



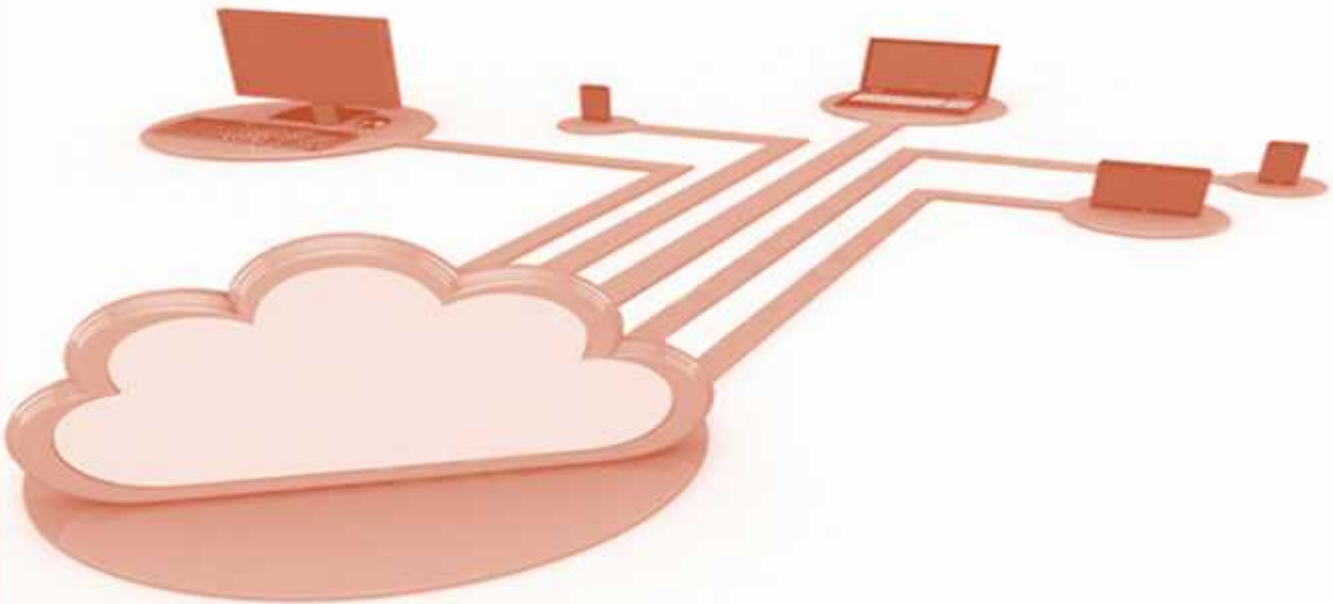
إتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية  
Federation of Palestinian Chambers of Commerce, Industry & Agriculture



## Program

# Publication & Dissemination of Information

## Final Training Report



June 2016

<b>Name of Training Provider:</b>	General Consulting and Training (GCT) Company. Trainers: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mr. Hisham Abdallah - WB;</li> <li>• Mr. Abdelakrim Samara- WB;</li> <li>• Mr. Adel Zaanoun- GS.</li> </ul>	
<b>Name of Training Program:</b>	<b>Publication &amp; Dissemination of Information</b>	
<b>Number of days:</b>	<b>4 programs (2 days per each)</b>	
<b>Date(s) and Location(s):</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1<sup>st</sup> program: 13-14/04/2016- Gaza Chamber of Commerce and Industry – Gaza Strip;</b></li> <li>• <b>2<sup>nd</sup> program: 16-17/05/2015- Nablus Chamber of Commerce and Industry – Nablus;</b></li> <li>• <b>3<sup>rd</sup> program: 23-24/05/2016- Federation of Palestinian Chambers of Commerce, Industry and Agriculture (FPCCIA)- Ramallah;</b></li> <li>• <b>4<sup>th</sup> program: 31/05-01/06/2016- Chamber of Commerce and Industry of Hebron- Hebron.</b></li> </ul>	
<b>Number of participants:</b>	<b>35 Participants</b>	
<b>Number of participants:</b>	<b>Male: 19</b>	<b>Female: 16</b>

### **Objectives of Program:**

The overall objective of the program was to contribute at enhancing and development the capacities, knowledge and skills of participants on “Publications and Dissemination of Information” practices and tools, how to share the right information in a proper way with the right audience, in addition to guide and coach them on how these practices can be considered as one of the major services that to be provided from BSOs to their members.

More specifically, the program aimed to:

- Increase knowledge of participants and know how on using information;
- Increase the awareness of the use of information, and the multi-level use of information;
- Help participants building more trust in self-capability;
- Help participants in understanding the need to cope with development and new means of publication and dissemination of information.

### **Training methodology**

- Lectures full of discussion, practical examples, and case studies from participants’ actual work environment (*interactive method by combining lecturing based on discussion with exercises and reflecting on both the trainers and participant’s experience*);
- Power point presentation;
- Group works using modern methods;

- Training aids, flipchart and LCD screen.

### Topics and tasks accomplished in Day 1:

- What is information? The importance of dissemination, disclosure and publishing of information.
- Functions of publishing and disseminating information (*Data- Information- Reporting- Decision making*).
- How to establish successful Public Relations Departments in the Chambers of commerce in West Bank? What means should be used to attract customers? how to recruit new members for the Chambers?
- Lead discussion with in class exercises that reflected on participants work and trainers own experience.
- Presented published examples from local publications and used for discussion and as example on the covered topics.

### Topics and tasks accomplished in Day 2:

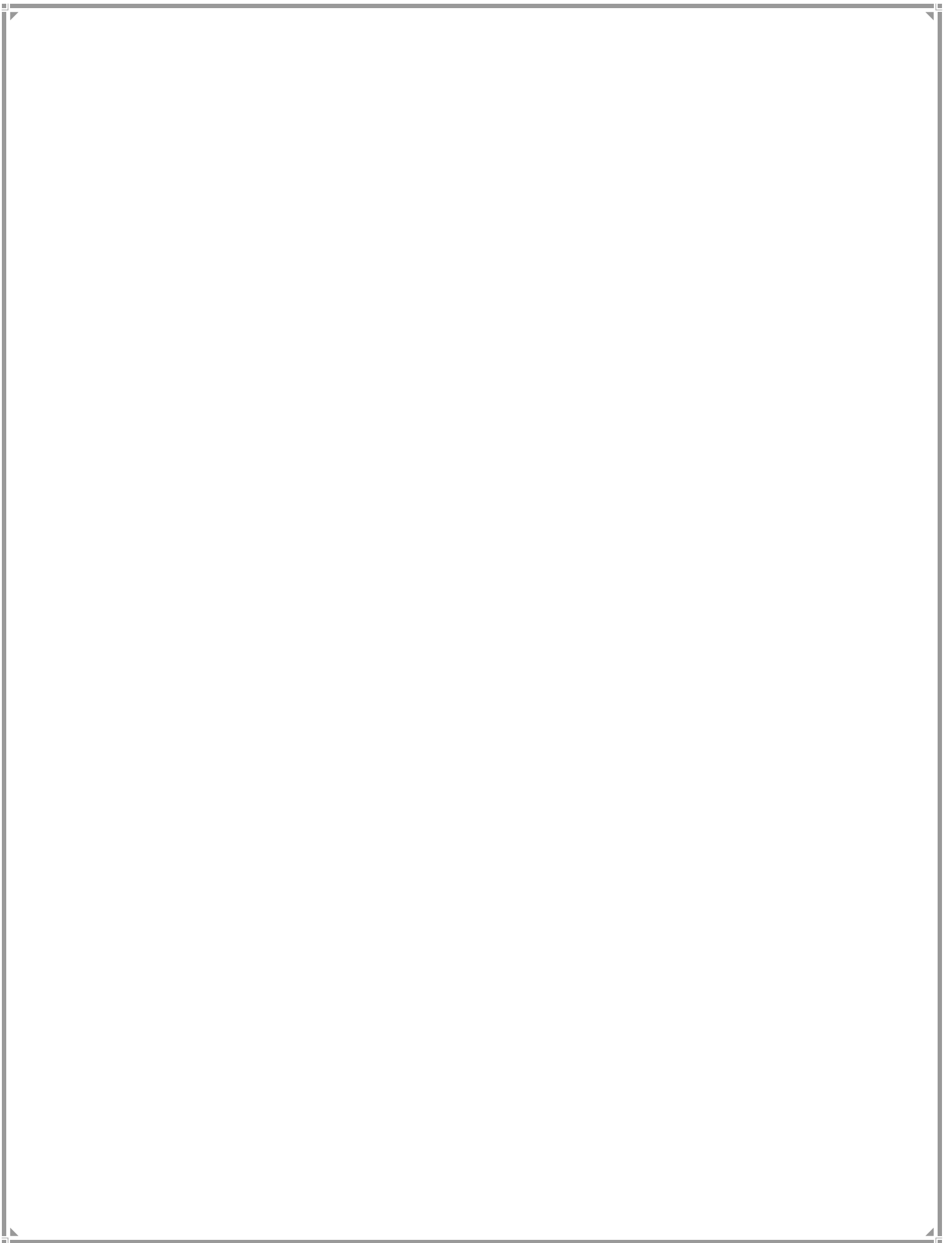
- Levels of disseminating, communication and types of publications.
- Types of publications and the preparation of attractive and rich contents (Press Release, Interviews, Success Stories, Reports, etc).
- How to write press releases? how to summarize news? how to follow up with the press? and how to approach new potential members for the chamber?
- Ways and effective tools of information dissemination and publication.
- Media and social media's role in the work of Public Relations Departments and media officers at the Chambers of Commerce.
- Means and rules of communications/information dissemination, how to put a strategy for communications/information dissemination, problems faced and how to solve them?
- The internal hierarchy of respective staff and how to convince the officials with the new means of communications.
- Opened interactive discussion, engaged participants in question and answer session using published local examples of news and publications.
- Wrapping up and submission of training completion certificates.

### Concerns or area of improvement from the training provider's perspective:

- Participants were very happy, cooperative and enthusiastic all though the hours of training program because they felt that they were provided with a new knowledge and practices by using modern methods and techniques.
- Trainers believe that the participants were generally satisfied with all material, case studies, training sessions, which trainers introduced during the training. The participants also felt that those methods were directed towards achieving the main objectives of the program.
- The participants contributed effectively and efficiently in the program through their positive discussions and presenting the problems they usually face in the field of training. While the trainers gave more exercises derived from their daily work environment.
- The program was an important opportunity for participants to exchange ideas and opinions concerning the different topics of training.
- Concerning the training venue, it would have been better to conduct the training outside the premises of Chambers of Commerce, in order to change the environment which would help in making the training more energetic.

### **Recommendation for PSDCP-Training management department to improve or to follow up the trainee's performance:**

- It is suggested to increase the duration of similar future programs in order to have enough time to give more practical exercises and to cover the topics in more comprehensive manner.
- It is recommend to target the PR staff and focusing on PR issues based on the actual training needs, including the PR staff from the members of BSOs in order to exchange the experience and ensure the useful diversity in the interactive/practical training.
- It is recommended to follow up the participants after a period of time at their work environment to make sure that what was given during the training as concepts and practices, as well as the developed follow up plan are applied in their daily works and a real change occurred in their behaviors and attitudes.
- It is recommended to conduct number of supplementary training programs for the participants on 1) How to launch a successful PR strategy and how to convince the officials with such a plan and how to implement it, 2) How to deal with the media (writing news, press releases, organizing events, press conferences, conducting interviews, etc) in more comprehensive ways, 3) Using Social Media more efficiently, 4) Media and information management.
- It is recommended to organize a workshop for BSOs management and officials in West Bank about the importance of establishment a specialized Public Relations and Media Department – similar to the existing department at Gaza Chamber of Commerce and Industry – with special focus on providing tailored training programs for building the capacities of these departments.
- A special focus should be given to the planning and development a strategy for Publication & Dissemination of Information, in order to be able to move to the next level of affecting the decisions making process.



## Annexes:

- Annex No.1: Follow – Up Plan for information publication and dissemination activities.
- Annex No.2: Program Training Outline.
- Annex No.3: Trainers' CVs.
- Annex No.4: Training Material and Exercises (on CD).

➤ Annex No.1: Follow - Up Plan for information publication and dissemination activities.

Type of publication/ Information to be disseminated	Target audience/Group	Reasons /Expected results	Recourses & Tools to be used	Responsibilities	Timeframe & Frequency
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>News bulletin:</b> (Three to four words announcing an event, breaking news)</li> </ul>	Members of BSOs, can be the high ranking only or all member's	Alert to stay prepared ahead of any reaction, prepare for events and decisions	Twitter, face book and SMS	Information officer , or can be decided accordingly	As appropriate
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>News:</b> (From one paragraph to three or four: to promote decisions, upcoming activities and announcing new decided plans, etc).</li> </ul>	All members, general business sectors plus general audience	To inform of activities and to promote	Face book, main web sites, and news outlets	Information department	As appropriate
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Feature stories:</b> (News story of around 500 words based on particular events: conference- local or abroad, general meetings, show and exhibitions).</li> </ul>	Members and general audience	To promote success and accomplishments and stay connected	All sort of social media, news and media	Information department	As appropriate
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Profiles:</b> (Color story featuring a personality, a firm or an institution of success).</li> </ul>	Members and general audience	To promote success and accomplishments and stay connected	All sort of social media, news and media	Information department	As appropriate








- Annex No.2: Program Training Outline.




**Course's Name:**


## ***Publication & Dissemination of Information***

**Course's Contents:**

-  **An Introduction to publication and dissemination of information**
  - What is dissemination and publication?
  - Bases of information dissemination & publication
  - Benefits and importance of information publication and dissemination.
-  **BSOs and information dissemination**
  - BSOs current practices and strategy in information dissemination
  - BSOs policy and work procedures
  - Existing functions at BSOs related to information dissemination
  - Existing types of publications and tools used for dissemination
-  **Mission of information dissemination**
  - Information as a tool for decision-making
  - Information as a tool for priority setting
  - Information as a promotional and reporting tool
  - Motivation to work ability and productivity
-  **Levels and types of information at BSOs**
-  **Analysis of the information needs of the members from BSOs**
-  **Types of publications and the preparation of attractive and rich contents**
  - How to prepare press releases, edit and draft news?
  - How to conduct interviews with the business community?
  - How to write success stories?
  - How to write documentation reports?
  - What are the other applicable types of publications at BSOs' environment?
-  **Ways and effective tools of information dissemination & publication**
  - Printings (brochures, reports, factsheets, promotional papers, etc )
  - Web pages
  - Social media
  - Mailing lists
  - Radio & TV Broadcasting
  - Awareness Campaigns or Informative Workshops

 **Developing and organizing the information dissemination and publication**

- Networking
- Resources : (Personnel, Equipment, Facilities.etc)

 **Development of strategy and follow-up plan for information dissemination and publication**

- Information dissemination as an important service to be provided by BSOs to the members
- Who are the audience / target group?
- What to disseminate? When to disseminate?
- What are the most effective ways of disseminating?
- How do prepare a strategy for information dissemination and publication?
- How to turn the strategy into an action plan?
- How to prepare budget for dissemination and publication activities?
- How to know that these activities have been successful?

**Training Methodology:**



**40%**

**Trainer Exposition**



**30%**

**Case Study**



**30%**

**Practical Exercises**

- Annex No.3: Trainers' CVs.

- **Annex No.4: Training Material and Exercises (on CD).**



اتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية  
Federation of Palestinian Chambers of Commerce, Industry & Agriculture



# برنامج نشر وتعميم المعلومات

مشروع تطوير القطاع الخاص- التجمعات العنقودية  
شركة جنرل للاستشارات والتدريب



# لنتعرف على بعضنا البعض



1- الاسم

2- الوظيفة / الخبرة العملية

3- المؤهل العلمي

4- الحالة الاجتماعية

5- تتعارك في الحياه



6- ماذا تتوقع ان تستفيد من حضورك لهذا البرنامج

# تابع . لتتعرف على بعضنا البعض



الأحمر - هو اياتك المفضله

J الا

J ما هو حلمك في الحياة

J ذكرى جميله في حياتك

J لحظة فارقة في حياتك

J ذكر اسم اكله ترغب دوما في تناولها

, كرت مفتوح اخبرينا اي معلومه عن نفسك

# نشاط جماعي

برايكم ما هي قواعد اللفا التي ينبغي التفيد بها لإنجاح هذا البر







# نقاط الاتفاق لاجتياز البرنامج التدريبي

GENERAL  
Consulting & Training  
جول للاستشارات و التدريب



0, الابتسامه

1, . النفاش الايجابي

2,

3,

4, عدم تشويش الهاتف النقال

6, كلنا سواسيه في البرنامج التدريبي وهدفنا واحد

6, الصبر على عدم التدخين للمدخنين

# مدخل الى نشر و تعميم المعلومات

➤ نشر و تعميم المعلومات كمصطلح مرادف للإفصاح .

➤ مفهوم الإفصاح:

" يعرف الإفصاح على أنه عملية الكشف عن معلومات (مالية وغير مالية) تهم كافة المهتمين والمعنيين ، وتتم إما بصورة دورية أو بصورة فورية عند حدوث المعلومة ، وذلك لضمان توفر المعلومات بنفس الوقت للجميع وعدم استفادة أحد الأشخاص قبل غيره من هذه المعلومة".

➤ يعتبر نشر و تعميم المعلومات (الإفصاح) المؤشر الأوضح لتحقيق الشفافية داخل <sup>u1</sup> المؤسسات على اختلاف أنواعها. حيث ان مستويات الشفافية تقاس وفقاً لدرجة ومستويات نشر و تعميم المعلومات.

