

- **الريادة:** تعهد الشيء أو أراده وطلبه
- **تم توليد العديد من الفاهيم المتعلقة بالريادة مثل:** لابداع والابتكار - الاكتشاف - الشيء غير المؤلف - الشيء الملىء بالقوة والنشاط - العمل الخلاق - تحمل المخاطرة.
- **تاريخيا يعود مفهوم الرياده في العصور الوسطى الى:** تطلقه على الشخص الذي يدير مشاريع الإنتاج الكبيرة.
- **تاريخيا يعود مفهوم الرياده في القرن 17 الى:** تطلقه على الشخص الذي يبرم عقودا مشروطة مع الحكومة.
- **تاريخيا يعود مفهوم الرياده في القرن 19 الى:** الشخص الذي ينظم المشروع ويديره للحصول على مكتسبات فردية 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 الإنتاج باستخدام اختراع معين او وسيله تكنولوجيه جديدة.
- **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 وتأمين المصادر والإمكانات.
- **الريادة التنظيميه هي:** مجموعة 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 زيادة نمو اقتصاديات الدول.**
- **يتم زيادة الكفاءه من خلال زيادة 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 عالقياه.
- **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 الرياده باختلاف المواضيع التي تبحث عنها ومنها: الاجراءات او العمليه المتبعه للحصول عالمنتج او الخدمه(مراحلها:الاعداد والحضانه والومضه او الاضاءه والتحقق من الحل).
- الرياده 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 اتشطه 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 والسماوات العامه للمجتمع والقاعديه المؤسسيه للبحث والتطوير بالمجتمع وتوفر اجواء الحريه في المجتمع.
- السماوات العامه للمجتمع هي الثقافه السائده في المجتمع (احترام السن والاقدميه وتاكيد الذات والتنافس).
- عناصر الرياده: الريادي والفرصة والمنظمة والمواد.
- الريادي هو: الشخص الذي يقع في مركزاجراءات الرياده ويدير الاجراءات والانشطه جميعها.
- الفرصه هي: الفجوة بين الواقع وبين ما هو 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 المتاحة 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 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.
- يبدا العمل الريادي ب: اكتشاف الفرصة -تحليل الفرصة - استغلال الفرصة
- العمليه الرياديه عمليه ادراكيه تبدأ بالمشاهده او التساؤل ثم التحليل والتفحص ثم تحديد كيف تلبي هذه الفرصه متطلبات الزبائن.
- العمل الريادي يبدا صغيرا حيث يتطلب امكانيات واموال قليله وعدد افراد قليل.
- لايعتبر الريح 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 جاذبية الصنعة تحدها 5 قوى :الموردين والمشتريين والمنافسين الجديد والبدائل المتاحة والمنافسين الحاليين.
- تتصف الاستراتيجيات الريادية :تحمل المخاطر والتركيز على الفعل الاستباقي بدلا من رد الفعل.
- يتصف الهيكل التنظيمي ب :المرونة والتكامل بين الانشطة والتوجه الكلي للمنظمة.
- تتصف البيئة التنظيمية ب :الانفتاح ويجاد نظام حوافز فعال بالاضافة الى المساواه وتقاسم السلطه.
- من الاهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي اهداف النمو يقصد بها :زيادة حجم المبيعات سنه بعد سنه.
- من الاهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي تطوير السوق من خلال تشكيل السوق يقصد بها :اعادة تشكيله من خلال الاعلانات والدعايات.
- من الاهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي الحصة السوقية يقصد بها :الاستحواذ على نسبة معينه من السوق.
- من الاهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي المكانه السوقية يقصد بها :تحقيق المكانه امر ضروري لتحقيق الحصة السوقية.
- المصادر الفجائيه: حدث خارجي غير متوقع.
- المصادر التعارضيه :الفرق بين الواقع ومايفترض ان يكون عليه.
- مصدر العوامل الديموغرافيه: العمر والعماله ومستوى التعليم والدخل.
- البدء بانشاء مشروع ريادي مراعاة العوامل التاليه :الموقع والمواد الخام اللازمه للتصنيع والمبنى والمعدات المسانده الاخرى والقوى البشرية.
- الفرق بين المشروع الريادي والصغير :الابداع والقدرة على النمو والاهداف الاستراتيجية.
- يمتاز المشروع الريادي بالاهداف طويله الاجل.

