

נספחים

נספח א': מונחים ומושגים

מונחים לפרק 1

בעל אמצעים

בעל צורך

בעל רעיון

חשיבה ביקורתית

חשיבה יזמית

חשיבה יצירתית

מטקונומיה

יזם

יזמות

מארגן חשיבה

מיזם עסקי

גורם היכול לתמוך ביום על ידי מתן הלוואה או תרומה, או על ידי הקצאת משאבים אחרים לשם מימוש התהליך היזמי.
פרט (או קבוצת אנשים) שיש לו מחסור, ושיש לו רצון לספק מחסור זה.
מי שהעלה ופיתח רעיון שיכול לענות על צורך.
חשיבה המבוססת על קריטריונים ועל נימוקים, המובילה להבהרה, להבנה ולשיפוט של רעיונות וטיעונים.
מכלול סוגי החשיבה ונטיות החשיבה המאפיינים את חשיבת היזם.
חשיבה המובילה לתוצר מקורי ומשמעותי.
חשיבה על החשיבה; רפלקציה על תהליך החשיבה.
אדם היוצר ומניע את תהליך היזמות.
תהליך חברתי שבו יוצר היזם קשר בין בעל צורך, בעל רעיון ובעל אמצעים, כך שיענה על צרכי כל המעורבים.
כלי עזר בתהליך של חשיבה סדורה.
פרויקט שמטרתו להקים עסק. את המיזם הוגה ומממש היזם, תוך רתימת משאבים אנושיים ואחרים, על מנת להפיק ולמכור מוצר או שירות.

מונחים לפרק 2

יזם מוסדי

יזם עצמאי

יזם הפועל במסגרת מוסד, בדרך כלל שכיר במוסד.
יזם הפועל במסגרת עצמאית, שהוא עצמו מגדיר ומקים.

מונחים לפרק 4

סיעור מוחות

טכניקה להעלאת רעיונות. הטכניקה פותחה על ידי אלכס אוסבורן בשנות החמישים, כדי להעלות רעיונות למיזמים. הפעלת הטכניקה כוללת לפחות שלושה שלבים: (א) הכנה, הכוללת הגדרה של הבעיה והפצתה מבעוד מועד בין המשתתפים; (ב) העלאת רעיונות בקבוצה באווירה משוחררת המאפשרת חופש ביטוי; (ג) מיון וסינון הרעיונות. השיטה מבוססת על תהליך קבוצתי, שבו ההיחשפות לרעיונות מקוריים של אחרים מעודדת העלאת רעיונות מקוריים ומעניינים אצל החברים בקבוצה, יותר מאשר אילו כל אחד מהם היה יושב וחושב לבדו.

מילה אקראית

טכניקה להעלאת רעיונות. בחרים מילה אקראית, בעזרת מילון, או על ידי הנחת האצבע בצורה מקרית על עיתון ובחירה בשם העצם הקרוב ביותר, או על ידי כך שכל תלמיד רושם חמש מילים שגורות (שמות עצם) על פיסת נייר שהמורה אוסף ושם בקופסה, שמתוכה ניתן לשלוף מילה אקראית בשעת הצורך. המילה האקראית פועלת כתבילה של מושגים, שמוחדרים למצב הנדון במטרה לפתח קווי חשיבה חדשים.

מונחים לפרק 5

קריטריון

מיון

דירוג

ניפוי

חלון הזדמנויות

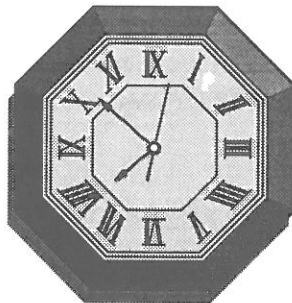
(Window of Opportunity)

פונקציית ייצור

יתרון יחסי בייצור

מיזם מתחיל (Start up)

