



إدارة المناهج والكتب المدرسية

الثقافة المالية

الجزء الثاني

الصف العاشر



الثقافة المالية

الجزء الثاني الصف العاشر

إعداد
وزارة التربية والتعليم
بالتعاون مع
البنك المركزي ومؤسسة إنجاز

الناشر
وزارة التربية والتعليم
إدارة المناهج والكتب المدرسية

يسر إدارة المناهج والكتب المدرسية استقبال ملاحظاتكم وآرائكم على هذا الكتاب على العناوين
الآتية: هاتف: ٨-٥/٤٦١٧٣٠٤ فاكس ٤٦٣٧٥٦٩- ص. ب: (١٩٣٠) الرمز البريدي: ١١١١٨
أو على البريد الإلكتروني: Email: VocSubjects.Division@moe.gov.jo

الدرس	الموضوع	الصفحة
رقم الدرس	عنوان الدرس	
	الوحدة الثالثة	
الأول	طرائق توليد الأفكار الريادية	٧
الثاني	الفكرة والفريق	٢٢
الثالث	دراسة السوق	٣٢
الرابع	إنشاء المشروع	٤٣
الخامس	عرض المنتجات	٥٦
	الوحدة الرابعة	
الأول	سلوكات مالية غير مسؤولة	
الأول	الإغراق في الدين	٦٧
الثاني	تجنب الإغراق في الدين	٧٥
الثالث	الممارسات المالية غير المسؤولة: الشيكات	٨٥
الرابع	الممارسات المالية غير المسؤولة: الكمبيالات	٩٦
الخامس	الممارسات المالية غير المسؤولة: الوكالات	١١٠
السادس	الممارسات المالية غير المسؤولة: الكفالات	١١٨



الأردني، وبخاصة دوو الدخل المحدود، واستمرار التأثيرات السلبية لظاهرتي الفقر والبطالة في المجتمع الأردني، وعدم قدرة الاقتصاد على إيجاد وظائف جديدة، وتشغيل الراغبين في العمل والقادرين عليه؛ فقد كان لزاماً التفكير بطرائق مختلفة للحصول على مصادر دخل أخرى للأفراد، وفتح المجال أمام طموحاتهم، واستثمار أوقاتهم بما يعود بالنفع عليهم وعلى محيطهم المجتمعي، وذلك بإيجاد فرص عمل جديدة عن طريق تشجيع الاستثمار في المشروعات الريادية الصغيرة والمتوسطة المختلفة.

تسهم المشروعات الصغيرة والمتوسطة إسهاماً فاعلاً في تنمية الاقتصاد؛ إذ إنها تمثل إحدى الطرائق الرئيسة لمحاربة مؤشري الفقر والبطالة، وتعد عصب الاقتصاد الوطني بوصفها المشغل الأكبر للأيدي العاملة؛ ما يحتم الاهتمام بهذه المشروعات وتمويلها، وبخاصة تلك التي تعنى بالأفكار الإبداعية.

ولتشجيع الاستثمار، وجذب اهتمام أصحاب رؤوس الأموال وحفزهم إلى دعم المشروعات الاقتصادية الناجحة وتمويلها؛ يجب تطوير مهارات الابتكار والإبداع لدى الأفراد، وتوفير البيئة المناسبة التي تساعدهم على التوصل إلى أفكار ريادية. فكل فرد قادر على أن يبدع في مجاله، ويصنع التغيير المطلوب، ويقدم شيئاً إلى المجتمع الذي يعيش فيه إذا أتيحت له الفرصة لذلك. ونأمل أن يكون شباب اليوم بين هؤلاء الأشخاص الذين أحدثوا التغيير، ورفضوا الاستسلام للواقع، وبادروا إلى عمل شيء لتغيير الوضع نحو الأفضل.

يتوقع من الطالب بعد دراسة هذه الوحدة أن يكون قادراً على:

- إنشاء فكرة مشروع ريادية باستخدام أداة (SCAMPER).
- تحديد أعضاء الفريق، وأدوار كل منهم.
- تحليل رغبات الفئة المستهدفة لمشروعه.
- استكشاف المنافسين لمنتجات مشروعه.
- استنتاج مدى ربحية مشروعه عند تنفيذه.
- تصميم آليات الترويج والتسويق لمنتجات مشروعه.
- تحديد التكاليف اللازمة لإنشاء مشروعه.
- تمييز المواصفات الفنية لمشروعه.
- تحديد رأس المال اللازم لتأسيس مشروعه.
- البحث عن مصادر التمويل اللازمة لمشروعه.
- تطبيق مهارات العرض والتقديم.
- تقدير أهمية الريادة في تنمية الاقتصاد.





تناولنا سابقاً مفهوم الريادة، وتعرّفنا بعض الطرائق المستخدمة في توليد الأفكار الريادية المبنية على التفكير الإبداعي، وتوصلنا إلى أنّ الفكرة هي كل ما يخطر بالعقل البشري من أشياء، أو حلول، أو مقترحات مستحدثة، أو تحليلات للوقائع والأحداث.

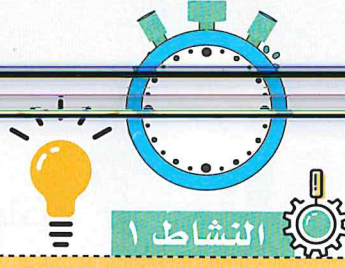
فالفكرة هي نتاج التفكير الذي يُعدّ إحدى أهمّ مزايا الإنسان التي تُمكنه من توليد الأفكار الخلاقة، التي قد تتحوّل فيما بعد إلى واقع ملموس، في صورة مشروعات ريادية تُسهّم في توفير العديد من فرص العمل، وتقليل نسبة الفقر، فضلاً عن تنشيط عجلة الاقتصاد المحلي.

- هل تتذكّر مفهوم الريادة؟ وضّحه.

- هل تتذكّر مفهوم الريادي؟ وضّحه.

- هل تتذكّر بعض طرائق توليد الأفكار الريادية؟ اذكرها.





النشاط ١

فكرتُنا مُبتكرة.

الهدف:

سيساعدُك هذا النشاطُ على توليدِ فكرةٍ مُبتكرةٍ.



التعليمات:

- ستعملُ ضمنَ مجموعةٍ.
- تسلّمُ منَ المعلمِ إحدى بطاقاتِ (فكرتُنا مُبتكرةً).
- ناقِشِ أنتَ وزملاؤكُ في المجموعةِ المعلوماتِ المُدوَّنةِ في البطاقةِ؛ لتتمكّنوا منَ توليدِ الفكرةِ خاصيتكُم.
- اعرضِ النتائجَ التي توصلتَ إليها معَ أفرادِ مجموعتكِ أمامَ المجموعاتِ الأخرى.
- ناقِشِ أنتَ وأفرادُ مجموعتكِ المعلمَ في هذهِ النتائجِ.

الاستعارة

يتمثل ذلك في أخذ فكرة موجودة في حقل معين، ثم إسقاطها في حقل آخر، مثل استنباط المهندسين نموذج طيران مستوحى من بعض الطيور؛ للإفادة منه في مجال صناعة الطيران. وفي معظم الأحيان تكون الاستعارة من مجال الطبيعة إلى مجال الإنسان. أنتم الآن تمثلون مجموعة من المهندسين المتخصصين، فكيف يمكنكم الاستفادة من طبيعة مياه البحر الجارية في مجال صناعة السيارات؟

البطاقة (١).

الأحلام والخيالات

الأحلام لا حدود لها، وهي تأخذك بعيداً في عالم الأفكار الإبداعية. فإذا تخيلت مثلاً أنك أصبحت وزيراً للتربية والتعليم، فما القرارات التي ستتخذها لحفز الطلبة إلى الابتكار والإبداع؟

البطاقة (٢).

الأسئلة غير المألوفة

من الأمثلة على الأسئلة غير المألوفة:

- ما سرعة هدفك؟

- ما لون طموحك؟

- ما طعم الحياة لديك؟

- ما رائحة الخير؟

أنتم الآن تمثلون مجموعة من المحللين الكيميائيين، فكيف يمكنكم الاستفادة من تجارب مختبركم العملية في ابتكار منتج يتيح لكم قراءة أفكار الآخرين؟

البطاقة (٣).

لَوْ... فَمَاذَا...؟

اسأل نفسك: لو حدث كذا وكذا، فماذا ستكون النتيجة؟

لو طرحت الشركة المنافسة منتجًا جديدًا بسعر أقل وجودة جيدة، فماذا سنفعل؟ سيتعين علينا طرح منتج جديد منافس في السعر والجودة. إذن، يجب أن نكون مستعدين لذلك. أنتم الآن تمثلون مجلس إدارة شركة متميزة للهواتف الذكية. لو طرحت الشركة المنافسة هواتف ذكية تُشحن عن طريق الجسم، فماذا ستكون النتيجة؟ ستكون النتيجة أنكم ستفكرون في....

البطاقة (٤).

- ناقش المعلم في العبارة الآتية:

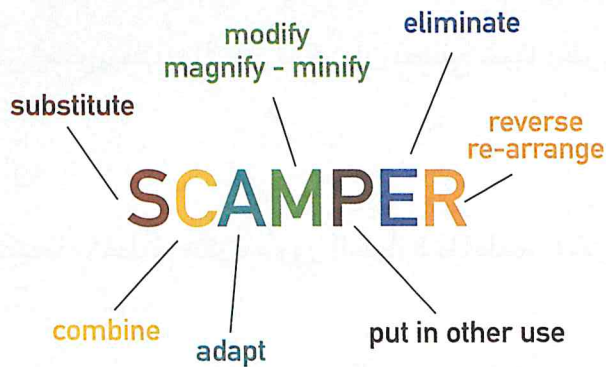
"يوجد العديد من الطرائق المختلفة التي تُستخدم في توليد الأفكار الأصيلة، مثل طريقة سكامبر (SCAMPER) التي تتضمن استخدام أداة تضم مكونات عدة تحفز الفرد إلى التفكير بصورة غير مألوفة، والخروج من الصندوق".

أداة سكامبر (SCAMPER): يُمكنك استخدام هذه الأداة في تنمية قدراتك الإبداعية، ومساعدتك على تجاوز أي تحديات تعترض تنفيذ مشروعك. وهي تقوم على افتراض أن كل جديد هو أصلًا تعديل على شيء كان موجودًا من قبل، وذلك باستخدام قائمة من الأسئلة المختلفة.

لقد طوّرت روبرت إيبيرلي طريقة سكامبر (SCAMPER) في بداية السبعينيات، من قائمة مبدئية بناها مؤصل فكرة العصف الذهني أليكس أوزبورن، ومنذ ذلك الوقت بدأ استخدام هذه الطريقة ينتشر على نطاق واسع.

