

الوثائق والمستندات التي يجب إرفاقها مع خطة العمل



- ❖ صورة مصدقة عن السجل التجاري، الشكل القانوني للشركة، المشاركين (الأسماء ونسب الحصص).
- ❖ السيرة الذاتية للمشاركين والمدراء.
- ❖ الميزانية، الأرباح والخسائر للسنتين الأخيرتين.
- ❖ خطة الميزانية وخطة الأرباح والخسائر.
- ❖ مخطط التمويل.
- ❖ شكل الحسابات.
- ❖ فكرة عامة عن أعضاء مجلس الإدارة والمجلس الاستشاري.
- ❖ رخصة العمل، براءات الاختراع، حقوق الامتياز وحقوق حماية أخرى.
- ❖ فكرة عامة عن وجود شركات فرعية، أو فروع في مدن أخرى أو ارتباطات قانونية بشركات أخرى.
- ❖ البرنامج التنظيمي.
- ❖ نشرات وكتالوجات.



المراجع

- ❖ باير / بليشاك (Baier, W./Pleschak, F.): تمويل وتسويق المؤسسات التكنولوجية الحديثة. فيسبادن ١٩٩٦.
- ❖ ديترله / فينكلر (Dieterle, W.K.M. /Winkler, E.M.) التخطيط للتأسيس وتمويل التأسيس. ميونخ ١٩٩٥.
- ❖ هوفمايستر (Hofmeister, R.) التطبيق الناجح للأفكار التجارية، عملية سهلة التنفيذ على مراحل. فينا وفرانكفورت ١٩٩٦.
- ❖ كوليكه/ فوبرفلد (Kulicke, M./ Wupperfeld, U.) : رأس المال المشارك في المؤسسات التكنولوجية الفتية. هيدلبرغ ١٩٩٦.
- ❖ بليشاك / سابيش / فوبرفلد (Pleschak, F./Sabisch,) H./ Wupperfeld, U.) المؤسسات الصغيرة ذات التوجه الإبداعي. كيف يمكنها دخول أسواق جديدة بمنتجات جديدة فيسبادن ١٩٩٤.
- ❖ شتروك (Struck, U.): الخطط التجارية، الشرط الأساسي للحصول على رأس المال بنجاح. شتوتغارت ١٩٩٠.
- ❖ فوبرفلد (Wupperfeld, U.) : شروط الإدارة والإطار للشركات المساهمة في سوق التمويل التأسيسي الألماني فرانكفورت ١٩٩٦.



فهرس الكلمات

ارتفاع القيمة Added Value:

زيادة في قيمة الشركة المساهمة تنشأ عن تطورها ونموها من النواحي الإدارية والتقنية ورعايتها لتزداد أرباحها.
انخفاض القيمة:

هو نقص القيمة الناشئ عن استهلاك المعدات والآليات في مدة محددة من الزمن، أو تراجع في ثمن البضائع المخزنة. يُضبط هذا الانخفاض بالقيمة محاسبياً في الميزانية السنوية. ويختلف هذا البند عن النفقات العادية.

نفقات مؤجلة:

انخفاض في الموجودات النقدية للشركة، وتحسب على النحو التالي:
مصروفات:

+ خروج استحقاقات.

- دخول التزامات.

= نفقات مؤجلة

من هذه النفقات مثلاً، التي لا تعتبر مصروفات عادية، شراء بضائع لأجل.

مصروفات:

هي عبارة عن خروج دفعات نقدية من الصندوق أو رصيد الحساب المصرفي الجاهز. يعتبر دفع الرواتب والأجور أو شراء مواد أولية مساعدة للعمل من المصروفات العادية.

فحص المشاركة (اختبار كفاءة المشاركة):

الأمر الذي يعني تقييم حالة المؤسسة التي تسعى لقرض من أحد المصارف أو الجهات التمويلية. يجري التقييم في العادة على مرحلتين:

❖ تحليل أولي عام: حيث يتم تقييم المؤسسة من خلال الوثائق التي تقدمت بها (مثل: خطة العمل). يتم في هذه المرحلة رفض معظم الطلبات. إما لأن مجال عمل المشروع المقترح لا يناسب إستراتيجية المصرف، أو لأن فرص نجاح المؤسسة ضئيلة جداً.

