



مفهوم المشروعات الصغيرة

يختلف بين الدول المتقدمة والنامية ومن ناحية أخرى من حيث طبيعة نشاط المشروع إذا ما كان صناعي أو زراعي أو تجاري أو حرفي، فالمشروعات التي تعمل في مجال الصناعة تختلف عن تلك التي تعمل في مجال الزراعة أو تلك التي تعمل في مجال تقديم الخدمات وحتى في المجال الواحد تختلف المشروعات الصغيرة عن بعضها البعض، فالمشروعات الصغيرة التي تعمل في مجال صناعة السيارات تختلف عن المشروعات الصغيرة التي تعمل في مجال صناعة الملابس.



تعريف المشروع الصغير

المشروع الصغير هو الذي يعمل به صاحب المشروع من اجل انتاج وبيع خدمات او منتجات ويخدم السوق المحلية بهدف ايجاد مصدر دخل





ملتقى المعارف الزراعية الفلسطينية Palestinian Agricultural knowledge forum



وزارة الاقتصاد الوطني

المنشآت الاقتصادية في فلسطين تصنف إلى خمسة تصنيفات على أسس المعايير المبينة في الجدول الآتي:

المبيعات السنوية Annual Turnover	عدد الموظفين Number of employees	التصنيف Classification
يشترط ألا يتجاوز حجم المبيعات 100 ألف دولار أمريكي provided that turnover does not exceed USD 100.000	4-1	متناهية الصغر (Micro)
يشترط ألا يتجاوز حجم المبيعات 200 ألف دولار أمريكي provided that turnover does not exceed USD 200.000	9-5	صغيرة جدا (Very Small)
يشترط ألا يتجاوز حجم المبيعات 500 ألف دولار أمريكي provided that turnover does not exceed USD 500.000	19-10	صغيرة (Small)
يشترط ألا يتجاوز حجم المبيعات 2 مليون دولار أمريكي provided that turnover does not exceed USD 2.000.000	49-20	متوسطة (Medium)
حجم المبيعات أعلى من 2 مليون دولار أمريكي More than USD 2.000.000	+50	كبيرة (Large)



