

ملزمة

# الرخصة المهنية العلوم الإدارية



جميع الحقوق محفوظة  
Majidaath@outlook.com

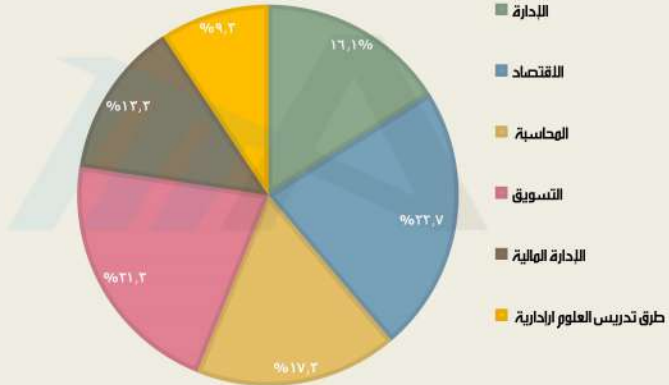
Majidaath@outlook.com

Majidaath@outlook.com

**بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ**

من الأفضل أن تكون جاهزا لفرصة وألا تأتيك  
عن أن تأتيك فرصة ولا تكون جاهزا لها  
كن مستعداً

الوزن النسبي



## محتوى الاختبار والوزن النسبي

الوزن النسبي %	رقم المعيار	المجال
٥,٣	١	الإدارة
١٠,٨	٢	
٩,٣	٣	الاقتصاد
٦,٧	٤	
٦,٧	٥	
٥,٣	٦	المحاسبة
٦,٧	٧	
٥,٣	٨	
٩,٣	٩	التسويق
٨	١٠	
٤	١١	
٤	١٢	الإدارة المالية
٥,٣	١٣	
٤	١٤	
٤	١٥	
٥,٣	١٦	طرق التدريس ومهارات تعليم العلوم الإدارية
٥,٣	١٦	
١٠٠		المجموع

## المعيار 01

### توثيق المفاهيم الأساسية لتأهيل عمال الإدارة وإنتاجها الحثيثة

#### المؤشرات :

- 1- يوضح مفهوم عمال الإدارة ويحدد أهدافه وأهميته وربطها بين مخطته
- 2- يعرف مفهوم القيادة الإدارية ويرين أهميتها ويعلق بين أبرز السمات القيادية الحديثة التي تسهم في نجاح المنظمات
- 3- يحدد مفهوم إدارة الجودة الشاملة ويشرحها ويصيرها برنامجاً تطبيقياً ومجسماً
- 4- يعرف مفهوم خطة الأعمال وأهميتها وتطبيقاتها ويريد خصائص خطة الأعمال وربطها بين المشيئة الرادي والمشاريع التطبيقية

## المعيار 03

### وعرفة المفاهيم الأساسية لاجلادى علم الاقتصاد الجزلى وأدرك أساسياته وتحليل قضاياها البسيطة واستنتاج العوامل المؤثرة في اقتصاديات العمل

#### المؤشرات :

- 1- يوضح مفهوم علم الاقتصاد ويعرّفه ويرين علاقته مع الاقتصاد العام والجزى
- 2- يربط بين مفهوم المخرجات الأساسية والموارد الاقتصادية ويريد مخرجاتها ويشرح بعضها
- 3- يحدد مفهوم العرض والطلب الاقتصادي ويرين ألياتهما من خلال الطلب الاقتصادي العرضي
- 4- يعرف مفهوم العرض والطلب ويشرح بعضها ويرين ألياتهما ويحدداتها ويرين بين أليات العرض والطلب
- 5- يربط بين أليات العرض والطلب وبينها الاقتصادية ويرينها ويريد خصائصها وأليات التفاعل فيما
- 6- يعلق التفاعل بين العرض والطلب والتوازن بينهما كما ويرينها
- 7- يحدد العوامل المؤثرة في أليات العرض والطلب على العمل الأوجهة بالقرعة والمنتجات ويريد سوق العمل في الاقتصاد الكمية المتغيرة ويريد تحديد القدرة التنافسية لكل من أليات العرض والطلب وربطها بين العمل

## المعيار 02

### وعرفة وظائف الإدارة ووظائف المنظمة وأدوارها الرئيسية في منظمات الأعمال

#### المؤشرات :

- 1- يربط أهمية ودين أهدافه ويحدد أهدافه ويعرّفه ويشرح وظائفه من حيث الأثر والخطى المحدود
- 2- يشرح عمارة المنظمة ويرين أهدافه ويحدد أهدافه ويشرح مخرى وظائفه ويشرح بعض مبادئ التنظيم على أساس التسلسل الهرمى
- 3- يشرح عمارة المنظمة ويرين أهدافها ويحدد أهدافها ويشرحها
- 4- يربط بين أساليب القيادة وأفعالها ويحدد مصادر قوة القائد ومعالجته الأساسية ويريد صفات القائد والقي
- 5- يعرف الاتصال ويحدد أنواعه ويشرح مخرى الاتصال ويشرح عوامل الاتصال الفعال
- 6- يربط بين أهمية الاتصال والقي الإدارية ويريد مخرى اتصالها ويريد سمات الاتصال الفعلى
- 7- يربط بين أهمية العمل الجماعى والمفاهيم الحديثة بما يربطها مع اتصالها ويرين أهميتها ويشرحها ويريد ألياتها
- 8- يحدد وظائف عمارة المنظمة الأساسية في منظمات الأعمال

## المعيار 04

### الأوامر يشرح مخرى علم الاقتصاد الكلى ويشرح مكوناته وأساليب تحليله وسريرياته

#### المؤشرات :

- 1- يشرح مكونات الناتج الكلى القومى ويشرح طرق حسابها وتوزيعها
- 2- يشرح مفهوم العرض والطلب ويريد ألياتهما ويرين ألياتهما ويريد مخرى العرض والطلب
- 3- يشرح الأضيق ويريد أسبابه ويريد ألياته الاقتصادية والاجتماعية ويريد طرق علاجها
- 4- يربط بين مفهوم السياسات المالية والسياسات النقدية ويشرح دورهما فى التأثير على الاقتصاد الكلى ويشرحها

## المعيار 05

يهدف الفهرس الاستراتيجي للإدارة المالية والتشغيلية إلى تحسين الأداء وتحقيق التوافق بين الأهداف المالية والتشغيلية.

### المؤشرات :

- 1- يعرف مجموع الإدارة المالية والتشغيلية ويوضح بشكل متسق وأمنيتها
- 2- يحدد أسباب أهم الإدارة المالية والتشغيلية بين مؤسستنا ومستهدفاتها
- 3- يتكاتف بين الإدارات المالية والتشغيلية ويوضح كيفية العمل المشترك
- 4- يوضح مبررات المعلومات ويحدد أهدافه ويوضح كيفية العمل في ضوء أهداف الشركة والمؤسستنا
- 5- يتحدد وضع الفهرس والمؤشرات الاستراتيجية المالية والتشغيلية ويوضح أهميتها وتأثيرها في تطور العمل الاقتصادي الوطني

## المعيار 06

معرفة الفهرس الاستراتيجي، التوازي على المحاسبة، وخصائصها وفرضياتها

### المؤشرات :

- 1- يوضح مفهوم علم المحاسبة، مبرراته، أهميته، وأهدافه، ويشرح أهم الفهرس المحاسبية
- 2- يبرز من خلالها المعلومات المحاسبية ويحدد أنواعها الرئيسية ومنها
- 3- يشرح خصائصها، ويوضح علم المحاسبة

## المعيار 07

التأثير والتفاعل المحاسبي والمعلوماتية، والتكامل لتسهيل تدفقات المعلومات المالية

### المؤشرات :

- 1- يعرف مفهوم التفاعل المحاسبي والمعلوماتية
- 2- يشرح مفهوم ( الحساب ) وخصائص الحسابات المختلفة حسب البروتوكول المالي ( الميزان - الأرباح - طرق التحليل - المبيعات - الإيرادات ) ويحدد طريقة الحسابات المالية وكيفية ذلك
- 3- يوضح مفهوم الفهرس المحاسبية، ويشرح كيفية العمل بها
- 4- يشرح أهميته وأهدافه في العمل
- 5- يشرح من خلال الفهرس والتفاعل بين الإدارات المالية والتشغيلية، ويوضح كيفية العمل بها

## المعيار 08

معرفة مفهوم التقارير المالية، والتقارير إعدادها

### المؤشرات :

- 1- يشرح أنواع الحسابات المالية في الفهرس المحاسبية ويحدد طريقة التحليل على الفهرس المالية
- 2- يعرف مفهوم الفهرس، وأهدافه، وأهميته، وأهدافه، وأهدافه
- 3- يشرح مفهوم الفهرس المالي، ويحدد مكوناته، ويشرح كيفية العمل بها في إعداد الفهرس المالية

## معرفة المفاهيم التناسية لوبدعي علم التسويق

المعيار  
09

### المؤشرات :

- 1) يشرح مفهوم علم التسويق
- 2) يما بين علم التسويق العلم الذي يهدف إلى تحقيق الربح
- 3) يعرف عناصر الميزان التناسي ويحدد العلاقة بين المكونات على الميزان
- 4) يحدد الميزان التناسي ويشرح العلاقة بين المكونات
- 5) يحدد الميزان التناسي ويشرح العلاقة بين المكونات
- 6) يعرف مفهوم الميزان ويحدد مراحل تطوير الميزان ويشرح دور إدارة الميزان
- 7) يعرف مفهوم الميزان التناسي ويحدد عناصره ويشرح دوره

المعيار  
10

### المؤشرات :

شرح سلوك وافرر الشراء لدى المستهلك واستراتيجيا لتحديد  
لسوق المرشحة والتعامل معها من خلال عناصر الميزان التناسي

- 1) يعرف المفهوم وسلوك المستهلك ويحدد العلاقة بين الميزان التناسي
- 2) يحدد أسباب التسويق السوقي في مختلف الميادين ويحدد خطواتها ويحدد من استراتيجيات التعامل مع التسويق
- 3) يحدد مفهوم التسويق واستراتيجيا في العملية التسويقية ويحدد التسويق بخصر الميزان التناسي الذي
- 4) يحدد الميزان التناسي ويشرح العلاقة بين المكونات ويحدد دور الميزان التناسي في التسويق
- 5) يشرح مفهوم الميزان ويحدد مراحل تطوير الميزان ويشرح دور إدارة الميزان
- 6) يشرح مفهوم الميزان التناسي ويحدد عناصره ويشرح دوره
- 7) يشرح مفهوم الميزان التناسي ويحدد عناصره ويشرح دوره

## عرض بعض المهارات الحديثة في علم التسويق وإيضاح دور التقنية الحديثة في تطوير الأنشطة التسويقية

المعيار  
11

### المؤشرات :

- 1) يشرح بعض المفاهيم الحديثة التي تكون بعضها بعض المهارات الحديثة في التسويق
- 2) يشرح بعض المفاهيم الحديثة التي تقوم بها بعض المهارات الحديثة في التسويق
- 3) يشرح دور التقنية الحديثة في تطوير الأنشطة التسويقية ويوضح الفرق بين المهارات الحديثة والمهارات التقليدية في التسويق

المعيار  
12

### المؤشرات :

## معرفة المفاهيم التناسية لوبدعي الإدارة المالية

- 1) يعرف المفاهيم التناسية لإدارة المالية مثل - مفهوم الخطية المالي - إدارة المالية - الحصول على التمويل
- 2) يشرح مفهوم إدارة المالية - إدارة المالية
- 3) يحدد مبادئ إدارة المالية الحديثة ومن ثم يشرح مفهوم إدارة المالية وبين نقاط القوة والضعف
- 4) يشرح مفهوم إدارة المالية الحديثة

# الفهرس

المعيار  
13

توضيح دور القوات الإدارية الحالية في تحقيق الأهداف الاستراتيجية المنظمة

المؤشرات :

- 1- يقان بين بعض اوج القوات بين القوات الاستراتيجية - القوات التورية - والقوات الحالية التشغيلية
- 2- يقان اقلية من اساليب التعليم الجديد المتطورة
- 3- يقان جيد القاد والمحافظة على القوات الاستراتيجية الشبكات في كل مدن القان

المعيار  
15

اكتلاك مهارات تعليم العلوم الإدارية وتعلمها

المؤشرات :

- 1- يقان اساليب التعليم التي اسبقت الخبرة من العاملين بدمج اوجه التعليم المتكامل
- 2- يقان اساليب التعليم وتعلم بعض العلوم الإدارية في بعض المنظمات التعليمية نحو بعض الدول
- 3- يقان طرق تعلم تكني المهارات الإدارية لخواص العاملين
- 4- يقان اساليب التعليم من العاملين مناهج التعليم في القان

معيار تربوي تطبيقي

المعيار  
14

وصف طرق تهويل الشركات وتحليل المخاطر التهورية

المؤشرات :

- 1- وصف المصادر المالية / اذاس المال ويحدد تكلفة رأس المال
- 2- يقان المشروبات المالية باستناد طرق الملائمة القان

المعيار  
16

الامام بأساليب وطرق تدريس العلوم الإدارية

المؤشرات :

- 1- يقان طرق واستراتيجيات التدريس الحديثة الجديدة لتدريس العلوم الإدارية
- 2- يقان التقنيات الحديثة وتدخلها في تدريس العلوم الإدارية
- 3- يقان اساليب تعلمه لتكساب العاملين المهارات الإدارية المستخدمة في تعلم العلوم الإدارية

معيار تربوي تطبيقي

## امتلاك المفاهيم الأساسية لهيادى علم الإدارة واتجاهاتها الحديثة

### المؤشرات :

- ١) يوضح مفهوم علم الإدارة ويحدد أهدافه وأهميته ويميز بين مجالاته
- ٢) يعرف مفهوم القيادة الإدارية ويبين أهم نظرياتها ويقارن بين أبرز الاتجاهات الإدارية الحديثة التي تسهم في نجاح المنظمات
- ٣) يحدد مفهوم إدارة الجودة الشاملة ومتطلباتها ومميزاتها ومراحل تطبيقها ومعوقاتها
- ٤) يعرف مفهوم ريادة الأعمال وأهميتها ومتطلباتها ويميز خصائص رواد الأعمال ويقارن بين المشروع الريادي والمشروعات التقليدية

1

خدمة الغير أو تقديم  
العون للآخرين

2

العملية التي يمكن  
بواسطتها تنفيذ غرض  
معين و الإشراف عليه  
موسوعة العلوم الاجتماعية

3

الإدارة تنفيذ الأشياء عن  
طريق الآخرين

Koontz and O DRonnell

4

ان تعرف بالضبط ماذا تريد ثم تتأكد من أن الافراد يؤدونه بأحسن وأرخص طريقة ممكنة

Fredrick Taylor

5

عملية استخدام الموارد من العنصر البشري والمواد الخام لتحقيق أهداف معينة وتتضمن تخطيط وتنظيم وتوجيه وتنسيق وتقييم جهود الأشخاص لتحقيق هذه الأهداف

Dale Beach

6

النشاط الخاص بقيادة وتوجيه الجهود البشرية وتخطيط وتنظيم عناصر الإنتاج الأخرى وتحقيق الرقابة عليها بقصد الوصول إلى الأهداف التي تسعى إليها المنظمة

## الهدرسة الكلاسيكية التقليدية

هي من أهم المدارس، ولها عدة اتجاهات وهي:

### اتجاه الإدارة العلمية

يستخدم هذا الاتجاه المنهج العلمي المُنظَّم للتعامل مع مشاكل المنظمة، وينطلق من مُسَلَّات معينة من منهج تحاليل وفكري لمشاكل الإدارة، ويجاد حلول لتحسين أداء العاملين، ورفع إنتاجهم. وينعكس إيجاباً على الطرفين.

### رؤاهُ النُاسِئِين

فردريك تايلور، وهو الأب الروحي لهذا الاتجاه

فرانك ولبيان جيلبرت

ماري جانت

### اتجاه الهادئ الإدارية

في هذا الاتجاه يركز على المنظمة كوحدة واحدة، فهو يَكلُّ اتجاه الإدارة العلمية، لأنَّ تركيزه على إنتاجية الفرد وزيادة

### رؤاهُ النُاسِئِين

ماري فارول، هو الرائد الأول لهذا الاتجاه

شستر برنارد

هاري باركر فوليت

### اتجاه البيروقراطية

وتتمثل للاتجاهين السابقين ونظرة رشيحة وكفوءة للمنظمة من منطلق مبادئ للعمل وشرعية السلطة.

### رؤاهُ النُاسِئِين

ماكس فيبر، هو أبو البيروقراطية

## هدرسة العلاقات الإنسانية ( الهدرسة السلوكية )

ظمر تأثير الفكر السلوكي والإنساني في الإدارة منذ منتصف العشرينيات، وكان له عدة اتجاهات وهي:

### حركة العلاقات الإنسانية ودراسات مونون

مذه الحركة ترى أن الهدراء يستخدمون علاقات إنسانية جيدة لغرض الوصول إلى أعلى إنتاجية

### رؤاهُ مذهب الحركة

إلتون مايو

### نظرية الحاجات الإنسانية لهاسلو

وهي تركز حول الحاجات الإنسانية للفرد التي تؤثر على سلوكه وتصرفاته، وقد صنف هاسلو الحاجات الأساسية للأفراد في تسلسل هرمي

ابتداءً من الحاجات الفسيولوجية، يليها حاجات الأمان، ثم الحاجات الاجتماعية، ثم الحاجة للتقدير، وتحقق الذات

### رؤاهُ مذهب الحركة

هاسلو

### نظرية X نظرية Y لهانكرير

نظرية X

هي افتراضات بأنَّ العامل لا يحب العمل، ولا طموح لديه ولا يرغب بتحول المسؤولية. ويفضون الحوافز المادية

نظرية Y

العامل يحب العمل ويستعدُّ لتحويل المسؤولية ويتبنون بامتلكهم قدرات إبداعية

### رائد النظرية

دوغلاس هانكرير

### نظرية الشخصية الناضجة

وهي أن شخصيات العامل الناضج تتصف بالهوية والإبداع، ويعيدته عن الجهود الوجود في الهدرسة الكلاسيكية

### رائد مذهب النظرية

كريس أجنس

الاتجاهات المعاصرة والمستقبلية	المدارس الحديثة	المدارس الكمية
<p><b>أبرز اتجاهاتها :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• البحث عن التميز</li> <li>• إدارة الجودة الشاملة</li> <li>• المنظومة المتعلمة</li> <li>• الوعي الشمولي والتنوع والمعرفة</li> <li>• القيادة</li> </ul>	<p><b>أبرز اتجاهاتها :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• مدخل النظم</li> <li>• المدخل الموقفى</li> </ul>	<p><b>أبرز اتجاهاتها :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• علم الإدارة، وبحوث العمليات</li> <li>• إدارة العمليات والإنتاج</li> </ul>

# أهداف الإدارة



# أهمية الإدارة

وسيلة المجتمع لتحقيق أهداف أفراد

1

ازدياد عدد المنظمات الإدارية وكبر حجمها وتنوع أعمالها

3

الندرة في الموارد المادية والموارد البشرية المتخصصة

5

وسيلة المجتمع لتحقيق احتياجاته من خلال تحديد أولوياته

واستثمار الموارد المتاحة لتحقيقها

2

الفصل بين منظمات الأعمال وملكها

رغبة الأفراد في الوصول إلى مراكز اجتماعية وقبائلية متميزة

4

المنافسة الشديدة في الأسواق العالمية

6

# مجالات الإدارة



# مصطلحات هامة



## التغيرات التقنية

ثورة المعلومات والاتصالات



## التغيرات الاجتماعية

زيادة عدد السكان  
تقلص حجم الأسرة



## التغيرات الاقتصادية

كبر حجم المنشآت وتعدد  
نشاطاتها  
التحول في نهج الاستثمار



## المنظمة

جهازة من الناس يعملون معا  
لتحقيق أهداف محددة مثل  
المنشآت التعليمية  
والاجتماعية والاقتصادية  
والتقنية



## هدف الإدارة

الإدارة ليست محففا في حد ذاتها وإنما هي وسيلة لتحقيق أهداف محددة

## حتوية الإدارة

ضرورة وجود جهة تقوم بممار الإدارة  
(لذا خرج ثلاثة في سفر فلما هروا أحدهم !)

## الطابع الإنساني للإدارة

دراسة السلوك الإنساني

# أركان الإدارة





## عناصر العملية الإدارية وظائف الإدارة

التخطيط

01

التخطيط

هوية تحديد الأهداف المستقبلية  
ومعرفة كيفية الوصول إليها

التنظيم

هوية ترتيب الجهود البشرية وتصنيف المهام والوظائف

التنظيم

02

وظائف الإدارة

الرقابة

04

الرقابة

قياس النتائج الفعلية ومقارنتها بالمعايير  
الموضوعة ومعرفة أسباب الانحرافات  
وتصحيحها

التوجيه

03

التوجيه

قيادة نشاط العاملين من أجل العمل بكفاءة وفاعلية

## عناصر العملية الإدارية

طور العالم لوثر جوليك ( Luthr Fulick ) عناصر العملية الإدارة إلى سبعة عناصر تعرف POSDCORB







## مهارات المدير

### المهارة

القدرة على تحويل المعرفة إلى أفعال ذات أداء مهيّز

### 1 المهارات الفنية

القدرة على استخدام المعرفة والخبرة لأداء مهام محددة

### 2 المهارات الإنسانية

القدرة على العمل بشكل جيد في المنظمة والتعامل مع الآخرين

### 3 المهارات الإدراكية

القدرة على التفكير المجرد وبشكل تحليلي وناقده لحل المشاكل المعقدة

# الكفاءة والفاعلية

تقاس الإدارة بثلاثة مؤشرات : الكفاءة - الفاعلية - الإنتاجية

انجاز الاهداف ↑ عالي  منخفض	<b>فاعل وكفؤ</b> الاهداف تنجز والموارد تستغل بشكل جيد (إنتاجية عالية)	
	<b>فاعِل لكن غير كفء</b> تنجز الاهداف والموارد تهدر	
<b>كفؤ وغير فاعل</b> تستغل الموارد جيدا ولكن لا تتحقق الاهداف		
<b>لا فاعل ولا كفؤ</b> الاهداف لا تتحقق والموارد تهدر		
ضعيف	→ استخدام الموارد	جيد

# تعريف القيادة

1

عملية إصدار النواهد والتعليمات للمرؤوسين  
بشأن تنفيذ العمليات التفصيلية اللازمة  
للاوصول لاهداف المنظمة

2

النسق الذي يتبع المسؤولين في  
المنظمات للتأثير في الافراد والجماعات  
للداء العمل بانسجام ولتحقيق الاهداف

3

عمل مستمر لرجل الإدارة أثناء  
عملية التنفيذ حيث يواجه  
المشكلات اليومية ويقوم ما  
أعوح ويوجد التعاون بين العاملين  
وينمي روح الفريق الواحد

## نظريات القيادة

### نظرية دورة الحياة للقيادة Blanchard & Hersey

ترصد القائد بعض الفهم عن العلاقة بين النموذج الفعال للقيادة ومستوى النضج للتابعين . والتركيز في هذه النظرية سيكون على التابعين

### نظرية السمات (الصفات)

تعتمد على سمات الفرد حيث اذا توفرت يعتبر قائد

### نظرية الطريق إلى الهدف

### Mitchell & House

تناولوا موضوع كيف يكون القائد مؤثرا وفعالا في التابعين وكيف يمكن ادراك الوسائل التي تؤدي لتحقيق الاهداف توضع أربع أنواع من القيادة :

**الهوجمة** : يعطي القائد تعليمات محددة فيها يجب عمله ودور كل فرد

**الداعية** : تتهيز بان يكون القائد حليها و ودودا ويعطي اهتمام للجانب الاجتماعي

**قيادة المشاركة** : تمتاز بان القائد يستشر الخاضعين ويأخذ باقتراحاتهم

**القيادة المهتمة بالإنجاز** : يضع القائد أهدافا متعددة خاضعة للاختبار والتحدى وهو يتوقع أن يكون

الإنجاز عاليا وهو باستمرار يبحث عن التطوير والإنجاز ويحاول بناء الثقة لدى التابعين

### النظرية السلوكية

تركز على سلوك القائد وكيف يؤثر في الآخرين

### النظرية الموقفية (الفعالة)

تعتمد على أن القائد لا يظهر الا إذا تهيأت في البيئة المحيطة له ظروف مؤاتية تمكنه من استخدام مهاراته

### الشبكة الإدارية Blake & Mouton

تم تصنيف القادة إلى خمس مجموعات

## الشبكة الإدارية

9/1								9/9
				5/5				
1/1								1/9

الأفراد (العلاقات الإنسانية)

الإنتاج (المهمة أو العمل)

يعكس النهج (1/9) القائد المتسلط

يعكس النهج (9/1) القائد الاجتهاعي

يعكس النهج (1/1) القائد السلبي

يعكس النهج (9/9) القائد المثالي

يعكس النهج (5 5) القائد التوفيقى

النموذج الياباني في الإدارة

نظرية Z للعالم William Ouchi: وتقوم على بعض الافتراضات أبرزها العمل هدى الحياة وكسب الثقة والاهتمام بالافراد

نظرية الثقافة التنظيمية للعالم E.Schein

إدارة الجودة الشاملة للعالم Edwards Deming

إعادة هندسة نظم المعلومات للعالم M.Hammer

إدارية المعرفة للعالم I.Nonaka

الاقتصاد المعرفي

ريادة الأعمال

1

دقة الاستخدام حسب ما يراه  
المستفيد

جوزيف جوران

2

المطابقة مع المتطلبات

كروسبي

3

الرضا التام للعميل

أرماند فيخبوم

4

درجة متوقعة من التناسق  
والاعتناء تناسب السوق بتكلفة  
منخفضة

ديمنغ

1

ملائمة المنتج أو الخدمة  
المقدمة لغرض العميل  
وتحقيق احتياجاته  
وتوقعاته المحددة

2

الجمد المستمر للإدارة والموظفين  
في المنظمة على حد سواء، لضمان  
ولاء العملاء للمنظمة، ورضاهم  
لفترة طويلة من الوقت

3

شكل تعاوني لنداء الأعمال يعتمد  
على القدرات المشتركة لكل من  
الإدارة والعاملين بهدف التحسين  
المستمر في الجودة والإنتاجية  
وذلك من خلال فريق العمل  
جوزيف دابلونسك

4

أداء العمل بشكل صحيح من  
المرّة الأولى مع الاعتماد على  
تقييم المستفيد المعرفة وهدى  
تحسن الأداء

معهد الجودة الفدرالي

5

### التطوير المستمر للجودة والإنتاجية والكفاءة

6

**الإدارة** : تعني التطوير والحفاظة على إمكانية  
المنظمة نهن أجل تحسين الجودة بشكل مستمر  
**الجودة** : تعني الوفاء بهتطلبات المستفيد  
**الشاهة** : تتضمن تطبيق مبدأ البحث عن الجودة في  
أي مظهر من مظاهر العمل بدأ من التعرف على  
احتياجات المستفيد وانتماء بتقييمها إذا كان  
المستفيد راضيا عن الخدمات او المنتجات المقدمة له  
**ستيفن كومن**

## أهداف الجودة الشاملة

خلق بيئة تدعم وتحافظ على التطوير المستمر	01
تحسين الربحية والإنتاجية	02
تقليل المهام والنشاطات اللازمة إلى منتجات ذات قيمة للعملاء	03
إيجاد ثقافة تركز على العملاء	04
تحسين نوعية المخرجات	05
زيادة الكفاءة بزيادة التعاون بين الإدارات وتشجيع العمل الجماعي	06
تقليل المهام عديمة الفائدة	07



# مراحل تطبيق إدارة الجودة الشاملة

## 1 مرحلة الإعداد

تحليل البيئة الداخلية ( القوة والضعف )  
تحليل البيئة الخارجية ( الفرص والتحديات )  
صياغة الرؤية ووضع الرسالة والأهداف  
اختيار مدير الجودة  
تصميم خطة التنفيذ

## 2 مرحلة التخطيط

التخطيط الاستراتيجي  
تخطيط جودة المنتج  
تخطيط جودة العمليات

## 3 مرحلة التنفيذ

بداية التنفيذ  
إحداث التغييرات اللازمة  
بدء عمليات التدريب  
تحديد طرق التحسين  
حل المشاكل

## 4 مرحلة الرقابة والتقييم

بناء أنظمة للرقابة  
تقويم أداء العاملين  
تقويم المنتجات  
الحصول على تغذية راجعة من العملاء  
ان يكون النظام بسيط لاكتشاف العيوب

## 5 المرحلة المتقدمة

تصبح المنظمة مثال يحتذى به  
دعوة مختلف الجهات لزيارة المنظمة  
اطلاع الجهات الخارجية على التغيير الإيجابي  
نشر التجارب والنجاحات  
تبادل الخبرات مع الآخرين

## مزايا تطبيق إدارة الجودة الشاملة

- ١ تحقيق جودة أداء عالية.
- ٢ التحسين والتطوير المستمرين في كافة مراحل العمل.
- ٣ تعزيز الرغبة لدى الإدارة العليا لحل مشكلات الجودة في المنظمة.
- ٤ تركيز الإدارة العليا على الحقائق كأساس لاتخاذ القرارات.
- ٥ تعزيز القناعة لدى الإدارة العليا باتخاذ نتائج العمل ومخرجاته كمقياس لهدى التحسين والتطوير المتحققين.
- ٦ خلق نظام مؤسسي في العمل.
- ٧ الاسهام في تطوير مقاييس اللداء.
- ٨ الاسهام في تحسين نظام الاتصالات في المنظمة.
- ٩ الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد.
- ١٠ بناء الإحساس الفعلي والشعور بالمسؤولية لدى العاملين.
- ١١ زيادة انتاجية المنظمة وتحسين الربحية.
- ١٢ تحسين بيئة العمل.
- ١٣ ابراز العمل الجماعي بشكل واضح في المنظمة.
- ١٤ تقليل الفوائد الهدائية وترشيد افضل في استهلاك الطاقة.
- ١٥ تحسين قدرة المنظمة على المنافسة.
- ١٦ تقليل دوران العمل.

## معوقات تطبيق إدارة الجودة الشاملة

- ١ استعجال النتائج.
- ٢ مقاومة التغيير.
- ٣ ضعف العمل الجماعي.
- ٤ المركزية الخائفة في جميع او بعض اقسام المنظمة.
- ٥ عدم توفر أليات عمل تسمح بالهرونة والوضوح.
- ٧ عدم وجود معايير دقيقة لتقييم أداء العاملين والعمل المنجز.
- ٨ ضعف نظام المعلومات في المنظمة.

1

هي النشاط الذي ينصب  
على إنشاء مشروع عمل  
جديد ويقدم فعالية  
اقتصادية مضافة

2

إدارة لهوارد بكفاءة عالية  
لتقديم شي جديد أو ابتكار  
نشاط اقتصادي واداري جديد

3

عملية إنشاء منظمة جديدة أو تطوير  
منظمة قائمة؛ أي إنشاء أعمال جديدة أو  
الاستجابة لفرص استثمارية جديدة من  
خلال الاستعداد لإدارة وتنظيم وتطوير  
المشروعات بالتزامن مع التأثر بالمخاطر؛  
بهدف الوصول إلى الذرياح اعتمادا على  
المبادرة بإنشاء عمل جديد؛ بالاستفادة من  
الموارد المتاحة بجانب العمل ورأس المال

## أهمية ريادة الأعمال

تنمية المجتمع  
والنمو الاقتصادي



04

تعزيز الابتكار



03

رفع كفاءة  
العامل البشري



02

توفير فرص العمل



01



## خصائص رواد الأعمال

01

الشغف والدحماس

02

تحمل المخاطر

03

الليهان بالذات  
والعمل الجاد

04

القابلية للتكيف  
والمرونة

05

معرفة السوق والمنتج

06

الإدارة القوية للذموال

07

التخطيط الفعال

08

التواصل الفعال

عناصر المقارنة	المشروع الريادي	المشروع التقليدي
مقدار خلق الثروات	تهدف إلى إنشاء ثروة مستمرة ودائمة يتجاوز مداها النحلام البسيطة إلى بدء الثراء الكبير	تهدف إلى توليد دخل مستقر يرضي صاحبه ويكون أفضل من التوظيف التقليدي ويتجاوزهم
سرعة بناء الثروة	يبنها رائد الأعمال خلال زمن قياسي في حياته العملية لا تتجاوز عادة ٥ إلى ١٠ سنوات	يبنى ثروته عبر حياة صاحبه وفق وقت زمني طويل
المخاطرة	مخاطرة عالية مقابل الثراء	ليس هنالك درجة عالية من المخاطرة
الابتكار والابداع	تتصف بالابداع والابتكار تحويل الأفكار إلى منتجات وخدمات مربحة يحقق الهبة التنافسية	تكون مشاريع عادية لا تتصف بالابتكار أو الإبداع

## معرفة وظائف الإدارة ووظائف المنظمة وأدوارها الرئيسية في منظمات الاعمال

### المؤشرات :

- ١ يخطط لعمله ويبين أهدافه ويحدد معاييرهِ وعناصرهِ ويوضح خطوات تطبيقهِ حسب الترتيب المنطقي الصحيح
- ٢ يشرح عهلية التنظيم ويبين أهدافهِ ويحدد عناصرهِ وفوائده ويشرح هبادئ وخطوات التنظيم ويصمّم هيكل تنظيمية على أسس تقسيهاتهِ المختلفة
- ٣ يشرح عهلية الرقابة الإدارية ويحدد أنواعها ووسائلها وخطواتها
- ٤ يشرح عهلية التوجيه ويعرف وظائفها الفرعية
- ٥ يفرّق بين أساليب القيادة وأنماطها ويحدد مصادر قوة القائد ومهاراته الأساسية ويميّز صفات القائد والهدير
- ٦ يعرف الاتصال ويحدد مكوناتهِ وعناصرهِ ويشرح عوامل الاتصال الإداري الفعال
- ٧ يناقش وظيفة الإنتاج والنظم الإنتاجية المرتبطة بها ويوضح أهدافها ويحلل عهليات النظام الإنتاجي
- ٨ يحلل وظيفة الموارد البشرية والمفاهيم المرتبطة بها ويوضح أهدافها ويبين مهامها ووظائفها الفنية والإدارية
- ٩ يحدد خطوات عهلية التخطيط الإستراتيجي في منظمات الاعمال

# تعريف التخطيط

1

التحديد في الوقت الحاضر لها  
سيتم عمله في المستقبل

2

التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل  
مع الاستعداد لمواجهة

3

تحديد أهداف المنظمة وتقرير  
أفضل السبل للإنجازها

5

عملية تتضمن وضع مجموعة  
من الافتراضات حول المستقبل

4

عملية فكرية تعتمد على  
المنطق والتريث

## أهداف وفوائد التخطيط

يساهم في الرقابة على العمل

يساهم في التعرف على المشكلات

يساعد في وضع برامج زمنية محددة

يساعد على تنظيم العمل

يساهم في ترشيد النفقات ووضع  
ضوابط للاستخدام الأمثل للموارد

يساعد في وضع أهداف واضحة  
ويحقق الاتساق بين الأهداف

## خصائص التخطيط



## التخطيط حسب الفترة الزمنية

### طويل الأجل

تتراوح مدته بين ٣ إلى ١٠ سنوات أو أكثر

### متوسط الأجل

يعتبر تفصيلا للتخطيط طويل الأجل  
تتراوح مدته بين سنة إلى أقل من ٣ سنوات

### قصير الأجل

متعلق بالمستقبل القريب  
تكون مدته أقل من سنة

# التخطيط حسب المستوى الإداري



# عناصر التخطيط



## شروط ومعايير الهدف

واضح

نظامي

واقعي

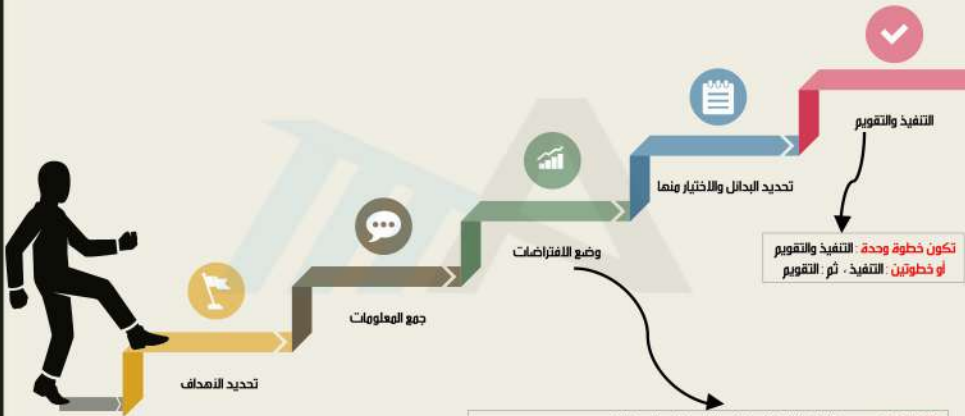
قابل للقياس

محدد بوقت

هي جملة مركبة من حروف لتسهيل عهية تذكر صفات الهدف الصحيح. أول من استخدم هذا المصطلح هو الدكتور جورج دوران في مقال له في إحدى المجلات الأكاديمية. يستخدم هذا المصطلح في وضع الأهداف سواء على مستوى الشركات، المشاريع، وحتى الأفراد.