## Slide 6

---

u1

تم تغيير كلمة المنظمات  
user, 4/9/2016

## تابع/ مدخل الى نشر وتعميم المعلومات

- هناك علاقة عكسية ما بين الفساد والشفافية ، لذلك اصبح بناء نظم وخطط للإفصاح عن المعلومات ونشرها أمراً ملحاً لدى العديد من المؤسسات.
- نظام وخطط الإفصاح الفعال تعد ضرورة لبناء شراكة مجتمعية مع المواطنين وتحقيق رقابة المواطن على الخدمات التي تقدم اليه.
- تعتبر البيئة القانونية لنشر المعلومات في فلسطين قاصرة، ويعود ذلك لعدم وجود إلزام قانوني بنشر المعلومات بسبب عدم وجود قانون حرية الوصول للمعلومات.

## تابع/ مدخل الى نشر وتعميم المعلومات

- مازال مشروع قانون حرية الوصول للمعلومات قيد الدراسة ، وفي حال إقراره سيحدث نقلة نوعية في حرية الوصول للمعلومات .
- وهناك علاقة قوية بين سياسات الإفصاح والمشاركة المجتمعية:
- حيث تعتمد المشاركة المجتمعية على الإفصاح وحرية الوصول للمعلومات في المؤسسات المستهدفة، وبدونها تصبح غالبية أدوات المشاركة غير قابلة للتطبيق
- والمشاركة المجتمعية لها ثلاثة أطراف: مواطنین، مجتمع مدني، ووسائل إعلام، وذلك يعني أن مجمل عملية المشاركة المجتمعية ستتعطل في حال عدم توفر خطط الإفصاح ونشر المعلومات
- وهذا يفسر أحد الأسباب الهامة لضعف المشاركة المجتمعية وحالة السلبية التي يشترك فيها الجميع

## تابع/ مدخل الى نشر وتعميم المعلومات

### ➤ اهمية وجود سياسات الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات:

- بين إحتياجاتهم التجارية
- فيما يخص سياسات التجارية لها
- معهم فيما يخص
- تصميم
- وتطوير القوية (الاهلية)
- يمكن تقديمها المحلية )
- التجارية

## تابع/ مدخل الى نشر وتعميم المعلومات

### ➤ أهداف وفوائد سياسات الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات:

- تحسين ( بين ) هدف (التجارية) وهو تحسين وعضائه .
- وتجديد
- زيادة وأليات .
- تحديد القضايا محلياً وإقليمياً ودولياً.
- والتوجيه وبيان والاتجاهات.
- تشكيل للتعبير .
- التثقيف ( غيرها القضايا).

## تابع/ مدخل الى نشر وتعميم المعلومات

### ➤ قواعد وأسس الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات:

- إختيار الوقت المناسب، فالنشر المتأخر يكون عادة لا قيمة له مثل نشر ميزانيات المؤسسات السنوية التي تنشر بعد شهر أو سنوات من صدورها، أو نشر معلومات عن أنشطة مشروع بعد انتهاءه بفترة معقولة.
- أن تتاح المعلومات لكافة الجهات في ذات الوقت ، فمثلاً لا فائدة من نشر إعلانات التوظيف التي تصدر بعد تعيين الأقارب والمعارف.
- أن تكون المعلومات واضحة ومشروحة ، فلا قيمة للمعلومات الغامضة أو الغير شفافة أو تلك التي تحتاج الى متخصصين على مستوى عال لفهمها.



## تابع/ مدخل الى نشر و تعميم المعلومات

- المستويات المؤسسه، خلالها.
- المواطنين / السياسات  
وإستراتيجيات وليست مسلكيات موسمية مزاجية  
وتعميم يعد الهامة لتحقيق  
عملية حيث

## تابع/ مدخل الى نشر و تعميم المعلومات

### المعوقات الرئيسية للإفصاح ونشر وتعميم المعلومات في فلسطين: ➤

- مفهوم نتيجة
  - حساسية التوجهات
  - حافزية
  - حرية
  -
- بمفهوم تصيد التراكمية
- السلبية
- سياسات
- تطبيق
- ولسياسات
- متدنية
- فلسطين وهو
- المسؤولين
- معيقا

## تابع/ مدخل الى نشر و تعميم المعلومات

- الحقيقي يتمثل  
الاستمرارية الذاتية لتطبيق سياسات  
كيفية آليات تحقيق
- بأهمية  
وتعميم والحافزية لها العديد

# إستراتيجية وسياسة نشر وتعميم المعلومات الحالية

➤ ملاحظات ونظرة عامة سريعة على واقع الافصح ونشر المعلومات في  
المؤسسات الداعمة محليا في القطاع الخاص الفلسطيني:

- حقيقي
- يوجد شبه
- لسياسة ترويج
- يوجد دليل آليات تغذية
- التشبيك بين ( ضعيف.
- التشبيك البيئي )

# إستراتيجية وسياسة نشر وتعميم المعلومات الحالية

الحالية يعتمد

وتعميم

يوجد سياسة

○

يتم توزيعها وطباعتها غير كافية

○

تعميم

تقليدية وغير كافية

○

○

يتم تحديثها

○

# إستراتيجية وسياسة نشر وتعميم المعلومات الحالية

- هناك (البريد) وتوظيف القصيرة غيرها ) :
- غياب الرئيسية الضرورية

# وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

يقوم الإفصاح من خلال نشر وتعميم المعلومات بمجموعة من الوظائف المهمة التي تعود بالفائدة على المؤسسات داخليا وكذلك على المجتمع المحيط. ومن اهم هذه الوظائف التي تتعلق بالبيئة الداخلية في المؤسسات ما يلي:

○ لترتيب وتحديد الأولويات

○ تقريرية وترويجية

○ تحفيزية لزيادة

# / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المع

## ➤ الوظيفة الاولى: المعلومات كأداة لصنع واتخاذ القرارات

○ هذه المعلومات  تعتمد  تأبئة

○ يمكن  لاحتياجات  هي  عملية  عليها  عملية  دقيقة

○ المعلومات ذاتها  بتوفير  والدقيقة  وتطوير آلية معلوماتي  الصحيح  وأساليب  يعد



## / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المع

يمكنه

عمله ومنظّمته، ويجعله

:

○ يجري

(1) أية

(2)

القرار عندها

يتعين عليه

لاستخدامها

يجب توفرها

○ اهم

يلي:

خلفيات

يرتبط

والشمولية

■

تأثيرات

يتداخل معه

التحليل الدقيق

■

# / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المع

## وتوضيح

■ تقديم

■ تحديد

■ تحديد الإمكانيات  
إتخاذها

ب:

توقيتها وليس

○ أهم  
محتوياتها  
يعد

منها

الآخرين

○ المهم ايضاً  
وتوظيفها  
الآخرين.  
عملية

# / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المع

وفيما يلي نموذج لكيفية استخدام المعلومات  
كأداة لإتخاذ القرارات

رام الله - الاقتصادي - أظهرت بيانات وأرقام رسمية، أن العجز التجاري الفلسطيني مع إسرائيل (الفرق بين قيمة الصادرات والواردات)، بلغت 155.5 مليون دولار أمريكي في ديسمبر/ كانون أول الماضي.

وبحسب أرقام الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، واطع عليها الاقتصادي، بلغت قيمة الواردات الفلسطينية من إسرائيل خلال ديسمبر/كانون أول الماضي 222.2 مليون دولار أمريكي.

وشكلت الواردات من إسرائيل، ما نسبته 53.3٪ من إجمالي قيمة الواردات الفلسطينية خلال نفس الشهر، البالغ إجمالي قيمتها، نحو 416.9 مليون دولار أمريكي.

وتعتبر السوق الإسرائيلية هدفاً للواردات الفلسطينية لأسباب مرتبطة ببروتوكول باريس الاقتصادي من جهة، ولقرب السوق الإسرائيلية من نظيرتها الفلسطينية، مما يوفر على التجار تكاليف النقل.

وتستحوذ فاتورة الطاقة (الكهرباء والوقود بأنواعه) نسبة كبيرة من إجمالي قيمة الواردات، تصل إلى أكثر من 50٪ من إجمالي قيمتها شهرياً.

في المقابل، بيت أرقام الإحصاء الفلسطيني، أن قيمة الصادرات الفلسطينية إلى إسرائيل، بلغت 66.7 مليون دولار أمريكي، خلال ديسمبر/كانون أول الماضي.

وشكلت الصادرات الفلسطينية إلى إسرائيل، 86٪ من إجمالي قيمة الصادرات الفلسطينية للخارج، البالغ إجمالي قيمتها، قرابة 77.6 مليون دولار أمريكي، بحسب الإحصاء.

بينما بلغت قيمة العجز التجاري الفلسطيني مع العالم، خلال ديسمبر/ كانون أول، 339.3 مليون دولار أمريكي، بنسبة ارتفاع بلغت 1.2٪ مقارنة مع الفترة المناظرة من العام 2014.

يذكر أن العديد من الحملات الشعبية، انطلقت خلال العام الماضي، تطالب بتنفيذ مقاطعة تجارية شاملة، ضد البضائع الإسرائيلية، التي تتضمن بديلاً فلسطينياً أو أجنبياً.

## تابع/ وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

### ➤ الوظيفة الثانية: المعلومات كأداة لترتيب وتحديد الأولويات

- مهماً  
يطلق عليها "إمكانية"
- "إمكانية"  
القضايا  
انواعها،  
المواطنين.
- التأثير على ترتيب الأولويات  
يحدث نتيجة  
يكون نتيجة  
لها  
لكنها
- عملية دراكية  
تغطية  
قابلية  
القضية الأساسي .
- قليل  
حيث

# تابع/ وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

○ سبيل

تواجهها  
القضية  
كبير.

عليها

فيها أهم

يكون

○ تغطية

يساهم  
المحيطة

تأثير  
يفكر به

توجيه  
وتحديداً

هو  
عملهم.

القضايا والتركيز عليها  
البيئة

○ وهذا يدفعهم

يرتبط

يناسب استيعاب هذه القضايا.

عملهم

إدراجه

تخصيص المزيد الأهمية

هذه القضايا  
الأولويات

وتحديداً  
يبه

## التعامل مع السلبي

137.8 ألف عامل في فلسطين يتقاضون أقل من 1450 شيقلًا

رام الله - الاقتصادي - كشف تقرير القوى العاملة الصادر عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، أن نحو 137.8 ألف عامل في الضفة الغربية وقطاع غزة، يتقاضون أجرًا شهريًا أقل من 1450 شيقلًا، حتى نهاية الربع الأخير من العام الماضي.

ومبلغ 1450، هو الحد الأدنى للأجور في فلسطين، الذي أقرته وزارة العمل، وصادق عليه مجلس الوزراء، قبل أكثر من 3 سنوات، رغم الجدل الذي دار حول قيمته، من قبل نقابات العمال، التي كانت تطالب بـ 2200 شيقلًا شهريًا.

وجاء في التقرير، واطلع عليه "الاقتصادي"، أن نسبة العاملين الذين يتقاضون أجرًا دون الحد الأدنى، بلغ قرابة 38.6% من المستخدمين بأجر، موزعين بين الضفة الغربية وقطاع غزة، وفق أرقام الإحصاء الفلسطيني.

ويبلغ عدد العاملين في الضفة الغربية الذين يتقاضون أقل من الحد الأدنى للأجور، نحو 49.1 ألف عامل، فيما يبلغ متوسط رواتبهم الشهرية 1047 شيقلًا فقط، حتى نهاية الربع الأخير من العام الماضي.

يذكر أن إجمالي عدد المشاركين بالقوى العاملة في الضفة الغربية، حتى نهاية الربع الأخير من العام الماضي، 844.3 ألف شخص فوق سن 15 عاماً.

ويبلغ عدد العاملين الذين يتقاضون أقل من الحد الأدنى للأجور، في قطاع غزة، حتى نهاية الربع الأخير من العام الماضي، 88.7 ألف عامل، يبلغ متوسط رواتبهم الشهرية 756 شيقلًا.

ويبلغ إجمالي عدد القوى العاملة فوق سن 15 عاماً في قطاع غزة، حتى نهاية ديسمبر/كانون أول الماضي، نحو 480.7 ألف فرد، بحسب الإحصاء الفلسطيني.

وأشار التقرير إلى أن نسبة العاملين الذين ينتسبون لنقابات عمالية أو مهنية، 22.1% بواقع 13.8% في الضفة الغربية و41.1% في قطاع غزة.

وتطرق التقرير إلى أن 20.9% من العاملين، يحصلون على مكافأة نهاية الخدمة أو التقاعد، و21.5% منهم يحصلون على إجازات سنوية مدفوعة الأجر، و22.1% يحصلون على إجازات مرضية مدفوعة الأجر، و32.8% من النساء، يحصلن على إجازة أمومة مدفوعة الأجر.

# / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

## ➤ الوظيفة الثالثة: المعلومات كأداة تقريرة وترويجية

- جميع المستويات الإدارية  
أغراضها التخطيط  
الوظيفية بينها وبين البيئة المحيطة.  
بيانات
- البيانات  
تنفيذية عمليات).  
للمستويات  
ية )  
عليا
- اتجهنا  
المستويات الإدارية العليا  
تنظيم  
بيانات  
تفهمها  
تقارير،



# تابع/ وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

- بينما الإدارية الدنيا.
- التفصيل
- اتجهنا
- يات
- البيانات تحويلها
- التقارير
- اهم

يظهر الشكل التالي علاقة المعلومات بالتقارير واتخاذ القرارات



# / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

- تقريراً كافياً ومفيداً فنياً وشكلياً وموضوعياً  
البيانات لتحويلها بطريقة صحيحة عرضها
- الرئيسية التقارير :

  1. البيانات.
  2. تفرغ البيانات وتبويبها (تحويلها).
  3. تحليل .
  4. والتوصيات.
  5. التقرير ومراجعته .

# / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

## المعلومات كأداة ترويجية

○ يعد الترويج نوعها.

○ فالترويج يساعد وأنشطتها وبدونه

لاستمرارها

○ الترويج يتطور

الإعلامية

عنها

مهم

مجهوداتها وإنجازاتها

عملها وأدائها لرسالتها

بي

# / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

○ يحقق الترويج  
التالية:  
الاهداف المهمة  
يمكن تلخيصها

■ التعريف

تقدمها وتطرحها

■

المستهدفة

الترويجية

تؤديها

بها

■ تقديم

هذه

■ تعميق

الحالية الإيجابية

المستهدفة

وتعزيز واقفهم

آرائهم الايجابية

دعمهم وتأييدهم.

## مثال الترويج

# كيف نقدم بطريقة جذابة وواضحة

الرخام أكثر ما تصدّر فلسطين

وحسب التقرير الذي أعده "بالتريد"، يتبين أن "القطاع الصناعي يسيطر على الصادرات الفلسطينية"، ويأتي أيضاً في التقرير أن صناعات مثل الحجر والرخام هي أكثر السلع تصديراً من فلسطين إلى العالم.

وتوضح "بالتريد" أن هناك أكثر من 10 شركات فلسطينية تعمل في الصناعات الحجرية باختلافها، وتصدّر من 90 إلى 100% من منتوجها السنوي، وبهذا بلغت نسبة الصادرات الفلسطينية من هذه الصناعات قرابة الـ 19.13% من كلي الصادرات، تليها صادرات الأثاث التي بلغت نسبتها 10.8%.

أما القطاعات الأقل حظاً من التصديرات فكانت الألمنيوم ومصنوعاتها، حيث صدرت فلسطين ما نسبته 2.84% من كلي الصادرات لعام 2014.

صادرات تزدهر وأخرى تتراجع

وفي التقرير ذاته، يتبين أنه خلال الفترة الزمنية الواقعة بين العامين 2010 و2014، فقد شهدت الصادرات الفلسطينية ارتفاعاً مستمراً وملحوظاً، حيث كانت قيمتها 575,513,000 دولار أمريكي في عام 2010، وارتفعت في العام 2014 إلى قرابة الـ 943,717,000 دولار أمريكي، وهو ارتفاع يعادل 60%، خلال أربع سنوات.

أما الصادرات التي ارتفعت بشكل ملحوظ منذ العام 2010 حتى العام 2014، هي مثل منتجات الخضار الصالحة للأكل، التي كانت قيمة تصديراتها 6,831,000 دولار أمريكي في عام 2010، وارتفعت إلى 48,234,000 في العام 2014، وهذا يعادل ارتفاعاً بنسبة 700%، خلال أربعة أعوام.

رام الله- الاقتصادي- وفاء الحجلي- أن تصل قيمة صادراتنا الفلسطينية في العام 2014، إلى 943,717,000 دولار أمريكي، في ظل الواقع الاقتصادي المفروض علينا بعد إنجازنا لا يستهان به.

فخلال السنوات الست الماضية شهدت عمليات التصدير الفلسطينية قفزات نوعية، وذلك حسب تقرير أعده مركز التجارة الفلسطيني "بالتريد" بالتعاون مع "الاقتصادي".

ماذا تصدّر فلسطين؟

وتصدّر فلسطين سنوياً إلى الخارج: الحجر والجبس والاسمنت والاسيتوس والمويكا بنسبة 19.31%، والأثاث والإضاءة بنسبة 10.82%، واللدائن بنسبة 7.24%، والحديد والفولاذ بنسبة 5.63%، والخضار الصالحة للأكل، والجزور والدرنات، بنسبة 5.11%، والأحذية وأجزائها بنسبة 4.52%، والتبغ وبدائله بنسبة 3.89%، والخشب ومواده وفحمه بنسبة 3.19%، والحيوانات، والزيوت النباتية بنسبة 3.12%، والألومنيوم ومصنوعاته بنسبة 2.84%.

أكثر عشر دولاً ستيراداً من فلسطين

وتصدّر فلسطين منتوجاتها وصناعاتها إلى عدد من الدول، مثل:

الكيان الاحتلال، الذي يترأس قائمة أكثر الدول استيراداً من السوق الفلسطينية، لحكم قربه الجغرافي، والاتفاقيات التجارية بين فلسطين والاحتلال، حيث بلغت نسبة التصدير إلى إسرائيل في العام 2014 حسب "بالتريد" قرابة الـ 83.9%، تليها المملكة الأردنية الهاشمية (7%)، الإمارات العربية المتحدة (1.5%)، الولايات المتحدة الأمريكية (1.3%)، هولندا (1.2%)، المملكة العربية السعودية (1.2%)، الكويت (1%)، قطر (0.9%)، بريطانيا (0.4%)، تركيا (0.3%).

## / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

### الوظيفة الرابعة: المعلومات كأداة تحفيزية لزيادة العمل والإنتاج

○ رئيسياً التحفيز تعزيز الدافعية  
الانتاجية :

■ توصيل كمية  
إمكانية منها الضرورية  
بطريقة لتحقيق الاهداف

■ توفير  
تنفيذ يساهم ايجابي  
والاهداف التنموية  
ونشرها التحفيز ير

مثل شكر وتقدير الموظفين القائمين على مشروع معين ، او المشاركين في مؤتمرات خارجية

## / وظائف الإفصاح ونشر وتعميم المعلومات

■ توفير التقارير وغيرها يساعد تحديد الادارية والتنظيمية الفنية ايصالها  
الجهات ( المعنيين بتحسين الإنتاجية )  
لمعالجتها معها، وضعها المجهر حسين

■ توفير المنافسين يساعد  
تحفيز الجهات جديدة  
توجيه انتباهها محلية اقليمية دولية.  
استثمارية جديدة

كيف تساهم المعلومات ايضاً برأيك في تعزيز الحافزية والدافعية  
للعمل والانتاج في بيئة عملك ??



أذكر تجارب وامثلة واقعية عايشتها سابقاً



# مستويات الإفصاح ونشر المعلومات

➤ مستوى التعليمات واللوائح واجراءات العمل المنظمة لعملية الإفصاح ونشر المعلومات:

الداخلية	تعليمات	يجب
عامة	التجارية	بحيث
لجميع	معينة	وبوتيرة
تعليمات	يتم	وتعديل
		يتعارض
		إلزامية واهمية

# / مستويات الإفصاح ونشر المعلومات

## ➤ مستوى الجهات المسؤولة عن الإفصاح ونشر المعلومات:

- يكون هناك جهة (موظفين) يناط بها وظيفة وتعميم لديها (جهات بحيث المزيد الجهات لتتضمن مهام
- |        |           |       |             |
|--------|-----------|-------|-------------|
| المزيد | يلجأ إليه | ايضاً | وهذه الجهة  |
|        | الوظيفية  | تعدل  | يتطلب       |
|        |           |       | لتتضمن مهام |

# / مستويات الإفصاح ونشر المعلومات

➤ مستوى استخدام الادوات التي تتلاءم مع الامكانيات والموارد المتاحة:

ماديا	تستطيع	اختيار	يتطلب
	بحيث	مواردها	تطبيقها
	يختلف	يسهل استخدامها . وهذا	عليها
	/	فهم خصوصية	ويندرج
		يناسبه	وطبيعة

# / مستويات الإفصاح ونشر المعلومات

➤ مستوى نوعية البيانات التي يتم الإفصاح عنها ونشرها:

عملية

• يجب يشمل  
انتقائية

•

وتغيير

الحقيقي

البيانات

•

# / مستويات الإفصاح ونشر المعلومات

## ➤ مستوى معالجة البيانات التي يتم الإعلان عنها ونشرها:

- يجب يتم صياغة بحث سهولة الفهم  
حيث وطريقة وجاذبية كبيرا قيمتها.
- ويفضل كثير الاحيان غير مفهومة معينة
- كبير الممولين يفضل العربية  
تحديد طريقة معالجتها الانجليزية، حين ي

ما هي طبيعة ونوعية المعلومات التي يحتاجها

الاعضاء من مؤسساتهم الداعمه؟

وما هي حاجتهم لهذه المعلومات؟



# الاتصال والتواصل

## ➤ مفهوم الاتصال:

هو نشاط انساني يمارسه كل فرد في حياته اليومية وهو جزء من طبيعة الحياة. والاتصال مفهوم بشير الى كافة النشاطات والوسائل التي يتم بموجبها نقل المعلومات والافكار من شخص لآخر او من جهة لآخرى.



## ➤ عناصر الاتصال:

- المرسل: الشخص الذي يمتلك معلومة او أفكار يريد إرسالها الى الآخرين.
- الرسالة: المعلومات والافكار التي تنتقل من شخص إلى اخر عبر الوسيلة الاتصالية. كما ويطلق على موضوعات وقضايا الاتصال مصطلح (الاتجاهات)

# تابع/الاتصال والتواصل

- الوسيلة: الوسيط الذي ينقل الرسالة
- المستقبل: الشخص الذي يتلقى الرسالة عبر الوسيلة . والعلاقات بين الاشخاص القائمين بالاتصال (المرسل والمستقبل) يطلق عليها مصطلح "تفاعلات"
- التشويش او الضوضاء: المؤثرات التي تؤثر على سير العملية الاتصالية
- التغذية الراجعة: ردة فعل المستقبل على الرسالة



## تابع/الاتصال والتواصل

➤ تعتبر عملية الاتصال من المهارات الأساسية في أي عملية إفصاح عن المعلومات، لأن إتقان مهارات الاتصال الفعال يعني وصول الرسالة من المرسل للمستقبل أو العكس .

➤ أي عملية اتصال يجب ان يكون لها هدف محدد ، وهي تتم من خلال استخدام وسيلة او اكثر لإيصال الرسالة المطلوبة ، والتي سيتم توضيحها وتناولها بمزيد من التفصيل في الاجزاء التالية.

# تابع/الاتصال والتواصل

## ➤ انواع الاتصال:

□ الإتصال باتجاه واحد: وهو وقد يكون مثلا من الغرفة باتجاه الاعضاء او بالعكس، ولكنه لا يحقق تغذية راجعة ويؤسس لعلاقة متوازنة بين الطرفين.

□ الإتصال في اتجاهين: وهو الاتصال الذي يقوم على تفاعل الطرفين مع القضية أو الحدث ويتمكن الطرفان من معرفة الرأي الآخر ويتواصلان بشكل مباشر وفق أدوات مختلفة.

# أهم أنواع المنشورات ، وكيفية اعداد محتويات غنية وجذابة

## ➤ اولاً: الخبر الصحفي

- **الصحفية**
- **يمكن تعريفه** " **الجديدة** **الجارية** **المادية** **وتدوينها بحيث تثير اهتمام** **والموضوعية والاهمية والآنية** " .



# تابع/ الخبر الصحفي

## ➤ لماذا علينا ان نتعلم كتابة الاخبار

- لانها وسيلة للتعبير وأداة للتغيير
- أداة لتشكيل الرأي العام
- أداة لمعرفة واستكشاف هموم الناس والشارع العام
- وسيلة للتعبير لما يدور حولنا
- لانها ترتبط بكل اعمالنا اليومية والحياتية

# تابع/ الخبر الصحفي

➤ مكونات الخبر: المقدمة والجسم والخاتمة.

➤ انواع الخبر:

- خبر بسيط

- خبر مركب: مجموعة اخبار قصيرة/بسيطة تدور حول معلومة مركزية واحدة.

➤ شروط الخبر الصحفي ومواصفاته:

- الصدق

- الاثارة والغرابة

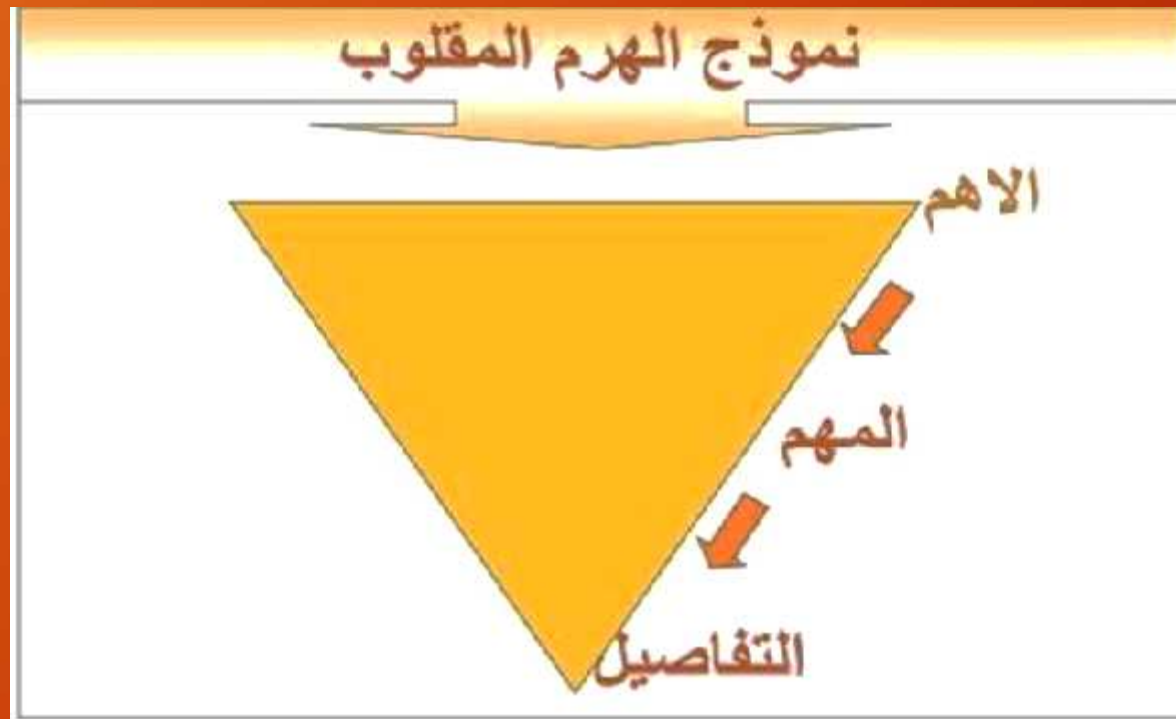
- الدقة والايجاز

- التوقع والفائدة

- التشويق والملائمة

# تابع/ الخبر الصحفي

➤ نموذج الهرم المقلوب:



# تابع/ الخبر الصحفي

## أجزاء الخبر الصحفي:

- ماذا: الفعل او الحدث الذي سيغطيه الخبر
- من: صاحب الحدث او الفعل/ القائمين في الواقعة
- متى: زمن الحدوث، وهو ضروري من اجل المصدقية
- اين: مكان الحدث او الفعل، ويجب أن يكون التحديد بشكل دقيق ومفصل
- لماذا: شرح الحدث او الفعل/ الهدف والغرض من الحدث ، ويهدف هذا الجزء لتوصيل فكرة واضحة دقيقة للجمهور ونقل الصورة بشكل كامل
- كيف: تفسير الفعل اوالحدث وتدعيمه بالاسباب والتفاصيل الاخرى

# تابع/ الخبر الصحفي

## أقسام نص الخبر الصحفي (كيفية كتابة الخبر الصحفي):

- العنوان: وهو الجزء الأهم في نص الخبر الصحفي؛ لأن العنوان يجذب الجمهور، ويشير الفضول ليقوموا بتتبع الخبر حتى النهاية، مع مراعاة ألا يكون العنوان طويل؛ لأنه يقلل من قوة الخبر.
- المقدمة: الواجهة للموضوع والجزء الذي يبين مدى أهمية الموضوع والجدية في طرحه، لذلك يجب أن تكون المقدمة مختصرة وسلسة وتشرح الفكرة العامة والفائدة من طرح الخبر.



## تابع/ الخبر الصحفي

- الموضوع: في هذا الجزء يتم سرد الخبر، حيث يجب أن يتم مراعاة المصدقية المتناهية في سرد موضوع الخبر، ومراعاة قواعد الكتابة والترتيب اللغوي والفكري، والابتعاد عن تكرار الألفاظ والسرد بنفس الطريقة المملة- أي جعل الخبر متماسك لكن بنفس الوقت مثير ومشوق.
- خلفية الخبر: يتم الشرح فيه والتفصيل لبعض أجزاء الموضوع، مثل سبب وقوع الحدث، وما الذي حصل قبل وبعد حدوث الخبر، وتوضيح بعض النقاط التي ربما يحدث فيها التباس لبعض الجمهور.

## تابع/ الخبر الصحفي

- الخاتمة: على الكاتب أن يختار الخاتمة المناسبة وفق تقديره للخبر، سواء كانت خاتمة مغلقة وتنتهي بالتساؤلات مما يزيد التفكير لدى الجمهور والإثارة، أو خاتمة الخلاصة والتي فيها يتم تلخيص الخبر بشكل سريع ومشبع للمعلومات.

تمرين: في نموذج الخبر التالي، حاول تحديد الاجزاء والاقسام الرئيسية له  
وفقا لما تم مناقشته سابقا

# توقيع مذكرة تعاون بين غرفتي تجارة بيت لحم وكريت اليونانية



انتجته الغرفة الاولى ويسلط الضوء على نجاح سيدات الاعمال من الرياديات في المحافظة. وقدم المدير العام علاء عدلي عرضا عن غرفة تجارة وصناعة بيت لحم واقسامها ومراكزها وما تقدمه من خدمات واستشارات، تلاه عرضا حول غرفة تجارة وصناعة كريت قدمته مسؤولة التصدير في الغرفة اقلينا باكينتا.

وبعد توقيع الاتفاقية، زار وفد البعثة التجارية المعرض الدائم حيث قدمت عريفة حفل التوقيع فيروز خوري، شرحا حول اهم الصناعات المعروضة في المعرض واهمية هذا الاخير، حيث يعتبر فريدا من نوعه في ترويج للنتجات للحلية، ثم استكمل الوفد برنامجه الذي شمل زيارة لكنيسة المهد ومغارة الحليب والمنطقة الصناعية.

من الجدير بالذكر ان زيارة الوفد تستمر ثلاثة ايام، يعقد خلالها لقاءات عمل ثنائية مع رجال اعمال من المحافظة لبحث امكانية تكوين علاقات تجارية وامكانية تصدير المنتج المحلي.

بيت لحم - من جورج زينة - وقّعت غرفة تجارة وصناعة المحافظة امس، اتفاقية تعاون مع غرفة تجارة وصناعة جزيرة كريت اليونانية. ويأتي توقيع هذه الاتفاقية ضمن سعي الغرفة في بيت لحم، لتحريك عجلة الاقتصاد في المحافظة ومحاولة تكوين علاقات تجارية وفتح اسواق جديدة لترويج المنتج المحلي واستجابة الى مطالب اعضاء الهيئة العامة باستقبال بعثات تجارية لعقد لقاءات ثنائية مع شركات ومصانع لتكوين علاقات استيراد وتصدير.

ونجحت غرفة تجارة وصناعة بيت لحم على مر السنوات للاضية، في ارسال واستقبال عدة بعثات تجارية من دول مختلفة.

وبدأت مراسم توقيع الاتفاقية بالنشيد الوطني الفلسطيني تلاه النشيد الوطني اليوناني، ثم كلمة ترحيبية من د. سمير حزبون رئيس مجلس ادارة غرفة بيت لحم وكلمة من ميناس ملبسيديس رئيس مجلس ادارة غرفة كريت، ثم جرى عرض فيلم "للحلم بقية" الذي

# تابع/ الخبر الصحفي

## ➤ مصادر الأخبار:

- البيانات الصحافية ، سواء تلك من المؤسسات الرسمية أو الحركات أو الأحزاب .
- المؤسسات غير الحكومية .
- المؤسسات الدولية .
- الخبراء والمختصون .
- مراكز الأبحاث ، والشرطة والأمن .
- المجالات والدوريات المتخصصة .
- المناسبات .
- الملاحظة والمداقبة والمتابعة .

# تابع/ الخبر الصحفي

قيمة الخبر و كيفية الوصول اليه عادة ما يتعلق بالعوامل التالية:

- إختيار الموضوع
- تطور الموضوع
- دائرة المعرفة
- التوقيت
- الفئة المستهدفة / الجمهور

# تابع/ الخبر الصحفي

## ملاحظات اثناء كتابة الأخبار:

- التخطيط : فكر في الموضوع واعلم أن الخبر عملية تركيب أفكار وليس إنشاء
- الوضوح : يجب أن تكون فكرة الخبر واضحة
- التفسير : لا تقدم معلومات مهمة
- ابتعد عن التفاصيل
- استخدم لغة حية
- عدم المبالغة
- الصدق
- الكتابة المتوازنة

# تابع/ الخبر الصحفي

## بعض الثغرات في كتابة الاخبار:

- إبراز الاشخاص على الحدث والمعلومة
- غياب الاحصاءات والارقام الهامة
- الاعتماد على الانشاء بدون مضمون
- الاخطاء اللغوية
- الاخطاء الطباعية
- عدم المراجعة للنص
- عدم ارفاق صور
- الكتابة بالعامية

# تابع/ الخبر الصحفي

## ملاحظة تحريرية

هناك بعض الكلمات المهم والواجب على الكاتب ان يعلمها ويطبقها أثناء كتابة الخبر وهي كلمات الربط بين الجمل ، والتي وظيفتها تتمثل في الربط ما بين المقدمة و متن الخبر أو ما بين فقرات الخبر

مثل ( أفاد ، قال ، أوضح ، صرح ، أكد ، أضاف ) وغيرها



# تمرين

## اكتب خبر من العناصر التالية:

• في غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل / امس الاثنين / اتفاقية

لخ /

الإ /

تراً /

/

:

أى ب

ني

ألا

# كيف نكتب خبرا واضحا.. كيف نخرج باكثر من فكرة من ذات الحدث

ورشة عمل تبحث سبل التشبيك بين رجال الأعمال الفلسطينيين ونظراتهم البولنديين  
##لخلق فرص استثمارية في كلا البلدين

وأكدت استعداد ممثليتها والسفارة البولندية في تل ابيب في التعاون ومساعدة القطاع الخاص الفلسطيني في توفير كلفة المعلومات والإحصائيات حول الفرص الاستثمارية في بولندا. واستعرض الدكتور درويش في مداخلته العلاقات الاقتصادية والتجارية مع بولندا مشيرا الى ان التبادل التجاري بين البلدين يحتاج للبحث في وسائل التشبيك وتقديم التسهيلات.