مقتطفات من المحاضرات رقم 4و5و6

- عند اتخاذ قرار بتاسيس المشروع الصغير يتوجب على مالك المشروع تحديد الشكل القانوني الذي سيمارس من خلاله العمل.
- من الاشكال القانونيه للمشروعات الصغيره :شركة التوصيه بالاسهم - وشركة التوصيه البسيطة- 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.
- يمتلك المشروع شخص واحد ويتحمل المسؤليه الكامله غير المحدوده عن الالتزامات والديون ويحصل الاريح بمفرده:المشروع الفردي.
- من مساوي هذا المشروع الفردي :اعتبار المشروع وصاحبه شخصيه واحده لاينفصلان 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 التاسيس امكانيه زياده راس المال وموارد ماليه من اكثر من شخص.

- من مساوئ التضامنية: مسؤوليه غير محدوده - حياتها محدودة - الشريك مسؤول عن تصرفات الشركاء - احتمال نشوب الخلافات - وفاة أي شريك ينهي الشراكة - عدم ضمان تصرفات الشركاء الاخرين.
- يشاركون في راس المال دون ان يحق لهم ادارتها او ممارسه اعمالها ويكون كل منهم مسؤول 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 ادارة الشركة وممارسة اعمالها ويكونون مسؤولون بالتضامن والتكامل عن ديون الشركة والالتزامات المترتبه عليها في اموالهم الخاصه: الشركاء المتضامنون.
- لايمك الشريك الموصى ان يشترك في ادارة الشركة ولايمك سلطة 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 تاسيس هذا النوع من الشركات من اجل تقديم خدمه مهنيه احترافيه لكل مساهم مرخص: الشركة ذات المسؤليه المحدوده.
- تتالف من شخصين او اكثر وتعتبر الذمه الماليه للشركه مستقله عن الذمه الماليه للشريك: الشركة ذات المسؤليه المحدوده.
- تتالف شركات التوصيه من فئتين: الشركاء المساهمون والشركاء المتضامنون.
- تصفى شركة التوصيه بالاسهم وتصفى بالطريقه التي يقرها نظام الشركه ولا فتنطبق عليها الاحكام الخاصه بتصفية: 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 الشركه مع غايتها على ان تتبعه عبارة: شركة مساهمه خاصه محدوده.
- مدة الشركه المساهمه الخاصه غير محدوده مالم ينص عليها عقد التاسيس.
- يقصد بالمشروعات المشتركه: شركتين او اكثر يشتركان في تنفيذ مشروع معين من اجل تحقيق ربح معين.
- يقصد بالمشروعات غير الربحيه: يتم تاسيسها لخدمه 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 لخدمه انفسهم.
- من ايجابيات المشروعات الصغيره: سهوله التاسيس - 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 شخصا - 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 الرئيسييه من اعداد دراسة الجدوى للمشروع الصغير** هي: وضع صاحب المشروع امام حقائق توضح مدى امكانية تنفيذ فكرته وجعلها **حقيقه واقعه من حيث**: التكلفه المحتمل- المردود المتوقع- امكانيه بناء مشروع يلقى 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 الادارة- 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 لاتقدر قيمتها على اساس اسعار السوق بل تقدر قيمتها على اساس اسعار الظل.
- **دراسة الجدوى الاجتماعيه**: تهتم بعدالة توزيع الدخل بين فئات المختلفه بالمجتمع.
- **الجوانب التي تهتم بها الجدوى الاجتماعيه**: 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 لخدمة فئات منخفضه الدخل.
- **دراسة الجدوى البيئيه**: تهتم بتقييم اثار المشروع عالصحه العامه والمحافظة عاليئه 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 النقديه**: احد الادوات التي يستخدمها المديرين لتخطيط الاحتياجات الماليه وتامين راس المال المطلوب.

