

مركز العمل التنموي/ معاً

MA'AN Development Center



كيف تبدأ مشروعك الصغير؟



إصدار: مركز العمل التنموي/ معاً
الطبعة الأولى
غزة - 2009 م

إعداد: م. أمل ترزي

تنسيق ومتابعة: م. حنين العقاد

Telefax: +972 8 2823712 / 2837033

<http://www.maan-ctr.org>

Email:maanc-g@palnet.com



1- مقدمة:

تمثل المشروعات الصغيرة عصب الإقتصاد في كثير من دول العالم، ليس فقط لأنها توفر فرص عمل ولكن لأنها تغذي الصناعات الكبيرة باحتياجاتها وتعمل بصورة لصيقة للأسواق والمناطق الصناعية ومنافذ التصدير. يمكن تعريف المشروع على أنه "مجموعة من الأنشطة الإستثمارية المرتبطة معا والتي تنفذ بطريقة منظمة وله نقطة بداية واضحة وله دورة حياة محددة. لتحقيق بعض النتائج المحددة التي تلبي أهداف واحتياجات صاحب العمل" وبناءا عليه يمكن تعريف المشروع الصغير على أنه " مجموعة أنشطه استثمارية يمارسها صاحب العمل لتحقيق عائد اقتصادي"

2- كيف تبدأ مشروعك الصغير؟

للإجابة عن هذا السؤال تحتاج إلى التعرف على الكثير من المفاهيم، وجمع كثير من البيانات ثم تحليلها قبل البدء في المشروع. في البداية سنقوم بتوجيه مجموعته من الأسئلة حتى نستطيع الإجابة عن هذا السؤال

* هل أنت شخص متابر، يتمتع بالصبر والتحمل والقدرة على الحركة؟

* هل تجيد مهارات التفاوض مع الآخرين؟

* هل لديك فكرة ولو مبسطة عن دراسات الجدوى؟

* هل لديك خبرة في المشروع الذي تود إقامته؟

* هل لديك معرفة بالجهات التي سوف تتعامل معها؟

* هل تعرف جمهورك "الفئة المستهدفة لمشروعك"؟

* هل لديك مهارة إدارة المشروعات الصغيرة؟

* هل لديك معرفة بالتسويق؟

* هل لديك معرفة بمصادر التمويل؟

فاذا أجبنا بمصادقية على هذه التساؤلات، وكنا على قناعة بفكره المشروعات الصغيرة، فإنه يمكننا البدء فوراً في دراسة مشروع صغير، بالطبع قبل البدء في تنفيذه.

3- تعريف المشروعات الصغيرة:-

يمكن تعريف المشروع على أنه صغير، إذا توفرت فيه الخصائص التالية:

* أن يتراوح عدد العمالة به من 5-15 عامل

* أن يكون المديرون هم أصحاب المشروع "سمة غالبية"

* أن تكون الملكية لفرد أو مجموعة صغيرة.

* أن يمارس المشروع عمله في منطقة محلية

* أن يتسم المشروع بصغر الحجم ومحدودية النشاط

4- عناصر تشغيل المشروع

يحتاج المشروع إلى عناصر أساسية لتشغيله كما يجب، وتسمى هذه العناصر بالميمات الست (m's6) وهي:



* الإدارة: (Management) وتتضمن جميع الوظائف والأنشطة التي تقوم بها إدارة المشروع لضمان تشغيله بصورة جيدة.

* القوى العاملة: (Man power) وهم العاملون المناسبين في المشروع والذين يعملون على إنتاج السلع وتقديم الخدمات.

* المواد الخام: (Materials) وهي التي تدخل في إنتاج السلع والخدمات التي يقدمها المشروع لزيائنه.

* الآلات والمعدات: (Machines) وهي ما يحتاجه المشروع لإنتاج السلع وتقديم الخدمات.

* السوق (Market) وهم الزبائن الحاليين والمحتملين.

* المال: (Money) وهو أساسي لتحقيق وإنجاز المتطلبات السابقة.