تجدر الإشارة إلى أن كل حرف من حروف كلمة (SCAMPER) يمثّل طريقة مختلفة لتغيير نظرتك إلى

التحديات التي تواجهك، ومساعدتك على توليد أفكار جديدة:



• **S** = Substitute : بَدَل.

• **C** = Combine : أَضَف.

• **A** = Adapt : وَفَّق.

• **M** = Magnify : كَبَّر.

• **P** = Put to Other Uses : أَعَدَّ اسْتِخْدَامًا.

• **E** = Eliminate : أَزَلَّ.

• **R** = Rearrange or Reverse : أَعَدَّ تَرْتِيبًا.

- متى تُسْتخدَمُ هذه الأداة؟

- فيم تُسْتخدَمُ؟

تُستخدَمُ أداة سكامبر في تطوير نموذج عمل جديد، أو صنع مُنتَجٍ جديد، أو إضافة خصائص جديدة على المُنتَج؛ إذ إنها تُمثّل أداة للعصف الذهني، بحيث تُشجّع الإتيان بأفكار جديدة، والبناء على الأفكار الموجودة.

- **بَدَل**: تبديل شيء ما في المُنتَج أو الفكرة شريطة أن يتغير إلى الأفضل، فما الذي يجبُ تبديله في المُنتَج حتى يصبح أفضل؟ ماذا يُمكن أن يحلّ محله؟ هل يُمكن تغيير مكوناته، أو تغيير المادة التي صُنِعَ منها، أو جعل قوته مختلفة، أو وضعه في مكان آخر؟
مثال:

استخدام أحد المطاعم العالمية الشهيرة البطاطا المحمّرة، التي صارت اليوم الخيار التقليدي (الكلاسيكي) مع أي وجبة (برجر)، بدلاً من رقائق البطاطا التي كانت سائدة وقتئذ.

- **أضف / ادمج / اربط**: تجميع الأشياء مع بعضها لتكون شيئاً واحداً، أو إضافة فكرة إلى الشيء ليصبح أفضل، أو دمج شيئين معاً.
مثال:

تعاون المطعم مع شركة عالمية لألعاب الأطفال؛ بغية صنع هدايا مجانية تضاف إلى وجبات خاصة بالأطفال.

- **وفق / عدل / كيف:** إعادة تشكيل الشيء، وضبطه، وتعديله، وتلطيفه، وتسويته، وموافقته؛ أي التغيير في مواصفات الشيء أو خصائصه حتى يتكيف مع بيئته الجديدة، أو يتناسب مع حالته الجديدة، فما الأشياء التي يمكن تعديلها؟ هل يمكن أن ن صنع شيئاً بطريقة مشابهة لشيء آخر؟

مثال:

استيحاء المطعم فكرة مرور السيارة بالمطعم، وشراء وجبة منه دون النزول منها.

- **كبُر / صغُر / غير:** تكبير الشيء، وتصغيره، وتغيير لونه، وحركته، وصوته، ورائحته، وشكله، أو إحداث تغييرات في أشياء خاصة به.

مثال:

زيادة المطعم حجم وجبة (البرجر) لجني المزيد من الأرباح؛ ما أدى إلى انتشار فكرة وجبة (البرجر) الكبيرة المُبتكرة. وكذا تغيير شكل الوجبة في دول الشرق الأوسط لجعلها أكثر جذباً للشعوب العربية؛ ما دفع إحدى المطاعم العالمية إلى إعداد وجبات (برجر) بخبز عربيّ بدل الخبز التقليديّ خاصتها.

- **أعد استخدام:** استعمال الشيء لأغراض غير تلك التي وُضِعَ من أجلها أصلاً، فما الاستخدامات الجديدة؟ ما الأماكن الأخرى التي يُستخدم فيها؟ متى يُستخدم؟ كيف يُستخدم؟

مثال:

استثمار المطعم في مجال العقارات بغية تطوير مصادر دخلٍ أخرى، وذلك بتطوير موقع ما، وإنشاء مطعم فيه، ثم تأجيرهُ لمُستثمر يدفع الإيجار، ويُمنح حق (امتياز) استخدام العلامة التجارية؛ ما وفّر للمطعم عشرة في المئة من أرباحه.

- **أزل / احذف / ألغ:** الإزالة، أو التخلص من بعض الأشياء، فما الذي يمكن التخلص منه؟ ما الذي يمكن إزالته؟ ما الذي يمكن تبسيطه؟

مثال:

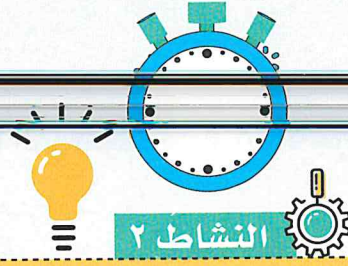
تقديم المطعم فكرة (قائمة الخمس) التي تقوم على استبعاد جزء من وجبة (البرجر) التقليدية، وبيع كل جزء منها على حدة لقاءً تقليل السعر.

- أعد ترتيب / اعكس / اقلب: تغيير الترتيب، أو الشكل، أو النمط، أو إعادة التجميع، أو إعادة التوزيع، أو إحداث تغيير في الشكل، أو البناء، أو التصميم.

مثال:

تقديم المطعم تجربة جديدة لمرتادي المطاعم؛ جعل الزبائن يدفعون ثمن الوجبة أولاً ثم يتناولونها، خلافاً للمطاعم الأخرى.





توليد الأفكار.

الهدف:

سيساعدك هذا النشاط على توليد أفكار جديدة باستخدام أداة سكامبر (SCAMPER).



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- اطلع أنت وزملاؤك في المجموعة على ورقة العمل (٣-١) فكرتي جديدة.
- ناقش أنت وزملاؤك في المجموعة هذه الورقة، ثم اعملوا معاً على إنتاج أكبر قدر ممكن من الأفكار الجديدة.
- اعرض أنت وزملاؤك في المجموعة هذه الأفكار أمام المجموعات الأخرى.

افترض أنك تعمل في شركة إنتاج الأقمشة وأنك من المنافسين قدامى ظهر في الآونة الأخيرة فارتأيت أن تأتي بأفكار جديدة مختلفة لتمييز منتجك من منتجات المنافسين، وجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن. وها أنت الآن في اجتماع مع فريق العمل بالشركة للتفكير في أكثر الأفكار غرابة التي يُمكنُ بها التفوق على المنافسين.

اعمل أنت وأفراد الفريق على ابتكار أكبر كم ممكن من الأفكار الجديدة كما هو مبين في الجدول الآتي:

الفكرة الجديدة	الفكرة الأصلية	الطريقة
		بدل
		كبر/صغر/ غير
		أزل/ احذف/ ألع
		أعد استخدام
		وفق/ عدل/ كيف
		أضف/ ادمج/ اربط
		أعد ترتيب/ اعكس/ أقلب

ورقة العمل (٣-١): فكري جديدة.

تذكّر

الريادة: هي تحديد فكرة جديدة لمشروع معين، والبدء به، والتركيز عليه، وتوفير الموارد اللازمة له وتنظيمها، وتحمل المخاطر والعوائد المترتبة على هذا المشروع.

الريادي: مصطلح مشتق من الكلمة الفرنسية (Entrepreneur)، وقد بدأ استخدامه عام ١٧٢٣م، ويعني الشخص الذي يبادر إلى تأسيس شركة، أو تنفيذ مبادرة وإدارتها لتحقيق منفعة معينة، علماً أن هذا المصطلح يرتبط اليوم بخصائص القيادة والإبداع والابتكار.

من طرائق توليد الأفكار التي وردت سابقاً:

- الأسئلة، بصرف النظر عن منطقيتها.
- العصف الذهني.
- القراءة، والتبحر في العلم والمعرفة.
- حل المشكلات.



طرائق توليد الأفكار الجديدة:

لا يمكن اعتبار عملية ابتكار الأفكار وتوليدها حكراً على الخبراء، وإنما ينظر إليها بوصفها فناً وعلماً قائماً بذاته يمكن تعلمه، والتدرب عليه، ثم ممارسته بصورة تلقائية.

وهذه بعض الطرائق التي يمكن استخدامها في توليد الأفكار:

١- الاستعارة: يتمثل ذلك في أخذ فكرة موجودة في حقل معين، ثم إسقاطها في حقل آخر، مثل استنباط المهندسين نموذج طيران مستوحى من بعض الطيور؛ للإفادة منه في مجال صناعة الطيران. وفي معظم الأحيان تكون الاستعارة من مجال الطبيعة إلى مجال الإنسان.

٢- الأحلام والخيالات: الأحلام لا حدود لها، وهي تأخذ الفرد بعيداً في عالم الأفكار الإبداعية. وكذا الخيالات التي تُعد من الطاقات الخلاقة التي تساعد على التفكير بطرائق جديدة ابتكارية، أو النظر

إلى المؤلفِ بصورٍ غيرِ مألوفةٍ. وقد استخدمَ معظمُ عظماءِ العالمِ (نساءً، ورجالاً) هذه الطاقة في التأسيسِ لحياتهمِ الناجحة؛ إذ تخيلوا في أذهانهم ما يريدون، وأصبحوا عظماء بعدَ التجرُّؤِ على تخيلِ الإنجازاتِ العظيمة، والعملِ على تحقيقها.

يُعدُّ الخيالُ مصدرَ الإلهامِ والإبداع؛ فقد أشارَ أينشتاين إلى أنَّ معظمَ أفكارِهِ كانتَ نتاجَ أحلامٍ يقظتهِ أو خيالاتِهِ، وأنها لم تأتِ منَ تطبيقهِ نظريةً عقليةً مُعيَّنة. ولما كانَ الإبداعُ ناتجاً منَ القدرةِ على النظرِ إلى الأشياءِ منَ زوايا مختلفةٍ جديدةٍ اعتماداً على الخيال؛ فإنَّ هذا يُؤكِّدُ وجوبَ تنميةِ الخيالِ لكي نصبحَ مبدعينَ ومبتكرينَ.

٣- الأسئلةُ غيرُ المألوفةِ: من طرائقِ تنميةِ الإبداعِ لدى الفردِ أن يسألَ نفسهُ أسئلةً غريبةً غيرَ مألوفةٍ، ثم يفكرُ فيها، ويحاولُ الإجابةَ عنها، وبمرورِ الأيامِ سيجدُ نفسهُ قادراً على إدراكِ ما وراءِ هذهِ الأسئلةِ، وتخيُّلِ أبعادها.

