أساسيات الإدارة الفعالة للمدرسة المنتجة

إعـداد
الأستاذ / عماد الدين محمد منصور
مدير عام الإدارة العامة للمدرسة المنتجة
وزارة التربية والتعليم

مـقـدمـة

نظراً لتعاظم حجم التحديات التي يواجهها العالم في النواحي الاقتصادية التي فرضتها العولمة على مختلف دول العالم، وإلى ما يمر به العالم من أزمات اقتصادية خانقة عصفت بجميع الدول، إضافة إلى تداعيات كل ذلك على الوضع الاقتصادي المحلي، وما يُبذل من جهد على جميع المستويات للحد من تفاقمها. تلك التحديات التي فرضتها العولمة استوجبت من الدول إعادة النظر في نُظمها التعليمية كي يُمكنها اللحاق بسباق التنافسية العالمية، من خلال تنمية المعروض من العمالة بالمعايير الدولية المنافسة في كافة مستوياتها، مع تنمية قدراتهم على التفاعل والاندماج في البيئة الاقتصادية والتكنولوجية العالمية والالتزام بمعاييرها ومقاييسها، فضلا عن ضمان وتحفيز الثروة البشرية على ملاحقة ومصاحبة ديناميكية التطور العالمي في كافة مجالاته على أسس تنافسية متفتحة بشكل مستمر ومتصاعد.

فإن كل ذلك يزيد من المسئوليات الملقاة على عاتق المؤسسات التعليمية للقيام بواجباتها في إعداد وتخريج كفاءات مهنية مختلفة قادرة على المساهمة في تنفيذ الخطط التنموية وسد حاجات سوق العمل من الخريجين في المجالات المختلفة.

ومن هنا فقد أُنشئت وحدة بكل مدرسة سُميت" الوحدة المنتجة" تستهدف تحويل المدرسة إلى وحدة إنتاجية تدر الدخل وتُكسب المتعلم قيمة احترام العمل المنتج ، وتحقق المزيد من ارتباط المتعلم بمدرسته ،وتزيد انتمائه لها ، مما يؤدى إلى نتائج إيجابية تنعكس على كل من المتعلم والعملية التعليمية ذاتها ؛ وذلك باعتبار أن المدرسة تضم مجموعة من البشر " متعلمين ومعلمين وإداريين" تمثل قوة عمل لا يُستهان بها، كما أن بها من الإمكانات المادية والتجهيزات العلمية والمعملية والتكنولوجية التي إذا أُحسِن التخطيط لاستثمارها تصبح المدرسة وحدة إنتاجية قادرة على تقديم خدمات للبيئة المحلية المحيطة بها.

وبذلك يتضح أن الوحدة المنتجة تلعب دورا هاما في إعداد تربية المتعلم للدراسة وقيادة المشروعات، وتنمى في المتعلم القدرة على الابتكار والإبداع والمنافسة على تطوير العمل ليحقق أعلى ربح وأفضل إنتاج، مما يساعد على إعداد رجال أعمال ناجحين يمكنهم خوض غِمار الحياة العملية بروح جديدة وتمكنهم من المشاركة الفعالة في إنشاء وتطوير المشاريع المنتجة التي تنافس الأسواق وتحقق أعلى دخل مما يساعد في تقليل نسبة البطالة.

ورغم كل الصعاب التي تواجهها الوحدة المنتجة في بلوغ تلك الأهداف، ورغم عدم إيمان الكثير من المسئولين بأهمية دورها، إلا أنّ وجود مشاريع فعلية وناجحة في العديد من المدارس والمديريات يساهم بفاعلية في نقل الخبرة من المبدعين والمبتكرين لأبنائنا المتعلمين، ويبشر بأن الوحدة المنتجة تشق طريقها في صمت نحو تحقيق تلك الأهداف، ونشر الوعي بأهميتها كما أن للوحدة المنتجة دورا اقتصاديا لا يقل أهمية عن دورها التربوي؛ لأنها تساعد في تحقيق دخل إضافي للقائمين على المشروع ولإدارة المدرسة مما يساهم في الإنفاق على الأنشطة التربوية الأُخرى في المدرسة.

كما تعمل الوحدة المنتجة على ربط المجتمع بالمدرسة عن طريق تقديم الخدمات اللازمة للمجتمع وتلقي التبرعات لتنمية المشروعات الإنتاجية المفيدة للمدرسة ، كما أنها تُرسّخ العلاقات الاجتماعية القائمة بين المدرسة والمجتمع.

ومهما كان العائد المادي من مشروعات الوحدة المنتجة قليلا، فإن العائد التربوي المتمثل في نقل الخبرة للطلاب يُعد ربحا عظيما وهدفا نبيلا تسعى الوحدة المنتجة لبلوغه.

وتُعتبر الوحدة المنتجة حجر الزاوية في صرح التعليم لجذب الطالب والقضاء على التسرب من التعليم.

ولعل التساؤل المطروح الآن هو: هل نجعل الوحدة المنتجة جزءاً لا يتجزأ من جسد العملية التعليمية لكي تنجح وتحقق أهدافها؟

ينبغي أن يكون التعليم متوائماً مع البيئة الثقافية للمجتمع وسوف يؤتي التعليم أفضل ثماره عندما يكون راسخ الجذور في الذاتية الثقافية لكل شعب. هذا من جهة، ومن جهة أخرى يحتوي على جانب تطبيقي يجعل الدارس يواجه الحياة العملية ويشعر بقيمة العمل والإنتاج.

أخيراً يمكننا أن نعزز جدوى التعليم والتربية لنحقق التنمية الاقتصادية لجمهورية مصر العربية بتوجيهه نحو تلبية احتياجات سكانه في الأجلين القصير والمتوسط ونجعله يضفي قيمة جديدة على العمل اليدوي ومن ثم يرأب الصدع الذي يوهن كل من العمل اليدوي والعمل الفكري، ويظهر ذلك بوضوح في رؤية مصر ٢٠٣٠ التي تنص على " ستكون مصر الجديدة ذات اقتصاد تنافسي ومتوازن ومتنوع يعتمد على الابتكار والمعرفة، قائمة على العدالة والاندماج الاجتماعي والمشاركة ذات نظام ايكولوجي متزن ومتنوع، تستثمر عبقرية المكان والإنسان لتحقق التنمية المستدامة ولترتقي بجودة حياة المصريين." والتي تتماشى وتتناغم مع رسالة وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني " تطوير البنية الأساسية المعلوماتية، وترسيخ دعائم تكنولوجيا المعلومات، وزيادة الوعي التكنولوجي، والمساهمة في تقليل الفجوة الرقمية بمؤسسات وزارة التربية والتعليم بما يتماشى مع استراتيجية تطوير التعليم بجمهورية مصر العربية، وتهدف تكنولوجيا المعلومات بوزارة التربية والتعليم لتطبيق أحدث وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق انسيابية انتقال المعلومات بين مكونات الوزارة لدعم اتخاذ القرار، وذلك من خلال تطوير البنية التحتية لنظم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتطوير برامج وأنظمة معلومات ملائمة يمكن تطبيقها وإدارتها واستخدامها بفاعلية وكفاءة لدعم عمليتي التعلم والتعليم والبحث العلمي، وتحسين جودة الخدمات المعلوماتية المقدمة لمكونات الوزارة والمجتمع الخارجي، وزيادة الوعي التكنولوجي للمساهمة في تنمية المجتمع. تلتزم شئون تكنولوجيا المعلومات من خلال تحقيقها لرؤيتها بالثقافة العربية والإسلامية، ومبادئ حقوق الإنسان التي تشتمل على المسئولية، والالتزام بحكم القانون، والشفافية، والتسامح، والعدالة والمساواة، والمشاركة مع أصحاب المصلحة."

المحتويات

الفصل	محتوي الفصل	الصفحة
المقدمة	المقدمة	
الفصل الأول	تعريف وقرارات	
الباب الأول	حان وقت المدرسة المنتجة	
	التجربة الصينية	
	تجربة فرنسا	
	تجربة ماليزيا	
	تجربة أمريكا	
	تجربة جمهورية مصر العربية	
	منهجية إعداد الدليل	
	أهداف الدليل	
	تصميم هيكل الدليل	
	القطاعات المستهدفة	
	أنواع وطرق جمع البيانات	
	المراجعة والتدقيق	
	استطلاع رأي المستفيدين النهائيين	
الباب الثاني	تعريف الوحدة المنتجة	
	نشأة الوحدة المنتجة وفلسفتها	
	القرارات الوزارية لنشأة الوحدة المنتجة	
	فلسفة الأنشطة الاجتماعية	
	رؤية الوحدة المنتجة	
	رسالة الوحدة المنتجة	
	الغايات والأهداف	
	علاقة الوحدة المنتجة بالمؤسسات التعليمية	
الفصل الثاني	أسئلة واختصاصات	
الباب الأول	سؤال وجواب	
الباب الثاني	أدوار ومسؤوليات	
الباب الثالث	تشكيل الوحدة المنتجة	
الباب الرابع	الاختصاصات	
الفصل الثالث	السجلات والتنظيم المالي	
الباب الأول	جهات متابعة	

الباب الثاني	السجلات	
	التعليم الفني	
الباب الثالث	التنظيم المالي	
الفصل الرابع	الحاسب الآلي ودراسة الجدوى	
الباب الأول	الحاسب الآلي والبرمجيات	
الباب الثاني	خطوات التفكير الإبداعي	
	الابـــتـكـــــار	
	خصائص العملية الابتكارية	
الباب الثالث	مفهوم دراسة الجدوى	
	تصنيف دراسة الجدوى	
	أهمية دراسة الجدوى	
	نموذج لدراسة الجدوى	
الفصل الخامس	الخامات والنظام الإنتاجي	
الباب الأول	الخامات كمقوم أساسي للعملية الإنتاجية	
	معايير اختيار الخامة	
	دور الخامة في تحديد معايير تصميم المنتج	
الباب الثاني	النظام الإنتاجي	
	عناصر النظام الإنتاجي	
	جودة الإنتاج	
	علامات الجودة	
الباب الثالث	مراحل تنفيذ العمل في مجموعات صغيرة	
	أسس استراتيجية العمل في مجموعات صغيرة	
	مراحل تنفيذ استراتيجية العمل في مجموعات صغيرة	
الفصل السادس	المشروعات	
الباب الأول	س و ج	
الباب الثاني	أهداف المشروعات الصغيرة	
	أهمية المشروعات الصغيرة	
	أهمية المشروعات الصغيرة من منظور اجتماعي	
	مزايا المشروعات الصغيرة	
	الإعداد لإنشاء مشروع صغير ناجح	
	طرق تطوير المشروعات الصغيرة	
	مستقبل المشروعات الصغيرة	

الباب الثالث	نماذج لمشاريع صغيرة يمكن تنفيذها	
	هل يمكنك أن تكون صاحب مشروع صغير ناجح ؟	
الباب الرابع	المنشآت الصناعية الصغيرة	
	مميزات المشروعات الصناعية الصغيرة	
	استراتيجية المسؤوليات الخاصة بالوحدات الإنتاجية الصغيرة	
	أسباب فشل المشروعات	
الفصل السابع	التسويق	
	مفهوم التسويق	
	مكونات التسويق	
	أهمية التسويق للمنتج	
	الوظائف التسويقية	
الفصل الثامن	المعارض	
الباب الأول	تعريف المعارض	
	محاور المعارض (الأول – الثاني)	
الباب الثاني	التخطيط لإقامة معرض	
	أنواع المنتجات والخدمات التي تقدمها معارض الوحدات المنتجة	
	أساليب عرض المنتجات والمشروعات	
	وسائل عرض المعلومات	
الباب الثالث	شروط ومواصفات المعرض الجيد	
	تقييم المعرض	
	نموذج استبيان رأي لتقييم المعرض	
	المـــــراجـــــع	

الفصل الأول

تعريف

وقرارات

الفصل الأول

تعريف وقرارات

يحتوي هذا الفصل على

الباب الأول :

حان وقت المدرسة المنتجة
تجارب الدول
منهجية إعداد الدليل
أهداف الدليل
تصميم هيكل الدليل
القطاعات المستهدفة
أنواع وطرق جمع البيانات
المراجعة والتدقيق
استطلاع رأي المستفيدين

الباب الثاني

تعريف الوحدة المنتجة
نشأة الوحدة المنتجة
القرارات الوزارية
فلسفة الأنشطة الاجتماعية
رؤية الوحدة المنتجة
رسالة الوحدة المنتجة
الغايات والأهداف
علاقة الوحدة المنتجة بالمؤسسات التعليمية

.

الباب الأول

حان وقت المدرسة المنتجة

إن سكان العالم في الوقت الحالي يُعانون من الأمّية التي نسبتها مرتفعة - خاصة في الدول النامية ومنها مصر- وقد أدت تناقضات - تبدو مستعصية على الحل - بين الطلب على التعليم وبين الإمكانيات المتاحة إلى تلبية الطلب، بالإضافة إلى أن المتعلم - بالمفهوم القديم- أصبح لا يستطيع

أن يجد عملاً يُلبّي احتياجاته ومن هنا كثُر التسرّب بشكل خطير ، فنشأت فكرة أن هناك أزمة في التعليم ، خاصة وأن الدولة ظلت لفترة طويلة تُلحق كل الخريجين بالعمل سواء أكانوا يحملون مؤهلاً متوسطاً أو خريجي جامعات.

وحين أصبح هؤلاء الخريجين عبئاً ثقيلاً على ميزانية الدولة وأصبحوا في ازدياد مستمر ولا يؤدون عملاً حقيقياً تغيرت النظرة إلى التعليم والمتعلمين وإن كان من التعسّف أن نمد نطاق تعثّر سياسة التعليم في مصر على جميع المراحل التي مرت بها، ولكن هناك محاولات جادة في

الوقت الحالي للتحول إلى سياسة التعليم المنتج من أجل تخريج جيل مبدع مبتكر مؤهل لمواجهة كافة التحديات.

التجربة الصينية

وفي مجال التربية كانت التجربة الصينية ثوريّة بمعنى الكلمة ، فمنذ خمس وعشرين سنة كان هناك ثلاثةٌ وسبعون عاطلاً - هكذا عبّر التقرير الصيني - من بين كل مائة من سكان البلاد الملتحقون بمراحل التعليم المختلفة... والمقصود بعاطل هنا هو أنه ليس له حرفة إلى جانب كونه طالبا ، مع ذلك فقد تحول هؤلاء العاطلون إلى طاقة عاملة في فترة زمنية وجيزة وذلك عن طريق السياسة التي اعتمدتها وزارة التربية والتعليم الشعبي .

فالطالب في الحلقة الثانية من التعليم من سن عشر سنوات إلى سن خمس عشرة سنة لابد أن ينضم إلى مجموعة عمل مكونة من خمسة طلاب ليقدموا عملاً إنتاجياً حقيقياً ولا يمكن إجازتهم إلا بعد اعتماد هذا العمل .

ثم تأتي الحلقة التعليمية الثالثة من سن خمس عشرة سنة إلى سن ثماني عشرة سنة وهنا يقدّم كل طالب عملا إنتاجيا حقيقيا.

ومع الجدية والاستمرار تحول المجتمع كله إلى مجتمع عاملين وبدأ الإنتاج الصيني الغزير والرخيص يغزو العالم كله.

ومؤدّى هذا أنه ينبغي أن نميّز بوضوح بين خصائص النشاط المصاحب للمواد الدراسية والمشروعات الإنتاجية التي تُغيّر مستقبل التعليم في مصر وتُلحقنا بالدول المتقدمة في فترة وجيزة.

لذا يجب أن يُقدّم مشروع الوحدة المنتجة وكأنه نشاطٌ مصاحبٌ يُمارس في أوقات الفراغ بل يُقدم على أنه جزءٌ رئيسيٌ من العملية التربوية والتعليمية وعنصر جذب لقطاعات عريضة قد تُحجم عن التعليم بشكله الحالي ، وتدريجياً سوف تزول الحدود الفاصلة بين نظامي التعليم العملي والأكاديمي ويأتي هذا الدليل كمُبادرة لتحسين التعلم والتعليم داخل المدرسة المنتجة .
ويسعدنا أن نُقدّم هذا الدليل لكل معلم ومعلمة يسعى كل منهم إلى تحسين أسلوب وطرق تدريسهم ويرغبون بالرقى بمستوى المتعلم بجميع الأعمار.
نأمل أن يحظى هذا الدليل تفاعلكم البنّاء لتحقيق غاياته وأن يكون أداة تطوير وتجديد لخبراتكم العلمية والعملية.

تجربة فرنسا

حدث تطور كبير في التعليم الصناعي حيث (تطور التعليم الفرنسي من المركزية إلى اللامركزية مع تطوير فروع شهادة الثانوية ثم تطوير مجموعة من الدراسات العلمية مثل علم المعلومات Informatique مع إدخال تكنولوجيا التعليم واستخدام التليفزيون في التعليم) ذلك وقد حاولت المدارس الفنية الصناعية على أن تتفاعل مع الواقع العالمي حيث (ركزت المدارس الفرنسية على الميكانيكا الآلية. والمعلوماتية الصناعية وإدارة الماكينة ونظم المعلومات وتركز على الموارد والاحتياجات وطرق التصنيع.

تجربة ماليزيا

وتبرز ماليزيا كأحد دول جنوب شرق آسيا التي تتجه إلى تطوير سياساتها التعليمية من خلال تنمية مواردها البشرية من أجل صناعة ماليزيا كدولة متقدمة بحلول ٢٠٢٠.
ورغم أن معدلات القيد الإجمالي في التعليم المهني والفني في ماليزيا ما زالت منخفضة حيث تصل إلى ٤,٢%،حسب إحصاءات اليونسكو ٢٠٠١، إلا أن ماليزيا تتبع سياسة الدمج بين التعليم العام والتعليم الفني والمهني من خلال مناهج المدارس الماليزية والتي تحتوي على تدريب مهني في سن مبكرة، حيث إن منهج «المهارات الحيوية»Living Skills يتضمن المهنية الحرفية، والصيانة، والإصلاح، والإنتاج، ويقدم حتى في المدارس الابتدائية.

تجربة الولايات المتحدة الأمريكية

يلعب التعليم المهني والصناعي دور كبير في الولايات المتحدة حيث (يتم اكتشاف الطلاب ذوي التوجه المهني في المرحلة الابتدائية ٣ سنوات) لذلك يوجد بالولايات المتحدة عدة برامج للتعليم الصناعي.
برامج التعليم التكنولوجية بالولايات المتحدة.:
ركزت برامج تعليم التكنولوجيا على ثلاثة جوانب

أ) الفنون الصناعية: تشتمل على الرسم الصناعي – الاستخدام الآمن للعدد اليدوية وتصميم وبناء نماذج صغيرة والآلات والمعدات لتشغيل المعادن.
ب) قسم الكمبيوتر: يشمل مقدمة عند البرمجة – للغة اللوغو – مقدمة عند تشغيل (DOS) نظام التحكم بالفأرة.
ج) قسم الثقافة الكمبيوترية: يشتمل على مقدمة عن الكمبيوتر ولوحة الكمبيوتر – نظام معالجة الكلمات وتطبيقات الكمبيوتر وتكوين قاعدة البيانات وإدارتها، ودراسة التطور التاريخي للكمبيوتر.

تجربة جمهورية مصر العربية

تم تطبيق التجربة في محافظتي دمياط وجرجا التعليمية وهو شعار رفعته وزارة التربية والتعليم في مصر يهدف إلى إقامة مشاريع إنتاجية داخل المدارس، يديرها المتعلمون والمعلمون بهدف تربية رجال أعمال ناجحين من المتعلمين، يمكنهم إقامة مشاريع مشابهة لها عند انتهاء دراستهم، وتفيد في نقل الخبرة من المعلمين للمتعلمين وتوفر جو طبيعي لتعلم إدارة المشاريع الناجحة، وهذه الفكرة قائمة على استراتيجية التعلم القائم على المشروعات.
وقد دخلت الفكرة حيز التنفيذ عام ٢٠٠٢ بتعميم القرار الوزاري رقم (١٢) على كل المدارس والخاص بتشكيل اللجان للمدرسة المنتجة والقرار الوزاري رقم (٣٥) لعام ٢٠٠٣والخاص بإنشاء الادارة العامة للمدرسة المنتجة، وكان التركيز على مشروع المدارس المنتجة كإحدى الوسائل المهمة لإرساء منطق التنمية في التعليم، لأنه مشروع تربوي بالدرجة الأولى، يدعم أهداف العملية التعليمية ولا يُنقص من دور المدرسة الأساسي في التعليم، وتلك المشروعات الصغيرة تعمل على القضاء على الفجوة بين التعليم الأكاديمي وارتباطه بسوق العمل وتسليح المتعلمين بالخبرات العملية التي تمكنهم من العمل كطلائع للإنتاج وبدأ المشروع في مدارس التعليم الفني.
وفي عام ٢٠٠٦ صدر القرار الوزاري رقم (٣٥٦) لنقل تبعية الإدارة العامة للمدرسة المنتجة لتكون تابعة لرئيس قطاع التعليم العام، وانتقل التركيز لمدارس التعليم العام خاصة في المدارس الإعدادية، ولعمل مشروعات صغيرة مرتبطة بالبيئة والمجتمع المحيط تركز على الأفكار الجديدة، والنماذج غير النمطية.
ويجب أن يقدم مشروع المدرسة المنتجة على أنه جزء رئيسي من العملية التربوية والتعليمية وعنصر جذب لقطاعات عريضة قد تحجم عن التعليم بشكله الحالي.. وتدريجياً سوف تزول الحدود الفاصلة بين نظامي التعليم (العملي) و(الأكاديمي).

منهجية إعداد الدليل

يتضمن دليل المُعلم للمدرسة المنتجة كافة المعلومات التي يحتاج إليها المعلمون.
واعتمدت المنهجية المُتبعة في إعداد هذا الدليل على الأسلوب الوصفي والإجراءات الواجب اتباعها، وكذلك التحسين والتعزيز المستمر لجودة المُنتج النهائي .
ومن ناحية أخرى اشتملت منهجية إعداد هذا الدليل على عدة مراحل متعاقبة ومتكاملة، تمثلت في أهدافه، والقطاعات المُستهدفة، وهيكله، وأنواع وطرق جمع بياناته، واستطلاع آراء المستفيدين، والمراجعة والتدقيق .

أهـداف الدلـيـل

يسعى هذا الدليل إلى تحقيق الأهداف التالية :

- تعريف وتوعية مؤسسات التعليم قبل الجامعي(حكومي وخاص) برسالة وأهداف الوحدة المنتجة ، ودورها في التطوير المستمر بما يحافظ على هوية الأمة.
- توفير المعلومات الكافية والدقيقة لمؤسسات التعليم قبل الجامعي.
- معاونة مؤسسات التعليم قبل الجامعي لتعزيز مجهوداتها في القضاء علي التسرب من التعليم.
- تطوير وتحسين جودة المنتجات .

القطاعات المستهدفة

يمكن الاستفادة من هذا الدليل عن طريق القطاعات التالية :

* أعضاء هيئة التدريس * الطلاب
* الأطراف المجتمعية ذات العلاقة والمهتمة بقضايا تطوير التعليم في مصر.

تصميم هيكل الدليل

تم تصميم هيكل هذا الدليل على النحو الذي يساعد على تحقيق الأهداف المُخططة له ،
ومن ثم تقرر أن يشتمل هذا الدليل على ثمانية فصول رئيسية تقديمها بتسلسل منطقي ،
.
مع الاستعانة بالأمثلة التوضيحية ، والكتابة بأسلوب تفاعلي نُشرك من خلاله القارئ في الحوار والمناقشة وذلك لربط قارئ الدليل بالواقع الفعلي للمدرسة المنتجة داخل العملية التعليمية.

أنواع وطرق جمع البيانات

تطلّب إعداد هذا الدليل الحصول على البيانات الوثائقية التي اشتملت على مختلف البيانات المُتاحة والمنشورة، وتتلخص المصادر الرئيسية لهذا النوع من البيانات فيما يلي :

- القرارات الوزارية .
- القوانين الصادرة بشأن إنشاء وتأسيس المدرسة المُنتجة ولائحتها التنفيذية.
- تقارير رسمية منشورة.

- دراسات وبحوث سابقة ذات علاقة بجودة التعليم.
- مراجع عربية متخصصة في مجالات الإدارة الإستراتيجية وجودة الخدمات والتعليم وغيرها.

المراجعة والتدقيق

- تطلّب إعداد وإخراج هذا الدليل في صورته النهائية ضرورة إجراء عمليات المراجعة والتدقيق لجميع محتوياته في مراحله المختلفة.
- ولقد تمت عملية المراجعة والتدقيق أكثر من مرة، وشارك فيها عدة أطراف من بينها الفريق المسئول عن هذا الدليل.

استطلاع رأي المستفيدين النهائيين

بعد الانتهاء من إعداد المسودة النهائية للدليل تم عرضها على مجموعات من المستفيدين النهائيين بغرض الحصول على انطباعاتهم وآرائهم نحو إمكان تطبيقها في مؤسساتهم المختلفة.

.

البـاب الـثـانـي

تعريف الوحدة المنتجة

بالرغم من صعوبة تعريف الوحدة المنتجة لكونها تعنى أموراً مختلفة لأشخاص مختلفين إلا أنّ المعنى الأوسع والأشمل لها : هي الوحدة القادرة على استخدام مواردها بأكثر كفاءة وفعالية ، وتعمل على تقليص فرص الهدر فيها إضافة إلى قدرتها على تنويع مصادر التمويل المدرسي فيها

وهى وحدة التعليم العام التي تقدم خدمات تربوية غير موجودة في المدارس الأخرى وتستقبل جميع المتعلمين دون استثناء بمن فيهم المتعلمين ذوي الإعاقة والموهوبين لتُلبّى حاجات وخصائص المتعلمين لإنتاج مُنتج مادي أو معنوي يستفيد منه الفرد أو المجتمع .

نشأة الوحدة المنتجة

الوحدة المنتجة هي إحدى الآليات التربوية التي دخلت إلي المنظومة التعليمية في القرن الحالي (فلسفة العلم الحديث) وهى تهدف إلي التنمية البشرية التي تساعد علي اكتساب بعض الخبرات العملية والعلمية لتطبيقها بعد أن ينطلق الطالب لسوق العمل.

كانت بدايتها في الصين مع الثورة الصناعية التي اعتمدت على المدارس الريفية ، ومن ثمّ فإن دعوة وزارة التربية والتعليم في مصرنا الحبيبة للنهوض بالمدرسة لتتحول إلي وحدة منتجة ليست من باب إهدار الوقت أو الطاقات بل هي بهدف استغلال قدرات الطلاب في كافة المراحل التعليمية وتوجيه تلك الطاقات للارتقاء بالمجتمع المدرسي إلي جانب تهذيب سلوك الطلاب وتنمية قدراتهم والاستفادة من نتاج إبداعاتهم .

ورغم ما قد يبدو من صعوبة ذلك إلا أنّ مرحلة الألف ميل تبدأ بخطوة ولو كانت بلاد شرق آسيا تراجعت بحجة الصعوبات والاستحالة لما غزت صناعاتها اليدوية دول العالم.

وها هي التجارب الصينية والكورية والفلبينية والهندية والسنغافورية ماثلة أمامنا وكلها بدأت من المدارس.

