة المساهمه الخاصه.
- يوجب القانون عادة الا يتعارض اسم الشركة مع غايتها على ان تتبعه عبارة: شركة مساهمه خاصه محدوده.

مدة الشركة المساهمه الخاصه غير محدوده مالم ينص عليها عقد التأسيس.

- يقصد بالمشروعات المشتركة: شركتين او اكثر يشتركان في تنفيذ مشروع معين من اجل تحقيق ربح معين.
- يقصد بالمشروعات غير الربحيه: يتم تاسيسها لخدمة المجتمع ولا تهدف الى ربح وتعفى من الضريبه مسؤليتها الشخصيه محدوده.
- يقصد بالتعاونيات: عبارة عن تجمع منتجي سلعه او خدمه معينه او تجارة جملة او تجزئه ويعملون بشكل جماعي لخدمة انفسهم.
- من ايجابيات المشروعات الصغيره: سهوله التأسيس - وضوح الاجراءات الرسميه - المالك هو متخذ القرار فيما يتعلق بالعمل وتوجيهاته.
- من سلبيات المشروعات الصغيره: صعوبة الحصول على تمويل الازم لاقامه هذا النوع من المشروعات - يلجا المالك الى ثروته الشخصيه او الاقتراض من المؤسسات الماليه قرضا شخصيا - المسؤليه الكامله غير المحدوده لبعض الاشكال تجاه الخسائر والالتزامات الماليه.
- =====
- دراسة الجدوى: تعد من العمليات الاساسيه والمهمه من اجل ضمان توفير متطلبات النجاح والتقدم في المشروع.
- الفكرة الرئيسي من اعداد دراسة الجدوى للمشروع الصغير هي: وضع صاحب المشروع امام حقائق توضح مدى امكانية تنفيذ فكرته وجعلها حقيقه واقعه من حيث: التكلفة المحتمل- المردود المتوقع- امكانيه بناء مشروع يلقي الترحاب من لدن الاطراف المتعدده.
- الدراسه المبدئيه: الطابقه المبدئيه لفكرة المشروع مع: اللوائح والقوانين- العادات والقيم-مدى الارتياح والانطباع على ان المشروع سيؤدي لنتائج مرضيه لصاحب الدراسه.
- دراسة الجدوى التسويقيه: تفيد في تحديد حجم انتاج المشروع بناء على التنبؤ بحجم الطلب والمبيعات لنتائج المشروعات والمواصفات المفضله في السلعه التي سينتجها المشروع والسعر المتوقع للسلعه.
- دراسة الجدوى الفنيه: تشمل كل او بعض الاجزاء طبقا لظروف تحديد: حجم المشروع وتحديد طريقه الانتاج والوسائل التكنولوجيه الملائمة- تحديد الالات والمعدات الفنيه-التخطيط الداخلي للمشروع-تحديد كميات عوامل الانتاج-تحديد العماله المطلوبه وافراد الاداره- تحديد وسائل النقل- تحديد الفاقد في الانتاج-تحديد موقعالمشروع
- التكاليف في أي مشروع تنقسم ل: تكاليف استثماريه وجاريه.
- التكاليف الاستثماريه: كافه ماينفق عالمشروع منذ بداية التفكير في عملية الاستثمار حتى دورة التشغيل العاديه الاولى.
- التكاليف الجاريه: تشمل جملة التكاليف قصيرة الاجل.
- دراسة الجدوى الاقتصاديه: يهتم بقياس العائد الاقتصادي للمجتمع حيث ان عناصر التكاليف

والعوائد للمشروعات لا تقدر قيمتها على اساس اسعار السوق بل تقدر قيمتها على اساس اسعار الظل.