إن أنجح المشروعات الصغيرة هي تلك التي تقوم علي موارد وخامات محلية متاحة في البيئة التي سيقام فيها المشروع.
إن مكونات المشروع الصغير المادية لا تكفي لنجاح المشروع فالعناصر المعنوية لا تقل أهمية عن العناصر المادية وهي: الفكرة المناسبة + الإصرار و التحدي + الثقة بالنفس.

5- أنواع المشروعات الصغيرة من حيث النشاط

أ- إنتاجية:

أساسها التحويل بمعنى تحويل خامة إلى منتج نهائي أو وسيط والقيمة المضافة بمعنى زيادة قيمة المخرجات (الناتج) عن المدخلات (عناصر الإنتاج) والتماثل بمعنى تطابق كل مواصفات الوحدات المنتجة.

ب- خدمية:

أساسها القيام نيابة عن العميل بخدمة كان سيقوم بها بنفسه أو لا يستطيع القيام بها بنفسه.

ج- تجارية:

أساسها شراء و بيع وتوزيع سلعة مصنعة أو عدة سلع مختلفة ، إعادة استثمار الربح (الفرق بين سعر الشراء والبيع).

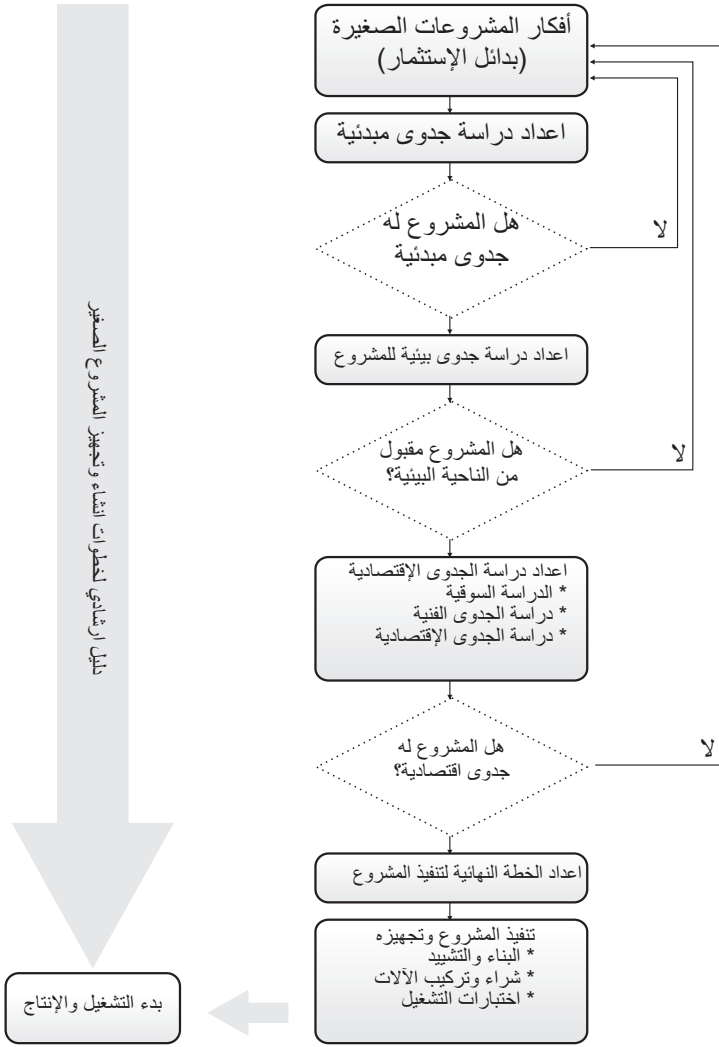


تذكر أن الصعوبات التي تواجه المشروعات الصغيرة تكمن في:

- * صعوبة اجتذاب أصحاب الخبرات والمهارات
- * طبيعة الموارد البشرية.
- * صعوبات تتعلق بتمويل المشروعات الصغيرة.
- * صعوبة تتعلق بالتأمينات والضرائب.
- * المنافسة.
- * العامل الزمني.

6- دليل ارشادي لخطوات انشاء وتجهيز المشروع الصغير

لكي تبدأ مشروعاً صغيراً خاصاً بك عليك أن تتذكر الموقوله المعروفه "إذا فشلت في التخطيط فأنت تخطط للفشل" حيث أن التخطيط الجيد يعني عمل دراسة جدوى مبدئية ومن ثم تفصيلية لمشروعك حتى تتأكد أنك تتقدم ضمن خطوات سليمة وتصل في النهاية إلى تأسيس مشروع ناجح. تذكر دائماً أن التخطيط الجيد يسهل عملية التنفيذ ويؤدي للوصول إلى نتائج جيدة. أنظر إلى الدليل الإرشادي في الشكل التالي.



7- دراسات الجدوى للمشروع

يعتبر الإعداد للمشروع الاقتصادي من أهم الخطوات لنجاح هذه المشاريع، حيث أن التخطيط السليم للمشروع يضمن مدى نجاح وفعالية هذه المشاريع، بالإضافة إلى العائد المادي (الربح المادي) الجيد المتوقع من هذه المشاريع. لذا وقبل البدء بأي مشروع اقتصادي يجب عمل.

ما هي دراسة الجدوى للمشروع؟

هي طريقة تستخدم لتعرف على مدى توفر الإمكانات اللازمة لتنفيذ المشروع وتسويق إنتاجه وهل هو مربح أم لا.

وللإجابة على هذا السؤال، يقوم أصحاب المشروع بعمل دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع من خلال جمع المعلومات ونقاشها وتحليلها اعتماداً على ٦ خطوات متتابعة ومتسلسلة، وتشكل هذه الخطوات الستة الخطوات الرئيسية التي لا بد منها لعمل دراسة جدوى اقتصادية لأي مشروع صغير.

الخطوات الست اللازمة لدراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع الصغير:

الخطوة الثالثة: قرر كيف سيعمل مشروعك الصغير حيث أنه من الضروري أن تتخذ قراراً مدروساً حول كيف سيتم تشغيل المشروع ودراسة طبيعة الحال حول المشروع وطريقة تشغيله.

الخطوة الثانية: اعرف ما إذا كان الناس سيشترون السلعة أم لا وهنا لا بد من التركيز والاهتمام والتعرف على احتياجات وطلب الزبائن المحتملين أو الحقيقيين، وكذلك لا بد من التأكد ودراسة ما إذا كان الناس سيشترون ما نخطط نحن لبيعه في السوق المحتمل.

الخطوة الأولى: اختر سلعة أو خدمة تبيعها وهنا لا بد من الاستطلاع والتفكير والنقاش حول فكرة المشروع المناسبة والتي تبدو مجدية من خلال تحليلها والتأكد منها وعندها نقرر أي مشروع يجب دراسته وعمل جدواه الاقتصادية.

الخطوة السادسة: قرر هل فكرة المشروع جيدة وهنا لا بد من اتخاذ القرار حول فكرة المشروع ولذلك لا بد من سؤال عن حجم أرباحنا من المشروع وهل هي فكره جيده.

الخطوة الخامسة: تقدير دخل المشروع من المبيعات تقدر الكمية التي يمكن بيعها من خلال المشروع خلال فترة زمنية معينة وسعرها عند البيع.

الخطوة الرابعة: احسب تكاليف المشروع يجب معرفة أنواع التكاليف وحسابها وأخذها بعين الاعتبار عند تجهيز وعمل دراسة الجدوى، حيث تنقسم التكاليف إلى تكاليف ثابتة وتكاليف متغيرة

8- إرشادات لإنجاز دراسة الجدوى

- I - وصف المشروع المقترح: ويقدم هذا الجزء اسم المشروع، والنشاطات المقترحة، المالكون، الموقع، الشكل القانوني، نشاطات المشروع.
- II - السوق: ويعتمد على حجم سوقك، وحجم مبيعاتك وخدماتك.
- III - الكادر الوظيفي وتنظيمه: إن توزيع الأدوار في عملية الإنتاج عامل من عوامل النجاح.

١٧ - **احتياجات المشروع:** إن أي مشروع سواء كان كبيراً أو صغيراً له احتياجات معينة يجب توفرها من أجل نجاح المشروع واستخلاص عوامل نجاح أو فشل أي مشروع، ولذلك يجب معرفة المشروع وعمليات الإنتاج من حيث:

- * ماذا تتضمن عمليات الإنتاج من البداية على النهاية.
- * ما هي الموارد التي تحتاج إليها، ومن أين تحصل عليها.
- * ما هي المهارات التي نحتاج إليها، وكيف نستطيع تعلمها.
- * من هم الذين سيشترون منتجاتك ولماذا.
- * ما هي المشاكل التي يمكن أن تواجهك.
- * ما هي النصائح التي نتصحنها بها.

ولتشغيل المشروع: يجب النظر إلى:

- * **الإنتاج:** من هم الذين يعملون وماذا سيعملون، وما هو حجم الإنتاج.
- * **المالية:** من سيمسك المعاملات المالية ومن هو المسؤول عن البيع والشراء.
- * **الإدارة:** من سوف يختص بالموردين وتسجيل الديون والمشتريات والبيع.

٧ - **تحديد تكاليف المشروع:** سواء كانت ثابتة أو متغيرة.

١٧ - **تحديد بيع الوحدة الواحدة:** وتحديد معرفة الأسعار المنافسة: وهنا يجب أن نسأل أنفسنا الأسئلة التالية:

- * من هم منافسك.
- * كم سعر بيع منتجاتهم المشابهة لمنتجاتكم.
- * كم يبيعوا.
- * هل سعر بيع منتجك جيد.

8.1 دراسة الجدوى المبدئية

دراسة مبدئية تشمل اغلب جوانب دراسة الجدوى الكاملة ولكن بصورة اقل تفصيلاً وتتمثل في عملية حذف أفكار المشروعات المشكوك في نجاحها باستخدام طريقة "استمر أو لا تستمر" وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:



- هل هناك أية قيود أو احتكارات أو أسباب أخرى تحول دون توفر الحد عوامل الإنتاج و توفره بتكلفة عالية.
- هل رأس المال المطلوب مغالي فيه؟
- هل إنتاج المشروع محظور (مثل الأسلحة)
- هل يؤدي القيام بالمشروع إلى مخالفة القواعد الحكومية (تلوث البيئة)
- هل يتعارض المشروع مع سياسات الدولة أو القيود التي تفرضها

□

□

□

□

□

أهداف دراسة ما قبل الجدوى

- التحقق من انطباق أهداف المشروع مع سياسية الدولة و عدم تعارضه مع الأنظمة
- تحديد مدى جدوى القيام بدراسة جدوى تفصيلية
- تعيين جوانب المشروع التي تحتاج إلى تركيز خاص أثناء دراسة الجدوى الكاملة
-

ولكي يتم تقييم دراسات ما قبل الجدوى فعلينا إتباع ما يلي:

- 1- إعطاء وزن نسبي لكل عامل من عوامل تقييم دراسات ما قبل الجدوى لكل مشروع.
 - 2- نستخدم مصفوفة للمفاضلة بين القيم المحددة للمشاريع.
- بعد أن يتم اختيار المشروع، تأتي خطوة دراسة الجدوى للمشروع وهي دراسة تفصيلية وشاملة لكل عناصر المشروع التسويقية، الفنية، المالية البيئية، القانونية والاجتماعية للمشروع. فهي بمثابة صمام الأمان والذي بناء على نتائجها يتقرر ما إذا كان تبدأ في المشروع أم لا.

8.2 دراسات الجدوى الإقتصادية

وتشمل دراسة الجدوى الإقتصادية دراسة الجدوى التسويقية ودراسة الجدوى الفنية ودراسة الجدوى المالية.

دراسة الجدوى التسويقية

وتعتبر من أهم مراحل دراسات الجدوى لأن الخطأ فيها يؤثر على باقى المراحل. وتطور حول التثبيت من وجود سوق كاف للمنتج أو السلعة أو الخدمة التي يقدمها المشروع. أي أن هناك كم من المبيعات المتوقعة على مدار عمر المشروع الإقتصادى تيرر قيامه اقتصاديا لأن هذه المبيعات هي الإيرادات المتوقعة من المشروع وتشتمل على التنبؤ بحجم الطلب على المنتج أو السلعة. أو الخدمة. ويجب عليك عند التنبؤ معرفة:- دراسة الجدوى التسويقية

طبيعة مستهلك السلعة (السن، المهنة، الدخل).