أهداف المشاريع الصغيرة



تمرين عملي، سيقوم
أحد المشاركين بدور المدرب

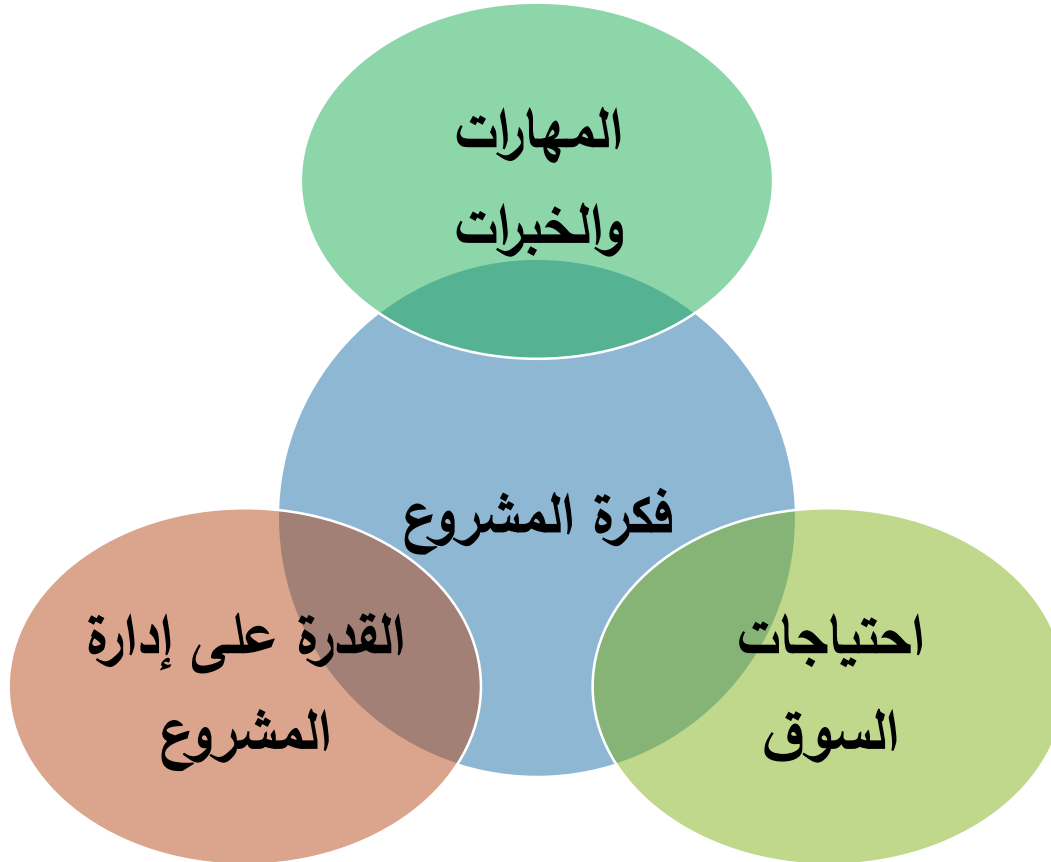


أهداف المشاريع الصغيرة

- ✓ توفير مصدر دخل لصاحب المشروع والأسرة.
- ✓ تحسين الدخل الحالي لصاحب المشروع والأسرة
- ✓ التشغيل الذاتي للأفراد والخريجين.
- ✓ توفير السلع والخدمات والمنتجات التي تلبى احتياجات المجتمع أو تحل مشاكلهم.
- ✓ القدرة على الإبداع والابتكار.
- ✓ المساهمة في إعداد وتأهيل العمالة الماهرة.
- ✓ يمكن أن يتحول إلى مشروع كبير أو شركة مستقبلاً.



ملتقى المعارف الزراعية الفلسطينية
Palestinian Agricultural knowledge forum





اختيار فكرة المشروع

يخطئ العديد من الأشخاص الذين يفكرون في إنشاء مشروع بما لا يتناسب مع ميولهم وقدراتهم بالإضافة إلى حاجة السوق حيث يقومون بتقليد الآخرين دون المعرفة ما إذا كان هذا المشروع يتناسب معهم، ويقضى البعض الآخر وقته حائراً في اختيار نوعية المشروع المناسب له والذي يرغب البدء فيه ويبحث عن الأفكار المساندة لبداية المشروع



اختيار فكرة المشروع

التفكير والتعمق في وضع خطة عمل محكمة صحيحة، يجب على الشخص صاحب الفكرة طرح الأسئلة التالية على نفسه:

- هل لدى القدرات الإدارية والمهنية لتنفيذ المشروع؟
- هل تلبى هذه الفكرة حاجة السوق؟
- هل ستحقق لي هذه الفكرة الأرباح؟
- هل ستكون منتجات المشروع مقبولة في السوق؟
- كيف سيتم تنفيذ المشروع؟
- من أين سيتم تمويل المشروع؟
- ما هي احتياجات المشروع من الآلات والمعدات والمواد الخام وما هي التكاليف؟
- كيف سيتم التسويق للمشروع؟



اختيار فكرة المشروع

تمرين عملي جماعي



اختيار فكرة المشروع

مصادر توليد / ايجاد فكرة المشروع

- التخصص العلمي أو المهني.
- الخبرة العملية.
- الهواية والاهتمام الخاص.
- البحث عن حاجات ورغبات ومتطلبات السوق.
- ابتكار طرق جديدة لمعالجة بعض الأمور الموجودة.