وهذهِ بعضُ الأمثلةِ على الأسئلةِ غيرِ المألوفةِ:

- ما سرعةُ هدفك؟

- ما لونُ طموحك؟

- ما طعمُ الحياةِ لديك؟

- ما رائحةُ الخير؟

٤- لو... فماذا...؟: اسألْ نفسك: لو حدثَ كذا وكذا، فماذا ستكونُ النتيجةُ؟

إنَّ كلمةَ (لو) هي مفتاحُ عملِ الدماغِ، ومُحفِّزُ شرارةِ الإبداعِ، وسبيلُ توليدِ الأفكارِ المبدعةِ المبتكرةِ. فعن طريقِ استخدامها في صياغةِ الأسئلةِ يُمكنُ الإتيانُ بأفكارٍ قد تكونُ غيرَ مألوفةٍ أوَّل وهلةٍ، بيدَ أنَّها في الحقيقةِ رائعةٌ وسابقةٌ أوَّانها، وما يتعيَّنُ علينا في هذهِ الحالةِ سوى صياغةِ أسئلةٍ جريئةٍ من دونِ أيِّ قيدٍ أو شرطٍ، من مثل:

- لَوْرَغْبْنَا المِوَاطِنِينَ فِي تَرْكِيبِ خَلَايَا شَمْسِيَّةٍ فَوْقَ بِيوتِهِمْ لِتَوَلِيدِ الكَهْرِبَاءِ، وَبِيعِ الْفَائِضِ مِنْهَا لِشَرِكَةِ الكَهْرِبَاءِ، فَمَاذَا سِيحْدُثُ؟

- لَوْأَنْشَأَتْ كُلُّ وَزَارَةٍ فِي الْمَمْلَكَةِ مَدْرَسَةً خَاصَةً بِهَا، وَاسْتَقْطَبَتْ المِوَاهِبَ الَّتِي تَلْزَمُهَا (مِثْلُ إِنْشَاءِ وَزَارَةِ الْخَارِجِيَّةِ مَدْرَسَةً لِللِّغَاتِ الْعَالَمِيَّةِ يَكُونُ خَرِيْجُوهَا سَفْرَاءَ يَتَحَدَّثُونَ خَمْسَ لُغَاتٍ مُخْتَلِفَةٍ)، فَمَاذَا سَتَكُونُ النَتِيْجَةُ؟

قَدْ يَبْدُو هَذَا النُّوعُ مِنَ الْأَسْئَلَةِ غَيْرَ مُمْكِنٍ أَوْ مُسْتَحِيلٍ، وَلَكِنَّ الشُّعُورَ بِذَلِكَ لَيْسَ نَابِعًا مِنْ اسْتِحَالَةٍ تَطْبِيقِهَا، بَلْ مِنَ التَّفَكِيرِ الْمُتَحَفِظِ الْمَحْدُودِ، وَالخَوْفِ مِنْ تَجْرِبَةِ الْأَشْيَاءِ الْجَدِيدَةِ. غَيْرَ أَنَّ قِرَاءَةَ الْأَسْئَلَةِ غَيْرِ الْمَأْلُوفَةِ - بَعْدَ صِيَاغَتِهَا مَرَّتَيْنِ أَوْ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ - سَتُظْهِرُ أَنَّهَا أَصْبَحَتْ مَعْقُولَةً وَمُنْطَقِيَّةً بَعْدَ كُلِّ قِرَاءَةٍ جَدِيدَةٍ.



EZZAM
I-Refai

نشاط بيئي:

ناقش أفراد أسرتك في كيفية استخدام أداة سكامبر (SCAMPER) في إيجاد حلول مبتكرة لبعض التحديات أو المشكلات التي تواجههم، ثم ابحثوا معاً عن الحلول المناسبة التي يمكن تطبيقها، ثم شارك معلمك وزملاءك في ما تتوصل إليه.




١- وضح المقصود بكل مما يأتي:

- الريادة:

- الريادي:

- أداة سكامبر (SCAMPER):

٢- حدّد طريقة تحويل الفكرة الأصلية إلى فكرة جديدة باستخدام أداة سكامبر (SCAMPER) في كل مما يأتي:

الرقم	الفكرة الأصلية	الفكرة الجديدة	الطريقة
١-	الأواني الزجاجية في المطاعم.	الأواني البلاستيكية أو الورقية في المطاعم.	
٢-	الدرج الثابت.	الدرج المتحرك.	
٣-	حافظات الماء.	حافظات الماء التي تحوي مرشحًا للفواكه أو الخضار كما في الصورة:	
٤-	فأرة الحاسوب	فأرة الحاسوب اللاسلكية.	

٣- استعمل الآتي كأمثلة لتطوير فكرة تناسب الأعمار من سن الثانية إلى سن

الرابعة، مُستخدماً الطريقتين الآتيتين:

الفكرة الجديدة	الفكرة الأصلية	الطريقة
		الدمج
		أعد استخدام

٤- برأيك، أي طرائق توليد الأفكار الآتية تفضل: الاستعارة، أم الأحلام والخيالات، أم الأسئلة غير المألوفة، أم لو... فماذا؟ وضّح إجابتك.





الدرس الثاني الفكرة والفريق

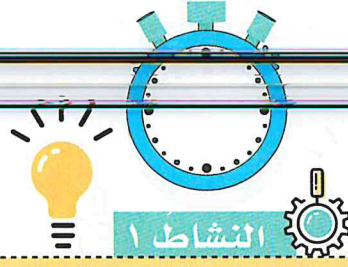
"تؤدي الموهبة إلى الفوز بالألعاب، ولكن العمل الجماعي يؤدي إلى حصد البطولات".
لاعب كرة سلة عالمي.

إن العمل في فريق لتنفيذ مشروع ما يعني أداء مهام معينة تحكّمها إجراءات مختلفة في مدّة زمنية محدّدة ببداية ونهاية؛ لذا يندرج أن يعمل الفريق بطاقته الإنتاجية كلها في مختلف مراحل المشروع، فنجدّه يتدرّج في ذلك ضمن مراحل معينة إلى أن يصل مرحلة الإنتاجية العالية في نهاية المطاف.

تعرّفنا سابقاً أن فريق العمل يتألف من مجموعة لها هدف مشترك، يعمل أفرادها معاً على تحقيقه بما لديهم من مهارات وخبرات متنوعة، وسنتعرّف الآن أهمية العمل ضمن فريق، وكيفية تحديد دور كل عضو فيه.

ZZAM
I-Refai





أهمية العمل في فريق.

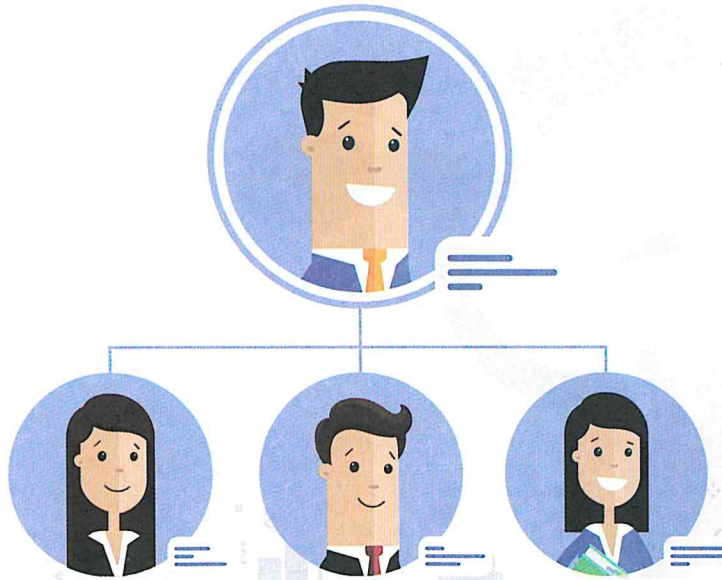
الهدف:

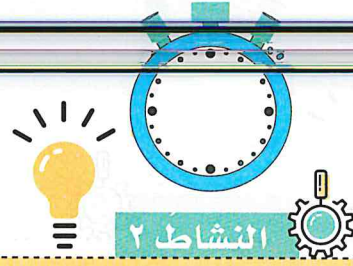
سيساعدك هذا النشاط على استنتاج أهمية العمل ضمن فريق.



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- اصطف أنت وأفراد مجموعتك أمام اللوح في صف ذي خط مستقيم.
- ارسم على اللوح لوحة فنية تحوي منزلاً، وغيوماً، وشمساً، وعشياً، وما إلى ذلك.
- استمر في عملية الرسم حتى يطلب إليك المعلم التالي.
- أعط الطالب الذي يليك الطباشيرة أو القلم، ثم عد إلى آخر الصف حتى يأتي دورك من جديد.
- استمر في ذلك حتى يعلن المعلم انتهاء المهمة.
- الفريق الفائز هو الذي يرسم لوحة فنية أفضل من لوحات الفرق الأخرى.





لنبتكر فكرة مشروعنا.

الهدف:

سيساعدك هذا النشاط على ابتكار فكرة مشروعك.



التعليمات:

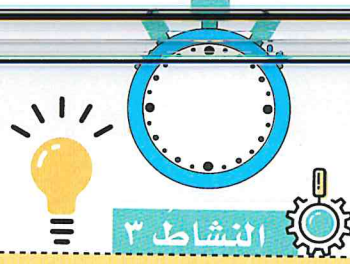
- ستعمل ضمن مجموعة.
- ابتكر أنت وزملاؤك في المجموعة فكرة مشروع؛ لتعملوا على تنفيذها في أثناء دراسة هذه الوحدة.
- يُمكنكم استعمال أداة سكامبر (SCAMPER) لابتكار فكرة المشروع.
- املأ أنت وزملاؤك في المجموعة الفراغ في الجدول (٣-١): وصف فكرة المشروع.
- اعرض أنت وزملاؤك في المجموعة ما توصلتم إليه أمام المجموعات الأخرى.
- يُمكنكم التعديل لاحقاً على فكريتكم؛ فهذا الوصف مبدئي يُمكن تحسينه أو تطويره في الأيام القادمة.



وصفُ فكرةِ المشروعِ	
	الحاجةُ أو المشكلةُ التي تتناولها فكرةُ المشروعِ.
	الفكرةُ.
	مُنتجُ الفكرةِ (سلعةٌ، خدمةٌ).
	هدفُ الفكرةِ.
	كيفيةُ تطبيقِ الفكرةِ على أرضِ الواقعِ.
	الزمنُ اللازمُ لتنفيذِ الفكرةِ.

الجدولُ (١-٣): وصفُ فكرةِ المشروعِ.





أدوار أعضاء الفريق.

