

نصائح وإرشادات للرياديات:

— تطوير مشاريع صغيرة لنساء القدس الشرقية —

Tips and Tricks for Entrepreneurs:
— developing microenterprises for
— women in East Jerusalem —



قائمة المحتويات

2	مقدمة
3	كيف تبدأ مشروعك الخاص
3	القسم الأول: الخطوات التي عليك المرور بها للبدء بمشروعك الخاص
8	القسم الثاني: المزيج التسويقي
12	القسم الثالث: التحليل الرباعي (نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات)
14	القسم الرابع: الخطة التمويلية
15	مهارات حياتية
15	الاتصال والتواصل
16	توكيد الذات
17	التقييم الذاتي وتقييم مخاطر الأمان
18	نقاط القوة وكيفية تعزيزها
19	حل المشكلات
20	العناية والصيانة المنزلية
20	مفاهيم عامة عن الصيانة
21	صيانة الأجهزة الكهربائية
21	طرق ترشيد استهلاك الكهرباء
22	طرق ترشيد استهلاك الماء
22	الطرق الصحيحة لشراء قطع ومعدات الصيانة
22	إجراءات السلامة العامة عند عمل الصيانة

مقدمة

يضم هذا الكتيب في طياته أهم النقاط البارزة لمشروع استمر على مدار ثلاث سنوات وهدف إلى تمكين النساء في القدس الشرقية اقتصاديا ونفسيا، حيث عمل المركز العربي للتطوير الزراعي (أكاد) على تطوير خمسة مشاريع صغيرة لرياديات مقدسيات بدعم من مؤسسة هينريش بل الألمانية وبالتعاون مع أربع مؤسسات مجتمعية ضمن إطار مشروع «النهوض بحقوق النساء والأطفال الفلسطينيين المهمشين في القدس الشرقية (2014-2017)» الممول من قبل الاتحاد الأوروبي.

ويقدم هذا الكتيب الدعم للنساء الرياديات من أجل تأسيس مشاريعهن بدءاً من تحضير الخطة التمويلية وانتهاءً بعمليات المسح الخاصة بالزبائن والمنافسين. بالإضافة إلى ذلك، يقدم هذا الكتيب جملة من النصائح حول طريقة الحفاظ على المعدات وإصلاحها إلى جانب بعض النصائح المتعلقة بالرفاه الاجتماعي وذلك من أجل التعامل مع الضغط النفسي المرافق لبدء تأسيس أي مشروع جديد.

This booklet encompasses the most important highlights of a three-year project aiming at empowering women in East Jerusalem economically and psychosocially. Indeed, within the EU funded project "Advancing the Rights of Vulnerable Palestinian Women and Children in East Jerusalem" (2014 -2017), ACAD, with the support of the Heinrich Böll Stiftung (hbs), developed five microenterprise of women in East Jerusalem in partnership with four Community-Based Organization.

This booklet should support all women entrepreneurs in opening a business, from preparing a financial plan to surveying competitors and customers. Further, this booklet also offers tips on how to maintain and repair business equipment as well as tips on social-wellbeing to deal with the psychosocial pressure of opening a new business.

الاسم	نوع العمل التجاري	معلومات الاتصال	المؤسسة المجتمعية الشريكة
المطبخ الغجري Gypsy Kitchen	مطعم لتقديم الطعام	القدس- شغافط- شارع 10 025324510 0528022895 domarisociety@gmail.com Domari Gypsy Kitchen	جمعية الدومري الخيرية
سمسم	حلويات ومعجنات	العزيزية- دوار الإسكان "بالقرب من مطبعة النور" 022797460 0592384843 acs_jerusalem@yahoo.com simsim.pal	جمعية العزيزية الخيرية
مقدسيات	مشغل خياطة وتصميم أزياء	القدس- الثوري- بالقرب من العباسية 0542296602 0542296604 0542296605 awc-Jerusalem@hotmail.com مشغل مقدسيات للخياطة	المركز النسوي - الثوري/سلوان
بذور مقدسية Jerusalem Seeds	دفيئة زراعية	القدس- البلدة القديمة- شارع الملك عيسى المعظم- برج اللقلق 026277626 info@burjalluqluq.org بذور مقدسية - jerusalem seeds	جمعية مركز برج اللقلق المجتمعي
أيادي مقدسية Jerusalem Hands	مربي ومخللات	القدس- البلدة القديمة- باب حطة- برج اللقلق 026277626 info@burjalluqluq.org أيادي مقدسية - jerusalem hands	جمعية مركز برج اللقلق المجتمعي

كيف تبدأ مشروعك الخاص

يقدم هذا الجزء توجيهات واضحة للرياديات اللاتي يخططن للشروع بمشاريعهن الجديدة، حيث توفر هذه الوثيقة منهجاً مفصلاً للبدء بمشروع جديد بدءاً من الخطة القانونية وصولاً إلى المزيج التسويقي أو الخطة التمويلية اللازمة لأي مشروع. سيتم توضيح بعض المفاهيم التجارية من خلال أمثلة ملموسة ومنتقاة من هذه المشاريع الصغيرة والتي تأسست من خلال منظومة المشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي ضمن نشاطات مشروع «النهوض بحقوق النساء والأطفال الفلسطينيين المهمشين في القدس الشرقية».

وتجدر الإشارة إلى أنه وفي حال أردت أن يكون النجاح حليفاً لمشروعك الجديد، يجب عليك تحليل مؤهلاتك الشخصية والمهنية وإعداد موازنة معقولة وضمان دقة الإدارة المالية لمشروعك، وإياك أن ينفذ صبرك أو تسهو عينيك حتى ترى براعم مشروعك النور.

القسم الأول: الخطوات التي عليك المرور بها للبدء بمشروعك الخاص

الخطوة الأولى: اقتنص الفكرة - واخضعها لتقييمك الشخصي

1- جدي فكرة مشروعك الضالة:

قبل البدء بأي شيء، تحتاجين اقتنص فكرة لديك الحماس والاهتمام الكافيين بها لأن مشروعك سيأخذ جزءاً كبيراً من وقتك وجهدك ومالك! ولا تنس أن يكون مشروعك ساحة لنقاط قوتك، كذلك واحرصي على إيجاد أفكار من خلال البحث عن الأمور التي يحتاجها الناس ولديهم الاستعداد لدفع المال لقاء الحصول عليها؛ لذا لا تتردي في إطلاق العنان لتفكيرك وإبداعك حتى تعثري على فكرة لمشروعك.

2- ولكن هل فكرتك ممكنة؟

ولكن وقبل أن تُحلقي بفكرتك أبعد من حدود الممكن، خذي فرصة للتفكير ملياً في مصداقية وموضوعية فكرتك. لهذا الغرض اسألي نفسك: هل تدرج هذه الفكرة ضمن ما لدى الناس استعداد لدفع المال للحصول عليها؟ هل تنطوي على ربح مجدي يستحق ما ستقومين به من جهد وما ستخصصينه من وقت؟ باختصار، عليك أن تكوني متأكدة كالشمس في وضوح النهار من إمكانية تطبيق هذه الفكرة.

3- ماذا عن مدى تميز فكرتك؟

ينبغي أن تتسم فكرتك بالتميز لكي تضمن حيزاً تنافسياً لها في السوق، يجب أن تكون من التميز بحيث تضمن تمييز مشروعك بالنجاح والألق الذي سيجذب العملاء والزبائن. لكن لا تدعي فكرة التميز هذه تنسيك بأنه لا بد من وجود طلب وحاجة لهذه الفكرة في السوق، لذا عليك أن تعلمي على تميز فكرتك مقارنة بالخدمات والمنتجات الأخرى المشابهة.

تجدر الإشارة لضرورة التخطيط ووضع الأهداف، والأهم من ذلك أن تعرفي نفسك خلال دراستك لفكرة مشروعك، كما يُنصح القيام بعمل تحليل لنقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لكي تتمكني من تحديد نقاط القوة التي تكتزنها ونقاط الضعف التي تعتريك.

ملاحظة

الخطوة الثانية: عليك تحليل سوق مشروعك

كما هو حال الفكرة هو حال السوق؛ لذا عليك اختيار سوق تعرفينه ويثير اهتمامك وحماسك. وما أن تعثري على فكرة مشروع تسجمر وأهدافك وأسلوب حياتك، يكون الوقت قد حان لتقييم الفكرة الخاصة بك. لهذا الغرض أعطي نفسك فسحة من الوقت لاستجواب فكرتك من خلال طرح أسئلة مثل: من الذي سيقوم بشراء منتجك أو خدمتك؟ من منافسيك؟ وهذا سيقودك لضرورة تحليل المضمار الخاص بمشروعك. تجدر الإشارة إلى أنه كلما قمت بعمل تحليلات أكثر حول مضمار عمل مشروعك زادت فرصك في المنافسة في السوق. بإمكانك تحليل سوق مشروعك من خلال إجراء بعض عمليات البحث بواسطة محرك غوغل للبحث أو التحدث إلى الأشخاص الضليعين في هذا المضمار وسؤال الأطراف الأساسيين في هذه الصناعة، وعليك أيضاً بقراءة بعض المواقع والصفحات الإلكترونية، وإذا لم يكن لديك الوقت لفعل ذلك، يمكنك طلب المساعدة من أشخاص آخرين على سبيل المثال بعض الدوائر الحكومية والمستشارين على سبيل المثال لا الحصر.