❖ التحليل الدقيق: تقييم تفصيلي لمختلف العوامل، نوعية المنتجات وصلاحياتها والأسواق والعاملين. تكون هذه العملية مكلفة جداً؛ لأنها تستدعي خبراء ومستشارين على أعلى المستويات، لتقييم تكنولوجيا وصلاحيه الفكرة أو المنتج وزيارات متكررة للموقع ومناقشات مستفيضة مع صاحب المشروع الذي يجب أن يكون بدوره متعاوناً بشكل بناء.

بعد الانتهاء من هذا الفحص والتدقيق والاتفاق على الشروط يتم توقيع عقد القرض.

الميزانية (الموازنة) Balance:

بيان شامل للحالة المالية للمؤسسة وممتلكاتها. يوضع على جانب الموجودات (Aktiva) الممتلكات العينية والجارية وبنود الحسابات الفعالة، بينما يوضع في جانب الالتزامات رأس المال (التمويل) الخاص والخارجي وجميع بنود الحسابات السلبية. وعلى كل تاجر ومؤسسة أو شركة التقدم بهذه الميزانية مع بيان الربح والخسارة في نهاية كل عام إلى الدوائر المالية. ويجب أن يتساوى مجموع هذين الطرفين تماماً. كما يمكن أن تهم الميزانية، على أن الجهة السلبية تبين من أين جاءت الوسائل التمويلية (مصدرها)، في حين تبين الجهة الإيجابية كيف استخدمت هذه الوسائل. أما خطة الميزانية فتطرح حالة التوازن المتوقعة للمؤسسة.

تحليل التعادل Break-Even-Analyses:

يُستخدم هذا التحليل لتحديد الكمية التي يجب أن تباع، كي تغطي قيمتها نفقات فترة معينة من الزمن. وتدعى هذه الكمية أيضاً كمية التعادل، أو الكمية الحرجة أو عتبة الربح. أي أن الأرباح ستبدأ من بيع الكميات التي ستليها.

تمويل مرحلة (معمونة) Bridge financing:

ويدعى أيضاً تمويلاً لاجتياز مرحلة - وهي وسائل تمويلية، يتم توفيرها للمؤسسة للتحضير لدخول سوق الأوراق المالية (البورصة) بقوة، أي بهدف تحسين وضع رأس المال الخاص.

مفصل العمل (حجر الزاوية) Business angle:

هو شخص ثري يهوى تمويل البحوث العلمية والاختراعات. انتشر هذا النوع من التمويل في إنجلترا وأمريكا تحت اسم التمويل التأسيسي أو النواة Seed-capital.

شراء استرداد Buy back

ويسمى أيضاً خيار الخروج (Exit)، حيث يقوم مساهم قديم بإعادة شراء حصته من المؤسسة.

زيادة رأس المال Capital gain:

أرباح بالتصرف ناتجة عن بيع حصص المؤسسة.

السيولة النقدية Cash-flow:

هي الفائض النقدي في الحالة التجارية والمالية للمؤسسة في مدة معينة. وتستخدم كمؤشر للنجاح التجاري والمالي للأهداف التالية:

- ❖ معرفة مقدار النمو الحقيقي للمؤسسة.
 - ❖ تحديد حجم التمويل الداخلي.
- لا توجد أية صعوبة باحتساب السيولة النقدية من خطة التمويل:
 دفعات واردة في فترة معينة.
 - دفعات صادرة (مصروفات) في الفترة ذاتها.

= سيولة نقدية

(وبتعبير مباشر إنها فائض بالتمويل لفترة معينة)

غالباً ما تصطدم معرفة السيولة النقدية من حسابات الربح والخسارة بالمعوقات؛ لأن الدفعات النقدية الواردة لا تؤدي دوماً إلى زيادة القيمة، وكذلك المصروفات ليست هي ذاتها خفض القيمة. كذلك فإن هناك اختلافات في طرق احتساب مقدار السيولة النقدية المتوفرة، وذلك تبعاً لاختلاف نوعية المشكلات من بلد لآخر. يمكن أن تحتسب السيولة النقدية بطريقة مبسطة:

فائض نهاية العام:

+ استهلاك.