- **دراسة الجدوى الاجتماعية:** تهتم بعدالة توزيع الدخل بين فئات المختلفه بالمجتمع.
- **الجوانب التي تهتم بها الجدوى الاجتماعية:** خلق فرص العمل وكم فرصه عمل مطلوبه وكم نسبة العماله العاديه فيها- اثر المشروع عتوزيع الدخل في صالح الفئات الاجتماعيه محدوده الدخل- اذا كان منتج هذا المشروع لخدمه فئات منخفضه الدخل.
- **دراسة الجدوى البيئيه:** تهتم بتقييم اثار المشروع عالصحه العامه والمحافظة عالبينه ورفاهيه السكن وتقديم توصيات بتقليل اضرار البيئيه الناتجه عن المشروع وزيادة المنافع البيئيه الايجابيه.
- **تنتهي دراسه جدوى المشروع الى توصيات:** ان المشروع ذو جدى اقتصاديه وينصح ساحبه بالمضي فيه- ان المشروع غير مدي اقتصاديا وينصح بعدم التنفيذ- ان ينصح بعمل المشروع في ظل احتياطات وتعديلات معينه

=====

- **الميزانيات النقدية:** احد الادوات التي يستخدمها المديرين لتخطيط الاحتياجات الماليه وتامين راس المال المطلوب.
- **من خلال الميزانيات النقدية يتم تقدير:** السنه القادمه لانتاج المنتج - متى سيتم استرداد كلفه الانتاج والعوائد- تساعد مالك المشروع عالتنبؤ بحاجته للتمويل للفترة القادمه.
- **مصادر واشكال تمويل المشروعات الصغيره:** مدخرات مالك المشروع النقدية- الاقراض من البنوك التجاريه والمؤسسات الماليه- الاقراض من الاشخاص.
- **غالبا لا يلجا مالك المشروع الصغير في بدايته على امواله الشخصيه وانما يلجا للاقتراض وعند ذلك يراعي:** امكانيه وقدرة المشروع مادي ومعنوي- راس المال المتاح للاستثمار- الحيطه والحذر- الظروف البيئيه المحيطة- الضمانات الماليه.
- **التمويل بالدين:** وجوب تسديد دفعات + فوائدها.
- **اشكال الديون:** سندات الدين- التاجير التمويلي- الديون التجاريه.
- **سندات الدين:** تاخذ شكل كمبيالات وقروض وهذا المصدر شائع في المشروعات الكبيره عند في الصغيره -.
- **الديون التجاريه:** تاخذ شراء مخزون ومعدات وتوريد على حساب مفتوح وذلك على شروط متعارف عليها في تجارة الجملة تعكس الحاله المليه للمشروع(الموجودات والمطلوبات).
- **التاجير التمويلي:** تاجير المعدات لصاحب المشروع بدلا من القيام بشرائها.
- **اهم الكشوف الماليه التي تساعد على بيان مركز المشروع المالي:** الموازنه السنويه- كشف التدفق النقدي- كشف الدخل.
- **كشف الدخل:** يوضع فيه ايرادات ومصروفات المشروع.
- **التدفق النقدي:** يظهر فيه التغيرات والتطورات الحاصله في راس المال العامل.
- **الموازنه السنويه:** تعكس الحاله الماليه للمشروع(الموجودات والمطلوبات بتاريخ معين).
- **معادله الموازنه السنويه:** الموجودات=المطلوبات+راس المال..
- **نسبه السيوله:** تقيس قدرة المشروع على تسديد التزاماته النقدية حال استحقاقه.
- **نسبه النشاط:** تقيس نعدل دورات المخزون السلعي.
- **نسبه الربحيه:** تقيس قدرة المشروع على تحقيق الربحيه.

- **نسبة التداول:** قدرة المشروع على تسديد التزاماته الملية الجارية.
- **نسبة المديونية:** هي النسبة التي تفحص قدرة موجودات المشروع على الايفاء بالديون المترتبة عليها.
- **نسبة السيولة =** مجموع الاصول سريعة التداول / مجموع الخصوم المتداوله.
- **نسبة النشاط =** صافي المبيعات / رصيد بضاعه اخر المدة.
- **نسبة المديونية =** مجموع القروض والمديونية / مجموع حق الملكية والاحتياطات والارباح المحتجرة
- **نسبة الربحية =** صافي الربح / صافي المبيعات
- **نسبة التداول =** مجموع الاصول المتداوله / مجموع الخصوم المتداوله.
- **معدل دوران المخزون =** تكلفه المبيعات / متوسط المخزون.
- **الاصول المتداوله هي:** التي يسهل تحويلها الى نقديه ويمكن استخدامها للوفاء بالالتزامات المتداوله أي المستحقه على الفور.
- **الخصوم المتداوله:** التزامات قصيرة الاجل وواجب الشركة القيام بالوفاء بها خلال سنة.
- **معدل دوران المخزون:** عدد مرات تصريف المخزون لدى الشركة.

- **التخطيط الاستراتيجي**: هو عملية تتضمن الكيفية التي من خلالها تتمكن المشروعات من بلوغ غاياتها النهائية خلال مدة الخطة.
 - **التخطيط الاستراتيجي في المشروعات الصغيرة يخطط المشروع لنفسه**: 3 سنوات فأكثر.
 - **عناصر الإدارة الاستراتيجية**: التحليل – الاختيار- التنفيذ- الرقابة.
 - **التحليل الاستراتيجي**: يقوم على تحليل البيئة للمنظمة لمعرفة الفرص والتهديدات وتحليل المنشأة لمعرفة قدرات وامكانيات المنظمة.
 - **الاختيار الاستراتيجي**: يقوم على تحديد البدائل ثم تقييمها ثم اختيار البديل الانسب من بينها.
 - **التنفيذ الاستراتيجي**: يقوم على اخذ البديل المناسب والنظر في اعادة هيكله المشروع الصغير ثم اعادة توزيع موارده ثم ادارة التغيير.
 - **الرقابة الاستراتيجية**: تتم من خلال تحديد نظم الرقابة والحوافز في المنشأة لضبط الاداء فيها.
 - **انواع التخطيط**: الاستراتيجي – التكتيكي – التشغيلي.
 - **التخطيط الاستراتيجي**: عملية اقرار رسالة المنظمة واهدافها العامة واستراتيجيتها والتوزيع الاساسي للموارد.
 - **التخطيط التكتيكي**: عملية صناعه قرارات تفصيليه قصيرة الاجل تتعلق بنوع العمل والشخص المنفذ وكيفية التنفيذ.
 - **التخطيط التشغيلي**: جداول وبرامج تشغيليه.
 - **الخصائص المميزة للتخطيط الاستراتيجي الفعال**: الدفع نحو التفكير الريادي – ادارة المخاطر وعدم التاكيد- تحديد الافتراضيات.
 - **المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي**: صاغة الرسالة والرؤية-تشخيص التهديدات والفرص-تقييم جوانب الضعف والقوة- توليد استراتيجيات بديله- بناء خطة استراتيجية-بناء الخطة التكتيكية-مراقبة وتقييم النتائج- تكرار عملية التخطيط.
- =====
- =====
- **تتعرض المشروعات الصغيرة لمخاطر كما تتعرض لها الكبيره لكن تأثيرها يكون اكبر نظرا لامكانياتها المتواضعة.**
 - **انواع المخاطر في المشروعات الصغيره**: مخاطر يمكن توقعها ومخاطر يصعب توقعها.
 - **مخاطر يمكن توقعها**: هي التي يمكن التخطيط لها والتنبؤ بها مسبقا مثل: مخاطر تكلفه المشروع-مخاطر تكلفه الاجهزة-مخاطر اجور الموظفين-مخاطر الرسوم والضرائب-مخاطر تكاليف المواد الاولييه-مخاطر أي تكاليف تتعلق باعمال الترويج والاعلان.
 - **مخاطر يصعب التوقع بها**: مثل: مخاطر المنافسه-مخاطر التطورات التكنولوجيه-مخاطر التطور في حياة الافراد-امخاطر سياسيه وقانونيه مفاجئة-مخاطر ماليه ونقديه.
 - **الخسائر المتوقعة من المخاطر**: الماليه والنقديه والماديه والاعتباريه.