# خطوات التخطيط

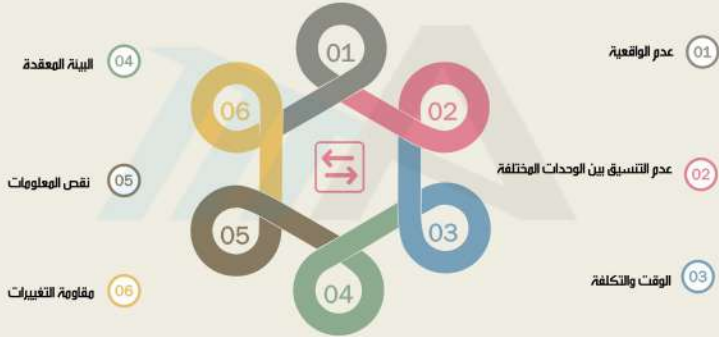


**فلافتراضات** هي مؤشرات لها ستكون عليه الظروف في المستقبل  
**والتنبؤ** ما هو إلا تلمس للمستقبل بناء على ما يتوفر لدينا من معلومات عن الماضي والحاضر

## صفات التخطيط الفعال



# معوقات التخطيط





التخطيط السليم

السير المنظم نحو تحقيق الأهداف

# أبرز أجهزة التخطيط

## وزارة المالية

رسم السياسات الاقتصادية والمالية للدولة

## وزارة الاقتصاد والتخطيط

إعداد الخطط التنموية والمالية على  
مستوى الدولة

# تعريف التنظيم

1

التحديد في الوقت الحاضر لها  
سيتم عمله في المستقبل

2

التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل  
مع الاستعداد لمواجهة

3

تحديد أهداف المنظمة وتقرير  
أفضل السبل للإنجازها

5

عملية تتضمن وضع مجموعة  
من الافتراضات حول المستقبل

4

عملية فكرية تعتمد على  
المنطق والتريث

## أهداف التنظيم

01 وضع الإطار لتنفيذ الخطط والبرامج الموضوعية لتحقيق أهداف المنظمة

01

02 تجهيز الموارد اللازمة لتحقيق الأهداف

02

03 وضع القواعد والإجراءات اللازمة لتحويل الموارد المتوفرة إلى الإنتاج المحدد وتحقيق النتائج المتوقعة

03

04 إيجاد التوازن بين الأهداف والموارد والنتائج

04

### التنظيم غير الرسمي

مجموعة من العلاقات الشخصية التي تنشأ بين العاملين بسبب وجودهم في مكان واحد

### التنظيم الرسمي

الشكل الذي يحدد العلاقات والمستويات الإدارية للأعمال التي يقوم بها الأفراد وتوزيع المسؤوليات والواجبات بطريقة تسمح بأداء المهام أو الوظائف لكل وحدة إدارية أو شخص في المنظمة

01	التنظيم متعلق بالتفاصيل اللازمة لإنجاز العمل لوصول المنظمة لتحقيق أهدافها
02	يقسم المهام بين الأفراد بصورة تناسب مؤهلاتهم وخبراتهم
03	يقوم بالربط بين الأفراد ومهامهم بالمنظمة بكفاءة ومنطقية
04	يضع خطة لتنسيق أعمال الأفراد داخل المنظمة، حيث تصبح هيكلًا موحدًا ومنسجمًا
05	يراقب فعالية المنظمة ويعمل التعديلات المناسبة للحفاظ على فاعلية المنظمة
06	الحيولة دون التداخل والازدواجية بين الاعمال ومنع التضارب في الاختصاصات والصلاحيات



## مبادئ التنظيم



## مبادئ التنظيم

تنشأ المنظمات من أجل تحقيق  
أهداف محددة ومن دونها ينتفي  
المرر من وجودها

### مبدأ الهدف

تعد الوظيفة الوحدة النسائية  
في أي تنظيم وهي عبارة عن  
منصب أو عمل معين يتضمّن  
واجبات ومسؤوليات محددة

### مبدأ الوظيفة

أساس أي عمل تنظيم هو تقسيم  
العول فالعمل الذي قد يكون هدف  
المنظمة أو مهمة وكلف بما حدد من  
العاملين يجب أن يقسم إلى أجزاء  
يمكن توزيعها بين هؤلاء العاملين

### مبدأ تقسيم العمل

يطلق على هذا المبدأ عدة مستويات مثل  
وحدة الرئاسة ووحدة الأمر ووحدة إصدار  
النوامر ومعنى هذا المبدأ أنه ينبغي أن  
يكون للموظف رئيس واحد يتلقى منه  
النوامر والتعليمات

### مبدأ وحدة القيادة

يقصد به عدد الرؤوس الذين يستطيع  
المشرف أن يشرف على أعمالهم إشرافاً  
مباشراً بكفاءة وينقسم إلى :  
نطاق إشرافي ضيق  
ونطاق إشرافي واسع

### مبدأ نطاق الإشراف

## مبادئ التنظيم

الحق الذي يستطيع بهوجهه الشخص أن يصدر قرارات أو اوامر أو يقوم بأعمال في حدود صلاحياته

### السلطة

الالتزام من قبل الشخص بتنفيذ العمل الموكل اليه وتحمل نتائجها وتبعاته

### المسؤولية

ميل أو اتجاه الإدارة إلى تركيز الحجم الكبير والاهم من سلطة اتخاذ القرارات المنظمة للعمل في المراكز القيادية العليا

### المركزية

نقل سلطة القرار وممارستها من المستوى الإداري الأعلى إلى المستويات الإدارية الدنيا عن طريق تفويض السلطة

### اللامركزية

قيام الرئيس بهنح السلطة لأحد مرؤوسيه ( أو مجموعة من مرؤوسيه، أثناء عمل معين

### التفويض

العملية المسؤولة عن تأهين الاتصال بين المستويات الوظيفية في الميكل التنظيمي

### التسيق

سرعة المنظمة في التجاوب مع التغييرات البيئة الداخلية والخارجية

### المرونة

## خصائص التنظيم



وجود معيار لقياس الأداء



تفعيل ومنح الرقابة الذاتية



التنسيق بين أعمال كافة الوحدات الإدارية



تخفيض التكاليف



المعيار

أداة قياس . أو طريقة . تتفق عليهما للقيام بالانشياء



البناء الرسمي الذي يربط بين مهام الأفراد والوحدات في المنظمة بما  
يعمل على تحقيق أهدافها

التعريف

تحليل أهداف المنظمة

1

2

تحليل الأنشطة الرئيسية إلى أنشطة فرعية

تحديد الأنشطة المساندة

3

تجهيز الأنشطة المهنية وتكوين الوحدات الإدارية

4

وصف المهام الأساسية للوحدات الإدارية

5

تحديد طبيعة عمل الوحدات الإدارية وارتباطها التنظيمية

6



## طرق التنظيم



## الخريطة التنظيمية

التعريف

صورة أو مخطط لميكل المنظمة

إعطاء صورة كاملة عن الميكل التنظيمي

توضيح خطوط السلطة والمسؤولية

بيان الكيفية التي يتم بها تقسيم العمل  
بين الأفراد والوحدات

الأهداف

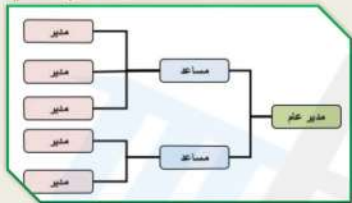
إعطاء صورة واضحة لنطاق الإشراف

توضيح المستويات الإدارية

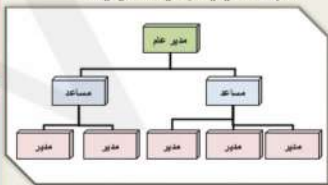


# أشكال الخريطة التنظيمية

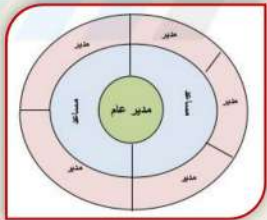
الخراط الأفقية



الخراط التقليدية الرأسية ( العمودية )



الخراط الدائرية



## الدليل التنظيمي

### التعريف

وثيقة تتضمن معلومات تفصيلية تشهل أهداف المنظمة ونشاطاتها ومسئوليات وأهداف وارتباطات ومهامها الوحدات الإدارية فيها إلى جانب الخرائط التنظيمية

### الاهداف

- 1 يهتل وثيقة أو مرجعا أساسيا عن التنظيم الإداري للنشأة
- 2 يمكن من خلاله الرجوع إلى الخريطة التنظيمية من قبل المسؤولين والزائرين
- 3 توضيح خطوط السلطة والمسؤولية في المنظمة حيث يعرف الموظفون بروسائهم وأعمالهم
- 4 معالجة إشكالية التداخل والازدواجية بين الوحدات الإدارية من خلال تحديد أهداف كل وحدة وارتباطها التنظيمي ومهامها

الملاحق

الخريطة التنظيمية

نبذة تاريخية عن المنظمة



عبارة عن توجيه وقيادة المرؤوسين إلى العمل بأقصى طاقاتهم والعهد على تحقيق الأهداف المتبادلة بين الإدارة والمرؤوسين عن طريق التشجيع والتحفيز والاتصالات المتبادلة ومعرفة احتياجات المرؤوسين وتحقيق التوازن بين أهداف الإدارة وأهداف الموظفين



# تعريف التوجيه

1

عملية إصدار النواهد والتعليمات للمرؤوسين  
بشأن تنفيذ العمليات التفصيلية اللازمة  
للوصول لاهداف المنظمة

2

النسق الذي يتبع المسؤولين في  
المنظمات للتأثير في الافراد والجماعات  
لنداء العمل بانسجام ولتحقيق الاهداف

3

عمل مستمر لرجل الإدارة أثناء  
عملية التنفيذ حيث يواجه  
المشكلات اليومية ويقوم ما  
أعوح ويوجد التعاون بين العاملين  
وينمي روح الفريق الواحد

## أهمية التوجيه

1

مساعدة المرؤوسين على تنفيذ خططهم

2

مساعدة المرؤوسين في مواجهة الصعوبات

3

تصحيح الانحرافات وتصويب الخطأ

4

تزويد المرؤوسين بالبيانات والمعلومات

التعريف

تعليمات معينة من الرئيس إلى المرؤوسين يلزمهم من خلالها بأداء عمل معين أو التوقف عنه في ظل ظروف معينة



# أنواع الأوامر



2

دفع الفرد لاتخاذ سلوم معين او  
إيقافه أو تغيير مساره من أجل  
إشباع الرغبة أو الحاجة التي قد  
تكون الهدف الخاص للفرد

1

حث الهرووسين عن طريق  
مجموعة من العواهل أو  
الموثرات التي تدفعهم لبذل  
جهد أكفر في عملهم أو  
الامتناع عن الأخطاء

# نظرية الحاجات

هرم ماسلو



## أنواع الحوافز



التعريف

إيجابي مادي - مكافآت مادية

تقدم للعاملين لحثهم على بذل الجهد لرفع معدلات الإنتاج أو الاستمرار بنفس المستوى وتنقسم إلى حوافز مادية ومعنوية

إيجابي معنوي - خطاب شكر

التعريف

تستخدم في حال وقع قصور في الأداء وتكرار الأخطاء التي قد تسبب لهنظة الخسائر وتنقسم إلى مادية ومعنوية

سلب مادي - الخصم من الراتب

إيجابي معنوي - الإنذار الكتابي

# التدريب

التعريف

عملية منظمة تهدف إلى زيادة مهارات ومعلومات الموظف لتحقيق أهداف المنظمة

أهدافه

تطور أساليب العمل الإداري

01

الثورة المعلوماتية

02

إعداد الموظفين للعمل

03

التسريع في بيئة الأعمال

04



## فوائد التدريب



خفض معدل  
دوران العمل

توفير الكفاءات  
البشرية

الحفز المعنوي

تخفيض النفقات

زيادة الإنتاج

معدل دوران العمل

طول أو قصر الفترة التي يقضيها العامل في العمل

01  
التدريب الداخلي

يكون الموظف المتدرب على رأس العمل مثل : حضور الاجتماعات والمشاركة في البحوث

02  
التدريب الخارجي

يكون خارج المنظمة ويفرغ الموظف للتدريب مثل : الندوات والمؤتمرات والدورات والابتناعث

1

### القيادة الرسمية

هي التي تتم من خلال المناصب الإدارية التي يقتضيها الميكل التنظيمي

2

### القيادة غير الرسمية

تتمثل في من يملكون التأثير على المرؤوسين في المنظمة دون أن يتقلدوا المناصب الرسمية



## أنماط القيادة



## أنماط القيادة

القيادة الديمقراطية	القيادة الترسلية	القيادة النوتوقراطية	
الجماعة هي التي تقرر خطوات العمل وسياسته	يترك القائد للأعضاء حرية كاملة في اتخاذ القرارات	يقوم القائد بوضع سياسة العمل	الخصائص
يناقش القائد طريقة العمل مع المجموعة	لا يحاول القائد تنظيم سير العمل	يهمي القائد كل خطوات العمل دون استشارة للأفراد	
يمنح العضو حرية اختيار الزملاء الذين يرغب العمل معهم	كثرة المناقشات بدون التوصل لنتيجة	يقوم القائد بتوزيع المسؤوليات على الأعضاء دون استشارتهم	
تكون للقائد علاقات شخصية جيدة مع الجماعة	يفقد القائد السيطرة على أعضاء الجماعة	لا يقوم القائد بإقامة علاقات شخصية مع أفراد الجماعة	
تعاون أفراد الجماعة وتقبل بعضهم بعضاً		يقوم القائد بنقد أو مدح أعضاء الجماعة دون توضيح الأسباب	
		يسيطر القائد على الجماعة من خلال استخدام المكافآت والعقوبات	

القيادة الديمقراطية	القيادة الترسلية	القيادة النوتوقراطية	الإيجابيات
تكون الجماعة أكثر تعاوناً وإيجابية	زيادة ثقة الأفراد بسبب الحرية الممنوحة لهم	النسب خلال النزاعات، الظروف الطارئة لتسريته في اتخاذ القرارات	
يؤدي لرفع الروح المعنوية ورفع الكفاءة	تكون الجماعة مرنة وتتكيف مع التغيير	بعض أشكال هذا السلوك قد يكون ناجحاً في بعض المواقف خاصة في المواقف التي تحتاج إلى تعليمات محددة	
المشاركة تؤدي للتحفيز ورفع الدافعية	يتم الاتصال المباشر بين القائد والموظفين ويمنح فرصة للتعبير عن الذات	ينجح في التعامل مع بعض النوعيات من الموظفين الذين لا تجدي الأساليب في إقناعهم	
يشعر أعضاء الجماعة بالمسؤولية	التطبيق الواعي يعول على استيعاب الموظفين لمتطلبات العمل وأهدافه وتحول المسؤولية		
زيادة خبرة الأفراد في اتخاذ القرارات	يعتبر النسب لبعض الأنشطة مثل مراكز البحث العلمي بسبب تهوى أفرادها بقدر عالي من تحول المسؤولية		

## أنماط القيادة

القيادة الديمقراطية	القيادة الترسلية	القيادة اللوتوقراطية	
يرى البعض أن المشاركة تهتل مظمرا من تنازل القائد عن بعض مهامه التي يفرضها له المنصب	العول بعيد عن إشراف القائد يؤدي إلى سيطرة الأفراد على زملائهم	تركيز السلطات في يد القائد تعوق إنجاز العمل	السلبيات
قد يميون الأفراد على المشاركة ويقومون بإسهامات فوضوية	تفكك مجموعة العمل وفقدان روح التعاون	استخدام القائد للدوافع السلبية يؤدي إلى إحباطهم وانخفاض الدافعية	
قد يستغرق وقتا طويلا لاتخاذ القرار	لا يؤدون عملهم كاملا	ظهور توجهات غير رسمية بين المرؤوسين	
غلبة الهجمة على هذا النمط تؤدي إلى تآدية الأعمال النقل فاعلية	الافتقاد إلى الضبط والتنظيم	انخفاض الروح المعنوية للعاملين وانخفاض الرضا الوظيفي	

صفات القائد	صفات المدير
ملهف ذو توجه روعي وعاطفي	مهفكر ذو توجه عقلاني واقعي
رسالي وهستبصر ويركز على المستقبل	عقلاني يركز على تحليل الواقع
قادر على الابتكار وتوليد الأفكار الجديدة	مشاور للآخرين ويقدم النصح
هزن ويستجيب للتغيرات	هثابر وجاد في العمل ويركز على التطبيق
قادر على الإيحاء وإثارة الحماس	هتهج لحل المشكلات بطريقة منهجية
هبدع	واقعي الهزاج وبحسب المواقف
يتهيز بالجرأة والإقدام	همنظم على أساس إجراءات معينة وهيكمل ثابت روتيني
ذو خيال واسع	ههتبرس في اتخاذ القرارات
تهجربي	هسلطوي هملتزم بالقوانين
ههبادر للتغيير	ههحافظ على الوضع الراهن والاستقرار
هقوة شخصية ذاتية	هقوة موقع وظيفي
ههتهل مهصلحة الجمهور أو المهجوعة التي يقودها	ههتهل مهصلحة الهنظمة التي يعمل بها

# تعريف الرقابة

1

التأكد من تحقيق الاهداف المعلنة  
وفقا للخطط المحددة مسبقا

2

مراجعة الإنجازات وفقا للخطط  
الموضوعة

3

قياس النتائج الفعلية ومقارنتها  
بالمعايير أو الخطط الموضوعة ومعرفة  
اسباب الانحرافات عن النتائج المطلوبة  
واتخاذ فعل تصحيحي

# تعريف الرقابة

4

الوظيفة التي يتم من خلالها متابعة وضبط الأنشطة المختلفة في المنظمة بهدف التأكد من أن النداء الفعلي مطابق للنداء المطلوب

5

متابعة تنفيذ العمليات الإدارية والمنفذين لها وتقويم عملهم أولاً بأول للوصول إلى الهدف المرسوم على أفضل وجه وأقصر وقت وأكبر دقة وأقل خطأ وتكلفة

6

المهارات الإدارية اللازمة لقياس وتصحيح الأعمال التي يتم تنفيذها للتأكد أن الأهداف يتم الوصول إليها بشكل اقتصادي وفعل

الرقابة والمتابعة

المتابعة أحد خطوات الرقابة وهي ( قياس النداء )

01 توافق النظام الرقابي وطبيعة النشاط

01

02 تصحيح الانحراف

02

03 السرعة

03

04 الوضوح

04

## أنواع الرقابة

### 1 الرقابة الأولية

هي الرقابة المبنية على التوقع والتنبؤ بالأخطاء قبل وقوعها وتتم قبل البدء بتنفيذ الأعمال ويرتبط بعولتي التخطيط والتنظيم

### 2 الرقابة التطويرية

هي التي تتم وقت التنفيذ وتهدف إلى التطوير المستمر من خلال التوجيه ويرتبط بعولتي الاشراف والقيادة

### 3 الرقابة اللاحقة

تهدف إلى تصحيح الانحرافات التي تحدث في النتائج النهائية وتعتمد على المعلومات التي يتم جمعها عن الأداء الفعلي

## خطوات الرقابة

03 تصحيح الانحراف

02 قياس الأداء

01 تحديد المعايير الرقابية

قياس الأداء

مقارنة الأداء الفعلي بالمعايير الرقابية التي تم تحديدها مسبقا

المعايير الرقابية

وحدات أو أدوات القياس التي يتم تقييم الأداء بناء عليها

## عناصر المعايير الرقابية



❖ اختر عنصر الرقابة المناسب لكل معيار من المعايير التالية :

عنصر الرقابة المناسب				المعيار
الوقت	الكفاءة	الكلفة	المالية	
		❖		زيادة المبيعات بنسبة ٢٠٪
❖				الوصول لصافي أرباح مقداره مليون ريال
		❖		إنتاج مكيفات مطابقة لهواصفات الهيئة السعودية للهواصفات والمقاييس
			❖	إنهاء طلبية أحد العملاء في مدة لا تزيد عن شهر واحد



## خطوات تصحيح الانحراف

تصحيح الانحراف

04 التنفيذ

03 اختيار البديل المناسب

تقييم البدائل

02

01 تحديد البدائل

## نشاط

❖ تهدف إحدى دوائر الجوائز أن يتم الانتهاء من اجراءات ( ٢٠٠٠ ) جوازا خلال اليوم بواسطة عشرة موظفين ومن خلال مراقبة المسؤول لسير العمل وجد أن عدد الجوائز المنجزة يوميا لا يتجاوز ( ١٣٠٠ ) جواز من خلال ما سبق طبق خطوات الرقابة بتسجيل المعلومات المناسبة مع تصحيح الانحرافات حسب ما تراه مناسباً

	معيار الرقابة
	النداء الفعلي
	الانحرافات وتعديلاها



## طرق الرقابة

### العيوب

ضياع وقت المدير في المتابعة  
يتولد لدى العاملين نوع من عدم الثقة  
ضرورة وجود المشرف في أوقات محددة لمباشرة  
وملاحظة أداء العمل

### المميزات

الاطلاع على تفاصيل العمل وتحديد القصور بشكل دقيق  
الحصول على معلومات دقيقة ومحدودة  
اتخاذ إجراءات تصحيحية فورية ومباشرة  
نقل الخبرة بشكل مباشر

### الملاحظة المباشرة

## طرق الرقابية

التقارير الكمية



الرسوم البيانية



التقارير الانشائية



التقارير

## أهم الأجهزة الرقابية في المملكة



2

عملية نقل المعلومات من شخص  
لآخر بهدف إيجاد نوع من التبادل  
المتفاهم بينهما

1

أي سلوك يؤدي لتبادل المعلومات



أن يكون للاتصال هدفا

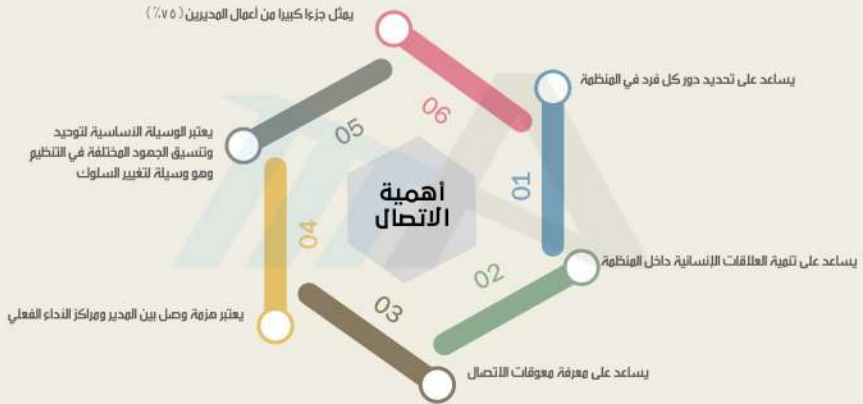


أن يكون هناك طرفين أو عدة أطراف



يكون عن طريق أسلوب أو فعل معين







## أهداف الاتصال الإداري



تأكيد علاقات العمل بين الأفراد  
وإثارة دافعيته



تبادل المعلومات بين وحدات  
المستوى التنظيمي



متابعة الإنجاز من خلال التقارير



تفسير القواعد والإجراءات التنفيذية



تعريف المرؤوسين بالانماف  
والسياسات والخطط

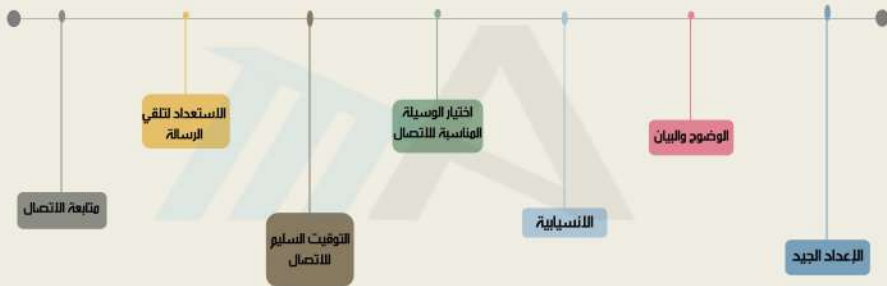
## أنواع الاتصال

الاتصال تصاعدي وتنازلي وأمفي

الاتصال الشفهي والكتابي

الاتصال الرسمي وغير الرسمي







# وظيفة الإنتاج

1

## الإنتاج

هو نتاج العناصر أو القوى التي تستخدم المدخلات في عملية التشغيل والتي تتمثل ببساطة في كل من القوى البشرية والهادية خلال مدة زمنية معينة.

2

## المنتج

هو الناتج النهائي لعملية التشغيل وقد يكون سلعة مثل قلم أو سيارة وقد يكون خدمة مثل بث معلومة مفيدة للتخزين.

3

## عمليات الإنتاج

هي سلسلة إجراءات التشغيل التي تجرى على المادة أو المواد لأغراض تحويلها من صورتها الأولية إلى صورتها الإنتاجية المطلوبة.

## إدارة الإنتاج

ذلك النشاط المسؤول عن تحويل المدخلات لمخرجات نهائية.

### أهداف قصيرة الأجل

- ١ تحسين مستوى جودة الإنتاج.
- ٢ تخفيض تكلفة الإنتاج.
- ٣ حل مشكلات الإنتاج.

### أهداف طويلة الأجل

- ١ زيادة معدلات الربحية.
- ٢ التجديد والتطوير للمنتجات الحالية.
- ٣ تدعيم الاتجاه نحو التصدير.
- ٤ زيادة معدلات الإنتاج المتهيز.
- ٥ التوسع في إحلال المنتجات المحلية لهيئتها المستوردة.
- ٧ الاتجاه نحو نظم الإنتاج الكبير.

### أولاً: مدخلات النظام الإنتاجي

وتتمثل في المواد الخام وعنصر العهل والنلات والطاقة ورأس المال... الخ. وتأتي هذه المدخلات من البيئة الخارجية للنظام، ويتم الحصول عليها بمساعدة النظم الفرعية الأخرى بالمشروع والمتمثلة في الأفراد والمشتريات والتهويل... الخ.

### ثانياً: عمليات التحويل

يتم من خلالها تحويل تلك المدخلات إلى المخرجات المطلوبة باستخدام التسهيلات البشرية والهادية المتاحة.

### ثالثاً: مخرجات النظام الإنتاجي

تتمثل في السلع التي تنتجها المشروعات مثل السيارات والكتب والنلات الالكترونية والخدمات مثل الخدمات الصحية والتعليمية وخدمات النقل والذهن... الخ.

### رابعاً: النظام الرقابي

الذي يقوم بتجميع بيانات عن الأداء الفعلي للنظام ويقوم بمقارنة تلك البيانات بالمعايير والمقاييس المحددة مسبقاً ويحدد الانحرافات ثم يعطى التعليمات اللازمة لتصحيح الأداء في حالة وجود خلل في النظام. ويحصل النظام الرقابي على البيانات اللازمة لعمليات الرقابة من النظام الانتاجي نفسه أو من البيئة المحيطة بالنظام ويستفيد من تحليل وتفسير تلك البيانات في تقويم أداء النظام.

### ١ - عمليات صناعية

وهي تلك العمليات التي تستخدم في إنتاج سلع صناعية ملموسة ويمكن تقسيمها إلى ستة أنواع من العمليات:

**العمليات الاستخراجية:** (استخراج الخامات من مصادرها الأولية وإجراء عمليات التنقية لها للوصول إلى مادة ذات مواصفات معينة مثل عمليات استخراج الفحم أو البترول.

**عمليات التحويل الكيماوي:** حيث يتم خلط مادتين أو أكثر تحت ظروف معينة (حرارة، برودة، ضغط) لإنتاج منتج معين مثل صناعة الأدوية والصناعات المعدنية.

**العمليات التحضيرية:** تعتمد على إخضاع المادة الخام إلى ظروف معينة مثل الحرارة والضغط لتغيير شكل أو خصائص المادة الخام مثال ذلك صناعة المعلبات والتجهيد... الخ

**العمليات التحويلية:** يقصد بها تغيير شكل وطبيعة المادة الخام حتى تصبح ذات قيمة أكبر من وجهة نظر المستهلك. كتصنيع الجلد في شكل أحذية جلدية وصناعة الأثاث من ألواح الخشب.

**العمليات التحليلية:** ما يهيز هذه العمليات هو تحليل المادة الخام إلى عدة منتجات كتحليل زيت البترول لإنتاج البنزين والكيروسين والزيوت والشحوم والشمع وبعض المواد البلاستيكية.

**العمليات التجميعية:** يتم تجميع عدد من الأجزاء والتي تصبح مكونات لمنتج جديد وعادة ما تكون هذه العمليات في المراحل الأخيرة للإنتاج مثل صناعة السيارات.

### ٢ - العمليات غير الصناعية وتقسم إلى:

**عمليات الخدمة:** تتنوع عمليات الخدمة بدرجة أكبر من تنوع العمليات الصناعية بسبب تنوع الظروف التي تؤدي فيها الخدمة ويستدعي الأمر في كل حالة تصميم عمليات الخدمة بما يتناسب مع ظروف الطلب ومن أمثلة الخدمات: الخدمات الصحية، الخدمات القانونية، الخدمات التعليمية، خدمات النقل، الخدمات الحكومية المختلفة.

**عمليات المعلومات:** يقصد بها عمليات إنتاج المعلومات وتداولها ولا تخلو أي منشأة من نظام معلومات يختلف باختلاف حجمها وطبيعتها نشاطها حيث يتولى تزويد الإدارات المختلفة بالمعلومات التي تحتاجها في عملية اتخاذ القرار.

1

## وظيفة الموارد البشرية:

تعني الأنشطة المختلفة التي تمارسها الوحدة التنظيمية المسؤولة عن تدبير القوى العاملة اللازمة للمنظمة كها ونوعا وتوقيتا والحفاظة عليهما وتعويضهما وتنهيتها وتحفيزها.

2

## إدارة الموارد البشرية:

تعني الكيفية التي يتعامل بها كل مدير مع مرؤوسيه ليصل بهم إلى تحقيق الأهداف المبنوية تحقيقا.

**فرنش:** هي عملية اختيار واستخدام وتنمية وتعويض الموارد البشرية بالمنظمة.

**سيكولا:** هي استخدام القوى العاملة بالمنشأة ويشتمل ذلك على: عمليات التعيين وتقييم النداء والتنمية والتعويض والمرتبات وتقديم الخدمات الاجتماعية والصحية للعاملين وبحوث الأفراد.

**جلويك:** هي تلك الوظيفة في التنظيم التي تختص بإعداد الموارد البشرية اللازمة ويشمل ذلك تخطيط الاحتياجات من القوى العاملة والبحث عنها وتشغيلها والاستغناء عنها.

**شرودن وشيرمان بي:** إدارة الموارد البشرية تشتمل على عمليات أساسية يجب أداؤها وقواعد يجب إتباعها. والهمة الرئيسية لمدير الأفراد هي مساعدة المديرين في المنشأة وتزويدهم بما يحتاجونه من رأى ومشورة تمكنهم من إدارة مروضيهم بفعالية أكثر.

**سهيث جي وجرانت جي:** هي مسئولية كافة المديرين في المنشأة وتوصيف لها يقوم به الموارد البشرية المتخصصون في إدارة الأفراد.

## أهداف وظيفية الموارد البشرية

01	الحصول على الأفراد الذكاء للعامل في مختلف الوظائف من أجل إنتاج السلع أو الخدمات بأحسن الطرق وأقل التكاليف وتحقيق الميزة التنافسية.
02	الاستفادة القصوى من جمود العاملين في إنتاج السلع أو الخدمات وفق المعايير الكمية والنوعية المحددة سلفاً.
03	تنمية قدرات العاملين من خلال تدريبهم لمواجهة التغيرات المتلاحقة في البيئة التنافسية.
04	توفير بيئة عمل جيدة تمكن العاملين من أداء عملهم بصورة جيدة وتزيد من إنتاجيتهم ومكاسبهم المادية.
05	إيجاد سياسات موضوعية تمنع سوء استخدام العاملين وتتفادى المهام التي تعرضهم لحوادث العمل الصناعية والأمراض المهنية.
06	تحقيق العدالة وتكافؤ الفرص لجميع العاملين في المنظمة من حيث الترقية والنمو والتدريب والتطوير.
07	الاحتفاظ بالسجلات المتعلقة بكل شخص يعمل في المؤسسة وبها ينسجم وطبيعة عمله.

01 أن يكون المورد البشري مستقر: وذلك بأن يكون متوفر وثابت، ومحتاج.

02 أن يكون المورد البشري ذات كفاءة: حيث عليه الإلهام بعمله وكيفية القيام به بنجاحة.

03 أن يكون المورد البشري فعال: بحيث نضع الشخص المناسب في الوظيفة المناسبة.

04 أن يكون المورد البشري متكيف: وذلك لكي يتأقلم مع التغيرات الحاصلة في مجال التسيير والتكنولوجيا... الخ، وتتم هذه العملية عن طريق التكوين المتواصل.



## هناك ثلاث خطوات أساسية

### الخطوة الأولى : اعداد الاستراتيجية

- 1- تحديد الرؤية والرسالة
- 2- تحديد الاهداف الاستراتيجية الأساسية والاهداف التفصيلية
- 3- تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة SWOT Analysis
- 4- صياغة الاستراتيجية ووضع البدائل الاستراتيجية

### الخطوة الثانية : تنفيذ الاستراتيجية

- 1- وضع الاهداف السنوية
- 2- وضع السياسات، والبرامج
- 3- تخصيص الموارد
- 4- مطابقة الاستراتيجية مع المديرين
- 5- تطوير ثقافة المنظمة لتساند الاستراتيجية

### الخطوة الثالثة : تقييم الاستراتيجية

- 1- دراسة وتحليل الاستراتيجية الحالية
- 2- مقارنة النتائج المتوقعة بالنتائج الفعلية
- 3- اتخاذ الإجراءات التصحيحية

معرفة المفاهيم الأساسية لهيادى علم الاقتصاد الجزئى وإدراك أساسياته  
وتحليل قضاياها البسيطة واستنتاج العوامل المؤثرة فى اقتصاديات العمل

## المؤشرات :

- ١) يوضح مفهوم علم الاقتصاد وفروعه ويبين علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى
- ٢) يهايز بين مفهومي الحاجات الإنسانية والموارد الاقتصادية ويعر فالسلع والخدمات ويفرق بينها
- ٣) يحدد طبيعة المشكلة الاقتصادية ويبين آليات معالجتها من خلال النظم الاقتصادية المختلفة
- ٤) يعرف مفاهيم العرض والطلب ويفرق بينهما ويبين قوانينهما ومحدداتهما ويميز بين أنواع مرونتهما السعرية والعوامل المؤثرة فيهما
- ٥) يميز بين أنواع الأسواق وميكلما اقتصاديا ويحللها ويوضح خصائصها وآليات تحقيق التوازن فيها
- ٦) يتقن تمثيل أنواع مرونت العرض والطلب والتوازن بينهما كميًا وبيانيًا
- ٧) يحدد العوامل المؤثرة فى قرارات الطلب والعرض على العمل المتعلقة بالفراد والمنظمات ويصف سوق العمل فى المملكة العربية السعودية ويوضح محددات القدرة التفاوضية لكل من الجهات الموظفة والراغبين فى العمل

علم يهتم بدراسة أنشطة المجتمع في مجالات الإنتاج والاستهلاك والادخار بهدف اشباع رغبات المجتمع بما لديه من موارد

الاقتصاد

04

يدرس آلية تحقيق الاهداف الاقتصادية للفرد والمجتمع

03

يهتم بكيفية تحقيق الدخل وكيفية التصرف فيه باستهلاك جزء لحاجاته وادخار الباقي

02

معني بكيفية تعظيم الثروة عن طريق تطوير الأنشطة الإنتاجية في المجالات الزراعية والصناعية والخدمية

01

علم انساني لانه يهتم بسلوك الفرد والمجتمع لزيادة الدخل واشباع الحاجات المختلفة

### علم الجغرافيا

01

يسمى علم الجغرافيا بدور كبير في مجال دراسة الموارد الطبيعية المتاحة وخصائصها وأماكن توفرها ومذا يفيد في الدراسات الاقتصادية التي تتم بالموارد الاقتصادية عموما وعلى رأسها الموارد الطبيعية و لتعظيم الاستفادة من تلك الموارد

### علم التاريخ

02

تفيدنا الدراسات التاريخية في معرفة الظروف المحيطة بالاقتصاد مثل النظام السياسي والتغيرات الاجتماعية والحروب والأحداث الدولية التي تمارس دورها في سير الأحداث الاقتصادية

### علم الاجتماع

03

يساعد على فهم هيكل المجتمع الإنساني والعلاقات بين مكوناته والعوامل الكامنة وراء تطوره من فترة إلى أخرى وأثر ذلك على سلوك الفرد ونهط حياته فعلم الاجتماع يدرس الكيفية التي تؤثر بها المجموعات مثل النوادي الرياضية والقطاعات المهنية والتصنيف الاجتماعي على أساس القبيلة أو السن أو الجنس

### علم النفس

04

يقدم عددا من الأدوات لتفسير وتحليل السلوك الإنساني في المواقف المختلفة مع الأفراد الآخرين ومع البيئة المحيطة وذلك بالتعرف على أنماط السلوك مما يساعد فهم تصرفات الأفراد وأهكائية التنبؤ به ، كما يفيد في تفسير السلوك الاقتصادي للأفراد ويفيد في توقع ردود أفراد الناس حيال القرارات الاقتصادية مثل رفع الأسعار أو زيادة الرواتب

### الاقتصاد الجزئي

هو ذلك الفرع من علم الاقتصاد الذي يدرس سلوك الوحدات التي تتخذ القرار داخل الاقتصاد مثل المستهلكين والشركات والمؤسسات والعمال وكذلك كيفية عمل الأسواق والعوامل المؤثرة فيما

### الاقتصاد الكلي

هو ذلك الفرع من علم الاقتصاد الذي يركز على محددات الجوانب الكلية في الاقتصاد مثل الدخل القومي والتوظيف ومستوى الأسعار وكيفية استخدام السياسة الاقتصادية الحكومية للتأثير على سلوك هذه الجوانب

العلاقة بين الاقتصاد الجزئي والكلي

الاختلاف بين الاقتصاد الجزئي والكلي ينحصر في نطاق الدراسة وجوانب الاقتصاد الذي يتناولها ، وبينهما ترابطة كبيرة لأن الظواهر محل الدراسة تنتهي إلى نفس المجتمع

### السلع

شي يسلم الى المشتري بغرض زيادة المنفعة لديه ويتضمن انتقال الملكية من البائع للمشتري السلعة الحرة في حصول المستهلك على شي مفيد ونافع بدون مقابل مثل المواء السلعة الاقتصادية في حصول المستهلك على سلعة مفيدة مقابل النقود مثل الملابس

### الخدمات

نشاط اقتصادي يحقق منفعة مقابل النقود لكنه لا يتضمن انتقال الملكية فالخدمة ليس لها كيان مادي ملموس مثل خدمة التعليم

03

### السلع المكهمة والبديلة

السلع المكهمة : هي التي تستملك مع سلعة أخرى مثل الغاز وموقد الغاز  
السلع البديلة : هي التي يمكن استهلاكها بحيث تقدم نفس منافع السلعة الأصلية مثل أنواع السيارات

02

### السلع المعهمة وغير المعهمة

السلع المعهمة : هي التي لا تبلى سريعاً مثل المساكن  
السلع غير المعهمة : هي التي تفتقد عند استخدامها لمرّة واحدة مثل الطعام

01

### السلع الرأسهالية والاستهلاكية

السلع الاستهلاكية : تحقق منفعة مباشرة مثل الخبز  
السلع الرأسهالية : تحقق منفعة غير مباشرة مثل آلة الحصاد الزراعيّة



## خصائص الخدمات



الهزج بين السلعة والخدمة

هنالك أنشطة يتعدر تصنيفها كسلعة بحتة أو خدمة بحتة فالغلب يهوج بي السلعة والخدمة مثل الخياط يقدم القهاش والخياطة

## السوق و أنواعه ( هياكله )

السوق

نظام يجمع البائع والمشتري لتبادل المعلومات والتفاهم على السعر وإنجاز صفقة تبادل السلعة مقابل النقود

سوق  
المنافسة  
الكاملة

السلعة متجانسة في السوق ويوجد عدد كبير جدا من البائعين بحيث لا يستطيع أحد التأثير على السعر السائد في السوق مثل أواق القمح والشعير والذرز

سوق  
المنافسة  
الاحتكارية

السلع متشابهة إلى حد كبير وهناك عوامل تمييز بينها ويوجد عدد كبير من البائعين ويستطيع كل بائع التحكم في جزء من السوق مثل الملابس واللابان

سوق احتكار  
القلة

يسيطر على السوق عدد قليل من البائعين لذلك قرارات كل بائع لها تأثير كبير على الكميات والموصفات والنسعار مثل الحواسيب والسيارات

سوق الاحتكار

يوجد بائع وحيد في السوق لذلك فهو يتحكم بالكميات والنسعار ويحقق أرباح عالية مثل بائع جواللات في منطقة لا يوجد بها غيره

سوق احتكار القلة  
( في الشراء )

يوجد عدد قليل من المشتريين وعدد كبير من البائعين

سوق الاحتكار  
( في الشراء )

يوجد مشتري واحد للسلعة وعدد بائعين كبير أو صغير

التعريف

شعور بالحرمان يدفع الإنسان للقيام بعمل معين لإشباع هذه الحاجة



الدين والعادات الاجتماعية



التطور التقني



الغريزة البشرية

العوامل المحددة في الحاجات الإنسانية

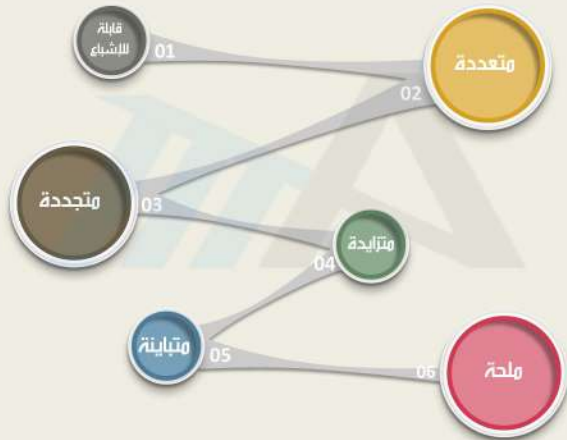


# نظرية الحاجات

هرم ماسلو



## خصائص الحاجات الانسانية



التعريف

ما يملكه المجتمع ويمكن الاستفادة منه

جميع عناصر الإنتاج التي تتواجد في شكلها الخام

جميع الخدمات الإنتاجية التي يسهم بها الإنسان بجهد العضلي أو مهاراته وقدراته الفكرية ومعرفته

الموارد المصنعة من المعدات والمنتجات وغيرها التي تستخدم للإنتاج سلع أخرى  
رأس المال الثابت : يشير إلى مستلزمات الإنتاج المعهزة مثل المباني والمعدات  
رأس المال الحائر : يشير إلى أرصدة المواد الخام والسلع نصف المصنعة والمكونات  
الأخرى التي تستخدم في العملية الإنتاجية



## المشكلة الاقتصادية وأسبابها

التعريف

عدم قدرة المجتمع على إشباع جميع حاجاته في ظل ندرة الموارد المتاحة إليه

تعدد الحاجات الإنسانية وتجديدها

الندرة النسبية للموارد الاقتصادية

تعدد استخدامات الموارد الاقتصادية





ماذا تنتج

تحديد كمية وأنواع السلع والخدمات التي ينتجها المجتمع



كيف تنتج

الكيفية التي تتم بها عملية الإنتاج ويشمل:  
تحديد الجهة التي تتولى مسؤولية القيام بالنشاط الإنتاجي  
اختيار الفن الإنتاجي المناسب أو التقنية الملائمة ويراعى فيه:  
اختيار التقنية ذات الكفاءة الفنية الأحدث  
إعطاء أولوية للتقنية ذات الكفاءة الاقتصادية إنتاج بأقل تكلفة



لمن تنتج

كيفية توزيع الناتج على أفراد المجتمع

### التعريف

مجموعة مبادئ مرتكزة على فلسفة معينة أو دين يؤمن به المجتمع

01

بيان الطريقة التي يحدد بها المجتمع احتياجاته من السلع والخدمات من حيث الكمية والنوع مع وجود آلية لترتيبها وفقا لاهميتها ( هذا تنتج )

02

تحديد خصائص المشروعات التي تتولى الأنشطة الإنتاجية في المجتمع وكيفية تلبية احتياجاته ( كيف تنتج )

