

ترتيب أسئلة

إدارة الأعمال الصغيرة + الملخص

أسئلة الاختبارات إلى الفصل الدراسي الأول

لعام ١٤٤٠ هـ

د. محمد دليم القحطاني

آخر تحديث بتاريخ

١٤/٥/١٤٤٠ هـ - ٢٠/١/٢٠١٩ م

المحاضرة الاولى

- كلمه ريادة متعددة الأبعاد وهي متعلقة:

- (a) بالفرد
- (b) الشركة
- (c) بشعب معين
- (d) **بجميع ما ذكر**

- الريادة في اللغة الإنجليزية تعني:

- (a) **Entrepreneurship**
- (b) .Invention
- (c) .Creation
- (d) .Risk

- تحمل كلمه ريادة الكثير من الصفات ومنها العمل الخلاق ، أي من الكلمات الانجليزيه تعبر عن تلك الصفة

- (a) **Creativity**
- (b) Discovery
- (c) Novelty
- (d) RISK Taking

- Creativity تعني :

- (a) نبيل
- (b) مكتشف
- (c) **خلاق**
- (d) مخاطر

- لكي نتمكن من إقامة المشروعات الريادية ينبغي التأكد من:

- (a) الاطمئنان من الخلفيات الموروثة والكاملة في الشخص
- (b) الاطمئنان من الخلفية الثقافية والاجتماعية للشخص فقط
- (c) الاطمئنان من الخلفية المهنية للشخص فقط
- (d) **الاطمئنان من الخلفية الثقافية والاجتماعية والمهنية للشخص**

- تعرف الريادة بأنها

- (a) ذلك المشروع الصغير والكبير
- (b) القوة والملكية في آن واحد (أي مالك المشروع هو من يملك ويدير)
- (c) الابداع والابتكار
- (d) **جميع العبارات صحيحة**

- الريادة في عالم الأعمال تعني المشروع :

- (a) المتوسط والمتنوع
- (b) الصناعي فقط
- (c) التجاري فقط
- (d) **الصغير الإبداعي والجديد**

- في القرن الثامن عشر كان ينظر للريادي بأنه الشخص الذي:

- (a) يزود الآخرين برأس المال للقيام بمشروعات جديدة (المستثمر)
- (b) **يستخدم رأس المال في إقامة مشروعات جديدة**
- (c) يدير المشروعات الحكومية
- (d) يبرم العقود المشروطة مع الحكومة (القرن السابع عشر)

الريادة كلمة متعددة الأبعاد قد تتعلق بالفرد أو الشركة أو الإقليم أو الصناعة أو حتى بشعب معين .
لا يتفق الكتاب والباحثين على معنى واحد للريادة، لذلك تم توليد العديد من المفاهيم المتعلقة بمصطلح الريادة واستخدامها لتعني الإبداع والابتكار ، والاختراع والاكتشاف الجديد ، الشيء غير المألوف ، الشيء المليء بالقوة والنشاط ، أو العمل الخلاق ، أو تحمل المخاطرة

مصطلح الريادة الإجراءات الإبداعية جميعها
التي يقدمها الفرد داخل المنظمة من أجل إيجاد المشروع الريادي.
الناطقون بالإنجليزية يعرفون الريادة بأنها **المشروع الصغير والجديد**، والناطقون بالألمانية يعرفونها **بالقوة والملكية أي الشخص الذي يملك مشروع ويديره بنفسه في آن واحد.**

وفي القرن ١٨ تم التمييز بين الشخص الذي يزود الآخرين برأس المال باعتباره مستثمراً وبين الشخص الذي **يحتاج رأس المال باعتباره ريادياً ليستخدم رأس المال.**
وفي القرن ١٩ عرف الريادي بأنه الشخص الذي ينظم المشروع ويديره للحصول على مكاسب فردية مستخدماً مهاراته وخبراته على أمل ان يحقق مكاسب من خلال تشغيل هذه المصادر، وتعرضه للمخاطر.
وفي القرن ٢٠ عرف الريادي بالمبتكر المبدع الذي يعيد تنظيم شكل الإنتاج باستخدام اختراع معين أو وسيلة تكنولوجية جديدة، أو انتاج سلعة قديمة بطريقة جديدة

• تاريخيا يعود مفهوم الريادي في العمل والذي يدير مشاريع الإنتاج الكبيرة الى:

(a) القرن ١٧

(b) القرون الوسطى

(c) القرن ١٩

(d) القرن ٢٠

• في القرن عرف الريادي بأنه الشخص الذي ينظم المشروع ويديره للحصول على مكتسبات فردية مستخدم مهاراته وخبراته على أمل أن يحقق مكاسب من خلال تشغيل هذه المصادر وتعرض للمخاطر:

(a) الحادي والعشرين

(b) التاسع عشر

(c) الثامن عشر

(d) العشرين

• مفهوم الريادة التنظيمية يتمثل في:

(a) الإجراءات التي يقوم بها شخص أو مجموعة أشخاص من أجل إيجاد مشروع ريادي جديد

(b) تصميم هيكل المنظمة بطريقة ابتكارية

(c) توصيف وظائف المنظمة بشكل احترافي

(d) تطبيق مفهوم الجودة الشاملة لجميع أعمال المنظمة

• تعرف الريادة التنظيمية بأنها:

(a) مجموعه الإجراءات التي تساهم في إيجاد مشروع ريادي جديد ومميز

(b) مجموعه الممارسات التي ينتج عنها منتج او خدمة مميزة

(c) مجموعه الافكار التي تتحول الى مشروع جديد

(d) ليست مما سبق

• تعرف الريادة التنظيمية بأنها:

(a) مجموعة من الإجراءات التي يقوم بها شخص أو مجموعه أشخاص من أجل تقديم مشروع مميز

(b) بذلك التنظيم الذي يقسم العمل على اساس النشاطات المبتكرة

(c) تحليل وتوصيف وظائف المشروع المبتكر

(d) التدقيق في كافة الاعمال التنظيمية

• الريادة عبارة عن مزيج يتكون من:

(a) الابداع والتميز

(b) النمو والرياح

(c) الرؤية والتخطيط

(d) أ + ب

• تصنف العلاقة بين أنشطة الريادة وزيادة نمو اقتصاديات الدول:

(a) علاقة غير محددة

(b) كلما زادت الأنشطة الريادية قل النمو الاقتصادي

(c) لا توجد علاقة

(d) كلما زادت الأنشطة الريادية زاد النمو الاقتصادي

• هناك من يرى بأن العلاقة بين أنشطة الريادة وبين زيادة نمو اقتصاديات الدول علاقة:

• العلاقة بين أنشطة الريادة وزيادة نمو اقتصاديات الدول، علاقة:

(a) عكسية

(b) طردية

(c) تبادلية

(d) لا علاقة بينهما على الإطلاق.

مفهوم الريادة

الريادي يشير إلى الشخص الذي يمتلك القدرة على

- اكتشاف الفرصة وإدراكها

- تحمل المخاطرة

- العزم على البدء بالمشروع

وتأمين المصادر والإمكانات وتشغيلها من أجل إضافة قيمة إلى المنتج وبحيث تكون

النتيجة إما التعرض للفوائد المادية والمعنوية، أو التعرض للخسارة المادية

والمعنوية.



• للريادة آثار إيجابية في أحداث التغيير والتحول في اقتصاد الدولة وذلك:

- (a) لاحتمالية إدخال ابتكار جذري
(b) لأن الإبداع من أهم خصائص الريادة
(c) للتنوع الكبير في الجودة والنوعية
(d) أ + ب + ج

• أحداث التغيير في هيكل السوق والعمل من خلال تبني الإبداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثة من الآثار لريادة الأعمال

- (a) السلبية
(b) التنافسية
(c) الإيجابية
(d) العكسية

• أحد العناصر التالية لا يدخل ضمن المزيج الذي يتداخل في تعريف الريادة:

- (a) الإبداع
(b) النمو
(c) الحذر
(d) التمييز

• كان يطلق على الشخص الريادي بالشخص الذي يبرم عقوداً مشروطة مع الحكومة وكان ذلك في القرن:

- (a) ٢١
(b) ١٨
(c) ١٩
(d) ١٧

• تعتبر الريادة مهمة لما تحدثه من آثار إيجابية. اختر الإجابة الصحيحة التي تمثل أهم خصائص الريادة

- (a) توظيف أكبر عدد ممكن من الشباب
(b) أحداث التغيير في هيكل السوق والعمل
(c) تهيئة الاقتصاد الوطني للمستقبل
(d) ليست مما ذكر (الإبداع)

تعتبر الريادة مهمة لما تحدثه من آثار إيجابية تتمثل في:

- أحداث التغيير والتحول. إذ أن الإبداع أهم الخصائص المميزة للريادة.
- إيجاد العديد من المشروعات التي تعتبر مهمة لتطوير الاقتصاد وتنميته.
- إيجاد فرص العمل ذات الأهمية على المدى الطويل من أجل تحقيق النمو الاقتصادي.
- زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس الناتج عن الدخول المتتالي للمنافسين.
- أحداث التغيير في هيكل السوق والعمل من خلال تبني الإبداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثة.
- احتمالية إدخال ابتكار جذري يترك أثراً إيجابياً في الاقتصاد نتيجة البدء بإنشاء شركات جديدة.
- التنوع الكبير في الجودة والنوعية، إذ أن المشروعات الجديدة تقدم أفكاراً جديدة وإبداعاً اقتصادياً.

• الريادي دور مختلف عن دور المدير في:

- (a) طريقة إدارة المنشأة
(b) طريقة الإدارة المالية للمنشأة
(c) طريقة ملكية المنشأة
(d) طريقة إدارة الموارد البشرية في المنشأة

• دور المدير يختلف عن دور الريادي في

- (a) ملكية المنشأة
(b) إدارة المنشأة
(c) إدارة المنشأة مالياً
(d) إدارة أفراد المنشأة

يختلف دور الريادي عن دور المدير في:

- ملكية المنظمة. حيث يمارس الريادي دور المدير ودور مالك المنظمة.
- إيجاد منظمة جديدة. فالريادي يعمل على إيجاد المنظمة وتشغيل جميع العناصر المختلفة المكونة للمنظمة وإعطائها مسمى قانوني.
- تقديم ابتكار إلى السوق. يعتبر الابتكار جزءاً مهماً من أنشطة الريادة وعنصراً أساسياً لإيجاد الثروة، خاصة وأن تقديم الابتكار هو المهمة الأساسية للريادي. (منتج جديد، تطوير منتج، أسلوب جديد يقلل التكلفة أو أكثر ملائمة)
- تحديد الفرصة السوقية. القدرة على تمييز الفرص من العناصر المهمة لنجاح الريادي، إضافة إلى قدرته على استغلالها بطريقة مناسبة.
- القدرة على اكتساب التطبيقات والأساليب والخبرات الجديدة.
- القدرة على القيادة.

• تميل المشروعات الصغيرة بشكل كبير إلى

(a) البعد عن المخاطرة

(b) المخاطرة

(c) فهم نوع المخاطرة

(d) تجنب المخاطرة

• عند إقامة مشروع ريادي فلا بد من مراعاة التالي:

(a) السياسات الحكومية وخلفية الريادي الثقافية والمهنية

(b) المستوى التعليمي للريادي

(c) أ + ب

(d) ليست مما ذكر

• أحد العوامل التالية لا يقع ضمن متطلبات إقامة المشروعات الريادية :

(a) خلفية الريادي الثقافية والمهنية والاجتماعية.

(b) البرامج والسياسات الحكومية.

(c) التسويق.

(d) الاستعداد النفسي للريادي

• أحد متطلبات إقامة المشروعات الريادية والذي يلعب دوراً أساسياً في إيجاد المشروعات من حيث تقديم المنتج وتحديد السعر المناسب له وتوزيعه والإعلان عنه هو:

(a) الانتاج

(b) التسويق

(c) الدعم الحكومي

(d) الريادي نفسه

• إذا كانت درجة المخاطرة عالية لدي شخص والابداع منخفض فان ذلك الشخص يسمى

(a) ريادي (يقبل على العمل بدرجة عالية من الإبداع والمخاطرة.)

(b) توافقي (درجة مخاطرة منخفضة ودرجة إبداع منخفضة)

(c) حالم (يقدم على العمل عندما تكون درجة المخاطرة منخفضة ودرجة الإبداع عالية)

(d) مغامر

• يصنف لاندو Landau الرياديين بناء على معيارين هما:

(a) القدرة على الابتكار وتحمل المخاطرة

(b) الرغبة في الابتكار وتجنب المخاطرة

(c) الرغبة في الابتكار وتحمل المخاطرة

(d) القدرة على الابتكار وتجنب المخاطرة

• في تصنيف Landau للرياديين أعتبر ... هو ذلك الشخص الذي تكون قدراته على الابتكار منخفضة وتحمله للمخاطر منخفضة ايضاً

(a) الريادي

(b) الحالم

(c) التوافقي

(d) المغامر

المحاضرة الثانية

الريادة تعتبر ذات أهمية كبيرة في الاقتصاد لأنها تعمل على إيجاد قيمة مضافة تعود بالفائدة على كل من:

الأفراد. المنظمة. المجتمع

وعلى النحو التالي:

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

- جعل الأسواق كفاءة من خلال توزيع المصادر بطريقة مثالية تمكن الأفراد من تعظيم المكتسبات.

- قبول المخاطرة. ويعتقد بعض الاقتصاديين أن الدور الأساسي للريادي هو أن يقبل المخاطرة نيابة عن الآخرين.

- تعظيم عوائد المستثمرين.

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

• لا شك ان ريادة الاعمال ذات اهمية كبيرة تعود بالنفع على .

(a) المنظمة

(b) المشروع الصغير ذاته

(c) الفرد صاحب فكرة المشروع الريادي

(d) الأفراد (صاحب المشروع) والمنظمة والمجتمع

• تعود الريادة بالنفع على:

(a) المشروع الصغير ذاته

(b) صاحب المشروع والمجتمع

(c) ب & د

(d) المنظمة

• تنعكس الريادة بشكل كبير على:

(a) الفرد

(b) المجتمع

(c) الفرد والمنشأة والمجتمع

(d) المنشأة

• أحد العوامل التالية لا يدخل ضمن الفوائد التي تعبر ذات قيمة مضافة للاقتصاد والتي توجد الريادة:

(a) توحيد العناصر الاقتصادية

(b) تعظيم عوائد المستثمرين

(c) الاتصال الدائم بالأسواق

(d) تعزيز الجوانب السياسية

• هناك بعض الاقتصاديين الذين يعتبرون الريادة عنصر من عناصر:

(a) التسويق.

(b) الإنتاج.

(c) التمويل.

(d) الاستثمار.

• تعود المشروعات الريادية بالنفع على كلاً من:

(a) المستثمرين والعملاء

(b) الأفراد والمنظمة والمجتمع

(c) توجهات الحكومة

(d) جميع ما ذكر

العوامل المؤثرة في تكوين الريادة

هناك ثلاث عوامل رئيسية تسهم في دفع الشخص نحو العمل

الريادي هي:

☒ العوامل الشخصية

☒ العوامل التي تتعلق بالمنظمة

☒ العوامل الخارجية

• من العوامل التي تدفع الشخص نحو العمل الريادي :

(a) عوامل أسرية

(b) عوامل نفسية

(c) عوامل تتعلق بالشخص والمنظمة والمجتمع

(d) جميع ما ذكر

• هناك ... عوامل رئيسية تسهم في دفع الشخص نحو العمل الريادي

(a) ٤

(b) ٣

(c) ٥

(d) ٦

العوامل الشخصية

- الرجل العظيم. من خلال الصفات التي تجعل منه رجلاً عظيماً.
- عدم التطابق بالانسجام الاجتماعي. عدم الانسجام في بيئة الريادي فإن النتيجة ستكون إيجابية، وتعتبر السبب الرئيسي لتحريك الريادي نحو إيجاد مشروعه الخاص.
- نوع الشخصية. (انطوائي، سلبي، إيجابي، متحفظ، عفوي)
- سمات الشخصية. (الابتكار الاستقلالية، القدرة على السيطرة، الرغبة في القيادة...)
- **التطور الاجتماعي.** الريادي يتطور ولا يولد، ويمكن تطوير هذا السلوك من خلال التفاعل بين الأشخاص وبين البيئة بعضها يعود للريادي نفسه وبعضها يعود للبيئة.
- لا يتم الحكم على الشخص بأنه **ريادي من خلال عمل يقوم به**، ولكن من خلال مجموعة من الأعمال التي يقوم بها
- بيئة الطفولة والعائلة. تؤثر كيفية تربية الأطفال في توجيههم لأن يكونوا أشخاصاً رياديين.
- التعليم.
- العمر. أثبتت الدراسات أن أنشطة الريادة تبدأ من عمر ٢٢ حتى ٤٥ سنة.
- تاريخ العمل. إن عدم الرضا في العمل الحالي أو عد الحصول على الترقيات من العوامل المؤدية إلى بدء العمل الجديد.
- **الأصدقاء.**
- **المخاطرة وحب المغامرة.**

- هناك ثلاث عوامل تؤثر في تكوين الريادة وهي عوامل:
 - (a) شخصية ، داخلية وخارجية.
 - (b) عوامل تتعلق بالمنظمة وأخرى شخصية ومجتمعية.
 - (c) شخصية ، خارجية وأخرى تتعلق بالمنظمة.
 - (d) اقتصادية و اجتماعية و ثقافية

- **العوامل التي تؤثر في تكوين الريادة هي عوامل تتعلق :**
 - (a) بالمنشأة
 - (b) بالسمات الشخصية للريادي فقط
 - (c) بمجموعة خارجية تفقد الشخص للعمل الريادي
 - (d) بشخصية الريادي والمنشأة وأخرى خارجية
- **أحد العوامل التالية لا يؤثر في تكوين العمل الريادي:**
 - (a) العوامل الخارجية.
 - (b) العوامل الشخصية.
 - (c) العوامل الاقتصادية.
 - (d) العوامل المتعلقة بالمنظمة.

- **من العوامل المؤثرة في تكوين الريادة والتي لها علاقة بالعوامل الشخصية ما يلي:**
 - (a) التنظيم المرن
 - (b) البحث والتطوير
 - (c) الأصدقاء وحب المغامرة
 - (d) أ + ج

- **أحد العوامل الشخصية التالية للريادي لاتتمثله بأي حال من الأحوال**
 - (a) لدى الريادي قدره على السيطرة
 - (b) الريادي يولد ريادياً
 - (c) يقوم الريادي بمجموعه من الاعمال
 - (d) الريادي رجل عظيم

- **العوامل الشخصية في الريادي : -**
 - (a) السمات العامة للمجتمع
 - (b) المخاطرة وحب المغامرة
 - (c) أ + ب
 - (d) البحث والتطوير

- **ان قيام الشخص بعمل ريادي في حياته يعني انه:**
 - (a) لا يمكن الحكم عليه بأنه ريادي
 - (b) ريادي
 - (c) مغامر
 - (d) مخاطر

- **التطور الاجتماعي للريادي يقع ضمن العوامل التي تدفعه نحو العمل الريادي:**
 - (a) المنظمة.
 - (b) الاجتماعية.
 - (c) الخارجية.
 - (d) الشخصية.

- **يعتبر الهيكل التنظيمي أحد العوامل التي تؤثر في نجاح المشروع الريادي المعتمد على استراتيجيات الإبداع والمعرفة والابتكار:**
 - (a) الخارجية

(b) المنظمة

(c) الشخصية

(d) البيئة

العوامل المنظمة

- يعتبر الهيكل التنظيمي عنصراً رئيسياً من عناصر نجاح المشروع الريادي المعتمد على استراتيجيات الإبداع والابتكار والمعرفة التي يمتلكها الأفراد.
- أصبح التنظيم المرن مورداً مهماً من موارد المنظمة.
- يقل الاعتماد على الأطر التنظيمية الهرمية وتبينت المنظمات المتميزة في مفهوم السيولة التنظيمية والذي يعتمد فيها على شبكة واسعة من الاتصالات غير الرسمية والمفتوحة.

• حتى تتمكن المنظمات الريادية من الوقوف على قدميها ينبغي أن تعتمد على:

(a) الهيكل الهرمي كأسلوب مثالي لإدارتها

(b) مفهوم السيولة التنظيمية

(c) هيكل المصفوفة المعالج للعديد من المشكلات الإدارية

(d) التنظيمات غير الرسمية

• تعتمد المنظمات الريادية على:

(a) الانضباط التلقائي للأفراد

(b) هيكل المصفوفة المعالج للعديد من المشكلات الإدارية

(c) الأطر التنظيمية الهرمية كأسلوب مثالي لإدارتها

(d) مفهوم السيولة التنظيمية

العوامل الخارجية

- السمات العامة للمجتمع. وهي الثقافة السائدة في المجتمع (مثال احترام السن والأقدمية، أو تأكيد الذات والتنافس...)
- القاعدة المؤسسية للبحث والتطوير في المجتمع. وهي تتعلق بحالة البنية التحتية في المجتمع.
- توافر أجواء الحرية في المجتمع.
- السياسات والقوانين والأنظمة.

• أحد العوامل الخارجية المؤثرة في تكوين الريادة

(a) السياسات والقوانين والأنظمة

(b) نوع الشخصية (عوامل شخصية)

(c) العمر (عوامل شخصية)

(d) التنظيم المرن (عوامل المنظمة)

• من العوامل الخارجية التي تؤثر في تكوين الريادة:

(a) توفر أجواء الحرية في المجتمع

(b) فرض السياسات والقوانين والأنظمة

(c) ثقافته المجتمع السائدة

(d) كل ما سبق

• الشركات الريادية من العناصر الهامة في الاقتصاد المعاصر لذلك ينبغي توفير:

(a) بيئة الحرية في الاقتصاد

(b) تهيئة التكنولوجيا اللازمة

(c) تهيئة الأفراد والتكنولوجيا معاً

(d) الحماية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة والكبيرة

• حيث أن الريادة تعتبر من العناصر الهامة في تكوين الاقتصاد المعاصر لذا لزم توفير:

(a) التكنولوجيا

(b) الحرية اللازمة للاقتصاد

(c) الحماية لكافة المشاريع الصغيرة والمتوسطة والكبيرة

(d) الخبرات الدولية التي تساعد الريادين في تنفيذ مشاريعهم

• تعتبر الريادة ظاهرة:

(a) فردية

(b) جماعية

(c) فردية جماعية

(d) ليست مما ذكر

تعتبر الريادة ظاهرة فردية بشكل أساسي وتعتمد على:

- ❖ ملاحظة الفرد ودقته في ترتيبها.
- ❖ والبحث في إمكانية تطبيق المعارف،
- ❖ اتجاهات الفرد نحو تحمل المخاطرة.

• تساهم التكنولوجيا في تغيير ثقافة المشروعات الريادية وذلك في الآتي:

(a) اتخاذ ردة فعل سريعة عند وقوع أي حدث

(b) سرعه انتشار المنتج

(c) الإجابة أ وب

يعتبر التقدم المتسارع في مجال التكنولوجيا من أكثر العوامل التي تساعد على تغيير ثقافة هذه المشروعات الريادية. ومن العوامل المساعدة على ذلك:

١- السرعة الكبيرة والوقت القصير بين وقوع الحدث وردة الفعل على هذا الحدث.

٢- سرعة انتشار المنتج.

٣- تقاسم المعلومات والمعرفة.

(d) اغتنام جميع الفرص الموجودة في السوق

• تساعد على تغيير ثقافة وتوجه وفكر المشروعات الريادية

(a) معاهد التنمية

(b) قوه الاقتصاد العالمي

(c) نوع الصنائه

(d) التكنولوجيا

• من أسباب ممارسة النشاط الريادي:

(a) وجود الشخصية القيادية للريادي

(b) التعثر والاحباط في العمل السابق

(c) وجود الدعم الحكومي

(d) جميع ما ذكر

• من أسباب ممارسة النشاط الريادي:

(a) توفر الشخصية القيادية للشخص

(b) توفر مهارة الاتصال لدى الشخص

(c) الفشل والاحباط في العمل السابق

(d) توفر إنكار الذات لدى الشخص

• من أسباب ممارسة النشاط الإداري ما يلي :

(a) الفشل والاحباط في العمل السابق

(b) توفر الكاريزما القيادية للشخص

(c) التجرد من الذات

(d) القدرة على الاتصال الداخلي والخارجي

• من أسباب ممارسة النشاط الريادي:

(a) وجود الشخصية القيادية للريادي

(b) الرغبة في تحقيق الذات وتكوين ثروة

(c) وجود الدعم الحكومي

(d) جميع ما ذكر

• أحد الأسباب التالية لا يقع ضمن أسباب ممارسة النشاط الريادي:

(a) تكوين الثروة.

(b) الدعم الحكومي

(c) تطوير منتج أو خدمة جديدة.

(d) الفشل والاحباط.

• أي من المهارات التالية يجب أن تتوفر في الريادي

(a) القدرة على ضبط النفس ومحاسبتها

(b) القدرة على إدارة التغيير والنمو

(c) مقاومة الاحباط والفشل

(d) الاجابة أ وب

• يجب أن يتمتع الريادي بالمهارات الإدارية التالية

(a) عمل دراسة الجدوى الاقتصادية

(b) القدرة على إدارة النمو ، التغيير وضبط النفس

(c) العلاقات الاجتماعية الواسعة

(d) فهم بيئة الاعمال الداخلية والخارجية

أسباب ممارسة النشاط الريادي

(١) الرغبة في تحقيق الذات.

(٢) الانتقال من المهنة الحالية إلى المهنة الجديدة والذي قد يكون فيه درجة مخاطرة عالية.

(٣) الفشل والاحباط من العمل السابق.

(٤) تكوين الثروة يدفع الرياديين للعمل في بيئة عدم التأكد والمخاطرة.

(٥) إيجاد وتطوير منتج أو طريقة عمل جديدة.

المهارات الريادية

✚ مهارات إدارة الأعمال

✦ تتعلق ببدء العمل وتطويره وإدارته

✦ إضافة على مهارات التسويق والإدارة

والتمول والمحاسبة والإنتاج والتفاوض.

✚ مهارات إدارية.

✦ كالتخطيط ووضع الأهداف

✦ والقدرة على التحكم بنفسه وسلوكه

✦ وإداره النمو وتحمل المخاطرة

✦ الاختراع والمواظبة

✦ والرؤية القيادية والقدرة على إدارة التغيير

✚ المهارات الفنية.

- مثل مهارات الكتابة - والاتصال الشفوية

- والسيطرة والتحكم بالبيئة المحيطة

- هناك ثلاث مهارات لا بد أن يتحلى بها الريادي إذا أراد النجاح هي :
(a) مهارات إدارية، فنية وأخرى تتعلق بإدارة العمل من جميع جوانبه
(b) مهارات فردية، إبداعية وابتكارية
(c) مهارات ذهنية، تفاعلية وإدراكية
(d) ليست مما ذكر

- المهارات الفنية التالية في الريادة **عدا** واحدة هي:
• لا تحسب ضمن المهارات الفنية في الريادة:
(a) مهارة إدارة التفاوض بما فيه مصلحة المشروع
(b) مهارة التحكم بالبيئة المحيطة
(c) مهارة التواصل الشفوي الفعال
(d) مهارة التواصل الكتابي الفعال

- من المهارات التي يحتاجها الريادي مهارات الكتابة والاتصالات الشفوية والتي تقع ضمن
(a) المهارات الادارية
(b) المهارات الفنية
(c) مهارات إدارة الاعمال
(d) المهارات الفردية

- من ضمن المهارات الفنية التي لا بد أن يتحلى بها الريادي ما يلي:
(a) التخطيط التنظيم والتوجيه (مهارة ادارية)
(b) التسويق والتفاوض (مهارة ادارة أعمال)
(c) أ + ب
(d) مهارات الكتابة والاتصال الشفوي

- أحد العوامل التالية لا يعتبر من ضمن عناصر الريادة:
(a) المنظمة
(b) الفرصة
(c) التنمية
(d) الريادي

- في المشروعات الصغيرة تتكون عناصر الريادة من:
(a) ثلاثة
(b) خمسة
(c) أربعة
(d) ستة

عناصر الريادة

الريادي: هو الشخص الذي يقع في مركز إجراءات الريادة ويدير الإجراءات والأنشطة جميعها.
الفرصة: وهي الفجوة بين الواقع وبين ما هو محتمل في السوق وتمثل احتمالية تقديم خدمة الزبائن بطريقة أفضل من الطريقة الحالية.
المنظمة: هي الإطار والوعاء الذي يتم فيه تنسيق وترتيب كل من الأنشطة والمصادر والأشخاص.
المواد: وتشمل الموارد والإمكانات المتاحة التي يمكن للريادي أن يستثمرها في المشروع.