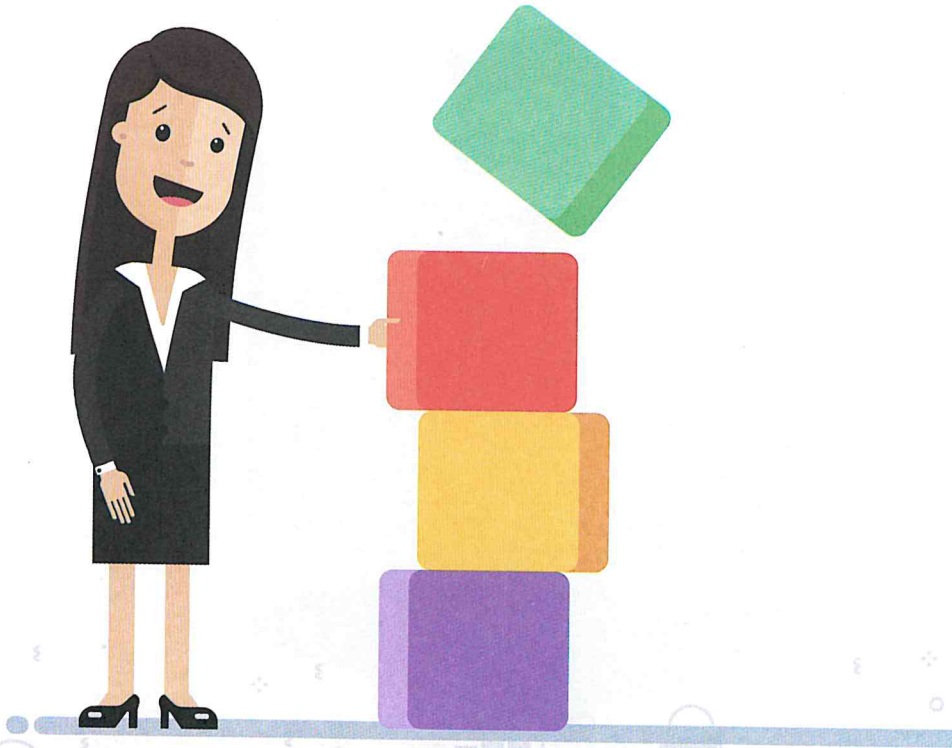
الهدف:

سيساعدك هذا النشاط على تحديد أدوار أعضاء الفريق.



التعليمات:

- ستعملُ ضمنَ مجموعة.
- املأ أنت وزملاؤك في المجموعة الفراغ في الجدول (٢-٣): أدوار أعضاء الفريق.
- اعرض أنت وزملاؤك في المجموعة ما توصلتم إليه إليه أمام المجموعات الأخرى.



الزمن المحدد أو المتوقع للتنفيذ	المهام التي سيؤديها	المهارات التي يملكها العضو (جوانب القوة)	أسماء أعضاء الفريق

الجدول (٣-٢): أدوار أعضاء الفريق.

مزايا العمل ضمن الفريق:

تتمثل أهمية العمل ضمن فريق في ما يأتي:

- الاستفادة من مواهب الأفراد المتعددة، وإنجاز العمل بجودة عالية.
- زيادة الاتصال بين الأعضاء، وغيرهم من أعضاء الفرق الأخرى.
- تنمية الشعور بالاتحاد والصدقة، وتنمية روح العمل ضمن الفريق الواحد.
- إيجاد جو من التعاون لزيادة الإنتاج، وتخفيف الأعباء عن طريق توزيع الأدوار والمهام.
- تبادل المعلومات والتجارب، والوصول إلى حلول جماعية.
- إتاحة الفرصة أمام الجميع للمشاركة في اتخاذ القرار، وتحمل مسؤولية تنفيذه.
- تعزيز قدرة بيئة العمل على تجاوز جوانب الضعف، ومعالجتها.
- تحقيق الأهداف، واختصار المسافات، وتوفير الوقت.

كيفية تحديد الأدوار لأعضاء فريق العمل:

إن تنظيم العمل، وتوضيح الإجراءات والمهام اللازمة لتنفيذ المشروع هو أمر ضروري لضمان سير العمل في الطريق الصحيح، وإنتاج السلع والخدمات ضمن خطة مدروسة محدّدة سلفاً. وهذا يتطلب من أعضاء الفريق إعداد جدول زمني يوضح أهم هذه الإجراءات والمهام، ويُلخّصها بحيث تكفل لهم تحقيق الأهداف المنشودة، وتمكّنهم من تحديد الأولويات والوسائل اللازمة لتنفيذ كل نشاط، والعضو المسؤول عن تنفيذه ضمن الزمن المحدّد.

عند تشكيل فريق العمل، لا بدّ من تحديد مهام كل عضو من أعضاء الفريق في وقت مبكر؛ ليعرف مسؤولياته وواجباته في الفريق، ويتمكّن من إدارة الوقت لتحقيق أهداف المشروع بكفاءة. ولتحديد

هذه المهام تحديداً صحيحاً؛ يجب اتباع الخطوات الآتية:

١- إنشاء قائمة تتضمن الأهداف التي يسعى المشروع إلى تحقيقها.

يجب تحديد القائمة الخاصة بأهداف المشروع، ومراعاة أن تكون الأهداف واضحة محددة يمكن قياسها وتحقيقها ضمن الزمن المخطط لها، ثم تحديد الموعد النهائي لإنجاز كل هدف.

٢- تحديد مواطن القوة لكل عضو من أعضاء الفريق.

يجب تحديد جوانب القوة لدى كل عضو، ومعرفة القدرات والمهارات التي يتقنها، وكم المعرفة والمعلومات التي يمتلكها دون غيرها؛ للإفادة منها في تحديد الأدوار والمهام المنوطة بكل عضو من أعضاء الفريق.

٣- توزيع الأدوار والمهام على أعضاء الفريق.

يجب الربط بين مهارات أعضاء الفريق وقدراتهم، والمهام التي سيؤدونها لضمان تحقق أهداف المشروع. فإذا كان أحد أعضاء الفريق مثلاً يملك قدرة على تصميم النشرات الإعلانية والدعائية، فلا بد من إسناد مهمة تصميم إعلانات المشروع إليه، علماً أنه يمكن تعيين أكثر من عضو لأداء المهام والأدوار نفسها.



EZZAM
I-Refai

نشاطٌ بيتي:

ابحث في شبكة الإنترنت أو في المصادر المتوافرة عن أي أنشطة تُبين أهمية العمل الجماعي والعمل بروح الفريق، ثم شارك معلمك وزملاءك فيها.



١- وضح المقصود بفريق العمل.

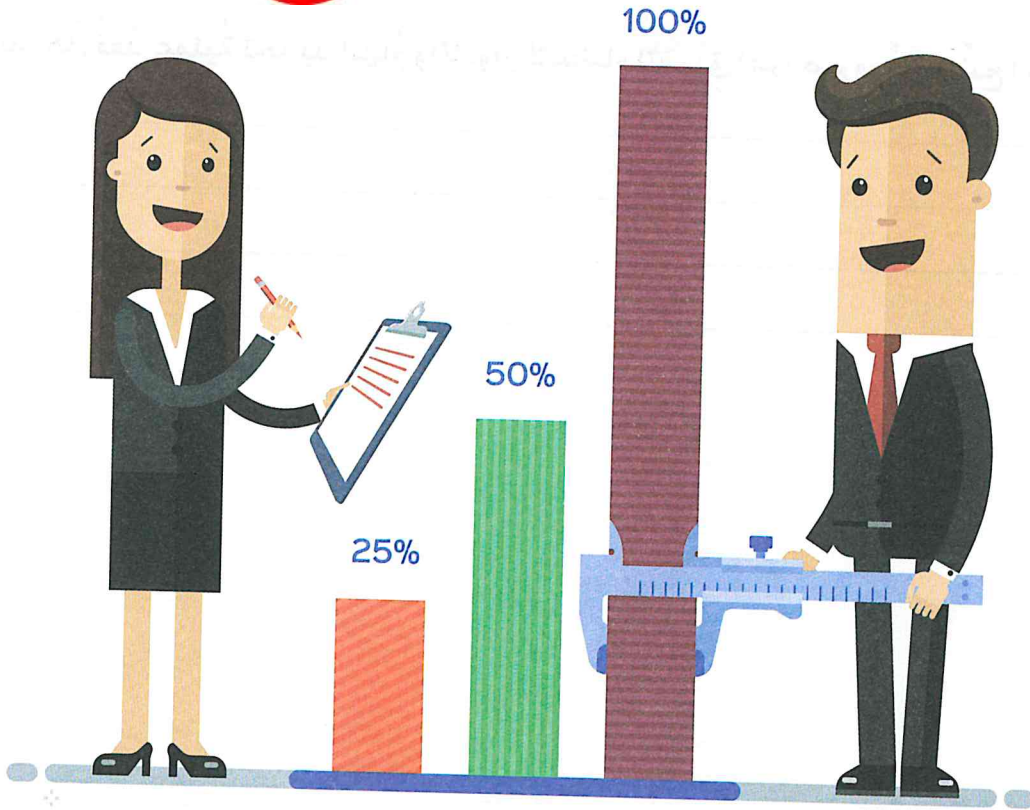
٢- اذكر ثلاثاً من مزايا العمل ضمن الفريق.

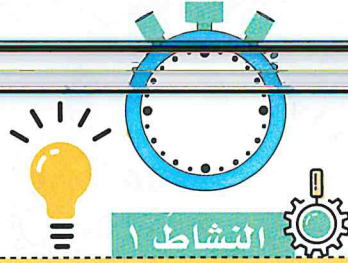
٣- برأيك، هل تعدّ عملية تحديد المهام والأدوار لأعضاء الفريق أمراً ضرورياً؟ وضح إجابتك.

الدرّس الثالث دراسة السوق

لم يعد المستهلك يتقبّل أيّ منتجاتٍ عشوائيةٍ تُطرح في السوق، فهو يبحث عن أفضل المنتجات وأقلّها سعراً؛ ما يُحتمُّ على صاحب المنتج دراسة السوق والزبائن المستهدفين جيداً قبل إطلاق المنتج، لتعرّف حاجات الزبائن ورغباتهم في السوق، والعمل على تلبيتها بالصورة المناسبة.

ZZAM
I-Refai





دراسة السوق.

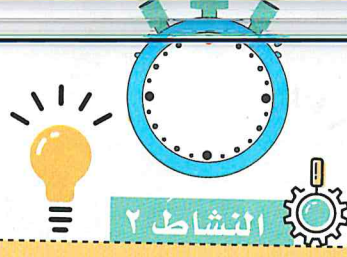
الهدف:

سيساعدك هذا النشاط على تعرف مفهوم دراسة السوق.