03

وضع معايير لتوزيع ناتج النشاط الاقتصادي على المشاركين في الإنتاج ( لمن تنتج )





# كيف يعالج النظام الاقتصادي الديموقراطي المشكلة الاقتصادية

ماذا تنتج

تفضيلات المستهلكين هي التي تحدد  
أنواع وكميات السلع المرغوبة

كيف تنتج

تقوم المشروعات الخاصة المملوكة للأفراد باختيار أفضل الفنون الإنتاجية وتقوم

لمن تنتج

توزيع عوائد الإنتاج على من أسهموا في تحقيقه يتم من خلال سوق خدمات عناصر الإنتاج

1

تقديس الملكية الخاصة وحرية التصرف فيها تؤدي الى سوء توزيع الدخل وامدار الثروات وتفاقم حدة الصراع بين طبقات المهتجع مما يمدد الاستقرار الاجتماعي

2

تنهو المشروعات الخاصة حتى تصبح قوة احتكارية كبرى تتحكم بالسوق وتضر برعامية عامة الناس

3

المصلحة الخاصة لا تؤدي بالضرورة الى تحقيق المصلحة العامة بل قد تتعارض معها فالمنتج الذي يسعى لتحقيق أقصى ربح قد يستخدم طرقا إنتاجية تلوث البيئة وتضر المهتجع



# كيف يعالج النظام الاقتصادي الاشتراكي المشكلة الاقتصادية

ماذا تنتج

يقوم جهاز التخطيط بتحديد احتياجات المجتمع من السلع والخدمات وفقا للاولويات التي يراها

كيف تنتج

تحتوي خطة الدولة على اهداف تفصيلية يتم توزيعها على المشروعات العامة حيث يعرف كل مشروع كهيته ومواصفات السلع الهكلف بها

لهن تنتج

يتم تحديد اجور العمال من خلال الخطة الموضوعية وبحسب كهيته العمل الهبذول ومستوى مهارة العامل

1

جرمان المستهلكين من حقمم في اختيار السلع التي تناسب رغباتهم

2

جرمان الافراد من تهلك وسائل الإنتاج وإقامة المشروعات الخاصة

3

سوء تقدير لكهيات الإنتاج وحدوث فائض كبير في بعض السلع وعجز في أخرى

4

حدوث تفاوت كبير في توزيع الدخل



# كيف يعالج النظام الاقتصادي الاسلامي المشكلة الاقتصادية

## ماذا تنتج

يتمتع الافراد بحرية تحديد احتياجاتهم من السلع والخدمات **بشرطين**: ان تكون بعيدة عن الحرام الاعتدال في الاستهلاك

## كيف تنتج

تقوم المشروعات الخاصة به معظم الانشطة الإنتاجية بحرية كاملة **بشرطين**:  
أن يكون رأس المال حلال و تتجنب الانشطة المحرمة

## لمن تنتج

يتم توزيع الإنتاج من خلال السوق الإسلامي التنافسي حيث تحرم كل صور الاحتكار والرشوة

## مفهوم الطلب

هو رغبة المستهلك في شراء السلعة مع قدرته على دفع ثمنها

سلعة معرفة تعريفيا جيدا

رغبة المستهلك في شراء السلعة

قدرة المستهلك سداد ثمنها

فترة زمنية تتعلق بالطلب

حدود مكانية تتعلق بالطلب

إذا ارتفع سعر سلعة معينة تقل الكمية المطلوبة منها والعكس صحيح

### طلب السوق

مجموع طلبات الأفراد أو النسر  
ونركز في دراستنا على طلب السوق  
لأنه يحدد الإنفاق الكلي للمستهلكين  
على السلعة

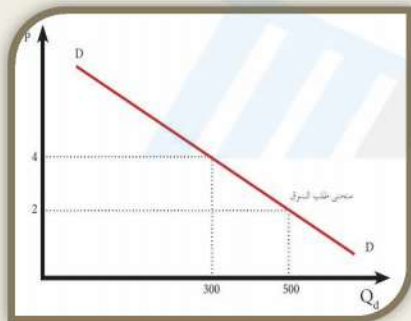
### أنواع الطلب

### طلب الفرد

طلب يشير إلى الكمية التي يطلبها الفرد  
أو النسرة من سلعة معينة عند السعر  
الساند خلال فترة محددة

منحنى الطلب

التوضيح البياني لجدول الطلب



طلب سكان أحد الأحياء على التفاح شهريا

السعر P	الكمية المطلوبة Q
6	100
5	200
4	300
3	400
2	500

## العوامل المؤثرة في العرض

توقعات  
المستهلكين

عدد السكان  
في المنطقة

أذواق المستهلكين

أسعار السلع المكملة

أسعار السلع البديلة

دخل المستهلكين

ارتفاع سعر السلعة يؤدي إلى انخفاض الكمية المطلوبة منها

انخفاض سعر السلعة يؤدي إلى ارتفاع الكمية المطلوبة منها

## أسباب زيادة الطلب

06 05 04 03 02 01

ارتفاع دخول المستهلكين

ارتفاع سعر سلعة بديلة

انخفاض سعر سلعة وكهلة

ازدياد رغبة المستهلك في السلعة

زيادة عدد المستهلكين

توقعات ارتفاع الأسعار مستقبلا

## أسباب نقص الطلب

06 05 04 03 02 01

انخفاض دخول المستهلكين

انخفاض سعر سلعة بديلة

ارتفاع سعر سلعة مكافئة

نقص رغبة المستهلك في السلعة

قلة عدد المستهلكين

توقعات انخفاض الأسعار مستقبلا

## أمثلة على التغير في الطلب

01 إذا كانت السيارة أهدى للسيارة ب فإن ارتفاع سعر السيارة أ مع ثبات سعر السيارة ب يؤدي إلى زيادة الطلب على السيارة ب

02 ارتفاع دخول المستهلكين يؤدي إلى زيادة الطلب على بعض السلع

03 زيادة وعي المستهلكين بأضرار التدخين يؤدي إلى انخفاض الطلب على منتجات الدخان

04 زيادة المجرة من منطقة يؤدي إلى انخفاض الطلب على بعض السلع

## مفهوم العرض

رغبة المنتج في بيع سلعة معينة مع قدرته  
على إنتاجها

سلعة ذات مواصفات محددة

رغبة المنتج في بيعها في السوق

قدرة المنتج على إنتاجها

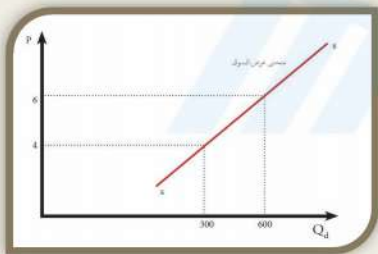
فترة زمنية تعرض خلالها السلعة

منطقة محددة تعرض فيها السلعة

إذا ارتفع سعر سلعة معينة في السوق تزداد الكمية المعروضة منها والعكس صحيح

منحنى الطلب

التهليل البياني لجدول العرض



عرض منتجين التفاح شهريا

السعر P	الكمية المعروضة Q
6	600
5	450
4	300
3	150
2	0

## العوامل المؤثرة في العرض

تكاليف عناصر الإنتاج

مستوى تقنية الإنتاج

الضرائب

الإعانات الحكومية

عدد المنتجين

ارتفاع سعر السلعة يؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة

انخفاض سعر السلعة يؤدي إلى نقص الكمية المعروضة

## أسباب زيادة العرض

05

04

03

02

01

انخفاض تكاليف عناصر الإنتاج

تحسن مستوى التقنية المستخدمة

تخفيض الضرائب

زيادة الإعانات الحكومية

زيادة عدد المنتجين في السوق

## أسباب نقص العرض

05

04

03

02

01

زيادة تكاليف عناصر الإنتاج

تدهور مستوى التقنية المستخدمة

زيادة الضرائب

نقص الإعانات الحكومية

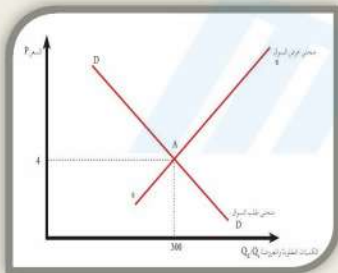
نقص عدد المنتجين في السوق

علم يهتم بدراسة أنشطة المجتمع في مجالات الإنتاج والاستهلاك والادخار بهدف اشباع رغبات المجتمع بها لديه من موارد

التعريف

## جدول ومنحنى توازن السوق

السعر	الكمية المطلوبة Qd	الكمية المعروضة Qs	فائض العرض	فائض الطلب
6	100	600	500	-
5	200	450	250	-
4	300	300	0	0
32	400	150	-	250
500	500	0	-	500



حالة فائض العرض

حالة فائض الطلب

تقيس مرونة الطلب السعرية درجة استجابة أو حساسية الكمية المطلوبة للتغير في سعر السلعة

التعريف

$$E_d = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P}$$

حيث  $\% \Delta Q_d$  هي النسبة المتغيرة في الكمية المطلوبة و  $\% \Delta P$  هي النسبة المتغيرة في السعر (رمز  $\Delta$  دلنا يشير إلى التغير؛ لذلك فإن  $\Delta Q_d$  تعني التغير في الكمية المطلوبة، و  $\Delta P$  تعني التغير في السعر).  
 هذه الصيغة ملائمة لحساب المرونة إذا كانت المعلومات المتاحة هي النسب المتغيرة للتغير في الكمية والسعر.

**مثال:** إذا كانت زيادة السعر بنسبة ١٠٪ تؤدي إلى انخفاض الكمية المطلوبة بنسبة ١٥٪، يمكن حساب معامل مرونة الطلب السعرية باستخدام الصيغة السابقة على النحو التالي:

$$E_d = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P} = \frac{-15}{10} = -1.5$$

## حساب مرونة الطلب

حيث  $\Delta Q_d$  مقدار التغير في الكمية المطلوبة و  $\Delta P$  مقدار التغير في السعر و  $P$  السعر قبل التغير و  $Q_d$  كمية المطلوبة قبل التغير.  
و تستخدم هذه الصيغة الأخيرة إذا توفرت معلومات عن الكميات المطلوبة والأسعار قبل وبعد التغير

$$E_d = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P} = \frac{\left( \frac{\Delta Q_d}{Q_d} \times 100 \right)}{\left( \frac{\Delta P}{P} \times 100 \right)} = \frac{\left( \frac{\Delta Q_d}{Q_d} \right)}{\left( \frac{\Delta P}{P} \right)}$$

$$E_d = \left( \frac{\Delta Q_d}{Q_d} \right) \div \left( \frac{\Delta P}{P} \right)$$

$$E_d = \left( \frac{\Delta Q_d}{Q_d} \right) \times \left( \frac{P}{\Delta P} \right)$$

$$E_d = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_d}$$

**مثال:** إذا أدى انخفاض سعر السلعة من ٥٠ ريال إلى ٤٠ ريال إلى زيادة الكمية المطلوبة من ١٠٠ وحدة إلى ١٥٠ وحدة، يمكن حساب مرونة الطلب السعرية باستخدام صيغة المرونة المشار إليها. ولكن بعد حساب قيمة  $\Delta Q_d$  و  $\Delta P$ :

$$\Delta Q_d = 150 - 100 = 50$$

$$\Delta P = 40 - 50 = -10$$

$$E_d = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_d} = \frac{50}{-10} \times \frac{50}{100} = -2.5$$

يلاحظ بوجه عام أن معامل المرونة يعطي قيمة سالبة دائماً؛ بسبب العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة والسعر.

قانون حساب مرونة الطلب الوارد بدليل قياس :

$$P = \frac{E_2 - E_1}{E_1} \div \frac{K_2 - K_1}{K_1} = P$$

## أنواع مرونة الطلب

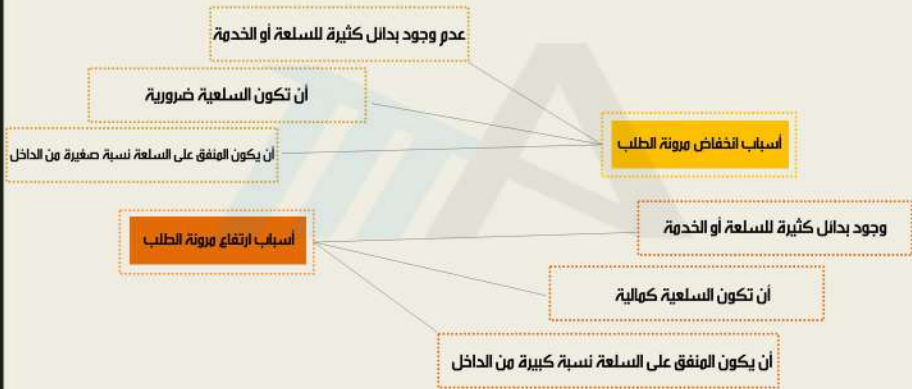
ملاحظات	القاعدة	أنواع المرونة
تغير سعر سلعة يؤدي إلى تغير الكمية المطلوبة في الاتجاه العكسي بنسبة أكبر مثل الجوالات والسيارات	$1 < E_d$	الطلب المرن
نسبة التغير في الكمية المطلوبة أقل من نسبة التغير في السعر مثل السلع الضرورية للمستهلك أو الرخيصة	$1 > E_d$	الطلب غير المرن
تغير السعر بنسبة معينة يؤدي لتغير الكمية بنفس النسبة في اتجاه معاكس	$1 = E_d$	الطلب أحادي المرونة
يطلب المستهلك كمية محددة من السلعة بغض النظر عن سعرها مثل الدواء لا بديل له	$0 = E_d$	الطلب عديم المرونة
عمل تخفيضات يؤدي إلى الإقبال على السلعة وشراء كاهل الكمية	$\infty = E_d$	الطلب لا نهائي المرونة

مدى توفر بدائل للسلعة في السوق

مدى ضرورة السلعة للمستهلك

نسبة المنفق على السلعة من دخل المستهلك

## أسباب ارتفاع وانخفاض مرونة الطلب



مقياس لدرجة استجابة التغير في الكمية المعروضة للتغير في سعر السلعة

التعريف

$$E_s = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P}$$

لحساب مرونة العرض نستخدم إحدى الصيغتين الآتيتين:  
 الصيغة الأولى: نستخدمها إذا كانت المعلومات المتاحة هي النسبة المئوية للتغير في السعر والكمية:

حيث  $\% \Delta Q_s$  هي النسبة المئوية للتغير في الكمية المعروضة و  $\% \Delta P$  هي النسبة المئوية للتغير في السعر.  
 مثال: إذا كان ارتفاع السعر بنسبة ١٠% يؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة بنسبة ٢٠% نحسب مرونة العرض كما يلي:

$$E_s = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P} = \frac{\% 20}{\% 10} = 2$$

الصيغة الثانية: نستخدمها إذا توفرت معلومات عن الكمية المعروضة والسعر قبل وبعد التغير:

$$E_s = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_s}$$

حيث  $\Delta Q_s$  مقدار التغير في الكمية المعروضة، و  $\Delta P$  مقدار التغير في السعر، و  $P$  السعر قبل التغير و  $Q_s$  الكمية المعروضة قبل التغير.

**مثال:** انخفاض سعر السلعة من ١٢ ريالاً إلى ٩ ريالات أدى إلى انخفاض الكمية المعروضة من ٦٠٠ وحدة إلى ٥٠٠ وحدة، نحسب مرونة العرض كما يلي:

$$E_s = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_s} = \frac{100-}{3-} \times \frac{12}{600} = 0.66$$

يلاحظ أن طبيعة العلاقة الطردية بين الكمية المعروضة والسعر تجعل قيمة معامل المرونة دائماً موجبة.

## أنواع مرونة العرض

ملاحظات	القاعدة	أنواع مرونة العرض
تغير سعر سلعة يؤدي إلى تغير الكمية المعروضة وتكون كبيرة في فترة الكساد	$1 < E_d$	العرض المرن
تغير السعر بنسبة معينة يؤدي إلى تغير في الكمية المعروضة بنسبة أقل	$1 > E_d$	العرض غير المرن
التغير النسبي في الكمية المعروضة يكافئ تمام التغير النسبي في السعر	$1 = E_d$	العرض أحادي المرونة
الكمية المعروضة ثابتة بصرف النظر عن سعر السوق	$0 = E_d$	العرض عديم المرونة
عند سعر معين يعرض المنتجون جميع الكميات المتاحة لديهم	$\infty = E_d$	العرض لا نهائي المرونة

قدرة المنشآت على تخزين الطاقة

الطاقة الإنتاجية المتاحة

عدد المنتجين

فترة العملية الإنتاجية

## أسباب ارتفاع وانخفاض مرونة العرض

### أسباب ارتفاع مرونة العرض

أن تكون السلعة قابلة للتخزين بسهولة وتكلفة محدودة

أن يتوفر لدى المنتج فائض من الطاقة الإنتاجية

وجود عدد كبير من المنتجين

أن تستغرق العملية الإنتاجية وقتا قصيرا

### أسباب انخفاض مرونة العرض

أن تكون السلعة غير قابلة للتخزين

عدم وجود فائض من الطاقة الإنتاجية

وجود عدد قليل من المنتجين

أن تستغرق العملية الإنتاجية وقتا طويلا

- 01 أثر ارتفاع الدخول على السوق
- 02 أثر التطورات التقنية على السوق
- 03 التنبؤ بحجم المبيعات
- 04 تحديد السياسة السعرية الملائمة

### العمل والتوظيف وتنمية الموارد البشرية في المهلكة العربية السعودية

تعمل المهلكة على تحسين مخرجات منظومة التعليم والتدريب في جميع مراحلها لتوائم مع احتياجات التنمية وسوق العمل المحلي ما يسهم في خفض نسبة البطالة، بالإضافة إلى ابتكار البرامج الداعمة للباحثين عن عمل، وللهنشات الصغيرة والمتوسطة، وتيسير الفرص الاستثمارية، لفتح آفاق فرص عمل جديدة.

#### التوظيف في القطاع الحكومي

تستثمر المهلكة في مواطنيها لتطوير كواثر قادرة على قيادة الوطن إلى مستقبل أكثر رخاءً، وتعمل القطاعات الحكومية على توفير الفرص الوظيفية عبر منصات إلكترونية تضمن العدالة بين جميع المتقدمين.

#### التوظيف في القطاع الخاص

تحرص الجهات المنظمة للعلاقة التعاقدية بين أصحاب العمل والعاملين على التوفيق بين الطرفين، وتوفير فرص عمل محفزة للجنسين في مختلف مناطق المهلكة، من خلال تقدير باقة من الخدمات التوافقية بين أصحاب العمل والراغبين به، ويكفل نظام العمل السعودي العلاقة منذ بداية التعاقد وحتى نهاية استمرار المصلحة المشتركة.

عملية تهدف إلى التوفيق بين مصالح طرفين أو أكثر بهدف الوصول إلى حل مقبول لمشكلة مشتركة

التعريف

عملية يمكن من خلالها حل النزاعات أو تسوية المعاملات بمختلف أنواعها، أو إنشاء اتفاقيات بين الأفراد والجماعات.  
ويعتبر نوع من النقاش الذي يتم بطريقة استراتيجية لحل المشكلة بشكل مقبول للطرفين، إذ إن كل طرف يعمل على إقناع الطرف الآخر بالموافقة على وجهة نظره

التعريف



### تنشأ أهمية علم التفاوض من زاويتين أساسيتين:

الأولى: ضرورته.

الثانية: حثيئته.

### الموقف التفاوضي:

يعد التفاوض موقف ديناميكي أي حركي يقوم على الحركة والفعل ورد الفعل إيجابا وسلبا وتأثير أو تأثرا. والتفاوض موقف مرن يتطلب قدرات هائلة للتكيف السريع والمستمر وللهواءمة الكاملة مع المتغيرات المحيطة بالعملية التفاوضية.

### القضية التفاوضية:

لابد أن يدور حول (قضية معينة) أو (موضوع معين) يمثل محور العملية التفاوضية وهيدانها الذي يتبارز فيه المتفاوضون. وقد تكون القضية، قضية إنسانية عامة، أو قضية شخصية خاصة وتكون قضية اجتماعية، أو اقتصادية أو سياسية، أو أخلاقية... الخ. ومن خلال القضية المتفاوض بشأنها يتحدد الهدف التفاوضي، وكذا غرض كل مرحلة من مراحل التفاوض، بل والنقاط والأجزاء والعناصر التي يتعين تناولها في كل مرحلة من المراحل والتكتيكات واللدوات والاستراتيجيات المتعين استخدامها في كل مرحلة من المراحل.

### الهدف التفاوضي:

لا تتم أي عملية تفاوض بدون هدف أساسي تسعى إلى تحقيقه أو الوصول إليه وتوضع من أجله الخطط والسياسيات. فبناء على الهدف التفاوضي يتم قياس مدى تقدم الجهود التفاوضية في جلسات التفاوض وتعمل الحسابات الدقيقة، وتجري التحليلات العميقة لكل خطوة.

### القدرة التفاوضية:

يتصل هذا الشرط أساسا بأعضاء الفريق. ومدى البراعة والمهارة والكفاءة التي يتمتع بها أو يحوزها أفراد هذا الفريق ومن ثم من الضروري الاهتمام بالقدرة التفاوضية لهذا الفريق وهذا يتأتى عن طريق الآتي :

الاختيار الجيد لأعضاء هذا الفريق من الأفراد الذين يتوفر فيهم القدرة والمهارة والرغبة والخصائص والخواص التي يجب أن يتحلى بها أعضاء هذا الفريق تحقيق الانسجام والتوافق والتلازم والتكليف المستمر بين أعضاء الفريق ليصبح وحدة متجانسة . محددة المهام . ليس بينها أي تعارض أو القسار في الرأي أو الهول أو الرغبات.

تدريب وتثقيف وتحفيز وإعداد أعضاء الفريق المفاوض إعدادا عاليا يتم خلاله تزويدهم بكافة البيانات والمعلومات التفصيلية الخاصة بالقضية التفاوضية. المتابعة الدقيقة والحثيثة لمداء الفريق المفاوض ولأي تطورات تحدث لأعضائه. توفير كافة التسهيلات المادية وغير المادية التي من شأنها تيسير العملية التفاوضية.

الإلهام بأهم مبادئ علم الاقتصاد الكلي ووصف مكوناته وأساليب تحليله وسياساته

## المعيار 04

### المؤشرات :

- ١) يصف مكونات الناتج القومي والدخل القومي ويتقن طرق حساب بنودها المختلفة
- ٢) يعرف البطالة ويفسر أسبابها ويستنتج أثارها الاقتصادية والاجتماعية ويوضح طرق علاجها
- ٣) يعرف التضخم ويفسر أسبابه ويستنتج أثاره الاقتصادية والاجتماعية ويوضح طرق علاجه
- ٤) يوضح مفهوم السياسات المالية والسياسات النقدية وتحديد دورهما في التأثير على الاقتصاد القومي ومعالجة المشكلات الاقتصادية

هو القيمة النقدية لكل السلع والخدمات النهائية التي تنتجها الدولة خلال فترة معينة عادة ما تكون سنة

التعريف

01 يحسب الناتج القومي بالقيمة النقدية

02 يدخل في حساب الناتج القومي اجمالي السلع والخدمات النهائية فقط

المواد الخام : هي التي لا تشبع حاجات الناس مباشرة مثل البترول والشجر والقهوه والقطن بل تدخل في عمليات صناعية تحولها إلى سلع نهائية

المنتجات الوسيطة : ليست مواد خام لأنها خضعت لعمليات تحويلية لكنها أيضا ليست سلع نهائية مثل ألواح الخشب والدقيق والقهوش

المنتجات النهائية : هي التي تكون في شكل صالح للاستعمال للإنسان للشباع حاجاته مثل الأثاث والخبز والأجهزة الكهربائية

03 يتعلق الناتج القومي بكل ما ينتجه مواطنو الدولة

### الناتج القومي

هو مجموع ما ينتجه المواطنون في الداخل والخارج

هو قيمة السلع والخدمات المنتجة من الموارد المملوكة محليا

### الناتج المحلي

هو ما ينتج على أرض الوطن بصرف النظر عن جنسية من ينتجه

هو قيمة السلع والخدمات المنتجة من الموارد الموجودة محليا

### طريقة الناتج النهائي

تتطلب جمع القيم النقدية للإنتاج الدلة من السلع والخدمات النهائية خلال سنة

السلعة	قيمة الإنتاج
قطن	100 مليون
قهاش	160 مليون
ملابس	250 مليون

### طريقة القيمة المضافة

نحسب الفرق بين مخرجات ومدخلات كل نشاط إنتاجي وهذا الفرق يسمى القيمة المضافة

النشاط	قيمة المدخلات	قيمة المخرجات	القيمة المضافة
إنتاج القطن	0	100	100
إنتاج القماش	100	160	60
إنتاج الملابس	160	250	90
الناتج القومي الإجمالي = مجموع القيم المضافة			250

01

الناتج القومي مقياس لانداء الاقتصاد وتطوره

02

يستخدم من ضمن الادوات التي تعتمدها عليهما الحكومة لوضع الخطط والسياسات الاقتصادية

03

تعتمد المنظمات الدولية على مقياس الناتج القومي بوصفه احد المؤشرات الهامة لتصنيف دول العالم اقتصاديا الى دول متقدمة وناهية

01

بعض السلع النماية لا تباع في السوق بل يحتفظ بما المنتج للاستهلاك الخاص

02

بعض الخدمات النماية تقدم مباشرة بدون مقابل

03

قيم السلع المنتجة في الاقتصاد قد تزيد بسبب ارتفاع الأسعار وليس نتيجة زيادة حقيقية في الإنتاج

هو مجموع الدخول التي يحصل عليها كل من أسهموا في النشاط الإنتاجي في المجتمع خلال عام

### التعريف

مجموع صافي قيم السلع والخدمات النهائية المنتجة في اقتصاد ما خلال مدة زمنية معينة عادة ما تكون سنة

### التعريف

مجموع عناصر الانتاج المساهمة في العملية الإنتاجية سواء كانت داخل أو خارج البلد خلال مدة زمنية معينة عادة ما تكون سنة "

### التعريف

الدخل القومي = الذجور + الربيع + عائد رأس المال + الذرباج

01 الأجر

هو العائد الذي يحصل عليه العامل مقابل إسهامه في العملية الإنتاجية

02 الربيع

هو العائد الذي يدفع إلى أصحاب الأرض مقابل استغلالها في العملية الإنتاجية

هو ما يحصل عليه صاحب الهمدات الرأسمالية نتيجة إسهامها في الإنتاج

03 عائد رأس المال

هو المتبقي من الأيراد الكلي للمنشأة الاقتصادية بعد دفع نفقات الإنتاج

04 الربح

## قياس الدخل القومي : طريقة الإنفاق الكلية

الدخل القومي - الإنفاق الاستهلاكي + الإنفاق الرأسمالي + الإنفاق الحكومي + صافي المعاملات الخارجية

### 01 الإنفاق الاستهلاكي

هو إنفاق القطاع العائلي على السلع المعهزة مثل السيارات والثلاجات والسلع غير المعهزة مثل الغذاء والملابس والخدمات مثل التعليم والاتصالات

هو إنفاق القطاع خاص على السلع الرأسمالية وهي المعدات والتلات والنجمة التي من صنع الإنسان وتستخدم لإنتاج سلع أخرى

### 02 الإنفاق الرأسمالي

### 03 الإنفاق الحكومي

هو ما تنفقه الوزارات والهيئات الحكومية المختلفة مقابل السلع والخدمات التي يقدمها قطاع الأعمال وما تصرفها في صورة أجور ومرتبات

تعاملات الدولة التجارية مع الدول الأخرى إما أن تكون واردات أو صادرات  
الصادرات هي إنفاق الأجانب على السلع والخدمات المحلية والمصدرة للخارج  
الواردات هي الإنفاق المحلي على السلع والخدمات الأجنبية والمستوردة من الخارج

### 04 صافي المعاملات الخارجية

صافي المعاملات الخارجية - الصادرات - الواردات

هل البالغ التي تدفعها الحكومة في صورة معاشات التقاعد وإعانات  
الفقراء واليتامى وذوي الاحتياجات الخاصة تسمى إنفاقا حكوميا ؟

**لا . هذه تسمى مدفوعات تحويلية**

فهي لا تدفع نظير نشاط إنتاجي بد تدفع بدون مقابل لأسباب اجتماعية  
وعند استخدام هذ الأموال في عمليات الشراء يتم حسابها ضمن الإنفاق الاستهلاكي

## الدخل النقدي والدخل الحقيقي

### الدخل النقدي

هو الدخل المحقق في الهجتهع مقيسا بوحداث النقود

### الدخل الحقيقي

هو مقدا السلع والخذهات التي يمكن الحصول عليها مقابل الدخل النقدي

الدخل القومي الحقيقي - الدخل القومي النقدي ÷ الرقم القياسي للاسعار

**الرقم القياسي للاسعار** وهو نسبة مئوية تعرفنا بحالة المستوى العام للاسعار  
مثال : اذا كان الرقم القياسي للاسعار ١٠٠٪ في سنة معينة وصار ١٢٠٪ في السنة التالية يقال ان الاسعار ارتفعت ٢٠٪

في المجتمع **أ** ارتفع الدخل القومي النقدي من ٢٠٠ مليون إلى ٢٤٠ مليون وخلال نفس الفترة ارتفع الرقم القياسي للسعر من ١٠٠٪ إلى ١٠٥٪

$$200 \div 100 = 200 \text{ مليون}$$

$$228.6 \text{ مليون} = 105 \div 200$$

بمعنى ارتفاع مستوى المعيشة لهذا المجتمع رغم ارتفاع الأسعار بسبب أن ارتفاع الأسعار بنسبة ٥٪ أقل من ارتفاع الدخل النقدي بنسبة ٢٠٪

في المجتمع **ب** ارتفع الدخل القومي النقدي من ١٠٠ مليون إلى ١١٠ مليون وخلال نفس الفترة ارتفع الرقم القياسي للسعر من ١٠٠٪ إلى ١٣٠٪

$$100 \div 100 = 100 \text{ مليون}$$

$$84.6 \text{ مليون} = 130 \div 110$$

بمعنى تدهور مستوى المعيشة لهذا المجتمع رغم ارتفاع دخله النقدي بسبب أن ارتفاع الأسعار بنسبة ٣٠٪ أكبر من ارتفاع الدخل النقدي بنسبة ١٠٪

هو مجموع السلع والخدمات التي تطلبها قطاعات المجتمع كافة عند مستويات مختلفة من الأسعار خلال فترة زمنية محددة عادة سنة ، وينقسم في أربعة قطاعات :

طلب القطاع العالمي      طلب قطاع الأعمار      طلب القطاع الحكومي      صافي الطلب الخارجي على السلع والخدمات

### الطلب الكلي

هو مقدار الناتج القومي الذي يكون قطاع الأعمار مستعدا للإنتاجه وبيعه خلال فترة زمنية معينة عادة سنة عند المستويات المختلفة للأسعار

### العرض الكلي

الاحتفال الثالث  
حالة التضخم

الاقتراب من  
التوظيف الكامل

حالة الكساد

هو معاناة الاقتصاد من حالة الارتفاع المستمر في المستوى العام للسعار لفترة طويلة

### التعريف

### قياس التضخم

يتم قياسه ب الرقم القياسي للسعار وهو نسبة مئوية تعرفنا بحالة المستوى العام للسعار  
مثال : اذا كان الرقم القياسي للسعار ١٠٠ في سنة معينة وصار ١٢٠ في السنة التالية يقال ان السعار ارتفعت ٢٠٪

الرقم القياسي للسعار ( CPI )

$$100 - 100 \times \frac{\text{مجموع أسعار السلع الجديدة}}{\text{مجموع أسعار سلع السنة الأساس}} =$$

## آثار التضخم الاقتصادي:

### تأثير التضخم على الدخل

- 1- تنخفض الدخل الحقيقية لأصحاب الدخل الثابتة مثل ( الموظفين )
- 2- ترتفع الدخل الحقيقية لأصحاب الدخل المتغيرة ( مثل التجار )

### تأثير التضخم على الديون والمخدرات

- 1- يستفيد المدين ويضار الدائن
- 2- تتدهور القيمة الحقيقية للمخدرات مع مرور الزمن

### تأثير التضخم على التجارة الخارجية

مع ارتفاع تكاليف الخامات ولوازم الإنتاج ترتفع أسعار السلع المصدرة وبالتالي تضعف القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية في الخارج وتصبح الواردات أرخص من الإنتاج المحلي

### تأثير التضخم على النهو الاقتصادي ورفاهية المجتمع

- 1- إذا كان التضخم حادا تنشأ حالة عدم ثقة في الاقتصاد فيحجم الأفراد عن الادخار لتوقع الانخفاض في مخدراتهم
- 2- التضخم الزاحف ( الذي يعني ارتفاعا تدريجيا هادئا في المستوى العام للأسعار ) يؤدي إلى زيادة أرباح الشركات مما يحفزها على التوسع في حجم الاستثمار وبالتالي نتاج فرص عمل جديدة وتقل البطالة ويزداد حجم الناتج المحلي

### تضخم التكاليف

ينشأ بسبب ارتفاع التكاليف التشغيلية في الشركات مثل زيادة الأجور

### تضخم الطلب

زيادة الطلب الكلي على السلع والخدمات عن العرض الكلي المتاح

### تضخم الحصار

ممارسة الحصار الاقتصادي تجاه دولة معينة من قبل قوى خارجية

### التضخم المستورد

التضخم الذي يعود إلى عوامل خارجية نتيجة اعتماد الدولة على الواردات من دولة أخرى

هو انخفاض مستمر في الطلب الكلي يؤدي إلى انخفاض المستوى العام للأسعار وزيادة معدلات البطالة وتراجع معدلات النمو الاقتصادي

التعريف



## آثار الركود الاقتصادي:

### تأثير الركود على الدخل

- 1- يستفيد أصحاب الدخل الثابتة مثل (الموظفين)
- 2- تنخفض الدخل الحقيقية لأصحاب الدخل المتغيرة (مثل التجار)

### تأثير الركود على الديون

- 1- يستفيد الدائن ويضار المدين

### تأثير الركود على الناتج الحقيقي

يؤدي إلى قلة الطلب وبالتالي زيادة البطالة ويقوم المنتجين بتخفيض العرض مما يؤدي لانخفاض الناتج الحقيقي للمجتمع

### تأثير الركود على ميزان المدفوعات

الركود يعني تدهور قيمه النقود بالتالي تعرب رؤوس الأموال للخارج ومع ضعف الصادرات والاعتماد على الواردات يزداد العجز في ميزان المدفوعات

عدم توفر فرص عمل للأفراد القادرين على العمل والراغبين فيه والباحثين عنه

## التعريف

العجز عن الكسب في أي صورة من صور العجز

البطالة في الإسلام

## قياس البطالة

$$\text{نسبة البطالة} = \frac{\text{عدد العاطلين عن العمل}}{\text{إجمالي القوة العاملة}} \times 100\%$$

## أنواع البطالة

### البطالة الإجبارية

هي البطالة التي لا اختيار للإنسان فيها

### البطالة الاختيارية

هي بطالة من يقدر على العمل ولا يوجد مانع لذلك ولكنه يقرر أن يعيش بدون عمل

### البطالة الوظيفية

هي حالة التعطل عن العمل بصفة مؤقتة بسبب انتقال الفرد إلى وظيفة جديدة أو مكان جديد

### البطالة الموسمية

هي البطالة التي تحدث في فترات معينة على مدار العام بسبب التغيرات الموسمية

### البطالة المهنفة

هي البطالة التي تحدث عندها يؤدي الفرد عملا دون مستوى مؤهلاته العلمية وخبراته

## آثار البطالة

01

البطالة تعني عدم القدرة على تحقيق الدخل وبالتالي تدني مستوى المعيشة

02

إمحاء أهم الموارد الاقتصادية وهي الموارد البشرية

03

تقليل سنوات العمر الإنتاجي للفرد

04

مجرة الشباب وترك العمل والوطن

05

البطالة مسؤولة عن الاضطرابات النفسية

06

لها أثر سلبي على النفسية

07

كثرة الجرائم بأنواعها

النمو السكاني

التقدم التقني

ارتفاع أجور الايدي العاملة

الاستعانة بالييدي العاملة الاجنبية

قلة التدريب والتأهيل

تقييد الهجرة للخارج

رفع سن التقاعد

## علاج البطالة



## تعريف السياسة المالية

هي مجموعة الأدوات التي تستخدمها الدولة للتأثير على النشاط الاقتصادي لتحقيق هدف معين . وتتكون الأدوات من أدوات الإنفاق العام وأدوات الإيرادات العامة

## أهداف السياسة المالية

- 1- زيادة الناتج القومي .
- 2- رفع مستوى الدخل للأفراد وبالتالي رفع مستوى معيشتهم .
- 3- تحقيق التوظيف الكامل للموارد .
- 4- تحقيق استقرار الأسعار .
- 5- تحسين توزيع الدخل بين أفراد المجتمع

## أدوات السياسة المالية

### الضرائب وأهم أنواعها

- ضريبة الدخل الشخصي
  - ضريبة أرباح الشركات
  - ضريبة المبيعات
  - الضريبة الجهرية
- ### الإنفاق العام و مكوناته
- الإنفاق الاستهلاكي الحكومي على شراء السلع والخدمات
  - الإنفاق الاستثماري الحكومي
  - الإنفاق العام التحويلي

## تعريف السياسة النقدية

هي مجموعة الأدوات النقدية التي يستخدمها البنك المركزي للتأثير على النشاط الاقتصادي عن طريق تغيير عرض النقود.

## أهداف السياسة النقدية

- 1- تحقيق استقرار الأسعار
- 2- تحقيق التوظيف الكامل
- 3- زيادة النمو الاقتصادي
- 4- تحقيق استقرار أسعار العملة الوطنية

## أدوات السياسة النقدية

- 1- تغيير نسبة الاحتياطي القانوني
- 2- تغيير سعر إعادة الخصم
- 3- الدخول بانعاً أو مشتريا للذوراق المالية في السوق المفتوحة.
- 4- إقناع البنوك بتسهيل أو تقليل الائتمان

## تأثير أدوات السياسة المالية على المستوى التوازني للدخل

### ثانيا : التأثير التوسعي ( السياسة المالية التوسعية )

تهدف السياسة المالية الى زيادة الدخل التوازني عن طريق :

- ١- زيادة الإنفاق الحكومي
- ٢- تخفيض الضرائب
- ٣- زيادة الإنفاق الحكومي و تخفيض الضرائب

### أولا : التأثير الإنكماشى ( السياسة المالية الإنكماشية )

تهدف السياسة المالية الى تخفيض الدخل التوازني عن طريق :

- ١- تخفيض الإنفاق الحكومي
- ٢- زيادة الضرائب
- ٣- تخفيض الإنفاق الحكومي و زيادة الضرائب

### إجراءات السياسة المالية لعلاج التضخم

- 1- خفض الإنفاق الحكومي
- 2- زيادة الضرائب حيث تقلل من الدخل المتاح للأفراد

### إجراءات السياسة النقدية لعلاج التضخم

- 1- زيادة سعر الخصم يؤدي إلى ارتفاع تكلفة الحصول على السيولة من البنوك وبالتالي تقل السيولة الشرائية
- 2- زيادة نسبة الاحتياطي القانوني حيث تحتفظ البنوك بنسبة من الودائع لا يمكن إقراضها
- 3- بيع البنك المركزي للسهم والسندات في عمليات السوق المفتوحة وهذا الإجراء يؤدي لسحب السيولة النقدية

### إجراءات السياسة المالية لعلاج الركود

- 1-زيادة الإنفاق الحكومي حيث يساعد في زيادة الطلب الكلي
- 2-خفض الضرائب حيث تزيد من الدخل المتاح للأفراد

### إجراءات السياسة النقدية لعلاج الركود

- 1-خفض سعر الخصم يؤدي إلى سهولة الحصول على السيولة من البنوك وبالتالي تزداد القوة الشرائية
- 2-خفض نسبة الاحتياطي القانوني حيث يساعد البنوك في ضخ سيولة بالسوق
- 3-شراء البنك المركزي للسهم والسندات في عمليات السوق المفتوحة وهذا الاجراء يؤدي لانتاج السيولة النقدية

معرفة المفاهيم الأساسية للتجارة الدولية ونشأتها وبيئتها وأهميتها وتوضيح اتجاهاتها المختلفة وتحديد مميزات وسلبياتها وتوضيح السياسات التجارية وأدواتها وأثرها الاقتصادية على التبادل الدولي

## المعيار 05

### المؤشرات :

- ١) يعرف مفهوم التجارة الدولية ووضح مراحل نشأتها وأهميتها
- ٢) يحدد أسباب قيام التجارة الدولية وبيئتها ومميزات وسلبياتها
- ٣) يقارن بين نظريات التجارة الدولية ويوضح تفسيراتها للتبادل التجاري
- ٤) يعرف ميزان المدفوعات ويحدد أقسامه ويتقن طريقة التسجيل في قيوده ويعلل أسباب العجز والفائض فيه
- ٥) يحدد بعض المنظمات والتكتلات الاقتصادية الدولية ويوضح أهدافها وأدوارها في تطور التعاون الاقتصادي الدولي

هو أحد فروع علم الاقتصاد وهو مختص بدراسة المعاملات كافة التي تتم عبر الحدود

### الاقتصاد الدولي

#### الهالية الدولية

معنية بحركة رؤوس الأموال من دولة إلى أخرى بغرض الاستثمار طويل الأجل أو قصير الأجل

#### التجارة الدولية

تختص بالصفقات التجارية بين الدول وتشمل ما يلي : ❖ شراء السلع بأنواعها المختلفة ❖ و شراء الخدمات

بدأت التجارة الدولية منذ قديم الزمان ومن الأمثلة عليه ما يعرف بطريق الحرير، ولكن في القرون الأخيرة زادت أهمية هذه التجارة سواء اقتصاديا أو سياسيا أو اجتماعيا.

وقد ساهمت الثورة الصناعية كثيرا في تعزيز أهمية هذه التجارة والذي ساهم أيضا هو تطور وسائل النقل والعولمة والشركات متعددة الجنسيات. وقد عبر المجتمع الدولي عن أهمية التجارة من خلال اطلاق اتفاقية الجات التي يراد لها ان تنظر العمل التجاري ثم منظمة التجارة العالمية على الرغم من وجود اختلاف في وجهات النظر من حيث الفوائد المرجوة من هذه المنظمة، ولهن ستكون المصلحة في أنشطتها.

## أهمية التجارة الدولية

01	ربط الدول والمجتمعات مع بعضها البعض
02	تعتبر مؤشر على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية
03	تحقيق مكاسب
04	زيادة الدخل القومي
05	تحقيق التوازن في السوق
06	الارتقاء بالذواق وتحقيق كافة الرغبات وإشباع الحاجات
07	إقامة علاقات ودية وصداقة مع الدول أخرى

### مميزات التجارة الدولية :

- 1- المساهمة في دعم النمو الاقتصادي وتوفير فرص عمل
- 2- دعم المنشآت المحلية وتزويدها بالخبرة الكافية لتقديم المنتجات للسوق العالمية الخارجية.
- 3- حصول المنشآت على ميزة تنافسية في مجال التجارة الدولية
- 4- الاهتمام بالمنافسة الأجنبية المعتمدة على الواردات في تقليل أسعار المنتجات على المستهلكين
- 5- توفير أصناف متنوعة للأفراد من الخدمات والسلع.

### سلبيات التجارة الدولية :

- 1- التقليل من الفرص الوظيفية في قطاع الصناعة المحلي؛ بسبب تقليل الحكومات للرسوم المفروضة على الجهارك، وعدم قدرة الصناعات المحلية على المنافسة عالمياً
- 2- الاعتماد على وسائل عمل خارجية، نتيجة لاهتمام الشركات في نقل مكاتبها الصناعية والتكنولوجية إلى الدول ذات معدل المعيشة المنخفض.
- 3- حدوث خسارة للدول التي تعتمد على أنظمة اقتصادية تقليدية في قطاعها الزراعي المحلي.

### الاتجاه الأول:

هو الذي أسسهُ عالم الاقتصاد آدم سميث، حيث تؤدي تجزئة العمل عالمياً إلى تخصص الدول في تقديم منتجات معينة، وتعتمد على ظروفها التي تُشكّل لها ميزة إنتاجية مطلقة، واعتبر سميث أن التجارة الدولية تعتمد بشكل أساسي على النفقات المطلقة، أي تشكل الصادرات الدول من السلع كافة السلع المنتجة بأقل النفقات المطلقة، بينما تكون الواردات السلعية من السلع المنتجة بأعلى النفقات المطلقة.

### الاتجاه الثاني:

هو الذي أسسه عالم الاقتصاد ريكاردو، لأنه رأى أن اتجاه النفقات المطلقة لا يمكن تطبيقه إلا في التجارة الداخلية، وليس من الممكن استخدامه في تفسير الميكل الخاص بالتجارة الدولية، فحرص ريكاردو على وضع قاعدة عرفت باسم النفقات النسبية، وتشير إلى أن التجارة الدولية تعتمد على اختلاف التكاليف النسبية للمنتجات، حيث تشكل الصادرات السلعية كافة السلع المتفوقة نسبياً، بينما تكون الواردات السلعية كافة السلع المنتجة قبل تقديم أعلى نفقات نسبية.

### الاتجاه الثالث:

هو الذي أسسه المفكر الاقتصادي هايكل بورتز، عن طريق صياغته لقاعدة الميزة التنافسية التي اهتمت بتطوير قاعدة الميزة النسبية لريكاردو، من أجل استخدامها في التعبير عن تميز دولة ما في إنتاج منتج معين بالاعتماد على العناصر الإنتاجية الحديثة، مثل الموارد البشرية، ورؤوس الأموال، والتكنولوجيا وغيرها. ووفق ذلك تحدد التجارة الدولية للسلع بناءً على طبيعة تخصص الدولة في إنتاج المنتجات وتصديرها بالاعتماد على ميزات مكتسبة، بينما تصنف الواردات السلعية التي لا تستطيع الدولة إنتاجها من ضمن عناصر الميزة التنافسية.

### الاتجاه الرابع:

هو الذي اعتمد على القدرة التنافسية، حيث يشير إلى إمكانيات الدول في توفير الحاجات للسوق الدولية بالتزامن مع المحافظة على تطور معيشة المواطنين.

## لماذا تختلف التجارة الدولية عن المحلية

اختلاف الأنظمة والقوانين

تكاليف النقل  
والوصول للسوق

اختلاف النقود

حركية عناصر الإنتاج



01

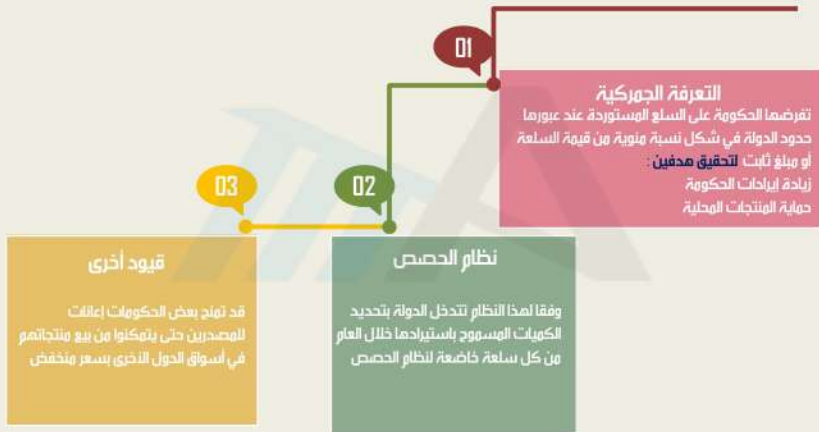
تلبية احتياجات المواطنين

02

مكاسب التجارة الخارجية

تصريف فائض الإنتاج

الحصول على سلع مستوردة بتكاليف أقل



## نظريات التجارة الدولية

### ١ - نظرية الميزة النسبية (نظرية ريكاردو):

ظهرت هذه النظرية عام ١٨٣٥م وقامت على مبدأ العمل على أساس القيمة.

### ٢- نظرية الميزة المطلقة لـ ( آدم سميث )

هذه النظرية عبارة عن فكر اقتصادي يراعي خصوصية الدول ويؤكد على عمليّة التخصص ضد المنافسة الدولية

### ٣- نظرية نسب عناصر الإنتاج لـ (هكشر- أولين )

وأسست هذه النظرية على أساس التجارة بالنقد لا على المقايضة السلعية.

### ٤- نظرية التجارة الخارجية

وقد قامت هذه النظرية على لهاذا تتعامل الشركات والمصنّعات والمنشآت مع العالم الخارجي، وذلك بهدف تحقيق العديد من المزايا.

### ٥- نظرية اختلاف الأذواق:

تفترض هذه النظرية أن الدول متشابهة في إمكانياتها الإنتاجية (حوال الإنتاج. نسب عوالم الإنتاج) وأن الاختلاف الوحيد بينهما يكمن في أذواق المستهلكين المستخدمين لها.

### ٦- نظرية مع من تتاجر الدول

قد قامت هذه النظرية على أن الدول تستطيع أن تتاجر مع بعضها البعض بوجود العديد من المبادئ.

### ٧- نظرية الميزة التنافسية

ظهرت هذه النظرية في اجتماع منتدى دافوس للاقتصادي العالمي بسويسرا والذي أشار إلى أن مؤشر التنافس يبنى على ثمان عوامل.

### ٨- نظرية دورة حياة المنتج في التجارة الدولية :

وقد اعتهدت عدة دراسات على دورة حياة السلعة في تفسيرها للتجارة الخارجية وعلى الرغم من أنها النظرية الأولى لتفسير أسباب التبادل التجاري على مستوى الشركات إلا أنها تعاني من العديد من المشكلات.

بيان حسابي تسجل فيه جميع المعاملات الاقتصادية بين المقيمين داخل الدولة والمقيمين في الدول الأخرى خلال فترة معينة عادة سنة

### التعريف

#### الجانب الدائن

يسجل فيه جميع العمليات التي تنطوي على تلقي المقيمين داخل الدولة مبالغ من المقيمين خارجها

#### الجانب المدين

يسجل فيه جميع العمليات التي تستلزم سداد بالغ من المقيمين داخل الدولة إلى المقيمين في دول أخرى

### 01 الحساب الجاري

الميزان التجاري: يتناول هذا القسم التجارة في السلع أي الصادرات والواردات من السلع المادية ويكون في حالة عجز إذا تفوقت الواردات على الصادرات  
ميزان المعاملات غير المنظورة: يتناول هذا القسم التجارة في الخدمات حيث يسجل في الجانب الدائن إنفاق السياح وخدمات النقل والمصارف وحواد الاستثمارات فيد  
حول أخرى أما الجانب المدين فيسجل فيه إنفاق المواطنين في الخارج كالتعليم والعلاج وحواد الاستثمار الأجنبي التي تحول إلى الخارج

### 02 حساب رأس المال

التدفقات الرأسمالية طويلة الأجل: هي معاملات لفترة قصيرة لا تتجاوز بضعة أشهر بهدف تحقيق عوائد أعلى أو تجنب خسائر  
يسجل في الجانب الدائن: الزيادة في أرصدة الودائع المصرفية للأجانب في البنوك الوطنية أما الجانب المدين: الزيادة في أرصدة الودائع للمواطنين لدى بنوك أجنبية  
التدفقات الرأسمالية قصيرة الأجل: هي معاملات تتضمن انتقال رؤوس الأموال لعدة سنوات في شكل استثمارات أو قروض لتمويل مشروعات كبيرة  
يسجل في الجانب الدائن: الاستثمار الأجنبي المباشر في الداخل (بناء مصنع) أما الجانب المدين: فيسجل فيه استثمارات المواطنين في الخارج (تأسيس شركة)

### 03 صاحي الاحتياطات الرأسمالية

هي ما تهلكه الدولة من أصول في شكل ذهب نقدي ومعطيات أجنبية وأصول أخرى

التوازن المالي في ميزان المدفوعات يتوقف على مجموع رصيدي الحساب الجاري وحساب رأس المال ،  
فإذا كان المجموع سالبا فهذا يعين وجود عجز في ميزان المدفوعات  
وإذا كان المجموع موجبا فهذا يعني وجود فائض في ميزان المدفوعات  
وإذا استمر العجز في ميزان المدفوعات لفترات طويلة يجب أن تغير الحكومة سياساتها الاقتصادية  
للتقليل من هذا العجز

01	التقييم الخاطى لسعر صرف العملة المحلية
02	اسباب هيكلية : و هي الاسباب المتعلقة بالهؤشرات الهيكلية للاقتصاد الوطني و خاصة هيكل التجارة الخارجية ( سواء الصادرات أو الواردات)
03	اسباب دورية : وهي اسباب تتعلق بالتقلبات الاقتصادية التي تصيب النظام الاقتصادي الرأسمالي
04	الظروف الطارئة : قد تحصل اسباب عرضية لا يهكن التنبؤ بها و قد تؤدي إلى حدوث اختلال في ميزان مدفوعات القطر كما في حالة الكوارث الطبيعية و اندلاع الحروب
05	اسباب أخرى : كانهخفاض الإنتاجية في الدول النامية نتيجة قلة أدوات الإنتاج لذلك تقدم هذه الدول على برامج للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية يزداد فيها استيرادها من التلات و التجهيزات الفنية و مستلزمات الإنتاج و غيرها من سلع التنمية لفترة طويلة

## سعر الصرف

سعر الصرف بالريال	العملة الأجنبية
3.75	دولار أمريكي
5.9	يورو
7.4	جنيه استرليني
0.036	ين ياباني
1.020	درهم إماراتي
0.003	ليرة لبنانية

بيان حسابي تسجل فيه جميع المعاملات الاقتصادية بين المقيمين داخل الدولة والمقيمين في الدول الأخرى خلال فترة معينة عادة سنة

### التعريف

#### نظام تعويم العملة

تتحدد أسعار العملة يوميا حسب قانون الطلب والعرض بدون تدخل الحكومة وهذا يعتمد على عوامل منها قوة الاقتصاد مثل عملات الدول الكبرى مثل الدولار الأمريكي

#### نظام التعويم المدار

السماح للعملة بالتقلب في السوق في حدود معينة مع وجود تدخل من الحكومة للحفاظ على الاستقرار مثل الين الياباني والجنيه البريطاني

#### نظام الصرف الثابت

يعني ربط العملة بسعر صرف محدد مع عملة دولة كبرى بمعنى ارتفاعها ومبوطها يرتبط بالعملة المتبوعة وتعتبر ناجحة اذا تمكنت الدولة المتبوعة بالاستقرار مثل الريال

هي منظمة متعددة الأطراف تقوم بدو الإشراف على التجارة الدولية وتشجيعها وقد نتم إنشاؤها في يناير ١٩٩٥م ومقرها في جنيف بسويسرا وقد تبنت مجموعة من المبادئ والاتفاقيات ويبلغ عدد أعضاؤها ١٦٤ حتى عام ٢٠١٧م

### التعريف

01 التحرير التدريجي لتجارة السلع والخدمات

02 عدم التمييز بين الدول في العلاقات التجارية الدولية

03 مساعدة الدول النامية تقنيا

الإشراف على تنفيذ الاتفاقيات الموقع عليها من قبل الدول

01

إتاحة إطار للتفاوض وفض النزاعات بين الدول الأعضاء

02

مراجعة السياسات التجارية الوطنية للدول الأعضاء دوريا للتأكد من أنها لا تتعارض مع اتفاقيات المنظمة

03

## مبادئ منظمة التجارة العالمية

مبدأ المعاملة بالمثل

مبدأ المعاملة الوطنية

مبدأ الدولة الذولى بالرعاية

مبدأ صوام الأمان

مبدأ الشفافية

مبدأ الالتزام

01 يتوسع المستهلكون باختيار أوسع من السلع والخدمات وبأسعار منخفضة

02 تزداد ثقة المستهلكين في السلع المتاحة في الأسواق بسبب التشدد في مكافحة الغش وضمان الجودة

03

تزداد فرصة المنتجين للوصول إلى الأسواق الخارجية

04

توفر المنظمة لأعضائها من خلال التسميات المتاحة ميزة تنافسية أكبر في مواجهة الدول غير الأعضاء

ارتفاع بعض أسعار المنتجات الغذائية كالحبوب ومنتجات  
اللبان بسبب إزالة الدعم عنها من حكومات الدول المتقدمة

انخفاض الإيرادات الحكومية نتيجة تخفيض ثم إزالة الرسوم الجمركية

تتعرض المنشآت الاقتصادية الصغيرة لتمديد المنافسة من  
الشركات العالمية التي تأتي إلى السوق المحلي

معرفة المفاهيم الأساسية لمبادئ علم الحاسبة وخصائصها وفرضياتها

المعيار  
06

### المؤشرات :

- ١ يوضح مفهوم علم الحاسبة ويهيز بين فروعها ويبين علاقته بالعلوم الأخرى ويشرح أهم المفاهيم الحاسوبية
- ٢ يهيز بين خصائص المعلومات الحاسوبية ويحدد الأنطراف المستفيدة منها
- ٣ يشرح فرضيات ومبادئ علم الحاسبة

1

هي المفاهيم التي تحكم مراحل  
إمسك الدفاتر والحسابات لتحليل  
وتسجيل وتبويب وتلخيص  
العمليات ذات القيمة النقدية

2

هي العلم الذي يتضمن دراسة  
المبادئ والمفاهيم والإجراءات التي  
تنظم طرق معالجة العمليات المالية  
وتحليلها وتلخيصها ووضعها في  
الإطار المناسب بقصد التعرف على  
نتائج العمليات المالية للمشروع

3

عملية تحديد وقياس وتوصيل  
المعلومات الاقتصادية لترشيد  
الحكم الشخصي على الأمور واتخاذ  
القرارات عن طريق المستخدمين  
لهذه المعلومات

## أهداف المحاسبة

01 تحديد نتيجة نشاط الوحدة الاقتصادية خلال فتره زمنية معينة (ربح أو خسارة).

02 تحديد المركز المالي للوحدة الاقتصادية (الشركة) والذي يتهثل في مصادر الأموال الوحدة من أين حصلت عليها واستخدامات هذه الأموال في تاريخ نهاية هذه الفترة الزمنية المعنية.

03 معرفة وحساب صافي التدفقات النقدية للوحدة الاقتصادية خلال نفس الفترة الزمنية المعنية.

04 توفير وسيلة للرقابة على العمليات المالية للوحدة الاقتصادية بالأخص التعاملات النقدية.

# أهم المفاهيم المحاسبية

## ١- الأصول :

الأصل هو أي شيء له قدرة على تزويد المنشأة بالخدمات أو المنافع في المستقبل.

## ٢- الخصوم

هو التزام حالي على المنشأة بتحويل أصول أو تقديم خدمات لوحدات أخرى في المستقبل نتيجة عمليات أو أحداث ماضية. شريطة أن يكون الالتزام قابلاً للقياس المالي حالياً بدرجة مقبولة من الثقة وبشرط ألا يكون مرتبطاً بصورة مباشرة بحق غير قابل للقياس

## ٣- حقوق الملكية

تمثل حقوق أصحاب رأس المال مقدار ما تبقى من أصول المنشأة بعد استبعاد خصومها بمعنى أنها تعادل دائها "صافي الأصول" (الأصول ناقصا الخصوم). ولهذا يطلق عليها اصطلاح "القيمة المتبقية" لأصحاب رأس المال وتنبثق هذه القيمة من حقوق الملكية. وتنطوي على العلاقة التي تربط المنشأة بأصحابها كهلاك تهييها لتلك العلاقة عن العلاقات التي قد تربطهم بالمنشأة كموظفين أو موردين أو مقرضين. أو عملاء

## ٤- الإيرادات :

إيرادات المنشأة هي مقدار زيادة الأصول أو نقص الخصوم أو كلاهما معا خلال مدة زمنية معينة. الناتجة من إنتاج السلع أو بيعها. أو السماح للوحدات الأخرى باستخدام الأصول التي تملكها. أو تقديم الخدمات. أو تأدية أنشطة أخرى تستهدف الربح

## ٥- المصروفات :

المصروف هو انقضاء أصل أو تحمل التزام - أو كلاهما معا - خلال فترة زمنية معينة نتيجة إنتاج السلع أو بيعها. أو السماح للوحدات الأخرى باستخدام أصول المنشأة أو تأدية خدمات للغير وغير ذلك من الأنشطة التي تستهدف الربح وتشكل العمليات الرئيسية المستمرة للمنشأة

## ٦- المكاسب والخسائر :

المكاسب هي زيادة في حقوق أصحاب رأس المال (صافي الأصول) تنتج من العمليات العرضية أو الفرعية للمنشأة مع غيرها من الوحدات والخسائر هي نقص في حقوق أصحاب رأس المال (صافي الأصول) ينتج من العمليات العرضية أو الفرعية للمنشأة مع غيرها من الوحدات

### ٧- مفهوم الوحدة الاقتصادية :

تعتبر الوحدة الاقتصادية في المحاسبة جهة مستقلة عن هلاكها أو عن الوحدات الاقتصادية الأخرى لكي يمكن حصر الأصول وتحديد الالتزامات الخاصة بها ومعرفة نتيجة أعمالها في فترة زمنية معينة .

### ٨- مفهوم الاستقرار :

يعتبر هذا المفهوم الوحدة الاقتصادية على أنها منشأة مستمرة وقائمة ولا يوجد اعتبار في المستقبل لتصفيتها أو حلها

### ٩- مفهوم الفترة المحاسبية :

تم اختيار السنة كفترة محاسبية لأي منشأة لقياس إنتاجيتها خلال هذه الفترة لأن المنشأة تمر خلال السنة بدورة اقتصادية كاملة تحتوي على الظروف الاقتصادية السائدة .

### ١٠- مفهوم الوحدة النقدية ثابتة القيمة محاسبيا :

ان استخدام الوحدة النقدية في المحاسبة يعتبر أساسا حتى يستطيع المحاسب القياس وعندها كان يشترط على المنشأة ثبات المقياس حتى يصلح للقياس كان من الضروري ثبات الوحدة النقدية المستخدمة في المنشأة لمدة سنتين .

### ١١- مفهوم التكلفة :

التكلفة الفعلية هي عبارة عن الاموال التي كلفت الشركة شراء النصول وتحقق موضوعية المعلومات والثقة في المعلومات المحاسبية عند تطبيق مفهوم التكلفة في المنشأة

### ١٢ - مفهوم تحقق الدخل :

مفهوم تحقق الدخل يقضي بأن لا تثبت المنشأة الدخل وتسجله في سجلاتها إلا بعد أن يتحقق فعليا بدليل هادي لا شك فيه وأن يتم من العمليات المحاسبية ما يجعل الدخل أصلا من أصول المنشأة ثم تسجله بعد ذلك وتظهره في القوائم المالية .

### ١٣ - مفهوم المقابلة :

يتضمن مفهوم المقابلة تحميل إيراد كل فترة محاسبية بالمصاريف التي ساهمت في جلب الإيراد وتحقيقه ويصبح الفرق بين الإيرادات والمصاريف الربح الذي حققته الشركة في تلك الفترة

### ١٤ - مفهوم الاستحقاق :

يعد مفهومي الاستحقاق ومفهوم المقابلة من أهم المفاهيم التي تساعد في الحكم على عدالة القوائم المالية والمركز المالي للشركة وتقوم المحاسبة في المنشآت على أحد الاسس التالية :

١- أساس الاستحقاق : ويقضي هذه المفهوم بأن تتم العمليات المحاسبية للإجراءات المالية التي لها في حالة صاحب هذه الإجراءات المالية تدفق نقدي أو لم يصاحبها تدفق نقدي

٢- الاساس النقدي : يقضي هذا المفهوم بأن تتم العمليات المحاسبية للإجراءات المالية في حالة صاحبها تدفق نقدي فقط

### ١٥ - مفهوم الإفصاح التام :

هو إظهار جميع المعلومات المحاسبية وإدراجها بالتقارير المالية وملحقاتها التي تهكن المراجع من التحقق من عدالة القوائم المالية والمركز المالي للمنشأة والتعرف على مصادر الاموال واستخداماتها كما أنها تظهر للقارئ البيانات التي تجعله يثق في معلومات القوائم المالية والمركز المالي للمنشأة

## ١٦ - مفهوم الثبات في استخدام السياسات المحاسبية :

إن الثبات في استخدام السياسات المحاسبية يعتبر من أهم الصفات النوعية في القوائم المالية حيث يمكن مقارنة القوائم المالية بشكل راسي في نفس السنة أو سنوات أخرى لمنشأة واحدة أو أكثر

## ١٧ - مفهوم الأهمية النسبية :

يمكن العدول عن تطبيق المعايير المحاسبية حرفي إذا كان عدم تطبيق هذه المعايير والخروج عنها لا تتأثر به القوائم المالية وعند اتباع هذه المعايير المحاسبية سوف يحول المنشأة أكبر مما يترتب عليه عدم اتباع هذه المعايير حرفي . ومن الناحية العلمية الأهمية النسبية تؤخذ في الحسبان ولكن المحاسب هو من يقوم بتقدير الأهمية النسبية في الحالات العملية .

## ١٨ - مفهوم الحيطة والحذر :

يقضي مفهوم الحيطة والحذر أن يقوم المحاسب بالالتزام بالحيطة والحذر عند تقديره الأمور المستقبلية

## ١٩ - مفهوم الملائمة

أن تكون المعلومات التي تظهرها المنشأة في القوائم المالية ذات أهمية وعلاقة لها قد يتخذها من يقرأ هذه القوائم المالية من قرارات

## ٢٠ - مفهوم الثقة في المعلومات :

إذا خلت المعلومات من أي دليل تحيز أو إشارة تحيز تصبح في هذه الحالة معلومات موضوعية وتزداد الثقة في المعلومات إذا ترجمت بشكل تبادلي بين طرفين متعارضين المصالح مثل المعلومات المتعلقة بالبيع والشراء ويقصد بهذا المفهوم أن تتصف المعلومة بالموضوعية وصحة القياس

## ٢١ - مفهوم القابلية للمقارنة :

إن تواجد أساس موحد في عرض المعلومات يوفر إمكانية المقارنة راسي أو أفقيا ويجعلها قابلة للمقارنة موضوع المعلومة للحصول على أكبر فائدة من المعلومات وضع المقارنة .

### ٢٢- قائمة المركز المالي:

عبارة عن قائمة مالية تفصح عن المركز أو الوضع المالي للمنشأة في تاريخ معين . وتشمل القائمة على جميع عناصر الأصول والخصوم وحقوق الملكية .

### ٢٢٣- قائمة الدخل:

قائمة تبين نشاط المنشأة من ربح أو خسارة وذلك بمقابلة الإيرادات بالمصروفات المرتبطة بها خلال السنة أو الفترة المحاسبية أي أنها تشتغل على الإيرادات وطروحا منها المصروفات

### ٢٤- صافي الربح :

زيادة الإيراد المحقق عن عن المصروفات المرتبطة به خلال السنة المالية

### ٢٥- صافي الخسارة :

نقص الإيراد المحقق عن المصروفات المرتبطة به خلال السنة المالية

### ٢٦- مجهل الربح ( الخسارة )

هو الفرق بين صافي المبيعات وتكلفة البضاعة المباعة .

### ٢٧- صافي الربح ( الخسارة )

هو الفرق بين إجمالي الأرباح وبين المصاريف الإدارية والتسويقية الأخرى

## فروع المحاسبة



### ١ - المحاسبة المالية

ويهتم هذا الفرع بتحديد وتحليل العمليات المالية عند حدوثها وتسجيلها ثم تصنيف هذه العمليات وتلخيصها وعرضها على شكل قوائم مالية توضح نتيجة نشاط المنشأة خلال فترة زمنية معينة وموقفها المالي في تاريخ معين وهذا النوع من الفرع يعتبر أساس علم المحاسبة والذي لا تستغني عنه جميع الفروع الأخرى

### ٢ - محاسبة التكاليف

تهتم محاسبة التكاليف بقياس جميع عناصر التكاليف المنفقة للإنتاج سلعة أو تأدية خدمة ، بحيث يمكن تحديد التكلفة الفعلية للمنتجات والخدمات .  
ويمكن من خلال محاسبة التكاليف قياس تكاليف الإنتاج وتوفير البيانات اللازمة لتخطيط تكاليف النشاط التجاري والرقابة عليهما من خلال ضبط ووضع معايير التكلفة

### ٣- المحاسبة الإدارية

تهتم المحاسبة الإدارية على وجه الخصوص بإعداد الدراسات والتقارير الهامة التي تحتاجها الإدارة لغرض التخطيط لأنشطة المنشأة واتخاذ القرارات السليمة لتحقيق الأهداف بأكبر قدر من الكفاءة والفعالية .  
بالإضافة إلى تزويد إدارة المنشأة بالتقارير التي تكفل الرقابة على الأنشطة الهامة المختلفة من خلال توفير البيانات اللازمة للمقارنة بين الأداء الفعلي والأداء المخطط للتعرف على الانحرافات واتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة

### ٤- المحاسبة الحكومية

لا تقتصر الأنشطة الهامة على المنشآت والمشاريع الخاصة فحسب بل تقوم الحكومة أيضا بممارسة هذه الأنشطة من خلال عمليات مختلفة تتطلب التسجيل والمتابعة لتحقيق أحكام الرقابة على عمليات الصرف والتحصيل المختلفة مثل : صرف رواتب الموظفين وشراء المعدات والمستلزمات التي تحتاجها الأجهزة الحكومية ، ومصروفات المشروعات المختلفة بالإضافة إلى تحصيل الرسوم التي تفرضها بعض الجهات

### ٥. المحاسبة الضريبية

هي تلك المحاسبة التي تهتم بدراسة وحساب الدخل الخاضع للضريبة وذلك من خلال القوانين الساندة في ذلك الوقت

### ٦. المحاسبة القومية

هي عبارة عن مجموعة من المبادئ والفاهيم التي من خلالها يمكن وصف النشاط الاقتصادي القائم في الدولة

### ٧. المراجعة

هي تلك المحاسبة التي تبحث عن مدي دقة البيانات والمعلومات المحاسبية التي تتضمنها الدفاتر والسجلات والمستندات والقوائم المالية وذلك من خلال الفحص

## ١- علاقة المحاسبة بالإدارة

تعتبر المحاسبة من الوسائل المهمة التي تهد الإدارة بالمعلومات التي تساعد على التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة لاتخاذ القرارات السليمة .  
وتقع على المحاسب مسؤولية تصميم نظام معلومات محاسبي يكفل تقديم المعلومات والبيانات اللازمة للمساهمة في تحديد ما يجب اتخاذه من عمل لتسيير دفعة المشروع ويمكن أن تتضح العلاقة الوثيقة بين المحاسبة والإدارة من حيث أن المحاسبة هي المفيد والإدارة هي المستفيد

## ٢- علاقة المحاسبة بعلم الاقتصاد

يمكن أن نتعرف على علاقة علم الاقتصاد بالمحاسبة من خلال بعض التعريفات علم الاقتصاد علم الاقتصاد التي تتضمن أن هذا العلم يهدف إلى توزيع الموارد المتاحة وعوامل الإنتاج بين المشروعات لتحقيق أكبر قدر من المنفعة من تلك الموارد عن طريق استخدامها أفضل استخدام .  
ومن ذلك نجد أن الاقتصاديين يعتمدون على كثير من البيانات والتقارير المحاسبية لاستخدامها في الدراسات والتحليلات الاقتصادية .  
كما أن المحاسبة تعتمد على الكثير من المبادئ والمعايير الاقتصادية للتوصل للنتائج التي حققها المنشأة من ربح أو خسارة من خلال قياس ما تملكه وما يقابل ذلك من التزامات والتي تخضع لقانون العرض والطلب .

### ٣- علاقة المحاسبة بالقانون

يعد القانون أحد المصادر الإلزامية لبعض المبادئ والإجراءات المحاسبية التي تتعلق بمعالجة البيانات وقياسها وإعداد القوائم المالية التي لابد أن تكون متفقة مع التنظيمات والقوانين السائدة في البلد لأنه يترتب عليها آثار ومعاملات تخضع لأحكام وتنظيمات كما هو الحال في أحكام عقد البيع وأحكام الإيجار وغيرها .

ومن جهة أخرى تعد العمليات المحاسبية التي يتم تسجيلها من أهم المستندات التي يلجأ إليها رجال القانون للتحقق من الالتزامات والحقوق القانونية بين أطراف العقد .

### ٤- علاقة المحاسبة بالرياضيات والإحصاء

تعتبر العمليات الرياضية والنسائيب الإحصائية أساس عمل المحاسب فبالإضافة إلى الحاجة للعمليات الحسابية الرياضية في التسجيل والقياس في الدفاتر والسجلات والتقارير المحاسبية أصبحت مهنة المحاسبة تهتم أيضا بقياس الآثار المتوقعة لهذه العمليات في المستقبل مما يستوجب الاستعانة بعدد من النسائيب الإحصائية للتقدير والتحقق والقياس .

## خصائص المعلومات المحاسبية

### ١- الملاءمة

بمعنى أن تكون المعلومات المحاسبية مؤثرة بحيث تساعد المستخدمين لها على عملية اتخاذ القرار . فالمعلومات التي تتضمنها التقارير المالية تعتبر ملائمة لأنها توفر أساسا للتنبؤ بالدخل السنوي . كما تقدم تغذية راجعة عن الأداء السابق

### ٢- الوضوح

ينبغي عرض المعلومات المحاسبية بطريقة مبسطة تسهل على مستخدميها فهمها لا سيما الأفراد الذين تتوافر لديهم الخبرة الكافية لتقييم المحتوى الفعلي للمعلومات

### ٣- الموضوعية

أي عدم التحيز في تقديم المعلومات المحاسبية لإحدى الجهات المستفيدة منها على حساب الأخرى . لأن ذلك سوف يفقد الجمهور الثقة في المعلومات ويتوقف عن استخدامها

### ٤- الوقتية

يجب أن تتاح المعلومات المحاسبية في الوقت المناسب لتكون ذات قيمة لدى مستخدميها . لأن تأخير المعلومات عن موعدها لا يساعد في عملية اتخاذ القرار

### ٥- الدقة

تتسم المعلومات المحاسبية بالصدق بدرجة عالية بقدر خلوها من الخطأ فكلما كانت المعلومات أكثر دقة كلما كانت أكثر فائدة .

خارج المنشأة

المستثمرون

المقرضون

الجهات الرسمية

داخل المنشأة

إدارة المنشأة

مالكو المنشأة

العاملون في المنشأة



### ١ - فرضية الوحدة المحاسبية

ويقصد بها أن المنشأة مستقلة في شخصيتها وذمتها المالية عن هلاكها ودانيتها والمنشأة الأخرى . فالمنشأة لها شخصية اعتبارية ( معنوية ) وصاحب المنشأة له شخصيته الطبيعية أي يستقل كل منهما عن الآخر فها يسجل في المنشأة هي العمليات التي تخص وتؤثر عليها بينما جميع التعاملات المالية الخاصة بهالك المنشأة ليس لها علاقة بالمنشأة ولا تسجل في سجلاتها مثال : لو أن صاحب منشأة باع سيارته لشخص آخر فإن صاحب المنشأة لا يهتم بهذه العملية لأنها لا تخص المنشأة

### ٢- فرضية استمرار المشروع

ويقصد بها أن المنشأة مستمرة في نشاطها لعدد غير محدد من السنين في المستقبل والم يظهر ما يثبت عكس ذلك كما هو الحال عند تصفية المنشأة أو دمجها بأخرى حيث ينهي ذلك استمراريتها

### ٣- فرضية الفترة المحاسبية

وهفاد هذه الفرضية أن أصحاب المنشأة يرغبون بطبيعة الحال في التعرف على نتائج نشاط مشروعهم كل فترة لأنه من غير المنطقي الانتظار حتى ينتهي عمر المشروع ولذلك جرى العرف على تقسيم حياة المشروع إلى فترات زمنية متساوية ومتتابة ( عام واحد ) يطلق عليهما الفته المالية أو السنة المالية يتم خلالها إعداد التقارير وبيان نتائج العمليات لمعرفة واقع المشروع واتخاذ القرارات اللازمة

### ٤- فرضية القياس النقدي ( الكمي )

تمتم المحاسبة بالعمليات الاقتصادية التي يمكن قياسها في صورة كمية أي تقاس بالنقود والتي هي وسيلة القياس الكمي وعليه يتجاهل المحاسب كل العمليات التي ليس لها قيم نقدية .  
ويتعلق بفرض القياس النقدي فرضية أن قيمة النقد ( العملة ) ثابتة بمرور الزمن وبالتالي تجاهل تقلبات الأسعار عند حساب نتيجة أعمال المشروع ومركزه المالي وهذا أحد الهاخذ على هذه الفرضية

01 مبدأ التكلفة التاريخية

01

02

02 مبدأ مقابلة الإيرادات بالخصروفات

03

03 مبدأ الاستحقاق

04

04 مبدأ الإفصاح

05

05 مبدأ الحيطة والحذر

06

06 مبدأ تحقق الإيراد



## ١ - مبدأ التكلفة التاريخية

ويقصد بهذا المبدأ احتساب قيمة الأصول ( التي تهتكها المنشأة ) وقت شرائها عند حيازتها .

وبناء على هذا المبدأ يتم تسجيل العمليات المالية على أساس التكلفة الفعلية ولا ينظر إلى أي تغيرات تطرأ على القيمة السوقية مستقبلا بعد عملية التسجيل .

ويقصد بتكلفة الأصل : جميع المصاريف التي صرفت على الأصل منذ فكرة شراء الأصل إلى أن يكون جاهزا للاستخدام . ويهكن احتسابها من خلال المعادلة التالية :

**تكلفة الأصل = قيمة الأصل + جميع المصاريف التي أنفقت على هذا الأصل حتى يكون جاهزا للاستخدام**

مثال :

قام مصنع تهور بشراء آلة لتعليب التهور بقيمة ١٠٠٠٠ ريال وكانت عهولة الشراء ٢٠٠٠ ريال كها بلغت مصاريف الشحن ٣٠٠٠ ريال وتم فرض رسوم جهركية بمبلغ ١٠٠٠ ريال ويتطلب تركيب الآلة بمبلغ ١٥٠٠ ريال

من خلال ما سبق نستنتج أن تكلفة الآلة كها يلي :

**تكلفة الأصل = ١٠٠٠٠ + ٢٠٠٠ + ٣٠٠٠ + ١٠٠٠ + ١٥٠٠ = ١٧٥٠٠ ريال**

### ٢- مبدأ مقابلة الإيرادات بالمصروفات

ويقضي هذا المبدأ أن قياس نتيجة نشاط المشروع خلال فترة زمنية محددة يتم من خلال الإيرادات والنفقات التي تخص الفترة الزمنية نفسها ( عادة تكون سنة )

### ٣- مبدأ الاستحقاق

ويعني هذا المبدأ أن جميع الإيرادات التي تخص الفترة الحالية تؤخذ في الاعتبار ويتم تسجيلها في الدفاتر والسجلات المحاسبية سواء حصلت أو لم تحصل كما أن جميع المصروفات التي تخص الفترة يتم أيضا تسجيلها سواء دفعت أو لم تدفع المدف من مبدأ الاستحقاق معرفة نتيجة المنشأة الفعلي بغض النظر عن التدفق النقدي

### ٤- مبدأ الإفصاح

وينص هذا المبدأ على وجوب نشر كافة المعلومات المحاسبية الضرورية في التقارير المالية السنوية بشكل تام وكامل . وأن تكون واضحة للمستفيدين منها لمساعدتهم في اتخاذ القرارات السليمة ذات العلاقة بالمشاة

### ٥- مبدأ الحيطة والحذر

في ظل حالة عدم التأكد ولتفادي الأخطار المستقبلية ينص هذا المبدأ على عدم الأخذ بالأرباح المتوقعة في الاعتبار إلا عند تحققها . في حين تؤخذ الخسائر المتوقعة في الحسبان قبل وقوعها .  
ويفيد هذا المبدأ في عدم تضخيم أرباح المشاة إذا لم يتأكد حصولها . والاحتياط لأي خسائر يهكن حدوثها

### ٦- مبدأ تحقق الإيراد

وفقا لهذا المبدأ فإن الإيراد يعتبر متحققا إذا توفر المعيار الدال على ذلك . ومن ثم الاعتراف به دفتريا .  
وعلى الرغم من اختلاف وجهات نظر المحاسبين حول معايير تحقق الإيراد فإن الرأي الذرجح هو أن الإيراد يتحقق بمجرد بيع السلعة او تقديم الخدمة للعملاء بصرف النظر عن كون هذه العملية تمت نقدا أو بالذجل .

الإلمام بالنظام المحاسبي واستخداماته وإتقان تسجيل محاسبة العمليات التجارية

المعيار  
07

### المؤشرات :

- 1) يعرف مفهوم النظام المحاسبي ويوضح عناصره
- 2) يشرح مفهوم ( الحساب ) ويصنف الحسابات المختلفة حسب المجموعات التالية ( الأصول - اللتزامات - حقوق الملكية - المصروفات - الإيرادات ) ويحدد طبيعة الحسابات الهدينة والدائنة ذات اصلة
- 3) يوضح مفهوم المعادلة المحاسبية ويبين أثر النحدث الهالية عليها
- 4) يعرف استخدامات النظام المحاسبي وتطبيقاته
- 5) يفرق بين دفتر اليومية ودفتر النستاذ ويتقن تسجيل القيود اليومية للعمليات المحاسبية ويرحل حساباتها لدفتر النستاذ ويعد ميزان المراجعة

مجموع الخطوات والإجراءات المنظمة لأنشطة العمل المالية والمحاسبية ويشمل المجموعة المستندية والأحكام المنظمة لها ، والمجموعة الدفترية والإجراءات التنظيمية الخاصة بها ، والقوائم المالية وكذلك التقارير والكشوفات الدورية التي تساعد على اتخاذ القرار وإجراءات الضبط والرقابة الداخلية .