مرتكزات العمل الريادي في المنظمات

- يبدأ العمل الريادي باكتشاف الفرصة وتحليلها واستغلالها.
- العملية الريادية عملية إدراكية تبدأ: **بالمشاهدة أو التساؤل** التحليل والتفحص ثم تحديد كيف تلبي هذه الفرصة متطلبات الزبائن.
- **يجب ان يكون العمل الريادي بسيطاً** ليتم التغلب على الصعوبات.
- العمل الريادي يبدأ صغيراً حيث يتطلب إمكانات وأموال قليلة وعدد أفراد قليل.
- يحاول العمل الريادي منذ البداية احتلال موقع القيادة.
- **ويضاف إلى المرتكزات السابقة:**

- الانتماء.
- الارتباط بالمنظمة.
- الحس الاقتصادي والاجتماعي.

- إنباع الأسلوب العلمي في حل المشكلات.
- تخصيص جزء من وقت المدير للمشاركة في الأنشطة الريادية

المحاضرة الثالثة

- تصنف العملية الريادية على أنها عملية إدراكية:
(a) تبدأ من المشاهدة أو التساؤل
(b) تبدأ من التحليل والتفحص
(c) تبدأ من التفكير في آليات تطبيق الفكرة
(d) تبدأ من الإدارة الوسطى

• العمل الريادي عملية ادراكية تبدأ من:

- (a) التحليل والتفحص
- (b) التفكير في آليات تطبيق الفكرة
- (c) الإدارة الوسطى
- (d) المشاهدة أو التساؤل

• من أهم مرتكزات العمل الريادي

- (a) اكتشاف الفرص واستغلالها
- (b) بساطة العمل الريادي
- (c) الاجابة أ وب
- (d) ليست مما ذكر

• يبدأ العمل الريادي باكتشاف وتحليل:

- (a) المشروع
- (b) الظروف
- (c) الامكانيات
- (d) الفرصة

• أحد المرتكزات التالية لا يدخل ضمن مرتكزات العمل الريادي في المنظمات:

- (a) الانتماء.
- (b) الحس الاقتصادي والاجتماعي.
- (c) التمويل الكبير.
- (d) الارتباط بالمنظمة.

• بحسب بورتر تحدد جاذبية الصناعة من خلال:

- (a) خمس قوى
- (b) أربع قوى رئيسية
- (c) ثلاث قوى
- (d) قوتين فقط لأغير

• من الأسباب التي تضمن بقاء المنظمة وديمومتها:

- (a) تحقيق الربح
- (b) القيم والاهداف طويلة الأجل
- (c) سرعه استغلال الفرص وتحمل المخاطرة
- (d) أ+ ب

• أحد الأسباب التالية لا يدخل ضمن الأسباب التي تضمن بقاء المنظمة وديمومتها :

- (a) البيئة الخارجية
- (b) الربح
- (c) القيم
- (d) الأهداف طويلة الأجل

• ان من استراتيجيات الريادة :

- (a) ألا يكون الربح السبب الوحيد لبقاء المنظمة
- (b) البقاء على مسافات متساوية مع المنافسين
- (c) العقلانية والبعد عن المخاطرة
- (d) اكتشاف الجديد

استراتيجيات الريادة

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

- أي من الاستراتيجيات التالية يعد صحيحا في الاعمال الريادية:
- (a) تحقيق الربح فقط
- (b) وجود القيم والاهداف طويلة الاجل التي تضمن بقاء المنظمة
- (c) سرعة استغلال الفرص وتحمل المخاطر
- (d) ب + ج

- يسعى الريادي من خلال مشروعه أن :
- (a) يقود السوق
- (b) يتحالف مع كبرى الشركات
- (c) يبدأ بسيطا ثم ينطلق
- (d) يظل مشارك في السوق لا صانعا له

- يحاول العمل الريادي منذ البداية أن :
- (a) يحتل موقع القيادة
- (b) يمشي في ظل الشركات الكبرى في السوق
- (c) لا يفكر في قيادة السوق
- (d) يظل مشاركا في السوق لا صانعا له

- من سمات المنظمات الريادية التي تنشأ الإبداع الفعال والذي يجب أن يتصف بالمرونة والتكامل في الأنشطة والتوجه الكلي للمنظمة يسمى بـ :
- (a) البيئة التنظيمية
- (b) استراتيجية التمكّن
- (c) استراتيجية المفاجأة
- (d) الهيكل التنظيمي

- يتصف في المنظمات الريادية بالبساطة ومحدودية عدد العاملين الإداريين:
- (a) التخطيط
- (b) العمل الإداري
- (c) الهيكل التنظيمي
- (d) سير العمل

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

- الاستراتيجيات الريادية. والتي تتصف بـ (تحمل المخاطرة، التركيز على الفعل الاستباقي بدلاً من رد الفعل).
- الهيكل التنظيمي الذي يجب أن يتصف بالمرونة والتكامل بين الأنشطة، والتوجه الكلي للمنظمة.
- البيئة التنظيمية التي يجب أن تتصف بالانفتاح وإيجاد نظام حوافز فعال بالإضافة إلى المساواة وتقاسم السلطة.
- استراتيجية المغامرة والأخذ بزمام المبادرة. ويهدف الريادي من وراءها الوصول للسيطرة وقيادة السوق (أكثر الاستراتيجيات مخاطرة)
- استراتيجيات المفاجأة وأخذ الآخرين على غرة. يحقق الريادي فيها ما يريده الزبون قبل أن يفهم هذه الحاجة المنافسين.
- استراتيجية التمكّن. يراقب الريادي السوق ويخطط ليصل إلى الاحتكار في منطقة صغيرة فيتجنب بذلك المنافسة.
- استراتيجية الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للسلعة. وهي تقوم على تقديم سلعة معروفة من خلال تحويل استخداماتها ومنافعها وخصائصها الاقتصادية.

- الهيكل التنظيمي يتصف :
- (a) بالمرونة والتكامل بين الأنشطة والتوجه الكلي للمنظمة
- (b) تتصف بالانفتاح وإيجاد نظام حوافز فعال
- (c) بعدم المرونة
- (d) الارتباط بالمنظمة
- أي الاستراتيجيات التالية أكثر مخاطرة بالنسبة للريادي :
- (a) استراتيجية التمكّن
- (b) استراتيجية المغامرة
- (c) استراتيجية المفاجأة
- (d) استراتيجية المبادرة

- المنظمات الريادية يجب ان تتصف بتحمل المخاطر والتركيز على الفعل الاستباقي بدلا من رد الفعل وهذا يسمى بـ :
- (a) المنظمه المتطوره
- (b) الاستراتيجيات الريادية
- (c) الهيكل التنظيمي المرن
- (d) البيئة التنظيمية المنفتحة

• أحد العناصر التالية لا يساعد المنظمات الريادية على تحقيق الابداع الفعال

- (a) استراتيجيه المغامرة
- (b) مواجهه منافسه السوق منذ بدايه المشروع الصغير
- (c) الهيكل التنظيمي المرن
- (d) البيئه التنظيميه المنفتحه

• فهم ما يريده العملاء قبل المنافسين هي:

- (a) أكثر استراتيجيات الريادة مخاطرة
- (b) أقل استراتيجيات الريادة مخاطرة
- (c) استراتيجيات المفاجأة وأخذ الآخرين على غرة
- (d) محاولة للسيطرة على السوق وقيادته

• استراتيجيات المفاجأة واخذ الآخرين على غره هي :

- (a) اكثر استراتيجيات الرياده مخاطره
- (b) اقل استراتيجيات الرياده مخاطره
- (c) محاوله السيطرة على السوق وقيادته
- (d) فهم ما يريده العملاء قبل المنافسين

• الاستراتيجيه التي يستخدمها الريادي للهروب من المنافسين في المناطق الصغيره

- (a) المغامرة
- (b) المخاطره
- (c) التمكن
- (d) المبادره

• يستخدم الريادي استراتيجية التمكن:

- (a) للتطبيق داخل المنظمه فقط
- (b) للتطبيق خارج المنظمه فقط
- (c) لاحتواء المنافسين والتغلب عليهم
- (d) للهروب من المنافسين في المناطق الصغيره

• استراتيجيه التمكن :

- (a) أكثر استراتيجيات الريادة مخاطرة (استراتيجية المغامرة)
- (b) أقل استراتيجيات الريادة مخاطرة
- (c) يراقب السوق ويخطط ليصل إلى الاحتكار في منطقة صغيرة
- (d) محاولة للسيطرة على السوق وقيادته (استراتيجية المغامرة)

• هناك العديد من الاستراتيجيات التي يتبعها الريادي منها استراتيجية وفيها يراقب الريادي السوق ويخطط ليصل إلى الاحتكار في منطقة صغيرة فيتجنب بذلك المنافسة :

- (a) المغامرة
- (b) المبادره
- (c) التمكن
- (d) السيطرة

الأهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي:

- أهداف النمو. زيادة حجم المبيعات سنوياً.
- تطوير السوق من خلال تشكيل السوق.
- إعادة تشكيله بالإعلانات والدعاية.
- الحصة السوقية. يستهدف المشروع الريادي الاستحواذ على نسبة معينة من السوق.
- المكانة السوقية. تحقيق المكانة أمر ضروري لتحقيق الحصة السوقية.

• للمشروع الريادي أهداف استراتيجية منها:

- (a) إعادة هيكلة تركيبة الموارد البشرية
- (b) الفحص والتدقيق في توزيع الموارد
- (c) اختيار الهيكل التنظيمي الداعم للريادة
- (d) البناء المتجدد للسوق من خلال الدعاية والإعلان

• من الأهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي ..

(a) إعادته تشكيل السوق من خلال الدعاية والاعلان

(b) اعاده التفكير في تركيبه الموارد البشرية

(c) النظر الدائم في توزيع الموارد

(d) اعاده الهيكل التنظيمي الداعم للريادة

• من الأهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي - أهداف النمو ويقصد:

(a) إعادة هيكلة تركيبة الموارد البشرية

(b) الفحص والتدقيق في توزيع الموارد

(c) اختيار الهيكل التنظيمي الداعم للريادة

(d) زيادة حجم المبيعات سنه بعد سنه

• واحد من الاتي ليس ضمن الاهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي

(a) أهداف النمو

(b) تطوير السوق

(c) الحصة والمكانة السوقية

(d) التجارة الالكترونية

• يستهدف المشروع الريادي الاستحواذ على نسبة معينة من السوق كواحد من الأهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي وهذا يسمى بـ:

(a) الحصة السوقية

(b) السيطرة السوقية.

(c) المكانة السوقية.

(d) تطوير السوق.

• ان من ضمن مصادر الفرص الريادية :

(a) المصادر التكنولوجية

(b) مصدر المعرفة الجديدة والعوامل الديموغرافية

(c) الاجابة أ وب

(d) ليست مما ذكر

مصادر الفرص الريادية

☐ المصادر الفجائية. حدث خارجي غير متوقع.

☐ المصادر التعارضية. الفرق بين الواقع وما يفترض أن يكون عليه.

☐ مصدر الحاجة إلى طريقة أو أسلوب عمل جديد.

☐ مصدر التغير في هيكل الصناعة وبنيتها.

☐ مصدر العوامل الديموغرافية. (تغيرات في العمر والعمالة ومستوى التعليم والدخل...)

☐ مصدر تبدل الإدراك والرؤيا.

☐ مصدر المعرفة الجديدة. (الفنية والعلمية والاجتماعية)

• يقصد بالمصادر الفرق بين الواقع وما يفترض أن يكون عليه:

• من مصادر الفرص الريادية ما يعرف بمصدر والذي يفرق بين الواقع وما يفترض أن يكون :

(a) الديموغرافية

(b) التعارضية

(c) الفجائية

(d) المعرفية

• تغيرات العمر والعمالة ومستوى التعليم يقع ضمن المصادر ... للفرص الريادية

(a) الديموغرافية

(b) الفجائية

(c) التعارضية

(d) التنافسية

• احد المصادر التالية لا يعد من بين مصادر الفرص الريادية

(a) المصادر التخطيطية والتكتيكية

(b) المصادر الفجائية

(c) المصادر التعارضية

(d) المصادر الديموغرافية

بناء ثقافة الريادة داخل المنظمات

- ♦ التأكد من التزام الإدارة. وعلى كافة مستوياتها بإجراءات الريادة في المنظمة.
- ♦ بناء الثقافة الريادية المنظمة من خلال استخدام مديري المجموعات المهمة بالريادة لتدريب العاملين والتشارك معهم بخبراتهم.
- ♦ تطوير طرق ووسائل لتبقى المنظمة قريبة من الزبون ومكافأة الأداء الريادي داخل المنظمة.
- ♦ بناء هياكل تنظيمية مرنة تشجع السلوك الريادي وتحدد مدى الحاجة إلى إدخال التكنولوجيا.

• لبناء ثقافة الريادة بالمنظمة علينا:

- (a) اعتماد هياكل تنظيمية هرمية تستوعب المنظمة كاملة
- (b) اعتماد هياكل تنظيمية مرنة
- (c) اعتماد هياكل تنظيمية غير مرنة
- (d) اعتماد هياكل تنظيمية كبيرة ومتعددة المستويات

• من أجل بناء ثقافته الرياده بالمنظمه علينا ..

- (a) بناء هياكل تنظيمية غير مرنة
- (b) بناء هياكل تنظيمية هرمية تستوعب كامل اركان المنظمه
- (c) بناء هياكل تنظيمية مرنة
- (d) بناء الهيكل التنظيمي الداعم للريادة

• بناء هياكل تنظيمية مرنة تشجع السلوك الريادي :

- (a) بناء المجتمع
- (b) بناء ثقافة الريادة
- (c) بناء المشاريع الكبيرة
- (d) بناء المجتمع الدولي

• عندما يبدأ الريادي في مشروعه لابد له من مراعاة التالي:

- (a) الموقع، المبنى والقوة البشرية
- (b) عمليات التصنيع، المواد الخام والمعدات المساندة
- (c) أ+ ب
- (d) هناك نقص فيما ذكر

• من العوامل الهامة التي يجب مراعاتها عند البدء في انشاء مشروع الريادي ما يلي:

- (a) الموقع، عمليات التصنيع والموارد البشرية
- (b) دراسة الجدوى والمخططات الهندسية
- (c) أ+ ب
- (d) هناك نقص فيما ذكر

• عند إنشاء مشروع ريادي فلست بحاجة إلى:

- (a) قوى بشرية
- (b) تكنولوجيا متقدمة جداً
- (c) مواد خام
- (d) موقع للمشروع

• اختيار الموقع والقوى البشرية والمواد الخام اللازمه للتصنيع وعمليات التصنيع ذاتها ... المسانده الأخرى تعتبر من العوامل التي على الريادي مراعاتها عند البدء

- (a) بدخول السوق
- (b) بدخول منافسين جدد
- (c) بإنشاء المشروع الريادي
- (d) بعمليات التصنيع

• من الفروق الجوهرية بين المشروع الصغير والمشروع الريادي واحدة من الآتي:

- (a) البيئة الإبداعية
- (b) بيئة الانضباط
- (c) التفاعل مع البيئة الخارجية
- (d) التفاعل مع البيئة الداخلية للمنظمة

البدء بإنشاء المشروع الريادي

على الريادي أن يراعي العوامل التالية عند البدء بدراسة المشروع:

- ١- الموقع
- ٢- عمليات التصنيع
- ٣- المواد الخام
- ٤- القوى البشرية
- ٥- المبنى
- ٦- المعدات المساندة الأخرى

• يظهر الفرق جليا بين المشروع الصغير والمشروع الريادي في

(a) الانضباط

(b) الإبداع

(c) التفاعل مع البيئة الخارجية

(d) التفاعل مع البيئة الداخلية للمنظمة

• يمكن الفرق بين المشروع الريادي والمشروع الصغير في الآتي

(a) مستوى الإبداع والقدرة على النمو

(b) وجود استراتيجية طويلة المدى

(c) النمو داخل المشروع

(d) جميع ما ذكر

• ينفرد المشروع الريادي عن المشروع الصغير بـ:

(a) الإبداع

(b) تحقيق الأرباح.

(c) خدمة المجتمع.

(d) نمو المشروع وتطوره

• عادةً ما يمتاز المشروع الريادي بالأهداف :

(a) طويلة الأجل

(b) قصيرة الأجل

(c) متوسطة الأجل

(d) التشغيلية

• الفرق بين المشروع الريادي وبين المشروع الصغير

(a) الإبداع والابتكار والأهداف طويلة الأجل

(b) بيئة الانضباط

(c) التفاعل مع البيئة الخارجية

(d) التفاعل مع البيئة الداخلية للمنظمة

• يكمن الفرق بين المشروع الريادي والمشروع الصغير في الحالات التالية، هو أن المشروع الصغير يقوم على:

(a) الإبداع.

(b) الأهداف طويلة الأجل.

(c) الأهداف قصيرة الأجل.

(d) النمو المستمر.

• من أهم الفروقات بين المشروع الريادي والمشروع الصغير، هو أن المشروع الريادي يتميز بـ:

(a) الإبداع

(b) الأهداف القصيرة

(c) عدم قابلية النمو

(d) التقليد

المنظمات الريادية (دي الفقرة ماجا عليها اسئلة حطيتها علشان ماترجعو للمحتوى)

تتصف المنظمات الريادية بعدد من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المنظمات الأخرى وهي:

- تكون المنظمات الريادية أكثر اهتماما بالإقدام على إقامة المشروعات الريادية.

- تتقرب المنظمات الريادية من عملائها من خلال التميز في جودة المنتج/ الخدمة مقارنة مع ما يقدمه المنافسون الآخرون.

- تتبنى المنظمات الريادية العاملين الرياديين ذوي المواهب القيادية والابتكارية وتشجع المبادرة الشخصية وقبول المخاطرة.

- تحرص المنظمات الريادية على صون القيم المؤسسية وبخاصة رؤيا المنظمة التي تؤثر في جودة المنتجات.

- تلتزم المنظمات الريادية بالتوجه الأساسي الذي خطته لنفسها.

- ينصف الهيكل التنظيمي للمنظمات الريادية بالبساطة ومحدودية عدد العاملين الإداريين.

- تمنح المنظمات الريادية الأقسام والوحدات الفرعية داخلها الاستقلالية والحرية كي تستطيع تبني الأفكار الريادية ببسر وسهولة.

• من سمات المنظمة الريادية:

(a) البقاء على مسافات متساوية مع المنافسين

(b) الانفتاح على البيئة الخارجية للمنظمة

(c) العقلانية والبعد عن المخاطرة

(d) تجاهل عامل المعرفة في المنظمة

• من سمات المنظمات الريادية:

(a) العقلانية والبعد عن المخاطرة

(b) الانفتاح على البيئة الخارجية للمنظمة

(c) اتباع ما يعرف بالنظام المغلق

(d) البقاء على مسافات متساوية مع المنافسين

المحاضرة الرابعة

- أهم العوامل المؤثرة في اختيار الشكل القانوني للمشروع الجديد هو:

- (a) المشاريع المتماثلة
- (b) حجم العمل وطبيعته
- (c) المشاريع المتكاملة
- (d) المشاريع المتكاملة والمتماثلة

- أحد العوامل التالية لا يؤثر في الشكل القانوني للمشروع الجديد:

- (a) الموارد المالية
- (b) الهيكل التنظيمي
- (c) فكرة المشروع
- (d) حجم العمل وطبيعته

- الشكل القانوني للمشروع عند التأسيس:

- (a) يعتبر اختياراً نهائياً
- (b) يعتبر اختياراً مؤقتاً
- (c) يعتبر اختياراً يمكن تغييره فيما بعد
- (d) يعتبر اختياراً لا يمكن تغييره فيما بعد

هناك عوامل تؤثر في اختيار الشكل القانوني للمشروع الجديد:

- ☐ حجم العمل وطبيعته.
- ☐ الهيكل التنظيمي الخاص للمشروع.
- ☐ الضريبة التي ستتحقق على المشروع.
- ☐ مستوى الرقابة المزمع ممارسته على العمل.
- ☐ توزيع وقت مالك المشروع بين الإدارة وواجباته العائلية.
- ☐ مستوى الأرباح والخسائر المتوقعة.
- ☐ تلبية الاحتياجات النقدية الشخصية لمالك المشروع خلال فترة التأسيس.

تقييم الشكل القانوني للمشروع

إن اختيار الشكل القانوني للمشروع ليس بالضرورة أن يكون نهائياً. ولكن غالباً ما يغير المشروع شكله القانوني للاعتبارات التالية:

- ضمن أي شكل قانوني تعمل الشركة الآن.
- المخاطر الرئيسية التي يمكن أن تتعرض الشركة لها.
- هل تشكل المسؤولية غير المحدودة مشكلة خطيرة محتملة
- الميزات الضريبية ومدى تحققها بناء على الشكل القانوني.
- الميزات الإدارية ومدى تحققها بناء على الشكل القانوني.
- هل تستغل الشركة كل ميزات الشكل القانوني الحالي للشركة.

- عند اختيار الشكل القانوني للمشروع في بدايته يعتبر اختياراً

- (a) لا يمكن تغييره فيما بعد
- (b) نهائياً
- (c) مؤقتاً
- (d) يمكن تغييره فيما بعد

- الهيكل التنظيمي للمشروع الجديد يؤثر في اختيار:

- (a) نوع المشروع.
- (b) حجم المشروع.
- (c) مستقبل المشروع.
- (d) الشكل القانوني للمشروع

- تلبية الاحتياجات النقدية الشخصية لمالك المشروع خلال فترة التأسيس تعد من العوامل التي تؤثر في اختيار

- (a) مستقبل المشروع الجديد
- (b) الشكل القانوني للمشروع الجديد
- (c) حجم المشروع
- (d) نوع المشروع الجديد

- يتغير شكل المشروع القانوني حسب أحد الاعتبارات التالية

- (a) زيادة اعداد العاملين
- (b) إصرار احد الملاك
- (c) استجابة لما يحدث من تغيرات في الاقتصاد العالمي
- (d) المخاطر الرئيسية التي يمكن ان يتعرض لها المشروع

- من أهم الأشكال القانونية للمشروعات الصغيرة:

- (a) المشروع الفردي
- (b) شركة التضامن
- (c) شركة ذات المسؤولية المحدودة
- (d) كل ما سبق

الأشكال القانونية للمشروعات الصغيرة

- ١- المشروع الفردي
- ٢- شركة التضامن
- ٣- شركة التوصية البسيطة
- ٤- شركة التوصية بالاسهم
- ٥- الشركة ذات المسؤولية المحدودة
- ٦- شركة المساهمة الخاصة

• يعتبر من أحد الأشكال القانونية التالية من أقدم أشكال منظمات الأعمال وأكثرها شيوعاً:

- (a) شركة التضامن
- (b) الشركة ذات المسؤولية المحدودة
- (c) المشروع الفردي
- (d) الشركة المساهمة

• أحد أشكال منظمات الأعمال التالية يعتبر من أقدم الأشكال بل وأكثرها شيوعاً :
• من أكثر الأشكال القانونية للمشروعات الصغيرة سهولة في الإنشاء والتأسيس ما يعرف ب:

- (a) شركة المحاصة
- (b) شركة ذات المسؤولية المحدودة
- (c) شركة التوصية بالأسهم
- (d) المشروع الفردي

المشروع الفردي.

- تعتبر المشروعات الفردية أقدم شكل من أشكال منظمات الأعمال، وهي الأكثر شيوعاً في العالم (٧٢% من الأعمال في أمريكا تمارس من خلال المشروعات الفردية).
- يمتلك المشروع شخص واحد، ويتحمل المسؤولية الكاملة غير المحدودة عن الالتزامات والديون ويحصل على الأرباح بمفرده.
- يفضل هذا الشكل الكثيرين لعدة أسباب (كلفة أنشائها أقل، وأسهل، يتمتع المالك بحرية واسعة، وتحسب الضريبة على الدخل الشخصي للمالك لا على المشروع نفسه).
- ومن مساوئ هذا الشكل: (اعتبار المشروع وصاحبه شخصية واحدة لا ينفصلان، وينتهي المشروع بموت صاحبه وينبغي اتخاذ عدة إجراءات لإعادة العمل به)

• يتوجب على مالك المشروع الصغير أن يقوم ببعض إجراءات تسجيل المشروع لدى الجهات الرسمية في الدولة وذلك عند:

- (a) التفكير بإنشاء مشروعه
- (b) إيجاد الوقت المناسب لذلك
- (c) قيادة بدراسة السوق
- (d) اتخاذ القرار بتأسيس مشروعه

تمهيد

عند اتخاذ قرار بتأسيس المشروع الصغير، يتوجب على مالك المشروع أن يقوم ببعض الإجراءات لتسجيل المشروع لدى الجهات الرسمية في الدولة.

• القانون لا يفرق في شركة التضامن:

- (a) بين شخصية العمل (الاعتبارية وشخصية المالكين)
- (b) يعتمد على شخصية العمل (الاعتبارية فقط)
- (c) يعتمد على شخصية المالكين فقط
- (d) لا شيء مما سبق

• الشراكة الطوعية التي تقوم بين شخصين أو أكثر تسمى بـ :

- (a) شركة التضامن فقط
- (b) شركة التوصية البسيطة
- (c) شركة التضامن وشركة المحاصة
- (d) ليست مما ذكر

شركة التضامن

- شركة التضامن هي شراكة طوعية بين شخصين أو أكثر للقيام بمشروع يدر عائداً مالياً عليهم ويحقق ربحاً لهم.
- القانون لا يفرق بين شخصية العمل وشخصية المالكين، بمعنى أنهم مسئولون مسئولية شخصية كاملة غير محدودة تجاه التزامات الشركة.
- ينبغي أن يتفق الشركاء على اتفاق قانوني يحدد فيه (حصة كل واحد في رأس المال، وكيفية صنع القرارات، واقتسام الأرباح، وحل الخلافات، ودخول شركاء جدد مستقبلاً، وحلول شركاء محل أحدهم، وما هي الإجراءات التي يجب اتباعها لتصفية الشركة)

• شركة هي شراكة طوعية بين شخصين أو أكثر للقيام بمشروع يدر عائداً مالياً عليهم ويحقق أرباحاً لهم:

- (a) التضامن
- (b) ذات المسؤولية المحدودة
- (c) التوصية البسيطة
- (d) التوصية بالأسهم

• هي شراكة طوعية بين شخصين أو أكثر للقيام بمشروع يدر عائداً مالياً عليهم ويحقق ربحاً لهم :

- (a) شركة التضامن
- (b) شركة التوصية البسيطة
- (c) شركة المحاصة
- (d) الشركة المساهمة

- الشركة التي لا يفرق القانون بين شخصية العمل وشخصية المالكين هي :
 - المشروع الفردي
 - شركة التضامن
 - شركة المساهمة الخاصة
 - الشركة ذات المسؤولية المحدودة

• في شركة التضامن :

- القانون يفرق بين شخصيه العمل (الاعتباريه) وشخصيه المالكين
- القانون لا يفرق بين شخصيه العمل (الاعتباريه) وشخصيه المالكين
- القانون يعتمد على شخصيه المالكين فقط
- القانون يعتمد على شخصيه العمل الاعتباريه فقط

- الشركاء مسئولون مسئولية شخصية كاملة غير محدودة تجاه التزامات الشركة في شركة:

- التضامن
- شركة ذات المسؤولية المحدودة
- التوصية البسيطة
- التوصية بالأسهم

- أي نوع من الشركات التالية يسهل تأسيسها وتنتهي بوفاة أحد الشركاء:

- شركة التضامن
- شركة المحاصة
- شركة التوصية البسيطة
- شركة ذات المسؤولية المحدودة

- من مساوي شركة ... ان وفاه أي شريك ينهي الشراكة

- التضامن
- التوصيه البسيطه
- المحاصه
- المساهمه

- عدم ضمان تصرفات الشركاء الآخرين تعتبر من مساوي شركات :

- ذات المسؤولية المحدودة
- المحاصة
- التضامن
- التوصية بالأسهم

- إمكانية زيادة رأس المال تعتبر من مزايا شركات :

- التضامن
- ذات المسؤولية المحدودة
- التوصية بالأسهم
- المحاصة

- من مزايا شركة التضامن :

- حياتها محدودة
- مسئولية الشركاء غير محدودة
- سهولة التأسيس
- حياتها محدودة ومسئولية الشركاء غير محدودة

المساوي	المميزات
حياتها محدودة	سهولة التأسيس
مسئولية غير محدودة	تقسيم العمل والإدارة
الشريك مسئول عن تصرفات الشركاء	افكار وخطط أكثر من شخص واحد
احتمالية نشوب الخلافات	مهارات من أكثر من شخص واحد
وفاة أي شريك ينهي الشراكة	إمكانية زيادة رأس المال
عدم ضمان تصرفات الشركاء الآخرين	موارد مالية من أكثر من شخص

• أي من العبارات التالية يعتبر من مزايا شركة التضامن

- (a) تقسيم العمل والإدارة
(b) إمكانية زيادة رأس المال
(c) أجاب
(d) مسئولية غير محدودة والشريك مسئول عن تصرفات الشركاء

• من الميزات التي يوفرها العمل الريادي عن طريق شركة التضامن :

- (a) المسئولية الغير محدودة
(b) محدودية العمر
(c) يكون الشريك مسئول عن تصرفات الشركاء
(d) تقسيم العمل والإدارة

• عندما يكون الشريك مسئول عن تصرفات باقي الشركاء فإن ذلك يعد أحد مساوئ :

- (a) المؤسسة الفردية
(b) شركة التضامن
(c) شركة المحاصة
(d) شركة التوصية البسيطة

• من ضمن مساوئ شركه التضامن ماييلي

- (a) تقسيم العمل والاداره
(b) زياده راس المال
(c) احتماليه نشوب الخلافات
(d) خطط وافكار لاكثر من شخص

• للشريك الموصي في شركة التوصية البسيطة:

- (a) الحق في الإدارة وممارسة الأعمال داخل الشركة
(b) عدم الحق في الإدارة وممارسة الأعمال داخل الشركة
(c) الحق في ممارسة أعمال الشركة فقط
(d) الحق في ممارسة الإدارة فقط

• لا يجوز أن يشتمل عنوان شركة التوصية البسيطة إلا على أسماء:

- (a) الشركاء الموصون
(b) الشركاء المتضامنون
(c) الشركاء المساهمون
(d) جميع ما ذكر

• يشتمل عنوان شركة التوصية البسيطة على أسماء

- (a) الشركاء الموصون
(b) الشركاء الموصون والمتضامنون
(c) الشركاء المتضامنون
(d) الشركاء المتضامنون وبعض الشركاء الموصون

• الشريك الموصى في شركه التوصيه البسيطه :

- (a) لا يحق له الاداره وممارسه الاعمال داخل الشركه
(b) يحق له ممارسه اعمال الشركه فقط
(c) يحق له ممارسه الاداره فقط
(d) يحق له الاداره وممارسه الاعمال داخل الشركه

شركة التوصية البسيطة

لها نوعين هما:

- **الشركاء المتضامنون.** وهم الذين يتولون إدارة الشركة وممارسة أعمالها، ويكونون مسؤولون بالتضامن والتكامل عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها في أموالهم الخاصة.