زراعية وانتاج حيوانى



تجارية

انواع المشاريع الصغيرة



صناعية / إنتاجية



خدماتية



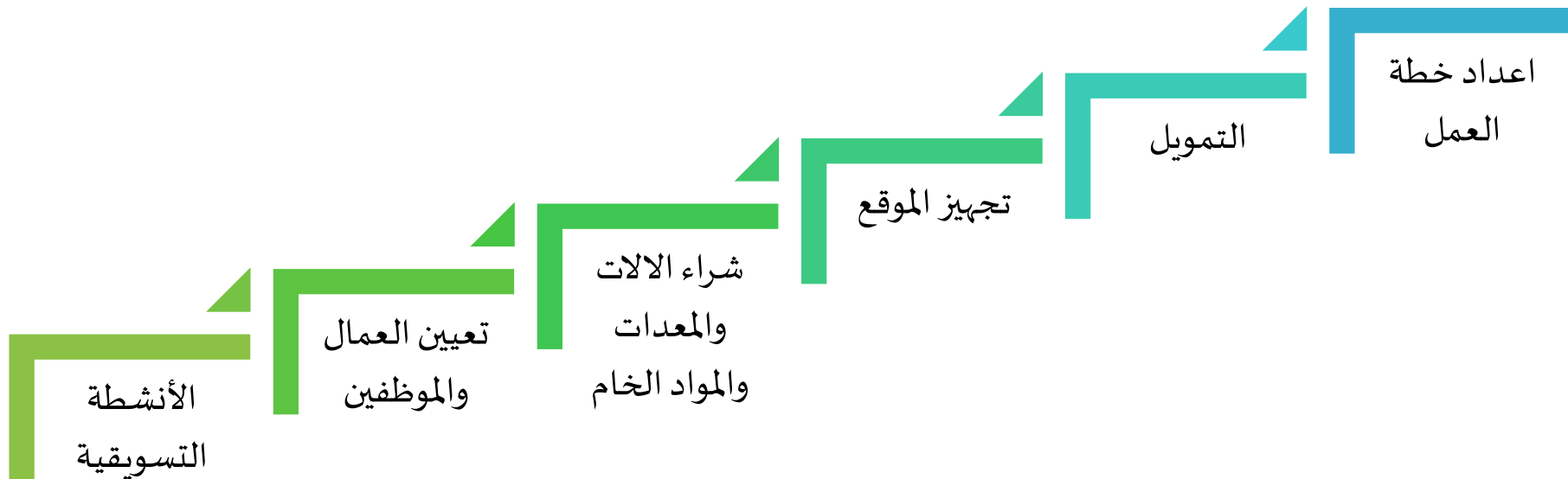
أنواع المشاريع الصغيرة

- **المشاريع إنتاجية / صناعية:** هي المشاريع الصغيرة وورش إنتاج سلع استهلاكية تقوم بتحويل المواد الخام إلى منتجات نهائية.
- **المشاريع الخدمائية:** كل مشروع يقدم خدمة للمستهلك مثل إصلاح السيارات-خدمات مكتب كمبيوتر-خدمات سياحية.
- **المشاريع التجارية:** المشروعات التي تقوم بشراء سلعة واعادة بيعها لتحقيق ربح سواء تجارة الجملة او التجزئة.
- **المشاريع الزراعية والانتاج الحيواني:** كافة المشاريع المرتبطة باستصلاح الأراضي وزراعتها وتربية الحيوانات والطيور والدجاج والنحل والاسماك.



مرحلة التأسيس وبدء العمل

في هذه المرحلة يتم تحديد المسؤوليات والمهام المطلوبة من الأشخاص القائمين على المشروع واعداد هيكلية وتنظيم للعمليات الداخلية في المشروع وشراء الآلات والمعدات والمواد الخام المطلوبة كذلك المخرج النهائي من المنتجات إجراء أنشطة التسويق اللازمة





أسباب نجاح المشاريع الصغيرة





أسباب نجاح المشاريع الصغيرة



تمرين عملي جماعي





أسباب نجاح المشاريع الصغيرة

١. اختيار المشروع المناسب.
٢. دراسة المشروع دراسة كاملة.
٣. اختيار الأشخاص المناسبين للعمل في المشروع (فريق العمل).
٤. الإدارة الجيدة للمشروع.
٥. الاهتمام بالتسويق للمشروع.
٦. الجودة العالية والسعر المعقول.
٧. ترشيد النفقات.
٨. الاهتمام بالزبائن.
٩. رعاية وحفظ النقدية.
١٠. التعلم والتطوير المستمر.



التسويق

عبارة عن فن يقوم على معرفة مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى إشباع و إرضاء حاجات ورغبات الزبائن من خلال عملية خلق و عرض المنتجات بمستوى عالي ضمن إطار البيئة التسويقية.



هل يوجد في المشروع حالياً؟

٢- بطاقة
للمشروع



١- شعار
للمشروع



٣- صفحة للمشروع
على مواقع التواصل
الاجتماعي



٤- يافطة



اذا لا يوجد، ما هي الاسباب؟



نقاش جماعي: كيف يتم حالياً تسويق المنتجات والخدمات في المشروع

تسويق منتجات المشاريع





دراسة وتحليل السوق





عند إجراء دراسة السوق يجب معرفة ما يلي:

١. من هم الزبائن المحتملين والزبائن الفعليين؟
٢. في أي مناطق يتواجد الزبائن؟
٣. ما هي عادات التسوق والشراء لدى الزبائن؟
٤. ما هو حجم السوق المستهدف؟
٥. كم يرغب الزبائن المحتملين في الدفع؟
٦. من هم المنافسين في السوق؟
٧. ما هي نقاط القوة والضعف للمنافسين؟

من هو الزبون؟



حاجة أو رغبة

هو فرد او كيان لديهم الحاجة والرغبة والمقدرة
المادية والاستعداد لشراء منتجات معينة.