היבט או אמת מידה, שבאמצעותם בוחנים משהו ; תבחין.
פעולה שבה משייכים פריטים לקבוצות בהתאם לקריטריון מוגדר.
פעולה שבה מסדרים פריטים על פי סדר בהתאם לקריטריון מוגדר.
פעולה שבאמצעותה מעבירים פריטים בנפה או במסננת, על מנת למייןם לשתי קבוצות: פריטים שעוברים ופריטים שנפסלים.
"חלון" שנפתח ונשאר פתוח זמן ארוך למדי, המזמן הזדמנות עסקית.
החלון נפתח כאשר קיים צירוף של תנאים סביבתיים המסייעים לעיתוי מתאים להצלחת מימוש הרעיון, וזאת כאשר הרעיון הנבחר ממלא אחר שני תנאים: הוא עונה על צורך קיים ואמיתי, והוא נבחר על פי קריטריונים יעילים.
פונקציה המבטאת קשר בין תפוקה לבין הצירוף של גורמי הייצור שבהם משתמשים (עבודה, הון, ידע).
היתרון היחסי בייצור מתייחס לטכנולוגיה וליכולת לייצר בדרכים יעילות, יחסית למדינות המתחרות בייצור אותו מוצר. יתרון יחסי מתבסס על סביבה שבה יש שפע יחסי באותו גורם ייצור, שבו עתירה פונקצית הייצור של המוצר.
מיזם העושה את ראשית דרכו.



מונחים לפרק 6

נהלים ושיטות הקשורים בתכנון הייצור ובפיקוח עליו, שנועדו להבטיח את איכותו של המוצר או השירות.	אבטחת איכות
דגם של המוצר, הכולל את הפונקציה המרכזית שלו, והעונה על הצורך הבסיסי של הלקוח.	אבטיפוס
גורמים המשפיעים על הייצור. לרוב נהוג לדבר על שלושה גורמי ייצור: עבודה (L: labour), הון (K: (k)capital) והון אנושי (S: science).	גורמי ייצור
כינוי לאמצעים הננקטים כדי להקשות על מתחרים להעתיק את המוצר או לפתח מוצר מתחרה. לדוגמא, רישום "פטנט".	הגנה על מוצר
פעולת חישוב המתבססת על ממצאי בניית האבטיפוס, על עץ המוצר, על תרשים הזרימה של הייצור, ועל הכמות וההרכב של חומרים ועבודה, הדרושים לקבלת סדרות ייצור המוניות. התוצר של פעולת חישוב זו והרווח הרצוי לחברה הוא התמחיר של המוצר.	הערכת עלויות
אם, לעומת מדינה ב', במדינה א' יש שפע יחסי בגורם ייצור, שתהליך הייצור של מוצר נתון עתיר בו, אזי מדינה א' היא בעלת יתרון יחסי במוצר הנדון (ותהיה לה נטייה לייצא אותו למדינה ב').	יתרון יחסי
מדד ליכולת העמידה של המוצר בתחרות מול הכוחות המתחרים בשוק.	יתרון תחרותי
תשלומים כספיים וקשיים אחרים, החלים על יזם המבקש לצאת מענף מסוים.	מחסומי יציאה
תנאים מוקדמים שעל היזם לעמוד בהם כדי להיכנס לשוק בענף ספציפי.	מחסומי כניסה
מתחרה, שהמוצר שלו עונה על אותו הצורך שאותו מספק המוצר שלנו.	מתחרה ישיר
מתחרה, שהמוצר שלו עונה באופן חלקי על הצורך שאותו מספק המוצר שלנו.	מתחרה עקיף
מתחרה, שאין לו עדיין מוצר העונה על הצורך שהמוצר שלנו מספק, ושקיימת אפשרות סבירה שיפתח מוצר כזה בעתיד.	מתחרה עקיף
נתון שהשימוש שנעשה בו שונה מהשימוש המקורי שלשמו נאסף.	נתון משני
נתון שנאסף למטרה ספציפית ומשמש למטרה זו.	נתון ראשוני
אוסף של נתונים וגורמים, שבאמצעותם מנסה היזם לקבוע את סיכויי ההצלחה של המיזם.	סביבת המיזם
אוסף הגורמים המאפיינים את המאגר האנושי, שממנו יישאב כוח האדם שיממש את המיזם.	סביבה דמוגרפית
אוסף גורמים המאפיינים את החברה כולה, שהיזם אינו יכול להשפיע עליהם.	סביבה חברתית
אוסף הגורמים הטכנולוגיים וגורמים אחרים הקשורים לייצור המוצר.	סביבה טכנולוגית
אוסף החוקים, התקנות וההחלטות המנהליות של הממשלה ושל בנק ישראל, שיש להם השלכה על המיזם.	סביבה כלכלית
אוסף הגורמים המשפיעים על הצלחת המוצר בשוק.	סביבה שיווקית
אוסף הגורמים הקשורים במישרין לתכנון, מימוש ותפעול המיזם, ושעליהם יש ליזם השפעה.	סביבת המטרה
אמצעי גרפי לתכנון הייצור ולפיקוח על הייצור. מופיעים בו כל החלקים והחומרים הנחוצים לייצור המוצר הסופי, כולל מידות, הרכב וסטיות מותרות מתקנים רלוונטיים. כמו כן, מראה עץ המוצר כיצד משולבים יחד המרכיבים השונים ותת-המכלולים במוצר.	עץ מוצר
ההפרש שבין הערך שבו היזם מוכר את המוצר לבין הערך שבו קנה אותו (או את חומרי הגלם שממנו הופק).	ערך מוסף
המידה היחסית שבה כל אחד מגורמי הייצור משולב בייצור ביחס לשאר הגורמים.	עתירות גורמי ייצור