- **الشركاء الموصون.** يشاركون في رأس المال دون أن يحق لهم إدارتها أو ممارسة أعمالها، ويكون كل منهم مسئولاً عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها بمقدار حصته في رأس مال الشركة.

- **بشكل عام لا يجوز أن يشتمل عنوان شركة التوصية البسيطة إلا على أسماء الشركاء المتضامين،** فإذا كان فيها شريك واحد متضامن واحد يكتب اسمه ويضاف إليه كلمة (وشركاه) وإذا أضاف أسم أي شريك موصي للعنوان يصبح شريك متضامن.

- **لا يملك أن يشترك في إدارة الشركة، ولا يملك سلطة الزامها،** يجوز الاطلاع على دفاتها وحساباتها وسجلاتها.

- في شركة التوصية البسيطة يستطيع الشركاء الموصون المشاركة في رأس المال ويحق لهم
 - (a) إدارة وممارسة أعمال الشركة
 - (b) المسؤولية التامة عن ديون الشركة
 - (c) الالتزام بمقدار حصة كل منهم
 - (d) ليست مما ذكر

- الشريك الموصى في شركة التوصية البسيطة يكون مسئولاً عن :
 - (a) ديون الشركة حتى لو أتت على رصيده الشخصي
 - (b) ديون الشركة بمقدار نصف حصته
 - (c) ديون الشركة بمقدار حصته فيها
 - (d) ديون الشركة بمقدار ضعف حصته فيها

- في شركة لا يملك الموصى ان يشترك في ادارته الشركة ولا يملك سلطة الزامها ولكن يحق له الاطلاع على دفاترها وحساباتها وسجلاتها
 - (a) التضامن
 - (b) المحاصة
 - (c) المساهمة الخاصة
 - (d) التوصية البسيطة

- الشركاء نوعين في شركة التوصية البسيطة
 - (a) شركاء موصون ومتحالفون
 - (b) شركاء اعتباريون ومتضامنون
 - (c) شركاء متضامنون وموصون
 - (d) ليست مما ذكر

- لا تتمتع شركة المحاصة ب
 - (a) الشخصية الاعتبارية فقط
 - (b) بإجراءات التسجيل والترخيص فقط
 - (c) الشخصية الاعتبارية وكما لا تخضع لأحكام التسجيل والترخيص
 - (d) الاجابة أ و ب

- أي العبارات التالية لا تنطبق على شركة المحاصة
 - (a) لا تتمتع شركة المحاصة بالشخصية الاعتبارية
 - (b) تخضع لأحكام وإجراءات التسجيل والترخيص
 - (c) شركة تجارية تتعقد بين شخصين وأكثر
 - (d) تتحدد حقوق الشركاء من خلال العقود الموقعة بينهم

- لا تخضع شركة لأحكام وإجراءات التسجيل والترخيص :
 - (a) التوصية بالأسهم
 - (b) التوصية البسيطة
 - (c) التضامن
 - (d) المحاصة

- شركة المحاصة هي شركة :
 - (a) تتمتع بالشخصية الاعتبارية ولا تخضع لأحكام وإجراءات التسجيل والترخيص
 - (b) تخضع لإجراءات التسجيل والترخيص فقط
 - (c) لا تتمتع بالشخصية الاعتبارية ولا تخضع لأحكام وإجراءات التسجيل والترخيص
 - (d) تتمتع بالشخصية الاعتبارية فقط

شركة المحاصة:

- هي شركة تجارية تتعقد بين شخصين أو أكثر، ويدير أعمالها شريك ظاهر يتعامل مع الغير، ولا يعتبر الشريك غير الظاهر تاجراً إلا إذا مارس العمل التجاري بنفسه.
- الشركة لا تتمتع بالشخصية الاعتبارية ولا تخضع لأحكام وإجراءات التسجيل والترخيص.
- وفي حالة المخاصمة ليس للغير حق الرجوع إلا على الشريك الذي تعامل معه، إلا إذا أعتترف الآخرون بأنهم شركاء فيصبحوا مسئولين بالتضامن بهذا الاعتراف.
- حقوق الشركاء تتحدد من خلال العقود الموقعة بينهما والتي تحدد الحقوق والالتزامات لكل منهما.

• أي من العبارات التالية تنطبق على شركة المحاصة:

(a) لا تتمتع الشركة بالشخصية الاعتبارية ولا تخضع لأحكام وإجراءات التسجيل والترخيص

(b) يكون الشريك مسؤولاً مسؤولاً كاملة عن ديون الشركة

(c) يجوز للشريك أن يتنازل عن حصته لأقاربه حتى الدرجة الثانية أو الوقف

(d) لا يجوز أن يتنازل عن حصته لأحد أقاربه أو الوقف

• الشركة التجارية التي تتعقد بين شخصين أو أكثر ، ويدير أعمالها شريك ظاهر يتعامل مع الغير واخر غير ظاهر لا يمارس العمل التجاري ، تسمى شركة

(a) التضامن

(b) التوصية بالاسهم

(c) ذات مسئولية محدوده

(d) المحاصة

• في الشركات ذات المسئولية المحدوده :

(a) يجوز للشريك أن يتنازل عن حصته لأقاربه حتى الدرجة الثالثة أو الوقف

(b) يجوز للشريك أن يتنازل عن حصته فقط

(c) يجوز للشريك أن يتنازل عن حصته لأقاربه من الدرجة الثالثة فقط

(d) لا يجوز أن يتنازل عن حصته لأحد أقاربه أو الوقف

• من مواصفات الشركة ذات المسئولية المحدوده

(a) أنها تتألف من شخصين أو أكثر

(b) يكون الشريك مسؤولاً مسؤولاً في حدوده فقط

(c) يحق للشريك أن يتنازل عن حصته لأقاربه حتى الدرجة الثالثة

(d) جميع ما سبق

• أي العبارات التالية تنطبق على الشركة ذات المسئولية المحدوده

(a) في حالة وفاة الشريك لا تؤول الملكية لورثته

(b) يكون الشريك مسؤولاً مسؤولاً كاملة عن ديون الشركة

(c) يجوز للشريك أن يتنازل عن حصته لأقاربه حتى الدرجة الثالثة أو الوقف

(d) لا يجوز أن يتنازل عن حصته لأحد أقاربه أو الوقف

• تكون الشركة مسئولة عن الديون ولا يكون الشريك مسئولا الا في حدود حصته في رأس المال:

(a) المشروع الفردي

(b) شركة التضامن

(c) شركة ذات المسئولية المحدوده

(d) شركة الأسهم

• في شركة التوصية بالاسهم :

(a) يمكن أن يكون هناك شريك متضامن واحد

(b) ليس هناك شركاء متضامنون

(c) لابد أن يكون الشركاء كيانات وليس افراد

(d) لابد من وجود شركاء متضامنون لا يقل عددهم عن اثنين

• يجوز للشركة في الشركة المساهمة الخاصة:

(a) أن تصدر أسهم من عدة فئات تختلف قيمتها الاسمية فقط

(b) أن تصدر أسهم من عدة فئات تختلف في قوتها التصويتية فقط

(c) أن لا تصدر اسهم من عدة فئات تختلف قيمتها الاسمية

(d) أن تصدر أسهم من عدة فئات تختلف قيمتها الاسمية وقوتها التصويتية

شركة ذات المسئولية المحدوده:
- غالبية الشركاء على قرابة بعضهم البعض، ويتم تأسيس هذا النوع من الشركات من أجل تقديم خدمة مهنية احترافية لكل مساهم مرخص (اطباء، محامون، محاسبون).
- تتألف من شخصين أو أكثر وتعتبر الذمة المالية للشركة مستقلة عن الذمة المالية لكل شريك:
- وتكون الشركة مسئولة عن الديون ولا يكون الشريك مسئولا إلا في حدود حصته في رأس المال.
- وفي حالة وفاة الشريك تؤول الملكية لورثته.
- كما يجوز أن يتنازل الشريك لزوجته أو أحد أقاربه حتى الدرجة الثالثة أو الوقف.

الشركة المساهمة الخاصة

- تتألف من شخصين أو أكثر ويجوز تسجيل شركة مساهمة خاصة مؤلفة من شخص واحد، أو أن يصبح عدد مساهميها شخصاً واحداً.
- ويوجب القانون عادة أن لا يتعارض اسم الشركة مع غايتها، على أن تتبعه عبارة (شركة مساهمة خاصة محدودة)
- تعتبر الذمة المالية للشركة المساهمة الخاصة مستقلة عن الذمة المالية لكل مساهم فيها، وتكون الشركة وحدها المسؤولة عن الديون والالتزامات المترتبة عليها. ولا يكون المساهم مسؤولاً إلا في حدود مساهمته.
- مدة الشركة غير محدودة ما لم ينص عليها عقد تأسيسها.
- يجوز للشركة أن تصدر أسهم من عدة فئات تختلف فيما بينها من حيث القيمة الاسمية والقوة التصويتية.
- يجوز لمساهمي الشركة المساهمة الخاصة أن يقدموا مقابل أسهمهم في الشركة أصول عينية يتم تقييمها بالنقد مثال حقوق الامتياز والاختراع والمعرفة الفنية والرخص.

• أي من العوامل التالية لا تعتبر من ايجابيات المشروعات الصغيرة :

(a) اكتمال دراسات الجدوى

(b) سهولة التأسيس

(c) وضوح الإجراءات الرسمية

(d) المالك هو متخذ القرار

• من إيجابيات المشروعات الصغيرة :

(a) سهولة التأسيس

(b) وضوح الإجراءات الرسمية

(c) المالك هو متخذ القرار

(d) جميع ما ذكر

• من سلبيات المشاريع الصغيرة

(a) مالِك المشروع يعمل بمفرده

(b) المالك هو صاحب القرار الأول والأخير

(c) صعوبة حصول المالك على تمويل كافي والتزامه الكامل مالياً وقانونياً تجاه الخسائر

(d) عدم تبني أفكار الآخرين

• من سلبيات المشروعات الصغيرة:

(a) مشكلة الحصول على التمويل اللازم لبدء المشروع

(b) صاحب المشروع هو متخذ القرارات في إدارة الشركة وتحديد توجيهاتها

(c) المسؤولية غير المحدودة لبعض الأشكال القانونية تجاه الخسائر والالتزامات المالية

(d) أ + ج

• أي نوع من الشركات التالية يجوز لمساهميها أن يقدموا مقابل اسهمهم في الشركة أصول عينية يتم تقييمها بالنقد :

(a) شركة التضامن

(b) شركة التوصية بالأسهم

(c) شركة المساهمة الخاصة

(d) شركة المحاصة

شركة التوصية بالأسهم

- تتألف شركة التوصية بالأسهم من فئتين من الشركاء هما:

١- الشركاء المتضامنون. ويجب أن لا يقل عددهم اثنين، ويكونون مسؤولين في أموالهم الخاصة عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها.

٢- الشركاء المساهمون. ويجب أن لا يقل عددهم عن ثلاثة، ويسأل كل شريك منهم بمقدار مساهمته عن ديون الشركة والتزاماتها.

- يقسم رأس مال شركة التوصية بالأسهم إلى أسهم متساوية القيمة قابلة للتداول وتختلف قيمة رأس مال باختلاف الدول.

- يتولى إدارة الشركة شريك متضامن أو أكثر.

- تصفى شركة التوصية بالأسهم وتصفى بالطريقة التي يقرها نظام الشركة، ولا فتتطبق عليها الأحكام الخاصة بتصفية الشركة المساهمة الخاصة.

أشكال أخرى من الأشكال القانونية للمشروعات الصغيرة

١- المشروعات المشتركة. شركتين أو أكثر يشتركان في تنفيذ مشروع معين من أجل تحقيق ربح معين.

٢- المشروعات غير الربحية. يتم تأسيسها لخدمة المجتمع ولا تهدف إلى ربح وتعفى من الضريبة مسؤوليتها الشخصية محدودة.

٣- التعاونيات. وهي عبارة عن تجمع لمنتجاتي سلعة أو خدمة معينة، أو تجارة جملة أو تجار تجزئة ويعملون بشكل جماعي لخدمة أنفسهم. والأرباح تصرف على التعاونية لخدمة أعضائها

المحاضرة الخامسة

- تساعد دراسة الجدوى صاحب المشروع الصغير في اتخاذ قرار يتعلق:

(a) بإنشاء المشروع من عدمه

(b) بزيادة المبيعات للمنتج

(c) بزيادة الحصة السوقية للمنتج

(d) بمواجهة المنافسين

- من أهم توصيات دراسة الجدوى :

(a) قبول المشروع

(b) دراسة الجدوى المالية

(c) دراسة الجدوى الإنتاجية

(d) دراسة الجدوى التسويقية

- التوقيت الزمني الصحيح لعمل دراسة جدوى المشروع هو:

(a) قبل أي خطوة من خطوات المشروع

(b) مع أول خطوة من خطوات المشروع

(c) عند حاجة الشركة لإعادة توازنها

(d) مع مرحلة الإنتاج والإطمئنان لنتائج المشروع

- إعداد دراسة الجدوى للمشروع الصغير تهدف إلى وضع صاحب المشروع:

(a) أمام حقائق الإجراءات القانونية

(b) أمام حقائق توضح مدى إمكانية تنفيذ فكرته

(c) أمام حقائق الشروط الواجب عليه الوفاء بها

(d) أمام حقائق توضح مدى جديته في العمل

- الفكره الرئيسيه من وراء اعداد دراسه الجدوى للمشروع الصغير مايلي :

(a) وضع صاحب المشروع امام حقائق توضح مدى امكانيه تنفيذ فكرته

(b) وضع صاحب المشروع امام حقائق الشروط الواجب عليه الوفاء بها

(c) وضع صاحب المشروع امام حقائق الإجراءات القانونية

(d) وضع صاحب المشروع امام حقائق تقيس مدى جديته في العمل

- يجب ان تتم دراسة جدوى المشروع أي خطوة من خطوات البدء فيه

(a) قبل

(b) بعد

(c) مع

(d) بعيداً عن

- دراسة الجدوى تساعد صاحب المشروع الصغير على اتخاذ قرار يجب على ما يلي:

☒ هل توصي دراسة الجدوى بإنشاء المشروع أم لا؟

☒ هل ننفذ الأفكار وما يريده صاحب المشروع أم لا؟

- تسعى دراسة الجدوى للإفصاح عن احتياجات المشروع تجاه الفرص المتاحة لاقتناصها واحتمالات نجاحها في ظل المنافسة المتوقعة، وما هو المردود المتوقع من الاستثمار فيه.

- تعد دراسة الجدوى من العمليات الأساسية والمهمة من أجل ضمان توفير متطلبات النجاح والتقدم في المشروع.

يجب أن تتم دراسة جدوى المشروع قبل أي خطوة من خطوات البدء فيه. حتى تكون انطلاقة المشروع من أرض صلبة.

الفكرة الرئيسية من وراء إعداد دراسة الجدوى للمشروع الصغير هي (وضع صاحب المشروع أمام حقائق توضح مدى إمكانية تنفيذ فكرته، وجعلها حقيقة واقعة) من حيث:

١- التكلفة المحتملة.

٢- المردود المتوقع.

٣- إمكانية بناء مشروع يلقي الترحاب من لدن الأطراف المتعددة.

إذا جاءت نتائج الدراسة موضحة إمكانية التطبيق والتنفيذ فعندها يقرر صاحب المشروع التنفيذ. وإن ثبت عكس ذلك أبتعد عن الفكرة ومن ثم عدم التنفيذ.

• تتضمن دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات الصغيرة

- (a) التكلفة المحتملة
- (b) المردود المتوقع
- (c) الاجابة أ و ب
- (d) ليست مما سبق

• الفكرة الرئيسية م وراء دراسة الجدوى للمشروع الصغير والتي تجعل صاحب هذا المشروع يقرر أما بتنفيذ المشروع أو الصرف النظر عنه هو معرفة

- (a) التكلفة المحتملة
- (b) المردود المتوقع
- (c) التكلفة والمردود
- (d) نسبة الأرباح

• اولى مكونات دراسة الجدوى الاقتصادية:

- (a) الدراسة المبدئية
- (b) دراسة الجدوى
- (c) دراسة الجدوى الاجتماعية
- (d) دراسة الجدوى المالية

مكونات دراسة الجدوى الاقتصادية
 (١) الدراسة المبدئية (٢) دراسة الجدوى التسويقية
 (٣) دراسة الجدوى الفنية (٤) دراسة الجدوى المالية
 (٥) دراسة الجدوى الاقتصادية (٦) دراسة الجدوى الاجتماعية
 (٧) دراسة الجدوى البيئية (٨) تحليل الحساسية للمشروع

• ان عدد مكونات دراسته الجدوى الاقتصادية هو :

- (a) ٩ مكونات
- (b) ٧ مكونات
- (c) ٨ مكونات
- (d) ١٠ مكونات

• الفرق الجوهرى بين دراسته الجدوى الماليه والجدوى الاقتصادية عند عمل دراسته الجدوى :

- (a) التركيز على الأرباح
- (b) النظر في العائد الاقتصادي للمجتمع في دراسته الجدوى الاقتصادية
- (c) النظر في العائد الاقتصادي للمجتمع في دراسته الجدوى الماليه
- (d) التركيز على القوائم الماليه

الدراسة المبدئية.
دراسة ثلاث أمور:

- ☐ المطابقة المبدئية لفكرة المشروع مع اللوائح والقوانين في البلد المزمع إقامة المشروع فيها.
- ☐ المطابقة المبدئية لفكرة المشروع مع العادات والتقاليد وقيم المجتمع.
- ☐ مدى الارتياح والانطباع على ان السير في المشروع سيؤدي إلى نتائج مرضية لصاحب الدراسة.

• أول مكونات دراسة الجدوى الاقتصادية :

- (a) دراسة الجدوى التسويقية
- (b) دراسة الجدوى الفنية
- (c) دراسة الجدوى المالية
- (d) دراسة الجدوى البيئية

• في دراسة الجدوى الاقتصادية يجب :

- (a) البدء بدراسة الجدوى المالية
- (b) البدء بدراسة الجدوى التسويقية
- (c) البدء بالدراسة المبدئية
- (d) ليس من الضروري البدء بالدراسة المبدئية

• في دراسة الجدوى الاقتصادية يجب :

- (a) البدء بالدراسة المبدئية
- (b) البدء بدراسة الجدوى التسويقية ، الفنية ، المالية
- (c) ب + د
- (d) دراسة الجدوى البيئية ، الاجتماعية و الاقتصادية

• من مكونات دراسة الجدوى – الدراسة المبدئية وفيها يتم:

- (a) وضع خطة تسويقية تفصيلية لمنتجات المشروع
- (b) وضع خطة فنية تفصيلية لمنتجات المشروع
- (c) وضع خطة تسويقية وفنية وبشرية تفصيلية لمنتجات المشروع
- (d) وضع تصور مبدئي للمشروع لاتخاذ قرار السير في المشروع من عدمه

• في الدراسة المبدئية للمشروع يتم التوصل :

- (a) قرار يتعلق بالجوانب التسويقية
- (b) قرار يوضح مصادر تمويل المشروع
- (c) قرار مبدئي باستكمال دراسة الجدوى أو التوقف
- (d) قرار يتعلق باختيار الموقع المناسب

• تنفيذ دراسة الجدوى التسويقية في معرفة

- (a) السعر المتوقع للمنتجات والمواصفات المفضلة
- (b) السوق العلمية
- (c) المتطلبات الحكومية
- (d) جميع ما سبق

• تسعير سلع المشروع الصغير تقع ضمن دراسة الجدوى :

- (a) التسويقي
- (b) المالي
- (c) الفني
- (d) المبدئي

• في دراسة الجدوى التسويقية تتم دراسة

- (a) تسويق منتجات المشروع
- (b) عمليات انتاج منتجات المشروع
- (c) صفات الفنية للمشروع
- (d) حساسية المشروع للتغيرات البيئية المحيطة و المحتملة

• تنفيذ دراسة الجدوى التسويقية في:

- (a) اتخاذ قرار استكمال دراسة الجدوى من عدمه
- (b) اتخاذ قرار بالقيام بالدراسة المبدئية
- (c) اتخاذ قرار بإقامة علاقات طيبة مع العملاء
- (d) ليس مما سبق

• تنفيذ دراسة الجدوى التسويقية في:

- (a) التنبؤ بحجم المبيعات
- (b) التنبؤ بالطلب
- (c) وضع تصور لمواصفات المنتج
- (d) التنبؤ بالطلب وحجم المبيعات ووضع تصور لمواصفات المنتج

• الدراسة التي تتبناً بحجم انتاج المشروع وبحجم الطلب والمبيعات وتضع السعر المتوقع لمنتجات المشروع تسمى:

- عند دراسة الطلب على السلعة المراد تسويقها والتنبؤ بالمبيعات فإن ذلك يقع ضمن مهام:
- (a) دراسة الجدوى المالية .
- (b) دراسة الجدوى التسويقية .
- (c) دراسة الجدوى الفنية .
- (d) دراسة الجدوى الاقتصادية .

دراسة الجدوى التسويقية

تتم دراسة تسويق منتجات المشروع من خلال:

- ❖ أولاً: توصيف سوق السلعة
- ❖ ثانياً: دراسة الطلب على السلعة
- ❖ ثالثاً: تسعير السلع
- ❖ رابعاً: التنبؤ بالمبيعات
- ✓ تنفيذ دراسة الجدوى التسويقية في:
- ✓ تحديد حجم إنتاج المشروع بناء على التنبؤ بحجم الطلب والمبيعات لنتائج المشروع
- ✓ السعر المتوقع لمنتجات المشروع.
- ✓ المواصفات المفضلة في السلعة التي سينتجها المشروع.
- ✓ تقرير ما إذا كانت دراسة الجدوى تستكمل أو تتوقف .

- تحديد كميات عوامل الإنتاج المطلوبة في دراسة الجدوى الاقتصادية تقع ضمن:

(a) دراسة الجدوى الفنية

(b) دراسة الجدوى المبدئية

(c) دراسة الجدوى البيئية

(d) دراسة الجدوى التسويقية

- يتم تحديد التخطيط الداخلي للمشروع في:

(a) دراسة الجدوى الاقتصادية

(b) دراسة الجدوى المالية

(c) دراسة الجدوى الفنية

(d) دراسة الجدوى البيئية

- تحديد الفاقد في الإنتاج يقع ضمن بنود دراسة الجدوى

(a) الفنية

(b) التسويقية

(c) المالية

(d) الاقتصادية

- تشمل دراسة الجدوى الفنية للمشروع العنصر التالي:

(a) مصادر التمويل المقترحة

(b) توصيف السوق

(c) تحديد موقع المشروع

(d) المسؤولية الاجتماعية للمشروع

- من عناصر الدراسة الفنية :

(a) التقييم المالي للمشروع

(b) المنافسيت

(c) الترتيب الداخلي للمشروع

(d) حجم الطلب

- أن التكاليف التي تشمل التكاليف قصيرة الأجل يطلق عليها عن دراسة الجدوى المالية:

(a) تكاليف ثابتة

(b) تكاليف جارية

(c) تكاليف تشغيلية

(d) تكاليف استثمارية

- تكاليف التشغيل لدورة واحدة تسمى:

(a) تكاليف ثابتة

(b) تكاليف جارية

(c) تكاليف ثابتة وجارية

(d) ليس مما سبق

- في دراسة الجدوى المالية تسمى التكاليف التي تعنى بمستلزمات التشغيل لدورة واحدة وتكاليف الأجور والمركبات والوقود والطاقة بـ

(a) التكاليف الثابتة

(b) التكاليف الاستثمارية

(c) التكاليف الجارية

(d) التكاليف الكلية

دراسة الجدوى الفنية

وتشمل الدراسة الفنية للمشروع كل أو بعض الأجزاء التالية طبقا للظروف :

- (١) تحديد حجم المشروع
- (٢) تحديد طريقة الإنتاج والوسائل التكنولوجية الملائمة
- (٣) تحديد الآلات والمعدات الفنية
- (٤) التخطيط الداخلي للمشروع**
- (٥) تحديد كميات عوامل الإنتاج المطلوبة**
- (٦) تحديد العمالة المطلوبة وأفراد الإدارة
- (٧) تحديد مسائل النقل
- (٨) تحديد الفاقد في الإنتاج
- (٩) تحديد موقع المشروع**

دراسة الجدوى المالية:

التكاليف في أي مشروع تنقسم إلى:

تكاليف استثمارية :

وهي كافة ما ينفق على المشروع منذ بداية التفكير في عملية الاستثمار حتى دورة التشغيل العادية الأولى. وتمثل هذه التكاليف إنفاق استثماري يستفيد منه المشروع لأكثر من سنة خلال عمر المشروع.

تكاليف جارية :

وتشمل جملة التكاليف قصيرة الأجل، تكاليف مستلزمات التشغيل لدورة واحدة وتكاليف الأجور والمرتبات والوقود والطاقة.