فهو النظام الذي يضمن سير الخطط الموضوعية لتحقيق هدف المنشأة بشكل عام

**١- النظام المحاسبي التقليدي ( العادي )**

وفيه يتولى المحاسب عملية التسجيل يدويا في الدفاتر والسجلات المحاسبية

**٢- النظام المحاسبي الإلكتروني**

ويستخدم المحاسب من خلال هذا النظام الحاسب والبرامج لإدخال ومعالجة المعلومات المحاسبية .

المعادلة المحاسبية كأساس للنظام المحاسبي

النصول - الخصوم

أحداث على أصول وخصوم المنشأة تثبت في وثائق رسمية

الدليل المحاسبي والتعليقات المحاسبية

إثبات الوثائق في السجلات المحاسبية

استخراج التقارير المالية من واقع السجلات المحاسبية

التقارير المالية تثبت المعادلة الحسابية

النصول - الخصوم

### ١- الوثائق المحاسبية

وتتمثل في مجموعة المستندات التي تؤيد صحة العمليات المالية الداخلة في محيط أعمال المنشأة .  
**مثل ذلك** : عمليات البيع النقدي أو على الحساب فإن فاتورة البيع تعتبر وثيقة محاسبية لإثبات عملية البيع وكذلك سندات دفع المصرفيات المختلفة أو تحصيل إيرادات معينة هي وثائق محاسبية لإثبات حصول تلك المعاملات .  
تختلف هذه الوثائق من منشأة لأخرى حسب ظروفها المالية وطبيعة أعمالها

### ٢- أنظمة القيد المحاسبي

ويقصد بذلك طرق القيد المحاسبية المتبعة في تسجيل العمليات المالية وقد ذهب بعض كتاب المحاسبة إلى تسميتها :  
**نظريات قيد المحاسبة** ، وهي تتمثل في القيد المفرد والقيد المزدوج .

### ٣- السجلات المحاسبية

النظام المحاسبي المتكامل في المنشأة لا يعتمد فقط على وثائق أولية تثبت حدوث المعاملات المالية بل لابد من نقل المعلومات المالية من الوثائق إلى سجلات محاسبية محددة حسب طريقة إجرائية معينة .

تلك السجلات المحاسبية هي دفاتر تستعمل لتسجيل وتبويب العمليات المالية ، ومن أنواع الدفاتر التي :

#### ١- دفتر اليومية العام :

وهو سجل محاسبي تقيد فيه جميع العمليات المالية التي تمت في المنشأة يوماً بيوم وحسب تسلسل حدوثها الزمني .

#### ٢- دفتر الأستاذ العام :

وهو دفتر محاسبي تتم فيه عملية تبويب العمليات المالية التي سبق اثباتها وتسجيلها في دفتر اليومية .

حيث يقوم المحاسب بتخصيص صفحة مستقلة في دفتر الأستاذ وذلك لكل حساب من الحسابات الواردة في دفتر اليومية ويتم في هذه الصفحة إظهار كافة العمليات التي أدت إلى زيادة أو نقصان هذا الحساب ومن ثم معرفة الرصيد النهائي له

### ٤- الدليل المحاسبي

وهو ما يعرف باللائحة الداخلية للنظام المحاسبي في المنشأة حيث يتضمن التعليمات المحاسبية الخاصة بوصف وتحديد سير العمل المحاسبي ، ومسؤوليات الأشخاص في ذلك ، كما يتضمن تصنيفا للحسابات الرئيسية والفرعية التي ترد في السجلات المحاسبية .

### ٥- التقارير المالية

من واقع السجلات المحاسبية يستخرج المحاسبون تقاريرها تبين نتيجة أعمال المنشأة من ربح أو خسارة وكذلك تبين مركزها المالي الذي يشرح ما تملكه من أصول وما تلتزم به من خصوم . هذه التقارير هي المحطة النهائية لإجراءات النظام المحاسبي

**ومن أمثلة التقارير المالية المصدرة في النظام المحاسبي التالي :**

#### ١- قائمة الدخل :

وهي تبين صافي أرباح أو خسارة المنشأة خلال فترة زمنية معينة .  
في هذه القائمة نجد مجموع وتفصيل إيرادات المنشأة خلال تلك الفترة وكذلك المصروفات التي تحملتها وبذلك يكون الفرق ما بين الاثنين هو صافي ربح أو خسارة المنشأة عن تلك الفترة .

#### ٢- قائمة المركز المالي :

هذه القائمة تبين مركز المنشأة المالي في تاريخ معين وذلك بإثبات مجموع وتفصيل الأصول التي تملكها وكذلك مجموع وتفصيل الخصوم المترتبة عليها .

### مفهوم الحساب:

يعرف الحساب بأنه السجل أو الملف الذي يحتوي على جميع الحركات المالية التي أثرت به، بعد القيام بعملية التحليل للعمليات المالية

### تصنيفات الحساب

حقوق الملكية

الالتزامات (الخصوم)

الأصول

المصروفات

الإيرادات

### الأصول

يطلق عليها اسم الموجودات، وهي تمثل جميع الموارد الاقتصادية التي تملكها المنظمة، من معدات وأراضي وآلات ووسائل نقل، وكذلك معدات وآلات إنتاجية للمؤسسات بشكل عام وغيرها الكثير. وكذلك يتم تقسيم الأصول إلى :

- ١- أصول متداولة ما تسمى بالأصول قصيرة الأجل، وهي جميع الأصول التي تملكها المنظمة على شكل نقود أو ما يمكن تحويله إلى نقد بسهولة وسرعة خلال فترة زمنية قصيرة، مثل النقدية أو الصندوق والبنك وحسابات الذمم المدينة والبضائع وأوراق القبض أو ما يسمى بالكهبيالات.
- ٢- الأصول الثابتة أو ما تسمى طويلة الأجل، بأنها جميع الأصول التي تملكها المنظمة، لغايات مساعدة المؤسسة على تحقيق أنشطتها والتي تستخدم لفترات طويلة عادة ما تصل إلى خمس سنوات أو أكثر مثل الأراضي والمباني والمعدات والآلات وغيرها.
- ٣- الأصول غير الملموسة وهي الأصول التي تملكها المنظمة، ويتم ذكرها في القوائم المالية ولكنها تفتقد إلى القيمة الملموسة، وعلى سبيل المثال هذه الأصول مثل اسم الشهرة أو براءة الاختراع والعلامات التجارية وما يشابهها.
- ٤- لأصول والأرصدة المدينة، وهي الحسابات الأخرى التي تتميز بطبيعتها المدينة والتي تظهر في جانب طرف أو في طرف الأصول من الميزانية العمومية لأنها تمثل كل ما في المنظمة من موجودات مثل المصاريف المدفوعة مقدم وحسابات الإيرادات المستحقة.

## تصنيفات الحساب

### الالتزامات ( الخصوم )

أو ما تُعرف بالمطلوبات، والتي تمثل جميع الالتزامات وكل المبالغ المستحقة والمترتبة على المنظمة، ويتم تقسيمها إلى التزامات قصيرة أجل وطويلة الأجل

### حقوق الملكية

تعتبر جميع الحسابات التي تمثل الالتزامات الخاصة بالمنظمة لأصحاب المؤسسة أو الشركاء، مثل حساب رأس المال أو حساب المسحوبات الشخصية وحساب الأرباح المحتجزة

### الإيرادات

المبيعات أو نتائج المبيعات وهي الإيرادات الهائلة التي تحصل عليها المنظمة عند بيع البضائع، أو الأجهزة أو أي إيراد ناتج عن تقديم الخدمات للغير

### المصروفات

جميع الأموال التي تنترتب على المنظمة نتيجة حصولها على خدمات أو بضائع معينة، أو أية مصاريف أخرى تخص المؤسسة، مثل المصاريف الإدارية والعهومية والمصاريف المتعلقة بأعمال المؤسسة.

النقص (-)	الزيادة (+)	طبيعته	الحساب
دائن	مدين	مدين	الانصاف
مدين	دائن	دائن	الالتزامات
مدين	دائن	دائن	حقوق الملكية
مدين	دائن	دائن	الايادات
دائن	مدين	مدين	المصروفات

المعادلة المحاسبية

$$\text{الأصول} = \text{الخصوم} + \text{رأس المال}$$

**الأصول** : هي ممتلكات المنشأة سواء كانت عينية أو غير ذلك

**الخصوم** : هي التزامات على المنشأة للغير سواء كانت قصيرة الأجل أو طويلة الأجل

**حقوق الملكية ( رأس المال )** : هي المبلغ المستثمر من قبل مالكي المنشأة

### اثر العمليات المالية على معادلة المركز المالي:

إن قيام المنشأة بالعمليات المالية يؤثر على معادلة الميزانية حيث قد يكون هذا التأثير على جانبي المعادلة أو أحد الجوانب فقط وفي كل الأحوال فإنه مهما كان التأثير على المعادلة فإنه لن يؤدي إلى الإخلال بتوازنها.

### اثر العمليات المالية على جانبي المركز المالي

**القاعدة العامة:** إذا كان تأثير العمليات المالية على جانبي معادلة الميزانية فإن التأثير في هذه الحالة يكون طردي بمعنى أنه إذا زاد أحد حسابات النصول فإنه بالتبعية لابد أن يزيد أحد حسابات الخصوم أو حقوق الملكية والعكس صحيح.

### اثر العمليات المالية على جانب واحد فقط من جوانب الميزانية:

**القاعدة العامة:** إذا كان أثر العمليات المالية على جانب واحد فقط من الميزانية فإن التأثير على حسابات الجانب يكون عكسي بمعنى أنه إذا زاد أحد الحسابات في هذا الجانب فلا بد أن ينقص حساب آخر في نفس الجانب.

### التأثير على جانب النصول:

زيادة أصل يقابله نقص أصل آخر

### التأثير على جانب الخصوم:

زيادة خصم يقابله نقص خصم آخر

## ١ - نظرية القيد المزدوج

المحاسبة تقيس آثار العمليات المالية على أصول وخصوم الوحدة الاقتصادية بواسطة تقسيم تلك العمليات إلى أحداث يمكن تعريفها وقياسها . وتسمى هذه العمليات ( **معاملات** ) وجميع المعاملات تؤثر على أصول وخصوم الوحدة الاقتصادية سواء بالزيادة أو النقص وحيث أن أصول وخصوم المنشأة الاقتصادية متساوية منذ لحظة بدنها ، فإن تأثير تلك المعاملات في أصول وخصوم الوحدة الاقتصادية لابد أن يكون متساويا أو مزدوج التأثير وعليه فإن النظام المحاسبي داخل الوحدة الاقتصادية يعول على ترجمة تلك المعاملات إلى أرقام محاسبية ويثبت أثرها المالي المزدوج على أصول وخصوم المنشأة الاقتصادية كما يجب .

## ٢- قواعد الدائن و المدين

كما هو معلوم سابقا عند الحديث عن المعادلة المحاسبية بأن أصول وخصوم الوحدة الاقتصادية تظل في حالة تساو دائم مهما حدث من عمليات مالية خلال السنة المالية ، وبالرجوع إلى احتمالات تحليل العمليات المالية نجد أنها تتضمن تأثيرا مزدوجا على الأصول والخصوم يتوثل في الزيادة او النقصان ، ولإثبات ذلك فقط اصطلح المحاسبون على استخدام طريقة الدائن والمدين وذلك على النحو التالي :

الحساب	طبيعته	الزيادة (+)	النقص (-)
الأصول	مدين	مدين	دائن
الالتزامات	دائن	دائن	مدين
حقوق الملكية	دائن	دائن	مدين
الإيرادات	دائن	دائن	مدين
المصروفات	مدين	مدين	دائن

ولشرح الدائن والمدين استخدم المحاسبون طريقة حساب دفتر الأستاذ على شكل حرف T حيث يخص الجانب اليمين منه لتسجيل العمليات

المدينة بينما يخص الجانب اليسر لتسجيل العمليات الدائنة .

### ٣- التسجيل في دفتر اليومية

يعتبر دفتر اليومية من أهم الدفاتر المحاسبية على الإطلاق إذ يتضمن تفاصيل ما تم في المنشأة .

## ٤- أنواع القيود المحاسبية

تصنف القيود المحاسبية وفق طريقة القيد المزدوج الى :

١- القيد البسيط : ويتضمن في جانبه المدين حساباً واحداً فقط وفي جانبه الدائن كذلك حساباً واحداً فقط

٢- القيد المركب : ويتضمن في أحد جانبيه أو كليهما أكثر من حساب ونستخدم في الجانب المتعدد الحسابات كلمة ( مذكورين ) وذلك كما يلي :

أ- القيد المركب في الجانب المدين .

ب- القيد المركب في الجانب الدائن

ج- القيد المركب في الجانب المدين والدائن

التاريخ	رقم القيد	البيان	المبلغ	
			له	منه
		من مذكورين		xxx
		...../د		xxx
		...../د		xxx
		إلى مذكورين	xxx	
		...../د		
		...../د		

٢

التاريخ	رقم القيد	البيان	المبلغ	
			له	منه
		من د/.....		xxx
		إلى مذكورين	xxx	
		...../د		
		...../د		

ب

التاريخ	رقم القيد	البيان	المبلغ	
			له	منه
		من مذكورين		xxx
		...../د		xxx
		...../د		xxx
		إلى د/.....	xxx	

١

01

التسجيل في دفتر اليومية

02

التحويل إلى حساب  
الاستاذ

03

اعداد ميزان المراجعة

04

اعداد القوائم المالية

## خطوات تسجيل قيد اليومية



01 المبالغ الهدينة والدائنة

02 الحسابات الهدينة والدائنة

03 شرح العملية المالية

04 تاريخ العملية المالية

05 المرجع (رقم صفحة الأستاذ أو رقم الحساب)

### دفتر اليومية :

يتم تسجيل العمليات اليومية و القيود عليه مع شرح العملية و تاريخها و المبلغ .

### دفتر الاستاذ :

يتم ترحيل العمليات الموجودة في دفتر اليومية و ترصيد الحساب و معرفة نوعه هل هو حساب مدين او دائن .

### الترحيل :

نقل العمليات المالية المسجلة في دفتر اليومية العام إلى حساباتها المعنية في دفتر الأستاذ العام .

### الترصيد :

معرفة نتيجة عمليات الترحيل إلى الحسابات المختلفة في دفتر الأستاذ وذلك لتحديد رصيد كل حساب ومعرفة ما إذا كان الحساب في المحصلة مدينا أم دائنا .

وتتم عملية الترصيد على النحو التالي :

- ١- تجمع المبالغ الواردة في الجانب المدين من كل حساب وكذلك تجهيع المبالغ الواردة في الجانب الدائن .
- ٢- يسجل مجموع الجانب الأكبر أسفل الحساب بين خط وخطين ولكلا الجانبين .
- ٣- يحسب الفارق بين مجموعي الجانبين ( المهتم الحسابي ) ويسجل في الجانب النقل ويهتل رصيد الحساب .
- ٤- طبيعة رصيد الحساب تتبع الجانب الأكبر فإن كان الجانب الأكبر هو المدين كان الرصيد مدينا ولو أنه يظهر في أول الأهر في الجانب الدائن ، و إن كان الجانب الأكبر هو الدائن كان الرصيد دائنا ولو أنه يظهر في أول الأهر في الجانب المدين .

### رصيد الحساب:

هو الفرق بين مجموع قيم العمليات في الجانب المدين ومجموع قيم العمليات في الجانب الدائن من الحساب.

**والرصيد** هو الجانب المتهم للجانب النقل سواء الجانب المدين أو الدائن.

(يظهر في الجانب النقل من الحساب ويطلق عليه **رصيد مرحل**، ثم ينقل إلى الجانب الأخر من الحساب في بداية الفترة المالية التالية ويطلق عليه **رصيد منقول**)

### رصيد مدين:

يكون رصيد الحساب مدين إذا كان مجموع الجانب المدين < من مجموع الجانب الدائن.

### رصيد دائن:

يكون رصيد الحساب دائن إذا كان مجموع الجانب الدائن < من مجموع الجانب المدين.

الحساب بدون رصيد: يكون الحساب بدون رصيد إذا كان مجموع الجانب المدين = مجموع الجانب الدائن ويسمى في هذه الحالة بالحساب الهافل.  
أما الحسابات التي لها رصيد فتسمى حسابات مفتوحة.

**الحسابات ذات الطبيعة الهدية:** مثل د/ الأصول والمصروفات والمسحوبات تكون أرصدها مدينة.

**الحسابات ذات الطبيعة الدائنة:** مثل د/ الخصوم وحقوق الملكية والإيرادات تكون أرصدها دائنة.

### ملاحظات على قيد اليومية:

١. يجب وضع "من" قبل الحساب الهدين و "إلى" قبل الحساب الدائن.
٢. يجب وضع كل حساب في سطر مستقل.
٣. يجب وضع شرح العملية في سطر مستقل وهو الأخير.
٤. يتم وضع التاريخ في السطر الأول على يسار الحسابات.
٥. نضع الحساب الهدين في بداية عهود الشرح، بينما نضع الحساب الدائن إلى اليسار قليلاً لتسهيل عملية القراءة.

### ميزان المراجعة :

هو كشف بكل الحسابات المفتوحة في دفتر الأستاذ العام وأرصدها الهدينة والدائنة  
أهداف إعداد ميزان المراجعة :

- ١- يعتبر ميزان المراجعة وسيلة تأكد أولي من توازن الحسابات في دفتر الأستاذ .
- ٢- خطوة تهييدية لإعداد التقارير المالية للوصول لنتيجة أعمال المنشأة ومركزها المالي .
- ٣- يساعد على اكتشاف الأخطاء التي تؤثر على توازنه وهن ثم العهل على تصحيحها .

### شكل ميزان المراجعة

ميزان مراجعة بالارصدة		
الرصيد		اسم الحساب
دائن	مدين	
		المجموع

## يوجد طريقتان لإعداد ميزان المراجعة:

### ١- ميزان المراجعة بالمجاميع:

كشف أو قائمة بمجاميع الجانب المدين ومجاميع الجانب الدائن لكل حساب من الحسابات المفتوحة في دفتر الأستاذ.

### ٢- ميزان المراجعة بالرصدة:

كشف أو قائمة بالرصدة المدينة والرصدة الدائنة لكل حساب من الحسابات المفتوحة في دفتر الأستاذ.

## معرفة مفهوم التقارير المالية وإتقان إعدادها

المعيار  
08

### المؤشرات :

- ١) يهيز أنواع الحسابات المثبتة في الدفاتر المحاسبية ويحدد طبيعة تأثيرها على القوائم المالية
- ٢) يعرف مفهوم قائمة الدخل ويتقن إعداد قائمة دخل عن فترة مالية معينة
- ٣) يعرف مفهوم قائمة المركز المالي ويحدد مكوناتها ويصور قائمة المركز المالي للمنشأة في نهاية السنة المالية

## التقارير المالية :

تعتبر التقارير المالية المخرج النهائي للنظام المحاسبي في دورته المستمرة والذي يحقق هدف المحاسبة في معرفة نتيجة أعمال المنشأة من ربح أو خسارة وهو قفها المالي ومن ثم توصيل المعلومات المالية لمستخدميها .

### أنواع الحسابات

3

الحسابات  
الوهمية

2

الحسابات  
الحقيقية

1

الحسابات  
الشخصية

### ١ - الحسابات الشخصية :

وهي تعبر عن الحسابات الهدينة والدائنة للأشخاص الذين تتعامل معهم المنشأة سواء أكانوا طبيعيين مثل ( ماجد - محمد - سعود ) أو معنويين مثل الشركات والمؤسسات والمنشآت الأخرى .  
وهذه الحسابات لا تقفل في نهاية الفترة المالية بل تبقى في الدفاتر وتثبت في قائمة المركز المالي حيث تعرض الحسابات الهدينة في جانب الأصول والحسابات الدائنة في جانب الخصوم .  
**تنويه :** حساب راس المال يصنف كحساب شخصي لأنه يوثل أشخاصا أيضا ه ملاك المنشأة أو حملة الأسهم في شركات المساهمة .

### ٢- الحسابات الحقيقية :

وهي عبارة عن الحسابات التي تمثل الموجودات أو الممتلكات أو الأصول التي تهلكها المنشأة مثل : ( الأراضي – المباني – الآلات – البضاعة – السيارات – الصندوق – البنك بما يمثله من نقود أو رصيد في البنك لصالح المنشأة – استثمارات أسهم )  
هذه الحسابات لا تقفل في نهاية الفترة المالية بل تثبت في قائمة المركز المالي .

### ٣ الحسابات الاسمية ( الوهمية ) :

وهي الحسابات التي تمثل إيرادات ومصاريف المنشأة خلال فترة زمنية معينة ، مثال ذلك مشتريات البضائع ومبيعاتها ، مصاريف الرواتب والأجور وجميع المصروفات التي تدفعها المنشأة لتسيير أعمالها وجميع الإيرادات التي تتحصل عليها المنشأة من استثماراتها .

لاستخراج نتيجة المنشأة ( ربح أو خسارة ) يتم إقفال الحسابات الاسمية في نهاية السنة المالية حيث يجعل رصيدها يساوي صفرا وذلك بتحويلها إلى حسابات الدخل .

هذه الحسابات تقفل في نهاية السنة المالية في حسابات الدخل بعد إجراء التسويات الجردية اللازمة عليها حيث يمثل الفرق بين الإيرادات والمصروفات نتيجة المشروع من ربح أو خسارة .

**التسويات الجردية :** هي الإجراءات العلمية والمحاسبية التي تتم في نهاية الفترة المالية لتعديل حسابات أصول المشروع والتزاماته وكذلك الإيرادات والمصروفات بها يتفق مع قيمها الصحيحة استنادا للمبادئ المحاسبية .  
من أجل التوصل إلى النتيجة الحقيقية لأعمال المشروع من ربح أو خسارة وبيان مركزه المالي .

## قائمة الدخل :

هي التقرير المالي الذي يبين إيرادات ومصاريف الوحدة الاقتصادية خلال فترة مالية معينة .

## التسويات الجردية :

هي عمليات حسابية يقوم بها المحاسب في نهاية السنة المالية من أجل بيان وفصل ما يخص السنة المالية من المصاريف والإيرادات من تلك التي لا تخص السنة وقد ينتج عن ذلك أربعة أنواع من الإيرادات والمصروفات .

- 1- إيرادات مستحقة : وهي مبالغ تخص السنة المحاسب عنها ولم تضاف إلى إيرادات السنة وتظهر في جانب الأصول في قائمة المركز المالي .
- 2- إيرادات محصلة مقدما : وهي إيرادات حصلت ولكن لا تخص السنة . تخصم من إيرادات السنة وتظهر في قائمة المركز المالي في جانب الخصوم .
- 3- مصروفات مستحقة : هي مصروفات تخص السنة ولم تدفع . تضاف إلى مصروفات السنة وتظهر في قائمة المركز المالي في جانب الخصوم .
- 4- مصروفا مقدما : وهي مصروفات دفعت ولكن لا تخص السنة المحاسب عنها . تخصم من مصروفات السنة وتظهر في قائمة المركز المالي في جانب الأصول .

### ملاحظات :

- ١- صافي إيرادات المبيعات = المبيعات - مردود المبيعات
- ٢- صافي المشتريات = المشتريات + م. نقل المشتريات وأي مصاريف أخرى ترتبط بالمشتريات - مردودات المشتريات
- ٣- يتم تقدير بضاعة آخر الهدية المتبقية في المخازن بسعر التكلفة أو السوق أيهما أقل وفقا لمبدأ الحيطة والحذر .
- ٤- يجب ذكر عنوان قائمة الدخل : ( اسم المنشأة والفترة التي تغطيها ) .
- ٥- مجهول الربح ( الخسارة ) هو الفرق بين صافي المبيعات وتكلفة البضاعة المباعة .
- ٦- صافي الربح ( الخسارة ) هو الفرق بين إجمالي الأرباح وبين المصاريف الإدارية والتسويقية الأخرى

### قائمة المركز المالي :

هي تقرير مالي يبين الحالة المالية للمنشأة في تاريخ معين حيث يظهر من خلاله جميع أصول وخصوم وحقوق الملكية للمنشأة .

وهي قائمة تتكون من قسمين رئيسيين متساويين في القيمة هما :  
**القسم الأول منها** : الأصول ويسمى باسمها وتثبت به الأرصدة الهدينة للحسابات الشخصية والحقيقية .  
**والقسم الثاني** يضم الخصوم وحقوق الملكية ويسمى باسمها وتثبت به الأرصدة الدائنة للحسابات الشخصية

**ملاحظة** : النتيجة النهائية تساوي جانب الأصول مع جانب الخصوم في قائمة المركز المالي و تسمى **بالميزانية العمومية** لتوازن جانب الأصول فيها بجاب الخصوم .

تبويب قائمة المركز المالي

**الخصوم**

حقوق الملكية  
الخصوم طويلة الأجل  
الخصوم المتداولة

**الأصول**

الأصول الثابتة  
الأصول المتداولة  
الأصول الأخرى

تتكون قائمة المركز المالي من جانبين ، هما :

### أولا : جانب الأصول :

ويتم ترتيبه حسب نوعية الأصول حسب التالي :

- 1- الأصول الثابتة مثل : الأراضي والمباني والسيارات والنلات والمعدات .
- 2- الأصول المتداولة مثل : حسابات النقدية والبنوك ومخزون البضاعة وحسابات المدينين واستثمارات الأسهم والسندات .
- 3- الأصول الأخرى : وتشمل الأصول غير الملموسة مثل : الشهرة وحقوق الاختراع وحقوق الامتياز .

### ثانيا : جانب الخصوم :

ويرتب حسب نوعية الخصم كالتالي :

- 1- حقوق الملكية وتشمل : رأس المال والذراج غير الموزعة أو جاري المالك .
- 2- الخصوم طويلة الأجل وهي : الديون أو القروض التي على المنشأة ويتم سدادها على فترات مالية طويلة .
- 3- الخصوم المتداولة : وهي الالتزامات المالية التي لا بد أن تدفعها المنشأة خلال سنة مثل : الدائنين والقروض قصيرة الأجل .

### ملاحظات:

- ١- عنوان قائمة المركز المالي وتاريخ إصدارها مهم جدا لأنه يثبت ما تملكه الوحدة الاقتصادية في ذلك التاريخ من أصول وما عليها من التزامات .
- ٢- الالتزام بتصنيف وترتيب الأصول والخصوم عند إعداد قائمة المركز المالي ، الأصول يتك ترتيبها حسب طبيعتها الاستثمارية فإذا كانت ذات عهـر إنتاجي طويل الأجل وتستخدم لهدد طويلة فإنها تكون أصول ثابتة وهذه يصعب تحويلها إلى نقد في الأجل القصير ، ثم الأصول المتداولة التي بطبيعتها نقدية أو يسهل تحويلها إلى نقدية خلال السنة المالية .
- ٣- قد يرد بعض المصطلحات في قائمة المركز المالي منها :
  - أ- **الذريـاج المـدورـة** : هي الذريـاج التي تحققت في سنوات سابقة ولم توزع على الشركاء حيث تعتبر بمثابة زيادة في حقوق الملكية .
  - ب- **جاري المالك** : هو حساب ينظم العلاقة المالية بين المنشأة ومالكها ويكون دائما ضمن الخصوم إذا كان هناك أموال لمالك المنشأة ولم يسحبها .
  - ج - **أوراق القبض وأوراق الدفع** : وهي أوراق تجارية قابلة للتحويل إلى نقدية تتضمن إثبات المديونية والالتزام بالسداد في تاريخ محدد وهي تمثل حقا للمنشأة في حال كانت دائنة ( أقبض ) والتزاما عليها في حال كانت مدينة ( أددفع ) .

## معرفة المفاهيم الأساسية لمبادئ علم التسويق

المعيار  
09

### المؤشرات :

- ١) يشرح مفهوم علم التسويق
- ٢) يميز بين علم التسويق العلوم الأخرى المقاربة مثل علم البيع
- ٣) يعرف عناصر المزيج التسويقي والنشر العائد من تطبيقها على المنظمة
- ٤) يقارن بين السلعة والخدمة ويحدد أنواعها وخصائصها
- ٥) يحدد الحاجات ويصنف أنواعها وخصائصها
- ٦) يعرف مفهوم المنتج ويحدد مراحل تطوير المنتجات ويشرح دورة حياة المنتج
- ٧) يعرف مفهوم النشاط الترويجي ويحدد عناصره ويشرح أدواته

1

هو نشاط الأعمال الذي يوجه انساب  
السع والخدمات من المنتج إلى  
المستهلك أو المستخدم

تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق

2

هو نظام متكامل يشتهل على مجموعة  
من الأنشطة الفرعية المتعلقة بتخطيط  
وتسعير وتوزيع وترويج السلع والخدمات  
للمستهلكين الحاليين والمترقبين

Kotler

3

هو أوجه النشاط الخاصة بدراسة وتحديد  
حاجات السوق وتوجيه موارد المنظمة نحو ما  
يمكن تقديمه من الهزيب الخاص بالمنتجات  
والنسعار والتوزيع والترويج الذي يحقق الإشباع  
لهذه الحاجات وبها يحقق لأهداف المنظمة

الدكتور السيد ناجي

2

تصريف المنتجات للمستهلك، والتركيز  
على نشاط مبادلة السلع بالنقود

1

المعاملة التي تجرى بين البائع والمشتري أو  
السوق المستهدف، حيث يتم خلال هذه  
العملية تبادل قيمة نقدية مقابل البضائع أو  
الخدمات، كما يمكن تعريف البيع بأنه الممارات  
التي يمتلكها البائع والتي تعتبر ضرورية في  
عملية المبيعات أو فن إغلاق الصفقة

## الفقر بين البيع والتسويق

يوجد فرق بين وظيفتي البيع وتسويق حيث يخلط الكثير فيها بينهما مستخدما كلا الاصطلاحين للتعبير عن ذات المعني، على الرغم من الاختلاف الواضح بينهما، فالتسويق يتجه نحو الاهتمام بسياسات واستراتيجيات أكثر شهولا وتعقيدا والمتمثلة في تجميز السلع التي سيحتاج إليها المستهلك للإشباع حاجاته، الأمر الذي يؤكد علي ان وظيفة التسويق تسعى لتحقيق الإشباع المتبادل بين كل من البائع والمشتري اي انها تساعد علي اشباع نوعين من المنافع

## المزيج التسويقي:



### المنتج

أول عناصر المزيج التسويقي ويقصد به كل ما يهكن يبعه وهو أي شي يقدم للسوق بغرض الاستخدام أو الاقتناء

### التسعير

من أصعب القرارات التسويقية وهو توفير ما يرغبون فيه بالمقابل الهادي الذي هم مستعدون لدفعه

### التوزيع

نقل السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك الأخير

### الترويج

عملية الاتصال بالجمهور والتأثير على سلوكهم

### السلع

شي يسلم الى المشتري بغرض زيادة المنفعة لديه ويتضمن انتقال الملكية من البائع للمشتري السلعة الحرة في حصول المستهلك على شي مفيد ونافع بدون مقابل مثل المواء السلعة الاقتصادية في حصول المستهلك على سلعة مفيدة مقابل النقود مثل الملابس

### الخدمات

نشاط اقتصادي يحقق منفعة مقابل النقود لكنه لا يتضمن انتقال الملكية فالخدمة ليس لها كيان مادي ملموس مثل خدمة التعليم

03

### السلع المكهمة والبديلة

السلع المكهمة : هي التي تستملك مع سلعة أخرى مثل الغاز وموقد الغاز  
السلع البديلة : هي التي يمكن استهلاكها بحيث تقدم نفس منافع السلعة الأصلية مثل أنواع السيارات

02

### السلع المعهمة وغير المعهمة

السلع المعهمة : هي التي لا تبلى سريعاً مثل المساكن  
السلع غير المعهمة : هي التي تفتقر عند استخدامها لفترة واحدة مثل الطعام

01

### السلع الرأسهالية والاستهلاكية

السلع الاستهلاكية : تحقق منفعة مباشرة مثل الخبز  
السلع الرأسهالية : تحقق منفعة غير مباشرة مثل آلة الحصاد الزراعية



## خصائص الخدمات



الفرق بين السلعة والخدمة

هناك أنشطة يتعدى تصنيفها كسلعة بحتة أو خدمة بحتة فالغالب يجمع بين السلعة والخدمة مثل الخياط يقدم القماش والخياطة

التعريف

شعور بالحرمان يدفع الإنسان للقيام بعمل معين لإشباع هذه الحاجة



الدين والعادات الاجتماعية



التطور التقني



الغريزة البشرية

العوامل المحددة في الحاجات الإنسانية

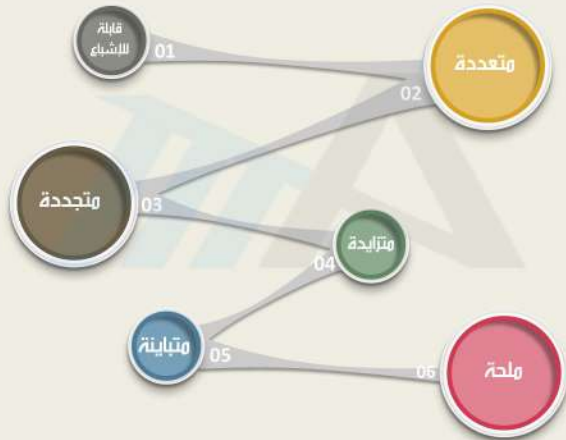


# نظرية الحاجات

هرم ماسلو



## خصائص الحاجات الانسانية



1

أي شيء يقدم للسوق بغرض  
اللاقتناء أو الاستخدام

2

هو كل شيء مادي ملموس أو غير  
لملموس يتلقاه الفرد أو المنظمة من  
خلال عملية التبادل

3

العنصر الذي يتم توفيره للبيع لغرض  
إشباع أو تحقيق رغبات الزبون  
واحتياجاته في نطاق معين



## ١ - توليد الأفكار : Idea Generation

تمثل الأفكار التي تطرحها الشركة لتقديم منتجات جديدة إلى السوق بمثابة أهداف استراتيجية تسعى لتحقيقها. وبالتالي فإنها تخضع إلى دراسات معمقة وتقييم إلى تختلف الجوانب في السعي للإنجاح المنتج في السوق. ومن أجل ذلك فإنها تقدم العديد من الأفكار التي تدرس لغرض تقييمها واختيار الأفضل منها. وفي الغالب لا تنحصر مصادر هذه الأفكار من داخل الشركة فقط بل يمكن أن تكون هنالك مصادر أخرى مثل الوسطاء، المستهلكون، مراكز الأبحاث التسويقية، العاملون في حلقات التوزيع، الجامعات، المنافسون ... الخ.

## ٢ - غربلة الأفكار : Idea Screening

تمثل عملية تقييم الأفكار المقدمة لأن تكون منتج جديد وعلى ضوء الإمكانيات والقدرات المتاحة لدى المنظمة من قوى عاملة، مكنن، قوة بيعية، موارد مالية، منافذ توزيعية، أبنية وتسهيلات نقل ... الخ ويتم تقييم الأفكار بإعطاء أوزان تقديرية لكل فكرة على ضوء متغيرات التقييم المعتمدة ويتم ترتيبها بشكل متدرج لاختيار الأفكار التي يمكن أن تحسب بالقبول واستبعاد تلك الأفكار غير المهكنة التطبيق أو المكلفة.

## ٣ - تحليل الاعمال : Business Analysis

تنصب هذه الخطوة على تحليل وإقرار فيها إذا كانت هذه الفكرة يمكن أن نستثمر بها أو لا نستثمر. لذلك فإن المدراء يوصون بإجراء تحليل مالي دقيق وتقدير حجم المنافسة القائمة في السوق وما متوقع من أرباح محتملة قبل الإقدام على اتخاذ قرار الاستثمار في تنفيذ الفكرة.

### ٤- تطوير المنتج: Product Development:

وهي مرحلة نقل المنتج من فكرة إلى حيز التنفيذ الابتدائي من خلال تقدير حجم الأعمال اللازمة لإنجاز الفكرة والعمليات الإنتاجية المطلوبة وما يترتب عليها من كلف.

### ٥- اختبار المنتج: Product Testing:

وهي مهمل عمليات الاختبار المنصبة على المنتج من حيث خصائصه الموثلة بالنداء، الأمان، الملائمة، الجودة ... الخ والتي يمكن قياسها مختبرياً للتأكد من توافقها مع المواصفات المحددة مسبقاً، ويعقبها أيضاً اختبارات التسويق من خلال اختيار السوق المستهدف والبيئة التسويقية التي تعمل بها المنظمة وبما ينسجم مع خصوصية المنتج الجديد المقدم للسوق.

### ٦- الاتجار: Commercialization:

وهي الخطوة الأخيرة في تطوير المنتج والتي تتم بعد استنفاد عمليات الاختبار الإنتاجية والتسويقية على المنتج وإعداد البرنامج التسويقي وإجراء الاتفاقات التجارية مع الأطراف المستهدفة من موزعين ووسطاء لإيصال المنتج إلى المستهلكين وعلى وفق ما خطط له ابتداءً. ومن المفيد الإشارة هنا إلى أنه من أصل (٦٤) فكرة لا يتحقق النجاح سوى لفكرتين فقط يتم تحويلها إلى منتج جديد يطرح إلى السوق. ولكن مع ذلك فإن احتمال فشل أحدهما تكون بنسبة كبيرة وليبقى منتج واحد تتعامل به الشركة من مهمل الأفكار التي طرحت ابتداءً، وهذا ما يعطي مؤشر إلى الحجم الكبير من التكاليف التي تتحملها الشركة لإدخال منتج جديد إلى السوق، حيث تقدر بعض الدراسات التسويقية في الولايات المتحدة الأمريكية أن كلفة تقديم منتج جديد إلى السوق وعلى وفق الخطوات السابق ذكرها تصل إلى حدود (١٤) أربعة عشر مليون دولار.

## دورة حياة المنتج



### مرحلة تقديم المنتج

المرحلة التي يتم فيها تقديم المنتج لأول مرة إلى السوق

### مرحلة نمو المنتج

تبدأ الزيادة في حجم المبيعات والذرياح

### مرحلة نضج المنتج

تزداد المبيعات والذرياح ولكن بمعدلات أقل من مرحلة النمو

### مرحلة تشبع السوق

لا يوجد تغيير بالمبيعات أو الذرياح لا زيادة ولا نقصان

### مرحلة تدهور المنتج

تبدأ المبيعات والذرياح في الانخفاض والتدهور

1

هو عملية الاتصال بالجمهور  
بهدف التأثير على سلوكهم

2

النشاط الذي يتم في إطار الجهود  
التسويقية التي تتخذها المنشأ  
لتوصيل منتجاتها إلى أذهان  
المستهلكين وإقناعهم بشرائها.

كوتلر

3

ممارسة أخبار وإقناع واتصال،  
ويردّف الترويج بالاتصال ويقصد  
به عملية التأثير في سلوك  
الآخرين من خلال مشاركة الأفكار  
والمعلومات والمشاعر

ستاتون



### أولاً : الإعلان.

يعرفه كل من فليب كوتلر وكيفن كلار: " على أنه شكل اتصال غير شخصي يستعمل وسيلة مدفوعة النجر لحساب معلن معروف".  
وعرفته جمعية التسويق الأمريكية بأنه: ("الوسيلة غير الشخصية المادفة لتقديم الأفكار عن السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة نظير جهد مدفوع").

وبشكل عام يحاول الإعلان تحقيق الأهداف التالية:

- أ- إخبار المستهلكين من مختلف فئاتهم بوجود السلعة وبالمنافع أو الفوائد التي تؤديها.
- ب- محاولة إقناعهم بشراء الماركة من السلعة وتفضيلها على الماركات الأخرى من نفس فئة السلعة.
- ج- العمل على زيادة وتنشيط مبيعات الشركة من السلع المطروحة في الأسواق وهن مختلف الماركات.
- د- العمل كدليل للإرشاد المستهلكين المستهدفين على أماكن تواجد السلع أو الخدمات وطرق استخدامها.

ويمكن أن نخلص إلى أن للإعلان دور تعليمي هدفه الأساسي تغيير الأنماط السلوكية لمستخدمي فئة السلعة من اتجاه إلى آخر ولصالح الشركة المعلنة.

### ثانيا : العلاقات العامة.

هناك مجموعة من المفكرين وعلماء الإدارة والاتصال عرفوا العلاقات العامة بتعاريف مختلفة ونما:

يعرفها كانفيلد : بأنها : وظيفة الإدارة التي تقوم بقياس اتجاهات الرأي العام نحو المؤسسة

ويعرفها بيرنز : بأنها: جهود تستهدف إيجاد التكامل بين اتجاهات المؤسسة نحو جمهورها، و اتجاهات هذا الجمهور نحو المؤسسة

أما جمعية العلاقات العامة الدولية، فقد عرفت العلاقات العامة بأنها " الوظيفة التي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها وأوجه نشاطها إلى كسب ثقة وتأييد

الجمهور للمؤسسة باستخدام وسائل الإعلام والإعلان المختلفة.