واشار الى اتفاقية التعاون (المشترك) بين اتحاد جمعيات رجال الاعمال الفلسطينيين واتحاد الغرف التجارية البولندي التي تم توقيعها في مدينة بيت لحم على هامش زيارة الرئيس البولندي الى فلسطين في بداية تشرين ثاني 2013 وتهدف الإتفاقية إلى تعزيز وتنمية التبادل التجاري، والتعاون الإقتصادي بين البلدين على أساس المنفعة المتبادلة.

وظهر ان الواردات الفلسطينية من بولندا تعتبر جيدة ومتصاعدة، وهي مركززة على سلع معينة في حين ان صادرات فلسطين الى بولندا محدودة جدا ومركزة على بعض السلع.

واوصى ريان بإقامة مشاريع إنتاجية وشركات تجارية مشتركة ترتقي بلعلاقة التجارية وتعزز من التبادل التجاري بين البلدين والعمل على برنامج نشط لدخول السوق البولندي، والتركيز على منتجات وطنية محددة يتم العمل على تنمية صادراتها. وانه من الممكن أن تشكل بولندا بوابة لسلع فلسطينية لأسواق دول أوروبية أخرى.

من جاتيه قدم الملحق التجاري البولندي بلرتوش مداخلته حول الفرص الاستثمارية في بولندا , وبين ان نمو الناتج المحلي الإجمالي البولندي كلن في عام 2014: 3.4% مقابل 1.3% في الاتحاد الأوروبي. وان بولندا هي الدولة الرائدة في أوروبا الوسطى من حيث الخصائص التجارية مبينا ان هناك برنامج لدعم الاستثمارات للاقتصاد البولندي حيث يهدف لتنمية الابتكارات والقدرة التنافسية للاقتصاد البولندي وكان من أبرز نتائجه ان خلق 55 الف فرصة عمل، مضيفاً أن بولندا تتوفر فيها الموارد البشرية الماهرة والموقع الاستراتيجي والأسس الاقتصادية القوية ونظام الحوافز الفعالة وهي بيئة للأعمال الناضجة.

وفي ختام الورشة تم التأكيد على أن هذه الورشة تشكل نقطة إنطلاق للتشبيك بين رجال الأعمال الفلسطينيين ونظراتهم البولنديين لخلق فرص استثمارية جادة في البلدين على أن يتم عقد مثل هذه اللقاءات تحت مظلة مجلس الأعمال الفلسطيني البولندي في المستقبل.

- رام الله - الاقتصادي - نظم اتحاد جمعيات رجال الأعمال الفلسطينيين والممثلة البولندية لدى السلطة الوطنية الفلسطينية ورشة عمل للترويج لزيادة التبادل التجاري وفرص الاستثمار المشترك مع بولندا وذلك في قاعة فندق فلسطين - بلازا برج فلسطين التجاري برام الله بحضور ممثلة جمهورية بولندا لدى السلطة الفلسطينية الكساندرا بوكوفسكا ماكيب، والملحق التجاري في السفارة البولندية في تل ابيب كريستوف بلرتوش، والدكتور ريتادرويش ممثل وزارة الاقتصاد الوطني وملجد معالي أمين عام الاتحاد وممثلين عن القطاع الخاص الفلسطيني ورجال وسيدات أعمال.

واستهلت الورشة بكلمة ترحيبية القاها ملجد معالي مؤكدا على اهمية الورشة في تعزيز العلاقات والتبادل التجاري بين القطاع الخاص الفلسطيني والبولندي وفرص الاستثمار المشترك.

واشار معالي الى ان اتحاد جمعيات رجال الأعمال الفلسطينيين يتبنى استراتيجية هادفة لتعزيز العلاقات الاقتصادية المباشرة بين رجال الاعمال الفلسطينيين ونظراتهم الاجانب، وتعزيز جلب الاستثمارات الأجنبية الى فلسطين.

وقال انه من أجل تحقيق هذا الهدف الاستراتيجي، وقع الاتحاد العديد من الاتفاقيات لإنشاء (مجالس الأعمال المشتركة) مع منظمات الأعمال في مختلف البلدان، وان الهدف الرئيسي من هذه المجالس هو تشجيع وتسهيل الإجراءات الهادفة الى تعزيز وتنمية التبادل والتعاون الاقتصادي بين الشركات والأفراد المهتمين في كلا البلدين، مشيرا الى مشاركة هذه المجالس في مراقبة وإنشاء الاتفاقيات الاقتصادية على المستويين الحكومي ايضا.

وأشار معالي الى انه في نوفمبر 2013، وقع الاتحاد اتفاق لإنشاء مجلس أعمال مشترك، مع "الغرفة التجارية البولندية". وفي عام 2014 نظم الاتحاد زيارة لوفد اقتصادي فلسطيني إلى وارسو، من أجل استكشاف إمكانات الاستثمارات المشتركة والإمكانات التجارية مع القطاع الخاص البولندي.

من جانبها عبرت ممثلة جمهورية بولندا لدى السلطة الفلسطينية عن سعادتها لتنظيم ورشة العمل هذه مشيرة الى متانة العلاقات الفلسطينية البولندية التي تعود الى سنوات السبعينات والثمانينات، معربة عن أملها في زيادة فرص التبادل التجاري والاقتصادي بين بولندا وفلسطين والتي لم ترتقي الى المستوى المطلوب، وقالت توجد لدى الجانبين إمكانات في استكشاف الفرص الاستثمارية في بولندا وفلسطين وانه ينبغي على رجال الأعمال بذل الجهود من أجل تحقيق ذلك.

# أهم أنواع المنشورات ، وكيفية اعداد محتويات غنية وجذابة

## ثانياً: المقابلات

□ تعد مادة اولية ونوع صحافي مستقل بحد ذاته.

□ التحضير لإجراء مقابلة مع اطراف مجتمع الاعمال:

○ تحديد الشخص الذي ستتم مقابله

○ الاستعلام عن الشخص وعن الموضوع الذي سيتم إجراء المقابلة من أجله

○ وضع أسئلة محورية تغطي المفاصل الأساسية للمقابلة

# تابع/ المقابلات

□ نصائح هامة لتنفيذ وإجراء مقابلات ناجحة وغنية المضمون:

○ حضر الافكار الرئيسية التي سوف تناقشها خلال المقابلة ورتبها

○ كن دقيقا!!

○ التأكد من وضوح الصوت و مخارج الألفاظ

○ اختيار الكلمات و المعاني المناسبة

○ التنوع الصوتي اثناء الحديث

○ أصغ باهتمام... كن مستعما جيدا

# تابع / المقابلات

- توقع ردة فعل الشخص الذي امامك و جهز نفسك
- بعض العموميات في بداية اللقاء تعطي نوعا من الثقة والراحة بين اطراف المقابلة
- متابعة الأجوبة بانتباه لطرح أسئلة جديدة في ضوءها

# تابع/ المقابلات

## تحرير المقابلات: □

- هدف المقابلة وحجمها يؤثران في طريقة تحريرها.
- هناك طريقتان رئيسيتان للتحرير وهما:
  - التحرير المباشر: سؤال – جواب
  - التحرير غير المباشر: استخدام أفعال على غرار قال، أضاف، أشار إلى، وإعطاء أبعاد للأقوال

# أهم أنواع المنشورات ، وكيفية اعداد محتويات غنية وجذابة

## ثالثاً: القصة الصحفية وقصص النجاح

□ القصة الصحفية: هي انتاج ذهني ابداعي يأتي في اعقاب فعل ميداني واجراء مقابلات مع مختصين ، مع الاعتماد على توظيف جميع حواس الكاتب وابداعه في صياغتها بلغة جميلة جذابة على الورق.

### □ عناصر القصة الصحفية:

- المشاهدة
- الانطباعات
- المعرفة الخاصة
- الخبرات

# تابع/ القصة الصحفية وقصص النجاح

## □ أجزاء القصة الصحفية:

- العنوان الرئيسي
- المقدمة  
(الصادمة، المتناقضة، الوصفية، الانطباعية، الاقتباسية، التساؤلية)
- الجسم
- الخاتمة

وفيما يلي نموذج لقصة صحفية



# اقتصاد جنين يصل مرحلة الخطر!

لسوق جنين كتاجر منذ أربعين عاماً، أستطيع أن أطلق على إقتصاد محافظة جنين اسم "اقتصاد الصدفة".

وحول ذلك يقول جرار "بداية لا أحد ينكر، أن المحافظة بأكملها استفادت بل وبعض المحافظات الأخرى مثل نابلس والخليل التي نشط تجارها وصناعاتها بسوق جنين المزدهر، وخاصة سوق الجملة، وتطور السوق بجنين حقيقة ترها الأعين ولا تحتاج لشهادة أحد، لكن هذا التطور لم يتم التخطيط له، وداهم الناس على حين غرة، فاتجهوا للتجارة بعشوائية.

ويضيف: " في العشوائية، مكنم الخطر ليس طبيعياً، أن يعتمد أكثر من سبعين بالمائة من تجار المدينة على متسوقين من الخارج فيما بات يُعرف بإقتصاد السبب والأحد، والأخطر أن التوسع قائم، وبدخل بمهنة التجارة أشخاص جدد يدفعهم التقليد والطمع، والإعتقاد بأن التجارة منجم ذهب ينتظر كل داخل ليأخذ حصته".

## المشاكل والمصاعب

مستنداً، لعشرات الأبحاث والدراسات التي أجراها، ولخبرته الكبيرة، وعمله المستمر في السوق، يرى جرار أن المشاكل التي تواجه القطاع التجاري والإقتصادي بمحافظة جنين كثيرة، إضافة لارتباط إقتصاد جنين وتجارها بمعظمها مرتبط بفتح المعبر للوصول لسوق المدينة، فلأي قرار احتلالي يغلق المعبر أثر تدميري على إقتصاد المحافظة وبعض المحافظات التي تستثمر أموالاً كثيرة داخل جنين".

ومن وجهة نظر التاجر جرار، فإن "الوضع الإقتصادي بمحافظة جنين وصل إلى مرحلة الخطر، ولا بد من عمل شيء لوقف هذا التوسع غير اللدروس، والذي يهدر الأموال والطاقات".

بتجارته، وما زال يملك محلات لقطع غيار السيارات في المنطقة الصناعية في جنين، التي أصبح عضواً في الهيئة الادارية لعرفتها التجارية الصناعية الزراعية، مما أفسح المجال أمامه لامتلاك الخبرة والمعرفة باقتصادها وواقعها التجاري وهمومها ومشاكلها. ويقول: "جنين كمدينة تجارية، انحدر معظم التجار فيها من بيئة زراعية، ولا تحتاج الزراعة لدراسة كبيرة ومدراة وعلم ومعرفة بالسوق، إلى جانب رأس المال بعكس التجارة التي تحتاج كل ما سبق".

ويضيف: "التجارة بجنين قبل الإحتلال كانت بسيطة كمسافة المدينة وأهلها، موقع جنين كونها الأقرب للخليل وضلع الثلث الشمالي وهما منطقتان تضمّان التجمع الأكبر لمن بقي من فلسطيني الداخل جعلها قبلة للتسوق من قبل هؤلاء الذين يعدون بمئات الآلاف"، ويكمل " هذا الوضع للمستجد تطلب تحولاً جوهرياً في المدينة، وبدأت أشجار النخيل تختفي ومعها البيارات لتحل محلها الشوارع والعمارات، والكبار يذكرون أن أهم شارع تجاري جنيني (أبو بكر)، كان لوقت قريب بيارات ونخيل ومزارع تعتمد على مياه عين نيني.

## ظاهرة الخلوات

من أخطر القضايا والظواهر التي أثرت وما زالت على إقتصاد جنين، كما يرى عضو الهيئة الادارية السابق لعرفتها التجارية جرار، الذي أشرف خلالها على الكثير من الأبحاث والدراسات الإقتصادية وساعده بذلك كونه خريج كلية التجارة "انتشار ظاهرة الخلوات على استحياء في البداية، ثم تغولت لتمتص معظم أموال البسطاء الذين أقبلوا بحماس على مهنة التجارة، هذه الأموال التي كان من المفترض أن تتجه لتقوي التجارة نفسها بدلاً من جيوب أصحاب الأراضي والعمارات"، ويضيف: "من واقع خبرتي وعملي ومواقفتي

جنين - علي سمودي - يطلق التاجر الستيني طلال جرار، على إقتصاد محافظة جنين اسم "اقتصاد الصدفة"، ورغم ما شهده وضعها الإقتصادي من انتعاش وتطور في مراحل سابقة، من وجهة نظره وصل اليوم "مرحلة الخطر"، ورغم كونها الأقرب للخليل وضلع الثلث الشمالي وهما منطقتان تضمّان التجمع الأكبر لفلسطيني الداخل جعلها كما يقول "قبلة للتسوق من قبل هؤلاء الذين يعدون بمئات الآلاف"، لكن هذا الوضع للمستجد "يتطلب تحولاً جوهرياً في المدينة".

وبدأت أشجار النخيل تختفي ومعها البيارات لتحل محلها الشوارع والعمارات التي ارتفعت أسعار عقاراتها وخلواتها، إضافة لعوامل عديدة أخرى، كسياسات الإحتلال، التي تؤثر كثيراً على المحافظة واقتصادها".

## جنين مدينة صغيرة

جرار، الذي ينحدر من قرية الهاشمية، ودرس التجارة في جامعة بيروت العربية وتخرج منها عام 1971، عاد ليستقر في مدينة جنين التي تحفل بذكرياتها وتاريخها مساحات واسعة من ذاكرته في طفولته وباقي المحطات من حياته، خاصة وأنه قضى العقود الاربعة الاخرى من عمره في التجارة فيها. ويقول: "جنين اتخذت شكل مدينة صغيرة، إلا أن القرية سكنتها بطبيعتها وعفويتها، كنت أزور جنين دائماً، عندما كنت طفلاً حالماً ببيت في المدينة التي بهرتني بشوارعها وبيوتها وحدائقه، بخضرتها ونخيلها وبياراتها ومياهها التي تنساب عبر جدول تخترق الشوارع، وأيضاً تصل البيوت عبر أنابيب لا تحتاج سوى لمسة بسيطة وليس كالجهود الذي تحتاجه مياه القرية لتصل من العين إلى البيت".

## التجارة في جنين

خلال زمن قبلي، حقق جرار النجاح

# تابع/ القصة الصحفية وقصص النجاح

## قصة النجاح:

- هي الوصف السردي الموجز الذي لا يزيد عن (500) كلمة ، والذي تضع المشهد وتروي قصة وتوثق كيف تم التخطيط لتحقيق التغيير المنشود .
- تكتب عادة لإظهار قيمة عمل معين فضلاً عن الإنجازات التي تم تحقيقها .
- توضح الفرق الذي تحدثه المنظمة/المؤسسة/البرنامج/المشروع في حياة الأفراد. فهي أكثر من مجرد قائمة بالأحداث أو الأنشطة.
- تصف التغيير الإيجابي وتوضح كيف ساهم هذا التغيير في مساعدة المستفيدين و المجتمع .

# تابع/ القصة الصحفية وقصص النجاح

## دور قصص النجاح:



تكمل قصة النجاح الجيدة المعلومات المقدمة في التقارير والاطار وتوسع نطاقها وتعيد طريقة صياغتها بحيث تصل إلى شريحة أكبر من الجماهير .

ويتمثل السرفى كتابة قصص النجاح الجيدة فى القدرة على تحويل المعلومات التي توفر أدلة على النتائج التي تم تحقيقها إلى قصة شخصية مثيرة للاهتمام.

# تابع/ القصة الصحفية وقصص النجاح

## □ ايجاد قصص النجاح:

قد تأتي النجاحات والأفكار الجيدة للقصص في أي وقت ، لهذا من المفيد تدوينها حال حدوثها والاحتفاظ بملف يمكن الرجوع إليه لاحقا عند اتخاذ القرار بكتابة قصص النجاح.

## □ العناصر الاساسية لقصص النجاح:

- الموقف: ما هي المشكلة أو الموضوع أو التحدي؟
- الرد أو الفعل: كيف قامت المنظمة أو البرنامج أو الشخص بحل مشكلة وتحقيق أثر؟

# تابع/ القصة الصحفية وقصص النجاح

○ النتيجة: ما هي المخرجات التي تم تحقيقها من وراء الرد أو الفعل؟ ومن هم المستفيدين؟

○ الأدلة: ما هي التغييرات التي طرأت باستخدام المعلومات الكمية أو النوعية؟

اي انها تجيب عن الأسئلة الاساسية الستة التي يتكون منها الخبر الصحفي  
(من، ماذا، متى، أين، كيف ولماذا؟)

# تابع/ القصة الصحفية وقصص النجاح

□ ملاحظات ونصائح اثناء كتابة قصص النجاح (لكتابة غنية ومؤثرة):

- استخدام جمل قصيرة ومباشرة
- اختيار كلمات بسيطة ومألوفة
- التركيز على التطوير والتحسين الذي تم لمصلحة الناس
- التعريف بالحقائق حول الفوائد المكتسبة بوضوح
- إنشاء الروابط العاطفية التي ترسم صورة للناس وراء الحقائق المسرودة

## تابع/ القصة الصحفية وقصص النجاح

- تجنب الإسهاب في الحديث والجمل الطويلة، واستخدام المصطلحات والاختصارات
- تجنب التصريحات الفضفاضة والكلمات الرنانة التي يمكن أن تدمر مصداقية القصة
- استخدام الاقتباسات والصور: لأن استخدام عبارات وصور الأشخاص في القصة يعطيها طابعاً شخصياً ويشد القارئ
- وصف الحال قبل وبعد الحدث/ الفعل/ التدخل







## المهندسة حليلة نسجت بالصنارة والصوف نجاحا لافتا

وتتنوع منتجات "كرداش" بين الملابس والشالات والقيعات والجوارب والحقائب، وفقاً لحاجة ورغبة النساء وأطفالهن، كما يقدم المشروع خدمات مثل دورات في مجال صناعة الصوف، إضافة إلى تعليمه من خلال المجالات المنتشرة ومقاطع فيديو تعليمية عبر الموقع الإلكتروني الخاص به.