هل الطلب على المنتج مستقل أم مشتق (الطلب على الوحدات السكنية

مستقل، أما على الأسمت مشتق).

هل المنتج معروف فى السوق، أم يقدم لأول مرة؟ (فى حالة المنتج المعروف يكون الطلب

معروف، أما فى الحالة الثانية يتم عمل تجارب سوقية).

تحديد مواصفات المنتج أو السلعة من حيث نوعية المكونات والحجم واللون والمذاق

وهل سيتم تقديم منتج مثل لما هو قائم تماماً ام سيتم إجراء تغييرات أو تعديلات تخلق

ميزة تنافسية للمنتج.

-
-
-
-

- تحديد وتقدير سعر البيع المتوقع للمنتج
- تحديد القنوات التي سيتم من خلالها توزيع المنتج.
- تعيين الجهود الترويجية التي عليه أن يقوم بها من أجل التعرف بمنتجاته

دراسة الجدوى الفنية

وتدور حول الجوانب التالية:-

تحديد حجم المشروع ويتوقف على الرغبة في الوفاء بحجم المبيعات و مدى توافر الموارد المالية و النمط التكنولوجي المستخدم و مدى توافر القوى البشرية.

تحديد موقع المشروع و يتطلب مراعاة:

القرب من مراكز الاستهلاك.

القرب من مراكز سوق الخامات.

القرب من مراكز تجمع العمالة.

● القرب من الموانئ في حالة التقدير.

● مدى توافر المواصلات.

● توافر البنية الأساسية

● حوافز الاستثمار في هذا الموقع.

أعداد التصميم الداخلي للمصنع والمراحل المختلفة التي يمر بها إنتاج السلع بدءاً من التخزين وصولاً إلى البيع.

تحديد عوامل الإنتاج وتشمل الآلات والتكنولوجيا هل يتم الحصول عليها بالشراء أم بالتأجير ومصادر الحصول عليها. وكذلك تحديد الأيدي العاملة و نوع المادة الخام

المطلوب التي تتفق مع الآلات والعمال من جهة ومع نوعية الإنتاج المطلوب من جهة أخرى.

دراسة الجدوى المالية

تدور حول الرؤية المالية للمشروع الاستثماري، فيعد أن حددت الدراسة التسويقية (قيمة التدفقات النقدية الداخلة) و حددت الدراسة الفنية (التوقعات الخارجية للتكلفة الاستثمارية) تأتي الدراسة المالية لمعرفة ما إذا كان المشروع ذو جدوى مالية مربح أم لا؟ فهي تعتمد على الدراسات السابقة وتشمل على

التكاليف الاستثمارية

وهي تكلفة إقامة المشروع وتشمل على تكلفة ثابتة، وصافي رأس المال العامل وعناصرها هي:
 - التكاليف الثابتة: وتشمل تكلفة أرض المشروع، المباني والإنشاءات، الآلات والمعدات، الأدوات المساعدة، الأثاث والمفروشات ومصروفات غير ملموسة (الرعاية، النقل...)

ب- صافى رأس المال العامل: يغطي متطلبات التشغيل خلال الدورة الأولى للإنتاج من خامات و سلع وسيطة ومخزون سلعي تام الصنع وكذا نقدية التمويل الجاري من أجور ومرتببات ومصاري ف مياه وكهرباء ومصروفات إدارية.

اقتصاديات التشغيل

أ- تقدير الإيرادات السنوية ويعتمد ذلك على الطاقة الإنتاجية للمشروع ، تحديد أيام العمل السنوية/ عدد الورديات في اليوم ، نسبة التالف أو الكسر من المنتج النهائي ، نسبة الإنتاج في السوق المحلي ونسبة الإنتاج الموجه للتصدير ، أسعار البيع المحلية وأسعار التصدير ، سياسة البيع ونظام التوزيع.

ب- نفقات الإنتاج وتشمل: نفقات التصنيع (الخامات المحلية، المستوردة، عمالة الإنتاج)، نفقات البيع ، نفقات التوزيع ، المصروفات الإدارية العامة، مصروفات تمويلية و مخصصات الإهلاك.



