دور المحاسب فى تنمية المشروعات الصغيرة

دور المحاسب فى تنمية المشروعات الصغيرة

إعداد

د. نبيل عبد الرءوف إبراهيم

مدرس المحاسبة

بشعبة الإدارة والمحاسبة

المعهد العالى للحاسبات وتكنولوجيا المعلومات

أكاديمية الشروق

المبحث الاول :

الدور الذى يقدمه المحاسب قبل بداية المشروع

يقوم المحاسب بتقديم دور أساسى ومؤثر قبل بداية المشروع لعل أهمها إعداد دراسة الجدوى الاقتصادية والتى تعد من أهم الخطوات الأساسية لأي مشروع ناجح، سواء كان المشروع المقترح صغيراً أو كبيراً. (وليد زكريا صيام : فرص نجاح المشاريع الصغيرة في ظل العولمة)24

مفهوم دراسة الجدوى

هى الدراسة التى يتم إعدادها لاتخاذ قرار إنشاء المشروع من عدمه وتحدد مدى الحاجة إلى منتجات المشروع، وهذا يتطلب وصف السوق بمعنى تقدير الاستهلاك الحالي واتجاهاته والأسعار السائدة، وأذواق المستهلكين وكذلك مدى توافر عوامل الإنتاج الأساسية، وهذا يتطلب دراسة للخامات التي سيحتاجها المشروع من حيث مدى توافرها باستمرار وجودتها. كذلك العمالة التي سيعتمد عليها المشروع من حيث مدى كفاءتها ومستويات الأجور وتحديد المرحلة أو المراحل التي تحتاج إلى تركيز خاص في الدراسة التفصيلية (السوق- الإنتاج- التمويل وتقدير قيمة الاستثمار المطلوب وتكلفة التشغيل وهل يتناسب ذلك مع المقدرة التكليفية مع صاحب المشروع وقدر يساره ومقدرته التمويلية لتمويل المشروع وتعتمد دراسة الجدوى على المراحل التالية (بتول أسيري، المعوقات التي تواجه الراغبين في إقامة مشروعات صغيرة)25 :

أ- الدراسة التسويقية

ب- الدراسة الفنية

جـ - الدراسة المالية

أ- الدراسة التسويقية

تعتبر دراسة الطلب على منتجات المشروع من أهم عناصر الدراسة التسويقية وتتضمن هذه الدراسة الجوانب التالية:

دراسة العوامل المحددة للطلب والعرض بالنسبة للسلعة التي سينتجها المشروع مع دراسة تحليلية لاذواق المستهلكين الحالية والمستقبلية.

التعرف على هيكل السوق وتركيبته وحجمه وخصائصه والإجراءات المنظمة للتعامل فيه والسلع المنافسة محلية ومستوردة.

تحليل العرض السابق والحالي من حيث مصدره, مستورد أو إنتاج محلي، حجم المبيعات، مدى استقرار الأسعار، والسياسات التسويقية للمنافسين.

تقدير نصيب المشروع في السوق على ضوء الطلب والعرض وظروف المشروع أمام المنافسين له وتحديد معالم السياسة التسويقية المقرر اتباعها.

ب - الدراسة الفنية

- دراسة العملية الإنتاجية وتحديد المساحات من الاراضى أو المباتى المطلوبة لإقامة المشروع ولاسيما و إذا نشاط صناعى.
- تحديد احتياجات المشروع من الآلات والمعدات ونوعية التكنولوجيا المطلوبة.
- تحديد احتياجات المشروع من الخامات والمستلزمات الاولية والمساعدة.
- تقدير احتياجات المشروع من الطاقة.
- تقدير احتياجات المشروع من الأثاث ووسائل النقل.
- تقدير احتياجات المشروع من العمالة المباشرة والاحتياجات الإشرافية والإدارية

وهيكل تنظيمها .

- دراسة الاثار البيئية للمشروع .
- دراسة الإجراءات من رخص وإجراءات حكومية وإدارية .

جـ - الدراسة المالية

إعداد القوائم المالية التي تمكن من تقدير الاحتياجات المالية المتمثلة فى :

- تكاليف التشغيل لفترة مالية قياسية عادة تكون سنة.
- مصادر التمويل وتكلفة التمويل من أعباء تمويلية من جهات متعددة.
- كيفية سداد القروض.
- الارباح أو الخسائر المتوقع تحقيقها .
- التفقات النقدية المستقبلية المتوقعة للمشروع .