- **انواع الخسائر:** خسائر ملكية - خسائر توقف العمل-خسائر المسؤولية-خسائر شخص مهم واسباسي.
- **خسائر المسؤولية:** يصبح العمل مسؤولا قانونيا عن دفع التعويض المالي اذا تعرض احد الموظفين او اشخاص اخرين لاي اصابه او لحق الضرر بملكية الاخرين.
- **المسؤولية العامة:** ان المشروع يكون مسؤول عن الخسائر والاصابات الذي يتعرض له شخص من عامة الناس نتيجة اهمال الشركة او الموظفين.
- **ادارة المخاطر تتضمن:** تجنب واحتواء المخاطر-تحويل الخطر-استراتيجيات الخطر الابداعيه.
- **تحويل الخطر:** أي شراء التأمين فتحول الخسارة كلها او جزء منها لشركات التأمين وفي السياسة الى الجهات الضامنة لاي اجراء سياسي.
- **وكيل التأمين:** شخص محترف مدرب على تحليل المخاطر ويمتلك خبرة واسعة في مجال تغطية التأمين.
- **وكيل التأمين 2:** مالك لمشروع صغير يتقاضى نسبة على بيع خدمة التأمين ويمكن ان يكون وكيل لاكثر من شركة.
- **برنامج التأمين لادارة المخاطر:** حدد المخاطر - ادرس تكاليف التأمين- ضع خطة لادارة المخاطر- احصل على نصيحة من وكيل تأمين محترف.
- **3 انواع رئيسيه لتغطية التأمين:** التغطية الاساسيه-التغطية المرغوبه-تغطية منافع المستخدم.
- **التغطية الاساسيه تشمل:** ضد الحريق- المسؤولية القانونيه- تأمين المركبات- تعويض العمال.
- **التغطية المرغوبه تشمل:** تأمين توقف العمل-تأمين ضد الجريمة-تأمين ضد الزجاج

=====

=====

- **وظيفة الشراء:** وظيفه فنيه تقوم على توفير المواد والتجهيزات واللوازم وكافه مستلزمات العمل في المشروع بكفاية اقتصادية.
- **الهدف منها:** زيادة ربحيه المشروع من خلال تخفيض تكاليف الشراء وتوفير اللوازم والمستلزمات بالسعر المناسب وبالكميه والمواصفات المطلوبه.
- **تؤدي وظيفة الشراء الى:** ضمان استمرار العمل في المشروع- ضمان جودة المواد- تحقيق الكفاية الاقتصادية.
- **فشل عملية الشراء يؤدي الى فشل المشروع الصغير عالمدي القصير.**
- **فشل المشروع يتطلب من صاحب المشروع الصغير الاهتمام بالاجراءات التاليه:** تحديد الحاجه للمخزون- اختيار الموردين ومواقعهم.
- **تحديد الحاجه للمخزون:** تتم بالمشروعات الصغيره..
- **عملية الشراء ترتبط بعملية التخزين مباشرة في مجال التجارة:** اي كمية البضاعه التي يجب شراؤها تساوي تقديرات الحاجه المطلوبه بعد طرح الكميه المتوافره.
- **في مجال التصنيع:** تقديرات المبيعات او خطة الانتاج لكل مادة من المواد.
- **الوسطاء التجاريون هم:** اهم مصادر التوريد بالنسبه لمعظم المشروعات الصغيره وخاصه تجار التجزئة وشركات الخدمات.
- **الوسطاء او الوكلاء الوظيفيون هم:** كمثلي الصناعات ومكاتب المشتريات الدائمة والمستقله.
- **السماسرة:** لايتقاضون اجورا مقابل الاتصالات بين البائع والمشتري ولكن البائع يدفع لهم نسبة مئوية من المبيعات.

- مكاتب المشتريات الدائمة: تمثل تجار التجزئة وتجار البيع بالجملة.
- عملية تحديد الحاجة للمخزون تقوم على: ادراك الحاجة وتوصيفها – تحديد الكمية من الجهة صاحبة الحاجة.
- في حالة المشاريع التي تحصل على امتيازات اووكالات: يظنون للحصول على كل احتياجاتهم المادية من المؤسسه المانحه للامتياز او المؤسسه المحكرة.
- في عملية التفاوض يجب التمييز بين نوعين من المشتريين: المشتري صاحب الخبرة – والمشتري العادي.
- عوامل نجاح عملة الشراء: المحافظ عاللاقات الطيبه مع الموردين – استلام البضائع وفحصها-المتابعه بعد الشراء- الرقابه على اعمال الشراء.
- فحص البضاعة: هو الاجراء الوحيد الذي يمكن من خلاله التاكيد من مدى التزام المورد بمواصفات الطلبيه فيتم فتح سجل الشراء والرصيد.
- سجل الشراء: يرصد حركة شراء مختلف المواد التي يقوم المشروع بشرائها.
- سجل الموردين: يعني بمورد كل صنف او مجموعه من الاصناف اللازمة..
- انواع سياسات الشراء: سياسة الشراء او التصنيع – سياسه الشراء وحسب الحاجه – سياسه الشراء والتخزين.
- سياسة الشراء او التصنيع: امام صاحب المشروع خياران اما ان يتبع سياسه الشراء من الموردين او ان يصنع المواد والمستلزمات في مشروعه.
- سياسة الشراء حسب الحاجه: الشراء ضمن الحد الادنى من الكميات اللازمة لفترة زمنييه قصيره.
- لكي يحقق المشروع النجاح في عملية الشراء ينبغي التركيز على: تحديد الحاجه من المخزون – ادراك الحاجه وتوصيفها- اختيار الموردين ومواقعهم- تحقيق افضل شروط للتفاوض خاصه شرط الحسم النقدي- الحفاظ على العلاقات مع الموردين- استلام البضائع وفحصها- المتابعه بعد الشراء- الرقابه اعمال الشراء- سياسات الشراء.