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- شارك المعلم في مناقشة الأسئلة الآتية:
 - ١- برأيك، هل ستحظى المنتجات جميعها بالإقبال نفسه من الزبائن؟ لماذا؟
 - ٢- برأيك، هل تلبى المنتجات جميعاً حاجات الزبائن ورغباتهم؟ لماذا؟
 - ٣- برأيك، هل يمكن أن يتقبل الأفراد كافة أسعار المنتجات المعروضة؟ لماذا؟
 - ٤- برأيك، كيف يمكن تعرف حاجات الزبائن ورغباتهم في ما يخص المنتجات؟
 - ٥- برأيك، كيف يمكن تعرف الأسعار المناسبة للمنتجات التي يقبل عليها الزبائن؟
 - ٦- برأيك، هل تعد عملية تعرف السوق المستهدف أمراً ضرورياً؟ لماذا؟
 - ٧- ما اسم العملية التي يمكن بها تعرف السوق المستهدف واستطلاع رأي الزبائن؟
- صغ أنت وزملاؤك في المجموعة تعريفاً لمفهوم دراسة السوق.
- ناقش أنت وزملاؤك في المجموعة المعلم في هذا التعريف.



أهمية دراسة السوق.

الهدف:

سيساعدك هذا النشاط على تعرف أهمية دراسة السوق.



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- اطلع أنت وزملاؤك في المجموعة على الحالة (٢-٣) السوق.
- شارك المعلم في مناقشة الأسئلة الآتية:
 - ١- ما الفكرة التي استوحاها شادي؟
 - ٢- كيف خطرت الفكرة لشادي؟
 - ٣- برأيك، هل كان شادي قادراً على النجاح وحده؟ لماذا؟
 - ٤- من الأشخاص الذين ساعدوا شادي على تنفيذ فكرته؟
 - ٥- هل لاققت منتجات فكرة شادي إقبالا من الطلبة؟ كيف كان ذلك؟
 - ٦- لماذا تعد تلبية رغبات الزبائن أمراً ضرورياً؟
 - ٧- ما الخطوات التي قام بها شادي وأحمد ليتمكنا من تنفيذ فكرتهما؟
 - ٨- برأيك، ماذا استفاد شادي، وأحمد، ووالد شادي، والمعلم، ومدير المدرسة من تنفيذ فكرة شادي عملياً؟

أشواق

شادي هو أحد طلبة الصف العاشر، وقد زار يوماً محل والده الذي يعمل نجاراً. وبينما كان يتجول في المحل وجد بعض القطع الخشبية المهملة، وعندما استفسر من والده عنها أجابه أنها قطع زائدة لا تصلح لشيء، فأخذ شادي يفكر في كيفية استخدام هذه القطع بصورة مفيدة، وتذكر أن صديقه أحمد الذي يدرس معه في الصف يحب النحت على الخشب، فخطر على باله فكرة جميلة، وانتظر إلى اليوم التالي ليلتقي بصديقه أحمد، ويخبره بها. وفي أثناء الاستراحة اجتمع شادي بأحمد، ودار بينهما الحوار الآتي:

شادي: لدي فكرة رائعة سنستفيد منها معاً.

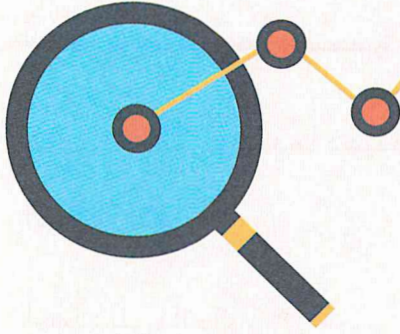
أحمد: ما هذه الفكرة يا صديقي؟

شادي: أعرف أنك تحب النحت على الخشب، ولكنك لا تستطيع توفير القطع الخشبية التي تلزمك لإظهار موهبتك الفنية، أليس كذلك؟

أحمد: بلى. ولكن، ما الجديد في الموضوع؟

شادي: يملك والدي محلاً لنجارة الخشب، وقد لاحظت في أثناء زيارتي له يوم أمس وجود قطع خشبية صغيرة مهملة لا يستخدمها.

أحمد: ما الذي تفكر فيه يا شادي؟



ZZAM
I-Refai

السوق

شادي هو أحد طلبة الصف العاشر، وقد زار يوماً محل والده الذي يعمل نجاراً. وبينما كان يتجول في المحل وجد بعض القطع الخشبية المهملة، وعندما استفسر من والده عنها أجابه أنها قطع زائدة لا تصلح لشيء، فأخذ شادي يفكر في كيفية استخدام هذه القطع بصورة مفيدة، وتذكر أن صديقه أحمد الذي يدرس معه في الصف يحب النحت على الخشب، فخطر على باله فكرة جميلة، وانتظر إلى اليوم التالي ليلتقي بصديقه أحمد، ويخبره بها. وفي أثناء الاستراحة اجتمع شادي بأحمد، ودار بينهما الحوار الآتي:

شادي: لدي فكرة رائعة سنستفيد منها معاً.

أحمد: ما هذه الفكرة يا صديقي؟

شادي: أعرف أنك تحب النحت على الخشب، ولكنك لا تستطيع توفير القطع الخشبية التي تلزمك لإظهار موهبتك الفنية، أليس كذلك؟

أحمد: بلى. ولكن، ما الجديد في الموضوع؟

شادي: يملك والدي محلاً لنجارة الخشب، وقد لاحظت في أثناء زيارتي له يوم أمس وجود قطع خشبية صغيرة مهملة لا يستخدمها.

أحمد: ما الذي تفكر فيه يا شادي؟



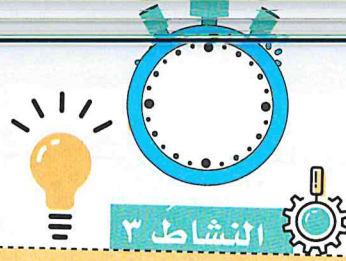
فكرتُهما على المديرِ حتى أُعجِبَ بها كثيراً، وشجَّعتهما، وسمحَ لهما أن يُنفِذاها شريطةَ الالتزامِ بقوانينِ المدرسةِ وأنظمتها جميعاً.

بعدَ يومينِ اجتمعَ شادي وأحمدُ بطلبةِ الصفِّ، وعرضاً عليهمَ بعضَ التحفِ الفنيةِ التي شكَّلاها منَ القطعِ الخشبيةِ، واستفسراً منهمَ عنِ التحسيناتِ التي قد تلبى رغباتهمَ، وتناوَل استحسناتهمَ، فأشارَ بعضهمُ إلى ضرورةِ التنوعِ في الأشكالِ، بحيثُ تشملُ نماذجَ لنباتاتٍ وحيواناتٍ، وبيوتاً، وأشكالاً هندسيةً مختلفةً، ومعالمَ أثريةً مُعيَّنةً، وأشارَ آخرونَ إلى وجوبِ الاهتمامِ بالألوانِ ودمجها بطريقةٍ إبداعيةٍ، في حينِ أشارَ غيرهمُ إلى وجوبِ إضافةِ بعضِ النقوشِ الكتابيةِ التي تُعبِّرُ عنِ التحفةِ الفنيةِ، وأبدى آخرونَ رغبتهمَ في ظهورِ أسمائهمَ على هذهِ التحفِ.

بدأَ شادي وأحمدُ صنعَ تحفٍ فنيةٍ تناسبُ رغباتِ الجميعِ، ثمَّ عرضاها في الصفِّ للبيعِ بأسعارٍ مناسبةٍ؛ ما وفَّرَ لهما دخلاً ساعدهما على تحسينِ جودةِ مُنتجاتهما، وبعدَ مدَّةٍ قصيرةٍ أخذوا يبيعانِ هذهِ المُنتجاتِ لطلبةِ الصفوفِ الأخرى.

الحالة (٢-٣): السوقُ.

ZZAM
I-Refai



تطبيق دراسة السوق.

الهدف:

سيساعدك هذا النشاط على تطبيق دراسة السوق الخاصة بمشروعك.



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- حل أنت وزملاؤك في المجموعة أسئلة ورقة العمل (٢-٣): دراسة السوق.
- ناقش أنت وزملاؤك في المجموعة المعلم في إجابات الأسئلة.



EZZAM
I-Refai

دراسة السوق

تعاون مع أفراد مجموعتك على الإجابة عن الأسئلة الآتية بناءً على فكرة مشروعكم الريادي المحدد سلفاً:

- ١- من الزبائن الذين ستقدمون لهم المنتج خاصتكم؟ (يجب تحديد هؤلاء الزبائن تحديداً دقيقاً).
- ٢- ما حاجات هؤلاء الزبائن ورغباتهم؟
- ٣- ما سلوكات الزبائن أو تصرفاتهم التي جعلتكم تكتشفون أن المنتج الذي ستقدمونه لهم مرغوباً لديهم؟
- ٤- هل ستحقق فكرة مشروعكم الأهداف المنشودة؟ كيف ذلك؟
- ٥- ما فائدة المنتج للزبائن؟
- ٦- هل يوجد في السوق المستهدف منافسون لكم؟ من هم؟
- ٧- حدّدوا مواطن القوة لأول ثلاثة منافسين لكم؟
- ٨- كيف يمكن لمنتجكم أن يتفوق على منتجات المنافسين؟ ما مواطن القوة في منتجكم؟

ورقة العمل (٢-٣): دراسة السوق.



تذكّر

دراسة السوق: عملية جمع، وتحليل، وتفسير للمعلومات المتعلقة بالسوق المُستهدف، والإفادة من هذه المعلومات قبل طرح مُنتج جديد لبيعه في السوق، فضلاً عن تحليل وتفسير المعلومات الخاصة بالزبائن الحاليين والمحتملين الذين قد يشترون المنتج.

مزايا دراسة السوق:

تساعد دراسة السوق على تعرّف حاجات الزبائن المُستهدفين، ورغباتهم، وأذواقهم، والأسعار المناسبة لهم، والمنافسين، فضلاً عن توفير المعلومات اللازمة التي تمكن أصحاب المنتجات من اتخاذ القرارات الصحيحة.



في ما يأتي أبرز مزايا دراسة السوق:

- تحديد مدى تقبل الزبائن للمنتج الجديد عند طرحه في السوق المُستهدف.
- بيان مدى إمكانية بيع المنتجات في السوق المُستهدف.
- التواصل الجيد مع الزبائن الحاليين؛ ما يساعد على معرفة حاجاتهم ومتطلباتهم، ودرجة رضاهم، والإفادة من مقترحاتهم لتحسين جودة المنتجات.
- التقليل من المخاطر المحتملة بصورة كبيرة؛ لأن أصحاب المنتج الذين يدرسون أحوال السوق سيعتمدون على معلومات حقيقية مُستمدّة من السوق المُستهدف، فتكون قراراتهم أكثر صواباً ودقّة من قرارات أصحاب المنتجات الذين لا يدرسون أحوال السوق.
- التعرف إلى المنافسين الموجودين في السوق، وتعرّف مواطن قوتهم؛ ما يساعد على التفوق عليهم.