• من مصادر التمويل الاستثماري ما يلي

(a) القروض من البنك ورأس مال المملوك لصاحب المشروع

(b) القروض طويلة الأجل

(c) القروض المالية من الأصدقاء

(d) الاجابة أ و ب

• مصادر تمويل المشروعات الصغيرة :

(a) مدخرات مالك المشروع

(b) الاقتراض

(c) مدخرات مالك المشروع والاقتراض من المؤسسات المالية والبنوك والاشخاص

(d) البنوك التجارية

• من مقاييس الجدوى المالية في دراسة الجدوى المالية

(a) الموازنات التقديرية

(b) معدل العائد الداخلي

(c) صافي القيمة الحالية

(d) الاجابة ب و ج

• تقاس الجدوى المالية من خلال :

(a) النسب التقديرية للموازنات .

(b) الأرباح والخسائر .

(c) التدفقات النقدية .

(d) صافي القيمة الحالية ومعدل العائد الداخلي .

• من مقاييس الجدوى المالية في دراسة الجدوى الاقتصادية :

(a) صافي القيمة الحالية ومعدل العائد الداخلي

(b) الموازنات العامة للمشروع

(c) الموازنات التقديرية

(d) الأرباح والخسائر

• يتم تحديد ربح المشروع في:

(a) دراسة الجدوى الاقتصادية

(b) دراسة الجدوى المالية

(c) دراسة الجدوى الفنية

(d) دراسة الجدوى التسويقية

• تعتبر دراسة الجدوى الاجتماعية:

(a) ركن من دراسة الجدوى الاقتصادية

(b) من الممكن عملها في دراسة الجدوى الاقتصادية

(c) من الممكن تجاهلها في دراسة الجدوى الاقتصادية

(d) تؤخذ في الاعتبار فقط

• ينبغي عمل دراسة الجدوى البيئية في دراسة الجدوى الاقتصادية فبدونها :

(a) سيعاني المشروع في ضبط اجراءاته الداخلية

(b) سيعاني المشروع في الأجل القصير فقط

(c) سيعاني المشروع في تكيفه مع المجتمع الذي يعمل فيه

(d) سيعاني المشروع في نسب الأرباح المختلفة

مصادر التمويل الاستثماري:

يتم تمويل المشروعات من مصادر متعددة تغطي واحدة منها أو أكثر الالتزامات المالية الضرورية لإنشاء المشروع وتشغيل

☐ رأس المال المملوك لصاحب المشروع.

☐ القروض من البنوك أو مؤسسات التمويل المختلفة وقد تكون قروض طويلة الأجل أكثر من خمس سنوات وقروض قصيرة الأجل أقل من سنة.

مقاييس الجدوى المالية منها:

• صافي القيمة الحالية.

• معدل العائد الداخلي.

دراسة الجدوى الاجتماعية

تهتم الجدوى الاجتماعية بعدالة توزيع الدخل بين الفئات المختلفة بالمجتمع. ويمكن حصر الجوانب الاجتماعية التي تهتم بالقائم بدراسة الجدوى لأي مشروع في :

١- أثر المشروع على خلق فرص عمل جديدة وكم فرصة عمل يطلبها المشروع وكم نسبة العمالة العادية فيها.

٢- أثر المشروع على توزيع الدخل في صالح الفئات الاجتماعية محدودة الدخل.

٣- إذا كان منتج هذا المشروع لخدمة فئات اجتماعية منخفضة الدخل

دراسة الجدوى البيئية

- لكل مشروع آثار بيئية موجبة أو سلبية - ولذا فإن تقييم الآثار البيئية للمشروع يساعد في تقديم التوصيات بخطوات منع أو تقليل الأضرار البيئية الناتجة عن أي مشروع وزيادة المنافع البيئية الإيجابية.

- ويتضمن التقييم البيئي تقييم آثار المشروع على الصحة العامة والمحافظة على البيئة ورفاهية السكان في منطقة المشروع.

• أي من التقييمات التالية لا يقع ضمن جدوى التقييم البيئي للمشروع :

- (a) الصحة العامة
- (b) المحافظه على البيئة
- (c) ذوى الدخل المحدود
- (d) رفاهيه السكان

• بدون دراسة الجدوى البيئية في دراسة الجدوى الاقتصادية:

- (a) يتعرض المشروع لمشكلات في نسب الأرباح المحققة
- (b) يتعرض المشروع إلى مشاكل في تكيفه مع المجتمع الذي يعمل فيه
- (c) يتعرض المشروع لمشكلات في ضبط إجراءاته الداخلية
- (d) يتعرض المشروع لمشكلات في الأجل القصير فقط

• أحد المكونات التالية لا يقع ضمن مكونات دراسة الجدوى الاقتصادية:

- (a) دراسة الجدوى الفنية.
- (b) دراسة الجدوى المالية.
- (c) دراسة الجدوى التكنولوجية.
- (d) دراسة الجدوى الاقتصادية.

• تشمل التكاليف جملة التكاليف قصيرة الأجل وتكاليف الأجور والمرتبات والوقود والطاقة :

- (a) الجارية
- (b) الكلية
- (c) المتغيرة
- (d) الثابتة

دراسة الجدوى الاقتصادية.

- يتشابه التقييم الاقتصادي مع التقييم المالي للمشروع في استخدام نفس المقاييس - والفرق الجوهرى هو أن التقييم الاقتصادي للمشروعات يهتم بقياس العائد الاقتصادي للمجتمع حيث أن عناصر التكاليف والعوائد للمشروعات لا تقدر قيمتها على أساس أسعار السوق بل تقدر قيمتها على أساس أسعار الظل التي تعكس القيم الحقيقية الاقتصادية والاجتماعية لهذه التدفقات - وقد تتساوى أسعار الظل مع أسعار السوق في حالات معينة ولكنها تختلف عنها في معظم الحالات.

- ولذا عند إجراء التقييم الاقتصادي للمشروع يتم تعديل الأسعار المالية (أسعار السوق) إلى قيم اقتصادية قبل حساب مقاييس الجدوى الاقتصادية للمشروع

• مقاييس التقييم الاقتصادي تتشابه مع مقاييس التقييم :

- (a) الإداري
- (b) الفني
- (c) المحاسبي
- (d) المالى

المحاضرة السادسة

- تعد الميزانيات النقدية أحد الأدوات التي يستخدمها المدير لتخطيط احتياجاته المالية حيث يتم من خلالها

- (a) تقدير النفقات خلال سنة قادمة لإنتاج المنتج
- (b) معرفة العوائد المتوقعة بعد بيع المنتج
- (c) التنبؤ لحاجة مالك المشروع للتمويل
- (d) جميع ما سبق

تقدير الاحتياجات المالية وأدوات تخطيطها للمشروعات الصغيرة لا تستطيع المشروعات أن تقدر وبدقة احتياجاتها المالية وخاصة في ظل حالة عدم اليقين التي تعيشها المشروعات جميعاً. الميزانيات النقدية أحد الأدوات التي يستخدمها المديرين لتخطيط الاحتياجات المالية وتأمين رأس المال المطلوب، حيث يتم من خلالها:

- ١- تقدير النفقات خلال سنة قادمة لإنتاج المنتج.
- ٢- ومتى سيتم استرداد كلفة الإنتاج والعوائد بعد بيع المنتج.
- ٣- وتساعد مالك المشروع على التنبؤ بحاجته للتمويل في الفترات المختلفة

- الميزانيات النقدية يتم من خلالها
- (a) تقدير النفقات خلال سنة قادمة لإنتاج المنتج
- (b) تحقيق نجاحات سريعة وأرباح طائلة
- (c) التنبؤ بحاجات المشروع التمويلية في فترات مختلفة
- (d) الإجابة أ و ج

- لا تستطيع المشروعات أن تقدر وبدقة احتياجاتها المالية في ظل:

- (a) عدم اليقين
- (b) المخاطر السياسية
- (c) كبر حجم المشروع
- (d) كبر حجم الأسواق

- أحد الأدوات التي يستخدمها المديرين لتخطيط احتياجاتهم المالية وتأمين رأس المال المطلوب ما يلي :

- (a) القروض قصيرة الاجل
- (b) القروض طويلة الاجل
- (c) الميزانيات النقدية
- (d) جميع ما ذكر

مصادر وأشكال تمويل المشروعات الصغيرة

- (١) مدخرات مالك المشروع النقدية.
- (٢) الاقتراض من:
 - البنوك التجارية
 - المؤسسات المالية
 - الأشخاص.

- يتم تمويل المشروعات الصغيرة من خلال
- (a) المدخرات النقدية لمالك المشروع
- (b) القروض البنكية
- (c) الاقتراض من الأشخاص
- (d) جميع ما ذكر

- أحد المصادر التالية لا يدخل ضمن أشكال تمويل المشروعات الصغيرة

- (a) مدخرات مالك المشروع النقدية
- (b) الاقتراض من البنوك
- (c) الاقتراض من الأشخاص
- (d) الكمبيالات

- الاتي يعد من صور تمويل المشاريع الصغيرة عدا:

- (a) التمويل بالتنازل عن جزء من المشروع
- (b) الممولون الرأسماليون
- (c) البنك المركزي
- (d) تمويل بالقروض

- يقترض مالك المشروع الصغير في بداية المشروع ، لذلك ينبغي أن يراعي:

- (a) إمكانية وقدرة المشروع
- (b) رأس المال المتاح للاستثمار
- (c) الحيلة والحذر
- (d) جميع ما سبق

وغالبًا لا يلجأ مالك المشروع الصغير في بدايته على أمواله الشخصية وإنما يلجأ إلى الاقتراض، وعند ذلك يراعى:

- (١) إمكانية وقدرة المشروع (مادية ومعنوية).
- (٢) رأس المال المتاح للاستثمار.
- (٣) الضمانات الإضافية.
- (٤) الظروف البيئية المحيطة.
- (٥) الحيلة والحذر

- في بداية إنشاء المشروع الصغير، غالباً ما يلجأ مالك المشروع إلى :
 - أمواله الشخصية
 - الأصحاب والأصدقاء
 - الاقتراض
 - ليست مما ذكر

- هناك جوانب مهمة يجب أخذها بعين الاعتبار عند اللجوء للاقتراض ومنها
 - رأس المال المتاح للاستثمار
 - المنافسين
 - الترتيب الداخلي للمشروع
 - العاملين

- عندما يعتمد مالك المشروع الصغير في بداياته على الاقتراض فعليه مراعاة :
 - عدم الاقتراض من البنوك التجارية
 - السداد المبكر للقرض
 - رأس المال المتاح وقدرة المشروع المادية والمعنوية والظروف المحيطة
 - عدم استخدام المال المقترض إطلاقاً

- عند إقامة المشروع الصغير فإن مالك قد يطلب منه تقديم خطة عمل لمشروعة إلى جميع الجهات الآتية ماعدا:
 - العاملين عند توظيفهم في المشروع
 - المصارف عند طلب القروض
 - حاضنات الأعمال عند طلب دعمها
 - الجهات الحكومية عند طلب الموافقات

أشكال الديون

□ سندات الدين: تأخذ شكل كمبيالات أو قروض وهذا المصدر شائع في المشروعات الكبيرة عنه في المشروعات الصغيرة (تميز السندات من حيث المدة ، سندات قصيرة الأجل أقل من سنة ، المتوسطة من سنة حتى خمس سنوات ، أكثر من ذلك سندات طويل الأجل)

□ الديون التجارية: وهي تأخذ شراء مخزون أو معدات أو توريد على حساب مفتوح وذلك على شروط متعارف عليها في تجارة الجملة ، والبيع برسم الأمانة حيث يتم تسديد الدفعات عند بيع المنتجات.

□ التأجير التمويلي: أي تأجير المعدات لصاحب المشروع بدلا من القيام بشرائها.

- من أشكال الديون ما يعرف بسندات الدين والتي تأخذ شكل :
 - الأسهم
 - أسهم وسندات
 - الكمبيالات والقروض
 - جميع ما سبق

- أن الديون التي تأخذ شكل الكمبيالات والقروض يطلق عليها:
 - الأسهم
 - الديون التجارية
 - سندات الدين
 - ليست مما ذكر

- سندات الدين تكون شائعة في :
 - المشروعات الكبيرة
 - في الدول النامية
 - الدول المتقدمة
 - المشروعات الصغيرة

- أحد الأشكال التالية لا يقع ضمن أشكال الديون التي تعتمد عليها المشاريع الصغيرة :
 - سندات الدين
 - الديون التجارية
 - التأجير التمويلي
 - الكمبيالات

أشكال الديون هي :

* سندات الدين - * الديون التجارية - * التأجير المالي والكمبيالات هي نوع من أنواع السندات ، لذا لا تدرج تحت أشكال الديون الأساسية

- الديون التجارية أحد أشكال الدين في المشروعات الصغيرة وهو يعني
 - (a) كمبيالات مقبولة الدفع
 - (b) شيكات مقبولة الدفع
 - (c) شراء مخزون أو معدات على حساب مفتوح
 - (d) إصدار سندات ذات قيمة

- شراء مخزون أو معدات أو توريد على حساب مفتوح وفق شروط معينة والتسديد على دفعات عند بيع المنتجات يسمى:
 - (a) التأجير التمويلي
 - (b) الديون التجارية
 - (c) سندات الدين
 - (d) الايجار المنتهي بالتمليك

- شراء مخزون أو معدات أو توريد على حساب مفتوح هو شكل من أشكال :
 - (a) الديون بسندات تجارية
 - (b) الديون التجارية
 - (c) الديون بالتأخير
 - (d) الديون ذات العلاقة الشخصية

- من أهم الكشوفات المالية التي تساعد على بيان مركز المشروع المالي:
 - (a) التدفيق النقدي
 - (b) الميزانية السنوية
 - (c) أ + ب
 - (d) جميع ما ذكر مضافا الية كشف يوضح إيرادات ومصروفات المشروع

- **تعكس الحالة المالية للمشروع في لحظة معينة:**
 - (a) كشف الدخل
 - (b) الموازنة السنوية
 - (c) كشف التدفقات النقدية
 - (d) الربحية

- تعتبر من أهم الكشوفات المالية التي تساعد على بيان المركز المالي للمشروع :
 - الموازنة السنوية
 - حساب الأرباح والخسائر
 - التكاليف الكلية
 - التكاليف الجارية

- ما يوضح فيه إيرادات المشروع ومصروفاته يسمى:
 - (a) كشف الدخل
 - (b) الموازنة السنوية
 - (c) كشف التدفقات النقدية
 - (d) الربحية

- أحد الأدوات التالية لا يقع ضمن أهم الكشوف المالية التي تساعد على بيان المركز المالي للمشروع
 - (a) الموازنة السنوية
 - (b) كشف الدخل
 - (c) حجم القوى العاملة
 - (d) كشف التدفق النقدي

الأدوات المالية

أهم الكشوف المالية التي تساعد على بيان مركز المشروع المالي:

الموازنة السنوية: وهي تعكس الحالة المالية للمشروع (الموجودات والمطلوبات) في تاريخ معين . وهي تقوم على المعادلة التالية:

الموجودات = المطلوبات + رأس المال
 - كشف الدخل ويوضح فيه إيرادات المشروع ومصروفاته.

- كشف التدفق النقدي ويظهر فيه التغيرات والتطورات الحاصلة في رأس المال العامل (الأصول الجارية - الخصوم الجارية) في المشروع الصغير منذ بداية العمل وحتى نهاية المدة المحدد

• كشف الدخل يوضح :

- (a) إيرادات المشروع فقط
- (b) مصروفات المشروع فقط
- (c) نفقات مدير المشروع فقط
- (d) إيرادات المشروع ومصروفاته

• الكشف الذي تظهر فيه الأصول والخصوم الجارية يسمى بكشف :

- (a) الدخل
- (b) الموازنة السنوية
- (c) التدفق النقدي
- (d) الموجودات

نسبة السيولة: وهي تقيس قدرة المشروع على تسديد التزاماته النقدية حال استحقاقها ويعبر عنها:

• تقيس نسبة السيولة قدرة المشروع على :

- (a) تحقيق أرباح
- (b) الوفاء بالتزاماته المالية حال استحقاقها
- (c) تحقيق أكبر مبيعات ممكنة
- (d) إثبات الوجود في السوق

• عندما نقسم مجموع الأصول السريعة التداول على مجموع الخصوم المتداوله فاننا بذلك نقيس نسبة

- (a) السيولة
- (b) النشاط
- (c) التداول
- (d) الأرباح

• تقيس قدرة المشروع على تسديد التزاماته النقدية حال استحقاقها:

- (a) نسب النشاط
- (b) نسب المديونية
- (c) نسب الربحية
- (d) ليس مما سبق (نسبة السيولة)

• تعني قياس قدرة المنظمة على تسديد التزاماتها المالية الجارية تجاه الآخرين :

نسبة التداول: وهي قدرة المشروع على تسديد التزاماته المالية الجارية:

- (a) نسبة المديونية
- (b) نسبة التداول
- (c) نسبة الملائمة المالية
- (d) نسبة الربحية

• يتم احتساب نسبة التداول من خلال قسمة:

- (a) مجموع الأصول الثابتة على الاحتياطات والأرباح المحتجزة
- (b) مجموع الأصول المتداولة على رأس المال
- (c) مجموع الأصول الثابتة على مجموع الخصوم المتداولة
- (d) مجموع الأصول المتداولة على مجموع الخصوم المتداولة

نسبة الربحية: وهي النسبة التي تقيس قدرة المشروع على تحقيق الربحية:

• يمكن احتساب - نسبة الربحية - للمشروع من خلال:

- (a) قسمة إجمالي الربح على إجمالي المبيعات
- (b) قسمة صافي الربح على صافي المبيعات
- (c) قسمة إجمالي الربح على صافي المبيعات
- (d) قسمة صافي الربح على إجمالي المبيعات

• ان نسبة الربحية هي التي تقيس قدرة المشروع على تحقيق الربحية، ويتم احتسابها من خلال:

- (a) قسمة إجمالي الربح على إجمالي المبيعات
- (b) قسمة صافي الربح على إجمالي المبيعات
- (c) قسمة إجمالي الربح على صافي المبيعات
- (d) قسمة صافي الربح على صافي المبيعات

• نسبه الربحيه هي التي تقيس قدره المشروع على تحقيق الربحيه ويمكن حسابها كالتالي

- (a) صافي المبيعات على صافي الأرباح
- (b) صافي الأرباح على صافي المبيعات
- (c) اجمالي المصروفات على اجمالي الإيرادات
- (d) اجمالي الايرادات على اجمالي المصروفات

• الأصول التي يمكن تحويلها بسهولة الى نقد تسمى:

- (a) الاصول ثابتة
- (b) الاصول متداولة
- (c) دورة تشغيلية واحدة
- (d) الوفاء بالالتزامات تجاه الغير في الوقت المناسب

• الأصول المتداولة هي :

- (a) الأصول التي يسهل تحويلها إلى نقدية
- (b) الأصول التي لا يسهل تحويلها إلى نقدية
- (c) أصول طويلة الأجل
- (d) أصول مهمة مثل الأراضي والمصانع

• الاصول المتداولة هي الاصول التي يسهل تحويلها إلى :

- (a) نقدية
- (b) سندات
- (c) اذونات
- (d) شركات اخرى

• الاجور المستحقة هي التزامات قصيرة الاجل وتسمى :

- (a) خصوم متداولة
- (b) اصول متداولة
- (c) خصوم ثابتة
- (d) اصول ثابتة

• معدل دوران المخزون نسبة تشير الى عدد مرات تصريف المخزون ، وكلما زادت النسبة كانت:

- (a) في غير صالح الشركة

(b) في صالح الشركة

- (c) لا تؤثر على الشركة
- (d) غير مهم بالنسبة للشركات

معدل دوران المخزون:

معدل دوران المخزون = تكلفة المبيعات ÷ متوسط المخزون

وتشير هذه النسبة إلى عدد مرات تصريف المخزون لدى الشركة وكلما زادت هذه النسبة كلما كان ذلك في صالح الشركة.

• يعني معدل دوران المخزون هو عدد مرات تصريف المخزون لدى الشركة فكلما معدل هذا الدوران كلما كان في صالح الشركة

- (a) انخفض

(b) زاد

- (c) تساوى

- (d) انكمش

- يحسب معدل دوران المخزون من خلال قسمة:

(a) تكلفة المبيعات على متوسط المخزون

(b) تكلفة المخزون على تكلفة المبيعات

(c) تكلفة المبيعات على رصيد آخر المدة من المنتجات النهائية

(d) تكلفة المبيعات على رصيد أول المدة من المنتجات النهائية

- عندما نقسم صافي المبيعات على رصيد بضاعة آخر المدة فإننا نستطيع أن نحدد نسبة :

(a) المديونية

(b) النشاط

(c) الربحي

(d) التداول

نسبة النشاط: وهي النسبة التي تقيس معدل دوران المخزون السلعي:

- النسبة التي تقيس معدل دوران المخزون السلعي هي نسبة :

(a) السيولة

(b) النشاط

(c) الربحية

(d) المديونية

- عندما يلتزم المشروع الصغير بسداد الدفعات المستحقة عليه والفوائد المترتبة عليها فإن ذلك يسمى:

(a) الدين التجاري

(b) الدين طويل الأجل

(c) التمويل بالدين

(d) سندات الدين

نسبة المديونية: وهي النسبة التي تفحص قدرة موجودات المشروع على الإيفاء بالديون المترتبة عليها:

- يتم احتساب نسبة المديونية من خلال قسمة:

(a) اجمالي الديون على حقوق الملكية والاحتياجات.

(b) اجمال الفروض على مجموع الاحتياطات.

(c) اجمالي حقوق الملكية و الاحتياطات والارباح المحتجزة على اجمالي الديون.

(d) اجمالي القروض والمديونية على مجموع حقوق الملكية و الاحتياطات والارباح المحتجزة

- نسبة يتم احتسابها من خلال قيمة صافي الربح على صافي المبيعات:

(a) التداول

(b) السيولة

(c) الربحية

(d) المبيعات

- أي اشكال التمويل التاليه فيها مخاطره لمالك المشروع الصغير :

(a) التمويل بدون فوائد

(b) التأجير التمويلي

(c) التمويل العيني

(d) التمويل بالدين

- عندما يقوم صاحب المشروع باستئجار معداته بدلا من شرائها

(a) التأجير طويل الأجل

(b) التأجير التجاري

(c) التأجير المنتهي بالتمليك

(d) التأجير التمويلي

التمويل بالدين يعنى للمشروع الصغير (وجوب تسديد دفعات + فوائد) وهذا فيه مخاطرة لمالك المشروع خاصة إذا كانت ثروته الشخصية هي الضمان الذي قدمه وقت الاقتراض وبالرغم من ذلك يتم اللجوء للاقتراض لأسباب عديدة منها:

١- كلفة الفائدة المدفوعة على القرض تكون أقل من كلفة استخدام الثروة الشخصية (ويتم خصم دفعات الفائدة من الضريبة)

٢- القروض تمنح الريادي قدرات مالية كبيرة وربما تكون أكثر بكثير من ثروته الشخصية.

٣- تعتبر دفعات تسديد الدين تكاليف ثابتة وبالتالي أي أرباح تعود على المالك فقط

المحاضرة الحادية

• يعتبر التخطيط الاستراتيجي في المشروعات الصغيرة أمر:

- (a) غير هام
- (b) هام ويمكن عدم الأخذ به
- (c) هام وينبغي الأخذ به
- (d) غير هام وينبغي الحرص عليه

• يساعد التخطيط الاستراتيجي المشاريع الصغيرة على :

- (a) تجنب كافة المخاطر
- (b) الاستفادة القصوى من العاملين
- (c) بلوغ غايتها النهائية
- (d) تحقق الأرباح

• العملية التي تتضمن الكيفية التي من خلالها تتمكن المشروعات من بلوغ غايتها النهائية خلال مدة الخطة تدرج تحت مفهوم :

- (a) التخطيط الشامل
- (b) التنظيم الاستراتيجي
- (c) التخطيط الاستراتيجي
- (d) التخطيط التنفيذي

• يساعد على تطوير وفهم وإدراك حده المخاطرة وعدم التأكد للذات يلزامان صناعه القرار :

- (a) التفكير الاستراتيجي
- (b) التخطيط الاستراتيجي
- (c) فهم المخاطر
- (d) القرار الأمثل

• المدة الزمنية ليكون التخطيط استراتيجي في المشروعات الصغيرة:

- (a) يبدأ من ستة شهور فأكثر
- (b) يبدأ من سنة فأكثر
- (c) يبدأ من سنتين فأكثر
- (d) يبدأ من ثلاث سنوات فأكثر

• تخطيط الاستراتيجي في المشروعات الصغيرة يخطط المشروع فيه

- (a) خمس سنوات وأكثر
- (b) سنة واحدة
- (c) يمكن في ١٠ سنوات وأكثر
- (d) ثلاث سنوات وأكثر

• عند تقييمنا لجوانب القوة والضعف للمشروع فإننا نستخدم...اختبارات اساسيه من بينها معرفه صعوبات ومشاكل المنافسين ..

- (a) اربعة
- (b) خمسة
- (c) ثلاثة
- (d) ستة

• تحليل البيئة والذي يتم ضمن التحليل الاستراتيجي يسعى إلى:

- (a) اكتشاف نقاط القوة والضعف فيه
- (b) اكتشاف قدرات المشروع
- (c) اكتشاف المزايا التنافسية
- (d) اكتشاف الفرص والتهديدات

• من عناصر الادارة الاستراتيجية -التحليل الاستراتيجي -فهو يقوم على تحليل المنظمة لاكتشاف

عناصر الإدارة الاستراتيجية بشكل عام (التحليل-الاختيار-التنفيذ-الرقابة)

❖ التحليل الاستراتيجي:

تحليل البيئة للمنظمة لمعرفة الفرص والتهديدات، وتحليل المنشأة لمعرفة قدرات وإمكانات المنظمة وتحليل أصحاب المصلحة من المشروع الصغير.

❖ الاختيار الاستراتيجي:

يقوم على تحديد البدائل، ثم تقييمها، ثم اختيار البديل الأنسب من بينها.

❖ التنفيذ الاستراتيجي:

ويقوم على أخذ البديل المناسب للنظر في إعادة هيكلة المشروع الصغير إعادة توزيع موارد إدارة التغيير حسب المستجدات الجديدة.