المبحث الثانى

دور المحاسب أثناء دورة حياة المشروع

يعتبر الدور الذى يقدمه المحاسب أثناء دورة حياة المشروع لا تقل أهمية عن تلك التى يقدمها فى بداية حياة المشروع أو حتى قبل بدايته فهو بمثابة الدعم المعلوماتى للمشروع فى تقديم البيانات المالية وغيرها التى يعتمد عليها المشروع فى دورة حياته من بيانات تسويقية أو فنية أو عملية التسجيل بالدفاتر والسجلات بهدف تجهيز الدفاتر لاستخراج المركز المالى فى أى لحظة وإعداد القوائم المالية من قائمة الدخل والتى تقيس نتيجة الشاط من ربح أوخسارة وكذلك قائمة المركز المالى والتى تعبر عن موجودات والتزامات المشروع فى أى لحظة ما. (الغرفة التجارية الصناعية بالرياض ، المنشآت الصغيرة محركات أساسية لنمو اقتصادي منشود)26

ويقدم المحاسب خلال دورة حياة المشروع العديد من الخدمات لعل أهمها ما يلى :

التسجيل بالدفاتر وإعداد القوائم المالية

تقيم الاداء

رفع مهارات التسويق لرجال البيع

وتعتبر عملية تقييم الاداء للمشروع وتطوير عملية التسويق وفن البيع من الامور الهامة والتى تبين مدى استمرارية المشروع من عدمه سواء لاسترداد رأس المال أو المقدرة على سداد القروض بالاضافة لإجراءات التحليل المالى والمحاسبى وكلها تعد تقاريير هامة يتم إعدادها وتقديمها لمتخذ القرار وتفيد فى ما يلى:

أولا : تقييم أداء المشروع ماليا :

يتمثل فى قياس مدى قدرة المشروع على أن يدر عائداً مباشراً مناسبا لحجم التمويل, وهناك العديد من المعايير الموضوعية التي تستخدم للتقييم المالي والاقتصادي للمشروع يمكن للقائمين على دراسة الجدوى استخدامها:

1- تحليل التعادل

تعد طريقة لفحص العلاقات بين الإيرادات والتكاليف لتقرير الحد الأدنى لحجم الإنتاج اللازم للتعادل (أي عدم تحقيق ربح أو خسارة). وهو مؤشر أولى يساعد على الكشف عن مدى ربحية المشروع.

2 - فترة الاسترداد

تعتبر من الطرق الاساسية التي يهتم بها المستثمر بالدرجة الأولى من حيث القدرة على استعادة أمواله, والمقصود بفترة الاسترداد تلك الفترة الزمنية التي يسترد فيها المشروع التكاليف الاستثمارية التي أنفقت وأساس المفاضلة فيها هو المشروع الذي يمكن المستثمر من استرداد أمواله في أسرع وقت ممكن.

3 - المعدل المتوسط للعائد

يقوم على إيجاد النسبة المئوية لمتوسط صافي الربح المحاسبي السنوي بعد خصم الاستهلاك والضرائب إلى متوسط قيمة الاستثمار اللازم للمشروع.

4 - صافي القيمة الحالية

يشير صافي القيمة الحالية للمشروع الاستثماري إلى الفرق بين القيمة الحالية للتدفقات النقدية الداخلة والناتجة عن هذا المشروع والقيمة الحالية للتدفقات النقدية الخارجة للمشروع. فإن كان صافي القيمة الحالية موجب- أي تزيد القيمة الحالية للتدفقات الداخلة عن التدفقات النقدية الخارجة كان المشروع الاستثماري مربحا، والعكس صحيح وفي حالة وجود أكثر من مشروع استثماري يفضل المشروع الذي يعطي أكبر صافي قيمة حالية.

5 - تحليل الارباح

يقصد به خارج قسمة القيمة الحالية للتدفقات الداخلة من المشروع الاستثماري على القيمة الحالية

للتدفقات الخارجة لهذا المشروع. فإن كان المعدل أكبر من الواحد الصحيح كان المشروع الاستثماري مربحاً والعكس صحيح.
6 - معدل العائد الداخلي
يعتبر معيار معدل العائد الداخلي من أهم المعايير المستخدمة في التقييم المالى, ويتمثل هذا المعيار في المعدل الذي تتساوى عنده القيمة الحالية للتدفقات النقدية الداخلة مع القيمة الحالية للتدفقات النقدية الخارجة للمشروع وبمعنى آخر هو معدل الخصم الذي عنده تكون صافي القيمة الحالية للمشروع الاستثماري تساوي صفر.

ثانيا : الاساليب الفعالة لزيادة مهارات فن البيع

مما لاشك فيه أن تحقيق أهداف المشروع لايتم إلا من خلال خطة متكاملة تساهم فيها السياسة التسويقية الى حد كبير جدا من ابتكار آليات مستحدثة للاعلان والترويج وقياس رضا العميل والتركيز على خدمات ما بعد البيع وتلك الادوات هامة للمشروعات الصغيرة من أجل البقاء فى دنيا الاعمال, ولعل أهداف المشروع تتحقق من خلال زيادة رقم أعمال المشروع.

1- الإعلان
بكل بساطة الاعلان يعنى الوصول بالمنتج إلى العميل وبالتالي لن يعرف المستهلك أنك قد افتتحت مشروعك ما لم تصل إليه، كذلك فلن يعرف نوعية السلع التي تنتجها و أصنافها و أسعارها. ويجب العناية بصيغة و شكل و توزيع الإعلان وخاصة جغرافيا، و ربما يكون الإعلان ناجحا إذا حقق الاغراض التالية:

جذب الانتباه.

إثارة الاهتمام.

إيجاد الرغبة.

كما يجب العناية بوسيلة الاتصال الملائمة، مثل المجلات و الصحف، والتليفزيون و الإذاعة، وإعلانات الطرق، و المراسلات المباشرة، والمقابلات الشخصية. وكذلك الاهنمام وسائل الدعاية المفيدة للعميل مثل الاجندات ومفكرات الجيب و الأقلام والهدايا المفيدة والتى تعبر عن تواجدك أمام العميل مثل نتائج الحائط والمكتب وحواجب الشمس على السيارات و غيرها، من الادوات التى تعتبير تأثيرها ملحوظ في الدعاية و تذكر اسم المعلن.

2- التسعير
تحديد السعر المناسب للسلعة هو أحد الادوات التى يمكن بموجبها ان يتحقق كم من المبيعات يساعد علي تحقيق أهداف المنشأة, ويلاحظ من التعريف أنه لم يتعرض مباشرة للتكلفة، إلا أن تحقيق أهداف المنشأة – الربح ضمنها – يجعل عملية التسعير تتعرض للتكلفة بطريقة غير مباشرة, ويلاحظ أن التخفيض الواضح للسعر قد يدفع بعض العملاء لتفضيل منتجنا، إلا أن هذا قد لا يكون الحل الأمثل في جميع الحالات، و خاصة للمشروع الصغير. كما أن المنافسين الآخرين قد تستفزهم هذه السياسة فيتحدونا ضدنا بهدف إخراجنا من السوق.

وهناك العديد من الطرق المتبعة في التسعير مثل:
1- إضافة هامش ربح علي التكاليف الكلية (متغيرة وثابتة).
2- تحديد سعر السلعة أو أقصي سعر يمكن أن يتحمله المشتري.
3- الالتزام بالأسعار السائدة في السوق. والطريقة الملاءمة للمشروع الصغير هي المستمدة من

تعريف السعر الملائم، و تبدأ بالتعرف علي السعر الذي تكون شريحة العملاء المستهدفة

مستعدة لدفعه، و البيع بكميات تغطي التكاليف و تحقق ربحا ملائما، ودراسة مدي توافق هذا

السعر مع الأسعار السائدة بصفة دائمة.

3- التميز في تقديم السلعة أو الخدمة للعميل
ولعل من أهم التوصايات للتميز في تقديم السلعة أو الخدمة للعميل والمحافظة عليه ما يلي :

العميل هو الشخص الأكثر أهمية في مؤسستك.لا يعتمد العميل عليك ، بل أنت تعتمد على العميل ، وأنت تعمل لديه0

لا يشكل العميل مصدراً للإزعاج لك ، بل العميل هو هدف عملك.

يطوقك العميل بفضله عندما يزورك في المؤسسة أو يتصل بك إنك لا تتفضل عليه بتقديم الخدمة له 0

يشكل العميل جزءاً من عملك , مثله مثل أي شيء آخر في ذلك مخزونك من المنتجات وموظفيك ومكان عملك0 واذا قمت ببيع مؤسستك فإن العملاء يذهبون معها0

ليس العميل مجرد عدد إحصائي جامد ، إن العميل شخص لديه مشاعره وعواطفه مثلك تماماً، لذا عامل العميل بصورة أفضل مما تود أن تعامل به 0

أن العميل ليس هو الشخص الذي يجب أن تتجادل معه 0

واجبك الوظيفي يحتم عليك أن تعمل على إشباع حاجات ورغبات وتوقعات عملائك ، وأن تعمل بقدر المستطاع على إزالة مخاوفهم وأسباب شكاواهم 0

يستحق العميل أعلى قدر من الانتباه والمعاملة المهنية المهذبة التي يمكنك أن تقدمها له0

العميل هو شريان الحياة الرئيس في عملك ، تذكر دائماً أنه دون عملاء لن يكون لك عمل ، فأنت تعمل من أجل العميل0

جميع الحقوق محفوظة © مجلة المحاسب العربى