- من خلال الميزانيات النقدية يتم تقدير : السنة القادمة لانتاج المنتج - متى سيتم استرداد كلفه الانتاج والعوائد - تساعد مالك المشروع عالتنبؤ بحاجته للتمويل الفترة القادمة.
- مصادر واشكال تمويل المشروعات الصغيره : مدخرات مالك المشروع النقديه - الاقراض من البنوك التجاريه والمؤسسات الماليه - الاقتراض من الاشخاص.
- غالبا لايلجا 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 الماليه 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 ..
- نسبة السيوله : تقيس قدرة المشروع على تسديد التزاماته النقديه حال استحقاقه.
- نسبة النشاط : تقيس نعدل دورات المخزون السلعي.
- نسبة الربحيه : تقيس قدرة المشروع على تحقيق الربحيه.
- نسبة التداول : قدرة المشروع على تسديد التزاماته الماليه الجاريه.
- نسبة المديونييه : هي النسبه التي تفحص قدرة موجودات المشروع على الايفاء بالديون المترتبه عليها.
- نسبة السيوله = مجموع الاصول سريعه التداول / مجموع الخصوم المتداوله.
- نسبة النشاط = صافي المبيعات / رصيد بضاعه اخر المده.
- نسبة المديونييه = مجموع القروض والمديونييه / مجموع حق الملكيه والاحتياطات والارياح المحتجزه
- نسبة الربحيه = 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 نقيده 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.

مقتطفات من المحاضرات رقم 7 و 8 و 9

- **التخطيط الاستراتيجي:** هو عمليه تتضمن الكيفيه التي من خلالها تتمكن المشروعات من بلوغ غاياتها النهائيه خلال مدة الخطة.

- **التخطيط الاستراتيجي في المشروعات الصغيره يخطط المشروع لنفسه 3 سنوات** فاكثر.

- **عناصر الادارة الاستراتيجيه:** التحليل - الاختيار - التنفيذ - الرقابه.

- **التحليل الاستراتيجي:** يقوم على تحليل البيئه للمنظمة لمعرفة الفرص والتهديدات وتحليل المنشاه لمعرفة قدرات وامكانات المنظمة.

- **الاختيار الاستراتيجي:** يقوم على تحديد البدائل ثم تقييمها ثم اختيار البديل الانسب من بينها.

- **التنفيذ الاستراتيجي:** يقوم على اخذ البديل المناسب والنظر في اعاده هيكله المشروع الصغير ثم اعاده توزيع موارده ثم ادارة التغيير.

- **الرقابه الاستراتيجيه:** تتم من خلال تحديد نظم الرقابه والحوافز في المنشاه لضبط الاداء فيها.

- **انواع التخطيط:** الاستراتيجي - التكتيكي - التشغيلي.

- **التخطيط الاستراتيجي:** عمليه اقرار رساله المنظمة واهدافها العامه واستراتيجيتها والتوزيع الاساسي للموارد.

- **التخطيط التكتيكي:** عمليه صناعه قرارات تفصيليه قصيرة الاجل تتعلق بنوع العمل والشخص المنفذ وكيفيه التنفيذ.

- **التخطيط التشغيلي:** جداول وبرامج تشغيليه.

- **الخصائص المميزه للتخطيط الاستراتيجي الفعال:** الدفع نحو التفكير الريادي - ادارة المخاطر وعدم التاكيد - تحديد الافتراضيات.

- **المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي:** صاغة الرساله والرؤيه-تشخيص التهديدات والفرص-تقييم جوانب

الضعف والقوة- توليد استراتيجيات بديله- بناء خطة استراتيجيه-بناء الخطة التكتيكيه-مراقبه وتقييم النتائج- تكرار عمليه التخطيط.

- تتعرض المشروعات الصغيره لمخاطر كما تتعرض لها الكبيره لكن **تأثيرها يكون اكبر** نظرا لإمكاناتها المتواضعة.