يجب عليك عمل تقييم للسوق لكي تتمكني من رؤية مدى جذب الصناعة التي أنت بصدد الإقدام على دخول معتركها، لذلك لا تتوانى بإلقاء نظرة على الأمور التالية التي يجب أن تأخذها بعين الاعتبار:

1. ما مدى أهمية المنتج أو الخدمة التي سيقدمها مشروعك؟
2. هل الزبائن على استعداد لدفع المال لقاء الحصول على هذه الخدمة أو المنتج؟ بكلمات أخرى، يجب عليك فحص حجم سوق المنتج الخدمة التي سيقدمها مشروعك؟
3. مدى سهولة الأمر وكمر سيكلفك ذلك من أجل الحصول على الزبائن؟ حيث تتطلب بعض المشاريع إلى استثمارات أكبر من غيرها.
4. كم تحتاجين من الوقت لتستطيعي الدخول إلى السوق؟ (شهر/سنة)
5. ما هي الفترة الزمنية التي يمكن أن يبقى بها مشروعك مستمر دون توقف؟ حيث تستمر بعض المنتجات لفترة محددة من الزمن، الأمر الذي يجب أن تأخذه بعين الاعتبار وعلى محمل الجد.

وفي ذات السياق، حاولي معرفة منافسيك قدر المستطاع، بحيث تجدي إجابات للأسئلة التالية:

- ما الذي يقدمونه للزبائن؟
- كيف يجذبون اهتمام وانتباه الزبائن؟
- إلى أي مدى ينال ما يقدمونه رضى الزبائن؟

في حال تمكنت من الإجابة عن هذه الأسئلة، ستعدين قادرة على اكتشاف ما ينقصك، بحيث ستصبح مهمتك أسهل بكثير عند قيامك بتأسيس مشروعك الخاص.

الخطوة الثالثة: أكسبي مشروعك صفته القانونية

خلال تقييمك لفكرة المشروع الخاص بك، خذي فسحة من الوقت لتتعرفي على إيجابيات وسلبيات الهيكليات القانونية للمنشآت التجارية المختلفة. ويُنصح أن تعلمي مع محاسب معتمد للحصول على كافة التفاصيل، حيث أن هذه الجزئية ليست المكان المناسب للوقوع بأي أخطاء! يجب عليك التأكد من التصاريح والرخص اللازمة لإكساب مشروعك صفة قانونية، إياك أن تنسى التأكد من فئة التأمين الذي تحتاجينه لمشروعك. وتجدر الإشارة هنا إلى أنواع الهيكليات القانونية للمنشآت التجارية تتنوع ما بين ملكية فردية، والشراكات، والتعاون، والمسؤولية المحدودة إلخ.

من الجدير بالذكر أن إضفاء الصفة القانونية على عملك قد يكون مكلفاً، لكنه مفيد ويستحق عناءه، وفي ذات السياق عليك اختيار اسم لمشروعك والتثبت من توافره.

الخطوة الرابعة: حان وقت التخطيط-إعداد خطة عمل

تذكري دائماً بأن التخطيط السليم يمكننا من الوصول إلى أهدافنا وغاياتنا! سواء أكنت تخططين لتمويل مشروعك أو الحصول على تمويل خارجي، يجب عليك عمل خطة عمل، والتي تعتبر بمثابة خارطة الطريق التي تمكنك من إبقاء نظريك للأمام وكيفية تحديد مصادرك

وكيفية التركيز على النقاط الأساسية وكيفية بلوغ الجهوزية لمواجهة المشاكل المحتملة والاستفادة من الفرص المتاحة. تعتبر خطة المشروع ضرورية من أجل إدارة وتشغيل المشروع وتحسين نموه وتطوره حسب الأولويات. بإمكانك استخدام خطة المشروع الخاص بك لتحديد الاستراتيجية والنشاطات التي سيتم تنفيذها والتي تتضمن أيضاً التواريخ الرئيسية والمواعيد النهائية والموازنات والتدفق النقدي. ستتمكن من خلال الخطوات أدناه من معرفة الأسس لإعداد خطة عمل بسلاسة وكفاءة.

١. تحديد تكلفة العمليات:

هل تعلمين أن وجود خطة عمل متينة يجسد متطلب أساسي لأي مستثمر. إن أفضل الطرق للبدء بخطة مشروعك يستدعي تكاليف العمليات التي ينطوي عليها مشروعك. ستساعدك هذه الخطة على تحديد كمية المال المطلوبة من أجل إنتاج المنتج أو تقديم الخدمة التي تنوين تقديمها أو إنتاجها. وتتضمن هذه الخطة معلومات تتعلق بتكاليف الإنتاج، والضرائب وأجور العمال وإيجاد حيز لمباشرة هذه العمليات وغيرها، إضافة إلى أن هذه العملية ضرورية لتحديد ما إذا كانت نشاطاتك ومشروعك مدرراً للربح أم لا.

٢. تحديد السوق المرتقب:

عليك أن تتحلي بالواقعية في هذه المرحلة، ليس الواقعية فحسب، بل عليك طرح بعض الأسئلة على نفسك مثل كم عدد الأشخاص الذين سيستفيدون من منتجك أو خدمتك؟ كم تُراهم سيدفعون لقاء الحصول هذه الخدمة؟ وفي حال كان أي من الرقمين متدني بالمقارنة فيما سيكلفك البقاء في هذا المشروع، فذلك إشارة ودعوة مباشرة لك لإعادة النظر أو تغيير الخطط الخاصة بك قبل المضي قدماً.

٣. تحديد المعوقات:

يجب عليك التخطيط لمعالجة كافة المشاكل التي من الممكن أن تعترض طريقك في تشغيل وإدارة المشروع بغية إزالة أو تقليل آثار هذه المشاكل تحسباً.

- تقييم المنافسين: هذه إحدى القواعد التي عليك تذكرها، إذا كانت الحصة السوقية أو عرض المنتجات قوي وثابت فإن ولوجك للسوق سيكون صعباً لا محال. لن يرغب أي شخص بشراء نسخة حديثة ذات سعر مساوٍ لمنتج موجود سابقاً في السوق؛
- من الضروري استكشاف اللوائح والقوانين ذات الصلة، لا سيما تلك المتعلقة بالضرائب؛
- التثبت من عدم انطواء المشروع على تكاليف باهظة جداً مثل معدات غالية الثمن، لكي تبقي متيقنة من ربحية المشروع.

علاوة على ذلك قد تكوني عرضة لمشاكل شخصية أو فردية، عند قيامك بالبدء بالمشروع على سبيل المثال غياب دعم العائلة والأصدقاء، لذلك كوني من الحذر ما يمكنك من التغلب عليها بسهولة.

الخطوة الخامسة: إعداد خطة تسويقية

١. أولاً عليك صياغة الموازنة: ما أن تمتلكي فكرة عامة عما لديك من مال، سارعي بإعداد موازنة لأغراض التسويق لتحديد المبالغ المتاحة لأغراض الإعلان؛

٢. انسجام أفكارك ومعطيات موازنتك: عند معرفتك بالمبالغ التي تمتلكينها، لا تتوان في البحث عن تكاليف مختلف ضروب الإعلان والتسويق للخروج بأفكار تناسب هذه الطرق ونطاق أسعارها. على سبيل المثال: إذا كانت لديك مبالغ كبيرة من المال لتصرفها على التسويق، يمكنك عندئذ التفكير في تصوير إعلان تلفزيوني. في المقابل، إذا كانت موازنتك محدودة فعليك التفكير بسبل توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بفاعلية لبلوغ مرادك، حيث تعتبر هذه الأخيرة فعالة جداً وذات تكلفة قليلة.

٣. تخطيط توقيت ونقاط التسويق: بعد اختيارك لنوع التسويق الذي تنوي استخدامه، فكري بأكثر الأماكن فاعلية ليتم الإعلان عن منتجك من خلالها في اليوم أو الشهر أو السنة التي ستعمل بها وذلك من أجل الوصول إلى السوق المستهدف بفعالية أكبر. خلال قيامك بذلك لا تنس اتباع النصائح التالية:

- تأكدي من استخدام نمط التسويق الذي يتناسب مع فئة الزبائن المستهدفة والتي يرتقب بأن يثير منتجك أو خدمتك اهتمامهم. على سبيل المثال، ستكون عملية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للإعلان عن منتجات/ خدمات تستهدف زبائن شباب بمثابة فكرة أفضل من استخدام الراديو؛
- علاوة على ذلك، وفي حال كنت تقدمين خدمات موسمية، يجب عليك أخذ الوقت المناسب بعين الاعتبار بحيث اختيار الفترة الأنسب من السنة للإعلان والترويج لخدمتك أو منتجك، وعلى ذات النسق تحتاج الإعلانات التلفزيونية إلى أن يتم التخطيط بفعالية لكي تشاهدها الشرائح الديمغرافية والسكانية المطلوبة وفي الوقت المطلوب؛
- احرصي على إجراء إحصائيات ومسوح للسوق المستهدف، على سبيل المثال، في حال كنت تتجين سلع استهلاكية، بإمكانك فحص بضائع وأسعار المنافسين في محال السوبر ماركت، ويمكنك أيضاً أن تطلبي من الزبائن تعبئة استبانة مصممة لهذا الغرض (على سبيل المثال يمكنك سؤال الزبائن عن رغبتهم الشرائية وما هي الأسعار التي يجد الزبون نفسه مستعداً لدفعها لقاء الخدمات أو المنتجات التي تقدمين).