- إعادة استثمار.

+ إدخال مرتجعات.

- تحرير مرتجعات.

= سيولة نقدية مبسطة

مشاركة متعددة Co-venturing:

مشاركة عدة أشخاص بتمويل مؤسسة، أحدهم ممول رئيسي

.Lead-investor

تدفق أموال Deal flow:

الإمكانات الاستثمارية التي تُعرض على شركة رأس مالية مساهمة.

مبلغ التغطية:

مبلغ التغطية لمنتج ما أو تكاليف مهمة معينة هو الفارق بين ثمن المبيع والكلفة. ويُعرف مبلغ التغطية لقطعة واحدة من احتساب الفرق بين ثمن القطعة وكلفتها. تكمن أهمية معرفة مبلغ التغطية لاتخاذ القرارات في بعض المجالات على المدى القريب (مثل: تحديد الحد الأدنى للثمن على المدى القريب، تصنيع ذاتي أو استئجار خارجي، وضع برنامج الإنتاج الأمثل).

إمكانات التنوع Diversification:

التنوع هو إستراتيجية خاصة لتوسعة المجال الصناعي أو التجاري للمؤسسة. الأمر الذي يفهم منه دخول المؤسسة في أنواع من المنتجات أو النشاطات التي لم يكن لها علاقة قريبة بمجال عملها من قبل.

من أهداف التنوع ما يلي:

❖ استنفاد فرص السوق الجديدة.

❖ النمو والتوسعة.

❖ تحقيق فعالية التعاون والتنوع.

يمكننا التفريق بين ثلاثة أنواع من التنوع: الأفقي والرأسي والقطري. يتميز التنوع الأفقي بأن تتوجه المؤسسة إلى فرع جديد من برنامج العمل أو النشاطات الذي تتوفر فيه الزبائن بذات مراحل الإنتاج. مثال: شركة الألبان تنتج المرطبات.

التنوع الرأسي ويعني منتجات نصف مصنعة في مراحل تصنيع وتخزين مختلفة. حيث تستطيع مثلاً شركة العصائر والمرطبات ، إما أن تفتح لنفسها محلات لبيع العصائر والمرطبات أو أن تقتني مزارع لإنتاج الفواكه والحمضيات.

التنوع الجانبي، حيث يتم الدخول في منتجات أو عمل ليس له أية علاقة أو أن له مجرد صلة بسيطة بالعمل السابق. كأن يقوم مثلاً مُصنع للدراجات بشراء محل لبيع المواد الغذائية (بقالية). لن يكون للتنوع معنى حقيقي، إذا كان لمجرد تنمية عمل المؤسسة، ولم يستفد من الإمكانيات والمعدات أو المواد المتوفرة.

دراسة وافية للجدية والصلاحية Due Diligence:

الاختبار النهائي المفصل لتفحص وتقييم وضع الشركة المساهمة المحتملة أو المشروع، كأساس لاتخاذ قرار المساهمة فيها.

تمويل المراحل الأولى Early stage financing:

تمويل المراحل الأولى لتطوير المؤسسة بدءاً من تمويل الفكرة حتى ظهور الإنتاج والتسويق.

رأس المال الخاص Own capital:

هو رأس المال الذي يقدم للمؤسسة من أصحابها، ويكون في العادة دون تحديد أجل لذلك. يمكن أن يدخل المال من الخارج (تمويل مشاركة)، أو من داخل المؤسسة عبر الأرباح أو عملية ارتفاع قيمتها (تمويل داخلي أو تمويل ذاتي). يختلف عن التمويل الخارجي، في أن حقوق مقدمي المال تتعلق بالنتائج فقط، حيث تحتسب خسائر المؤسسة من رأس المال الخاص مباشرة. كما أن هذا المال الخاص يضمن حقوق الآخرين أولاً، ويعاد إلى أصحابه ما يبقى منه فقط، بعد أن يتم إرضاء جميع الممولين الخارجيين.