10 و 11 و 12 و 13 و 14

- ادارة المخزون تهدف الى: تامين توفر الموارد الماديه بالكمية المناسبه والجودة والتوقيت المناسب لضمان سير عملية الانتاجيه.
- الفشل في ادارة المخزون: يعني ان المخزون كبير جدا قياسا بالطلب.
- المخزون القليل قياسا بالطلب يؤدي الى زيادة نفقات المشروع الناتجه عن توقف الانتاج.
- سجلات المخزون الدائمة: بموجبها يعرف صاحب المشروع مالديه.
- الكمية الاقتصادية لطلبات الشراء هي: الكمية التي تصل فيها التكلفة الاجماليه للحصول على وحدة من المواد الى حدودها الدنيا.
- يتم الوصول لهذه النقطة: عندما تتساوى تكاليف اعداد وحدة اعداد طلب الشراء مع تكاليف وحدة حفظ المواد.
- تكاليف الحصول هي: الزيادة في التكاليف من اجل اعداد طلبات الشراء = التكلفة القياسيه لكتابة طلب شراء واحد x عدد طلبات الشراء المطلوبه سنويا
- التكاليف القياسيه لاعداد طلب الشراء = المصروفات التشغيليه الاجماليه لقسم المشتريات لفترة زمنييه محددة / عدد طلبات الشراء خلال فترة زمنييه محدد.
- تكاليف حيازة المخزون: عبارة عن تكاليف حيازة المخزون والضرائب والاستهلاك وبطلان الاستعمال والانكماش والتامين والفوائد على الاستثمار في المخزون.
- عوامل تحديد الكميات الاقتصادية للشراء: عامل التكلفة- عامل الحسم عالميه- عامل الاحجام المتنوعه بالانتاج
- عوامل تحديد نقاط البدء باعادة طلبات الشراء: نسبة الاستهلاك نسبة الطلب – الوقت الضروري للتوريد.
- تخطيط الاحتياجات من المواد: اسلوب لتوقيت وتحديد الاحتياجات من المواد الصناعيه يهدف الى تقليل مستوى الاستثمار في المخزون الصناعي.
- متطلبات تخطيط الاحتياج من المواد في المشروعات الصناعيه: تحديد الهيكل الفني للمنتج- حساب المهل الزمنييه- تخطيط الاحتياج الاجمالي = الاحتياج x التكرار – تخطيط الاحتياج الصافي من المواد = اجمالي الاحتياجات + المخصصات المحدده لانتاج اوامر محدد في المستقبل – المخزون الفعلي + الكميات المخطط استلامها.
- حساب المهل الزمنييه: فترة التوريد وتعرف بفترة الحصول عالموا.

=====

=====

- ترتبط تكنولوجيا المعلومات ارتباط وثيق بالمشروعات عموما بغض النظر عن حجمها من خلال: الوقت-المحتوى-الشكل.
- العمليات التي تولد الانتاج: مثل اقتناء المواد واتممت المخزن وعمليات الدفع والتسديد واصدار الايصالات الالكترونيه.
- المكونات الاساسيه للاقتصاد الالكتروني: البنيه التحتيه للاعمال الالكترونيه- العمل الالكتروني –

العمليات - التجارة الالكترونيه.

- اشكال التجارة الالكترونيه: من البائع للمستهلك b2c- من مشروع صغير لمشروع اخر b2b- من الحكومة للمستهلك g2c- من الحكومة للمشروعات g2b.

- الاعمال الالكترونيه: مصطلح اوسع واعم ويضم بين طياته نشاط التجارة الالكترونيه الى جانب أنشطة اخرى عبر الشبكة.

- تقليل التكاليف وتحسين خدمة العميل: ليس كل المبادرات الالكترونيه تهدف لانتاج عائد.
- نماذج العائد: كتالوج الويب- عائد المحتوى الرقمي- عائد المدعم بالاعلان- العائد الخليط المدعم بالاعلان- العائد بالرسم للعملية الجارية- عائد بالرسم عالخدمه- عائد متغير.

- موضوعات استراتيجيه العائد: قنوات التوزيع- التحالفات الاستراتيجية- التجارة الجواله.
- نموذج عائد الكتلوج: بدا كفكرة قبل الويب ب 100 سنة.

- نموذج العائد التقليدي المبني عالكتلوج: تكوين علامة تجاريه ممتازة- يستخدم هذه العلامة وقوتها خلال الكتلوجات المطبوعه والمرسله بالبريد للمشتريين- يرسل المشتريين اوامرهم بالبريد او الهاتف المجاني للبائع.

- اثبت هذا النموذج نجاح على مستوى السلع الاستهلاكيه كالملابس

والحاسبات والهدايا والسلع المنزليه.

- نموذج عائد المحتوى الرقمي: تتاجر فيه الشركات التي تمتلك ملكيه فكريه.
- نموذج العائد المدعم بالاعلان: تشبه القنوات التلفزيونيه التي تقدم برامج مجانيه بجانب رسائل الاعلان.

- نموذج العائد الخليط لاشترك الاعلان: يدفع المشتركون رسما مقابل مستوى معين من الاعلان نجد هذا النوع في المجلات والصحف اليوميه.

- نموذج العائد للرسم على العمليه الجاريه: يقدم موقع خدمة يحصل على رسم مقابل بناء على عدد وحجم العمليات الجاريه التي يقوم بتشغيلها.

- نموذج العائد للرسم عالخدمه: تحقيق العائدات من مباريات او نصيحه ماليه اوخدمات مهن المحاسبين والمحامين والاطباء.

- اعتبارات ينبغي مراعاتها عند انشاء موقع: تجديد وتحديث الموقع حتى يكون جذابا- اضافة قيمة جديدة للموقع من خلال تقديم معلومات وخدمات جديدة- ضمان سريه معلومات العملاء- توفير تطبيقات ووصلات توافق اهتمام العملاء- سهوله حصول العملاء على الخدمه بسرعه وسهوله- التاكيد الدوري عالوصلات المرجعيه- الرد على تساؤلات العملاء.

- مدير الموقع ينبغي عليه: ينسق اعمال وانشطة الموقع- التاكيد من المعلومات تستهدف السوق- عقد اجتماعات دوريه مع الادارات المختلفه لتطوير الموقع- يهتم بالتفاصيل ولديه قدرة على المتابعه العمليه الاداريه .

- اكثر الاعلانات شيوع عالانترنت: اعلانات الاشعارات.

- الموظف الافتراضي: موظف ينجز مهام الوظيفه دون تواجد مادي فعلي ويتواجد جزئيا بمكان العمل.

=====
=====

- تسعير السلع والخدمات يجب القيام بهذه المهمه: قبل الشروع بعملية تسويق كل من السلع والخدمات.

