

طرح کسب و کار چیست؟

طرح کسب یک بیانیه نوشته شده است که کسب و کار شما را تجزیه و تحلیل می کند و آینده مالی آن را نیز توصیف می نماید. البته طرح کسب و کار علاوه بر مسائل مالی، شروع و توسعه کسب و کار را نیز بیان می نماید.

فواید نوشتن طرح کسب و کار

- به شما کمک می کند که پول بدست آورید
- 35٪ تا 40٪ مردم در تجارت خود از جریانات مالی بی اطلاع هستند اما با داشتن طرح کسب و کار به شما نشان داده می شود که وجوه نقد از کجا می آیند و در کجا مصرف می شوند ~~موفقیت~~ بیشتر می شود
- در تصمیم گیری برای ادامه یا توقف کسب و کار شما موثر است
- به شما اجازه توسعه کسب و کارتان را می دهد و یا به عبارت دیگر با نوشتن آن متوجه می شوید که چطور تفسیر بخشهای مختلف آن باعث دستیابی به بیشتر و سایر اهداف می گردد
- شانس موفقیت را بالا می برد
- فرد را در مسیری روشن قرار می دهد

مسائل پیش روی BP

- حسابداری : گزارش کاملی از داراییها و بدهیها
- مالیات
- قوانین امنیتی و ایالاتی : آشنایی با قوانین امنیتی کشور برای همکاری در کسب و کار الزامی است
- توانایی مدیریتی

مسائل خاص در خصوص کسب و کار شما

بازار - محیط کسب و کار - رقابت - محل و... که موضع بحث این کتاب نیست

فصل 2

آیا واقعاً می خواهید صاحب کسب و کاری شوید

هر کسی که کسب و کاری را ایجاد می کند امیدوار است که به اهدافی دست یابد و برخی صفات شخصی را به دست آورد

- استقلال
- تجارب شخصی
- تغییر شیوه زندگی : با کار کردن برای دیگران بسیاری از فرصتها از دست می رود به طوری که اگر برای خود کار کنید فرصت های خاصی درنوع زندگی پیدا می کنید
- احترام
- پول
- قدرت
- انتخابهای مختلف برای معیشت درست : ممکنه لازم باشه خیلی از مسائل رفاهی کوتاه مدت را برای منافع بلند مدت قربانی کنید

تمرین خود ارزیابی

- نقاط قوت و ضعف
- ایستی از نقاط قوت و ضعف شخصی حتی نامرتبط با کسب و کارتان
- تواناییهای اختصاصی و عمومی مورد نیاز کسب و کارتان
- مسائل مورد علاقه و همچنین برعکس

اهداف خاص کسب و کار

- لیست کردن اهداف اصلی کسب و کارتان به عنوان مثال : پول صرف زمان برای کودکان ، جهانی پاکیزه و....

این مقاله اطلاعات مفیدی رادرحوزه طرح کسب و کار فراهم آورده است. طرح کسب و کار بیانیه ای نوشتاری است که به توصیف و تجزیه و تحلیل کسب و کار می پردازد و مرتبط به پیش بینی دقیق در حوزه کارهای آتی است. طرح کسب و کار نیز جنبه های مالی را پوشش می دهد. طرح کسب و کار بسیار دشوار است.

طرح کسب و کار سندی مکتوب است که جزئیات کسب و کار پیشنهادی را مشخص میکند. این سند باید ضمن تشریح موقعیت کنونی ، نیازها ، انتظارات و نتایج پیش بینی شده را شرح دهد و کلیه جوانب آن را ارزیابی کند. طرح هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، به دلایل زیر ضروری است: مهم آن است که مالک درباره هدف خود از کسب و کار و منابعی که بره آن نیاز دارد به دقت فکر کند. این موضوع در برآورد میزان سرمایه مورد نیاز، به وی کمک خواهد کرد. بعید به نظر میرسد که مالک کسب و کار، برای راه اندازی آن سرمایه کافی داشته باشد. حمایت کنندگان مالی-بانکها یا سرمایه گذاران ریسکی-باید متقاعد شوند که سرمایه گذاری در کسب و کار جدید، منطقی و درست است. فرض بر این است که اگر کسب و کار ایده خوبی نداشته باشد، هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، باید این موضوع را در مرحله برنامه ریزی و قبل از هدر رفتن مقدار زیادی از زمان و هزینه، شناسایی کنند.

آماده کردن یک طرح کسب و کار نتیجه نهایی روند طرح ریزی نیست ، بلکه تحقق طرح ، هدف نهایی است. با این وجود نوشتن طرح یک مرحله میانی مهم است. طرح نشان می دهد که بمنظور یک کسب و کار محرز ، بررسیهای دقیق در ایجاد کسب و کار انجام شده است و برای راه اندازی آن کارآفرین ، وظیفه اش را انجام داده است.

ایجاد یک طرح کسب و کار رضایت بخش امری پردردسر ، اما ضروری است ، روند برنامه ریزی ، مدیران یا کارآفرینان را وادار می کند که کاملاً دریابند آنچه را که می خواهند بدست بیاورند و اینکه چطور و کی آنرا انجام دهند. حتی اگر هیچ حمایت خارجی هم نیاز نباشد ، طرح کسب و کار می تواند برای دوری گزیدن از اشتباهات یا تشخیص فرصتهای پنهانی نقش حیاتی را بازی کند. برای عده بسیار زیادی از کارآفرینان و طراحان ، روند طرح ریزی (فکر ، مذاکره ، تحقیق ، تجزیه و تحلیل) به اندازه طرح نهایی و یا حتی بیشتر از آن مفید است. بنابراین حتی اگر به یک طرح رسمی نیاز ندارید ، درباره روند طرح ریزی بطور دقیقی فکر کنید. این کار می تواند سود زیادی برای طرح کسب و کار شما داشته باشد. هفته های بسیار زیاد کار سخت و پیش نویسهای متعدد را از زمان بروز طرح تا گرفتن حق کار پیش بینی کنید. یک طرح مکتوب واضح با بسته بندی جذاب سبب خواهد

شد تا حامیان، سرمایه‌گذاران و ... آسانتر به آن گرایش پیدا کنند. یک طرح کسب و کار کاملاً آماده نشان خواهد داد که مدیران یا کارآفرینان، کار را می‌شناسند و آنها را برای پیشرفت طرح بر حسب فرآوریه‌ها، مدیریت، سرمایه‌ها و مهمتر از همه بازارهای اقتصادی و رقابت در نظر گرفته‌اند.

اساساً طرح کسب و کار نوشته می‌شود تا بتواند در وهله اول راهنمای سازمان در فعالیت خود برای رسیدن به اهدافش باشد. علاوه بر این، کاربرد مهم و اصلی طرح کسب و کار هنگامی است که سازمان نیاز دارد فرد یا سازمانی را برای انجام کاری قانع نماید. اگرچه معمولاً طرح کسب و کار برای تأمین سرمایه استفاده می‌شود ولی در مواقع دیگر نظیر فروش کسب و کار و ادغام دو شرکت و قرارداد مشارکت در پروژه‌ها نیز به کار می‌رود.

برای گرفتن وام چه به صورت انتشار اوراق مشارکت یا اوراق قرضه و چه به صورت دریافت پول از بانک لازم است که شرکت طرح کسب و کار خود را ارائه دهد. در صورت انتشار اوراق قرضه نیز بانک یا مؤسسه منتشرکننده بر اساس طرح کسب و کار شرکت، ارزیابی مالی اعتباری به عمل می‌آید و بر این مبنا نسبت به تعیین نرخ بهره و انتشار اوراق اقدام می‌کند. یکی از مهم‌ترین کاربردهای طرح کسب و کار، به ویژه در مورد کارآفرینانی که در مرحله راه‌اندازی کسب و کارشان قرار دارند، جذب سرمایه اولیه از طریق سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر است. این سرمایه‌گذاران در ازای شریک شدن در یک کسب و کار بخشی یا تمام سرمایه اولیه راه‌اندازی یا در برخی موارد طرح‌های توسعه یک شرکت را تأمین می‌نمایند.

شرکت در مسابقات طرح کسب و کار یکی دیگر از انگیزه‌های نوشتن طرح است. چنین مسابقاتی که در سطح دانشگاهی و ملی کشورهای مختلف دنیا برگزار می‌شوند، اهداف توسعه‌ی کارآفرینی را دنبال می‌کنند. افراد جوان به‌ویژه دانشجویان طرح تبدیل ایده‌های خود را به کسب و کارهای انتفاعی و غیرانتفاعی رامی‌نویسند و با شرکت در مسابقات از جوایز و کمک‌هایی برای راه‌اندازی کسب و کار خود بهره‌مند می‌شوند.

چندین مراکز فن آوری امکان برخورداری شرکت‌های مستقر از امکاناتی نظیر دفتر کار، خدمات مشاوره، امکانات اداری، و برخی تسهیلات مالی را فراهم می‌آورند. متقاضیان حضور در مراکز و پارک‌ها باید پیش از هر چیز طرح کسب و کار خود را آماده نمایند و بتوانند فن‌آورانه بودن کسب و کار خود را نشان دهند.

شرکت‌هایی که قصد عرضه سهام خود را به عموم دارند، لازم است جزئیات کاملی از وضع موجود شرکت، برنامه‌های آینده، و پیش‌بینی‌های خود از آینده‌ی شرکت را به سازمان بورس و نیز خریداران اطلاع دهند. طرح کسب و کار این شرکت‌ها باید از بخش مالی منسجم و کاملاً دقیقی شامل تحلیل‌های مالی ویژه ارزش‌گذاری سهام باشند.

به دلایل مختلفی ممکن است دو شرکت با یکدیگر وارد مذاکره شوند. ممکن است شرکتی قصد داشته باشد نمایندگی شرکت دیگری را اخذ نماید، یا آن که به صورت مشترک با شرکتی وارد مناقصه شود، یا تحت لیسانس شرکتی به تولید بپردازد. در همه‌ی این موارد لازم است که شرکت پیشنهاددهنده پیش از شروع مذاکره یا حین آن طرح کسب و کار خود را ارائه دهد. طبیعتاً در چنین طرح‌هایی عمده تمرکز بر وضع موجود شرکت و قابلیت‌ها و پتانسیل‌های موجود آن است.

خلاصه صفحات 30 تا 39

سارا داریان

سوالات عمومی کسب و کار :

1. چه مشکلی را برای مشتریانم حل می‌کنم؟
2. عموم مشتریان من چه کسانی خواهند بود؟
3. چگونه با مشتریان خود برخورد خواهم کرد؟
4. چه محصول یا خدماتی را ارائه خواهم کرد؟
5. تجارت خود را در کجا راه اندازی کنم؟
6. محصولات موردنیازم را از کجا خریداری کنم؟
7. در چه ساعاتی کار خواهم کرد؟
8. چه کسانی برای من کار خواهند کرد با چه حقوقی؟
9. چه کسانی مسئولیتهای حساس کارم را برعهده خواهند گرفت؟
10. چگونه تبلیغات کرده و کسب و کارم را ارتقاء دهم؟
11. نقاط قوت و ضعف رقابت چیست؟
12. از دیدگاه مشتریان، من چقدر با بازار رقابتی‌ام متفاوتم؟

سوالات تجاری جزئی و خاص

برخی مواردی که تجارت شما با آن مواجه می شود می تواند با نوع تجارت دسته بندی شود مطمئن شوید توصیف تجارستان به پاسخ سوالات کلی که به تجارت شما وابسته بوده و سوالات جزئی که به نوع کار شما وابسته است اشاره می کند .

اگر قصد دارید در بیش از یک دسته کار کنید مطمئن شوید که از سوالات خبری برای هر نوع از کارهایی که در نظر گرفته اید استفاده کرده اید .

خرده فروشی

- 1- چگونه مطابق مد روز و سلیقه افراد پیش بروم؟
- 2- آیا موقعیت مکانی مغازه ام جانیست که ترافیک سواره رو و افراد پیاده را داشته باشد یا مجبورم تبلیغات کنم تا بتوانم فروش خوبی داشته باشم؟
- 3- آیا بهتر است در مرکز خریدی با اجاره بالا و محدودیت عملکرد کارکنم یا جایی در مکان جدا با هزینه های کمتر و ترافیک پیاده و سواره کمتر در نظر بگیرم؟
- 4- چه مقدار کالا در مقایسه با سود فروش مورد انتظارم باید بخرم؟ (این سوال حساسی در حوزه خرده فروشی است و نیازمند توجه دقیق شماست)

کلی فروشی

- 1- چه تولیداتی را در فهرست کالاها قرار دهیم و چه چیزهایی را در صورت نیاز سفارش بگیریم؟
- 2- فقط نقدی کارکنیم یا برای مشتریان حساب دفتری در نظر بگیریم؟
- 3- آیا توزیع کننده های اختصاصی در دسترس خواهند بود؟
- 4- آیا سازندگان برنامه های بازاریابی در نظر دارند یا من خودم باید تمام کالاها را معرفی کنم؟

➤ آیا مردم به این محصول نیاز داشته و مشتاق به پرداخت هزینه برای آنچه می خواهید بفروشید ، هستند ؟

➤ به همین منوال سوالاتی راجع به ساخت ، توسعه پروژه و خدمات

➤ سلیقه ، گرایشات و تکنولوژی : آینده چگونه بر تجارت شما تاثیر خواهد گذاشت ؟

➤ بیایید فرض کنیم توصیف خوبی از کار پیشنهادی خود دارید و این تجارت توسعه ی آن چیز است که شما دوست دارید و می دانید چقدر خوب از پس آن برآئید . شاید شما به مدت ده سال آشپز بوده و همیشه آرزوی بازکردن رستوران خود را در فکر می پرورانده اید . بسیار خوب اما هنور از کارهای خانه آزاد نشده اید . سوال مهم دیگری در اینجا مطرح می شود که نیاز است تا پاسخ داده شود : آیا مردم به این محصول نیاز داشته و مشتاق به پرداخت هزینه برای آنچه می خواهید بفروشید هستند ؟ برای مثال آیا مردم در شهر کوچکی که شمار در آن زندگی می کنید واقعا به یک رستوران اندونزیایی نیاز دارند ؟ اگر پاسخ شما با توجه به مناسب بودن زمان و اینکه مردم پول اضافی دارند (بله) باشد ، از خود بپرسید که اگر شرایط اقتصادی ده دقیقه پس از اینکه شما درب رستوران خود را گشودید بهم بریزد چه برسر شما خواهد آمد ؟ برای شفاف سازی این نکته ، بیایید از قطار ریلی به عنوان استعاره ای از وضع اقتصادی جامعه استفاده کنیم . و شما یک تاجر تازه کارید که در این مسیر ها منتظر قطار ایستاده اید وقتی قطار برسد چگونه با آن کنار می آئید ؟ می توانید سوار شده و آنرا برانید و یا می توانید در آن مسیر ها منتظر مانده و ناپدید شدن قطار را مشاهده کنید و یا می توانید در بین ریل ها ایستاده تا به زیر قطار بروید .

✓ قطار جامعه اقتصادی 3 موتور دارد :

✓ سلیقه

✓ گرایشات

✓ تکنولوژی

آن ها با کمک هم می توانند سواری راحتی به شما داده و یا شما را له کنند ، بیایید به این موتور ها با نگاه دقیق تری و از نزدیک آشنا شویم .

TASTE سلیقه

سلیقه مردم به سرعت تغییرات فراوانی در جامعه به وجود می آورد .

دوباره به ایده کسب و کار خود نگاهی بیندازید .

✓ آیا با سلیقه کنونی جامعه همخوانی دارد ؟

✓ آیا ایده تان مربوط به یک مد زود گذر است ؟

گرایش‌ات TRENDS :

گرایش‌ات مردم بی شک دوباره و دوباره تغییر می کند ولی پیش بینی این تغییرات ، بسیار دشوار است !
اما خوشبختانه ، کمی تحقیق معجزه می کند .
تمام مطالبی که در مورد حرفه مد نظر شماست را مطالعه کنید .
در نمایشگاهها شرکت کنید و با افرادی که در حرفه شما هستند ، صحبت کنید و از تجربیات آنها استفاده کنید .

تکنولوژی TECHNOLOGY :

یک نام تجملی برای محصولات جدید در بازار

در تکنولوژی های جدید ، یک سیر نزولی وجود دارد و اغلب دارای ریسک بالایی است و هیچ تضمینی برای موفقیت وجود ندارد ، زیرا محصول جدید است !
80٪ محصولات تازه معرفی شده به بازار ، به سرعت می میرند .
با این حال ، تکنولوژی جدید می تواند موتور اقتصادی را با سرعت به سمت توسعه بکشد .

وضعیت گرایش‌ات آینده را بنویسید :

شما باید افکار اولیه خودتان در زمینه این که گرایش‌ات چگونه بر کسب و کار شما تاثیر می گذارند و در پنج سال آینده در کجا قرار خواهند داشت را یادداشت کنید .
هیچکس انتظار پیش بینی کاملا درست را ندارد، اما بیشتر حامیان مالی می خواهند بدانند که شما در مورد جایگاه کسب و کار خود در طی چند سال آینده چه فکری می کنید .

مبانی تجارت الکترونیک :

از نخستین جهش دات کام در اواخر دهه 1990 تا شکست فاحش متعاقب دات در سال 2001 و بازگشت دوباره آن پس از 2001 تنها کلمه ثابت در کسب و کار آنلاین، " تغییر مداوم " است.

تحلیل نقطه سر به سر :

بعضی از مردم مشکلی بزرگتر از دیگران دارند وقتی که یک کسب و کار را شروع می کنند. اینها کسانی هستند که شیفته کسب و کار خود هستند و با اشتیاق فراوانی آن را شروع می کنند.

آنها برای شروع تحت تاثیر قرار نمی گیرند و واقعیت‌های اقتصادی را در نظر نمی گیرند. این خیلی مهم است که شما آمادگی لازم داشته باشید و پیش بینی مالی جهت شروع کسب و کار انجام دهید و ایده کسب و کار را طراحی کنید و ببینید که آیا موفق می شوید یا شکست می خورید .

بهترین راه برای پیش بینی وضعیت کسب و کار شما نقطه سربه سر است که می توانید شما کمک کند که چگونه تجزیه و تحلیل کنید ، چگونه تصمیم بگیرید و چگونه حامی مالی انتخاب نمایید. حامی شما اگر حتی فروش کمی بالا پائین شود سود خود را می خواهد .

بسیاری از کار آفرینان با تجربه از نقطه سر به سر به عنوان یک ابزاری برای پیش بینی اولیه کسب و کار و سرمایه گذاری در آن استفاده می نمایند .

نقطه سر به سر نقطه‌ای است که درآمد فروش با کل هزینه‌ها و مخارج برابر می شود، پس در این نقطه نه سود می کنید نه ضرر. با محاسبه این نقطه می فهمید که برای فروش چگونه عمل کنید تا در رقابت باقی بمانید. این نقطه شاخصی مناسب از تداوم یک کسب و کار است. این نقطه همچنین می تواند برای ارزیابی نحوه و زمان توسعه کسب و کار و برآورد هر گونه مخارج اضافی بکار رود.

Project development note

این روش برای کسب و کارهای توسعه ای طراحی شده است که بدانند چه میزان سود بعد از اتمام پروژه بدست خواهند آورد. با برآورد هزینه ها و در آمد حاصل از فروش محاسبه می نمایند و توسعه پروژه را پیش بینی می نمایند .

در این مرحله 4 مورد حائز اهمیت است :

- در آمد حاصل از فروش
- هزینه های ثابت

- سود ناخالص برای هر فروش
- در آمد فروش
-

Forecast sales revenue

پیش بینی در آمد فروش

اولین وظیفه شما این است که در آمد دو سال حاصل از فروش را پیش بینی نمائید . این امر مهمترین بخش کسب و کار شما خواهد بود که امید شما را برای موفقیت از در آمد حاصل از فروش بیشتر می کند . بخاطر داشته باشید تمام تلاش را برای تصمیم گیری در نحوه سود آوری و اینکه سود شما از کسب و کار چقدر خواهد بود انجام دهید . این بدان معناست که پیش بینی نمائید که در کسب و کار شماچه مقدار سود انتظار می رود اگر شما فروش بیش از حد و بالائی داشته باشید برآورد سود شما از کسب و کار چقدر خواهد بود . اگر فروش شما کم و بیش از حد پائین باشد آیا از کسب و کار سود بدست می آورید .

Retail salesrevenue forecast

پیش بینی در آمد فروش خرده فروشی

ساده ترین راه برای پیش بینی میزان در آمد خرده فروشی ، پیدا کردن در آمد فروش سالانه به ازای هر فوت مربع از یک فروشگاه قابل مقایسه با فروشگاه شماست . سپس عدد به دست آمده را در متراژ فروشگاه خود ضرب کرده و در آمد فروش خود را محاسبه می کنید .

را حله رفیعی راد

صفحات 40-49

پیش بینی در آمد فروش یک کسب و کار خدماتی

به منظور بر آورد در آمد برای یک کسب و کار خدماتی شما باید از مراحل که شما را به فروش و کسب درآمد می رساند به درک خوبی رسیده باشید، سپس پیش بینی کنید که چند بار ممکن است در طول هفته یا ماه این مراحل را طی کنید و چه میزان از در آمد برای شما از آن مشتق می شود .

پیش بینی درآمد فروش پروژه های توسعه

توسعه دهندگان پروژه نیازی به کامل نمودن پیش بینی در آمد فروش ماهیانه ندارند، تنها قبل از اینکه پروژه را شروع کنند و فروش داشته باشند لازم است بدانند چه اندازه ای ممکن است فروش داشته باشند .

پیش بینی هزینه های ثابت

در دانش اقتصاد هزینه های ثابت وابسته به میزان تولیدات کالا و خدمات آن شرکت نمی باشند. هزینه ثابت در اصل وابسته به زمان هستند نمونه هایی از این هزینه ها شامل حقوق کارمندان شرکت،

❗ برخی از هزینه ها "هزینه های ثابت" نیستند . مانند :

پیش بینی سود ناخالص برای هر دلار فروش

پس از کم کردن هزینه های کالاهای فروخته شده چه مقدار از هر دلار فروش باقی خواهد ماند ؟
با کم کردن هزینه تولید محصول یا ارائه خدمت از درآمد، سود ناخالص بدست می آید.

پیش بینی سود ناخالص برای راه اندازی کسب و کار

1. لیست کردن تمام محصولات
2. نوشتن مبلغ هزینه
3. ثبت قیمت فروش هر مورد
4. تفریق کردن هزینه ها از فروش
5. تقسیم سود ناخالص به قیمت فروش
6. تکرار این امر برای هر محصول (بهتر است کالاها گروه بندی شود و از درصد سود ناخالص استفاده کنیم)
7. نوشتن انتظار خود از فروش
8. ضرب درصد سود ناخالص در کل دلار فروش

9. مجموع سود ناخالص محصولات

10. تقسیم دلار سود ناخالص به درآمد فروش سالانه

پیش بینی سود ناخالص برای کسب و کار موجود

کل هزینه فروش را از کل درآمد برای دریافت سود ناخالص برای دوره کم کنید سپس، ارقام دلار سود ناخالص را با تقسیم کل دلار سود ناخالص به کل فروش یک دوره به درصد درآمد فروش تبدیل کنید.

تحلیل نقطه سر به سر:

نقطه سر به سر نقطه‌ای است که درآمد فروش با کل هزینه‌ها و مخارج برابر می‌شود، پس در این نقطه نه سود می‌کنید نه ضرر.

فروش نقطه سر به سر = هزینه ثابت تقسیم بر حاشیه سود ناخالص

Break-Even Sales=Fixed Costs Divided by Gross Margin

حاشیه سود ناخالص = (هزینه - قیمت) تقسیم بر قیمت

Gross Margin= (Price – Cost) Divided by Price

نحوه محاسبه سود شما

درآمد فروش پیش بینی شده را که بیش از نقطه سر به سر است در متوسط درصد سود ناخالص خود ضرب کنید.

اگر پیش بینی شما زیان را نشان می‌دهد

ابتدا خونسرد باشیم . محاسبات را مجدداً انجام دهیم...

به این فکر کنید کار کردن برای خود به صرفه تر است یا دیگری؟

راه حل:

فروش بالاتر، هزینه های ثابت پایین تر، و حاشیه سود ناخالص بالاتر تا سود را بهبود بخشیم...
اعتماد بنفس داشته باشید.

فصل 4: منابع تامین مالی برای شروع کسب و کار های کوچک

اگر شما یک ایده خوب برای ایجاد یک کسب و کار جدید دارید علاوه بر داشتن پشتکار لازم است که توانایی یافتن سرمایه مورد نیاز آن را نیز داشته باشید.

به گفته Calvin Godlin در سال 1920: "business های آمریکایی واقعا business هستند" اما این جمله امروزه درست نمی باشد.

راهکارهای تهیه سرمایه:

قبل از آنکه شما بتوانید بطور محسوس فرایند ایجاد سرمایه را طراحی کنید نیازمند شناخت راهکارهای رایج آن هستید.

منابع ایجاد سرمایه

وام ها

وام یک مفهوم ساده است. بسیاری از افراد به شما پول می دهند و در عوض از شما در مقابل آن ضمانت میگیرند. وام دهنده ها: بانک ها، دوستان، خانواده و

وام دهنده به وسیله جریمه عدم پرداخت وام گیرنده شارژ می شود به عبارتی سود دریافت می کند. معمولاً وام دهنده یک تعهدنامه و یا یک سند امضا شده از وام گیرنده می گیرد که در مقابل عدم پرداخت به موقع اقساط خود بتواند جریمه دریافت کند. کسب و کار شما ممکن است خیلی موفق باشد که در این صورت شما میتوانید زودتر از موعد مقرر پول را بگردانید و هزینه بهره را کمتر کنید. در بعضی از مواقع قانون به شما اجازه میدهد که سرمایه اصلی را بدون جریمه در هر زمانی بازپرداخت نمایید. با این وجود در بعضی از شرایط قانون به وام دهنده

این اجازه را میدهد تا جریمه ایی برای سود از دست رفته اش برای باز پرداخت پول خود بگیرد. شما باید آن سند تعهد خود را به دت بخوانید و در مورد بندهای آن اطلاع کامل پیدا کنید.

روش های بازپرداخت وام ها:

- مستهلک کردن کامل وام: در این نوع از بازپرداخت وام سرمایه اصلی و سود آن بصورت مساوی ماهانه در تعداد ماه مشخص باز پرداخت میشود. زمانیکه تمام اقساط را پرداخت کردید شما بدهکار نخواهید بود در غیر اینصورت نرخ بهره و تعداد اقساط نیز تغییر نخواهد کرد.

بطور مثال: اگر شما 10,000 دلار برای 5 سال با 10٪ بهره قرض کنید شما تعهد خواهید کرد که طی 60 ماه 212,48 دلار پرداخت کنید. جمع تمامی پرداخت های شما 12,784,80 دلار می باشد و این بدین معنی است که 2,784,80 دلار سود پرداخت کرده اید. حال فرض کنید همین مقدار وام را با شرایط پرداخت 5 ساله با نرخ 20٪ قرض کرده اید پس شما باید ماهانه 264,910 دلار و در نهایت 15,895,000 دلار پرداخت کنید و این یعنی 5,895 دلار سود.

- پرداخت وام بالنی: این وام برای بازپرداخت مقدار کم برای یک بازه زمانی فشرده می باشد. که در این حالت تمام مقدار باقی مانده وام را یکجا پرداخت می کنید. که به آن به دلیل بازپرداخت زیاد (بزرگ) بازپرداخت بالنی می نامند زیرا این بازپرداخت از تمامی بازپرداخت ها بزرگتر می باشد. بیشترین اقساط وام بالنی صرف بهره اقساط تعداد سال ها تا رسیدن به تمام سرمایه اصلی حاصل از بدهی و پرداخت ها می شود. با اینکه این نوع از زمانبندی بازپرداخت بنظر ماهرانه نمی آید اما این نوع وام میتواند مفید باشد اگر شما نتوانید پرداخت زیادی داشته باشید.

- مشکلات پیرامون ضامن وام ها:

بانک دارها اغلب به دنبال یک ضامن برای وام شما هستند. این موضوع مناسب است اگر شما وثیقه مناسب نداشته باشید و یا فقیر باشید و یا گردش حساب شما کم باشد.

شاید بسیاری از افراد ایده های خوبی داشته باشند ولی پول نقد کمی دارند پس برای وام خود ضامن می آورند. یک ضامن متعهد میشود که تمام پرداخت هایی که شما نمیتوانید پرداخت کنید بپردازد. حتی اگر ضامن هیچ سودی از وام نبرد بازهم پاسخگو خواهد بود و اگر شما نتوانید اقساط را پرداخت کنید وام دهنده میتواند ادعای

خسارت از شما و ضامن کند. زمانی که شما دچار رکود شدید و اعلام ورشکستگی کردید، ضامن شما ورشکسته نیست و باید اقساط شما را پرداخت کند. ضمانت یک وام یک تعهد بزرگ است و میتواند بهترین دوستی ها را از بین ببرد. اگر کسی ضامن وام شما شد باید به او پاداش دهید به دلیل تقبل این ریسک بزرگ.

- **وام های با وثیقه:** وام دهنده ها معمولاً خیال خودشان را با گرفتن یک وسیله با ارزش که متعلق به شماست راحت میکنند و نام آن را وثیقه انجام تعهد می نامند. اگر شما وثیقه را گرو گذاری کنید، وام دهنده، سند خانه، حساب های دریافتی یا مشخصه های با ارزش دیگری را تا زمانی که وام کامل پرداخت گردد نزد خود نگه خواهد داشت.

اگر شما وام با وثیقه را پرداخت نکنید وام دهنده وثیقه شما را به فروش میگذارد و از روی آن مقادیر پرداخت فشرده وام و هزینه حراج (فروش) را بر میدارد. اگر وثیقه شما با ارزش باشد وام دهنده از افزایش وام استقبال خواهد کرد. اما شما همچنان ریسک از دست دادن خانه و یا وثیقه های دیگر را دارید اگر نتوانید مبلغ وام را پس دهید.

وام دهنده انتظار خواهد داشت که وثیقه شما حداقل برابر بدهی (وام + سود) آن باشد.

اگر به طور معمول روی یک وام، سود حاصل از فروش وثیقه برای پرداخت بدهی وام کافی نبود، وام دهنده میتواند ادعای خسارت کند و مابقی پول را دریافت کند.

بهترین نصیحت این است که: "هوشیار باشید و محتاط" زمانیکه وام با وثیقه را ملاحظه میکنید مطمئن باشید که وظیفه خود را میدانید اگر کسب و کارتان کساد شود و نتوانید وام خود را بازپرداخت کنید.

وام دهنده خواستار وثیقه است، اما آنها هرگز نمیخواهند شما خانه یا ماشین خود را برای جبران پول آنها بفروشید. درواقع، وام دهنده ها اغلب فقط اموال غیرمنقول را قبول میکنند (انبارها، اوراق قرضه و ..)

مثال وام دارای وثیقه با اموال غیر منقول را میخواهیم بیان کنیم:

ماری نیازمند 50,000 دلار برای باز کردن یک فروشگاه نان شیرینی می باشد. او دارای یک خانه به ارزش 200,000 دلار و یک سند رهنی به مبلغ 100,000 دلار دارد. آلبرت پیشنهاد یک وام با بهره مناسب به مقدار مورد نیاز ماری را کرده است. در عوض گرفتن وثیقه رهنی دوم خانه ماری برای وام. ماری قبول کرد و 50,000 دلار قرض کرد. قرارداد با بازپرداخت 5 ساله و بهره 10٪ با پرداخت 60 قسط 1062,50 دلاری. اگر ماری نتواند تمام اقساط را بپردازد سند رهنی دوم خانه توسط آلبرت ضبط میشود و او میتواند برای دریافت

بدهی آن را به حراج بگذارد. آلبرت احساس امنیت میکرد زیرا او مطمئن بود که میتواند حداقل 150,000 دلار خانه را بفروشد و از طرفی حق تصرف دیگری به ارزش 100,000 در سند رهنی اول است. بنابراین اگر یک توقیف اموال اتفاق افتد، ماری فقط تفاضل بین قیمت حراج و تسویه (فک رهن) این رهن را بدست آورد.

- وام های تضمین نشده: وام های بدون وثیقه را وام های تضمین نشده نامند. **وام دهنده هیچ ضمانتی نمیگیرد اگر شما اقساط را پرداخت نکنید. باین وجود وام دهنده میتواند ادعای خسارت کند اگر شما قسط های آن را پرداخت نکنید.** اگر او برنده شود میتواند حساب های جاری، دارایی و تجارت های شما را تصرف کند. وام دهنده ها معمولا برای تجارت های جدید وام تضمین نشده نخواهند داد. اگر چه یک برنامه کسب و کار خوب میتواند آنها را متقاعد کند.

سرمایه گذاری شراکتی:

یک سرمایه گذار قسمتی از کسب و کار شما را می خرد و صاحب قسمتی از آن می شود. سرمایه گذار از سود کسب و کار شما منفعت می برد. طبق قانون زمانیکه شما شکست بخورید از ارزش سهام او کم می شود و نباید به شما ضرری بدهد. ریسک سرمایه گذاری شرکتی محدود به از بین رفتن سرمایه اصلی آنها می شود در صورتیکه که کسب و کار شما شکست بخورد.

سرمایه گذار انتظار دارد شما به سرمایه آنها به چشم یک ابزار بنگرید. شما از این ابزار مدتی استفاده خواهید کرد و سپس به آنها باز میگردانید. طرح کسب و کار شما باید مبتنی بر این انتظار طراحی شود. عدم بررسی استراتژی باز پرداخت سرمایه در طرح شما، می تواند سبب از دست دادن سرمایه گذار و شکست کسب و کار شما شود.

طرح پیشنهادی کسب و کار جدید شما به مراتب از یک سپرده بانکی بیمه شده نا امن تر است. بدین معنی که برای جذب سرمایه سرمایه گذاران، باید یک اطمینان بالایی برای بازگشت سرمایه در طرح کسب و کار خود ارائه دهید. شما باید در ارائه طرح پیشنهادی خود کوشا باشید تا بتوانید سرمایه گذار را از بازگشت سرمایه و امنیت سرمایه مطمئن کنید. مطمئنا سرمایه گذاران به دنبال امنیت بیشتر سرمایه خود هستند.

در واقع زمانیکه آنها طرح شما را می پسندند، سرمایه گذاران و بانک ها می خواهند مطمئن شوند که شما در صورت ورشکستگی سرمایه ای برای بازگرداندن سرمایه آنها دارید.

سود سرمایه گذاری: مقدار سود

هر سرمایه گذار نیازمندیهای شخصی خود را دارد و هر معامله متفاوت از دیگری است. نکته مهم اینست که هر دو طرف ریسک های آن را می دانند و به دنبال یک معامله سود آور هستند.