מונחים לפרק 7

שינוי תכונות של מוצר, במטרה לאפשר את הארכת חיי המוצר.	בידול
ההנחה היא שלכל מוצר יש אורך חיים נתון. אורך חיי המוצר נחלק לארבעה שלבים: חדירה, צמיחה, בגרות, דעיכה.	גיל המוצר
מודל להסבר התנהגות צרכנים ויצרנים בשוק כלשהו.	דגם חליפין
הגדרת עיסוק המתמקדת במוצר.	הגדרת עיסוק צרה
הגדרת עיסוק המתמקדת בצורך.	הגדרת עיסוק רחבה
אסטרטגיה שיווקית, שמטרתה לקבוע את מחיר המוצר, כך שיתאים לציפיות וליכולת של הצרכנים בשוק היעד, באופן שהמוצר יימכר.	המחירה
אסטרטגיה שיווקית שמתמקדת בהעברת המוצר מן היצרן לצרכן בתנאים הטובים ביותר הרצויים ליצרן ולצרכן כאחד.	הפצה
חשיבה המתייחסת למערכת כמכלול, תוך בחינת התפקיד של כל אחד ממרכיבי המערכת והשפעות הגומלין בין מרכיבי המערכת.	חשיבה מערכתית
האריזה של המוצר. תפקידיה להכיל את המוצר ולהגן עליו מפני השפעות חיצוניות, לסייע לצרכן לזהות את המוצר ולהכיר את תכולתו ואת מחירו, למשוך את תשומת לב הצרכן למוצר ולתרום למיצובו ולתדמיתו.	מארז
מוצר, שהחלטה על רכישתו תלויה בתדמית העצמית של הקונה. נקרא גם מוצר תדמית.	מוצר יוקרה
מיקום המוצר במפת (מכלול) המוצרים המתחרים בעיני הצרכן.	מיצוב
פעולת המיתוג קובעת כינוי מסחרי (שם מותג) ולוגו שהם סימני הזיהוי הייחודיים של המוצר המבדילים אותו ממתחריו.	מיתוג
מחירו של מוצר הנקבע במפגש בין הביקוש וההיצע בתנאי תחרות משוכללת.	מחיר שיווי משקל
היחס שבין המכירות של היזם (מפעל) לבין כלל המכירות של מוצרים דומים בענף.	נתח שוק
מזמין סחורות בכמויות גדולות ומוכרן לקמעונאים ("סיטון" ביוונית - סוחר תבואה).	סיטונאי
מיון השוק (הלכות) ל"פלחים" לפי קריטריונים שונים: התועלת שהמוצר מספק לצרכנים (למשל, שימוש במוצרי קוסמטיקה), גיאוגרפיה (מוצרים מקומיים או מיובאים, סוג, גודל או אקלים הישוב), סוגי לקוחות (מוסדיים או פרטיים), פסיכוגרפי (מתייחס לדרך שבה אנשים תופסים את סגנון החיים שלהם - למשל, מודעות לאיכות הסביבה ולמזון טבעי, נאמנות למוצר), דמוגרפי (גיל, מין, הכנסה, מקצוע, השכלה, דת).	פילוח השוק
אסטרטגיה שיווקית שתפקידה להשפיע על רצון הלקוח לרכוש את המוצר.	קידום מכירות
סוחר ומוכר סחורה בכמויות קטנות ליחידים, לצרכן.	קמעונאי
מקום שבו נפגשים בעל צורך למוצר עם בעל מוצר, לשם ביצוע חליפין ביניהם.	שוק
פעילות אנושית מודרנית, שבאמצעותה בונים למוצר יתרון תחרותי על פני מוצרים מתחרים.	שיווק
מצב שוק שבו אין לאף יצרן או צרכן יכולת לשנות את מחיר המוצר בשוק או את הכמות המבוקשת של המוצר בשוק.	תחרות משוכללת
מחלקים את מוצרי החברה לארבע קבוצות, מבחינת נתח השוק (גבוה או נמוך) ושוק צומח (גבוה או נמוך). הקבוצות הן: כוכבים, ילדים בעייתיים, פרות חולבות וכלבים.	תיק מוצרים
התוצר של פעולת הערכה (המבוססת על בניית אבטיפוס, תרשים של עץ המוצר, תרשים זרימה של הייצור וכו') וחישוב של פירוט (כמות, מחיר יחידה) עלויות ייצורו של המוצר והרווח שהיצרן מתכנן להפיק ממנו.	תמחיר