الخطوة السادسة: الحصول على التمويل

1. تواصل مع البنك الخاص بك: يُفضل الاتصال بأحد البنوك التي تربطك بهم علاقة جيدة، واستفسري عن قروض تمويل المشاريع التي يقدمونها وكيف يمكن الاستفادة منها على صعيد مشروعك. لا تنسي نصيحتنا، الجئي لبنك تعرفينه مسبقاً لأن ذلك سيسهل الوصول لسجلاتك المالية، كما وسيكون لدى البنك ثقة أكبر لكي يستثمر بك.
2. ابحثي عن مستثمرين محليين: يعتبر قيامك بالبحث عن مستثمرين محليين بمثابة خيار جيد في حال كانت القروض البنكية غير كافية لمساعدتك في البدء بمشروعك. على سبيل المثال، لربما هناك مستثمرين محليين يرغبون بتشجيع ودعم النساء. لذلك لا تتوان في بذل قصارى جهدك لإيجاد أشخاص قادرين على تمويل مشروعك وقادرين في ذات الوقت على تحفيزك للمضي قدماً. وبإمكانك البحث عن شركات يمكنها أن تقدم لك بعض القروض (مع أخذ نسب الفائدة والشروط بعين الاعتبار)؛
3. حاولي التقرب من الأصدقاء والأقارب: حاولي إيجاد أشخاص يعرفونك منذ فترة طويلة ويؤمنون بك وبقدراتك وبنواياك بشكل كبير. يمكن لهذه الأشخاص أن يقفوا إلى جانبك عندما تمرين بفترات عصيبة في المراحل الأولية لتأسيس مشروعك وعملك التجاري، أو ربما سيقومون بمساعدتك في الحصول على الأموال. ولكن لا تنسي أن تبلغهم بأن هذه الأموال مخصصة كرأس مال لمخاطرة استثمارية، ومن الممكن خسارته بشكل كامل، ومن الممكن ألا يتم إرجاعه على الأمد القصير.

ملاحظة مهمة بغض النظر عن المصدر الذي ستأخذين منه التمويل المطلوب، احرصي على توفير معلومات استراتيجية وتشغيلية ومحاسبية مهمة ودقيقة للممول وبوتيرة دورية (في العادة مرتين سنوياً). من الجيد عقد اجتماع لمجلس الإدارة إذا كان بإمكان الجميع الحضور.

الخطوة السابعة: تأسيس البنية التحتية- إنشاء المحل

هل أتممت الخطوات السابقة؟ رائع، ولكن ما زال لديك جملة من الأمور التي عليك القيام بها: أولاً عليك إيجاد موقع ملائم للقيام بأنشطة المشروع، ولا تنسي شراء السلع اللازمة وتركيب الهاتف، والطابعة والقرطاسية، وتعيين الموظفين، وتحديد الأسعار، علماً بأن كل خطوة من هذه الخطوات تحتاج دراسة وعناية للقيام بها.

أما فيما يتعلق بموقع ومكان المشروع الخاص بك، من الممكن أن يكون بمثابة مكتب منزلي في البداية في حال كنت بحاجة إلى مساحة صغيرة ولم تكن هناك حاجة لوجود موظفين، أو لعل مشروعك بحاجة لورشة كاملة؟ من الأفضل استئجار مكتب بتكاليف متدنية في البداية بدلاً من استئجار مكتب فاخر. يعتمد كل ذلك على ما تخططين له وحجم المشروع الذي توين القيام به. نعلمك بأن ذلك سيحتاج الكثير من الوقت، لذلك وبينما تفكرين بذلك لا تنسي الأمور التالية:

- **السعر:** من الأفضل استئجار مكتب بتكاليف زهيدة في البداية بدلاً من استئجار مكتب فاخر يكلفك الكثير من الأموال؛
- **مدى مقدرة السوق للالتفات لما تقومين به:** هل يستطيع الزبائن رؤيتك؟ هل بإمكانهم رؤية عروضك وحملاتك الترويجية؟ نقصد

- بذلك هل مركز مشروعك في وسط البلد أم في منطقة بعيدة؟ ينبغي أن يكون موقعك ظاهر بالنسبة للسوق المستهدف وغير متواري؛
- **الوصول إلى مواقف السيارات والمواصلات العامة:** ففي حال واجه الزبائن صعوبة في الوصول إليك وإيجادك، فقد يكون ذلك دافعاً للتوقف في البحث عنك؛
- **توزيع المنافسون:** هل هناك منافسين آخرين على مقربة منك؟ إذا كانت الإجابة نعم، فإنها تعتبر علامة على أن الموقع الذي اخترته غير مناسب لمشروعك؛
- **اللوائح والأنظمة المحلية ذات الصلة:** عليك التأكد من عدم وجود قيود تؤدي إلى الحد من العمليات التي ينطوي عليها مشروعك أو أن هناك قيود أو حواجز للوصول إليك.

الخطوة الثامنة: بناء قاعدة الزبائن

1. احرص على استخدام التسويق والعلاقات العامة: عليك إيجاد طريقة تمكنك من الوصول إلى الزبائن المستهدفين وبطريقة تجعلهم يريدون شراء منتجك أو خدمتك، يعتبر بناء قاعدة من الزبائن بمثابة أمراً ضرورياً في المراحل الأولية. لذا نضع بين أيديك جملة من النصائح الواجب اتباعها:
 - كوني خلّاقة في عملية التسويق لمنتجك أو خدمتك بطريقة تجذب انتباه الزبائن المستهدفين.
 - احرص على تقديم عينات مجانية مما تقومين ببيعه للأشخاص لكي يقوموا بالتحدث عنك وعما تقومين بعرضه.
 - تذكر دائماً بأن الكلمة المنطوقة هي الطريق الأفضل لجذب الزبائن الجديدين. وفي حال حصلت على آراء سلبية حيال مشروعك، حاولي التجاوب معها بشكل إيجابي وعالجي المشكلة. تأكدي بأن الأشخاص سيكونون أقل حكماً على الأخطاء في حال كانت لديك الرغبة بإصلاح ومعالجة هذه الأخطاء.
2. استخدام آلية التشبيك القديمة نوعاً ما: حاولي أن تحضري المؤتمرات والاجتماعات وفي أي مكان يحتمل أن تصادفي به زبائنك المستهدفين. عليك الخروج في الأماكن العامة والتواصل مع الأشخاص، حيث تعتبر عملية التواصل من الأمور المهمة للبدء بأي مشروع. احرص أن يقوم أهلك وأقاربك بمساعدتك في هذا الأمر.
3. امتلكي مهارات ممتازة في مجال خدمة الزبائن: عليك أن تكوني مميزة في طريقة التواصل مع الأشخاص. حاولي القراءة بين السطور وفهم ما يقوله ويتصرف به الأشخاص. احرص على جعل الناس سعداء نتيجة ما تبدينه لهم من جاذبية وتواضع. معلومة أخرى، الزبائن ليسوا دوماً على حق ولكن دعيهم يعتقدون ذلك.
4. حاولي الحصول على صفحة إلكترونية: يتجه العالم اليوم نحو التكنولوجيا، لا سيما الإنترنت الذي أصبح يحتم على كل من ينوي القيام بأي مشروع أن تكون له صفحة على الإنترنت. وعند حصولك على مثل هذه الصفحة، يستطيع الأشخاص التواصل معك وإيجاد موقعك ومعرفة ساعات العمل الخاصة بك، بالإضافة إلى إمكانية طرح الأسئلة والمقترحات، ومن الممكن أن يقوموا بشراء بعض من منتجاتك. وفي مثل هذه الحالة، يصبح بإمكانك توسيع منطقة خدماتك إقليمياً، بل وربما دولياً.

الخطوة التاسعة: الحصول على الأموال لقاء تقديم الخدمات

1. اطلب الدفع: احرص دائماً على عدم السماح للأشخاص بأن يستفيدوا منك أو يستغلوك. حاولي إصدار الفاتورة للأشخاص بالسرعة الممكنة. وفي حال تأخر أحدهم بالدفع، حاولي الاتصال والتحدث معه؛

ملاحظة: في حال تجاهلت مثل هذه المشاكل أملاً بأنها ستنتهي مع الوقت، ستجدي نفسك تعملين بالمجان وسيفشل مشروعك.

2. اقبلي بطاقات الائتمان: يقوم عدد قليل من الأشخاص حالياً بالدفع نقداً مقابل الخدمات/المنتجات. كما أن قبولك للدفع من خلال بطاقات الائتمان يسهل عليك الأمر بشكل كبير من أجل إدارة مشروعك الخاص، بالإضافة إلى اعتباره آلية للاحتفاظ بالسجلات المالية والمحاسبية.
3. احرص على تأسيس نظام إلكتروني عبر الإنترنت: في حال كنت تخططين لبيع منتجاتك عبر الإنترنت، فأنت بحاجة إلى نظام دفع إلكتروني. احرص بأن يكون النظام مؤمناً للحيلولة دون استيلاء أحدهم على بياناتك أو بيانات زبائنك.