وتؤكد المهندسة حليلة أن تجربتها في إطلاق مشروعها الخاص وجهده في تطويره كل هذا الوقت تأثير إيجابي كبير على شخصيتها، معتبرة أن النظرة الاجتماعية المقيدة لعمل المرأة تراجعت كثيراً حالياً في ظل الدور المتنامي للمرأة.

وهي تشدد على ضرورة ميادرة المرأة بنفسها لخلق فرصة نجاحها حتى لو كانت أبواب العمل التقليدي مغلقة في وجهها، لافتة إلى أن تجربتها الخاصة زادت قوة وثقة في شخصيتها.

وترصد إحصائيات رسمية أن نسبة المشاركة في القوى العاملة للأفراد 15 عاماً فأكثر في قطاع غزة تبلغ حوالي 44%، يواقع 68% للذكور و20% فقط للإناث.

وإذا فتخر المهندسة حليلة بمشاركتها في العديد من المسابقات والمحلية والدولية وإشرافها على العديد من قصص نجاح الرياديين الذين اشرقت عليهم إلى جانب تنظيمها معرضاً سنوياً لمنتجات مشروعها، فإتيا تطمح بتطوير هذا المشروع ليشمل صناعات أخرى مثل التطريز الفلاحي والمنتجات المنزلية الأخرى وأدوات الزينة بهدف تشغيل عدد أكبر من العاملات، وتحقيق عوائد مادية أكبر.

كما أنها تطمح بالعمل في مجال الاستشارة في مجال ريادة الأعمال على مستوى الوطن العربي من خلال تقديم النصح والإرشاد لقصص نجاح حقيقية في غزة، وتطوير مشروع "كرداش" لتعزيز مساعي إحياء التراث الفلسطيني.

وحصلت على مجموعة من الجوائز والمسابقات في مجال ريادة الأعمال وحتى أكون متالاً للخريجين في مجال المشاريع الصغيرة بادرت إلى إطلاق مشروع كراداش (اسم آلة غزل الصوف) للمشغولات اليدوية وقد انطلقت بالمشروع من فكرة بسيطة وبمبلغ مالي ضئيل. "وأطلقت المهندسة حليلة مشروعها في العام 2013 بعد عام من التحضير له وإجراء دراسة جدوى اقتصادية له والذي أظهر بعد استطلاع النتيجة أن المجتمع بحاجة لهذا المنتج فضلاً عن الهاويات في غزل الصوف اللاتي أقبين على العمل من أجل تحقيق الأرباح.

وبعد ثلاثة أعوام على إطلاق المشروع فإن 20 سيدة من ربات البيوت يعملن فيه ما حسن وضعهن المادي علما أنهن يعملن من داخل بيوتهن ويجري التواصل بينهن من خلال الاجتماعات أو وسائل اتصال مختلفة.

وتشير إلى أن بعض "الفتيات المهمشات في أسرهن واللاتي لا يحصلن على أدنى أجر، تواصلن معها للعمل ويدان يحققن ذواتهن، بعد أن عاد عليهن الدخل، حتى أن بعضهن التحقن بالجامعة في طريق إعالة أنفسهن."

كما أن منتجات المشروع تم تصدير كميات متوسطة منها إلى أسواق الضفة الغربية والأردن عنا عن نقلها عبر أشخاص إلى بريطانيا وهو ما يزيد الأمل لدى المهندسة حليلة والعاملات فيها في توسيع آفاق التصدير لهم مستقبلاً.

وتلقت المهندسة حليلة إلى أن الحصار الإسرائيلي على قطاع غزة وإغلاق معايره يحول دون تطوير مشروعها وتوسيع آفاق منتجات مشروعها كحال باقي المشاريع في القطاع، خاصة أن حلمها انفتاح منتجات مشروعها للخارج ولما لا فتح مقرات فرعية لمشروعها في خارج القطاع.

رفعت المهندسة حليلة عيد العزير من قطاع غزة شعار القدرة على تجاوز أي حواجز مادية أو اجتماعية في سبيل تحقيق النجاح وهو ما حولته إلى واقع عملي بفضل إدارتها مشروعاً للمشغولات اليدوية.

وكرست المهندسة حليلة في عملها مبدأ أن من لا يتقن العمل يتعلم وأن من عمل يمكنه تسويق إنتاجه وتحقيق النجاح لتصل بمنتجاتها إلى أسواق الضفة الغربية والأردن وحتى إلى بريطانيا فيما لا يزال المستقبل يتوعد بالمزيد.

واليوم ينظر إلى المهندسة حليلة في قطاع غزة كنموذج ناجح عند الاحتفاء بيوم المرأة العالمي الذي يصادف الثامن من مارس من كل عام وتدقيق واقع النساء في القطاع.

إذ أنها لم تتمرس خلف شهادتها الجامعية بحصولها على بكالوريوس هندسة حاسوب ودبلوم إدارة مشاريع من البنك الدولي بانتظار فرصة عمل قد تأتي ولا تأتي، لكنها تسلمت بالصنارة والصوف لتسج حكاية كفاح نسائي مميز.

والمميز أكثر في قصة كفاح المهندسة حليلة أنها كتبتها في ظروف بالغة التعقيد في قطاع غزة الذي يعاني من حصار إسرائيلي مشدد منذ منتصف عام 2007 وتفاقم حاد في معدلات الفقر والبطالة بما لذلك من انعكاسات اجتماعية سلبية.

وتقول المهندسة حليلة (42 عاماً) والتي تعمل أصلاً مديرة ومرشدة في مجال ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة، إنها سعت إلى علاج مشكلة البطالة لأختها وكثير من ربات البيوت من ذوات الدخل المحدود، عن طريق صناعة تسج الصوف (الكروشيه).

# أهم أنواع المنشورات ، وكيفية اعداد محتويات غنية وجذابة

## رابعاً: التقارير

### تعريف التقرير:

○ هو تصور لموقف اجتماعي أو اقتصادي أو ثقافي، ويهتم عادة بتوضيح الإيجابيات والسلبيات المتعلقة بالموقف. وهو نشاط يمارس ومجال من مجالات التفكير لعرض وجهة نظر وافكار فردية للآخرين.

○ وسيلة من وسائل الاتصال الفعال في منظمات الأعمال بين المستويات الإدارية المختلفة، وبين وحدات النشاط كل في مجال اختصاصه.

# / التقرير

- عرض مكتوب لمجموعة من الحقائق الخاصة بموضوع معين أو مشكلة معينة، ويتضمن تحليل واقتراحات وتوصيات تتماشى مع نتائج التحليل.
- حقائق خاصة بمشكلة معينة، تعرض عرضاً تحليلياً بطريقة مبسطة، مع ذكر الاقتراحات التي يجب أن تتماشى مع النتائج التي تم التوصل إليها بالبحث والتحليل.
- وثيقة تهدف الى نقل وإعطاء المعلومات والنتائج الخاصة بدراسة موضوع معين من اجل تقديم الأفكار والتوصيات.
- إعلام الغير كتابياً بأمر من الامور

## / التقرير

○ وهناك من يعرف التقرير على انه خير موسع وهناك من يعتقد باختلاف التقرير عن الخبر . الا انه من المتفق عليه أن هناك نقاط تشابه و اختلاف بين كل من التقرير والخبر.

○ فمن نقاط التشابه مثلا:

- اشتمال التقرير على إجابات للأسئلة الستة (ماذا ومن وكيف ولماذا ومتى وأين)
- تضمن التقرير للعنصر الإخباري من الناحية التعبيرية
- يمكن لمادة التقرير أن تشكل خبراً

# / التقرير

## □ أهداف التقرير:

1. الهدف الأساسي لكتابة التقارير هو نقل ونشر المعلومات، وفي بعض الحالات تستخدم كوسيلة لتقديم توصيات او اقتراحات
2. معاونة الإدارة في أداء وظائفها المختلفة
3. التوثيق والتسجيل
4. تبادل المعلومات
5. معلومات مرجعية

## 1. نقل ونشر المعلومات من خلال:

- إعلام الغير بأمر من الأمور
- تحريك سلوك الآخرين عن طريق إقناعهم بشيء معين أو بوجهة نظر محددة
- عرض نتائج بحث أو دراسة لموضوع معين أو مشكلة مهمة ليستفيد من قراءة هذا التقرير كل من اطلع عليه

# / التقرير

## 2. معاونة الإدارة في أداء وظائفها المختلفة، وتحديدًا فيما يلي:

- التخطيط: من خلال المعلومات التي تقدم عن الانجازات السابقة والإمكانيات المتاحة، ووجهات نظر وتوصيات القائمين على الانشيطه المختلفة في المنظمة ، مما يساعد على إصدار خطط موضوعية وعلمية وقابله للتنفيذ وتتوفر لها مقومات النجاح.
- الرقابة: من خلال مقارنة الانجاز الفعلي في ضوء الخطة الموضوعية وحسب معايير الأداء المتفق عليها

# / التقرير

- التوجيه والإشراف: من خلال المعلومات التي تقدم عن سير العمل وأي مشكلات أو معوقات تظهر أثناء التنفيذ.
- المتابعة والتقييم: من خلال متابعة الأنشطة المختلفة وتقييم أداء الأفراد والوحدات الإدارية، وتحديد مدى تحقيق الأهداف الموضوعية والاختلالات التي وقعت وتقدم تحليلاً لأسبابها وكيفية تلاقيها مستقبلاً.



## 3. التوثيق والتسجيل

نعتبر التقارير وسيلة للتوثيق والتسجيل، فهي تعبر عن نشاط وانجازات وأعمال تمت ونتائج تم التوصل إليها، ومشكلات واجهت العمل وأساليب معالجتها.

فنجد مثلا نعتبر مجموعة التقارير التي تصدر نهاية كل سنة مالية سجلا لنشاط المنظمة خلال هذه الفترة الزمنية، و تتضمن تحليلا لنتائج الأعمال و تقييم لمستوى الأداء والمعوقات التي واجهتها المنظمة ايضا.

# / التقرير

## 4. تبادل المعلومات:

فهي نعتبر وسيلة لتبادل المعلومات بين الوحدات و الانشطة المختلفة داخل المنظمة و بالتالي التأثير على خطط و برامج هذه الوحدات بما يكفل تحقيق أهداف المنظمة.

## 5. معلومات مرجعية:

هناك بعض التقارير التي تتضمن معلومات نحتاج دائما للرجوع إليها، مثال ذلك تقييم الأداء التي توضح خطوات سير العمل و الإجراءات المختلفة الواجب إتباعها، و مثل هذه المعلومات تعد مرجعية في تدريب الموظفين الجدد أيضا.

# / التقرير

وسيله  
عليها في  
الخطط  
في  
مشكلاته،  
الا في  
الا

# / التقرير

## □ أهمية التقرير:

- تعتبر التقارير مصدرا دائما للمعلومات يمكن الرجوع إليها في أي وقت
- تساعد التقارير على فهم واستيعاب المعلومات والحقائق أكثر من غيرها من وسائل الاتصال الأخرى
- تعتبر التقارير القاعدة الأساسية التي تتخذ القرارات بناء عليها
- تتميز التقارير بالاعتدال في إعدادها إذا ما قورنت ببعض وسائل الأ

تعتبرها : أ - أهم : الأ : في : الأ :

# / التقرير

منها ومنها:

احصائه

فيما

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

١٠

# / التقرير

## ١- البيانات الكمية: ○

- ١٠٠
- ١٠٠

## ٢- البيانات النوعية: ○

- ١٠٠
- ١٠٠

# / التقرير

## الجهة المستفيدة:

- 
- 

## الجهة الممولة:

- 
-





# / التقرير

تي يغطيها

أما

:

:

:

\_\_\_\_\_

○

:

توصيه

:

:

في

اتخاذها:

إلا

○

:

"

كا

:

:

"

:

\_\_\_\_\_

○

:

:

ك

# / التقرير

البيانات الجيدة:



تم



الار



صح



الحجم



الى الإ



# / التقرير

□ الآراء :

○ آراء الخبراء

○ آراء الإدارة : والآراء

○ آراء الخبراء والآراء

○ آراء الخبراء والآراء

# / التقرير

١٥

❖ صفحة الغلاف	بداية التقرير
❖ صفحة المحتويات	
❖ إجراءات التعديل	
❖ المقدمة (الأهداف، المجال)	
❖ ملخص الإدارة	
❖ عرض المعلومات والحقائق	صلب التقرير
❖ الجداول	
❖ الرسوم البيانية	
❖ الدراسة والتحليل	
❖ النتائج	خاتمة التقرير
❖ التوصيات	
❖ الملاحق	

# / التقرير

□

○ الأ: :

○ الأ ك : ١٥

○ الأ ل : ١٥

○ قابليته : ١٥

○ الأ : ١٥

# / التقرير

1. أن يكون كاملاً، دقيقاً وصادقاً
2. أن يكون مختصراً بقدر الإمكان وبسيطاً
3. أن يكون موضوعياً غير محكوم بأرائك ورغباتك واحكامك الشخصية
4. له بداية ووسط ونهاية
5. له ترتيب وثنائج منطقي و تقسيم وترقيم الاجراء
6. أن يكتب في لغة واضحة ومباشرة
7. أن يقدم في الوقت المطلوب تقدمه فيه (الملائم)
8. استخدام الإيضاحات البيانية كلما كان ذلك ممكناً
9. أن تكون له خلاصه تعبر عن معطيات التقرير
10. خالياً من الأخطاء

□ برهان : هـ  
وقياسه  
A4 هـ  
اكثري  
تر بأنه  
عمياً

لمى  
الأك

□ تونه  
لج  
يا  
كا  
بوا  
ت

○

الآ في هذه الآ

نتيجه فهمها ك مستوياتهم.

○

ه الآ انه:

الآ

ه في ه

ه

○

لانه ي لي ب لج لي ك

شابه تي

ه ه ه

○

ه حي

في الآ

ه صحافة



**الهاتيا الأكثر:**  
وصولة للماني ٧ مرات - لعباً ٩٨ مباراة -  
تمداد ١٩٤ مرة - لعباً في الدور قبل النهائي ١٠ مرة  
... استناداً للأهداف ١٢ صفاً

**البرازيل الأكثر:**  
١٩ مرة - ٨ مرات  
وصولة للماني ٧ مرات -  
لعباً ٩٨ مباراة - لعباً ٦٤  
مباراة - تسجيله  
للأهداف ٢٠ صفاً  
**البرازيل:**  
أكثر الأهداف  
صارة ٢٢ مباراة  
اندونيسيا،  
أهل الفرق لعباً  
مباراة واحدة  
**الجزر:**  
أكثر سجل الأهداف ٢٢٧  
صفاً في المباراة  
**إيطاليا:**  
أكثر الأهداف  
لعباً ١٩ مرة

**الجزر & السافادور**  
أكثر نتيجة ١/٦٠ مونديال ١٩٨٢

**البرازيل & السويد**  
الأكثر نتيجة ٧ مرات

**الدنمارك & إيران**  
أكثر مشاركة وإسهام  
الدور الثاني ٣ مرات

**إسكتلندا**  
أكثر الأهداف مشاركة دون تدخل  
الدور الثاني ٨ مرات

**روماندو**  
حدها المونديال ١٥ صفاً

**جاستين**  
أكثر من سجل في نفس  
المونديال ١٣ صفاً عام ١٩٥٨

**أوليف**  
أكثر تسجيلاً في نفس المباراة ٨ أهداف  
**ساليكو** في لقاء الكاميرون وروسيا بمونديال ١٩٩٤

**جيف**  
أكثر من سجل في النهائي ١٣ صفاً مونديال  
**هورست** ١٩٦٦

**بيليه**  
أكثر من سجل في نهائي مونديال السويد ١٩٥٨ وكان  
عمره ١٧ سنة و ٢٤٩ يوماً

**بيلسي**  
أكثر اللاعبين تسجيلاً في النهائي مونديال  
**ليد جولم** ١٩٥٨ وكان عمره ١٩٥ سنة و ٢٦٢ يوماً

**يوجان**  
أسرع صفاً في نهائي مونديال  
**بيسكينز** سنة ١٩٧٤ بعد مرور ٩-ثانية صفاً

**فكرة ونصير :: عيد الملي عيد**

**بوابة الوفد**

DMi  
كل يوم معلومة طبية  
DAILYMEDICAL.INFO.COM

## فوائد البامية

هل تعلم أن ملكة مصر كليوباترا  
كانت تحب تناول البامية والفنيج  
بالباميا من ترطب الجلد وتقلل  
من البثور..... وهذا ليس غريب  
على كليوباترا رمز الجمال

**غنية بالألياف**  
تحسن من حيوية الجلد  
تحارب السرطان

**غنية بـ**  
البروتين - فيتامين ب  
الفسفور - البوتاسيوم  
الالياف الغذائية - فيتامين  
الف - فيتامين سي -  
فيتامين ك - فيتامين ب 6

خطوة لتناول الخضروات

البامية تخفض من وزنك  
فهي كبقية الخضروات  
غنية بالألياف وقليلة  
السعرات الحرارية  
فتشعر بالشيء بسرعة  
لذلك فهي فعالة جداً لمن  
يتبع الحمية الغذائية

تحتوي البامية على مضادات الأكسدة التي تحارب السرطان

البامية تحتوي على مضادات الأكسدة والتي تتمثل في البيتا كاروتين والزانثين والوتين والتي تغل من خطر الإصابة بالسرطان .  
وكذلك فإن البامية غنية بفيتامين سي والذي يعتبر من مضادات الأكسدة و كذلك يبطل  
مفعول الجزيئات الحرة وهذه الجزيئات الحرة تعتبر المسببة لبعض أنواع السرطانات

جميع الحقوق محفوظة لموقع كل يوم معلومة طبية ©2013  
All Rights Reserved For DailyMedicalInfo.com 2013  
DailyMedicalInfo DMedicalInfo DMedicalInfo DailyMedicalInfo DailyMedicalInfo

Translated by  
Dr. Shadi Khatib  
www.dailymedicalinfo.com

- الأشكال البرية (التي تستخدم في الصحف وغيرها).
- الإبريق - هذه الإبريق - البريق - البريق
- وفي الجيد
- الجيد

/

→

○ الأشكال البرية (التي تتواجد في الصحف وغيرها).