واضح است که اگر سرمایه گذاران شما یکی از اعضای فامیل، دوستان نزدیک و یا افراد حامی شما باشند، به دلایل شخصی و یا سیاسی مایل به دریافت نرخ سود کمی از سرمایه خود هستند. در صورتیکه سرمایه گذاران دیگر نیاز به یک حاشیه سود بالایی برای سرمایه گذاری خود هستند.

آیا شما باید سود سرمایه را تضمین کنید:

بیشتر سرمایه گذاری ها به سرمایه گذار تضمینی بابت سود سرمایه آنها نمی دهند. با این وجود برخی از سرمایه گذاران علاوه بر سهام شرکت به دنبال تضمینی برای سود و بازده سرمایه خود هستند. اگر شما سرمایه گذاری خود را تضمین کنید، علاوه بر بازگشت اصل سرمایه باید بازده و یا سود آن را نیز پرداخت نمایید. حتی اگر کسب و کار شما با شکست و رکود مواجه شود. این ضمانت برای کسب و کار شما یک ریسک بسیار بالا است، به دلیل اینکه در صورت ورشکستگی شما باید اصل و سود سرمایه را از محل دیگری تامین و به سرمایه گذار باز گردانید. اگر شما مایل به تضمین کسب و کار خود هستید باید توانایی پرداخت سرمایه اصلی و یک سود منطقی 20 یا 30 درصدی در طی یک سال و یا 2 بار در سال به سرمایه گذار را داشته باشید.

تضمین سرمایه بسیار نادر است و من به شما توصیه می کنم در کسب و کار خود از ارائه دادن ضمانت به شدت دوری کنید.

بیشتر کار آفرینانی که مایل به ارائه ضمانت هستند و توانا و با سرمایه هستند یک ضمانت در پایین ترین سطح مالی را ارائه می دهند. شاید آنها بتوانند دارایی هایشان را برای گرفتن یک وام بانکی ارائه دهند و یا با فروش دارایی آنها و یا هر راهی برای بدست آوردن پول گروه گذاری کنند.

اگر شما در آغاز یک کسب و کار جدید هستید و قصد تضمین سرمایه را ندارید، شما همیشه نیاز به ارائه یک بازده سرمایه ای بالا به سرمایه گذاران هستید. اگر شما هیچ سرمایه ای برای راه اندازی کسب و کار خود ندارید سرمایه گذاران ممکن است درخواست 75 درصد سود خود را داشته باشند و شما به عنوان کار آفرین تنها دارای 25 درصد باقیمانده به انضمام حقوق معقول از کار را برای ادامه داشته باشید.

نوع دیگر سرمایه گذاری به اینصورت است که سرمایه گذار بدون ضمانت ریسک ضرر را میپذیرد ولی بصورت پروژه ایی یا روزانه مقداری دستمزد (حقوق) میگیرد. به این صورت که پروژه و کار از شما و سرمایه گذاری از سرمایه گذار. اگر سرمایه گذار تمام سرمایه را پرداخت نماید سود حاصل از پروژه را بصورت 50،50 تقسیم میشود. اگر سرمایه گذاری کمتری بگذارد سود او کمتر می شود. گاهی این سود تا سال های معین ادامه پیدا می کند و گاهی این سود تا ابد برجا میماند. بعضی اوقات طرفین روی یک فرمول برای ثابت کردن مقدار سود توافق می کنند و طرفین میتوانند سهم دیگری را خریداری کنند.

اگر تجارت شما در حال توسعه باشد، بازده سرمایه میتواند نزدیک یک سود معمولی بانکی باشد ولی اگر تجارت شما با ریسک مواجه شود این سود میتواند بالاتر از سود بانکی باشد.

فرم های قانونی برای گرفتن سرمایه از سرمایه گذاران:

هر سرمایه گذار برای شرکت در سهام شما 3 حالت پیشرو دارد. هر سرمایه گذار فقط میتواند یک حالت را انتخاب کند ولو اینکه سرمایه او پول نباشد و نیروی انسانی، مواد اولیه و یا ... باشد.

حالت اول: شرکت های غیر سهامی (شراکت عمومی)

در این حالت شما جزیی از شرکت میشوید و شما در سود و زیان شرکت با توجه به میزان سهم خود شریک هستید. بهترین حالت شراکت عمومی زمانی است که شریک ها نیز به صورت تمام وقت در آن کسب و کار مشغول باشند. سرمایه گذاران معمولاً این نوع شراکت را نمی پسندند چون نمیخواهند هر روز درگیر کسب و کار شما باشند. همچنین طبق قانون اگر شرکت ضرری تمام سرمایه گذاران باید تمام یا قسمتی از ضرر شرکت را بپردازند. هر شخصی که پیامدهای شراکت عمومی را شنیده باشد از این شراکت پرهیز می کند.

اگر مایل به اطلاعات بیشتر در این مورد هستید می توانید کتاب *The partnerships Book* نوشته Denis Clifford و Ralph Warner را مطالعه نمایید.

حالت دوم : شرکت های مسئولیت محدود

این حالت برای کسب و کارهای کوچک بسیار متداول است. شرکت با مسئولیت محدود شرکتی است که بین دو یا چند نفر برای یک امور تجاری تشکیل شده و هر یک از شرکا بدون اینکه سرمایه به سهام و یا قطعات سهام تبدیل شده باشد فقط با میزان سرمایه خود در شرکت مسئول قروض و تعهدات شرکتی است.

حالت سوم: شرکت های سهامی

یکی از متداولترین حالت های سرمایه گذاری بصورت شرکت های سهامی است که در آنها سهام شرکت فروخته می شود. سرمایه گذاران ممکن است در قیمت خرید سهام دچار ضرر و زیان شوند. شرکت سهامی یک شخصیت حقوقی است که بصورت مجزا فعالیت می نماید. این فعالیت می توانند در هر صنعت و تجارتی باشد. اگر شما 51 درصد از سهام شرکت را خریداری نمایید می توانید مدیریت شرکت را بر عهده بگیرید.

شرکتها و نوار قرمز

شرکتها پیچیدگی های متعددی پیش می آورند - اما اغلب کارآفرینان هزینه ها و دردهای به وجود آمده را قیمت کمی می دانند که برای افزایش سرمایه خود می پردازند. در اینجا چند مطلب را به صورت خلاصه ذکر می کنم

- گزارش گیری در شرکت

برای مطلع نگه داشتن شرکایتان و حفظ شرکت در شرایط مناسب باید عملیات قانونی مشخصی را انجام داده و هزینه ها و مالیاتهای متعددی را بپردازید. این کار بسیار پیچیده تر و پرهزینه تر از کار کردن به عنوان یک فرد تنهاست.

- مالیاتها و شرکتها

شما می توانید تنها به دو روش پول از شرکت خود خارج و دریافت کنید : حقوق و سود سهام. که هر دو این دو روش باید در هیت مدیره تائید شده و در صورتجلسه شرکت آورده شود. حقوقها به عنوان درآمد شما محسوب شده و با نرخ فردی مالیات به آنها تعلق می گیرد. سود سهام پرداخت هایی به سهامداران می باشد و تنها زمانی که مالیتهای شرکتی پرداخت شده باشد قایب پرداخت به افراد می باشد. این سود سهام به عنوان درآمد فردی برای سهامداران محسوب شده و به آنها طبق نرخ مالیات فردی مالیات تعلق می گیرد.

- سهم فروش در شرکت شما

هم مقامات قانونگذار فدرال و هم ایالتی قوانین و مقرراتی برای مدیریت فروش شرکتهای سهامی و یا شراکتهای محدود دارند.

و نکته اصلی همه این مقررات این است که : شما نمی توانید هیچ پولی را به عنوان دریافتی از شرکت بیرون بیاورید بدون اینکه با قوانین مربوطه تطابق ایجاد کنید. این قوانین سرمایه گذاران را از شر کلاهبرداری مصون نگه می دارد و استفاده مشروع و صحیح از پول را به نسبت راحت تر می نماید. قبل از دادن هر نوع ضمانتی مطمئن شوید که با قوانین و مقررات لازم تطبیق لازم را اجرا کرده اید

مقایسه ای بین وامها و سرمایه گذاری در سهام

برای افزایش سرمایه در تجارت جدید خود، باید تصمیم بگیرید که آیا ترجیح می دهید پولی را قرض بگیرید یا بخشی از پروژه خود را به یک سرمایه گذار سهام واگذار کنید. اغلب، ممکن است گزینه های زیادی در اختیار نداشته باشید. فردی که بخواهد پولی قرض دهد و یا سرمایه گذاری کند مسلماً ادعاها و حرفهای زیادی برای گفتن دارند. شما باید مزایا و معایب انتخاب هریک از روشها را بدانید.

- مزایای وام:

وام دهنده سهمی در سود یا مدیریت کار شما نخواهد داشت. تنها شما متعهد خواهید بود که وام را در تاریخ مقرر تسویه کنید. پرداخت سود (نه پرداخت اصل پول) به عنوان هزینه های مالیات پذیر شرکتی محسوب می شود. اخذ وام از دوستان و یا اعضای خانواده می تواند شرایط پرداختی بهتر و انعطاف پذیرتری داشته باشد.

- معایب وام: ممکن است زمانی مجبور به بازپرداخت وام باشید که نیاز به پول نقد بیشتری داشته باشید مانند زمانی که تجارتتان را شروع کرده و یا در حال توسعه باشید. همچنین ممکن است مجبور باشید برای دریافت یک واو وثیقه ملکی بگذارید و اینگونه باید روی سرمایه های شخصی خود ریسک کنید. و تحت هر شرایطی ممکن است به دلیل عدم بازپرداخت وام تحت تعقیب قرار بگیرید حتی اگر تضمینی برای آن نداده باشید.

- مزایای سرمایه گذاری سهامی

شما گزینه ها و انعطاف پذیری بیشتری برای ملزومات پرداختی خود دارید. سهامداران گاهی شریک هستند و گاهی نظرات و پیشنهادات مفید و سازنده ای می دهند. اگر تجارت شما ضرری ببیند و یا با شکست مواجه شود، شما احتمالاً نیازی به بازپرداخت به سهامدارانتان نیستید.

- معایب سرمایه گذاری سهامداران

سهامداران سهم بیشتری از سود شرکت می خواهند. شرکا و سهامداران حق قانونی دارند تا از همه حوادث و اتفاقات موجود با خبر شوند و حق مدیریت معنوی تجارت شما را دارند. و اگر حقوق آنها نادیده گرفته شود قدرت پیگرد قانونی شما را خواهند داشت.

وام ها در صورتی که گردش مالی اجازه بازپرداخت را در زمان معین شده بدهد و بتوان بدون در خطر انداختن اموال شخصی وام دریافت کرد، برای تجارت بهتر می باشند. سرمایه گذاری سهام داران اغلب بهترین روش برای برپایی یک تجارت است چرا که زمانبندی پرداخت انعطاف پذیری دارد. اگر در حال حاضر یک حسابدار خبره در امور تجارتهای کوچک نمی شناسید، بهتر است یکی پیدا کنید. وضعیت مالیاتی شخصی شما، وضعیت مالیات افراد سهامدار و سرمایه گذار و وضعیت مالیاتی نوع تجارتي که تصمیم به برپایی آن دارید همگی در انتخاب و تصمیم شما تاثیرگذار هستند.

منابع معمول مالی در شروع و یا توسعه یک تجارت

اغلب تجارتهای کوچک با یکی از 7 منبع مالی موجود زیر شروع و یا گسترده شدند که به ترتیب تعدد استفاده در زیر آورده شدند:

1- شروع کار با پس اندازهای فردی

2- دریافت پول از دوستان نزدیک و اقوام

3- برآورد ملزومات نقدی و جایگزین کردن کاهش هزینه ها به جای سرمایه گذاری

4- فروش و یا قرض در ازای سهام در ملکی دیگر

5- دریافت پول از حمایت کنندگان و سایرین که به کار شما علاقمند هستند

6- وامهای بانکی

7- سرمایه ریسکی

پیشنهاد می کنم هرگز برای یک تجارت با پول قرض گرفته شده سرمایه گذاری نکنید، حتی اگر ممکن باشد. اگر در حال برپایی یک تجارت جدید هستید از پول خودتان استفاده کنید و یا سهامی را بفروشید به این ترتیب می توانید اشتباهات اجتناب ناپذیر خود را در راه اندازی آن تجارت با هزینه کمتری پشت سر بگذارید و سپس برای نجات پول قرض کنید درست زمانی که می دانید چگونه به خوبی از پولتان استفاده کنید. قانون کلی من این است که شما باید کمتر از نیمی از پولی که لازم دارید را قرض بگیرید. به ویژه اگر در حال برپایی یک تجارت جدید هستید. و اگر در حال گسترش یک تجارت موجود هستید، مطمئن شوید که می توانید هر موقع که لازم باشد حتی اگر تجارتتان آن گونه که می خواهید پیش نرود نسبت به بازپرداخت قرض اقدام نمایید. به عبارتی دیگر معمولاً زیاد قرض گرفتن بیشتر از کم مقروض بودن خطرناک است. اگر باید اکثر مقدار

پول را از دیگران بگیرید پیشنهاد می‌کنم به جای قرض گرفتن بخشی از سهام را بفروشید. اکنون بیاید کمی عمیقتر به منابع مالی سرمایه‌ای برای برپایی یا گسترش یک تجارت پردازیم.

پول حاصل از پس اندازهای فردی

حداقل بخشی از اغلب تجارتها با پس اندازهای فردی سرمایه‌گذاری می‌شود. مطمئناً پس انداز پول مشکل است اما این روش سرمایه‌گذاری مزایای بیشماری دارد و به کمی تلاش می‌ارزد. پس انداز لزوماً از یک حساب بانکی ناشی نمی‌شود. بسیاری از کارآفرینان بخشی از ملک یا منزل مسکونی خود را می‌فروشند و یا روی آن سرمایه‌گذاری می‌کنند تا به پول نقد دست پیدا کنند. برپایی تجارت با پس اندازهای فردی مبنای ایده سرمایه‌گذاری است. به عنوان یک کارآفرین با سرمایه‌افراد را استخدام می‌کنید، تجهیزات می‌خرید، و به ظهور ایده آلی کسب درآمد می‌کنید. این یک سنت قدیمی و پرمفعت است. هنری فورد، جان دی. راکفلر، و مورد معاصر استیو جابز شرکت اپل همگی با پول درون جیب خود شروع کردند و در حوزه تجارت خود به یک امپراطوری دست یافتند.

اگر یک تجارت را با پول خود را بیندازید نیازی نیست نگران بازپرداخت وامها یا راضی نگه داشتن سهامداران باشید. اینگونه فکر کنید که هرچه بیشتر قرض بگیرید، هزینه ثابت کارکرد خود را افزایش می‌دهید و این در زمانی که تجارت شما مانند هر کار دیگری با رکود همراه است نجات یافتن بسیار سخت تر است.

دلیل دیگر برای شروع یک تجارت با پس اندازهای شخصی این است که توان و ظرفیت قرض گرفتن خود را برای آینده تقویت کنید. تجهیزات و نوآوری‌هایی که با سرمایه نقدی خود می‌خرید تبدیل به اموال منقولی می‌شود که در آینده می‌توانید برای وامهای گسترش تجارتتان روی آنها حساب کنید. البته همه افراد آنقدر خوش شانس نیستند که بتوانند تنها با سرمایه و پس انداز فردی یک کسب و کار راه بیندازند. اما حداقل دو روش وجود دارد که بتوانید از طریق آن پول مورد سرمایه‌گذاری خود را افزایش دهید.

تعویق هزینه‌های زندگی

افرادی که کمی بیشتر از پول نقدی که دارند نیاز دارند باید کمی ریسک کنند. این را می‌توان قرض گرفتن از آینده نامید. چرا که ممکن است مجبور شویم کمی از هزینه‌های زندگی را کاهش دهیم و یا اینکه پیشاپیش از اعتبار کارتهای اعتباری استفاده کنیم. این روش کمی ریسک آمیز است و برای همه افراد مناسب نیست. ممکن است یک یا دو کارت اعتباری با اعتبار مناسب داشته باشید اما گاهی با افزایش حداکثری خط اعتباری خود می‌توانید زمانی که لازم باشد میتوانید پول نقد دریافت کنید و یا از اعتبار آن برای خرید تجهیزات استفاده کنید. البته نرخ بهره‌ها بالاست و ممکن است در صورت عدم توانایی پرداخت دچار ورشکستگی و

عدم اعتبار بانکی شوید. البته من افراد زیادی را می شناسم که با این روش یک تجارت راه انداخته اند. اگر سابقه پرداختی خوبی در پرداخت هزینه های گاز، آب، برق، اجاره ملک و بانک داشته باشید می توانید چندماه هزینه های مدام ماهانه را بدون آسیب رساندن به خط اعتباریتان پرداخت نکنید. البته پس از مدت کوتاهی باید دوباره خوش حساسی خود را نشان دهید. هم زمان می توانید از این پول برای کمک به پیشبرد تجارتتان استفاده کنید. ممکن است بتوانید یکی دو قسط از تسهیلات خود را طی یکی دو ماه پرداخت نکنید و کمی پول نقد برای پیشبرد کارتان دم دست داشته باشید البته خیلی زود باید بدهی خود را پرداخت کنید در حالی از این روش استفاده کنید که مطمئن باشید خیلی زود به حالت عادی برمی گردید

این روش برای موارد خاصی که مطمئن باشید خیلی سریع به پول مورد نظر دست پیدا می کنید باید به کار رود البته این روش باید بادیدی کاملا باز اتفاق بیفتد وگرنه ممکن است احساس کنید یک دستورالعمل مهم را در اتاقی تاریک میخوانید.

اعتبار تجاری

هماهنگی برای خط اعتباری تجاری شامل قرض گرفتن از شرکتهایی می شود که که شما کالا یا مواد اولیه خود را از آنها می خرید. این روش در شرکتهای خدماتی کمتر رخ می دهد چرا که حقوق ها بیشترین هزینه این نوع شرکتهای هستند و کارمندان اغلب تمایلی به قرض دادن حقوق خود به شما ندارند. اگرچه من برخی شرکتهایی را می شناسم که تعدادی از دوستان و افراد خانواده در روزهای اول فعالیت مجموعه به طور رایگان کار می کردند: می توانید سوال کنید، پرسیدن آن ضرری ندارد. اگر در زمینه خرده فروشی، عمده فروشی و یا تولید فعالیت می کنید، هماهنگی برای اعتباری خرید کردن می تواند به طور قابل توجهی بسیار مثر ثمر باشد. در اغلب تجارتها، شما جنسی را سفارش می دهید و 30 تا 60 روز پس از دریافت آن پرداخت را انجام می دهید. مشکل تازه کارها این است که تامین کنندگان در شروع کار برای تازه واردها روی پرداختهای نقدی حساب می کنند.

این سیاست به هر حال تغییر پذیر نیست. اغلب اگر برنامه تجاری خود را به تامین کنندگان ارائه می کنید می توانید حداقل کمی از کالاهای مورد نیاز خود را به صورت اعتباری خریداری کنید. پس از همه اینها، تامین کنندگان تمایلی برای کمک به شما پیدا خواهند کرد و شما تا سالها می توانید از این اعتبار استفاده کنید.

کلید حفظ روابط خوب با تامین کنندگان در هنگام قرض گرفتن از آنها، مطلع نگه داشتن آنها از کاری که انجام می دهید و دلیل آن می باشد.

این قانون ارتباط به ویژه و به طور خاص برای تجارتهای نو مهم هستند. اگر اعتباری کسب کردید و فقط می توانید بخشی از صورتحساب اول خود را طی 30 روز پرداخت کنید، این مبلغ را پرداخت کنید و از تامین کننده خود بخواهد کمی به شما فرصت بدهد.

برخی از تامین کنندگان ممکن است برای از دست ندادن شما به عنوان یک مشتری به شما پرداختهای طولانی مدت را پیشنهاد بدهند. بسته به شرایط و گاهی یک تامین کننده، جنس را در فصل رکود بازار به شما می فروشد و شرایط پرداخت طولانی مدت برای شما در فصلهای پررونق تعیین می کند. پیش از اینکه هریک از این روشها را امتحان کنید از نماینده فروش تامین کننده خود شرایط و سیاست گذاری پرداخت آنها را سوال کنید. تامین کننده ها، مهره های مهمی در تجارت شما هستند و باید آنها را سمت خود نگه دارید.

دوستان، اقوام و آشنایان تجاری

نوع و شرایط سرمایه گذاری که توسط دوستان نزدیک و فامیل اجرا می شود به طور معمول تفاوت زیادی با نحوه برخورد شما با غریبه ها نخواهد داشت. کمک ممکن است به شکل یک هدیه، یک وام، یا سرمایه گذاری به شکل سهام باشد. تفاوتها عمده اغلب به دلیل میزان پول موجود و نرخ سود سرمایه گذاری می باشد.

با سرمایه گذاری دوستانه و یا فامیلی، مدل تجاری تنها موضوع مطرح شده نیست. گزینه معمول ترکیبی از وام و هدیه است. در این حالت فامیل یا دوست شما پولی را با بهره پایین یا بدون بهره به شما قرض می دهد و به شما می گوید هر موقع که مقدور بود آن را بازپرداخت کنید و یا اگر نمی توانید آن را یک هدیه تلقی کنید. بدیهی است این نوع کمک اگر وجود داشته باشد نوع باارزشی است و به شما این زمان را می دهد که تا با آرامش و بدون هیچ فشاری تجارت خود را راه بیندازید. اگر در مورد شرایط مالی این فرشته نجات خود شک دارید می توانید از مشاور مالی یا وکیل و یا مشاوران بانکی آنها پرس و جو کنید.

همچنین با مشورت با یک مشاور مالیاتی در مورد مالیات پولی که ممکن است به عنوان هدیه در یک سال دریافت کنید سوال بپرسید تا پیچیدگی مالیاتی سر راهتان قرا نگیرد

عموما مالی که شما به عنوان هدیه دریافت می کنید و یا به ارث می برید به عنوان درآمد شما محسوب نمی شود. اگرچه اگر سرمایه ای که از این طریق بدست آوردید بعدها برای شما سود آوری داشته باشد و یا بهره و در آمدی از آن حاصل شود این درآمد مشمول مالیات خواهد شد. برای اطلاعات بیشتر، به نشریه 17 IRS ، تحت عنوان مالیات بر درآمد فدرال مراجعه کنید. می توانید به صورت آنلاین بر روی سایت WWW.IRS.GOV به این نشریه دسترسی پیدا کنید.

نهایتاً شرایط وام و معامله را بنویسید و اطمینان حاصل کنید همگی خوب توجیه شده اند. سپس خواهید دید که حتی اگر تجارتتان ناموفق باشد می توانید به راحتی در جمعهای خانوادگی حضور پیدا کنید. قبل از اینکه هرچیزی را بپذیرید دوبار فکر کنید.

فکر کنید که اگر تجارتتان به هر دلیلی نچرخد چه اتفاقی برای روابطتان می افتد حتی اگر فامیل یا دوستان بگویند نیازی به پولش ندارد. خانواده هایی را دیده ام که به دلیل که وام گیرنده نتوانسته به تعهداتش به وام دهنده عمل کند از هم پاشیده است و دچار اختلافات درونی شده اند. به علاوه که وامی که از یک فامیل یا دوست نزدیک گرفته شود به زحمت و دردسرش نمی ارزد.

یکی از مزایای کار کردن با فامیل و دوستان این است که آنها نقاط قوت و ضعف شما را می دانند و شما را بیشتر از مقامات بانکی در ابتدای کارتان درک می کنند. به هر حال عاقلانه ترین روش این است که با افراد نزدیک به خود با منشی تجارت مابانه برخورد کنید.

هرگز از این پول به عنوان آزمون دوست داشتن یا نداشتن خود استفاده نکنید.

اگر اقوام نزدیک شما احساس کنند می توانند برای آسیب نرساندن به احساسات شما از شانس سرمایه گذاری و سود آوری چشم پوشی کنند، آن زمان هر دوطرف احساس بهتری در طولانی مدت خواهید داشت. به هشدارها و پیشنهاد افراد به وزه آنهایی که سابقه و تجربه بیشتری از شما دارند توجه کنید.

اگر نمی خواهند به شما پولی قرض بدهند و یا سرمایه گذاری ای بکنند دلایل ظاهری آنها را بپذیرید ممکن است دلایل اصلی آنها به مذاق شما خوش نیاید.

برخی افراد که به دنبال جذب سرمایه گذار هستند یک طرح تجاری آماده می کنند و تنها از آن برای ارائه به بانکها استفاده می کنند با این فرض که خویشاوندان نیازی به این چیزها ندارند. این کار اشتباه است. مطمئن شوید که افرادی که به شما نزدیک هستند از کار سخت شما بهره می برند و یک طرح تجاری خوب ممکن است آنها را نیز به یک تعهد سرمایه گذاری ترغیب کند.

کاهش هزینه هایی خلاقانه

همیشه نه باید بودجه بالا بلکه موثرترین و بهترین روش، سرمایه گذاری برای یک تجارت کوچک و جمع و جور با کمترین مقدار هزینه است. اگر پیشنهاد اولیه تجارت نیاز به 50,000 دلار داشته باشد به این فکر کنید که چگونه می توانید هزینه های غیر ضروری خود را کاهش دهید.

شاید بتوانید تجارت مشاوره ای خود را در منزل انجام دهید و یا از تجهیزات و امکانات یک مجموعه دیگر به صورت شریکی به جای خریدن تجهیزات استفاده کنید.

البته، موقعیتهایی هم پیش خواهد آمد که مقدار کمی پول نیاز داشته باشید- پخت و پز بدون یک اجاق گاز و یا نقاشی بدون نردبان یا برنامه نویسی بدون کامپیوتر مقدور نیست. اصل مهم کاهش هزینه های خارجی است و تنها زمانی باید جذب سرمایه کنید که نمی توانید بدون آنکاری انجام دهید.

EQUITY (راس المال) در سایر اموال

ممکن است برخی از اموال خود را بفروشید و یا اموال خود را به عنوان وثیقه برای وام در نظر بگیرید. به یاد داشته باشید که وثیقه چیزی است که شما مالک آن هستید و تا زمانی که پولی که قرض گرفته اید به همراه بهره های مشخص شده، برگردانید به نام فرد قرض دهنده به او می دهید. اگر نتوانید قرض خود را پرداخت کنید وام دهنده می تواند وثیقه شما را نگه دارد. EQUITY تفاوت بین قیمت وثیقه و میزان بدهی شما به اضافه هزینه های مورد نیاز برای تبدیل وثیقه شما به پول نقد، محاسبه شده است.

مثال: اریک اتومبیلی دارد که 9000 دلار می ارزد اما به بانک 4000 دلار مقروض است، سهم او از این ماشین 5000 دلار است. برای تبدیل سوئیچه به وجه نقد او باید سعی کند خودرو را 9000 دلار بفروشد تا قرض خود را پرداخت کند و 5000 دلار برایش بماند در صورتی که بخواهد دوباره روی همان خودو وام بگیرد کمتر از 5000 دلار وام به او تعلق می گیرد چون بانکها هرگز به مبلغ 100٪ وثیقه وام نمی دهند.

حامیان

بسیاری از تجارتهای پیروان و حمایت کنندگان خاص خود را دارند- در بسیاری از موارد مشتریان به اندازه صاحبان تجارت به آن تجارت بها می دهند. مثالها به اندازه عواطف مبشری در جوامع انسانی بیشمار است. ک رستوران غذاهای سالم، یک کلوب ورزشی، یک فروشگاه موتورسیکلت، یک مرکز مشاوره خانواده، یک تجارت گرمایش خورشیدی، یک فروشگاه کتب مذهبی، یا یک فروشگاه تولید کاپاک با فرض یافتن مخاطب خاص خود به فعالیت ادامه می دهند.

همانگونه که در مورد اعضای یک خانواده بحث می کردیم افرادی که به کار شما اهمیت می دهند بهتر از سرمایه گذاران غریبه به شما کمک خواهند کرد. مهم نیست که تجارت و یا ایده تجارت شما چه باشد مهم این است که افرادی که به شما اهمیت می دهند و در مورد شما اطلاعاتی دارند را شناسایی کنید. ایده های خود را با این افراد در میان بگذارید و آماده شنیدن نظراتشان باشید. مطمئنا ایده های بسیار خوبی دریافت

خواهید کرد و از اینکه چگونه صداقت و تلاش ما منابع خوب مالی برایتان جذب خواهد کرد متعجب خواهید شد.

بانکها

هنگامی که سوال شد که " چرا او به بانک دستبرد زد: ویلی ساتن پاسخ داد " چون پول در بانک بود " به همین دلیل در صدر لیست منابع مالی تجاری قرار می گیرد. متأسفانه در مورد تجارتهای کوچک بانکها با احتیاط بیشتری برای دادن تسهیلات عمل می کنند. موقعی این مساله اهمیت بیشتری پیدا می کند که یادتان می افتد این پول مال چه کسی است!! همین مساله در مورد مسسات مالی اعتباری که به افراد و شرکتهای تسهیلات اعطا می کنند صدق می کند. تغییرات اخیر مقررات بانکی، پیدا کردن واحد درست وام دهنده را در موسسات مختلف مشکل ساخته است اما اصول نهایتاً وقتی به واحد مناسب مراجعه می کنید یکی است. بانکها همواره می خواهند یک طرح تجاری مکتوب همراه سایر مدارک شما باشد. بانکها واسطه های مالی هستند. آنها سودهایی به صاحبان حسابها می پردازند تا جذب سپرده کنند و این سپرده ها را به عنوان وام به شما به عنوان متقاضیان وام می پردازند. هنگامی که به شما وام می دهند بهره های لازم را برای پوشش دادن کارمزدها و هزینه های خود و کسب میزانی سود برای خود در نظر می گیرند. هر تراکنش و معامله بانکی شما یک وام محسوب میشود و زمانبندی پرداختی خاص خود را دارد. بانکها نیز ریسک خود را با اطمینان از وثیقه کافی شما برای بازپرداخت وام حتی اگر تجارتتان بد پیش رود کاهش می دهند.

آنها سرمایه گذاری سهامی در تجارتی انجام نمی دهند.

برخی بانکهای تجاری به طور نزدیکی با برخی از مدیریت کسب و کارهای خرد (SBA) به عنوان تامین کنندگان ضمانتها بانکی همکاری می کنند. اگر نیازی به یک وام داشته باشید و از نظر بانک واجد شرایط نباشید ممکن است به شما پیشنهاد شود که از وامهای تضمینی مدیریت کسب و کارهای کوچک استفاده کنید. و اگر تأیید شوید SBA ضمانت می کند که شما قادر به بازپرداخت وام هستید و آنگاه بانک به شما وام خواهد داد. این رو هم برای راه اندازی کسب و کار و هم برای توسعه تجارتها موفق مورد استفاده قرار می گیرد. از بانک خود در مورد آشنایی با این روش و موجود بودن آن در لیست برنامه های آنها بپرسید. بانکهای تجاری اغلب برای راه اندازی یک تجارت به شما وام می دهند اما تقریباً همیشه از شما وثیقه ای به عنوان تضمین می خواهند. به علاوه آنها تنها بخشی از سرمایه مورد نیاز شما را تامین می کنند و می خواهند شما هم به اندازه آنها در ضرر احتمالی شریک باشید.

نکته مهم و خوب در مورد بانکها این است که گرفتن پول از بانکها معمولاً کم هزینه تر از سایر وام دهندگان مانند کارگزاران وام های وثیقه ای است. اگر مسئول بانک از طرح تجاری شما خوشش بیاید و شما ضمانتهای

لازم را داشته باشید ممکن است برای مدت کوتاهی به شما وام بهره ای زمان دار (معادل وام مضاربه) بدهد و به عنوان یک گزینه بتوانید بعدها آن را به وام مستهلک شونده تبدیل کنید.

این بدان معناست که تا زمانی که تجارتتان راه خود را پیدا نکرده و گردش مالی خوبی پیدا نکرده از پرداختهای بالا زمانبندی شده معاف هستید.

مثال 1: کاترین اوملی 20 هزار دلار برای راه اندازی یک کسب و کار پس انداز کرده است اما نیاز به 10 هزار دلار دیگر دارد. پس از یک مطالعه دقیق در مورد طرح تجاری وی، بانک یک وام مضاربه با بازپرداخت فصلی و وام دیگری با وثیقه منزلش اعطا کرد.

در پایان سال او همه پرداختها را تسویه کرد. نرخ بهره وی احتمالاً چیزی مانند نرخ اولیه بوده است (نرخ که بانک به مشتریان خاص خود اختصاص می دهد) به علاوه 3٪.

اگر نرخ بهره اولیه 12٪ باشد، چیزی حدود 15٪ پرداخت خواهد کرد و نرخ بهره وام فصلی او چیزی معادل 375 دلار خواهد بود. در پایان سال او باید مبلغ 10000 دلار را یک جا بپردازد.

مثال 2: با ادامه این داستان، بیایید فرض کنیم در پایان سال اول خانم کاترین از بانک بخواهد وام را به یک زمانبندی پرداخت سه ساله شامل بازپرداخت اصل پول و بهره مربوطه تبدیل کند. بر اساس عملکرد مناسب سال اول او بانک موافقت می کند که وام مضاربه او را تقسیط کند حال او می داند که 36 ماه فرصت دارد تا هرماه 341.75 دلار بپردازد و پس از 36 ماه کل وام را تسویه کند.

مثال 3: حال بیایید داستان کارترین را فراموش کنیم و من مثالی از یکی از دوستانم برای شما بزنم. پیتر وانگ می خواست یک تعمیرگاه مخصوص ماشینهای ایتالیایی در سانتا فه در نیو مکزیکو باز کند. او تخمین زد که نیاز به 50 هزار دلار دارد تا کارش را شروع کند. او 25000 دلار از شغلش به عنوان مکانیک یک گاراژ تعمیرات فراری پس انداز کرده بود و 30000 دلار در یک خانه سهام داشت. او خود فکر کرد که او خانه ای ندارد و با اعتماد به نفس وارد یک بانک شد و درخواست یک وام 25000 دلاری کرد.

یک ساعت بعد از بیرون آمدن در حالی که سرش دوران داشت. مسئول بانک کلی سوال در مورد برنامه های وی از او پرسید و نظرات وی را در مورد بخشهای مختلف تجارت مورد نظرش از وی پرسید. پیتر من من کنان به او پاسخ می داد. نتیجه اینکه مسئول بانک تا زمانی که پیتر یک طرح تجاری ننویسد و برای کارش برنامه دقیقی نداشته باشد تمایلی به صحبت جدی با پیتر نداشت. پس از برطرف شدن این شوک اولیه پیتر بر سر کارش برگشت. طرح تجاری خود را بر روی کاغذ آورد و به جزئیاتی پرداخت که هرگز تا آن موقع به آن فکر نکرده بود. وقتی این کار را کرد طرحش را به طور قابل توجهی تغییر داد..