ابحث في شبكة الإنترنت عن مفهوم دراسة السوق وأهمية هذه الدراسة، أو استفسر عن ذلك من أحد أفراد أسرتك، ثم اكتب تقريراً عن ذلك، ثم شارك معلمك وزملاءك في ما تتوصل إليه.





١- ما المقصود بمفهوم دراسة السوق؟

٢- برأيك، لماذا تُعدُّ دراسة السوق أمرًا ضروريًا لنجاح المشروع واستمراريته مستقبلاً؟

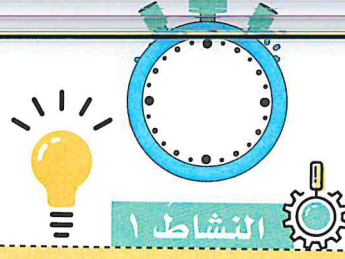
٣- كيف يُمكن التغلُّب على مواطنِ القوَّة لدى المنافسين، وجذبُ الزبائن لشراء مُنتجك من دون مُنتجاتهم؟



الدرس الرابع إنشاء المشروع

تعرفنا سابقاً حاجات الزبائن ورغباتهم، والمعلومات التي تساعد على تحديد جدوى طرح المنتجات الجديدة في الأسواق المستهدفة، ومدى تميزها من منتجات المشروعات المنافسة، وسنتعرف الآن كيفية تحديد التكاليف اللازمة لإنشاء المشروع وتشغيله، وما يلزمه من نفقات أو مصروفات، وما يتطلبه التنفيذ من موقع مناسب، ومواد، وأدوات، وعمالة (موارد بشرية)، وتكلفة كل منها، فضلاً عن تحديد الأسعار المناسبة للمنتجات الخاصة بالمشروع لبيعها في السوق بما يناسب إمكانات الزبائن وقدراتهم الشرائية، وتحديد حجم التمويل (رأس المال) اللازم للبدء بالمشروع وتنفيذه عملياً، وتحديد مصادر التمويل الممكنة، ثم قياس مدى ربح المشروع.





التخطيط لتنفيذ المشروع.

الهدف:

سيساعدك هذا النشاط على التخطيط لتنفيذ المشروع.



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- اطلع أنت وزملاؤك في المجموعة على الحالة (3-3) لتخطيط لتنفيذ المشروع، ثم شارك المعلم في مناقشة الأسئلة الآتية:

- 1- ما أهم الأمور التي يجب تحديدها عند التخطيط لتنفيذ المشروع؟
- 2- كيف يمكن حساب تكاليف المشروع اللازمة لصنع المنتج؟
- 3- كيف يمكن حساب تكلفة إنتاج القطعة الواحدة من المنتجات؟
- 4- ما الأمور الواجب مراعاتها عند تحديد سعر البيع للقطعة الواحدة؟
- 5- ما الأمور التي يجب مراعاتها عند اختيار موقع المشروع؟

هند طالبة في الصف العاشر، تجيد إعادة تدوير الورق المقوى والكرتون، وتصنع منه حقائب صغيرة وحافظات أقلام، ودفاتر ملاحظات متنوعة. لاحظت هند إقبال الزبائن المستهدفين على شراء منتجاتها، فقررت أن تبدأ مشروعها الخاص؛ لذا تواصلت مع معلمتها، ودار بينهما الحوار الآتي:

هند: إنني أجيد فن إعادة تدوير الورق المقوى والكرتون، وتحويله إلى منتجات متقنة الصنع، وقد لاقى عملي هذا استحساناً وقبولاً من معظم الطالبات، وحتى المعلمات. ولهذا أردت أن أستوضح منك عن الخطوة التالية التي يتعين علي القيام بها لبدء مشروعى بعدما درست حاجات الزبائن ورغباتهم في السوق المستهدف. المعلمة: رائع يا هند، عليك الآن أن تحددى المواد والأدوات والعمالة اللازمة لصنع المنتج بصورته النهائية، وذلك بإعداد قائمة تضم كل ما يلزم، ثم تحديد الكميات أو الأعداد المطلوبة لكل منها. في اليوم التالي اجتمعت هند بالمعلمة لتطلعها على القائمة الآتية التي أعدتها:

الكمية	المواد والأدوات
٣	الورق المقوى
٥	الكرتون
١٥	الألوان
٤	أنواع اللاصق
٣	مقص
٥	خيوط
١٠	شرائط ملونة
لا توجد	مواد أخرى
العدد	العمالة
١	رسم

المعلمة: أحسنت يا هند. ولكن، لماذا تحتاجين لوجود رسام؟
هند: يرغب بعض الزبائن في رسم بعض الشخصيات الكرتونية على المنتج. ولأنني لا أملك مهارة الرسم؛
فقد أردت الاستعانة بصديقتي رهف المعروفة بمهارتها المتميزة في الرسم.

المعلمة: هل ستعمل معك رهف من دون مقابل؟
هند: لا يا معلمتي، فقد اتفقنا أن يكون نصيبها دينارين عن كل لوحة ترسمها، وأخبرتني أنها تستطيع رسم
(5) لوحات فقط في الشهر الواحد، وبذلك يكون نصيبها (10) دنانير شهرياً (عدد اللوحات التي ترسمها
شهرياً \times سعر اللوحة الواحدة).

المعلمة: كم عدد القطع التي يمكنك إنتاجها بهذا القدر من المواد والأدوات؟
هند: هذه الكمية تكفي لإنتاج (50) قطعة.

المعلمة: حسناً. إذن، يجب أن تحددى الآن التكلفة الإجمالية لإنتاج المنتج بصورته النهائية؟
هند: كيف يمكنني ذلك؟

المعلمة: إن التكلفة الإجمالية لصنع المنتج تشمل مجموع التكاليف (المصروفات، أو النفقات) اللازمة لشراء
المواد والأدوات، وأجور العمالة، فضلاً عن المصروفات الأخرى اللازمة لتصنيع المنتج حتى يصبح جاهزاً
للبيع؛ لذا يتعين عليك تحديد التكلفة الكلية لكل ما ورد في القائمة باستخدام المعادلة الآتية:
الكمية المطلوبة \times سعر الوحدة الواحدة.

في اليوم التالي أطلعت هند معلمتها على جدول التكاليف الآتي الذي أعدته، والذي يشمل الكميات وتكاليفها
في الشهر الواحد:

المواد والأدوات	الكمية	تكلفة الوحدة (بالدينار)	التكلفة الكلية للمادة (الكمية × سعر الوحدة الواحدة)
الورق المقوى	٣	٢	٦
الكرتون	٥	٣	١٥
الألوان	١٥	١	١٥
أنواع اللاصق	٤	٢	٨
مقص	٣	٢	٦
خيوط	٥	٢	١٠
شرائط ملونة	١٠	١	١٠
مواد أخرى	لا توجد		
العمالة	العدد	الأجر بالدينار	الأجر الكلي
رسام	١	١٠	١٠

المعلمة: رائع يا هند. والآن عليك أن تحددى موقعاً مناسباً لمشروعك، بحيث يكون قريباً من الزبائن، ويسهل الوصول إليه، فهل فكرت في ذلك جيداً؟

هند: نعم، لقد فكرت أن تكون غرفتي في البيت هي مكان التصنيع المبدئي لمنتجات مشروعى، وهذا لن يكلفني شيئاً. وفي ما يخص موقع عرض المنتجات فقد اقترحت على معلمة مشغل التربية المهنية أن تخصص لي زاوية صغيرة أعرض فيها منتجاتي بعد استشارة إدارة المدرسة التي وافقت على ذلك، وهذا أيضاً لن يكلفني شيئاً، وهو قريب من الزبائن الذين يمكنهم الوصول إليه بكل سهولة ويسر؛ لأنهم يمثلون طالبات المدرسة نفسها.

المعلمة: هل توجد مصروفات أو نفقات أخرى؟

هند: نعم، سأحتاج إلى سيارة أجرة لنقل القطع التي أنتجها من البيت إلى المدرسة، وهذا سيكلفني (١٠) دنانير شهرياً.

المعلمة: إذن، يجب أن تحسبي الآن مجموع التكلفة الإجمالية لصنع المنتجات (خمسون قطعة في الشهر الواحد)؛ وذلك بجمع مختلف تكاليف المواد والأدوات والأجور كالتالي:

التكلفة الإجمالية = مجموع تكاليف المواد والأدوات والأجور جميعها

= تكلفة الورق المقوى + تكلفة الكرتون + تكلفة الألوان + تكلفة اللاصق + تكلفة المقص + تكلفة الخيوط + تكلفة الشرائط الملونة + تكلفة أجور العمالة + تكلفة أجور النقل.

$$= 6 + 15 + 15 + 8 + 6 + 10 + 10 + 10 + 10 = 90 \text{ ديناراً.}$$

المعلمة: لا بد الآن من تحديد السعر اللازم لبيعها في السوق المستهدف. ولتحديد السعر، يلزمنا حساب تكلفة إنتاج القطعة الواحدة.

هند: وكيف ذلك يا معلمتي؟

المعلمة: تكلفة إنتاج القطعة الواحدة = التكلفة الإجمالية ÷ عدد القطع المنتجة.

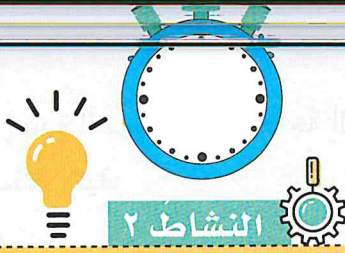
$$= 90 \div 50 = 1,80 \text{ دينار.}$$

إذن، يجب أن يكون سعر بيع القطعة الواحدة أكثر من دينار وثمانين قرشاً لتحقيق الربح، ويتعين عليك يا هند مراعاة أن يكون السعر مقبولاً للزبائن، وضمن نطاق أسعار السوق المطروحة.

هند: حسناً يا معلمتي، سأرى كيف يمكنني تحديد السعر.

في اليوم التالي أخبرت هند معلمتها أن السعر الذي يناسبها ويناسب الزبائن هو (٣) دنانير، وقد كان مقبولاً للجميع.

الحالة (٣-٣): التخطيط لتنفيذ المشروع.



النشاط ٢

أرباحي.