- تذكري بأن تنفيذ مشروعك سيستغرق وقتاً طويلاً. لا يمكن للعديد من الأعمال التجارية أن تكون مربحة منذ البداية (لذا خططي لمشروعك ولحياتك الشخصية أيضاً) عليك أن تقومي بالتضحية من أجل إنجاح هذا المشروع؛
- استخدمي المصادر المجانية: احرصي على استخدام أي مصدر يعمل على إضافة المعرفة والمعلومات لتعميق دراستك للمشروع الذي تنوين مبادرته. على سبيل المثال، تحتوي المكتبة وصفحات الإنترنت على معلومات مفيدة تتعلق بخطط الكتابة والتسويق والوثائق المالية....الخ؛
- عند قيامك بتعيين الموظفين، احرصي على القيام بمقابلات دقيقة معهم. حاولي الحصول على المعلومات الكافية عنهم وإطار عملهم وما لديهم من رخص وخبرات وغيرها. عليك البحث عن بعض الصفات المهمة فيهم والتمثلة في الاستقلالية والصدق والجدية في العمل؛
- احرصي على جعل إجراءات الدفع سهلة وميسرة. اقبلي بطاقات الائتمان وقومي بعمل بعض العروض المجانية أو التخفيضات في الأسعار. على سبيل المثال، العرض المتمثل في اشتري قطعة واحصل على الأخرى مجاناً في بعض المناسبات؛
- أسألي الناس حول آرائهم عند اختيار الاسم أو الشعار أو الخدمة. اجعليهم يشعرون بأنهم جزء من هذا المشروع؛
- اطلبي المساعدة من الأصدقاء والأهل والأقارب؛
- كوني منطقية في طريقة جعل المنتج جذاباً للزبائن المستهدفين؛
- تأكدي دائماً بأن المنتج/ الخدمة تجذب اهتمام العامة والزبائن المستهدفين. حاولي قدر المستطاع أن تتحلي بأكبر قدر من المنطقية والعقلانية؛
- حاولي توجيه الأسئلة لبعض الأشخاص الذين تعرفينهم ويقومون بإدارة وتشغيل أعمال تجارية خاصة بهم (فقد يساعدونك للبدء بعملك التجاري)؛
- احرصي بأن يبدو عملك مهنيًا وجذاباً. وحاولي الحصول على شعار مهني مدعوم بصفحة إلكترونية جيدة. اصرفي جهداً جيداً على المواد الترويجية؛
- احرصي على توفير الوقت لنفسك وحافظي على وجود وقت لأسرتك.

القسم الثاني: المزيج التسويقي

- يعتبر المزيج التسويقي واحداً من أهم المصطلحات التسويقية وهو بمثابة الجزء التقني أو التشغيلي من الخطة التسويقية، وسيكون استخدامه مهماً للغاية في تحديد المنتج أو عرض السلعة حيث يرتبط عادة بأربعة عناصر وهي السعر والمنتج والترويج والمكان. عند التسويق للمنتج الخاص بك، فأنت بحاجة إلى خلق مزيج مكون من أربعة عناصر:
- **المنتج الصحيح.**
 - **البيع في المكان المناسب.**
 - **السعر المناسب.**
 - **استخدام أفضل الوسائل في عملية الترويج.**

من أجل القيام بخلق مثل هذا المزيج التسويقي، فأنت بحاجة إلى تلبية الشروط الآتية:

- يجب أن يتسم المنتج بالعناصر والخصائص الصحيحة (على سبيل المثال، يجب أن يبدو المنتج جيداً ويعمل بشكل جيد)؛
- يجب أن يكون السعر مناسباً؛
- يجب أن تكون البضائع في المكان الصحيح وفي الوقت المناسب. يجب أن تصل البضائع في المكان والوقت المناسبين.
- يجب أن تكون الفئة المستهدفة على دراية بوجود وتوفر المنتج من خلال المواد الدعائية والترويجية.

المنتج

يعتبر المنتج بمثابة العنصر الذي يلبي احتياجات الزبائن. يمكن لهذا المنتج أن يكون ملموساً أو بمثابة خدمات غير ملموسة. يرجى العلم بأن المنتجات الملموسة هي تلك التي يمكنها امتلاك مساحة مادية مستقلة. ويخضع كل منتج إلى دورة حياة خاصة وإمكانك فحص دورة الحياة الخاصة بمنتجك من خلال النظر إلى الأمور أدناه:

• **التطوير - المرحلة التي يتم من خلالها عملية التفكير الأولي واستقراء الأفكار. يمكن للأفكار أن تأتي من خلال الأمور التالية:**

1. البحث في السوق؛
2. مراقبة المنافسين؛
3. التفكير الخلاق؛
4. الأفكار الجديدة/الاختراعات؛
5. تحليل السوق.

• **التقديم/الإطلاق -وهي المرحلة الأولية من دورة حياة المنتج:**

يمكن أن تكون هذه المرحلة الأعلى تكلفةً بالنسبة لأي شركة تقوم بإطلاق منتجات جديدة. وفي حال كان حجم السوق صغيراً، فهذا يعني بأن المبيعات ستكون متدنية حتى وإن كانت ستزيد في المستقبل. يجب أن تضعي بعين اعتبارك بأن تكلفة بعض الأمور مثل البحث والتطوير وفحص الزبائن والتسويق المطلوب لإطلاق منتج معين من الممكن أن يكون كبيراً وخصوصاً في القطاعات التنافسية.

• **النمو -وتتميز هذه الخطوة أو المرحلة بوجود نمو كبير في المبيعات والأرباح.**

وتتميز هذه الخطوة أو المرحلة بوجود نمو كبير في المبيعات والأرباح. يمكن أن تبدأ هنا الاستفادة من الزيادة في المبلغ الكلي للربح، مما يجعل الأمر ممكناً بالنسبة للأعمال التجارية للقيام باستثمار الأموال في النشاط الترويجي من أجل تعزيز إمكانية نمو هذه الخطوة. وتتميز هذه المرحلة بالأمور الآتية:

1. النمو السريع في المبيعات؛
2. الانتشار في السوق والوصول إلى المنافسين؛
3. حصول المنتج على قبول السوق؛
4. من الممكن أن يكون التدفق النقدي إيجابياً.

• **النضج -في هذه المرحلة، يتم تشكيل المنتج حيث يهدف الشخص المصنع للحفاظ على الحصة السوقية التي تمكن من بلوغها.**

يرجى العلم بأنه ربما يكون هذا الوقت الأكثر تنافسية للمنتجات والأعمال التجارية وأنت بحاجة إلى الاستثمار بحكمة في أي عملية تسويق يقومون بها. إضافة إلى ذلك، يجب أن يضعوا بعين اعتبارهم أي تحسينات أو تعديلات في المنتج أو عملية الإنتاج والتي من الممكن أن تقدم لهم ميزة تنافسية أو قيمة مضافة.

• **التراجع - في هذه المرحلة تتراجع المبيعات.**

يبدأ السوق الخاص بالمنتج في هذه المرحلة بالتراجع والتقلص بسبب تشبع السوق أو قيام الزبائن بالتحويل إلى نوع آخر من المنتجات. وبينما من الممكن أن يكون هذا التراجع أمر حتمي، ما يزال هناك فرصة ممكنة لبعض الشركات لجني بعض الأرباح من خلال التحويل إلى عمليات وطرق إنتاجية أقل تكلفة أو البحث عن أسواق أرخص نوعاً ما.

السعر

وهو المبلغ الذي يدفعه الزبون لقاء الحصول على المنتج. يرجى العلم بأن السعر أمر ضروري جداً بحيث يعمل على تحديد الأرباح، وعليه، يحدد بقائها من عدمه في السوق. يعتبر السعر عنصراً مهماً في تحديد قيمة المبيعات، لذا على المسوق وضع السعر الذي يكمل العناصر الأخرى المتوفرة في المزيج التسويقي.

ومن بين جميع عناصر وأوجه المزيج التسويقي، يعتبر السعر بمثابة العنصر الذي يؤدي إلى خلق عوائد المبيعات (جميع العناصر الأخرى تعتبر من ضمن التكاليف). ونظرياً، يتم تحديد السعر من خلال اكتشاف تصور الزبائن حول قيمة العنصر المراد بيعه. وللعلم، فإن البحث عن آراء الزبائن حول الأسعار أمر ضروري حيث يعمل على إظهار مدى تقديرهم للمنتج الذي يبحثون عنه والذي سيدفعون المال لقاء الحصول عليه. وعلاوة على ذلك، ستختلف سياسة التسعير للمنظمة حسب الوقت والظروف.

المكان

يرتبط المكان بأساليب نقل وتخزين البضائع وإيصالها أو إتاحتها للزبون. وعلى الرغم من اختلاف الأرقام من منتج إلى آخر، يذهب تقريباً خمس تكلفة المنتج خلال مرحلة توفيره للزبون. يتضمن الحصول على المنتج الصحيح ووضعه في المكان المناسب وفي الوقت المناسب وجود نظام توزيع محدد، حيث ستعتمد طريقة التوزيع التي ستختارونها على عدة ظروف. على سبيل المثال، سيكون الأمر أكثر ملائمة لبعض المصنعين أن يقوموا بالبيع لتجار الجملة والذين سيقومون بعد ذلك بالبيع لتجار التجزئة، في حين يفضل آخرون البيع بشكل مباشر إلى بائعي الجملة أو الزبائن.

الترويج

يعتبر الترويج بمثابة «عملية التواصل مع الزبائن». من حيث المبدأ، يعمل الترويج على تزويد الزبائن ببعض المعلومات التي ستساعدهم في اتخاذ قراراتهم الشرائية. أما بالنسبة للتكلفة المرتبطة بالترويج (البضائع الدعائية) فهي تمثل في العادة نسبة قابلة للسيطرة عليها من التكلفة الإجمالية لإنتاج منتج معين. يؤدي الترويج الناجح إلى زيادة المبيعات وتوزيع تكلفة الإعلان وأي تكاليف أخرى على مخرجات كبيرة. وبينما يعتبر النشاط الترويجي الزائد بمثابة علامة من التجاوب مع مشكلة محددة مثل الدراسة التنافسية، فإنه يمكن المؤسسة من تطوير وبناء وسائل ناجحة ومجدية من ناحية السعر.

بعض الأمثلة الملموسة

يرجى العلم بأن المثال التالي حول المزيج التسويقي مأخوذ من إحدى المشاريع التجارية المشار إليها في بداية الكتيب، تحديداً مشروع سمسر والذي تم افتتاحه ضمن نشاطات مشروع "النهوض بحقوق النساء والأطفال الفلسطينيين المهمشين في القدس الشرقية" الممول من قبل الاتحاد الأوروبي.

المنتج

مشروع «سمسر»: مشروع تصنيع غذائي متخصص بإنتاج المعجنات والحلويات. أصناف الأطعمة التي يوفرها المشروع:

١. المعجنات: صفيحة، زعتر، جبنة، سبانخ، بيتزا.

٢. الحلويات: كيك، معمول، غريبة، بيتي فور.

٣. خبز شراك.

٤. أكل مناسبات: من أكالات تقليدية مثل: منسف، مسخن، قدر، الخ.

ملحوظة: سيتم تعبئة وتغليف المنتجات بطرق جميلة وستحتوي على معلومات مهمة مثل تاريخ الإنتاج وتاريخ الانتهاء.

المشروع يحتوي على مواد تسويقية قوية مثل اللوجو (شعار المشروع)، مينو (قائمة الطعام)، ...

القسم الثالث: التحليل الرباعي (نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات)

يعتبر التحليل الرباعي بمثابة تقنية مفيدة لفهم مواضع القوة والضعف لديك، ومن أجل تحديد كل من الفرص المتاحة والتهديدات التي من الممكن أن تواجهينها. وتكمن أهمية التحليل الرباعي بما ينطوي عليه من إمكانية مساعدتك على اكتشاف الفرص التي يمكنك استغلالها. بالإضافة إلى ذلك، ومن خلال فهم نقاط الضعف في عملك التجاري، بإمكانك إدارة وإزالة التهديدات التي سوف تؤثر عليك بشكل سلبي. إن التحليل الرباعي يمكنك من النظر بعمق إلى مشروعك ومنافسيك، مما يمكنك البدء بخلق وتشكيل استراتيجية فريدة من نوعها تساعدك على تمييز مشروعك عن منافسيك، والنتيجة أنه يصبح بإمكانك المنافسة بشكل أنجح في السوق.

ومن الضروري أن نذكر بأن نقاط الضعف والقوة تعتبر بمثابة عناصر داخلية لمشروعك بينما ترتبط الفرص والتهديدات بشكل عام بالعناصر الخارجية. ولهذا السبب، يسمى التحليل الرباعي في بعض الأوقات بالتحليل الخارجي.

- **نقاط القوة:** وهي السمات الإيجابية للمشروع التي تميزه عن غيره؛
- **نقاط الضعف:** وهي السلبية التي تضع المشروع في مرتبة أدنى من منافسيه في هذه الجوانب؛
- **الفرص:** وهي العناصر التي يمكن استغلالها لمصلحة مشروعك أو عملك التجاري؛
- **التهديدات:** وهي العناصر البيئية التي يمكنها أن تسبب مشكلة لمشروعك أو العمل التجاري الخاص بك.

يعتبر تحديد التحليل الرباعي أمراً ضرورياً لأنه يطلعك على الخطوات اللاحقة في عملية التخطيط لبلوغ الهدف المراد. يجب على صانعي القرار أن يأخذوا بعين اعتبارهم فيما إذا كانت هذه الأهداف والغايات قابلة للتحقيق أم لا مع الأخذ بعين الاعتبار أيضاً التحليل الرباعي. وفي حال كانت هذه الأهداف صعبة المنال، عليهم اختيار أهداف أخرى مع إعادة العملية.

على مستخدمي التحليل الرباعي أن يقوموا بطرح بعض الأسئلة والإجابة عليها حيث يؤدي ذلك إلى الخروج بمعلومات مفيدة على كل صعيد من أصعدة التحليل (القوة والضعف والفرص والتهديدات) مما يكسبه أهمية مضافة تسهم في قدرة المشروع التنافسية.

بعض الأمثلة الملموسة: لاحظ المثال التالي المتعلق بالتحليل الرباعي والمأخوذ من مشروع **مقدسيات** أحد المشاريع الخمس التي افتتحت ضمن نشاطات مشروع النهوض بحقوق النساء والأطفال الفلسطينيين المهمشين في القدس الشرقية الممول من الاتحاد الأوروبي.

الضعف - Weaknesses	القوة - Strengths
• تفاوت الخبرات بين النساء في مجال الخياطة والتصميم. • لا يوجد خدمة التوصيل في بداية المشروع.	• وجود أيدي عاملة/ طاقم متكامل لإنجاز العمل. • وجود علاقات اجتماعية جيدة لدى العاملات في المشغل مع سكان المنطقة مما يساهم في جذب أكبر عدد ممكن من الزبائن. • لدى العاملات الدافعية والشغف للعمل في المشروع. • لديهن القدرة على التأقلم وتعلم أمور جديدة تساعدهن في تطوير المشروع. • إضافة خدمة التصميم التي تعد جديدة على السوق المستهدف. • عدم وجود منافس للمشروع، بحيث يعد المشغل الوحيد في المنطقة الذي يقوم بتقديم كافة الخدمات المتعلقة بالخياطة. • موقع مناسب وقريب من الفئة المستهدفة. • توفر رأس مال متمثل بالمنحة المقدمة من مشروع «النهوض بحقوق النساء والأطفال الفلسطينيين المهمشين في القدس الشرقية» حيث ستوفر بعض الأدوات التسويقية بالإضافة إلى الأجهزة. كما أن إيجار المخططة مدفوع من المشروع حتى بداية سنة ٢٠١٨. • الاستعانة بتدريب مهني لتعليم أساسيات الخياطة وتصميم الأزياء من خلال معهد الأزياء والنسيج (FTI). • لدى السيدات خطة كاملة لاستخدام صفحة الفيس بوك لشهرين. • مشاركة المستفيدات بتحضير خطة التسويق الخاصة بالمشروع ومعرفة أهم بنودها.
التحديات - Threats	الفرص - Opportunities
• دخول منافس جديد على السوق يؤثر على المبيعات. • عدم تعاون الموردين مع المشروع مثل عدم تسليم المواد الخام بالوقت المحدد مما ينعكس سلباً على سير عمل المشروع. • تذبذب أسعار المواد الخام التي تؤثر سلباً على المشروع.	• الجمعية لديها معارف وزوار بشكل دائم وهذا يسهل عملية ربطهم مع المشروع. • استقبال الطلبات من معهد الأزياء والنسيج. • الحصول على تدريب آخر لإتقان الخياطة وتصميم الأزياء. • فرصة البازار. • وجود فريق أكاد لدعم الجمعية والمستفيدات.

القسم الرابع: الخطة التمويلية

تعتبر الخطة التمويلية جزءاً أساسياً ضمن خطة العمل الخاصة بمشروعك إذ لا تقتصر فائدتها على مساعدتك في التخطيط للتكاليف الأولية وتوقع الدخل والنفقات فحسب فهي مهمة جداً للحصول على تمويل من المقرضين والمستثمرين.

١. يجب أن تتضمن الخطة التمويلية بياناً مالياً يتضمن الأجزاء الثلاثة الآتية:

١. بيان الدخل: ويقدم كشفاً بأرباح وخسائر المشروع.

٢. بيان التدفق النقدي: ويعمل بمثابة سجل من أجل فحص الحساب، حيث يقدم تفاصيل حول النقد الوارد والخارج من عملك التجاري.

٣. كشف الميزانية: وتظهر أصول ومطلوبات الشركة (الديون المستحقة) وتساوي الأصول والمطلوبات مع صافي القيمة أو القيمة المالية للمشروع.

وفي هذه المرحلة، سنناقش بيان الدخل نظراً لضرورتها لكي تتمكن الرياديات من فتح مشاريعهن الجديدة.

بيان الدخل

يعتبر بيان الدخل بمثابة البيان المالي الذي يعمل على قياس الأداء المالي للشركة خلال فترة محاسبية محددة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يتم تقييم الأداء المالي من خلال إعطاء وتقديم ملخص حول الطريقة التي يجني بها المشروع أرباحه ويتكبد في المقابل نفقاته من

INCOME STATEMENT		قائمة الدخل
Buzoor Maqdasiyye		NIS
06.06.2017		
<15.10.2016 - 06.06.2017>		
Revenue:	2,792.00	الإيرادات
Gross Sales	2,792.00	إجمالي المبيعات
Cost of Goods Sold:	430.00	تكلفة البضاعة المباعة
Materials	430.00	المواد الخام
Other direct expenses		تكاليف مباشرة أخرى
Gross Income	2,362.00	الدخل الإجمالي
Expenses:		المصاريف
Personnel expenses	0.00	تكاليف شخصية
Wages		أجور
Other Operational Expenses	0.00	المصاريف التشغيلية الأخرى
Depreciation	0.00	الإهلاك
Maintenance & Repairs	0.00	صيانة وإصلاح
Marketing	0.00	تسويق
Water	0.00	ماء
Miscellaneous	0.00	تقنيات
Gas	0.00	غاز
Rent		إيجارات
Telephone and Internet	0.00	هاتفون و إنترنت
Travel	0.00	سفر
	0.00	
Other Expenses	0.00	مصاريف أخرى
Total Operational Expenses	0.00	إجمالي المصاريف التشغيلية
Net Income	2,362.00	صافي الدخل

Distribution of Net Profit		توزيع الأرباح
	2,362.00	
Beneficiaries (60%)	1,417.20	المستفيدون (60%)
Sales Person (15%)	354.3	موظف المبيعات (15%)
CBO (20%)	472.4	المصحة (20%)
Reserves (5%)	118.1	مخزون (مخزون و استثمار) (5%)

خلال النشاطات التشغيلية وغير التشغيلية. وعليه، فإن هذا البيان يعمل على إظهار صافي الربح أو الخسارة على مدار فترة محاسبية محددة (بشكل سنوي أو ربع سنوي). يرجى العلم بأن بيان الدخل يسمى أيضاً بكشف الأرباح والخسائر أو بيان العوائد والنفقات.

بعض الأمثلة الملموسة: من الجدير بالذكر بأن المثال اللاحق المتعلق بكشف الأرباح والخسائر مأخوذ من مشروع بذور مقدسية والذي تم افتتاحه ضمن نشاطات مشروع «النهوض بحقوق النساء والأطفال الفلسطينيين المهمشين في القدس الشرقية» الممول من الاتحاد الأوروبي.

مهارات حياتية

المقدمة:

جاءت هذه العناوين الرئيسية نتاج تدريب المهارات الحياتية الذي هدف إلى زيادة وعي المستفيدات لذواتهن من أجل تمكينهن من النواحي النفسية والاجتماعية وذلك تمهيداً لانخراطهن في سوق العمل والعمل على حل المشاكل التي قد يواجهنها خلال العمل، إضافة إلى الأثر غير المباشر في تطوير مهارات البيع والتسويق والتعامل مع الموردين والزبائن. ركز التدريب على تطوير مهارات الاتصال والتواصل وحل المشكلات والتقييم الذاتي، إضافة إلى اللقاءات التي ركزت على تعزيز وتنمية ذواتهن من خلال التمارين الجماعية والفردية التي مررن بها.

الاتصال والتواصل

مفهوم الاتصال:

عملية إنتاج ونقل وتبادل المعلومات والأفكار والآراء والمشاعر من شخص إلى آخر بقصد التأثير فيه وإحداث استجابة، بمعنى آخر «عملية نقل الرسائل وتفسيرها بين شخصين أو أكثر».

عناصر عملية الاتصال:

- أولاً: المرسل:** يعد المرسل العنصر الأول والأساسي في عملية الاتصال.
- ثانياً: الرسالة:** وتعد الرسالة الركن الثاني في العملية الاتصالية وتتمثل في المعلومات والأفكار التي يرسلها المرسل إلى المستقبل.
- ثالثاً: المستقبل:** وهو الذي يتلقى محاولات التأثير الصادرة عن المرسل.
- رابعاً: قناة الاتصال:** وهي الوسيلة التي يتم من خلالها توصيل أو نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل.
- خامساً: التغذية الراجعة:** وهي عملية تعبير متعددة الأشكال، تبين مدى تأثير المستقبل بالرسائل التي نقلها المرسل إليه بالطرق أو الوسائل المختلفة.

أشكال الاتصال:

- الاتصال لفظي منطوق (كلمات).
- الاتصال لفظي مكتوب (كلمات).
- الاتصال غير لفظي (رموز، إيماءات، مشاعر).
- الاتصال من خلال الرسوم والصور.
- الاتصال المختلط (وسائل الإعلام).

العوامل التي تعيق عملية الاتصال:

- عدم وضوح اللغة أو استخدام صياغة معقدة، أو كلمات ذات معنى غير محدد.
- فهم كل من المرسل والمستقبل الرسالة بصورة مختلفة.
- سوء العلاقة بين المرسل والمستقبل وعدم وجود الثقة بينهما.
- عدم اختيار الوقت والمكان المناسبين لإرسال الرسالة.
- استعمال المرسل قناة اتصال غير ملائمة لطبيعة وهدف الرسالة.
- المعوقات الاجتماعية والثقافية واختلاف العادات والتقاليد والقيم والتي تحد من التأثير الإيجابي لعملية الاتصال.
- التعصب لموقف أو رأي أو وجهة نظر معينة.

مهارة الإنصات:

الإنصات مهارة غالباً ما يتم تجاهلها، فمعظم الناس يعتقد أن باستطاعتهم الحصول على ما يرغبون من خلال التحدث، ولكن الأفراد الذي يوصفون بأنهم أشخاص ناجحون ومؤثرون يقضون وقتاً أكثر في الإنصات، وعند التحدث عادة ما يوجهون الأسئلة للاستفادة والمعرفة. يقع الإنصات حينما تُنقل رسالة تحوي معلومات من مرسل إلى مستقبل في بيئة تخلو من الضوضاء.

مهارة الحديث:

تعد هذه المهارة إحدى أوجه الاتصال اللفظي، وهي عبارة عن رموز لغوية منطوقة تقوم بنقل أفكارنا ومشاعرنا إلى الآخرين، وذلك عن طريق الاتصال المباشر كالمناقشات وغيرها وعبر وسائل الاتصال المختلفة (تلفاز، إذاعة، هاتف، التحدث المباشر).

معلومات عامة:

- المستمع يفهم بمعدل 50% مما سمعه بعد الحديث مباشرة.
- خلال 48 ساعة ينخفض مستوى الفهم إلى 25%.
- 80% من ساعات العمل في عملية الاتصال (حديث وإنصات).
- منها 45% على الأقل يقضيها في عملية الإنصات وحدها.
- يستطيع العقل البشري التفكير في 60 كلمة في الدقيقة.
- السمع إلى 300 كلمة في الدقيقة.
- النطق 125 كلمة في الدقيقة.

الكلمات	الحركات	نبذة الصوت
7%	55%	38%
7%	93%	

توكيد الذات

ما هو توكيد الذات؟

هو التمسك بحقوقك الشخصية المشروعة والتعبير عن أفكارك ومشاعرك ومعتقداتك بطرق مناسبة، دون محاولة السيطرة على الآخر أو التحكم فيه أو التقليل من شأنه أو إهأته.

كيف يتشكل مفهوم توكيد الذات؟

يميل معظم علماء النفس إلى الاتفاق على أن أنواع الخبرات المبكرة التي يتعرض لها الفرد، قد تقود إما إلى توكيد الذات وإما إلى عدم توكيد الذات. وبناءً على ذلك، لا ينظر إلى توكيد الذات، على اعتبار أنه سمة تظهر فجأة في مرحلة المراهقة أو في سن الرشد، بل إن توكيد الذات وعدم تأكيدها يجب أن يعتبر على أنه نمط سلوكي متعلم، يتكون من خلال تعلم الفرد الاستجابة للمواقف الاجتماعية.

أهمية تأكيد الذات:

- الدفاع عن الحقوق الشخصية أو المهنية أو غيرها.
- التحرر من مشاعر الذنب غير المعقولة عند رفضنا لهذه المواقف.
- الشعور بالإيجابية.
- القدرة على قول «لا» عندما أريد أن أقولها.
- القدرة على تكوين علاقات دافئة، والتعبير عن المشاعر الإيجابية.

صفات الشخص المؤكد لذاته:

- يتصرف بثقة فهو يدافع عن حقوقه أو ذاته.
- يعبر عن مشاعره الحقيقية.
- لا يترك مجال للآخرين أن يستغلوه.
- يهتم بمشاعر الآخرين.
- يحصل على ما يريد دون إغضاب الآخرين.

خطوات تقوية الثقة بالنفس:

- اكتشف طاقاتك الإيجابية.
- اكتب الجوانب الإيجابية ونقاط القوة التي تميزك عن غيرك.
- تقبل ذاتك كما هي.
- اجتهد أن تتغير للأفضل وتقوي نقاط ضعفك.
- كن نفسك.
- لا تقارن نفسك مقارنة سلبية بالآخرين.
- توقف عن ازدراء ذاتك ولا تنظر إلى نفسك نظرة دونية.
- اهتم بمظهرك.
- تميز في إحدى الأشياء.
- برمج عقلك اللاواعي على الثقة بالنفس.
- مارس تدريبات الاسترخاء.
- مارس تدريبات التنفس.
- مارس تدريبات التنفس.

التقييم الذاتي وتقييم مخاطر الأمان

أدوات لتقييم التهديدات

المفاهيم الأساسية ذات الصلة بالمخاطر هي:

المخاطر: احتمالية أن يقع بعض الضرر.

الخطر المتصور: الفكرة أو المفهوم المستوعب أن التهديد حقيقي.

تهديد: نية معلنة أو مبنية لإلحاق الأذى.

قدرة: أي مورد (بما في ذلك إمكانيات واتصالات).

مكمن ضعف: أي عامل يجعل من المرجح أن يتحقق ضرر أكبر «لاحظي أن القدرات ونقاط الضعف وجهان لنفس العملة».

تمرين الأفكار بخصوص التهديدات التي من الممكن أن تتعرض لها النساء في القدس:

التهديد	من؟	لماذا؟	القدرات؟	مكمن الضعف؟	مستوى الخطر
مثال: تهديد اجتماعي ظاهرة الطلاق					
مثال: تهديد سياسي سحب الهوية المقدسية					

تم مناقشة تهديدين رئيسيين من المجموعة (إما أنها أثبتت في نقاشات سابقة أو أثناء النقاش التالي لعرض التهديدات) هذه هي الـ «ماذا»، ويتم اختيار تهديدين واحد سياسي «عام»، والتهديد الآخر تهديد اجتماعي «خاص»، وتم خلال اللقاءات عرض التهديدات التي تتعرض لها النساء من ناحية اجتماعية وسياسية وأثرها عليهن.

نقاط القوة وكيفية تعزيزها

مستويات الحاجة التي تولد الدوافع حسب نظرية ماسلو

- إن ماسلو رتب الحاجات الإنسانية على شكل هرم تمثل قاعدته الحاجات الفسيولوجية الأساسية وتندرج تلك الحاجات ارتقاءً حتى تصل إلى قمة الهرم حيث حاجات تحقيق الذات ولا يمكن الانتقال إلى حاجة أعلى قبل إشباع الحاجة الأقل.
- لكل فرد شخصيته الفريدة والتي تميزه عن غيره مما يتمتع به من سمات وخصائص تخالف غيره تماماً كالبصمة التي في الأصابع أو الصوت أو العين --- الخ.
- لكل شخصية بصمتها المميزة فإن كان من المستحيل وجود بصمتين متطابقتين تماماً فإننا يمكننا القول أيضاً أنه لا يوجد شخصين متطابقين تماماً مهما حدث بينهما من تشابه في الصفات أو السمات أو الطباع التي تؤدي إلى تألف أو تنافر في حالة اختلافه.
- الشخص الناجح هو ذلك الشخص الذي نجح في التعرف على نقاط قوته والتي قد تكون مثلاً: ذكاء، سرعة البديهة، القوة، سرعة التعلم، القدرة على القيادة، القدرة على التأثير وغيرها من نقاط القوة.
- كذلك فهو يتعرف على نقاط الضعف عنده والتي تتمثل في التردد، الشك الدائم، عدم القدرة على الاستيعاب السريع، الميل للعزلة، الخوف، وغيرها من نقاط الضعف، ومن خلال تعرفه على هذه النقاط يستطيع تحديد المجال الذي يمكن له أن يبرع فيه ويحقق ذاته.



نافذة جوهاري هي نموذج اتصال، يمكن استخدامها لتحسين التفاهم بين الأفراد داخل فريق أو مجموعة. ووضع هذا النظام (جوزيف لوفت) و(هاري)، فكلية «جوهاري» من (جوزيف لوفت) و(هاري)، وهذا شرح لهذه النافذة.

المنطقة المفتوحة أو الذات المفتوحة (منطقة النشاط الحر):

وهي التصرفات والمشاعر والدوافع التي تدركها وترغب أن تشارك الآخرين. أحياناً ما نكون صرحاء ومنفتحين ومشاركين ويكون جلياً لي ولك ماذا نفعل وماذا نريد من بعضنا البعض.

المنطقة العمياء أو الذات العمياء:

نحن قد نتحدث بطريقة معينة، أو بلهجة معينة، وعلى وجوهنا تعبير ما، نحن لا نرى ذلك التعبير، ولكن الناس يرونه ويدركونه وفي واقع الأمر أن سلوكنا يؤثر في كيف يراونا الناس، وبالتالي يؤثر في كيفية تعاملهم معنا. يعني ذلك أنني أثناء حديثي مع الناس قد أرسل لهم رسائل غير لفظية مثل حركات اليد والجلسة وتعابير الوجه.

منطقة القناع أو الذات المخفية:

هي الأمور التي تدركها أنت عن نفسك ولكن لا يدركها أو يفطن إليها الآخرون. إن خوفنا من الناس أو عدم معرفتنا بهم لقدر كافي يجعلنا نخاف أن نقول لهم رأينا فيهم أو في الحياة أو فيما يفعلون أو فيما يقولون.

منطقة المجهولة أو الذات الخفية:

هي الأفعال والمخاوف والدوافع والمشاعر تبقى مجهولة وغير واضحة حتى نسمح لها بالطفو على السطح. التداخل مع الناس، دخول التجارب، تغير السكن أو العمل، السفر... الخ، هذه أمور تظهر ما خفي لدينا من مواهب وطاقات.

حل المشكلات

المشكلة:

هي كل قضية غامضة تتطلب الحل وقد تكون صغيرة في أمر من الأمور التي تواجه الإنسان في حياته اليومية وقد تكون كبيرة وقد لا تتكرر في حياة الإنسان إلا مرة واحدة.

بين المشكلة والقرار:

إن عملية اتخاذ القرار هي النتيجة الحتمية عند النجاح في حل مشكلة، ويعتبر المدخل التحليلي في اتخاذ القرارات هو مدخل حل المشكلات.

مراحل حل المشكلة:

- ما هي المشكلة.
- المواجهة.
- جمع المعلومات وتحليلها.
- صياغة المشكلة.
- نحو العلاج.
- العلاج.

أنواع المشكلات:

مشكلة حقيقية: هي العقبة الرئيسية التي تعوق تحقيق الأهداف، ولا يتحقق الهدف إلا بحلها.
مشكلة فرعية: هي عرض مؤقت ينتج من المشكلة الحقيقية ويختفي باختفائها.

خطوات تحديد المشكلة:

- التأكد من وجود مشكلة.
- تحديد الأسباب المحتملة للمشكلة.
- اختبار كل سبب من الأسباب.
- التحقق من صحة السبب.

المشكلات التي قد تحدث أثناء تحديد المشكلة:

التعميم: لا تتعامل مع المشكلة عامة ولكن جزئاً أي مشكلة حتى لو كانت مشكلة جزئية.
مقاومة التغيير: كثير من الأحيان يستدعي حل المشكلة ابتكاراً وإبداعاً أو خروجاً عن المألوف وتحدث هنا مشكلة مواجهة الطبيعة البشرية في مقاومة التغيير.

الاختلاف حول الأداء القياسي: (الخطأ يؤدي إلى خطأ آخر) البيان الدقيق والمحدد لانحراف الأداء يهيئ قاعدة صلبة للانطلاق إلى تحديد المشكلة بينما عدم وضوح تحديد الانحراف يؤدي بالضرورة إلى ضعف بقية خطوات عملية تحليل المشكلة.

القفز: سر النجاح في حل المشكلات يكمن في قدراتك على كبح جماح الرغبة في القفز إلى الأسباب، والمطلوب هو ضبط النفس بمعنى التريث لحظة لدى مواجهة المشكلة لتطبيق التحليل العملي للمشكلة.

العناية والصيانة المنزلية

لكي تتمكن من استخدام المعدات في حياتك الشخصية والمهنية بسلاسة وأمن، فإنه ومن الضروري أن تتعلمي بعض التقنيات التي سوف تمكنك من حل مشاكلك بطريقة أكثر أماناً وسرعة. لذلك حكنا هذا الجزء لتعريفك بمفهوم الصيانة. بالإضافة إلى ذلك، يمكنك إيجاد بعض المعلومات المتعلقة بعملية تقليل استهلاك الكهرباء والماء التي يمكنك تطبيقها لأغراض مشروعك، وبعض المعلومات حول كيفية شراء القطع والمعدات الإلكترونية. من الجيد تعلم كيفية استخدام هذه التقنيات لكي تتمكن من الوقوف على قدميك ومواجهة أي مشكلة من هذا القبيل وحلها بنفسك دون اللجوء لأي شخص آخر وبالتالي توفير بعض المال.

مفاهيم عامة عن الصيانة

ما هي الصيانة؟

تعرف الصيانة طبقاً للمواصفات القياسية البريطانية عام ١٩٧٤م على أنها:

مجموعة أي أعمال منفذة لحفظ الصنف أو إعادته لحالة مقبولة.

في عام ١٩٨٤م تغير التعريف ليشمل:

مجموعة كل الأعمال الفنية وما يترتب عليها من أعمال إدارية والموجهة لحفظ العنصر على حالته أو إعادته إلى حالة تمكنه من تأدية المهام المطلوبة منه.