- **التسعير:** حساب تكاليف أي من السلع والخدمات وإضافه هامش الربح.
- **اهداف التسعير:** تنعكس ابعادها واغاياتها على الوضع التنافسي للمشروع في السوق.
- **تتاثر عملية التسعير ب:** الاهداف العامه للمشروع(الماليه التسويقيه التنفيذيه)-الغايه من المنتج والسلعه التي سيقدمها المشروع- مرونة الاسعار المتعلقة بالسلع الاستهلاكيه- وفرة الموارد الداخلة في عملية انتاج السلع وتنوع مصادرها.
- **يتكون المزيج التسويقي من:** السلعه -السعر-المكان -الترويج.
- **السعر:** هو القيمة الماليه التي يدفعها الزبون مقابل الحصول على السلعه.
- **بناء الاستراتيجيه يراعى عندها:** التحليل النفسي-الحد الاعلى للسعر -مرونة السعر.
- **التحليل النفسي:** النظر الى الوضع التنافسي بصورة عامه وليس الاقتصار على استراتيجيه السعر تبع المنافس.
- **مرونة السعر:** حدود الزيادة والنقص في سعر السلعه والخدمه التي يعرضها المشروع الريادي.
- **مؤشرات ومعايير لتحديد السعر المناسب:** استراتيجيات السوق-المزيج التسويقي-تخمين الطلب-كلفه السلعه-عوامل بينيه-اهداف عملية التسعير.
- **فلسفه عملية التسعير:** التسعير المستند عالتكلفه-اضافه نسبه منويه من الربح عند التسعير-اضافه نسبه منويه غير محدد له لتكلفه السلعه-السعر المزيج من الربح الكلي وكلفه المنتج.
- **التسعير المستند الى التكلفة:** تعتمد عملية التسعير على تكلفه السلعه المرغوب تقديمها للسوق.
- **التسعير المستند على السعر التنافسي:** تسعير السلعه للمشروع الريادي انطلاقا من الوضع التنافسي في السوق.
- **تحديد السعر لتوسيع قاعدة الزبائن:** اختراق السوق وهو اسلوب اختيار السعر المناسب لجذب الزبون.
- **التسعير المستند للزبائن:** عندما يرغب اصحاب المشروعات في تحديد سعر مقبول يراه الزبائن انه السعر الذي يتقارب مع قدراتهم الشرائيه.
- **تحديد السعر بهدف زيادة المبيعات:** عندما يتولى صاحب المشروع الريادي تحديد كمية البيع من السلعه الواحده بناء على خصم الكميه.
- **التسعير بقصد حفظ المخزون وتحفيز الزبائن:** رزم المواد مع بعضها البعض تنويعا لخفض حجم المخزون منها وتخفيض التكاليف التي يتحملها البائع.
- **نصائح للتسعيره الناجحه:** كن مبدعا-كن مرنا- قم بواجبك-اعتن بسجلتك- اهتم بالاساسيات- استمع لزبونك.

=====

=====

- **عناصر المزيج الترويجي:** الاعلان-البيع الشخصي-تنشيط المبيعات-العلاقات العامه.
- **اثر عملية الشراء عالترويج علاقته متبادله.**
- **يؤثر الشراء عالترويج:** طبيعه المنتج-خبرة المشتري-تعداد البدائل والمنافسه.
- **يؤثر الترويج عالشراء:** الوصول للمقررين-لفت الانتباه-الاهتمام بالمنتج-الاقناع وتقليل مخاطر الشراء-دفع المشتري للشراء-تشجيع تكرار الشراء.
- **الاعلان:** اهم عناصر المزيج الترويجي غير المباشره والتي يستخدمها رجال التسويق للاتصال بالسوق والترويج لمنتجاته- هو عملية اتصال غير شخصي بين المعلن وجمهوره المستهدف عن طريق وسائل الاتصال
- **مراحل تحديد الاعلان بالترتيب:** تحديد الاهداف الاعلانيه-اختيار الاستراتيجيه-صياغة الرساله-

- تصميم الخطه-اختيار الوسيله-تقييم الاعلان.
- **اهداف الاعلان:** تقدير النفقات اللازمة لخطة الاعلان-توجه الاداره نحو الاستراتيجيات المناسبه- توجيه جهود وامكانيات المنشاه-تستخدم الاهداف كاساس لقياس وتقييم الحمله.
- **صفات الاهداف الاعلانيه:** ان تكون محدده كميًا -تحديد الجماهير المستهدفه-تحديد المستوى للعوامل المطلوب تطويرها قبل الحمله.
- **الرسالة الاعلانيه:** ترجمة الافكار التي نود نقلها للجماهير المستهدف في شكل عبارة او مجموعه عبارات.
- **اهداف الرسالة الاعلانيه:** اهداف تعريفية-تعليمية- تذكيرية.
- **مراحل مرور الرسالة الاعلانيه:** جذب الانتباه-اثارة الاهتمام-خلق الرغبة-الاقتناع-تغيير السلوك.
- **عناصر الرسالة الاعلانيه:** تصميم الهيكل- تحرير الرسالة- الاخراج.
- **الوسائل التي تؤثر في اختيار وسائل النشر:** التوزيع- الجمهور- التكلفة- تاثر الوسيله.
- **اساليب تحديد الموازنة الاعلانيه:** نسبة من المبيعات السابقه والحاليه والمتوقعه- ةفقا للمنافسين-التقدير الشخصي- الطرق الكمية- تكلفه تحقيق الاهداف.
- **تقييم نتائج الاعلان:** قبلي وبعدي- تقييم جودة الاعلان.
- **تقاييم مضافه:** الانتباه والاهتمام والرغبة للجماهير المستهدف- السلوك.
- =====