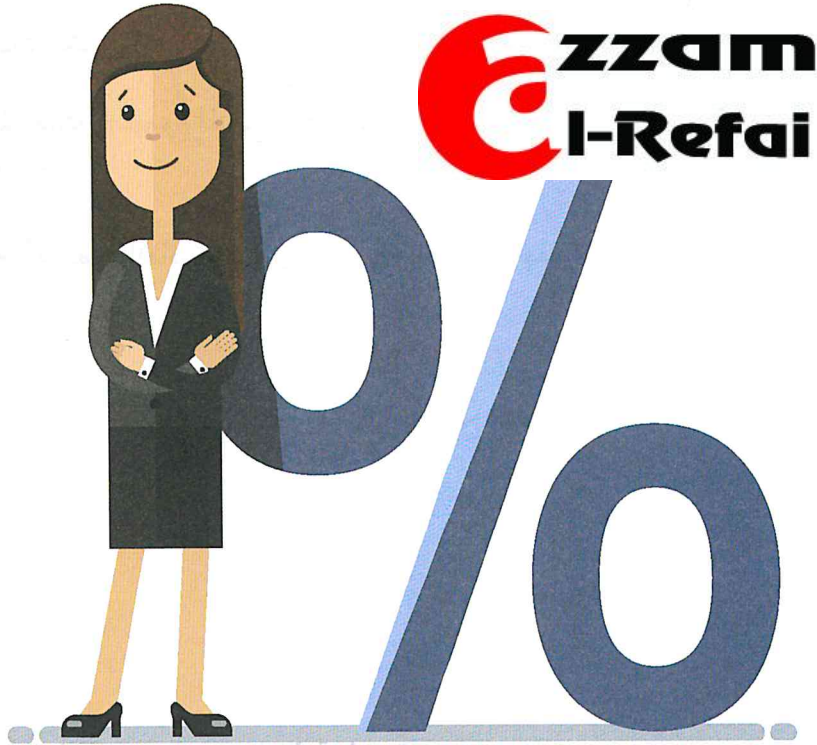
الهدفُ:

سيساعدك هذا النشاط على حساب ربح المشروع.



التعليمات:

- ستعملُ ضمنَ مجموعة.
- اطَّلِعْ أنتَ وزملاؤك في المجموعة على ورقة العمل (٣-٣): ربح المشروع، ثمَّ أجِبْ عنِ الأسئلة الواردة فيها.
- ناقِشْ أنتَ وأفرادُ مجموعتكِ الإجاباتِ معَ المجموعاتِ الأخرى.



تخيّل نفسك مكانَ هندِ صاحبة مشروع إعادة التدوير، وأنك بحاجة إلى تحديد التكاليف والمصروفات اللازمة للبدء بتنفيذ مشروعك، ثمّ أجب عن الأسئلة الآتية:

- ١- ما قيمة المبلغ (رأس المال) الذي يلزمك للبدء بتنفيذ مشروعك؟
- ٢- إذا كنت تملك (٣٠) ديناراً من المبلغ المطلوب، فما قيمة المبلغ المتبقي؟
- ٣- حدّد مصادر الحصول على التمويل اللازم (رأس المال) للبدء بتنفيذ المشروع:
 - المدخرات الشخصية.
 - المساعدة من الأقارب.
 - الاقتراض من الأصدقاء.
 - الاقتراض من الأقارب.



٤- إذا كان المبلغ مقترضاً، فكيف يمكنك سداد المبلغ؟

- سداد المبلغ كاملاً بعد مدة مقدّرها: ----- .
- سداد المبلغ على أقساط، بحيث يكون مقدار القسط ----- خلال مدة ----- .
- ٥- حدّد مقدار المبيعات الشهرية.

٦- حدّد العائد من المبيعات (مجموع المبالغ المحصّلة من بيع القطع خلال الشهر؛ أي: عدد القطع المباعة × سعر بيع القطعة الواحدة).

٧- حدّد مقدار الربح (مجموع العائد من البيع — مجموع التكاليف).

ورقة العمل (٣-٣): ربح المشروع.

تذكُر

التخطيط لتنفيذ المشروع:

يُعَدُّ التخطيطُ لتنفيذ المشروع مهمًّا لتحديد كلِّ ما يلزمُ لبدءِ تنفيذِه عمليًّا، وما يتطلبُه تصنيعُ المنتجِ بصورتِه النهائيَّة، ثمَّ بيعُه للزبائنِ على نحوِ يلبي حاجاتهم ورغباتهم؛ وهذا يُحتمُّ على صاحبِ المشروعِ تحديدَ ما يأتي:

- الأدواتُ والموادُ والوسائلُ والآلاتُ اللازمةُ لتصنيعِ المنتجِ.
- العمالةُ (المواردُ البشريةُ) التي يُمكنُها صنعُ المنتجِ وفقًا لقدراتها، ومهاراتها، وخبراتها.
- الموقعُ الجغرافيُّ للمشروعِ، وقربهُ من السوقِ المُستهدفِ، وسهولةُ الوصولِ إليه.
- كيفيةُ وصولِ الزبائنِ إلى مكانِ المشروعِ أو مُنتجاتِه، ومدى توافرِ المواصلاتِ.

تحديدُ جدوى المشروع:

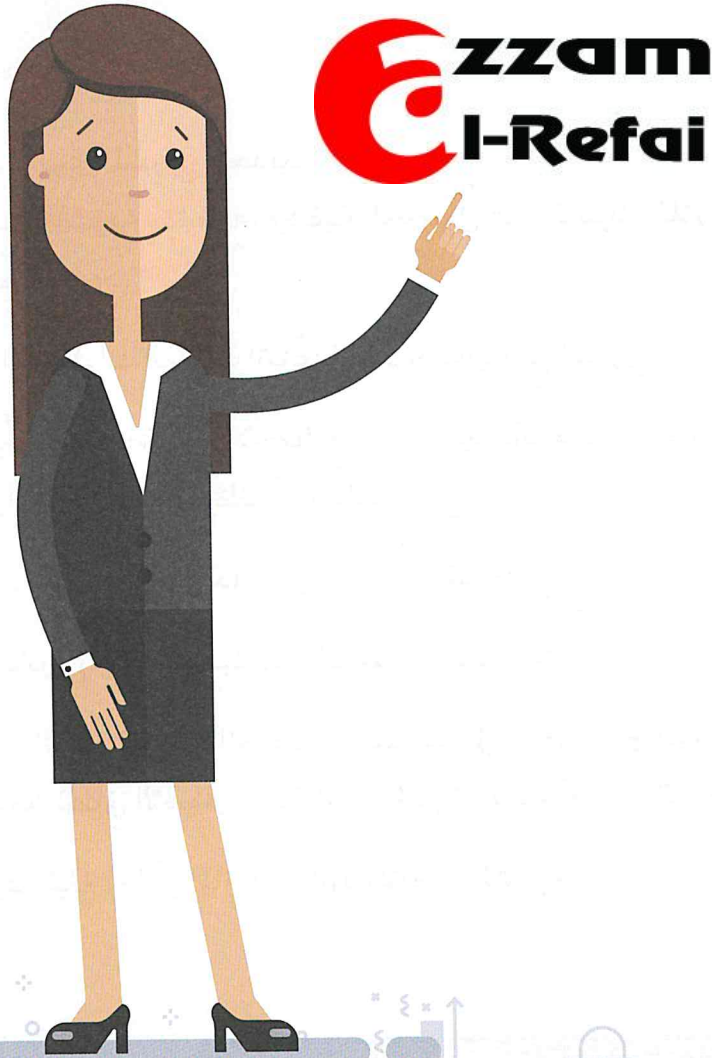
يُمكنُ تحديدُ جدوى المشروعِ بتحديدِ حجمِ التمويلِ اللازمِ لأمثَلِ لتشغيلِه، وذلكَ بتحديدِ التكاليفِ اللازمةِ لإنشاءِ المشروعِ وتشغيلِه، وكيفيةِ الحصولِ على التمويلِ اللازمِ، وحُسنِ إدارتهِ واستخدامِه لتحقيقِ الربحِ المنشودِ.

وفي ما يأتي الإجراءاتُ الواجبُ اتباعها عندَ حسابِ ربحِ المشروعِ:

- ١- تحديدُ تكلفةِ المشروعِ الإجماليةِ، وذلكَ بإيجادِ مجموعِ تكاليفِ المشروعِ كُلِّها، مثل: تكلفةِ الأدواتِ والموادِ، وأجورِ الموظفينِ، وتكلفةِ الموقعِ.
- ٢- تحديدُ تكلفةِ إنتاجِ الوحدةِ الواحدةِ من المنتجِ؛ أي:

$$\text{تكاليفُ المشروعِ الإجماليةُ في المدَّةِ الزمنيةِ المحدَّدة} \div \text{الكميةُ الكليةُ للمنتجِ في تلكِ المدَّةِ الزمنيةِ}$$
- ٣- تحديدُ السعرِ للوحدةِ الواحدةِ، بحيثُ يشملُ تكلفةَ إنتاجِ الوحدةِ الواحدةِ معَ هامشِ الربحِ، ويكونُ ضمنَ نطاقِ الأسعارِ المتداولةِ في السوقِ المُستهدفِ، والقدرةِ الشرائيةِ للزبائنِ.
- ٤- تحديدُ المبلغِ (رأس المالِ) المطلوبِ لتنفيذِ المشروعِ.

- ٥- تحديد طرائق الحصول على التمويل اللازم لبدء تنفيذ المشروع.
- ٦- تحديد العائد (الإيرادات) من المبيعات، بحيث يساوي كمية المنتج المباعة مضروبة في سعر البيع للوحدة الواحدة.
- ٧- تحديد ربح المشروع: العائد من المبيعات - تكلفة المشروع الإجمالية.



إذا طُلبَ إليك تأسيس مشروع لزراعة أشجار الزينة الصغيرة، فهل يُمكنك حساب مقدار الربح الذي سيحققه المشروع؟

ناقش أفراد أسرتك في ذلك، ثم شارك معلمك وزملاءك في النتائج التي تتوصل إليها.





١- ما المقصود بتكاليف المشروع الإجمالية؟

٢- ادرس الحالة الآتية، ثم أجب عن الأسئلة التي تليها:

صنعت ليال وشريكاتها الثلاث أواني خزفية من الصلصال وبعض مواد الزينة، وقد تطلب ذلك ما يأتي:

أ- شراء المادة الآتية:

- (١٠) كيلوغرامات من الصلصال بكلفة (٦) دنانير للكيلوغرام الواحد.

- شراء مواد الزينة الآتية:

- (٥٠) متراً من شرائط القماش الملونة بسعر دينارين للمتر الواحد.
- (٢٠٠) علبة من الألوان المائية بسعر دينار للعلبة الواحدة.
- (١٥) علبة خرز ملون بسعر دينار للعلبة الواحدة.

- استئجار غرفة في مبنى قريب من منازل الشريكات، قيمة إيجارها الشهري (٨٥) ديناراً تُدفع في بداية الشهر.

ملحوظة: لم تحتج ليال وشريكاتها إلى أيدي عاملة؛ لأنهن يملكن المهارة والخبرة اللازمتين لصنع الأواني الخزفية.