القرارات الوزارية لنشأة المدرسة المنتجة

رقم القرار	تاريخ القرار	محتوى القرار
12	2002/1/23	تشكيل اللجنة العليا للمدرسة المنتجة
35	2003/2/19	إنشاء الإدارة العامة للمدرسة المنتجة وتتبع التعليم الفني
365	2006/10/4	نقل التبعية للتعليم العام
274	2014	تبعية الإدارة العامة للمدرسة المنتجة للإدارة المركزية لمعالجة التسرب التعليمي بقطاع التعليم العام

فلسفة الأنشطة الاجتماعية وأهدافها في إطار الوحدة المنتجة

تُؤمن فلسفة النشاط الاجتماعي بأن كل فرد في حاجة إلى خبرات الجماعات المختلفة ، فحاجة الأفراد إلى الخبرات الجماعية تتفق وأنواع التكيف المختلفة التي تتم داخل الجماعة، ويتضح ذلك في مساعدة الأفراد وتنمية شخصياتهم وتعديل اتجاهاتهم عن طريق علاقاتهم وتفاعلاتهم وخبراتهم مع الأشخاص الآخرين في الجماعات المختلفة .

فالأفراد ينمون فقط في جماعات وهى تساعدهم على اكتساب السلوك المرغوب فيه مثل القدرة على التعاون والقدرة على تحمّل المسئولية والقيام بها .

كما أن الجماعة وسيلة لتعديل السلوك عن طريق مقابلة كل من الحاجة إلى الانتماء إلى التقبل ، وهما من الحاجات النفسية الهامة.

ويُؤمن النشاط الاجتماعي أيضا بأن نجاح الفرد وسعادته في الحياة يتوقفان على قدرته على أنْ يعمل مع الجماعات المختلفة وأن يُكوّن علاقات ناجحة مع هذه الجماعات خارج نطاق الأسرة. وتتضمن فلسفة النشاط الاجتماعي كذلك تنمية الأسلوب الديمقراطي كنوع من التفاعل الاجتماعي الذي لا يسيطر فيه فرد على آخر أو يتحكم في سلوكه فهو يقوم على احترام كرامة الفرد واحترام الفروق الفردية وأن لكل فرد صفاته التي تميزه عن الآخرين.

كما أن الفرد يتمتع بحرية الإرادة واختيار ما يريد أن يؤدّيه بشرط احترام الغير والمجتمع الذي يعيش فيه.

بناء على ما سبق فإن فلسفة الأنشطة الاجتماعية تتفق ومشروع الوحدة المنتجة الذي يقوم على توظيف واستثمار كل الإمكانات المادية والبشرية والتقنية والتكنولوجية الموجودة بالمدرسة لتحويلها إلى عمل مُنتج يكتسب العاملون فيه صفات روح العمل والمشاركة الفعالة.

ويمكن تحقيق تلك الفلسفة للأنشطة الاجتماعية بالوحدة المنتجة من خلال العمل على تحقيق الأهداف التالية

١) أن نتيح الفرصة للمتعلمين ليكتسبوا المهارات المختلفة التي تُزيد من قدراتهم الإنتاجية والابتكارية .
٢) أن نعمل مشاريع تساعد على تكوين جيل مبدع ومبتكر من رجال الأعمال وأصحاب الفكر الصناعي الحديث .
٣) أن نستغل طاقات وقدرات المتعلمين وأوقات فراغهم بما يعود عليهم وعلى المجتمع بالنفع .
٤) أن ننمي مجموعة من المهارات العقلية سواء العلمية أو العملية من خلال مشاركة المتعلمين ابتداء من التفكير في المشروع وإعداد دراسة الجدوى الاقتصادية حتى تنفيذ المشروع وتقويمه ومتابعة المشروع
٥) أن نستفيد من المنشآت التعليمية أكبر استفادة ممكنة من خلال الأبنية والأجهزة والأدوات الموجودة داخل المدرسة بما لا يضر العملية التعليمية .
٦) أن نستثمر الطاقات البشرية داخل المدرسة متمثلة في الطلاب والمدرسين وإدارة المدرسة .
٧) أن نُكسب المتعلمين مجموعة من المهارات الفنية واليدوية من خلال تدريبهم على مجموعة من الأعمال التي تكسبهم تلك المهارات ، بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لهم لتنمية قدراتهم على الاشتراك مع الغير .
٨) أن نُنمي القدرة على القيادة والتبعية بمعنى أن يكون المتعلم قادرا وراضيا كأن يكون قائدا في عمل ما وتابعا في عمل آخر .
٩) أن نُساعد الجماعات - كوحدات قائمة بذاتها - على النضج والنمو الاجتماعي وممارسة الحياة الديموقراطية وتحقيق أهدافها مما يسهم في تنمية شخصيات المتعلمين .
١٠) أن نُكسب المتعلمين مهارات عمل مشروع مما يؤهلهم لدخول سوق العمل دون انتظار للوظيفة الحكومية .
١١) أن نبُث في المتعلمين القيم الاجتماعية كالعدل والصدق والأمانة ومراعاة آداب السلوك.
١٢) أن نُساعد المتعلمين على التمسك بحقوقهم والمطالبة بها دون تردد أو خوف وأداء واجباتهم والقيام بمسئوليتهم عن رغبة ذاتية .
١٣) أن نُنفذ المقترحات الجديدة من خلال اجتماع هيئة الإشراف برئاسة الوكيل.
١٤) أن نُعد ملف التقارير المرسلة إلى مسئول الإدارة التعليمية كل أسبوع.
١٥) أن نُنفذ ملف الندوات والمحاضرات للتوعية بالوحدة المنتجة.
١٦) أن نُعد الزيارات المدعمة بالصور ودراسة الجدوى على أن تُعتمد من إدارة المدرسة والتوجيه المالي وتُختم بخاتم شعار الجمهورية .

رؤيـة الـوحـدة الـمـنـتـجـة

أن يتخرج أفراد قادرون - معرفياً ومهارياً – على:
أ: المنافسة في سوق العمل المحلي والدولي .
ب: بناء وتطوير وتقدم المجتمع .
ج: مواجهة التحديات للقيام بهذا الدور بكفاءة وفاعلية من خلال القيم الجوهرية التالية :
١) الانتماء القومي والحفاظ على هوية الأمة .
٢) مواكبة التطور العلمي والتكنولوجي .
٣) المساهمة الفعالة في دعم خطط التنمية القومية .
٤) تنمية وحماية البيئة .
٥) العمل من خلال قيم تحكمها النزاهة والموضوعية .
٦) الالتزام بالأخلاقيات الحميدة مثل الصدق وإتقان العمل .
٧) النظر للطالب على أنه محور العملية التعليمية .
٨) تنمية مهارات الطالب وإعداده للتنافسية العالمية .
٩) السعي الجاد للتميز .
١٠) التقييم الذاتي المستمر بوصفه أساسا للتطوير.

رسالة الـوحـدة الـمـنـتـجـة

١) أن نُنمّي معارف ومهارات المتعلم الفكرية والعملية والتكنولوجية والبدنية والخلقية في ظل بيئة نظيفة .
٢) أن يُشارك المتعلم بشكل فعّال في الأنشطة المختلفة .
٣) أن نُحقق تنمية مهنية مستدامة للمعلمين من خلال وحدة التدريب .
٤) أن يستخدم المتعلم القيادة وأسلوب الحوار في ظل اللوائح والقوانين .
٥) أن نُفعّل دور المشاركة المجتمعية في النهوض بالعملية التعليمية في ظل اللامركزية .
٦) أن نُوثّق الصلة بين المدرسة والمجتمع .
٧) أن نتبنى استراتيجيات التعليم والتعلم الحديثة .
٨) أن نُيسّر الإدارة في ظل نُظم إدارية متطورة .
٩) أن نخرج عن الشكل التقليدي للمدرسة .

الغايات والأهداف

١) أن نضمن الجودة الشاملة للتعليم وتطويره المستمر بما يتفق ومتطلبات خطط التنمية القومية.
٢) أن نُحقق التنافسية على المستويين المحلى والدولي بما لا يتعارض مع هوية الأمة.
٣) أن ندعم ونعزز دور المؤسسات التعليمية في بناء المعرفة، وتنمية المهارات، ونشر الثقافة، وتعميق البحث العلمي، وخدمة المجتمع والبيئة.
٤) أن نُعظّم مردود الاستثمار في التعليم لزيادة الناتج القومي باعتباره أحد روافد الدخل القومي.
٥) أن نكسب ثقة وتأييد ودعم المجتمع ومؤسساته المختلفة للهيئة، باعتبارها كيانا للاعتماد معترفاً به عالمياً .
٦) أن نُحقق التواصل والتعاون المستمر مع هيئات ضمان الجودة والاعتماد على المستويين الإقليمي والدولي .

علاقة الوحدة المنتجة بالمؤسسات التعليمية

١) تُحفّز الوحدة المنتجة المؤسسات التعليمية على التحسين والتطوير المستمر، وتوفر لها الخبرات الاستشارية والتدريبية .
٢) تُصدر الوحدة المنتجة دليلا من الأدلة الإرشادية لمساعدة المؤسسات التعليمية
٣) تُشجّع الوحدة المنتجة التجديد والابتكار في الأداء .
٤) تُدعّم الأنشطة الخارجية والتعاون مع المؤسسات الأخرى .
٥) تُنسّق التعاون مع الوزارات المعنية في الموضوعات ذات الاهتمام المشترك.
٦) تُقيم علاقات تبادلية مع الهيئات لتبادل الخبرات والممارسات الجيدة، وتنمية وتطوير قدراتها.

جمهورية مصر العربية
وزارة التربية والتعليم
قطاع التعليم العام
الإدارة المركزية لمعالجة التسرب التعليمي
الإدارة العامة للمدرسة المنتجة

الفصل الثاني

أسئلة واختصاصات

Prosdpt@moe.gov.eg Tel: (202)27943292

الـفـصــل الـثـانــي

أسئلة واختصاصات

يحتوى هذا الفصل على

الباب الأول:
سؤال وجواب

الباب الثاني:
أدوار ومسؤوليات

الباب الثالث:
تشكيل الوحدة المنتجة

الباب الرابع:
الاختصاصات

البـاب الأول

سؤال وجـواب

١) مـن هم أعضاء اللجنة المشرفة على مشروع الوحدة المنتجة ؟

مدير إدارة المدرسة أو مديرها أو ناظرها "رئيسا للجنة " - وكيل المدرسة مشرفا مسئولا " - مدرس " مشرفا مسئولا " - الأخصائي الاجتماعي" عضوا " - السكرتير" عضوا ماليا " - كل من له علاقة بأعمال الوحدة المنتجة مثل مدرسي الاقتصاد المنزلي والحاسب الآلي والتربية الزراعية .

٢) ما هي وسائل نـشـر فـكـر الوحدة المنتجة ؟

الإذاعة المدرسية ، المجلات ، الندوات ، المناقشات ، استمارات الاستبيان ، واللافتات المعلقة بمدخل المدرسة .

٣) أين يتم تسويق منتجات الوحدة المنتجة ؟

- في معارض الوحدة المنتجة (خلال الفسحة وبعد انتهاء اليوم الدراسي أيضا) -
- في المعارض الدائمة للإدارات التعليمية
- في المعارض الدائمة للمديريات – في معارض الوزارة

٤) كيف يتم التصرف في المنتجات التالفة أو غير الصالحة ؟

تُشكّل لجنة لفحص ومعرفة سبب التلف ويحرر محضر بذلك ويعرض على مدير المدرسة لاتخاذ اللازم ويتم خصم قيمة المُنتج التالف من قيمة المنتجات .

٥) ما هي ضوابط تأجير المسارح والقاعات ؟

- أن يكون لفترة قصيرة كي لا يتعارض مع الأنشطة التربوية .
- أن يتم عمل عقد مبدئي الحفاظ على احترم المكان .
- ضرورة إبلاغ الجهات الأمنية .
- ضرورة دفع مبلغ تأمين يتم استرداده عند استلام المكان .
- عدم استخدام المكان لأغراض مخلة بالأخلاق .

٦) هل يجوز للمواد التي لها نشاط مصاحب بالوحدة المنتجة إقامة مشروع ؟

يجوز للمواد الدراسية التي لها منهج دراسي وتطبيق عملي وذات إمكانية إقامة مشروع.

٧) ما المقصود بالـمُـنـتـج ؟

هي السلعة التي يتم التوافق عليها من لجنة الوحدة المنتجة وتناسب البيئة المحيطة وتخدم الطلاب .

٨) ما هي المواد الخام ؟

هي المواد التي تستخدم في التصنيع لعمل السلعة أو المنتج لطرحه للبيع .

٩) هل للوحدة المنتجة زمن محدد للعمل بها ؟

لا يوجد زمن محدد للعمل بالوحدة المنتجة فكلها تعمل بداية من شهر سبتمبر إلى شهر أغسطس فإذا تم الانتهاء من المشروعات بدأنا في دراسة مشروع آخر وزمن العمل خلال اليوم أثناء فترة الفسحة أو بعد انتهاء اليوم الدراسي .

١٠) ما الخطوات التي يجب اتخاذها عند تنفيذ مشروع للوحدة المنتجة ؟

- التوعية الكافية لأهداف الوحدة المنتجة
- تشكيل اللجنة المشرفة والمنفذة للمشروعات
- اختيار الطلاب المتميزين ومعرفة أفكارهم لمشروعات يمكن تنفيذها
- تحديد مصادر تمويل المشروع
- عمل السجلات المالية والإدارية
- دراسة كيفية التسويق
- كتابة دراسة جدوى ناجحة

١١) هل يمكن الاتفاق مع رجال الأعمال على إقامة مشروعات صغيرة باسم الوحدة المنتجة؟

نعم حيث يتم التعاون في مجال الشراكة المجتمعية من قبل رجال الأعمال والمستثمرين ويجوز الاتفاق على صناعات بالمدرسة على أن يتحمل المستثمر كافة التكاليف. ويكون من حق المدرسة التفاوض على مدة قانونية لبقاء المشروع تؤول لمدة محددة بعدها تعود كل الأصول الثابتة إلى المدرسة .

١٢) هل يمكن الاتفاق مع أحد الموردين لتوريد بضاعة للوحدة المنتجة ؟ وما ضوابط ذلك ؟

نعم يمكن ، علي أن يتم عمل عقد بين المورد والمدرسة وتعتبر البضاعة الموجودة بصفة أمانة لحين بيع جميع المنتجات الخاصة بصافي الربح ويتم السداد للمورد .

١٣) تعقد المدرسة اجتماعا شهريا فما هي الموضوعات التي تناقشها اللجنة فيه ؟

- متابعة المشروعات بالمدرسة .
- مقترحات تطوير العمل بمشروعات الوحدة المنتجة .
- البحث عن مصادر تمويل بالتعاون مع التوجيه المالي والإداري التابع للمحافظة .
- إجراء مسابقات للطلاب لتنمية المواهب وزيادة الوعي عن أهداف الوحدة المنتجة .
- نشر ثقافة الوحدة المنتجة لدى الرأي العام بالبيئة المحيطة .
- معرفة السلبيات وطرق علاجها .
- إعداد التقارير الشهرية عن الأعمال المنتجة وإرسالها إلى الإدارة التعليمية .

١٤) ما المقصود بالبيئة المحيطة ؟

هي البيئة المحيطة بالوحدة المنتجة والتعرف على طبيعتها وما تحتاجه من مصانع ومتاجر والورش الموجودة بها ورجال الأعمال وفكرهم الاستثماري ، وبذلك يكتسب الطالب معرفة هامة جدا في التعامل مع تلك البيئة.

الباب الثاني

أدوار ومسئوليات

١) ما هو دور المدرسة في نجاح المشروع ؟

متابعة تشكيل اللجان المختصة - تنفيذ القرارات التي اتُخذت - الاتصال بكافة الهيئات والمنظمات لمعرفة إنتاجهم والمشروعات لديهم - قبول أي دعم مادي يساعد على قيام المشروع لخلق مستثمر صغير قادر على الإبداع والابتكار .

٢) ما هو دور مسئول الإدارة التعليمية للوحدة المنتجة ؟

التأكد من نظافة حجرة التصنيع وتنسيقها بطريقة جيدة مبهرة - متابعة اجتماع الطلاب كل أسبوعين لمعرفة السلبيات والايجابيات ومقترحات الطلاب للوحدة المنتجة.

٣) ما هو دور وكيل النشاط ؟

تنظيم كافة السجلات - تلقى جميع التقارير من القائمين على الوحدة المنتجة - الاجتماع باللجنة المشرفة والمنفذة كل خمسة عشر يوما - كتابة تقرير عن أعمال الوحدة المنتجة يُرفع للإدارة التعليمية التابعة لها - التأكد من تطبيق كافة المواصفات الأمنية - نظافة مكان المنتج - متابعة توريد الأرباح الناتجة عن الاشتراك في المعارض - متابعة دراسات الجدوى واعتمادها .

٤) ما هو دور الأخصائي الاجتماعي ؟

عمل حصر للطلاب المتميزين لمعرفة اتجاهاتهم وأفكارهم نحو المشرعات المراد تنفيذها - عقد اجتماعات لرواد الفصول مع مدرسي المجالات الأخرى - عرض مقترحات الطلاب على مدرس المجالات - اختيار المشروع المناسب منها - زيارة المصانع - تفعيل الأنشطة المختلفة - التعرف على المشاكل والسلبيات التي تواجه أعمال الوحدة المنتجة وطرق علاجها.

٥) ما هو دور مدرس التربية الفنية ؟

تقديم كافة المعلومات والخبرات المتعددة والمرتبطة بالعمل الفني حتى تكون مرجعاً لـه مع صقل مواهب الطلاب وإعدادهم الإعداد الجيد .

٦) ما هو دور مدرس التربية الرياضية ؟

تعميق دور الوحدة المنتجة من خلال المباريات والدورات الرياضية لكل طالب حسب ميوله .

٧) ما هو دور الاقتصاد المنزلي ؟

ربط الدروس الخاصة بالمنهج بعمل خطة موضوعية يناقش فيها آراء الطلاب مع اشتراك

الجميع في عمليات الإنتاج وعمل الدفاتر الخاصة بالمشروع .

٨) ما هو دور أمين المكتبة ؟

- توفير كافة المراجع والكتب وال قواميس للمترددين .
- توفير المواد السمعية والبصرية التي تخدم الوحدة المنتجة .
- تشجيع الطلاب على عمل بحوث حول موضوع الوحدة المنتجة .
- اشتراك جماعة أصدقاء المكتبة في الإذاعة المدرسية لإلقاء الضوء على أهداف الوحدة المنتجة .

٩) مـا هو دور سكرتير المدرسة ؟

- متابعة فواتير وإيصالات الصرف وسدادها و التحصيل اليومي .
- تسجيل وتوريد تلك المبالغ .
- تسجيل عهدة الوحدة المنتجة .
- إغلاق الحسابات شهريا لمعرفة أرباح المشروع .

١٠) ما هو دور الموجه المالي ؟

اعتماد توزيع السجلات المالية للوحدة المنتجة - مراجعة فواتير وإيصالات الشراء -

- اعتماد توزيع الأرباح للحساب الختامي كل ستة أشهر وفى نهاية المشروع أو نهاية السنة الدراسية أو ما يراه مناسبا .

١١) ما هو دور لجنة المشتريات بالمدرسة ؟

- دراسة السوق الخارجي وما يوجد به من خامات تخدم المشروع وتكون المدرسة في احتياج إليها .
- شراء متطلبات المشروع من خامات
- تقديم ثلاثة عروض أسعار
- تقديم الفواتير الدالة على الشراء وتسجيلها بالدفاتر الخاصة بعد اعتمادها من مدير إدارة الوحدة المنتجة .
- التعاون مع سكرتير المدرسة لتسجيل ما يخص الوحدة المنتجة من حسابات خاصة .

١٢) ما هو دور مجلس الآباء والمعلمين في تحقيق أهداف الوحدة المنتجة ؟

- وضع خطة متكاملة لتحقيق أهداف العملية التعليمية على أساس ما تقدم به الأعضاء من مقترحات ومعاونة للمدرسة في تذليل الصعوبات .
- يكون حلقة اتصال بين المدرسة ورجال الأعمال والبيئة المحيطة بالمدرسة وذلك لتحقيق النجاح للوحدة المنتجة بجهود الآباء والمعلمين لرفع المستوى العام للمجتمع .

الباب الثالث

تشكيل الوحدة المنتجة

١) من هم أعضاء الوحدة المنتجة بالإدارات التعليمية؟

- مدير عام الإدارة التعليمية
- مدير إدارة الوحدة المنتجة
- رئيس قسم الدعم الفني
- رئيس قسم المشروعات
- وكيل قسم للنظم والمعلومات للدعم الفني
- وكيل قسم لدراسة الجدوى
- وكيل قسم لتنفيذ ومتابعة المشروع
- عضو مالي وإداري
- أخصائي حاسب آلي
- من ترى الوزارة وجوب ضمهم لحاجة المشروع إليهم.

٢) من هم أعضاء الوحدة المنتجة بمديريات التعليم؟

- مديري المديريات
- مدير إدارة الوحدة المنتجة
- مدير إدارة الدعم الفني
- مدير إدارة المشروعات
- رئيس قسم النظم والمعلومات للدعم الفني
- رئيس قسم مالي وإداري لدراسات الجدوى ومتابعتها
- رئيس تنفيذ ومتابعة المشرعات
- من تراه المديرية مناسبا لحاجة المشروع إليه .

٣) من هم أعضاء لجنة المشتريات بالوحدة المنتجة؟

- مدير المدرسة للاعتماد
- المدرس المشرف على المشروع
- الطالب
- سكرتير المدرسة

الباب الرابع

الاختصاصات

أولاً : ما هي اختصاصات الإدارة العامة للمدرسة المنتجة بالوزارة؟

١- وضع خطة عامة سنويا وتوزيعها على جميع المحافظات لما يختص بأعمال الوحدة المنتجة.
٢- وضع آليات وأُطر عامة تحتوي أعمال الوحدة المنتجة والعمل على أساسها وفقاً للبيئة المناسبة لكل محافظة .
٣- تقديم المشورة الفنية والإدارية للمديريات والإدارات والمدارس في حدود تفاعلات العمل اليومي لما يختص بأعمال الوحدة المنتجة .
٤- القيام بالدراسات والبحوث اللازمة لتعميق فكرة الوحدة المنتجة .
٥- نشر ثقافة الوحدة المنتجة لدى الرأي العام من خلال الاستعانة بآليات ووسائل الإعلام.
٦- التواصل مع المديريات التعليمية لإقامة المؤتمرات لتفعيل دور وفكر الوحدة المنتجة .
٧- متابعة المعارض السنوية واللقاءات المستمرة التي يتم بها عرض المشروعات والمنتجات والأفكار المتميزة للوحدة المنتجة على مستوى الجمهورية.
٨- عقد اجتماعات ولقاءات بين مسئولي الوزارة والمديريات التعليمية وذلك لتفعيل الدور القائم به كل مسئول مع تعميق الرؤية المستقبلية للوحدة المنتجة مع محاولة الوصول لحل السلبيات التي تطرأ على المشروعات.
٩- الزيارات الميدانية للمديريات التعليمية والمدارس لتفقّد العمل بالمشروعات وإبداء المشورة وتذليل العقبات.
١٠- عمل بروتوكولات تعاون مع إدارات مختلفة لدعم المدرسة المنتجة .

ثانياً : ما هي اختصاصات مسئولي الوحدة المنتجة بالمديرية؟

١- متابعة الإدارات التعليمية في تنفيذ المشروعات.
٢- لابد من تواجد دراسات جدوى معتمدة لجميع المشرعات المقامة بمدارس الإدارة التعليمية لمعرفتها مع النصح والإرشاد لهذه المدارس لنجاح المشروعات.
٣- تبادل الزيارات بين الإدارات التعليمية والتشجيع عليها لتبادل المعرفة والخبرات.
٤- إقامة معرض دائم للمديرية في إحدى المدارس التي تتوسط جميع مدارس الإدارة.
٥- العمل على تذليل العقبات التي تواجه المشروعات.
٦- دراسة الاقتراحات والخطط المقدمة من الإدارات التعليمية لتطوير الوحدة المنتجة.
٧- تنفيذ برنامج (ترفيهي ، علمي ، تدريبي) على مستوى المديريات للمتميزين بالوحدة المنتجة .

ثالثاً : ما هي اختصاصات مسئولي الإدارة التعليمية المشرفة على الوحدة المنتجة؟

١- الوقوف على المشكلات التي تواجه أعمال الوحدة المنتجة بالمدارس وطرق علاجها.
٢- متابعة مدارس الإدارة أثناء تنفيذ المشروعات.
٣- الاطلاع على السجلات الإدارية المنظمة للعمل مع تدوين الملاحظات إن وجدت.
٤- عمل اجتماعات مع مسئولي الوحدة المنتجة لمعرفة نتائج المشروع.
٥- إقامة المعارض على مستوى الإدارة والمديرية.
٦- معالجة السلبيات أن وجدت والمناداة بعدم التكرار.
٧- إرسال تقرير للمديرية التعليمية شهرياً عن نتائج المشرعات بالإدارة.
٨- وضع خطة للمدرسة المنتجة نصف سنوية وخطة سنوية للإدارة التعليمية.

رابعاً : ما هي اختصاصات الدعم الفني؟

١- إعداد التخطيط اللازم وإجراء دراسات الجدوى.
٢- بحث واقتراح وسائل التمويل و بحث التقارير التي ترد عليه.
٣- تخطيط وتنسيق الإنفاق على المعارض.

خامساً : ما هي اختصاصات إدارة المشروعات؟

١- القدرة على حل المشكلات وإزالة السلبيات.
٢- القيام على حل مشاكل المشروعات.
٣- طبع برنامج للتدريب.
٤- اقتراح وسائل تحسين المنتج وتنوعه بما يتناسب مع إمكانيات كل مدرسة طبقا لاحتياج البيئة.

الفصل الثالث

السجلات

و

التنظيم المالي

الفصل الثالث

السجلات والتنظيم المالي

يحتوي هذا الفصل علي

الباب الأول:
جهات متابعة
الباب الثاني:
- السجلات
- التعليم الفني
الباب الثالث:
التنظيم المالي

الباب الأول

جهات متابعة

١) ما هي الجهات التي تخضع لها الوحدة المنتجة بالمتابعة الإدارية؟

- التوجيه المالي والإداري بالوزارة
- الجهاز الفني بالإدارة العامة للمدرسة المنتجة
- ديوان عام الوزارة والمتابعة
- المديرية التعليمية (إدارة الوحدة المنتجة)
- الإدارة التعليمية (إدارة الوحدة المنتجة).

٢) ما هي جوانب مستويات المتابعة على الوحدة المنتجة؟

١- الجانب الإداري(اللجنة المشرفة على المشروعات برئاسة مدير المدرسة ".
٢- الجانب المالي " سكرتير المدرسة ـ التوجيه المالي".
٣- الجانب الفني " المدرس المشرف على التنفيذ ".
٤- إدارة المدرسة المنتجة "على مستوى الإدارة ـ المديرية ـ الوزارة ".
٥- التوجيه المالي والإداري "على مستوى الإدارة ـ المديرية ـ الوزارة ".
٦- جهاز التفتيش "على مستوى الوزارة".

٣) ما هي الجهات التي يمكن الاستعانة بها في تدعيم مشروع الوحدة المنتجة؟

- البنك الرئيسي للتنمية والائتمان الزراعي
- مشروعات الأسر المنتجة
- جمعيات رجال الأعمال والمستثمرين
- وزارة الإنتاج الحربي ومراكز التدريب
- جمعيات شباب الخريجين
- البنوك التجارية
- جمعية تنمية المجتمع المحلى
- جهاز بناء وتنمية القرية المصرية .