نهایتاً پیتر طرحش را به کمیته وام بانک ارائه کرد و این بار موافقت شد که 25000 دلار به او وام بدهند، او 25000 دلار دیگر روی آن گذاشت و با وثیقه گذاشتن سند خانه کارگاهش را تجهیز کرد. در عوض بانک نیز پیتر را مجبور کرد که به نفع بانک یک بیمه عمر خریداری کند پیتر با مذاکره وثیقه دم را حذف کرده و در نهایت کل پکیج را از بانک دریافت کرد.

شرایط بازپرداخت 36 ماهه و با نرخ بهره اولیه به اضافه 3٪ بود.

اما این بار پیتر و مسئول بانک که نامش فرد بود رابطه خوبی برقرار کردند. وقتی کارش خوب پیش نمی رفت، فرد را از موضوع مطلع کرد و فرد این بار به پیتر اجازه داد سه مورد از اقساط را بدون هیچ جریمه ای با تاخیر پرداخت کند.

سرمایه گذاران

سرمایه گذار کسی است که سهمی در یک تجارت سرمایه گذاری می کند به این امید که در آینده سودی ببرد. این می تواند شامل هر نوع سرمایه گذار تجاری باشد از خاله تان گرفته تا بزرگترین بانک سرمایه گذار در نیویورک. این حالت سرمایه به تجارتهایی دلالت دارد که به دنبال شرکتهایی با حجم معاملات بالا و سودآوری های بالا هستند. به طور کلی این سرمایه گذاران سرمایه گذاری های کمتر از 500 هزار دلار را در نظر نمی گیرند و بیشتر به دنبال شرکتهای موفق در زمینه تکنولوژیک هستند که سود آوری بالاتری دارند و حجم بالاتری سرمایه برای راه اندازی و توسعه نیاز دارند. شرکتهای کامپیوتری و مهندسی ژنتیک و پتکنولوژی پزشکی مثالهای ملموسی در این زمینه هستند.

اغلب خوانندگان این کتاب علاقمند به سرمایه گذاری در تجارتهای کوچک و خرده و با تکنولوژی پایین هستند و سرمایه گذاران کلان معمولاً در این زمینه سرمایه گذاری نمی کنند.

خوشبختانه، اقوام، دوستان و آشنایان تجاری و تاجران بومی با سرمایه های کم تنها می توانند در سطوح پایین سرمایه گذاری کنند مثال:

مثال: جک بوت طرح توزیع سود شراکتی خود را به شرح زیر نوشته است: سرمایه گذاران 50٪ از سود را ماهانه به نسبت سهامشان پس از کسر حقوق خود برای اداره فروشگاه، دریافت می کنند. به علاوه، می توانند از فروشگاه با تخفیف خرید کنند. همچنین آنها سهمی از سهام کل دارند. جک تخمین زد که یک سهامدار 10000 دلاری ماهانه 200 دلار به عنوان 24٪ بازپرداخت خواهد داشت. وقتی سهم سرمایه فرد را نیز در نظر بگیرید فرد 10000 دلار سرمایه گذاری می کند که به اندازه 20000 دلار طی سه سال می ارزد.

منابع مالی اضافه برای یک تجارت موجود (افزایش سرمایه)

اگر حداقل 3 تا 4 سال در یک تجارت باشید و بتوانید یک تاریخچه سود دهی نشان دهید، دریچه ای از گزینه های سرمایه گذاری به روی شما باز می شود. مزیت اصلی که نسبت به زمان راه اندازی یک کسب و کار دارید این است که می توانید آنچه می گوئید را ثابت کنید در حالی که در زمان راه اندازی نمی توانید. در صورتی که برای کمتر از سه سال در یک کار بوده اید وی یا نمی توانید یک حاشیه سوددهی نشان دهید، مراقب باشید- منابع سرمایه گذار ممکن است روی شما به عنوان یک تازه کار حساب کنند و یا شما را در ردیف تجارتهای پر ریسک بگذارند در اینجا به لیستی از منابع سرمایه گذار موجود برای گسترش تجارتتان اشاره می کنیم که به عنوان منابع بالفقوه پول هستند. که هر یک یک مزیت و یک عیب دارند. گزینه ای که برای شما مناسب تر است را انتخاب کنید و اگر فایده نداشت به سراغ بقیه گزینه ها بروید

اعتبار تجاری

پس از راه اندازی و ساخت یک سابقه پرداختی خوب برای تامین کنندگانتان می توانید روی افزایش اعتبارتان با آنها حساب کنید. ابتدا بگذارید طرح شما رو خوب بشناسم. اگر در پرداختهائتان بدون اطلاع دادن به آنها تاخیر داشته باشد ممکن است از دستتان ناراحت شوند. ام آگ خوش قول باشید و خوب عمل کنید به رشد شما علاقه نشان می دهند و حتی ممکن است از اعتبار خود برای معرفی شما به سایرین استفاده کنند

بانکهای تجاری

آیا بانکهایی که در شروع کارتان به سختی به شما اعتماد کردند را به یاد می آورید؟ وقتی کارتان سود آوری نشان داده باشد با شما دوستانه تر برخورد خواهد کرد و شرایط راحت تری برای وامهای شما در نظر خواهد گرفت.

شرکتهای اجار تجهیزات

این شرکتهای تجهیزاتی دارند که به شرکتهای و افرادی که نیاز دارند اجاره می دهند. این شرکتهای هم زمان کار تعمیرات تجهیزات نیز انجام می دهند

برخی دیگر از شرکتهای لیزینگ هیچ مالکیت فیزیکی از هیچ تجهیزاتی را برای شما در نظر نمی گیرند. شما تجهیزات را انتخاب می کنید و آنها برای شما می خرند. این شئوع شرکتهای هیچ خدمات تعمیری ای ارائه نمی دهند. آنها پول را از بانک قرض می گیرند و شما بیاد هزینه تجهیزات به علاوه بهره پول و هزینه های شرکت لیزینگ را در زمان معینی پرداخت کنید. برخی از این شرکتهای ممکن است شرایط مالی شرکت شما را بررسی کنند و یا وثیقه ملکی از شما بخواهند. البته قبل از امضای هرچیز خوب ان را بخوانید و درک کنید.

سرمایه گذاران

برخی سرمایه گذاران متخصص بررسی شرایط و امار شرکتها برای پیدا کردن زمینه های مناسب سرمایه گذاری هستند. صنعت رو به تغییر است و باپیش آمدن زمینه های رشد و امکان رقابت در این بازار باید برای پیدا کردن چنین پشتیبانهایی تلاش کنید.

کارگزاران مالی

ای افراد لیستی از سرمایه گذاران بالقوه را برای شما فراهم می کنند. و به ازای مبلغی پول مناسبترین سرمایه گذار را برای شما پیدا و معرفی می کنند.

این گروه با دیدن طرح تجاری شما به دنبال گزینه مناسب برای شما هستند و می توانند و صلاحیت دارند از سوی شما مذاکره کنند و به نتیجه برسانند.

شرکت خصوصی سرمایه گذاری خارجی (OPIC)

OPIC یک شرکت خصوصی دولت امریکاست که وامهای مستقیم و غیرمستقیم تضمینی تدارک می بیند و شرکتهای خصوصی را در مقابل ریسکهای سیاسی در کشورهای درحال توسعه بیمه می کند. مناسبترین کاندیدا برای کمک یک شرکت امریکایی است که با یک تجارت خارجی وارد شراکت می شود. برای اطلاعات بیشتر در مورد این واحد می توانید به سایت WWW.OPIC.GOV.ORG مراجعه کنید.

شرکتهای بیمه و هزینه های مستمری

ممکن است در مورد وام گرفتن از شرکتهای بیمه شنیده باشید. که البته معمولا برای کسب و کارهای کوچک گزینه مناسبی نیستند. برخی شرکتهای بیمه سرمایه مشخصی برای سرمایه گذاری در امور تجاری دارند. با این حال کسب و کارهای کوچک پیش از درخواست به شرکتهای بیمه از منابع مشخصی مالی خود را تامین کرده اند.

تبلیغ در مورد پروژه و فروش سهام به عموم

فروش سهام به صورت عمومی بسیار سخت تر از فروش به دوستانان و آشنایان خواهد بود.

شما باید هر نوع واگذاری سهام را با سازمان SEC و افراد زیربط ثبت کنید مگر اینکه از نوعی معافیت برخوردار باشید. این ثبت مستلزم پول و هزینه است. و شما نیاز به یک وکیل مناسب خواهید داشت- بدون کمک این کار را انجام ندهید.

این کار یک کار پر هزینه و وقت گیر است و می تواند با هزینه وکیل و سایر کارهای اداری 200 هزار دلار هزینه در بر داشته باشید.

خوشبختانه اکثر شرکتهای کوچک در این مورد معافیت دارند. برای مثال در برخی موارد قوانین ایالتی، در صورتی که خریداران سهام همگی ساکن یک ایالت باشند و یا همه سهام در یک ایالت فروخته شود در مورد این مساله معافیت می دهند. نوع دیگر معافیت واگذاری سهام بدون تبلیغات به تعداد محدودی از افراد مشمول معافیت می شود.

یک روش دیگر برای تشخیص صلاحیت برای مشمول این معافیت این است که افرادی این سهام را خریداری کنند که به طور معقول و مستدلی می توانند از خود دفاع کرده و میزان مفید بودن و سود دهی یک پروژه و سرمایه گذاری در آن را ارزیابی کنند و نایزی به نظارت یک مقام ایالتی ندارند.

در واقع البته هر ایالتی قوانین معافیتی ویژه خود را دارد.

نتیجه گیری

در این مبحث به منابع اولیه و ثانویه برای کسب و کارتان پرداختیم.

اگر واقعا به ایده خود اعتماد داشته باشید طرح تجاری خود را در ادامه این کتاب تکمی کنید و سپس با همه لیست افراد بالا تماس بگیرید. اگر طرح خوبی داشته باشید و "نه" هایی که میشنوید را نپذیرید به پولی که می خواهید می رسید. چینی ها می گویند مسافرتهای طولانی با قدمهای ساده شروع می شود. بیاید شروع کنیم.

فصل 5

در این فصل، نحوه تهیه پیش نویس دو مدرک مهم برای برنامه کاری را خواهید آموخت.

➤ رزومه دستاوردهای (سوابق) کاری ویژه که بر آن دسته از تواناییها تمرکز دارند که برای شروع یا گسترش کسب و کار به آنها نیاز دارید .

➤ یک صورت مالی، که جزئیات مربوط به ارزش داراییهای مالی شما را نشان دهد.

تهیه پیش نویس رزومه سوابق کاری شما

سرمایه گذاران و وام دهندگان می خواهند مطمئن باشند که شما از تجربه، تحصیلات و انگیزه کافی برای تبدیل کسب و کار خود به یک موفقیت برخوردار هستید.

رزومه شما به حامیان تان نشان می‌دهد که شما می‌توانید به اهداف خود دست پیدا کنید. وظیفه شما این است که کاری کنید تا به عنوان یک بازرگان به شما اعتماد کنند و شما را دوست داشته باشند.

- به هنگام تنظیم رزومه خود **صادق** باشید اما زیاده‌روی نکنید.
- تنها زمانی به اشتباهات خود اشاره کنید که به برنامه کاری شما مرتبط باشد.
- بهترین راه برای جلب اعتماد در روابط مالی، برقراری ارتباط **بدون** هیچگونه **پرده‌پوشی** است.
- پس از این موضوع بهتر است به اطلاعات مهم **مثبت** پردازیم: چطور نشان می‌دهید که برای اداره یک کسب و کار صلاحیت دارید؟
- فهرستی از تمام مشاغل و تجاربی که در آن‌ها به موفق به کسب دستاوردی برای سازمانی شده‌اید تهیه کنید.
- همچنین می‌توانید اطلاعات شخصی درباره سرگرمی‌های و وضعیت تأهل خود به این رزومه اضافه کنید.
- در پایین هر سازمان، حوزه کاری که در آن مشغول بودید را ذکر کنید. برای مثال، فروش، مدیریت، تحویل، اعتبارات و ... حال به دستاوردهایی که در هنگام تصدی مسئولیت مورد نظر کسب کرده‌اید اشاره کنید.
- پس از تکمیل اولین فهرست از دستاوردهای خود، صورتی تهیه کنید که نشان دهد هر یک از دستاوردهای شما چه رابطه‌ای با توانایی شما در اداره کسب و کار مورد نظر دارد.
- تجارب و دستاوردهای مرتبط را بگنجانید و موارد کلی و دور از موضوع را حذف کنید.
- حال که فرایند و هدف را درک کردید، **اولین پیش‌نویس** از رزومه سوابق کاری خود را بنویسید.
- ❖ ممکن است برای رسیدن به نقطه نظر درست مجبور شوید بارها آن را **بازنویسی** کنید.
- ❖ رزومه شما به نسبت میزان تجارب شما **بین یک تا سه صفحه** خواهد بود
- ❖ از کسی بخواهید تا پیش‌نویس شما را **بخواند** تا مطمئن شوید متن شما خواننده را **مجاب** می‌کند که شما فرد مناسب برای آن شغل هستید

مثال 1:

مدیر اعتبارات، شرکت XYZ: سرپرست دو کارمند دفتری و حساب‌های دریافتی و بخش‌های صدور صورت حساب

مثال 2:

شرکت XYZ: مدیر بخش اعتبارات متشکل از 10 کارمند، دارای یک بخش حساب‌های دریافتی، بخش صدور صورت حساب، و بخش حساب‌های دیرکرد. سامان‌دهی دوباره بخش آرشیو و فرایند اعطای اعتبار برای دستیابی به موارد زیر:

1. برای حفظ ارتباط بیشتر با مشتریان بود.
2. باز هم به منظور شناخت هر چه بیشتر مشتریان.
3. حفظ 0/5 درصد ضرر در سال‌های آتی. به عنوان بخشی از این کار، ما موفق به طرح 15 دعوی بدون استخدام کارکنان جدید شدیم.
4. همکاری تنگاتنگ با نیروی فروش از طریق کنفرانس‌های فروش، خبرنامه و تماس‌های تلفنی مکرر به منظور حصول اطمینان از ارزش اعتبار حساب‌های جدید. در این مدت، فروش XYZ از 3 میلیون به 7 میلیون دلار افزایش یافت.

دو رزومه‌ای که در ادامه می‌بینید، متعلق به جیم فیلیپس و سالی بالدوین - دارای دو ویژگی مهم هستند:

✓ دانش در زمینه کسب و کاری خاص که فرد در صدد پایه‌گذاری آن است

✓ دستاوردهای کاری مشخص

1. سالی بالدوین کار با پارچه و رنگ را دوست دارد و به مردم کمک می‌کند تا فضای کار و زندگی خود را دوست‌داشتنی سازند. او برای راه‌اندازی کسب و کار کوچک تزئینات داخلی خود به پول نیاز دارد.
2. رزومه بعدی متعلق به افرادی است که کسب و کار بالقوه خود را شانس برای ابراز وجود و همچنین کسب درآمد می‌بینند. هنرمندان معمولاً یک کسب و کار را بر اساس علاقه انتخاب می‌کنند. این گونه کسب و کارها معمولاً کوچک باقی می‌مانند
3. رزومه بعدی متعلق به فردی است به طور کلی با کسب و کار آشنایی دارد، اما در آن زمینه خاص که قصد ورود به آن را دارد فاقد تجربه می‌باشد.
4. اگر تمام مهارت‌های مورد نیاز برای اداره کسب و کار خود را ندارید، می‌توانید با استخدام افراد دیگر جاهای خالی را پر کنید. در این صورت باید رزومه آن افراد نیز ضمیمه رزومه شما باشد.

(***** در صورت صلاحدید رزومه ها نمایش داده شود*****)

رزومه 1

جمیز تی. «جیم» فیلیپس

تجربه کاری

- مدیر، فروشگاه کامپیوتر، سن خوزه (از سال 2000 تا کنون)
- مدیر فروشگاه زنجیره‌ای الکترونیک و کامپیوتر با فروش سالانه 3 میلیون دلار
- استخدام، مدیریت و اخراج 15-20 کارکن فروش و پشتیبانی برای دستیابی به اهداف فروش تعیین شده توسط مدیریت زنجیره.
- تنظیم برنامه‌های تبلیغاتی و استراتژی تجاری‌سازی، که سبب شد فروشگاه سالانه حداقل 10 درصد پیش‌تر از اهداف فروش و سودآوری تعیین شده باشد.
- ایجاد یک برنامه کامپیوتری که آمار موجودی تمامی 62 فروشگاه زنجیره‌ای را نشان می‌داد. دریافت جایزه مدیریت ماه برای هفت دوره. این جایزه به مدیر فروشگاه‌های اعطا می‌شد که بیش از همه از فروش ماهیانه تعیین شده خود فراتر رفته بود.
- ایجاد یک فصل‌نامه که برای مشتریان هر 62 فروشگاه پست می‌شد. این کار سبب می‌شد تا تماس نزدیکی با مشتریان داشته باشیم و به طور مستقیم آن‌ها را بازاریابی کنیم.
- نماینده فروش نرم‌افزار (از 1993 تا 2000)
- نماینده مستقل فروش برای سه شرکت تولیدکننده نرم‌افزار بر اساس کمیسیون. شرکت‌های اصلی که نمایندگی آن‌ها را به عهده داشتیم عبارتند از سافتی (سوپرتینو، کالیفرنیا)، بیوسافت (کلرادو اسپرینگز، کلرادو) و پلی‌تایم (سن خوزه، کالیفرنیا).
- افزایش فروش در هر سه شرکت، ورود به حوزه‌های جدید و استخدام برنامه‌نویس بیشتر.
- جمع‌آوری دانشی جامع از فرایند بازاریابی نرم‌افزار. سازماندهی یک برنامه گارانتی که بدون پرسش از مشتری پول او را پس می‌دهد.
- برنامه‌نویس کامپیوتر، شرکت راه‌آهن آتلانتیک جنوبی (از سال 1985 تا 1993)
- برنامه‌نویسی به زبان‌های فورترن، کوبول و بیسیک در مین‌فریم آی.بی.ام با قابلیت ساخت برنامه‌های کاربردی ریل-تایم روی ماشین‌های حمل و نقل و برنامه‌نویسی‌های متفرقه دیگر برای کسب و کارها.
- صرفه‌جویی 2/3 میلیون دلار برای شرکت از طریق طراحی یک برنامه بهتر برای مدیریت خودکار بانکداری و جمع‌آوری حساب‌های دریافتی.

- کمک به طراحی یک برنامه کامپیوتری جدید روی ماشین‌های حمل و نقل، که اطلاعات بهتری درباره مکان نگهداری ماشین‌های حمل و نقل خالی ارائه می‌دهد. این برنامه بهره‌برداری ماشین‌ها را از 60 به 65 درصد افزایش داد.

حسابداری

به هنگام تحصیل در رشته برنامه‌نویسی، شغل‌های نیمه‌وقت متعددی به عنوان حسابدار داشته‌ام.

تحصیلات

- مدرک کارشناسی در رشته تاریخ، کالج ایالتی سن خوزه، 1980
- مدرک کارشناسی ارشد در رشته تاریخ، دانشگاه کالیفرنیا، برکلی، 1983
- برنامه‌نویس دارای گواهینامه، مدرسه برنامه‌نویسی ACME ، 1988

سرگرمی‌ها

فعال در باشگاه‌های بوی اسکات و یونایتد وی؛ گلف‌باز معلول

رزومه 2

سالی بالدوین

- فروشنده با حق‌العمل، استودیو طراحی داخلی مارتا (از سال 1995 تا کنون)
کار بر اساس حق‌العمل برای یک استودیو طراحی داخلی کامل. راهنمایی افرادی که می‌خواهند دکوراسیون خود تغییر دهند، آماده‌سازی برنامه طراحی، خرید وسایل و مواد مورد نیاز، استخدام کارگر برای نصب و دریافت هزینه از مشتری.
سال گذشته من موفق به فروش پروژه‌هایی با ارزش بیش از 500 هزار دلار شدم. این پروژه‌ها شامل هفت تغییر مدل برای سه دفتر کار، یک خانه، دو آپارتمان و یک بیمارستان حیوانات کوچک بوده است.

- داشتن اطلاعات به روز درباره روندها، مواد و تأمین کنندگان جدید. من دوره‌های آموزشی مستمری در موسسه طراحی نیویورک سیتی می‌گذرانم و هر سال در چندین نمایشگاه تجاری وسایل آشپزخانه، مبلمان و نساجی شرکت می‌کنم.
- تهیه فهرستی از افراد فعال در زمینه طراحی شامل مشتریان، پیمانکاران و تأمین کنندگان بلقوه.
- فروش بر اساس حق‌العمل، شرکت طراحی داخلی جی.سی. دلار (از سال 1988 تا 1995)
- فروش پرده و مبلمان برای جی.سی. دلار بر اساس حق‌العمل. من مسئولیت طراحی، نصب و خرید محصولات غیرشرکتی و دریافت حساب‌ها را بر عهده داشتم.
- فروش کالاهای شرکتی به ارزش یک میلیون دلار و دریافت جایزه فروشنده سال.
- فروش‌های من معمولاً مستلزم بازدیدهای متعدد از خانه یا محل کار مشتریان است و من در کار با انواع مردم به یک متخصص تبدیل شده‌ام.

تحصیلات

در سال 1988 از دبیرستان فارغ‌التحصیل شده و پس از آن یک دوره یک ساله را در کالج ماونت مک‌کینلی جونینور گذرانده‌ام.

سرگرمی‌ها

تزیین با بودجه محدود؛ کلکسیون دار عروسک‌های رجدی آن

رزومه 3

استفان برینکل

- وکیل خصوصی
- متخصص در مسائل قانونی کسب و کارها، به همراه تجربه‌ای اندک در امور قانون مدنی
- سرمایه‌گذاری‌های تجاری
- من سرمایه‌گذاری‌های موفق در کسب و کارهای کوچکی از جمله تون آپ اتومبیل و فروشگاه لوازم ورزشی داشتم و مورد دوم را هم اکنون در اختیار دارم (لوازم ورزشی بیل، پلاک 11 بلوار ون رنسلر، شیکاگو)
- در برخی از سرمایه‌گذاری‌های خود در کسب و کارهای کوچک، نقش فعالی در مدیریت داشتم. برای مثال، در تون آپ اتومبیل، مجبور به اخراج مدیر و جایگزین کردن تعمیرکاران ماهرتر شدم. با این کار، این کسب و کار به سوددهی رسید و موفق شدم آن را به مبلغی بیش از آنچه خریده

بودم به فروش برسانم. در فروشگاه لوازم ورزشی بیل، من و مدیر فروشگاه توافق کردیم تا بر لوازم تنیس و دو تمرکز کنیم. در نتیجه، فروشگاه به سوددهی رسید.

تحصیلات

- مدرک کارشناسی در رشته تاریخ، دانشگاه نورت وسترن، 1987
- مدرک وکالت، دانشگاه نورت وسترن، 1989
- گذراندن آزمون وکالت ایلینوی، 1990

سرگرمی‌ها

اسکواش

مشارکت‌های اجتماعی

فعال در سازمان‌های خیریه مبارزه با گرسنگی در سطح جهان

رزومه 4

جانانان (جانی) برینکل

5678 بلوار پلتاین، غرب شیکاگو، ایلینوی، 1314-556(312)

برنامه کاری

مدیریت دکه هات داگ فروشی، در صورت تأمین سرمایه

تجربه کاری

- مدیر، رستوران برگر ورلد (2004 تا کنون)
- نظارت به سه شیف کاری (20 کارکن). پیش از پذیرش این مسئولیت، واحد 211 کمتر از دو سوم متوسط فروش ملی برگر ورلد داشت. ظرف مدت دو سال، فروش واحد 211 را به بیش از متوسط فروش ملی رساندم. استراتژی اصلی من کنترل دقیق کیفیت و بهبود بهداشت و ظاهر واحد است. ظرف مدت شش ماه پس از قبول مسئولیت، بالاترین امتیاز بهداشت و جلوه ظاهری را برگر ورلد و نظر مساعد بسیاری از مشتریان دریافت کردیم.
- کارآموز مدیریت، رستوران‌های جک این ده باکس (2001-2004)
من دوره کارآموزی مدیریت فست فود را در تعدادی از رستوران‌های جک این ده باکس گذراندم. ابتدا با تمام وظایف آشنا شدم. یاد گرفتم زمان طبخ و به گونه‌ای با سفارش

همه‌هنگ کنم که مشتری همیشه غذای تازه طبخ‌شده دریافت کند. همچنین یاد گرفتم که هر چه رستوران تمیزتر باشد، غذای بیشتری به فروش می‌رسد.

تحصیلات

فارغ‌التحصیل دبیرستان نورت‌ساید، 2000

اطلاعات شخصی

مجرد، بدون وابستگی

سرگرمی‌ها

تعمیر یک فورد مدل 1932؛ بازی بیس‌بال با توپ نرم

تهیه پیش‌نویس صورت وضعیت مالی شخصی شما

شما می‌توانید از مطالعه ادامه این مبحث صرف نظر کنید، مگر اینکه به دنبال یک وام یا سرمایه‌گذاری برای کسب و کارتان باشید. صورت وضعیت مالی شخصی شما، دارایی‌ها، بدهی، درآمد و مخارج شما را لیست می‌کند. این صورت وضعیت به شرکا (حامیان) اطلاعات زیادی درباره توانایی شما در مدیریت کردن پول می‌دهد. اگر وضعیت مالی شما ضعیف است، دلسرد نشوید. حامیان می‌خواهند درباره شما بدانند و قطعاً درک خواهند کرد که شما به این پول نیاز دارید.

آماده کردن این صورت وضعیت به فرمی که وام‌دهندگان در پی آن هستند شامل چندین مرحله است که در این بخش از ابتدا تا انتهای آن را خواهید دید. همانطور که متوجه خواهید شد، این کار دشوارتر از پر کردن فرم درخواست کردیت (اعتبار مالی) نیست.

تنظیم کردن یک صورت وضعیت مالی شخصی خوب، دشوار نیست اما نیازمند دقت به جزئیات است. من پیشنهاد می‌کنم در ابتدا یک پیش‌نویس سریع آماده کنید. اگر کامپیوتر دارید ممکن است بخواهید به جای آن یک صفحه گسترده تنظیم کنید.

اگر در حال حاضر صاحب کسب و کار (بیزنس) هستید یا در یک کسب و کار (بیزنس) سهام و ذینفع هستید، ممکن است بخواهید صورت وضعیتی جداگانه از ارزش خالص کسب و کار یا ترازنامه و صورت وضعیتی از سود و زیان بنویسید. اگر صاحب تمام یا بخشی از یک کسب و کار هستید و قصد ارائه صورت وضعیتی جداگانه ندارید، سهم خود را از بیزنس در این صورت وضعیت مالی شخصی بنویسید.

تذکر (نکته) دارایی مشترک:

اگر در مالکیت آیتمی با دیگران شریک هستید و آنها متقاضی وام نیستند، تنها ارزش سهم خود را از دارایی ها و بدهی های متناظر ذکر کنید. اگر همه شرکا برای دریافت وام امضا می کنند و متقاضی آن هستند، تمام مبلغ و مقدار را ذکر کنید. نوع مالکیت را تشریح کنید (اجاره دار مشترک، اموال مشترک زن و شوهر، tenants in common، شرکت سهامی یا مالکیت مستقل). اگر از چگونگی مالکیت مطمئن نیستید، به سند، قرارداد یا عنوان سند نگاهی بیاندازید.

تعیین کردن دارایی های شما

هدف شما این است که به طور مختصر، ارزش کنونی هر آنچه دارید را برآورد کرده و توضیح دهید، حتی اگر در قبال آن بدهکار باشید. اگر از ارزش یک یا چند مورد خاص مطمئن نیستید، فعلا ارزش آن را تخمین بزنید و بعدا به آن رسیدگی کنید. قیمت بازار را ارائه کنید؛ قیمتی که می توانید این بخش از دارایی تان را امروز در بازار به فروش برسانید.

یک کپی از صورت وضعیت مالی شخصی در CD-ROM در فرمت اکسل وجود دارد. شما می توانید آن را تحت نام finest xls پیدا کنید. توجه داشته باشید که فرمول ها در این سند جاسازی شده اند و در نتیجه، اتوماتیک وار مجموع مناسب را محاسبه می کند.

**دارایی ها را جدا از درآمد نگه دارید.

دارایی، یک آیتم پولی یا چیزی است که می توانید بفروشید مثل ماشین یا خانه. درآمد، پولی است که شما در فواصل معین دریافت می کنید مثل چک حقوق. بعضی دارایی ها درآمدی منظم تولید می کنند. به طور مثال سهام و اوراق قرضه که سود سهام پرداخت می کنند؛ حق انحصاری اختراع با قرارداد حق الاختراع، و اسناد اعتباری که در اختیار دارید.

اینجا فقط دارایی هایتان را لیست کنید؛ بعدا درآمادتان را هم لیست خواهید کرد.

انواع دارایی ها:

- پول نقد و معادل پول نقد
- اوراق بهادار قابل معامله
- ارزش پولی بیمه عمر:
- حساب ها و اسناد دریافتی
- اسناد تودیع امانت و رهن ها:
- املاک و مستغلات

• تعیین کردن بدهی ها

در صورت وضعیت مالی شخصی، بدهی ها، و ارزش خالص، آنچه را که به دیگران بدهکارید می نویسد. اطلاعات این فرم بخش ساده تر آن چیزی است که شما به تازگی انجام داده اید. در واقع اگر یک باب خانه را به عنوان دارایی لیست کرده اید، حالا مبلغ رهن همان خانه را به عنوان یک بدهی ذکر می کنید.

انواع بدهی ها:

- کارتهای اعتباری و اعتبار قابل تجدید
- وام های بدون وثیقه
- وام های تضمین شده با املاک
- وام های تضمین شده با اموال شخصی

**** هم خوانی را چک کنید:** قبل از اینکه ادامه دهید، اطلاعات درج شده در دو بخش دارایی ها و بدهی هایتان را به دقت مقایسه کنید. مطمئن شوید که با هم هماهنگ هستند. برای مثال، برای آنچه بدهی قید کرده اید، مالی (یک دارایی) ذکر کرده باشید و برعکس.

تعیین کردن ارزش خالص

برای محاسبه ارزش خالص، به سادگی کافیست مجموع بدهی ها را از مجموع دارایی ها کم کنید.

تعیین درآمد سالیانه شما

مرحله بعدی در صورت وضعیت مالی سالانه، تعیین درآمد سالیانه از تمامی منابع است. این ارقام مجموع درآمد سالانه از هر منبع درآمدی را نشان می دهد. پس این بخش را با بخش دارایی ها که پیش از این تکمیل کردید اشتباه نکنید. به هر حال اگر شما در این بخش به درآمدی از یکی از دارایی هایتان اشاره کردید، مطمئن شوید آن دارایی (مال) را در بخش دارایی ها هم ذکر کرده اید. این فرم باید نشان دهنده موقعیت کنونی شما باشد. و حقوق کنونی تان را نشان دهد؛ حتی اگر قصد دارید به زودی به منظور شروع بیزنسی جدید از شغل کنونی تان استعفا دهید.

تعیین هزینه های سالانه زندگی

هدف این بخش از فرم، ارائه یک تخمین دقیق از این موضوع است که زندگی شما چقدر هزینه دارد. هزینه های داد و ستد باید تحت یک صورت وضعیت سود و زیان مجزا کاور شوند.

هزینه و مخارج بیمه:

تمام مخارج خود را در یک سال خدمت کنید.

انواع متداول بیمه شامل بیمه عمر، سلامت، معلولیت، ملک و خودرو می شود.

اظهاری نامه مالی شخصی خود را تکمیل کنید:

از این موضوع اطمینان حاصل کنید که فرم را به همراه تاریخ امضاء کرده اید البته هر موسسه ای فرم مالی مخصوص به خود را دارد و آن را ترجیح می دهد.

از صحت و دقت اظهاری نامه مالی خود اطمینان حاصل کنید: (تایید صحت و دقت اظهاری نامه مالی) افراد و موسسات قرض دهنده می خواهند که اظهاری نامه مالی شما را تایید کنند

موسسات و افراد قرض دهنده معمولاً بوسیله موسسات اعتباری میزان اعتبار شما را چک می کنند این اطلاعات حاکی از آن است که شما مثلاً فلان قبض را پرداخت کرده اید یا نه و اینکه در چه زمان این کار را کرده اید این اطلاعات همچنین حاکی از شغل کنونی شما، موارد حقوقی که در آن درگیر هستید و ورشکستی های ده سال گذشته شما می باشد پس مناسب است که قبل از نوشتن اظهاری نامه یک رونوشت از گزارش اعتباری خود داشته باشید در اکثر موارد موسسات قرض دهنده اطلاعات نوشته شده در اظهاری نامه شما را قبول می کنند البته درج اطلاعات غلط جرم محسوب می شود

فصل 6

پیش بینی سود و زیان

باید مشخص کنید به چه میزان پول احتیاج دارید

توسعه طرح:

زمانیکه شما سعی می کنید به تمام جزئیات مرتبط با طرح مالی خود بپردازید ممکن است تصویر کلی و دور نمایی از یاد ببرید.

که این دور نما در حقیقت چیزی است که کار شما می خواهد آن را اثبات کند یعنی هدف شما در چنین مواقعی لحظه ای تأمل کنید و به موارد زیر فکر کنید.

این پیش بینی یک طرح و برنامه هست که چه میزان خواهید فروخت و چه میزان سود خواهید کرد این امر شالوده طرح تجاری شماست

سود عایدی شما حاصل از سه بخش است:

بازده فروش:

این تمام پولی است که شما هر ماه هفته یا سال کسب می کنید و به نامهای فروش ناخالص، درآمد فروش یا عموماً فروش نیز معروف است.

مخارج فروش:

این هزینه مستقیم محصول یا خدماتی است که شما می فروشید گاهی به نامهای هزینه مستقیم کالا، هزینه متغیر، هزینه افزایش، و یا هزینه مستقیم خوانده می شود .

هزینه های ثابت:

اینها مخرج و هزینه هایی هستند که شما در صورت آنها را باید بپردازید این هزینه ها به صورت ماهانه تغییر نمی کند و شامل اجاره بها، بیمه و غیره می شود. و گاهی به آن هزینه های اجرایی و ثابت گفته می شود.

میانگین هزینه فروش را مشخص کنید

این مرحله اولین گام در تعیین سود و زیان است که در حقیقت همان هزینه مستقیم کالا یا خدمات است

روشی دقیق تر برای تعیین میانگین هزینه فروش:

این روش در حقیقت تهیه و محاسبه میزان بازده فروش ماهیانه بصورت جداگانه و هزینه پیش بینی شده فروش برای هر کالا یا خدمت است.

به حساب آوردن مخارج واسطه گری (حق دلالی)

بخاطر داشته باشید که بعضی از مشاغل به کارمندان خود حق کمیسیون پرداخت میکنند تمام مخارجی که در هر فروش نسبت به فروش دیگر تغییر می کنند باید جزء مخارج فروش به حساب آیند نه هزینه های ثابت سود ناخالص: هزینه فروش را از درآمد تفریق نموده تا سود ناخالص بدست آید. این مقدار پولی است که برای شما بعد از پرداخت هزینه های مستقیم تولیدات فروش رفته ، باقی می ماند. این پول برای پرداخت هزینه ها و سودهای کسب و کار ثابت در دسترس میباشد.