المقدرة المالية



الاستعداد للدفع

WE LOVE OUR CUSTOMERS



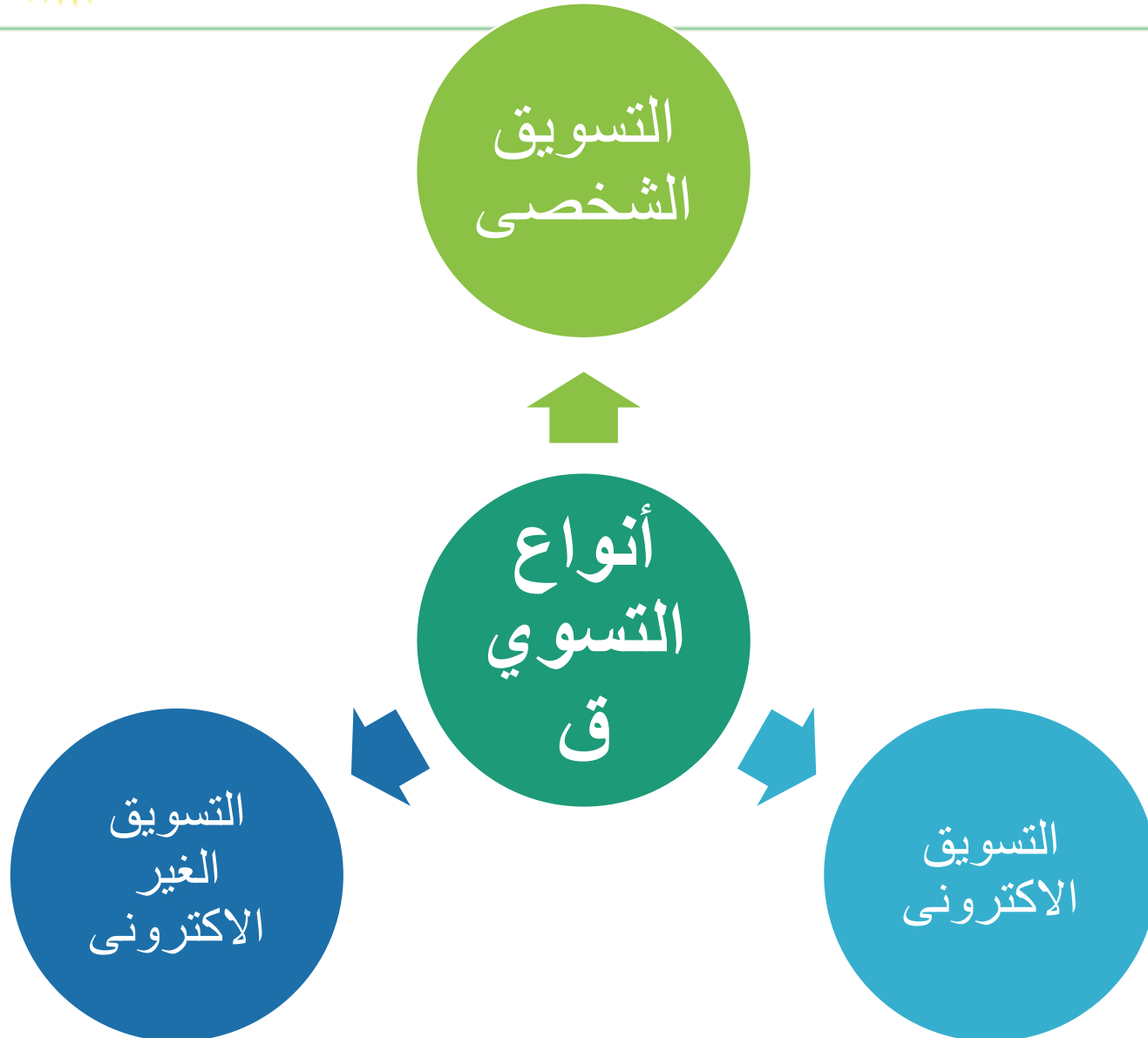
مهارات وفن التعامل مع الزبائن

١. إيجاد لغة تفاعلية بينك وبين الزبون فطريقتك بالتواصل معه مهمة جداً لتفهمه ويفهمك.
٢. التحلي بالأمانة ليثق الزبون بك فأنت تحمل مسؤولية منتجاتك.
٣. القدرة على إقناع الزبون بأهمية منتجك وفائدته.
٤. عرض منتجك بشكل ملفت للزبائن.
٥. رحب بالزبون حتى ولم يشتري منك وأعط فكرة وسمعة حسنة عنك.
٦. التحلي بأسلوب طيب ومرح لخلق جو إيجابي بينك وبينه.