٤) ما هو الدور الذي تقوم به المتابعة على الوحدة المنتجة؟

- متابعة إدارة المدرسة واللجنة المشرفة على الوحدة المنتجة أثناء التنفيذ.
- توفير رأس المال للمشروعات.
- معالجة السلبيات التي تطرأ على المشروعات.
- الإشادة بالإيجابيات في إذاعة المدرسة.
- إعطاء حوافز عينية للمتميزين في العمل.

الباب الثانى

السجلات

١) ما أهمية السجلات الإدارية والمالية للوحدة المنتجة للطالب؟

ليتعرف عليها الطالب - وهى منظمة للعمل من حيث النظام والتنسيق بين المستخدم والمنتج

- يتعلم كيفية التعاقد مع التجار - عمل حسابات وإعداد صافى الربح وتوزيعه .

٢) ما هي السجلات الإدارية المطلوب تواجدها بالوحدة المنتجة؟

- سجل اجتماعات الطلبة العاملين في الوحدة المنتجة
- سجل اجتماع المدرسين المنفذين مع وكيل المدرسة
- سجل تقارير جميع المشروعات مع وكيل المدرسة ومدير المدرسة
- ملف خاص بالندوات - ملف للمسابقات
- دراسة الجدوى معتمدة من المديرية.

٣) ما هي السجلات المالية المطلوب تواجدها بالوحدة المنتجة؟

- المشتريات مستوفاة الفواتير - المبيعات - الإيرادات - المسحوبات
- توزيع صافى الربح

٤) هل يوجد نموذج خاص للتسجيل بدفاتر المشتريات والمبيعات والأرباح؟

كل مديرية وإدارة تعليمية لها رؤية خاصة في نموذج الماليات من وجهة نظرهم طبقاً للوائح الموجودة بإدارة المشتريات.

التعليم الفنى

١) توجد معدات وآلات مخزونة بمدارس التعليم الفني والعام والوحدة المنتجة في احتياج لها كيف التصرف في ذلك؟

تتم كتابة مذكرة بشأن تلك المعدات باسم المدرسة والمشروع المراد استخدام تلك المعدات به

وبعد الموافقة يتم نقل العهدة من تلك المدارس إلى المدرسة التي تحتاجها في مشروع الوحدة

المنتجة .

٢) ما هو دور التعليم الفني في الوحدة المنتجة؟

يمكن استغلال الورش الخاصة بالتعليم الفني في مشاريع الوحدةالمنتجة حيث يتم التوقيع على برتوكول بين وزارة التعليم الفني ووزارة التربية والتعليم لتبادل الخبرات من حيث دراسات الجدوى والمعرفة المتبادلة للمشاريع الجديدة وطريقة عملها.

الباب الثالث

التنظيم المالى

١) مَن الذي يقوم بتحصيل قيمة المنتجات المعروضة؟

يقوم سكرتير المدرسة بتحصيل قيمة المنتجات المعروضة للبيع ويتم توريدها يومياً ويسجل ذلك بدفتر الإيرادات برقم التوريد والتاريخ .

٢) هل يجوز الصرف من أموال الوحدة المنتجة في مجالات أخرى؟

لا يجوز الصرف من أموال الوحدة المنتجة في مجالات أخرى ماعدا تطوير المشروعات الخاصة بالوحدة المنتجة فيتم الصرف وفقا للائحة المالية الخاصة بالوحدة المنتجة والمعتمدة من الوزير.

٣) هل يجوز للمدرسة أن تطبع فواتير بيع باسم الوحدة المنتجة؟

نعم يجوز طباعة فواتير بيع المنتجات بعد موافقة الإدارة التعليمية مع إتباع التعليمات المنظمة.

٤) متى يتم توريد قيمة المبيعات للوحدة المنتجة؟

يتم توريد الأرباح أولا بأول إلى الحساب الموحد بكل إدارة تعليمية . أما نسبة الإدارة والمديرية والوزارة فيتم توريدها في نهاية السنة المالية بعد إعداد الحساب الختامي وتقفيل السنة المالية.

ويتولى المسئول المالي للوحدة المنتجة تحصيل قيمة المنتجات ويسجلها في الدفاتر أولا بأول.

٥) هل فاتورة الشراء للوحدة المنتجة معفاة من الدمغات والضرائب؟

فواتير شراء الخامات اللازمة للوحدة المنتجة تخضع للضرائب ويطبق عليها قانون 89 لسنة 1998 أما بالنسبة للفاتورة التي تقل قيمتها عن300 "ثلاثمائة جنيه" فهذا المبلغ يستحق الإعفاء من ضريبة الدمغة طبقا لقانون143 لسنة 2006 المعدل للقانون 111 لسنة 1985.

٦) متى تبدأ السنة المالية ومتى تنتهي؟

تبدأ من 7/1 وحتى 6/30 " مالياً " ومن 9/1 وحتى 8/31 دراسياً.

٧) من المسئول عن تخصيم المنتجات المباعة من دفاتر العهدة؟

يتم الخصم بمعرفة أمين التوريدات بالمدرسة من دفاتر العهدة بإشراف الموجه المالي.

٨) ما المقصود بمستندات الصرف؟

هي الفواتير والإيصالات الرسمية المعتمدة وغيرها من التي تؤيد صرف أي مبالغ.

٩) هل تقبل الوحدة المنتجة التبرعات والهبات؟

نعم تقبل التبرعات والهبات المشروعة سواء أكانت نقدية أم عينية بموافقة مدير المديرية

١٠) هل توجد قيود على المبالغ المخصصة لرأس مال المشرع؟

تبدأ المشروعات بالوحدة المنتجة بأي مبالغ يحتاجها المشروع ولا توجد قيود على بداية رأس المال للمشروعات أو تحديد لنهاية رأس المال بل يتاح على حسب احتياج المشروع وكيفية تنفيذه

١١) هل يمكن إصدار أسهم لتجميع رأس مال الوحدة المنتجة؟

يحذر إصدار أسهم رأس مال للوحدة المنتجة.

١٢) ما أسباب عدم إصدار أسهم للوحدة المنتجة؟

معنى وجود أسهم لابد من وجود أرباح أو عائد على التعاملات لتلك الأسهم لكن الوحدة المنتجة تقتصر على الجمعيات التعاونية المدرسية حيث إن رأس مال الوحدة المنتجة ضئيل .

١٣) هل يتم تخصيص التبرعات النقدية كمصدر لمشروع بالوحدة المنتجة؟

يمكن تخصيص جزء من التبرعات النقدية لمشروع بالوحدة المنتجة.

١٤) هل يُمكن لهيئة التدريس التبرع للوحدة المُنتجة كرأس مال لمشروع؟

تُستخدم التبرعات كرأس مال للمشروع وتُردّ بعد نهاية المشروع إلى هيئة التدريس.

١٥) هل يُمكن ارتجاع قيمة التبرعات النقدية؟

يمكن ذلك إذا كانت التبرعات باسم الوحدة المنتجة لتُستعمل في مشروعات أخرى في فترات لاحقة.

١٦) مَنْ يقوم بحساب تكلفة المُنتج النهائي للوحدة المنتجة؟

العضو الفني هو الذي يقوم بتحديد تكلفة المنتج النهائي من واقع دفاتر الشراء ومحاضر التصنيع الخاصة بالمشغولات بعد تسجيل جميع الخامات التي استُخدمت في تصنيع هذا المنتج مضافاً إليه نسبة الأرباح لتحديد السعر النهائي لبيع المنتج على أن يكون المنتج متاحاً في الأسواق.

١٧) مَنْ المسئول عن قانونية الفاتورة الخاصة بالوحدة المنتجة؟

العضو المالي بالمدرسة هو المسئول عن قانونية الفاتورة باعتباره عضوا مالياً للجنة المشتريات.

١٨) من له الحق في التوقيع على المذكرة المالية؟

وكيل النشاط المشرف على المشروعات المدرسية بالمدرسة ومشرف المشروع مع عرضه على مدير المدرسة لاعتمادها.

١٩) ما هي المصادر التمويلية للمشروعات؟

- سُلف أو قروض من مجلس الآباء.
- سُلف من أنشطة المدرسة أو المقصف.
- مساهمات رجال الأعمال وأولياء الأمور.

- سُلفة من مشروع رأس المال من التعليم الفني بعد تقديم دراسة جدوى لمدارس التعليم الفني.

٢٠) هل تقبل الوحدة المنتجة التبرعات والهبات ؟

نعم تقبل التبرعات والهبات المشروعة سواء أكانت نقدية أم عينية بموافقة مدير المديرية

٢١) مَنْ المسئول عن قانونية الفاتورة الخاصة بالوحدة المنتجة؟

العضو المالي بالمدرسة هو المسئول عن قانونية الفاتورة باعتباره عضوا مالياً للجنة المشتريات.

٢٢) مَن الذي يقوم بتحصيل قيمة المنتجات المعروضة ؟

يقوم سكرتير المدرسة بتحصيل قيمة المنتجات المعروضة للبيع ويتم توريدها يومياً ويسجل ذلك بدفتر الإيرادات برقم التوريد والتاريخ .

٢٣ – هل يجوز خصم القيمة المضافة على مبيعات الوحدة المنتجة للمدارس والادارات التعليمية تفرض الضريبة على السلع والخدمات بما في ذلك السلع والخدمات المنصوص عليها وفقا لأحكام القانون رقم ٦٧ لعام ٢٠١٦

- لا يعد من قبل البيع الخاضع للضريبة ما ينتجه الشخص لنفسه وبنفسه دون ان يكون الغرض منه انتاج السلعة او خدمة اخرى لبيعها للغير أو ان يستخدم هذا الانتاج لبيعه أو للتداول من مرحلة الى اخرى طبقا لأحكام المادة ٣ من اللائحة التنفيذية .
- ما تنتجه المدارس المنتجة بنفسها بغرض تعليم طلابها وكذا انتاج سلع بغرض تيسير امورها المرفقية لا يعد من قبيل البيع الخاضع للضريبة على القيمة المضافة .
- في حالة قيامها بإنتاج سلع بغرض البيع أو أداء خدمات للغير فتخضع للضريبة المضافة بالفئات المقررة قانونا .

٢٤ – هل يجوز خصم نسبة ١٥% من حساب مشروعات المدرسة المنتجة للموازنة العامة للدولة

- حساب الوحدة المنتجة ضمن حساب ٩٤٥٠٨٧٤٩٢٦ مشروع رأس المال والمدرسة المنتجة والمعفى من نسبة الخصم على الايرادات بناءا على كتاب السيد رئيس قطاع التمويل بوزارة المالية حيث أنه مشروع خدمي له صفة الاستمرارية وهذا من شأنه توقف أعمال المشروع

الفصل الرابع

الكمبيوتر

و

دراسة الجدوى

الفصل الرابع
الحاسب الآلي ودراسة الجدوى

يحتوي هذا الفصل على:

الباب الأول:

الحاسب الآلي والبرمجيات

الباب الثاني:

- **خطوات التفكير الإبداعي**
- **الابـتـكـــار**
- **خصائص العملية الابتكارية**

الباب الثالث:

- **مفهوم دراسة الجدوى**
- **تصنيف دراسة الجدوى**
- **أهمية دراسة الجدوى**
- **نموذج لدراسة الجدوى**

البـاب الأول

الحاسب الآلي والبرمجيات

١) ما الأهداف العامة لتدريس مادة الحاسب الآلـي ؟

- تزويد الطالب بمعرفة علوم الحاسب الآلـي .
- تنمية مهارات حل المشاكل بأسلوب علمي .
- الاتصال بمختلف أنحاء العالم .
- تأهيل الطلاب للحصول على ICDL الدولية اعتبارا من المرحلة الإعدادية .

٢) ما أهم الأدوار المراد تحقيقها من خلال الحاسب الآلي؟

- شرح فلسفة الوزارة والإدارة في مناهج الحاسب الآلي
- طرح وجهة نظر الإدارة في جميع الأمور المتعلقة بالمادة من حيث تعدد قنوات الاتصال بموجهي ومدرسي المادة .
- تقديم القرارات والتعليمات للمعلمين والموجهين .

٣) ما الهدف من المبرمج الصغير ؟

اكتشاف الموهوبين من الطلاب في مجال البرمجة لخدمة المدرسة والبيئة المحيطة .

٤) ما هي اختصاصات وحدة إنتاج البرمجيات بالمديريات التعليمية ؟

- البحث عن المواهب الصغيرة .
- تشجيع الطلاب ورفع روحهم المعنوية .
- إنتاج البرامج . - التنسيق بين المدارس والجهات المركزية .
- تدريب المجتمع المحيط على إنتاج البرمجيات .

٥) ما هي منتجات مشروع البرمجيات ؟

إنتاج برامج تعليمية لمرحلة ما قبل التعليم الجامعي الأساسي والإعدادي والثانوي وكذلك البيئة المحيطة وتسويقها .

٦) ممّن يتكون الهيكل الوظيفي لوحدة إنتاج البرمجيات؟

وحدة إنتاج البرمجيات بالمحافظات وتتكون من مشرف فني و٢ مبرمجين و٢ أخصائي و إداري واحد و أمين معمل و٢ كاتب سيناريو .

٧) ما أهم الأدوار المراد تحقيقها من خلال الحاسب الآلي؟

- شرح فلسفة الوزارة والإدارة في مناهج الحاسب الآلي
- طرح وجهة نظر الإدارة في جميع الأمور المتعلقة بالمادة من حيث تعدد قنوات الاتصال بموجهي ومدرسي المادة
- تقديم القرارات والتعليمات للمعلمين والموجهين .

٨) ما هي أنواع مشروعات البرمجيات ؟

- برامج تعليمية
- ألعاب تسلية
- برامج لمحلات البيع والشراء
- برامج أعمال الكنترول
- برامج لتعليم الحرف
- تصميم صفحات انترنت
- عمل المناهج الدراسية على اسطوانات وبيعها بأسعار مناسبة .

٩) ما هو الدعم المادي والأدبي للمشاركين بالمشروع ؟

- شهادات تدريب وتقدير معتمدة من المدرسة .
- السفر للخارج للتدريب والاطلاع على كل ما هو جديد .

١٠) ما الهدف من مشروع الكمبيوتر التعليمي ؟

- نشر الوعي
- التدريب على ما هو جديد في مجال الكمبيوتر
- التعاون مع المنظمات العالمية مثل اليونسكو ومنح شهادات ICDL الدولية .

الباب الثاني

خطوات التفكير الإبداعى

الخطوة الأولى: جمع المعلومات المتاحة للتعرف على كيفية مواجهة الآخرين للمشاكل الشبيهة بالمشكلة موضوع البحث.
الخطوة الثانية: ممارسة المجادلة والخطأ بما يسمح بتجريب أفكارنا الخاصة وإطلاق الفكر اللاشعوري.
الخطوة الثالثة: وهي أكثر الخطوات إثارة ويمكن أن تطلق مرحلة الإلهام وفيها تحصل على الفكرة وهي تتميز بظهور الحل بشكل فجائي حينما يصبح كل شيء مبلوراً وواضحاً.
الخطوة الرابعة: وتتمثل في التأكد من أنه تم الحصول على الإجابة الصحيحة للمشكلة ، وتلك الخطوة تعني تقييم الفكرة بموضوعية.

الابتكار

١) ما مفهوم الابتكار؟
هو نشاط بشري موجه ومرشد يستند لرصيد من الخبرة الواقعية والفنية في شتي المجالات وعملية الابتكار هي كل شيء جديد أو تطوير إمكانيات أي شيء في البيئة المحيطة لإفادة المجتمع. **٢) هل الابتكار نشاط أم درب من الحظ أم أنه الهام أم عبقرية؟**
هو محاولات فاشلة ومع الإصرار تنجح وتتحول من فشل إلى نجاح ساحق.

خصائص العملية الابتكارية

قد نتفق جميعاً على أن الابتكار هو تلك العملية الذهنية التي يستطيع الفرد عن طريقها أن يربط أو يعيد الربط بين الخبرات السابقة والواقع المُعاش بالطريقة التي تساعد على التوصل إلى أنماط أو أشكال أو علاقات جديدة. فالمصمم الصناعي مثلاً يقوم بالربط بين خبراته السابقة ثم يقوم بتعديل وتغيير كل الترتيبات كي يستطيع أن يتوصل إلى تصميم جديد وأفضل. ولكن سواء أكانت المشكلة هي تصميم آلة أو تصميم أسلوب لأداء العمل فإن الشيء الهام هو الحصول على الفكرة السليمة ، ثم القيام بتطويرها، فالأمر إذن ليس محض مصادفات بل إن العملية الابتكارية لها خصائصها التي تميزها عن العمليات الذهنية الأخرى ، كما أنها تملك مجموعة من المدخلات التي تسمح بحدوثها بشكل مستمر، وفي إطار متسلسل من خطوات التفكير .

وتتمثل تلك السمات فيما يلي:

أولاً: إن الفكرة لا تأتي من فراغ بل إنها تولد وتتطور، وإن التفكير الخلاق عملية فعل يتعلق بأشياء بسيطة أو معقدة ، ربما لا نبذل خلالها أي جهد عضلي ولكن غالباً تعتمد على الفعل الذهني (Mental action) ومن ثم فإن الخاصية الأولى لعملية الخلق أنها تحتاج إلى ممارسة ذهنية.

ثانياً : إن حل أية مشكلة أو الحصول على أية فكرة يحتاج إلى ممارسة شعورية .

فعندما تجتمع مجموعة من الأفراد لدراسة مشكلة معينة فإنهم لا يجلسون وينتظرون الأفكار ولكنهم يبذلون جهدا شعوريا واعيا لتوليد تلك الأفكار.

ثالثاً : أهم خصائص عملية التفكير الخلاق إنها لا تقتصر على إنتاج أفكار جديدة فحسب، بل تمتد إلى التفكير في خلق استخدام فكرة قائمة فمثلاً فكرة (البخاخات والكيماويات وغيرها) من خلال عمليات الإبداع.

*** إن عملية الإبداع عبارة عن معادلة تشمل(Inputs) تؤدي بالضرورة إلى الإبداع كمخرج نهائي (Outputs) فالقدرة على الخلق (creation) وهي العملية التي يتم من خلالها التوصل إلى حل المشكلات فتتحد فيما يلي:**

١- الذكاء Intelligence هو كل إنسان يتمتع بقدر من الذكاء تختلف شدته من فرد إلى آخر بما يتضمنه من سرعة الفهم وقوة الحدس وحدة الذهن.

٢- الموهبة Talent هي مسألة شخصية تتباين وسط الأفراد.

٣- الخبرة Experience وهي مستمدة من البيئة ومن التفاعل وممارسة التطبيقات والتجارب.

٤- الاتجاهات Direction حيث تؤثر بلا شك على أفكارنا.

٥- التخيل Imagination حيث تمثل القدرة على التخيل عنصرا هاما يسمح للإنسان بالخروج من الروتين ولا يخضع لحدود . وقد قال ذات مرة العالم ألبرت أينشتين :
(إن التخيل أهم من المعرفة ، فالمعرفة لها صفة حدود أما التخيل فهو بلا حدود).

الباب الثالث

مفهوم دراسة الجدوى

يقصد بدراسة الجدوى تلك المجموعة من البحوث والدراسات المكتبية والميدانية المتخصصة التي يتم على أساسها توفير مجموعة متنوعة من البيانات والمعلومات التي يمكن على أساسها اتخاذ القرار الاستثماري بإنشاء المشروع بحيث تميز هذا القرار بالرشد الموضوعية.
وعلى هذا الأساس فإن دراسة الجدوى تهدف إلى دراسة الفرص الاستثمارية المتاحة وما يرتبط بها من مخاطر أو عائد.
ويمتد نطاق دراسات الجدوى على هذا النحو ليشمل مجموعة من الدراسات المتنوعة التي تتطلب أنواعا مختلفة من المعرفة الإدارية والفنية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية وكذلك تتطلب تلك الدراسات نوعين من الخبرة هما الخبرة العلمية والخبرة الأكاديمية في مجال النشاط أو الصناعة التي ينتمي إليها المشروع.
وعلى هذا الأساس فإن دراسات الجدوى تتناول المشروع من وقت التفكير في إنشائه حتى مراحل إعداده للتشغيل ومن جهة أخرى فإنها تهتم بتوضيح المنافع الناتجة عن ذلك المشروع ومقارنتها بتكاليفه وذلك لاستخراج العائد المتوقع من المشروع تحت مختلف الظروف المتوقعة.

تصنيف دراسات الجدوى

يمكن تصنيف دراسات جدوى المشروعات إلى تصنيفين أساسيين:

الأول: التصنيف النفعي على مستوى المشروع لدراسات الجدوى:

أي تصنيف دراسات الجدوى طبقاً للمنفعة وتشمل دراسات الجدوى على مستوى المشروع أو مفهوم الربحية الخاصة التي يحققها المشروع للمستثمرين أو المُلاك للمشروع .
وهي تعبر عن العائد الصافي على الاستثمار من وجهة نظر أصحاب المشروع ويمكن قياسها بأكثر من طريقة : يمكن قياسها محاسبياً باستخدام مفهوم الربح المحاسبي المتمثل في الفرق بين التكاليف والإيرادات ويمكن التعبير عنها بمقياس مالي يتمثل في الفرق بين المُدخلات والمُخرجات النقدية للمشروع ومدى ملائمة صافي التدفق النقدي للمشروع بالنسبة للأموال المستثمرة فيه.

الثاني: إعداد دراسات الجدوى على مستوى الاقتصاد القومي

وذلك بالنسبة للمشروعات الاستثمارية التي يُمولّها القطاع الخاص حيث إنه قد يترتب على إقامة تلك المشروعات آثار موجبة أو سالبة على الاقتصاد القومي ككل ويصبح من الضروري

قياس تلك الآثار وتقييمها لنصل في النهاية إلى حساب ما يسمى بالربحية الاجتماعية أي قياس مدى ما يجنيه المجتمع ككل من إقامة المشروع الاستثماري .
وتتمثل الربحية الاجتماعية في تحديد المنافع والعوائد التي يحققها المشروع على مستوى الاقتصاد القومي مع مقارنتها بالأعباء التي يفرضها المشروع نفسه على مستوى الاقتصاد القومي.

أهمية دراسة الجدوى

** أهمية دراسات الجدوى على مستوى الفرد : يمكن توضيحها من خلال النقاط التالية:

١) تساعد دراسات الجدوى المبدئية على إعطاء فكرة سريعة للمستثمر عن الفرص الاستثمارية المتاحة قبل البدء في إجراء الدراسات التفصيلية مما يساعد في توفير الجهد والمال للمستثمر.
٢) يمكن للمستثمر في ضوء دراسات الجدوى أن يفاضل بين الفرص الاستثمارية المتاحة وكذلك ترتيب تلك الفرص تنازلياً حسب مستوى العائد الصافي على الاستثمار مع مقارنة العائد من كل فرصة استثمارية بسعر الفائدة السائد وذلك لتحديد ما إذا كان يتجه إلى إنشاء المشروع أم يودع أمواله في أوعية ادخارية ذات عائد ثابت.
٣) تمثل دراسات الجدوى - بما تشتمل عليه - نتائج تنفيذ المشروع ويمكن الرجوع إليها إلى أن يتم الانتهاء من إقامة المشروع.
٤) تعتبر دراسات الجدوى هي الأساس العلمي لاتخاذ القرارات الاستثمارية بما يجعلها قرارات رشيدة وموضوعية.
٥) تمثل دراسات الجدوى - بما تحتويه من معلومات - نوعاً من الثقافة الاقتصادية والفنية والمالية والاجتماعية للمستثمر مما يجعله ملماً بمجريات الأمور.
٦) تعطي دراسات الجدوى- بما تحتويه من معلومات ونتائج- الفرصة للتفاعل بين المتخصصين في المجالات المختلفة لتبادل المعلومات وتقليل الخلافات فيما بينهم .
ولا شك في أن ذلك سوف يؤدي في النهاية إلى زيادة خبرة وكفاءة المتخصصين في مجال دراسات الجدوى.

** أهمية دراسة الجدوى على مستوى الدولة:

ترجع أهمية دراسات الجدوى على مستوى الدولة للأسباب التالية :
١) تُساهم دراسات الجدوى للمشروعات الاستثمارية الجديدة في حل المشكلة العامة للندرة النسبية للموارد المتاحة في مواجهة الاحتياجات اللانهائية لجماهير المجتمع. حيث يتم ذلك من خلال تحديد الفرص الاستثمارية المتاحة في الاقتصاد القومي والتي تعطي أعلى عائد اقتصادي واجتماعي ، ثم إعداد وترتيب تلك الفرص الاستثمارية تبعاً لأولوياتها وأهميتها

النسبية الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى أفضل تخصيص وتوزيع للموارد الاقتصادية المتاحة بما يضمن أفضل عائد منها.

٢) تساهم دراسات الجدوى في وضع نظام لأولويات المشروعات الاستثمارية يؤدي إلى اختيار أفضل المشروعات الاستثمارية الرشيدة التي تتسم بمجموعة من الخصائص منها سلامة المشروعات من الناحية الفنية والاقتصادية وكذلك يجب أن تتمشى هذه المشروعات مع الاحتياجات والاتجاهات طويلة الأجل وكذلك وجود سوق رائجة للمنتجات والخدمات التي تقدمها هذه المشروعات في الأجل الطويل كما يجب أن توضع هذه المشروعات في سلسلة من الإنجازات تتضمن دراسة وتحليل لمختلف إمكانياتها ومقوماتها في ضوء التغيرات المحتملة .

**** كيف يتم إعداد دراسة الجدوى ؟**

لنجاح العملية الإنتاجية بالمدرسة لابد من دراسة المنتج دراسة علمية عن طريق تحديد :

- الطلاب والمدرسين - وقت العمل - المادة - المعدات - منافذ البيع - الموردين -
- الجدوى الاقتصادية للمشروع - وضع ضمانات النجاح وتجنب أسباب الفشل .

قطاع التعليم العام
الإدارة المركزية لمعالجة التسرب التعليمي
الإدارة العامة للمدرسة المنتجة

نموذج
لدراسة جدوى المشروعات

محافظة.....
إدارة..... التعليمية
مدرسة .....