الصيانة الذاتية: وهي قيام الشخص الذي يعمل على تشغيل أي معدة لعمل صيانة للمعدة بنفسه.

وظيفة الصيانة

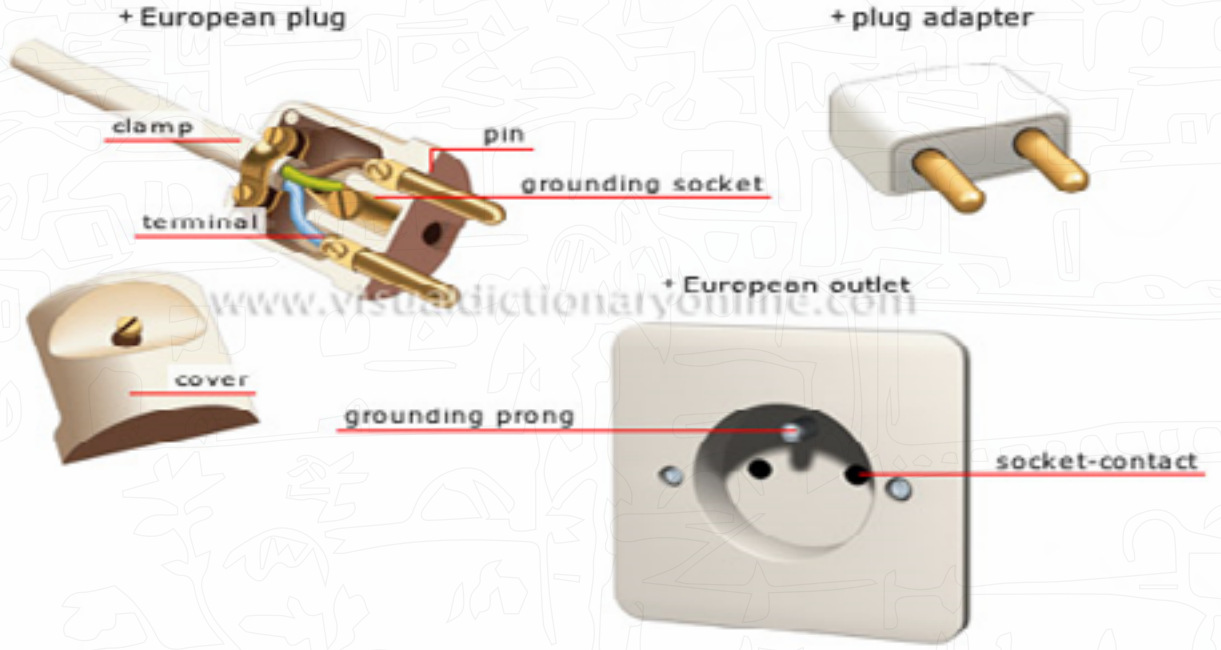
- خفض معدلات الأعطال ومعدلات الإهلاك.
- العمل على التحكم في تكلفة الصيانة .
- تحقيق ظروف تشغيل مستقرة وبالتالي زيادة شروط ومناخ السلامة الصناعية والمنزلية لمواقع العمل.
- المحافظة الدائمة على الحالة الجيدة للمعدات والآلات والمباني وضمان حسن الأداء.

صيانة الأجهزة الكهربائية

- عند البدء بعمل الصيانة يجب التأكد من أن المعدة هي المعطلة وذلك بتجربتها بإبريز آخر.
- التأكد من عمل المقبس الكهربائي قبل البدء بفك الجهاز .
- فصل الجهاز عن مصدر الكهرباء قبل فك الجهاز.
- فحص الجهاز للتأكد من مكان الخلل وصيانتة.

امثلة على صيانة وإصلاح التجهيزات الكهربائية المنزلية

صيانة فيشة الكهرباء



طرق ترشيد استهلاك الكهرباء

- إطفاء الأجهزة الكهربائية عند عدم الاستخدام.
- تركيب لمبات التوفير.
- فصل سخان الماء الكهربائي عند عدم استخدامه.
- ضبط درجة حرارة السخان عند درجة 50 - 60 درجة مئوية.
- استخدام طاولة الكوي عند استخدام المكواة.
- عدم ترك المكواة تعمل عند عدم الاستخدام.
- إطفاء المكواة عند العمل بأخر قطعة لاستغلال حرارة المكواة.
- عدم شحن الأجهزة الخلوية أثناء النوم.
- عدم فتح الثلاجة بشكل متكرر.
- عدم ترك سخان الماء الكهربائي يعمل لفترات متواصلة وإنما عند الحاجة.

طرق ترشيد استهلاك الماء

- التأكد من امتلاء غسالة الأطباق بشكل تام قبل تشغيلها.
- التأكد من امتلاء غسالة الملابس قبل تشغيلها.
- وضع الأواني المراد غسلها بوعاء مملوء بالماء عند الجلي.
- استخدام الشور بدل البانيو عند الاستحمام.
- يفضل استخدام البطاريات ذات الحركة الأفقية وليست الدائرية.
- استخدام الري بالتنقيط عند الزراعة.
- يجب التأكد من عدم وجود تهريب للماء من الصنابير والنجرة.
- إغلاق صنبور الماء عند غسل الأسنان واستخدام كوب ماء.

الطرق الصحيحة لشراء قطع ومعدات الصيانة

- يجب أن يتم قراءة مواصفات القطعة المراد شراؤها.
- دائماً نطلب شراء القطع الأصلية وتحديد الكهربية لتجنب تلفها.
- التعرف على أسماء القطع الكهربية والصحية ليسهل طلبها.
- تفقد القطعة قبل شرائها للتأكد من عدم وجود أي خلل مادي بها.
- إذا أمكن تجربة القطعة المراد شراؤها من المصدر قبل عملية الشراء.

إجراءات السلامة العامة عند عمل الصيانة

- يجب فصل التيار الكهربائي قبل البدء بعمل صيانة لأي جهاز.
- عدم لبس الخواتم والساعات عند عمل صيانة كهربائي.
- عدم استعمال عدة الصيانة غير المعزولة.
- لا تحاولي إرجاع التيار الكهربائي قبل معرفة سبب العطل وإصلاحه.
- عدم تحميل مصدر التيار الكهربائي بأكثر من طاقته.
- عدم تمرير الأسلاك الكهربية من خلال الأبواب والنوافذ وإبعادها عن مصادر الحرارة.
- لا تتغاضى عن الأجزاء المهترئة من الأسلاك ويجب تغييرها فوراً.
- قراءة كتيبات تشغيل وصيانة الأجهزة الكهربية (الكتالوج).
- وضع أغطية على المقابس المنخفضة التي قد تصبح عرضة لعبث الأطفال.
- عدم ترك الأسلاك الكهربية على الأرض بحيث تطؤها الأقدام.
- لا تقومي بأعمال الصيانة الكهربية ويديك رطبة.
- يجب أن يتم تثبيت السلم قبل الصعود عليه.
- عدم وضع الأسلاك الكهربية أسفل السجاد والأثاث.
- التأكد من أن الأسلاك الكهربية في حالة جيدة.
- إذا لم يدخل القابس بسهولة فلا تقومي بإدخاله بالقوة.
- استخدام وصلات التمديد لفترات محدودة.
- فحص المقبس للتأكد من عدم وجود أي ارتخاء يؤدي إلى زيادة الحرارة.
- تفادي زيادة الحمل الكهربائي على المقبس.

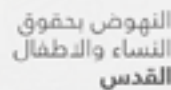


يضع هذا الكتيب جملة من النصائح بين يديك حول إنشاء المشاريع الصغيرة في القدس الشرقية في ضوء تجربة المركز العربي للتطوير الزراعي "أكاد" في فتح خمسة مشاريع صغيرة ضمن إطار مشروع "النهوض بحقوق النساء والأطفال الفلسطينيين المهمشين في القدس الشرقية" الممول من الاتحاد الأوروبي وإدارة مؤسسة هينريش بل الألمانية (مكتب فلسطين والأردن).

تتنوع المواضيع التي يضمها هذا الكتيب في طياته من الخطوات التي عليك المرور بها لإنشاء مشروعك الخاص، لا سيما إعداد خطط العمل والتسويق والبيانات المالية وغيرها مروراً بالإرشاد النفسي والاجتماعي وصولاً لمجموعة من النصائح بشأن صيانة وإصلاح المعدات ذات الصلة بالعمل.

This booklet is providing tips on how to open a small enterprise in East Jerusalem based on ACAD's experience in opening 5 microenterprises within the EU-funded project "Advancing the Rights of Vulnerable Palestinian Women and Children in East Jerusalem", managed by Heinrich Böll Stiftung (hbs).

The topics covered in this booklet range from a step-by-step guide on opening a business (business plan, marketing plan, financial statement and more) to psychosocial guidance for the entrepreneurs as well as advice on equipment maintenance and repair.



"تم إصدار هذه النشرة بدعم من الاتحاد الأوروبي. إن محتويات هذه النشرة هي من مسؤولية المركز العربي للتطوير الزراعي "أكاد" ولا تعبر بالضرورة عن رأي الاتحاد الأوروبي أو المؤسسة الشريكة هينريش بل."

This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of Arab Center for Agricultural Development "ACAD" and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, or the lead organization, Heinrich Böll Stiftung."