(تابع) مهارات وفن التعامل مع الزبائن

٧. الالتزام بالإتيكيت وأخلاق العمل بالتعامل مع الزبائن فابتسم عند لقاءك بالزبون ولا تعارض ولا تجادل.
٨. الثقة بالنفس، عليك أن تثق بنفسك وتفرض شخصيتك ليهتم الزبائن بمنتجك .
٩. التحلي بذاكرة قوية لتتذكر زبائنك وبضائعك.
١٠. تقديم هدية وخاصة إذا كانت المرة الأولى التي يشتري منك فهذه الطريقة تجذب الزبون.
١١. الصبر على الزبائن وتقبل انتقاداتهم وآرائهم بمنتهى الإيجابية.





أولاً: التسويق الشخصي

- المظهر الشخصي لصاحبة المشروع و الزي الخاص بالعمل.
- معرفة التامة لصاحبة المشروع بالمنتج أو الخدمة.
- البنس كارد لصاحبة المشروع.
- الشكل العام للمشروع و نظافته.
- السمعة التي يتمتع بها المشروع
- التميز في تقديم المنتج أو الخدمة.
- التواصل مع الصحافة لنشر منتج جديد أو افتتاح فرع جديد، الهدف منه الانتشار و التوسع.
- شعار المشروع يجب أن يكون مميزاً و معبراً عن اسم المشروع



ثانياً: التسويق الغير الالكتروني

- التسويق عن طريق الجرائد و المجالات الإعلانية.
- التسويق عن طريق البريد العادي.
- التسويق عن طريق اللوحات الإعلانية والملصقات.
- التسويق عن طريق المشاركة في الفعاليات المجتمعية و المهرجانات.
- البوستر و البروشور و الكاتلوج.
- الهدايا و الخصومات و القسائم الشرائية.



ثالثاً: التسويق الالكتروني

- التسويق عن طريق الانترنت أو المواقع الالكترونية
- التسويق عن طريق البريد الالكتروني.
- التسويق عن طريق الهاتف.
- التسويق عن طريق الرسائل النصية.
- التسويق عن طريق التلفاز.
- التسويق عن طريق الراديو.



وسائل التسويق الالكترونية

- مواقع التواصل الاجتماعي.
- فيس بوك، تويتر، يوتيوب، انستاغرام، تيك توك، واتساب، سناب شات، تلغرام،.....الخ.
- مجموعات متخصصة.
- مجموعات مفتوحة او مغلقة على احدى وسائل التواصل الاجتماعي متخصصة بموضوع المبادرة او بالمبادرات.
- البريد الالكتروني.
- تطبيقات موبايل مختلفة.