و عرفت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة العلاقات العامة بأنها نشاط أي منشأة بهدف بناء وتدعيم علاقات سليمة ومنتجة بين المنشأة وجمهور العملاء بوجه عام.

ومن التعاريف السابقة نجد أن العلاقات العامة تعتبر وظيفة أساسية لأي مؤسسة تقوم على الاتصال مع جمهور المؤسسة بوسائط الإعلام والإعلان

التجاري وأية وسيلة لسلعها وخدماتها. وذلك بالنسبب العولمية الحديثة التي تقوم على الدراسة والبحث والتحليل والتخطيط والتنظيم والتقويم واختيار

وسائل الاتصال المناسبة.

### ثالثاً : تنشيط المبيعات

إن تنشيط المبيعات يشهد كل ما يتعلق بأشغال التسويق المنتظمة والمادفة، التي تتميز بالعرض عن طريق استعمال وسائل الإعلان المتعلقة بها إذ تؤدي سواء إلى خلق سلوكيات جديدة أو إلى تنشيط وتقوية السلوكيات الحالية للعملاء والوسطاء بالمعنى العام والتي تساهم في تطور الطلب لدى المؤسسة. كما أن تنشيط المبيعات تقوم على تغيير العرض بالنسبة للمنتوج أو للسعر خلال مدة محددة وذلك بحث المشتري على إقامة العقد أو لدفع الموزع للقيام بتمييز المنتوج مقارنةً بمنافسيه.

وقد عرف تنشيط المبيعات بأنه " جميع الجهود التي تساعد عمليات البيع الشخصي والإعلان وذلك للعمل على التنسيق بينهما فتجعلها أكثر فاعلية".

ويتضح من هذا التعريف أن نشاط تنشيط المبيعات يساعد جهود الإعلان والبيع الشخصي على تأدية المهام الهوكولة لهما، كما يؤكد على التنسيق باعتباره جزءاً مهماً من مهمات تنشيط المبيعات.

### رابعاً : البيع الشخصي

- يعرف البيع الشخصي بأنه: " التقديم الشخصي لسلعة أو خدمة أو فكرة بهدف دفع الزبون المرتقب نحو شرائها أو الاقتناع بها".  
يعرف كذلك بأنه: " الإجراءات المباشرة لإقناع الزبائن بشراء سلعة أو خدمة في عملية تبادلية بين البائع (رجل البيع) والزبون (المشتري).

إن مهمة البيع الشخصي الأساسية هي التوفيق بين سلع وزبائن معينين من أجل تحويل الملكية. وتتكون هذه العملية من نقل خصائص السلعة أو الخدمة للزبون من حيث المزايا و الفوائد التي تعود عليه من جراء استخدامها وإقناعه بشراء السلعة.

و يلعب البيع الشخصي دوراً مهماً في مجال التسويق حتى في حالة السلع الاستهلاكية التي يتم الإعلان عنها بصورة مكثفة مثل موارد التنظيف.

ويمكن تحديد بعض الخصائص لنشاط البيع الشخصي في النقاط التالية

أ- نشاط البيع الشخصي يعد اتصالاً مباشراً وجهاً لوجه بين البائع والمشتري.

ب- يمكن لرجل البيع أن يعدل من المزيج التسويقي للمنظمة بصفة عامة وللرسالة الإعلانية بصفة خاصة وحسب حاجة كل قطاع من قطاعات السوق بحيث يصل ذلك إلى مستوى كل مستهلك على حدة.

ج- يوفر البيع الشخصي تدفقاً للمعلومات المرتدة من المستهلكين وهي عبارة عن ردود الأفعال تجاه المزيج التسويقي للمنظمة.

د- تزداد أهمية البيع الشخصي كعنصر من عناصر المزيج الترويجي في حالة الترويج للسلع الصناعية.

### خامسا : التسويق المباشر :

يعرف التسويق المباشر على أنه " نظام تسويقي متفاعل يستخدم واحد أو أكثر من وسائل الإعلان لإحداث استجابة أو - و تبادل يمكن قياسها في أي ظرف " . حيث يركز على التسويق الذي يؤدي إلى الحصول على استجابة مباشرة يمكن قياسها ، أي الحصول على طلب من العميل . وهنا يمكن أن يساهم بتسويق الطلب المباشر ، ومن أهم أدواته الكتالوجات والبريد والماتف والتسويق الإلكتروني .

### الدعاية والنشر

هي محاولة التأثير في الأفراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم وذلك في مجتمع معين أو هي الجهود التي تبذل لتغيير معتقدات الناس واتجاهاتهم وأرائهم باستعمال وسائل النشر المختلفة.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك فرق بين الدعاية والإعلان، نلخصها فيما يلي:

- ١- يهدف الإعلان إلى تحقيق وظيفتي التعريف والإقناع، أما الدعاية فإنها تقتصر على تعريف الجمهور بحدث معين دون الوصول إلى محاولة الإقناع.
- ٢- يكلف الإعلان مبالغ كبيرة وتحمل على السلع المنتجة، بينما تكون الدعاية مجانية.
- ٣- يمكن تكرار ونشر وإذاعة الرسالة الإعلانية لعدة مرات، أما في حالة الدعاية فإن فرصة نشرها أو إذاعتها مرة واحدة.
- ٤- يهدف الإعلان إلى تحفيز المستهلك ودفعه نحو شراء السلعة، بينما الدعاية ليس لها هدف اقتصادي.
- ٥- تتوفر الهرونة الكافية في مسألة تغيير موضوع أو فكرة الرسالة الإعلانية، بينما في حالة الموضوع الدعائي، فلا تتوفر مثل هذه الهرونة.

إن المبررات وراء استخدام الدعاية عديدة ومنها تحفيز المستهلكين على الاهتمام بنشاط المشروع، وأن المشاريع التجارية تسخر الدعاية والنشر لغرض الحفاظ على مستوى جيد من العلاقات مع المستهلكين وإعطاء صورة واضحة عن المهام التي يمكن للمشروع من خلالها بناء وتعزيز مكانته بين المشاريع المنافسة الأخرى.

## شرح سلوك وقرار الشراء لدى المستهلك وإستراتيجيا تحديد السوق المرتهقة والتعامل معها من خلال عناصر الهزيع التسويقي

المعيار  
10

### المؤشرات :

- ١) يعرف المقصود بسلوك المستهلك ويقارن بين النماذج التي تفسر تلك السلوكيات
- ٢) يشرح أسس تقسيم السوق إلى قطاعات ويحدد خطواتها ويقارن بين إستراتيجيات التعامل مع الأسواق المرتهقة حسب قطاعاتها المستهدفة
- ٣) يحلل مفهوم التسعير وأهميته في العملية التسويقية وعلاقة التسعير بعناصر الهزيع التسويقي الأخرى
- ٤) يستنتج العوامل المؤثرة على قرارات التسعير وأثرها على سلوك المستهلك ويبين طرق وإستراتيجيات التسعير
- ٥) يوضح مفهوم التوزيع وأهميته في الهزيع التسويقي ويحدد أنواع قنوات التوزيع ويشرح خطوات تصميم واختيار القنوات التوزيعية المناسبة
- ٦) يطبق طرق تحليل أنشطة الهزيع التسويقي في مشروعات الأعمال ويوضح طريقة التمكن من اتخاذ القرارات المتعلقة بعناصر الهزيع التسويقي
- ٧) يوضح العوامل المؤثرة على قرارات الشراء لدى المستهلك

### سلوك المستهلك هو :

الذفعال والتصرفات الهباشرة للافراد للحصول على سلعة أو خدمة والتي تتضمن اتخاذ قرار الشراء.

وهنا تجدر الشارة إلى انه يمكن تقسيم سلوك المستهلك إلى سلوك شراني وسلوك استهلاكي وسلوك اتصالي.

ويتمثل السلوك الشراني للمستهلك في عملية شراء المنتج بكمية معينة ومن مكان معين وبسعر معين والمراحل التي تمر بها عملية الشراء من معرفة بالمنتج ومقارنته بالبدائل ثم تفصيله وشرائه.

ويتمثل السلوك الاستهلاكي في السلوك المتعلق باستعمال السلعة من حيث طريقة أو كيفية الاستعمال ومجالات استعمال السلعة والكمية التي يستهلكها الفرد في المرة الواحدة وعدد مرات استعمال السلعة وغيره.

ويتمثل السلوك الاتصالي للمستهلك في مصادر المعلومات التي يعتمد عليها في جمع المعلومات عن المنتجات حتى يمكنه اتخاذ قرار الشراء ودرجة ثقته في هذه المصادر وما إذا كانت شخصيته تعتمد على رجال البيع أو الصداق أو المعارف أو غير شخصية متهللة في العلق والدعاية وغيره ويجب أن يتعرف رجال التسويق على سلوك المستهلك في كل مراحلها، والذي هو في حقيقته يتعلق بحاجة غير مشبعة يسعى ذلك المستهلك إلى إشباعها من خلال ما هو مقدم من سلع وخدمات والوصول إلى حقيقة هذه (الحاجة غير المشبعة) والتي تهتل مشكلة للمستهلك، تهتل نقطة البداية لنجاح المنشأة في الوصول أو الاقتراب من هذا المستهلك.

## نماذج سلوك المستهلك

### النماذج التقليدية

وتعرف بالنماذج الجزئية وفيها يمر قرار المستهلك بثلاث مراحل أساسية هي: مرحلة الشراء ومرحلة قرار الشراء ومرحلة تقييم القرار أي ما بعد عملية الشراء .  
هذه النماذج تهتم فكرة النموذج التقليدي لدى المستهلك ، وهي تنحصر في خمسة نماذج :

١- النموذج التقليدي الاقتصادي	٢- نموذج بافلوف	٣- نموذج فييلين	٤- نموذج فرويد	٥- نموذج هوبز
-------------------------------	-----------------	-----------------	----------------	---------------

### النماذج الشاملة

١- نموذج موارد شيت	٢- نموذج نيكوسيا	٣- نموذج إنجل وكلات
--------------------	------------------	---------------------

### نماذج أخرى :

نموذج كاتونا	نموذج لازار سفيلد	نموذج ماشال وسيهون	نموذج هورجان	نموذج دوز نبري
--------------	-------------------	--------------------	--------------	----------------

## النماذج التقليدية

### النموذج التقليدي الاقتصادي

وتعود جذور هذا النموذج إلى ادم سميث في كتابه (ثروة الأمم) وإلى (بنجامين) في كتابه المستهلك المنتج السلعة. حيث حاول كل منهما تغيير السلوك الفردي والجماعي وفقاً لفكرة المنفعة الذاتية، فالفرد سواء كان منتجاً أو مستهلكاً فإنه يسعى دائماً إلى تعظيم المنفعة الذاتية وتقليل التضحية من قبله والمتهتلة في الشراء بأقل سعر والبيع بأفضلها وهي تسمى المنفعة الحدية

### نموذج بافلوف

وهو صاحب التجربة المشهورة التي تسمى بالمثير والاستجابة. ومن هذا المنطلق حاول بعض العلماء تطوير هذا النمط التعليمي لتطبيقه على السلوك الإنساني كونه يتكون من أربعة عناصر أساسية:

**الحاجة أو الدافع:** وتنقسم إلى دافعين:

الدافع الأولي: الذي يتعلق بالنواحي الأساسية التي يحتاجها الإنسان كالإكل والشرب.  
الدافع المكتسب: الذي يتعلق بالنواحي التي تكتسب من البيئة مثل العادات والتقاليد والنسرة.

**الخاصية والإيجاد:** وترتبط بمنتج معين يشكل نفس المحفز لسلوك المستهلك كي يقوم للإشباع الحاجة.

**الاستجابة أو السلوك:** وهنا قدم الاستجابة بعلمية الشراء الفعلي للمنتج.

**التعزيز:** ويتمثل في وصول المنتج الذي تم شراؤه إلى مستوى توقعات المستهلك. وفي هذه الحالات يكون هناك تعزيز إيجابي ينشأ عنه قيام المستهلك بشراء

السلعة أو الخدمة مرة أخرى، وربما يخلق حالة من الولاء لدى هذا المستهلك.

### نموذج فيبلين

وهو نموذج إجتماعي نفسي يركز على المستهلك ك مخلوق إجتماعي . وحسب هذا النموذج فإن المستهلك يواجه عدة أشكال من الضغوطات من ثقافته العامة . أو من جماعات الاتصال حيث تتعدد رغباته وسلوكاته بانتهاهه للجماعة المرجعية وتطلعاته المستقبلية . وقد ينظر للفرد بمعزل عن الآخرين . أي أن إختلاف سلوك الأفراد يكون وفقا لها يتطلعون إليه .

### نموذج فرويد

فهو يبين أن تفسير السلوك الإنساني يعتمد على المدخل النفسي واعتمد على الناحية الجنسية لتبرير السلوك منذ ولادة الطفل مرورا بمختلف مراحل نموه . ورغم أحادية النظرة في هذا النموذج إلا أنه من أكثر وجهات النظر التي تفسر سلوك المستهلك في هذا الجانب .

### نموذج هوبز

يختلف هذا النموذج عن بقية النماذج السابقة في كزنه درس وفسر سلوك المستهلك الصناعي . وقد جاء تفسير هذا النموذج جاهعا بين سلوك الفرد الذاتي (المؤسسي) والسلوك الراشد . فالذين يقومون بأعمال المستهلك الصناعي وهم موظفون . إضافة إلى التزامهم بالبيئة التنظيمية ولديهم أمور ذاتية كالنجاح . ويتميز هذا النموذج عن سابقيه وخروجه عنهم بهيئة التوجه .

### نموذج هوارد-شيت

يعتبر أول نموذج متكامل يستخدم كنموذج تعليمي لتفسير ووصف سلوك المستهلك. ويعتمد على نظرية المؤثر والاستجابة في مجال اختيار العلامة التجارية التي يريدها عند توفر العلامات البديلة. ويبين هذا النموذج ثلاثة متغيرات هي:

١- **خاصة المدخلات التحفيزية:** تتألف من أهمية ورمزية العلامة، وتتأثر بالعوامل البيئية والاجتماعية خاصة ما يتم تعلمه من الأسرة والجهات المرجعية

٢- **المتغيرات أو العوامل الخارجية:** تتألف من العوامل التي لا يستطيع المستهلك السيطرة عليها في الهدى القصير بينما يكتسب القدرة على ذلك في الهدى الطويل وتشمل أهمية الشراء - التنظيم - التوقيت - الطبقة الاجتماعية

٣- **العوامل التابعة (اللاحقة):** هي عوامل ناتجة عن التغيرات الداخلية والخارجية ويتعلق التركيب

الافتراضي لهذا النموذج والمساعد في تكوين المخرجات بعنصرين ماهين هما الإدراك والتعلم ويعتبر هذا النموذج محاولة لتحديد العلاقة بين المدخلات والمخرجات في قرار الشراء خاصة قرار الشراء العائلي

### نموذج نيكوسا

ويعتبر هسقا للنموذج الكلي وهو يتكون من أربعة حقول ويتمثل نموذج نيكوسيا مجموعة من الخطوات المتتابعة التي تبدأ بالمؤسسة . حيث تحول التأثير على المستهلك من خلال الرسائل الإعلانية التي تعرضها. فإذا حدث لديه انتباه أو إدراك قد يؤدي ذلك انطباعات ذهنية . وإذا حدث الشراء فعلا يؤدي إلى اكتساب المستهلك خبرة يستفيد منها

### نموذج إنجل وكلات

يعتبر هذا النموذج مرجع وقدوة للنماذج المستخدمة في حل المشاكل المتعلقة بسلوك المستهلك. وهو آخر نموذج تعليمي يعالج معلومات مثيرة محفزة ومنبهة والتي يمكن مقارنتها بالمدخلات من نموذج هاورد . وعند معالجة هذه المعلومات من متغيرات ومحفزات ومنبهات فإنما تعمل على التأثير في القرار الشرائي للمستهلك لتحديد هدى الإستجابة المطلوبة

### نموذج كاتونا

امتم الباحث بتغير وتحليل سلوك المستهلك ، فهو يرى أن هذا الأخير هو محصلة التفاعل بين البيئة والعوامل النفسية والاجتماعية للمستهلك ، حيث يتم هذا التفاعل في ظروف إما مساعدة أو معيقة.

كما يميز الباحث من خلال نموذجه بين ثلاثة متغيرات أساسية ، إذ أن السلوك النهائي للمستهلك يخلص عن طريق التفاعل بين هذه المتغيرات .

- **المتغيرات التابعة:** وهي المتغيرات التي تشير إلى السلوك النولي المشاهد والظاهر كسلوك الشراء أو الاهتمام عنه ، حيث يكون ظمرا لرجل التسويق شأنه شأن أي فرد في المجتمع .

- **المتغيرات المستقلة** (الموثرات الخارجية): تنقسم إلى فئتين: النولى تتهمل في العواهل الهادية مثل الدخل ، الذي يلعب دورا في أحد الاتجامين .

- المساعدة على تبني السلوك مع توفر الدخل .

- تقييد السلوك مع غياب الموارد الكافية .

أما الفئة الثانية فهي المتغيرات العامة ويقصد الباحث الظروف العامة التي تحيط بالمستهلك الظروف الطبيعية والاجتماعية .

- **المتغيرات المعترضة:** وهي مكونات المحيط النفسي والاجتماعي للمستهلك مثل الاتجامات والتوقعات

### نموذج مارشال وسيهون

يرى أصحاب هذا النموذج أن السلوك المستهلك يتحدد على أساس قوامته النفسية . هذه الأخيرة تشكل حسب الباحثان عوامل وسيطة في عملية تبني المستهلك لسلوك شرابي معين . ويظهر ذلك جليا في حالة تغيير المستهلك لهاركة المنتوج الذي ألف استهلاكه وتتهمل هذه المتغيرات المتكاملة والمتفاعلة بينها في :

- إدراك المستهلك لوجود سلع وخدمات بديلة.
- ميل المستهلك للبحث عن ماركات بديلة.
- مستوى الإشباع من الهاركة المستعملة حاليا.
- توفر ماركات أخرى مقبولة يعرضها نفس البائع.
- الدوافع التي تحصل الرغبة في تغيير الهاركة.

### نموذج لازار سفيلد

يشير الباحث لازار سفيلد في نموذجه إلى المتغيرات التي تأخذ بعين الاعتبار في عملية الاختيار، حيث يميز بين نوعين من المتغيرات.

- أ- مجموعة المتغيرات المتعلقة بالمستهلك وتتهمل فيها يأتي :  
الدوافع: هي عبارة عن قوى داخلية وخارجية لما جور مهم في تحديد السلوك العلني  
الوسائل: مجموعة الأدوات المستخدمة في السلوك. هادية كانت او معنوية.
- ب- مجموعة المتغيرات المتعلقة بالبيئة وتتحدد في :  
السلع المتاحة في السوق من أجل الاختيار  
المؤثرات البيعية مثل الإشهار والعلاقات العامة  
المؤثرات الأخرى مثل التغيير الاقتصادي وعوامل التقليد والمحاكاة

### نموذج مورجان

يحاول هذا النموذج الجمع بين المعلومات والمفاهيم الخاصة بالعلوم السلوكية التي تتعلق بالدوافع وخصائص الشخصية والتعلم من ناحية والمفاهيم الاقتصادية كالدخل والموارد المالية من ناحية أخرى . ويحدد الباحث العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي في النقاط التالية:

- مجموعة العوامل التي يتكون فيها ال نفسي والاجتماعي للمستهلك مثل الدوافع والرغبات
- مجموعة العوامل التي تصف الموقف كما يدركه المستهلك وهي تنهثل في درجة الإشباع مثلا.
- مجموعة العوامل الاقتصادية مثل الموارد المتاحة للمستهلك والتي قد تكون عاملا مساعدا او معوقا للسلوك الاستهلاكي.

### نموذج دوز نبري

يري هذا الباحث أن حرية المستهلك في اتخاذ قرار تنهثل في تغيير جودة السلعة أو الخدمة التي يستخدمها لني غرض من الأغراض ، فهو يسعى دائما إلى تحسين نوعية السلع والخدمات التي يستهلكها ومصدرها النتي :

- طبيعة المجتمع الحديث تجعل المتفوقين اجتماعيا يسعون إلى التميز عن غيرهم
- هذا التميز ينعكس على في مستويات معيشة أعلى من المعيشة السائدة في المجتمع
- ارتفاع مستوى المعيشة يعني استهلاك سلع ذات جودة عالية لتحقيق الاهتياز
- إن رفع المعيشة هدف اجتماعي في حد ذاته يسعى إليه الأفراد جميعا
- الأفراد الذين يرغبون في تحسين مستوى معيشتهم يقلدون أفراد الطبقات المتميزة اجتماعيا.

### مفهوم تجزئة السوق:

نظرا للاختلاف الأسواق الكلية من حيث احتياجات ورغبات العملاء والمستهلكين، لذا فقد يلجأ المسوقون إلى تقسيم هذه الأسواق إلى قطاعات متجانسة بحيث يهتل كل قطاع فرصة تسويقية مختلفة ومستقلة. وفي ضوء ذلك فإن تجزئة الأسواق تستند أساسا إلى فلسفة رليسة تقضي بوجود اختلافات جوهرية بين مجموع المستهلكين في السوق. وبالتالي فالمزيج التسويقي الموجه لابد أن يختلف باختلاف هؤلاء المستهلكين. وتعتبر عملية تجزئة الأسواق أداة مهمة من أدوات التخطيط والرقابة التسويقية. كما أنها تساهم في زيادة كفاءة وفعالية الشركة. وبالتالي زيادة ربحيتها



### ١) الأسس الجغرافية:

يتم الاعتماد على النسب الجغرافي في تجزئة الأسواق، حيث وفق لمساحة المنطقة يتم تقسيمها إلى شمال وجنوب، ووفق لنوع هذه المنطقة يتم تقسيمها إلى مدن وقرى، ووفقا لحجم المنطقة فإنه يتم تقسيمها إلى منطقة ذات كثافة سكانية عالية، وثانية ذات كثافة سكانية متوسطة، ومنطقة ثالثة ذات كثافة منخفضة وطبق لظروف الطقس فإنه توجد أسواق للمناطق الحارة، وأسواق للمناطق ذات الطقس البارد، وأسواق للمناطق ذات الطقس المعتدل.

### ٢) العوامل الديموغرافية:

توجد العديد من العوامل والمتغيرات الديموغرافية التي يمكن تجزئة وتقسيم السوق الكلية وفق لها إلى قطاعات أو أسواق متجانسة، وتتمثل أهم تلك العوامل والمتغيرات في السن، والجنس، وحجم الأسرة، والدخل، والوظيفة، ومستوى التعليم، والديانة، والجنسية.

### ٣) العوامل الشخصية:

ويمكن تقسيم وتجزئة السوق إلى قطاعات متجانسة باستخدام العوامل والمتغيرات الشخصية مثل ميول واتجاهات الشخص وما إذا كان طموح أو متسلط .  
٤) معدل استخدام المنتج:

يتم تقسيم السوق إلى قطاعات وفق لمعدل استخدام معين، مثل قطاع الأفراد الذين يستخدمون المنتج بمعدل منخفض، وأولئك الذين يستخدمونه بمعدل متوسط، وكذلك أولئك الذين يستخدمونه بمعدل مرتفع.

### ٥) مدى الولاء للمنتج:

يتم تقسيم وتجزئة السوق وفقا لدرجة ولاء المشتري لمنتج معين أو ماركة معينة، حيث يوجد سوق لمن يفضلون شراء ماركة معينة أو اسم تجاري معين، كما قد يتم تقسيم هؤلاء أيضا إلى أفراد لهم ولاء قوي للمنتج، وأفراد لهم ولاء ضعيف له، وآخرون لهم ولاء متوسط نحو هذا المنتج

## خطوات تقسيم السوق

01 تعريف أو تحديد السوق الكلية حسب معيار معين.

02 دراسة أولية للسوق تسمح بتحديد درجة التجانس أو التباين بين مكونات السوق.

03 تحديد المعايير المناسبة التي يمكن استخدامها في تقسيم السوق إلى قطاعات.

04 تحليل كمي وكيفي للقطاعات التي تم تعيينها للتعرف على الخصائص الاجتماعية والاقتصادية، والسيكولوجية الكمية والنوعية المحددة لسلوك الأفراد في هذه القطاعات.

05 اختيار القطاعات التي تتسجم مع أهداف وإمكانات الشركة.

## إستراتيجيات تجزئة السوق



### ١ - إستراتيجية التسويق المتجانس:

تمتد الشركة في هذه الوضعية بهسالة تخفيض التكاليف معتمدة في ذلك على الإنتاج الكبير القائم على النمطية. وبالتالي تتجاهل الشركة الفروق التي قد توجد بين فئات المستهلكين المتواجدين بواسطة برنامج تسويقي واحد. مثال: (شركة كوكاكولا وبيبيسي في تصهيهما مشروب ذا حجم واحد)، ومن الطبيعي أن تحقق هذه الإستراتيجية وفر في تكاليف الإنتاج والتسويق. ولكنها تضعف المركز التنافسي للشركة أمام النخرين، وخاصة عندها يطرح المنافسون سلعا مختلفة في الشكل والهضمون، أكثر تلبية لاحتاجات ومتطلبات القطاعات السوقية.

### ٢ - إستراتيجية التسويق غير المتجانس:

إذا وجدت الشركة أن سوقها تتكون من خليط غير متجانس من المستهلكين، فقد نجد أنه من النجدي أن تتعامل مع أجزاء من السوق دون النخرى لنسباب تقدرها في حينها، حيث تنتج لكل جزء، سلعة أو خدمة تتفق تمام مع احتياجاته، ومن الطبيعي أن يكون لكل سلعة مزيجها التسويقي وبرامجها التسويقية الخاصة بها، وتحقق هذه الإستراتيجية للشركة موقع تنافسي قويا في أسواقها، ولكنها تؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج والإدارة والتسويق، وهذه الإستراتيجية تناسب الشركات التي تمتلك قدرات استثمارية متطورة وتكنولوجيا عالية وأسواق ذات إنتاج سكاني وجغرافي واسع، وهي أكثر وضود وهلاعة لدى الشركات عابرة القارات أو متعددة الجنسيات التي تمتلك تشكيلات سلعية، قد تصل كها هو الوضع في شركة جنرال موتور إلى حوالي عشرين ألف صنف بأن واحد.

### ٣- إستراتيجية التسويق المركز:

إذا كانت الشركة جديدة، أو أنها تفكر بدخول سوق معينة لأول مرة قد يستحيل معها أن تطرح تشكيلة سلعية واسعة تلبي رغبة كافة الفئات التي تكون السوق، وبالتالي قد تلجأ الشركة إلى اختيار قطاع محدد تركز فيه جميع جهودها بدلاً من التشتت في أسواق متعددة، والخطر الوحيد الذي يهدد الشركة التي تهمل هذا النهج، هو دخول منافس آخر الحيز ذاته وكان يملك إمكانيات وتقنيات أكثر تطوراً قد يطرد الشركة من السوق كلياً، أي أن عنصر المخاطرة في هذا التوجه كبير.

### ٤- إستراتيجية التسويق وفق السوق المضادة:

تتمثل أهمية التسويق على أساس السوق المضادة في زيادة نسبة المستهلكين ذوي الحساسية العالية للسعر، وخاصة في فترات الكساد والركود الاقتصادي، ويتضح هنا التوجه في سياسة التسويق أن السيارات اعتمدت منتجا واحداً قبل عام ١٩٥٠ م، ولكن في الفترة الممتدة من ١٩٥٠ م وحتى ١٩٧٠ م اعتمدت فيها الشركات إستراتيجية التهايز، وطرح نماذج مختلفة تلائم كل فئة اجتماعية على حدة، وبعد عام ١٩٧٣ م وبسبب ارتفاع تكاليف الوقود عالياً، ركزت كافة الشركات على الجوانب الاقتصادية وتخفيض التكاليف، وهذا قد أدى بالطبع إلى إنتاج نماذج ذات تباين أقل، وقد ترافق ذلك مع توجيه بعض القطاعات لتشكيل قطاعات ذات حجم أكبر وتجانس أقل.

2

فإن ترجمة قيمة السلعة في وقتها  
إلى قيمة نقدية

1

هو القيمة النقدية التي يحددها  
البائع للمشتري مقابل الحصول  
على هذا المنتج

## أهمية التسعير

01	تعظيم الربح
02	تأثيره على الحصة السوقية للمنظمة، سواءً بالمحافظة عليها أم بزيادتها.
03	زيادة الحصة السوقية أو المحافظة عليها.
04	زيادة عملاء الشركة
05	مواجهة المنافسة
06	يهتل الواجهة المعبرة عن مواصفات وجودة المنتج في شكل رقمي.
07	تأثيره النفسي أو السيكولوجي على المستهلكين.

يرتبط السعر ببقية عناصر المزيج التسويقي، وهو ما يؤكد مبدأ التكاملية والاعتمادية المتبادلة بين عناصر المزيج التسويقي. فمثلًا من مجالات العلاقة بين السعر والترويج، فإن هناك جدلاً يدور حول أثر الإعلان على الأسعار، وما يمكن أن يؤدي إليه من رفع للأسعار أو خفض لها من خلال كفاية السوق. وكذلك يجادل البعض في أن أية زيادة في الإنفاق الإعلاني، من شأنها أن تنعكس على التكلفة التي تعتبر عنصر أساسيا في معادلة تحديد السعر. وأشارت بعض الدراسات إلى أن المؤسسة عندما تزيد من إنفاقها على الإعلان بالمقارنة مع الشركات المنافسة، فإن ذلك سيؤدي إلى تخفيض أسعارها. ويحدث هذا بسبب أن الإعلان يستهيل مستويات أعلى من الطلب على السلعة، مما يهلي على الشركات المنافسة - أحيانا - ضرورة تخفيض أسعارها استجابة لذلك، ومحافظة على حصصها السوقية.

أما علاقة السعر بالتوزيع، فإن السعر غالباً ما يكون عاملاً محدد للقرار الخاص بتنفيذ التوزيع المناسب. هل هو تاجر الجملة أم تاجر التجزئة، فبعض تاجر التجزئة لا يتعاملون بسلعة ما، لأن سعرها لا يقع في مدى سعر السلع التي يتعاملون بها. كما أن هناك من تاجر التجزئة من يرغب في التعامل بالسلع ذات الأسعار المرتفعة، معطي بذلك لنفسه مكانة سوقية متميزة. وكذلك، فإن هناك علاقة واضحة بين المنتج والسعر، فكلما زادت الجودة التي ينطوي عليها المضمون السلعي زاد السعر، ويعود ذلك إلى أن الجودة ترتبط بعناصر تكلفة أكثر، ويضاف إلى ذلك، أن للسعر وقعا معيناً لدى بعض المستهلكين، حيث يدركون مستويات أعلى من الجودة في السلع ذات الأسعار الأعلى.

تنقسم العوامل المؤثرة على قرارات التسعير إلى مجموعتين رئيسيتين هما: العوامل الداخلية، والعوامل الخارجية. وسوف نناقش كل من هاتين المجموعتين على حدة.

### ١ - العوامل الداخلية:

ويقصد بها العوامل التي تخص الشركة وأنشطتها وتستطيع السيطرة عليها والتحكم بها ومن هذه العوامل نعرض ما يلي:

#### أ- الأهداف:

إن أهداف الشركة التي تسعى إلى تحقيقها تعتبر من أهم العوامل التي تؤثر على اتخاذ القرارات التسعيرية وقد سبق ذكر هذه الأهداف في البحث النول.

#### ب- التكلفة:

تمثل التكلفة عنصر حيوي في تحديد سعر المنتجات، فالكثير من الشركات تحدد سعرها بإضافة هامش ربح معين على التكلفة الإجمالية اللازمة للإنتاج المنتج وتأخذ تكلفة المنتجات شكليين أساسيين، هما:

١) التكلفة الثابتة وهي التي لا تتغير باختلاف مستوى الإنتاج والمبيعات كتكلفة الإيجارات وفوائد القروض

٢) التكلفة المتغيرة وهي التي تتغير باختلاف مستوى الإنتاج مثل تكلفة المواد الأولية.

أما التكلفة الكلية فهي مجموع التكلفة الثابتة والمتغيرة.

#### ج- الهزيج التسويقي:

يرى خبراء التسويق أن قرارات التسعير يجب أن تتخذ بصيغة التكاليف مع العناصر الأخرى لإستراتيجية التسويق، فقد تلجأ بعض الشركات إلى تخفيض أسعارها كوسيلة تسويقية لدعم كامل إستراتيجية التسويق.

### د- التنظيم:

يجب أن تقرر الإدارة من يجب أن يضع السعر ضمن التنظيم. يوجه التسعير في الشركات بالكثير من الطرق، ففي الشركات الصغيرة، غالباً ما توضع الأسعار من قبل الإدارة العليا أكثر من أقسام التسويق أو المبيعات، أما في الشركات الكبيرة فالتسعير يوجه بشكل نموذجي من قبل إدارة التسويق أو إدارات خط المنتج. وفي الشركات الصناعية يقوم رجال المبيعات بالتفاوض مع الزبائن ضمن معدلات الأسعار المحددة.

### هـ- اختلافات السلعة:

كلما كانت منتجات الشركة مميزة عن منتجات المنافسين، كلما كانت حدة أكثر في تحديد أسعارها. ولكن إذا كانت جميع المنتجات متشابهة في خصائصها، يصبح من الصعب على أي شركة أن تخرج عن الأسعار السائدة. وعندما تجد الشركة أنه من الصعب عليها أن تهيئ إنتاجها بخصائص تتفرد بها، تحاول أن تغير من الصورة المنطبعة في ذهن المستهلكين عن الشركة وعن التنظيم فتحاول أن تكون سبعة وشهرة بين العملاء والمستهلكين.

### و- الجودة:

توجد علاقة قوية بين سعر المنتج وجودته، فأسعار المنتجات تهيل غالباً إلى الارتفاع كلما ارتفعت جودتها. لكن قد تقوم بعض الشركات بتخفيض الأسعار رغم جودة سلعها أو خدماتها أهلاً في منافسة الشركات الأخرى، ففي هذه الحالة قد يحصل المستهلك على سلعة بمواصفات عالية ولكن بأسعار منخفضة.

### ٢- العوامل الخارجية

وتتمثل هذه العوامل في كل من المنافسة، الطلب، الظروف الاقتصادية، الموردين، الموزعين، والمؤثرات القانونية والعامل التكنولوجي.

#### أ- المنافسة:

تعد المنافسة عاملاً مؤثر على قدرة الشركة على تحديد أسعارها حيث يجب على أي شركة عند تحديد أسعار منتجاتها وملاحظة أسعار المنافسين، والتنبؤ بسلوك هؤلاء المنافسين.

#### ب- الطلب:

يمثل الطلب الرغبة في الحصول على المنتج والمدمع بالقدرة على شرائه، وتؤثر المرونة السعرية للطلب على قرار تسعير المنتج.

#### ج- الظروف الاقتصادية:

إن قرارات تسعير المنتجات يتأثر بالحالة الاقتصادية السائدة في البلد كون الشركة جزء من الاقتصاد القومي وتتأثر بعدة عوامل منها: ( التضخم - الانكماش - الكساد - العجز )

#### د- الموردين:

يتمثل الموردين في الشركات التي تقوم بتوفير مدخلات النشاط، أي توريد الموارد اللازمة لقيام الشركة بتقديم منتجاتها إلى العملاء (المواد الخام، النفايات، المعدات، الأجهزة، وغيرها). وتتأثر السياسة السعرية للشركات بسلوك الموردين، فمن خلال رفعهم لأسعار المواد الأولية، أو مساوهم للمنظمة على رفع هامش أرباحهم تضيق قدرة الشركة على تحديد السعر الهلائم للمنتجات في السوق

### هـ - دورة حياة المنتج:

يتأثر سعر المنتج بالمرحلة التي يمر بها في دورة حياته. ففي مرحلة التقديم يكون أهم الشركة ثلاث خيارات سعرية. إما أن تسعير المنتج بنفس الأسعار الجارية. أو تقدمه للسوق بسعر مرتفع. وربما تقرر عرض المنتج لنول مرة في السوق بسعر منخفض مقارنة بأسعار المنتجات المماثلة. واختيار أي من الخيارات الأربعة الذكر يخضع إلى عوامل كثيرة من بينها أهداف الشركة في مرحلة التقديم وخصائص المنتج ذاته إضافة إلى خصائص السوق.

### و - الموزعين:

لكل حلقة من قنوات التوزيع (المنتج: الوكيل. وتاجر الجملة. وتاجر التجزئة) أهدافها على صعيدي الربح والمبيعات.

### ز - المؤثرات القانونية:

تتأثر إستراتيجية التسعير وما يتعلق بها من قرارات بالقوانين والقرارات الحكومية في مجال التسعير. و تختلف صور هذه القوانين وتفصيلها من مجتمع لآخر ولكنها تتفق في المضمون وهو التأثير في بعض الحالات في تسعير المنتجات.

### ح - العامل التكنولوجي:

التأثير التكنولوجي له دوره في مجال الشركات حيث تتأثر بدرجات متفاوتة من حيث التطور التكنولوجي وتقاس إمكانات الشركة بها لديها من إمكانات تكنولوجية كبيرة تفتح المجال أمام البحوث. والتكنولوجيا المتطورة على نطاق واسع يتيح لها إمكانية الاستثمار والنمو. ولناخذ لذلك مثلاً فإن بعض الشركات يستثمر إنتاجها الجيد نتيجة للتطور التكنولوجي المتاح مثل إنتاج الإلكترونيات أو أجهزة الحاسب التي

## طرق التسعير

التسعير على أساس التكلفة

01

التسعير على أساس المنافسة

02

التسعير على أساس الطلب

03

التسعير القائم على نقطة التعادل

04

## استراتيجيات التسعير

03

استراتيجية التسعير  
المرتفع

01

استراتيجية القشط

04

استراتيجية التسعير  
المنخفض

02

استراتيجية الاختراق

## استراتيجيات التسعير

07

استراتيجية التسعير  
على أساس التكلفة

05

استراتيجية التسعير  
النفسي

08

استراتيجية التسعير  
التنافسي

06

استراتيجية تسعير الحزمة

### ١- إستراتيجية القشط

هذه الإستراتيجية معتمدة من قبل الكثير من المسوقين وبخاصة إذا ما كان الطلب المتوقع على المنتج واضح وكبير ولا توجد هناك حساسية لدى المستهلك اتجاه السعر.

### ٢- إستراتيجية الاختراق

يتم استخدام هذه الإستراتيجية عندها تكون لدى الشركة القدرة على تخفيض أسعار منتجاتها بمستوى أقل من أسعار المنافسين في نفس السوق.

### ٣- استراتيجية التسعير المرتفع

تقوم الشركة وفق هذه الإستراتيجية بوضع سعر للمنتج أعلى من المنافسين، وهي إستراتيجية فعالة في المراحل المبكرة من دورة حياة المنتج، لأنها تعطي العملاء انطباعاً بجودة المنتج وبأنه يستحق أعلى سعر.

يجب على الشركات التي تعمل بهذه الإستراتيجية العمل بجد لخلق هذا التصور عن قيمة المنتج في ذهن العملاء، إضافة إلى إنتاج سلعة عالية الجودة، كما يجب أن يدعم تغليف المنتج وتصميم المنتج والتجربة والجهد التسويقي فكرة التسعير المرتفع.

### ٤- استراتيجية التسعير المنخفض

يستخدم هذه الإستراتيجية العديد من الشركات بما في ذلك موردي الأغذية وتجارة التجزئة، من أجل جذب عملاء أكثر وتنطوي على تقليل تكاليف الإنتاج والتسويق من أجل خفض سعر المنتج في حين أن هذا النوع من التسعير يكون فعالاً جداً للشركات الكبيرة، لأنها تستعيز عن السعر المنخفض بالإنتاج الكبير، إلا أنه قد يكون خطيراً للشركات الصغيرة التي لا يكون حجم مبيعاتها كبيراً مثل الشركات الضخمة، وتبذل قصارى جهدها لتحقيق ربح كاف في ظل السعر المنخفض للمنتج

### ٥- استراتيجية التسعير النفسي

يشير إلى التقنيات التي يستخدمها المسوقون لتشجيع العملاء على الشراء، وتكون عملية الشراء في هذه الحالة قائمة على مراعاة سيكولوجية المستهلك.