دراسة جدوى لمشروعات الوحدة المنتجة للعام ٢٠٠٠/ ٢٠٠٠

اسم المشروع	نوعه	تاريخ العمل به	المدرس المنفذ	المسمى الوظيفي
قيمة رأس مال المشروع	**مصدر التمويل**		**مكان التنفيذ**	**مكان البيع**

م	اسماء الطلاب المشاركين بالمشروع	الفصول	م	أسماء الطلاب المشاركين بالمشروع	الفصول
١			٦		
٢			٧		
٣			٨		
٤			٩		
٥			١٠		

م	الخامات المستخدمة	الكمية	قيمة الشراء	الكمية بعد التصنيع	سعر بيع الوحدة	إجمالي البيع	مصروفات لا تزيد عن ١٪	صافي الربح
١								
٢								
٣								
٤								
٥								

& تنبيهات : ١- ضرورة الاهتمام بالدعاية المناسبة للمشروع قبل البدء في تنفيذه
٢- ضرورة الالتزام بالمبيعات المسجلة بدراسة الجدوى
٣- ضرورة وجود شهادة صحية حديثة لمنفذ مشروعات الأغذية والمُنتج الغذائي المتبقي لا يُباع في اليوم التالي وتراعي ضوابط الصحة.
٤- يتم توزيع الأرباح على مستحقيها فور الانتهاء من المشروع وإغلاقه.
٥- مدير المدرسة هو المسئول الأول عن المشروعات المنفذة ومتابعتها ماليا وفنيا يليه مسئول الوحدة المنتجة

	المدرس المنفذ	مسئول الوحدة بالمدرسة	سكرتير المدرسة	مدير المدرسة
الاسم				
التوقيع				
	الموجه المالي	مدير الوحدة المنتجة بالإدارة	مدير عام الإدارة التعليمية	
الاسم				
التوقيع				

الفصل الخامس

الخامات
و
النظام الإنتاجي

الفصل الخامس

الخامات والنظام الإنتاجي

يحتوي هذا الفصل على:

الباب الأول:
- **الخامات كمقوم أساسي للعملية الإنتاجية**
- **معايير اختيار الخامة**
- **دور الخامة في تحديد معايير تصميم المنتج**

الباب الثاني:
- **النظام الإنتاجي**
- **عناصر النظام الغذائي**
- **جودة الإنتاج**
- **علامات الجودة**

الباب الثالث:
- **مراحل تنفيذ العمل في مجموعات صغيرة**
- **أسس استراتيجية العمل في مجموعات صغيرة**
- **مراحل تنفيذ استراتيجية العمل في مجموعات صغيرة**

الباب الأول

الخامات كمقوم أساسي للعملية الإنتاجية

تُعتبر المنتجات المختلفة تجسيداً حياً لحاجات ومتطلبات الإنسان المختلفة وفقاً لنصيبه الذي وصل إليه من الفكر والعلم والتكنولوجيا على مر العصور. وعند تحليل أي منتج نجد أنه تشكل بفعل مكونات ثلاثة هي : الفكرة - المادة (الخامة) - التقنية (طريقة التصنيع).

الفكرة : على حين تمثل الفكرة الخاصة بأي منتج الهدف منه وما يتصف به من سمات ترتبط بالمضمون أو بالشكل الخاص به .

المادة : (الخامة أو مجموعة الخامات) التي يشكل منها المنتج تعتبر الوسيط الذي يحمل تلك الفكرة ويترجم تلك السمات .

التقنية : فتعكس التكنولوجيا أو مجموعة الأساليب الفنية والتقنية التي اتُّبعت في تنفيذه وإخراجه لحيز الوجود.

معايير اختيار الخامة

يُعتبر المنتج واحداً من عناصر ثلاثة تشكل نظاماً أو منظومة فيما بينها التأثر والتأثير وهي : (البيئة – الإنسان – المنتج) ولذلك فإن معايير اختيار الخامة لابد وأن ترتبط بكل من البيئة والإنسان المستخدم للمنتج، فضلاً عن ارتباطها ذاته، وذلك على النحو التالي :

١- الحفاظ على صحة الإنسان وأمنه وأمانه مطلب حيوي عند اختيار خامة المنتج الذي سيستخدمه
٢- لكل خامة إمكانيات معينة تؤهلها لتكون وسيلة لتحقيق بعض القيم الفنية أو الوظيفية أو الاقتصادية أو الجمالية . ومن الواجب مراعاة تلاؤم إمكانيات كل خامة مع المستهدف تحقيقه من القيم عند اختيار الخامات.
٣- تختلف الخامات أيضاً من حيث مدى التوافق مع استعدادات التلاميذ والطلاب وقدراتهم في مراحل نموهم المختلفة، وإذا اتفق الجهد الذي يبذلونه في تشكيل الخامات مع تلك الاستعدادات والقدرات كان هذا حافزاً لهم على الاستمرار في العمل والإقبال عليه ، كذلك فإن المعايير الهامة تؤثر وتتأثر بوسائل وطرق وتقنيات التنفيذ.
٤- عدم الإضرار بالبيئة.
٥- إمكانية تدوير الخامات المستهلكة بعد انتهاء العمر الافتراضي للمنتج.
٦- توافر الخامة بالسوق المحلية.
٧- سهولة الإعداد والتشكيل بأساليب الإنتاج المتعددة.
٨- صلاحية الخامة في التمشي مع المتطلبات الواجب توافرها في المنتج من حيث الخصائص الطبيعية والميكانيكية.

دور الخامة في تحديد معايير تصميم المنتج

أولاً : معايير إنسانية لتصميم المنتج
ثانياً : معايير اقتصادية لتصميم المنتج

أولاً : المعايير الإنسانية لتصميم المنتج (الصحة ـ الأمان ـ الأداء ـ الراحة ـ الإبهاج الجمالي).

١) الصحة: Hygiene

تتحد صحة الإنسان بعوامل أساسية ثلاثة: الوراثة، والبيئة، والسلوك .
وتتشكل البيئة الصناعية من مجموعة من المنتجات المختلفة كالأبنية، والتجهيزات، والمعدات، والأدوات التي يستخدمها الإنسان وتشكل الخامات مقوماً هاماً للتصميم والإنتاج لتلك المنتجات.
ولا شك أن الاختيار السليم والمواد المختلفة المستخدمة في صناعة أي منتج وكذلك الخصائص والمواصفات القياسية التي من شأنها تجنيب التلاميذ والتربويين ومستخدمي هذه المنتجات الأخطار التي يمكن أن تنتج عن الاستعمال مثل خطورة الصعق الكهربائي أو الاختناق أو الجرح أو حدوث تسمم أو الضرر البدني أو النفسي يعتبر أمراً ضرورياً لتحقيق المتطلبات الصحية في المنتج.

٢) الأمان : Safety

يأتي معيار الأمان في مقدمة المعايير من أجل تجنيب مستخدمي المنتجات المختلفة حدوث المشكلات الشائعة التي تهدد أمنهم ويشمل :

- **متطلبات الأمان للحركة والتنقل داخل مبنى المدرسة.**
- **متطلبات الأمان لسير الأنشطة التعليمية بلا تشويش أو اضطراب.**
- **متطلبات الأمان من مخاطر استخدام الأدوات والمعدات.**
- **متطلبات الأمان المرتبطة بحالة حدوث الحريق، وهنا تمثل الخامات ذات الخصائص المقاومة للحريق مطلباً هاماً غير قابلة للاستعمال.**
- **متطلبات الأمان الكيميائي الخاصة بالمواد المختلفة بالإنشاءات ومواد الطلاء وعناصرها المختلفة آمنة كيميائياً لا تترك آثاراً على صحة المستخدم.**

٣) الأداء : Performance

لكي يكون المنتج وظيفياً فإنه يصمم من أجل القدرة على الأداء ويتجسد ذلك في خصائص الشكل العام له، ولا شك أن الخامات لها تأثير قوي على تحقيق هذا العمل.

٤) الراحة: Comfort

يحاول المصمم أن يؤخر حدوث التعب أو الإجهاد الناتج عن استخدام التعامل مع منتجات مختلفة ذات تصميم له خصائص لا تتعارض مع نشاط الأفراد وحيويتهم وللخامات دور كبير في ذلك.

٥) الإبهاج الجمالي: Aesthetic Pleasantnedd

يسعى مصممو المنتجات إلى جعل منتجاتهم على اختلاف أشكالها ووظائفها قادرة على إحداث البهجة والسرور والنشوة في نفوس مستخدمي تلك المنتجات.

ثانياً: المعايير الاقتصادية لتصميم المنتج

يتم حسابه بواسطة تقدير العائد الوظيفي المحتمل الحصول عليه مقابل وحدة النقد المدفوعة التي يتم إنفاقها والتي تشكل عناصر تكلفة المنتج وهي:

*** تكلفة التصميم**
*** سعر الخامات المستخدمة**
*** مستوى التكنولوجيا المستخدمة في التنفيذ**
*** مستوى التشطيب**
*** الأجور والمصارف والتأمينات.**

تتأثر اقتصاديات المنتج بتكنولوجيا الإنتاج المرتبطة بإمكانيات وخصائص الخامات المستعملة. كذلك فإن قرار اختيار الخامات عند بدء المشروع - كما هو أمر اقتصادي وتصميمي - سوف يتم اتخاذه على أساس توافر الخامات وسعرها على المدى الطويل، وهذا أمر هامً جداً .

قد تكون هناك خامة معينة مناسبة متوفرة عند بدء المشروع ثم يصبح من الصعب الحصول عليها - ويجب توافرها بسعر معقول - في نهاية المشروع . لذلك فإن عمليات التصميم والإنتاج مرتبطة ارتباطاً قوياً بالخامات المختارة.

.

البـاب الثـانـي

النظام الإنتاجي

يُعرّف النظام الإنتاجي على أنه الطريقة التي تُصمم لتحويل عدد من العناصر إلى منتجات أو خدمات ذات مواصفات محددة وذلك بهدف إتاحتها للاستخدام أو الاستهلاك أو الاستفادة المباشرة منها .

وينقسم النظام الإنتاجي إلى (المدخلات - العمليات الصناعية - المخرجات) وبواسطة إمكانيات التصنيع المختلفة بالمصنع يتم تنفيذ عمليات التصنيع أو عمليات الإنتاج، وهي مجموعة العمليات التي تُجرى على الخامة لتحويلها إلى المنتج المطلوب بالمواصفات المحددة له. والمواصفات هي الصفات التي تحدد المتطلبات الأساسية للمنتج حتى يلائم الغرض الذي أنتج من أجله . ويمكن أن تكون صفات طبيعية أو كيميائية أو صحية. ويمكن القول أن جودة المنتج هي مدى مطابقته للمواصفات التي وضعت له مسبقاً قبل عملية الإنتاج وهو الغرض الذي أنتج من أجله إلا أن عناصره واحدة في الحالتين وهي :

عناصر النظام

- السلعة - السوق - رأس المال - المواد الخام - المعدات – الأيدي العاملة - المكان والمباني - المواصلات – الطـاقـــة - التنظيم والإدارة .

وتفصيل ذلك كالآتي :

1- السلعة أو المنتج :هي ناتج العمليات الصناعية التي تجرى على خامة ما أو مجموعة من الخامات لتحويلها إلى منتج . ويجب دراسة إمكانيات تصنيع السلعة ومدى المستهلكين وكذلك شكلها وحجمها وسعرها قبل البدء في الإنتاج.

2- السوق: يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالسلع المراد إنتاجها، ويُعني بالسوق عدد المتلهفين للحصول على تلك السلعة في مجتمع معين، وحجم طلبهم لها سنوياً. وبمعنى آخر يمكن تعريف السوق على أنه مجموعة المستهلكين لسلعة ما أو مجموعة المستفيدين من خدمة ما. وتظهر في هذا المجال تساؤلات منها: هل المشروع المزمع إقامته سينفرد بتقديم السلعة، أم سيكمل نقص مطلوب في السلعة ؟ وهل السوق محلية أم أجنبية وما هي سمات مجتمع السوق وخصائصه؟ وما أثرها على مقادير ومعدلات الطلب من تلك السلعة ؟

3- رأس المال: يُعتبر رأس المال أهم عنصر من عناصر قيام المشروع الصناعي، إذ هو العنصر المرن الذي يمكن تحويله لصور عناصر أخرى، فيمكن شراء الأرض وإقامة المباني وشراء الخامات والمعدات ودفع الأجور. ومن المسلم به أن رأس المال شأنه شأن بقية العناصر في تحقيق عائد الربح .

4- المواد الخام: تقوم العمليات الصناعية على فكرة تحويل مواد من صور إلى صور أخرى مطلوبة، وتُعتبر المواد بصورتها الأولى مواد خام لتلك الصناعة ، وتُعتبر المواد بصورتها المنتهية منتجات تلك الصناعة.

فصناعة استخراج الحديد من خاماته صناعة موادها الخام هي خامات الحديد الطبيعية ومُنتجها هو الحديد الزهر ، ثم تلي ذلك صناعة الصلب التي يُعتبر الزهر مادتها الخام والمنتج هو كُتل الصلب، وتلي ذلك صناعة الدرفلة التي يكون الصلب مادتها الخام والمنتج هو الألواح والشرائح والقضبان ، ثم تلي ذلك الآلات التي تُعتبر الألواح والأعمدة موادها الخام والمنتج هو الآلة . وكل تلك الحلقات تعتبر صناعة مدخلاتها المواد الخام ومخرجاتها المنتج .

وتجب الإشارة هنا إلى أنه يجب تواجد مواد خام بكمية وباستمرارية تسمح بتزويد المشروعات بحاجاتها بما يتلاءم مع معدل الإنتاج.

5- المعدات والآلات: من البديهي أن عملية تحويل المواد من صورة إلى أخرى تحتاج إلى أدوات وآلات ، ويمكن أن يقتصر الأمر على أدوات يدوية ويمكن أن يتطلب الأمر آلات أكثر تطوراً معظمها ذاتية للحركة (أوتوماتيكية) ، والتفضيل في اختيار الآلة (بدائية-متطورة) هو اقتصاديات تشغيلها في كل حالة على حده.

6- الأيدي العاملة: تحتاج الأعمال كي تُؤدى لقوى بشرية على درجات متفاوتة من المهارات مهما بلغت درجة الأوتوماتيكية الآلية في عدد الأفراد المطلوبين وفي نوعية المهارات الواجب توافرها .

7- المكان والمباني: ولنجمع معاً عنصري الآلة والقوى البشرية يجب أن نوفر مكانا مناسبا يُعتبر مأوى في الظروف الطبيعية.

وتمتد الآلات إما أفقياً (وبذلك تكون مباني المصنع ممتدة على رقعة واسعة من الأرض) وإما يمتد المكان رأسياً وتكون مباني المصنع شاهقة متعددة الطوابق .

وترتبط نوعية المبنى بوسائل النقل داخل المصنع، فإمّا أن تكون وسائل نقل أفقي أو وسائل نقل رأسي.

8- المواصلات: تظهر مشكلة نقل الخامات داخل أقسام المصنع المختلفة أثناء تحويل المواد الخام من صورتها الأولى إلى صورتها النهائية. وتُشكّل قضية النقل من وإلى المصنع ركناً أساسياً في اختيار أقل تلك الوسائل تكلفة.

9- الطاقة: تحتاج الآلات إلى طاقة محركة وهنا يتعين الاختيار بين إنتاج الطاقة الخاصة بالمصنع أو شرائها من الغير مع اعتبار سمات كل بديل. وإذا كان القرار هو إنتاج الطاقة فإن مرتفعات المياه - كمصدر لها – يعد أرخص أنواع الطاقة يلي ذلك مصادر الوقود التقليدي ثم مصادر الوقود النووي.

10- التنظيم والإدارة: ومع تعدد العناصر سالفة الذكر وعدم التزامها بالفردية في أي عنصر فإن الأمر يستلزم وضع نظام ومنهج لأنشطة كل عنصر بالنسبة للزمن، فيجب أن يكون هناك إدراك لشراء الخامات بتواريخ محددة لذلك ، وتحديد للكميات المُشتراه في المرة

الواحدة ، وحسابات لكميات المخزون من كل صنف من الخامات ، وسعة المخازن ، ونظام صرف الخامات إلى محطات الإنتاج ، ونظام سيرها إلى أن تصنع منتجاً منتهياً. وكذلك بالنسبة للآلات، ثم يوضع نظام لصيانتها لتحميلها بفاعلية وكفاءة مثلى .
وما يُقال عن الآلة يُقال عن الأيدي العاملة أو عن الأفراد عامة ، والاختيار والتعيين ، والتدريب ، وتوزيع الأعباء ، ومحاسبة الأجور والحوافز وما إلى ذلك.

جودة الإنتاج

الجودة هي درجة وفاء المنتج لاحتياجات ورغبات المستهلك. ويُعتبر المنتج على درجة عالية من الجودة إذا كان تنفيذ تصميمه يؤدي إلى تحقيق رغبات قطاع معين من المستهلكين ويخدم أغراضهم .
إن الهدف من ضبط الجودة والرقابة عليها ليس مجرد إنتاج سلعة خالية من العيوب، ولكن الأهم من ذلك هو وفاؤها برغبات واحتياجات المستهلك وتوصيلها إليه خاليةً من العيوب ، وتقديم الخدمات اللازمة ، لكي تقوم السلعة بأداء وظيفتها على الوجه الأكمل إذ أنه ليس هناك معنى للجهود التي تُبذل للرقابة على الجودة أثناء العملية الإنتاجية بحيث يتم إنتاج سلعة على مستوى عالٍ من الجودة، ثم يحدث ما يُؤثر على تلك الجودة (في الفترة التي تمضي بين تمام عملية الإنتاج وعملية الاستهلاك) بحيث لا تصل السلعة إلى المستوى المطلوب من وجهة نظر المستهلك وفي الواقع فإنه لا توجد مرحلة من مراحل التصميم أو الإنتاج أو التوزيع لا تُؤثر في الجودة وإنه لابد من ضبط تلك العمليات والأنشطة جميعها .
وهذا المفهوم هو ما يُعبّر عنه بنظرية الضغط المتكامل للجودة ، ويمكن الوقوف على تلك الأنشطة والعمليات التي تتم داخل المنشآت والشركات الصناعية وخارجها إذا تتبعنا مراحلها.

علامات الجودة

أدى التقدم التكنولوجي السريع إلى تطوير وسائل الإنتاج وإلى تسابق المنتجين في إنتاج سلع ومنتجات ذات منفعة لإشباع حاجات الناس ورغباتهم، وأصبح المستهلك سيد السوق.
فالمنتج يحاول دائماً أن يحوز ثقة المستهلك حتى يزداد حجم مبيعاته ، وذلك عن طريق التطوير في المنتج وفي أساليب الإنتاج للارتقاء بمستوى الجودة - أما المُستهلك فهو دائماً يقارن ويُفاضل بين المنتجات إلى تؤدي نفس الخدمة التي تشبع حاجاته ورغباته ثم يختار منها ما يعتقد أنها تتميز على مثيلاتها، إلا أن المستهلك العادي لا يستطيع في معظم الأحيان تمييز السلع غير المطابقة للمواصفات بمجرد النظر ، لذا فإن الدول - عادة - تتجه إلى سن القوانين والتشريعات وتحديد العقوبات .
وفي إطار تلك القوانين يجري تنظيم أعمال الرقابة والتفتيش على المصانع والأسواق ، وأخذ العينات وفحصها وتحليلها في المختبرات المعتمدة ، واستقراء وتقييم النتائج والبيانات

المتعلقة بعينات تلك السلع ، فإذا ثبُت التلف أو عدم المطابقة للمواصفات المعتمدة يقوم الجهاز المختص بالدولة بتنفيذ ما تنُص عليه القوانين من مصادرة السلع وعقوبة مَن تثبُت مسئوليته من المنتجين أو الموزعين أو المستوردين.

إلا أن الرقابة الإلزامية على السلع والمنتجات ليست كافية – بالدرجة الأولى - للقضاء على ظاهرة انخفاض الجودة أو عدم المطابقة للمواصفات ، إذ أن الجودة إيمان وإحساس ينبُع من الباطن كما أنها ترتبط بجميع الأنشطة التي يزاولها المصنع وكذلك بجميع مستويات العاملين ومدى إيمانهم بالجودة وفوائدها واقتصادياتها.

لذا فقد كان من الضروري العمل على إيجاد حافز اختياري للمصانع التي تنُتج سلعاً مطابقة للمواصفات القياسية الوطنية وذلك بمنحها الحق في وضع علامات الجودة عليها.

وعلامة الجودة هي دلالة على أن المنتج الذي يحملها مطابقاً للمواصفات القياسية الوطنية من حيث الخامات والمقاسات وأصول الصناعة والاشتراطات الفنية الواجب توافرها في الأداء. إلخ.

وفي ذلك توفيرٌ لجهد المستهلك وحرصٌ على وقته وإرشادُه بطريقة سهلة إلى السلع الجيدة التي تُرضي رغباته وتُحقق احتياجاته. كما أنها تُعتبر دليلاً رسمياً يستند إليه المشتري في اختيار أو قبول السلع المرخص لها بتلك العلامة ، كما أنها - بمعنى آخر - عقدٌ فنيٌ بين المنتج والمشتري في إطار النصوص والاشتراطات التي تضمنتها المواصفات وكذلك الطرق القياسية للفحص والاختبار.

تصدر الهيئة المصرية للتوحيد القياسي بوزارة الصناعة بجمهورية مصر العربية علامة للجودة لوضعها على المنتجات المصرية .

الباب الثالث

مراحل تنفيذ العمل في مجموعات صغيرة في إطار فلسفة الوحدة المنتجة بإشراف المعلم

حدد جاك ديفيد (JACK DAVID) 1991 مراحل ديناميكية العمل في جماعة كالآتي :

١- مرحلة لتكوين المجموعة:

وهي مرحلة الاختيار أو اكتساب أفراد المجموعة لبعضهم البعض وفيها تتم عمليات التعارف بين أفراد من حيث قدراتهم وإرادتهم وميولهم ومهاراتهم تجاه المشكلات المطروحة والتي تتطلب اكتشاف حل بينما تظهر الأنماط المختلفة لكل من أفراد المجموعة.

٢- مرحلة وضع معيار تتفق عليه الجماعة:

بعد التداول الحر للأفكار المطروحة في مرحلة العصف الذهني يتوصل أفراد المجموعة في هذه المرحلة إلى الأداء والمفاهيم المشتركة والمقبولة من المجموعة، والتي تتحول إلى قاعدة يلتزم بها أفراد الجماعة في ضوء مراحل التطبيق المقترحة، حيث يتبين كل فرد جدوى ما توصلوا إليه ومدى مشاركته في بلورته، فيدافع عنه ويسعى إلى تحقيقه بكامل طاقته.

٣- مرحلة تحديد مهام الجماعة:

يتم تقسيم العمل بين أفراد المجموعة الواحدة ليصبح لكل فرد دوره الذي ترى الجماعة أنه قادر على أدائه، وتعمل على توظيف إمكانياته ومهاراته المناسبة بحيث تصبح تلك الإمكانيات جزءاً من المطلوب إنجازه من قِبَل الجماعة . ويتوقف توزيع الأدوار وتقسيم العمل على الأفراد وفقاً لتقدير المجموعة ككل في ضوء الهدف المحدد لها.

٤- مرحلة دراسة العمل:

وفي هذه المرحلة تقوم أفراد المجموعة بالاشتراك في الممارسات والأنشطة الخاصة بالعمل التطبيقي الفعّال، وفقاً لما درسوه نظرياً في دراسات الجدوى من احتياجات السوق، والتكاليف والعائد، والخامات، والتسويق ومنافذ البيع، حيث تذوب طموحات الفرد في أهداف الجماعة التي ينتمي إليها لتحقيق التكامل الذي يضمن النجاح للمشروع المقترح.

٥- مرحلة تقييم الجماعة لإنتاجها:

يقوم أفراد الجماعة بالنظر فيما قاموا به من أعمال وما أنتجوه وما يحويه هذا الإنتاج من مميزات وعيوب، وفي حالة نجاحهم في العمل يسارع بعضهم في الثناء على الآخرين محاولين إبراز دور كل منهم وما أسهم به في هذا العمل، أما في حالة الوقوع في أخطاء يجب أن يتجنب التلاميذ تبادل اللوم على بعضهم البعض بل يحاولون إعادة تقييم المشروع منذ البداية في ضوء ما خططوا له من أهداف بعد مراجعة دراسة الجدوى والاتفاق على البدائل الرامية إلى تخطي أسباب الإخفاق.

أسس استراتيجية العمل في مجموعات صغيرة

أوضح جاك ديفيد (JACK DAVID) أن هناك مجموعة من الأسس يمكن الاستناد إليها عند إدارة مشروع ما، أو مرفق تعليمي مرتبط بمشروع ما ، تلك الأسس تعتمد على تقسيم التلاميذ إلى مجموعات صغيرة لتحقيق الهدف المطلوب ويمكن تلخيص تلك الأسس فيما يلي من نقاط

أولاً: الإدراك الجماعى:

يشعر أفراد الجماعة بوجود مشكلة حقيقية تتحدى قدراتهم ولا يمكن لتلميذ بمفرده حلها حيث تحتاج تلك المشكلة إلى أن يتصف أفراد المجموعة بالوعي الجماعي لإدراك أسباب توادهم ومشاركتهم في الجماعة لاتخاذ حل مناسب لتلك المشكلة والتي تكون المجموعة قد استقرت عليها من خلال دراسة الجدوى.

ثانياً: الأهداف المشتركة:

يتسم دور المعلم بأنه إيجابي وفعّال في المجموعة ويشارك الأفراد الآخرين(من أفراد جماعة الوحدة المنتجة) في الأهداف والمبادئ التي تؤدي إلى اندماجهم معاً كأعضاء لتكوين المجموعة وعند تحقيق تلك الأهداف وتلك المبادئ يُعدّ ذلك نجاحاً للمجموعة ككل وليس للفرد فقط أي لابد أن يُؤثّر الفرد في تحقيق أهداف الجماعة وأن يتمتع بإنجازها.

ثالثاً: الاعتماد المتبادل:

يُكوّن أعضاء الجماعة حساسية إيجابية تجاه بعضهم البعض من مراعاة الشعور والتأييد والتقبل للأفكار والملاحظات من خلال المناقشات للتوصل - من خلال العصف الذهني - إلى الحل الأمثل للمشكلة المطروحة، ومن المهم ألاّ يُظهر قائد الجماعة من التلاميذ أو المعلم انحيازاً ظاهراً لأحد أعضائها بصورة غير موضوعية وإنما يشجّع التفاعل المشترك فيها بينهم لصالح الأهداف المشتركة.

رابعاً: الرغبات:

ينضم الأفراد للعمل في مجموعات إطار الوحدة المنتجة حيث إنهم يدركون أن هناك رغبات واحتياجات لن يتمكنوا من تحقيقها خارج المجموعة ، تلك الرغبات تتحقق عن طريق الأنشطة التي تمارسها المجموعة، وتمس احتياجات التلاميذ، ومهاراتهم، وقدراتهم.

ويجب أن يشعروا بحاجاتهم لتعليم خبرات جديدة من خلال تعاونهم في مجموعات تتسم بالابتكار والإنتاجية.

خامساً: التنظيم الاجتماعى:

يمكن النظر للمجموعة على أنها وحدة اجتماعية وليست وحدة منتجة اقتصادياً فقط ، فيها أدوار ومواقف، وعلاقات خاصة تحقق أهداف المجموعة.

وكنتيجة لاعتبار المجموعة وحدة اجتماعية منتجة اقتصادياً فيجب أن يكون لها قائد (سواء أكان تلميذاً أو معلماً) فعلى المعلم أن يشعر بأهمية إيجاد دور لقائد المجموعة وأن دوره ليس

ديكتاتورياً بل دوره هام في تنظيم العمل ونجاحه، كما يمكنه أن يقدم المساعدات الفردية لمن يحتاج من الطلاب بشرط ألاّ يُخلّ بطبيعة عمل المجموعة أو بنظامها.

سادساً: التفاعُل:

يتأثر أفراد المجموعة بعضهم ببعض ويستجيب بعضهم خلال مراحل العمل المحددة بالمدرسة ويجب أن يشعر المتعلم بأن لديه معلومات وخبرات يستطيع أن يتبعها في العمل، وأن تستفيد الجماعة ككل بما هو موجود فعلاً لدى أفرادها ثم يتم تنميتها وتطويرها، ومن ثَم توظيفها واستغلالها لصالح الجماعة من خلال العمليات التالية لذلك.