○ الإلهام - هذه الأسماء - التي تأتي من الطبيعة

○ وفي الجيد  
التركيز على الأسماء الجيدة  
التي تأتي من الطبيعة



/

الأ

ك

هـ

ذ

ر

ز

ح

✓

توا

الا

ومشاركاتهم في  
العملية

الا

هـ

لى

✓

والتي

نشرها

تي

في الا

الا

✓

ك

✓

الاجابة هي:

هي التي تسمى بالبركات

وهذه أكثرها الاثر

بها

هنا هذه هي:

الاجابة هي لحدتها

✓

الإ. تريجي

✓

ت

م

لا

✓

✓

م

س

✓

لا

س

لح

س

لا

لا

لا

س

س

الأ. عي اي:

Facebook

" " في 28 تموز من عام 2003  
الأمريكي



تويتر (Twitter)

2006  
Tweets

الأ. ك  
لمستخدميه

والتي ت

أقصى 140



:(YouTube)



يورا  
2005

فيما

ا

يورا

شخ

ي

ي

2006.

فيما

عليه

الاعمال	الاعمال	الاعمال	الاعمال
الاعمال	الاعمال	الاعمال	الاعمال
الاعمال	الاعمال	الاعمال	الاعمال
الاعمال	الاعمال	الاعمال	الاعمال

(فعلى سبيل المثال: يجب أن لا يزيد النص في الإعلان على موقع فيسبوك عن 20% من حجم الصورة لتتمكن من توصيله لنجمهور عبرالإعلان الممول).

الأهداف الترويجية ه  
الأهداف ه  
في الاعمال ه

/

✓

الات

هي في ك

ك

الات

هذه

ذ

✓

ت

لج

لبر هذه

✓

ت

ل

ل

ل

ل

✓

الات

لج

هذه  
وغيرها

ل

لج

(ك)

قياسه

تطويره

## د : د : البريدية الإلكترونية

○ هذه الا

الا

وغيرهم

الا

كبيرة

المحلي لي

○ هذه

المحلي والدولي ونشاطه

تبه الاعضاء واصراف المجتمع



# / النشرات البريدية الإلكترونية

○ هـ هذه الا :

✓ برا (Email List)

✓ برا Excel

✓ برا (Mail chimp)

برا برا غيره

✓ برا علمها برا

✓ لخد هذه الاذ تئته

✓ الا لخد الا التي هذه برا هذه الا

الإذاعي

:



الإذاعي

هذه الإذاعي

○

الأكثر

الإذاعي /

إلى

إلى:

الإذاعي

هذه الإذاعي

○

لح

✓

الإذاعي

✓

✓



✓

لج

هي

تم لي

برا

الأشخاص

هـ

لج

شخصي لج

الا

هـ

فيا

هذه

الا

فيا

الا

هـ

عليها

الا

الا

لج ضيرن

فيا

تشاهد

ت

بر





هـ / هذه :

- يوم / يوم
- الأ / الأ
- ير / في يوم الحوار
- الإ / البرنامج في الإ  
الإ / مشاهدة الإ / له / صح / والانتز

/

- ير : : ير
- هذه الا. : ير
- ت : هذه ير  
الا. الالكترونية ير

الا. ✓

- حتى لي : : وواضح ير الانتباه

/

الإ : - - - - -

ن (متى) :

الإ : على  
ت هي الإ .

فمثلا هناك بعض الإذاعات لا تفضل الصوت الأنثوي أو الإعلانات الغناء

## الهدف من التدريب

- هـ الا الى صح ويهدف الى الإ  
ب متميز
- هـ أشبه ك  
لخبر فيه
- صح لأنه يقتضي لح الأقصى الإ في لح الا صى  
لح الاقصى  
له

الإعلام :

- يترجم الإعلام صحة المجتمع لخدمة الإعلام
- الإعلام هي صحة المجتمع
- صحة المجتمع الإعلام
- الإعلاميين في المجتمع
- الإعلام في المجتمع
- الإعلام في الأنشطة المجتمعية

لح : /

○ تم هذه الا يدك اساسي لي  
ضخ  
تير أكبر، هي

أشبهه

○ هـ في تـ هـ  
لا  
ويتهم تـ الا  
هـ هـ  
يحتاجونه

# / اللقاءات التوعوية و / التعريفية المعلوماتية

✓ ه هذه الا :

○ هذه لح /  
تي  
ه

○ برا الا اتر تم  
صحا الا  
تي  
وغيرها

○ تجهيز لح  
ي ك  
يهيز ك  
ير  
ن  
يه على



بإرسال الرسائل القصيرة ✓

• لاجل إلمها في  
تأثير الرسائل القصيرة

• وهي تستخدم في كثير من الأحيان

• وانها تستخدم لتوافره (الرسائل القصيرة)

• 92 % من مستخدمي الهواتف الذكية  
تستخدم الرسائل القصيرة

• 70 % من مستخدمي الهواتف الذكية  
تستخدم الرسائل القصيرة



✓ الإِ / الأتر :

## كبيرة الحجم

في منطقته

في الأ

ضخ أكبر منها،

الأ: إلى هذه

• وهي ت

ل

LinkedIn

مجال المهنة الخاصة في نطاق

الاشتراك

الخ  
لى

الجمهور:

الاتر

لى

ي

على هذه

الاتر

ه

الاتر

الاتر

ربطه

دنيا الوطن  
www.duniaworld.com



جوليت  
JULIET

# تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر



# / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

م	ن	ل	ل
م	ن	ل	ل
١	١	١	١
٢	٢	٢	٢
٣	٣	٣	٣
٤	٤	٤	٤
٥	٥	٥	٥
٦	٦	٦	٦
٧	٧	٧	٧
٨	٨	٨	٨
٩	٩	٩	٩
١٠	١٠	١٠	١٠
١١	١١	١١	١١
١٢	١٢	١٢	١٢
١٣	١٣	١٣	١٣
١٤	١٤	١٤	١٤
١٥	١٥	١٥	١٥
١٦	١٦	١٦	١٦
١٧	١٧	١٧	١٧
١٨	١٨	١٨	١٨
١٩	١٩	١٩	١٩
٢٠	٢٠	٢٠	٢٠

# / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر



# / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

○

لج

○ لتوزيع أى لخ

وتوزيعها

○ الأ

○ الكافي

○ الأ وغيرهم الجهات

○ والاحترافي

الأ

الأ

الأ

تي

هـ

هـ

هـ

تي

هـ

هـ

# / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

الخطوة	المحتوى	الترتيب
1	ن ه	1
2	ق / د	2
3	لا / لا	3
4	وغيرها	4
5	ب	5
6	لا / في / لا	6
7	/	7

<b>Type of publication/ Information to be disseminated</b>	<b>Target audience/Group</b>	<b>Reasons /Expected results</b>	<b>Recourses &amp; Tools to be used</b>	<b>Responsibilities</b>	<b>Timeframe &amp; Frequency</b>



/ تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

ما هي أنواع المعلومات المراد نشرها من قبل الاتحاد والغرف التجارية  
وتشاركها مع الاعضاء

هنا يجب تحديد مجالات العمل الرئيسة والفعاليات المراد نشرها

ت ٤ الإ ٣

## / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

من هي الفئات المستهدفة من هذه المعلومات لمن نريد ايصال هذه

تحديد الفئات المستهدفة من كل نوع من المعلومات المحددة سابقا  
(أفراد ، قطاعات، مؤسسات ، وغيرها )

## / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

ما هي الغاية من نشر هذه المعلومات ما هي الاسباب والنتائج

تفسير أهمية المعلومات المحددة للفئة المستهدفة ، والنتائج /المصالح التي يمكن أن تحققها هذه الفئة من خلال توفر هذه المعلومات في

## / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

ما هي الأدوات التي سيتم استخدامها وما هي الموارد المالية المتاحة :

هنا يجب تحديد كيف سيتم توصيل المعلومات المحددة مع اختيار الطرق والأدوات الأكثر ملاءمة لتوصيلها للفئة المستهدفة . لي مراعاة الخصائص الثقافية والتعليمية و، لسكانية لهذه الفئة فضلاً عن تحديد الإمكانيات المالية والتقنية اللازمة في هذا الا

## / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

من هي الاطراف المسؤولة عن نشر هذه المعلومات

شخ / الاشخاص المسؤولين عن إدارة وتنفيذ ومتابعة هذه  
الخطة بشكل دوري ، مع تحديد مسمياتهم الوظيفية

## / تطوير خطة متابعة للإفصاح ونشر

ما هي مواعيد واوقات نشر هذه المعلومات وهل هناك دواعي

تحديد تاريخ تنفيذ النشاط ونهايته ، اي تاريخ اليوم / الأ  
سيتم فيه نشر وتوصيل المعلومات للفئات المستهدفة

وهنا يجب تحليل الأنشطة والإجراءات اللازمة لتجهيز المعلومات و  
تحضيرها قبل الإفصاح عنها ومن ثم تحديد التوقيت الدقيق



# المراجعة والتقييم





شكراً لاصفاؤكم

قررت رفع رأسمالها إلى ١٠ ملايين دولار

# التكافل تحقق ١,٥ مليون دولار صافي أرباح



غزة، فيما تم رفق الشركة بالكوادر والخبرات للميزة في مختلف اللجالات ، اضافة الى جهود التطوير والتدريب للمستمره للعاملين . وأشار إلى الانجاز الذي حققته التكافل باختيارها ضمن افضل عشر شركات على مستوى الوطن العربي في مجال التميز والريادة لقطاع التأمين للعام ٢٠١٥ ، وتكريمها في الملتقى الدولي لادارة المخاطر المالية وللصرفية والتأمينية في دبي، والذي نظّمته مؤسسة المعايير الدولية بالتعاون مع اتحاد للصارف العربية والاتحاد العام العربي للتأمين. من جهته أكد مدير عام شركة التكافل محمد الريماوي استمرار الشركة بنهجها المتمثل بتعزيز الالتزام والشفافية، مشيراً إلى أنها أضحت عنواناً كبيراً لمن يبحث عن الالتزام والشفافية والصدق. وقال : ستواصل الشركة توسعها وانتشارها في مختلف محافظات الوطن، وبخط متواز ستواصل رفع المستوى التقني والهنوي لكادرتها وموظفيها، باعتبار أن العنصر البشري اهم وابرز عناصر النجاح. وذكر أن الشركة شرعت مؤخراً في الترويج وتقديم خدمات ومنتجات تأمينية جديدة أهمها ما يعرف ببرنامج التكافل العائلي، الفردي والجماعي، والذي يعرف بالمفهوم التقليدي "التأمين على الحياة". وقال الريماوي قمنا كذلك ببناء برامج تأمين تتناسب مع ذوي الدخل للحدود، كما هو الحال في برنامجي حصن وسنابل، وغيرهما من البرامج للمؤسسات والشركات والافراد، بهدف ابتكار تأمينات جديدة تلبي حاجات شرائح المجتمع المختلفة، وتطلعات الشركة، وتتوافق مع الشريعة الاسلامية، بما يضمن توفير حياة كريمة، لأسرة الشخص للتوفى أو من يتعرض لنوع من العجز الدائم، كليا أو جزئياً.

رام الله- اعلنت شركة التكافل للتأمين أنها حققت مبلغ ١,٥ دولار كأرباح صافية بعد الضريبة عن العام ٢٠١٥، وقررت رفع رأسمالها إلى ١٠ مليون دولار أمريكي، كما أقرت هيئتها العامة توزيع ١٠٪ كأسهم مجانية . جاء ذلك خلال اجتماعين عادي وغير عادي للهيئة العامة، في فندق اللوفتيك برام الله، حيث أعلنت ادارة الشركة أنها حققت عام ٢٠١٥ نمواً في الإنتاج بلغ ٢٦٪، كما تطورت الحصة السوقية للشركة من ١١,٧٪ للعام ٢٠١٤ لتصل الى ١٤٪ في نهاية العام ٢٠١٥. وتوجه رئيس مجلس الادارة طلال ناصرالدين بالشكر والتقدير للهيئة العامة على ثقتهم بالشركة، خلال السنوات الماضية ومنذ تاسيسها. وقال : لقد شهد عام ٢٠١٥ استمراراً للركود في العملية السياسية، وتراجعا ملحوظا في الاهتمام الدولي والاقليمي بعملية السلام ، الامر الذي انعكس بمجمله سلبيا على الدعم المالي والاقتصادي للحكومة الفلسطينية وكذلك الامر بالنسبة لتمويل مشاريع التنمية التي تقدمها الدول للاتحة . ولفت إلى أنه بالرغم من كل التحديات تمكنت الشركة من مواصلة نجاحاتها ، وتحقيق نتائج مميزة، معتبرا ان ما تحقق من نتائج نفخر بها يستند بالاساس الى تمسك الشركة باستراتيجيتها الاكتتابية من ناحية، وتعزيز مبدأ للصدق في التعويضات على أسس مهنية ، الامر الذي انعكس على الثقة المتزايدة لحملة الوثائق بالشركة ، وبرغبتها وقدرتها على الوفاء بالتزاماتها . وقال ناصرالدين إن الشركة شهدت توسعا في الفروع والمكاتب، حيث تعمل حاليا من خلال ٨ فرعا ومكثبا في المحافظات بما فيها قطاع

# الضفة الغربية: نزل في رام الله : يجذب الشباب

كلمنتين دو لا سو، شابة فرنسية قررت استخدام أول بيت للشباب في رام الله بالضفة الغربية. النزل أو بيت الشباب يعد تجربة رائدة داخل الأراضي الفلسطينية لتنشيط السياحة. مراسلنا في رام الله يلقي الضوء على هذه التجربة.



انطلقت من باب العامود في القدس واستقلت حافلة عمومية مرت بها عبر الجدار المحيط بالقدس، وبعد دقائق وجدت نفسها في "هوستل إن رام الله" في موقع مطل على المدينة ومشهد مكنها في ساعات الغروب من رؤية البحر المتوسط. خطت للإقامة يومين وامتد بها الأمر شهراً.

هذه حكاية الشابة الفرنسية كلمنتين دو لا سو مع أول نزل شبابي في الضفة الغربية، وهو فندق صغير يستوعب حتى أربعين نزيلاً، معظمهم من الشباب الذين اعتادوا على الإقامة في فنادق مماثلة في معظم انحاء العالم وخاصة الغربي منه، والمخصص لذوي الدخل المحدود من الشباب الراغب في السفر والتعرف على بلدان وثقافات جديدة. يوحى لك المكان بأنه في كندا أو المانيا أو الولايات المتحدة، فالنزلاء كلهم اجانب ومنهم من يسترخي على اريكة في الشرفة المطلة على المدينة الصغيرة، يقرأ كتاباً، ومنهم من يرسم في غرفة الانشطة، واخر يشاهد فيلماً على التلفاز، واخرون يعدون الطعام في المطبخ الصغير. فيما تشهد غرفة الاستقبال نقاشاً بين شبان وشابات، تبدو لكنتهم اميركية، حول القضية الفلسطينية.

## حكاية نزل

مؤيد ومهاب العلمي، اخوان من القدس، يديران فندقاً صغيراً في القدس، صمد، بعكس مثيلاته في البلدة القديمة خلال الانتفاضة الثانية وانقطاع السياحة. سافر مؤيد الى كندا واقام هناك في نزل، فتبنى فكرة اقامة مشروع كهذا في رام الله، التي يؤمها الاجانب، سياحاً وموظفين في منظمات غير حكومية، ومتطوعين يرغبون في مساعدة الفلسطينيين. بحث في المدينة عن مكان مناسب، واهتدى الى بناية يقطن معظمها اجانب يعملون في سفارات ا كبيرة قام بتأنيثها بما يتناسب مع الفكرة. وقبل الانتهاء نشر في مواقع السياحة العالمية الخاصة بسياحة الشباب عن



مؤيد العلمي سافر الى كندا واقام هناك في نزل، فواتته فكرة اقامة مشروع كهذا في رام الله، التي يؤمها الاجانب ، سيد  
منظمات غير حكومية، ومتطوعين يرغبون في مساعدة الفلسطينيين

### مهذب العلمى: مشروع تجارى وثقافى

مهذب الذى ىدبر واخوه الاكبر مؤيد، نزل رام الله، يقول ان اربعة ملايين سائح يزورون اسرائيل سنويا، قسم كبير منهم يزورون الضفة الغربىة، ويمضون النهار ثم يعودون للنوم فى اسرائيل، الا المقننرین منهم ببیتون فى فنادق مرتفعة السعر. " فكان دافعنا هو جذب الشباب الراغبین فى التعرف على الفلسطينيين، قضية وثقافة للاقامة فى الضفة الغربىة، باسعار فى متناولهم، والتعرف على كل نواحي الحىاة الفلسطينىة. " سبق ذلك بالطبع تعريف الاكترونىة بالمكان وما یوفره للطلبة والمتطوعین والجوالین. انه یخاطب العقلیة الغربىة، فالنزل یوفر الاقامة، ثم ینطلق السائح للتعرف وحده على المنطقه. " نحن لا نقوم باى دعاىة، فقد نرد على استفسارات المقیمین بعد ان یتجولوا فى الضفة الغربىة والقدس الشرقىة ویلتقون الناس ویعبرون الحواجز العسکرىة...،" ىضیف العلمى



یوفر النزل أو بىب الشبابة جدول انشطة یومیة مثل تنظیم مسار مشى فى مءىنة رام الله للتعرف علیها وعلى ثقافتها ، ورحلات فى حافلات خاصة الى القرى والمدن الأخرى فى الضفة الغربىة

### خدمات بسىطة لكنها كافیة

یوفر النزل، المبیب والافطار البسىط، (مربى ، خبز، زبده، شای واحیانا حمص..)، وخدمة انترنت مجانىة، وصالونات استراحة مزوذة بتلفزیون وفیدیو. كل ذلك بما یوازى عشرة یورو فى اللیلة، الا لمن یربذ غرفة خاصة فالسعر یرتفع الى ما بىن خمسة وعشرین واربعین یورو. ویتیح النزل للمقیمین اعداد الطعام الذى یرغبون فىه فى المطبخ ال ما یحتاجونه من ادوات، كما یقترح جدول انشطة یومیة مثل تنظیم مسار مشى فى المءىنة للتعرف علیها وعلى ثقافتها ، ورحلات فى حافلات خاصة الى القرى والمدن الأخرى فى الضفة الغربىة . وینظم لىلة فلسطينىة یتعلم خلالها المقیمون طینىة والتطریز و غیرها، وفى لىلة الفیلم، یعرض فیلم من انتاج فلسطينى یتناول نمط الحىاة، وخلال

الربيع والصيف ينظم يوم للمشي (hiking) اسبوعيا الى مدينة اريحا في مسار معروف دوليا يمر باديرة تاريخية وصولا الى اقدم مدينة في التاريخ. عن سر الجذب في النزل تقول كلمنتين دو لا سو الفرنسية " انه مكان اليف وحميمي عائلة صغيرة اقضي معها وقتا رائعا وبخدمات ممتازة وبسعر رخيص جدا . لقد تغيرت نظرتي للفلسطينيين وبت اؤيد استقلالهم الى جانب دولة اسرائيل. ".