- فعلى سبيل المثال أثبت تحديد السعر بـ ١٩٩ دولاراً فعاليته في جذب المستهلكين أكثر من تحديد السعر بـ ٢٠٠ دولار.  
- رغم أن الفرق بين السعرين ضئيل للغاية، إلا أن أحد التفسيرات لهذا الاتجاه تقول بأن المستهلكين يبدون اهتماماً بالرقم النول من السعر

### ٦- استراتيجية تسعير الدزعة

تتمثل في بيع الشركة مجموعة متعددة من المنتجات بسعر أقل من بيع كل منتج على حدة. وهي وسيلة فعالة تمكن من بيع المنتجات لراكدة، وتزيد من قيمة المنتجات في نظر المستهلك. ويمكن على سبيل المثال أن يلجأ أحد المطاعم وفق هذه الإستراتيجية إلى تقديم طبق حلوى مجاني مع كل طبق رئيسي. خلال يوم معين من الأسبوع. وعلى الشركات الصغيرة أن تضع في اعتبارها أن الذرباح التي تحققها من المنتجات عالية السعر تعوض الخسائر التي تكبدها من المنتجات ومنخفضة القيمة.

### ٧- استراتيجية التسعير على أساس التكلفة

ويتم ذلك من خلال حساب تكاليف المنتج وإضافة هامش ربح ثابت عليه.

### ٨- استراتيجية التسعير التنافسي

يتمثل في وضع سعر للمنتج أقل من الأسعار، التي يقدمها المنافسون من أجل جذب العملاء لمنتج يشبه ما يقدمه المنافسون.

1

هو العملية التي تعنى بنقل المنتج من مصادر إنتاجه إلى أماكن استهلاكه و ذلك في المكان الذي يريده المستهلك ، و في الوقت الذي يرغب فيه قصد تحقيق المنفعة و إتباع الرغبة للمستهلكين

2

كوتلر

مورد خارجي يدخل المؤسسة ضمن المدخلات الأخرى من التصنيع و البحث و غيرها وهو مورد خارجي بصورة اعتيادية يستغرق بناءه عدة سنوات و ليس من السهل تغييره ، و يمثل مجموعة من السياسات التي تولف النظام اللئاسسي الذي يتم عليه بناء مجموعة واسعة من العلاقات طويلة الأجل

3

J.Justeau

هو المرحلة التي تتبع عملية إنتاج السلع والخدشات قصد إيصالها إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي ، حيث يشمل مختلف النشاطات التي تضمن وصول السلعة أو الخدمة إلى المستهلك في المكان و الزمان المناسبين

## أهمية التوزيع

زيادة الكهيات ومساعدة اقتراب المنتج من المستهلك

01

زيادة عدد المستهلكين للمنتجات

02

تحقيق أهداف التسويق، مهتلة بالحجم و الحصة السوقية و العائد على الاستثمار

03

ضمان تدفق السلع والتقليص في عدد المبادلات

04

## قنوات التوزيع

### رابعا : البيع المباشر

هو قيام المنشأة بتوزيع منتجاتها عبر فرع بيع تملكه أو تديره  
أو من خلال مندوبي البيع التابعين لها أو التجارة الإلكترونية  
وغيرها

### رابعا : البيع غير المباشر

يعني وجود وسيط أو أكثر وينقسم إلى :

#### قنوات توزيع قصيرة

المنتج ← تاجر التجزئة ← المستهلك النهائي

#### قنوات توزيع متوسطة

المنتج ← تاجر الجملة ← تاجر التجزئة ← المستهلك النهائي

#### قنوات توزيع طويلة

المنتج ← الوكيل ← تاجر الجملة ← تاجر التجزئة ← المستهلك النهائي

## خطوات تصميم قنوات التوزيع

01 تحديد الأهداف الخاصة بهنافذ التوزيع

02 تحديد عدد الهنافذ المطلوبة

03 تحديد عدد متاجر الجهزة التي  
يتمكن التعامل معها

04 اختيار الهنافذ المطلوبة

طبيعة المنتج  
الفنية

05

سعر المنتج

04

طبيعة المنتج

03

القدرة على إشباع  
حاجات المستهلك  
النهائي

02

التكاليف

01

القدرة الإنتاجية و الهامية للمنتج

06

### تحليل النظام التسويقي

يعني تحليل النظام التسويقي تحديد المنظمات والمؤثرات الداخلية في البيئة التسويقية والتي تتفاعل مع بعضها للتوصل للنتائج المرجوة في السوق وبالتالي تتحدد العناصر الموجهة للفرص التسويقية المتاحة للمنشأة وتلك المرتبطة بالمخاطر والتحديات. يتكون تحليل النظام التسويقي من ثلاث مستويات رئيسية :

#### ١) تحليل نظام التبادل:

وهو التعرف على الأشخاص والمنشآت التي يتم تداول السلع والخدمات فيها بينها وذلك من خلال تحليل مكونات النظام الكلي في المنشأة.

#### ٢) تحليل بيئة المنشأة المباشرة:

وهي مختلف المؤسسات والأفراد الذين يتعاملون مع المنشأة بشكل مباشر ويؤثر في أداؤها.

#### ٣) تحليل البيئة التسويقية العامة:

ويقصد به التعرف على البيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتشريعية والقانونية العامة المحيطة بالمنشأة فضلا عن المنافسة والتي تؤثر في نظام التبادل في المجتمع.

## اتخاذ القرارات المتعلقة بالمنتج

بعد تحديد التخطيط والإستراتيجية التسويقية وتحليل الفرص التسويقية وقياسها وتحديد مزيج المنتجات والمجموعات التسويقية اللازمة يجب صنع القرار التسويقي الخاص بالمنتج ويساعد ذلك على تأكيد أهمية المنتجات لإشباع الحاجات المتوقعة لهجومات المستهلكين

والهدف الأساسي من تحديد قرارات المنتجات هو تحقيق نمو المبيعات واستغلال الطاقات العاطلة وضمان استثمار نصيب الشركة من السوق وتلبية المنتجات الجديدة وتطويرها وإتباع حاجات المستهلكين وضمان التوريد المناسب للوسطاء وهن القرارات الهامة للمنتجات والخدمات الأهملة التالية :

ما هي المنتجات المطلوبة ببعها ١

هل يجب إلغاء بعض المنتجات وهامي ١

هل يجب إدخال بعض المنتجات وهام هي ١

متى يجب إلغاء أو إضافة منتجات ١

كيف يجب أن يكون التغليف والعبوة ١

هامي الخدمات اللازمة بعد البيع ١

هامي التكلفة المثالية للإنتاج على المنتج والتعبئة والتغليف والتميز ١

- ولصنع القرار التسويقي الخاص بالمنتج يجب تحديد المستخدم أو المستهلك النهائي لكل منتج أو خدمة وتحديد مواصفات السلعة وعلاقتها بإشباع الحاجات وتحديد متطلبات التمييز السلي

## اتخاذ القرارات المتعلقة بالسعر

إن القرارات التسويقية الخاصة بسياسة التسعير تعتبر من القرارات المهمة التي يصعب على المدير صنعها أو اتخاذها بسهولة لذا فالقرارات التسعيرية نادرا ما تكون مثالية ففي الكثير من الأحيان يكون سعر البيع :

محدد انطلاقا من سعر تكلفة وجيد

عدم سرعة مرونته نظرا لظروف السوق

مطبق بدون الرجوع إلى المتغيرات التسويقية الأخرى

لا يأخذ جيدا بعين الاعتبار المنتجات المختلفة المعروضة ، أقسام السوق الفرص الشرائية وقنوات التوزيع

وبصفة عامة القرارات المرتبطة بالتسعير تتمثل مثلا فيما يلي :

تحديد سعر الوحدة من السلعة

تحديد أسعار بنود السلع على خط المنتجات

اختيار سياسة التسعير المثلى

انتهاز فرص الخصومات

تسعير المنتجات الجديدة

يجب أن يأخذ القرار التسويقي الخاص بالتوزيع بعين الاعتبار طبيعة السلعة الطلب عليها والتنبؤ بالطلب في المستقبل وميكل المزيج التسويقي ودورة حياة السلعة أو دورة المؤسسة واتجاهات وأهداف الوحدة التسويقية ومن القرارات التسويقية لسياسة التوزيع ما يلي :

تحديد قنوات التوزيع الملائمة للسلعة

تحديد الخدمات التي يمكن للموزع أن يقوم بها نيابة عن المنظمة

تحديد مزيج قنوات التوزيع الملائم

تحديد رجال البيع الشخصي وتدريبهم وتنمية مهاراتهم

تحديد مستويات المخزون من السع

تحديد أساليب وطرق حفز أعضاء منافذ التوزيع

## اتخاذ القرارات المتعلقة بالترويج

تختص القرارات التسويقية الخاصة بالترويج بمن يجب أن توجه إليه برامج الترويج (الجهة المختصة بالقيام بعملية الترويج) وما هي أفضل الوسائل والطرق الترويجية (الصالونات - المعارض - الأفلام وغيرها من الوسائل) كم يجب أن نفق على الإعلان . كيف تزيد الفعالية الترويجية . هي كلها أسئلة تصب في صنع قرار تسويقي خاص بالترويج .

**وعادة ما يمر القرار الترويجي بالمرحل التالية :**

تحديد المشكلة والأهداف

تقييم الموقف الكلي

تحديد الأعباء والجهود الترويجية ووسائل تحقيقها

تحديد البدائل في الخطة الترويجية

حساب النتائج المتوقعة من الخطة الترويجية

مراعاة القرار الترويجي

مراجعة البيانات الرقابية

تعديل الخطة الترويجية في كل المواقف

## العوامل المؤثرة في الشراء

### الجنس

نتيجة للاختلاف التركيب الفسيولوجي بين الذكور والإناث فإن هنالك اختلاف في احتياجات كل منهما

### الدور الاجتماعي للمهني

كل فرد له أدوار متعددة في الحياة مثل قيام الطبيب بشراء جهاز قياس ضغط الدم

### الدخل

أهم العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي فالعلاقة بين الدخل والاستهلاك علاقة طردية بمعنى كلما زاد الدخل زاد الاستهلاك الشرائي

### الثقافة

منظومة من القيم والعادات والتقاليد والأعراف التي يتعلمها الفرد من مجتمعه على مر السنين مثل لبس الشماغ

### الجماعات

مجموعة من شخصين أو أكثر تتفاعل مع بعضها لتحقيق هدفها مثل شراء جوال مثل جوال الاصدقاء

### المرحلة العمرية

تختلف حاجات ورغبات الفرد حسب المرحلة العمرية التي يمر بها

## عرض بعض الممارسات الحديثة في علم التسويق وإيضاح دور التقنية الحديثة في تطوير الأنشطة التسويقية

المعيار  
11

### المؤشرات :

- ١) يشرح بعض النماذج الناجحة التي تقوم بها بعض المنظمات المحلية في التسويق
- ٢) يشرح بعض النماذج الناجحة التي تقوم بها بعض المنظمات العالمية في التسويق
- ٣) يبرز دور التقنية الحديثة في تطور الأنشطة التسويقية ويوضح الفرص الجديدة لمنظمات الأعمال في ظل التسويق الإلكتروني

## نماذج محلية ناجحة في التسويق

### مطاعم البيت

من قبل ٣٥ سنة كانت المهلكة تعيش فترة الطفرة فكان الناس أكثر اكلهم خارج المنازل فكان هناك حاجة هامة إلى مطاعم صحية فجاءت الفكرة من الوالد في البحث عن مطاعم نظيفة تقدم وجبات صحية للهتجو . لأنه في تلك الفترة كانت المطاعم شعبية وغير نظيفة . فاخذ يبحث في السوق الهطي (حارسة جدوى) فلم يجد ما يريد . ثم سافر إلى الخارج وتعاقد مع شركة تسمى ( البروست ) فكانت هذه أول كلمة تدخل في مصطلح الشارع . وكان الوالد وكيلها في المهلكة – جدة

أسباب نجاح البيت كشركة:

تعتمد الشركة على أربعة أعمدة رئيسية إذا فقدت واحدة اختل التوازن وهي الناس

(جودة التكل وجودة الخدمات) فإن لها أولوية.

الربح طويل المدى

لا تفكر في الربح القصير فإن أي شيء يأتي بسرعة سيذهب بسرعة.

فلقد استهرينا أكثر من ٢٥ سنة بسعر (١٠ ريال) وكان بإمكاننا أن نزيد من السعر . ولكن التزامنا بالربح الطويل هو الذي ساعدنا على النجاح التفاعل هو الهتجو

أي شركة أو فرد يفكر أنه يستطيع أن يعيش في هتجو يظل يأخذ منه ولا يعطي في المقابل فهذا عنوانه الفشل.

رسالة شركة البيت:

أفضل شيء يسعدنا هو أن نزرع ابتسامة في وجه الزبون

أنا دائما ما نقف بجوار الكاشير وننظر إلى الزبائن ونعد كم شخص ابتسم أثناء خدمتنا له . فهذا أمر يسعدنا جدا.

الأمر الثاني هو أعضاء الفريق: أفضل شيء في الحياة أن ترى العين الإنسان الذي يعمل معك برفقة

وذلك لأنه يأخذ في التعلم وينمو معك وأن ترى عينه تتحدى الصعاب التي يواجهها ومن خلالها فإنه يصل إلى مراكز لم يكن يحلم بها في حياته

من هم منافسينك؟

المنافس الحقيقي ليس المطعم الذي يعمل في مجالنا بل أن منافسينا هم أي شخص يقدم خدمة سواء كان بنك أو سور هاركت.

### ايكيا

أعلنت ايكيا عن استخدامها لتكنولوجيا الواقع المعزز وهي تكنولوجيا قائمة على إدراج الأجسام الافتراضية في بيئة حقيقية. لتوفر لعملائها المهتمين فرصة تجربة وضع قطع الأثاث الافتراضية في مساحتهم الخاصة الحقيقية قبل إجراء عملية الشراء. بهجرد تحميل التطبيق الإلكتروني، تُعرض أكثر من ألفي قطعة مختلفة من جميع المنتجات بشكل ثلاثي الأبعاد ونسب حقيقية من أجل دقة التأكد لكونها مناسبة للغرفة أو المكان من حيث المساحة والاستخدام والتصميم والشكل العام. يستطيع أيضا العملاء طلب شراء القطع التي قد وجدوها مناسبة بشكل مباشر عن طريق التطبيق. تعتبر ايكيا من أول العلامات التجارية المختصة بالأثاث التي تعلن عن استخدامها لتلك التكنولوجيا في عرض منتجاتها الاستفادة محاولة الحد من مشكلة عدم المشتري وعدم التأكد الاهتمام بالتأكيد على العملاء قبل الشراء بأنما ستكون صفقة ناجحة وذلك بالأنص في حالة السلع غالية الثمن أو في حالة الشراء عبر الإنترنت.

## كت كات

لا يخفى على أحد كيف تسللت شوكولا كت كات الى حياتنا دون أن ندري أو نشعر بها لكنها أصبحت بين ليلة و ضحاها عنوان الشوكولا الراقية التي تحب تناولها هذا النجاح التسويقي لم يكن وليد الصدفة أو حدث فريد لا يتكرر بل نتاج خطة تسويقية عبقرية ومن أمثلة هذه العبقرية طريقة غزو كت كات للسوق اليابانية. تصادف أن اسم كت كات قريب من جملة يابانية دارجة منطوقها كيتو كاتسو أو ها معناه آهني لك النجاح والتي كان الطلاب واللباء والأهمات يتبادلونها تهني بالتوفيق ما حدث بعدها هو ما يجب أن نقف عنده حيث بدأت خطة تسويقية صبورة لرسم انطباع ميمر في عقول الناس جويو .

في السنة الأولى لدخول كت كات السوق اليابانية بدأت الفنادق في العاصمة اليابانية طوكيو توزع شوكولا كت كات مجاناً على الآلاف من الطلاب الذين يأتون للعاصمة طوكيو كي يدخلوا اختبارات الالتحاق بالجامعات في طوكيو . كان قالب الشوكولا بلونه النحمر المتهيز يوزع على الطلاب بوصفه القالب السحري الصغير والذي يفترض أن يكون جالب للخط . لم يعرف أحد أن الهدايا جاءت من شركة كت كات .

السنة التالية: بدأت شركة الدعاية في تسريب الحكايات و الأخبار عن تلك الشوكولا الجالبة للخط ومن المعروف أن الشعب الياباني كثير التأثر بالقصص و الروايات.

في السنة الثالثة: بدأت بعض الاعلانات بالظهور و أخذت شكل قصة قصيرة عن مدرسين و أهمات وطلاب مع قالب الشوكولا جالب الخط. كل هذه القصص خيالية لكن الأهمات اليابانيات بدأ يستقر في وعيهم أن القوالب تجلب الخط فعلاً

السنة الرابعة: بدأ الاعلان عن كت كات بقوة ولئن الشعب الياباني يحب التهيز و الانفراد شرع فريق التسويق في الهجى بنكهات للتباع إلا في اليابان وهذه النكهات تتوفر لفترة محدودة ثم تختفي من السوق لتفسح المجال أمام نكهات جديدة. حتى أن موسوعة ويكيبيديا أحصت ٨١ نكهة من نكهات كت كات في اليابان

01 البيانات الضخمة و التسويق

02 انترنت الاشياء

03 الذكاء الاصطناعي

04 الواقع الافتراضي

للتقنية تأثير كبير على حياة الأفراد والجهات، خاصة وأنها تعهل من وقت إلى آخر، على تغيير أنماطهم الاستهلاكية والمعيشية، حيث يهكنا النظر إلى تأثير التقنية، على أنشطة وفعاليات التسويق، وذلك بالنظر إلى الأمور التالية:

## البيانات الضخمة و التسويق

الرقام تقول أن هنالك أكثر من ٣.٧٧ مليار مستخدم للإنترنت في العالم أي ٥٠٪ من عدد السكان. القدرة على تحليل هذه البيانات و معرفة سلوك المستهلك ، كيف يسافر ، كيف يحجز ، كيف يتواصل ، كيف يتسوق ، كيف يزعل و كيف يحب .. و أكثر .. هذه البيانات الضخمة هي اللاعب الرئيسي في التسويق التذ و في المستقبل

تستطيع التذ عبر إعلانات قول من معرفة إذا ما كان الشخص الذي تفاعل مع إعلانك في موقع الكتروني معين قد زار مطعمك بالفعل . أيضا تستطيع عبر إعلانات فيسبوك من معرفة أكثر ساعة يكون فيها متجرك على الأرض محاط بعدد كبير من الناس ، معرفة ساعات الذرة ، و هامي اهتمامات هؤلاء الناس ، تعرف حاليا أن يوم الثلاثاء القادم الساعة الثانية ظهرا هو أفضل وقت للوصول لعدد كبير من الناس المحيطين بمطعمك مثلا و تستطيع استهدافهم

## انترنت الأشياء

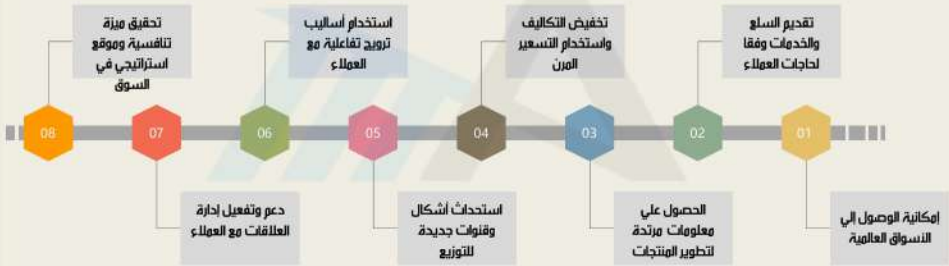
مع ثورة الانترنت كل الأشياء أصبحت أو ستصبح قريبا متصلة بالانترنت .. ساعتك متصلة بالانترنت التلفزيون أيضا جهاز التكييف في الصالون متصل بالانترنت .. مكينة القهوة و فرشاة الاسنان أيضا متصلة بالانترنت .. المنازل الجديدة متصلة بالانترنت و السيارات الجديدة أيضا وحتى المهدن صارت متصلة بالانترنت .. هذه الأشياء سيصل عددها لأكثر من ٧٥ مليار شيء متصل بالانترنت في عام ٢٠٢٠

## التسويق عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي

هذا النهو الضخم في صناعة انترنت الأشياء و البيانات الضخمة دعمه أيضا النهو الهائل في تقنيات الذكاء الاصطناعي الذي ساهم بشكل كبير في تغيير شكل التسويق إلى النبد .. هذه التقنيات الذكية ساهمت في تحسين عملية تحليل البيانات وبناء تجارب مهيبة للعملاء .. مثلا تستطيع الذن عبر منصات و أدوات تعتمد على الذكاء الاصطناعي في كتابة تقرير تسويقي جيد جدا دون الحاجة لموظف مختص في كتابة المحتوى التسويقي

## الواقع الافتراضي

من المتوقع أن يصل عدد مستخدمي نظارات الواقع الافتراضي لأكثر من ١٧١ مليون مستخدم في عام ٢٠١٨ و يصل حجم الإيرادات التسويقية عبر هذه التقنيات لأكثر من ١٠٨ مليار دولار في عام ٢٠٢١



إن الوقت الحالي يشهد إعادة هندسة عملية التسويق والتوجه المتزايد نحو التسويق الإلكتروني وتحرك معظم الشركات باتجاه السوق الإلكترونية للاستفادة من إمكانيات ومزايا التسويق الإلكتروني وخاصة أن الشركات التي كانت سباقة لتبني مداخل التسويق الإلكتروني قد استطاعت أن ترسي معايير تنافسية جديدة ، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن التسويق الإلكتروني قد أوجد بيئة تسوق متطورة تحقق للعملاء مزيد من الرفاهية والمتعة في البحث عن احتياجاتهم وإشباعها .

ويمكن تحديد أهم الفرص والمنافع التي يحققها التسويق الإلكتروني لكل من الشركات والعملاء في ظل العولمة وبيئة الأعمال المتغيرة :

### ١ - إمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية :

أكدت الدراسات أن التسويق الإلكتروني يؤدي إلى توسيع الأسواق وزيادة الحصة السوقية للشركات بنسب تتراوح بين ٣ - ٢٢٪ بسبب الانتشار العالمي ، كما يتيح التسويق الإلكتروني للعملاء الحصول على احتياجاتهم والاختيار من بين منتجات الشركات العالمية بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية ، حيث أن التسويق الإلكتروني لا يعترف بالفواصل والحدود الجغرافية .

### ٢ - تقديم السلع والخدمات وفقا لحاجات العملاء :

من خلال التسويق الإلكتروني يجد المستهلكون فرصة أكبر لتكييف منتجاتهم طبقا لحاجات العملاء إلكترونيا بشكل يلي توقعات العملاء ويتلاءم مع خصوصيات كل عميل ، ولأنك أن الطاقات الاتصالية والتفاعلية للتسويق الإلكتروني قد حققت قفزة نوعية في أساليب إرضاء وإشباع رغبات العملاء الخاصة .

### ٣- الحصول علي معلومات مرتدة لتطوير المنتجات :

قدم التسويق الإلكتروني فرصة جوهرية للاستجابة للتغيرات التي تحدث في الأسواق والتقنيات بشكل يحقق دمج حاجات العملاء مع التطورات التكنولوجية . وذلك من خلال ما يعرف بالعملية المرنة لتطوير المنتج ، والتي تعتمد علي استشعار السوق بواسطة النليات التفاعلية للتسويق الإلكتروني .

### ٤- تخفيض التكاليف واستخدام التسعير المرن :

إن استراتيجيات التسعير في ظل التسويق الإلكتروني ليست مجرد استجابة سريعة لظروف السوق . وإنما تأخذ في الحسبان جميع العوامل والمتغيرات الداخلية والخارجية . ولأنشك أن مفهوم التسعير المرن يجد تطبيقاته من خلال آليات التسويق الإلكتروني . حيث تتوفر تقنيات تمكن المشتري من البحث عن والعثور علي أفضل الأسعار المتوفرة . مثل برنامج Shop bot والزيادات وغيرها

### ٥- استحداث أشكال وقنوات جديدة للتوزيع :

قدم التسويق الإلكتروني منظورا جديدا لسوق الإلكترونيّة يكون التفاعل فيها بين طرفي عملية التبادل دون الحاجة إلي وسطاء . الأمر الذي أدى إلي بروز مصطلح " عدم التوسط " .

### ٦- استخدام أساليب ترويج تفاعلية مع العملاء :

يعتبر الإعلان الإلكتروني عبر الإنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشارا في ظل الاتجاه نحو التسويق الإلكتروني . فالإعلان المباشر عبر الإنترنت يتزايد بهعدل ١٢٪ سنويا . وأن قيمته تقدر ب ٥.٣ بليون دولار في عام ٢٠٠٢ ومن المتوقع أن تصل إلى ٧.٧ بليون دولار في عام ٢٠٠٥ . وقد قدم التسويق الإلكتروني مفهوما جديدا للإعلان . وهو أن الشركات تقدم رسائلها الترويجية بشكل متعهد إلى بيئات مستهدفة من خلال مواقع الكترونية محددة يتوقعون أن تكون جهاميرهم قادرة علي تمييزها وإدراكها .

### ٧- دعم وتفعيل إدارة العلاقات مع العملاء :

يستند التسويق الإلكتروني إلى مفاهيم جديدة وقناعات ترقى إلى اعتبار العميل شريكا استراتيجيا في منشآت الأعمال . لذا استهدف بناء ودعم علاقات ذات معنى ومهدف مع العملاء . وذلك من خلال تفعيل ديناميكية واستمرارية الاتصال المباشر مع العملاء .

### ٨- تحقيق ميزة تنافسية وموقع استراتيجي في السوق :

تمر المنافسة في الأسواق الإلكترونية بمرحلة انتقالية نتيجة إلى التحول إلى المنافسة المستندة للقدرات . ولاحظ أن التطورات المائلة في تكنولوجيا المعلومات المرتبطة بالتسويق الإلكتروني قد خلقت فرصا غير مسبوقة في دعم الاستراتيجيات المميزة وتحسين الوضع التنافسي للشركات .

## معرفة المفاهيم الأساسية لمبادئ الإدارة المالية

المعيار  
12

### المؤشرات :

- ١) يعرف المفاهيم الأساسية للإدارة المالية مثل : مفهوم التخطيط المالي . الرقابة المالية . الحصول على الأموال (التمويل) ومفهوم استثمار الأموال (إدارة الأموال)
- ٢) يحدد مكونات القوائم المالية للشركات ومن ثم يحسب ويفسر النسب المالية ويبين نقاط القوة والضعف للشركة بناء على حساب هذه النسب المالية

1

هي النشاط الذي يختص بالتخطيط والتنظيم والمتابعة لحركتي الدخل والخروج للأموال الحالية والمرتبقة من وإلى المنظمة

2

عبارة عن مجموعة من المفاهيم و الأدوات التي تستخدمها المؤسسة لاستثمار الأموال بكفاءة لتعزيز قيمتها و بما يؤدي إلى تحقيق هدف البقاء و النمو و الاستثمار و تحقيق أعلى ربح ممكن و بأقل التكاليف سواء عند تحديد مصادر الأموال أو عند القياس باستثمار هذه المصادر

3

الإدارة المالية هي تلك الوظيفة المعنية بالقرارات المتعلقة بالحصول على الأموال بالشكل الأمثل و استثمار تلك الأموال بكفاءة و بالشكل الذي يؤدي إلى تعزيز القيمة السوقية للمؤسسة أو تعزيز ثروة حملة الأسهم أو المالكين و بالتالي تحقيق الهدف الأعلى للمؤسسة و هو البقاء و النمو و الاستثمار

### 1 التخطيط المالي

هو عملية تحديد الأهداف، وتقييم الأصول والموارد، وتقدير الاحتياجات المالية المستقبلية، ووضع خطط لتحقيق الأهداف النقدية

### 2 بالرقابة المالية

هي مجموعة العمليات اللازمة لمتابعة أعمال تنفيذ الخطط والسياسات الموضوعية بقصد التعرف على الانحرافات ومعالجتها في الوقت المناسب، إضافة إلى المحافظة على المال العام من عمليات الاختلاس أو الضياع أو سوء الاستعمال

### 3 التمويل

يهو تحديد احتياجات الأفراد والمنظمات والشركات من الموارد النقدية وتحديد سبل جمعها واستخدامها مع الأخذ في الحسبان المخاطر المرتبطة بمشاريعهم.  
عليه فإن مصطلح تمويل يجمع بين التالي : دراسة النقود وغيره من الأصول

1

### الاستثمار

هو أخذ مبلغ مالي (رأس مال) ومحاولة تنميته عن طريق شراء أصول تتوقع أن قيمتها ستزيد مع مرور الوقت، وتوجد أنواع متعددة للاستثمار ومتنوعة طبقاً للمهدف والوسيلة و العائد والمخاطرة

2

### الاستثمار

الأصول التي يشتريها الأفراد والهنشاة من أجل الحصول على دخل في المستقبل.

### القوائم المالية

هي عبارة عن تقارير موجزة توضح طبيعة استخدام الشركات للأموال، سواء أكانت خاصةً بها، أو مسؤولة عن إدارتها مثل أموال المساهمين والمقرضين. كما تساعد القوائم المالية على تحديد قيمة المركز المالي الحالي للشركة؛ من خلال دراسة بياناتها المالية

وتتضمن القوائم المالية  
أربعة مكونات أساسية

1

قائمة الميزانية العمومية  
قائمة المركز المالي

2

قائمة الدخل

3

قائمة التدفقات النقدية

4

قائمة التغيرات في  
حقوق المساهمين

## 1 - قائمة الميزانية العمومية

الميزانية العمومية هي القائمة المالية التاريخية التي تبين المركز المالي للشركة في لحظة محددة من الزمن، ويمكن تشبيهها بعلمية التقاط صورة للشركة في لحظة معينة. ومن خلال الميزانية العمومية نستطيع معرفة الموجودات لدى الشركة والالتزامات المترتبة عليها. وكذلك يمكننا معرفة الأموال التي قامت الشركة باقتراضها والأموال التي تعود للمساهمين وتتكون الميزانية من جانبين الأول يمثل الموجودات أو الأصول التي تمتلكها الشركة من أموال واستثمارات وأراض وعقارات ومعدات وغيرها والثاني يمثل المطلوبات أو الالتزامات المترتبة على الشركة للغير من ذمم وفروض وغيرها. إضافة إلى التزامات الشركة تجاه مساهميها والتهنئة في حقوق المساهمين في الشركة ويجب أن يكون جانبا الميزانية دائما متساويين. ككفتي الميزان، أي أن موجودات الشركة يجب أن تساوي التزاماتها تجاه الغير وتجاه مساهميها في كل الأوقات **الموجودات أو الأصول**

ويمكن تقسيم الموجودات أو الأصول إلى قسمين رئيسيين هما الموجودات المتداولة، والموجودات الثابتة، ويندرج تحت مدين القسمين بنود عدة كالأستثمارات طويلة الأجل والموجودات الأخرى والموجودات المتداولة هي الموجودات التي يتم استخدامها خلال الدورة التشغيلية للشركة، والتي تكون سنة واحدة في العادة وتعد الموجودات المتداولة مؤشر إلى مدى توافر السيولة لدى الشركة وقدرتما على تلبية التزاماتها قصيرة الأجل التي قد تستحق خلال السنة المالية. كون عناصر هذه الموجودات يمكن تحويلها إلى نقد بسرعة وبدرجات مختلفة. ومن أهم العناصر التي تتكون منها هذه الموجودات هي النقد في الصندوق ولدى البنوك، والأوراق المالية التي يكون الاستهلاك فيها قصير الأجل مثل الأسهم، والتي تتميز بسيولة عالية، والحسابات المدينة وأوراق القبض الناتجة عن بيع منتجات الشركة أو تأدية خدماتها للعملاء بالدين، ومخزون البضاعة الذي يشمل المواد الخام وشبه المصنعة والمواد المصنعة تصليح. كاملا (السلع الجاهزة للبيع)، وقطع الغيار والأجزاء الأخرى أما الموجودات الثابتة فهي الموجودات التي تستخدم من قبل الشركة لإنتاج وتخزين ونقل وبيع ومنتجاتها لأكثر من سنة، وتشمل العقارات والمصانع والأثاث والمعدات والأراضي والأثاث والسيارات والهربكات المختلفة وتتميز الموجودات الثابتة بكونها خاضعة للاستهلاك السنوي طوال مدة حياتها الإنتاجية باستثناء الأرض (غير الزراعية) التي لا تستهلك والموجودات الثابتة تكون كبيرة في الشركات الصناعية وشركات الخدمات العامة أو المنافع، مثل شركات الاتصالات والهيايم والكهرباء، بينما تكون قليلة في الشركات المالية والبنوك والشركات الخدمية بشكل عام أما الجانب الثاني من الميزانية فيمثل المطلوبات التي تقسم إلى المطلوبات المتداولة والمطلوبات طويلة الأجل، بالإضافة إلى حقوق المساهمين.

### المطلوبات أو الالتزامات

وتتضمن شقين الأول المطلوبات المتداولة وهي تمثل قيم الالتزامات المترتبة على الشركة والتي تستحق خلال سنة، وأهم العناصر التي تتكون منها هي: التسهيلات قصيرة الأجل المقدمه من البنوك، والذمم الدائنة، وأوراق الدفع الناتجة عن قيام الشركة بشراء المواد الأولية وأي احتياجات أخرى من مواد وخدمات بالدين، والخصايف المستحقة على الشركة والتي لم تقم بدفعها، وبالتالي فهي التزام عليها بينما يتضمن الشق الثاني المطلوبات طويلة الأجل، وهي المطلوبات التي يستحق على الشركة دفعها خلال مدة تتجاوز السنة الواحدة، وتشمل القروض والتسهيلات البنكية طويلة الأجل والسندات طويلة الأجل.

### حقوق المساهمين

وتتمثل نصيب المساهمين (حصة النسهم) في الشركة، وهي صافي ملكيتهم في الشركة بعد اقتطاع كل الالتزامات المترتبة على الشركة، وتزداد حقوق المساهمين عند تحقيق الشركة أرباح وقياهما بالاحتفاظ بجزء من هذه الأرباح وتقل عند تحقيق خسائر. وتتكون حقوق المساهمين بشكل أساسي من الحسابات التالية: رأس المال المدفوع وعلاوة الإصدار التي تمثل المبالغ التي يدفعها المساهمون عند الاكتتاب باسمهم زيادة رأس المال للشركة عند بيعها لهم بسعر أعلى من القيمة الاسمية، والاحتياطيات والأرباح والخسائر المدورة، والتغير في قيمة الاستثمارات أو القيمة العادلة للموجودات مطرود. ونما أسمهم الخريزة.

### ٢- قائمة الدخل

هي القائمة المالية، وهي مهمة جد كونها تبين نتائج عمل الشركة خلال فترة زمنية، وهي في الغالب سنة مالية، وتبين هذه القائمة كل الإيرادات التي حققتها الشركة والمصاريف التي تكبدتها خلال فترة زمنية معينة للوصول إلى صافي الربح أو صافي الخسارة للسنة، بحيث يتم اقتطاع كل التكاليف والمصاريف التي تكبدتها الشركة خلال العام من الإيرادات التي حققتها من بيع منتجاتها أو أداء خدماتها، وهي عبارة عن النتيجة النهائية لنشاطات الشركة في نهاية السنة، إما أن تكون الشركة حققت أرباح أو حققت خسائر.

ومن أهم عناصر قائمة الدخل صافي الربح من عمليات التشغيل، الذي يعطي مؤشرا إلى أداء الشركة وأرباحها المتحققة من العمليات التشغيلية.

### ٣- قائمة التدفقات النقدية

هي القائمة المالية التي تبين التغيرات التي تطرأ على حركة النقد في الشركة خلال فترة زمنية معينة، أي أنها تقدم وصف لكل التعاملات النقدية التي قامت بها الشركة، وتبع لذلك فقد تم تصنيف التدفقات النقدية إلى ثلاثة أنواع: تدفقات تشغيلية، تدفقات استثمارية، تدفقات تمويلية. والتدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية والنتيجة عن النشاطات التشغيلية الرئيسية للشركة، ويكون هذا الرقم موجب إذا قبضت الشركة أموالاً أكثر من التي دفعتها (تدفق نقدي داخل)، ويكون سالباً في حال قيامها بدفع أموال أكثر من التي حصلت عليها (تدفق نقدي خارج).

أما التدفقات النقدية من الأنشطة الاستثمارية فهي التدفقات النقدية الناتجة عن العمليات اللازمة للحصول على الموجودات الثابتة، أي دفع أموال لشراء الموجودات كالرأضي والعقارات والأموال المقبوضة عند بيع هذه الموجودات، وتشمل كذلك التدفقات النقدية الناتجة عن استثمار أموال الشركة في استثمارات طويلة الأجل وبيعها.

بينما التدفقات النقدية من الأنشطة التمويلية فهي التدفقات التي تتحقق للشركة من مصادر التمويل المختلفة (داخلية وخارجية) لتمويل عملياتها.

### ٤- قائمة التغير في حقوق المساهمين

وهي القائمة المالية التي تبين التغيرات التي تحدث في حسابات حقوق المساهمين من سنة لأخرى. وتحدث التغيرات في حسابات حقوق المساهمين نتيجة للتغيرات التالية:

- نتائج الأعمال السنوية للشركة، ربح أو خسارة (صافي الدخل)، والتي تتأثر بها حسابات حقوق المساهمين.
- الإضافات لحسابات الاحتياطيات المختلفة والتي تنتج عن تحويل جزء من الأرباح السنوية إلى الاحتياطيات، والتحويلات التي تتم بين هذه الحسابات وذلك عند قيام الشركة على سبيل المثال بتوزيع أسهم مجانية، وبالتالي فإن قيمة هذه الأسهم المجانية ستؤخذ من الاحتياطيات والأرباح المحتجزة وتضاف إلى رأس المال، علما بأن عملية توزيع الأسهم المجانية لا تؤثر على مجموع حقوق المساهمين الذي يبقى من دون أي تغيير.

### التقارير المالية

التقارير المالية وسيلة اتصال ما بين المنشأة والعالم الخارجي ووسيلة لتوصيل المعلومات التي تعد بواسطة المنشأة إلى المستفيدين ومنها قائمة الدخل ، قائمة المركز المالي ، قائمة التدفقات النقدية ، قائمة الأرباح المحتجزة ، تقرير مراقب الحسابات ، تقرير مجلس الإدارة ، تقرير الإدارة التنفيذية .

### أهمية التقارير المالية :

- 1- تقديم المعلومات اللازمة لاحتياجات المستفيدين الرئيسيين التي تساعد على تقييم قدرة المنشأة على توليد التدفقات النقدية .
- 2- القياس الدوري لدخل المنشأة .
- 3- تقديم معلومات تساعد على تقييم قدرة المنشأة على توليد التدفق النقدي حيث أن المنشأة مستهرة في نشاطها وتقسم حياتها إلى فترات دورية لإعداد القوائم المالية .
- 4- تقديم معلومات عن مصادر الأموال المتاحة للمنشأة وكيفية استخدام هذه الأموال .
- 5- تقديم معلومات عن التدفقات النقدية من وإلى المنشأة كالقروض واستثمارات الهلاك و التوزيعات

### التحليل المالي :

هو عملية يتم من خلالها استكشاف مجموعة من المؤشرات الكمية والنوعية حول نشاط المنشأة وذلك من خلال معلومات تستخرج من القوائم المالية و المصادر الأخرى لكي يتم استخدام هذه المؤشرات بعد ذلك في تقييم أداء المنشأة بقصد اتخاذ القرارات .

### المهدف من التحليل المالي :

يهدف التحليل المالي إلى دراسة تقييم المنشأة ودراسة السيولة و الربحية و المديونية و الاستقرار في المنشأة .

### أدوات التحليل المالي :

أولاً : مقارنة القوائم المالية :

أ- مقارنة أفقية: حيث تتم مقارنة العنصر في القوائم المالية لعدة فترات

ب- مقارنة رأسية: حيث تتم مقارنة القوائم المالية بنفسها لعدة سنوات أو سنة في سنة أو سنوات أخرى و هذا النسلوب من المقارنة يعطي القارئ تصوراً عن وضع كل مفردة من مفردات القوائم المالية في كل فترة و يمكن أن نبحث عن أسباب التغير و تأثيره حسب أهمية العنصر لديه.

ج- مقارنة أفقية للمنشأة مع منشآت أخرى: تتم مقارنة القوائم المالية للمنشأة في سنة مالية أو سنوات مالية مع القوائم المالية لسنوات أخرى إما بشكل فردي أو بشكل متوسط مجموعة منشآت

د- مقارنة رأسية: حيث تتم مقارنة العنصر في القوائم المالية لنفس الفترة

تتم المقارنة الرأسية للقوائم المالية بنسبة أرقام مفردات القوائم المالية إلى إحدى هذه المفردات التي يرغب المحلل نسبة الأرقام إليها

(الأصول المتداولة تمثل ٢٥٪ من مجموع الأصول مثلًا) أو (النقدية تمثل ٩٠٪ من الأصول المتداولة)

و يمكن للمحلل أن يستخدم التحليل الرأسي و التحليل الأفقي معاً (نسبة الأصول المتداولة إلى مجموع الأصول لعام محدد و ثم مقارنتها مع الشركات الأخرى) و تجدر الإشارة إلى أن تفسير نتائج المقارنة يترك للمحلل نفسه حسب هدفه من التحليل و حسب الظروف المحيطة به.