التسويق

كثير من الأشخاص ولا أنكر كنت منهم يعتقدون أن التسويق عبارة عن إعلان في الجريدة أو التلفزيون وقد يصل إلى عرض المنتج في المحلات أو السوبر ماركت لتجربته، كانت هذه هي فكرتي عن التسويق ولكني اكتشفت أنها تختلف تماما وفي رأيي هي فن، بحيث يمسك الشخص في يده الحقيقة واليد الأخرى الخيال والربط بينهم لتوفير منتج يرضى كلا الطرفين المستهلك والمنتج.



وقد يعرف بعض الأشخاص أن التسويق هو (اربح-اربح) (win-win) بمعنى: المستهلك يمتلك المنتج الذي يحتاجه والمنتج يحقق الأرباح المرجوة للمنتج بالأحرى التركيز على ما يطلبه ويتمناه المستهلك ضروري جدا لإنجاح التسويق.

الإدارة التسويقية

هي تحليل وتخطيط الخطط التسويقية وتنفيذها والتحكم بالبرنامج الذي صمم من أجل بناء واستمرار تبادل المنفعة مع المشتري المستهدف من أجل الوصول إلى الهدف الذي وضعته الشركة.

إدارة الطلب أو إدارة طلبات السوق

قد يعتقد البعض أن الإدارة التسويقية هي عبارة عن إيجاد مشترين لمنتجات الشركة. ولكن الشركة تتطلب إقبال معين أو مستوى معين للطلب على منتجاتها. في مرحلة من المراحل قد لا يجدون أي طلب على المنتج ومرحلة أخرى يكون الطلب متوسط ومرحلة أخرى يكون الطلب شديد وقد لا يتمكنون من توفير كل الطلبات لذلك يوجد هناك إدارة تسويقية لمختلف هذه المراحل.

بناء علاقة مربحة مع الزبون

إدارة الطلب يعني إدارة الزبائن وطلبات أي شركة إما أن تكون عن طريق زبائن جدد أو زبائن قدامى. نظرية التسويق القديمة تعتمد على التركيز على جذب زبائن جدد وإتمام عملية البيع. أما اليوم فإن النظرية اختلفت، عدا عن تصميم استراتيجيات لجذب زبائن جدد، فإن الشركات الآن تتجه نحو بناء علاقات قوية مع الزبائن القدامى.

10- أعمدة التسويق المهمة (المزيج التسويقي).

التسويق يعتمد بالدرجة الأولى على المنتج والسعر والمكان والترويج والمعرفة ب PS4 وهم (Promotion, Place, Price, Product) بالإضافة إلى محاور أخرى لا يستطيع المسوق تجاهلها لأن كل محور يكمل الآخر منها المنافسين والمستهلكين والكثير سوف نتطرق له فيما بعد.



أ- المنتج

نتحدث عن المنتج هو كل ما يمكن عرضه في السوق ليرضى حاجة أو رغبة. وقبل التطرق أريد توضيح نقطة هناك فرق بين حاجه أو رغبة الحاجة كل ما يحتاجه المستهلك ويكون شئ ضروري لا يستطيع الاستغناء عنه. مثلا لا يستطيع الاستغناء عن شراء الماء. الرغبة كل ما يرغب المستهلك أن يشتريه وليس ضروري فقط ليرضى ذاته. مثلا نوع السيارة البعض يقتنى السيارة لحاجته للمواصلات والبعض يقتنى السيارة لحاجته ويرغب باقتناء أعلى سيارة.

ويتكون المنتج من مواصفات وفوائد وعند عرضها على المستهلك يتم ذكر المواصفات والفوائد الخاصة بها لتشجع المستهلك على الشراء. المواصفات قد تجدها الحجم واللون والفعالية والتصميم والخامة وقد تكون ساعات العمل إذا كانت خدمة. أما بالنسبة للفوائد هي التي تجيب على سؤال المستهلك، ماذا سأستفيد من هذا المنتج؟

ب. السعر

التسعير هو ثاني عنصر من الخليط التسويقي. وتسعير المنتج الذي سوف تباعه من أهم القرارات التي تأخذها في تجارتك، فيجب عليك أن تضع سعر يكون بمتناول يد المشتري المستهدف وفي نفس الوقت يغطي السعر تكلفة الإنتاج بالإضافة إلى نسبة ربح تضمن لك الاستمرارية في السوق.