מונחים לפרק 8

תהליך ניהולי בשיווק, שמטרתו לבחון את קהל היעד, על מנת להקטין את האי-ודאות סביב המיזם ולתת תשובות לשאלות המעסיקות את איש השיווק.

נתונים ממקור ראשון, שמלקטים במיוחד בעבור הסקר. מקור לנתונים ראשוניים הוא קהל היעד של המוצר.

נתונים שנאספו במחקרים או בסקרים שנערכו למטרות שונות מאשר נושא הסקר שלנו.

נתונים שמקורם במכוני מחקר, האוספים נתונים בהתמדה ובקביעות למטרות מסחריות או אחרות.

גודל משתנה (גורם), שמשפיע על התנהגות השוק, אך שלא ניתן לאיש השיווק לשנותו.

גורם שתלוי במשתנים הבלתי-תלויים של סקר השוק.

גורם המשפיע על הקשר שבין המשתנים התלויים לבין המשתנים הבלתי-תלויים. נהוג לקרוא למשתנה חיצוני בשם **משתנה מתערב** (שכן הוא מתערב בקשר שבין המשתנה התלוי לבין המשתנה הבלתי-תלוי).

ניסוח פתרונות משוערים לשאלות הנגזרות מהבעיה המרכזית ומהשאלות המשניות - ניסוח קשר מסוים בין המשתנים שהוגדרו.

ריאיון טלפוני. מכינים שאלות אחדות (שש או שבע), שמכוונות למדוד גורמים בלתי-תלויים, כמו: גיל, השכלה, מקום מגורים, מספר חדרים בדירה, וכן שאלות המתייחסות למשתנים תלויים.

שאלון הנשלח באמצעות הדואר. הנמען מתבקש לשולחו לשולח בדואר חוזר לאחר מילוי התשובות.

הצגת שאלות הסקר בריאיון אישי. יתרונות שיטה זו הם בכך שבמהלכה עשויים להתגלות גורמים מרכזיים שעורכי הסקר לא חשבו עליהם, וכן בכך שאמינותה גבוהה.

שיטה להשגת מידע על הכלל, דרך בדיקת תכונותיהם של חלק מהפרטים שמהם הוא מורכב. לפרטים קוראים "מקרים" או "נדגמים", לכלל קוראים "אוכלוסייה", ולחלק הנבדק - "מדגם".

מאחר שהצגת השאלון בפני כל האוכלוסייה הרלוונטית עלותה גבוהה, בוחרים קבוצת אנשים מתוך האוכלוסייה הנסקרת כך שתייצג נאמנה את תכונותיה, ועם זאת, שעלות הסקר לא תהיה גבוהה מאוד. הסיבה לבחירת מדגם מייצג היא שכאשר יוסקו מסקנות לגבי מאפייני המדגם, אפשר יהיה ליחסן לכל האוכלוסייה שמתוכה דגמנו.

דגימה אקראית מתקיימת כאשר לכל אחד באוכלוסייה הנבדקת יש סיכוי (הסתברות) שווה וידוע להיכנס למדגם.

הטיית הנתונים שנובעת מבחירת הגדרה לא נכונה של הבעיה הנסקרת, גוררת ניסוח השערות לא מדויק, בחירת משתנים לא נכונה, ושאלות או תשובות לא מובנות או מוטות.

הטיית הנתונים הנובעת מבחירת מדגם שאינו מייצג את האוכלוסייה, כיוון שהוא קטן מדי או שנבחר בשיטה לא מתאימה.

הטיית נתונים הנובעת מבחירת שיטת איסוף הנתונים וכלי איסוף שאינם מתאימים. למשל, אם אוספים נתונים מאוכלוסייה לא רלוונטית, או שהשאלות אינן ברורות, או שבחלק מהשאלות מדרגים את האפשרויות לתשובה מהגבוה לנמוך ובחלק מהנמוך לגבוה, עלולה להתרחש הטיית נתונים.

שאלה המתייחסת ישירות למשתנה המבוקש, כמו למשל, מהי הכנסתך החודשית?

שאלה המתייחסת באופן עקיף למשתנה המבוקש, שמטרתה להצליב את שתי התשובות לבדיקת מהימנותן. למשל, אם המשתנה הוא רמת ההכנסה, ניתן לשאול: איזו מכונית יש לך?

הטיית נתונים שנובעת מניסוח שאלות מוטות, למשל "האם נכון...?"

סקר שוק

נתונים ראשוניים

נתונים משניים

נתוני ביניים

משתנה בלתי-תלוי

משתנה תלוי

משתנה חיצוני

ניסוח השערות

סקר טלפוני

סקר מדור

ריאיון אישי

דגימה

מדגם מייצג

דגימה אקראית

הטיית הבעיה

הטיית המדגם

הטיית כלי איסוף הנתונים

שאלה ישירה

שאלה עקיפה

הטיית צורת השאלה

דגימת אשכולות אקראית

בדגימת אשכולות, האוכלוסייה מחולקת לקבוצות של מקרים (אשכולות), ורק אחדות מן הקבוצות הללו נכללות במדגם. בתוך כל "אשכול", הדגימה היא אקראית. לעתים, זוהי דרך דגימה זולה יותר מאשר סקירה בעלת מהימנות דומה באמצעות מדגם מקרי פשוט. שיטת דגימה זו מקובלת כאשר רוצים לנטרל את השפעת הגורם החיצוני, כגון מוצא, גיל, השכלה.

תרגום תשובות מילוליות שונות למספרים. למשל, לא=0, כן=1, או נמוך=1, בינוני=2, גבוה=3.

כימות התשובות**מקדם מתאם****השערת האפס (H_0)**

גודל שקובע באיזו מידה היחס שבין שני משתנים הוא יחס ישר (לינארי).

מושג שהתפתח בביקורת איכות, שבה קבוצות של מוצרים מתקבלות או נפסלות על בסיס מדגם.

כאשר החוקר מבקש לבדוק האם תוצאות ניסוי או סקר מדגמי מייצגות את יד המקרה או את השונות של המדגם, או האם הן באמת מייצגות שינויים או הבדלים באוכלוסייה, הוא מציע שתי השערות מנוגדות. לגבי אחת מהן, השערת האפס (H_0), הניסוי מניח שהיא נכונה. החוקר קובע באילו תנאים (ממצאים) יש לדחות את השערת האפס ולקבל את ההשערה השנייה (H_1).

מבחן מובהקות

זהו מבחן שבודק מהו הסיכוי לטעות בקבלת השערת האפס או בדחייתה. רמת המובהקות קובעת עד כמה תוצאות הניסוי או הסקר אינן סבירות, עד שיש לדחות את השערת האפס. רמת המובהקות נקבעת בהתאם לאופי הבעיה. ההנחה שעליה מבוסס מבחן זה היא שלכל משתנה יש התפלגות נורמלית (עקומת פעמון), ששיאה מייצג את ממוצע האוכלוסייה. לדוגמא, נניח שנערך סקר המנסה לבדוק השפעה של גורם מסוים על האוכלוסייה. הנחת האפס (H_0) היא שהממוצע שהתקבל בסקר הוא אכן הממוצע של האוכלוסייה כולה, כלומר, שהגורם לא השפיע על האוכלוסייה, ואילו (H_1) טוענת שהממוצע שהתקבל בסקר שונה במידה כזו שאי אפשר לייחסו ליד המקרה. מחליטים לדחות את הנחת האפס אם הממוצע של המדגם (הסקר) רחוק דיו מהממוצע של האוכלוסייה, עד שהוא מתאים רק לאחוז קטן של האוכלוסייה (למשל, 5%). במקרה כזה, מקבלים את H_1 , כלומר, מקבלים את ההשערה שתוצאת הסקר מובהקת דייה כדי שנאמין כי אכן חל שינוי משמעותי.

מונחים לפרק 9: מונחים כלכליים ופיננסיים

רווח והפסד

דוח רווח והפסד (רו"ה)
(Profit and Loss Statement)

דוח רווח והפסד חוזי מציג את הרווחיות ומבנה ההוצאות של חברה או פרויקט בכל תקופה בתהליך התכנון. דוח זה מספק מידע חיוני על הרווח הצפוי למשקיע ולעסק.