### النسب المالية :

تستخدم النسب المالية في التحليل المالي لاستخراج أو استنباط علاقة بين الرقمين المنسوب أحدهما للآخر . و هذه النسب تساعد على التعرف على وضع المنشأة موضع التحليل .

ويمكن تصنيف النسب إلى عدة تصنيفات كما يلي :

#### ١- حسب مصادر المعلومات :

أ- نسب قائمة الدخل أو نسب النشاط

ب- نسب قائمة المركز المالي أو نسب رأسمالية

ج- نسب مختلطة تعتمد على قائمة الدخل وقائمة المركز المالي

#### ٢- على أساس توثيقها للواقع :

أ- نسب فعلية

ب- نسب نهئية

#### ٣- على أساس مكونات النسبة :

أ- نسب بسيطة (العلاقة بين عنصرين)

ب- نسب مركبة (العلاقة بين عدة عناصر)

#### ٤- على أساس تقويم الأداء :

١- نسب السيولة      ٢- نسبة الأداء      ٣- نسب الملاءمة      ٤- نسب الربحية .

### النسب على أساس تقويم الذاء

#### ١- نسب السيولة:

و يقصد بالسيولة مقدرة المنشأة على الوفاء بالتزاماتها قصيرة الأجل دون اللجوء إلى الاستدانة أو بيع أصل ثابت. و هناك عدد من المؤشرات على السيولة منها:

١- رأس المال العامل:

و هو الفرق بين أصول المنشأة المتداولة و مطلوباتها قصيرة الأجل أي أن مجموع أصولها المتداولة يزيد عن مجموع التزاماتها قصيرة الأجل. (بمعنى آخر أن اللتزامات قصيرة الأجل يمكن أن تسدد من النصول المتداولة و يفيض مبلغ معين)

مثال: فيها يلي بعض النرصدة التي ظهرت في دفاتر إحدى المنشآت:

٥٠٠٠ بنك - ٣٠٠٠٠ أقبض - ٤٢٠٠٠ مدينون - ٧٠٠٠ بضاعة - ٤٠٠٠ م. مقدمة - ١٧٠٠٠ أذفع - ٣٣٠٠٠ داننون

الحل:

رأس المال العامل - مجموع النصول المتداولة - الخصوم المتداولة

$$(٣٣٠٠٠ + ١٧٠٠٠) - (٤٠٠٠ + ٧٠٠٠ + ٤٢٠٠٠ + ٣٠٠٠٠ + ٥٠٠٠) =$$

$$٣٨٠٠٠٠ - ٥٠٠٠٠ - ٨٨٠٠٠٠ =$$

## النسب المالية

ب- النسبة الجارية: (نسبة التداول)  
هي نسبة الأصول المتداولة إلى الخصوم المتداولة (قصيرة الأجل)

مجموع الأصول المتداولة

مجموع المطلوبات قصيرة الأجل

و النسبة التي نحصل عليها تدل بصورة عامة على عدد المرات التي تغطي فيها الأصول المتداولة المطلوبات قصيرة الأجل  
مثال: بالتطبيق على المثال السابق:

$$\text{النسبة الجارية} = \frac{88.000}{50.000} = 1.76 \text{ مرة}$$

أي أن الأصول المتداولة تعادل 1.76 مرة الخصوم المتداولة  
ويمكن التعبير عنها بأن نسبة الأصول المتداولة إلى المطلوبات المتداولة تبلغ 176% (1.76 × 100)

ج- النسبة السيولة السريعة

- الأصول المتداولة (المخزون + المصروفات المقدمة) × 100

الخصوم المتداولة

مثال: بالرجوع إلى المثال السابق

النسبة السريعة =  $\frac{88.000 - (7.000 + 3.000)}{50.000} \times 100$

$$= \frac{78.000}{50.000}$$

$$= 1.56$$

$$= 156\%$$

$$= 156\%$$

## النسب المالية

### أ- نسب النجاح : (نسب كفاءة أداء الإدارة)

توضح هذه النسب قدرة إدارة المنشأة على إدارة الموارد المتاحة ( موجودات ومطلوبات ) وكفاءتها في إدارة هذه الموارد ومن مؤشراتهما :

$$\text{أ - معدل دوران المدينين : } \frac{\text{صافي المبيعات النجاة} \times \times \text{ مرة}}{\text{متوسط صافي المدينين}}$$

يقيس هذا المعدل قدرة المنشأة على تحصيل مستحقاتها من العملاء من خلال تحديد عدد مرات تحويل الديون إلى نقدية .

مثال :

بلغت المبيعات النجاة ٧٥٠٠٠٠ ريال ، ورصيد المدينين أول الفترة بلغ ١٣٠٠٠٠ ريال ، ورصيد المدينين آخر الفترة بلغ ١٥٠٠٠٠ ريال

الحل :

$$\text{معدل دوران المدينين} = \frac{٧٥٠٠٠٠}{\frac{١٣٠٠٠٠ + ١٥٠٠٠٠}{٢}} = \frac{٧٥٠٠٠٠}{١٤٠٠٠٠} = ٥,٣٦ \text{ مرة}$$

$$\text{ب- معدل دوران المخزون : } \frac{\text{تكلفة المبيعات} \times \times \text{ مرة}}{\text{متوسط المخزون}}$$

يوضح هذا المعدل عدد المرات التي يتحول فيها المخزون إلى المبيعات وهو مؤشر على تحويل المخزون إلى سيولة

مثال : بفرض أن تكلفة المبيعات للإحدى الشركات ٥٥٠٠٠٠٠ و بضاعة أول الهدة ٢٨٠٠٠٠٠ و بضاعة آخر الهدة ٣٢٠٠٠٠٠ إذا

$$\text{معدل دوران المخزون} = \frac{٥٥٠٠٠٠٠}{\frac{٣٢٠٠٠٠٠ + ٢٨٠٠٠٠٠}{٢}} = \frac{٥٥٠٠٠٠٠}{٣٠٠٠٠٠} = ١,٨٣ \text{ مرة}$$

## ٣- نسب الهلاوة

تقيس هذه النسب قدرة المنشأة على الاستمرار في الذل الطويل . ويمتم المقرضون والملاك بهذه المؤشرات لأنها تفيد في معرفة استهارية المنشأة والوفاء بالتزاماتها طويلة الأجل .  
وهن هذه النسب :

$$\text{نسبة الديون إلى الأصول} - \frac{\text{إجمالي الخصوم (قصيرة + طويلة)}}{\text{إجمالي الأصول (متداولة + ثابتة)}}$$

توضح هذه النسبة مساهمة الديون في تمويل الأصول وتعتبر مؤشر على قدرة المنشأة على الموازنة بين أصولها والتزاماتها

**مثال:** بفرض أن مجموع الأصول (ثابتة + متداولة) = ١٠٩٠٠٠ ريال . و مجموع الديون (قصيرة + طويلة) يبلغ ٣٢٥٠٠٠ ريال .

الحل:

$$= \frac{325000}{109000} - 2,98 \text{ مرة} = 2,98\% (100 \times 2,98)$$

### ٤ - نسب الربحية

وهذه النسب تقيس مدى قدرة المنشأة على تحقيق أرباح ، ومؤشرات الربحية وسيلة هامة لتقويم كفاءة إدارة المنشأة الاقتصادية لهواردها وتحقيق عوائد مجزية على تلك الهوارد .  
وهن نسب الربحية :

$$١ - \text{نسبة صافي الدخل إلى المبيعات} = \frac{\text{صافي الدخل بعد الضريبة والزكاة}}{\text{صافي المبيعات}}$$

تقيس هذه النسبة مساهمة كل وحدة من المبيعات في صافي ربح المنشأة .  
**مثال :**

يلف صافي المبيعات ٦٥٠٠٠٠ ريال ، صافي الدخل بلغ ٧٠٠٠٠

**الحل :**

$$\text{نسبة صافي الدخل إلى المبيعات} = \frac{٧٠٠٠٠}{٦٥٠٠٠} = ٠,١١ = (١٠٠ \times ٠,١١) \% = ١١\%$$

وهذا مؤشر على أن كل ريال مبيعات يحقق ربحا صافيا قدره ١١ ملة ، وهو مؤشر جيد يجب مقارنته مع متوسط أرباح القطاع الذي تنتمي له المنشأة .

## النسب المالية

ب العائد على حقوق الملاك (نسبة صافي الدخل إلى حقوق الملاك)

يتم الحصول على هذه النسبة بقسمة صافي الدخل على متوسط حقوق الملاك في بداية و نهاية الفترة:

$$\frac{\text{صافي الدخل بعد الزكاة والضريبة}}{\text{متوسط حقوق الملاك}} \times 100$$

مثال:

فيما يلي بعض البيانات التي ظهرت في دفاتر أحد المنشآت:

في بداية الفترة بلغ مجموع الأصول ٧٢٠٠٠٠ ومجموع الخصوم ٣٤٠٠٠٠

في نهاية الفترة بلغ مجموع الأصول ٦٥٠٠٠٠ ومجموع الخصوم ٢٣٠٠٠٠ صافي الدخل ٧٨٠٠٠ ريال المطلوب: حساب العائد على حقوق الملاك

الحل:

$$\text{حقوق الملاك في بداية الفترة} = ٧٢٠٠٠٠ - ٣٤٠٠٠٠ = ٣٨٠٠٠٠$$

$$\text{حقوق الملاك في نهاية الفترة} = ٦٥٠٠٠٠ - ٢٣٠٠٠٠ = ٤٢٠٠٠٠$$

$$\text{متوسط حقوق الملاك} = \frac{٣٨٠٠٠٠ + ٤٢٠٠٠٠}{٢} = ٤٠٠٠٠٠$$

$$\text{العائد على حقوق الملاك} = 100 \times \frac{٧٨٠٠٠}{٤٠٠٠٠٠} = 19.5\%$$

٤٠٠٠٠٠

ومعنى هذه النسبة أن كل ريال استثماره أصحاب المنشأة خلال السنة عاد عليهم بـ ١٩.٥ هللة

### ج- عائد السهم الواحد من الانسهم العادية:

يتم الحصول على عائد السهم الواحد من الانسهم العادية بقسمة صافي الدخل على عدد الانسهم العادية.  
عائد السهم العادي - صافي الدخل بعد الزكاة والضريبة

#### عدد الانسهم العادية

مثال:

بالرجوع إلى المثال السابق وبافتراض أن الشركة مساهمة وأن مجهوع الانسهم = ٣٠٠٠ سهم  
فإن عائد السهم الواحد =  $78000 / 3000 = 26$  ريال / سهم  
أي أن كل سهم عادي (قيمة اسمية ١٠٠ ريال) حقق لصاحبه أرباحاً بلغت ٢٦ ريال

### د- نسبة القيمة السوقية إلى العائد على السهم :

تقيس قيمة السهم السوقية إلى العائد المستحق على السهم الواحد من الانسهم العادية  
نسبة القيمة السوقية إلى العائد على السهم =  $\frac{\text{القيمة السوقية للسهم}}{\text{عائد السهم}}$

مثال:

بفرض أن القيمة السوقية للسهم ٢٠٠ ريال والعائد من السهم ٥ ريال فإن  
نسبة القيمة السوقية إلى العائد على السهم =  $200 / 5 = 40$  مرة

٥

وهذا يعني انه لكي يحقق المستثمر عائد قدره ١ ريال لا بد ان يستثمر ٤٠ ريال في ذلك السهم

توضيح دور قرارات الإدارة المالية في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمنظمة

المعيار  
13

### المؤشرات :

- ١) يقارن بين بعض أنواع القرارات مثل : قرارات الاستثمار . قرارات التمويل . والقرارات المالية التشغيلية
- ٢) يقدم أمثلة على أساليب تعظيم القيمة السوقية للمنظمة
- ٣) يطبق مبدأ العائد والمخاطرة على القرارات الاستثمارية للشركات في ظل عدم اليقين

## أنواع القرارات المالية



يختص بكيفية تدبير احتياجات المنظمة من الأموال بالكم والنوع وكذلك بالتكلفة وفي الوقت المناسب

### هناك نوعين من المجالات الاستثمارية :

مجالات استثمارية قصيرة النجل مثل: شراء المواد الخام (أصول متداولة)

مجالات استثمارية طويلة النجل مثل: شراء الثلات (أصول ثابتة)

بدننا في القرارات الاستثمارية عن غيرها من القرارات باعتبارها المسؤولة الأولى في المنظمات عن تحديد كل من :

المتطلبات الرأسمالية سواء من تجهيزات أولية كالبنية و الأصول الثابتة

المتطلبات الجارية العادية اللازمة لدورات التشغيل من خامات و مصروفات مختلفة

يقصد بها الاستخدام المربح للأموال التي يتم توفيرها للمنظمة

### مصادر الأموال

#### ١ - التمويل بالملكية

أموال الملاك (حصة الأسهم) والذراع المحتجزة.  
«تسمى التمويل الذاتي»

#### ٢ - التمويل بالهديونية

حتى يلجأ إليه ١

(عدم كفاية رأس المال المملوك ، الحالات الطارئة ، المواسم)

ويتم عن طريق الاستدانة من الغير ومن مصادرها :

١. مصادر استدانة قصيرة الأجل

(يجب سدادها خلال سنة كحد أقصى)

٢. مصادر استدانة طويلة الأجل

(يجب سدادها خلال مدة أطول من السنة)

تسمى «إدارة رأس المال العامل»: و هي دورة النقدية المرهونة بكل من دورتي الإنتاج والتسويق

يؤثر رأس المال الجاري أو العامل على كل من موقفي السيولة و الربحية بالمنظمة

**السيولة** و هي تعني الاحتفاظ بنقدية جهازه أو أصول لها طبيعة إمكانية التحول الى نقدية دون خسارة بالتوقيت المناسب و السرعة المطلوبة من اهتلة هذه الأصول ما ينطبق على بعض عناصر النصول المتداولة مثل النسم و المخزون من السلع التامة الصنع

**السبب في أهمية احتفاظ الهدير الهالي ببعض النصول النقدية هو :**

١ - توفير اعتبارات القدرة النقدية بشكل يتناسب و الاستعداد داتها على سداد اللتزامات الهالية المطلوبة في المواعيد المحددة

٢ - تجنب التعرض للعسر النقدي لها تؤديه من إرباك بهراحل الإنتاجية أو ضياع لفرص الشراء

**الربحية** فيقصد بها القوة الإرادية للمنظمة أي مدى قدرتها على تحقيق أرباح تتناسب مع استثماراتها و قياس هذه المقدرة مرهون بكل من :

١ - حساب معدل عائد الاستثمار

٢ - مقارنة عائد الاستثمار المحقق بهعدلات عائد المنظمات الأخرى او مقارنته بالسنوات الماضية

من المهم أن يكون المدير قادرا على الموازنة بين توزيع الأرباح أو الاحتفاظ بها للتوسع والاستثمار

**عند توزيع الأرباح . يواجه المدير الهالي مشكلة التوفيق بين مطلبين هما:**

١ - توزيع الأرباح على أصحابها.

٢ - حاجة المنظمة إلى هذه الأرباح لإعادة استثمارها.

### تعظيم القيمة السوقية

ان الهدف الرئيسي الذي تسعى الادارة المالية الى تحقيقه هو تعظيم قيمة المنشأة ويتم ذلك من خلال تعظيم القيمة السوقية للسهم .  
وهناك مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على قيمة السهم وهي :

#### ١- الربحية

العلاقة بين دالة الربح وقيمة السهم هي علاقة طردية فكلما زاد الربح زادت قيمة السهم.

#### ٢- التوقيت

هناك علاقة عكسية بين الزمن وقيمة السهم فكلما طال الزمن انخفضت قيمة السهم.

#### ٣- السيولة

ان الزيادة في السيولة تؤدي الى الزيادة في القيمة السوقية ، ولكن عند نقطة معينة تصبح العلاقة عكسية اي كلما زاد الاستثمار العاطل داخل المنشأة وبالتالي تقلل من فرص تحقيق الربح وبالتالي تقلل من القيمة السوقية للسهم.

#### ٤- القابلية للايفائية

كلما زادت القابلية الايفائية كلما زادت القيمة السوقية للسهم . ولكن عند نقطة معينة اذا زادت القابلية الايفائية لا تؤثر على قيمة السهم.

## يقصد بتعظيم القيمة

صافي القيمة للمنشأة والتي تساوي تدفقات المكاسب المتوقعة مخصوماً بمعدل يعكس المخاطر ، ناقصاً الانفاق الرأسمالي اللازم لتحقيق تلك المكاسب

## ويقصد بقيمة المنشأة

القيمة السوقية للمنشأة والتي تتوقف على سعر بيع الأسهم في سوق تداول الأسهم ، أخذاً في الحسبان معدلات الخصم المناسبة للتدفقات المتوقعة أو المحتملة في المستقبل .

وعليه فإن قيمة المنشأة تتأثر بالمخاطر التي تتعرض لها المنشأة ، وتصعب وظيفة الإدارة المالية هي اتخاذ القرارات التي تؤثر على قيمة المنشأة ومنها بالطبع:

١- نوع الصناعة

٢- حجم المنشأة

٣- نوع العدد والناتج

٤- استخدام الديون

٥- السيولة

## وتتأثر القيمة الحالية للهنشأة بالعناصر التالية

- ١- لعائد المتوقع للسهم : إذ يؤدي ارتفاع السهم الى زيادة في قيته الهنشأة .
- ٢- الذرياح الموزعة : إذ أن زيادة نسبة التوزيع تزيد من القيمة الحالية للهنشأة والعكس صحيح .
- ٣- سعر الخصم في السوق : إذ كلما زاد سعر الخصم بالسوق كلما قلت القيمة الحالية المتوقع الحصول عليها مستقبلا والعكس صحيح .
- ٤- التوقيت : وهو التوقيت الذي يحصل فيه المستثمر وحامل النسهم على عوائد استثماراته

ومن الممكن الاعتماد على قيمة الهنشأة لحساب بعض النسب الهامة التي تستخدم في تقييم أداء النسهم ومنها نسبة قيمة الهنشأة الى الذرياح قبل الفوائد والضرائب ونسبة قيمة الهنشأة الى الذرياح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك وكذلك يستخدمها بعض المحللين في حساب بعض النسب عند مقارنتها بالتدفقات النقدية وتحسب هذه النسب بطرق مختلفة يتم التركيز فيها على تقييم حقوق الملكية وحدها

**العائد**

هو التدفق النقدي الحقيقي الذي يحصل عليه المستثمر خلال فترة زمنية معينة، حيث يتم التعبير عنه بشكل نسبي من تكلفة الاستثمار في بداية الفترة، ويسمى بالعائد لفترة الاقتناء.

ويمكن حساب العائد لفترة الاقتناء بالمعادلة التالية:

**العائد لفترة الاقتناء = (سعر البيع - سعر الشراء) + التوزيعات النقدية خلال الفترة ÷ سعر الشراء**

ويتم قياس هذا العائد لفترة واحدة فقط، ويفترض هذا التعريف بأن التوزيعات النقدية تتم في نهاية الفترة، أي أننا إذا حصلنا على توزيعات نقدية خلال الفترة فإن هذا التعريف يتجاهل إعادة استثمار هذه التوزيعات.

**كما ويمكن قياس العائد لعدة فترات باستخدام الطرق التالية:**

١ - المعدل أو الوسط الحسابي

وهو عبارة عن مجموع العوائد مقسومة على عدد الفترات.

٢ - المعدل أو الوسط الهندسي

$$GA = [(1 + R_1) \times (1 + R_2) \times (1 + R_3) \times (1 + R_n)]^{1/n} - 1$$

٣ - طريقة العائد الموزون

وهو عبارة عن معدل العائد الداخلي للمشروع والذي هو عبارة عن معدل الخصم الذي يجعل القيمة الحالية للتدفقات النقدية للداخل مساوية للقيمة الحالية للتدفقات النقدية للخارج، أي أنه معدل الخصم الذي تكون فيه صافي القيمة الحالية تساوي صفراً، وسوف يتم الحديث عنه بالتفصيل في فصل قرارات الموازنة الرأس مالية.

## المخاطرة

هي حالة عدم التأكد أو التذبذب، أو الخسارة المتعلقة بالاستثمار في أصلها. أو قد تعني ان العائد الفعلي الذي يحصل عليه المستثمر يكون أقل من العائد المتوقع.

ويمكن قياس المخاطرة بطريقتين:

## (أ) قياس المخاطرة في حالة المعلومات التاريخية

والمخاطرة هنا تتعلق فقط بعدم تجانس العوائد، لان حدوث هذه العوائد نكون متأكدين منها وعدم التجانس يعني التشتت وكلما زاد التشتت كلما زادت درجة المخاطرة. وقد ثبت علميا بان أحد أفضل مقاييس التشتت هو الانحراف المعياري في حالة تساوي المتوسطات الحسابية لعوائد الأصول المراد المقاضلة بينهما. أما إذا كان الوسط الحسابي لعوائد المشاريع غير متساوي فالأفضل الأعتقاد على معامل الاختلاف نظرا لأنه يعتبر مقياس للتشتت النسبي، وبالتالي فهو يساعد في التغلب على صعوبة عدم تساوي المتوسطات الحسابية المراد المقاضلة بينهما أو مقارنتها. ويمكن قياس الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف عن طريق المعادلات التالية:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

معامل الاختلاف - الانحراف المعياري ÷ الوسط الحسابي

والقاعدة هي انه كلما ارتفع الانحراف المعياري أو معامل الاختلاف المتعلق بأصل معين كلما ارتفعت درجة المخاطرة المتعلقة بهذا الأصل والعكس صحيح.

## ب) قياس المخاطرة في حالة المعلومات المستقبلية

ان قياس المخاطرة في هذه الحالة يعتبر أكثر أهمية من الحالة السابقة نظرا لان المستثمرين والمدرء الهالين يقيمون مشاريع استثمارية مستقبلية وخصوصا عند تكوين محافظ استثمارية، حيث يتم في هذه الحالة تقدير احتمال حدوث القيم المتوقعة للمشاريع الاستثمارية بناء على تجربة سابقة أو بناء على حدس واجتهاد متخذ القرار. ويتم هنا استخراج القيمة المتوقعة (العائد المتوقع) لكل مشروع لتحل هذه القيمة محل الوسط الحسابي في معادلات الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف. وتصبح المعادلات المستخدمة في هذه الحالة كما يلي:

أ- حساب القيمة المتوقعة (العائد المتوقع)

$$\bar{k} = \sum_{j=1}^n k_j \times \text{Pr}_j$$

ب- حساب الانحراف المعياري

$$\sigma_k = \sqrt{\sum_{j=1}^n (k_j - \bar{k})^2 \times \text{Pr}_j}$$

ج- حساب معامل الاختلاف

$$CV = \frac{\sigma_k}{\bar{k}}$$

## قياس العائد والمخاطرة في حالة المحافظ الاستثمارية

## 1- عائد المحفظة الاستثمارية :

ان العائد المتوقع للمحفظة الاستثمارية عبارة عن الوسط المرجح للعوائد المتوقعة على الاستثمارات (النسبم مثلا) الداخلة في المحفظة. ويتم الترجيح بنسبة (وزن) الاستثمار، وذلك كما يلي:

$$k_p = (w_1 k_1) + (w_2 k_2) + (w_n k_n)$$

$$k_p = \sum_{j=1}^n w_j k_j$$

ان خطر محفظة الاستثمار قد يكون اصغر او يساوي او اكبر من مجموع خطر الاستثمارات الفردية المكونة للمحفظة وذلك حسب الانحراف المشترك لعوائد الاستثمارات. فما هو الانحراف المشترك، وما هي اهميته؟  
يقيس الانحراف المشترك إلى أي مدى يتحرك متغيران عشوائيان مع بعض في نفس الاتجاه، ويمكن التعبير عن هذا الانحراف المشترك باستعمال مفهوم الارتباط، وهو مفهوم احصائي ومقياس منهط للانحراف المشترك وهو يساوي:

$$\rho_{A,B} = \frac{Cov(A, B)}{\sigma_A \sigma_B}$$

ويهدف المستثمرون من تكوين المحافظ الاستثمارية إلى التنوع من أجل تقليل المخاطرة التي يتعرضون لها عند الاستثمار. ولتحقيق ذلك يقوم المستثمرون بتكوين محافظ استثمارية تتكون من أصول ذات ارتباط سالب أو ذات ارتباط موجب قليل.

ويمكن قياس مخاطر المحفظة لاصليين A & B بالمعادلة التالية:

$$\sigma_p = \sqrt{w_A^2 \sigma_A^2 + w_B^2 \sigma_B^2 + 2w_A w_B \sigma_A \sigma_B \rho_{A,B}}$$

## نموذج تسعير الأصول الرأسمالية

لقد تم تطوير هذا النموذج عن طريق كل من شارب ولينتر وبلاك. وهذا النموذج يقيس مخاطرة الورقة المالية عن طريق قياس حساسية التغير في عائد الورقة المالية بالنسبة للتغير في عائد السوق، والمخاطرة في هذا النموذج تقاس بمعامل البيتا

## مفهوم نموذج تسعير الأصول الرأسمالية للعائد والمخاطرة

أ- مفهوم نموذج تسعير الأصول الرأسمالية للمخاطرة وكيفية قياسها  
يقسم هذا النموذج المخاطرة إلى نوعين:

## 1- مخاطر غير منتظمة

وتسمى أيضا بمخاطر الشركة أو مخاطر التنويع. وهي مخاطر الشركة أي المخاطر الناتجة عن عوامل خاصة بالشركة المراد الاستثمار بها وتكون مستقلة عن العوامل التي تؤثر في النشاط الاقتصادي ككل ومن الأمثلة عليها حدوث إضراب في تلك الشركة، الأخطاء الإدارية داخل الشركة، المنافسة التي تواجهها الشركة من قبل الشركات التي تعمل في نفس مجال عملها. وتعتبر هذه المخاطر مخاطر عشوائية يصعب التنبؤ بها ولكن يمكن الحد منها عن طريق التنويع عند تكوين المحفظة الاستثمارية، أي توزيع مبلغ المحفظة على أصول مختلفة، ولكي ينجح التنويع يجب أن يكون معامل الارتباط سالبا وقويا بين هذه الأصول.

## 2- مخاطر منتظمة

وتسمى أيضا بمخاطر السوق أو مخاطر عدم التنويع وهي المخاطر الناجمة عن العوامل التي تؤثر في السوق بشكل عام، ولا يقتصر تأثيرها على شركة معينة، وترتبط هذه المخاطر بالظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية كالحروب والاضطرابات والكساد والتضخم وارتفاع معدلات أسعار الفائدة. حيث تتأثر أسعار جميع الأوراق المالية بهذه العوامل وبدرجات متفاوتة. ويتم قياس هذا النوع من المخاطر كما ذكرنا سابقا بمعامل بيتا باستخدام المعادلة

$$\beta_j = \frac{P_{j,m} \sigma_j \sigma_m}{\sigma_m^2} \quad \text{التالية:}$$

$$\beta_j = \frac{P_{j,m} \sigma_j}{\sigma_m}$$

كما يمكن قياس مخاطرة المحفظة الاستثمارية حسب نموذج تسعير الأصول الرأسمالية بعد معرفة بيتا كل سهم ووزنه في المحفظة حسب المعادلة

$$\beta_p = (w_1 \times \beta_1) + (w_2 \times \beta_2) + \dots + (w_n \times \beta_n) = \sum_{j=1}^n w_j \times \beta_j \quad \text{التالية:}$$

## مفهوم نهوذج تسعير الأصول الرأسهالية للعائد وكيفية قياسه

ينظر هذا النهوذج للعائد من خلال معادلة منحنى السوق للورقة (الاوراق) الهالية، وذلك على النحو التالي:

$$K_j = R_f + \beta_j (K_m - R_f)$$

$K_j$  - العائد المطلوب على السهم

$R_f$  - العائد الذي يخلو من المخاطر، وهو عائد اذونات الخزينة استحقاق ٣ أشهر

$K_m$  - عائد السوق، أي العائد على محفظة استثمارية تتكون من جميع الأسهم الموجودة في السوق الهالي

## منحنى سوق الأوراق الهالية

منحنى سوق الأوراق الهالية هو المنحنى الذي يمثل معادلة تسعير الأصول الرأسهالية، ومن عبارة عن خط مستقيم يبين العائد المطلوب لكل مستوى من مستويات المخاطر السوقية (البيتا). ويتم رسم هذا المنحنى على شكل رسم بياني توضع البيتا فيه على المحور الأفقي والعائد المطلوب على المحور الرأسي.

## وصف طرق تمويل الشركات وتحليل المخاطر التمويلية

المعيار  
14

### المؤشرات :

- ١) يصف المصادر المختلفة لرأس المال ويحدد تكلفة رأس المال
- ٢) يقارن المشروعات الرأسمالية باستخدام الطرق المختلفة للتقييم

**تعتبر وظيفة التمويل (تدبير الاموال الكافية واللازمة لاقتناء الاصول وتشغيل المنظمة) من اهم وظائف الادارة المالية**

**مصادر التمويل قصير الاجل:**

هي تلك المصادر التي يتوجب سداد قيمتها في فترة زمنية لا تتجاوز السنة.

**سهات التمويل قصير الاجل:**

- ١- تكلفة التمويل عالية او منخفضة او بدون تكلفة مثل الكهبيالات
- ٢- التجدد: فعلى الرغم انها واجبة السداد خلال فترة قصيرة الا انها مهكن ان تجدد بهعنى ان اغلاق احد الحسابات يصاحبه وخلال نفس الفترة فتح حساب جديد (شراء أجل وبهوجب أوراق دفع) مثلاً
- ٣- السداد الكاهل: يحدث عندها يشترط البنك او بعض الدائنين تسديد كامل قيمة الالتزام خلال الهدة المتفق عليها

01 الموازنة بين الأموال المطلوبة وحاجات المنظمة

02 تخفيض تكلفة التمويل

03 تأمين الحصول على أموال إضافية

## اشكال التمويل قصير الاجل

١- الائتمان المصرفي : وهي الاموال التي تحصل عليها المنظمات من البنوك التجارية بهدف تمويل نشاطاتها الجارية او الموسمية وذلك مقابل دفع فوائد نظير استعمالها لهذه الاموال بمعدلات تعرف باسم معدل فائدة منظمات الاعمال

## ٢- الائتمان التجاري غير الكفول بضمانات محددة :

وهو الذي يمنحه المورد (البائع) للمشتري عندها يقوم المشتري بشراء البضائع بهدف اعادة بيعها حيث يتخذ الاشكال التالية :  
أ- الذوراق التجارية : وهي صك او وثيقة يتعمد المشتري بهوجبها دفع مبلغ معين من المال بتاريخ محدد يسمى تاريخ الاستحقاق وفي مكان محدد مثل الكهبيالة والشيكات الموجهة

ب- القروض الخاصة : هي وسيلة تمويل قصيرة الاجل يمنح فيها الممول مبلغا من المال للمنظمة بشروط يحددها عقد القرض  
ج- المبالغ المدفوعة مقدما : يمثل تقديم دفعات نقدية سلفا للعلاء (الهديين) بهدف مساعدتهم على شراء المواد الخام او تصنيعها والسداد فيها بعد يقدم بالعادة للشركات الصناعية

## ٣- مصادر التمويل قصير الاجل المكفولة :

وهي التسهيلات التي تقدم للمقترض لقاء رهن أصول محددة تسمى ضمانات لدعم عهلية الاقتراض مثل اوراق مالية، رهن أصول عينية.

## مصادر التمويل متوسط وطويل الأجل:

هي القروض التي تزيد مدتها عن السنة الواحدة ولا تتجاوز السبع إلى عشر سنوات إما القروض التي تزيد مدتها عن ذلك فتعتبر قروضا طويلة الأجل ومعظم الكتب الإدارية والمحاسبة لا تفرق بين مصادر التمويل المتوسطة والطويل الأجل.

## أشكال مصدر التمويل متوسط الأجل:

١- القروض المتجددة (الدوارة): هنا يلتزم البنك بتوفيره للمنظمة بغض النظر عن توفر السيولة النقدية لدى البنك

٢- القروض المباشرة المشروطة: ويسدد على عدد محدد من السنوات تهتل مدة القرض. وتسمى الاقساط التي يسدد بهوجبها القرض اقساط املاك الدين ويكون مربوط بأحد اصول المنظمة المقترضة وتشكل البنوك وشركات التأمين والمؤسسات الهالية مصادر الحصول على مثل هذه القروض

٣- التمويل بالاستئجار: يستخدم لتمويل المباني والنللات ويتيح الحق في استعمال هذه الاصول دون الحاجة إلى امتلاكها مقابل مبالغ سنوية محددة بعدد من السنوات

## مصادر التمويل طويلة الأجل: وتتحصر في مصدرين

١- **حقوق الملكية**: تتهثل في اصدارات الاسهم العادية والممتازة واستثمار الاحتياطات والارباح الدورية يمتاز في المشاركة بالارباح والخسائر وحق التصويت والمشاركة في الادارة بالنسبة لهلاك الاسهم العادية.

٢- **السندات**: وهي عبارة عن وثائق دين ذات قيم اسمية متساوية وهي قابلة للتداول وكل سند يهثل حصة او جزء من دين طويل الأجل له قيمة اسمية محددة وتاريخ استحقاق محدد أيضا ويتيح لحامله الحصول على فوائد ثابتة وتمتاز بها يلي:  
السندات ديون موثقة، قابلة للتداول، الحصول على عائد ثابت بغض النظر عن نتائج أعمال المنظمة المصدرة لها و الضمان

## تكلفة رأس المال

هي الحد الأدنى للعائد المتوقع تحقيقه من قبل موردي عناصر رأس المال، وهم المستثمرين والدائنين. وتستخدم تكلفة رأس المال في اتخاذ القرارات الاستثمارية، حيث يجب أن لا يقل العائد المتوقع لني فرصة استثمارية عن تكلفة رأس المال اللازم لتمويلها.

كما تستخدم في تقييم المشاريع الاستثمارية الجديدة والقائمة، حيث تستعمل تكلفة رأس المال كمعدل خصم للوصول إلى القيمة الحالية للتدفقات النقدية المستقبلية للمشروع.

تقدر تكلفة رأس المال عن طريق حساب الوسيط الوزني لتكلفة حقوق الملكية وتكلفة الديون وهو ما يسمى بـ "الوسيط الوزني لتكلفة رأس المال" ومعادلته هي كالتالي:

$$WACC = \left[ \left( \frac{E}{K} \right) \times y \right] + \left[ \left( \frac{D}{K} \right) \times b \right]$$

بشرط أن:

$$K = D + E$$

الرمز	المعنى	وحدة القياس
WACC	الوسيط الوزني لتكلفة رأس المال	%
y	تكلفة حقوق الملكية	%
b	تكلفة الديون	%
D	إجمالي الديون	عملة
E	إجمالي حقوق الملكية	عملة
K	إجمالي رأس المال	عملة

### المشروعات الرأسمالية:

هي القرارات التي تعنى بالتخطيط لاقتناء الأصول الرأسمالية أو تطويرها أو استبدالها أو المفاضلة بين المشروعات .

تتطلب المشروعات الرأسمالية أموالاً ضخمة قد تصل إلى ملايين الريالات وتتميز بطول الفترة الزمنية التي تظل فيها قادرة على إعطاء المنافع الاقتصادية.  
من أمثلة الاستثمارات الرأسمالية:

- إنتاج منتجات جديدة أو التوسع في المنتجات القائمة
- استبدال الآلات أو المصانع الحالية
- المشروعات المتعلقة بالبحث والتطوير
- تقييم وترتيب المشروعات الرأسمالية

**القيمة الزمنية للنقود:** حيث ان القيمة الزمنية لوحدة النقد الذن تعتبر أكبر من قيمتها في المستقبل

**قياس الايرادات والتكاليف:** حيث يتعين مقابلة الايرادات مع التكاليف اللازمة للحصول على تلك الايرادات ولذلك يتطلب تحديد التدفقات النقدية

الداخلة والخارجة وتحديد توقيتها

## طرق تقييم المشروعات الرأسمالية



## طرق تقييم المشروعات الرأسمالية

طرق تأخذ في الاعتبار القيمة الزمنية للنقود وتعتمد كلياً على التدفقات النقدية :

١. طريقة صافي القيمة الحالية (NPV) Net present value
٢. طريقة معدل العائد الداخلي (IRR) Internal Rate of Return

طرق لا تأخذ في الاعتبار القيمة الزمنية للنقود :

١. طريقة فترة الاسترداد pay back period
٢. معدل العائد المحاسبي Accounting

طريقة صافي القيمة الحالية  
Net present value (NPV)

- تحسب القيمة الحالية للتدفقات النقدية بناءً على معدل العائد المطلوب لدى المستثمر
- صافي القيمة الحالية تمثل الفرق بين القيمة الحالية للتدفقات الداخلة وتكلفة الاستثمار
- القيمة الحالية هي أقصى ما يمكن دفعه في استثمار مرغوب فيه
- يقبل المشروع وفق هذه الطريقة إذا كانت صافي القيمة الحالية موجبة أو أعلى قيمة موجبة

## طريقة معدل العائد الداخلي Internal Rate of Return(IRR)

معدل العائد الداخلي عبارة عن معدل الخصم الذي بهووجه تصبح القيمة الحالية للتدفقات النقدية المستقبلية مساوية للتكلفة المهدنية للاستثمار

أي أن صافي القيمة الحالية للاستثمارات هنا تساوي صفر

يقبل المشروع اذا كان معدل العائد الداخلي أكبر من معدل تكلفة رأس المال

## طريقة فترة الاسترداد pay back period

تحدد هذه الطريقة مقدار الوقت اللازم لهنشأة ما لتستطيع استرداد تكلفة الاستثمار الاصلية  
تحسب فترة الاسترداد بقسمة الاستثمار الهبدني على التدفق السنوي وهذا في حال كانت التدفقات النقدية متساوية  
ومنتظمة  
أما اذا كانت التدفقات النقدية غير متساوية تحسب فترة الاسترداد بجمع التدفقات النقدية الى أن تصبح مساوية لمبلغ  
الاستثمار الهبدني  
يقبل المشروع الاقل فترة استرداد

## معدل العائد المحاسبي Accounting Rate of Return(ARR)

يتم حسابه بقسمة متوسط صافي الدخل السنوي المتوقع على متوسط تكلفة الاستثمار  
يتم حساب صافي الدخل من خلال طرح مصروف الاستهلاك من التدفقات النقدية السنوية المتوقعة

معدل العائد المحاسبي - متوسط الربح المحاسبي متوسط قيمة الاستثمار

يعتبر الاستثمار مقبول اذا حقق معدل اعلى من معدل تكلفة رأس المال

## امتلاك مهارات تعليم العلوم الإدارية وتعلمها

المعيار  
15

### المؤشرات :

- ١) يجيد تصميم نشاطات تراعي الفروق الفردية بين المتعلمين وتدعم أنماط التفكير المختلفة
- ٢) يوظف تعليم وتعلم ومنح العلوم الإدارية في تعزيز اتجاهات المتعلمين نحو تقدير العمل
- ٣) يصمم بيئات تعلم تنمي المهارات الإدارية لدى المتعلمين
- ٤) يميز الفروق الفردية بين المتعلمين ويحدد أنماطهم في التعلم

معييار تربوي تطبيقي

## الإلهام بأساليب وطرق تدريس العلوم الإدارية

المعيار  
16

### المؤشرات :

- ١) يطبق طرق واستراتيجيات التدريس الحديثة الملائمة لتدريس العلوم الإدارية
- ٢) يوظف التقنية الحديثة وتطبيقاتها في تدريس العلوم الإدارية
- ٣) يطور أساليب متنوعة للإكساب المتعلمين المهارات الإدارية المستمددة في منهج العلوم الإدارية

معييار تربوي تطبيقي

- ❖ كتاب علو إدارية ١ أساسيات الإدارة ( نظام المقررات ) وزارة التعليم
- ❖ كتاب علو إدارية ٢ مبادئ الاقتصاد ( نظام المقررات ) وزارة التعليم
- ❖ كتاب علو إدارية ٣ مبادئ المحاسبة ( نظام المقررات ) وزارة التعليم
- ❖ كتاب أساسيات التسويق ( المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني )
- ❖ كتاب مبادئ إدارة الأعمال ( د أحمد الشهيري - د عبدالرحمن هيجان - د بشرى غنام )
- ❖ كتاب الهدخل الشامل لإدارة الجودة الشاملة ( د. حامد عبدالله السقاف )
- ❖ مذكرة دور الإعلان في ترويج المبيعات ( يهينة بوخون )
- ❖ عرض تطبيق إدارة الجودة الشاملة ( د. خالد سامي محمد )
- ❖ دور عوامل استراتيجية التسعير في الحصة السوقية ( وسام أبو أمين )
- ❖ مجالات صنع القرار التسويقي ومراحله ( بن علي أمينة )
- ❖ مقال مستقبل التسويق : كيف ستغير التقنيات الجديدة عالم التسويق ( حاتم الكاهلي )

# إعداد ماجد الذبياني