تتعلق هوية رأس المال الخاص بالشكل القانوني للمؤسسة، فلا يوجد مثلاً في شركات الأشخاص أو المؤسسات الفردية أية أنظمة قانونية حول هوية رأس المال الخاص. يتم في التطبيق العملي وضع حساب متحرك لرأس المال. تسجل في هذا الحساب جميع الأرباح والخسائر والأموال الواردة والصادرة مباشرة. أما في شركات رأس المال فيوجد إلى جانب الحساب المتحرك حساب اسمي ثابت لرأس المال، يتغير عند زيادة رأس المال أو انتقاصه فقط. يدعى رأس المال الخاص في الشركات محدودة المسؤولية برأس المال الأساسي، أما في الشركات المساهمة فيدعى برأس المال التأسيسي.

إيرادات Revenue:

زيادة الموجودات النقدية للمؤسسة. وتحتسب على النحو التالي:

دفعات نقدية واردة.

+ طلبيات واردة.

- التزامات واردة.

مثال على الإيرادات التي ليست دفعات واردة ولا مصروفات، هو بيع بضائع لأجل.

دفعات واردة Payment:

دخول دفعات نقدية إلى موجودات الصندوق أو الرصيد المتوفر بالمصرف (على عكس المصروفات). يرتفع رصيد المؤسسة من السيولة والقدرة على الدفع من خلال هذه الدفعات. مثال على ذلك هو بيع بعض المنتجات أو البضائع نقداً أو الحصول على قرض.

ارتفاع القيمة Yield:

يظهر على عكس انخفاض القيمة، عند تقييم كامل الموجودات لفترة محددة، أي صافي الموجودات عند المؤسسة (نتائج إيجابية في

حسابات نهاية العام). يجب أن يتم تقدير أو احتساب هذه النتيجة حسب الأنظمة المرعية (تجارياً وضريبياً). ليست هذه الزيادة هي بالضرورة الدفعات النقدية أو ارتفاع الرصيد.

الخروج Exit:

هو خروج أحد المستثمرين بإعادة بيع حصته Buy back للمؤسسين، أو لمؤسسة أخرى Trade sale، أو لشركة مساهمة أخرى Secondary purchase.

توسيع التمويل Expansion financing:

تبدأ المؤسسة بتحقيق الأرباح، فتستخدم هذه الأموال بتمويل زيادة الإنتاج أو تنويعه أو توسيع الانتشار بالأسواق.

عمق التصنيع:

رقم نسبي لقياس نسبة (عدد) القطع التي تُصنَّع لدى المنشأة من منتج ما نسبة إلى عدد الأجزاء التي تستجر من الخارج. أي أنه عند عمق تصنيع بنسبة ٣٠٪ يكون قد تم شراء ٧٠٪ من المكونات من الخارج. كما يعتبر عمق التصنيع أيضاً كمقياس للتنوع الرأسي. انطلاقاً من خبرات المؤسسات اليابانية الناجحة، يزداد النصح منذ أوائل الستينيات بخفض عمق التصنيع.

التمويل الخارجي Foreign capital:

هي وسائل التمويل التي تُقدم لمؤسسة ما لفترة زمنية محددة، مقابل دفع فوائد متفق عليها. على عكس رأس المال الخاص تجد المؤسسة نفسها في موقع الملتزم تجاه مقدم المال، وعليها تقديم الضمانات خصوصاً في القروض طويلة الأجل. المشكلة لدى المؤسسات الفتية هي أن خدمة الدين (رأس المال) ستثقل سيولة المؤسسة. على

عكس مقدمي رأس المال الخاص الذين ترتبط دفعاتهم بالنتائج فقط، يحصل مقدمو التمويل الخارجي على دفعات محددة من الأرباح والفوائد.

حساب الأرباح والخسائر:

هي حسابات دورية للنتائج، تتم بشكل منظم لوضع النفقات مقابل الإيرادات. إن حساب الأرباح والخسائر هو جزء من الميزانية الختامية حسب الأصول التجارية والقانونية، وذلك بطرح النفقات من الإيرادات ومعرفة ناتج المدة الذي هو فائض أعمال السنة. وبناءً على تحديد الفائض من حساب الأرباح والخسائر تُتخذ قرارات استخدام الأرباح.

الإبداع والاختراع Innovation:

يعد اختراع وتطوير وتسويق منتج جديد إبداعاً إنتاجياً، أما تطوير طريقة جديدة للتصنيع فيعد إبداعاً عملياً أو شكلاً جديداً من أشكال التنظيم. وهنا يتم التمييز بين التجديد (الاختراع) العالمي والتجديد العملي. يمكننا القول في الحالة الأخيرة، أنه يوجد في الأسواق منتج مشابه، بينما تطرح المؤسسة تطويراً وتجديداً على هذا المنتج.

الميزانية (القيود) الختامية:

هي القيود والحسابات التي يلتزم كل تاجر و مؤسسة بتقديمها في نهاية العام. وتشمل الميزانية السنوية وحسابات الربح والخسارة. وعلى جميع الشركات الرأسمالية تقديم هذه الميزانية خلال الأشهر الثلاث الأولى من السنة التالية للسنة المالية المعنية. ويجب أن تستند هذه الميزانية بالأساس على مسك الدفاتر والحسابات النظامية.

العجز السنوي Years deficit:

عندما تكون نتيجة السنة المالية سلبية، أي عندما ترجح كفة النفقات على الإيرادات.

الفائض السنوي Years surplus:

هو مقياس الناتج السنوي من حسابات الربح والخسارة. ويظهر الفائض (الأرباح) طبعاً عندما يزيد مجموع الإيرادات العامة على النفقات (نتيجة إيجابية).

الحسابات Calculations:

إن الهدف الأساسي من الحسابات هو تحري كلفة تصنيع مُنتج ما، أو النفقات التي تترتب على تنفيذ مهمة محددة. وتُستخدم كأساس ومستند لتقديم الأسعار للعروض أو المناقصات مثلاً. يمكن أن تُجرى الحسابات على أساس خطة التكلفة أو كتكلفة مرحلية أو كتكلفة فعلية بعد الانتهاء من العملية. إن أجريت الحسابات كخطة حسابية، سميت حسابات مبدئية، حيث تستخدم لتقييم التكاليف قبل البدء بالعمل، وذلك لتحري وتقديم سعر العرض. أما الحسابات اللاحقة فتُجرى بعد الانتهاء من العمل أو انتهاء فترة زمنية محددة. ثم تتم مقارنة هذه الحساب مع الحساب المبدئي (حساب الخطة). الحسابات المرحلية يكون الغرض منها التدقيق المستمر ومراقبة التكاليف بحيث لا تتعدى حسابات الخطة. كذلك تزودنا هذه الحسابات بالمعلومات لتحديد نفقات المؤسسة، ولتقييم كلفة وحالة المنتجات نصف المصنعة والمنتجات النهائية في حسابات ميزانية نهاية العام.

رأس المال اللازم Capital need:

مجموع الوسائل التمويلية اللازمة لتحقيق هدف إنشاء العمل أو المؤسسة.

المنافسون Competitors:

هم العارضون المتعددون المختلفون الذين يعملون في سوق محددة ومجال واحد. يجب إيلاء كامل العناية لمعرفة من هم المنافسون الحقيقيون. ويمكنك أن تعد مع المنافسين مثلاً:

❖ المؤسسات التي تقدم المنتج ذاته.

❖ المؤسسات التي يمكنها أن تحل مشكلات المستهلك، لكن بمنتجات أو طرق أخرى (راجع أيضاً المنافسة البديلة).

عليك عند تحديد المنافسين أن تأخذ أيضاً بعين الاعتبار المنافسين المحتملين. تلك هي المؤسسات التي لا تشكل خطراً اليوم، لكنها قد تصبح في موقع المنافسة المباشرة في المستقبل، وذلك من خلال التنوع مثلاً.

مصلحة المستهلك Customer benefit:

قيمة المنفعة لمنتج ما، هي التي تختبر مثلاً : جودة النوعية، القدرة على الأداء، أمان الاستخدام، المتانة، قوة الاحتمال، الديمومة، حسن الملاءمة. كذلك فإن العوامل التي تحرك المشاعر، كالشكل والتصميم، يمكنها أن تساهم بالمنفعة. يتم تقييم منفعة المستهلك مع كل زيون على حدة (مؤسسة أو شخص بمفرده)، حسب عوامل خاصة ثابتة؛ لذا نجد أنه لا توجد منفعة موضوعية للمستهلك. فكل زيون يقدر حسب مصلحته نوعية ومقدار المنفعة التي يجنيها من المنتج؛ لذا يجب أن تعرف المؤسسات هذه التقييمات الخاصة وعوامل قرار الشراء وتصيغ عروضها على هذا الأساس.

احتياطي المخزون (Store structure (stock):

الحالة العامة لمخزون المؤسسة من المواد الأولية والمساعدة والمواد نصف المصنعة والمنتجات الجاهزة. إن من مهام أمين المستودع حصر وتسجيل جميع كميات المواد وعدد القطع التي تدخل إلى المستودع أو تخرج منه، وكذلك مراقبة حالة الموجودات في المستودع. تكمن الأهمية الرئيسية للمستودع في حفظ المواد في مرحلة ما بين الشراء والتصنيع (مستودع إدخال)، ثم بين مراحل التصنيع المختلفة (مستودع بيني) وأخيراً بين نهاية التصنيع والتصدير (مستودع خروج). يتم دوماً في المخزن التعويض بين شراء مواد جديدة واستخداماتها (العملية التعويضية). وحيث إن تخزين المواد يرتبط بتجميد رأس المال، نسعى كي يكون المخزون أقل ما يمكن. على أن لا يكون ذلك على حساب القدرة على التوريد وتأمينه. المقصود بتأمين التوريد هنا، ألا يؤدي تراجع التوريد إلى وقف التصنيع. أما إن كنا نتوقع ارتفاعاً بالأسعار، ويمكننا تعبئة المستودعات بالأسعار الرخيصة الآن فيعتبر هذا التخزين الزائد على خلفية توقعات تغيرات الأسعار.

تمويل بالمراحل المتأخرة Later stage financing):

يعد تمويل أعمال التوسعة وشراء أفرع جديدة أو التمويل لتغطية عبور مرحلة معينة وما شابه ذلك من عمليات تمويل المراحل المتأخرة.

الممول الرئيسي Lead investor):

هو صاحب النصيب الأكبر من التمويل في شركة تمويلية استثمارية، والذي يكون له في الغالب اليد العليا في إدارة المجموعة والإشراف عليها.

شراء بتأثير خارجي (LBO) Leveraged Buy- Out:
وتتمثل على الغالب بتمويل شراء أو ضم مؤسسة أخرى برأس مال خارجي.

القدرة على الدفع (السيولة) Liquidity:
قدرة الأشخاص أو المؤسسات على تسديد ما يستحق عليهم من دفعات في مواعيدها المحددة (على عكس نقص السيولة الذي قد يؤدي إلى الإفلاس وحل الشركة). تقع مسؤولية تأمين السيولة اللازمة على عاتق الإدارة المالية. سوف تتأثر قدرة المؤسسة على التعامل مع الآخرين في حالة نقص السيولة، وقد يتعرض وجودها كله للخطر.

السوق Market:
السوق هو التقاء العرض والطلب. قد ينسحب السوق على مجموعة محددة من البضائع والمنتجات. ومن المهم جداً للمؤسسة أن تحدد بالضبط قطاع السوق الذي ستعمل به من كامل السوق.

تحليل السوق Market analyses:
جمع ما أمكن من المعلومات حول الأسواق التي ستعمل بها المؤسسة وتحليلها. والمقصود هنا بالأسواق السوق الذي ستشتري منه المواد الأولية أو القطع نصف المصنعة، والأسواق التي ستسوق بها منتجاتها. يمكن أن تتراوح مصادر المعلومات بين:

❖ بحث ثانوي: وهو تقييم معلومات متوفرة، مثل: دوائر إحصائية، نشرات ودوريات للاتحادات، مجلات متخصصة ودراسات سابقة متوفرة.

❖ بحث واستقصاء أولي: جمع البيانات والمعلومات بوسائل خاصة، كنشرات الاستبيان مثلاً.