רווח גולמי (Gross Profit)

ערך המופיע בדוח רווח והפסד והמשקף את יתרת ההכנסות על עלות המכר.

רווח תפעולי (Operational Profit)

ערך המופיע בדוח רווח והפסד והמשקף את יתרת הרווח לפני הוצאות או הכנסות מימון, הוצאות מיסוי והוצאות והכנסות אחרות.

רווח נקי (Net Profit)

מושג חשבונאי המשקף את הרווח התקופתי לאחר ניכוי כל ההוצאות, כולל מימון, מיסוי ואחרות.

עלות מכר (Cost of Goods Sold)

מושג חשבונאי המשקף את עלות הייצור או הרכישה של המוצרים שנמכרו, כדי להפיק את ההכנסות שמומשו באותה תקופה.

הוצאות מחקר ופיתוח (מו"פ)
(Research and Development)

הוצאות העסק על מחקר ופיתוח של מוצרים חדשים. הוצאות אלו כוללות: שכר עבודה ששולם לעובדים במו"פ, הוצאות לכלים ולחומרים המתכלים במהלך ביצוע המו"פ, רכישת ידע וטכנולוגיות, תשלום לקבלני משנה המשתתפים במו"פ (מעבדות, משרדי הנדסה וכו'), כולל רכישת ידע על ידי תמלוגים.

הוצאות שיווק ומכירות
(Sales and Marketing)

הוצאות המוצאות ע"י העסק לצורך שיווק ומכירת מוצריו ושירותיו. הוצאות אלו כוללות: שכר עבודה המשולם לאנשי השיווק ואנשי המכירות, פרסום ויחסי ציבור, השתתפות בתערוכות, עמלות המשולמות למוכרנים.

הוצאות הנהלה וכלליות
(General and Administration)

הוצאות תפעול כלליות של העסק. הוצאות הנהלה וכלליות כוללות: שכר עבודה של מנהלי העסק, הוצאות שכירות ואחזקת משרד, טלפונים, ביטוח, אש"ל, דואר, חשמל ומים, הוצאות משפטיות, תשלומים לרואי החשבון ועוד.

הוצאות/הכנסות מימון
(Finance Expenses/Income)

הוצאות מימון הן ההוצאות המשולמות לבנקים ולגופים אחרים כריבית, בגין ההון וההלוואות שהעמידו לשימוש העסק. הוצאות אלו כוללות גם עמלות שונות, המשולמות לבנקים בגין פעולות בנקאיות. הכנסות מימון נובעות מיתרות חיוביות בבנק, שעליהן מזכה הבנק את החברה.

תזרים מזומנים

תזרים מזומנים (Cash Flow)

דוח על תנועות בפועל של הכספים בעסק. דוח תזרים המזומנים מציג את זרם התקבולים בניכוי זרם התשלומים. מבחינים בשלושה תזרימי מזומנים שונים: סכום התנועות הכספיות, הנובעות מהיבטים תפעוליים של העסק. התזרים התפעולי מתייחס לזרם התקבולים ממכירות, בניכוי זרם התשלומים לספקים ולזכאים אחרים בגין פעילויות תפעוליות, ועל פיו נערך חישוב הערך הנקי הנוכחי.

תזרים מזומנים תפעולי
(Operational Cash Flow)

תזרים מזומנים מפעולות פיננסיות
(Financial Cash Flow)

ההפרש שבין תקבולים ממכירת נכסים לבין התשלומים על קניית נכסים.

תזרים מזומנים נקי
(Net Cash Flow)

סכום הפרשי התקבולים והתשלומים של כל התנועות הכספיות, כולל: תנועות מימון, השקעות בעלים, תשלום דיווידנד וכו'.

תקבולים (Income)

זרם ההכנסות הכספיות במזומן שהתקבלו במהלך תקופה מוגדרת מלקוחות, חייבים, ולעתים גם מהלוואות וממכירת נכסים.

תשלומים (Payments)

זרם התשלומים הכספיים ששולמו במזומן לספקים, עובדים וכו', לקניית ציוד ולהחזר הלוואות.

תמלוגים (Royalties)

תשלומים או תקבולים הניתנים או המתקבלים מגורם שהוא חיצוני לארגון בגין הסכמים עסקיים, כדוגמת תמלוגים לבעל הרעיון, תמלוגים בגין רכישת ידע או מכירת ידע.

עמלות (Commissions)

תשלומים המשולמים לסוכנים מפיצים ולאנשי מכירות בגין ביצוע מכירה. בדרך כלל, העמלה תיקבע כאחוז ממחזור המכירות. עמלות מתייחסות גם לסכומים שהבנקים גובים בעבור שירותים ללקוח.

מאזן

מאזן (Balance Sheet)

דוח חשבונאי המציג את תמונת המצב של החברה. הדוח כולל התייחסות לרכיבי הנכסים, להתחייבויות ולהון הבעלים (מאזן של מקורות ושימושים).

נכסים (Assets)

סך כל נכסי החברה, כולל מזומנים, חייבים, ציוד, מלאי ונכסים אחרים.

נכסים לא מוחשיים (Intangible Assets)

נכסים הרשומים בספרי החברה, אשר אינם ניתנים לבדיקה מוחשית, כגון: מוניטין, ידע, זכויות על קרקע וכו'.

נכסים מוחשיים (Tangible Assets)

נכסים שניתנים לבדיקה מוחשית.

נכסים שוטפים (Current Assets)

נכסים הניתנים למימוש בטווח קצר, כגון: מזומן, חייבים זמן קצר (בדרך כלל פחות משנה), מלאי, השקעות בניירות ערך סחירים.

נכסים קבועים (Fixed Assets)

נכסים אשר התקופה הנדרשת בדרך כלל למימוש היא ארוכה (לרוב, מעל לשנה), כגון: ציוד, מבנים, קרקעות, השקעה בחברת בת וכו'. לגבי נכסים אלה מחשבים פחת.

התחייבויות שוטפות (Current Liabilities)

התחייבויות החברה משולמות בדרך כלל תוך שנה. התחייבויות השוטפות כוללות התחייבות לספקים, לעובדים, קו אשראי בבנק וכו'. התחייבויות אלה צריכות להיות מכוסות על ידי נכסים שוטפים.

התחייבויות לזמן ארוך (Long Term Liabilities)

התחייבויות החברה לתקופה ארוכה משנה, לדוגמא: הלוואות לזמן ארוך, הלוואות בעלים וכו'. התחייבויות אלה מכוסות בדרך כלל נכסים קבועים.

הון בעלים (Owners Equity)

ההון שהשקיעו הבעלים בחברה בדרך של הקצאת מניות, או על ידי הזרמת מזומנים לקופת השותפות כהון עצמי.

רווח צבור (Retained Earning)

רווח שהחברה צברה בגין רווחיות מצטברת מהעבר, בניכוי דיווידנד ששולם. בחישוב מדדים פיננסיים, ניתן לחשב רווח זה כחלק מן ההון העצמי.

פחת (Depreciation)

סכום ירידת ערך הנכס על ציר הזמן. הפחת החשבונאי שנרשם בספרי החברה מבוסס על ערכי הציוד והמבנים, שנות ההפחתה ושיטת הפחת בקו ישר.

דיווידנד (Dividend)

תשלום החברה לבעלי המניות בגין רווחים. הדיווידנד מחולק למחזיקי המניות על פי החלטות מועצת המנהלים של החברה במזומן, או בדרך של הטבות אחרות. סדר חלוקת דיווידנד הוא: תחילה לבעלי מניות בכורה, ואחר כך לבעלי מניות רגילות.

מדדי כדאיות השקעה

נקודות איזון (Break Even Point)

שיטה הנהוגה על מנת לאתר את הנקודה שבה העסק מאוזן מבחינת רווחיות. נקודת האיזון מוגדרת במונחים כספיים, כמויות או אחוז מביצוע התוכנית המתוכננת.

תקופת החזר (Pay Back Period)

התקופה שבה תוחזר ההשקעה, או במילים אחרות, התקופה שממועד תחילת הפעילות ועד להשגת נקודת האיזון.

ערך נוכחי נקי (ענ"נ)
(Net Present Value)

נוסחה כלכלית המחשבת את ערכם הכספי הנוכחי של זרמים כספיים עתידיים. הענ"נ מושפע מהזרם הכספי ומשיעור ריבית הניכוי.

שיעור תשואה פנימי
(Internal Rate of Return)

שיעור הניכוי (ריבית), שאם נציב אותו בנוסחת הענ"נ נקבל ענ"נ = 0.