❖ الرقابة الاستراتيجية:

وهي تتم من خلال تحديد نظم الرقابة نظم الحوافز في المنشأة لضبط الأداء فيها

- (a) تحديد أفضل البدائل ثم تقييمها
- (b) الفرص والتهديدات التي تواجه المنظمة
- (c) المزايا التنافسية التي يتمتع بها المشروع الصغير
- (d) إمكانات المنظمة ومن ثم تحليل أصحاب المصلحة من المشروع الصغير

عند تحليلنا لبيئة المنظمة لمعرفة الفرص والتهديدات ، وتحليل المنشأة لمعرفة قدرات وإمكانات المنظمة ومن ثم تحليل أصحاب المصلحة من المشروع الصغير فإن ذلك يسمى بـ :

- تحليل بيئة المنظمة لمعرفة الفرص والتهديدات تكون ضمن مسؤوليات

- (a) الرقابة الاستراتيجية
- (b) التخطيط الاستراتيجي
- (c) الاختيار الاستراتيجي
- (d) التحليل الاستراتيجي

• عندما نقوم بعملية التحليل الاستراتيجي للمنظمة فإننا سنتعرف على :

- (a) المزايا التنافسية
- (b) قدرات وإمكانات المنظمة
- (c) الفرص والتهديدات
- (d) الإجابة ب و ج



تم تصحيح السؤال بناء على إجابة الدكتور ، وهذا توضيحه :

* لما يقول (بيئة المنظمة) فهي فرص وتهديدات ، لأن البيئة تعني خطر خارجي للمنظمة

* لما يقول (تحليل المنظمة) او المنشأة .. فهي قدرات وإمكانات فقط

* إذا كان السؤال عن التحليل الاستراتيجي بدون تحديد .. فالإجابة تكون الكل : فرص وتهديدات + قدرات وإمكانات

• من عناصر الادارة الاستراتيجية - التحليل وفيه

- (a) يقوم على تحليل البيئة الداخلية فقط
- (b) يقوم على تحليل البيئة الخارجية فقط
- (c) يقوم على تحليل البيئة الداخلية والخارجية
- (d) يقوم على تحديد البدائل

• تتمثل عناصر الإدارة الاستراتيجية في :

- (a) التحليل ، الاختيار ، التنفيذ ، والرقابة
- (b) التخطيط ، التنظيم ، التوجيه والرقابة.
- (c) التخطيط والتحليل.
- (d) التنفيذ والرقابة

• من خلال تحليل البيئة الخارجية يتم :

- (a) تحديد الفرص والتهديدات
- (b) تحديد نقاط القوة والضعف
- (c) تحديد الفرص ونقاط القوة
- (d) تحديد الفرص ونقاط الضعف

• تشخيص التهديدات و الفرص تتم من خلال :

- (a) تحليل البيئة الخارجية
- (b) تحليل البيئة الداخلية
- (c) اختيار البديل
- (d) تقييم البدائل

• في الاختيار الاستراتيجي يتم :

(a) تحليل بيئة المنظمة

(b) تحديد البدائل

(c) تحديد نظم الحوافز

(d) تحديد نظم الرقابة

• نستطيع ضبط أداء المنشأة عند تطبيق ما يعرف بالرقابة الاستراتيجية التي نحدد من خلالها

(a) نظام الرقابة والحوافز

(b) نظم المعلومات

(c) الاجابة أ و ب

(d) ليست مما ذكر

• نستطيع ضبط أداة المنشأة من خلال تحديد نظم الرقابة ونظم الحوافز فيها وهذا يطلق عليه بـ:

(a) الرقابة الاستراتيجية

(b) التحليل الاستراتيجي

(c) أ + ب

(d) التنفيذ الاستراتيجي

• ضبط أداء للمنشاه يأتي ضمن عناصر الاداره الاستراتيجيه ويسمى بـ :

(a) الاختيار الاستراتيجي

(b) الرقابه الاستراتيجيه

(c) التنفيذ الاستراتيجي

(d) تحليل الاستراتيجيه

• إن إقرار رسالة المنظمة ووضع أهداف تكون من مسؤولية :

(a) التخطيط الاستراتيجي

(b) التخطيط التكتيكي

(c) التخطيط التشغيلي

(d) ليست مما ذكر

• يتم اقرار رسالة المنظمة وأهدافها العامة في :

(a) التخطيط الاستراتيجي

(b) التخطيط التكتيكي

(c) التخطيط التشغيلي

(d) التخطيط التنفيذي

• التخطيط التشغيلي هو :

(a) إقرار رسالة المنظمة

(b) جدول البرامج التشغيلية

(c) إقرار رؤية المنظمة

(d) توزيع موارد المنظمة

• يساعد التخطيط التكتيكي على :

(a) عملية صناعة القرارات التفصيلية طويلة الأجل

(b) البرامج التشغيلية

(c) عملية صناعة القرارات التفصيلية قصيرة الأجل

(d) جميع ما ذكر

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

- يتم صنع قرارات تتعلق بنوع العمل والشخص المنفذ وكيفية التنفيذ في :

- التخطيط الاستراتيجي
- التخطيط التكتيكي
- التخطيط التشغيلي
- التخطيط طويل الأجل

- تصميم البرامج التشغيلية يقع ضمن عمليات التخطيط:

- التشغيلي

- الاستراتيجي
- التكتيكي
- التنفيذي

مزايا التخطيط

- يساعد التخطيط على الكشف عن الفرص المستقبلية.
- يمكن التخطيط من اتخاذ الحيطة والحذر والابتعاد عن العقبات المستقبلية.
- يوفر التخطيط الخطط اللازمة لمواجهة المتغيرات الجارية في البيئة.

- يمكن من اتخاذ الحيطة والحذر والابتعاد عن العقبات المستقبلية

- التوجيه
- التنظيم
- التنسيق
- التخطيط

- للتخطيط الاستراتيجي مزايا عديدة منها:

- التوصل إلى نقاط القوة والضعف بالمنظمة
- يتيح للشركة اقتناص الفرص وتجنب التهديدات
- يتيح للشركة مواجهة المتغيرات الجارية في البيئة
- كل ما سبق

- من مزايا التخطيط ما يلي:

- أخذ الحيطة والحذر والكشف عن الفرص المستقبلية ووضع الخطط اللازمة لمواجهة المتغيرات
- يساعد على القضاء على جميع المشاكل
- يخفض حدة المخاطرة وعدم التأكد (دي خاصة مميزة للتخطيط الفعال)
- جميع ما ذكر

الخصائص المميزة للتخطيط الاستراتيجي الفعال

- ◆ الدفع نحو التفكير الريادي. التخطيط الاستراتيجي الفعال يحث نحو الإبداع وضح الأفكار الرائدة.
- ◆ إدارة المخاطر وعدم التأكد. يساعد التخطيط الاستراتيجي على تخفيض حدة المخاطرة وعدم التأكد، ويساعد كذلك على تطوير فهم وإدراك حدة المخاطرة وعدم التأكد للذين يلزمهم صناعة القرار.
- ◆ تحديد الافتراضات. عندما تفترض شيئاً ما فإنك ستقبل بالافتراض أو ستقبل بشيء آخر كحقيقة واقعة.

- من مميزات التخطيط الاستراتيجي الفعال أنه

- يدفع نحو التفكير الريادي
- يساعد على القضاء على جميع المشاكل
- يخفض حدة المخاطرة وعدم التأكد
- الاجابة أ و ج

- يساعد التخطيط الاستراتيجي على :

- إدارة المنظمة بشكل إبداعي
- تخفيض العبء المالي من على كاهل المنظمة
- تقريب وجهات نظر الموردين
- إدارة المخاطر وعدم التأكد

• أحد الخصائص التالية ليس له علاقة بخصائص التخطيط الاستراتيجي الفعال:

- (a) الدفع نحو التفكير الريادي
(b) مواجهة المنافسين
(c) تحديد الافتراضات
(d) إدارة المخاطر وعدم التأكد

الخصائص المميزة للتخطيط الاستراتيجي الفعال :

- الدفع نحو التفكير الريادي. التخطيط الاستراتيجي الفعال يحث نحو الإبداع وضخ الأفكار الرائدة.
- إدارة المخاطر وعدم التأكد. يساعد التخطيط الاستراتيجي على تخفيض حدة المخاطرة وعدم التأكد، ويساعد كذلك على تطوير فهم وإدراك حدة المخاطرة وعدم التأكد اللذين يلزمان صناعة القرار.
- تحديد الافتراضات. عندما تفترض شيئاً ما فإنك ستقبل بالافتراض أو ستقبل بشيء آخر كحقيقة واقعة.

• عندما نتحدث عن التخطيط الاستراتيجي فإن استراتيجية تطوير السوق تقع ضمن :

- (a) بناء الخطة الاستراتيجية
(b) توليد استراتيجيات بديلة
(c) بناء الخطة التكتيكية
(d) تنفيذ الخطة الاستراتيجية

المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي

- المهمة الأولى: صياغة الرسالة والرؤية في ضوء السؤالين الآتيين:
 - ماذا تريد أن تكون عليه المنظمة مستقبلاً.
 - ما هي الأهداف الموصلة للمكانة المرجوة.
- المهمة الثانية: تشخيص التهديدات والفرص من خلال تحليل البيئة الاقتصادية والاجتماعية والقانونية والتقنية والحكومية.
- المهمة الثالثة: تقييم جوانب القوة والضعف. من خلال ثلاث اختبارات:
 - ☒ اختبار سبل وإمكانات بلوغ أسواق جديدة،
 - ☒ اختبار الكفاءة في مدى استفادة الزبائن من منتجات المنظمة،
 - ☒ اختبار توفير معلومات عن الصعوبات والمشاكل التي قد يواجهها المنافسون للمنظمة المعنية
- المهمة الرابعة: توليد استراتيجيات بديلة. ومنها (استراتيجية تطوير السوق، استراتيجية تطوير المنتج)
- المهمة الخامسة: بناء خطة استراتيجية. ويجب ان تعكس هذه الخطة الأنشطة والفعاليات الواجب اعتمادها ليسهل بلوغ الهدف المنظمي المنشود.
- المهمة السادسة: بناء الخطط التكتيكية. وهدفها هو تسهيل تنفيذ الخطط الاستراتيجية.
- المهمة السابعة: مراقبة وتقييم النتائج.
- المهمة الثامنة: تكرار عملية التخطيط.

• تشخيص التهديدات والفرص في البيئة التي يعمل فيها المشروع الصغير تعتبر المهمة

- (a) الأولى من المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي
(b) الثانية من المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي
(c) الثالثة من المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي
(d) السابعة من المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي

• عند بناء الخطة الاستراتيجية ينبغي أن تفقدنا إلى

- (a) بناء هيكل تنظيمي مرن
(b) الهدف المنشود للمنظمة
(c) نظام يحترمه الجميع
(d) توجيه الموارد وتدفيق أعمال المشروع الصغير

- من المهام الاستراتيجية للتخطيط الاستراتيجي ما يلي:
- (a) تشخيص التهديدات والفرص وجوانب القوة والضعف
- (b) صياغة رسالة المنظمة ورؤيتها
- (c) أ + ب
- (d) ليست مما ذكر

- أي من الخطط التالية يسهل تنفيذ الخطط الاستراتيجية
- (a) الخطط التنفيذية
- (b) الخطط التكتيكية
- (c) الخطط التشغيلية
- (d) الخطط المالية

- عند بناء الخطة التكتيكية ينبغي أن تقودنا إلى:
- (a) تسهيل مهمة تنفيذ الخطة الاستراتيجية
- (b) الهدف المنشود للمنظمة .
- (c) توزيع الأعمال .
- (d) بناء هيكل تنظيمي مرن .

- صياغة الرسالة و الرؤية تأتي في المرتبة ضمن المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي :
- (a) الثانية
- (b) الثالثة
- (c) الأولى
- (d) الأخيرة

- هناك ٨ مهام جوهرية يستند عليها التخطيط الاستراتيجي والتي من ضمنها بناء الخطه التكتيكية وتعتبر المهمة رقم :
- (a) ٨
- (b) ٣
- (c) ٦
- (d) ٧

- أولى المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي:
- (a) صياغة الرسالة والرؤية
- (b) بناء الخطط التكتيكية
- (c) توليد استراتيجيات بديلة
- (d) بناء خطة استراتيجية

- من المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي
- (a) دراسة الجدوى
- (b) التحليل المالي
- (c) صياغة الرسالة والرؤية
- (d) حل المشاكل

- احد العوامل التالية لايقع ضمن خطوات بناء خطه المشروع الصغير :
- (a) لتسجيل العلامه التجاريه
- (b) تحديد مستوى الأرباح المرغوبه
- (c) اعداد ميزانيه اوليه تقديرية
- (d) تحديد نقطه التعامل للمشروع

المحاضرة الثامنة

- تصنف المخاطر في المشروعات الصغيرة بأنه:

- يمكن التنبؤ بها
- لا يمكن التنبؤ بها
- بعضها يمكن التنبؤ به والبعض الآخر لا يمكن التنبؤ به
- من المحتمل أن تسبب مشكلات للشركة

- هناك نوعين من المخاطر في المشروعات الصغيرة :

- مخاطر يمكن توقعها وأخرى يصعب توقعها
- مخاطر مالية وأخرى فنية
- مخاطر تقنية وأخرى محاسبية
- ليست مما ذكر

- من ضمن مخاطر المشروعات الصغيرة والتي يمكن توقعها ما يلي:

- مخاطر تكلفة الأجهزة والمعدات والأثاث الخاصة بالمشروع
- مخاطر التطورات التكنولوجية
- مخاطر سياسية وأخرى قانونية
- جميع ما ذكر

- واحد من المخاطر التالية يمكن توقعه في المشروعات الصغيرة:

- مخاطر التطورات التكنولوجية
- مخاطر التطور في احتياجات الأفراد
- المخاطر المالية
- مخاطر الرسوم والضرائب

- احد المخاطر التالية في المشروعات الصغيره يمكن توقعه

- مخاطر التطورات التكنولوجية
- مخاطر الرسوم والضرائب
- المخاطر الماليه
- المخاطر السياسي والقانونية

- المخاطر السياسية والقانونية تعتبر من المخاطر التي :

- يمكن توقعها .
- يمن السيطرة عليها .
- لا يمكن السيطرة عليها .
- يصعب توقعها .

- المخاطر السياسيه :

- يصعب توقعها
- يمكن تجنبها
- يمكن توقعها
- لا يمكن تجنبها

- مخاطر أجور ورواتب موظف المشروع هي مخاطر

- لا يمكن توقعها
- يمكن توقعها
- غير مهمة
- لا يمكن توقعها أو غير مهمة

المخاطر في المشروعات الصغيرة

هناك نوعين أساسيين للمخاطر في المشروعات الصغيرة:

مخاطر يمكن توقعها. وهي المخاطر التي يمكن التخطيط لها والتنبؤ بها مسبقاً مثل:

- 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.

مخاطر يصعب التوقع بها:

- ١- مخاطر المنافسة وما ينجم عنها.
- ٢- مخاطر التطورات التكنولوجية
- ٣- مخاطر التطور في احتياجات الأفراد.
- ٤- المخاطر السياسية والقانونية المفاجئة.
- ٥- المخاطر المالية والنقدية عموماً

التخطيط لإدارة المخاطر

عندما نتحدث عن المخاطر فإننا نتحدث عن الخسارة المتوقعة بأشكالها المختلفة (النقدية، المالية، المادية، الاعتبارية).

إن التخطيط للمخاطر المتوقعة على المشروع موضوعاً حرجاً ومن الصعوبة التنبؤ بها أو استقرارها بالشكل الصحيح.

ولا بد من مراعاة العديد من القضايا لإدارة المخاطر في المشروعات وهي

- ١) كتابة خطة المشروع، دراسة كل أمر يمكن أن يشكل مخاطر.
- ٢) أخذ الوقت الكافي للنقاش مع من لديهم خبرة.
- ٣) تحديد المخاطر التي يمكن التأمين عليها، وتلك التي لا يمكن التأمين عليها
- ٤) الاتصال بشركات التأمين للتفاهم والقيام بالترتيبات اللازمة للتأمين المطلوب قبل بدء المشروع.
- ٥) وضع خطة للطوارئ لكل المخاطر غير المغطاة بالتأمين وتدريب العاملين عليها.
- ٦) مراجعة الخطة سنوياً متضمنة التغذية الراجعة من العاملين.

• مخاطر التطورات التكنولوجية هي :

- (a) مخاطر يمكن التنبؤ بها
- (b) مخاطر لا يمكن التنبؤ بها
- (c) مخاطر غير مهمة
- (d) مخاطر غير مؤثرة على المشروع

• مخاطر التطورات التكنولوجية في الغالب هي مخاطر :

- (a) يمكن توقعها بسهولة
- (b) يصعب توقعها
- (c) يمكن التخطيط لها أو التنبؤ بها مستقبلا
- (d) لسنا في حاجة إلى التنبؤ بها

• ان التخطيط للمخاطر المتوقعة على المشروع يعتبر من الموضوعات التي

- (a) يمكن التعامل معها
- (b) يمكن تجاهلها
- (c) يمكن قراءتها
- (d) يصعب التنبؤ بها

• تعتبر المخاطر المالية والنقدية ضمن المخاطر التي

- (a) يمكن توقعها
- (b) يمكن التخطيط لها
- (c) يصعب التوقع بها
- (d) يمكن تداركها

• تعاني المشروعات الصغيرة من المخاطر والتي تعكس في شكل:

- (a) خسائر المادية
- (b) خسائر المعنوية
- (c) خسائر النقدية
- (d) كل ما سبق

• أي العبارات التالية لا يساهم في إدارة المخاطر في المشروعات الصغيرة

- (a) كتابة خطة المشروع
- (b) وضع خطة للطوارئ
- (c) الاتصال بشركات التأمين
- (d) مخاطبة البنوك لحل الازمة

• لابد من مراعاة التالي في إدارة المخاطر في المشروعات الصغيرة:

- (a) كتابة خطة المشروع
- (b) التنبؤ بالمستقبل
- (c) الاتصال بشركات التأمين
- (d) أ + ج

• لا يدخل ضمن خسائر ملكية المشروع

- (a) خسائر توقف العمل
- (b) خسائر حق الملكية
- (c) خسائر أعمال السرقة والتخريب
- (d) الضرر المادي بالملكية

• الإصابات والخسائر التي يتعرض لها عامة الناس ممن هم خارج المشروع تقع ضمن نطاق

(a) خسائر المسؤولية العامة

(b) خسائر تجاه المستخدمين

(c) خسائر الملكية العامة

(d) خسائر الأشخاص المهمين

• أحد الخسائر التالية لا يدخل ضمن خسائر الملكية :

(a) توقف العمل

(b) الضرر المادي للملكية

(c) الاستخدام غير المشروع

(d) خسارة حق الملكية

• أي من الخسائر التالية لا يغطيها التأمين :

(a) الدخل الذي يفقد نتيجة توقف العمل

(b) الحريق المفاجئ

(c) السرقات الليلية

(d) جميع ما ذكر

• هناك عدد من الخسائر التي لا ينظرها التأمين وهي خسائر:

(a) الملكية

(b) توقف العمل

(c) المسؤولية

(d) جميع ما ذكر

• خسائر أعمال السرقة والتخريب تدخل ضمن خسائر:

(a) الملكية

(b) توقف العمل

(c) المسؤولية

(d) شخص مهم وأساسي

• عندما يفقد المشروع احد افراده الذين لهم وجود فاعل ومؤثر في العمل فإن ذلك يصنف ضمن خسائر :

(a) المسؤولية

(b) توقف العمل

(c) شخص مهم وأساسي

(d) الملكية

• عندما يفقد المشروع احد افراده المهمين فإن هذه تندرج ضمن خسائر

(a) المسؤولية الشخصية

(b) توقف العمل

(c) شخص مهم وأساسي

(d) الفردي

• تشمل خسائر المسؤولية ما يلي :

• خسائر المسؤولية تكون مسؤولياتها تجاه :

(a) المستخدمين فقط

(b) العامة والمستخدمين

(c) إدارة الشركة

(d) العامة فقط

الكشف عن الخسائر

١- أولاً: خسائر الملكية

ويندرج تحت هذا النوع اضرار ثلاثة هي:

- **الضرر المادي بالملكية** الذي ينجم عن الحريق والأعاصير والبراكين والزلازل والفيضانات.
- **خسارة حق الملكية**، فعندما يتعرض المشروع الصغير إلى مخاطر معينة، فإن ذلك قد ينتقل إلى كل ما يملكه صاحب المشروع.
- **خسائر تترتب على أعمال السرقة والتخريب**، فالمشروعات الصغيرة، كغيرها من المشروعات، تتعرض لأعمال السرقة والاختلاس والاستخدام الغير مشروع.

٢- ثانياً: خسائر توقف العمل:

رغم ان التأمين يغطي الجوانب المتضررة مباشرة من الحريق ، إلا أن هناك خسائر غير منظورة يسببها الحريق ولا يغطيها التأمين مثل:

- **الدخل الذي يفقد نتيجة توقف العمل.**
- وهناك نوع خاص من التأمين يغطي الضرر أو الخسارة الناتجة عن توقف العمل
- وهناك نوع خاص من التأمين يغطي الضرر أو الخسارة الناتجة عن توقف العمل بل يشمل ايضاً دفع الضرائب، ودفعات القرض المستحق إن وجد، ورواتب الموظفين

٣- ثالثاً: خسائر المسؤولية:

يمكن ان تتعرض المشروعات الصغيرة الى خسائر المسؤولية إذ قد يصبح العمل مسؤولاً قانونياً عن دفع التعويض المالي فيما إذا تعرض أحد العاملين، أو اشخاص آخرين نتيجة العمل لأي إصابة، أو إذا لحق الضرر بملكية الآخرين.

وهناك مسؤولية اتجاه المستخدمين، وهناك مسؤولية عامة:

ففيما يتعلق بالمسؤولية اتجاه المستخدمين، نرى أن قوانين العمل تطالب ارباب 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.

٤- رابعاً: خسائر شخص مهم وأساسي:

وتعني هذه الخسائر أن يفقد المشروع أحد افراده المهمين ممن له وجوده الفاعل والهام والمؤثر في العمل مثل : صاحب المشروع، أو الشريك، أو أحد العاملين المهمين.

• تكون الشركة قد حولت الخطر إذا:

(a) تم شراء التأمين

(b) تم تفادي ممارسة الأنشطة الخطرة

(c) تم امتصاص الخطر

(d) تم ابتكار سياسات إبداعية

• تدار المخاطر التي تتعرض لها المشاريع الصغيرة من خلال :

(a) تحويلها إلى استراتيجيات إبداعية

(b) تجنبها واحتوائها لامتصاص الخسائر

(c) **الإجابة أ و ب**

(d) التكيف معها وبناء الخطط حسب ظروف المخاطر

• تحويل الخطر - وهو يتم فعله من تحويل الخطر من خلال:

(a) **التأمين**

(b) تقبل الخسائر

(c) تجنبه

(d) منع الأنشطة المختلفة

• في ادارته المخاطر عندما تتحول الخسائر كلها او جزء منها الى شركات التأمين فان ذلك يسمى ...

(a) مواجهه الخطر

(b) تجنب الخطر

(c) احتواء الخطر

(d) **تحويل الخطر**

إدارة المخاطر

أولاً: تجنب الخطر. أي تفادي ممارسة الأنشطة الخطرة

للحيلولة دون وقوع الخسارة والسيطرة عليها

ثانياً: احتواء الخطر. أي يتم ممارسة الأنشطة المختلفة

متوقعين خسائر مع التخطيط لوضع آليات لامتصاص

الخسائر، مع التأكيد على أن يكون هناك القدرة الكافية

على تحقيق هذا الامتصاص.

ثالثاً: تحويل الخطر. وهو ما يتم فعله من خلال تحويل

الخطر **بشراء التأمين** فتحول الخسارة كلها أو جزء منها

إلى شركات التأمين وفي السياسة إلى الجهات الضامنة

لأي إجراء سياسي

رابعاً: استراتيجيات الخطر الإبداعية. وهي ما يتفرد به

الرياديين والمديرين والعابرة في التعامل مع الخسائر

أي كان نوعه

• **تحويل الخطر... هو ما يتم فعله من خلال تحويل الخطر :**

- (a) بتقبل الخسائر
- (b) بشراء التأمين
- (c) بتجنب ذلك الخطر
- (d) بمنع الأنشطة المختلفة

• **في إدارة المخاطر يقوم بعض الريادين والمديرين والعباقرة في التعامل مع الخسائر أي كان نوعها وهذا النوع من المخاطر يطلق عليه**

- (a) تجنب الخطر
- (b) استراتيجية الخطر الإبداعية
- (c) احتواء الخطر
- (d) تحويل الخطر

• **التأمين على المصنع ووفق إدارة المخاطر فانه يعني استخدام استراتيجية:**

- (a) تجنب الخطر
- (b) احتواء الخطر
- (c) تحويل الخطر
- (d) استراتيجيات الخطر الإبداعية

• **يسمى الشخص الذي يمتلك خبره واسعة في مجال تغطية التأمين والاستراتيجيات المالية المتاحة مع التعليمات التي تحكم كل حاله بـ:**

- (a) محترف التأمين
- (b) مستشار التأمين
- (c) وكيل التأمين
- (d) ليست مما ذكر

محترف التأمين

محترف التأمين: هو شخص محترف مدرب على تحليل المخاطر، ويمتلك خبرة واسعة في مجال تغطية التأمين، والاستراتيجيات المالية المتاحة مع التعليمات التي تحكم كل حالة. وكيل التأمين هو مالك لمشروع صغير ويتقاضى نسبة على بيع خدمة التأمين ومن المحتمل أن يكون وكيل لأكثر من شركة. المعلومات المطلوبة لوكيل التأمين من الشركات لبدء عمله:

- ١- ماهي المخاطر؟
- ٢- ما هي القيمة المالية للمخاطر؟
- ٣- كم قيمة الحماية المطلوبة؟

• **اهم المعلومات المطلوبة لوكيل التأمين تكمن في :**

- (a) معرفة نوعية المخاطر وقيمتها المالية
- (b) ماهية المخاطر المحتملة
- (c) الظروف المحيطة بالمشروع
- (d) حجم المخاطر المحتملة

• **يحتاج وكيل التأمين إلى معرفة ما يلي :**

- (a) نشاط الشركة
- (b) المخاطر وقيمتها المالية وحجم الحماية
- (c) نوعية المخاطر
- (d) قيمة الحماية المطلوبة

• **أي من المعلومات التالية ضروري بأن تقدمه الشركات لوكيل التأمين :**

- (a) نوعية المخاطر ؟
- (b) القيمة المالية للمخاطر
- (c) قيمة الحماية المطلوبة
- (d) جميع ما ذكر

• **أي من المعلومات التالية ضروري بأن تقدمه الشركات لوكيل التأمين:**

- (a) القيمة المالية للمخاطر ونوعيتها وقيمة الحماية
- (b) حجم الضرر المتوقع
- (c) أ + ب
- (d) ليست مما ذكر

تنظيم برنامج التأمين لإدارة المخاطر

حتى تكون إدارة برنامج التأمين ناجحة نتبع الخطوات التالية:

- أولاً: حدد المخاطر. وما هي تحدياتها.
- ثانياً: أدرس تكاليف التأمين. وهنا ينبغي معرفة:
 - ❖ المخاطر التي تؤمن ضدها، وما هي الخسارة التي تنجم عن كل منها.
 - ❖ تغطية التعرض للخسارة الأكبر أولاً.
 - ❖ استخدام مستوى عالي من الاستنتاجات.
 - ❖ تجنب تكرار أو مضاعفة التأمين.
 - ❖ شراء حزمة تأمين واحدة كبيرة قدر المستطاع.
 - ❖ مراجعة برنامج التأمين بشكل دوري.
- ثالثاً: ضع خطة لإدارة المخاطر.
- رابعاً: أحصل على النصيحة من وكيل تأمين محترف.

تغطية التأمين

هناك ثلاث أنواع رئيسية لتغطية التأمين:

التغطية الأساسية. وتشمل:

- ١- التأمين ضد الحريق.
- ٢- تأمين المسؤولية وتشمل تأمين المسؤولية القانونية وما ينتج عنها من تبعات وأضرار مترتبة عليها.
- ٣- تأمين المركبات.
- ٤- تعويض العمال.
- التغطية المرغوبة. وهو تغطية ما ترغب المنشأة تأمينه ولكنه تأمين غير ضروري مثل:
 - ١- تأمين توقف العمل نتيجة لضرر حصل للعمل.
 - ٢- تأمين ضد الجريمة.
 - ٣- التأمين ضد الزجاجة.
- تغطية منافع المستخدم ويشمل ما يقدم من منافع للعامل أو الموظف ويتضمن:
 - ١- تأمين على المنافع التي يحصل عليها العامل أو الموظف نتيجة لضرر يحدث خلال العمل.
 - ٢- تأمين العجز الذي يحدث للعامل أثناء الوظيفة.
 - ٣- دخل التقاعد. أي التأمين على الرواتب التقاعدية للموظف.
 - ٤- التأمين على الموظفين الرئيسيين. في حالة تعرضهم للخطر.