اگر سود ناخالص برای آن ماه بزرگتر از هزینه های ثابت باشد، شما سود خواهید داشت. اما اگر سود ناخالص برای آن ماه کمتر از هزینه های ثابت باشد، شما ضرر خواهید داشت.

هزینه های ثابت: دستمزد / حقوق - مالیات لیست حقوق - اجاره - بازاریابی و تبلیغات - بیمه - حسابداری/دفاتر

همه موارد هزینه ثابت سود شما را کاهش میدهد به طوری که شما مالیات بر درآمد کسب و کار کمتری پرداخت میکنید.

دستمزد / حقوق : اکثر کسب و کارهای کوچک کارمندان مورد نیاز خود را بکار گماشته و بصورت هفتگی یا ماهیانه بر اساس جدول کاری بدون در نظر گرفتن نوسانات بازار کسب و کار، به آنها حقوق ثابت پرداخت میکنند. بسیاری از کسب و کارها در صورت نیاز برخی از کارکنان موقت را فرا می خوانند.

اگر شما در نظر دارید به طور منظم به خودتان دستمزد پرداخت کنید، صرفنظر از اینکه چقدر کسب و کار سودآور است ، شامل حقوق شما هم میشود.

دستمزدهای خاص جزء هزینه های ثابت محسوب نمیشوند.

برخی از کسب و کار های تولیدی کوچک پرداخت بر اساس بازدهی به کارگران و یا کارکنان استخدام شده حقوق پرداخت میکنند ، هنگامی که سفارشات زیاد است پرداخت صورت میگیرد و هنگامی که در کسب و کار وقفه ای صورت گیرد در نتیجه پرداختی وجود نخواهد داشت. آن هزینه ها به رده هزینه فروش تعلق دارند و نه دسته هزینه ثابت.

مالیات لیست حقوق: شما به عنوان یک کارفرما، حدود 14٪ از دستمزد و حقوق کارکنان خود را بعنوان مالیات به دولت فدرال پرداخت میکنید. این سهم شما به برنامه تامین اجتماعی کارکنان است. این نرخهای مالیات با توجه به زمان تغییر میکند.

اجاره : باید بدانید خواهان چه نوع موقعیتی هستید- برای نمونه آیا شما نیاز به محلی با قابلیت دید بالا دارید یا محلی محصور در ساختمانهای بلند، محل کم هزینه به همان اندازه خوب است. شما همچنین باید بدانید بزرگی فضای مورد نظر شما چه اندازه باشد ، چه لوله کشی، سیستم برق رسانی، و روشنایی شما می خواهید، و چه مقدار به ذخیره سازی و انبار کالا نیاز دارید. گاهی اوقات اجاره ارزان به نتیجه مطلوب در داد و ستد منتهی نمیشود و شما باید در آن، اقدام به ساخت و ساز یا نصب سیستم های مورد نظر خود نمائید.

بابت اجاره برخی از مراکز خرید باید یکسری پرداختها را به تناسب داشته باشید : مالیات دارائی، نگهداری ساختمان، بیمه آتش سوزی ساختمان، و همچنین به نسبت معین ، شارژهای منطقه مشترک و پارکینگ. بازاریابی و تبلیغات: بازاریابی شبکه ای، و یا فروش به دوستان و آشنایان، بعنوان یک جایگزین مشخص برای استراتژی های فروش سنتی تبدیل شده است. بازاریابی مبارزاتی شامل مردم و گروه های است که به جای تبلیغات محصول یا خدمات به کالا یا خدمات شما نیاز دارند در واقع تبلیغات بیش از حد و عدم ارائه خدمات و کالاهای مناسب باعث فرار خریداران میگردد.

بعنوان مثال ممکن است دانش آموزان و یا کارگران پاره وقت را به صرف چایی دعوت کنند و در مورد محصولات با آنها صحبت میکنند. اگر شما خلاقیت داشته باشید، انواع روشهای کم هزینه برای تبلیغ کالا و خدمات برای مردم خواهان محصولات یا خدمات شما وجود دارد. برای مثال، اگر شما یک برنامه نرم افزاری بهتر را ابداع کنید(یا با مشاوره باعث توسعه کسب و کار در زمینه مورد نظر خودگردید)، شما می توانید از طریق تبلیغات رادیویی و یا با پیدا کردن یک تابلو اعلانات کامپیوتری ، مردمی را که به محصولات شما نیاز دارند با این کالاها آشنا سازید.

اگر شما یک مغازه تعمیر فلوت باز کنید، برای مثال، یکی از اولین کارها کشف راه های ارزان قیمتی است که به هر فلوت زن در شعاع صد مایل اجازه میدهد از وجود شما آگاه باشد. یکی از راه های ممکن تماس با هر مربی ساز بادی، رهبر گروه موسیقی مدرسه و فروشگاه موسیقی در منطقه و نیز تشریح چگونگی حفظ و نگهداری و تمیز کاری فلوتها برای آنها می باشد.

بسیاری از کسب و کارهای موفق درصدی از فروش ناخالص را برای ارتقاء سیستم مورد استفاده قرار میدهند ، اغلب 3٪ تا 5٪ از درآمد فروش به این امر اختصاص می یابد. آنها نیمی از آن مبلغ را برای تلاشهای سطح پائین جهت آگاهی دادن به مردم در خصوص تولیدات و خدمات خود استفاده و نیم دیگر صرف تبلیغات فروش و وقایع بخصوص میگردد.

درباره آنچه قصد دارید راجع به تولیدات خود برای مردم توضیح دهید ، فکر کنید. آیا کسب و کار شما به چاپ کارت تبلیغاتی نیاز دارد؟ آگهی روی کاغذ کوچک؟ روزنامه ها؟ با اندازه بزرگ در صفحات زرد؟ نمونه کالاهای فرستاده شده به فروشگاههای رسانه ای، آیا باعث بررسی محصولات شما میشوند؟ نامه های پستی؟ کارشناس بازاریابی پاره وقت آیا میتواند به شما کمک کند اوضاع را جمع بندی کنید؟ از تبلیغات گران قیمت که شما قبلاً آن را آزموده اید اجتناب کنید.

بیمه: شما باید حداقل دارای چند بیمه باشید تا در صورت لزوم و دعوی قضائی بکار شما آیند. اجاره نامه شما ممکن است به بیمه نامه آتش سوزی سیل یا زلزله برای ساختمان نیاز داشته باشد. اگر همگان به محل کسب و کار شما رفت و آمد دارند، داشتن بیمه مسئولیت عمومی و داری الزامی است.

اگر فردی در محل کسب و کار شما پایش سُر بخورد یا به زمین بیفتند این بیمه ها از شما محافظت میکنند. اگر شخصی را استخدام کنید، شما همچنین به بیمه تکمیلی برای کارگران نیاز دارید زیرا از ابتدای استخدام مسئولیت حوادث با شما خواهد بود و چه بسا هر لحظه به کارگری آسیب وارد آید.

شما احتمالاً می خواهید موجودی و لوازم جانبی ارزشمند خود را بیمه کنید. اگر احتمال دارد محصولات شما همانند غذا یا ماشین آلات به شخصی صدمه ای برساند، بیمه مسئولیت محصولات باید مورد ملاحظه باشد. حسابداری/دفاتر: اگر شما به کار با اعداد و ارقام مایل هستید میتوانید حساب و کتاب امور تجاری را، خود انجام دهید. بهر حال مشغله زیاد کسب و کار بشما اجازه نمی دهد شخصاً" به این امور رسیدگی نمائید. شما میتوانید با استخدام یک حسابدار پاره وقت به امور مالی خود سر و سامان دهید، اگر در ابتدای کسب و کار خود هستید هزینه شما 500 دلار و بمرور زمان ماهیانه کمتر از 200 دلار خواهد بود و نیز شما میتوانید از سی پی آ(شرکت حسابداری و حسابرسی رسمی) کمک بگیرید و بصورت پاره وقت با پرداخت مبلغی مشخص از صحت و دقت اعداد و ارقام کسب و کار خود، آگاهی یابید.

منظور محاسبه سود بازپرداخت مبلغی که وام گرفته اید:

حالت اول :میزان وام دریافتی مشخص است:

اگر اقساط مساوی باشند ، هنگام بازپرداخت ، مبلغ اصل تسهیلات او در هر ماه افزایش و مبلغ سود تسهیلات در هر ماه کاهش می یابد.

مثال : ژوآنی ریکاردو مبلغ 50,000 دلار برای تأسیس فروشگاه بستنی ژلاتو در جزیره Rhode از بانک قرض گرفته است. او با بازپرداخت این وام در اقساط مساوی 36 ماهه به مبلغ قسط 1,660.80 دلار که شامل 12 درصد سود بر مانده بدهی می باشد، موافقت کرده است. اگرچه مبلغ اقساط وام ژوآنی مساوی هستند لیکن مبلغ اصل تسهیلات او در هرماه افزایش و مبلغ سود تسهیلات در هر ماه کاهش می یابد

حالت دوم: میزان وام مشخص نیست:

برای تعیین میزان مبلغ مورد نیاز برای سرمایه گذاری در کسب و کار در این حالت شما سه انتخاب دارید:

- ✓ می توانید پیش بینی سود و زیان خود را در این بخش و پیش بینی مربوط به وجوه نقد خود را در بخش بعدی کامل کنید ،سپس مناسبترین مبلغ مورد نیاز را قرض گرفته و میزان بازپرداختهای ماهیانه خود را تخمین بزنید.
- ✓ می توانید پیش بینی خود را بدون در نظر گرفتن مبلغ وام مورد نیاز یا بازپرداختها انجام دهید ، سپس با استفاده از نتایج پیش بینی میزان وام مورد نیاز و بازپرداختها را تخمین بزنید.
- ✓ می توانید پیش بینی خود را بدون در نظر گرفتن نیاز خود به وام انجام دهید سپس میزان وام مورد نیاز و وجوه نقدی مورد نیاز خود را برای بازپرداخت وام ، تخمین بزنید .

فصل هفتم

پیش بینی وجوه نقدی ،گردش پول و جریان مخارج سرمایه

مقدمه

برنامه و جریان مخارج و هزینه های سرمایه ی خود را آماده کنید.

پیش بینی گردش پول و وجود نقدی خود را آماده کنید.

سرمایه گذاری لازم را برای تجارت خود مطالبه کنید.

بررسی مشکلات

مشکل فهرست موجودی آنتوینت

مواجهه و رویارویی خرده فروشان با مشکلات رایج و متداول

برنامه ریزی سریع : اگر شما روش برنامه ریزی سریع را برای آماده نمودن یک برنامه ی تجارتي انتخاب کرده اید (مراجعه به مقدمه) ، نیازمند مطالعه و کامل نمودن این بخش های فصل 7 می باشید :

- برنامه ی مخارج و سرمایه های خود را آماده نمایید.
- پیش بینی از گردش پول و وجوه نقدی خود آماده نمایید
- سرمایه گذاری مورد نیاز برای تجارت خود را ایجاد کنید

مقدمه

در فصل 6، پیش نویسی از سود و زیان پیش بینی شده در تجارت خود را آماده کردید. در حالیکه این پیش نویس در خصوص تصاویر و نمودهای مالی مطالب زیادی را به شما بیان می دارد، که سبب غفلت و چشم پوشی شما از جزئیات بسیاری می گردد. اگر بررسی و نگاهی اجمالی بر یکی از جزئیات داشته باشید، ممکن است ور شکسته شوید، حتی اگر تجارت شما دور نمایی سودمند داشته باشید و سودمند به نظر برسد.

جزئیات مهم و ضروری یک تجارت باید مدیریت گردد که این مدیریت " گردش نقدی " نامیده می شود. گردش نقدی اصطلاح دیگری برای پول ورودی و خروجی در تجارت شماست. گردش نقدی و وجوه سرمایه مثبت هنگامی اتفاق می افتد که مبالغ ورودی شما متجاوز از مبالغ خروجی است و گردش نقدی بالعکس این موضوع می باشد. در جهان امروزی ، در آغاز و عملکرد تجارت ، شما حداقل در خصوص جریان نقدی و وجوه سرمایه ی کوتاه مدتی که در بلند مدت سودمند خواهد بود، نگران خواهید شد. با این وجود شما مایل به شکایت از طلبکاران خود به دادگاه نمی باشید زیرا قادر به پرداخت قبوض خود نمی باشید اگرچه جمع فروش و دریافتی های شما به سرعت افزایش می یابد.

حتی یکی از مالکان تجارتي جدید که تی شرت می پوشد و من وی را می شناسم بیان می دارد : شادکامی یک گردش نقدی و وجوهی از سرمایه است!"

پیش بینی وجوه نقدی و گردش پول شما از پیش بینی سود و زیان تجارت شما متفاوت است زیرا گردش پول ورودی و خروجی از تجارت شما در زمان های مختلف نشان دهنده ی پیش بینی سود و زیان تجارت شما است. پیش بینی رسمی وجوه نقدی و گردش نقدی پول نیازمند شرکاء بسیاری است ، که تمایل دارند بدانند که شما زمان های مختلف را درک می کنید و قادر به مدیریت این تغییرات زمانی می باشید.

مثال : ریتا ساین تمایل به افتتاح تجارت کوچک تولید کروات -رنگی دارد. از آنجائیکه بسیاری از فروشندگان وی زنجیره ی فروشگاه هستند ، ریتا می داند که وی می تواند سفارشات خود را حمل و به فروش رساند. فروشگاه ها اغلب می توانند طی چندین ماه قبوض و صورت حساب های خود را بپردازند. وایزلی ، ریتا به دقت پیش بینی وجوه نقدی خود را آماده می کند تا اطمینان حاصل نماید می تواند از فروش محصولات خود به صورت اعتباری و بستانکاری استطاعت کند.

درپیش بینی گردش پول و وجوه نقدی، شما حدس خواهید زد که تا چه اندازه نیازمند آغاز یا گسترش تجارت خود می باشید. شما مقداری از پول خود را گسترش خواهید داد و تا اندازه ای راضی و آسوده هستید که می توانید سرمایه گذاری های بلند مدت مربوط به آینده را شرح دهید. به عبارت دیگر، شما نیازمند این مسئله می باشید که تا حد ممکن در این پیش بینی دقیق می باشید.

وجوه نقدی و پولی را که شما نیازمند آغاز و گسترش تجارت خود می باشید می تواند در دو طبقه متمایز گردد:

سرمایه گذاری سرمایه . پولی است که شما پیش از آغاز یا گسترش تجارت خود نیازمند صرف و خرج می باشید.

سرمایه گذاری اولیه ی کار: این قسمت دربردارنده ی اندوخته های نقدی است که شما نیازمند حفظ تجارت در حرکت خود پیش از به نمایش گذاشتن ماهیانه ی تجارت خود می باشید.

عموما ، وجوه نقدی حاصل از فروش ماهیانه برای پوشش هزینه های ماهیانه ی خود در اولین ماه پس از افتتاح یک تجارت نوین ، کافی و بسنده است. اگر پیش بینی وجوه نقدی و گردش پول شما نشان دهنده ی تصویر منفی برای این مدت زمان باشد ، شما نیازمند تخصیص پول مازاد برای سرمایه گذاری اولیه ی کار خود می باشید. سرمایه گذاری اولیه ی کار شما درها را باز نگه می دارد زیرا گردش نقدی حاصل از تجارت ماهیانه مثبت می گردد. اگر پیش بینی گردش پول شما نشان دهد که شما کمبود و کسری بودجه را برای چندین ماه کنترل می کنید، در اینصورت نگران تجارت خود نباشید. فقط اطمینان حاصل کنید که شما سرمایه گذاری کافی اولیه را جهت پوشش گردش پول در کار خود دارید. اما اگر پیش بینی گردش نقدی شما نشان دهنده ی کسری و کمبود بودجه ی پیوسته و دائمی باشد، و یا کمبود وجه طی مدت زمان طولانی افزایش یابد ، تجارت شما ممکن است برخی گردش های خطیر و مرگبار را داشته باشید و شما باید مجددا عقاید کامل خود را پیش از ایجاد هر تعهد و الزامی مجددا آزمایش کنید.

همچنین رشد و افزایش، می تواند سبب ایجاد برخی مشکلات گردد. بسیاری از تجارت هایی که به سرعت رشد می یابند از کمبود وجوه نقدی جدی رنج می برند زیرا پول و وجه نقد حاصل از فروش به میزان کافی سرمایه گذاری را که نیازمند توسعه و گسترش می باشد پوشش نمی دهد. اگر شما خود را در این موقعیت یافتید، نیازمند کاهش نرخ رشد یا پیدا کردن منابع مازاد پول می باشید. (مراجعه به بحث گردش پول و وجوه نقدی در مبحث ذیل).

بنابراین، اجازه بدهید یک ذره بین کاملا بر افراشته و آشکار را در دوربین خود قرار دهیم تا بر پیش بینی وجوه نقدی و گردش پول خود تمرکز نمایید. در اینجا، ضروری است که ماشین حساب یا کامپیوتر خود را بیرون بیاورید (روشن نمایید) و با اعداد بازی کنید.

برنامه ی مخارج و هزینه های سرمایه ی خود را آماده نمایید.

برنامه های مخارج و هزینه های سرمایه ی شما در بردارنده ی تمام مواردی است که شما باید پیش از آغاز تجارت خود در سود حاصل از فروش خریداری نمایید، که شامل فهرست موجودی اولیه، تجهیزات و لوازم، مجوزهای تجاری، سپرده ها برای اجاره ساختمان و هر آنچه را که نیازمند آن هستید، می باشد.

فایلی را در کامپیوتر باز کنید و یا یک صفحه کاغذ سفید در آورید و در بالای آن عبارت " برنامه ی مخارج سرمایه " را بنویسید. اکنون، لیستی از چیزهایی را تهیه کنید که باید پیش از افتتاح فروشگاه خود خریداری نمایید. این کار شما را قادر به ایجاد یک ارزیابی مناسب و مطلوب از وجوه نقدی می نماید که در آن شما نیازمند گشودن درهای تجارت خود هستید.

لیست زیر مجموعه ای از وجوه و پول نقد آیتم های تجارتي مشترک مورد نیاز خرید را نشان می دهد پیش از اینکه آنها آماده ی افتتاح فروشگاه خود باشند. برخی از آیتم هایی که شما نیازمند خرید هستید در آیتم های سرمایه گذاری و مخارج آن در نظر گرفته خواهند شد، که سودمندی ها و منافع زندگی آنان را کم ارزش و کم بها می کند. تمام هزینه ها و مخارج اولیه نشان دهنده ی سرمایه گذاری وجوه سرمایه در تجارت شما می باشند، بدون در نظر گرفتن این موضوع که؛ آنان به دلیل آیتم های سرمایه یا مخارج و هزینه ها آنان را تهدید می کنند. اگر شما تردید داشته باشید که آیا یک آیتم می تواند کم بها و مستهلک باشد، در خصوص این موضوع از حسابدار خود سوال نمایید.

اکنون مقادیر پولی خاص برای هر آیتم در این لیست را تعیین کنید. اگر شما در خصوص هزینه ی هر آیتم مردد و نامطمئن باشید، از شخصی سوال نمایید که شما آن آیتم را از وی برای اعلام و ارزیابی وجه نقد خریداری خواهید نمود. تلاش کنید به این وجه 10٪ امتیاز دهید یا از آن کسر کنید. به خاطر داشته باشید که در اینجا

شما در تلاش برای ارزیابی دقیق هستید، بنابراین از اعدادی استفاده نمایید که فکر می کنید این اعداد و ارقام صحیح هستند. بسیاری از تجارب افراد تاجر 10٪ یا 20٪ نهایی دیگر را اضافه خواهد نمود زیرا این تجارب سبب حدسیات ضعیف یا دیگر حدسیات نادرست می گردند. اگر شما می دانید که نیازمند احتیاط و احتمال هستید و آن را در نظر نمی گیرید، اکنون آن را بر برنامه ی سرمایه و مخارج سرمایه ی خود بیافزایید. با اضافه نمودن تمام آیتم ها شما باید لیستی از ارزیابی وجوه نقدی که در افتتاح تجارت شما مورد نیاز است، تهیه نمایید.

برنامه ی مخارج سرمایه بایستی مقادیر دقیقی را منعکس نماید که شما تا حد ممکن نیازمند صرف و خرج آن در تجارت خود می باشید. برای نمونه ، این برنامه برای آتونیت برای استفاده از ارزیابی هزینه ها مناسب و مطلوب است هنگامیکه وی درباره ی تجارت های خود در دوره های عمومی (اصطلاحات عمومی) فکر می کند ، اما اکنون وی نیازمند دقت بیشتری می باشد.

آیتم های مشترک در یک برنامه ریزی مخارج سرمایه

در اینجا لیستی از آیتم های مشترک تجارتمی را که پیش از افتتاح فروشگاه خود نیازمند هستید را ارائه می دهیم. توجه داشته باشید که آنها به دو دسته طبقه بندی می شوند- آیتم های سرمایه و آیتم های هزینه آیتم های سرمایه عموماً دارای عمر مفید بیش از یکسال می باشند و می توانند در اهداف مالیاتی کم بها و بی ارزش باشند. آنها در بردارنده ی موارد زیر هستند:

- تابلوهای آگهی ثابت و دائمی ، هیترها و گرم کننده ها ، تهویه های هوا ، تجهیزات آشپزی و یخچال
- تجهیزات ، شامل ماشین آلات ، ابزارهای بزرگ ، و دیگر آیتم های گران قیمت
- تجهیزات نمایشی و جالباسی ها در مناطق خرده فروشی
- تجهیزات و ابزارهای اداری
- اصطلاحات استیجاری یا دیگر تغییراتی که شما برای ساختمان خود ایجاد می کنید مانند دیوارها ، حمام و فرش
- کامپیوترها ، ماشین های تحریر ، ماشین های فکس ، ماشین های افزایش گر ، صندوق شمارش پول ، سیستم های تلفی و دیگر تجهیزاتی که شما خریداری می نمایید.

آیتم های هزینه عموماً به عنوان هزینه های ثابت یا هزینه های فروش در زمانی نشان داده می شوند که آنان را خریداری می نمایند زیرا آنان کمتر از یکسال زمان می برند. این آیتم ها در بردارنده ی موارد زیر می باشند:

- افتتاح سرمایه و سرمایه گذاری (که اغلب شما می توانید یک برنامه ی پرداخت مخصوص را به تامین کنندگان ارائه دهید ، شما معمولاً پول این تجهیزات را پرداخت خواهید نمود ، که اغلب شامل کالاهایی که شما از پیش خریداری نموده اید نمی باشد)
- پیش پرداخت اجاره
- پیش پرداخت های مالیاتی
- مجوزهای تجاری و گواهینامه ها
- بازاریابی و ارتقاء
- بیمه
- نصب و راه اندازی تلفن
- پیش پرداخت های سودمند
- نوشت افزارها و تجهیزات اداری
- اجرت و دستمزدهای قانونی ، هزینه هایی برای عضویت و هزینه های CPA برای تاسیس تجارت خود)
- اندوخته ها و ذخایر احتیاطی

وی باید با فروشگاه های اطراف خود به خوبی ارتباط برقرار نماید و آنان را شناسایی کند.

اگر یک وام دهنده و مقروض قدرتمند از وی بپرسد چرا وی مبلغ \$3000 را برای هر جالباسی و آویز لباس بپردازد ، می تواند بگوید " افرادی که از حراجی ها استفاده می کنند قطعاً محصولات آنان فرسوده هستند و اجناس تخفیفی ، اجناسی بنجل و نامرغوبی باشند. من می خواهم تصویرم بهترین کیفیت را داشته باشد و این موضوع بهترین رابطه ی معامله را دارد". همانطور که مثال ضمیمه شده نشان می دهد ، آنتونیت می داند که تجارت وی راه اندازی خواهد شد.

اگرچه وی جزء به جزء اقلام تجهیزات ، تجهیزات اداری و رفاه استیجاری را در خلاصه ی خود در نظر نمی گیرد . جزئیات لیست وی در اینجا موجود می باشد.

برنامه ی هزینه ها و مخارج سرمایه

آیتم ها

تجهیزات موجود در منطقه ی فروش که در بردارنده ی صندوق پول شمار ، ماشین های دوزندگی و جالباسی ها می باشد (مراجعه به لیست)

\$30000

اصلاحات اجاره داری واستیجاری ،پیشنهاد خرید ومزایده از سازه وساختمان جونز که شامل تابلوی آگهی ها ، تجهیزات روشنایی و دکورمی باشند

\$80000

7500

پیش پرداخت اجاره ، اجاره بهای دوماه

30000

سرمایه اولیه

15000

عملیات احتمالی واحتیاطی

\$162,500

جمع سرمایه گذاری های مورد نیاز برای افتتاح فروشگاه

درنمونه ی دوم ،دراینجا یک فرد برای مشاوره ی مبالغ نقدی اولیه شرکت مورد نیاز است. همانطور که مشاهده می کنید ، وی درنظر دارد برنامه ی خود را با پول و مبالغ مازاد آغاز نماید ؛ وی مبلغ \$10000 را به عنوان سرمایه به کار خود اختصاص می دهد.

برنامه ی مخارج و هزینه های سرمایه

مشاوره ی مشارکتی جفر

آیتم ها

\$6000

نیمکت ، میزهای کنفرانس ،صندلی ها

\$1000

ماشین فکس

\$4000

سیستم کامپیوتری ،کلون IBM ، پرینتر لیزری ،نرم افزار

\$2000

دستگاه کپی

\$700

دستگاه تایپ

\$1000

سیستم تلفن

\$500

مجموعه وسایل تزئینی

\$2000

مجموعه پیش پرداخت ها برای گواهینامه و مجوزهای تجاری

\$2000

بازاریابی وتبلیغات اولیه

\$ 1000

تجهيزات و نوشت افزارها

\$10000

ارزیابی سرمایه ی کار

\$30,200

مجموعه سرمایه مورد نیاز برای افتتاح فروشگاه

پیش بینی گردش پول و وجوه نقدی خود را آماده نمایید

اکنون برنامه ی مخارج سرمایه ی خود را کامل نمایید، شما خواهید دانست چه مقدار پول جهت افتتاح فروشگاه مورد نیاز است. گام بعدی ارزیابی مقدار پول مازاد مورد نیاز شما برای ادامه ی اولین ماه های کم سود و بی حاصل را نشان می دهد.

پیش بینی سود و زیان : سال دوم

Profit and Loss Forecast: Year Two

for Antoniette's Dress Shop

Cash in/(Out)

Month	1	2	3	4	5
	Mar	Apr	May	Jun	Jul
1. Profit/(Loss) [P & L line 6]	\$ (50)	\$ 1,450	\$ 3,950	\$ 2,950	\$ 1,450
2. Less: Credit Sales— <u>25</u> % on credit x Sales Revenue [P & L line 1]	(7,500)	(8,450)	(11,250)	(9,375)	(8,450)
3. Plus: Collections of Credit Sales <u>2</u> months after sale	—	—	7,500	8,450	11,250
4. Plus: Credit Purchases— <u>30</u> % of purchases on credit x Cost of Sales [P & L line 2]	9,000	10,150	13,500	11,250	10,150
5. Less: Payments for Credit Purchases <u>2</u> months after purchase	(—)	(—)	(9,000)	(10,150)	(13,500)
6. Plus: Withholding <u>—</u> % of total wages (if paying taxes quarterly)	—	—	—	—	—
7. Less: Quarterly withholding payments (if paying taxes quarterly)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
8. Plus: Depreciation	—	—	—	—	—
9. Less: Principal Payments	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
10. Less: Extra Purchases	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
11. Other Cash Items in/(out)	—	—	—	—	—
12. Monthly Net Cash	1,450	3,150	6,700	3,125	900
13. Cumulative Net Cash	\$ 1,450	\$ 4,600	\$ 11,300	\$ 14,425	\$ 15,325

1. سود(زیان) خط p و a
2. کمتر: فروش غیرنقدی – 25٪ نقدی × درآمد و جمع دریافتی ها (خط P 1 و L)
3. امتیازات و درآمد مزاد : مجموعه فروش های غیر نقدی دوماه پس از فروش
4. امتیازات و درآمد مزاد – 50٪ خریدهای کارتی × بهای فروش (خط P 2 و L)
5. کمتر: پرداخت های انجام شده با کارت های اعتباری 2ماه پس از خرید
6. درآمد مزاد و امتیازات : حبس و ذخیره مال ----- % از کل دستمزدها (در صورتی که نصف مالیات پرداخت شود)
7. کمتر: ذخیره و حبس پرداخت ها هر سه ماه یکبار (در صورتی که نصف مالیات پرداخت شود)
8. درآمد مزاد : استهلاک وافت بها
9. کمتر : اصل پرداخت ها
10. کمتر: خریدهای مزاد
11. دیگر آیتم های وجوه ورودی / خروجی (داخل / خارج)
12. سود ماهیانه ی وجوه نقدی
13. سود و وجوه نقدی خالص مزاد

Date Completed: 1/25/xx

6	7	8	9	10	11	12	Year Total
<u>Aug</u>	<u>Sept</u>	<u>Oct</u>	<u>Nov</u>	<u>Dec</u>	<u>Jan</u>	<u>Feb</u>	
\$ 1,450	\$ 4,450	\$ 4,450	\$ 5,950	\$ 8,950	\$ (1,550)	\$ (50)	\$ 38,400
(8,450)	(10,300)	(10,300)	(11,250)	(13,125)	(6,550)	(7,500)	(112,500)
<u>9,375</u>	<u>8,450</u>	<u>8,450</u>	<u>10,300</u>	<u>10,300</u>	<u>11,250</u>	<u>13,125</u>	<u>98,450</u>
<u>10,150</u>	<u>12,350</u>	<u>12,350</u>	<u>13,500</u>	<u>15,750</u>	<u>7,850</u>	<u>9,000</u>	<u>135,000</u>
(11,250)	(10,150)	(10,150)	(12,350)	(12,350)	(13,500)	(15,750)	(118,150)
<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
<u>1,275</u>	<u>4,800</u>	<u>4,800</u>	<u>6,150</u>	<u>9,525</u>	<u>(2,500)</u>	<u>(1,175)</u>	<u>\$ 38,200</u>
<u>\$ 16,600</u>	<u>\$ 21,400</u>	<u>\$ 26,200</u>	<u>\$ 32,350</u>	<u>\$ 41,875</u>	<u>\$ 39,375</u>	<u>\$ 38,200</u>	

در فرایند اولیه، ما از پیش بینی وجوه نقد و گردش پولی استفاده می نماییم که با مجموعه حساب های سود زیانی آغاز شده است که در پیش بینی سود و زیان تجارت تان در فصل 6 توسعه داده شد. سپس شما باید محاسبات ماهیانه را برای سودهای ماهیانه ی محاسبه شده در زمان های مختلف برای هزینه های (پول های) جمع آوری شده و خرج شده (صرف شده) ایجاد نمایید.

فرم های سفید و خالی پیش بینی وجوه نقد و گردش پول را که در یک سی دی رام قرار دارد باز کنید و دستورالعمل های زیر را گام به گام دنبال کنید. شما یک پیش بینی را برای دوسال اول تجارت خود کامل نموده اید. هر خط را برای هر 24 ماه پیش از رفتن به خط بعد کامل نمایید.

✓ فورمت و آریشی از کپی پیش بینی وجوه نقدی و گردش پول در سی دی رام در پشت این کتاب در فرمت میکروسافت اکسل با عنوان cash flow.xls آماده شده است. برنامه گسترده برگ به طور خودکار وجوه خالص ماهیانه، جمع وجوه خالص و وجوه سالیانه را محاسبه خواهد کرد. توجه داشته باشید که، اگر مجموعه ای از علائم ##### در باکس در یک گسترده برگ ظاهر شد به این معناست که شما نیازمند یک ستون گسترده تر با هدف نمایش اعداد می باشید. اگر شما از برنامه ی گسترده برگ استفاده می نمایید که نمی توانید فرمت اکسل را تغییر دهید، برنامه ای را با استفاده از طبقه های مختلف مانند پیش بینی وجوه نقد تکمیل شده در این فصل تنظیم نمایید. (اطمینان حاصل کنید که ردیف وستون های سرصفحه با یکدیگر مشابه هستند).

1. سود (زیان)

برای شروع، پیش بینی سود و زیانی را که در فصل 6 کامل نموده اید را به دست آورید و سود و زیان ماهیانه را از خط 6 در اولین خط فرم پیش بینی وجوه نقدی و گردش پولی کپی کنید. با استفاده از سود و زیان هایی که نشان دادید همچنان هزینه های نرمال موجود در تجارت مانند اجاره، دستمزدها و حقوق و غیره را محاسبه کنید. نباید در خصوص این هزینه ها در این پیش بینی نگران باشید.

اگر هر یک از جمع حساب های شما زیان ها هستند، یک برکت و کروش در دو طرف آن (اطراف) ها قرار دهید

به عبارت دیگر، پیش بینی کامل وجوه نقدی و گردش پول ناصحیح و نادرست خواهد بود.

فروش های اعتباری. در صورتی که برنامه ای برای فروش خدمات و کالاها به صورت اعتباری ندارید به خط 4 بروید. اگر کالاها و خدمات شما به صورت اعتباری به فروش می رسد، مشتری کالاها یا خدمات را فوراً دریافت می کند. اگرچه شما هزینه هایی را متحمل شده اید، این پرداخت بلافاصله انجام نمی شود. فروش های اعتباری و غیر نقدی صورت حساب هایی را برای شما ایجاد می کند، آنان این پرداخت های شما را " حساب های دریافتی " می نامند زیرا شما بی درنگ و بلافاصله پول خود را دریافت می نمایید. (هنگامی که از طریق کارت های اعتباری خرید می کنید، صورت حساب های خود را به صورتهای دیگر پرداخت نموده اید. این نوع پرداخت ها " حساب های پرداختی " نامیده می شوند زیرا شما آنان را به زودی و بلافاصله پرداخت خواهید کرد).

بسیاری از تجارت هایی که به دیگر تجارت ها فروخته می شوند باید برای برخی فروش های اعتباری و غیر نقدی برنامه ریزی کنند. بسیاری از تجارت هایی که تنها فروخته می شوند یا به صورت خرده فروشی به

مصرف کنندگان ارائه می شوند می توانند تقریباً به صورت اعتباری و غیرنقدی که دربردارنده ی چک ها و کارت های اعتباری هستند ، برنامه ریزی گردند.

✱ نکته ای درخصوص کارت های اعتباری

در اهداف این مباحث ،فروش ها از طریق کارت های اعتباری مانند فروش های نقدی صورت می پذیرند به استثنای پردازش بهایی که بانک به حساب شما واریز می نماید.اگر شما از پایانه ی الکتریکی استفاده می کنید ، پول از طریق بانک بلافاصله به حساب شما واریز می شود و در صورتیکه از پرینتر کاغذی استفاده می کنید ، پول طی چندین روز کوتاه به حساب شما واریز می شود.