ومن هنا يتضح الفرق بين السعر والتكلفة
التكلفة: هي القيمة الإجمالية للمصاريف سواء الثابتة مثل إيجار المكان أو المتغيرة مثل سعر المواد الخام لإنتاج المنتج وغالبا تكون للمصنع.
السعر : هو قيمة المنتج الواحد عند بيعة وتتضمن التكلفة + نسبة ربح.

ج. الترويج

يعتبر الترويج العنصر الثالث في المزيج الترويجي ويعرف بأنه التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ للمعلومات وفي تسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة. كما أن الترويج يساعد ويساهم على حل مشكلة جهل المستهلك بالمنتج وذلك بتقديم المعلومات عن الشركة والسلعة والعلامة التجارية والأسعار ووفرة السلعة واستخدامات السلعة. وكما انه يغري المستهلك ويخلق حالة نفسيه معينه تجعله يقبل على المنتج. بعد تجهيز السلعة وتضع لها سعر هل تعتقد أن الناس سوف يأتون جريا لك؟ من أجل تحقيق ذلك يجب أن تضع خطة ترويجية ويعتقد البعض أن الخطة الترويجية عبارة عن المبلغ المرصود لإنتاج إعلان

د. المكان أو التوزيع

إن قنوات التوزيع ومسالك التوزيع تعتبر العنصر الرابع للمزيج التسويقي. وسياساتها هي اختيار أفضل منافذ التوزيع القادرة على إيصال المنتج للشريحة المستهدفة.

11- مسك الدفاتر

مسك الدفاتر : هو عملية تدوين العمليات المالية لأي مشروع أو منشأة في دفاتر ها و استخراج نتائجها وفقا لمبادئ المحاسبة

المحاسبة : علم يشتمل على مجموعة من القواعد والمبادئ والأسس والنظريات التي تستخدم في تحليل وتسجيل وتبويب وتصنيف العمليات المالية من واقع مستندات مؤيدة لها وذلك بهدف التعرف في نهاية السنة المالية علة نتيجة أعمال المشروع من ربح أو خسارة ومعرفة مركزها المالي



* أهداف مسك الدفاتر المحاسبية:

- تسجيل جميع العمليات المالية التي تحدث في المشروع عند حدوثها
- توبيخ وتصنيف العمليات المالية
- استخراج نتائج أعمال المشروع وبيان مركزه المالي
- مساعدة الإدارة في اتخاذ القرارات السليمة
- توفير معلومات تخدم أغراض فئات من داخل المشروع أو خارجه

الفروض المحاسبية الأساسية في عمليات مسك الدفاتر المحاسبية:

الوحدة المحاسبية : حيث ينظر للمؤسسة بصفة مستقلة عن الإدارة أو الملاك الاستمرارية : حيث يفترض أن المشروع مستمر في عمله إلى أمد غير محدد ما لم تجد دلائل تعكس ذلك

وحدة القياس : يتم تسجيل العمليات في المشروع بوحدة قياس نقدية محددة
الفترة المحاسبية : يقسم عمر المشروع المستمر إلى فترات دورية ثابتة التي يتعارف عليها بأنها سنة ميلادية واحدة لكل فترة

العملية المالية:

هي العملية التي تحدث في المشروع وتؤثر على مبلغ أو طبيعة أحد الحسابات يتم التعامل معها داخل المشروع

أنواع الحسابات المستخدمة في مسك الدفاتر المحاسبية:

- * حسابات الأصول (الموجودات) : وتمثل جميع ممتلكات المشروع وموجوداته
- * حسابات الخصوم (الالتزامات) : التزامات المشروع ومطلوباته تجاه الغير
- * حسابات الملكية : وتمثل رأس مال المشروع والأرباح المحتجزة
- * حسابات المصاريف : هو المبلغ المدفوع للغير لقاء الحصول على خدمة منهم
- * حسابات الإيرادات : وهو المبلغ المكتسب من الغير لقاء تقديم خدمة له







MA'AN DEVELOPMENT CENTER
مركز العمل التنموي/معا

حقوق الطبع والنشر محفوظة لمركز العمل التنموي/معا