الخطوة الأخيرة من إدارة برنامج التأمين:

- (a) تحديد المخاطر
- (b) دراسة تكاليف التأمين
- (c) وضع خطة لإدارة المخاطر
- (d) الحصول على النصيحة من وكيل تأمين محترف

دراسة تكاليف التأمين لإدارة المخاطر تأتي ضمن خطوات

- (a) تنظيم برنامج التأمين
 - (b) تغطية التأمين
 - (c) تخطيط التأمين
 - (d) إدارة التأمين
- لا يتم حسابه ضمن تغطية التأمين الأساسية نوع واحد من الآتي:

- (a) التأمين ضد الزجاجة
- (b) التأمين ضد الحريق
- (c) تأمين المركبات
- (d) تعويض العمال

يعد من التأمين ضد الجريمة خيار واحد من الآتي:

- (a) التغطية الأساسية للتأمين
- (b) التغطية المرغوبة للتأمين
- (c) تغطية منافع الاستخدام
- (d) لا شيء مما سبق

تعويض العمال هو تأمين:

- (a) التغطية الأساسية
- (b) التغطية المرغوبة
- (c) تغطية منافع الاستخدام
- (d) ليس مما سبق

التأمين ضد الجريمة هو تأمين ضمن:

- (a) التغطية الأساسية
- (b) التغطية المرغوبة
- (c) التغطية الضرورية
- (d) تغطية منافع الاستخدام

أحد العوامل التالية يقع ضمن تغطية التأمين المرغوبة:

- (a) تأمين ضد الجريمة
- (b) تأمين ضد الحريق
- (c) تأمين المركبات
- (d) تعويض العمال

من ضمن التغطية المرغوبة في التأمين مايلي :

- (a) تأمين ضد الحريق
- (b) تأمين ضد الجريمة
- (c) تأمين العجز
- (d) تأمين المركبات

- التأمين على الرواتب التقاعد للموظف ضمن

(a) تغطية منافع المستخدم

(b) التغطية الأساسية

(c) التغطية المرغوبة

(d) التغطية الفاعلة

- من الأنواع التالية لا يدخل ضمن أنواع تغطية التأمين:

(a) التغطية المرغوبة

(b) التغطية الأساسية

(c) التغطية القانونية

(d) تغطية منافع المستخدم

- هناك رياديين لديهم قدرات خارقة وعبقريه فذه في التعامل مع الخسائر أي كان نوعها والتي تعرف عند ادارتنا للمخاطر ب :

(a) احتواء الخطر

(b) تحويل الخطر

(c) استراتيجيات الخطر الابداعيه

(d) تجنب الخطر

المحاضرة التاسعة

• تصنف وظيفة الشراء على أنها وظيفة فنية وهذا يعني:

- أن يقوم بها شخص من الشئون الإدارية
- أن يقوم بها شخص من الشئون المالية
- أن يقوم بها شخص متخصص في الشراء
- أن يقوم بها شخص لديه دراية بعملية الشراء

• وظيفة الشراء ، هي وظيفة تقوم بتوفير المواد والتجهيزات واللوازم وكافة ملتزمات المشروع الصغير:

• تقوم وظيفة الشراء بتوفير المواد والتجهيزات التي يحتاجها المشروع، من هنا فهي وظيفة:

(a) أساسيه

(b) فنيه

(c) ماليه

(d) جميع ما ذكر

تشكل اللوازم التي يستخدمها المشروع أحد أهم الموارد المادية اللازمة للمشروع واستمراره. يهدف المشروع إلى:

١- شراء أفضل الموارد.

٢- بأقل التكاليف.

٣- ويتحقق هذا الهدف من خلال اتمام عملية الشراء بطريقة علمية.

مفهوم وظيفة الشراء وأهميتها

وظيفة الشراء وظيفة فنية تقوم على توفير المواد والتجهيزات واللوازم وكافة مستلزمات العمل في المشروع بكفاءة اقتصادية:

تهدف هذه الوظيفة إلى: زيادة ربحية المشروع من خلال تخفيض تكاليف الشراء وتوفير اللوازم والمستلزمات بالسعر المناسب، وفي الوقت المحدد، وبالكمية والمواصفات المطلوبة الأمر الذي يؤدي إلى:

١- ضمان استمرار العمل في المشروع وعدم توقفه.

٢- ضمان جودة المواد. وبالتالي جودة المنتج وزيادة القدرة التنافسية.

٣- تحقيق الكفاءة الاقتصادية في أعمال الشراء

تعمل وظيفة عملية الشراء على:

(a) تحقيق زيادة كفاءة إدارة الإنتاج

(b) تحقيق زيادة كفاءة الموارد البشرية

(c) تحقيق زيادة ربحية المشروع

(d) تحقيق زيادة التفاعل بين الإدارة العليا والإدارة الدنيا

• تهدف وظيفة الشراء إلى :

(a) زيادة ربحية المشروع

(b) تخفيض تكاليف الشراء

(c) تحقيق الكفاءة الاقتصادية في أعمال الشراء

(d) جميع ما سبق

• تهدف وظيفه ... الى زياده ربحيه المشروع من خلال تخفيض تكاليف الشراء

(a) الشراء

(b) الانتاج

(c) التسويق

(d) المحاسبه

• تهدف وظيفة الشراء إلى :

(a) زيادة ربحية المشروع

(b) البحث عن مصادر متنوعة للشراء

(c) زيادة كمية البضائع

(d) تقليل الخسائر

إجراءات الشراء

- تشمل إجراءات الشراء جميع الأعمال والأنشطة التي يجب أن تنجز لتوفير المستلزمات كي يعمل المشروع بكفاءة.

- وعادة تكون هذه الإجراءات واحدة سواء في المشروعات الصغيرة أو الكبيرة ويعتبر الالتزام بها في المشروع الصغير أكثر أهمية منه في المشروع الكبير.

- فشل عملية الشراء يمكن أن يؤدي إلى فشل المشروع الصغير على المدى القصير، وذلك بسبب شح موارده المالية، مما يتطلب من صاحب المشروع الصغير الاهتمام أكثر بالإجراءات التالية :-

اولا: تحديد الحاجة الى المخزون:

ثانيا: اختيار الموردين ومواقعهم:

• تعمل وظيفة الشراء في المشروعات الصغيرة على تحقيق:

(a) أقل تكاليف الشراء

(b) الحصول على اللوازم المطلوبة بالكمية المطلوبة

(c) الحصول على المطلوب في الوقت المناسب وبالكمية المناسبة

(d) كل ما سبق

- وظيفة الشراء وظيفة فنية تهدف إلى زيادة ربحية المشروع وهذا يستلزم :

- (a) شراء المواد عالية الجودة بأي ثمن
- (b) ضبط الإمدادات
- (c) تدفق السلع
- (d) تخفيض تكاليف الشراء وتوفير المواد بالسعر المناسب

- تهدف وظيفة الشراء إلى زيادة ربحية لمشروع من خلال:

- (a) تخفيض تكاليف الشراء
- (b) ضمان المخزون مع مراعاة عاملي الوقت والكمية
- (c) تقليل الخسائر
- (d) أ + ب

- تهدف وظيفة الشراء إلى زيادة ربحية المشروع من خلال تخفيض تكاليف

- (a) الإنتاج
- (b) الشراء
- (c) المواد
- (d) المشروع

- تقاس جودة وظيفة الشراء من قدرتها :

- (a) على تحقيق الكفاية الاقتصادية في الشراء
- (b) على تحقيق الكفاية الإنتاجية في عملية الشراء
- (c) على تحقيق الكفاية المالية في عملية الشراء
- (d) على تحقيق الكفاية الإدارية في عملية الشراء

- الإجراءات التي يتم اتباعها للشراء في المشروعات الصغيرة:

- (a) تختلف تماماً عنها في المشروعات الكبيرة
- (b) هي نفسها في المشروعات الكبيرة غير أنها أكثر أهمية فيها
- (c) هي نفسها في المشروعات الكبيرة غير أنها أقل أهمية فيها
- (d) تتفق في بعضها مع المشروعات الكبيرة وتختلف في البعض الآخر

- تلعب عملية الشراء دوراً بارزاً في نجاح المشروعات الصغيرة ففشلها يؤدي :

- (a) فشل المشروعات المماثلة
- (b) فشل المشروع الصغير على المدى الطويل
- (c) فشل المشروع الصغير على المدى القصير بسبب شح الموارد المالية
- (d) الإجابة ب و ج

- فشل المشروع الصغير على المدى القصير سببه يرجع إلى فشل:

- (a) عملية الشراء
- (b) عملية التسويق
- (c) عملية الإنتاج
- (d) عملية التمويل

- أن فشل عملية الشراء في المشاريع الصغيرة يؤدي إلى:

- (a) ضعف المخزون
- (b) فشل المشروع على المدى القصير
- (c) أ + ب
- (d) إعادة بناء الهيكل التنظيمي للمشروع

أولاً: تحديد الحاجة إلى المخزون:

تتم هذه العملية في المشروعات الصغيرة بأشكال عدة: بالنسبة للتاجر، تقوم على الحدس والتقدير الخاصة وبشكل متقطع.

بالنسبة للمصنع الصغير، ومدير شركة الخدمات فإنهما يعملان على اغتنام الفرص المناسبة لنشاطهم كي يحققوا أعلى عائد على استثمارهم.

وعملياً فإن عملية الشراء ترتبط بعملية التخزين مباشرة:

في مجال التجارة: كمية البضاعة التي يجب شراؤها تساوي تقديرات الحاجة المطلوبة بعد طرح الكمية المتوافرة.

في مجال التصنيع: تقديرات المبيعات أو خطة الإنتاج لكل مادة من المواد.

وتهدف عملية الشراء في المصنع الصغير إلى المحافظة على كميات من المخزون تكون متوازنة من حيث المتطلبات.

ثانياً: اختيار الموردين ومواقعهم: أي تحديد الموردين المناسبين لأعمال المشروع ومواقعهم. ويتطلب ذلك دراسة الموردين المتوافرين، ومزاياهم وحدود كل منهم.

- يجب أن ترتبط عملية الشراء في مجال التجارة بعملية التخزين مباشرة من هنا لزم أن تكون كمية البضاعة المرغوب شراؤها:
- (a) تساوي تقديرات الحاجة المطلوبة بعد طرح الكمية المتوافرة
- (b) تساوي تقديرات الحاجة المطلوبة بعد إضافة الكمية المتوافرة
- (c) تساوي تقديرات الحاجة فقط
- (d) ليست مما ذكر

- عادتاً ما ترتبط عملية الشراء بعملية التخزين ، ففي التجارة تكون كمية البضاعة التي يجب شراؤها = تقديرات الحاجة المطلوبة الكمية المتوافرة

(a) بعد طرح

(b) قبل طرح

(c) مضافا اليها

(d) مقسوما اليها

- ترتبط عملية الشراء بعملية التخزين مباشرة في مجال :

(a) التجارة

(b) التصنيع

(c) الخدمات

(d) أ + ب

- ترتبط عمليا عملية الشراء بعملية التخزين مباشرة من هنا لابد من تقدير المبيعات او خطه الانتاج لكل ماده من المواد وذلك في مجال

(a) التصنيع

(b) الزراعة

(c) التجاره

(d) التكنولوجيا

- اختيار الموردين ومواقعهم من أهم النقاط التي ينبغي التركيز عليها في :

(a) عملية الشراء

(b) عملية البيع

(c) عملية الانتاج

(d) كل ما سبق

- عدم اختيار الموردين المناسبين لأعمال المشروع ومواقعهم يعتبر أحد أهم أسباب فشل:

(a) عملية الشراء

(b) عملية التخزين

(c) عملية الإنتاج

(d) عملية التسويق

- من أنواع الموردين :

(a) المنتجون

(b) الوسطاء التجاريون

(c) الوسطاء أو الوكلاء الوظيفيون

(d) كل ما سبق

وهنا نميز بين ثلاث مجموعات من الموردين وهم:

المنتجون: وهم المصنعين واصحاب المناجم والمزارعين ومنتجي المنتجات الطبيعية. الوسطاء التجاريون: وهم أهم مصادر التوريد بالنسبة لمعظم المشروعات الصغيرة، وخاصة تجار البيع بالتجزئة وشركات الخدمات.

الوسطاء أو الوكلاء الوظيفيون: هم الوكلاء أو الوسطاء الوظيفيين، كممثلي الصناعات، ومكاتب المشتريات الدائمة والمستقلة. وتنقسم هذه المكاتب الموجودة في مراكز التصنيع القيادية الى قسمين رئيسيين هما:

الأول: السماسرة، ويقوم هؤلاء بإجراء الاتصالات بين البائع والمشتري، ولا يتقاضون أجورا مقابل ذلك، ولكن البائع يدفع عمولة لهم تركز على نسبة مئوية من المبيعات.

الثاني: مكاتب المشتريات الدائمة، وهي تمثل تجار التجزئة وتجار البيع بالجملة.

- المصنعين وأصحاب المناجم والمزارعين ومنتجي المنتجات الطبيعية يصنفون ضمن مجموعة الموردين ضمن مجموعة:

(a) الوسطاء التجاريون

(b) المنتجون

(c) السماسرة

(d) الوكلاء الوظيفيون

- من ضمن مجموعات الموردين ما يعرف ب والذين يعتبرون اهم مصادر التوريد للمشروعات الصغيره
- (a) الوسطاء الوظيفيون
- (b) المنتجون
- (c) الوسطاء التجاريون
- (d) وكلاء البيع

- أحد المجموعات التالية لا يدخل ضمن مجموعات الموردين المناسبين لأعمال المشروع ومواقعهم
- (a) السماسرة
- (b) المنتجون
- (c) الوسطاء
- (d) الوكلاء الوظيفيون

- هم هؤلاء الذين يقومون بأجراء الاتصالات بين البائع والمشتري ويأخذون عادة اتعابهم كنسبة مئوية من المبيعات
- (a) الوسطاء
- (b) المنتجون
- (c) السماسرة
- (d) الوكلاء الوظيفيون

- تضطر المشاريع التي تحصل على امتيازات تجاريه للحصول على كل احتياجاتها من المؤسسه المانحه للامتياز
- (a) الماليه
- (b) الاقتصاديه
- (c) القانونيه
- (d) الماديه

- يضطر ملاك المشاريع الصغيره التي تعمل بنظام الامتياز التجاري (الفرنشايز) أو هؤلاء الذين يمثلون وكالات تجارية أن:
- (a) يحصلون على كافة احتياجاتهم المادية من المؤسسة المناحة للامتياز المحتركة للوكالة
- (b) يحصلون على بعض الدعم اللوجستي من المؤسسة المناحة للامتياز المحتركة للوكالة
- (c) لا يحصلون على أي نوع من الدعم المادي
- (d) ليست مما سبق

تقوم عملية تحديد الحاجة الي المخزون على ما يلي:

- إدراك الحاجة وتوصيفها: ويتم إدراك الحاجة من قبل ادارة التخزين أو الجهة صاحبة الحاجة.
- تحديد الكمية من الجهة صاحبة الحاجة، وذلك حتى تستطيع الجهة المسؤولة عن الشراء تحديد كميات الشراء الاقتصادية، في حالة المشاريع التي تحصل على امتيازات أو وكالات يضطرون إلى الحصول على كل احتياجاتهم المادية من المؤسسة المانحة للامتياز، أو المؤسسة المحتركة.

وفي هذه الحالة، يكون المشروع مضطرا للتعامل مع مورد وحيد مهما تكمن الظروف، وفي حالة كان هناك مجال أمام المشروع الصغير لاختيار الموردين، فإن الأفضلية سوف تكون للموردين الذين يمكنهم:

- ١- توفير السلع بالشروط المطلوبة من حيث الجودة والنوع
- ٢- توفير السلع بالأسعار والشروط المرغوب فيها والكميات المطلوبة
- ٣- توفير المصداقية، أي أن السلع متوافرة لديهم باستمرار

- تقوم عملية تحديد الحاجة الي المخزون عند

- (a) تكديس البضائع داخل المحلات التجارية
- (b) وجود حاجة للبيع بكميات كبيرة
- (c) إدراك الحاجة وتوصيفها ومعرفة الكمية المطلوبة
- (d) شح الأسواق من البضائع المطلوبة

• تقوم عملية تحديد الحاجة إلى المخزون على :

- (a) إدراك الحاجة دونما توصيف
- (b) خبرة المدير العام
- (c) كمية البضاعة الموجودة في المخزن
- (d) إدراك الحاجة و توصيفها و تحديد كمية الشراء الاقتصادي

• احد الإجراءات التالية يعتبر ضرورياً لصاحب المشروع الصغير في عملية الشراء

- (a) معرفة أسعار المواد أولاً
- (b) اختيار نوعية المواد
- (c) معرفة المنافسين
- (d) تحديد الحاجة الى المخزون

شروط التفاوض:

في عملية التفاوض يجب أن يتم التمييز بين نوعين من المشتريين:
المشتري صاحب الخبرة الكافية في مجال السلع التي يريد شرائها وهذا المشتري لا يحتاج الى النصائح.
المشتري العادي الذي يمكن ان يجهل اصول الشراء وخصائص السلع، ويمكن ان يكون ضحية لعمليات الغش ، وارتفاع الأسعار ، وتدني مستوى الجودة.
وعندما تحدث عملية التفاوض، **تتم حول الحسم النقدي** الذي يركز المشترون عليه لأنه يؤدي الى وفورات كبيرة في معظم الحالات، وتأجيل مواعيد الدفع، وهو شرط يحدد المدة التي يستحق بعدها الدفع.

• عند التفاوض في عملية الشراء لابد من التعرف على:

- (a) المشتري صاحب الخبرة الكافية والمشتري العادي
- (b) المشتري صاحب الخبرة الكافية فقط
- (c) جميع الموردون
- (d) جميع ما ذكر

• غالباً عملية التفاوض في الشراء تكن حول:

- (a) الخصم النقدي
- (b) الجودة
- (c) التصميم
- (d) التواصل

• يطلق على المشتري الذي يجهل أصول الشراء وخصائص السلع ويكون ضحية لارتفاع الأسعار والغش التجاري بالمشتري :

- (a) صاحب الخبرة الكافية
- (b) العادي
- (c) المغرر به
- (d) المتمكن

• **المشتري المغربي هو ذلك الشخص الذي أصول الشراء ويكون ضحية لارتفاع الاسعار والغش التجاري**

- (a) يتمكن من ...
- (b) يعرف
- (c) بجهل
- (d) لايبالي

• أي من العوامل التالية ليس له علاقة بنجاح عملية الشراء:

- (a) استلام البضائع وفحصها
- (b) المتابعة بعد الشراء
- (c) الرقابة على أعمال الشراء
- (d) سياسة الشراء حسب الحاجة

• أحد العوامل التالية لا يساهم في نجاح عملية الشراء:

- (a) استلام البضائع وفحصها .
- (b) المتابعة بعد الشراء .
- (c) العلاقة الطيبة مع المنافسين
- (d) الرقابة على أعمال الشراء

عوامل نجاح عملية الشراء:

- المحافظة على العلاقات الطيبة مع الموردين.
 - استلام البضائع وفحصها: يعتبر هذا النشاط من الأنشطة التكميلية الخاصة بإدارة الموارد المادية في المشروع الصغير،
 - المتابعة بعد الشراء: تركز المتابعة، بعد استلام البضاعة على مجموعة من الأنشطة، التي تتمثل في: جمع المعلومات عن كيفية بيع المواد، ونسبة دورانها، ونسبة الحسم، وشكاوى الزبائن، والمرتجعات.
 - الرقابة على أعمال الشراء: إن تخطيط الشراء، وتحديد سياسته وإجراءاته في المشروع الصغير يزيد من فرص نجاح المشروع بشكل عام، الأمر الذي يتطلب منهم ما يلي:
- استلام البضاعة فحصها، باعتبارها، الفحص هو الإجراء الوحيد الذي يمكن من خلاله التأكد من مدى التزام المورد بمواصفات الطلبية فيتم فتح سجل الشراء لرصد
- (١) سجل الشراء وهو سجل يرصد حركة شراء مختلف المواد التي يقوم المشروع بشرائها
 - (٢) سجل الموردين ويعني بمورد كل صنف، أو مجموعة من الأصناف اللازمة
 - (٣) سجل الرسومات والمواصفات وسجل العقود

- تشمل إجراءات الشراء الأعمال والأنشطة التي يجب ان تنجز لتوفير المستلزمات كي يعمل المشروع بكفائه

(a) جميع

(b) بعض

(c) اهم

(d) اقل

- الشراء ضمن الحد الأدنى من الكميات اللازمة ولفتره زمنيه قصيره تسمى:

(a) سياسة الشراء الدقيقة

(b) سياسة الشراء حسب الطلب

(c) سياسة الشراء حسب حجم التخزين

(d) سياسة الشراء حسب الحاجة

- عندما تكون سياسته الشراء ضمن الحد الأدنى من الكميات اللازمة ولفتره زمنيه قصيره فإن هذه السياسه تسمى بسياسه الشراء

(a) حسب الحاجة

(b) والتخزين

(c) من الموردين

(d) والتصنيع

- تقوم سياسة الشراء حسب الحاجة :

(a) ضمن الحد الأدنى من الكميات اللازمة و لفترة زمنية قصيرة

(b) ضمن الحد الأدنى من الكميات اللازمة و لفترة زمنية طويلة

(c) ضمن الحد الأقصى من الكميات اللازمة و لفترة زمنية طويلة

(d) ضمن الحد الأقصى من الكميات اللازمة و لفترة زمنية قصيرة

سياسات الشراء:

تعد سياسات الشراء من أهم القضايا التي تواجه أصحاب المشروعات الصغيرة ، وذلك نظرا لأهمية اختيار السياسة الملائمة للشراء.

وهناك ثلاثة أنواع من سياسات الشراء هي:

سياسة الشراء او سياسة التصنيع: ويكون امام

صاحب المشروع خياران:

١- أن يتبع سياسة الشراء من الموردين،

٢- أن يصنع المواد والمستلزمات في مشروعه.

سياسة الشراء حسب الحاجة: أي الشراء ضمن

الحد الأدنى من الكميات اللازمة لفترة زمنية

قصيرة وبخاصة عندما تكون السيولة النقدية لدى

المشروع كافية للاستثمار في المخزون، وتسيير

أعمال المشروع الأخرى.

سياسة الشراء والتخزين: حيث يتم شراء كميات

كبيرة من أجل التخزين لتغطي فترة زمنية طويلة

نسبيا. وعادة تتبع هذه السياسة في حالات: ندرة

الموارد في الأسواق، تأخير عمليات التوريد من

الموردين بسبب النقل والشحن، الحصول على

خصم الكمية

تخفيض نفقات النقل والشحن والتأمين، توقع

ارتفاع الأسعار مستقبلا.

- لشراء ضمن الحد الأدنى من الكميات اللازمة ولفترة زمنية قصيرة تندرج تحت :

(a) سياسة الشراء أو التصنيع

(b) سياسة الشراء حسب الحاجة

(c) سياسة الشراء و التخزين

(d) ليس مما سبق

لكي يحقق المشروع النجاح في عملية الشراء ينبغي التركيز على:

١. تحديد الحاجة من المخزون
٢. إدراك الحاجة وتوصيفها
٣. اختيار الموردين ومواقعهم
٤. تحقيق أفضل شروط للتفاوض وخاصة شرط الحسم النقدي
٥. الحفاظ على علاقات طيبة مع الموردين
٦. استلام البضائع وفحصها
٧. المتابعة بعد الشراء
٨. الرقابة على أعمال الشراء
٩. سياسات الشراء

- يسمى السجل الذي يرصد حركة شراء مختلف المواد التي يقوم

المشروع بشرائها يسجل

(a) البضاعة

(b) الموردين

(c) الرسومات

(d) الشراء

- أحد العوامل التالية لا يدخل ضمن تلك العوامل التي تساهم في

نجاح عملية الشراء:

(a) تحديد الحاجة من المخزون

(b) الرقابة على أعمال الشراء

(c) التخطيط الاستراتيجي لعملية الشراء

(d) المتابعة بعد الشراء

المخازن المباشرة

وسائل إدارة المخزون

سجلات المخزون الدائمة وبموجبها يعرف صاحب المشروع ما لديه من سلع. وفيما يلي شكل يبين سجل لمتجر التجزئة أو الجملة يمكن استخدامها في مراقبة المخزون من السلع الجاهزة في المؤسسات الصناعية.

سجلات المخزون الدائمة			
الوصف	وحدة الإصدار	الموقع	
الوقت المطلوب للإنتاج	قيمة الوحدة:	نقطة إعادة الطلب:	
الكمية المطلوبة:			
	العدد الأقصى من المخزون:		
	العدد أدنى من المخزون:		
ملاحظات	الكميات بوحدة الإصدار		التاريخ

• عندما يكون المخزون كبير جداً قياساً بالطلب فإن تكاليفه ستصبح :
(a) معقولة
(b) أقل مما هو مرغوب به
(c) لا تتأثر

(d) أعلى مما هو مرغوب فيه

• عندما يكون المخزون كبير جداً قياساً بالطلب فإن تكاليفه ستصبح :
(a) أقل مما هو مرغوب به
(b) أعلى مما هو مرغوب به
(c) مرتفعة نوعاً ما
(d) ليست مما ذكر

• تفشل إدارة المخزون عندما يكون :

(a) المخزون كبيراً جداً قياساً بالعرض.

(b) المخزون وصل إلى نقطة الطلب.

(c) المخزون وصل إلى حد الطلب.

(d) المخزون كبيراً جداً قياساً بالطلب

• تزيد نفقات المشروع الناتجة عن توقف الإنتاج إذا كان المخزون قليلاً قياساً

(a) بالعرض

(b) بالطلب

(c) بما تم ...

(d) بكامل المخزون

• من أجل ضمان سير العملية الإنتاجية ومن ثم التأثير على أداء المشروع ككل فلا بد لإدارة المخزون توفير الموارد المادية بـ

(a) التأمين المناسب

(b) التغليف المناسب

(c) الجودة المناسبة، الكمية المناسبة والوقت المناسب

(d) جميع ما سبق

• عدم ضبط إدارة المخزون في المشاريع الصغيرة قد يؤدي إلى

(a) التأثير على التكاليف الكلية للمشروع

(b) خلل في تعزيز أوجه الإدارة العليا

(c) تعزيز لوحه القصور في باقي أقسام المنظمة

(d) التأثير على أداء المشروع ككل

نقاط البدء بإعادة طلبات الشراء من الأمور الهامة جداً من الناحية التنظيمية والاقتصادية وهناك عاملان يحددان ذلك:

١/ نسبة الاستهلاك (نسبة الطلب).

٢/ الوقت الضروري للتوريد.

• نقاط البدء بإعادة طلبات الشراء يحددها عاملان هما:

(a) حجم الطلب والوقت الضروري للتوريد.

(b) كمية العرض والوقت المتاح للشراء.

(c) نسبة الاستهلاك والوقت الضروري للتوريد.

(d) حجم المخزون وكمية الشراء

أهمية إدارة المخزون

تهدف إدارة المخزون إلى:

تأمين توفر الموارد المادية الكمية المناسبة، الجودة المناسبة، التوقيت المناسب، لضمان سير العملية الإنتاجية، وضمان الاستثمار الاقتصادي للأموال في المخزون ومن ثم التأثير على أداء

والفشل في إدارة المخزون يعني:

في حالة كان المخزون كبير جداً قياساً بالطلب فإن تكاليفه ستصبح أعلى مما هو مرغوب فيه وقد تصل هذه التكاليف إلى ٢٥% أو أكثر من الاستثمار الخاص بالمخزون وتتمثل هذه التكاليف في التالي:

فوائد الاستثمار في المخزون، وتكاليف التعبئة والشحن والاستهلاك، التأمين، تكاليف التخزين

أما إذا كان المخزون قليلاً قياساً بالطلب (أي دوران المخزون سريعاً) فإن الأمر سيؤدي إلى زيادة نفقات المشروع الناتجة عن توقف الإنتاج.

• يستطيع صاحب المشروع معرفة ما لديه من سلع بموجب:

(a) سجلات المخزون الدائمة

(b) السجلات الاقتصادية

(c) سجلات الكميات المطلوبة

(d) جداول المخزون المنتهية الصلاحية

• بموجب سجلات المخزون الدائمة يعرف صاحب المشروع

(a) ماله من نواقص

(b) ماله من خدمات

(c) ماله من سلع

(d) ما يحتاجه من بضائع مستقبلاً

• أي من السجلات التالية يدخل ضمن وسائل إدارته المخزون

(a) سجلات المخزون المتراكمة

(b) سجلات المخزون المتنوع

(c) سجلات المخزون الدائمة

(d) سجلات المخزونه الاحتياطي

• الكمية الاقتصادية لطلب الشراء هي:

(a) الكمية الكبيرة من الوحدات

(b) أقل كمية من الوحدات

(c) الكمية التي تصل فيها التكلفة الإجمالية للحصول على الوحدة أقل ما يمكن

(d) الكمية التي تغطي الحاجات الأساسية

• الكمية الاقتصادية لطلبات الشراء هي الكمية التي تصل فيها التكلفة للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها الدنيا :

(a) العادلة

(b) الثابتة

(c) المتغيرة

(d) الإجمالية

• الكمية الاقتصادية لطلبات الشراء تعني وصول ... إلى حدود الدنيا

(a) كميات العرض والطلب

(b) التكاليف المتغيرة

(c) التكلفة الاحتمالية للحصول على وحدة من المواد

(d) خسائر المواد التالفة من المخزون

الكميات الاقتصادية لطلبات الشراء

تعرف الكمية الاقتصادية لطلبات الشراء

بأنها الكمية التي تصل فيها التكلفة الإجمالية

للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها الدنيا.