این فرایند، پول و وجه نقدی بیشتری برای آغاز و اداره ی تجارت شما را دربرمی گیرد(می گیرد) در صورتیکه شما یک کارت اعتباری به مشتریان خود پیشنهاد نمایید که در هر خرید شما باید این کارت را از مشتریان خود دریافت نمایید. در اینجا چگونه می توان پول و وجه نقد مورد نیاز شما را محاسبه نمود. اولین ارزیابی اینکه چه بخشی از فروش نهایی شما به صورت غیر نقدی خواهد بود.برای نمونه ، اگر شما فکر می کنید که یک سوم فروش های شما به صورت غیرنقدی خواهد بود ، به این معناست که 33٪ از فروش های ماهیانه ی شما در ماهی که فروش انجام می پذیرد جمع آوری نخواهد شد . توجه داشته باشید که اکنون درصد پیش بینی وجوه نقدی و گردش پول در سرتیتر خط 2 شکل می پذیرد.

پیش بینی سود وزیانی که در فصل 6 تکمیل نموده اید را بررسی نمایید. دلارهای حاصل از بازده فروش را در هرماه توسط درصد و مقدار فروش غیرنقدی و اعتباری افزایش دهید که شما آن را برای تجارت خود پیش بینی می کنید (خط سود و پورسانت فروش اعتباری پیش بینی سود وزیان). هر یک از این جمع صورت حساب ها ی موجود در خط 2 را در پیش بینی های جریان و وجوه پوول و گردش پول وارد کنید.

مثال : میکی و مایکل یک مغازه ی خدمات فتوکپی و فکس راه اندازی کردند. آنان ارزیابی کردند که حدود 40٪ از بازده فروش های آنان به صورت غیر نقدی و 60٪، باقیمانده به صورت نقدی خواهد بود. در خط 2 پیش بینی گردش پول و وجوه نقدی ، آنان این مبالغ فروش را وارد کردند : \$40000 در ماه ژوئیه ، \$4400 در ماه فوریه و غیره.

محاسبه ی فروش های غیر نقدی پیش بینی گردش پول فروشگاه M و M ، 6ماه

M & M Copy Shop Cash Flow Forecast Credit Sales Calculation, Six Months (\$000s)						
	<u>Jan</u>	<u>Feb</u>	<u>Mar</u>	<u>Apr</u>	<u>May</u>	<u>Jun</u>
Forecast sales revenue	\$ 11.0	\$ 10.9	\$ 12.6	\$ 13.1	\$ 15.6	\$ 16.8
% sales on credit	<u>40%</u>	<u>40%</u>	<u>40%</u>	<u>40%</u>	<u>40%</u>	<u>40%</u>
Forecast credit sales	<u>\$ 4.4</u>	<u>\$ 4.4</u>	<u>\$ 5.0</u>	<u>\$ 5.2</u>	<u>\$ 6.2</u>	<u>\$ 6.7</u>

3. مجموعه فروش های غیر نقدی

اگر برای فروش کالا یا خدمات خود به صورت غیر نقدی برنامه ای ندارید از این مرحله عبور کنید. دریافتی های غیر نقدی شما هنگامی که فروش از طریق گردش غیر نقدی به جای پول نقد صورت می پذیرد، کاهش می یابند. به عبارت دیگر، دریافتی های شما افزایش خواهند یافت هنگامی که جمع آوری پول از یک فروش غیر نقدی زودتر صورت می پذیرد. این پیش بینی وجوه نقدی نشان می دهند که دریافتی های شما دقیقاً چه مقدار به عنوان خط مشی های غیر نقدی و پرداخت های اعتباری افزایش و کاهش می یابند. اگر چه، مشتریان این مبلغ را بلافاصله و به سرعت پرداخت نمی کنند، اما آنها در نهایت این مبلغ را به شما پرداخت می کنند. هنگامی که آنان از این روش پرداخت استفاده می کنند شغل شما جمع آوری حساب می باشد. اگر شما نیاز مشتری خود را طی مدت زمان 30 روز برطرف نمایید؛ معمولاً 60 روز طول می کشد این مبلغ پرداخت گردد و به حساب شما واریز شود. شما در یک روز اجناس خود را می فروشید، سپس عبارت و شرحی از آن را در آخر ماه یادداشت می کنید و آن را برای مشتری خود ایمیل می کنید. وی آن را 30 روز پس از دریافت این صورت حساب پرداخت می کند. البته، برخی افراد آن را زودتر و برخی دیرتر پرداخت می کنند. در یک تجارت کاملاً اجرا شده با پرداخت های مطلوب مشتریان که به مدت 30 روز صورت حساب های خود را پرداخت می کنند، میانگین تعویق پرداخت ها 45 تا 60 روز خواهد بود.

فصل 7 از ص 130 تا پایان فصل

حداقل زمانی که بین انبار کردن و فروش کالا در نظر دارید را برآورد و آن را پیش بینی کنید. در بیشتر کسب و کارها این امر دو ماه زمان میبرد. استفاده از تمام ماه برای این منظور از استفاده از بخشهایی از ماه آسان

تر است . اگر شما فکر می کنید 45 روز زمان مورد نیاز است به احتمال زیاد پاسخ شما دو ماه نیست ، استفاده از یک و یک ماه و نیم استفاده کنید . تعداد ماه را در خط 3 وارد کنید.

به عنوان مثال: اگر میکی و میشل به طور متوسط صورتحساب را در دو ماه جمع آوری کنند، فقط فروش اعتباری از فروش ماهانه کم خواهد شد که در دو ماه بعد اضافه خواهد شد. در این مثال، کسب و کار در ماه ژانویه شروع می شود و هیچ حساب برجسته از می سال گذشته وجود ندارد همانطور که می بینید ، تاخیر در مجموع فروش بدان معنی است که M & M در رونوشت حساب فروشگاه \$ 8.800 پول نقد داشتند که در ژانویه و فوریه جریان کاهش داشته است . این به این معنی است که آنها حداقل \$ 9000 سرمایه در گردش نیاز دارند تا بتوانند در طول در دو ماه اول سرمایه خود را حفظ کنند.

رونوشت فروشگاه M& M فروش اعتباری و نقدی در 6 ماه (\$000S)						
	ژوئن	مه	آوریل	مارس	فوریه	ژانویه
فروش اعتباری	\$6.7	\$6.2	\$5.2	\$5.0	\$4.4	\$4.4
مجموع فروش اعتباری و نقدی	5.2	5.0	4.4	4.4	0	0

حالا که شما دیدید که چگونه کار می کند، جریان وجوه نقد خود را به صورت ماهیانه تکمیل کنید و برای مدت دو سال پیش بینی خود و مجموعه نقدی پول جمع آوری شده در ماه توسط خودتان را در 3 خط بنویسید.

4. خرید اعتباری. برآورد کنید چگونه زمان خرید ، جریان نقدی شما را تحت تاثیر خود قرار خواهد داد. در بیشتر کسب و کارها خریداران کالا از تامین کنندگان ، پرداخت خود را برای یک زمان معین به تاخیر می اندازند و به شکل اعتباری خرید میکنند . اکثر تامین کنندگان در صورتی که اعتبار لازم را داشته باشند برای پرداخت صورت حساب خود به طور منظم به شما 30 روز فرصت میدهند. به این ترتیب، شما را وادار به استفاده از پول خود میکنند در حالی که، اگر شما به صورت اعتباری (نسبه) بفروشید فقط می خواهید مشتریان از پول خود استفاده کنند.

در اینجا نحوه تکمیل این بخش از پیش بینی جریان وجوه نقد را می آموزیم . اول، یک برآورد درصد از کل کالا و خدمات خود که شما انتظار دارید به صورت اعتباری فروش برود تهیه کنید . (به بخشی تحت عنوان "تحلیل نقطه سر به سر نگاه کنید: آیا کسب و کار شما پولساز است ؟" در فصل 3، در مورد چگونگی حدس و تعیین ارزش آموختیم .) نوشتن رقم درصد در عنوان در 4خط.

بعد شما هزینه دلار درآمد حاصل از فروش اعتباری خود در هر ماه را محاسبه کنید. برای به دست آوردن این رقم، هزینه فروش هر ماه را در درصد برآورد خرید اعتباری ضرب می کنیم و پاسخ را در خط 4 بیان می کنیم. توجه داشته باشید که آنها جریان نقدی را افزایش دهد.

به عنوان مثال: میکی و میشل برآورد کردند که حدود 60٪ از خرید خود را اعتباری انجام دهند. \$ 3600 در ژانویه فروش داشتند که \$ 2160 اعتباری است (0.6 از \$ 3.600 X آمده = \$ 2160). آنها دور این رقم \$ 2200 دایره کشیدند . در اینجا به نظر می رسد نحوه پیش بینی جریان وجوه نقد برای چند ماه در فروشگاه M & M بر خط 4 نوشته شده ، آنها خرید اعتباری خود را بر این مبنا انجام دادند : \$ 2.200 برای ژانویه. \$ 2200 برای فوریه. \$ 2.500 برای مارس و بقیه به همین صورت.

رونوشت فروشگاه M& M فروش اعتباری و نقدی در 6 ماه (\$000S)						
ژانویه	فوریه	مارس	آوریل	مه	ژوئن	
\$3.6	\$3.6	\$4.2	\$4.3	\$ 5.1	\$5.5	پیش بینی هزینه فروش
%60	%60	%60	%60	%60	%60	درصد آورده اعتباری
2.2	2.2	2.5	2.6	3.1	3.3	اعتبار خرید

5.پرداخت برای خرید اعتباری. اینجا به شما نشان می دهد زمانی که شما برای خرید پرداخت دارید شما باید اعتبار لازم را داشته باشید. اینها پرداخت ها در جریان وجوه نقد پیش بینی شده از سود کم میشود . برآورد کنید چه مدت طول میکشه تا شما کالای را بفروشید و زمان آن را ثبت کنید آن را در زمان مورد نظر پرداخت کنید. برآورد خودتان را از تعداد ماه هایی که بین فروش کالا و پرداخت شما سپری میشود در خط 5 یادداشت کنید.

اگر شما در مورد زمان شک دارید ، راه آن به این شکل است : معمولا حدود 60 روز طول می کشد تا موجودی کالای شما به فروش می رسد و دوباره مرتبه کالا، دریافت و ذخیره سازی کنید و صورت حساب و یا بخشی

از آن را پرداخت کنید. در صورتی که در مورد شما، این امر صدق میکند پس کالا شما در ماه ژانویه به فروش خواهد رسید، وجه آن در ماه مارس پرداخت می شود.

هر چند در اینجا سخن از احتیاط است، بسیاری از تامین کنندگان شرایط خود را به شکل قابل توجهی سخت تر کرده اند. این غیر معمول نیست که تامین کنندگان، انتظار پرداخت در ده روز پس از تاریخ دریافت کالا را داشته باشند.

سیاست های اعتباری تامین کنندگان را بشناسید. اگر شما از سیاست تامین کنندگان خود مطمئن هستید، خوب است که قبل از اینکه شما پیش بینی کنید، آنها را به خوبی بشناسید. یک اشتباه در اینجا می تواند به یک پیش بینی به طور چشمگیری نادرست در نقدینگی منجر شود.

به عنوان مثال: در اینجا نحوه این پیش بینی را برای صورت مالی فروشگاه M & M، که انتظار تاخیر دو ماهه بین سفارش و پرداخت پول برای کالا وجود دارد را بررسی میکنیم:

رونوشت فروشگاه M & M جریان وجوه نقد، پیش بینی اعتباری فروش و مجموع در شش ماه (000\$)						
	ژانویه	فوریه	مارس	آوریل	مه	ژوئن
خط 4 اعتبار خرید	\$2.2	\$2.2	\$2.5	\$5.2	\$3.1	\$ 3.3
خط 5 پرداخت برای خرید اعتباری	0	0	2.2	2.2	2.5	2.6

در حال حاضر، مقدار دلار اعتبار خرید شما در خط 4 وارد شده، اما در یک ماه بعد، در یک روش مشابه به رونوشت فروشگاه M & M پرداختها وارد شده است.

6. تکلیف مالیاتی. بیشتر کسب و کارها باید مالیات کارکنان خود را هر ماه پرداخت کنند. این بدان معناست که هر ماه شما ایرانی ها میزانی از دستمزد کارکنان خود را کم کرده و به منظور کمک به امنیت اجتماعی پرداخت میکنید. اگر شما هر ماه این مالیات را پرداخت کنید، این امر جریان نقدینگی شما را تحت تاثیر خود قرار نمیدهد، به طوری که اثری بر پیش بینی جریان نقدینگی نخواهد داشت.

برخی از کسب و کار واجد شرایط به جای پرداخت هر ماه مالیات هر سه ماه پرداخت میکنند. برای واجد شرایط بودن برای برنامه پرداخت سه ماهه، شما باید دیونتون به دولت کمتر از \$2.500 در سه ماه باشد.

اگر شما برای گزینه سه ماهه واجد شرایط نیستید و یا مایل به پرداخت هر ماه هستید، روی خط 8 آن را ثبت کنید. اگر می خواهید از گزینه سه ماهه استفاده کنید، بحث ذیل در ارتباط با دستورالعمل پرداخت مالیات را بخوانید.

هنگامی که شما سود و زیان را پیش بینی میکنید شما حداقل 14٪ از کل دستمزد را در هر ماه به عنوان مالیات پرداخت میکنید که آن را به عنوان یک هزینه اضافی منظور می کنید (پیش بینی سود و زیان، خط B4، دستورالعمل اخذ مالیات). آن تقریباً سهم اجباری کارکنان شما برای کمک به صندوق تامین اجتماعی و بیمه بیکاری دولت است. شما برای پرداخت این مبلغ یک چک برای دولت مینویسید.

برای برنامه ریزی اهداف خود در نظر داشته باشید، ارقام مالیات تقریبی هستند. پس شما نیاز به اطلاعات بیشتر در مورد قوانین مالیاتی دارید. برخی از منابع اطلاعاتی خوب مثل مالیات برای کسب و کار کوچک، توسط فردریک دلبیو در روزنامه (Nolo)، که در ماهنامه (راهنمای مالیات برای کارفرما)، موجود است، همراه با نشریات دیگر، در وب سایت (www.irs.gov) میتواند مورد استفاده باشد. بر عنوان "کسب و کار" کلیک کنید تا اطلاعات آن را ببینید:

علاوه بر این، دولت نیز از شما انتظار دارد بخشی از درآمد کارکنان خود را جمع آوری و به عنوان مالیات تامین اجتماعی به طور مستقیم به دولت پرداخت کنید. در حالی که هر کارمند به دلیل شرایط خود متفاوت است و مالیات فردی است، به طور متوسط کارمند حدود 15٪ از کل دستمزد یا حقوق خود را به دولت پرداخت میکند. این پول که متعلق به کارکنان هست شما باید به IRS ارسال کنید. اگر شما مجموع پرداخت تان کمتر از \$ 2.500 هر سه ماهه باشد ممکن است شما پرداخت مالیات سه ماهه را به جای ماهانه انتخاب کنید. اینصورت مطمئن شوید که کارکنان قبل از هر تصمیم گیری مبلغ واقعی مالیات را پرداخت میکنند.

به عنوان مثال: اجازه دهید بگوییم که شما برای برنامه ریزی استخدام یک کارمند فروش تمام وقت در کسب و کار خود برای کل حقوق و دستمزد 1.500 دلار در هر ماه و یا \$ 4500 در هر سه ماهه را در نظر بگیرید. 29٪ را در دستمزد سه ماهه ضرب کنید ($0.29 \times \$ 4500 = \$ 1.300$) پاسخ \$ 1300 است، که از \$ 2.500 کمتر است در آن صورت، شما واجد شرایط هستید و ممکن است گزینه سه ماهه را انتخاب کنید.

لطفا توجه داشته باشید که پرداخت مالیات هر سه ماهه به جای پرداخت ماهانه یک گزینه خطرناک است زیرا این بدان معنی است که شما از پول کارکنان خود را در کسب و کارتان استفاده میکنید. ساده ترین، امن ترین و بهترین راه برای پرداخت واریز ماهانه به حساب دولت است.

7. پرداخت مالیات. اگر کارکنان شما به جای پرداخت ماهانه مالیات را سه ماهه بپردازند به این بخش نیاز دارید. در این صورت، جمع ارزش سه ماه در خط 6 و مقدار کل را در خط 7 وارد کنید. این مقداری است که شما باید هر سه ماه به IRS ارسال کنید اگر این تمرین کمی گیج کننده به نظر می رسد و شما، دچار سردرگمی می شوید شما میتوانید این گزینه را انتخاب نکنید و به سادگی مالیات را در هر ماه پرداخت کنید .

8. استهلاک. همانطور که قبلا بحث شد، استهلاک هزینه ساختگی است از دارایی های ثابت که شما برای شارژ کسب و کار استفاده میکنید. به سود خود نگاه کنید و میزان از دست دادن را پیش بینی کنید که این مساله در فصل 6 به شما آموخته شد. اگر استهلاک برای شما شامل مقدار از سود در خط H4 باشد و پیش بینی از دست دادن و کاهش سود خود را بر این اساس داشته باشید ، شما باید همان مقدار را در اینجا وارد کنید و آن را برای دریافت پول نقد ماهانه خود ملاک قرار دهید. اگر شما هیچ چیز در خط H4 از پیش بینی سود و زیان خود ننوشته باشید ، می توانید این خط را خالی رها کرده و به خط 9 بروید.

9. پرداخت اصلی. در پیش بینی سود و زیان میزان علاقه شما برای پرداخت ماهیانه مد نظر است . همچنین در پیش بینی جریان نقدینگی ، پرداخت منظم نشان داده شده است . برای پیش بینی مقدار دریافت و پرداخت اصل، فقط تفریق پرداخت بهره، گرفته از خط G4 سود و زیان خود از مجموع پرداخت وام مد نظر است . (اگر شما مشکل داشتید، خط G4، در نمودار فصل را 6 بررسی کنید.)

اگر شما یک وام تنها با پرداخت بهره و پرداخت های اصلی بزرگ هر چند ماه و یا در پایان وام، داشته باشید لازم است که شما برای پرداخت برنامه ریزی داشته باشید . به این ترتیب، شما قادر خواهید بود برای آنها برنامه ریزی کنید و از تعجب شدید و زنده برای داشتن پرداخت وام بزرگ فراموش شده جلوگیری خواهد کرد.

سود و سرمایه اصلی. مطمئن شوید که هزینه اصلی و زیان پیش بینی شده است (فصل 6، "پیش بینی سود و زیان: سال دو، "G4 خط) و توان بازپرداخت از جریان وجوه نقد را پیش بینی کنید و آن را به کل پرداخت ماهانه خود اضافه کنید.

10. خرید اضافی. اجازه دهید بگوییم که شما گاهی اوقات قصد دارید در طول سال به یک فروش بزرگ بپردازید و نیاز به خرید کالا اضافی برای فروش می باشد. این خرید فوق العاده بالا هستند و فراتر از موجودی طبیعی جایگزینی است ، به طوری که آنها توسط مقدار خرید ناشی از هزینه های فروش شما پوشش داده

نمی شود. این موارد شامل آن دسته از خریدهایی است که تحت عنوان خرید اضافی در اینجا به آن میپردازیم.

11. سایر موارد نقدی. در اینجا است که شما هر دریافت وجه نقد و یا هر هزینه ای که در سود و زیان پوشیده نیست و یا قابل پیش بینی است در پیش بینی جریان نقدی به کار میگیرید. برای مثال، شاید پیش بینی سرمایه گذاری در کسب و کار شما در چند ماه، نیازمند تزریق پول نقد است. یا شما ممکن است برای خرید یک قطعه جدید از تجهیزات اولیه برنامه ریزی کنید. اگر کل نقدینگی شما منفی است، از جوانب کار مطمئن شوید در غیر این صورت، پیش بینی جریان نقدی شما نادرست خواهد بود.

12. خالص نقدی ماهانه. کار خود را بررسی کنید و مطمئن شوید که شما اثر جریان نقدی هر یک از مطالب بالا را درک کرده اید و آنها همه در خطوط راست هستند. در چک نهایی مطمئن شوید که هر عدد منفی در اطراف خود راهکارهای جانبی دارد.

در مرحله بعد از پیش بینی جریان نقدی، جمع و تفریق اعداد مختلف، فرمی برای استنتاج خالص نقدی ماهانه برای هر یک از 24 ماه در اختیار ما می گذارد. اعداد مثبت نقدی نشان دهنده اضافه شدن به حساب بانکی شماست، در حالی که اعداد منفی پول نقد نماینده پول شماست که در کسب و کار به کار گرفتید. به یاد داشته باشید که اعداد را با جوانب اطراف آنها در نظر بگیرید.

اگر شکل جریان نقدی ماهانه شکل منفی است، مطمئن شوید که شما تمام جوانب آن را در نظر گرفتید. انجام این کار برای شما جهت تکمیل محاسبات در هر ماه لازم است؛ در غیر این صورت، شما تعداد مثبت و منفی ها را فراموش کرده اید و برای پیش بینی باید تمام محاسبات را دوباره انجام دهید.

گزارش سالیانه. هر یک از ردیفها (خطوط 1 تا 13) را اضافه کنید زیر ستون سال ها مجموع سالانه را وارد کنید. حسابتان را بررسی کنید اگر کل چهره های خالص نقدی ماهانه را اضافه کرده باشید به همان شکل مجموع سالانه خود را در نظر بگیرید. اگر پاسخ جمع شما همان است که در جمع ردیف های عمودی یا افقی به دست می آید، درست محاسبه کردید. اگر نه، شما جایی اشتباه کرده اید.

خط 13 را برای بررسی ریاضی خود استفاده نکنید. ما در سال دوم و سالهای بعد این کار را نمی کنیم، چراکه آن سالها با یک تعادل قبلی شروع میشود.

13. تجمیع خالص نقدی. این خط نشان می دهد چگونه تعداد منفی یا مثبت ماهانه، خالص نقدی ماهانه را اضافه میکند و برای استنتاج نقدی کل در سراسر سال و محاسبه سرمایه در گردش مورد نیاز است. در بیشتر کسب و کارها جریان نقدی نشان می دهد جریان های مثبت در ماه به دنبال چند ماه جریان منفی

پول نقد وجود دارد . با اضافه کردن ماهانه آمار و ارقام با هم، شما حداکثر می بینید هرگاه مقدار نقدی منفی است شما به سرمایه در گردش نیاز دارید .

برای یک ماه ، به سادگی کپی خالص مقدار پول نقد ذکر شده در خط 12 برای هر ماه را ذکر کنید. برای دریافت مجموع ماه دوم را به نقدی خالص اول، اضافه میکنیم و با هم یک مجموع خالص نقدی (خط 13) و خالص نقدی دو ماه (خط 12) را به دست می آوریم . برای ماه سه، مجموع خالص نقدی را (خط 13) به خالص نقدی ماه سه (خط 12) اضافه میکنیم . ادامه این روند برای کل 24 ماه می باشد. به یاد داشته باشید که زمانی که شما دو عدد منفی را با هم جمع میکنید ، شما شماره منفی بزرگتری به دست می آورید .

به عنوان مثال: کپی نمودار فروشگاه M & M نشان می دهد که چگونه این آمار و ارقام جمع آوری شده است . توجه داشته باشید که چگونه تجمیع پول نقد وقتی که خالص جریان نقدی هر ماه فرد منفی است، جریان منفی را افزایش می دهد. هنگامی که تصویر ماهانه فرد مثبت است ، جمع شکل منفی جریان نقدی مثبت را کاهش می دهد . در نهایت، در ماه پنجم، شکل مجموع به عدد مثبت کوچکی تبدیل می شود. این یعنی که ماه چهارم و پنجم جریان نقدی مثبت است و این اولین تعادل در جریان منفی نقدی سه ماه است.

رونوشت فروشگاه M & M جریان وجوه نقد و پیش بینی مجموع خالص نقدی (\$000S)						
	5	4	3	2	1	
خط 12	3.9	1.9	(0.2)	(1.8)	(2.5)	خالص نقدی ماهیانه
خط 13	1.3	(2.6)	(4.5)	(4.3)	(2.5)	مجموع خالص نقدی

سرمایه گذاری مورد نیاز برای کسب و کار شما

هدف از مطالعه این فصل آن است که شما بدانید چه مقدار پول برای شروع و یا گسترش کسب و کار خود نیاز دارید این مقدار پول حاصل جمع دو عدد است:

- کل دلار صرف شده شما برای طرح توسعه سرمایه

• بزرگترین شکل منفی توسعه در سرمایه خط 13 شما (مجموع خالص نقدی) حاصل از پیش بینی جریان وجوه نقد ماهانه.

این رقم را برای کسب و کارتان محاسبه کنید. شما از این رقم، زمانی که خلاصه طرح خود را مینویسید، و بودجه لازم را برای شروع و یا توسعه کسب و کار خودتان مشخص می کنید، استفاده خواهید کرد.

مثال 1: برای رونوشت فروشگاه M & M، حداکثر جریان نقدی منفی ماه سوم به \$ 4500 رسیده بود (با این فرض که آینده فردی چهره های جریان نقدی ماهانه به شکل مثبت باشد). سرمایه در گردش فروشگاه M & M مقدار مورد نیاز برای شروع عملیات است. مایک و میشل هم جمع مقدار سرمایه لازم در طرح خود برای باز کردن کسب و کار خود را \$ 4500 ذکر کردند.

مثال 2: پیش بینی جریان وجوه نقد آنتوانت، جریان نقدی مثبت را نشان می دهد زیرا او از آغاز فروش خود را با درآمد بالا شروع کرد. این بدان معناست که کل سرمایه گذاری نقدی او محدود به مقدار از هزینه های سرمایه او که در برنامه ریزی بیان شده معادل \$1625000 خواهد شد. او این مقدار را کاهش نمیدهد از اینرو او می تواند حقوق و دستمزد برای خودش در نظر بگیرد.

کنترل کردن مشکلات

شما باید بنیان کسب و کارتان را در زمان آغاز آن محکم کنید. پیش بینی جریان وجوه نقد به شما اجازه می دهد تا رابطه خود را با حامیان، دقیقاً ببینید و بدانید که کسب و کار شما چگونه عمل خواهد کرد. من امیدوارم که شما درک درستی از رابطه میان فروش، هزینه، هزینه های فروش، سود و جریان نقدی به دست آورده باشید تا با تکمیل فرم جریان وجوه نقد خود را پیش بینی کنید. اگر چنین است، درک شما به یک معامله بزرگ در آینده کمک خواهد کرد.

اگر روابط هنوز هم برای شما روشن نیست، زمان کمی برای بررسی پیش بینی های خود در اختیار دارید. این مهم است که شما درک کنید که این پول به چه شکل می آید و به کجا میرود. اگر لازم باشد، برای پیش بینی با مشاور کسب و کار و یا یک دوست که تجزیه و تحلیل جریان نقدی را درک کرده صحبت کنید و از آنها بخواهید تا به شما توضیح دهند.

تعجب نکنید اگر پاسخ شما چیزی نیست که شما انتظارش را دارید. آن ممکن است به این معنی باشد که کسب و کار شما خوب کار نمیکند یا برنامه های شما نیاز به پردازش کمی دارد. این فقط می تواند به این معنی باشد که شما در حساب اشتباه کرده اید بهتر است قبل از بروز مشکل به پیش بینی جریان نقدی بپردازید.

با روش پیش بینی میشود اطمینان حاصل کرد که کسب و کار شما موفق خواهد شد. بعلاوه مشکلات خارج کسب و کار شما که در آینده ممکن است به وجود آید مطرح میشود (در فصل 3 مورد بحث قرار گرفت)، شما ممکن است در طرح خود برخی از مشکلات مالی که در کمین است را ببینید و انتظار خراب شدن تلاش های خود را داشته باشید. این پیش بینی به طور کامل تنها شما را در برابر مشکلات محافظت نمی کند و در واقع مانند این است که بدانید در کسب و کار شما چه رخ خواهد داد. لحظات غمگین به شما میگوید که شما چگونه میتوانید سخت باشید.

مشکل صورت اموال آنتوانت

آنتوانت فروش خود را در سال اول \$ 450,000 برآورد و هزینه خود را از فروش 60٪ در نظر گرفت او همچنین موجودی انبار خود را \$30,000 در نظر گرفت. متاسفانه، این بدان معنی است که او فقط برای دلچسب شدن طرح اش موجودی خود را 9.0 بار در سال در نظر دارد (\$ 450,000 \times 0.60 تقسیم بر \$ 30,000). این خیلی شبیه طرح اصلی نیست.

محاسبه گردش موجودی توسط تقسیم هزینه سالانه فروش بر هزینه موجودی

اگر درآمد فروش سالانه است \$ 450,000 و هزینه های فروش 60٪ است، پس هزینه های سالانه فروش \$ 270,000 است ($0.60 \times \$450,000 = \$270,000$). هزینه موجودی \$ 30,000 تقسیم بر 270,000 برابر 9.0 است که موجودی در هر نوبت سال می باشد.

آنتوانت احتمالاً در کسب و کار باید یک برنامه ریزی گردش موجودی واقعی تر از 3.5 بار در سال، داشته باشد. برای انجام این کار و در نهایت با فروش \$ 40,000، نیاز موجودی \$ 77,000 است (\$ 450,000 \times 0.60 تقسیم 3.5). پس در ابتدا نیاز به پول نقد بیشتری با سرمایه گذاری پول نقد تا \$ 47,000 است، در کسب و کار خود با پیش بینی سود و زیان خود احتمال سود یک معامله خوب را بیشتر کنید این مساله بدون شک به معنی بالا بردن پیش بینی فروش است و در غیر این صورت تلاش برای سود بیشتر در کسب و کار سوال برانگیز است. اگر شما کسب و کار خرده فروشی دارای گردش موجودی سه تا چهار بار در سال دارید، شما کار را به خوبی انجام دادید. بسیاری از خرده فروشان قادرند به طور متوسط تنها یک یا دو نوبت در سال گردش موجودی کالا داشته باشند.

بسیاری از افرادی که قصد کسب و کار جدید خرده فروشی دارند انتظار دارند با یک موجودی نسبتاً کوچک شروع کنند زیرا آنها گمان میکنند سرمایه زیادی برای سرمایه گذاری لازم نیست. این امر به احتمال بسیار باعث مشکلات زیاد خواهد شد چراکه آمار فروشی که آنها انتظار دارند برای این موجودی تولید بیش از حد

بالا است. به عنوان مثال اگر شما قصد فروش فلان چیز را دارید، اما تنها می‌توانید مبلغ 10.000 دلار جهت خرید هزینه کنید، شروع به آن کار بعید است چرا که حتی با این فرض که شما دو برابر قیمت کالای مورد نظر هم بفروشید، فروش 200.000 دلار در سال دور از ذهن به نظر می‌رسد. این به معنی تبدیل موجودی شما بیش از ده بار در سال است. به سادگی مشخص است که اگر واقع بین باشیم برای بیشتر کسب و کارهای خرد، انتظار هفت یا هشت بار جابجایی موجودی در سال وجود دارد.

بسیاری از خرده فروشان به اشتباه مشابه دچار میشوند. برخی با درس گرفتن از اشتباه در این مرحله، با مشاور کسب و کار طرح خود را مطرح میکنند، اما برخی هرگز از اشتباهات خود نمی‌آموزند آنها فقط به آرامی در ورشکستگی غرق میشوند و تعجب میکنند که چرا فروش هرگز به مورد انتظار آنها نمیرسد.

در مورد آنتوانت و موجودی او چه مشکلی وجود داشت؟ من باید با مفروضات اصلی آنتوانت از جمله گردش موجودی و کسانی که برای او کار میکنند ادامه دهم. این کتاب به سادگی تنظیم نشده است تا به عقب برگردم و در تمام اعداد تجدید نظر کنم. دوم، من می‌خواهم به آنتوانت مشکل (نقص کشنده در طرح او) را تذکر دهم. من امیدوارم که طرح آنتوانت باعث احساس مبهم ناراحتی در شما نشود و به خواندن آن ادامه بدید. درس این است: بدون شک یک طرح کسب و کار که بر روی کاغذ کامل و خوب به نظر می‌رسد، هیچ تضمینی وجود ندارد که در اجرای نیز موفق باشد.

نمونه مشکلات خرده فروشان

اگر شما به دنبال راه اندازی یک کسب و کار خرده فروشی هستید ادامه این فصل راهکار مناسب برای برنامه ریزی و اجرا را در اختیار شما می‌گذارد. در غیر این صورت، نیز شرح زیر بحث بسیار مفیدی است.

اینجا بحث در مورد موجودی آنتوانت است. در کسب و کار خرده فروشی مدیریت موجودی آماتور و حرفه ای از هم جدا است. معمولاً فهرست اموال بزرگترین واحد سرمایه در خرده فروشی هاست می‌سازد. معمولاً، اتفاق می‌افتد که یک خرده فروش درآمد بالایی دارد و مشمول مالیات، اما هیچ پول نقدی ندارد. چرا؟ از آنجا که تمام پول نقد او جهت افزایش موجودی به کار می‌رود. اهداف مدیریت موجودی عبارتند از:

- برای داشتن امکان انتخاب گسترده، استفاده از مقادیر کافی کالاهای جدید و تازه برای جذب مشتریان
- برای سرعت بخشیدن کاهش یا حذف آیتم هایی که حرکت را آهسته میکند
- برای حفظ سرمایه گذاری کلی در موجودی، حرکت در خط برآوردن انتظارات سود

در حال حاضر خرده فروشان خوب با حفظ مشتریان کالای فعلی دیده خواهند شد. آنها مواردی را در انبارهای خود ذخیره میکنند. نسبتی بین جمعیت که مسیقی را گوش میدهند و 10 ها CD, DVD ذخیره شده در انبار نسبت وجود دارد. خرده فروشان خوب برای فروش سریع موارد انبار شده را به آرامی روانه بازار میکنند. سپس آنها با استفاده از فروش نقدی این اقلام کهنه برای خرید جدید اقدام میکنند. به عنوان مثال، هیچ چیز غم انگیز تر از این نیست که یک کتابفروشی کوچک هنوز در تلاش برای فروش کتاب پرفروش سال گذشته است در حالی که داروخانه ای در همان خیابان آن کتاب را به عنوان جلد کاغذی استفاده میکند.

خرده فروش خوب با تغییر نظر مشتریان مدام کالای خود را به روز میکند. در مورد کتابفروشی، این امر ممکن است به معنای تهیه یک لیست از کتب مورد علاقه افراد در آن منطقه باشد. مدیریت موجودی خوب نیز فقط به معنای فراهم آوردن آنچه مشتری لازم دارد نیست. برای مثال، اگر شما لباس منحصر به فردی می پوشید ازط سیاست آن کالا آگاه هستید. من پیراهن با آستین 37 اینچ میپوشم زیرا من شش یا، چهار اینچ قد آستینم بلندتر است، و در 20 سال گذشته فقط برخی از فروشگاه های این اندازه را تولید میکردند. چراکه خرده فروشان گمان میکنند این اندازه هرگز به فروش نمی رسد. سپس وقتی کودک رشد میکند و به سایز بزرگتری نیاز دارد برای مردم مقرون به صرفه است که سایز بزرگتر را داشته باشند.