- **أنواع 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 المنافسة-مخاطرالتطورات التكنولوجية-مخاطرالتطور في حياة الافراد- مخاطر سياسييه وقانونيه مفاجئة-مخاطر ماليه ونقديه.
- **الخسائر المتوقعة من المخاطر:**الماليه والنقديه والماديه والاعتباريه.
- **انواع الخسائر:** خسائر ملكيه - خسائر توقف العمل-خسائر المسؤليه-خسائر شخص مهم واساسي.
- **خسائر المسؤليه:** 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 مسؤل 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 بشراء التأمين فتحول الخسارة كلها او جزء منها لشركات التأمين وفي السياسه الى الجهات الضامنة لاي اجراء سياسي.
- **وكيل التأمين:** شخص محترف مدرب على تحليل المخاطر ويمتلك خبرة واسعه 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 نصيحه من وكيل تأمين محترف.
- **3 انواع رئيسيه لتغطية التأمين:** التغطية الاساسيه-التغطية المرغوبه-تغطية منافع المستخدم.
- **التغطية الاساسيه تشمل:** ضد الحريق - المسؤليه 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 عالمدى 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 بالنسبة 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 الجهه صاحبة الحاجة.
- **في حالة المشاريع التي تحصل على امتيازات اووكالات:** يظطرون للحصول على كل احتياجاتهم الماديه من المؤسسه المانحه للامتياز او المؤسسه المحتكرة.
- **في عملية التفاوض يجب التمييز بين نوعين من المشتريين:** المشتري صاحب الخبره - والمشتري العادي.
- **عوامل نجاح عملة الشراء:** المحافظ عاللاقات الطيبه مع الموردين - استلام البضائع وفحصها-المتابعه بعد الشراء- الرقابه على اعمال الشراء.
- **فحص البضاعه:** هو الاجراء الوحيد الذي يمكن من خلاله التأكد من مدى التزام الموارد 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 مشروع.
- **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.

مقتطفات من المحاضرات رقم 10 و11 و12 و13 و14

- **ادارة المخزون تهدف الى:** تامين توفر الموارد الماديه بالكمية المناسبه والجوده 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 مالمديه.

- 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 القياسيهلكتابة طلب شراء واحد x عدد طلبات الشراء المطلوبه سنويا

- التكاليف القياسيه لاعداد طلب الشراء =المصروفات التشغيليه الاجماليه لقسم المشتريات لفترة زمنية محددة / عدد طلبات الشراء خلال فترة زمنية محدد.

- تكاليف حيازة المخزون :عبارة عن تكاليف حيازة المخزونوالضرائب 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

الزمنيه- 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 الزمنيه :فترة التوريد وتعرف بفترة الحصول عالمود.

- ترتبط تكنولوجيا المعلومات ارتباط وثيق بالمشروعات عموما بغض النظر عن حجمها من خلال :الوقت-

المحتوى-الشكل.

- العمليات التي تولد الانتاج :مثل اقتناء المواد واتمتت المخزن وعمليات الدفع والتسديد واصدار الايصالات

الاكترونيه.

- المكونات الاساسيه للاقتصاد الالكتروني :البنية التحتية للاعمال الالكترونيه-العمل الالكتروني-العمليات -

التجارة الالكترونيه.

- اشكال التجارة الالكترونيه: B2C من البائع للمستهلك - B2B من مشروع صغير لمشروع اخر - G2C من

الحكومة للمستهلك - G2B من الحكومة للمشروعات

- الاعمال الالكترونيه :مصطلح اوسع واعم ويضم بين طياته نشاط التجارة الالكترونيه الى جانب انشطة 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 الاستراتيجيه-التجارة الجواله.

- **نموذج عائد الكتلوج**: بدا كفكرة قبل الويب ب100 سنه.

- **نموذج العائد التقليدي المبني عالكتلوج**: تكوين علامه تجاريه ممتازة-يستخدم هذه العلامه 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 خدمه 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-اضافه قيمه جديدة للموقع من خلال تقديم معلومات وخدمات جديدة-ضمان سريه معلومات العملاء-توفير تطبيقات ووصلات توافق اهتمام العملاء-سهوله حصول العملاء على خدمه بسرعه وسهوله-التاكد الدوري عالوصلات المرجعيه-الرد على تساؤلات العملاء.

- **مدير الموقع ينبغي عليه**: ينسق اعمال وانشطة الموقع-التاكد 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 واضافه هامش الربح.

- **اهداف التسعير**: تنعكس ابعادها واغاياتها على الوضع التنافسي للمشرع 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: السلعة - السعر - المكان - الترويج.

- السعر: هو القيمة المالية التي يدفعها الزبون مقابل الحصول على السلعة.

- بناء الاستراتيجية يراعى عندها: التحليل النفسي - الحد الاعلى للسعر - مرونة السعر.

- التحليل النفسي: النظر الى الوضع التنافسي بصورة عامه وليس الاقتصار على استراتيجية السعر تبع المنافس.

- مرونة السعر: حدود الزيادة والنقص في سعر السلعة والخدمه التي يعرضها المشروع الريادي.

- مؤشرات ومعايير لتحديد السعر المناسب: استراتيجيات السوق - المزيج التسويقي - تخمين الطلب - كلفة السلعة -

عوامل بيئيه - اهداف عملية التسعير.

- فلسفه عملية التسعير: التسعير المستند عالتكلفه - اضافة نسبه مئويه من الربح عند التسعير - اضافة نسبه مئويه 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 الكمييه.

- التسعير بقصد حفظ المخزون وتحفيز الزبائن: رزم المواد مع بعضها البعض تنويعا لخفض حجم المخزون منها

وتخفيض التكاليف التي يتحملها البائع.

- نصائح للتسعير الناجحه: كن مبدعا - كن مرنا - قم بواجبك - اعتن بسجلتك - اهتم بالاساسيات - استمع لزيونك.

- عناصر المزيج الترويجي: الاعلان - البيع الشخصي - تنشيط المبيعات - العلاقات العامه.

- اثر عملية الشراء عالترويج علاقه 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 المعن 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 للجمهور المستهدف في شكل عبارة او مجموعه عبارات.
- **اهداف الرساله الاعلانيه:** اهداف تعريفية-تعليمية- تذكيرية.
- **مراحل مرور الرساله الاعلانيه:** جذب الانتباه-اثارة الاهتمام-خلق الرغبة-الاقناع-تغيير السلوك.
- **عناصر الرساله الاعلانيه:** تصميم الهيكل- تحرير الرساله- الاخراج.
- **الوسائل التي تؤثر في اختيار وسائل النشر:** التوزيع- الجمهور- التكلفة- تاثر الوسيله.
- **اساليب تحديد الموازنة الاعلانيه:** نسبة من المبيعات السابقه والحاليه والمتوقعه- وفقا للمنافسين-التقدير الشخصي- الطرق الكميه- تكلفه تحقيق الاهداف.
- **تقييم نتائج الاعلان:** قبلي وبعدي- تقييم جودة الاعلان.
- **تقاييم مضافه:** الانتباه والاهتمام والرغبة للجمهور المستهدف- السلوك.
- **الاخلاق:** مجموعه المبادئ والقيم التي تحكم سلوك الفرد فيما يتعلق بما هو صواب وخطا.
- **السلوك الاخلاقي:** السلوك الصائب والخيار السليم الملتزم بالمبادئ 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 المنفعة الشخصية الذاتية عالمدي الطويل.
- **مدخل العدالة:** 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 واهدائها.
- **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**: اقناع النفس بان هذا السلوك لايدخل اطار اللامشروعيه-اقناع 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 تدريبية تهدف الى مساعدة الافراد على معرفه الجوانب الاخلاقيه بقراراتهم.
- **مجالات المسؤولية الاجتماعيه**: اصحاب المصالح - البيئة الطبيعيه- رفاهية المجتمع.
- **استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعيه**:
- **استراتيجية الممانعه او عدم التبني**: تقوم على تجنب الانشطة الاجتماعيه والتركيز على الاوليات الاقتصادية.
- **الاستراتيجية الدفاعيه**: المنظمة تقوم بالحد الادنى القانوني المفروض من الدور الاجتماعي لحماية المنظمة.
- **استراتيجية التكيف**: يتم قبول دور اجتماعي ومحاولة الوفاء بجوانب اقتصاديه قانونيه واخلاقية.
- **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.