يتم الوصول لهذا النقطة عندما تتساوى تكاليف

إعداد وحدة طلب الشراء مع تكاليف وحدة حفظ المواد

في المستودعات، أي تتساوى تكاليف حيازة المخزون

مع تكاليف الحصول عليه. علماً أن التكاليف

الإجمالية تتكون من نوعين:

١. تكاليف الحصول

٢. تكاليف حيازة المخزون

• عندما يزيد حجم أوامر الشراء ويقل حجم المشتريات فإن دور ان المخزون

- (a) يتزايد
(b) يتضاءل
(c) يبقى كما هو
(d) يرتفع ويتضاءل

أولاً: تكاليف الحصول. هي الزيادة في التكاليف من أجل إعداد طلبات الشراء وهي = التكلفة القياسية لكتابة طلب شراء واحد x عدد طلبات الشراء المطلوبة سنوياً.
علماً أن:

ويتضح هنا أن تكلفة الحصول على وحدة واحدة تنخفض عندما ترتفع كمية المواد المطلوبة في وقت معين.
ثانياً: تكاليف حيازة المخزون. وهي عبارة عن:

تكاليف حيازة المخزون والضرائب والاستهلاك و بطلان الاستعمال والانكماش والتأمين والفوائد على الاستثمار في المخزون.
علماً أن تكاليف الاحتفاظ للوحدة الواحدة من المخزون ترتفع بارتفاع كمية الموارد المطلوبة في وقت معين.
بعكس تكاليف الحصول للوحدة الواحدة من المواد. عندما يزيد حجم أوامر الشراء ويقل حجم المشتريات فإن دوران المخزون يتضاءل ويرتفع متوسط المخزون

• الكميات الاقتصادية للطلب:

- (a) يتحكم فيها عامل التكلفة فقط
(b) يتحكم فيها عامل التكلفة وعوامل أخرى
(c) يتحكم فيها عامل الحسم فقط
(d) يتحكم فيها عامل الأحجام المتنوعة في الإنتاج

• هناك عوامل أخرى بجانب عامل التكلفة تحدد الكميات الاقتصادية للشراء منها

- (a) عامل الحسم على الكمية
(b) كمية الشراء
(c) عامل الأحجام المتنوعة في الإنتاج
(d) الإجابة أ و ج

• تسمى النقطة التي تطلب فيها ادارة المشتريات كميات جديدة من المخزن بـ :

- (a) حد العرض
(b) حد الطلب
(c) الحد الأدنى للمخزون
(d) الحد الأعلى للمخزون

• أحد الأهداف التالية لايمكن ان يكون ضمن اهداف اداره المخزون حسب ماتعلمته في فصل اداره المخزون وتخطيط احتياجات المشاريع الصغيرة

- (a) تأمين توفير الموارد الاوليه
(b) تأمين الكمية المناسبه والجوده المناسبه
(c) التوقيت المناسب
(d) تنوع المواد المخزونه

• عندما نخطط لاحتياجاتنا من المواد فهناك مايعرف بغتره الحصول على المواد والتي تسمى بـ...

- (a) تخطيط الاحتياجات
(b) حساب المهل الزمني
(c) المخزون الفعلي
(d) صافي الاحتياجات

تحديد الكميات الاقتصادية

- بالإضافة إلى عامل التكلفة هناك عوامل أخرى تحدد الكميات الاقتصادية للشراء مثل:

عامل الحسم على الكمية

عامل الأحجام المتنوعة في الإنتاج.

- نقاط البدء بإعادة طلبات الشراء. من الأمور الهامة جداً من الناحية التنظيمية والاقتصادية وهناك عاملان يحددان ذلك:

١-نسبة الاستهلاك (نسبة الطلب).

٢-الوقت الضروري للتوريد.

- حد الطلب. وهو النقطة التي تطلب فيها إدارة

المشتريات كميات جديدة من المخزون، وهي التي تكون عندها تكلفة وحدة التوريد وصيانة المخزون في حدودها الدنيا.

• من متطلبات تخطيط الاحتياجات من المواد حساب المهل الزمنية وهي:

(a) تعني فترة السداد

(b) تعني فترة النقل

(c) تعني فترة الإعداد

(d) تعني فترة التوريد

• الهدف من تخطيط الاحتياجات من المواد الصناعية هو مستوى الاستثمار في المخزون الصناعي الى الحد الذي تتمكن من خلاله المنظمة تلبية متطلبات جدولة الانتاج الرئيسية

(a) زيادة

(b) المحافظة على

(c) تحفيز

(d) تقليل

متطلبات تخطيط الاحتياجات من المواد في المشروعات الصناعية ما يلي:

١- تحديد الهيكل الفني للمنتج. أي عمل هيكل هندسي يحتوي على كافة الأجزاء والتجاميع الفرعية والمواد الأولية الداخلة في تكوين المنتج النهائي.

٢- حساب المهل الزمنية. وهي فترة التوريد وتعرف أيضاً بفترة الحصول على المواد. وهي عبارة عن (وقت الانتظار في صف الانتظار لبدء العمل + وقت تهيئة وإعداد الآلات + وقت الإنجاز الفعلي للأمر + وقت الانتظار المؤقت للانتقال إلى مركز إنتاج آخر + وقت الحركة الفعلية للنقل)

٣- تخطيط الاحتياج الإجمالي.

ويحسب كالتالي: الاحتياج الإجمالي = الاحتياج x التكرار

٤- تخطيط الاحتياج الصافي من المواد. ويحسب كالتالي:

الاحتياج الصافي = (إجمالي الاحتياجات + المخصصات المحددة لإنتاج أوامر محددة في المستقبل) - (المخزون الفعلي + الكميات المخطط استلامها)

• من متطلبات نظام تحديد الاحتياجات من المواد

(a) الكمية الاقتصادية للشراء

(b) المنتجات المماثلة

(c) المنتجات المنافسة

(d) تحديد الهيكل الفني للمنتج

• تخطيط الاحتياجات من المواد تعد من الطرق الجيدة :

(a) جدولة الإنتاج

(b) لجدولي المخزون

(c) لجدولة الإنتاج والمخزون عندما يكون الطلب تابعا

(d) لجدولة المشاريع

• معادلة الاحتياج الإجمالي:

(a) تساوي الاحتياج في التكرار

(b) تساوي الاحتياج + الرصيد السابق في التكرار

(c) تساوي الاحتياج - الرصيد السابق في التكرار

(d) تساوي الاحتياج + رصيد آخر المدة في التكرار

• تستطيع أن تصل بياناً إلى الحجم الاقتصادي للطلبية عندما :

(a) تتجاوز تكاليف الاحتفاظ بالمخزون مستوى تكلفة الحصول عليه

(b) تقل تكاليف الاحتفاظ بالمخزون عن تكلفة الحصول عليه

(c) تلتقي تكاليف الاحتفاظ بالمخزون مع تكلفة الحصول عليه

(d) تتساوى التكاليف مع حجم الطلبية

طرق تقدير الكمية الاقتصادية للطلب.

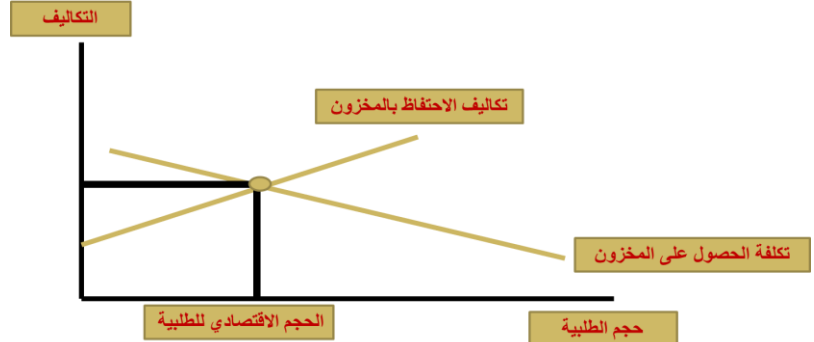
الطريقة الجدولية. وهي تقوم على:

١- اختيار عدة أحجام متباينة للطلب.

٢- حساب التكاليف الكلية للمخزون لكل حجم.

٣- اختيار الحجم الذي تكون تكاليفه الكلية أقل ما يمكن.

الطريقة البيانية:



تخطيط الاحتياجات من المواد:

هو أسلوب لتوقيت وتحديد الاحتياجات من المواد الصناعية بهدف تقليل مستوى الاستثمار في المخزون الصناعي إلى الحد الذي يمكن إدارة المنظمة الصناعية من تلبية متطلبات جدولة الإنتاج الرئيسية.

المحاضرة الحادية عشر

- أحد العوامل التالية لا يدخل ضمن عوامل رفع كفاءة المشروعات من خلال تكنولوجيا المعلومات

(a) المكان

(b) الوقت

(c) المحتوى

(d) الشكل

- يقوم الاقتصاد الإلكتروني على :

(a) بنية تحتية قوية في شبكات الاتصالات والحاسب الآلي وعناصر بشرية مدربة

(b) بنية تحتية قوية في الاتصالات

(c) بنية تحتية قوية في الحاسب الآلي والصناعات الثقيلة

(d) ب & ج

- يقوم الاقتصاد الإلكتروني على ضرورة وجود :

(a) بنية تحتية قوية في شبكة المعلومات

(b) بنية تحتية قوية في الاتصالات والحاسب الآلي

(c) بنية تحتية قوية في الصناعات التحويلية

(d) بنية تحتية قوية في الصرف الصحي

- يقوم الاقتصاد الإلكتروني على ضرورة وجود :

(a) بنية تحتية قوية في شبكات المعلومات

(b) بنية تحتية قوية في الصرف الصحي

(c) بنية تحتية قوية في الصناعات التحويلية

(d) ليست مما ذكر

- أحد المكونات التالية ليس له علاقة بالاقتصاد الإلكتروني:

(a) خدمات التأمين

(b) البنية التحتية للأعمال الإلكترونية

(c) العمل الإلكتروني

(d) التجارة الإلكترونية

- أحد العوامل التالية لا يدخل ضمن المكونات الأساسية للاقتصاد الإلكتروني :

(a) التسويق الإلكتروني

(b) البنية التحتية للأعمال الإلكترونية

(c) العمل الإلكتروني

(d) التجارة الإلكترونية

- العمل الإلكتروني هو أحد المكونات الأساسية للاقتصاد الإلكتروني ومن أمثلته:

(a) التجارة الإلكترونية أو ما تسمى التجارة عبر الإنترنت

(b) العمليات التي تتم داخل المنظمة وتولد الإنتاج ومن ثم توجه إلى الزبون

(c) الإجابة أ و ب

(d) ليست مما ذكر

- اصدار الايصالات الإلكترونية تدخل ضمن العمليات التالية :

(a) تولد الإنتاج

(b) توجه إلى الزبون

(c) تتم داخل المنظمة

(d) تأتي من خارج المنظمة

المكونات الأساسية للاقتصاد الإلكتروني

البنية التحتية للأعمال الإلكترونية: وتشمل التالي: المعدات،

الأجهزة المادية، البرمجية، شبكات الاتصال

البرمجيات، خدمات الاسناد، رأس المال البشري المسخر

للأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

العمل الإلكتروني: ويمثل أي عملية تقود تنظيم العمل من خلال

شبكات. ومن الأمثلة على عمليات الأعمال الإلكترونية

- العمليات التي تولد الإنتاج، مثل اقتناء المواد وأتمته

المخزين وعمليات الدفع والتسديد وإصدار الايصالات

الإلكترونية.

- العمليات التي توجه إلى الزبون، وتتضمن عمليات التسويق

والبيع الإلكتروني ومعالجة طلبات الزبائن وطرق تسديد قيم

السلع.

- العمليات التي تتم داخل المنظمة وتتضمن خدمات الموظفين

الالية وعمليات التدريب وتدفق المعلومات

التجارة الإلكترونية: وتدعى أحيانا بالتجارة عبر الإنترنت،

والتي تمثل أي عملية تستكمل على شبكة الحواسيب وتتضمن

نقل الملكية والحقوق الخاصة بالأموال المنقولة وغير

المنقولة.

اشكال التجارة الإلكترونية:

يعني مفهوم التجارة الإلكترونية ذلك النشاط الذي

ينطوي على تبادل السلع والقيام بالبيع والشراء

لتنفيذ وإدارة أعمال المشروعات الصغيرة والقيام

بالاتصالات اللازمة بقصد نقل ملكية الأموال

المنقولة وغير المنقولة من طرف يدعي

المشتري.

وتأخذ التجارة الإلكترونية اشكالا عدة كما يلي:

☐ من البائع إلى المستهلك B2C

☐ من مشروع صغير إلى مشروع اخر

B2B

☐ من الحكومة إلى المستهلك G2C

☐ من الحكومة إلى المشروعات G2B

- نموذج عائد الرسم على العمليات التجارية من وسائل الترويج على الانترنت وهو:
 - (a) يعني المتاجرة في الملكية الفكرية
 - (b) يعني الترويج من الإعلانات
 - (c) يعني الترويج من السمسة على الانترنت
 - (d) يعني الترويج من الرسوم على الخدمات

• FREE FOR SERVICE REVENUE MODELS تعني

- (a) نماذج العائد الخليط لاشتراك الاعلان
- (b) نماذج العائد للرسم على العملية التجارية
- (c) نماذج الخدمة السريعة
- (d) نماذج العائد للرسم على الخدمة

- بدأت فكره نموذج عائد كتالوج الويب والذي أسسه على يد ارون الذي كان يبيع السلع الجافه في أمريكا للمزارعين من خلال كتالوج أوامر بريديه قبل الويب :
 - (a) ٥٠ عام
 - (b) ١٠٠ عام
 - (c) ٧٠ عام
 - (d) ٣٠ عام

- فكره عوائد الكتالوج جاءت قبل الويب بـ ١٠٠ عام على يد
 - (a) تورنفتور
 - (b) مونتجومري
 - (c) رتشارد
 - (d) ماسلو

- أي من العوامل التالية الذي لا يحقق عائد في تجاره الالكتروني حسب ما تعلمته في (نماذج العائد)
 - (a) عائد كتالوج الويب
 - (b) عائد المحتوى الرقمي
 - (c) عائد تقليل التكاليف
 - (d) عائد رسوم الخدمة

- أكثر الاعلانات شيوعا على الانترنت هي اعلانات
 - (a) الملابس
 - (b) الوظائف
 - (c) متعددة الأغراض
 - (d) الشعارات

- هي اعلانات توضع في اعلى او اسفل صفحات الويب
 - (a) الاعلانات المؤقتة
 - (b) الاعلانات المنخفضة التكاليف
 - (c) اعلانات الشعارات
 - (d) الاعلانات عاليه التكاليف

بناء موقع إلكتروني (نماذج العائد):

- لابد أن نعرف أنه ليس كل مبادرات التجارة الإلكترونية تهدف لإنتاج عائد، فبعضها يؤدي إلى تقليل التكاليف أو تحسين خدمة العميل.
- وهناك العديد من نماذج العائد:

أولاً: نموذج عائد كتالوج الويب Web catalog Revenue Models

بدأ نموذج عائد الكتالوج كفكرة قبل الويب بـ ١٠٠ عام، وكانت بدايته على يد آرون مونجومي حيث كان يبيع السلع الجافة في أمريكا للمزارعين من خلال كتالوج أوامر بريدية حيث يرسل لهم قائمة من صفحة واحدة. وفي نموذج العائد التقليدي لتاجر التجزئة المبنى على الكتالوج تتم كالتالي:

يتم تكوين علامة تجارية متميزة في السوق.

ثم يستخدم هذه العلامة وقوتها من خلال الكتالوجات المطبوعة التي ترسل بالبريد إلى المشتريين المتوقعين.

يرسل المشتريين أوامرهم بالبريد أو عبر هاتف مجاني للبايع.

أثبت هذا النموذج نجاحاً على مستوى السلع الاستهلاكية كالملايس والحاسبات والإلكترونيات والهدايا والسلع المنزلية.

وتسمى أحياناً بالأوامر البريدية mail order أو نماذج الكتالوج catalog Model ويعتبر نموذج الكتالوج على الويب web catalog تطويراً لهذه الطرق.

ثانياً: نماذج عائد المحتوى الرقمي Digital Content Revenue Models

تتاجر في هذا النوع من المحتوى الشركات التي تمتلك ملكية فكرية (معلومات حكومية، قانونية، وأخبار، ومكتبات أكاديمية)

ثالثاً: نماذج العائد المدعوم بالإعلان Advertising Supported Revenue models

تشبه القنوات التلفزيونية التي تقدم برامج مجانية بجانب رسائل الإعلان، ويكفي العائد من الإعلان لدعم عمليات الشبكة. وعلى الويب تعمل المواقع على جذب العديد من الزائرين بشكل عام وبعض الفئات بشكل خاص وذلك لاستهدافهم فيما بعد في رسائل إعلانية.

رابعاً: نماذج العائد الخليط المدعوم لاشتراك الإعلان Advertising-Subscription Mixed Revenue models

وفيه يدفع المشتركون رسماً مقابل مستوى معين من الإعلان وعادةً نجد هذا النوع في المجلات والصحف اليومية.

خامساً: نماذج العائد بالرسم على العملية الجارية Fee-for-transaction Revenue Models

وفيها يقدم الموقع خدمة يحصل على رسم مقابل ذلك بناء على عدد أو حجم العمليات الجارية التي تقوم بتشغيلها.

سادساً: نماذج العائد بالرسم على الخدمة Free-for-Service Revenue Models

وهنا يتم تحقيق العائد من مباريات أو النصيحة المالية أو خدمات مهن المحاسبين والمحامين والأطباء.

سابعاً : العائد المتغير

- موضوعات استراتيجية العائد (قنوات التوزيع ، التحالفات الاستراتيجية ، التجارة الجواله)

● الموظف الافتراضي هو ذلك الشخص الذي :

- يعمل في المنزل أو السيارة
- ينجز مهام الوظيفة دون تواجد مادي أو فعلي
- يتواجد جزئياً في مكان العمل
- جميع ما ذكر

● الموظف الافتراضي هو ذلك الشخص الذي ينجز عمله :

- دون أن نراه
- بشكل أساسي
- أ + ب
- ليست مما ذكر

● يقصد بالموظف الافتراضي ذلك الموظف الذي :

- يدوم بشكل دائم في عمله
- يتجز مهامه الوظيفية دون تواجد مادي كلي أو جزئي في مكان العمل
- يكون غير قادر ع العمل
- يكون غير كفوء وغير فاعل في العمل

● يسمى الموظف الذي ينجز مهام الوظيفة دون تواجد مادي أو فعلي أو بتواجد جزئي في مكان العمل بالموظف :

- الاستشاري
- الإداري
- الجزئي
- الافتراضي

• أحد العوامل التالية لا يدخل ضمن الأمور الهامة لتشغيل موقع الكتروني

- (a) مكان لاستضافه الموقع
(b) مستشار في مجال التجاره الالكترونيه
(c) اداره الموقع وتطويره
(d) الإعلانات

تشغيل موقع التجارة الإلكترونية

أولاً: تحديد مكان استضافة الموقع الذي يعتمد على طبيعة نشاط الشركة (مزود الخدمة ISP) والذي يوفر أجهزة خدمة محصنة ضد الاختراق.

- مع التأكيد على توفر الموارد المالية والبشرية لتشغيل الموقع.
- والتفكير في إمكانية الاستفادة بالحلول الجاهزة بتكليف متعهد بتسليم نظام جاهز.

ثانياً: اعتبارات ينبغي مراعاتها بعد إنشاء الموقع:

١. تحديث وتجديد الموقع ومحتوياته حتى يكون مثيراً وجذاباً.
٢. إضافة قيمة جديدة للموقع من خلال تقديم خدمات أو معلومات جديدة.
٣. توفير تطبيقات ووصلات توافقي اهتمام العملاء مثل البورصة والأخبار المالية.
٤. سهولة حصول العملاء على الخدمة بسرعة وسهولة وإضفاء المتعة والإثارة بالصور والرسوم المتحركة.
٥. أن تمثل الوصلات المرجعية قيمة للعملاء.
٦. التأكد الدوري على الوصلات المرجعية وفاعليتها.
٧. الرد على تساؤلات العملاء.
٨. ضمان سرية معلومات العملاء

ثالثاً: إدارة الموقع وتطويره. تحتاج الشركة إلى إدارة خاصة قادرة على التصرف والابتكار بدراسة كاملة بسياسة الشركة وطبيعة منتجاتها وعمالها، وتكون واعية بالقدر الكافي بمدى فائدة التجارة الإلكترونية في زيادة الأرباح. ومدير الموقع ينبغي أن يؤدي الأمور التالية:

- (١) ينسق جميع أعمال وأنشطة الموقع.
- (٢) التأكد من أن المعلومات تستهدف السوق.
- (٣) يهتم بالتفاصيل ولديه قدرة على متابعة العملية الإدارية والتعاون مع فريق العمل.
- (٤) متابعة زوار الموقع ومراقبة الوصلات المرجعية الداخلية والخارجية.
- (٥) عقد اجتماعات دورية مع الإدارات المختلفة لتطوير وتحديث الموقع.

رابعاً: الإعلانات. يتم توجيه الإعلان إلى الفئة المستهدفة من خلال دراسة وتحليل معلومات الشبكة حيث يتم الحصول على المعلومات الإحصائية من المواقع نفسها ثم بعد ذلك اختيار أكثر المواقع ارتباطاً بالنشاط المعلن عنه. وأكثر الإعلانات شيوعاً على الإنترنت إعلانات الشعارات Banners وهي إعلانات توضع في أعلى أو أسفل الصفحات ويب على شكل شريط ويتم تصميمها بالرسوم المتحركة لتكون أكثر جاذبية، ويتم الانتقال إليها بنقرة واحدة عليها، ويعيب هذه الإعلانات أنها صغيرة فلا بد أن تكون الرسالة مركزة.

خامساً: الموظف الافتراضي. هو موظف ينجز مهام الوظيفة دون تواجد مادي او فعلي أو يتواجد جزئياً في مكان العمل فهو ينجز عمله دون أن نراه وليس له مكان ثابت وقد يعمل في المنزل أو السيارة. وللموظفين الافتراضيين العديد من المزايا سواء للفرد أو البيت أو المجتمع.

المحاضرة الثانية عشر

- يظهر سعر السلعة أو الخدمة عملية التسويق والبيع :

(a) أثناء

(b) قبل

(c) بعد

(d) من خلال

- تنعكس عملية التسعير على الوضع .. للمشروع الصغير في السوق

(a) الاستراتيجي

(b) المالي

(c) التقني

(d) التنافسي

- تنعكس ابعاد عملية التسعير وغايتها على الوضع للمشروع في السوق

(a) المالي

(b) التنافسي

(c) الإداري

(d) التنظيمي

- تتأثر عملية تسعير السلع والخدمات بـ:

(a) الأهداف العامة للمشروع

(b) الغاية من المنتج أو السلعة التي سيقدمها المشروع

(c) مرونة الأسعار ووفرة الموارد الداخلة في عملية انتاج السلع والخدمات

(d) جميع ما سبق

- في ظل الوضع التنافسي السائد في السوق فإن استراتيجية التسعير في المشروعات الصغيرة تعتمد على

(a) التنافس

(b) السعر الأكثر

(c) عدم المنافسة

(d) السعر الأقل

- أحد العوامل التالية لا تهتم صاحب المشروع الريادي عن تحديد السعر المناسب لسلعته التي يرغب في تسويقها

(a) أسعار الدول الأخرى تباع نفس سلعته

(b) المنافسين

(c) الحكومة

(d) الأوضاع الاجتماعية العامة

- التسعير هو أحد عناصر المزيج:

(a) المالي

(b) الترويجي

(c) الإنتاجي

(d) التسويقي

- السلعة هي إحدى عناصر المزيج :

(a) السلعي

(b) التسويقي

(c) الترويجي

(d) الإنتاجي

- تسعير السلع أو الخدمات عملية ذات مغزى ولها ابعاد عدة. ويجب القيام بهذه المهمة قبل الشروع بعملية تسويق كل من السلع أو الخدمات.

- ويعني التسعير ابتداء حساب تكاليف أي من السلع أو الخدمات وإضافة هامش الربح، ليظهر عندنا سعرها الذي من خلاله ستتم عملية التسويق والبيع.

- ولابد من الإشارة هنا الى ان تحديد سعر السلعة أو الخدمة بشكل صحيح له تأثير واضح في مستقبل المشروع الصغير، خاصة وأن :- العديد من العوامل الداخلية (عناصر تكلفة مخرجات المشروع، والاتفاق على الهامش الربحي) والخارجية (الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وعوامل السوق وحدة المنافسة) تلعب دورا في نجاح المشروع الصغير

اهداف التسعير

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

وتتأثر عملية التسعير بعدد من الاعتبارات التي يجب أن يدركها القائم على العملية ومنها:

(١) الأهداف العامة للمشروع (المالية والتسويقية والتنفيذية)

(٢) الغاية من المنتج أو السلعة التي سيقدمها المشروع.

(٣) مرونة الأسعار المتعلقة بالسلع الاستهلاكية.

(٤) وفرة الموارد الداخلة في عملية انتاج السلع أو تقديم الخدمات ومدى تنوع مصادرها.

المزيج التسويقي:

قبل الدخول بعمق في عملية التسعير لابد لنا من الحديث عن المزيج التسويقي الذي يتكون من السعر اضافة الى السلعة والترويج والمكان علما ان المركز الاستراتيجي للمشروع في السوق يتحدد من خلال السلعة او الخدمة التي يقدمها وقد تبني المعنيون في حقل التسويق هذه المكونات الاربعة للمزيج التسويقي منذ عام ١٩٦٠ وهي:

السلعة: وهو ما سيقدمه المشروع وي طرحه في السوق (سلعة او خدمة) لصالح الزبائن المحتملين.

السعر: وهو المكون الثاني من مكونات المزيج التسويقي الذي يعبر عن القيمة المالية التي يدفعها الزبون مقابل حصوله على السلعة.

المكان: هو السوق أو المكان الذي يلتقي به كل من البائع والمشتري والذي تعرض فيه ومن خلاله السلع أو الخدمات على الجمهور.

الترويج: والترويج بمعناه الواسع يشمل كل الفعاليات والانشطة التي يزاولها صاحب المشروع بقصد الاعلان والاعلام والتعريف بالسلع أو الخدمات التي سيقدمها الى الجمهور عامة وللزبون المستهدف خاصة.