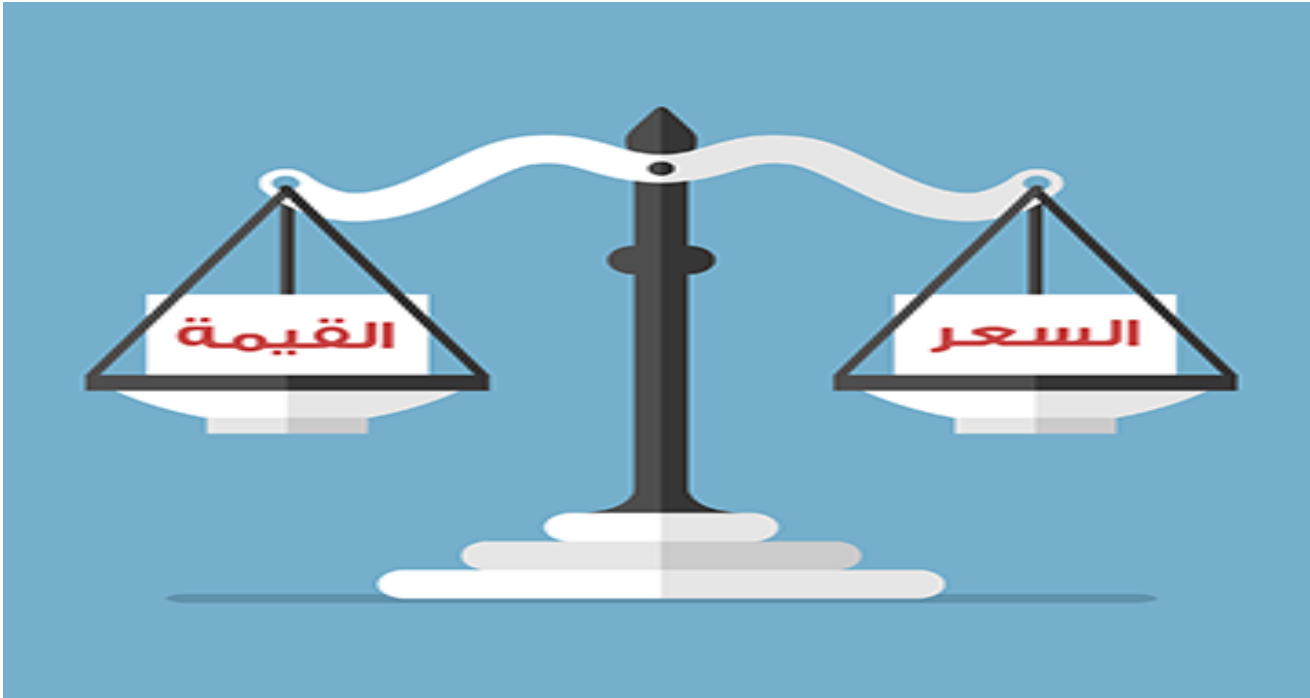


خطوات التسويق الالكتروني

- تحديد وسيلة النشر.
- اعداد المحتوى (كتابة، تصميم، صور، فيديو).
- نشر المحتوى.
- متابعة الردود على المحتوى المنشور.

تسعير المنتجات فى المشاريع الصغيرة

نقاش جماعى: كيف يتم تسعير المنتجات والخدمات فى المشروع





تسعير المنتجات في المشاريع الصغيرة

الهدف من المشروع تحقيق الربح. العديد من المشاريع الصغيرة تفشل في ذلك لأن أصحابها لا يعرفون كيفية تسعير منتجاتها أو خدماتها، ولكن التسعير هو عنصر حاسم لتحقيق الربح.



تسعير المنتجات في المشاريع الصغيرة

١) فهم تكاليف الخدمة / المنتج

كل خدمة/ منتج له تكاليف مختلفة، لكن العديد من المشاريع الصغيرة تفشل في تحليل التكلفة الإجمالية لخدماتها/خدماتها، وبالتالي تفشل في تسعيرها بشكل مربح. من خلال تحليل تكلفة كل خدمة يمكن تحديد سعرها لتعظيم الأرباح وتجنب الخدمات غير المربحة.

- تكاليف المواد الخام
- التكاليف التشغيلية (مياه، كهرباء، اتصالات، انترنت)
- تكاليف أجور العاملين
- تكاليف التسويق
- تكاليف الاهلاك للاصول الثابتة (الالات والمعدات)



تسعير المنتجات في المشاريع الصغيرة

(٢) أسعار المنافسين

التسعير لا يقتصر فقط على تحقيق الربح وتغطية النفقات، إنه يتعلق أيضاً بالمكان الذي تريده لنفسك في السوق، أين تريد علامتك التجارية ربما كنت تريد أن تكون المنافس الراقى لشخص هو في وضع منخفض في السوق، أو العكس. المفتاح هو تحديد ما يجب القيام به لتحصل على أفضل تغلغل في السوق في أسرع وقت ممكن، وتوسيع قاعدة العملاء الخاصة بك وفقاً لما لا يقوم منافسوك به بالنسبة لتسعير منتجاتهم .

نصيحة: لا تحاول أن تتنافس مع أسعار المشاريع الكبيرة لأنهم يشترون بكميات كبيرة وتكلفتهم بالنسبة لكل وحدة أقل. بدلاً من ذلك، تسليط الضوء على عوامل أخرى، مثل خدمة الزبائن



تسعير المنتجات في المشاريع الصغيرة

٣) جودة المنتجات

تأكد من أنك تعرف كم دفعت فعلياً على منتج معين أو خدمة معينة حتى تتمكن من معرفة ما اذا كان ذلك هو حقا مناسباً لهذا المنتج.