اما رومينغه دول الالمانى ابن السابعة والاربعين فيقول : " انه المكان الامثل الذي اكتب فيه كتابا عن التحولات الاجتماعية في الشرق الاوسط، اجواء مريحة واليفة، ومدينة صديقة ووفرة في الخضار والفواكه التي اكثر منها، ومعرفة متعمقة بمادة اهتمامي وهو التحول الاجتماعي...". وبالمناسبة فان الالمان هم الاكثر ارتيادا للنزل، يليهم الدنماركيون ثم بقية الاوربيين والاميركيين. ولا غرابة ان العديد من النزلاء يعودون بعد ان يغادروا الضفة الغربية لاشهر، يعودون للاقامة في النزل لفترات اطول، بعضهم ممن اعجبته الاقامة، يبحث عن عمل في الجامعات المحلية او منظمات حقوقية او تمويلية او في منظمات الامم المتحدة والمنظمات الاوروبية والاميركية التي تقدم مساعدات للشعب الفلسطيني.

## بدويات فلسطينيات يحملن بكسر التقاليد المحافظة

شجع نجاح البدوية الفلسطينية، ناديا مليحات في إنشاء وإدارة منتجع سياحي في منطقة أريحا، مئات البدويات على محاولة خرق التقاليد المحافظة واقتحام مجالات العمل بمبادرات وأفكار تحسن أوضاعهن. فإلى أين وصلن حتى الآن؟



خلال رعيها للأغنام أو تصنيعها الجبن أو إعداد الطعام في خيمة من الصفيح، تحلم الفتاة البدوية في أن "يفتح الله عليها" وتغادر حياة الشقاء وتصبح مثل "ناديا" التي باتت تدير منتجعا سياحيا قرب أريحا بالضفة الغربية حيث يعمل تحت إمرتها عشرون رجلا وامرأة. المئات، وربما الآلاف من البدويات يتابعن تجربة رائدة لواحدة كانت تعيش مثلهن وبينهن، حياة أقل من متواضعة وأكثر من بائسة، ويتخيلن أنهن قادرات على تجاوز الحدود وخرق التقاليد والتحول إلى

"أصحو في الخامسة صباحا لأحلب النعاج وأسخن الحليب وأصنع الجبن فإذا هي الساعة السابعة فأكنس الحظيرة ثم اعد إفطارا لإخوتي الصغار قبل توجههم الى المدرسة ولوالدي ووالدتي المريضة وجدي ولي طبعا، ثم اقود القطيع الى المرعى حتى الواحدة فأعود لأسقى الأغنام واستريح قليلا. لابدأ بعد راحة بسيطة، في الإعداد للوجبة الرئيسية – نلة لنسهر بعدها مع أقارب أو جيران فنشاهد مسلسلا تلفزيونيا قبل أن أنام مبكرا واصحو كما في اليوم السابق". هذا ملخص الحياة اليومية لنجود العشي ابنة الثالثة والعشرين عاما التي تعيش في منطقة الأغوار قرب مدينة أريحا في المضارب التي أقامتها العشيرة المكونة من ثلاثمئة وعشرين فردا.



البدوية الفلسطينية ناديا مليحات نجحت في إنشاء وإدارة منتجع سياحي في منطقة أريحا خيم من الصفيح أو القماش المقوى، بلا كهرباء أو ماء جاري، اذ يشتري البدو الماء في صهاريج كبيرة للاستخدام المنزلي ولسقي القطعان في حين يشغل الميسور منهم محركات تعمل بالوقود للإضاءة وتشغيل بعض الأجهزة الكهربائية.

لا يختلف حال بقية عشائر البدو الفلسطينيين عن حال عشيرة العشي، خاصة بعد أن ضاقت بهم الأحوال نتيجة لتقليص مساحات الرعي بقرارات عسكرية اسرائيلية . ورغم أن بعض الأسر البدوية هجرت المضارب وانتقلت للعيش في مدينة أريحا أو مدن أخرى وبلدات وقرى، وتحول نمط حياتها، فإن سائر البدو ما زالوا يعيشون نمطا تقليديا ومصدر رزقهم الأساسي هو الثروة الحيوانية، فيما يقتصر عمل النساء على العناية بالأغنام والأسرة. وإن دفعت تكاليف الحياة ببالعمل في البلدات والقرى والمدن القريبة فإن التقاليد لم تتغير كثيرا عن السابق فيما يخص المرأة التي ظلت تابعا وعالة على الرجل رغم أنها تقوم بأعمال قد تفوق عمل الرجال

## تعليم "فك الحرف"



مدارس خصصت برعاية من منظمات إنسانية دولية ومنظمات غير حكومية لبعض العشائر البدوية بعض العشائر كانت محظوظة برعاية منظمات دولية انسانية ومنظمات غير حكومية فقامت بتجهيز بعض الخيام وبيوت الصفيح لتصبح مدارس شبه بدائية وهو ما دفع الاهالي إلى السماح لأطفالهم بالالتحاق بهذه المدارس والبعض تحمس وأرسل بناته للتعلم في المدارس ولكن للمراحل الأولى. " تعلمت حتى الصف الخامس الابتدائي، حيث رفض والدي ارسالي الى المدرسة بعد ذلك لأن هذا يتطلب السفر الى اريحا يوميا "، تقول فاطمة الحسان مضييفة "مع انني كنت اتعلم واساعد في اعمال البيت والرعي وغير ذلك ومن حينه وانا اندب حظي حين ، واقارن حالي بالنساء التي اراهن في المسلسلات والبرامج التلفزيونية واين وصلن فمنهن من تقود السيارة ومنهن من تقود الطائرة وهناك ناديا مليحات التي تدير منتجعا سياحيا". لكن فاطمة تؤكد انها لن تياس فهي تمكنت بعد جهود كبيرة من اقناع والدها بالسماح لها بالعمل في بلدة أبو ديس، القريبة من القدس ، كعاملة تنظيف. " عملت سنة ونصف ثم قرر والدي أن اتوقف بحجة انه سمع ان فتاة تعرضت لتحرش واعتداء من قبل ثلاثة شبان وهي عائدة إلى منزلها، وانا لم افقد الامل في اقناع والدي مجددا بالعودة الى العمل ،فهو يعرف انني ساهمت في مصاريف العائلة في مواجهة الظروف الاقتصادية الصعبة والتي تزداد ضيقا وبؤسا ."

## البدويات هدف تنموي

أضافة لما سبق من امثلة تدفع البدويات للنضال من أجل حق الانطلاق ودخول مجال العمل، انتعشت آمالهن مع انشاء مؤسسة " ادوار " التي تنفذ مشاريع لتعزيز مشاركة الشابات والشبان البدو في الحياة الاجتماعية. وكذلك في عمل بع المؤسسات على تشكيل جمعيات للنساء البدويات لتعلم مهن وحرف. حيث التحقت عشرات الفتيات بدورات التأهيل وتعلمن الحياكة والتطريز وبتن ينتجن مطرزات للاستخدام التجاري كحقائب اليد، ومحافظ النقود وأغطية المساند غيرها.

# برامج بنكية لتوعية الفلسطينيات بقدراتهن في إدارة

تساهم برامج بنك فلسطين ومؤسسات محلية ودولية أخرى في مساعدة آلاف النساء الفلسطينيات وإدماجهن في الدورة الاقتصادية من خلال تقديم قروض واستثمارات وتدريبات حتى يصبحن صاحبات مشاريع تجارية مربحة.

تفيد احصائيات رسمية فلسطينية ان نسبة النساء في القوة العاملة المشتغلة لا تزيد على 17 الفلسطينيات. وتسعى مؤسسات تعنى بالمرأة الفلسطينية إلى تدارك هذا الخلل، ومن بينها الجمعيات النسائية. لكن من البرامج التي يعول عليها في تغيير هذا المحلل الاقتصادي سمير العلي، هو برنامج بنك فلسطين الموجه للمرأة والذي شهد تطوراً منذ انطلاقه عام 2007.



البرنامج بني بعد دراسة شاملة عن المؤسسات النسوية وما تقوم به من حملات توعية. البنك نفسه بدأ بفتح باب المساواة بداخله على كل المستويات. ثم اطلق حملة توعية تحت شعار: " اعرفي بنكك للتوعية المصرفية" بدعم من مؤسسة التمويل الدولية ( اي سي اف) التي وفرت التدريب، والمدربين من الخارج ممن نقلوا خبرتهم الى موظفي البنك، فقام هؤلاء بتدريب خمسمائة سيدة اصبحن على وعي تام بالعملية المصرفية وحقوق الزبائن، وانواع ما يتعلق بعمل البنوك.

وتقول راية سبيتاني، رئيسة دائرة تطوير البرامج والمنتجات في بنك فلسطين، ان نسبة النساء بين زبائن البنوك في فلسطين لا تتعدى العشرين بالمائة، وتوجد معظم حساباتهم في بند التوفير، الذي لا يفتح آفاقاً كثيرة للتطوير او لف القروض والاستثمارات. "التدريب الذي وفرناه للنساء الخمسمائة، دفعهن لاعادة النظر في التعامل مع البنوك، كبداية طاقاتهم الاستثمارية، ولتنفيذ افكار حالت الاوضاع المادية والاجتماعية دون تحويلها الى مشاريع عملية مدرة".

مبادرات استثمارية للمرأة من خلال مساهمات لمؤسسة التمويل الدولية ( اي سي اف)





## خمس فائزات من بين 150

وتضيف راية في لقاء مع DW أنه " بعد هذه التدريبات ، تعاوننا مع منتدى سيدات الاعمال في تشجيع النساء الرياديات في انشاء مشاريع استثمارية. وقبل تدخل البنك، ساهمت مؤسسة هولندية في رعاية عملية اختيار المرأة الريادية، بعد ذلك اصبح البنك هو الذي يمول العملية . وقد تم تعميم المشاركة على الضفة الغربية وقطاع غزة. " الـ من افكار لمشاريع قابلة للتطبيق من طرف المشاركات. وقد شاركت مائة وخمسون امرأة في تقديم افكار في شهر – تشرين ثاني العام الماضي وفي شهر مارس – اذار الفائت، حيث تم فرز الطلبات وتم اختيار ثمانين منها. وخضعت صاحبات هذه الافكار لتدريبات مكثفة لتطوير خطة العمل، ثم اختير منها ثلاثة وعشرون مشروعا. واخيرا رسي الفوز على خمس نساء. حصلت صاحبات هذه المشاريع على فرص للتشبيك مع مشاريع مشابهة في الدول العربية والعالم في حين تبني البنك مشروعا لمهندستين حديثتي التخرج لانتاج مصعد لذوي الاحتياجات الخاصة.

### كيب مصعد في البنك

الخريجتان روان تماراز وناديا الرئيس، طورنا فكرتهما كمشروع تخرج ، كما تحكيروان ل DW: " المسابقة، وحظيت فكرتنا بالاستحسان والترحيب ووعدا البنك بتمويل كامل لمشروعنا. وسيتم تركيب اول مصعد من انتاجنا في البنك نفسه. تلقينا تدريبات مجانية حول تطوير خطة العمل ونأمل في نجاح المشروع عند اطلاقه بالكامل". تؤكد راية سبيتاني، ان البنك فتح امام المرأة الفلسطينية بوابة الاستثمار والحصول على قروض ضمن برامج مختلفة، الا أنه أطلق حديثا برنامجا جديدا لدعم مشاريع قائمة منذ أكثر من عامين، وهو برنامج ماجستير مصغر في ادارة (mini mba) وسيتم اختيار عشرين سيدة من الضفة ومثلهن من غزة، ليتم تدريبهن لعدة اشهر في ورشات تتناول تطوير خطط العمل وتطوير القدرات وخدمة الزبائن وكل ما يتعلق بالعمل الاستثماري وادارة المشاريع. وسيتم ارب استثمارية لتبادل الخبرات. كما سيتم عرض تجارب وقصص نجاحهن في الداخل



تساهم ألمانيا في عدد من المبادرات الإنمائية في فلسطين ( صورة ارشيف لزيارة وزير الخارجية شتاينماير لرام الله عام 2014 )

يمكن أن مشاريع البنك تتيح للمرأة تطوير قدراتها الاقتصادية والمالية والاستثمارية وتشجعها على الحصول على قروض متفاوتة الحجم، بتسهيلات ائتمانية معقولة. الفرصة متاحة لن لديها فكرة مشروع، ولمن لديها مشروع قائم وتسعى الى تطويره. وقد استفادت من هذه الفرصة عشرات النساء ومن بينهن منال رزق من نابلس التي تزوجت قبل اكمال تعليمها، وكانت ترغب في اكمال تعليمها إلى جانب رعاية أطفالها الثلاثة، وبعضها نجحت في فتح مدرسة لتعليم السواقة، حيث حصلت على قرض من بنك فلسطين لاكمال تجهيز مدرستها وتأهيلها"

# كيف تحمي أعمالك وحساباتك المصرفية عند عدم سداد العملاء

يقول فيكتور ساندي، الرئيس التنفيذي لدى شركة «غلوبال كومرشال كريدت» للوساطة التأمينية: «يشعر الجميع أنهم بخير حتى لا يعودوا كذلك، مجرد أن تتلقى الصدمة في المستحقات اللالية، تهتز بسببها أصول الأعمال لديك، أو ربما تأتي على أموال التقاعد خاصتك».

ويقول بلاك هوكينز، مؤسس ورئيس شركة «كومباتييال كابل»، وهي من شركات توزيع الكابلات في كونكورد بولاية كاليفورنيا، إنه حصل على تأمين سداد للمستحقات بعدما أغلق أحد العملاء الذي كان يعمل معه لفترة طويلة شركته ولم يسدد مستحقاته. وقال إنه يتلقى العائدات من الكثير من الحسابات وبالتالي لم يسبب الأمر صدمة كبيرة بالنسبة له، ولكنه استرشد بأنه بدأ التفكير فيما يمكن أن يحدث إذا توقفت أعمال أحد كبار العملاء لديه.

وقال السيد هوكينز: «لم نشهد أي عميل يعلن إفلاسه من قبل، والتأمين ليس رخيصا بأي حال، وعليك التوقف والتفكير مليا في الفوائد للترتبة عليه».

ويقول جيمس دالي، الرئيس والمدير التنفيذي لعمليات الولايات المتحدة لدى شركة «بولر هيرميس»، أن المعدلات تختلف، ولكن الشركة التي تؤمن على مليون دولار من المستحقات اللالية عبر «خطة البساطة» المشار إليها يمكنها أن تتوقع سداد قسطا تأمينيا سنويا بقيمة ٧ آلاف دولار.

ويضيف السيد دالي قائلا: «البوليصة مصممة لتغطية كل شيء في الشركة حتى مطبات الطريق، وهي ليست مصممة لتوفير التغطية الشاملة، إننا نعرف إذا ما كانت لديك خسارة بمقدار مليون دولار في المبيعات، وهو مبلغ يكفي لتوقف أعمالك تماما».

ويقول مايكل شين، رئيس شركة مايكو للأثاث في هيوستن، إنه كان يستخدم «العوامل» - وهي المجموعات التي تعمل على شراء المستحقات المالية للشركة بأسعار منخفضة - ولكنه تحول إلى التأمين الائتماني من خلال شركة بولر هيرميس كوسيلة لتخفيض النفقات على شركته وإفساح للجال أمام المزيد من الخيارات لما تعمل شركته على تأمينه.

وكانت شركته، التي تصنع الأثاث في آسيا وتبيعه في الولايات المتحدة، قادرة على تأمين ما يقرب من ٥ ملايين دولار من المستحقات اللالية من العائدات السنوية وحتى مبلغ ٢٥

مليون دولار. ويقول السيد شين إن التكلفة التأمينية كانت تساوي نصف نقطة مئوية فقط، وهي أقل من ٢ نقطة مئوية على كافة المستحقات التي كانت مجموعات «العوامل» تفرضا عليه من قبل.

