

المحاضرة المباشرة الرابعة (طلاب)

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

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

١٤. بناء سياسة التعامل مع الموارد البشرية.

١٥. بناء نظام محاسبي ملائم لتوثيق الأعمال مالياً.

١٦. توقع التغيرات والتطورات الأساسية.

■ أنواع التخطيط :

١- التخطيط الاستراتيجي: هي عملية إقرار رسالة المنظمة واهدافها العامة واستراتيجياتها والتوزيع الأساسي للموارد.

٢- التخطيط التكتيكي. هي عملية صناعات قرارات تفصيلية قصيرة الأجل تتعلق بنوع العمل والشخص المنفذ وكيفية التنفيذ.

٣- التخطيط التشغيلي. وهي جداول وبرامج تشغيلية.

■ دائماً الخطط التكتيكية تقوم بتسهيل الخطط الاستراتيجية، وبالمقابل الخطط التشغيلية تقوم بتسهيل الخطط التكتيكية.

■ في رأس هرم المثلث هناك الهدف العام للمنظمة (أعضاء مجلس الإدارة ...) وفيه التخطيط الاستراتيجي، بعده يأتي دور الخطط التكتيكية، ثم الخطط التشغيلية.

■ مزايا التخطيط :

١- يساعد التخطيط على الكشف عن الفرص المستقبلية.

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

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

■ الخصائص المميزة للتخطيط الاستراتيجي الفعال :

١- الدفع نحو التفكير الريادي

٢- إدارة المخاطر وعدم التأكد

٣- تحديد الافتراضات.

الفصل الثامن : إدارة المخاطر والتأمين في المشروعات الصغيرة

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

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

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

- ✓ مخاطر المنافسة وما ينجم عنها.
- ✓ مخاطر التطورات التكنولوجية.
- ✓ مخاطر التطور في احتياجات الأفراد.
- ✓ المخاطر السياسية والقانونية المفاجئة.
- ✓ المخاطر المالية والنقدية عموماً.

- وهناك مسؤولية اتجاه المستخدمين ، وهناك مسؤولية عامة:

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

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

■ تغطية التأمين: هناك ثلاث أنواع رئيسية لتغطية التأمين:

○ التغطية الأساسية. وتشمل:

- التأمين ضد الحريق.

- تأمين المسؤولية وتشتمل تأمين المسؤولية القانونية وما ينتج عنها من تبعات

وأضرار مترتبة عليها.

- تأمين المركبات.

- تعويض العمال.

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

ضروري مثل:

- تأمين توقف العمل نتيجة لضرر حصل للعمل.

- تأمين ضد الجريمة.

- التأمين ضد الزجاج.

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

ويتضمن:

- تأمين على المنافع التي يحصل عليها العامل أو الموظف نتيجة لضرر يحدث خلال

العمل.

- تأمين العجز الذي يحدث للعامل أثناء الوظيفة.

- دخل التقاعد. أي التأمين على الرواتب التقاعدية للموظف.

- التأمين على الموظفين الرئيسيين. في حالة تعرضهم للخطر.

الفصل التاسع: إدارة الشراء في المشروعات الصغيرة:

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

١. المشتري صاحب الخبرة الكافية في مجال السلع التي يريد شرائها وهذا المشتري لا يحتاج الى النصائح.

٢. المشتري العادي الذي يمكن ان يجهل اصول الشراء وخصائص السلع، ويمكن ان يكون ضحية لعمليات الغش ، وارتفاع الأسعار ، وتدني مستوى الجودة.

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

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

الفصل العاشر: إدارة المخزون وتخطيط الاحتياجات في المشروعات الصغيرة :

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

الفصل الحادي عشر : المشروعات الصغيرة الالكترونية:

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

■ وتأخذ التجارة الإلكترونية اشكالا عدة كما يلي:

□ من البائع الى المستهلك B2C

□ من مشروع صغير الى مشروع اخر B2B

□ من الحكومة الى المستهلك G2C

□ من الحكومة الى المشروعات G2B

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

عام، وكانت بدايته على يد آرون مونتنجوري حيث كان يبيع السلع الجافة في أمريكا

للمزارعين من خلال كتالوج أوامر بريدية.

■ خامساً: الموظف الافتراضي : هو موظف ينجز مهام الوظيفة دون تواجد مادي

فعلي أو يتواجد جزئياً في مكان العمل فهو ينجز عمله دون أن نراه وليس له مكان

ثابت وقد يعمل في المنزل أو السيارة. (يعمل خلف الكواليس).

الفصل الثانية عشر : التسعير في المشروعات الصغيرة :

■ اهداف التسعير : تعد عملية تسعير السلع أو الخدمات من المهام الرئيسية في

المشروعات بشكل عام والصغيرة منها على نحو خاص اذ تنعكس ابعاد عملية

التسعير وغاياتها على الوضع التنافسي للمشروع في السوق.

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

■ فلسفة عملية التسعير:

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

ثانياً: التسعير المستند الى السعر التنافسي : تسعير السلعة أو الخدمة، التي يرغب

المشروع الريادي في تقديمها انطلاقاً من الوضع التنافسي.

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

قدراتهم الشرائية.

■ طرق أخرى لفلسفات عملية التسعير :

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

نصائح لتسعيرة ناجحة:

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

الفصل الثالث عشر : الترويج والإعلان في المشروعات الصغيرة :

■ عناصر المزيج الترويجي:

١ - الاعلان

٢ -البيع الشخصي

٣ -تنشيط المبيعات

٤ -العلاقات العامة

■ أثر عملية الشراء على الترويج:هي علاقه متبادله.

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

○ تقدير النفقات اللازمة لخطة الإعلان.

○ توجه الإدارة نحو الاستراتيجيات والوسائل المناسبة لتحقيق الأهداف.

○ توجيه جهود وإمكانات المنشأة نحو تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية.

○ تستخدم الأهداف كأساس لقياس وتقييم الحملة.

- ثانيا: استراتيجيات الإعلان:

• المحافظة على السوق (الحقائق): تعتمد في رسالتها على صفات ومميزات

السلعة لخلق صورة ذهنية عن العلامة

• المحافظة على السوق (الرمز): التأثير في مشاعر الجماهير ودفعهم

للتمسك بالعلامة.

• تغيير السوق (الحقائق).

• تغيير السوق (الرمز)

- اختيار الوسيلة : المراحل التي تمر بها الرسالة:

١- جذب الانتباه ٢- إثارة الاهتمام ٣- خلق الرغبة

٤- الإقناع ٥ - تغيير السلوك

الفصل الرابع عشر: المسؤولية الاجتماعية للمشروعات الصغيرة:

- الأخلاق : هي مجموعة المبادئ والقيم التي تحكم سلوك الفرد فيما يتعلق بما هو صواب أو خطأ.

- السلوك الأخلاقي : هو السلوك الصائب والخيار السليم الملتزم بالمبادئ الأخلاقية.

■ مداخل مختلفة لتفسير الأخلاق:

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

الناس. تسريح ٣٠% من العمال للحفاظ على ٧٠%

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

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

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

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

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

■ الحاكمة (الحوكمة) المؤسساتية والمواطنة الصالحة:

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

المحاضرة المباشرة الرابعة (طالبات)

الفصل السابع : التخطيط الإستراتيجي للمشروعات الصغيرة:

كلمة استراتيجي : كلمة عسكرية تعني التفنن في قتل الخصم .

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

سؤال من عندي في نفس الموضوع :

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

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

ماهي عناصر الادارة الاستراتيجية بشكل عام :

(التحليل - الاختيار - التنفيذ - الرقابة)

ماهي خصائص التخطيط الإستراتيجي الفعال

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

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

ماهو الفرق: التكتيكي قصير الأجل

• أنواع التخطيط

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

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

الفصل الثامن : إدارة المخاطر والتأمين في المشروعات الصغيرة

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

ماهى المخاطر التى يصعب توقعها

مخاطر المنافسة وما ينجم عنها.

مخاطر التطورات التكنولوجية.

مخاطر التطور في احتياجات الأفراد.

المخاطر السياسية والقانونية المفاجئة.

المخاطر المالية والنقدية عموماً.

التأمين يغطي : الخسائر

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

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

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

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

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

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

○ الدخل الذي يفقد نتيجة توقف العمل .

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

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

■ تغطية التأمين: هناك ثلاث أنواع رئيسية لتغطية التأمين:

○ التغطية الأساسية. وتشمل:

- التأمين ضد الحريق.

- تأمين المسؤولية وتشتمل تأمين المسؤولية القانونية وما ينتج عنها من تبعات وأضرار مترتبة عليها.

- تأمين المركبات.

- تعويض العمال.

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

- تأمين توقف العمل نتيجة لضرر حصل للعمل.

- تأمين ضد الجريمة.

- التأمين ضد الزجاج.

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

- تأمين على المنافع التي يحصل عليها العامل أو الموظف نتيجة لضرر يحدث خلال العمل.

- تأمين العجز الذي يحدث للعامل أثناء الوظيفة.

- دخل التقاعد. أي التأمين على الرواتب التقاعدية للموظف.

- التأمين على الموظفين الرئيسيين. في حالة تعرضهم للخطر.

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

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

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

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

■ هنا نميز بين ثلاث مجموعات من الموردين وهم:

- المنتجون

- الوسطاء التجاريون

- الوسطاء أو الوكلاء الوظيفيون

■ عوامل نجاح عملية الشراء:

- المحافظة على العلاقات الطيبة مع الموردين.

- استلام البضائع وفحصها

- المتابعة بعد الشراء

- الرقابة على اعمال الشراء

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

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

الدكتور كثيراً بالكلمات التي باللون الأحمر 😊

الفصل العاشر: إدارة المخزون وتخطيط الاحتياجات في المشروعات الصغيرة :

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

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

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

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

الفصل الحادي عشر : المشروعات الصغيرة الالكترونية:

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

الفصل الثانية عشر : التسعير في المشروعات الصغيرة :

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

أولاً: التسعير المستند الى التكلفة

ثانياً: التسعير المستند الى السعر التنافسي

ثالثاً: التسعير المستند الى الزبائن:

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

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

الفصل الثالث عشر : الترويج والإعلان في المشروعات الصغيرة :

■ عناصر المزيج الترويجي:

١ - الاعلان

٢ -البيع الشخصي

٣ -تنشيط المبيعات

٤ -العلاقات العامة

■ أثر عملية الشراء على الترويج:هي علاقه متبادله.

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

الفصل الرابع عشر: المسؤولية الإجتماعية للمشروعات الصغيرة:

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

لا تنسونا من الدعاء

Moon-----Wael_212