الميزة التنافسية





الميزة التنافسية

هي الطريقة التي يستطيع بها المشروع أن يميز بها نفسه عن منافسيه ويحقق لنفسه التفوق والتميز والنجاح.

نقاش جماعى: ما هى الميزة التنافسية لمشروعك



البيئة الداخلية والخارجية للمشروع



بيئة
المشروع

بيئة
الخارجية

بيئة
الداخلية

التحديات

الفرص

نقاط
الضعف

نقاط القوة



البيئة الداخلية للمشروع / الوضع الداخلي (نقاط القوة – نقاط الضعف)

نقاط القوة:

نقاط القوة في أي مشروع هي عبارة عن مصادرها ومصدر قوتها وقدراتها المتوفرة والتي يمكن استخدامها لإيجاد ميزات تنافسية في السوق.

فهي تلك الجوانب التي تستطيع أن ينافس بها المشروع في الأسواق، بمعنى أنها العوامل الذاتية والإمكانات الداخلية الموجودة فعلاً والتي تؤثر إيجاباً، وتساعد على استغلال الفرص المتاحة والممكنة، وعلى مكافحة التهديدات.



البيئة الداخلية للمشروع / الوضع الداخلي (نقاط القوة – نقاط الضعف)

نقاط الضعف:

نقاط الضعف هي العوامل الداخلية في المشروع والتي تؤثر سلباً على نشاط المشروع.

بمعنى أي ظروف وعوامل نقص داخلية موجودة فعلاً تعيق القدرة على استغلال الفرص. كما أن الغياب الفعلي لنقاط القوة ما هو إلا نقاط ضعف تواجه المشروع.

نقاط القوة الداخلية

كيفية المحافظة عليها وتعزيزها	نقاط القوة	#
		١
		٢
		٣
		٤
		٥

نقاط الضعف الداخلية

كيفية يمكن التغلب عليها	نقاط الضعف	#
		١
		٢
		٣
		٤
		٥



البيئة الخارجية للمشروع / الوضع الخارجي (الفرص – التهديدات)

الفرص:

العوامل الخارجية التي تصب في مصلحة المشروع،
بمعنى أيّ ظروف أو اتجاهات خارجية ذات أثر إيجابي مكّنت أو
تمكّنت فرصة للتطور والنمو، قد ينتج أحياناً عن تحليل البيئة الخارجية
للمشروع بعض الفرص لتحقيق الأرباح والنمو للمشروع.



البيئة الخارجية للمشروع / الوضع الخارجي (الفرص – التهديدات)

التهديدات:

أى ظروف أو اتجاهات خارجية قد تؤثر بشكل سلبي على المشروع،
وهى عامل مهدد أو قد تسبب خسائر وأضرار للمشروع كما أن أي
تغييرات تنشأ في البيئة الخارجية قد ينتج عنها تهديدات تؤثر على
المشروع وأدائه بشكل مباشر

الفرص الخارجية

#	الفرص	كيفية يمكن الاستفادة منها
١		
٢		
٣		
٤		
٥		

التهديدات الخارجية

كيفية يمكن السيطرة والتغلب عليها	التهديدات	#
		١
		٢
		٣
		٤
		٥



التكاليف

هي التضحية بالأموال من أجل انتاج وتقديم السلع والخدمات للزبائن، ويمكن قياس التضحية بواسطة النقدية المنفقة أو الممتلكات المحولة أو الخدمات وما الى ذلك.



التكاليف

تصنيفات التكاليف:

(١) مواد خام مباشرة:

وهي كافة المواد الخام التي أصبحت جزء لا يتجزأ من المنتج النهائي، كذلك جميع المواد التي تدخل في عملية الإنتاج مباشرة

(٢) العمال المباشرين:

وهي العمالة التي على علاقة مباشرة بتصنيع المنتج.

(١) عبء الانتاج:

هي كافة التكاليف الخاصة بالتصنيع ما عدا المواد المباشرة والعمالة المباشرة مثل: الإيجارات، الضرائب، التأمين،،،، الخ.

(٢) مصاريف المبيعات:

هي كافة المصاريف المرتبطة بالحصول على المبيعات وتوصيل المنتج على سبيل المثال مصاريف الدعاية والتسويق

تكاليف مباشرة

تكاليف غير مباشرة