- **الاخلاق:** مجموعه المباديء والقيم التي تحكم سلوك الفرد فيما يتعلق بما هو صواب وخطا.
- **السلوك الاخلاقي:** السلوك الصائب والخيار السليم الملتزم بالمباديء الاخلاقية.
- **المشكلة الاخلاقية:** لاموقف الذي يرتبط بخيارات سلوكيه ينجم عنها عواقب سلبيه يصعب معها تمييز ما هو صحيح وخطا.
- **الاخلاقيات الاداريه:** المعايير الاخلاقيه التي توجه سلوك المدراء في العمل.
- **تفسير الاخلاق المدخل النفعي:** سلوك اخلاقي ينجم عنه اكبر فائدة لأكبر عدد من الناس(تسريح 30% من العمال للحفاظ على 70%)
- **مدخل الفرديه:** سلوك اخلاقي يستند الى المنفعه الشخصيه الذاتيه عالمدي الطويل.
- **مدخل العداله:** سلوك اخلاقي يستند الى معاملة الناس بنزاهه وحياديته.
- **مدخل الحقوق:** سلوك اخلاقي يحترم ويحافظ على الحقوق الاساسيه للانسان.
- **الاشكاليات الاخلاقيه بمجال العمل:** تضارب المصالح-التمييز-الاتصالات-التجاوز والتحرش- موارد المنظمة-ثقه الزبون.
- **الاتصالات:** حدوث خلل عند نقل المعلومات بين مختلف الاطراف.
- **موارد المنظمة:** تسخيرها لاغراض شخصيه واهدارها.
- **العوامل المؤثرة بالسلوك الاخلاقي:** الفرد-البيئة-المنظمة.
- **الثقافه التنظيميه:** مجموعه القيم والاعراف المشتركة التي تتحكم بالتفاعلات بين اعضاء المنظمة وكذلك الاطراف الخارجيه.
- **تبرير السلوك اللا اخلاقي كالرشوة:** اقتناع النفس بان هذا السلوك لايدخل اطار اللامشروعيه- اقتناع الذات بان جميع الافراد بالمنظمة يتصرفون وفق مصالحهم-ان ماقام به لن يكشفه احد داخل وخارج المنظمة- ان المنظمة التي يعمل من اجلها سوف تقوم بحمايته من القانون.
- **التدريب الاخلاقي:** برامج تدريبيه تهدف الى مساعدة الافراد على معرفه الجوانب الاخلاقيه بقراراتهم.

- مجالات المسؤولية الاجتماعية: اصحاب المصالح – البيئة الطبيعيه- رفاهية المجتمع.
- استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية:
- استراتيجية الممانعه او عدم التبني: تقوم على تجنب الانشطة الاجتماعية والتركيز على الاوليات الاقتصادية.
- الاستراتيجية الدفاعية: المنظمة تقوم بالحد الادنى القانوني المفروض من الدور الاجتماعي لحماية المنظمة.
- استراتيجية التكيف: يتم قبول دور اجتماعي ومحاولة الوفاء بجوانب اقتصاديه قانونيه واخلاقيه.
- استراتيجية المبادرة الطوعيه: تتبنى المنظمة دور اجتماعي واسع جدا بحيث تؤخذ مصلحة المجتمع وتطلعاته في كل قرارات المنظمة.
- الحاكمية المؤسساتية: نظام للرقابه والفحص يحكم عمل منظمات الاعمال على اعلى المستويات.
- المواطنة الصالحه: تصرفات مسؤله من منظمات الاعمال تجاه مختلف الاطراف وبما يراعي الواجبات بصورة شامله.