سابعاً: الترابط:

يتوافر لدى أفراد المجموعة الرغبة في البقاء داخلها للمساهمة في صلاحها والمشاركة في أنشطتها، كذلك الشعور بأهمية التعاون في عمل المجموعة، وعدم السماح بتقليل شأن أحد التلاميذ أو بنبذه لتأكيد الرغبة لديه في البقاء بالمجموعة تأكيداً لفكرة تكوين نواة لرجل أعمال صغير تُنمّى قدراته ومهاراته بمرور الوقت من خلال ارتباطه بالجماعة.

ويجب أن يضع المعلم - إذا كان هو قائد المجموعات - في اعتباره التعاملات الإنسانية عند تقسيم الأفراد في المجموعات.

مراحل تنفيذ استراتيجية العمل في مجموعات صغيرة في إطار فلسفة الوحدة المنتجة

تمر استراتيجية العمل في مجموعات صغيرة بسلسلة من المداخل تحمل استراتيجيات مصغرة تشمل أربعة مراحل :

المرحلة الأولى : تختص بالتقييم القبلي للتلاميذ.

المرحلة الثانية : تتضمن عملية تحديد أعضاء المجموعات وتقسيمها.

المرحلة الثالثة : مرحلة الخوض في المواقف التعليمية.

المرحلة الرابعة: مرحلة التقييم البعدي لعملية التعليم والإنتاج.

ونتناول فيما يلي توضيحاً لكل مرحلة من المراحل ودور كل من المعلم والمتعلم فيها .

المرحلة الأولى : التقييم القبلى فى إستراتيجية العمل فى مجموعات صغيرة:

عند استخدام إستراتيجية العمل في مجموعات صغيرة كطريقة تدريس مقترحة ضمن الإطار الفلسفي للمدرسة المنتجة، يجب أن يهتم المعلم بعملية التقييم القبلي لما تمثله من حجر الأساس لكل مراحل العمليات الإنتاجية التعليمية التالية ويتمثل ذلك في تعرف المعلم على مستوى التلاميذ في الجوانب المختلفة المتعلقة بطبيعة المهام التي سيقومون بها فيما بعد بدءاً من دراسة الجدوى وصولاً إلى تسويق إنتاج الوحدة المنتجة وحساب العائد الاقتصادي

المادي لها وتتحدد عمليات وإجراءات التقييم القبلي لتلك الاستراتيجية تبعاً لطبيعة الهدف المحدد لعمل المجموعات ، وهناك بعض الاتجاهات العامة التي يمكن أن تحددها عمليات التقييم القبلي لتلك الاستراتيجية أهمها :

- تحديد مستوى القدرات العقلية للتلاميذ قبل تعاملهم مع المجموعة.
- تحديد المستوى المعرفي أو المهاري للتلميذ قبل تعامله مع المجموعة.
- تحديد الاتجاهات المختلفة في سلوك التلاميذ قبل تعامله مع المجموعة.
- تحديد مستوى المجموعة الصغيرة وكل ما يقدمه أفرادها من إنتاج وتعلّم

المرحلة الثانية : تحديد أعضاء المجموعات وتقسيمها

بعد أن يتعرف المعلم - كقائد للمجموعة - على مستوى التلاميذ وقدراتهم الإنتاجية يقوم بتقسيم مجموعات العمل الكبيرة إلى مجموعات صغيرة.

وعلى هذا الاتجاه تتعدد أنماط العمل في مجموعات وذلك تبعاً للهدف المحدد سلفاً ، وتبعا لعملية التعليم وطبقاً للمواد التعليمية المرتبطة بالعملية ويتم تنسيق مجموعات التلاميذ بطريقة صحيحة بهدف منع الصراعات التي يمكن أن تنشأ فيما بينهم فيتجهون جميعاً نحو تحقيق الهدف المنشود.

ولقد اتضح أنه من الأفضل ألا يقل عدد المجموعة عن خمسة، ولا يزيد عن عشرة أفراد.

ويتم تقسيم الجماعات الصغيرة تبعاً لطبيعة الهدف التعليمي المحدد لطبيعة المادة الدراسية وعلاقتها بالتطبيق العلمي الإنتاجي.

وهناك طرق مختلفة لتقسيم المجموعات منها :

- طريقة المساهمة حسب القدرات: حيث يقسم المعلم تلاميذ الفصل إلى مجموعات صغيرة كل مجموعة تحتوي على تلاميذ ذوي مستويات مختلفة، فمنهم الممتاز والمتوسط والضعيف ،
- طريقة تلقائية النشاط : وفيها يتم تقسيم المجموعات عشوائياً مثل تقسيمها عن طريق الحروف الأبجدية المرتبطة بقوائم الفصل أو تقسيم المجموعات حسب أماكن جلوسهم في الفصل.

ويفرض استخدام هذا الأسلوب توافر الحد الأدنى لمعلومات ومهارات التلاميذ لدى المعلم.

- طريقة إسناد المهام : أحياناً يلجأ بعض المعلمين إلى طريقة تقسيم المجموعات حسب ما يمكن أن يُسند لكل تلميذ من مهام فيمكن تجميع مجموعة من التلاميذ ذوي مستوى مرتفع لإنجاز مهام عالية المستوى من الناحية الإنتاجية، ومجموعة أخرى من التلاميذ ذوي مستوى أقل لإنجاز بعض المهام التي لا تشترط نفس المستوى من الكفاءة أو المهارة .

* إن تقسيم المجموعات إحدى المهام التي تُظهر قدرة وكفاءة المعلم المُؤهّل لتحقيق الهدف التعليمي وكذلك الهدف الإنتاجي (من خلال الوحدة المنتجة) وتعتمد على رؤيته لإمكانيات تنمية قدرات التلاميذ كأفراد يُعدّون رجال أعمال صغار من خلال المجموعة.

المرحلة الثالثة : مرحلة الخوض فى المواقف التعليمية.

هناك اتجاهان رئيسيان للعمل في المجموعات الصغيرة :

الأول : حينما يحدد المعلم للمجموعة مهام محددة لتنجزها

الثاني : حينما يطلب المعلم من المجموعة أن تكتشف مسألة أو موضوع معين .

ويمكن الجمع بين هذين الاتجاهين فتدور المناقشات للوصول إلى أنسب الحلول للمشكلات التي يمكن أن تواجه عملية التعليم والإنتاج .

وبالطبع فإن فتحديد أي الاتجاهين أو اتباع كلا الاتجاهين يتوقف على ما يراه المعلم أنه سيحقق الهدف العام الإنتاجي .

من ذلك يتضح أنه لا توجد قاعدة ثابتة تلزم المعلم بثبات أساليبه عند العمل في الوحدة المنتجة فقد يبدأ بشرح الدرس نظريا لكل المجموعات - مع السماح بمناقشات فردية - وقد يُسند إلى المجموعات بعض المهام ويطلب من كل مجموعة تنفيذ ما أُسند إليها ، أو يترك الحرية لكل مجموعة لتختار المهام بنفسها ثم يقوم الجميع بالعمل على إنجازها .

إن تحديد حركة المعلم مع المجموعات يعتمد على:

- قدراته الابتكارية - وتطبيقه لنظريات الذكاء المتعدد في التعليم
- طبيعة المادة الدراسية - علاقة المادة الدراسية بالمشروع المُقترح إنتاجه .

وينبغي أن نضع في اعتبارنا أن المعلم قائد ومنظم ومراقب لكل تحركات كل أفراد المجموعة في عمل إنتاجي ذو عائد مادي اقتصادي متكامل ومتزن .

ومن خلال عمل المجموعة يعمل المعلم علي تنمية التفكير الناقد والتفكير الابتكاري الذي يعتمد علي ذكاء التلميذ إذ يحدد المعلم مشكلة ما يطرحها علي التلاميذ وأثناء العرض والمناقشة علي المعلم أن يتقبل الآراء الموضوعية للتلاميذ حيث يجب أن تتسم المشروعات بالواقعية والقرب من الميدان وحاجات السوق .

لذا علي المعلم أن يراعي عدم فرض رأيه الشخصي علي المجموعات بل يشجع بحث ومناقشة الأفكار ويوجه المسار الصحيح مع ضرورة أن تكون لكل مجموعة إحاطة بالهدف وألا يكون لمجموعة أو تلميذ دور منعزل عن العمل الجماعي .

المرحلة الرابعة : مرحلة التقييم البعدى لعملية التعليم والإنتاج

تختص تلك المرحلة بالتعرف علي التطوير الذي طرأ علي التلميذ وعلي المجموعة ككل وذلك في ضوء الأهداف المحددة سابقا وما تم انجازه من مشروعات .

وتتحدد عمليات التقييم البعدي تبعاً لطبيعة الهدف المُحدد والمشروع الذي أُنتج وانُجز ، كما ترتبط تلك العمليات بما تم عرضه سابقاً في عمليات التقييم التي يمكن أن تكشف مستوي كل فرد في المجموعة ولذلك تأخذ عمليات التقييم البعدي اتجاهات عدة أهمها :

١- تقييم مستوي النمو لقدرات التلميذ بعد عملية التفاعل مع المجموعة

٢- تقييم مستوي النمو في سلوك التلاميذ بعد عملية التفاعل مع المجموعة

٣- تقييم مستوي أداء مهارة معينة للتلاميذ من خلال ما اكتسبوه من عمليات التفاعل مع المجموعة.

*** إن تحديد أساليب التقييم المبدئي يتوقف علي مهارة المعلم في تحديد أنسب الأساليب الموضوعية التي تقيس مستوي التغيير الذي حدث للتلميذ أو المجموعة .**

مما سبق يتضح أن هناك أسس وخطوات خاصة بإستراتيجية العمل في مجموعات صغيرة كما أن لتنظيم المجموعات مبادئ وقوانين وهناك طرق خاصة بالأعمال الجماعية والمشروعات في الوحدة المنتجة التي تتم داخل إطار العمل في مجموعات صغيرة كالتخطيط والتنفيذ والتقييم كمهارات لازمة لتطبيق فكر الوحدة المنتجة وتطويرها .

الفصل السادس

المشروعات

يحتوى هذا الفصل على:

الباب الاول: س و ج

الباب الثاني:

أهداف المشروعات الصغيرة
أهمية المشروعات الصغيرة
أهمية المشروعات الصغيرة من منظور اجتماعي
مزايا المشروعات الصغيرة
الإعداد لإنشاء مشروع صغير
طريق تطوير المشروعات الصغيرة

الباب الثالث:

مستقبل المشروعات الصغيرة
نماذج لمشاريع صغيرة يمكن تنفيذها
هل يمكنك أن تكون صاحب مشروع صغير؟

الباب الرابع:

المنشآت الصناعية الصغيرة
مميزات المشروعات الصناعية الصغيرة
استراتيجية المسؤوليات الخاصة بالوحدات الانتاجية الصغيرة
أسباب فشل المشروعات

البـــاب الأول

س ، ج

س١: هل يمكن أن تتعدد المشروعات بالوحدة المنتجة ؟

يمكن ذلك بعد عرضها على اللجان المخصصة ومجالس الآباء ، خاصة وأن الفكرة ما زالت في مهدها وتحتاج إلى الدعم والمساندة .

س٢: ما هي أنواع المشروعات الإنتاجية التي يمكن تنفيذها ؟

الحفر على الخشب ـ صناعة العطور ـ صناعة المنظفات ـ الطباعة على النسيج ـ
ـ صناعة الاباجورات والنجف ـ مشغولات معدنية ـ صناعات خزفية ـ وجلدية ـ
ـ أعمال الحياكة والتريكو ـ أسماك وطيور الزينة ـ الزى المدرسي و الحقيبة المدرسية .

س٣: ما هي أنواع المشروعات الخدمية التي يمكن تنفيذها ؟

تأجير الصالات الرياضية والملاعب والمسارح وقاعات الاجتماعات بعد موافقة الجهة الأمنية بالمديرية ـ دورات الكمبيوتر لتعليم اللغات ـ كتابة وطبع الرسائل العلمية ـ تصوير المستندات .

س٤: ما هي أنواع المشروعات التسويقية التي تخدم العملية التعليمية ؟

التعامل مع الشركات والمصانع وتجار الجملة في تزويد المدرسة بالبضائع التي تحتاجها ويكون التعامل بصفة الأمانة لحين التسويق على أن تكون سلعة لها مكانتها على أن يتم رد البضاعة غير القابلة للتوزيع للمورّد الأصلي مع ضرورة عمل دراسة جدوى.

س٥: ما هي أنواع مشروعات البرمجيات ؟

- برامج تعليمية - ألعاب تسلية - برامج لمحلات البيع والشراء
- برامج أعمال الكنترول - برامج لتعليم الحرف - تصميم صفحات انترنت
- عمل المناهج الدراسية على اسطوانات وبيعها بأسعار مناسبة .

س٦: كيف يتم التصرف في منتجات تالفة أو غير صالحة ؟

تشكل لجنة لفحص ومعرفة سبب التلف ويحرر محضر بذلك ويعرض على مدير المدرسة لاتخاذ اللازم ويتم خصم قيمة المنتج التالف من قيمة المنتجات .

س٧: ما هي الايجابيات التي تم تحقيقها من تنفيذ مشروعات الوحدة المنتجة ؟

- التواصل مع الطلاب واستغلال اوقاتهم وطاقاتهم لتنمية مهاراتهم
- خلق جيل مبدع ومبتكر - الاستفادة من المنشآت التعليمية والطاقة البشرية.

س٨: ماذا يستفيد الطالب من مشروعات الوحدة المنتجة ؟

- يتعلم إعداد دراسة الجدوى - يتعلم كيفية التعامل مع التاجر والمستهلك
- يتحمّل المسئولية - يتعرف على حركة البيع بالمدرسة ويجيد التعامل معها ويكتسب خبراتها.

س٩ :هل يجوز اشتراك المدارس الفنية بعرض منتجاتها بمعارض المدارس ؟

- لا مانع من اشتراك المدارس الثانوية الزراعية بعرض منتجاتها بمعرض المدارس بعد اخطار المديريات أو الا دارات التعليمية التابعة لها المدارس الزراعية وابلاغها بمواعيد تلك المعارض ٠

س١٠ : هل يجوز عقد دورات تدريبية لمسئولي الوحدة المنتجة بمدارس التعليم الزراعي ؟

- يجوز من خلال التنسيق مع ادارة التدريب بالمديريات أو الادارات التعليمية ٠

س ١١ : هل يمكن الاستفادة من مشروعات الهيئة العامة للتنمية الصناعية ؟

- يمكن الاستفادة من تلك المشروعات وعلى سبيل المثال :

(طباعة تي شيرت – انتاج بلوفرات –تجهيز وتجميد الاسماك – انتاج الكراسي والكشكول – منتجات جلدية من الجلد الطبيعي والصناعي (للتصدير) – تجهيز وتجميد خضر وفاكهة – ورق البردى – مطبوعات تجارية ٠٠٠ الخ) ٠

س١٢ : يمكن التعاون مع ادارة التعليم الفني والاستفادة من منتجاتهم ؟

- يمكن من خلال البروتوكول المبرم من خلال :

*التعاون مع الادارة العامة للمدرسة المنتجة والتعليم الفني وعرض منتجاتهم في معارض الادارة

*امداد معارض المدرسة المنتجة بمنتجات التعليم بهامش ربح بسيط

*دفع نسبة ٧٥ % من قيمة المنتجات عند شراء الوحدة المنتجة لمنتجات التعليم الفني كمقدم والباقي بعد البيع

*انتاج وتسويق الزى المدرسي بهامش ربح بسيط بالتعاون مع التعليم الصناعي

*تدريب السادة مسئولي الوحدة المنتجة والطلبة المشاركين في مشروعاتها في مدارس التعليم الفني وذلك لاكتساب المهارات الفنية التي تؤهلهم لسوق العمل وتشجيعهم على انشاء مشروعات صغيرة بعد التخرج ٠

س١٣ : هل يجوز التعاون مع رياض الاطفال للاستفادة من مشروعاتهم ؟

يجوز الاستفادة من مشروعاتهم من خلال البروتوكول المبرم بين الجهتين والمتضمنة :

(أعمال الاطفال – العاب تعليمية من انتاج المعلمات – ادوات مكتبية للأطفال –انتاج مجلة خاصة بالروضة تضم انشطة الروضة وبعض النصائح والارشادات لأولياء الامور يتم بيعها لأولياء الامور –توفير الزى المدرسي الخاص بالروضة بأسعار اقل من السوق للتيسير على اولياء الامور – توفير ملفات التقديم وبيعها داخل الروضة – توفير خدمة التقديم الإلكتروني وكذا خدمة تصوير الاطفال بأسعار مناسبة لبيئة الروضة)

الباب الثاني

أهداف المشروعات الصغيرة

تنشأ المشروعات لكي تقدم منتجات أو خدمات لأفراد المجتمع الذي تعمل في نطاقه تلك المنشآت أي أن تلك المشروعات تقدم ـ في الواقع ـ خدمات اقتصادية للمجتمع الذي تعمل فيه ولابد أن يمثل ذلك هدفاً أولياً لتلك المنشأة للوفاء بالالتزامات الاجتماعية ، وعلى ذلك فإن القرار الخاص بتحديد نوع المنتج أو الخدمة التي تقدمها المنشأة للسوق إنما يمثل أهم القرارات الإستراتيجية التي تحدد من طبيعة أعمال المنشأة واتجاهاتها في المستقبل.

١) الأهداف الخاصة بالربح

من الأهداف التي تهدف المنشأة تحقيقها هو هدف الربحية ، ويعتبر هذا الهدف من أهم الدعائم التي تُبني عليها تلك المنشآت. وتعتبر الربحية ضرورية لصاحب المشروع في مقابل تحمله لمخاطر إنشاء وإدارة المشروع سواء أكان صاحب المشروع فرداً أو جماعة أو جهة.
بالإضافة إلى أن تحقيق الربح له أهمية خاصة حتى يمكن ضمان استمرارية أعمال المشروع وتميز خططه ومشروعاته المستقبلية.

٢) أهداف النمو

لابد من توجيه الاهتمام إلى تحقيق أهداف نمو المشروع في ظل التوسع السريع الذي يحدث في الحياة الاقتصادية عموماً .
وتتضمن أهداف نمو المشروع :
- الحاجة إلى الحصول على تسهيلات إنتاجية جديدة ، - تطوير عمليات الإنتاج .
- تقديم المنتجات الجديدة للسوق.
ويتوقف تحديد أهداف النمو للمشروع على عدد من العوامل منها :
- الرغبة في تحقيق التطور وغرس قيم التجديد في بيئة المشروع سواء العاملين أو المستهلكين ، - تحقيق أفضل خدمة في المشروعات الخدمية إذ لا يكون الهدف هو مجرد الربح فقط.

أهمية المشروعات الصغيرة

١) تعمل في مجال الأنشطة الإنتاجية والخدمية والسلعية الفكرية .
٢) تغطي جزءاً كبيراً من احتياجات السوق المحلي .
٣) تساهم في إعداد العمالة الماهرة .
٤) تشارك في حل مشكلة البطالة .
٥) تعد المكون الأساسي في هيكل الإنتاج والاقتصاد في بلاد العالم .
٦) تستوعب القطاع الأكبر من العمالة في مختلف المجتمعات.

٧) تساعد على تطوير التكنولوجيا والفنون الإنتاجية المحلية في المجتمع ودفع تلك المشروعات إلى مواقف تنافسية جيدة .
٨) تعمل على تحقيق التوازن الإقليمي في ربوع المجتمع لعملية التنمية الاقتصادية : (صناعة، تجارة، خدمات، مقاولات) .
٩) تعمل على تحقيق الانتشار الجغرافي وتحقيق النمط المتوازن لجميع أقاليم الدولة وزيادة حجم الاستثمارات في تلك الأقاليم .
١٠) تعمل على زيادة فرص العمل وإزالة الفوارق الإقليمية الناتجة عن تركيز الأنشطة الاقتصادية في محافظة معينة.
١١) تُعدّ واحدة من إحدى أدوات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وأحد أهم العناصر الاستراتيجية في عمليات التنمية والتطور الاقتصادي في معظم دول العالم الصناعية والدول النامية على حد سواء.
١٢) تستجيب لمتغيرات السوق والتطور السريع لحركة العرض والطلب وباتت فرصها بالنمو والبقاء أكبر من المشروعات الكبيرة ذات المرونة الأقل.
١٣) تُعد الرواد من الشباب (Entrepreneurs) وزيادة نسبتهم من خلال تطوير الخطط والمناهج التعليمية وبرامج التدريب التي تؤهلهم ليصبحوا من رجال الأعمال تؤهلهم ليصبحوا من رجال الأعمال والاتجاه نحو العمل الحر الخاص وتعظيم فرص النجاح
١٤) تقدم التسهيلات والمزايا للمشروعات الصغيرة في مجالات إجراءات التراخيص والقروض والضرائب وتوفير البنية الأساسية اللازمة لإقامة المشروعات وغيرها من متطلبات قيامها ونجاحها.

أهمية المشروعات الصغيرة من منظور اجتماعى

١) تحقق الذّات والاستقلالية والتملك بشكل كبير.
٢) ترفع مستوى معيشة الأفراد وتعظم درجة الرضا لديهم وتشبع ولا منافس لها في هذا المجال.
٣) تحل مشكلات المجتمع بشكل جوهري من خلال ما توفره من فرص عمل وما تقدمه من خدمات اجتماعية للمجتمع.
٤) تزيد درجة الإحساس والإدراك لدى الأفراد بأهمية الترابط والتآخي بصرف النظر عن الدين أو اللون أو الجنس فالكل يتكون لديه الإحساس والوعي بأهمية المحيط الخارجي (البيئة).
٥) تحل المشكلات الاجتماعية والتي تأتي في مقدمتها البطالة والتطرف الفكري والديني خاصة في الدول النامية .
٦) تُعطي الفرصة كاملة للأفراد للتعبير عن آرائهم وذاتهم والتعبير عمّا لديهم من خبرات ومهارات ومعارف وتطبيق أفكارهم الجديدة ووضعها موضع التنفيذ.

مزايا المشروعات الصغيرة

وتختص المشروعات الصغيرة بعدد من المزايا التي تؤهلها لاحتلال مكانة اقتصادية كبيرة في جميع خطط وبرامج التنمية الاقتصادية من أهمها :

١- الفعالية والكفاءة سواء من حيث القدرة على تحقيق الأهداف الاقتصادية لأصحابها أو من حيث قدرتها على إشباع رغبات واحتياجات العميل .

٢- المرونة والقابلية للتكيف في مواجهة الظروف غير الطبيعية خاصة في أوقات الانكماش الاقتصادي وهذا ما تعجز عنه المشروعات الكبيرة والعملاقة.

٣- القرب من العميل والمورد حيث يستطيع أصحاب المشروعات الصناعية تطوير علاقات طيبة وشخصية مع هذه الأطراف ما يجعلها أكثر قدرة على تقديم خدمة متميزة لها طابع شخصي مما يزيد من درجة رضا العميل.

٤- إرضاء المورد نتيجة إبراز أكبر قدر من المرونة فيما يتعلق بمواعيد وكميات التسليم كل ذلك دون أن يتحمل العامل أية أعباء إضافية، ولهذا فالمشروعات الصغيرة أكثر قدرة على الاستمرار واجتياز الصعوبات.

الإعداد لإنشاء مشروع صغير ناجح

تُعتبر المشروعات الصغيرة نُظُم إنتاجية مفتوحة يتأثر نجاحها بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية ، ولقد سبقت الإشارة إلى أسباب فشل المشروعات الصغيرة ولا شك أن نقطة البداية هي تجنب تلك الأسباب .

عوامل أخرى تلعب دوراً أساسياً في استمرار ونجاح تلك المشروعات :

١- تخطيط أهداف المشروع بدقة وعناية وأن تكون تلك الأهداف قابلة للقياس الكمي وقابلة للتحقيق ويتطلب ذلك أن يُراعي تحديد الإمكانيات والموارد المادية والبشرية المتاحة وظروف العمل والبيئة المحيطة بالمشروع.

٢- تخطيط أوجه العمل داخل المشروع لأنها تُشكّل الأهداف والنتائج التي يرغب صاحب المشروع في الوصول إليها وتحقيقها . وكي يتمكن من ذلك لابد له من تحديد الأساليب والوسائل التي من خلالها يتحقق ذلك. وتتمثل تلك الوسائل في سياسات واستراتيجيات العمل المختلفة.

٣- الحصول على العمالة المطلوبة بالنوعيات المطلوبة بالإعدادات التي تم تخطيطها في ضوء حجم العمال المتوقع، تدريب العمالة الفنية والإدارية كي يمكنهم تحقيق الأهداف التي خُططت.

٤- تجهيز وإعداد المشروع طبقاً للمُخطط العام والرسومات الفنية الموضوعة وتجهيزه بكافة التجهيزات المطلوبة تمهيداً لبدء التشغيل.

٥- إجراء الاختبارات اللازمة للتحقق من سلامة التركيب والتمهيد لبدء التشغيل.

**** المعايير الوظيفية في المشروع الصغير**

- استقلال الإدارة وأن يكون المدير هو مالك المشروع.
- تدبير رأس المال المطلوب بواسطة شخص أو عدد محدود من الأفراد.
- محلية نشاط المنشأة حيث يقيم العاملون وأصحاب المشروع في نفس منطقة المشروع.
- حجم الأعمال المنفذة أو حجم النشاط السنوي وتضع حدوداً عُليا لذلك رغم اختلافها من مجال لآخر.

الشروط الواجب توافرها هي :

- أن تكون المنشأة فردية من حيث شكل الملكية - أن تمارس النشاط بصورة محلية.
- اتحاد الملكية والإدارة والعمالة. - أن تكون حصة المنشأة السوقية محدودة.

طرق تطوير المشروعات الصغيرة

١) تشجيع الشباب وخاصه خريجي الجامعات والمعاهد العليا على تبني فكرة إنشاء المشروعات الصغيرة.

فتنفيذ ذلك سيكون مشروعاً قومياً هاماً تتبناه جميع الأجهزة الحكومية وشبه الحكومية لما له من نفع قومي سواء بأنه أحد الحلول الجذرية لمواجهة البطالة التي يعاني منها الشباب والقضاء على مسالبها الاقتصادية والاجتماعية الخطيرة ، إضافة إلى رفع مستوى المعيشة وتوزيع التنمية الاقتصادية على مستوى الجمهورية.

٢) تهيئة الشباب للعمل في قطاع المشروعات الصغيرة وهذا يتطلب إحداث تعديل جذري في المناهج الدراسية في مراحل التعليم المختلفة بغرض تطوير وتنمية مهارات الترويج وتبني المشروعات الجديدة.

٣) تحويل شباب الخريجين إلى أصحاب منشآت صغيرة مما يساعد على النهوض بهذا القطاع سواء في المجال الصناعي أو التجاري أو مجال الخدمات . وتحقيق ذلك الأمر ليس سهلاً وبسيطاً ولكنه يحتاج إلى :

- تنمية مهارات التسويق والبيع لدى الشباب - التدريب على أساليب مواجهة المشكلات
- التخطيط الجيد وتضافُر كل الجهود وقد تم البدء في تنفيذ ذلك من قبل الدولة.

٤) تهيئة مناخ العمل المناسب للمشروعات الصغيرة وتطوير فكرة المجتمعات والمدن الصناعية التي تُخصص للحرف والصناعات الصغيرة وإزالة السلبيات والصعوبات التي تواجه المجتمعات الحالية عن طريق ربطها بشبكة مواصلات منتظمة وتدعيمها بالخدمات والمرافق الضرورية

٥) تهيئة مصادر التمويل اللازمة لإنشاء وتشغيل تلك المشروعات الصغيرة . فإن نجاح خطة تطوير قطاع المشروعات الصغيرة في مصر يتوقف على النجاح في تهيئة مصادر التمويل

٦) تمويل الخطة القومية لتأهيل الشباب للعمل في مجال المشروعات الصغيرة عن طريق مساهمات البنوك والمؤسسات الاقتصادية والمؤسسات الدولية والجمعيات... إلخ. وقد تم تنفيذ بعض المشروعات على أرض الواقع.

الباب الثالث

مستقبل المشروعات الصغيرة

تستحوذ المشروعات الصغيرة على أهمية كبيرة، وتشير المؤشرات إلى استمرارية تلك الأهمية في المستقبل القريب والبعيد، ومن أهم تلك المؤشرات ما يلى :

١) الثورة التكنولوجية والتي تميزها التكنولوجيا الحديثة بالمرونة والبساطة وانخفاض تكلفة تلك التكنولوجيا مما جعل استخدامها في المشروعات الصغيرة ممكنا ، ولم تعُد المشروعات الصغيرة ترتكز على عنصر العمل فقط بل أصبح في الإمكان الاستفادة من التطور التكنولوجي أيضاً. وتشير المؤشرات الخاصة بالأبحاث والدراسات إلى استمرار ذلك في المستقبل .

* هناك أمر آخر بالغ الأهمية هو الدور الهام للمشروعات الصغيرة في التطور التكنولوجي. فالتطور التكنولوجي يعتمد على توافر القدرات الخلاقة وتلك القدرات تتوافر بدرجة كبيرة في مجال المشروعات الصغيرة حيث المرونة والحرية وأيضاً الطموح والبيئة غير الرسمية للعمل ولهذا فإن العدد الأكبر من الاختراعات الجديدة وحقوق التصنيع المطورة سنوياً تأتي من المشروعات الصغيرة أكثر من التي تأتي من المشروعات الكبيرة التي تتوافر لديها أقسام متخصصة في البحوث والتطور.

٢) زيادة الاهتمام بالخدمات، حيث تشير الدراسات والبحوث المنشورة إلى حدوث تحول تدريجي في درجات الاهتمام بقطاع الخدمات والقطاع الصناعي لصالح الأول فلقد زادت درجة الإنفاق الشخصي على الخدمات من 33% من إجمالي حجم الإنفاق، بل إن مساهمة قطاع الخدمات في الناتج القومي الأمريكي وصل إلى 60% ، وأصبحت المنشآت الخدمية تساهم بما يقارب 67% من إجمالي حجم العمالة.

ففي الولايات المتحدة ارتفع عدد العاملين في مجال الخدمات من 26.2 مليون عامل إلى 31.6 مليون عامل خلال عشر سنوات، بل إن الدول اتجهت إلى زيادة حجم الإنفاق على الخدمات مع زيادة درجة النمو الاقتصادي وخاصة في مجال التعليم، الصحة، الرعاية الطبية، والمواصلات... إلخ.

٣) وتعتبر زيادة السكان عاملا رئيسيا في دفع تلك الدول إلى بذل المزيد من الجهد وتخصيص الكثير من الموارد لتدعيم الخدمات المقدمة للمحافظة.

٤) انتشار وسائل الترويج وخاصة مع انتشار الفيديو، ودليل الصفحات الصفراء وغيرها من الأدلة ، وانتشار الحاسبات الآلية قد فتح الباب على مصراعيه للمشروعات الصغيرة لتخرج من نطاق المحلية الصغيرة والمحدودة إلى آفاق أوسع، وسهلت عمليات التوزيع والترويج

لمنتجاتها، بل لقد انتشرت في الآونة الأخيرة في مصر تلك النوعيات من المشروعات الصغيرة التي تبدي استعدادها لتقديم خدماتها عن طريق التليفون وأصبحت مُعلنا عنها خاصة في مجال التنظيف والأعمال المنزلية، صيانة الأجهزة المنزلية، الدهانات والطلاء، وأعمال تركيب وتصنيع شبابيك الألوميتال.

٥) زيادة اهتمام الحكومات بالمشروعات الصغيرة فلقد اضطرت الحكومات - تحت ضغط مشكلات البطالة – إلى إنشاء أجهزة متخصصة لدعم المشروعات الصغيرة .

ففي مصر اضطرت الحكومة - في محاولة لتخفيض أعداد البطالة سنوياً - إلى إنشاء الصندوق الاجتماعي الذي يتولى توفير التمويل اللازم لإنشاء مشروعات صغيرة بتكلفة منخفضة وأنشأت البنوك المصرية- مثل بنك فيصل الإسلامي- وحدة خاصة بتمويل المشروعات الصغيرة ، وأنشأت الحكومة جهاز الحرفيين لرعاية أصحاب المشروعات الصغيرة، وهكذا كان اهتمام الحكومات المشروعات الصغيرة أحد العوامل في ازدهار المشروعات الصغيرة حالياً وفي المستقبل.

٦) زيادة أوقات الفراغ والحاجة إلى مشروعات ترفيهية، فلقد كان الاتجاه العام في العالم إلى تخفيض عدد ساعات العمل الأسبوعية وزيادة أيام الإجازة الأسبوعية إلى يومين مما أدى إلى زيادة أوقات الفراغ وزيادة الحاجة إلى وجود مراكز للترفيه، مشروعات السياحة والتوكيلات السياحية التي تتولى تخطيط برامج الترفيه والسياحة، الأندية الرياضية.

٧) ثورة المعلومات والاتصالات حيث شهدت السنوات الأخيرة ثورة في مجال تكنولوجيا تشغيل البيانات وتبادلها، بالإضافة إلى الحاسبات الآلية المنخفضة التكلفة البالغة المنفعة والتي أمكن عن طريقها تخفيض عدد العمالة وتخفيض حجم الأموال المستثمرة بسبب انخفاض عدد العمال ، وكذلك تخفيض المساحة المطلوبة لممارسة النشاط ، وانخفاض الحاجة إلى تخزين كميات كبيرة من مستلزمات الإنتاج ، والمنتجات التامة الصنع .

٨) زيادة كبيرة في عدد المشروعات الصغيرة في الدول المتقدمة من حيث الحجم وعدد العمالة والتكلفة الاستثمارية المطلوبة، فأصبح من الممكن للعميل أن يطلب منتج معين عن طريق الدليل الذي يحتوي على صورة الصنف ورقمه الكودي والسعر(التسويق الالكتروني) فإذا أعجب العميل بالمنتج عليه أن يملأ استمارة معينة يوضح فيها المنتج ورقمه الكودي، ويقدمها إلى البائع الذي يقوم بإدخال البيانات إلى الحاسب وتحصيل الثمن من العميل.

وفور الانتهاء من السداد يكون الكمبيوتر قد أعطى إشارة للعامل الموجود بالمخزن باسم الصنف ورقمه الذي يقوم بإرساله مباشرة عن طريق سير متحرك إلى وحدة التسليم حيث تُسلم للعميل مباشرة، لهذا لم نعد في حاجة إلى مساحات العرض الكبيرة أو الاحتفاظ بمخزون سلعي كبير أو تشغيل عدد كبير من العمال.

٩) تدهور قيمة المرتبات الثابتة نتيجة التضخم ولهذا أصبح الكثير من الأفراد يسعون إلى تكوين مشروعاتهم الخاصة التي تنمو مع الوقت وتلائم إيراداتها مع التضخم.

١٠) تغيير نمط الحياة الأسرية نتيجة خروج المرأة للعمل، ارتفاع سن الزواج نسبياً، زيادة

الاهتمام بالترفيه وقضاء أوقات طويلة خارج المنزل.. إلخ، كل هذا ساعد على فتح مجالات كثيرة لمشروعات صغيرة.

نماذج لمشاريع صغيرة يمكن تنفيذها

١- التلوين على الزجاج

- فكرة المشروع :التلوين والرسم على الزجاج والأواني المنزلية
- الهدف منه : تنمية الشخص لمواهبه والاستفادة من قدراته
- خطوات المشروع : الرسم والتلوين على الزجاج، الكاسات والطفايات والمزهريات وغيرهم من الأواني الزجاجية .

٢- تفصيل طُرح وإسدالات

- فكرة المشروع تفصيل أشياء بسيطة ومطلوبة.
- خطوات المشروع ومتطلباته :
- معرفة بسيطة عن فن الحياكة - بترونات مناسبة للعمل
- وجود ماكينة خياطة بسيطة وليست بإمكانيات عالية.

٣- مشروع الحلويات والبسكويت

فكرة المشروع : صناعة البسكويت والكيك والبيتي فور وجميع أنواع المعجنات الخفيفة. تتم جميع مراحل التصنيع داخل هذا المعمل من الخطوة الأولى الى نهاية العملية والتي تنتهي بالتغليف والتعبئة.

س : ما الذي يحتاجه المشروع ؟

- فرن كهربائي - صينية فرن .- ماكينة عجن (عجانة) .
- مضرب - أطباق - رول للتغليف

٤- مشروع التطريز

فكرة المشروع : تطريز العبارات أو الأشكال أو الرسومات على العبايات أو التي شيرت أو القبعات أو الشنط أو المفارش وقطع القماش ، كما يمكن للمشروع أيضا أن يقدم خدماته للمشاغل والمدارس ووكالات الدعايه والاعلان.

متطلبات المشروع :

- الخبرة في مجال التطريز والتصميم و مجال الكمبيوتر والتصميم
- ماكينة تطريز متخصصة في مجال التطريز

(ليست ماكينة عادية) وغالبا ما يطلق عليها ماكينة صناعية تعمل عن طريق ربطها بجهاز كمبيوتر لإرسال التصاميم عن طريقه مباشرة إلى الماكينة . وهي مختلفة الحجم فمنها من له وحدة ذات رأس واحد ومنها من له وحدة متعددة الرؤوس ، ويمكن أن يُركّب على الرأس الواحد الى حد 15 لون في وقت واحد .

الخامات المطلوبة لعمل عينات متنوعة :

خامات أقمشه منوعه ، جلود ، كابات ، تيشيرتات ، أفرولات ، عبايات، .....الخ)

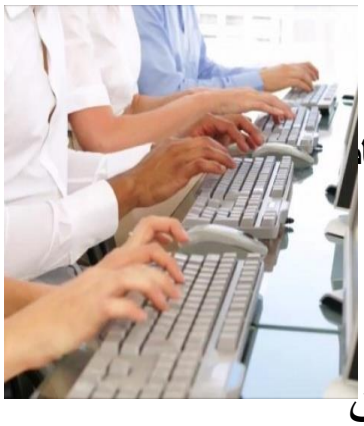
٥- تصميم برامج تعليمية C.D

أهداف تصميم برامج تعليمية C.D

- أن يكتسب الطالب مهارات لغوية جديدة.
- أن نعمل على تعديل السلوكيات الخاطئة لديه ونكسبه مفاهيم سلوكية إيجابية.
- أن ننمي الإحساس لدى الطالب بأهمية إغلاق منابع الخطر (الكهرباء ـ الغاز) قبل مغادرة أماكن الدراسة والعمل والمنـ
- أن ننمي في الطالب الإحساس بالولاء والانتماء للوطن.
- أن ننمي في الطالب الإحساس بأهمية الوقت .
- أن يُحسن الطالب استغلال وقته في اكتساب مهارات حياتية جديدة.
- أن نشحذ انتباه وقدرات الطالب لتصميم برامج تعليمية في جوانب قد غفل عنها مصممو البرامج لمواكبة متطلبات العصر مثل برامج مهارات التسويق والتفاوض لبيع منتج من المنتجات بما يلائم البيئة.
- أن ننمي مفهوم الإيجابية والثقة بالنفس لدى الطالب نتيجة اكتسابه مهارات التفكير العلمي .

٦- مشروع جامعة التكنولوجيا المتطورة فى إنتاج البرمجيات للوحدة المنتجة

أهداف المشروع:



- أن نُعد جيلا من ذوي ثقافة البرمجيات.
- أن ندرب المعلمين والطلاب على إعداد البرمجيات.
- أن نوحد كافة جهود الوزارة نحو تحقيق هدف مشترك.
- أن تتواجد الشراكة والمشاركة المجتمعية لتدعيم مشروع البرمجيا
- أن نوحد الشركات المتخصصة في البرمجيات في دعم المشروع.
- أن نوفر البرمجيات المتعددة التي تخدم السوق المحلي والوصول إلى هدف التصدير العالمي.
- أن نُنظم أوقات الفراغ للطلاب ونستغلها في إعداد عمل نافع.
- أن نجعل المدرسة مركز إشعاع لمحو الأمية الكمبيوترية عن طريق الخدمات التي تقدم بالمؤسسات والشركات الموجودة بالبيئة المحيطة بالمدرسة.
- أن نُدعّم المثلث الذهبي للبرمجيات: (تكلفة تطوير البرمجيات ـ تكلفة التسويق ـ الدعم الفني للبرمجيات). وذلك بمشاركة الشركات المتخصصة في أضلاع المثلث الذهبي.

هل يمكنك أن تكون صاحب مشروع صغير ناجح ؟

سبقت الإشارة إلى أن فشل المشروعات الصغيرة يرجع بصورة أساسية إلى سوء الإدارة والتي كثيراً ما يتولاها أصحاب المشروع فلقد أشارت دراسة أعدتها إحدى المؤسسات (وشملت أكثر من ١٢٠٠ منشأة صغيرة في الولايات المتحدة) أن سوء الإدارة يعتبر السبب الأساسي لفشل المشروعات الصغيرة وهذا هو رأي ٩٥% من المشاركين في الدراسة . ولهذا فإن الإدارة الجيدة عنصر أساسي لاستمرار ونجاح المشروع .

إن من الأمور الطبيعية أن يكون صاحب مشروع مـا فني ناجح فهذا هو عمله الأساسي قبل أن يقرر إنشاء مشروع صغير ولكن ليس بالضرورة أن يكون الفني الناجح مدير مشروع ناجح .

المهارات الأساسية للإدارة الناجحة :

١- مهارات التخطيط :

وهي تعبر عن تلك المهارات الخاصة ببلورة الأفكار وتحويلها إلى واقع ملموس، وأيضاً بلورة الأهداف ووضع خطط وبرامج لتحقيق تلك الأهداف، والتخطيط الفعال يتطلب إدراكا جيدا للعوامل البيئية المحيطة، وما تعرضه من فرص وما تشكله من تهديد.

ومهارة التخطيط تستلزم مهارات متنوعة لإدراك أن المشروع ككل عبارة عن نظام يتكون من مجموعة من النظم الفرعية التي تتكامل وتتفاعل مع بعضها البعض بغرض تحقيق الهدف العام وذلك من خلال تحقيقها الأهداف الفرعية التي تم تخطيطها بعناية .

والأمر الذي يجعل ذلك صعباً أن صاحب المشروع الصغير قد لا يمكنه الاستعانة بمستشارين وخبراء في مجالات العمل المختلفة في المشروع لأسباب كثيرة سبقت الإشارة إليها ، ولهذا يجب أن يعمل على تنمية مهاراته وقدراته، وأن يشترط توافر الحد الأدنى من مهارات التخطيط قبل بدء تشغيل المشروع ، وصاحب المشروع هو الأقدر على تحديد ذلك.

٢- مهارات قيادة وتوجيه عمل الآخرين :

صاحب المشروع هو مدير مسئول عن تحقيق أهداف المشروع من خلال :

حُسن استغلال الإمكانيات والموارد المتاحة - توجيه جهود الآخرين العاملين في المشروع وتحفيزهم على العمل، ولهذا لابد من توافر مهارات التوجيه والتحفيز، إضافة إلى مهارات قيادة فريق العمل في المشروع.

٣- مهارات إدارة الوقت :

الوقت أحد الموارد والذي يجب على صاحب المشروع استغلالها لصالح المشروع ولصالح تحقيق الأهداف المخططة بل إن إساءة استغلال الوقت وعدم الاستفادة منه قد يعرض المشروع لمخاطر منها : غرامات التأخير التي سوف يضطر لسدادها نتيجة تأخير عمليات التسليم- فقد العملاء - وضياع فرص بيع المنتج وبالتالي ضياع الربحية .

فعدم الاستفادة من الوقت تعني ضياع فرص غالية لتعزيز فرص المشروع في النجاح والاستمرار بل وتعزيز مركز التنافس .

٤- مهارات التفاوض :

صاحب المشروع هو ممثل للمشروع قبل الغير ولهذا فإن دوره في التفاوض هام وحساس. وفي ظل تعارض المصالح يبدو ذلك أمراً حيوياً ، فهو يتفاوض مع العمال ومع الموردين ومع العملاء ومع ممثلي الحكومة والأجهزة المختلفة وفي كل مرة لصاحب المشروع أهدافه وللطرف الآخر المتفاوض أهدافه، وعادة تكون تلك الأهداف متعارضة . من هنا فإن الأمر يتطلب مهارات تفاوضية حتى يمكن الحصول على أفضل صفقة لصالح المشروع أولاً والأطراف الأخرى ثانياً.

٥- مهارات القدرة على التكيف :

المشروع الصغير نظام إنتاجي مفتوح ، يتفاعل مع البيئة الخارجية ، والتي تتميز عناصره بالتغير المستمر، والتفاعل الإيجابي مع البيئة وذلك أمر ضروري وبدون ذلك يتعرض المشروع لكثير من المخاطر أو الفشل في النهاية . وعلى سبيل المثال صاحب مصنع صغير للملابس الجاهزة مع مرور الوقت تظهر اتجاهات جديدة في عالم الموضة وأنواع الخامات المستخدمة والألوان، وبدون استجابة المشروع لتلك التغيرات سوف يجد صاحب المشروع أن منتجاته لا تلقى قبول العملاء حيث أنها متقادمة، ولهذا فإن المشروع يجب أن يتكيف مع تلك التغيرات كي يستطيع الاستمرار.

مهارات أخرى أساسية من بينها :

- تبني الأفكار الجديدة وتشجيع الآخرين على التغيير لصالح العمل.
- معالجة اضطرابات العمل.
- توزيع الموارد.
- مهارات الاستماع للآخرين .
- التحدث والإقناع إذ يجب أن يكون المدير محدثاً لبقاً قادراً على إقناع الآخرين.

*** يتم تدريب للمعلمين على اتجاهين:**

الاتجاه الأول: تدريب معلمي المواد الثقافية والعلمية على استخدام الوسائط المتعددة والحاسب الآلي والإنترنت كوسائل معينة لتدريس المواد الثقافية والعلمية والاعتماد على النفس في البحث.

الاتجاه الثاني: تدريب متخصصين متميزين في الحاسبات الآلية لتدريس التخصصات المختلفة طبقاً للخطة التي ستُدرّس بالمدرسة مثل :

- بداية البرمجيات
- الصيانة
- الشبكات
- الاعتماد على النفس في البحث
- التعامل مع بنك المعرفة.

الـبـاب الـرابـع

المنشآت الصناعية الصغيرة

هى التى تعتمد في نشاطها الإنتاجي على العمل اليدوي مع الاستعانة ببعض العدد اليدوية والآلات والأدوات البسيطة.
إن المشروعات الصغيرة لها أهمية كبيرة لما تتميز به من مرونة وقدرة على التكيف مع الرغبات واحتياجات العميل، بالإضافة إلى قدرتها على خدمة قطاعات من المجتمع لا يمكن للمشروعات الكبيرة القيام بها .
ففي المناطق النائية والصحراوية والريفية هل يمكن للمشروعات الكبيرة أن تخدم الجمهور؟
المشروعات الصغيرة أفضل كثيراً من المشروعات الكبيرة وعلى سبيل المثال الحلاقين، محلات صيانة الأجهزة المنزلية، المخابز البلدية، محلات تجارة التجزئة، ... إلخ.
والقدرة على فالمشكلة في مثل تلك الحالات ليست الإنتاج وتقديم الخدمة فقط ولكن في درجة القرب من العميل التكيف مع رغباته واحتياجاته ومراعاة ظروفه وإمكانياته... إلخ.

مميزات المشروعات الصناعية الصغيرة

أولا : الطابع الشخصي للخدمات المقدمة لعميل المشروع الصغير يتميز بقلة عدد العاملين فيه ومحلية النشاط ، كل هذا يؤدي إلى وجود نوع من الألفة والعلاقة الوطيدة بالعملاء.
فعملاء محل الحلاقة الذي يوجد في نهاية الشارع الذي أسكن فيه معروفين تقريباً بأسمائهم لصاحب المحل، ويعلم ظروفهم ووظائفهم، وهو يتحدث مع كل عميل منهم فيما يراه مناسباً له، فإذا كان للعميل مشكلة مع أولاده فهو عادة يبدأ مع الحديث بالسؤال عن أولاده ، وهذا يخلق نوعا من الخصوصية التي يكون سعيداً بها، كذلك الحال مع صاحب محل الخضروات، والترزي، حتى الطبيب يعرف مرضاه بالاسم، بل يبدأ في الحديث معهم ويرحب بهم مستخدماً الاسم الأول دون ألقاب. كل هذا يجعل تقديم المنتج سواء أكان سلعة أو خدمة يتم في جو من الصداقة تجعل العميل أكثر تردداً عندما يفكر في تغيير الطبيب الخاص به أو الحلاق أو صاحب محل الفاكهة.. إلخ.

ثانيا : المعرفة التفصيلية بالعملاء والسوق:
للتعرف على رغبات واحتياجات العملاء من خلال ما يسمى ببحوث السوق وتُجعَل هذه البيانات أساس الاختيار بين الإستراتيجيات والسياسات ، إلا أن السوق في تغير مستمر وهذا يتطلب استمرار هذه البحوث، وهو أمر مكلف للغاية خاصة مع اتساع نطاق السوق ، مما يجعل تلك الشركات تقوم بهذه الدراسات على فترات متباعدة نسبياً، ولهذا فإن المشروعات

الصغيرة تكون في وضع أفضل كثيراً من حيث القدرة على متابعة تطورات رغبات واحتياجات العملاء.

ثالثا : قوة العلاقات بالمجتمع

من أهم ما يميز المشروعات الصغيرة العلاقات القوية بالمجتمع المحلي المحيط بها التي يتميز بها التعامل مع العملاء ، والمعرفة التفصيلية بظروف وأحوال المجتمع والعملاء المقيمين . وتكاد تكون لديهم معرفة كاملة بأحوالهم، ويشاركون عملاءهم أفراحهم وفي نفس الوقت يكون العملاء والمجتمع بصفة عامة خير عون وسند لأصحاب تلك المشروعات عند مواجهة المشكلات التي تعوق العمل .

وتستفيد المشروعات الصغيرة بتناقل أخبارها بواسطة أهل المنطقة المحيطة وبالتالي فهم فريق يشكل الترويج لمنتجات تلك المشروعات، فعادة أهل المنطقة أو المجتمع أنهم يفضلون التعامل مع مشروعات تنتمي إليهم أو يشعرون أنها ترتبط بهم.

رابعا : المنهج الشخصي في التعامل مع العاملين

من المزايا الأخرى الهامة التي تتمتع بها المشروعات الصغيرة والتي تجعلها تتفوق على المشروعات الكبيرة هي:

- العلاقات الشخصية القوية التي تربط صاحب العمل بالعاملين معه نظراً لقلة عدد العاملين وأسلوب وطريقة اختيارهم والتي تقوم على اعتبارات شخصية إلى درجة كبيرة أو في بعض الأحيان تكون هناك درجة قرابة أسرية بين العاملين وصاحب العمل.
- إضافة إلى ذلك يؤدي صغر عدد العمال إلى وجود إشراف مباشر من صاحب المشروع وتوجيه واتصالات مباشرة .
- العلاقات بين جميع العاملين في المشروع وصاحب المشروع علاقة غير رسمية لا تقيدها قواعد الروتين واللوائح المعروفة في المشروعات الكبيرة ،
- سرعة التصرف والقرارات فورية بما تتلائم وطبيعة المشكلة أو الموقف مما ينعكس إيجابياً على الكفاءة والفعالية .
- أيضاً تخرج الاتصالات واضحة ولا توجد أي حواجز أو فرصة للتشويش أو سوء الفهم.

خامسا : مرونة الإدارة

تتميز ببساطة الهيكل التنظيمي ومركزية القرارات والميل إلى الهيكل العضوي حيث توجد لوائح جامدة تحكم عمليات اتخاذ القرارات ولكن الأمر يرجع بصورة أساسية إلى خبرة صاحب المشروع وتقديره للموقف .

ولهذا نلاحظ أن المشروعات الصغيرة أكثر قدرة على تقبل التغيير وتبني سياسات جديدة على عكس المشروعات الكبيرة حيث تتعدد المستويات الإدارية وتكثر معها مراكز اتخاذ القرارات بالإضافة إلى رسمية العلاقات الوظيفية وتدرجها وتسلسلها في خطوط مرسومة ومعروفة مما يجعل القرار الإداري يأخذ وقتا طويلا نسبياً.

إستراتيجية المسئوليات الخاصة بالوحدات الإنتاجية الصغيرة

بعد أن استقر مفهوم الوحدة المنتجة واتضحت المعالم الخاصة بالمشروع فلابد أن هناك مشروعات سوف تستقر وتنجح وسوف تمول مشروعات من جهات كالصندوق الاجتماعي ومشروع رأس المال بالتعليم الفني وغيرها ، وعليه فإن تلك المشروعات لابد أن تكون لها صفة الاستمرار والقدرة على المنافسة كذلك تسدد القروض التي قد تصل فترة سدادها إلى عشرسنوات.

لذلك كان من الواجب أن نطور النظرة إلى تلك المشروعات التي تجعل المدرسة مجرد وحدة مدرة للدخل (أحياناً) إلى وحدة إنتاجية حقيقية تضطلع بمسئوليات محددة والتزامات مادية مستقرة لذلك يجب توسيع نطاق التعامل مع مشروعات الوحدة المنتجة على أساس تحويلها إلى مشروعات فعالة لها صفة الاستمرار وإدراك مسئولياتها كوحدات إنتاجية حقيقية ، وأن نعمق العلاقة بينها وبين البيئة ، إذ أن العلاقة بين البيئة والتنمية هي أساس المستقبل ليس فقط من أجل الحفاظ على صحة الإنسان دائماً بل من أجل استمرار التنمية ذاتها وعدم تعثرها، وأيضاً من أجل حق الأجيال في المستقبل ، والعلاقة بين مكونات البيئة هي التي تؤدي إلى التنمية المستمرة.

وتنقسم البيئة إلى المحيط الاجتماعي والمحيط التكنولوجي والمحيط الحيوي وتستطيع مشروعات الوحدة المنتجة أن تلعب دوراً في المحيط الاجتماعي والتكنولوجي والحيوي في مجالات الاقتصاد والخدمات والاجتماع والترفيه وأن توجد علاقة متوازنة.

* هناك بعض القرارات الأساسية المتعلقة بطبيعة المنشآت الصغيرة وعلاقتها مع البيئة المحيطة وللوصول إلى تلك القرارات علينا أولاً أن نجيب على سؤالين هامين :

<u>الأول</u> : ما هو نوع العمل الذى نضطلع به الآن ؟

<u>الثانى</u>: ما هو نوع العمل الذي نحاول القيام به ؟

ولا شك أن هذين السؤالين يوجهان نظر وانتباه الإدارة إلى علاقة المنشأة بكل من المنافسين والمستهلكين في السوق .

ونظراً للتغير المستمر في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية المكونة للبيئة المحيطة بالمشروع فعلى إدارة المشروع أن تقوم بدراسة ومراجعة أثر تغير تلك العوامل على المنتجات أو الخدمات التي تقدمها للسوق.

* إن المراجعة الدورية لتلك المتغيرات تمكّن الإدارة من تحديد نقاط القوة والضعف لعملياتها الحالية ثم تحديد ما يجب القيام به من أعمال لمواجهة تلك المواقف المتغيرة.

<u>ومن أمثلة الأمور التي توضحها استراتيجية الأعمال للمشروع في المجال التنافسي :</u>

١- قيام إدارة المشروع ببعض سياسات المنافسين الكبار باتباع بعض الأعمال التكتيكية مثل تقليل عدد المنتجات أو تطوير منتج أو حذفه (على درجة عالية من التخصص).

٢- تحديد النطاق الجغرافي للسوق الخاص بمنتج معين الذي يمكن للإدارة من خلاله أن تحقق ميزة تنافسية.
٣- التطوير المستمر لمنتجات وخدمات المنشأة مع التغيرات التي تحدث في أذواق ورغبات المستهلكين ومع برامج التطوير التي تعدها الوحدات المنافسة.

ويمكن لإدارة المنشآت الصغيرة أن تقوم بعمليات التخطيط الإستراتيجي عن طريق الاستفسارات التالية :

١ - ما هي طبيعة إستراتيجية المنشاة الحالية ؟
٢- ما هو نوع العمل الذي ترغب الإدارات القيام به ؟
٣- ما هو نوع العمل الذي تشعر الإدارة أنها يجب أن تقوم به ؟
٤- هل تُمكّن الاستراتيجية الحالية المنشأة من تحقيق الأهداف واستغلال الفرص الموجودة في السوق ؟
٥- ما هي نواحي الضعف والمشاكل التي تواجه تطبيق الاستراتيجية الحالية ؟
٦- هل تحقق الإستراتيجية الحالية الاستغلال الأمثل لموارد المنشأة ؟
٧- ما هو البديل الذي يُمكّن المنشأة من الموازنة بين قدرتها على العمل ومواردها المتاحة والذي يحقق ميزة تنافسية للمنشأة ؟

أسباب فشل المشروعات

أولاً: أسباب تتعلق بالمشروع ذاته :

1- المنافسة: قد تؤدي المنافسة الحادة بين المنشآت إلى حدوث حالات الفشل والخروج من السوق لبعض المنشآت الصغيرة فقد يُفلس أحد المشروعات نتيجة منافسته من سلسلة من المنشآت الصغيرة المترابطة أو من التي تُدار بكفاءة عالية.

2-عدم كفاية رأس المال.

3- المكان: قد يكون لمكان المشروع وموقعه أكبر الأثر في نجاحه واستمراره ، وتحدث حالات الفشل بسبب عدم وجود دراسات عملية دقيقة ومسبقة للمكان مما يترتب عليه سوء تخطيط موقع المشروع وعلاقة ذلك بالبيئة المحيطة.

4- التوسعات السريعة في عمليات المشروع: فالتوسع السريع غير الرشيد يساهم بشكل إيجابي في اضطراب أعماله وعدم كفاية عملياته مما قد يؤدي في النهاية إلى فشل المشروع . ولابد أن تكون عمليات التوسع من خلال الإيرادات الخاصة بالمشروع أو من مساهمات الجهات الداعمة له.

ثانيا : أسباب أخرى :

هناك بعض الظروف التي قد تسبب كثيراً من المتاعب مثل:

حجم المبيعات غير المناسب - ارتفاع تكاليف العمليات - زيادة في التكاليف الثابتة – الديون المعدومة - حالات الجهل بظروف السوق .

المشروعات الخدمية:

الضوابط الخاصة للمشروع الخدمي (استخدام الملاعب)

أولاً : الضوابط الخاصة بالاشتراك وممارسة الانشطة الرياضية والكشفية :

- يجب موافقة مجلس الامناء على المشروع وعمل دراسات جدوى له.
- يجب ان تتم ممارسة الانشطة الرياضية والكشفية تحت اشراف مدرس التربية الرياضية بالمدرسة بالإضافة الى مسئول المدرسة المنتجة وتوجيه التربية الرياضية والامن بالإدارة التعليمية.
- يمنع المتردد من ممارسة الانشطة الرياضية بدون الايصال الدال على السداد مختوم ومرقم صورة ايصال ١٢٣ ت. ت.
- تحدد قيمة الاشتراكات حسب الظروف الاقتصادية للبيئة المحيطة بالمدرسة وبموافقة مجلس الامناء والتوجيه المالي والاداري بالإدارة التعليمية.
- تكون مواعيد ممارسة النشاط بعد اليوم الدراسي ووفقا لما يحدده مجلس الامناء وفي خلال العطلات الرسمية.
- يتم استخراج بطاقة عضوية للاشتراك وبها صورة شخصية للمشترك الذي تقل مدة اشتراكه عن شهر بعد موافقة ولي امر الطالب.
- يمنع التدخين نهائيا داخل اسوار المدرسة (وفي الملاعب المفتوحة).
- يمنع اصطحاب الحيوانات.
- في حالة تنفيذ المشروع الخدمي يتم الاستعانة بممرض على أن يتم صرف مكافأة له كعضو باللجنة المشرفة.
- يمنع المتردد من ممارسة الانشطة الرياضية إذا صدر منه أي تصرف أو قول ينافي السلوك الرياضي.
- توضع لافته خاصة بالتعليمات في مكان واضح.
- كل متردد يكون مسئولا مسئولية كاملة عن جميع متعلقاته الشخصية.
- لا تفتح أبواب المدرسة إلا في وجود المشرف على النشاط الرياضي وأمن المدرسة ومسئول المدرسة المنتجة.
- تمارس الانشطة الرياضية والكشفية داخل كل مدرسة طبقا للإمكانات المتاحة بها بحيث تخدم البيئة المحيطة بالمدرسة.
- يمنع منعا باتا تأجير الملاعب عن طريق الوسطاء وفي حالة اثبات ذلك يحول المسئول للمسائلة القانونية.

ثانياً : الضوابط الخاصة بأكاديميات الالعاب بمدارس التربية والتعليم:

- **يجب أن يكون التدريب تحت إشراف مدرس التربية الرياضية أو مدرب حاصل على شهادة تدريب معتمدة من الاتحاد الخاص باللعبة التي يقوم بتدريبها ويكون هناك سجل خاص بالمدربين توضع فيه تلك الشهادات والخبرات السابقة تحت مسئولية وكيل النشاط بالمدرسة.**
- **يجب على المتدرب تقديم شهادة طبية تفيد بخلوه من الامراض التي تمنعه من مزاولة الرياضة.**
- **يجب أن يكون هناك ملف لكل متدرب مرفق به الشهادة الطبية وتاريخ الالتحاق بممارسة النشاط الرياضي وعدد مرات التدريب في الاسبوع ومواعيد التدريب.**
- **يجب التركيز على ضرورة الزام المدرب بالأخلاق الرياضية الحميدة والظهور بالمظهر اللائق.**
- **ينشأ سجل حضور وانصراف لتوقيع السادة المدربين المستعان بهم من الخارج ويتم تطبيق اللائحة المالية في صرف مكافآت لهم .**

ثالثاً : الضوابط باللياقة البدنية والتأهيل للكليات العسكرية وكليات التربية الرياضية: (التأهيل الرياضي–التأهيل للكليات العسكرية–علاج السمنة والنحافة)

- **يجب احضار المشارك في ممارسة الانشطة الرياضية شهادة طبية تفيد خلوه من الامراض.**
- **يجب أن يكون التدريب تحت اشراف متخصص حاصل على شهادة تدريب معتمدة (يفضل بكالوريوس تربية رياضية).**
- **ضرورة أن يتم تشكيل لجنة مالية وفنية وإدارية لإدارة المشروع من كل من / سكرتير المدرسة ومدرس التربية الرياضية بالمدرسة ومسئول المدرسة المنتجة ومشرف إداري وتحت إشراف ومسئولية مدير المدرسة شخصيًا.**
- **يتم تحصيل رسوم الاشتراك بمعرفة سكرتير المدرسة بموجب إيصال ١٢٣ ت. ت. ويسلم صورة الإيصال للمشترك والأصل يبقى في الدفتر ويتم توريد المتحصلات أولًا بأول في الحساب الموحد الخاص بالوحدة المنتجة بالإدارة التعليمية.**
- **يتم تقديم تقرير نصف سنوي في نهاية كل ترم بالإيرادات والمصروفات وأي سلبيات وإيجابيات بما يضمن الاستخدام الأمثل للمشروع وبعد مراجعة التوجيه المالي والإداري ترفع صورة منه للمديرية ثم ترفع صورة مجمعة للإدارة العامة للمدرسة المنتجة.**

رابعا : قواعد عامة:

- **مدير المدرسة هو المسئول عن تحديد اختصاص كل وظيفة في المشروع بما يتضمن استمرار المشروع بنجاح.**
- **في حالة حدوث مخالفة في أي من الضوابط سالفة الذكر ترفع المخالفة للجهة الإدارية الأعلى للبت.**
- **مراعاة عوامل الأمن والسلامة والمحافظة على سلامة الاجهزة الرياضية وفي مختلف الأحوال تكون مسئولية المدرب.**

الفصل السابع

التسويق

الـفـصـل الـســابع

الـتـــســـويـــق

يحتوي هذا الفصل علي:

مفهوم التسويق

مكونات التسويق

أهمية التسويق بالنسبة للمنتج

الوظائف التسويقية

التسويق

مفهوم التسويق

هناك تعاريف كثيرة للتسويق ولكن أفضلها ما عرّفته (الجمعية الأمريكية للتسويق):
١- التسويق هو جميع أوجه النشاط التي تُؤدَي حتى يتم انسياب السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك الأخير أو المشتري الصناعي.
٢- التسويق هو عملية التخطيط والتنفيذ بتقديم وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات وتحقيق التبادل الذي يشبع أهداف الأفراد والمنظمات.
٣- التسويق يشتمل على أنشطة المنشآت والأفراد التي تسهل وتحقق إشباع علاقات التبادل في ظل بيئة ديناميكية ومن خلال تقديم وتوزيع وترويج وتسعير السلع والخدمات والأفكار.
ولتحقيق فهم أعمق لمفهوم التعريف السابق يمكن أن نتدارس مكوناته على النحو التالي :

مكونات التسويق

التسويق يتكون من مجموعة أنشطة :
١) تسويق المنتجات بفاعلية وهذا يتطلب القيام بعديد من الأنشطة التسويقية بعضها يؤديه المنتج مثل القيام ببحوث التسويق، ودراسة الأسواق، وتخطيط وتعليم وتبين المنتجات، وتعبئتها، والإعلان عنها، وتخزين المنتجات جاهزة وبيعها ونقلها. أما الوسطاء فهم يقومون بأعمال الشراء، والتجميع، والتخزين، والعرض، والنقل، والبيع، وتقديم الائتمان. أما المستهلك النهائي فهو يؤدي أنشطة البحث، وجمع المعلومات عن المنتجات، ثم يقوم بالشراء.
2) الأنشطة التسويقية : فهي تشبه علاقات التبادل أي إقامة علاقات تبادل ناجحة، وهي التي تحقق الإشباع المطلوب لمختلف الأطراف .
فجوهر العملية التسويقية أن يملك شخص ما شيئا ذا قيمة يرغب الطرف الآخر فيه ، والذي عليه بدوره أن يقدم شيئا ما ذا قيمة مقابل ما يحصل عليه.

** شروط عملية التبادل ويتحقق الإشباع لأطراف عملية التبادل

أ- أن يكون هناك طرفان أو أكثر بالنسبة لكل عملية تبادل.
ب - كل طرف منهما لديه شيء ما ذو قيمة يمكن أن يقدمه للطرف الآخر.
ج - كل طرف يجب أن يكون قادراً على تحقيق الاتصال مع الطرف الآخر وتسليمه السلع والخدمات التي يرغبها.
د - كل طرف يجب أن يكون حراً في قبول أو رفض المُقدّم من الطرف الآخر.
هـ - يجب أن يكون كل طرف مؤمناً بأنه من المفيد له ومن المرغوب أن يتعامل مع الطرف الآخر ويحقق معه التبادل .

3) الأنشطة التسويقية تؤديها كافة المنظمات : فجميع المنظمات تؤدي أنشطة تسويقية لتسهيل وتحقيق الإشباع لأطراف عملية التبادل وليس ذلك حكراً على منشآت الأعمال.
فالمنظمة التي لا تستهدف تحقيق الربح (مثل الجامعات والمعاهد والمنظمات الدينية ومنظمات الخدمة الاجتماعية وهيئات الخدمة المدنية ومسارح الدولة والمستشفيات العامة) جميعها تؤدي أنشطة تسويقية.
4) التسويق : لابد أن يحدث في بيئة ديناميكية. فالبيئة التسويقية تضم الكثير من القوة المتغيرة. ومن ذلك: القوانين، والتشريعات، والأنشطة التسويقية التي تهدف إلى تيسير وتحقيق الإشباع لأطراف عمليات التبادل.

س١: أين يتم تسويق منتجات الوحدة المنتجة ؟
- في معارض الوحدة المنتجة (خلال الفسحة وبعد انتهاء اليوم الدراسي أيضا) .
- في المعارض الدائمة للإدارات التعليمية .
- في المعارض الدائمة للمديريات .
- في معارض الوزارة .

س٢: كيف يتم التنشيط لتسويق المنتجات ؟
- بتنشيط العلاقات مع البيئة المحيطة - تشجيع المتفوقين لشراء المنتجات بخصم معين
- عرض المنتجات بالمعارض الدائمة بالمديريات والإدارات التعليمية .

أهمية التسويق بالنسبة للمنتج

1) التسويق يلعب دوراً هاماً في المجتمع :
إذ يؤثر التسويق تأثيراً بالغ الأهمية في عملية بيع المنتجات ويرتبط بالأسواق. فكلما زاد عدد
السكان زادت عملية العرض والطلب نظراً لتباين احتياجاتهم.
2) التسويق له أهمية للمنظمات والاقتصاد:
إذ أن الهدف الأساسي لمنشآت الأعمال هو أن تبقى وتستمر في دنيا الأعمال وتحقق النمو والربحية ، والتسويق يساهم في تحقيق الهدف لأي منشأة، فهو يتعلق بتأدية أنشطة حيوية بالمنشأة، ومن ذلك:
- تحديد الحاجات والرغبات، ونواحي الإشباع المطلوبة للعملاء الحاليين والمرتقبين.
- تصميم وإدارة المنتج المقدم للسوق .
- وضع سياسات تسعير المنتجات .
- تصور استراتيجيات مناسبة للتوزيع لتحقيق الاتصال المستمر مع العملاء الحاليين المرتقبين

3) التسويق يقدم الكثير من فرص العمل :

فالتسويق يقدم فرص عمل عظيمة في ميادين متعددة من النشاط مثل: بحوث التسويق، الإعلان، إدارة المنتج، تطوير المنتجات، إدارة التوزيع، تجارة الجملة، البيع بالتجزئة.. إلخ .

4) التسويق يؤثر فى حياة الأفراد:

فالتسويق يلعب دوراً رئيسياً في حياة الأفراد اليومية فمن ناحية: على المستهلك أن يعلم أن نصف ما يدفعه ثمناً للمنتجات المشتراة إنما يدفع مقابل تكاليف التسويق.
ومن ناحية أخرى نجد أن دراسة الأنشطة التسويقية تسمح لنا كمستهلكين بتقييم الفوائد والمزايا التي نحصل عليها من الشراء وتجعلها أكثر قدرة وكفاءة على إشباع الحاجات والرغبات المتجددة.

الوظائف التسويقية

يشتمل التسويق على عدة أنشطة يطلق عليها الوظائف التسويقية، وقد يظهر لأول وهلة أنّ تحديد تلك الأنشطة المختلفة ضرورة لانسياب السلع والخدمات من المنتجين إلى المستهلكين .
ولكن ليس هذا بصحيح لأنه من الصعب تحديد أين يبدأ التسويق وأين ينتهي؟
وبما أن التسويق هو نشاط الأعمال الذي يقوم بالتوفيق بين السلع والأسواق وعن طريقه يتم انتقال الملكية، فقد يعتقد البعض أن التسويق يختص فقط بانسياب السلع والخدمات، ولكن للحصول على درجة عالية من الكفاءة في التسويق لابد أن يتم تحديث المعلومات من السوق إلى المنتج.

تقسيم الوظائف التسويقية

يساعد تقسيم الوظائف التسويقية على تحليل المواقف التسويقية المختلفة، ويُمكّن من مقارنة السياسيات والقرارات التسويقية في المنشآت المختلفة. فلا يكفي أن يعلم المُسوّق أن منشأته أقل أداءً من منشأة أخرى من الناحية التسويقية، لأنه لو علم أن تكاليف النقل مثلاً في منشآته أعلى من المتوسط، أو أن نفقاته الإعلانية أكثر من اللازم بالنسبة للنتائج فإنه سيعرف إلى أي اتجاه يوجّه جهوده من أجل التحسين. ويمكن أن نقسم الأنشطة التسويقية ثلاث مجموعات:
المجموعة الأولى: وظيفة التخطيط السلعي (تخطيط المنتج وتطويره- التوحيد القياسي والتدريج - الشراء - التجميع - البيع) .
المجموعة الثانية: وظيفة التوزيع المادي (التخزين - النقل) .
المجموعة الثالثة :وظائف مساعدة تشمل(تمويل التسويق- تحمل المخاطر- معلومات عن السوق
ففي المجموعة الأولى: وظيفة التخطيط السلعي نجد أنّ:
التخطيط السلعي هو كل الأنشطة الضرورية لعرض السلع والخدمات التي تناسب حاجات المستهلكين وخلق الطلب عليها. من أجل ذلك لابد أن يتم :
1- تخطيط المنتج وتطويره: فلكي ينجح المسوق في أداء مهمته لابد أن يُقوّم السلع التي تفي

بحاجات المستهلكين ورغباتهم ولا يهمل تلك الرغبات والحاجات.

2- التوحيد القياسي والتدريج: ويتضمن إنشاء مقاييس أساسية أو حدود يجب أن تتماشى معها المنتجات ويتكون المعيار من مواصفات أو حدود.

3- الشراء والتجميع: الشراء كوظيفة تسويقية عبارة عن الحصول على السلع أو الخامات بغرض بيعها ثانية إلى المستهلك أو المستعمل الصناعي ، والسلع التي تُشترى بواسطة المنتجين وتصل إلى المستهلكين أو المستعملين في صورة مختلفة كجزء من السلع تامة الصنع.

4- البيع : فلا يقتصر البيع العام على مجرد بيع السلعة إنما يهدف أيضاً إلى الحصول على المشترين واستمالة الطلب وتقديم النصيحة والخدمة إلى المشترين. ولكي يحقق المسوق تلك الأهداف البيعية لابد له أن يمزج بين كافة أنشطة الإعلان، وتنشيط المبيعات، وتصميم العبوة، والبيع الشخصي وخدمة العميل.

وفي المجموعة الثانية: وظيفة التوزيع المادي(التخزين - النقل) نجد أنّ :

التوزيع المادي: يعني التخزين والنقل وهما وظيفتان ضروريتان لتحريك السلع في الوقت والمكان الذي ستُستهلك أو تستعمل فيه.

1- التخزين: ويحتل أهمية خاصة في المجتمعات المتقدمة حيث يتم إنتاج السلع مقدماً حسب تنبؤ المنتجين وبالتالي كان لابد من تخزين السلع لبعض الوقت حتى يمكن بيعها.

2- النقل: يعتبر النقل وظيفة للتسويق فمعظم الأسواق بعيدة عن مراكز الإنتاج ولابد من نقل السلع إليها ونجد أن المنشآت تقارن بين إقامة المصانع بعيدة عن تجمعات السكان (حيث إيجار الأرض منخفض) وبين الزيادة في نفقات النقل.

وتختلف ظروف كل منشأة عن الأخرى خصوصاً في طبيعة السلع التي تنتجها ومدى بعثرة مستهلكيها في جميع أنحاء السوق.

وفي المجموعة الثالثة: وظائف مساعدة (تمويل التسويق- تحمل المخاطر- معلومات عن السوق)

نجد أنه قد تم إدماج بقية الوظائف التسويقية تحت هذا العنوان لأنه رغم عدم وجود علاقات مباشرة بينهما وبين انتقال ملكية السلع والخدمات إلا أنها تساعد في إتمام الوظائف الأخرى.

وهي تشمل :

1- تمويل السوق: إذ يهتم السوق بالتمويل من ناحتين: من ناحية الحصول على التمويل، ومن ناحية إعطاء التمويل . فقد يحتاج المسوق إلى ائتمان قصير الأجل في الوقت المناسب لمساعدته على مواجهة الطلب الذي يحتاج إلى زيادة المخزون السلعي وزيادة النفقات الإعلانية والترويجية أما بالنسبة لمنح الائتمان فهو ضروري لنجاح معظم المؤسسات التسويقية. فهناك بعض السلع مرتفعة الثمن يعجز المستهلك عن دفع ثمنها كالعربات والأثاث وما شابهه وعن طريق التقسيط يمكن للمنشأة أن تزيد مبيعاتها وتسهل عملية انتقال ملكية السلع من المنتجين إلى المستهلكين.

2- تحمّل المخاطر: تنشأ مخاطر التسويق من التغيرات التي تحدث في العرض والطلب كما أنها تنشأ بسبب الكوارث الطبيعية وتبذل كل منشأة قصارى جهدها في سبيل تجنب تلك المخاطر التي يمكن نقلها إلى الغير مثل خطر الحريق أو الغرق أو التلف أو ما شابهها عن طريق التأمين عليها لدى شركات التأمين المتخصصة.

3- المعلومات: لا يمكن لمدير التسويق في الوقت الحالي أن يضع الخطة التسويقية دون أن يعتمد على معلومات وحقائق . ومهمة بحوث التسويق هي مد واضعي السياسات التسويقية والبيعية بالمعلومات والحقائق كي يتمكنوا من اتخاذ قرارات سليمة.

جمهورية مصر العربية
وزارة التربية والتعليم
قطاع التعليم العام
الإدارة المركزية لمعالجة التسرب التعليمي
الإدارة العامة للمدرسة المنتجة

الفصل الثامن

المعارض

Prosdpt@moe.gov.eg
Tel: (202)27943292

الفصل الثامن

المعارض

يحتوي هذا الفصل على:

الباب الأول:
- تعريف المعارض
- محاور المعارض

الباب الثاني:
- التخطيط لإقامة معرض .
- أنواع المنتجات والخدمات التي تقدمها معارض الوحدات المنتجة
- أساليب عرض المنتجات والمشروعات
- وسائل عرض المنتجات والمشروعات

الباب الثالث:
- شروط ومواصفات المعرض الجيد
- تقييم المعرض
- نموذج استبيان رأي لتقييم المعرض

الباب الأول

المعارض فكرة قديمة نشأت منذ قرون سحيقة عندما عرف الإنسان البيع والشراء في الأسواق فكانت المعارض منذ هذا الزمان البعيد وعلى مر هذه العصور نوعاً من التسويق والترويج والإعلان عن المنتجات والسلع بأساليب متجددة تتطور ويتفنن فيها المختصون يوماً بعد يوم.

تعريف المعارض

المعارض هي إحدى الوسائل والأنشطة التي تقوم بالتعريف بالمنتجات وبالتالي تساهم في تسهيل دفع وتقديم المنتجات والسلع والخدمات والأفكار من منتجيها إلى المستهلكين في المجتمع من أفراد وهيئات، والمعرض ما هو إلا مكان لعرض سلعة ما أو عمل فني لجذب عدد كبير من المستهلكين أو المشاهدين من أجل زيادة المبيعات من تلك السلعة أو زيادة انتشار وشهرة ذلك العمل الفني.
ونقول إن المعارض هي إحدى قنوات الاتصال الجماهيري وهي وسيلة اتصالية هامة تنطوي على تحقيق الوظائف الترويجية التثقيفية والتربوية.

محاور المعارض

١) المحور الأول المعارض بوجه عام ٢) المحور الثاني معارض الوحدة المنتجة

المحور الأول المعارض بوجه عام

*** أنواع المعارض العامة وتصنيفها**

تنقسم المعارض إلي أربعة تصنيفات :

1- معارض تبعاً للنطاق الجغرافي (معارض محلية - معارض إقليمية - معارض دولية).
2- معارض تبعاً لنوع المعروضات (معارض عامة - معارض متخصصة)
٣- معارض تبعاً لأهدافها (معارض تجارية – معارض ثقافية)
٤- معارض تبعاً لتوقيت ومكان إقامتها (معارض ثابتة أي دائمة - معارض دورية - معارض متجولة أي متنقلة - معارض دولية)

١) تفصيل أنواع المعارض تبعاً للنطاق الجغرافي

أ - معارض محلية تقوم بها مجموعة من المؤسسات أو الشركات في بلد واحد وجمهورها محلي

ب - معارض إقليمية تنظمها مؤسسات أو شركات في عدة بلاد تجمعها منطقة جغرافية واحدة
ج - معارض دولية تنظمها مجموعة من الدول من مختلف القارات .

.

٢) تفصيل انواع المعارض طبقاً لنوع المعروضات

أ: معارض عامة تعرض نوعيات المنتجات لمختلف أغراض الاستخدام ولمختلف فئات الجمهور ب: معارض متخصصة تعرض منتج واحد يهم جمهور معين متخصص في استهلاكها مثل

معارض السيارات والأثاث .

٣) تفصيل انواع المعارض تبعاً لأهدافها

أ- معارض تجارية لترويج السلع لدي المستهلكين ومنافسة الجهات الأخرى وتحقيق صفقات داخلية وخارجية .

ب- معارض ثقافية لنشر الوعي الثقافي والفني مثل معارض الكتاب والفنون التشكيلية .

٤) تفصيل أنواع المعارض تبعا للتوقيت ومكان اقامتها

أ- معارض ثابتة اي دائمة تقام في مكان ثابت الا ان المنتجات تخضع للتغيير وتقيمها مجموعة

شركات مثل المعرض الدائم للأسرة المنتجة .

ب- معارض دورية تقام في بلد معينة بشكل منتظم مثل المعرض الزراعي الصناعي او صالون

الشباب للفنون التشكيلية .

ج- معارض متجولة اي المتنقلة وفيها تنتقل المعروضات الي مواقع مختلفة مثل معارض وزارة

الثقافة ومعارض النقابات المهنية .

د- المعارض الدولية تقام في زمن ومكان محدد في دولة ما لعرض منتجات دولة مختلفة مثل سوق القاهرة الدولي ومعرض بينالي الاسكندرية للفنون التشكيلية ومعرض طرابلس الدولي .

المحور الثاني معارض الوحدات المنتجة المدرسية

وتقوم أساساً على عرض مشروعات قابلة للإنتاج أو مُنتَجة بالفعل في صورتها النهائية بشكل كمي قابل للتسويق ، كما تقوم أيضاً بعرض خدمات للمدرسة نفسها أو غيرها من المدارس أو الجهات المعنية المستفيدة من تلك الخدمات وذلك باستغلال الإمكانات الفعلية الحاضرة للمدرسة من مرافق وتجهيزات ومعدات وأجهزة.