معوقات دخول السوق Barriers to Market accession:

هي العوامل التي تعوق المؤسسة عن دخول السوق أو تحول دونه. ويمكن أن تُعزى هذه المعوقات إلى شروط عامة كالقيود القانونية، أو لحالات تصنيعية أو تسويقية، لذا نجد أنه يوجد على الغالب لدى المؤسسات القائمة أفضلية في الحصول على المواد الأولية واليد العاملة والتمويل اللازم. أو أن لديها سبقاً في الخبرة التصنيعية وفي البحث والتطوير والتسويق. وعلى المؤسسات الحديثة أن تُقدّم مغريات مادية كبيرة كي تستقطب الكفاءات والخبرات العالية من العاملين. كما أن دخولها مجال التصنيع بطرق جديدة مكلفة ولها براءات وحمايات اختراع، وتحاول أن تحل محل المؤسسات والطرق القديمة، فإن ذلك سيكلفها نفقات باهظة. من المعوقات الكبيرة المحتملة أيضاً عدم إمكانية الوصول إلى حصة جيدة من السوق بسرعة وبالتالي كميات كبيرة من الإنتاج، الأمر الذي سيخفض التكاليف ويفسح مجال المنافسة الجيدة أمام القادم الجديد إلى السوق. وعلى الداخِل الجديد إلى الأسواق أن يتحمل مشقات ونفقات كبيرة جداً للحصول على حصة من السوق متقاربة مع حصص المؤسسات القديمة.

حجم السوق Market volume:

هو كميات التصريف أو رقم العمليات الحقيقي في فرع محدد من السوق وخلال مدة زمنية محددة. مع الأخذ بعين الاعتبار حجم السوق المحتملة أيضاً، حيث سيكون بالإمكان احتساب درجة إشباع السوق، واستنتاج فرص التوسع الممكنة.

السوق المستقبلية المحتملة Market potential:

على عكس حجم السوق الذي يبين الحجم الفعلي للسوق حالياً. يعطينا حجم السوق المستقبلية المحتملة كميات التصريف أو رقم

العمليات الإءمالي، للسنة القادمة ولءممع المؤسسات العاملة، في حالة قيام ءممع المستهلكين المحتملين بشراء الصنف المعني.

قطاع السوق Market segment:

يتمثل قطاع السوق بالنسبة لكامل السوق، بأنه يلبي احتياجات موحدة من احتياجات المستهلكين. كمثل على قطاع السوق، يمكن أن نأخذ مثلاً قطاع أحذية الأطفال من كامل سوق الأحذية. أو قطاع سوق سيارات الشءن الصغيرة (بيك آب) من كامل سوق السيارات. على الشركات أن تعرف وتحدد تماماً قطاع السوق الذي ستدخل به. وهكذا فقط، يمكنها أن تطور وتقدم المنتجات التي تلبى احتياجات المستهلك بالشكل الأمثل.

براءة الاختراع Patent:

هي حق حماية قانونية لاختراع تقني، بحيث يكون لصاحبه فقط وحصرياً حق استخدامه والانتفاع به. للحصول على براءة الاختراع يجب التقدم بطلب مع ءممع المخططات والحسابات وشرح الاختراع للدائرة المختصة ودفع الرسوم المترتبة. ثم يقوم المختصون بتلك الدائرة بدراسة كامل الوثائق وإصدار شهادة البراءة إذا حاز الاختراع على الشروط الموضوعه لذلك. تُسجل الاختراعات كملكات غير عينية في حسابات المؤسسة. كما تنشر ءممع الاختراعات أيضاً في نشرات دورية خاصة، تعمم على ءممع الدوائر والوزارات. ويجب أن يكون للاختراع استخدامات تقنية واجتماعية، مع التفكير بعوامل التكامل الموضوعية والتكرار والجدة وعدم الانتشار سابقاً.