חשיפה מקסימלית
(Maximum Exposure)

מדד "החשיפה המקסימלית", המייצג את הסיכון המקסימלי הקיים במידה שהעסק יופסק ברגע הקריטי ביותר, כלומר, כאשר כל ההשקעות בצידוד ונכסים ובהון חוזר כבר בוצעו, והעסק עוד לא נתן פירות כלשהם. מדד זה מחושב על פי הערך הנמוך ביותר, לאורך תקופת הפרויקט, של הרווח (הפסד) המצטבר, בניכוי נכסים קבועים ומלאי.

מדדים פיננסיים

תשואה למחזור (Return on Sales)

היחס שבין הרווח הנקי למחזור המכירות. מדד זה משמש לבחינת היעילות התפעולית של העסק. שחיקה בתשואה למחזור היא אינדיקציה לגידול רמת ההוצאות או שחיקה במחירים.

תשואה להשקעה
(Return on Investment)

פרמטר הבוחן את אטרקטיביות ההשקעה בעיני המשקיע. התשואה להשקעה היא היחס שבין הרווח להיקף ההשקעה הנדרשת.

תשואה להון בעלים
(Return on Equity)

פרמטר הבוחן את רווחיות החברה ביחס להון הבעלים המושקע. מדד זה בוחן את יעילות השימוש בהון העצמי.

תשואה לנכסים (Return on Assets)

מדד הבוחן את הרווחיות ביחס לסך כל הנכסים, ואת יעילות השימוש בנכסי החברה.

יחס שוטף (Current Ratio)

מדד הבוחן את יחס הנכסים השוטפים להתחייבויות השוטפות. מדד זה משמש אינדיקציה לציביות החברה בזמן קצר.

יחס מהיר (Fast Ratio)

מדד הבוחן את היחס שבין הנכסים השוטפים, למעט מלאי, להתחייבויות השוטפות. מדד זה בוחן את כושר החברה לעמוד בהתחייבויות לזמן קצר, מבלי לממש מלאים.

מנוף פיננסי (Financial Leverage)

מדד הבוחן את היחס שבין ההון העצמי לבין ההון הזר. מדד זה משקף את יציבות החברה בזמן ארוך.

ימי חייבים (Receivable Days)

מדד הבוחן את רמת החייבים ביחס למחזור המכירות. המדד משקף את תנאי התשלומים האפקטיביים של החברה.

ימי זכאים (Payable Days)

מדד זה בוחן את רמת הזכאים ביחס לסך כל הרכש השנתי. המדד משקף את תנאי התשלום האפקטיביים הממוצעים שמקבל הארגון מספקיו.

ימי מלאי (Inventory Days)

מדד הבוחן את רמת המלאי ביחס לעלות המכר. חודש מלאי פירושו רמת המלאי שמחזיק הארגון, המספיקה למשך חודש מכירות.

מכפיל (Price/Earning)

היחס שבין מחיר מניה לרווח למניה. יחס זה מציג, למעשה, בתוך כמה שנים יוחזר לרוכש המניה סכום השקעתו. המכפיל משמש לצורך בדיקת האטרקטיביות של ניירות ערך הנסחרים בבורסה.

מושגים כלכליים בתכנון עסקי

משקיע הפועל בתחום עסקים בעלי סיכון עסקי. משקיע הון-סיכון יהיה מוכן להשקיע בפרויקט בעל סיכון, אולם ידרוש תשואה גבוהה להשקעה.	משקיע הון-סיכון (Venture Capitalist)
חלוקת שוק יעד למקטעים שונים, על פי בסיסים שונים. לדוגמה, פילוח גיאוגרפי, פילוח לסוגי לקוחות ועוד.	פילוח השוק (Market Segmentation)
מיקומו היחסי של המוצר ביחס למתחריו. המיצוב מתבצע על פי קריטריונים שונים, כגון: תועלת, מחיר, תדמית ועוד.	מיצוב המוצר (Product Positioning)
ההון הנדרש לצורך תפעולו השוטף של העסק - אשראי ללקוחות, בניכוי אשראי המתקבל מספקים ורכישת מלאים.	הון חוזר (Working Capital)
ההון הפעיל מוגדר כסך כל ההון וההתחייבויות בניכוי של התחייבויות לזמן קצר.	הון פעיל (Employed Capital)
הנכסים הנקיים מוגדרים כסך כל הנכסים הקבועים, בתוספת ההון החוזר (נכסים שוטפים בניכוי התחייבויות שוטפות). הנכסים הנקיים שווים להון הפעיל.	נכסים נקיים (Net Assets)