• عند بناء استراتيجية التسعير في الأعمال الصغيرة لابد من مراعاة الآتي:

- وضع أعلى سعر للسلعة أو الخدمة ومراعاة الوضع التنافسي
- أن يتحلى السعر بالمرونة اللازمة في حالة الزيادة والنقصان
- الاجابة أ و ب**
- وضع السعر الذي تراه المؤسسة الصغيرة دون النظر إلى أسعار المنافسين

• عند بناء استراتيجية التسعير في المشروعات الصغيرة لابد من مراعاة التالي:

- مرونة السعر
- الحد الأعلى في السعر
- دراسة الوضع التنافسي بشكل عام
- جميع ما ذكر**

• أحد العوامل التالية يعد من أهم المتغيرات ذات العلاقة بتسعيرة السلعة أو الخدمة:

- نوع السلعة أو الخدمة
- حجم العرض
- حجم الطلب
- تكلفة السلعة أو الخدمة**

• تخمين الطلب يعتبر أحد المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في :

- وضع موازنة التسوق
- معرفة كمية المخزون
- تحديد السعر**
- معرفة هامش الربح

استراتيجيات التسعير في المشروعات الصغيرة

تعتمد استراتيجيات التسعير ابتداءً على مبدأ السعر الأقل وجودة السلع في ظل الوضع التنافسي السائد في السوق وتوجهات المنافسين. ويراعى عند بناء استراتيجية التسعير الآتي:

- ١- **التحليل النفسي:** عند اختيار استراتيجية تنافسية لابد وان يتم **النظر الى الوضع التنافسي** بصورة عامة وليس الاقتصار على استراتيجية السعر التي يتبعها المنافس للمشروع الصغير.
 - ٢- **الحد الأعلى للسعر:** وهو **اعلى حد لسعر السلعة أو الخدمة** الذي يمكن أن يعرض على الراغبين في الحصول عليها. وقد لا يكون الحد الأعلى لسعر هو السعر العالي بل اعلى ما يمكن أن يفرض من قبل منتج السلعة أو الخدمة في سوق معين.
 - ٣- **مرونة السعر:** وتعني **حدود الزيادة والنقص في سعر السلعة** أو الخدمة التي يعرضها المشروع الريادي.
- المتغيرات ذات العلاقة بالتسعير
- ليست هناك وصفة دائمة لكيفية تحديد سعر السلعة أو الخدمة، وانما هناك مؤشرات ومعايير بالإمكان اعتمادها لتحديد السعر المناسب منها:
- ١- **استراتيجيات التسويق:** عندما يختار صاحب المشروع استراتيجية تسويق معينة فإنه لابد له وان يعمل على تحليل السوق والوضع التنافسي العام ومعرفة أي الأسعار يمكن اعلائها على الزبائن في ضوء القدرة الشرائية وموقف المنافسين له.
 - ٢- **المزيج التسويقي:** وينطوي على معرفة العلاقة بين متغيرات هذا المزيج وعدم نسيان عملية التوزيع وأعبائها.
 - ٣- **تخمين الطلب:** بمعنى الوقوف على رغبة الزبائن في شراء السلعة وتكرار شرائها وموعد ذلك وكمية الطلب فهذه العناصر كلها تلعب دوراً في اختيار السعر المناسب للسلعة أو الخدمة المطلوب عرضها في السوق.
 - ٤- **تكلفة السلعة أو الخدمة:** وهي القاعدة التي ينطلق من خلالها صاحب المشروع الريادي عن تحديد السعر باعتبار أنه يرغب في استرداد ما تم إنفاقه حتى تمكن من طرح سلعته في السوق.
 - ٥- **عوامل بيئية:** لابد وان يضع صاحب المشروع الريادي في اعتباره مجموعة من العوامل البيئية عند تحديد السعر المناسب للسلعة التي يرغب في تسويقها لدى الزبائن الذين يطلبونها. ومن هذه العوامل:

• احد المتغيرات التالية ليس له علاقة بالتسعير :

- (a) **حجم المعروض في السوق من السلع والخدمات**
- (b) **المزيج التسويقي**
- (c) **استراتيجيات السوق**
- (d) **تكلفة السلعة أو الخدمة**

• واحدة من الآتي تراعى عند بناء استراتيجيات التسعير بالمشاريع الصغيرة :

- (a) **التحليل البيئي**
- (b) **التحليل الضمني**
- (c) **التحليل النفسي**
- (d) **التحليل الفعلي**

• مراعاة الأوضاع الاجتماعية العامة عند تحديد الاسعار يعد احد العوامل التي تقع ضمن العوامل

- (a) **الاجتماعيه**
- (b) **البيئية**
- (c) **الضروريه**
- (d) **الهامه**

• عندما تسعر السلعة كما يسعرها المنافسون فإن هذه الفلسفة تسمى:

- (a) **التسعير المستند إلى السعر التنافسي**
- (b) **التسعير المستند إلى الزبائن**
- (c) **التسعير المستند إلى التكلفة**
- (d) **أ + ج**

• أحد العوامل التالية لا تهم صاحب المشروع الريادي عن تحديد السعر المناسب لسلعته التي يرغب في تسويقها

- (a) **أسعار الدول الأخرى تباع نفس سلعته**
- (b) **المنافسين**
- (c) **الحكومة**
- (d) **الأوضاع الاجتماعية العامة**

- أي من العوامل التالية لا يقع ضمن العوامل البينية التي يجب مراعاتها عند تحديد السعر المناسب للسلعة المرغوب تسويقها
- (a) المنافسين
- (b) السعر المماثل في الأسواق الأجنبية
- (c) الأوضاع الاجتماعية العامة
- (d) الحكومة

- واحدة من الآتي ليس من طرق التسعير المستند إلى السعر التنافسي:
- (a) تسعير السلعة كما يسعرها المنافس
- (b) تحديد السعر لتوسيع قاعدة الزبائن
- (c) البحث عن حصة سوقية أوسع
- (d) تحديد السعر بهدف زيادة المبيعات

- تحديد السعر لتوسيع قاعدة الزبائن يسمى أحيانا :
- (a) تسعيرة اختراق السوق
- (b) تسعيرة حصة السوق
- (c) تسعير المنافسين
- (d) تسعير التكلفة

- من الفلسفات التالية لا يقع ضمن فلسفة عملية التسعير :
- (a) التسعير المستند إلى التكلفة .
- (b) التسعير المستند إلى السعر التنافسي .
- (c) التسعير المستند إلى الربح فقط .
- (d) التسعير المستند إلى الزبائن .

- يمكن تسعير سلع وخدمات المشاريع الريادية الصغيره استنادا على الوضع التنافسي السائد في السوق باستخدام احد الأساليب التالية
- (a) استخدام السعر لدعم صورته المنتج
- (b) تحديد السعر لدعم صورته المنتج
- (c) تحديد السعر بهدف تحفيز الزبائن
- (d) البحث عن حصه سوقيه او سلع

- تنتهج الشركات اسلوب تسعير حصه السوق عندما
- (a) تواجه المنافسين
- (b) يقل المعروض في السوق
- (c) عندما يزيد طلب في السوق
- (d) تبحث عن حصه سوقيه اوسع

- عندما يرغب الريادي في توزيع سلعته او خدمته على مناطق جغرافية واسعه فإنه يستند على ما يعرف بالسعر التنافسي فيقوم باستخدام أسلوب
- (a) تسعير السلعة كما يسعرها المنافس
- (b) تحديد السعر لتوسيع قاعدة الزبائن
- (c) تسعير حصه السوق
- (d) التسعير المبني على خبرة الإدارة

- يقصد بأسلوب التكلفة زائد (+) التسعير هو اضافته نسبه منويهتكلفه السلعه .
- (a) محددته الى
- (b) اقل من
- (c) غير محددته الى
- (d) أكثر من

- أي الاساليب التالية التي تضمن تحقيق الربح مسبقا وذلك بناء على فلسفة عملية التسعير المستندة الى التكلفة
 - (a) اضافة نسبة مئوية غير محددة الى تكلفة السلعة
 - (b) عندما يقوم السعر على مزيج من الربح الكلي وكلفة المنتج
 - (c) اضافة نسبة مئوية من الربح عند تسعير السلعة
 - (d) اعتماد اسعار المنافسين
- عندما تعتمد عملية التسعير على تكلفة السلعة / الخدمة المرغوب في تقديمها إلى السوق فإن ذلك يسمى بفلسفة التسعير المستند إلى
 - (a) التكلفة
 - (b) الربح
 - (c) السوق
 - (d) المنافسة
- عندما يحدد صاحب المشروع الريادي كمية البيع من السلعة الواحد بناء على خصم حجم الكمية على سعر منخفض فإن هذا الاسلوب يسمى
 - (a) التسعير بقصد حفظ المخزون
 - (b) التسعير بقصد تحفيز الزبائن
 - (c) التسعير بهدف دعم صورة المنتج
 - (d) التسعير من اجل زيادة المبيعات
- على اصحاب المشروعات الرياديه عند الرغبة في زياده حجم مبيعاتهم تحديد اسعارهم بناء
 - (a) تكلفه السلعه
 - (b) قيمه المشتريات
 - (c) حجم الطلب
 - (d) كميه البيع

فلسفة عملية التسعير

أولاً: التسعير المستند الى التكلفة: تعتمد عملية التسعير هنا على تكلفة السلعة او الخدمة المرغوب في تقديمها الى السوق، ووفق الاساليب التالية:

- اضافة نسبة مئوية من الربح عند تسعير السلعة وهو الاسلوب المفضل لدى العديد من المنتجين بسبب سهولة الوصول الى السعر المرغوب فيه وذلك من خلال حساب اربح كنسبة مئوية الى مجموع التكاليف المتعلقة بالوحدة المنتجة
- اضافة نسبة مئوية غير محدده الى تكلفة السلعة ويسمى هذا الاسلوب بالتكلفة زائد التسعير
- السعر مزيج من الربح الكلي وكلفة المنتج، ويدعى هذا الاسلوب بطريقة الربح المخطط عند التسعير اذ يضمن هذا الاسلوب تحقيق الربح مسبقا على عكس الاسلوبين السابقين لانهما يركزان على حساب السعر لكل وحدة إنتاج مع الأخذ بالاعتبار تقدير كمية الانتاج الكلي.

ثانياً: التسعير المستند الى السعر التنافسي:

يقوم هذا الاسلوب على تسعير السلعة أو الخدمة، التي يرغب المشروع الريادي في تقديمها انطلاقاً من الوضع التنافسي السائد في السوق بين المشروعات المماثلة أو التي تقدم سلعة مماثلة بديلة. اساليب التسعير التي يمكن ان يختار من بينها المشروع الريادي الصغير ما يساعده على تسعير سلعته أو خدمته استناداً الى الوضع التنافسي هي:

تسعير السلعة كما يسعرها المنافس: بمعنى انه يجب على صاحب المشروع الريادي تسعير سلعته مقارنة بأسعار المنافسين له. **تحديد السعر لتوسيع قاعدة الزبائن:** أو كما تدعى أحياناً **تسعيرة اختراق السوق** والغاية من هذا الاسلوب اختيار السعر المناسب الذي يجذب الزبون ويغريه ويمنعه من السعي وراء سلع المنافسين. البحث عن حصة سوقية اوسع: ويدعى هذا الاسلوب اسلوب تسعير حصة السوق. والغرض من هذا الاسلوب توزيع السلعة في مناطق جغرافية اخرى وبذلك يصبح سوق السلعة واسعا.

ثالثاً : التسعير المستند الى الزبائن:

يرغب اصحاب المشروعات في تحديد سعر مقبول يراه الزبائن انه السعر الذي: يتقارب مع قدراتهم الشرائية يشبع احتياجاتهم من السلع والخدمات المعروضة في السوق يراه اصحاب المشروعات في الوقت نفسه انه السعر الذي يحقق لهم تطلعاتهم نحو البقاء والاستمرارية في العطاء والتنافس مع الغير. -استخدام السعر لدعم صورة المنتج: يتطلع صاحب المشروع أن يكون صورة لدى الزبون من خلال السعر المعلن عنها، ذلك أن البعض منا يعتقد أن سعر السلعة المرتفع يعكس مستوى الجودة في حين ان البعض الاخر يعتقد ان سعاده تكمن في حصوله على السلعة ويسعر منخفض.

- **تحديد السعر بهدف زيادة المبيعات:** تسعى بعض الشركات الى وضع سعر ترويجي بمعنى انها تسعى لاقرار السعر المنخفض بهدف جذب الزبائن الجدد نتيجة تأثرهم بالسعر فيزداد اندفاعهم نحو اقتناء السلع ذات السعر الترويجي.

طرق أخرى:

- 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 قياساً بشراء قطعة واحدة.
- التسعير بقصد حفظ المخزون ولتحفيز الزبائن: يسعى بعض بائعي السلع الى رزم المواد مع بعضها البعض تنويعاً لخفض حجم المخزون منها وتخفيض التكاليف التي يتوقع ان يتحملها البائع.

• للوصول إلى تسعيرة ناجحة للمشروع ينبغي:

- أن تقارن الأسعار مع المنافسين الآخرين
- أن يتمسك المشروع باستراتيجية دقيقة جدا في التسعير
- أن يكون المشروع مرناً في التسعير
- أن تتولى المالية هذه المسؤولية

• أن فهم الإطار الجغرافي والديمقراطي للسوق يندرج تحت إطار :

- تحليل سوات SWOT
- تقسيم السوق
- المزيج التسويقي
- تحليل اثنان من القوى التنافسية الخمس

نصائح لتسعيرة ناجحة

- كن مبدعاً وفكر بطرق جديدة كي تباع أكثر الى الزبائن الحاليين وجذب مجموعات جديدة من الزبائن
- استمع الى زبونك حيث يجب ان تهتم بملاحظات الزبائن وتعليقاتهم وقم بمراجعة ذلك باستمرار لجمع الافكار الجديدة
- قم بواجبك وحافظ على الملاحظات الجيدة للوصول الى السعر الجيد كي تستخدم فرضيات مناسبة في المستقبل
- اعتن بسجلتك حيث ان السجل الجيد سيساعدك في وضع السعر ومتابعة مواصفاته
- اهتم بالاساسيات فاساسيات التسعير هي سعر المنتج والمنافسة والزبائن واتبع طرقاً مختلفة للتسعير كي تحقق الموازنة في الاساسيات
- كن مرناً حيث تجب مراجعة العوامل الداخلية والعوامل الخارجية لحساب تغير السعر ومعرفة اثر ذلك على الحالة الجديدة.

المحاضرة الثالثة عشر

• يؤثر الترويج على عملية الشراء في عدة حالات ما عدا

- (a) الاهتمام بالمنتج
- (b) دفع المشتري للشراء
- (c) خبرة المشتري
- (d) تشجيع عملية تكرار الشراء

• يؤثر الشراء على الترويج من حيث :

- (a) الاهتمام بالمنتج
- (b) لفت الانتباه
- (c) خبرة المشتري
- (d) تشجيع تكرار الشراء

• يعتبر الإعلان أحد أهم عناصر:

- (a) المزيج الترويجي
- (b) المزيج التسويقي
- (c) المزيج الإعلاني
- (d) الاتصال بالعملاء

• أي من العناصر المزيج الترويجي التالية التي عرف عنها بأنها عملية اتصال غير شخصي بين المعلن وجمهوره المستهدف

- (a) الترويج (تنشيط المبيعات)
- (b) البيع الشخصي
- (c) العلاقات العامة
- (d) الإعلان

• من عناصر المزيج الترويجي

- (a) المنتج
- (b) العلاقات العامة
- (c) السعر
- (d) التسويق

• العلاقة بين عملية الشراء وعملية الترويج علاقة:

- (a) طردية
- (b) عكسية
- (c) متبادلة
- (d) ذات اتجاه واحد

• تستخدم الاقناع وتقليل مخاطر الشراء كعامل على تأثير عملية

- (a) الشراء في عملية الترويج
- (b) الترويج في عملية الشراء
- (c) الترويج في عملية التسويق
- (d) التسويق في عملية الترويج

• أحد العناصر التالية لا يدخل ضمن عناصر المزيج الترويجي :

- (a) الإعلان
- (b) البيع الشخصي
- (c) التسعير
- (d) العلاقات العامة

عناصر المزيج الترويجي
 ١- الإعلان ٢- البيع الشخصي ٣- تنشيط المبيعات ٤- العلاقات العامة
 إثر عملية الشراء على الترويج
 يؤثر الشراء على الترويج ويؤثر الترويج على الشراء: علاقة متبادلة
 يؤثر الترويج على الشراء
 (١) الوصول للمقررين
 (٢) لفت الانتباه
 (٣) الاهتمام بالمنتج
 (٤) الاقناع وتقليل مخاطر عملية الشراء
 (٥) دفع المشتري للشراء
 (٦) تشجيع عملية تكرار الشراء
 يؤثر الشراء على الترويج:
 (١) طبيعة المنتج.
 (٢) خبرة المشتري
 (٣) تعداد البدائل والمنافسة

- تعتبر أهم عناصر المزيج الترويجي غير المباشرة والتي يستخدمها رجال التسويق للاتصال بالسوق والترويج للمنتجات:

(a) الإعلان

- (b) الشراء
- (c) البيع الشخصي
- (d) تقسيط المبيعات

- عملية اتصال غير شخصية بين المعلن وجمهور المستهدف هو :

- (a) البيع الشخصي
- (b) تنشيط المبيعات
- (c) اتصالات شخصية
- (d) الإعلان

المزيج الترويجي والصورة الذهنية للمنظمة.

وينبغي هنا عدم النظر إلى المزيج الترويجي بنظرته الضيقة وإنما بنظرة واسعة تتعامل معه من خلال أن كل ما تفعله المنظمة له تأثير ترويجي لأن كل نوع من الاتصالات له تأثير ترويجي:

- فكل عملية إنتاج
- وتنويع
- وتطوير المنتجات
- وتمييز وتعبئة
- وتسعير
- وتوزيع
- وما يفعله الأفراد وغيرها له أثر في ذلك

الإعلان

- يعتبر الإعلان أهم عناصر المزيج الترويجي غير المباشرة والتي يستخدمها رجال التسويق للاتصال بالسوق والترويج لمنتجاته. 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 الإفصاح عن شخصية المعلن.

- الرسالة الإعلانية هي ترجمه لأفكار نود نقلها إلى الجمهور في شكل عبارات قد تعتمد على:

- (a) صور رمزيه
- (b) حقائق
- (c) حقائق أو صور رمزيه أو كلاهما
- (d) ليست مما ذكر

- تعتمد على صور رمزية وحقائق أو كلاهما :

(a) الرسالة الاعلانية

- (b) رسالة الشركة
- (c) الخطة الاعلانية
- (d) خطة التسويق

- هي ترجمه الأفكار التي يتم نقلها للجمهور المستهدف في شكل عباره او مجموعه عبارات ، والتي تعتمد على صور رمزيه و / أو حقائق :

- (a) الاستراتيجيات الاعلانية
- (b) الأهداف الاعلانية
- (c) الخطة الاعلانية
- (d) الرسالة الاعلانية

- من أهداف الرسالة الاعلانية :

- (a) أهداف تعريفية فقط
- (b) أهداف تعريفية وتذكيرية
- (c) أهداف تعريفية وتذكيرية وتعليمية
- (d) أهداف تعليمية فقط

• أول مراحل الإعلان:

- (a) اختيار الاستراتيجية الاعلانية
- (b) تحديد الأهداف الاعلانية
- (c) صياغة الرسالة الاعلانية
- (d) تصميم الخطة الاعلانية

• من صفات الأهداف الاعلانية :

- (a) الاهداف الغير محدد كميا
- (b) الاهداف المحدد كميا
- (c) الاهداف الغير قابلة للقياس
- (d) الاهداف لا يمكن تحقيقها

• أحد العوامل التالية لا يقع ضمن اهم أساليب تحديد الموازنه الاعلانية :

- (a) الجمهور المستهدف
- (b) الطرق الكمية
- (c) التقدير الشخصي
- (d) المنافسين

• أحد الوسائل التالية لا يؤثر في اختيار وسائل النشر لإعلانات المنظمة

- (a) التوزيع
- (b) التكلفة
- (c) تحرير الرسالة
- (d) وسيلة النشر

• الطرق الكمية تعتبر أحد أساليب :

- (a) تحديد الموازنة الاعلانية
- (b) تحديد الوسيلة الاعلانية
- (c) تقييم الاعلان
- (d) الاستراتيجية الاعلانية

• مواجهة منافس السوق من بداية المشروع الصغيرعلى عمليه الابداع :

- (a) يعيق
- (b) يساعد
- (c) يقتل
- (d) يستبعد

أرجو مراجعة الدكتور للتأكد من الأجابة حيث لاتوجد
إجابة صريحة تصنف لأي محاضرة

مراحل الاعلان

١ - تحديد الاهداف الاعلانية.	٢ - اختيار الاستراتيجية الاعلانية.	٣ - صياغة الرسالة الاعلانية.
٤ - تصميم الخطة الاعلانية.	٥ - اختيار الوسيلة / الوسائل الاعلانية.	٦ - تنفيذ الخطة الاعلانية.
٧ - تقييم الاعلان.		

أولاً: أهداف الإعلان

- ١- تقدير النفقات اللازمة لخطة الإعلان.
- ٢- توجه الإدارة نحو الاستراتيجيات المناسبة لتحقيق الأهداف وكذلك الوسائل المناسبة لذلك.
- ٣- توجيه جهود وإمكانات المنشأة نحو تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية خلال الخطة الإعلانوية.
- ٤- تستخدم الأهداف كأساس لقياس وتقييم الحملة.

صفات الأهداف الإعلانية:

- ١- أن تكون الأهداف محددة كمياً.
- ٢- تحديد الجماهير المستهدفة للحملة.
- ٣- تحديد المستوى الذي عليه العوامل المطلوب تطويرها قبل الحملة

ثانياً: استراتيجيات الإعلان

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

ثالثاً: صياغة الرسالة الاعلانية

هي ترجمة الأفكار التي نود نقلها الى الجمهور المستهدف في شكل عبارة أو مجموعة عبارات، والتي قد تعتمد على حقائق أو صور رمزية أو كلاهما
أهداف الرسالة:

١ - أهداف تعريفية.	٢ - أهداف تعليمية.	٣ - أهداف تذكيرية
--------------------	--------------------	-------------------

رابعاً: اختيار الوسيلة

المراحل التي تمر بها الرسالة:

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

عناصر الرسالة الاعلانية:

- ١- تصميم الهيكل ٢- تحرير الرسالة ٣- الإخراج

اختيار وسائل النشر:

١. تحديد فئة الوسيلة (التلفزيون مثلاً)
 ٢. تحديد نوع الوسيلة (أي قناة تلفزيونية).
 ٣. موقع الرسالة في الوسيلة (متى سيعرض وما هو مكانه)
- الوسائل التي تؤثر في اختيار وسائل النشر

١- التوزيع ٢- الجمهور ٣- التكلفة

١. نسبة من المبيعات السابقة، الحالية، المتوقعة.
٢. وفقا للمنافسين.
٣. التقدير الشخصي.
٤. الطرق الكمية.
٥. تكلفة تحقيق الاهداف

سادسا: تقييم الإعلان

- تقييم نتائج الاعلان (قبلي وبعدي).
- تقييم جودة الاعلان: يضاف على تقييم نتائج الاعلان أن يتم تقييم تحقق التالي

للجمهور المستهدف من الإعلان

- | | |
|---|----------|
| ✓ | الانتباه |
| ✓ | الاهتمام |
| ✓ | الرغبة |
| ✓ | السلوك |

المحاضرة الرابعة عشر

• من الإشكاليات التي تتنافى وأخلاقيات العمل هو ما يعرف بتضارب المصالح والذي يعني:

- (a) تضارب مصلحة المنظمة مع المصلحة العامة
- (b) تضارب مصلحة الفرد مع مصلحة المنظمة
- (c) الإجابة أ وب
- (d) تضارب مصلحة صاحب المشروع مع مصلحة الوظيفة

الإشكاليات الأخلاقية في مكان العمل:

- تضارب المصالح. بين مصلحة الفرد ومصلحة المنظمة (الهدايا والرشاوي)
- ثقة الزبون. تسريب معلومات عملاء المنظمة لخصومه.
- التمييز. حجب التوظيف أو التعيين عن شخص معين بسبب عرقه أو جنسه.
- التجاوز أو التحرش. تصرفات تسبب عدم الشعور بالراحة في مكان العمل باللفظ أو بالفعل.
- موارد المنظمة. تسخير موارد المنظمة لأغراض شخصية وأهدارها.
- الاتصالات. حدوث خلل عند نقل المعلومات بين مختلف الأطراف إما بالكذب أو المبالغة أو ببث الإشاعات.

• من العوامل المؤثرة في السلوك الأخلاقي للفرد ما يلي:

- (a) تكوينه عائلي
- (b) تكوينه الشخصي
- (c) الإجابة أ وب
- (d) ليست مما ذكر

العوامل المؤثرة في السلوك الأخلاقي:

- الفرد. يتأثر سلوك الفرد بتكوينه العائلي والشخصي من خلال قيمه الدينية ومعايير الشخصية (ويبنى المدير تصرفاته من خلال هذا التكوين)
- المنظمة. من خلال ما يسمى بالثقافة التنظيمية (وهي مجموعة القيم والأعراف المشتركة التي تتحكم بالتفاعلات بين أعضاء المنظمة وكذلك مع الأطراف الخارجية)
- البيئة. وتتمثل في القوانين الحكومية وتشريعاتها وبالقيم والأعراف الاجتماعية السائدة

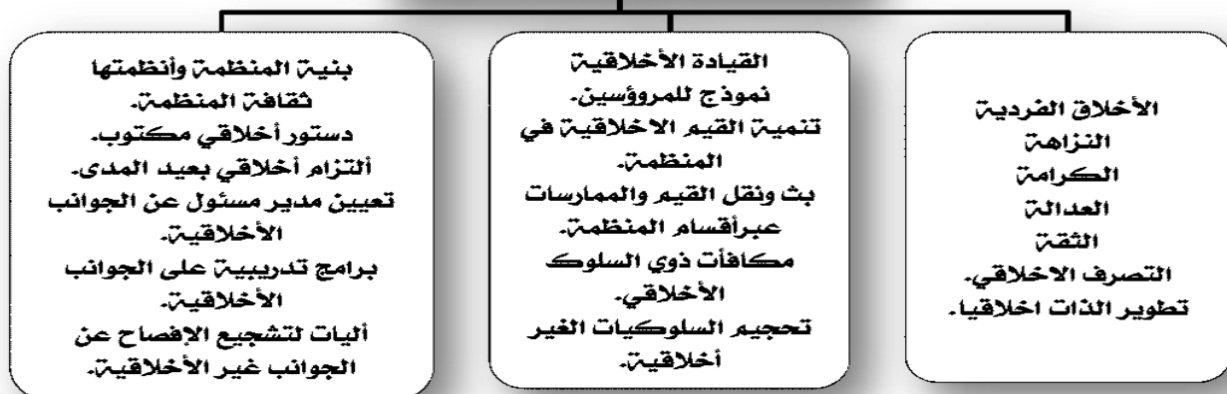
• أن ما يؤثر في السلوك الأخلاقي للمشروع الصغير هو:

- (a) الثقافة التنظيمية
- (b) الوصف الوظيفي
- (c) الهيكل التنظيمي
- (d) لأشياء مما سبق

• للوصول إلى منظمة أخلاقية يجب أن يتوفر فيها:

- (a) التزام أخلاقي بعيد المدى
- (b) دستور أخلاقي مكتوب
- (c) آليات لتشجيع الإفصاح عن الجوانب الغير أخلاقية
- (d) جميع ما ذكر

المنظمة الأخلاقية



- نظام تحاول المنظمات فيه ايجاد علاقات متوازنة لمصالح كافة الاطراف وخاصة المستثمرين والادارة والعاملين

(a) الحاكمية المؤسساتية

(b) المواطنة المتساوية

(c) المواطنة المؤسساتية

(d) القيادة الإدارية

- من المداخل المختلفة لتفسير الاخلاق مدخل يستند إلى معاملة الناس بنزاهة وحيادية وهو:

(a) المنفعي

(b) الفردية

(c) الحقوق

(d) العدالة

- من المداخل المختلفة لتفسير الأخلاق – مدخل يستند إلى معاملة الناس بنزاهة وحيادية و الذي يعرف بمدخل :

(a) المنفعة

(b) العدالة

(c) الحقوق

(d) الفردية

- من استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية ما يعرف حيث تقوم المنظمة بالحد الأدنى القانوني المفروض من الدور الاجتماعي لحماية المنظمة :

(a) باستراتيجية التكيف

(b) باستراتيجية المبادرة الطوعية

(c) باستراتيجية الدفاعية

(d) باستراتيجية الممانعة

- أحد المداخل التي تفسر اخلاقيات الاعمال ما يعرف بمدخل الفردية والذي يستند على المنفعة الشخصية الذاتية على المدى

(a) القصير

(b) المتوسط

(c) هذا ليس مدخل الفردية ؛ انما مدخل العدالة

(d) الطويل

- عند حجب التوظيف او التعيين عن شخص معين بسبب عرقه او جنسه فان ذلك يعد أحد اشكال ... في مكان العمل

(a) تضارب المصالح

(b) التمييز

(c) التجاوز

(d) انعدام الثقة

- ان وجود دستور اخلاقي مكتوب للمنظمة يعد احد عوامل التي تساعد في بناء المنظمة الاخلاقية

(a) بنية المنظمة وانظمتها

(b) الاخلاق الفردية

(c) القيادة الاخلاقية

(d) التدريب الاخلاقي

- من أبرز العلماء الذين يعارضون المسئولة الاجتماعية التي يجب ان تتحملها المنظمة من اجل زيادة رفاهية المجتمع والعناية بمصالحه

(a) ادم سميث

(b) ملتون فريدمان

(c) ماكس فيبر

(d) باول سامولسون

أسئلة لم تصنف لأي محاضرة:

في ظرف عدم التأكيد ... غير موجود في المحتوى ولكن احتمال الجواب يكون د

(a) البيانات والمعلومات كاملة وشاملة

(b) البيانات والمعلومات تكفينا من عمل احتمالات

(c) نقص في المعلومات

(d) نقص في البيانات والمعلومات حيث لا نستطيع عمل احتمالات