دورة حياة المنتج Life cycle of the product:

دلت الدراسات التجريبية على أن المنتج يمر بعدة مراحل من وقت دخوله إلى السوق حتى إبعاده عنه:

- ❖ دخول السوق: يتلوه نمو بطيء لرقم الأعمال، حيث يجب أن يتم أولاً اقتناع المستهلكين بهذا المنتج الجديد. الأمر الذي يؤدي إلى خسائر إقلاع كبيرة على خلفية النفقات العالية لدخول السوق وبناء الإنتاج.
- ❖ مرحلة النمو: تزايد رقم العمليات والأرباح بشكل مطرد.
- ❖ مرحلة النضج والإشباع: تراجع رقم الأعمال والأرباح، تتجاوز نقطة الريح الأعظمي، تزايد حدة المنافسة على اختراق السوق واحتمال انخفاض الأسعار.
- ❖ انتهاء الجيل: تراجع كبير للأرباح ورقم الأعمال، وإخراج المنتج الهرم من الأسواق.

الشكل القانوني Legal form:

الناظم أو الإطار القانوني للمؤسسة، الذي يتم من خلاله تنظيم العلاقة بين المساهمين داخل المؤسسة، وكذلك بين المؤسسة ومحيطها الخارجي. تتمتع الشركات في ألمانيا بحرية اختيار شكلها القانوني. وهناك فقط بعض أنواع من المؤسسات التي تجبر على اختيار شكل معين: مثل بنوك الرهونات العقارية، بعض شركات التأمين المحددة، الجمعيات السكنية ذات المنفعة الجماعية، الجمعيات التعاونية أو شركات رأس المال.

الربحية Profitability:

هي الدراسة والحسابات أو الخطة التي تعطي المعلومات حول اقتصادية تسخير رأس المال لهذه المؤسسة. ولتحري مؤشرات جدوى المشروع، يجب أن يسحب حجم النتائج (الأرباح أو التدفق النقدي) على رأس المال الخاص وعلى كامل رأس المال أو على رقم الأعمال.

تُعرف الربعية في الحسابات الاستثمارية بمعدل الفائدة التي تعطى لرأس المال المرتبط بمشروع ما لفترة زمنية محددة.

رأس المال الأساسي (النواة) Seed capital:

هو تمويل الفكرة حتى تتضح وتنفذ وتظهر نتائجها على شكل نموذج أولي. يتم على أساسه وضع الفكرة التجارية لتأسيس المشروع.

المنافسة البديلة Substitute competition:

هي المؤسسات التي يمكنها أن تقدم حلولاً أخرى مختلفة، لمشكلات الزبائن واحتياجاتهم، (مثل: استخدام أشعة ليزر في الجراحة بدل المشرط). يتأتى خطر هذا النوع من المنافسة، في أن يخرق الحل الجديد السوق ويحل محل القديم. على مؤسسات التقنية العالية بشكل خاص أن تولي هذا النوع من المنافسة انتباهاً شديداً وحرصاً خاصاً؛ لأن منتجاتها وخدماتها ستواجه باستمرار حلولاً إبداعية جديدة لمشكلات المستهلك، تعتمد على مبادئ تقنية مختلفة. توجد أحياناً صعوبة بالغة بالتعرف على المنافسة البديلة، خصوصاً عندما تأتي هذه المنافسة من أفرع أو مجالات أخرى.

تمويل الإقلاع Start-up financing:

تمويل التأسيس: عندما تكون المؤسسة المعنية في مراحل التأسيس أو البناء أو أنها دخلت مؤخراً في مرحلة الإنتاج ولم تصل منتجاتها بعد إلى الأسواق (لم تبع شيئاً بعد).

تمويل إعادة الانطلاق Turn-Around financing:

هو تمويل إحدى المؤسسات التي تحاول إعادة بناء نفسها بعد أن تجاوزت الصعوبات التي واجهتها.

رقم الأعمال Turnover:

هو مجموع المبالغ الواردة من بيع منتج معين أو جميع المنتجات في فترة زمنية محددة ويساوي (ثمن بيع القطعة X عدد القطع المباعة). يجب أن تظهر هذه الأرقام في حسابات الربح والخسارة للمؤسسات الرأس مالية، والتي تنشأ عن المبيعات أو تأجير بعض الأماكن أو المعدات والآليات أو تقديم نوع من أنواع الخدمات.

سلسلة إيجاد ورفع (خلق) القيمة:

تصف هذه السلسلة المراحل العملية للجهود المبذولة من حين اقتناء المنشأة مروراً بالتصنيع، وصولاً إلى التسويق (أي إلى المستهلك).