مدیران خوب خرده فروشی دستیابی به همه این اهداف را مد نظر قرار می دهند و همچنین کل دلار سرمایه گذاری شده را در راستای سوددهی نگه میدارند و مدیریت می کنند تا چند بار در هر سال "گردش موجودی" به طور کامل انجام شود و سهام جایگزین شود. برای مثال، اگر متوسط هزینه های فروش شما 50٪ است و خود را فروش \$ 300.000 و موجودی انبار شما \$ 40000 است، شما تلاش میکنید موجودی انبار خود را در هر سال تا 3.75 بالا ببرید ($0.50 \times \$ 300.000$ تقسیم بر \$ 40000). مانند قبل، بسیاری از مدیران خرده فروشی تلاش میکنند در هر سال سه تا چهار نوبت موجودی انبار را جایگزین کنند. برخی از کسب و کار، مانند ایستگاه های سوخت و بنزین، ممکن است بیش از موجودی خود را هر هفته انبار کنند. مطمئن شوید برنامه های شما استاندارد صنعت شما را منعکس میکند و حس خوبی را منتقل میکند.

مقدمه

تصمیماتی که شما برای بازاریابی و پرسنل می‌گیرید، می‌توانند تفاوت بین موفقیت آینده و یا شکست شما را بازگو کنند. این فصل به شما کمک می‌کند که به این سؤالات مهم درباره تجارت، پاسخ دهید:

- رقیب شما کیست و شما چگونه متفاوت هستید؟
- مشتریان بالقوه شما چه کسانی هستند و چگونه می‌توانید با آنها در ارتباط باشید؟
- دقیقاً چه مراحل برای رسیدن به پیش‌بینی‌های فروش خود طی خواهید کرد؟
- چگونه می‌توانید افراد مناسب را برای تجارت خود استخدام کنید؟
- چگونه می‌توانید مطمئن شوید که کارمندان شما به طور مؤثر کار می‌کنند؟

طرح بازاریابی

بازاریابی یک بخش گسترده است که بسیاری از موضوعات ویژه را پوشش می‌دهد. طرح بازاریابی شما موضوعاتی در محدوده تمام مسیر، از تعیین چگونگی تجارت شما متناسب با اقتصاد ملی و محلی تا تصمیم‌گیری این که کدام رنگ باید برای لوگو شما باشد را پوشش خواهد داد. طرح بازاریابی که شما در این بخش ایجاد خواهید کرد، مراحل ویژه‌ای که طی خواهید کرد را تعیین خواهد کرد تا دلارهای فروشی که از قبل پیش‌بینی کردید را تولید کنید.

مرور کار فصل 3

در فصل 3، شما تصمیم می‌گرفتید که تجارت درست را انتخاب کنید یا نه. به عنوان بخشی از آن کار، شما تعدادی فرضیات مهم داشتید که بر طرح بازاریابی شما تأثیر خواهد گذاشت:

- **بین مشکل.** این بخش مشکلی را مشخص می‌کند که شما برای مشتری خود حل خواهید کرد و علت اصلی را ارائه می‌دهد که مردم بر تجارت شما تأثیر می‌گذارند.
- **شرح تجارت.** این بخش دقیقاً بیان می‌کند که تجارت شما چه کاری برای مشتریان انجام می‌دهد. سپس، اگر شما یک محصول و یا سرویس با ارزش را ارائه نمی‌دهید، مشتریان متعددی نخواهید داشت.

- **سلیقه، روش ها و تکنولوژی: چگونه آینده بر تجارت شما تأثیر خواهد گذاشت؟** این بخش، پیشرفت هایی را که شما برای چند سال بعد انتظار دارید و اینکه چگونه آینده بر تجارت شما تأثیر گذار است را پوشش می دهد. حتی یک تجارت عالی بدلیل پیشرفت های آینده می تواند یک شبه از بین رود.

- **پیش بینی درآمد فروش.** این بخش، ارزیابی های شما از درآمد فروش آینده برای تجارستان را نشان می دهد. برای اتمام طرح بازاریابی خود، شما باید فعالیت های ویژه ای که برای دست یابی به پیش بینی درآمد فروش طی خواهید کرد را بیان کنید.

قبل از هر گونه اقدامی اندکی صبر کنید و کار خود را از فصل 3 بازخوانی کنید تا اگر هنوز یک بیان دقیق از چگونگی نمایش تجارت شما را ارائه می دهد، تصمیم بگیرید. اگر اظهارات دقیق و کامل نباشند، همین جا توقف کنید و دوباره آنها را بنویسید. مطمئن شوید که آنها به تفکر فعلی شما مربوط باشند.

تحلیل رقابت

هنگامی که مشتریان در نظر دارند تا تجارت شما را تشویق کنند، آنها ابتدا در نظر دارند که شما می توانید مشکل آنها را حل کنید یا نه. اما آنها در اینجا توقف نمی کنند. آنها همچنین تجارت شما با دیگر تجارت ها را مقایسه می کنند.

این برای شما مفید است که یک مقایسه خوب را انجام دهید بنابراین می فهمید که چگونه مشتریان فکر می کنند. این عمل، مانند دیگر عمل ها در محدوده بازاریابی، به برخی انعطاف های ذهنی نیاز دارد. کار شما این است که خود را در چارچوب ذهنی مشتریان قرار دهید و به صورت عینی تجارت خود را برای رقابت، مقایسه کنید.

اگر با این کار مشکل دارید، ممکن است یک دوست خوب بتواند به شما کمک کند. گاهی اوقات صاحبان تجارت به پیش داوری های خود اجازه می دهند تا نظر خود درباره یک رقیب را خراب کنند. اگر رقیب شما تعداد زیادی از کالا و یا خدمات بهتر و قیمت های پایین تر از شما را ارائه می دهد، برای مشتریان شما تفاوت چندانی ندارد که شما از تبلیغات تلویزیونی تجارت دیگران خوشتان بیاید یا فکر می کنید که این تبلیغات دارای معاملات دریافتی نا مناسب است.

برای یک لحظه درباره تصمیماتی که مشتریان شما با آنها مواجه می شوند، فکر کنید. آنها از چه روش های ویژه و یا مکان هایی که بتوانند بروند تا مشکل خود را حل کنند، می توانند استفاده کنند؟ در ضمن، برخی از این مکان ها و روش ها، ممکن است شامل یک تجارت رقابتی نشوند. مشتریان کارهایی برای خود انجام

می دهند و یا نیاز های حل شده خود را از دوستان، جامعه و سازمان های دولتی و دیگر منابع، بدست می آورند.

ابتدا، سه راه محتمل تر که مشتریان، احتیاجات خود را علاوه بر تجارت شما حل می کنند را مشخص کنید و از هر کدام نُت برداری کنید. این ها رقبای اصلی شما هستند. برای اتمام، یک توضیح مختصر از نقاط ضعف و قوت اصلی رقیب، بنویسید. به یاد داشته باشید زمانی که این کار را انجام می دهید، خود را در ذهن مشتری قرار دهید.

در مثال همراه، توجه کنید که آنتوانت، رقبای خود را به جای بارخورد با هر فروشگاه به صورت جدا گانه، گروه بندی کرد، زیرا بعضی فروشگاه ها بسیار مشابه هستند. ممکن است شما انتخاب کنید که رقابت خود را گروه بندی کنید و یا بیش از سه رقیب را لیست کند. مانند همیشه، برای انطباق کار با نیاز های خود، احساس آزادی کنید.

فروشگاه لباس آنتوانت: نقاط قوت و ضعف سه رقیب

فروشگاه های گروه. فروشگاه بگنین، فروشگاه جری و فروشگاه گلندیل

نقاط قوت اصلی: انتخاب گسترده ای از کالا

نقاط ضعف اصلی: قیمت بالا، ساعت ناخوشایند، هیچ تغییرات.

آخرین فروشگاه های مد: شی وحشی، فروشگاه ماریان، قورباغه طلایی

نقاط قوت اصلی: مد آگاهانه، سبک مکرر جدید، قیمت پایین

نقاط ضعف اصلی: تنها پوشش تصادفی، برای زن های بالغ تهیه نمی کند، بدون تغییرات

فروشگاه های تخصصی: بانوی مالک زمین

نقاط قوت اصلی: انواع کالای ما را به انواع مشتری هایمان می فروشد.

نقاط ضعف اصلی: قیمت های بالا، کارمندان بدلیل توقعاتشان دارای اعتبار هستند، تغییرات زمان بر هستند.

تجارت خود را از رقابت متفاوت کنید

کار بعدی شما این است که چگونه تجارتتان از نقاط ضعف و قوت و رقابت متفاوت است. دوباره، به یاد داشته باشید که از دید مشتری با دقت به تجارت خود نگاه کنید.

اگر مطمئن نیستید که چگونه سیاست های قیمت گذاری خود را با رقابت مقایسه کنید، اینجا برخی راهنمایی ها وجود دارد. اکثر مردم به قیمت بالا و کیفیت بالا به همراه خدمات اضافی را مد نظر دارند، در همین حین آنها قیمت های پایین با کیفیت متوسط و یا پایین به همراه کمترین خدمات را مد نظر دارند. اگر قیمت های شما بالاتر از رقابت است، مطمئن شوید که کیفیت و خدمات بیشتری را ارائه می دهید و یا اگر کیفیت شما متوسط و خدمات شما حداقل است، مطمئن شود که قیمت های شما پایین تر است. فرضیات خود را توسط ایجاد یک نظر سنجی قیمت رقابت، بررسی کنید.

به یاد داشته باشید که ممکن است مشتریان به دنبال ضمانتی باشند که شما بدلیل رقابت قوتی را دارا هستید، بنابراین، می توانید از آنها در توضیح خود چشم پوشی کنید. مشتریان امیدوار هستند که شما بخاطر

رقابت، نقاط ضعف مشابهی را به اشتراک نگذارید. اما اگر بعضی نقاط ضعف را به اشتراک گذاشتید، ممکن است ایده خوبی برای اشاره به آن چیزهایی باشد که به صورت مشترک دارید.

فروشگاه لباس آنتوانت: چگونه تجارت من از رقابت متفاوت باشد

آنتوانت یک انتخاب گسترده از کالا برای مشتریان مورد نظر ما پیشنهاد می دهد، همانطور که فروشگاه ها و مغازه های ویژه پیشنهاد می دهند. ما قیمت های پایین و ساعت های مناسب برای زن شاغل ارائه می کنیم. آنتوانت غرور خاصی در خدمات کارآمد تر مانند دستورات ویژه و تغییراتی مانند کارکنان فروش با ثبات، مفید و آگاه به کار می برد. به طور خلاصه، آنتوانت، نگرانی خرید لباس را توسط ارائه یک انتخاب مناسب، قیمت های مناسب و خدمات مناسب و مردم مفید که وظیفه خود را می دانند، برطرف می کند.

مشتری مورد نظر خود را شرح دهید

مرحله بعدی این است که مشتری مورد نظر را به صورت ویژه و بخش های منحصر به فرد، شرح دهید. همانطور که می دانید، تجارت یک تلاش بسیار شخصی است. زمانی که شما کالا و یا خدماتی را می فروشید، به یک فرد در یک زمان می فروشید. در واقع، اکثر مردم دوست ندارند که بجای یک فرد خص، به عنوان عضوی از یک گروه با آنها رفتار شوند. به همین دلیل است که اکثر رستوران های موفق، دارای صاحبان و یا بازدید کنندگانی هستند که نام شما را به یاد می آورند و نام خانوادگی شما و علایقتان را زمانی که تجارت خود را ایجاد می کنید، می پرسند.

علاوه بر این، اکثر ما در صحبت با یک شخص، نسبت به سخنرانی با یک گروه، راحت تر هستیم. پس منطقی است که که آگهی، تبلیغات و دیگر فعالیت های بازاریابی خود را برای یک شخص بجای یک گروه، نشان دهیم.

البته هیچ دو مشتری مثل یکدیگر نیستند. اما اگر، بتوانید برنامه بازاریابی خود را برای یک مشتری معمولی، شخصی سازی کنید، مؤثر تر خواهد بود زیرا برای مشتریان، دوستانه تر به نظر می رسد. آسان ترین راه برای انجام این کار، این است که یک مشتری مورد نظر ویژه ایجاد کنید و آن مشتری مورد نظر متمایز کنید، بنابراین شما به عنوان یک دوست برای وی خواهید بود. تا جایی که می توانید، ویژه و خصوصی باشید. اگر دارای دوست هستید امید دارید که مشتری شما شود، یکی از دوستان خود را شرح دهید. از قبیل سن، تحصیلات، شغل، درآمد، سرگرمی ها، وضعیت خانواده، ترجیحات خواندنی، برنامه های تلویزیونی مورد علاقه، موسیقی مورد علاقه و غیره.

در مثال همراه، آنتوانت، دوست خود و مشتری مورد نظر، تری چن، را معرفی می کند. از دید تری، برای آنتوانت بسیار آسان است که تبلیغات، نامه ها و آگهی های کوچک را بنویسد و تصمیم بگیرد که چگونه و کجا تجارت خود را ارتقا دهد. برای مثال، آگهی های تلویزیون بر خلاف میل تری هستند زیرا او زمان بسیار کمی برای تماشای تلویزیون دارد. تبلیغات رادیو در طول زمان رفت و آمد می توانند مؤثر باشند، اما ممکن است گران باشند.

فروشگاه لباس آنتوانت: مشتری مورد نظر

تری 32 دو سال دارد و دارای تحصیلات دانشگاهی است، او ازدواج کرده و یک پسر دارد، جیمی که دبستانی است. او به عنوان خریدار برای یک شرکت بزرگ کار می کند و حدود 55000 دلار در سال درآمد دارد. همسر وی، پیتر کمی بیشتر از تری درآمد دارد اما خانواده درآمد تری را نیاز دارند تا زندگی که آنها انتخاب کردند را تأمین کند.

کار تری یک سرگرمی برای وی نیست، او بسیار در کارش جدی است. کارش او را مجاب می کند که به صورت مکرر مسافرت کند و او هر روز وقتی در جاده است حداقل دوبار به خانه زنگ می زند. بدلیل اینکه تجارت جهانی در دوره شرکت های کوچک بسیار رقابتی است، او باید یک تصویر خوب زمانی که یک بودجه سخت را حفظ می کند، ارائه دهد.

تری در حال حاضر با آخرین فیلم ها وقت می گذراند و از شام به همراه پیتر، یک یا دو بار در هفته، لذت می برد. او اغلب برنامه های کودک را هر زمان که تلویزیون روشن باشد، برای گذراندن وقت با جیمی، تماشا می کند. او مجله های تجرات و گزارشات اقتصادی را می خواند و گاهی برخی مجله های مد را می خواند. اکثر اوقات، او حس مد خود را از سبک ها در محل کار بدست می آورد. بزرگترین پشیمانی او این است که زمان کمی برای پیتر و جیمی دارد.

تصمیم بگیرید که چگونه به مشتری دست یابید

زمانی که مشتری مورد نظر خود را شرح می دهید، راحت تر است که راه های دست یابی به آن شخص را لیست کنید. یکی از کار های شما به عنوان آدم تجارت این است تصمیم بگیرید که کدام یک از تمام روش

های ممکن ارتباط، بیشترین فرصت برای کمترین هزینه پولی و یا زمانی را به شما خواهد داد. تعداد محدودی از روش های ارتباطی وجود دارند. این روش ها از بازدید های شخصی برای هر مشتری تا تبلیغات رسانه های گروهی با یک میزان وسیع از احتمالات در این بین، تغییر می کنند. ما برخی از راه های رسیدن به مشتری مورد نظرتان را در زیر، به عنوان یک محرک برای تفکرتان، لیست می کنیم.

بسیاری استراتژی دیگر وجود دارد که می توانید استفاده کنید تا به بازار خود برسید. برای مثال، تجارت هایی با تعداد اندکی از مشتریان پولدار، دارای انتخاب های متفاوتی نسبت به تجارت هایی با تعداد زیادی از مشتریان کم پول، است. تجارت های مشاوره ای فنی به شرکت در گروهی که دارای تعداد کمی از مشتریان با قرارداد های بزرگ تمایل دارند، درحالیکه رستوران های فست فود و یا فروشگاه های خرده فروشی دارای مشتریانی می باشند که خرید های کوچکی دارند.

علاوه بر تمام اینها، به یاد داشته باشید که مؤثر ترین راه برای دسترسی به مشتریان و نگه داری آنان در یک مدت طولانی، به وسیله صحبت با آنان می باشد. تمام بازاریابی و تبلیغاتی که شما انجام می دهید، نها می توانند توجه مشتری را برای یک بار امتحان کردن تجارت شما جلب کند. سپس، اگر او از چیزی که دریافت کرده خوشش بیاید، به تجارت شما برمیگردد و به تمام دوستان خود می گوید. اما آگاه باشید اگر یک تجارت پاسخگوی انتظارات مشتریان نباشد، آنها تمایل دارند تا دوستانشان خود بفهمند.

راه هایی برای رسیدن به مشتری مورد نظر

اینجا برخی روش های مشترک تجارت وجود دارد مردم برای رسیدن به مشتریان خود استفاده می کنند:

- بردن هر مشتری به ناهار
- مشاهده و یا تلفن به هر مشتری به طور منظم
- یادداشت و ارسال کارت پستال شخصی به هر مشتری
- نوشتن مقاله فنی در مجله تجارت
- شرکت و یا سخنرانی در تجارت و یا نمایش های صنعتی و مصاحبه ها
- ایجاد و توزیع و یا ایمیل کردن خبرنامه منظم
- در نمایش های تلویزیونی و رادیو درباره حرفه خود حاضر شوید
- یک ستون از مجله و یا روزنامه را درباره حرفه خود بنویسید
- یک نامه شخصی برای هر مشتری بنویسید
- بروشور ها و آگهی ها را به هر مشتری ایمیل کنید
- به صورت پرینت شده تبلیغات کنید، روزنامه ها، مجلات و یا مقالات هفته ای
- در رادیو و تلویزیون تبلیغ کنید
- جزوات را روی شیشه جلو ماشین ها و درب خانه ها قرار دهید
- در تابلو اعلانات سوپرمارکت، اعلامه قرار دهید
- اعلامیه هایی از طریق کامپیوتر در اینترنت قرار دهید
- به باشگاه های خدماتی ملحق شوید و در امور جامعه مشارکت کنید

برای تکمیل این کار، پنج یا چند روش که فکر می کنید به اکثر مشتریان دسترسی پیدا می کنید را بنویسید. به یاد داشته باشید که روش هایی را انتخاب کنید که برای همه مردم در بازار مناسب باشد. مثلاً، اگر مشتری های مورد نظر شما در بازار تمام خانوم های متأهل در آمریکا باشند، ممکن است از رسانه ها به عنوان یک روش ارتباطی مؤثر استفاده کنید. از سوی دیگر، اگر مشتریان مورد نظر بازار شما، رؤسای 100 شرکت بزرگ در محدوده تجارت باشند، شما بیشتر ارتباط مستقیم را نسبت به رسانه ها ترجیح می دهید.

زمانی که شما روش های ارتباطی که از نظر شما بهترین هستند را انتخاب کردید، متوجه می شوید که چقدر برای دستیابی به مشتریان با استفاده با استفاده از هر پنج روش، ارزش دارند.

توجه داشته باشید که بیشتر نظرات منطقی آنتوانت هیچ هزینه ای ندارند، فقط زمانی که مجلات و مقالات را متقاعد می سازد تا نظرات او را بنویسند و زمانی که کالای خود را عرضه می کند. شاید بتوانید برخی نظرات مشابه برای تجارت خود، ارائه دهید.

فروشگاه لباس آنتوانت: هزینه های دسترسی به مشتریان مورد نظر من

من حدود 20000 کشتی بالقوه در محدوده تجارت شهر بزرگ نیو سیتی دارم. انتظار ندارم به مشتریان فراتر از این محدوده دسترسی داشته باشم.

1. ایمیل کردن مستقیم را دوست دارم، زیرا می توانم لیست هایی از زنان شاغل فعال در این محدوده ارائه دهم. می خواهم یک تعداد بروشور که بیانگر قیمت ابتدایی ما از 30 دلار تا 50 دلار است را برای کل هزینه از 6000 دلار تا 10000 دلار، ایمیل کنم.

2. تبلیغات محدود برای ماهنامه نیو سیتی، دارای قیمت حدود 300 دلار تا 500 دلار بر ماه برای چند می باشد.

3. زمانی که کسی به وارد می شود، نام و آدرس او را می گیرم و بعداً اعلامیه هایی از نمایش های مد و انواع مد برای او می فرستم. قیمت مبتنی بر اندازه لیست من و تکرار ایمیل ها می باشد.

4. می توانم اطلاعیه هایی از نمایش های مد خودم در دو روزنامه که این بخش را بدون هزینه ای انجام می دهند را قرار دهم.

5. متوجه می شوم که اگر یکی از مقالات محلی یک ستون را بنویسد من انواع مد را رایگان می نویسم.

6. من به گروه زنان حرفه ای در این محدوده ملحق خواهم شد و یک سخنگوی قابل مشاهده برای مغازه خود می شوم.

ایجاد یک بودجه بازاریابی

حالا که شما یک لیست از آنچه دوست دارید انجام دهید، دارید، حالا زمان تصمیم این است که کدام یک از نظر های تبلیغاتی را شما می توانید استفاده کنید و کدام یک بسیار هزینه دارد. در فصل 7 یک برنامه خرج سرمایه را ایجاد کردید و ارزیابی کردید که چه مقدار هزینه تبلیغات اولیه که به مردم اجازه دهید تا از تجارت شما بدانند، لازم دارید. در فصل 6 یک پیش بینی سود و ضرر را ایجاد کردید که در هزینه های ماهانه شما حساب شدند. اگر به پول کافی احتاج دارید تا گونه ای تبلیغاتی که شما می خواهید را ارائه دهد، می توانید اکنون برنامه بازاریابی خود را تمام کنید.

از این رو، اگر به پول کافی نیاز ندارید، و یا اگر مطمئن نیستید چه مقدار پول نیاز دارید، باید در این جا لحظه ای صبر کنید و درباره آن فکر کنید. این سؤالات را از خود بپرسید:

- **چه مقدار پول برای تبلیغ اولیه نیاز دارم؟** به نظرم شما به پول کافی برای اینکه به مشتریان مورد نظر خود یک بار بگویید که تجارت خود را آغاز کردید، نیاز دارید. اگر به همه آنان یک بار بگویید، آنها تصمیم می گیرند که چه زمانی شما را ببینند. و اگر تجارت خود را طراحی کردید، پس به حقیقت احتیاج یک مشتری را نشان می دهد و از این رقابت که مشتریان مورد نظر شما از آغاز کار شما آگاه می شوند، متفاوت است. حتی اگر آنها اولین پیام شما را نبینند آنها از طریق مصاحبه درباره شما می شوند.

اگر برنامه تبلیغ اولیه شما بودجه شما را گسترش دهد، لازم است که برگردید و برنامه خرج سرمایه خود را دریافت کنید تا به مخارج تبلیغاتی شما اجازه دهد. اگر موقعیت شما این بود، این فصل را کامل کنید سپس برگردید به فصل 7 و تمام پول نقد را دریافت کنید.

- **آیا روش های تبلیغ من به صورت مؤثر هزینه دارند؟** زمانی که شما هزینه دستیابی به تمام مشتریان مورد نظر خود را با اولین پیام ارزیابی کردید، آن هزینه را با مقدار پول در بودجه را مقایسه کنید. کار شما این است که بیشترین توجه را برای حداقل هزینه، جلب کنید. آخرین تصمیم خود را بگیرید، به این معنی که شما باید ارزیابی های هزینه تبلیغاتی خود ناشی از حدس های دشوار در پیشنهادات و گفته های حامیان را بهبود ببخشید. معمولا، اگر شما واقعا از هزینه های تبلیغاتی مطمئن نباشید، نباید برای کسب آن گفته ها، فعلا زمان صرف کنید. فقط لیست خود را در مقابل سرمایه خود برای ارائه طرح بازاریابی متعادل کنید.

• چگونه به پول کافی برای هزینه های ماهانه خودم در آگهی و تبلیغات نیاز دارم؟ به مخارج تبلیغاتی که خود در پیش بینی سود و ضرر فصل 6 پیش بینی کردید، نگاه کنید. اگر آن مقدار نیاز به تغییر دارد، شما باید پیش بینی سود و ضرر و پیش بینی جریان پول نقد (فصل 7) را تغییر دهید. اگر آن وضعیت شما بود، بعد از اتمام این فصل، آن کار را انجام دهید. اما، اگر مطمئن نیستید که چه مقدار پول برای آگهی و تبلیغات ماهانه خود نیاز دارید، برگردید و بحث درباره آگهی در فصل 6، پیش بینی سود و ضرر خود را کامل کنید، خط 4d، بازاریابی و آگهی، را باز خوانی کنید.

برای ایجاد یک طرح بازاریابی، با لیست کردن هر کدام از بخش های تبلیغاتی که درباره تبلیغات اولیه خود به همراه هزینه های آن ها تصمیم گرفتید، شروع کنید. سپس هزینه های تبلیغاتی اولیه را اضافه کنید و در کل هزینه ها قرار دهید.

سپس، هر کدام از بخش های تبلیغاتی که برنامه ریزی کردید تا در طول دو سال تجارت خود به همراه هزینه ماهانه هر کدام استفاده کنید را لیست کنید.

آن دو گروه فعالیت های ویژه و هزینه ها، تبلیغات اولیه و بازاریابی ماهانه، آگهی و هزینه های تبلیغاتی برای برنامه بازاریابی شما، طرح اولیه خواهند بود.

فروشگاه لباس آنتوانت: بودجه بازاریابی

تبلیغات اولیه

1. ارسال 10000 قطعه که بیانگر فروش اولیه است 5000 دلار
2. تبلیغ در ماهنامه نیو سیتی (هر ماه شامل اشکال) 500 دلار
3. انتشار کاغذها، ماهنامه نیوسیتی، اما بیشتر زمان برای نوشتن موضوعات و تماس با تدوین کنندگان 0 دلار

هزینه تبلیغاتی مجموع 5500 دلار

تبلیغات ماهانه

1. خبرنامه دو ماهه برای ارسال لیست - هزینه تقریبی 650 دلار
2. ستون ماهانه در روزنامه، بدون هزینه - اما زمان برای نوشتن ستون 0 دلار
3. تبلیغ برای فروش هر سه ماه، ارزیابی ماهانه 250 دلار
4. ملحق شدن به باشگاه خدماتی، ارزیابی هزینه ناهار ماهانه و حق عضویت 100

هزینه مجموع ماهانه 1000 دلار

با وجود اینکه، آنتوانت به خوبی از برنامه بازاریابی مطلع است، سرمایه اصلی او به تبلیغات اولیه و 1000 دلار در ماه برای آگهی پیش رو، اجازه نمی دهد. از این رو، او می تواند مقدار از 15000 دلار احتمالی را بردارد و برای تبلیغات اولیه استفاده کند. به نظر می رسد که باید انتخاب های سختی درباره اینکه کدام ابزار بازاریابی استفاده شوند و اینکه چه مقدار برای افزایش سرمایه بازاریابی لازم است، داشته باشد. ما او را رها می کنیم تا در آرامش و سکوت زمانی که ما مرحله بعد را اجرا می کنیم، مشکل را حل کند.

اگر شما در این وضعیت مشابه هستید، زمان خود را صرف متعادل کردن هزینه ها و تأثیر هر چه بهتر خود کنید و سپس مرحله بعد را انجام دهید.

برنامه بازاریابی خود را بنویسید

اکنون، از شما برخی سؤالات سخت پرسیده می شود و با مباحث بحرانی مواجه می شوید. ممکن است بخواهید که نکات اصلی این کار را در یک نوشته خلاصه ترکیب کنید و یا ممکن است بخواهید نتایج هر کار را به طور مستقل نشان دهید.

اگر شما این کار در یک نوشته خلاصه می کنید، برنامه شما راحت تر خوانده می شود و حرفه ای تر در دیده می شود. از این رو پتانسیل ترکیب پاسخ ها در یک نوشته آن است که ممکن است سهوا یک نکته از علاقه اصلی برای حامیان خود را غافل شوید. اگر شما می خواهید پاسخ ها را در یک نوشته ترکیب کنید، مواظب باشید که تمام نکات در هر بخش را پوشش دهید. برای راهنمایی از برنامه بازاریابی آنوانت استفاده کنید.

خطراتی که با تجارت شما مواجه می شوند را شرح دهید

هر تجارتي با خطراتی مواجه می شود. افرادی که از آنها پول درخواست می کنید می خواهند ببینند که شما نمی توانید با واقعیت مواجه شوید اما، با دشواری های احتمالی مقابله می کنید. بحث مربوطه، خطرات کوچکی که صاحبان تجارت با آنها مواجه می شوند را بیان می کند. زمانی که شما این عوامل را تحلیل کردید، آمده می شوید تا یک خلاصه از خطراتی که به تجارت شما تحمیل می شوند را بنویسید.

رقابت

بسیاری از بازرگانی ها و تجارت ها با یکدیگر در رقابت هستند. تجارت شما چطور به میزان قابل توجه و در مسیرهای مختلف در رقابت متفاوت است؟ اگر رقابت نیرومند باشد، این حقیقت به حداقل نمی رسد، اما از شیوه های مختلف می توان دریافت که شما از این نیرو و توان استفاده و یا آن را تعدیل خواهید کرد. برای نمونه، اگر شما در نظر دارید که یک رستوران در مجاورت یک رستوران بسیار مشهور و معروف افتتاح کنید، بخشی از استراتژی شما ممکن است نیازهای دیگران را به وفور رفع نماید (یعنی غذا را درمحل به مشتری تحویل دهید).

استراتژی دیگر ممکن است این باشد، هنگامی که برخی روزها و یا عصرها دیگر رستوران ها بسته هستند، شما در رستوران خود در حال کار باشید.

پیشگامان : اگر فکر می کنید هیچ رقابت مستقیمی وجود ندارد، تجارت شما احتمالا درگیر فروش یک محصول یا خدمات جدید یا محصولات جدید در محوطه ی کاری شما می باشد. چگونه با تلاش برای توسعه ی یک بازار می توانید از ورشکستگی اجتناب نمایید؟

روند ها و چرخه ها: بسیاری از تجارت ها دارنده ی چرخه ی رشد و کاهش می باشند که اغلب بر پایه ی عوامل برونی مانند سلیقه ها، روند ها یا تکنولوژی قرار دارند (همانطور که در فصل 3 بحث شد). پیشی بینی شما از روند ها و چرخه ها در تجارت تان چیست؟ برای نمونه ،اگر پیش بینی شما این موضوع را بیان نماید هنگامی که شما بازار خود را تکمیل و افتتاح نموده اید، محصولات الکترونیکی جدید برنامه ریزی شما در تولید ممکن است در سه روش کاهش یابند، آیا شما می توانید پول کافی را در خلال بازار با انجام فعالیت های ارزنده بدست آورید؟

زمان های کند و آهسته : هر تجربه ی تجارتی دارای سیر صعودی ونزولی است. آیا تجارت شما کوچک و ساده و یا به میزان قابل توجهی در زمان های آهسته وکند بدون تحمیل خسارت زیاد کافی قادر به جمع آوری سرمایه است؟ آیا شما در این زمینه روش های دیگری را در نظر دارید؟ مانند اقامت و ماندن در ساعات طولانی در فصل های پر ازدحام و شلوغ و بستن مغازه و بازار خود در بازه زمانی خاصی از سال که تجارت در آن زمان دچار رکود است.

نظر و مهارت مالک : هیچکس همه چیز را نمی داند. چگونه در مدت زمان کوتاهی برای پاداش دادن به دانش خود برنامه ریزی می نمایید؟ برای نمونه ، اگر شما هرگز از مجموعه ای از کتاب ها نگهداری نکنید ، ممکن است نیازمند اجاره ی نیمه وقت کتاب ها از دفتر دار باشید و حسابدار را مطمئن سازید که سیستم دفتری قابل قبول است. و یا ممکن است شما نیاز به خرید یک کامپیوتر داشته باشید و برنامه های خود را شرح دهید و زمان اندکی رابه اندازه گیری ابزارهای جدید اختصاص دهید.

مثال. دورن کوک تمایل به تاسیس رستوران شخصی خود دارد. او سال ها آشپز دیگر رستوران ها بود و می دانست که چگونه باید غذاهای لذیذ را بر روی میز بچیند. اگرچه، وی در موضوعات ومشکلات مالی تحمل چندانی ندارد و آنقدر صادق است که تمایل به یادگیری چگونگی حفظ حساب ها ندارد. برای حل این مشکل، او از جرج دعوت کرد. او ليسانس حسابداری عمومی است و با مسئولیت های بسیار زیاد برای مدیریت مالی ؛ شرکت کننده ی ارشد بود. دورن و جورج بر روی این ارتباط در برنامه ی تجارتی خود و صندوق وامی را که جورج طراحی کرده بود ،تاکید کردند.علاوه براین ،جورج در پوششِ فهرستی از مقروضان بسیار فوق العاده و دقیق بود.

جریان نقدی و وجوه در گردش : نظر به اینکه پول به دست می آید و به صورت روزانه وهفتگی در گردش است ، این گردش از جستجو و مشاهده ی منافع سالانه و پیش بینی های وجوه از دست رفته متفاوت است (فصل 6). همچنین شما تمایل دارید اطمینان حاصل کنید که تجارت شما می تواند به مدت زیادی ادامه یابد و می توانید از منافع و مزایای خود (سود) لذت ببرید. اگر شما پیش بینی جریان نقدی را مانند آنچه که در

فصل 7 ارائه شد ، تکمیل نمایید، باید قادر به نشان دادن این مسئله باشید که می توانید پیش بینی مشکلات وجوه نقدی را ادامه دهید.

با اولین تامل در خصوص خطرات اصلی که تجارت شما با آن روبرو می شود، تحلیل خود را از این خطرات بنویسید. این تحلیل کار مشکلی نمی باشد، زیرا این احتمال وجود دارد که اغلب اوقات شما نگران موضوع باشید. برخی از این مشکلات ممکن است در لیست بالا تدوین شده باشند، دیگر مشکلات ممکن است در تجارت شما منحصر باشند. قبلا شما خطرات اصلی که تجارت شما با آن مواجه است را شناسایی کرده اید ، برنامه ای برای مقابله با هریک از آنها بنویسید. اما خود را درباره ی تمام این گونه فجایع باورنکردنی، در نگرانی و اضطراب غوطه ور نسازید.

✱ یک نکته ی فلسفی

هنگامی که افسوس و عصبانیت آغاز می شود، ممکن است فکر کنید " آیا من واقعا این کار را انجام داده ام؟" به تمام چیزهایی فکر کنید که می توانند نادرست باشند. من می توانم هرچیزی را مشاهده کنم ! هدف شما ثبت خطرات مورد بحث می باشد با این هدف که خود را مجبور سازید با نگرانی ها وترس روبرو شوید، نه اینکه در خلال تجارت خود از آن بترسید. اگر تحلیل منطقی و عقلانی تان به شما گفت که عوامل خطرناک قابل مدیریت هستند ،پردازش این خطرها مشکل است. شما زمانی برای درگیری در نگرانی های بی مورد ندارید. به عبارت دیگر ،اگر شما کاملا در فجایع شدید غرق شدید اید ،به نگرانی ها واضطراب خود توجه داشته باشید. ممکن است آنها به شما بگویند که دانش و ویژگی لازم را در تجارت خود برای کنترل خطراتی که در تجارت های کوچک متحمل می شوید ، ندارید.

هدف این کتاب کمک به شما برای درک ابعاد خطرهایی است که تجارت شما با آن روبرو می شود اما به عنوان یک مالک قدرتمند تجارتي باید پول های خود را جمع آوری کنید . ابی لینکون بیان میدارد که "ابتدا اطمینان حاصل کنید حق باشماست ،آنگاه به سمت جلو حرکت کنید".

پوشاکآنتونیت : نقشه و برنامه ریزی بازار یابی

فروشگاه لباس آنتونیت بر توسعه وگسترش مشتریان براساس اولین زنان شاغل متمرکز گردیده است. همچنین ما علاقه مند به زنان حرفه ای و کاردانی هستیم که در شغل انتخابی خود موفق بوده وپیشرفت کرده اند. این زنان نیازمند لباس های شیک ومد روز با قیمت های معقول و منطقی هستند. بر طبق اتاق بازرگانی ، مناطق بزرگ تجارتي شهرجدید (نیو سیتی) دربردارنده ی 20000 زن شاغل است. پیشگویان انتظار دارند این بازار رشد خود را مشابه نرخ رشد 10٪ ادامه دهند که این نرخ طی 5 سال گذشته لذت بخش بوده است. مابه این

روند درمقابل تجمعات بالای زنان حرفه ای و ماهر در این کشور معتقد هستیم که ممکن است حتی به دلیل افزایش تعداد صنایع مدیریتی و حرفه ای واقع در این مکان، تسریع یابند.

تجارب شخصی و تحقیق بازاری نشان می دهند که زنان شاغل مد پرستی را ترجیح می دهند اما بسیار محافظه کارانه، قیمت ها را افزایش می دهند و لباس ها در حد اعتدال و میانه ی مد قرار دارند. این زنان مغازه هایی را ترجیح می دهند که به آنان توجه شخصی می شود و آزادانه تغییراتی می دهند که از لحاظ سنتی برای زنان فراهم نشده است. زنان در این گروه رفتن به بازار را بین ساعات 5 تا 8 شب یا در زمان ناهار ترجیح می دهند.

بسیاری از اهداف خریداران ما برای لباس ها در دودسته قرار دارند.

1. فروشگاه های بزرگ مانند باگنین، جری و گلنداس.

2. آخرین مغازه های مد روز مانند وایلدتینگ ، ماریان و گلدن فراگ.

برخی از اهداف خریداران ما در حال حاضر در فروشگاه های بزرگ و چند طبقه در مغازه های تجاری پوشاکها قرار دارند که ما آنها را به فروش خواهیم رساند. اگرچه، مامعتقد هستیم می توانیم بسیاری از این تجارت ها را به دلایلی محدود کنیم.

آنتونیت به خریدارانی رجوع خواهد کرد که یا در یکی از مغازه های محلی و یادر خارج از آن برای رفع نیازهای آنان قرار دارند. برای نمونه ،بسیاری از سفرهای زنان شاغل مانند سفر 35 مایلی به شهر شمالی در فریداس می باشد زیرا نیازهای آنان به راحتی قابل مشاهده نمی باشد.

به طور کلی ،فروشگاه های بزرگ آمیزه و ترکیب گسترده ای از کالاهای تجارتي را پیشنهاد می دهند.اگرچه ، یافتن انتخاب بزرگی از لباس های مناسب تجارتي با قیمت های معقول ومناسب در هریک از این مغازه ها کار آسانی نمی باشد.

علاوه براین ، اس. باگنین و گلدالس تنها پس از ساعت 6 عصر باز هستند، بازه زمانی که اغلب مردم شاغل تمایل به خریدکردن و دیدن مغازه ها را دارند. همچنین، فروشگاه های بزرگ به ندرت خدمات غیر شخصی را با یک گردش کار ثابت پرسنل پیشنهاد می دهند. جایگزینی ها و دگرش ها هزینه های مازاد هستند و معمولاً یک هفته و یا بیشتر برای کامل شدن زمان می برند. خط مشی ما از پیشنهاد تغییرات آزادانه طی 24 ساعت اطمینان حاصل کردن از تقاضاهای زنانی است که حداقل 40 ساعت در هفته را علاوه بر نگهداری از خانه هایشان به کار اختصاص می دهند.

باید توجه داشته باشیم که فروشگاه لیدی اسکوآیر به ندرت رقابت مستقیم را پیشنهاد می دهد . اگرچه مامعتقد هستیم که خط مشی این هزینه ها و قیمت ها نشان دهنده ی یک تصمیم گیری برای برآورده کردن نیاز اولیه زنان است که بهترین مراحل اجرایی را پیشنهاد می دهند. این کار ما را با تعداد زیادی از اتاق های رقابت باقی می گذارد.

موقعیت ما در پلازا در مرکز شهر ما را در مسافت پیاده روی از بانک های اصلی ، دلال خانه ها شرکت های بیمه ، ادارات شهرکی و مناطق صنعتی و شرکت ها و موسسات قانونی قرار می دهد ما تنها 4 قطعه از مراکز جدید کامپیوتری RST و مربوط به توسعه ی نرم افزاری تجارت ها را داریم بلکه در اطراف آن حرکت می کنیم. علاوه براین، ما نزدیک مرکز گلدن فراگ و جری خواهیم بود. سازنده پیشین یک مغازه ی محلی قدیمی است که در آن لباس های بسیار زیادی دوخته می شود و نیاز زنان مسنی را فراهم می کند که خود را به عنوان زنان سنتی می بینند. مغازه سابق الذکر یک مغازه مشهور است .

هدف فروشگاه های لباس آنتونیت برنامه ریزی برای مبارزه جامع مستقیم است که به ما درباره ی خریداران توانمند در فروش بسیار بالای لباس اطلاع رسانی می کند. ما لیست ایمیل خود را از اتاق شهر جدید (نیو سیتی) در لیست اعضای اتاق بازرگانی ، لیست ایمیل مجلات تجارتي کشور ، لیست اعضای انجمن زنان دانشگاهی و دیگر منابع مناسب را توسعه می بخشیم. ایمیل رقابتی مستقیم ما توسط یک رسانه ی محبوب اجرا می شود که با وجود خریداران توانمند مانند نشریه ی ماهیانه ی شهر جدید (نیو سیتی) شهرت می یابد. برنامه ی ما داشتن لباس های مدرن است که نشان می دهند علایق خریداران ما را مورد هدف قرار می دهند و هدف آنان جلب علایق خریداران است. همچنین ما نشریه هایی را برای زنان شاغل انتشار و پراکنده خواهیم ساخت که در بسیاری از موارد مانند انتخاب لباس مناسب برای شغل آنان ، سفرهای تجارتي و توجه به لباس آنان را راهنمایی نمایند.

فروشگاه لباس آنتونیت : تحلیل خطر

مانند هر تجارت نوین آنتونیت با چندین خطر مواجه است. من معتقد هستم می توانم بر هر یک از این خطرها با عملکردی که در ذیل مورد بحث قرار گرفته است ؛ غلبه کنم.

اولین خطری که با آن مواجه می شویم این است که درک ما از تجارت فروشگاه های پوشاکبا زنان شاغل در این حوزه نوین و بدیع است. هیچکس دیگری در شهر جدید (نیو سیتی) در حال حاضر کاملاً نمی داند که هدف ما چیست. اگرچه ما معتقد هستیم بازاری را شناسایی کرده ایم که رقابت در آن کاملاً شکست خورده است و فرضیات ما در این خصوص در شهر جدید (نیو سیتی) به اثبات رسیده است. در دیگرسوی مثبت، جمعیت برپایه ی هدف خریداران برای حمایت از مغازه های ما کافی هستند و ما حجم و منافع پروژه های

خود را در تصاویر متوسط برای صنعت مبنا قرار می دهیم. علاوه بر این، نوع فروشگاه‌هایی که ما پیشنهاد می دهیم در جاهای دیگر بسیار موفق است. از اینرو، باید نشان دهیم که این نوع فروشگاه در این مکان فعالیت خواهد کرد. این فروشگاه باید تجارت کافی را از فروشگاه‌هایی با خط گسترده تر تجارتي برای ایجاد سود و منفعت بستاند.

دومین خطر این است که ما تا حدودی، به جمع آوری سرمایه بپردازیم. اگر حجم فروش ما با دسترسی به پروژه‌های موجود در اولین سال ناموفق گردد، خلاف جهت و عکس عملیات کوچک تجارتي ما؛ ممکن است عدم کفایت دسترسی به نیازهای جریان نقدی و وجوه نقدی مان باشد. اگرچه، در دیگر سوی مثبت، مامعتقد هستیم پروژه‌های فروش ما محافظه کار و پیروی سنت قدیم هستند و برخورد ما با مشکلات در اهداف بازده و منافع فروش خود کمتر خواهد بود. علاوه بر این، با آغاز تجارت نسبتاً کوچک، ما پرداخت‌های بزرگ و وام را در این تجارت نخواهیم داشت (یعنی قادر به ارائه ی وام‌های کلان نمی باشیم). همچنین، ما دارای چندین سرمایه گذار قدرتمند هستیم که منافع و علایق خود را در تجارت بیان می کنند. اگر چه حفظ تجارت کاری خسته کننده است، اما تجارت نشان دهنده ی قدرت است، ما باید قادر به جذب سرمایه گذاران باشیم (امابه خاطر داشته باشید ما کشف کردیم که بر پایه ی پیش بینی جریان مالی و گردش پولی، تجارت انتونیت دارای یک جریان مرگبار است (فصل 7) و برنامه‌های کامل آن نیازمند انجام مجدد از ابتدا است).

در نهایت، خطر کمی وجود دارد که جمعیت زنان شاغل و کارمند جوان در شهر جدید (نیوسیتی) کاهش خواهد یافت. اگرچه، ما انتظار وقوع چنین مسئله ای را نداریم. شغل‌های دفتری در قرن گذشته دو برابر شده اند و به نظر می رسد معقول است انتظار داشته باشیم که جمعیت زنان شاغل به طور پیوسته رشد خواهد کرد و ما از این شکوفایی سود خواهیم برد. این طرح، بر پایه ی این حقیقت قرار دارد که بسیاری از شرکت‌های کاملاً تاسیس شده در اینجا واقع هستند و انتظار می رود بیشتر این شرکت‌ها نیز چنین باشند. از اینرو، اگر به هر دلیلی صنعت به طور کلی کاهش یابد، یا تعداد قابل توجهی از شرکت‌های محلی ناکام گردند و یا به خارج از کشور مهاجرت کنند، ما باید با برخی مشکلات روبرو شویم و ممکن است استراتژی بازاریابی ما را به اجبار تغییر دهد.

برنامه ی پرسنل و کارمندان

شانس و فرصت چیزی است که شما اغلب برای کمک به انجام تجارت خود به آن نیازمند هستید. ارزیابی تاثیر کارمندان بر تجارت‌های کوچک کار مشکلی است. ابتدا، هنگامی که اولین کارمند خود را استخدام می کنید، تشریفاً اداری خود را گسترده تر می نمایید. بسیاری از نمایندگان حکومتی روابط شما را با کارمندان تان تنظیم می کنند در صورتی که پیش از آن و تاکنون کسی را استخدام نکرده باشید، شما نیازمند کمک هستید.

حسابدار شما می تواند به شما با تشکیل لیست حقوقی کمک کند، و نماینده ی توسعه ی استخدام داخلی می تواند با تدوین دیگر مقررات به شما کمک نماید.

دوم، چگونگی یک استخدام، مدیریت و اخراج موفقیت آمیز افراد است که خود یک هنر می باشد، و این کتاب نمی تواند این موضوع را تحت پوشش و بررسی خود قرار دهد. اگر شما درخصوص توانایی های خود در این حوزه مردد هستید، اطمینان حاصل کنید که از نمایندگان کاریابی، دپارتمان توسعه ی استخدام محلی و داخلی و یا کنسول گری خصوصی راهنمایی گرفته اید.

خوشبختانه برخی از گام های اساسی وجود دارد که شما می توانید از آن استفاده کنید که این گام ها شانس شما را در اخذ تصمیمات درست دراستخدام افراد افزایش خواهد داد. بسیاری از مالکان تجارت در آشکارساختن افکار خود درخصوص جزئیات تاثیر گذار بر کارمندان ناموفق هستند، که این اشتباه تقریباً ضمانت و گواهی برای دلیل مشکل و اذیت و آزار است.

تحلیل ویژگی (شخصیت) تجاری شما

هر تجارت دارای یک شخصیت و ویژگی است که خریداران و تامین کنندگان بی درنگ آن را در می یابند. کارمندان به شما کمک می کنند شخصیتی در تعاملات روزانه ی خود با خریداران، تامین کنندگان و دیگر افراد ایجاد کنید. شغل شما به عنوان یک تجارت، تصمیم گیری در مورد این موضوع است که تمایل دارید چه شخصیتی در تجارت خود داشته باشید.

اگر شما درخصوص شخصیت های تجاری خودتان آگاه و روشن باشید، به سهولت می توانید در جستجوی کارمندانی باشید که برای تجارت بسیار مناسب هستند. یک کاغذ سفید در آورید یا در کامپیوتر یک فایل باز کنید و عبارتی از شخصیتی که می خواهید در تجارت خود داشته باشید را بنویسید.

فروشگاه لباس آنتونیت: شخصیت و ویژگی تجاری

از خریدارانم می خواهم که فروشگاهمان را با بهترین کالاهای تجاری انتخابی در طبقه ی پوشاک آماده نمایند. همچنین قیمت ها و خدماتی را آماده کردیم که نگرانی، حسرت و تاسف را از محیط فروشگاه خارج می کند. کارمندان ما باید صمیمانه کمک نمایند و در حل مشکلات خریداران ما به آنان کمک کنند. از آنها می خواهم بسیار زیرک و هوشیار باشند بنابراین خریداران ما، ما را به عنوان مشاوران پوشاک و بهترین فروشگاه در نظر می گیرند.

برنامه زمان بندی خود را بنویسید

اکنون شما می دانید قصد دارید چه نوع افرادی را استخدام کنید، شغل بعدی شما تصمیم گیری درخصوص تعداد افراد مورد نیاز است (این موضوع را نیز در فصل 6 کامل خواهید کرد ، پروفایل خود را کامل کنید و فقدان را پیش بینی کنید، خط 4).

مثال های زیر نشان می دهند آنتونیت چگونه درمورد برنامه زمانبندی کارمندان خود فکر می کند. در صورتی که این تفاوت به نیازهای تجارتي خاص شما بستگی داشته باشند شما تصمیمات خود را کمی متفاوت تر خواهید ساخت .

فروشگاه پوشاک : برنامه زمان بندی کارمندان

فروشگاه لباس من نیازمند دوفرد در طبقه همکف در اوج ساعات کاری است (ناهار و سپس کار). من می توانم فروشگاه را ساعت 11 صبح باز کنم و معمولا می توانم در صورتی که فروشگاه ناگهان در ساعات غیر منتظره شلوغ شود از جانشین کردن ساعات کاری اجتناب کنم و هنگامی که فروشگاه شلوغ نیست نیز سفارش بپذیرم و وقت رزرو کنم. بنابراین ، من قصد دارم یک منشی تمام وقت را استخدام کنم تا در کارهای مدیریتی کمک کند و دو منشی تمام وقت استخدام نمایم تا 40 ساعت در هفته کار کنم ، بنابراین همیشه یک کارمند در فروشگاه هست. در نهایت 120 ساعت در هر هفته فروشگاه باز است. کمک مدیر از ساعت 12 ظهر تا 8 شب کار خواهد کرد. روزهای پنج شنبه تا جمعه و از بازکردن مغازه تا بستن آن در روز شنبه در فروشگاه خواهد بود. دو منشی نیز زمان بندی شده هستند بنابراین تمام ساعت باز را پوشش می دهند.

شرح کاری را بنویسید

سپس ، یک فایل جدید کامپیوتری باز می کنم و یا چندید برگه ی سفید را تهیه می کنم و بر روی هریک با اندازه ی کوچک می نویسم " شرح کاری ". اطمینان حاصل کنید شما باید فضایی برای شرح جداگانه ی هر فردی که قصد استخدام وی را دارید کنید ، آماده کنید. شرح کاری باید در بردارنده ی اطلاعات چندین آیتم زیر باشد:

- عنوان شغل
- وظایف شغلی
- مهارت های مورد نیاز ، شخصیت مطلوب
- تحصیلات مورد نیاز
- سوپروایزر نرخ پرداخت و پرداخت حقوق ماهیانه / دستمزد که در بردارنده ی مزایا نیز هست.

برای نمونه ؛ در این قسمت آنتونیت چگونه صفحه ی شرح کاری را برای منشی های فروش خود تکمیل می نماید.

فروشگاه پوشاک آنتونیت :شرح کاری برای منشی فروش

عنوان شغل: منشی فروش

وظایف شغلی : فروش پوشاک ،تعامل با خریداران ، و ارائه ی تصویری مطلوب از فروشگاه من

مهارت ها و شخصیت (ویژگی ها):منشی باید اصول خرده فروشی و مهارت های کنترل و بررسی وجه نقد را بداند و مهارت های خوب ریاضی را پیش از استخدام نشان دهد. وی باید مهربان و مرتب باشد. وی باید مدهای رایج و خدمات صحیح و همچنین اصول تغییرات را بداند. وی باید در کار خود با خریداران خشمگین ماهرانه رفتار کند و در این کار زیر دست باشد.

تحصیلات : وی باید تحصیلت دبیرستانی داشته باشد و درمقطع دبیرستان فارغ التحصیل شده باشد.

سوپروایزر: از آنجائی که وی سرپرست کمک مدیر و من خواهد بود ،باید به راحتی در شرایط رویارویی بابیش از یک فرد قادر به خرید و سفارش جنس باشد.

نرخ پرداخت و حقوق ماهیانه : منشی حدود 40 ساعت در هر هفته کار می کند که جمع این ساعات کاری حدود 170 ساعت در ماه است. من فکر می کنم می توانم یک منشی خوب برای حدود \$500 درهرساعت به علاوه ی پرداخت مالیات استخدام کنم. جمع کل درآمدهای ماهانه \$860000 می باشد.

هنگامی که شرح کاری خود را برای هر کارمند تکمیل نمودید ،جمع دستمزد و حقوق ماهیانه ی آنان را که باید به هر کارمند پرداخت کنید ،جمع بنزید . محاسبات خود را برطبق آنچه که در خط 4 فصل 6 قسمت پیش بینی سود وزیان آمده است ،مقایسه کنید.

مثال:آنتونیت فراگرفت که منشی های فروش اغلب حداقل درآمد را بدست می آورند ،حتی با داشتن تجربه ی یک ساله یابیشتر، تعداد زیادی از آنها افرادی با صلاحیت هستند که در جستجوی موقعیت وشرايط های منشی فروش می باشند. کمک مدیر با چندین سال سابقه کار مبلغی حدود \$1100 در هر ساعت دریافت می کند. در هر مورد ،برنامه ریزی های آنتونیت درپرداخت های بالا کمترین نرخ دستمزد را برای یافتن افراد با صلاحیت و به حداقل رساندن مشکلات دارد.

متعاقبا ،برنامه ریزی های آنتونیت برای پرداخت به منشی های فروش خود حدود \$800 در هر ساعت می باشد. اگرچه وی باید بتواند کمک مدیر را در هر ساعت \$1000 استخدام کند ، اواین مبلغ را درنظر گرفت

زیرا می داند او فردی بسیار مناسب و تحسین برانگیز است زیرا واقعا صادق و دوست داشتنی است. اگر هر یک از دو منشی فروش و مدیر آن 40 ساعت در هر هفته کار کنند، حقوق هفتگی آنان 1020 دلار خواهد بود، که وی این مبلغ را با عدد 40 ضرب می کند. ضرب این حساب های هفتگی با 4.3 هفته با محاسبه ی میانگین ماه منجر به هزینه دستمزد میانگین ماهیانه ی \$4,644 خواهد شد. هزینه های مزاد برای سرپرست کارفرمایان شرکت کننده در اداره ی امنیت اجتماعی، بیمه ی عدم اشتغال و غیره میانگینی بالغ بر 14٪ از دستمزد هر فرد خواهد بود. او از این رقم 14٪ استفاده می کند زیرا برنامه ریزی های او مزایای مزاد ندارد، مانند بیمه ی درمانی یا تعطیلات، تا آنجا که تجارت وی موفق گردد و وی بتواند از عهده ی آنها برآید.

هنگامی که شما خارج از این ارقام در تجارت خود کار می کنید، آنها را در مقابل ورودی های خود در خطوط 4a و 4b پیش بینی سود و ضرر مورد بررسی قرار دهید.

برنامه ریزی پرسنل و کارمند خود را بنویسید

همانطور که قبلا در بخش برنامه ریزی بازاریابی بحث کردیم، ممکن است شما بخواهید خلاصه ای از اطلاعات را در این تمرین ها در یک برنامه ی کارمندی شرح دهید. اطمینان حاصل کنید که برخی از اطلاعات مهم را هنگامی که در حال انجام آنها بوده اید فراموش نکرده اید. در اینجا آنتونیت خلاصه ای از برنامه ریزی کارمند خود را می نویسد.

فروشگاه لباس آنتونیت : برنامه کارمندی

برنامه ی کارمندی آنتونیت یک کمک مدیر تمام وقت و یک منشی تمام وقت را استخدام خواهد کرد.

کمک مدیر سالی و الترخاود بود. من چندین سال است که سالی را می شناسم و معتقد هستم ما با یکدیگر کار خواهیم کرد. اخیرا، وی کمک مدیر دپارتمان پوشاک یک فروشگاه بزرگ بوده است، که در آن وی به مدرنیزه کردن خط تجارت کمک می کرد. فروش دپارتمان آنان به 25٪ در دوسال افزایش یافت.

سالی در ابتدا، کار خود \$1100 آغاز کرد و با افزایش \$1200 به زودی پرداخت های تجارت وی در هر ماه \$3000 شد و این مبلغ نشان دهنده ی سود است. هدف من استفاده از سالی در تجارت است بنابراین من با خیال راحت در ساعات استراحت و یا کارهای خارج از فروشگاه وی را تنها می گذارم.

سالی در ابتدا 40 ساعت در هفته کار خواهد کرد. وی نیز در تصمیم گیری ها و نوع سفارش پوشاک به من کمک خواهد کرد. سالی اغلب اوقات فروشگاه را باز و بسته خواهد کرد و امانتدار بانک خواهد بود، اگرچه وی

این کار را به صورت مرتب و دائمی انجام نخواهد داد. وی از ساعت 12 ظهر تا 8 شب کار خواهد کرد. روزهای پنجشنبه تا جمعه و تمام روزهای شنبه را مشغول به کار خواهد بود.

منشی های فروش نیز آهسته آهسته حقوق بیشتری دریافت خواهند کرد. آنان باید خوش سیما و فعال باشند و تجربه ی فروشندگی نیز داشته باشند. آنان تمام ساعات پنجشنبه عصر تا شنبه را کار خواهند کرد و برای کمک به سالی در دسترس خواهند بود و من در ساعات اوج کاری در فروشگاه حضور خواهم داشت. آنان نیز در پاکیزه و جذاب نگه داشتن فروشگاه با انجام کارهای از قبیل نظافت کمک خواهند کرد. سالی و من چندین فرد منتخب قابل پذیرش را می شناسیم و اداره ی اشتغال محلی چندین فرد دیگر را به ما معرفی نموده اند.

من در ابتدا 6 روز در هفته کار خواهم کرد اما باید روزهای دوشنبه فروشگاه را تعطیل کنم در صورتی که مطمئن باشم این روز، روزی خلوت و راکد است.

من مانند یک خیاطی زنانه فعالیت خواهم کرد تا زمانی که تجارت به میزان قابل توجهی توسعه یابد. اگر تجارت به سرعت بیش از آنچه که پیش بینی کردم، گسترش یابد، منشی های تمام وقت اضافه و دوزنده ی تمام وقت نیز استخدام خواهم کرد.

آنتونیت بیمه ی سلامت و دیگر مزایای استخدام را پیشنهاد نمی دهد تا زمانی که سود و منفعت آنان افزایش یابد و این سود و منافع تضمین گردند.

خانمها آگاهی

خلاصه فصل 9 و 10

ویرایش و نهایی کردن طرح کسب و کار

هر طرح کسب و کار دارای ساختار منحصر به فردی است که با توجه به وضعیت کسب و کار و بودجه مورد نیاز برای شروع، متفاوت می باشد. تعداد صفحات در طرح مهم نیست و اغلب ممکن است همه اطلاعات در 15 تا 20 صفحه یا بیش تر جای گیرد.

انواع طرح کسب و کار:

1- طرح سریع (طرح یک روزه)

برای کسانی که از قبل در این کسب و کار بوده‌اند و همه‌ی جوانب کار را می‌دانند. این امکان وجود دارد که در یک روز یک طرح کسب و کار نوشت. این طرح بدون شک کامل نیست ولی سیمای کلی از کار را ارائه می‌دهد. این قبیل طرح‌ها از اجزای ذیل تشکیل شده‌اند:

صفحه‌ی عنوان طرح (جلد طرح)، خلاصه‌ی طرح، فهرست موضوعات، بیان مساله، توضیح کسب و کار، پیش‌بینی درآمد، هزینه‌ها و سود و زیان، ضمایم و اسناد حمایت‌کننده‌ی طرح.

2- طرح کسب و کار کامل

این نوع طرح برای کسب و کارهایی است که در مرحله‌ی آغاز است. این گونه طرح‌ها همچنین برای جلب موافقت و همکاری سرمایه‌گذاران بسیار سودمند است. بانک‌ها و سرمایه‌گذاران معمولاً طرحی را می‌پسندند که کامل باشد و از جنبه‌های مختلف به سوژه پرداخته شده باشد.

یک طرح کسب و کار کامل از اجزای ذیل تشکیل شده است:

صفحه‌ی عنوان طرح، خلاصه‌ی طرح، فهرست مطالب، بیان مساله، شرح کسب و کار، اهداف کسب و کار، برنامه‌ی بازاریابی، پیش‌بینی درآمد، پیش‌بینی سود و زیان، طرح سرمایه‌گذاری، آنالیز ریسک، بخش منابع انسانی، معرفی قابلیت‌های ارائه‌دهنده‌ی طرح (از نظر سوابق کاری و منابع مالی) و ضمایم و اسناد حمایت‌کننده‌ی طرح.

✓ بعد از بخش معرفی و اشاره به اهداف کسب و کار سه قسمت اصلی طرح را باید تشریح نمود:

- 1- برنامه عملیاتی
- 2- برنامه بازاریابی
- 3- برنامه مالی

نوشتن قسمت نهایی

بعد از بدست آمدن نمای کلی از طرح نهایی وقت آن است که نوشتن بخش نهایی را شروع کنید. هر طرح کسب و کار به یک خلاصه مدیریتی نیاز دارد.

خلاصه طرح بر نکات شاخص طرح تاکید و آن را معرفی می‌کند.

وظیفه ما این است که به خواننده بگوییم

- که ما چه کسی هستیم؟
- چه کاری می‌خواهیم بکنیم؟

- چقدر پول نیاز داریم؟
- انتظار داریم چقدر درآمد نصیبمان شود؟

نکاتی درباره خلاصه طرح

سرمایه گذاران هرگز همه طرح را نمی خوانند و تصمیم اولیه خود را در مورد وام دادن یا سرمایه گذاری در پروژه را بر پایه اولین برداشت خود از خلاصه طرح می گیرند و در صورتی تصمیم به خواندن بقیه مواد طرح می گیرند که خلاصه طرح نظر آنها را جلب کند. خلاصه طرح باید به بیان میزان پول نقدی که شما برای شروع و گسترش تجارت نیاز دارید پردازد. بنابراین همه نقاط قوت را در چند پاراگراف اولیه قرار دهید و جزئیات را برای قسمت های بعد قرار دهید. همه این موارد را در یک صفحه نوشته شود.

جذب سرمایه گذاران

برای درخواست سرمایه از سرمایه گذاران به جای وام باید برای ایشان تشریح کنید که شما چه چیزی به ازای پولشان به آنها می دهید و چگونه!!!!

- سهم قابل توجهی از مالکیت
- پرداخت نقدی ماهانه یا سالانه و ...

نوشتن واقعیت های مثبت در خلاصه طرح

برخی افراد در مورد توانایی خودشان در مورد نظم دادن به نوشته های طرحشان نگران هستند. برا غلبه برآن از فرآیند سه مرحله ای زیر پیروی کنید:

اول: واقعیت های مثبتی که می خواهید ارائه کنید را فهرست کنید (مرور کسب و کار)

دوم: در یک توالی منطقی که قالبی منسجم به واقعیت های مثبت می دهد دوباره این موارد را کنار هم قرار دهید

سرانجام: نوشتن به نثر ساده و روان

مقدمه برای بخش های مختلف طرح

اگر به نظر شما برخی بخش ها کامل نیست یا اینکه یک بخش در راستای بخش قبلی نیست ، پس:

- مقدمه کوتاهی بر بخش هایی که نیاز به توضیح بیشتر دارند بنویسید

- کل طرح را به شکل یک روایت جامع که نکات مهم را پوشش دهد بازنویسی کنید
- طرح را به همان شکل رها کنید شاید شرایط به گونه‌ای شود که شما فقط از پیشنهادی طرح و اسناد مالی استفاده کنید

بیانیه اهداف شخصی:

یک بخش مهم از طرح شماست و کمک بزرگی برای حامیان بالقوه‌ای است که شما را شخصاً نمی‌شناسند. وام دهندگان و حامیان می‌خواهند مطمئن باشند که شما به موقعیت مالی پروژه خود متعهد هستید. به عنوان مثال آنها از زنبورداری که آنقدر عاشق زنبوران است که نمی‌تواند برای جابجا کردن عسل از کندو، زنبورها را بیازارد، حمایت نمی‌کنند.

در حالت ایده آل، اهداف و تعهدات شخصی شما به طور قطع به با اهداف کاری شما گره خورده است.

ولی در واقعیت ممکن است شما چند هدف شخصی داشته باشید که چندان رابطه‌ای با سود دهی کسب و کار شما نداشته باشد. بنابراین چگونگی بیان آن مهم است.

پیش بینی جریان نقدی و طرح هزینه سرمایه

پیش بینی سود و زیان:

- پیش بینی میزان فروش و سود و زیان مرتبط و حتی هزینه‌های فروش و هزینه‌های ثابت (فهرستوار)
- در نهایت پیش بینی سود و فروش سالانه

پیش بینی جریان نقدی و سرمایه طرح هزینه:

- پیش بینی سود ماهیانه برای به دست آوردن جریان مالی ماهیانه
- خلاصه هزینه‌های بازگشایی و راه اندازی
- چگونگی نحوه و مدت زمان پرداخت به تامین کنندگان و فروش به مشتریان

تهیه پیوست

- اگر شما در حال گسترش کسب و کار موجود هستید؛ صورت های مالی سال های قبل را بیاورید.(صورت های سود و زیان و ترازنامه حداقل مربوط به دو سال اخیر)

_نسخه های مربوط به توافق نامه اجاره نامه

_نسخه های مربوط به هر مناقصه ای برای کار ساخت و ساز

_برنامه های مربوط به کار ساخت و ساز

_طرح های علامت تجاری و آرم

_لیستی از آنچه برای راه اندازی و گشایش کار لازم خواهد بود.

_رزومه کارکنان اصلی در صورت وجود

_کپی از هر روزنامه یا تبلیغاتی که در مورد کسب و کار شما بوده است.این مورد خصوصاً برای افرادی که وارد کسب و کار خدمات می شوند بسیار اهمیت دارد در جایی که آنها خود محصول اصلی را تولید می کنند. در نهایت این موارد را با یک نظم منطقی سازماندهی کنید و فهرست مطالب برای پیوست ایجاد نمائید.

ایجاد صفحه عنوان و فهرست مطالب

هر کسب و کاری باید دو صفحه زیر را داشته باشد

صفحه عنوان: صفحه ای جدا است که شامل نام طرح کسب و کار، تاریخ و نام و آدرس شما است.

فهرست مطالب: این بخش بعد از خلاصه طرح و قبل از بدنه اصلی طرح قرار می گیرد. در این بخش عناوین اصلی هر

بخش از طرح و زیر بخش های مهم فهرست میشوند. بعد از اینکه اجزای طرح را به ترتیب در کنار هم قرار دادید و شماره صفحات را مشخص نمودید، شماره صفحه هر عنوان را در فهرست را نیز در مقابلش مینویسید.

تکمیل ویرایش نهایی

مطالب شما به صورت فایل تایپ شده و در شکل نیمه نهایی جمع بندی شده است. دقت کنید تا بین خطوط به اندازه کافی(دو اسپیس) فاصله داشته باشد.

برای ویرایش نهایی قسمتهای طرح را در کنار هم قرار دهید. خردمندانه است که یک کپی از کل طرح بگیرید که شامل تمامی تغییراتی که انجام داده‌اید می‌شود. متن را بخوانید و در صورت عدم انسجام و اشتباه آن را تصحیح کنید.

تأثیر گذاری در نگاه اول

اغلب گفته می‌شود که تنها یک شانس برای تأثیرگذاری اولیه وجود دارد، و باید در این تأثیرگذاری اولیه بتوانید بهترین کار خود را نشان دهید. برای جذب حامیان بالقوه آنقدر زمان و مهلت وجود ندارد که ابتدا یک پیشنویس نازیبا به ایشان نشان داده شود و در مراحل بعد ویرایش نهایی و بازنگری‌های مجدد در طرح ایجاد شود.

نکته

طرح کسب و کار کامل و سازماندهی شده را برای یک یا دو روز رها کنید. بعد از آن با روحیه هر چه بهتر آن را مورد نظر قرار دهید. پیام پیشنهادی در کل طرح را ارزیابی کنید.

آیا حس لازم در آن وجود دارد؟ آیا شما به چنین طرحی پول قرض می‌دهید؟ آیا میتوانید با تقویت برخی از بخش‌ها، آن را متقاعد کننده تر کنید؟ آیا می‌توانید تمام ادعاهای خود را مستند کنید؟ آیا اگر کسی شرح طرح شما را بخواهد می‌توانید با واقعیت‌ها و اعداد و ارقام آن را شرح دهید؟

✓ یک بار دیگر از نظر انسجام آن را بررسی کنید. به طور مثال آنچه در بخش مالی بیان شده است باید با آنچه در خصوص کسب و کار بیان شده همخوانی داشته باشد.

جزئیات نهایی

✓ با استفاده از یک پرینتر با کیفیت ظاهری شسته رفته و منظم به طرح داده و باعث حداکثر تأثیر طرح می‌شوید.

✓ استفاده از تصاویر، چارتهای، رنگها و ... بستگی به نوع کسب و کار شما دارد.

✓ اگر گزارش شما قطور است برای بخش‌های اصلی از جدا کننده صفحات با زبانه‌های رنگی استفاده کنید بنابراین خواننده آنچه را که می‌خواهد سریعتر پیدا می‌کند.

✓ نگارش، سازماندهی و املاي خوب در طرح بسیار موثر خواهد بود. اگر به طرح خود اطمینان ندارید میتوانید از یک نویسنده حرفه‌ای برای مرور آن استفاده کنید. بنابراین با یک هزینه نسبتاً کم بهبود قابل ملاحظه‌ای در کار خود ایجاد می‌کنید. یا از نرم افزارهای پردازشگر استفاده کنید.

✓ صدای محتوای طرح از همه بلندتر و تأثیرگذارتر است بنابراین خیلی درگیر ظاهر نشوید.

آخرین قدم

خردمندانه است که بعد از اینکه طرح به خوبی شکل گرفت، بازنگری و مرور شود. با یک هزینه نسبتاً کم از یک مشاور کسب و کار کوچک خوب یا متخصصی که در کسب و کار مشابه شما حضور دارد استفاده کنید.

مزایا:

- جلوگیری از اشتباهات پر هزینه، ایجاد موقعیت‌های سودمند، چگونگی بهبود نحوه ارائه اطلاعاتتان
- اگر پیشنهاد‌های جزئی برای بهبود ارائه کرد به راحتی می‌توانید آنها را به کار گیرید اما اگر پیشنهادها بسیار مهم هستند قبل از تغییر حتما در مورد آنها فکر کنید. به یاد داشته باشید که این کسب و کار شما و پیشنهاد شماست و شما فرد نهایی هستید که در مورد آن تصمیم می‌گیرید.

فصل یازدهم حسین محسنی آهوپی

از صفحه 182 تا آخر 188

حفاظت و ماندن در مسیر موفقیت بعد از شروع کسب و کار

مقدمه:

بعد از تکمیل طرح کسب و کار برای راه اندازی و توسعه کسب و کار خود متوجه خواهید شد به میزان سرمایه نیاز دارید، مه این فقط یک گام از سه مرحله راهی است که پیش روی شماست. به نظر من شروع کسب و کارهای کوچک یکی از مرزهای بزرگ گذشتن از تکروی و هم چنین باعث کشف فرصت‌های بزرگی در کسب و کار می‌باشد.

مراقب مشکلات اطراف خود باشید

شما به عنوان مالک یک کسب و کار باید سخت تلاش کنید و نگران نباشید زیرا زمان زیادی نیاز دارید تا به اهداف خود برسید. در طول مسیر زیاد بر روی اهداف کوتاه مدت تمرکز نکنید زیرا باعث فراموش کردن هدف اصلی شما می‌شود. از اینکه تمام مسائل مربوط به کسب و کار را نمیدانید نگران نباشید و حتماً از مشاورین کمک بگیرید که در این صورت کمتر با مشکلات برخورد خواهید کرد و کمتر دچار بحران خواهید شد.

وجود ابهام در ابتدای شروع کار

بدلیل وجود ابهامات در ابتدای راه اندازی کسب و کار اغلب مواقع شما در تصمیم گیری‌ها دچار مشکل می‌شوید که این مسئله را با کمک گرفتن از یک مشاور خونسرد و آگاه به کسب و کار شما حل خواهد شد.

برای تنظیم اهداف کسب و کار تان ، دولت ، سازمان‌های خیریه ، رقبا ، مشاوران فروشندگان بیمه و غیره تاثیر گذار خواهند بود که ممکن است با اهداف شما مغایرت داشته باشند اما بدون تردید برای ادامه حیات کسب و کار تان میبایست آنچه مردم از کسب و کار شما انتظار دارند را بر آورده کنید. و اینکه متوجه باشید شما تنها کسی هستید که باید برای موفقیت کسب و کار تصمیم بگیرد. شما باید سه گروه اصلی که شامل: مشتریان ، تامین کنندگان و کارکنان شما هستند را از موفق بودن کسب و کار خود مطمئن کنید و منافع تمامی کسانی را که در کسب و کار شما دخالت دارند را تامین و بهم نزدیک کنید که این امر شما را به موفقیت خواهند رساند.

نکته: به عنوان صاحب کسب و کار بسیار ناراحت کننده خواهد بود ، اگر برای گرفتن تصمیمات دائما نیازمند تایید دیگران باشید .

توصیه: سخت کار کنید ، یادبگیرید چگونه اهداف خود را تعیین کرده و برای رسیدن به آنها تلاش کنید ، بدانید چه زمانی به دیدگاههای دیگران نیاز دارید و چه زمانی باید خود تصمیم بگیرید.

پیش‌بینی مشکلات قبل از رخ دادن آنها

طرح کسب و کار شما ، خطراتی که شما در کسب و کار با آن مواجه هستید را توصیف می‌کند. بررسی‌های دوره‌ای خطرات پنهان و موجود در کسب کار را آشکار می‌سازد. همیشه باید از اشتباه و مشکلات کار قبل از تبدیل شدن به موانع بزرگ مطلع شوید تا قبل از بروز مشکلات تاسف بار جلوگیری کنید. اگر بخواهید مانند اغلب مردم عمل کنید باید برای پیدا کردن راه‌حل برای مشکلات روزانه زمان زیادی صرف کنید.

یک راه برای پی بردن به مشکلات پنهان در کسب و کار مقایسه ماهانه پیش‌بینی سود و زیان طرح کسب و کار با صورتحساب واقعی ماهانه سود و زیان شما است تا بتوانید در صورت وجود مغایرت از آن در سریعترین جلوگیری کنید.

راه دیگر برای تشخیص مشکلات گوش دادن به آنچه مشتریان، تامین کنندگان و کارکنان شما در باره کسب و کار شما می‌گویند است که فهمیدن نظرات آنان می‌تواند با کمترین هزینه به برطرف کردن مشکل بیانجامد.

توصیه : یک سیستم اطلاعاتی دقیق ایجاد کنید تا به شما این امکان را بدهد که بدانید کسب و کار شما به چه سمتی پیش می‌رود.

ممکن است مشکل اصلی خود ما باشیم

برای بوجود آوردن یک زندگی خوب مجبوریم خود را تغییر دهیم. متأسفانه اغلب مردم در تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف خود و سپس تغییر رفتار خود، بسیار ناتوان هستند و همیشه صرف نظر از نتیجه آنچه قبلاً انجام داده‌اند را انجام می‌دهند. بسیاری از افراد در کسب و کار خود دارای مهارت هستند اما از بسیاری از افراد از پیچیدگی‌های شروع کسب و کار و رشد آن اطلاعات کمی دارند و عدم آگاهی از مهارت‌های مدیریت می‌تواند به آنها به شدت صدمه بزند.

هر کسی نقاط کوری دارد که می‌توانند تعیین کنند که شما در کسب و کارتان موفق خواهید شد و یا شکست خواهید خورد. برای فهمیدن ضعف‌های خود می‌توانید از دوستان و نزدیکان خود سوال کنید. برای موفقیت در کسب و کارتان یک طرح عملیاتی انعطاف پذیر و مداوم که بتواند با تغییرات محیطی خود را وفق دهد برنامه ریزی کنید تا در ادامه راه دچار ضعف و ناتوانی نشوید.

دانستن زمان موفقیت و یا شکست

جریان نقدی پول نباید بیشتر از زمان برآورده شده در طرح کسب و کار باشد و به طور معمول نیز نباید زیاد طول بکشد. بسیاری از مردم یک یا دو سال صبر می‌کنند تا ببینند آیا کسب و کارشان موفق خواهد شد. که این اشتباه است. باید از مشتریان بلقوه خود بازخورد بگیرید و سپس یک یا دو ماه به آن اضافه کنید که این در نوع کسب و کارها کمی با هم تفاوت دارد که معمولاً بسته به نوع کسب و کار بیش از سه تا شش ماه زمان می‌برد. اگر پس از چهار ماه فروش شما کمتر از انتظارتان بود باید طرح کسب و کار خود را بازبینی کنید تا بتوانید اشتباهات آن و مسیر کسب و کار خود را اصلاح کنید در این صورت است که می‌توانید متوجه پیروزی یا شکست در کسب و کارتان شوید.

تمهیدات برای موفقیت

فرض می‌کنیم کسب و کار شما موفق شده است.؟ شما با دقت برنامه ریزی کرده و سخت کار کرده اید. اگر شما در حال بررسی گسترش کسب و کار خود هستید اول از همه می‌بایست دیدگاه بلند مدت و اهداف شخصی بزرگی داشته باشید. بسیاری از افراد خردمند سودی مناسب و معقول را با یک کسب و کار کوچک

نسبت به یک کسب و کار خیلی بزرگتر و پر درد و سر ترجیح میدهند. برای اینکه کسب و کارتان را بزرگتر کنید، در شروع کار نیاز به برنامه ریزی دقیق دارید.

خروج از کسب و کار موجود

چه کاری می کنید اگر کسب و کار شما در حال زیان کردن باشد. شما اساساً نیازمند تغییر در کسب و کار خود به یکی از روش ها هستید و یا اینکه از کسب و کار خود دست بکشید. شما می بایست در اسرع وقت و عاقلانه در باره کسب و کار خود برای از دست ندان بیشتر سرمایه تصمیم گیری نمائید. اگر تصمیم به خروج از کسب و کار خود را گرفته اید، دارای گزینه های زیر هستید

1- در شرکت را ببندید و آنجا را ترک کنید

ایده های بد تقریباً همیشه نابود شدنی هستند مگر اینکه برنامه ای برای اجرای دوباره آنها داشته باشیم. رها کردن سریع کسب و کارهای که مشکلات زیادی بوجود می آورند نسبت به حل عواقب آن بهتر است، هیچ دلیلی برای ارائه به سرمایه گذاران، وام دهنده گان، صاحب خانه، دوستانتان و .. در صورت ادامه و ضرر احتمالی نخواهی داشت.

2- فروش کسب و کار

فروش امتیاز کسب و کار ایده واقع بینانه و معقولانه تری است اگر کسب و کار شما دارای سود آوری کمی هست، و یا گاهی اوقات آن سود اندک را هم ندارد. ممکن است شخص دیگری در آن کار نسبت به شما با هزینه کمتری موفق تر باشد و یا اینکه دارای چشم انداز بهتری در اینکه چگونه می توان به سود بهتری دست یافت داشته باشد.

اگر توانایی پرداخت وجه نقد به اندازه کافی به اعتبار دهنده گانتان را ندارید و آنها نیز راضی به دریافت کمتر از مقدار واقعی طلب خود نیستند، شما می بایست برای خلاص شدن از شر آن کسب و کار اعلام ورشکستگی کنید. یا اگر شما خوش شانس باشید، فردی را برای خریدن کسب و کارتان پیدا کنید و تلاش کنید تا دوباره به کسب و کارتان برگردید.

ترازنامه ای برای کسب و کارتان شبیه به صورت های مالی که در فصل 5 آمده است تهیه کنید.

3- تعطیلی کسب و کار و مذاکره با طلبکاران

اگر ماهیانه نقدینگی شما از دست می رود و فکر نمی کنید جریان نقدینگی بزودی بهبود یابد. می توانید کسب و کارتان را تعطیل کرده و با تامین کنندگان و طلبکارانتان به گفتگو و بررسی بپردازید. اغلب اوقات شما می توانید با مذاکره با طلبکاران، پرداختی کمتر از بدهی خود به آنان داشته باشید. می توانید یک مقدار کوچکی از طلب آنان را برای پرداخت یکجا بدهی تان پیشنهاد کنید یا اینکه پیشنهاد پرداخت ماهیانه به آنها بدهید. در هر صورت این انتخاب می تواند یک گزینه خوب برای پرداخت بدهی تان در زمانی که نقدینگی دارید و یا می توانید درآمدی داشته باشید می باشد.

برگزاری حراجی برای یک کسب و کار تعطیل شده

معمولا شامل فروش تمامی مال التجاره عین قیمت تمام شده و یا اینکه زیر قیمت تمام شده می باشد. این حالت اغلب برای خرده فروشان بوجود میاید، زیرا بزرگترین سرمایه آنان موجودی کالای است که دوباره به حراج گذاشته می شود. شرکت های وجود دارند که کسب و کارشان از انحلال کسب و کار دیگران منتفع می شود، و یا اینکه می توانید خود این کار را انجام دهید. گاهی اوقات ایده حراج کسب و کار های منحل شده می تواند بهتر از فروش آن باشد (خرید شرکت و تسویه حساب با طلبکاران). حراجی ها و انحلال طلبان با استفاده از ترفند های خاص خودشان می توانند برای هر چیزی بهترین قیمت را دریافت کنند. این کار ارزش بررسی کردن در زمانی که به فکر حراج آن هستید را دارد، خصوصا زمانی که موجودی انبار خیلی زیادی دارید.

اعلام ورشکستگی

قوانین ورشکستگی فدرال آمریکا برای افرادی که ورشکست شده اند و بدهی بر عهده دارند طراحی شده است تا آنان بتوانند در کسب و کاری جدید شروعی دوباره داشته باشند. شما با پر کردن برگه ورشکستگی در دادگاه مربوطه اعلام ورشکستگی می کنید. و طلبکاران خود را سریعاً از گرفتن حکم جلب و تصرف اموال برای طلبشان منصرف و مطلع می کنید، اگر شما صاحب کسب و کار خود به عنوان یک مالک هستید، نیاز دارید اعلام ورشکستگی شخصی کنید، بدهی های شخصی شما نیز همانند بدهی های کسب و کار شما میتواند منفصل شود و در میان فرایند اعلام ورشکستگی از بین برود

اگر کسب و کار شما دارای شریک و یا شرکت سهامی است، کسب و کار خود، می تواند به سوی ورشکستگی هدایت شود و نیازی به اعلام ورشکستگی شخصی نخواهید داشت مگر اینکه بدهی آن کسب و کار مربوطه به مسائل شخصی خود شما داشته باشد.

تعداد گوناگونی از گزینه های اعلام ورشکستگی را در اختیار دارید. بیشتر صاحبان کسب و کار های کوچک یکی از این دو راه را انتخاب می کنند:

- 1- از دست دادن مقداری یا بخشی از کسب و کار و یا دارائی تان و یا فسخ وام ها و بدهی های خود و یا
- 2- اتخاذ ترتیبی برای پرداخت صورتحساب های گذشته از طریق درآمد در آینده و توافق بر سر نگهداری صورت حسابهای جدید و حفظ اموال خود. در خیلی از موارد، صورتحسابهای گذشته ممکن است در زمانی پرداخت شوند که ارزش اسمی خود را از دست داده باشند.

اگر شما به پر کردن برگه ورشکستگی فکر می کنید، شما نیاز به تحقیق بیشتر در باره گزینه های مختلف دارید. گزینه های شما تحت تاثیر عوامل مختلفی مانند:

- 1- مقدار پولی که بدهکار هستید.
 - 2- آیا مایل به اداره کردن کسب و کار توسط خودتان هستید.
 - 3- مسئولیت شخصی شما - برای مثال: ممکن است خانه شما در برابر وام و یا بدهی که دارید در در رهن باشد.
 - 4- مدلی از مالکیت که صاحب آن هستید: برخی از اموال شخصی شما متعلق به خود شما می باشد و ربطی به بدهی و ورشکستگی شما ندارد.
- در کتاب حل مشکلات مالی افراد می توانید گزینه های بیشتری برای اعلام ورشکستگی پیدا کنید.

رضا جاویدنیا

خلاصه فصل 12 کتاب How to write business plan

فصل دوازدهم: منابع اطلاعاتی شایسته برای کسب و کارهای کوچک

1. مقدمه:

صاحبان کسب و کار در جاهایی نیاز به دریافت اطلاعات و کمک دارند، جاهایی که در آن زمینه ها، از دانش و اطلاعات عملی ضعیفی برخوردارند. هنگامی که نقطه های مورد نیاز شما به دانستن دقیقاً مشخص شده است، موضوع انتخاب منابع یادگیری است. منابع یادگیری تا جایی که امکان دارد، متناسب با زمان های حساس پیش رو پیشنهاد می شود. می توان سریع ترین کمک و یاری را از اولین منبع مناسب قابل

دسترسی یعنی مشاورین کسب و کار، انتخاب کرد یا نسبت به منابع با دسترسی طولانی مدت، مانند تحصیلات آکادمیک را در نظر گرفت. در این فصل به بررسی این منابع اطلاعاتی پرداخته خواهد شد.

II. مشاوران کسب و کار

مشاوران کسب و کار، کسانی هستند که راهنمایی های را در باره اینکه مردم چگونه این راهنمایی ها را برای کسب و کارهایشان به اجرا می گذارند، هستند. بیشتر آنها تجربه کسب و کار گسترده ای دارند و می خواهند به افرادی نظیر شما کمک کنند تا موفق شوید. گر چه باید مراقب باشید، بعضی از افراد بی تجربه وجود دارند که خودشان را به عنوان مشاوران کسب و کار معرفی می کنند. شما به مشاوره نیاز دارید و باید انتخاب کنید که بر اساس نیازهای شما مشاوره دهد و آگاه باشد. دو دسته اصلی این مشاوران عبارتند از:

1- متخصصین

2- مشاوران کسب و کارهای عمومی.

III. کتاب ها

در خصوص مسائل مرتبط با کسب و کار می توان به اطلاعات ارائه شده در بسیاری از کتابها اشاره داشت. در این خصوص با دسته بندی کتابهای منتشره در موضوعات ذیل دانستنی های ذی قیمتی می توان از کتابهای منتشره ذیل بدست آورد:

1. کسب و کارهای کوچک

2. انتخاب یک کسب و کار

3. جذب سرمایه

4. بازاریابی/اعلان آگهی

5. کارکنان

6. محل کسب و کار

7. بنگاه ها، شرکاء و موضوعات قانونی

8. امور قانونی

9. زنان در کسب و کار

10. کسب و کارهای عمومی.

IV. جزوه ها

جزوات معتبر می توانند اطلاعات لازم یا پیش زمینه مناسبی را در مورد موضوع مورد نیاز در کسب و کار فراهم کنند. دو منبع بسیار با ارزش اطلاعاتی در این زمینه عبارتند از:

جزوات مدیریت کسب و کار SBA

نشریات IRS: نشریات اداره مالیات.

۷. مجلات، کمک حال مستمر کسب و کارهای کوچک

حتی بهترین نشریات بزرگ کسب و کار مانند -wall street-business week, Forbes مستقیماً و بطور کامل کارایی لازم را برای بخش های تخصصی نخواهند داشت، زیرا هر صنعت یا حرفه، مجله تخصصی تجاری مربوطه را چاپ میکند و توصیه های کاربردی مربوط به همان صنعت را در بر میگیرد اما برای پاسخگویی به سوالات مربوط به کسب و کار عمومی در زیر به چندین نشریه معتبر اشاره شده است.

1. INC(www.inc.com)

2. کسب و کار خانگی(www.homebusiness mag.com)

3. کارآفرین(www.entrepreneur.com Entrepreneur).

۶. رایانه ها و کسب و کار

رایانه می تواند وسیله شگرفی باشد که با صرفه جویی در وقت از طرفی فراتر از تصور شما، به کسب و کارتوان کارایی دهد و از طرف دیگر می تواند وسیله مخل کسب و کار شما باشد که با غرق شدن در زمان، شما را از کار باز دارد. برای یادگیری استفاده از رایانه نیازمند زمان هستید تا بتوانید از اشتباهات اجتناب نپذیری که در حال کار پیش آید جلوگیری کنید.

در بکارگیری مناسب از این وسیله و فناوری های مرتبط با آن بایستی به مسائل زیر توجه کرد:

1. شما چگونه از یک رایانه استفاده خواهید کرد؟

بدون شک هر کدام از فعالیت هایی که در زیر به آنها اشاره شده در استفاده از رایانه سهولت ایجاد خواهد کرد.

- نگهداری ذخیره اطلاعات زیادی از مشتریان خود
- ارقام حسابهای دریافتی و پرداختی
- موجودی کالاهای انبار
- سفارش کالاهای معین
- ارسال تبلیغات از طریق ایمیل
- پیگیری خرید مشتریان
- نوشتن نامه های اداری، گزارشات، مقالات، یادگیری مطبوعات
- تهیه کاتالوگ، بروشور یا سایر کالاهای تبلیغاتی

- نوشتن لیست حقوق (در غیر این صورت ناگزیرند از حساب دفتری برای لیست حقوق کارمندان استفاده کنید)
- استفاده از رایانه برای محاسبات مالی که نیاز به صفحات گسترده دارد
- این نکته را به خاطر داشته باشید که استفاده از رایانه صرفاً کارایی شما را بهبود نخواهد بخشید بلکه تغییر در فلسفه مدیریت چیز است که شما به آن نیاز دارید. برای مثال اگر در ذخیره کردن اسناد مالی مشکل دارید یک رایانه پیشرفته و جدید یا حتی نرم افزار های مدرن بطور اتوماتیک مشکل شما را حل نخواهند کرد. شما به اطلاعات سازمان یافته ای نیاز دارید که به درستی وارد سیستم شوند.

2. چه نرم افزاری نیاز دارید؟

از آن جایی که دلیل اصلی استفاده از رایانه به کارگیری نرم افزار های مختلف می باشد، لذا یک راه برای تعیین رایانه ای مورد نیاز تعریف نرم افزارهای مورد استفاده شماست.

فروشگاه های رایانه و همچنین توزیع کنندگان نرم افزار می توانند با ارائه آرایه های وسیعی از برنامه های رایانه ای شما را سر در گم کنند. آیا شما به این موضوع توجه دارید که شروع به پاسخ به این سوال ساده بدهید که: من چه تکالیفی از رایانه در دستم انتظار دارم؟ به محض تهیه فهرست کار های مورد انتظاران از رایانه، شما می توانید به فروشگاه های اینترنتی بر خط (انلاین) رفته و با نگاه به آنها ببینید چه برنامه های دارند که خواسته های شما را بر آورده می سازد؟

3. به چه تعداد رایانه نیاز دارید؟- استطاعت شما برای خرید چند رایانه است؟

نرم افزاری که شما می خرید متاثر از تعداد رایانه هایی است که نیاز دارید و بالعکس. نیازمندی های سیستمی خود را درون جعبه نرم افزار دوباره چک کنید، نظیر نیازمندی حافظه هارد مورد نیاز، سی دی رام مورد نیاز، حافظه مموری مورد نیاز، چه سیستمی و چه ویندوزی مورد نیاز است، و چه نوع سیستم پردازش گری که آن نیاز دارد. به خاطر داشته باشید که بسیاری از برنامه های نرم افزاری دو نوع استاندارد را به کار می گیرند: 1- الزامات حداقلی 2- الزامات توصیه شده. به عنوان یک قاعده عمومی شما باید تلاش کنید تا الزامات توصیه شده را به جای الزامات حداقلی بر آورده نمایید.

همچنین به خاطر داشته که تحت قانون مور (قانون مور در علوم رایانه ای به قانونی اطلاق می شود که بیان می کند تعداد ترانزیستورهای روی یک تراشه با مساحت ثابت هر دو سال، به طور تقریبی دو برابر می شود). سرعت برنامه های رایانه ای هر 18 ماه یک بار دو برابر می شود. به همین خاطر، شما بایستی رایانه ای بخرید که آخرین سرعت پردازش اطلاعات را داشته و بیشترین حافظه را برای همپوشانی بودجه ریزی شما را داشته باشد.

4. رایانه شخصی نیاز دارید یا مکینتاش؟

زمانی که یک یا چندین رایانه برای کسب و کار کوچک خود خریداری نمودید یک انتخاب اساسی این است که انتخابی مابین رایانه های شخصی IBM و یا مکیناش شرکت اپل را داشته باشید. از نظر تاریخی و به تجربه، در مولفه هایی نظیر قیمت خرید، تعمیرات و ارتقاء، رایانه های شخصی IBM بهتر از مکینتاش های اپل می باشند. و برای اکثر کسب و کارها (به جز شرکت های فعال در ساخت موزیک، هنر و ویدئو)، رایانه هایی با پلت فورم شخصی به رایانه های مکینتاش ترجیح داده می شوند.

نقطه برتری اصلی رایانه های مکینتاش (و دیگر محصولات اپل) راحتی آنها در راه اندازی و بکارگیری سخت افزارها و نرم افزارهای شان می باشد، به علاوه اینکه جنبه های کاملا نوآورانه ای در طراحی دارند.

با این حال از آغاز سال 2007 که ویندوزهای ویستا به بازار آمده، رایانه های شخصی رقیب جدی برای رایانه های مکینتاش در راحتی و بکارگیری (یوزر فریندلی) سیستم می باشند.

5. از کجا بایستی رایانه و نرم افزار بخرید؟

اگر شما تازه کار هستید بایستی در خصوص سه منبع اصلی خرید سیستم های رایانه ای شناخت داشته باشید:

- خرید از یک فروشگاه محلی
- سفارش پست الکترونیکی از یک توزیع کننده
- سفارش از طریق کارخانه سازنده

مجلات مفید رایانه ای وجود دارند که به شما در انتخاب خریدتان کمک می کنند نظیر: PC World, PC Magazine و Mac World و Mac User شما همچنین می توانید با مراجعه به کتاب فروشی و یا کتابخانه از کتاب های نحوه خرید رایانه کمک بگیرید.

VII. منابع کسب و کار برخط (آنلاین)

به محض اینکه شما به یک تامین کننده خدمات اینترنتی (ISP) متصل شدید و به یک وب سایت دسترسی یافتید، شما خواهید توانست طیف اطلاعاتی از افزایش پول راه اندازی کسب و کار گرفته تا کاهش مالیات بر درآمد کسب و کار و هر آنچه مابین آنها وجود دارد، را به صورت مجازی بیابید که در راه اندازی یک کسب و کار کوچک به شما کمک می کند. سایت های زیادی به موضوعات کسب و کار های کوچک مخصوصا مدیریت و بازاریابی آنها اختصاص یافته است. درست است که بگوییم، مهم نیست که محدوده علاقه شما چیست؛ بهر حال شما می توانید با گرفتن اطلاعاتی موضوعات مربوط به خود را برای خود مناسب سازید.

برخی از موضوعاتی را که باید در نظر بگیرید عبارتند از:

1. آیا بایستی به سراغ پهنای باند بالا بروید؟

انتخاب ISP شما متاثر از سرعتی است که شما می خواهید با آن به اینترنت متصل شوید. شما می توانید با مودم های دایال آپ (خطوط تلفن منظم) یا با سیستم های سرعت بالا نظیر: خطوط تلفن DLS یا کابل هم محور (سیستم مشابهی که سیگنال های تلویزیون را حمل می کنند) استفاده کنید. پهنای باند هزینه هایی دوبرابر هزینه خدمات دایال آپ در پی داشته و نرخ هزینه ای را بالا می برد. (صورت حساب پهنای باند بطور ماهیانه تقریباً برابر با \$25 تا \$30 می باشد). مخصوصاً در صورتی که در طرح کسب و کار شما یک وب سایت پیش بینی شده و یا داد و ستد و مدیریت کسب و کار شما نیازمند دانلود ها و یا آپلودهای فراوان اینترنتی است، پهنای باند مورد توصیه شده برای شما می باشد.

2. بکارگیری موتور جستجوگر

بسیاری از فرآیندهای ناوبری برخط، متشکل از وب سایت جستجوگری است که کلمات و عبارات مرتبط با موضوعات کسب و کار را پدید می آورد. موتور های جستجوگر (وب سایت هایی که به دنبال اطلاعات می گردند) بطور دائم به وجود می آیند و می روند اما تا تاریخ نشر این کتاب (2007) هیچ کدام به قدرت و صلاحیت موتور جستجوگر گوگل نمی باشند. به علاوه برای لینک های مرتبط با این وب سایت ها، گوگل اشکالی کوچک، مثل ناخن انگشت شصت از واژه های جستجوگر و تفسیر گروه های خبری واژه ای جستجو گر مهیا نموده است. برای جستجوهای پیشرفته بیشتر چندین رشته و اتصال خاص آن را بکار گرفته و سعی در بکار گیری جنبه های جستجوی پیشرفته گوگل باشید. اگر شما یکی از کاربران سنگین گوگل هستید، می توانید تول بار گوگل را دانلود کرده و بدون بازگشت به صفحه خانه گوگل برای هر جستجو، از آن بهره بگیرید.

علاوه بر گوگل، ما توصیه می کنیم که www.northerlight.com را بکار گیری نمایید. این موتور جستجوگر درون مجموعه ای از چیزهای در حال جستجو فرو می رود. دیگر موتور های جستجوگر معروف شامل: یاهو (www.yahoo.com) و هات بات (www.hotbot.com) و لیکوس (www.lycos.com) و اکسایت (www.excite.com) و همچنین گو (www.go.com) می باشد.

در کنار به کار گیری موتور های جستجوگر شخصی نظیر گوگل، موتور های جستجوگر مرجعی نیز نظیر کوپرنیک (www.copernic.com) و دوگیپل (www.dogpile.com) که به طور همزمان چندین موتور جستجوگر را به کار گیری می کند وجود دارند.

3. وب سایت های کسب و کار محور

وب سایت های زیادی در خصوص کسب و کار وجود دارد که اطلاعاتی در خصوص مدیریت و طرح کسب و کار مهیا می سازد. بطور خاص و با هیاهویی که کسب و کار الکترونیکی به راه انداخته است، کسب و کار یکی از موضوعات معروف دنیای برخط (آنلاین) شده است. برای یافتن چنین سایت هایی، یک مورد خوب

استفاده از موتور جستجوگر می باشد. زمانی که شما عبارت مورد انتظار خود نظیر: طرح کسب و کار، قرارداد ها، یا اتحاد شرکت ها، را وارد موتور جستجوگر می کنید، موتور جستجوگر وب سایت هایی که این کلید واژه را در بر دارند بازیابی می کند و بطور امیدوارانه ای اطلاعات مورد درخواست شما را نمایش می دهند.

به محض پیدا کردن یک وب سایت، مطمئن شوید که آیا جمع لینک های ارتباطی امیدوار چک شده است. در اغلب موارد، وب سایت، فهرستی از لینک های ارتباطی برای سایت هایی که مفروض شماست برای دیدن فراهم می کند. به راستی که تکلیف شب شما قبلا برای شما انجام شده است. خالقان سایت ها قبلا سایت های ارزنده ای پایه گذاری کرده و دانش خود را با شما به اشتراک گذاشته اند. این راه یکی از بهترین راه های پیدا کردن سایت های مرتبط دیگر می باشد.

هرچند شما خواهان بهترین جستجو برای بیشترین سایت های مورد علاقه و بروز هستید، با این حال در زیر دو سایت خوبی که می تواند کمکی شایانی به شما در تهیه کسب و کار ارائه دهد، معرفی می شود:

- اداره کسب و کارهای کوچک ایالات متحده (www.sba.gov). اطلاعات بسیار بسیار مفیدی در سایت SBA وجود دارد که شامل فهرست فوری SBA بوده (www.sba.gov/hotlist) که احتمالا مجموعه وسیع ترین لینک های مرتبط در کسب و کارها را در وب به همراه دارد.
- مرکز طرح ریزی کسب و کار (www.businessplans.org) که لینک هایی مرتبط با موضوعات و طرح های کسب و کار نمونه فراهم می نماید.

4. کنفرانس ها و گروه های خبری

علاوه بر اطلاعاتی که وب سایت های مختلف مهیا کرده اند، فرصت های بسیاری برای تعاملات دو طرفه تجار در وب وجود دارد بدون اینکه کمترین هزینه ای برای شما داشته باشد. بعضی وب سایت ها اتاق های چتی پیشنهاد می کنند که شما می توانید ارتباطی در زمان واقعی با دیگرانی که حاضر در اتاق چت هستند برقرار کنید

برای یافتن سایت هایی که اتاق چت و یا کنفرانس را پیشنهاد می کنند، راحت ترین روش آغاز از طریق بکارگیری یک موتور جستجوگر نظیر گوگل و تایپ موضوعی است که شما در باره آن علاقه دارید، به عنوان مثال طرح کسب و کار.

یکی دیگر از محدوده های تعاملی در اینترنت Usenet شبکه کاربری می باشد. شبکه کاربری هزاران موضوع مرتبط با کنفرانس ها به نام گروه های خبری به کاربران پیشنهاد می کند. دامنه کاری محدوده موضوع شبکه کاربری بطور صادقانه تناوبی عمل کردن می باشد.

اگر شما در بعضی از محدوده های مهم کسب و کار نظیر بازاریابی اساسی، ضعیف هستید، بعضی از کلاس ها را باید بررسی کنید. اگر شما برای این کار در یک دوره طولانی و دوساله MBA ثبت نام کنید رعایت حد تعادل نکرده اید و برای بازاریابی کمی که برای فروش محصولات تان نیاز دارید، این وقت را برای یاد گیری بگذارید.

بهترین راه برای صرف زمان و پول تان، این است که واقعا بدانید چه چیزی باید یاد بگیرید. اگر شما در ذهن تان یک مسیر مشخص دارید، احتمال کمی وجود دارد که بتوانید کمی از موضوع گرفته و یا در مسیر ارتقاء قرار بگیرید. مطالعه کلاس های آنلاین یا برخط، شما را مطمئن خواهد ساخت که نیازتان با چه مواد درسی پوشش داده می شود. همچنین از قابلیت، کفایت و دانایی مدرس کلاس، اطمینان حاصل کنید. از کلاس هایی که عنوان می دارند همه مسئله های شما را رفع می کنند یا عنوان می دارند که یک روزه شما را ثروتمند می کنند، اجتناب کنید؛ آنها احتمالا در پی فروش بعضی چیزها به شما هستند و به دنبال رفع نیاز مندی واقعی شما نیستند. برخی از این کلاس ها عبارتند از:

1. کلاس های کسب و کار دوره متوسطه (دبیرستان)
2. برنامه های آموزش کسب و کار آموزشکده های دوره دوساله
3. کلاس های کوتاه مدت و برنامه های الحاقی
4. دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی (دانشکده ها)
5. مدارس کسب و کار تحصیلات تکمیلی
6. برنامه های کارآفرینانه و سود آور

پایان