ب- تصنيع ليال وشريكاتها (٢٠٠) قطعة من المنتج ذات أشكال وحجوم مختلفة وألوان جذابة.

ج- تحديد ليال وشريكاتها سعر بيع القطع المختلفة بأربعة دنانير للقطعة الواحدة.

د- بيعت (١٦٠) قطعة من المنتج.

هـ- تجميع ليالٍ وشريكاتها (٢٠٠) دينارٍ من مَدخراتهن الخاصة؛ إذ أسهمت كلٌّ منهن بمبلغ (٥٠) ديناراً، واعتبرن المبلغ جزءاً من رأس المال المطلوب.

و- اقتراض ليالٍ وشريكاتها المبلغ المتبقي من رأس المال المطلوب من صندوق المرأة لتمويل المشاريع الصغيرة؛ على أن يسدّد هذا المبلغ في صورة أقساطٍ شهرية، قيمة كلٍّ منها (٥٠) ديناراً.



المطلوب:

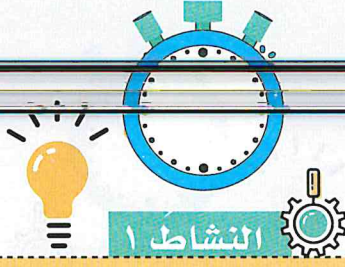
- ١- حساب التكلفة الإجمالية.
- ٢- حساب تكلفة إنتاج القطعة الواحدة.
- ٣- تحديد رأس المال المطلوب للبدء بتنفيذ المشروع.
- ٤- تحديد المبلغ المقترض.
- ٥- تحديد عدد الأقساط الشهرية لسداد المبلغ المقترض.
- ٦- حساب إيرادات البيع.
- ٧- حساب مقدار الربح.



الدرس الخامس عرض المنتجات

بعد الانتهاء من صنع المنتجات يتعين الاتصال بالآخرين، وتعريف الزبائن بأنواع السلع والخدمات، وإبراز أهم مزايا هذه المنتجات بما يناسب رغبات الزبائن وأذواقهم، وذلك بلفت انتباههم، وإثارة اهتمامهم، وإقناعهم بشرائها، وهذا لا يتحقق إلا بالترويج لهذه المنتجات بطريقة فاعلة، وعرضها بشكل يجذب انتباه الممولين والمستثمرين، ويجعلهم مستعدين لتقديم الدعم والتمويل اللازمين لتبني فكرة المشروع، والتوسع في عملية الإنتاج.





النشاط ١

الترويج.

الهدف:

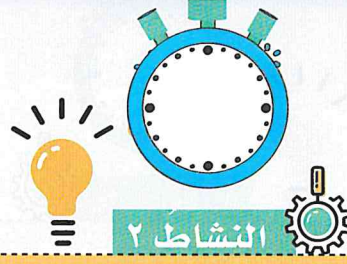
سيساعدك هذا النشاط على تعرف مفهوم الترويج.



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- اختر قائداً للمجموعة.
- أحضر أنت وأفراد مجموعتك ورقة بيضاء.
- وجه القائد إلى كتابة كلمة (الترويج) داخل دائرة وسط الورقة البيضاء.
- ساعد قائد المجموعة على إيجاد كلمات مفتاحية مرتبطة بمفهوم الترويج.
- يدون القائد الكلمات المفتاحية جميعها حول الدائرة المرسومة وسط الصفحة.
- صغ أنت وأفراد مجموعتك تعريفاً لمفهوم الترويج، مستخدماً الكلمات المفتاحية المدونة في الورقة.
- ناقش أنت وأفراد مجموعتك المعلم في هذا التعريف.





وسائل الترويج.

الهدف:

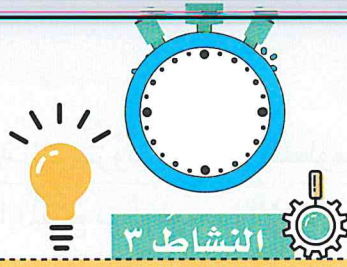
سيساعدك هذا النشاط على تحديد وسائل الترويج.



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- أحضر أنت وأفراد مجموعتك ورقة بيضاء وقلمًا.
- دوّن أنت وأفراد مجموعتك رقم المجموعة في رأس الورقة.
- فكّر أنت وأفراد مجموعتك في أكبر قدر ممكن من وسائل الترويج للمنتجات.
- مرّر أنت وأفراد مجموعتك الورقة إلى المجموعة المجاورة (باتجاه عقارب الساعة).
- اطلع أنت وأفراد مجموعتك على المعلومات التي دوّنتها المجموعة السابقة، ثمّ دوّنوا نقاطًا أخرى غير مذكورة.
- تكرّر الخطوتان السابقتان حتى تعود كل ورقة إلى مجموعتها الأصلية.
- ناقش أنت وأفراد مجموعتك المعلم في النتائج التي توصلتم إليها.





أسلوب الترويج.

الهدف:

سيساعدك هذا النشاط على تصميم أسلوب الترويج لمنتج مشروع المجموعة.



التعليمات:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- صمم أنت وأفراد مجموعتك أسلوب الترويج لمنتج مشروعكم، وذلك بالإجابة عن الأسئلة الآتية:
 - ١- ما أسلوب الترويج الذي ستستخدمونه في الترويج لمنتج مشروعكم؟
 - ٢- ما الطريقة التي ستستخدمونها (ضمن الأسلوب الخاص بالترويج) في الترويج لمنتج مشروعكم؟
 - ٣- ما السيناريو الخاص بأسلوب الترويج لمنتج المشروع؟
- صمم أنت وأفراد مجموعتك شكل الأسلوب الذي سيستخدم في الترويج لمنتج المشروع.
- اعرض أنت وأفراد مجموعتك التصميم الخاص بكم أمام المجموعات الأخرى.



الترويج: أحد الأنشطة التسويقية التي تزود الزبائن بالمعلومات الخاصة بالمنتج؛ بغية التأثير في سلوكياتهم، وحفزهم إلى شراء هذا المنتج دون غيره، والإقبال على شرائه.

وسائل الترويج:

توجد وسائل عدة لترويج المنتجات، أبرزها:

١- الإعلان: يكون ذلك عن طريق الإذاعة والتلفاز، أو البريد الإلكتروني، أو الرسائل النصية، والوسائل المطبوعة (مثل: الصحف، والمجلات) أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، مثل: صفحات الفيس بوك، والتويتر، والانستغرام.

٢- البيع الشخصي: يقصد به التواصل المباشر مع الزبائن عن طريق رجال البيع (مندوبو المبيعات).

٣- تنشيط المبيعات: يتم ذلك بإقامة المعارض، وعمل المسابقات، وتخفيض الأسعار، وتقديم الهدايا، وتوزيع العينات المجانية.

هناك العديد من القيم التي يجب الالتزام بها في عمليات الترويج، ومن أهمها الالتزام بالأمانة والصدق والعدل والموضوعية في تقديم المنتجات.



ابحث في شبكة الإنترنت عن عروض تقديمية جاهزة، ثم اختر منها عرضاً ترى أنه لا يحفل بالجوانب الأساسية التي يتعين مراعاتها عند التصميم، وبين ذلك، ثم شارك معلمك وزملاءك في ما تتوصل إليه.

ZZAM
I-Refai



١- عدد وسائل الترويج، ثم اذكر مثالا على كل منها.

٢- حدد عنصر الترويج المستخدم في كل من الحالات الآتية:

أ- أعدت أحلام منشورا باستخدام برنامج الناشر الإلكتروني، وقد احتوى المنشور على صورة مُنتجها مذيلا بعبارة جاذبة.

ب- وزع عبدالرحيم - بالتعاون مع بعض موظفي الشركة - بعض المنتجات مجانا على مجموعة من الزبائن لتجربته.

ج- أعدت هند تقريرا بيئت فيه نسبة مبيعات المنتج، ومدى إقبال الزبائن على شرائه، وبعض آرائهم، ثم نشرته في إحدى الصحف المحلية.

د- أقام فادي معرضا كبيرا دعا إليه الزبائن لتعرف منتجاته، والترويج لها.

هـ- أعد علي مشهدا تمثيلا غنائيا يعرض المنتج الخاص به.

و- قابلت سميرة - بالتعاون مع مسوقي المشروع - بعض الزبائن، وعرفتهم بالمنتج، وحاولت إقناعهم بشرائه.

ز- روج خلف لمنتجه بكتابة النص الآتي على باب المحل: "اشتر قطعة، واحصل على هدية".

٣- برأيك، لماذا يُعدُّ ترويج المنتج للزبائن أمرا ضرورياً؟

١- وضح المقصود بكل مما يأتي:

أ- أداة سكامبر (SCAMPER).

ب- الترويج.

٢- استخدم أداة سكامبر (SCAMPER) في تطوير فكرة مبتكرة من الأفكار الآتية:

الفكرة الجديدة المبتكرة	الطريقة المستخدمة	الفكرة الأصلية
		إطارات السيارات
		أوراق الجرائد
		الهاتف المحمول
		ستائر النوافذ

٣- اذكر مثالا على كل أسلوب من أساليب الترويج الآتية:
أ- الترويج باستخدام الإعلان.

ب- الترويج باستخدام البيع الشخصي.

ج- الترويج باستخدام تشييط المبيعات.

٤- ما أهم الأمور التي يجب تحديدها في دراسة السوق؟

٥- ما الجوانب التي يتعين تحديدها عند التخطيط لتنفيذ المشروع؟

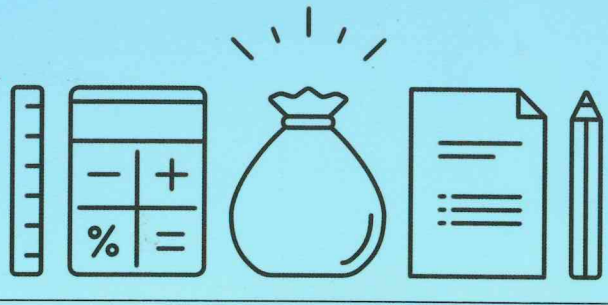
٦- يتضمن مشروع عمر الفني إعداد لوحات فنية متنوعة بالرسم على المرايا بناءً على رغبة الزبائن،
علمًا أن تكلفة إنتاج اللوحة الواحدة هي (٨) دينار، وأن عدد اللوحات المباعة هو (٨٠) لوحة:
أ- إذا رُسِمَت (١٠٠) لوحة فنية، فما التكلفة الإجمالية لإنتاجها؟

ب- إذا كان سعر البيع للوحة الواحدة هو (١٢) دينارًا، فما إيرادات البيع؟

ج- ما مقدار الربح؟

الثقافة المالية

الصف العاشر



zzam
I-Refai

ISBN 978-9957-84-809-5



9 789957 848095

المطابع
المركزية