نيويورك: بول سوليفان، نيويورك تايمز-بعد ما يقرب من عقدين من الزمان في صناعة التعبئة والتغليف، اكتشف إيزي ايزنبرغ وجود حاجة لمنتجات التعبئة والتغليف الأكثر تخصصا وتعقيدا - أو كما وصف الأمر بنفسه «الأشياء التي لا يفضل الأشخاص الآخرون التورط فيها».

ولقد كان محقا، والشركة التي بدأها، والمعروفة باسم «أساليب التعبئة والتغليف المحددة»، قد انطلقت. والأمر الذي أزعجه كثيرا، رغم ذلك، أن أكثر الأرباح التي حققها كانت ناتجة عن ثلاثة أو أربعة عملاء كبار فحسب، وإذا لم يسدد أي منهم ما عليه من مستحقات - أو حتى كان بطيئا في سداد تلك للمستحقات - فسوف تتضرر شركته وتواجه خطر الفشل، وقد يطيح ذلك بثروته الشخصية نفسها.

يقول ايزنبرغ، متذكرا الوقت قبل ١٣ عاما: «كانت الكميات كبيرة للغاية لدرجة أشعرتني بعدم الارتياح، ومن حسن الحظ، لم يحدث ما يعكر الصفو عندما بدأت شركتي في العمل».

وبعد ثلاثة أعوام في ذلك اللجال، كان لديه ما يكفيه من سجل متابعة الأعمال الكافي للحصول على التأمين الائتماني، والمعروف أيضا في الأوساط التجارية باسم التأمين للمستحق، وبستخدم في تأمين مستحقاته لدى المشترين. ومنذ ذلك الحين، كانت له أربع مطالبات لدى المشترين، ومن بينها مطالبة بمبلغ كبير كانت لتسبب صدمة مالية مروعة لشركته. ولقد سددت شركة التأمين تلك الأموال، الأمر الذي أنقذ شركته من الإغلاق. كتبت الأسبوع الماضي حول الكيفية التي يمكن لأصحاب الأعمال، والتي ترتبط ثروتهم الشخصية بشركاتهم العاملة، تأمين الأموال لشراء حقوق الشركاء أو الاستحواذ على شركات أخرى في نفس اللجال. ولكن قبل الوصول إلى هذه للرحلة، يحتاج رجال الأعمال في اللعداد إلى حماية شركاتهم بالأساس - وثروتهم الشخصية كذلك - في حالة أن العملاء لا يسدّدون قوتيرهم للمستحق. ولسوف يكون أمرا معيقا وغير عملي الاحتفاظ بالكثير من الأموال النقدية في الاحتياطي.

وتلك هي الحدود التي تقف عندها شركات التأمين، حيث توفر التغطية التأمينية للشركات ذات الأرباح السنوية التي تتراوح بين مليون دولار وحتى ٢٠ مليونا.

ولقد وضع بولر هيرميس، وكيل حدود التأمين، مؤخرا خطة تسمى «خطة البساطة»، وهي تهدف إلى مساعدة الشركات والأعمال التي تتراوح مبيعاتها بين مليون دولار وحتى ٥ ملايين دولار، وهناك شركة تأمين أخرى تدعى «كوفيس»، توفر بوليصة التأمين الدولية، وهي المفضلة في المحيط الصناعي، والتي تهدف إلى تسهيل عمليات الشراء والاستخدام على الشركات التجارية متوسطة الحجم، وتراجع تلك البوليصة فقط الحسابات العليا للشركات وتوف الغطاء التأميني الشامل لبقيّة أعمال الشركة.

ويستطرد السيد شين فيقول: «إنها أكثر راحة للبال، بهذه الطريقة، لن نعاني كثيرا في الحسابات الكبيرة، فإذا كان التأمين على ٣٠ ألف دولار في الشهر وأعلن أحد هذه الحسابات الإفلاس أو لم يتم أحدهم بالسداد في اليعاد فحسب، فلن نخسر تلك الأموال بالكلية».

يقول باركر فريدمان، رئيس شركة «آري غلوبال» للوساطة التأمينية، إن التأمين الائتماني هو آخر شيء يفكر فيه أصحاب الشركات والأعمال، ولا يفكر فيه إلا القليل منهم حتى يواجه أحدهم خسارة مالية معتبرة.

ويضيف قائلاً: «هناك أمر ما تتوقعه ويمكنه أن يضر بأعمال شركتك؟ إن الخسارة التي قد تسبب الضرر للشركة تختلف وفقاً لحجم ومستوى أرباح الشركة. فإن خسارة ٥٠ أو ١٠٠ ألف دولار يختلف تأثيرها في الشركة ذات المليون دولار عن الأخرى ذات الـ ٢٠ مليون دولار، وإنك تحاول على الدوام معرفة قدر الخسائر التي تستحوذ على جل اهتمامك».

ومع ذلك، يشير السيد ساندي إلى أنه في بعض الأحيان، حتى أكثر الشركات أمناً على ما يبدو، تعجز عن السداد في مرحلة من المراحل، وكانت تلك هي حالة شركة تارجت كندا، والتي أعلنت إفلاسها وتركت الكثير من البائعين دون سداد مستحقاتهم، وأضاف: «ليس لأنها تبدو كبيرة وقوية أن تكون فعلاً كذلك».

بالنسبة للكثير من رجال الأعمال، كانت لشركات التأمين الائتماني استخدامات أخرى خارج نطاق تغطية المدفوعات، حيث إن الشركات التي توفر التأمين للشركات الصغيرة تملك قواعد بيانات حول الجدارة الائتمانية للشركات في جميع أنحاء العالم.

ويقول السيد هوكينز عن ذلك: «تقابل في كل يوم بشركات جديدة وفي كل الأوقات، ولكننا لا نعرف عن هذه الشركات أي شيء»، ومن ثم يمكن لشركة التأمين مراجعة الجدارة الائتمانية لتلك الشركات.

وقال السيد شين إن قاعدة بيانات شركة يولر هيرميس تضم ٥٥ مليون حساب، ولقد ساعدته في زيادة مبيعاته بشكل ملحوظ، وأضاف: «إذا ما تمت للوافقة على العملاء لقاء ١٠ آلاف حتى ٢٠ ألف دولار، يمكن لشركة يولر أن تفيد بأن هذا حساب يتمتع بالجدارة الائتمانية، ويمكننا الموافقة عليه حتى مبلغ ١٠٠ ألف دولار، كما يمكننا أن نخبر مندوب المبيعات أن تلك الشركة تتمتع بالجدارة الائتمانية المطلوبة».

تقول كرسيتين براون، نائبة الرئيس التنفيذي لشركة كوفيس شمال أمبركا، إن التحقق الائتماني كان مفيداً للشركات التي تسعى للتوسع دولياً، وأضافت: «يمكننا القول إننا نعرف هذا المشتري وإنه لا ينبغي عليك شحن البضائع إليه، أو إننا نعرف المشتري الآخر، ويمكننا إرسال ٥٠ ألف دولار إليه».

يضمن التأمين في المعتاد ما نسبته ٩٠ في المائة من قيمة المستحقات، بعد تصفية الأرباح تماماً، وبمساعدة رجال الأعمال على زيادة مقدار المبالغ التي يمكنهم اقتراضها من البنوك. ويقول السيد ساندي مضيافاً: «إذا كنت متعهداً بالمستحقات خاصتك، فيمكنك الحصول على معدلات بين ٧٥ إلى ٨٠ في المائة، وفي وجود التأمين، فسوف تكون عند مستوى ٧٠ في المائة مع التأمين بنسبة ٩٠ في المائة، ويمكن للبنك حينئذ زيادة معدلاته المتقدمة، وإنها لرافعة أفضل كثيراً بالنسبة للأصول نفسها».

وقالت السيدة براون إنه إن لم تكن الشركة في حاجة للاقتراض، يمكن للتأمين أن يسمح لها بتخفيض مقدار الأموال التي تحتاجها في الاحتياطي النقدي من أجل تغطية الديون المتعثرة، وهناك حدود لذلك بطبيعة الحال.

وسوف تواجه الشركة إحدى هذه الحالات إذا ما حاولت التأمين فقط على أسوأ التسهيلات الائتمانية، كما قال السيد فريدمان، وتحتفظ أغلب شركات التأمين الائتماني بالحق في إصدار فاتورة التكاليف القضائية غير المتوقعة.

وقال السيد ايزنبرغ إنه كان في موقف قبل عدة سنوات ماضية عندما أعلنت شركة تقدر أصولها بمليار دولار عن إفلاسها. وكان فريق الدفاع عن الشركة يطالب شركة ايزنبرغ، والتي كانت تحقق أرباحاً بقيمة تتراوح بين ٢ إلى ٥ ملايين دولار آنذاك، بإعادة الأموال التي تلقتها من الشركة في صورة مستحقات مالية.

يقول السيد ايزنبرغ «حاولت التفاوض لصالح شركتي، ولكنني لم أكن سوى ثقب صغير في جدار كبير، ونظراً لأنها كانت شركة عملاقة بالفعل، تمكنوا من الوصول إلى ومطالبي بإعادة الأموال التي سددها خلال الـ ٩٠ يوماً الأخيرة، وكان مبلغاً كبيراً». وتمكن السيد ايزنبرغ من الاستفادة من التغطية التأمينية التي وفرتها بوليصة شركة يولر هيرميس في ذلك الوقت، ثم منح شركة هيرميس حق التفاوض بالنيابة عن شركته.

وقال السيد ايزنبرغ أخيراً: «لم يكن أمامي من سبيل لأقوم بذلك وحدي، وبعض من الشركات الصغيرة التي تواجه مثل تلك المواقف ينتهي أمرها في عالم الأعمال تماماً، كما أن انهيار تلك الشركات يؤثر من دون شك على ثروات مؤسسيها».



# مسودة قانون الشركات الجديد والشركات الناشئة في فلسطين

بقلم : المحامي طارق طوقان  
للمجموعة القانونية ايكويتي

تستعد وزارة الاقتصاد الوطني لتقديم مسودة جديدة لقانون الشركات في فلسطين، والتي نتوقع أن تكون ملبية لطموحات القطاع الخاص وتطلعاته في تشريع إطار قانوني حديث لتأسيس الشركات وعملها في فلسطين، وبخاصة في ظل الأوضاع الصعبة التي يواجهها الاقتصاد الفلسطيني والضغط التي يتعرض لها سواء بسبب العوامل الخارجية المتمثلة بالإجراءات الإسرائيلية أو بسبب العوامل الداخلية مثال ضعف الإطار القانوني أو ضعف التمويل، وجميعها عوامل تؤدي إلى ضعف المنافسة في السوق وإبعاد الإستثمارات الأجنبية.

ومن المهم الإقرار بداية بأن القطاع الخاص يستطيع من خلال دخول شركات جديدة إلى السوق، وخلق فرص عمل جديدة، وتطوير منتجات مبتكرة. أن يسهم في زيادة الانتاجية وتحقيق الرخاء في المجتمع. وهنا تلعب الحكومات دورا حاسما في إيجاد بيئة قانونية وتنظيمية مساندة وداعمة من خلال قوانين الشركات والأنظمة المتعلقة بها، فهي (أي الدولة) تضع القواعد القانونية التي تبين إجراءات تسجيل الشركات وزيادة رأس المال أو عدد الشركاء ودخول السوق المنظم وكذلك موضوع تصفية الشركات، وهي التي تحدد وتوضح حقوق الملكية المادية منها والفكرية. وبدون قواعد قانونية وإدارية جيدة وواضحة يتم إنفاذها على الجميع بدون تمييز، يواجه رواد الاعمال وقتا عصيبا لبدء النشاط التجاري وتنمية الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم التي تمثل محركات النمو وتوفير فرص العمل في معظم اقتصادات العالم.

تواجه الشركات الناشئة في فلسطين عددا من المعوقات التي تؤثر على وجودها، وتعرقل نمو الاستثمارات الصغيرة أو تطور المشاريع الصغيرة والمتوسطة إلى مشاريع كبيرة، مما يستدعي وضع حلول جذرية لهذه المشاكل، والاهتمام بدعم أصحاب المشاريع والاستثمارات الصغيرة ورواد الأعمال، وبخاصة ما يتطلبه إدخال مستثمرين خارجيين من تسهيل ووضوح وحوكمة. فبالإضافة إلى القيود المعروفة التي سببها الاحتلال، هناك العديد من القيود الداخلية "فلسطينية المصدر" والتي تعيق تطور ريادة الأعمال في فلسطين.

تأتي مشكلة التمويل على رأس المشاكل التي تواجه الشركات الخاصة، لاسيما الناشئة والصغيرة، في ظل تقاعس بعض البنوك عن توفير التمويل بأسعار مناسبة، أو عزوف هذه البنوك عن توفير التمويل بسبب عدم وجود الضمانات الكافية. هذا بالإضافة إلى عدم وجود صناديق مالية متخصصة وداعمة للشركات الناشئة ومن أسباب ذلك أيضا ضعف البيئة الناظمة والحامية لهذه الصناديق. كذلك هناك معيق آخر يتمثل في نقص الخبرة والوعي أو المعرفة القانونية لدى ريادة الأعمال والذي يحول أحيانا دون استفادة الشركات الناشئة من الفرص الاستثمارية، بسبب عدم معرفة هذه الشركات بأهمية أو طريقة تسجيل الأعمال أو الحقوق المادية وللعنوية المرتبطة بهذه الأعمال، ومما يذكر هنا أيضا قلة الخيارات المتاحة لاتمام عمليات البيع الالكتروني وارتفاع كلفته، وهذا كما هو معروف هو عصب التداول المالي في هذا العصر.

غير أن قطاع ريادة الأعمال يعاني كذلك من مشكلة حقيقية تتعلق بالبيئة القانونية الناظمة وهي بيئة غير متناغمة وغير متناسقة ولا يمكن التنبؤ بها في بعض الأحيان، وبشكل عام يمكن وصف الوضع الحالي بغياب بيئة أعمال تنافسية تكفل تحقيق النمو والازدهار لجميع رواد الأعمال، ولعل من أوضح الأمثلة على ذلك عدم سهولة بعض الإجراءات الرسمية لتسجيل الشركات الناشئة وحصولها على التراخيص اللازمة للعمل، وارتفاع بعض رسوم التسجيل لدى الدوائر الرسمية في فلسطين.

كما أن عدم انتشار الوعي الكافي عند الناشئين فيما يتعلق بالقوانين والأنظمة السارية والتي تعالج حقوق الملكية الفكرية، وبخاصة إن كان الأمر يتعلق بالبرمجيات أو الابتكارات، بالإضافة إلى وجود الحاجة إلى تحديثها، فإن خيار التسجيل القانوني خارج فلسطين يصبح حلا يسلكه الكثيرون، وهو مما يؤدي إلى مزيد من الاستنزاف للاقتصاد الوطني.

يترتب على ما سبق أهمية أن يعالج قانون الشركات الجديد المسائل التالية: إن نجاح الاستثمارات الناشئة والشركات الصغيرة يتطلب دعما حكوميا مستمرا، من ناحية تسهيل إجراءات التسجيل وتبسيطها للرواد الشباب وكذلك إجراءات حل أو تصفية الشركات الناشئة، ولعل هذا يستدعي قيام الحكومة بوضع السياسات التشجيعية وترجمتها إلى مواد وأحكام وأنظمة قانونية تشجع المنافسة وتشجع دخول المستثمرين والرواد الشباب إلى السوق المنظم وإعطاؤهم الفرصة للوصول إلى الأسواق والمستثمرين الخارجيين.

من الضرورة بمكان وجود وحدة إدارية متخصصة في وزارة الإقتصاد الوطني للمساعدة في تسجيل الشركات الصغيرة والناشئة وترخيصها، فوجود مثل هذه الوحدة سيسهم في تسريع إجراءات التسجيل ويساعد الرياديين الشباب في فهم الإجراءات المتعلقة بالتسجيل، ولاحقا للقيام بالإجراءات اللازمة للحصول على تراخيص ممارسة النشاط التجاري في فلسطين.

لغايات نجاح القانون الجديد في تشجيع المبادرين ينبغي خفض الرسوم والنفقات المطلوبة لتسجيل الشركات الريادية الناشئة، وبما يسهم في تشجيع المستثمرين على بدء المشاريع الخاصة، حيث أن مسألة الوصول إلى التمويل هي من المسائل الحرجة لدى بدء العمل من المستثمرين الشباب، لذلك فإن تخفيض الرسوم الحكومية المطلوبة لتسجيل الأعمال وتقليل عدد الإجراءات اللازمة لإنجاز التسجيل والترخيص سيسهم في تقليل التكلفة المطلوبة من الرياديين ويشجعهم على خوض غمار السوق المنظم ومباشرة العمل فيه، وكذلك أهمية وجود مواد قانونية تضمن التفضيل الإيجابي للشركات الناشئة المملوكة من سيدات الأعمال، بما يضمن تشجيع ومساندة المرأة على الدخول في سوق العمل، من خلال إنشاء المشاريع المتوسطة والصغيرة والاستمرار فيها. وذلك لما تلعبه المرأة الريادية وسيدات الأعمال من دور هام على صعيد المبادرات التجارية، ولما يمثل هذا الدور من تمكين للمرأة الفلسطينية في سوق العمل للنظم.

وأخيراً فإن تبني القانون الجديد لمفاهيم أتمتة الخدمات الحكومية من خلال الوسائل التكنولوجية الحديثة لتقديم العديد من الخدمات في مجال تسجيل الشركات وإنهاء الإجراءات إلكترونياً يعد أمراً حيوياً في اختصار الإجراءات وتقليل المدة الزمنية اللازمة لمتابعة طلبات التسجيل، وهذا سيسهم في تقليل النفقات والتكلفة المطلوبة من الرياديين الشباب ويعطي تأثيراً إيجابياً على الإطار القانوني العام في تسجيل الشركات.