أنواع المعارض التسويقية تبعاً لنوعية المنتج:

أ- معرض المشروع الواحد ب- معرض المشروعات ذات الطبيعة المتقاربة

ج- معرض المشروعات المتنوعة
د- معرض المجالات (تربية فنية ، تربية زراعية ، مجال صناعي ، اقتصاد منزلي)
أنواع المعارض التسويقية تبعاً للمكان:
أ - معرض المدرسة ب- معرض الإدارة التعليمية ج- معرض المديرية التعليمية.
د - معرض مجموعة المديريات أو المحافظات هـ- معرض سنوي عام على مستوى الجمهورية
و - المعرض الدائم للمدارس المنتجة ز- الاشتراك في المعارض الدولية.

البـاب الثـانـــي

التخطيط لإقامة المعرض

المقصود بالتخطيط عموماً هو كيفية تحقيق أهداف المعرض في الوقت المحدد وهو النشاط الذي يوجه لاختيار أفضل استخدام ممكن لمجموعة الطاقات المتاحة للمعرض لتحقيق أغراض معينة في فترة زمنية محددة .

ومعروف أن التنظيم وإقامة المعارض على اختلاف أنواعها ومستوياتها وأهدافها عملية هامة تقوم على أسس علمية وسيكولوجية وفنية وتحكمها قواعد متعددة وتنطوي على عدة عمليات:

1- عملية التخطيط لإقامة المعرض 2- التنظيم والتنفيذ.

وتشتمل عملية التخطيط لإقامة المعرض على ثلاثة خطوات مرحلية هي :

الخطوة الأولى : قبل إقامة المعرض . الخطوة الثانية : أثناء إقامة المعرض .

الخطوة الثالثة : بعد إقامة المعرض .

* تفصيل الخطوة الأولى: قبل إقامة المعرض : ويكون ذلك من خلال إحدى عشرة نقطة :

1- دراسة الموارد والإمكانات المتاحة 2 - تحديد المتعاملين في المعرض

3- اختيار مكان إقامة المعرض ويراعى ما يأتي :

- القرب من خطوط المواصلات وسهولة الوصول إليها.
- الاتساع الذي يضمن استيعاب جميع الجهات العارضة بمساحات معقولة.
- سهولة التأمين من أي أضرار كالسرقة أو التخريب أو أعمال العنف أو الحريق.
- تجنب الأماكن التالية:

* أماكن كثيرة الأعمدة * الأسقف المنخفضة * الاستراحات * أماكن تناول الأطعمة * الممرات الضيقة * الأماكن المظلمة * أماكن الندوات والمحاضرات * الأبواب الخلفية.

4- اختيار التوقيت المناسب للمعرض:

- بأن يكون الموعد مناسباً لحضور أكبر عدد ممكن من العارضين والجمهور.
- بأن يقام في أيام الأجازات والمناسبات القومية لضمان توافر أكبر عدد من الجمهور.
- بأن يكون موعد بدء الزيارة والانتهاء منها مناسباً لمواعيد جمهور المعرض.
- ألا تطول مدة المعرض أكثر من اللازم وألا تكون قصيرة تسبب الازدحام وعدم تحقيق الغرض من المعرض.

5- اختيار العارضين:

- تناسب تخصصات العارضين بعضها إلى بعض.

- تناسب حجم الجهات العارضة مع بعضها.
- تمتع العارضين بسمعة طيبة تبعث الثقة في فعاليات المعرض.
- جدية العارضين في المشاركة الفعلية والإيجابية في المعرض.
- قدرة العارضين على الالتزام بمسئولياتها ودورها في فعاليات المعرض .

6- مخاطبة العارضين:

- توجيه الدعوة للمشاركة في المعرض قبل موعده بوقت كاف.
- إمداد الجهات المتوقع مشاركتها بكافة المعلومات والتفاصيل والتسهيلات.
- تزويد العارضين بالمساحات المتاحة للعرض وتكاليف المعرض.
- تلقي ردود تلك الجهات والتحديد النهائي للعارضين المشاركين في المعرض.

7- اختيار الشركات المنفذة للمعرض: إذ يجب مراعاة ما يلي في الشركة المنفذة:

- قدرتها على إنجاز المطلوب منها بسرعة وبدقة وبالسعر الأقل.
- تمتعها بسابقة خبرة وأعمال مماثلة ممتازة في تنظيم المعارض.
- قدرتها على تحمل المخاطر التي قد تنجُم عن إقامة المعرض.
- جديتها في التنفيذ وتسليم الأعمال المطلوبة في المواعيد المحددة.
- المرونة في قبول أي تعديلات قد تنجم أثناء التنفيذ لظروف طارئة.

8- متابعة وصول المعروضات وتسهيل أي عقبات تحول دون ذلك أو تؤدي إلى أي تعطيل.

9- الاتفاق مع الشركات الخاصة بالتأمين والحراسة والنظافة.

10- تخطيط ومتابعة إجراءات الاحتفال بافتتاح المعرض وتنفيذها بكل دقة لاسيما في حالة وجود شخصيات هامة ستقوم بالافتتاح وضيوف شرف المعرض.

*** تفصيل الخطوة الثانية : أثناء إقامة المعرض:**

١- متابعة الشركات المنفذة لأجنحة المعرض ومتطلبات المعرض ومستلزماته للمرور بصفة مستمرة على الأجنحة لمواجهة أي أعمال سريعة مطلوبة أثناء المعرض.

٢- متابعة أعمال الشركات المسؤولة عن التأمين والحراسة والنظافة طوال فترة المعرض.

٣- التصرف بالسرعة والمرونة المطلوبة لمواجهة أي مشكلات طارئة غير متوقعة ومن أمثلتها انقطاع التيار الكهربي عن أجنحة المعرض.

٤- تلقي أية شكاوى أو ملاحظات للعارضين والعمل على إزالة أسباب الشكوى وكذلك ملاحظات أو شكاوى جمهور المشاهدين.

٥- متابعة وسائل الإعلام والإعلان عن المعرض من صحافة وإذاعة مرئية ومسموعة والملصقات والنشرات التي يتم إرسالها للمصالح والهيئات المهتمة بالسلع المعروضة.

*** تفصيل الخطوة الثالثة : اجراءات ما بعد إقامة المعرض:**

١- تقويم أعمال المعرض والوقوف على السلبيات والإيجابيات والدروس المستفادة.

٢- إنهاء جميع الأعمال المتعلقة بنقل المعدات والسلع والعارضين والعودة إلى أماكنها الأصلية.

٣- إنهاء جميع الأعمال المتعلقة بإعادة مكان العرض إلى ما كان عليه سابقاً.
٤- تحرير التقرير النهائي عن المعرض شاملاً نتيجة التقويم وذلك لرفعه إلى المسئولين في المستوى الأعلى.
٥- عقد المؤتمر الصحفي الختامي الذي يجيب فيه مسئولو إقامة المعرض عن تساؤلات تُطرح من وسائل الإعلام حول المعرض وما يسبقه من أعمال وعن التطلعات بالنسبة للمعرض القادم.

أنواع المنتجات والخدمات التي تقدمها معارض الوحدات المنتجة

أولاً: المنتجات التسويقية كاملة الصنع:

- السلع والمنتجات الاستهلاكية المنزلية مثل أنواع المنظفات و مستحضرات التجميل والمستحضرات الكيماوية.
- الأدوات المنزلية البسيطة والأدوات المساعدة.
- الأدوات والمواد المكتبية والمدرسية والخامات المختلفة.
- الصناعات التقليدية والشعبية والتذكارات السياحية.
- الأعمال الفنية المسطحة والمجسمة والمنفذة بمختلف الخاما
- أشغال العظم والقرن والعاج والصدف.
- المشغولات المعدنية البسيطة بالتشكيل اليدوي.

- مشغولات النسيج والسجاد اليدوي والكليم.
- المشغولات الجلدية ذات الغرض الجمالي والوظيفي.
- أعمال النسيج المضاف (الخيامية).
- أشغال الجريد ومنتجات النخيل والبوص الخامات النباتية
- الأعمال الخزفية الفخارية والنحت الخزفي.
- أعمال الخرط الخشبي والأرابسك.
- أعمال الزجاج المعشق بالرصاص والمؤلف بالجص.
- مشغولات الحلي والصناعية مكملات الزي (الزينة).

- قطع الأثاث الصغيرة ومكملات الديكور.
- الأعمال الفنية بالنباتات والزهور المجففة.
- منتجات التربية الزراعية والزهور الطبيعية.
- منتجات مجال الاقتصاد المنزلي.

ثانياً: الابتكارات والأفكار الإبداعية (المشروعات القابلة للتنفيذ)

- السلع المعمرة المنزلية.

- الأجهزة الكهربائية والالكترونية والميكانيكية.
- نظم الاتصال والأجهزة اللاسلكية.
- معدات التشغيل بالطاقة والخلايا الضوئية.
- مستلزمات الإنتاج والورش من معدات وأدوات وتجهيزات.
- الأجهزة التعليمية ووسائل تكنولوجيا التعليم.
- مشروعات التربية الزراعية.
- السلع الاستهلاكية الشخصية والمنزلية.
- المشروعات الصغيرة والحرف اليدوية والبيئية.
- مشروعات الاقتصاد المنزلي والأسرة المنتجة.

ثالثاً: خدمات التدريب وتنمية القدرات من خلال الدورات التدريبية التالية :

- تحسين الخطوط العربية.
- تنمية القدرات الفنية في الفنون التشكيلية والموسيقية .
- التدريبات الرياضية للالتحاق بالكليات الرياضية والعسكرية.
- التدريبات الفنية للالتحاق بكليات الفنون والتربية الفنية.
- في مجال الكمبيوتر والبرمجيات.
- أعمال الحياكة والتريكو والتطريز.
- في مجال التنمية البشرية في جميع المجالات في التعليم والصحة والإعلام.

أساليب عرض المنتجات والمشروعات

1) مرحلة اختيار المعروضات:

- اختيار المشروعات والمنتجات التي تتناسب مع أهداف الوحدة المنتجة المدرسية وتحقيق غايتها في تنمية قدرات ومهارات الطلاب لإنتاج ما يساهم في سد الحاجات الفعلية للمجتمع.
- اختيار المنتجات والمشروعات القابلة للتصنيع والإنتاج الكمي والتسويق على مدى واسع الانتشار والتي تغطي احتياجات فعلية للجمهور.
- مراعاة إيجابية الطلاب وتأكيد فاعلية دوره في المشاركة الفعلية في عملية الإنتاج وحجم هذا الدور.
- تشجيع المنتجات والمشروعات التي يتأكد فيها البعد البيئي من حيث اعتمادها على خامات ومستلزمات متوفرة في البيئة المحلية وتغطيتها لاحتياجات تلك البيئة.
- اختيار المنتجات التي يتأكد فيها الجانب الجمالي وحسن التنسيق والمظهر من حيث التعبئة والتغليف ووفرة البيانات الخاصة بالمنتج.

- اختيار المنتجات والمشروعات التي تتميز بالمعقولية والواقعية وسهولة الاستخدام ومناسبتها من حيث الحجم والأبعاد لإمكانيات المكان.
- اختيار المنتجات والمشروعات ذات المزايا الاقتصادية من حيث السعر وتكاليف الإنتاج ومناسبتها للإمكانات المادية للمستهلك.

2) أساليب عرض المنتجات:

تختلف وظيفة معارض الوحدات الإنتاجية التعليمية عن المعارض التجارية والتسويقية العامة، فإذا كانت معارض التسويق التجاري تكتفي بعرض المنتج بصورته النهاية لتعريف الجمهور، فإن معارض الوحدات الإنتاجية لا تتخلى مطلقاً عن وظيفتها التعليمية حيث تحرص على نشر الخبرة الإنتاجية وتشجيع تبادلها بين الوحدات المنتجة الأخرى في مختلف البيئات الطبيعية والاجتماعية، الأمر الذي يتطلب في هذه أسلوباً خاصاً لعرض كل ما يتعلق بالمنتج من معلومات من حيث فكرته ومكوناته وكيفية إنتاجه ومراحل وخطوات التنفيذ ثم مزايا المنتج وطريقة استخدامه.

أ- عرض المنتجات كاملة التصنيع :

- عرض المنتج في صورته النهائية (بعد التعبئة والتغليف).
- عرض عينة من المنتج بدون تغليف.
- ضرورة وجود بطاقة البيانات على المنتج توضح ما يلي :
(اسم المنتج ، وظيفته والغرض منه، محتوياته ومكونات تصنيعه طريقة الاستخدام، السعر)
- عرض مميزات المنتج وتفرده .
- عرض مكوناته والخامات الداخلة في تركيبه مع عرض العينات من تلك الخامات بشكل منفرد .
- عرض مراحل الإنتاج وخطوات التنفيذ
- عرض طريقة استخدام المنتج.

ب) عرض الأفكار والمشروعات القابلة للتنفيذ:

- النموذج أو المنتج في صورته النهائية.
- دراسة جدوى للمشروع (دراسة علمية وفنية واقتصادية).
- مزايا المشروع أو المنتج ومجالات استخدامه.
- قطاع في المنتج بحجمه الطبيعي أو في نموذج مُصغّر.
- مكونات المنتج من خامات وعينات مفصلة منها.
- صورة للمنتج في أوضاع مختلفة.
- صورة للمنتج أثناء استخدامه في خطوات واضحة.
- خطوات التنفيذ ومراحل الإنتاج. - فئات مستخدمي المنتج والمستفيدين من تصنيعه.
- معدلات التوزيع والتسويق المتوقعة. - تكاليف المنتج وسعره النهائي للمستهلك.

ج) عرض الخدمات الأدائية والتدريبية بالأجر:

- عرض التعريف بالمرفق المعروض بصورة مكبرة واضحة المعالم.
- عرض أكثر من صورة للمرفق من عدة زوايا مختلفة.
- عرض صور للمرفق في وضعيات مختلفة أثناء استخدامه.
- عرض مميزات المرفق من اتساع وقدرة وإمكانات وطاقة وإنتاجية.
- عرض معلومات رقمية عن الإمكانات الاستخدامية للمرفق.
- عرض معلومات عن طريقة تقييم الخدمة للجهات المستفيدة وأسعارها.
- عرض صور فوتوغرافية للمتعاملين مع الوحدة في الدورات التدريبية المختلفة.
- عرض معلومات عن طرق ووسائل التدريب بالوحدة وإمكاناته ومميزاته.
- عرض معلومات عن مواعيد الدورات التدريبية وأسعارها وأماكنها.
- عرض أنواع الخدمات الأدائية وأسعارها ومميزاتها بالمقارنة بالجهات الأخرى المقدمة للخدمة.

وسائل عرض المعلومات والبيانات عن المنتج

تتعدد وسائل عرض البيانات والمعلومات النظرية والرقمية والبصرية عن المنتجات المعروضة وذلك لتقديم الفكرة التكاملية والصورة الواضحة عن المنتج ومن هذه الوسائل ما يأتي :

- اللوحات المصورة الملونة للمنتج بحجم كبير.
- لوحات الرسم الهندسي بالمساقط والقطاعات والأبعاد.
- لوحات المنظور الهندسي والبصري.
- اللوحات البيانية والرسوم الإحصائية.
- الصور الفوتوغرافية للمنتج من زوايا مختلفة و أثناء التشغيل والاستخدام ومراحل وخطوات تنفيذ المنتج.
- العينات الحقيقية من خامات ومكونات وأدوات ومعدات تنفيذ المنتج.
- لوحات الرسوم اليدوية التوضيحية للمكونات والاستخدام.
- العرض العملي الحي لاستخدام المنتج على الواقع.
- النماذج المصغرة للمنتج الحقيقي.
- القطاعات الطولية والعرضية في نموذج للمنتج بأبعاده الفعلية.
- الشرائح الفيلمية الملونة والأفلام الثابتة.
- التصوير بالفيديو لخطوات التنفيذ وطريقة استخدام المنتج.
- العرض الصوتي والبصري بالوسائط المتعددة.
- الأفلام السينمائية المتحركة والناطقة.
- التسجيل على اسطوانات الليزر (C.D). - بطاقات البيانات (استيكرز) على المنتج.

الباب الثالث

شروط ومواصفات المعرض الجيد

١- اختيار المكان الملائم من حيث الارتفاع لسهولة الوصول إليه، ويُفضّل الأماكن القريبة من المداخل العمومية للمباني.

٢- ملائمة مساحة المكان من حيث كمية وأحجام المعروضات.
٣- جودة تهوية المكان وجودة الإضاءة الطبيعية والصناعية.
٤- توافُر مساحات من الجدران كافية للعرض واستبعاد الحجرات ذات النوافذ والفتحات الكبيرة التي تستهلك مساحة كبيرة من الجدران.
٥- توفير مستلزمات العرض اللازمة من مناضد وحوامل وقواطع وفواصل لعرض النوعيات المختلفة من المنتجات المسطحة والمجسمة.
٦- يراعى في العرض راحة العين في الرؤية ، وعدم تكدس المعروضات أو تجاورها دون فواصل مناسبة.
٧- يجب مراعاة الانسجام اللوني للمعروضات وعدم الانتقال المفاجئ إلى الألوان الصارخة.
٨- مراعاة التناسب والتوافق بين المعروضات من حيث الكتل والأحجام والأطوال.
٩- مراعاة تنسيق المعروضات لتحقيق وضوح الرؤية بحيث لا تحجب بعض المعروضات بعضها الآخر وألّا تحجب المعروضات الأمامية ما وراءها من خلفيات.
١٠- جميع البيانات والكتابات على المعروضات واللوحات المصاحبة، تكتب بخط قاعدي جيد حسب الأصول الفنية والجمالية للخط العربي.
١١- مراعاة سهولة الحركة وانسيابية المرور أمام المعروضات دون تزاحم أو عوائق وذلك لعمل ممرات مناسبة لاستيعاب جمهور المشاهدين.
١٢- يجب أن يكون اتجاه حركة المشاهد أمام المعروضات في اتجاه واحد دخولاً وخروجاً.
١٣- يفضل أن يُخصص للمعرض باب لدخول المشاهدين وآخر للخروج.
١٤- يجب ترك مسافة كافية بين المشاهد والمعروضات لتحقيق سهولة الرؤية.
١٥- عمل حساب منافذ الطاقة والتيار الكهربي في المواضع المناسبة لتشغيل النماذج الآلية واللوحات المضيئة والأجهزة. وكذا حساب مصادر المياه والغاز إذا لزم الأمر.
١٦- عمل حساب المصادر الضوئية الخاصة (اسبوتات/ كشافات) للتركيز على بعض المعروضات إذا تطلب الأمر ذلك.

١٧- عدم عرض المعدات أو أجهزة تصدر أصواتاً مزعجة أو مخلفات تلوث البيئة.
١٨- طبع شعار خاص للمعرض يوزع على العارضين والأفراد المشاركين للتمييز بينهم وبين الجمهور.
١٩- يجب إعداد كافة النشرات والبطاقات والكتالوجات التي يتم توزيعها على جمهور المشاهدين والزوار.
٢٠- يمكن أن يصاحب الزوار أثناء مشاهدة المعروضات أفراد من المدربين تدريباً خاصاً لتولي مهمة الشرح والإجابة على أي تساؤلات من الجمهور.
٢١- تصميم وتنفيذ ملصق إعلاني (بوستر) خاص بالمعرض يحتوي على كافة البيانات من حيث اسم المعرض وموضوعه وموعد الافتتاح والمكان.
٢٢- عمل الحملة الدعائية والإعلامية بمختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة قبل افتتاح المعرض بوقت كاف.
٢٣- الاهتمام بالأنشطة المصاحبة للمعرض من ندوات ومؤتمرات صحفية أو أنشطة ثقافية تُقام على هامش المعرض.
٢٤- سهولة الفك والتركيب لمستلزمات العرض من قواعد وقواطع وحوامل عرض وبصفة خاصة بالنسبة للمعارض الدورية والمتنقلة.
٢٥- النجاح والتأثير في الجمهور وجذبه لانتباههم منذ الوهلة الأولى ، وهو ما يطلق عليه المختصون والخبراء(باختبار الثلاث دقائق) بمعنى أن المعرض الناجح لكي يكون مؤثراً فإنه يتعين أن يجتاز اختبار الثلاث ثواني الأولى ، حيث يُفترض أن الزائر في خلال الثلاث دقائق الأولى من المشاهدة يكون قادراً على ملاحظة المعرض والانجذاب إليه .

فالألوان، والأضواء، والمؤثرات الخاصة، والجرافيك بالأحجام المكبرة، والأعلام، والرايات، والبالون، والأشكال، والأضواء المتحركة، وكل الوسائل التكنولوجية الحديثة تستحوذ على اهتمام الزائر ، ولعل هذا ينطبق بالضرورة على واجهة المعرض ومدخله ، أما في داخل المعرض فإن الاعتبار الأهم هو راحة عين المشاهد، ورؤيته الواعية المتأنية، والتي لا تتحقق إلا بتوفير عامل البساطة، مع الجمال والذوق الراقي، الذي يستشعره المشاهد أثناء انتقاله بين أجزاء المعرض، ومحتوياته، بينما تتسلل إلى أذنيه بعض الموسيقى الهادئة الخافتة، وتنتقل عيناه بين الألوان المتناسقة، أو تشد بصره بين الحين والآخر باقة زهر جميل هنا أو فرع نبات أخضر هناك.

تقييم المعرض

بعد انتهاء فعاليات المعرض لابد أن تقوم الإدارة أو الجهة المنظمة له بعمل تقييم موضوعي وعلمي لفعاليات المعرض، وذلك بغرض الوقوف على الإيجابيات لدعمها والسلبيات لتلافيها في المرات القادمة، وتفهّم الدروس المستفادة من تلك الدورات لعمل حسابها بعد ذلك، وهنا نقول:

" إن الإعداد للمعرض القادم يبدأ في اللحظة التي ينتهي فيها المعرض الحالي ".

ولعل أولى الخطوات العملية في ذلك الخصوص تشكيل لجنة خاصة من الأشخاص الذين شاركوا بالفعل في تخطيط وتنظيم المعرض، وعايشوا خطواته وفعالياته، وتكون مهمة هذه اللجنة هي تقييم المعرض بكافة الوسائل العلمية، والبحثية الموضوعية التي تؤدي إلى رسم صورة صادقة وأمينة عن المعرض بإيجابياته وسلبياته.

المحاور الرئيسية لعملية التقييم :

هناك ثلاثة محاور رئيسية يجب أن ترتكز عليها اللجنة وتكون منطلقاً لها في عملية التقييم ، وتلك المحاور هي:

1- رأي المختصين من رجال التخطيط والتنظيم والإدارة سواء ممن شاركوا في التخطيط لإقامة هذا المعرض أو من غيرهم.

2- رأي وملاحظات الجهات والوحدات المشاركة في المعرض بإنتاجها.

3- رأي الجمهور من المشاهدين والمتعاملين والمستفيدين من المعرض.

ولمعرفة الرأي الآخر في عمل ما ليس هناك أصدق من استطلاع رأي هذا الآخر استطلاعاً علمياً.

وعلى هذا فإن من أهم الأمور التي تقوم عليها عملية التقييم للمعرض هو تصميم استمارة استطلاع رأي (استبيان) يتم توزيعها على الأفراد من الفئات الثلاث السابقة، على أن يُراعى في تقييم بنودها أن تدور جميعها حول عدة محاور هامة هي :

- **تنظيم المعرض بكل أبعاده [مكاناً وزماناً وتجهيزاً وتنظيماً وإعداداً... إلخ].**
- **تحقيق المعرض لأهدافه من حيث التعرف الجيد على المنتجات والمشروعات المعروضة.**
- **أسباب النجاح وأسباب الفشل في تحقيق الأهداف.**
- **أهم المعوقات والملاحظات والمشكلات وطرق علاجها والتغلب عليها.**
- **الرؤية المستقبلية لأداء أفضل في المعارض القادمة.**

وفيما يلي تقدم نموذجاً لاستمارة استقصاء الرأي (الاستبيان) لتقييم المعارض

جمهورية مصر العربية
وزارة التربية والتعليم
قطاع التعليم العام
الإدارة المركزية لمعالجة التسرب التعليمي
الإدارة العامة للمدرسة المنتجة

نموذج لاستمارة استقصاء الرأي لتقييم المعارض

الاسم (اختيارى).....
الصفة: (جمهور مشاهد - وحدة عارضة - مسئول تخطيط - مستفيد أو متعامل)
اسم المعرض:.....المنعقد في.....في الفترة من ..... إلى .....
ملحوظة :
إذا كانت الإجابة على أي سؤال بـ " لا " فأرجو كتابة الأسباب فى خانة الملاحظات .

م	الأســـئـــلـــــة	نعم	لا	ملاحظات
1	هل كان المعرض هذا العام ناجحاً في رأيكم ؟			
2	هل كان تاريخ إقامة المعرض مناسباً ؟			
3	هل تم إخطاركم بموعد المعرض في وقت مناسب ؟			
4	هل مكان المعرض مناسب وسهل الوصول إليه ؟			
5	هل كانت مساحة المعرض كافية لاستيعاب الوحدات المشتركة بمعروضاتها ؟			
6	هل كانت الوحدات العارضة مرتفعة المستوى في عرض معروضاتها			
7	هل كانت المعروضات والمشروعات ذات قيمة وتسد حاجات حقيقية للمجتمع ؟			
8	هل كانت الوسائل البصرية المصاحبة للمعروضات مناسبة وكافية للتعريف بالمعروضات ؟			
9	هل كانت التجهيزات ومستلزمات العرض كافية ومناسبة ؟			
10	هل كان أسلوب العرض يحقق وضوح الرؤية للمشاهد وسهولتها ؟			
11	هل كان أسلوب العرض يحقق أحسن تعريف وتقديم للمعروضات ؟			
12	هل التنسيق الجمالي والذوق الفني في العرض على مستوى مناسب			
13	هل أمكن معالجة أي مشكلات طارئة في الحال ؟			
14	هل كانت مجموعة الإرشاد والاتصال بالمعرض تقوم بعملها على الوجه الأكمل ؟			
15	هل كانت الحملة الإعلامية المصاحبة المرئية والمسموعة كافية لتغطية المعرض ؟			
16	ما أهم الإيجابيات التي لفتت نظركم في المعرض بوجه عام			
17	ما أهم المشكلات وأبرز الملاحظات التي يمكن تجنبها في المرات القادمة ؟			

المراجع

م	اسم الكتاب	المؤلف
١	المدرسة المنتجة أهدافها وتخطيطها	د/ سرية عبد الرازق صدقي جامعة حلوان د/ سامح محمد عبد اللطيف جامعة حلوان
٢	التطور التاريخي والنظرة الحديثة للمدرسة المنتجة	أ/ كمال الدين عيد محمد مدير عام المدرسة المنتجة
٣	ركائز المدرسة المنتجة	أ/ كمال الدين عيد محمد مدير عام المدرسة المنتجة
٤	اسأل تشارك في المدرسة المنتجة	الإدارة العامة للمدرسة المنتجة
٥	دراسات الجدوى	أ/ أحمد شعبان أحمد أخصائي دراسة الجودة بالهيئة العامة بالمجمعات الصناعية
٦	التسويق	أ/ محمد سيد محمد باحث بأكاديمية السادات
٧	تجارب الدول	بنك المعرفة المصري
٨	وطني ٢٠٣٠	وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري