

منشآت
monsha'at

المهنة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority

العمل التجاري

المحتويات

حجم السوق

مالذي أقوم
ببيعه؟

مفهوم العمل
التجاري

استراتيجية التسعير

حساب التكاليف

المنافسين

مصطلحات تجارية

مفهوم العمل التجاري

تقوم الأعمال على كيان مؤسسي للقيام بالأنشطة التجارية أو الصناعية أو المهنية، حيث تمارس الشركة أنشطتها من خلال إنتاج سلعةٍ ما أو عرض خدمةٍ أو الاتجار بالتجزئة بضائع مصنعة مسبقًا بهدف كسب المال. ويمكن للعمل التجاري أن يكون شركةً ربحيةً أو غير ربحيةٍ تؤدي مهامًا خيرية.

مالذي أقوم ببيعه؟

تعد المنتجات أو الخدمات أحد أسباب تطور ونمو الأنشطة التجارية، حيث أن عملية البيع التي تحدث هي عبارة عن مفاوضة بين طرفين أحدهما مشتري والآخر بائع بحيث يكون البائع حقق كافة المتطلبات التي يبحث عنها المشتري من خلال المنتج أو الخدمة التي يقدمها، وتساعدك الأسئلة التالية بتحديد المنتج أو الخدمة المناسبة:

01 ما الغرض من المنتج أو الخدمة أو التقنية المُقدّمة؟

02 ما أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين المتوفر والمعروض حاليًا؟

03 من هو العميل المستهدف؟

04 ماهي صفات عميلك المستهدف أو السوق المستهدف؟ هل لديك أكثر من عميل مستهدف أو سوق مستهدف؟

05 لماذا سينشترى العميل ما تقدمه بدلاً ممّا هو معروض حاليًا؟

حجم السوق

يفترض أن تتم دراسة حجم السوق بشكل كلي وذلك للتأكد من رسم مخطط نموذج تجاري متكامل من جميع النواحي بحيث يغطي حاجات الفئة المستهدفة ويحقق الطريقة الصحيحة لإيصال المنتج أو الخدمة لهم بطريقة ميسرة، بالإضافة إلى تغطيته حجم الحاجة لهذه المنتجات والخدمات في السوق وكيفية تداولها بين التجار، وقد يُسهّل على التاجر معرفة حجم السوق من خلال الإجابة على هذه الأسئلة:

- 01 ما حجم السوق في المدينة (أو المحافظة)؟
- 02 ما حجم السوق في المنطقة؟
- 03 ما حجم السوق في الدولة؟
- 04 ما حجم السوق عالميًا؟

المنافسين

يمكنك تغطية تنافسية السوق من خلال دراسة توضح طريقة عملهم أو ماهي الطرق المتبعة لجذب الفئة المستهدفة، تهدف الدراسة لفهم وتحليل المنافسين الذين يقدمون نشاطاتهم التجارية بذات السوق لتدرك بذلك نقاط القوة والضعف وتعمل على تجاوزها وإبراز ميزتك التنافسية، قد يساعدك الجدول التالي في دراسة المنافسين:

الشركة المنافسة غير المباشرة	الشركة المنافسة المباشرة	شركتي	
			الاسم
			السعر
			الوصف
			الجودة
			الميزة التنافسية
			نقاط الضعف
			نقاط القوة

حساب التكاليف

يقوم حساب التكاليف بحساب كافة تكاليف التأسيس والإنتاج وتشغيل الأنشطة التجارية من تكاليف ثابتة ومتغيرة بهدف توثيق وتصنيف النفقات، كما يساعد أيضًا بالتالي:

- حساب التكلفة لكل وحدة من المنتجات المصنعة أو الخدمات المقدمة
- عملية تسعير المنتج أو الخدمة
- تحديد مصادر إهدار الموارد والوقت الضائع أثناء العملية الإنتاجية
- تحديد أرباح كل منتج أو خدمة على حدة وذلك يساعد الإدارة في كيفية تعظيم الأرباح

وتنقسم التكاليف إلى نوعين رئيسيين:

01 التكاليف المتغيرة:

هي التكاليف التي تتغير وفقًا للأنشطة التجارية من خلال إنتاج المواد والخدمات. حيث يتغير مجموع التكاليف المتغيرة طرديًا مع التغير في حجم النشاط، فإذا زاد حجم النشاط 10% يزداد مجموع التكاليف المتغيرة بنسبة 10%، وإذا زاد حجم النشاط 25% يزداد مجموع التكاليف المتغيرة 25%، وهي جزء من التكاليف الكلية وتتعلق بشكلٍ مباشر بالإنتاج.

02 التكاليف الثابتة:

وهي التكاليف الثابتة التي لا تتأثر بتغير حجم الإنتاج، مثل تكلفة الأصول الثابتة، وأي زيادة أو تخفيض في الإنتاج لا يؤثر في رفع أو خفض هذه التكاليف عادة.

$$\text{التكلفة الكلية} = \text{التكلفة الثابتة} + \text{التكلفة المتغيرة}$$

يمكنك الاستعانة بالجدول التالي للتوصل إلى تكلفة أي منتج تختاره عن طريق تحديد المواد الخام المتوقع استخدامها لإنتاج المنتج.

التكلفة لكل وحدة	قائمة بالمواد الخام المستخدمة

استراتيجية التسعير

تسعير المنتج أو الخدمة هو أحد الأسباب الرئيسية لتحقيق المبيعات أو انخفاضها، ويقصد بالتسعير بتحديد القيمة المالية التي يتم الحصول عليها من المستهلك مقابل شراء المنتج أو الخدمة، لذا يجب أن يكون السعر مرضي للطرفين، ويتبين أن طريقة تسعير المنتجات لا تتم بشكل عشوائي بل تقوم على أسس ومبادئ ودراسة للوصول للقيمة التنافسية باستيفاء قيمة الخدمة أو المنتج مقابل السعر.

ويوضح الجدول التالي كيفية حساب التكلفة الحقيقية لمنتجك، فعلى سبيل المثال بعد تحديد تكلفة المنتج ونسبة الربح نحصل على السعر المبدئي ومن ثم نحدد سعر المنافسين وسعر السوق والمجموع هو السعر النهائي للمنتج.

الطرق التقليدية	تكلفة المنتج	إضافة نسبة الربح	= السعر المبدئي
المنافسة	الأسعار المعروضة من قبل المنافسين		= السعر الثاني
تأثير السوق	السعر الذي يمكن أن يدفعه العملاء		= السعر الثالث
المتوسط	اجمع السعر المبدئي + الثاني + الثالث	ثم اقسّم الناتج على 3	= السعر النهائي

تكلفة المنتج (Product cost)



إجمالي المبالغ التي تنفقها لصناعة المنتج وبيعه للمستهلك (مثل المواد الخام والأجزاء والعمالة)

العوائد (Revenue)



المبيعات (الوحدات المباعة × السعر)

إجمالي الأرباح (Total profits)



العوائد - إجمالي التكاليف

تكلفة الخدمة (Service cost)



إجمالي المبالغ التي تنفقها لتقديم الخدمة (مثل الأدوات المستخدمة والعمالة)

الميزانية العمومية (Balance sheet)



بيان الوضع المالي للشركة في وقت معين من خلال عرض أصولها والتزاماتها وأسهم الملكية.

صافي الأرباح (Net profits)



المبالغ النقدية التي تربحها الشركة بعد الانتهاء من دفع مرتبات الموظفين وكافة النفقات الأخرى.

بيان الدخل (Income statement)



بيان الإيرادات والمصروفات الخاصة بالشركة في وقت معين ومقدار الربح والخسارة الناتجة عن ذلك وغالبًا ما يُشار إليها ببيان الربح والخسارة.

منشآت
monsha'at

الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority