**حوزه‌های اصلی یک بیزینس پلن عبارتند از:**

**- چکیده برنامه اجرایی**

**- شرح شرکت**

**- محصولات و خدمات**

**- برنامه بازاریابی**

**- برنامه عملیاتی**

**- مدیریت و سازمان**

**- برنامه مالی**

- پیوست‌ها

همه‌ی رؤیاهایمان می‌توانند به واقعیت بپیوندند، اگر شهامت دنبال کردن‌شان را داشته باشیم.» والت دیزنی

مقدمه

رویاها وکارهای بزرگ با اقدامات کوچک اغاز می شوند و با تداوم اقدامات کوچک و جزیی مبدل به واقعیتهای موجود و عینی میشوند

اگر قصد دارید وارد دنیای بزرگ کار افرینی شوید کافیست در ابتدا رویاهای بزرگ را در سر بپروزانید و این نگرش را در خود ایجاد کنید که شما هم می توانید با اقدامات کوچک اما پیوسته در اینده ای نزدیک و نه چندان دور تبدیل به کارافرین بزرگی شوید.

در ابتدا باید بگویم برای انجام کارهای بزرگ و دستیابی به اهدافتان شما نیاز به اندیشه ها باورهای بزرگ دارد

اگر ارزوی بزرگی دارید و باورهای قوی و ارزش افرینی برای حمایت از ان ها دارید ارزوی های شما از هم اکنون محقق شده است

تمام انچه را در اطراف خود امروز میبنیم انچه را که ما را شیفته خود می کند انچه که اشتیاق در ما ایجاد می کند تا انها را داشته باشیم و تمام هر انچه که قابل رویت است روزی فقط یک جریان فکر بودند و با توجه اگاهانه یکنفر روز به روز عینیت بیشتر و قوی تری پیدا کردند والبته برای داشتن هر چیزی باید دوبار انها راخلق کنیم یکبار در ذهنمان و یکبار در دنیای خارج از ذهنمان

اگر انچه را که به دنبالش هستید بتوانید بصورت واضح و دقیق در گارگاه ذهنتان مدل ان را بسازید کاری راحتر برای خلق ان در دنیای بیرون از ذهنتان خواهید داشت

مهم نیست الان در چه شرایط مالی و روحی و جسمی هستید مهم ان تصمیمی است که برای ساختن اینده ی خود گرفته اید

اگر خواندن این کتاب اولین قدمی است که در دنیای کسب و کارتان برداشته اید پس لطفا تا انتها با من باشید چرا که شما را با اصول نوشتن یک طرح کسب و کار موفق اشنا خواهم کرد و بیاد داشته باشید یکی از اصول موفقیت و تفاوت انسانهای موفق و ناموفق این است که افراد موفق قدم ها و اصول اولیه کسب و کار را با دقت و حساسیت هر چه تمامتر انجام می دهند

البته خوشحال میشوم انتقادات و پیشنهادات و راهکارهای شما را هم در رابطه با این قدم اولیه و کوچک (خواندن این کتاب) که قرار است در مسیری بزرگ همراهتان باشد را با من در ارتباط بگذارید. (09134080648 و ایمیل ( abad\_kian@yahoo.com

ای برادر تو همان اندیشه‌ای ما بقی تو استخوان و ریشه‌ای اندیشه ات گلشنی ور بود خاری تو هیمهْ گلخنی گر گل است

گر گلابی، بر سر جیبت زنند ور تو چون بولی، برونت افکنند

طبله‌ها در پیش عطاران ببین جنس را با جنس خود کرده قرین

جنس‌ها با جنس‌ها آمیخته زین تجانس زینتی انگیخته

گر در آمیزند عود و شکرش بر گزیندیک‌یک از یک‌دیگرش

طبله‌ها بشکست و جان‌ها ریختند نیک و بد درهم‌دگر آمیختند

مقدمه

طرح کسب و کار صرفا نوشتن عبارات و اعداد و ارقامی و داستانی خیالی نیست که یکبار ان را بخوانیم و یا به ان رجوع کنیم و کنار بگذاریم بلکه طرح کسب و کار اولین اقدام مهم در اجرایی کردن ایده ای ناب است که می تواند در دنیا تحول و توسعه ایجاد کند واژه واژه ان حاوی مفاهیمی ارزشمند است که می تواند سر منشا تحولاتی در یک صنعت خاص گردد.

کارافرین بایستی متفاوت از دیگران داشته باشد بیندیشد و عمل کند فرد کارافرین باید توانایی به زبان اوردن ایده ها و تفکرات خویش را داشته باشد.

اگر چنین تفکر و رفتاری دارید که متفاوت از دیگران میبینید و می اندیشید و معمولا بع دنبال چراهای زندگی تان هستید احتمالا شما وارد حوزه کارافرینی شده اید . در ادامه بایستی رویای خود را بنویسید و عزمی جزم برای تحقق ان داشته باشید.

فراموش نکنید کارافرینی مجموعه ای از فعالیتها و مهارت هاست .بای شهامت رویارویی با ترس هایتان را داشته باشید باید بتوانید در رابطه با ان انچه اعتقاد دارید عمل کنید

مهم نیست چند مرتبه طرح شما با شکست روبرو شود و یا چندین مرتبه انرا تغییر داده اید مهم اراده ای است که هر دفعه بعد از شکست خوردن ها ضمن ارزیابی و بررسی علل شکستها استوار در مسیر جدید حرکت می کنید

خبر خوش ان است ایده در همه جا و نزد همه کس وجود دازد و هر ایده ای قابلیت ازمایش و اجرایی شدن را دارد بنابراین ایده هایتان را دست کم نگیرد هر مساله و مشکلی در زندگیتان گویای یک نیاز است و هر چه دنیا در حال رشد است نیازهای متفاوت و متنوعی برای ارضا شدن در قالب کالا و خدمات بوجود می اید

عبادالله یارمرادیان بهار 1400

مقدمه..............................................................................................................................1

اهمیت و ضرورت طرح کسب وکار. ......................................................................... 2

برنامه تجاری شما چه کسی را باید متقاعد کند؟........................................................ 6

فاکتورهای مهم طرح کسب و کار................................................................................9

الزامات یک طرح تجاری.............................................................................................14

کسب و کار چیست ....................................................................................................20

تعریف کسب و کار ......................................................................................................19

حوزه های اصلی کسب و کار....................................................................................... 21

ایده چیست و در کجا ایده های کسب و کار را جستجو کنیم.......................................31

طرح کسب و کار چیست ............................................................................................ 42

مراحل گام به گام براي موفقیت در شروع کسب و کار................................................44

هر کسب و کاری باید دارای 4 رکن باشد ................................................................44

اجزای ظرح کسب و کار ...............................................................................................62

باورهای رایج کسب و کار ............................................................................................

1. خلاصه اجرایی .........................................................................................................64

2. شرح شرکت و تجارت./ نوع صنعت، سازمان و محصولات و خدمات...................75

3. خط تولید و خدمات ......................................................................................................

4. تجزیه و تحلیل بازار ....................................................................................................

5. برنامه بازاریابی -برنامه بازار یابی ...............................................................................

6. طرح فروش..........................................................................................................................

7. یادداشت های حقوقی..............................................................................................................

8. ملاحظات مالی ..برنامه مالی...............................................................................................

9. ضمیمه .....................................................................................................................................

بخش 2 : خلاصه مدیریت

بخش 3 : نوع صنعت، سازمان و محصولات و خدمات

بخش 4 :

بخش 5 : برنامه عملیات و تولید…………………………………………… 129

تیم مدیریت ...................................................................................................146

بخش 6 : ساختار سازمانی

بخش 7 : برنامه زمان بندی

بخش 8 : موانع و ریسکها

بخش 9 : برنامه مالی .......................................................................................200

بخش 10: نتیجه گیری

طرح کسب و کار یا تجاری چیزی بیش از یک سند است. می توان گفت یک نقشه راه و یا یک دستورالعمل و یا راهنما است که به ما کمک می کند تا اهداف خود را مشخص کرده و به اهداف مشخص شده جامعه عمل بپوشانیم.

طرح کسب و کار یک ابزاری برای بهتر مدیریت کردن کسب و کار است که به ما این امکان را می دهد تا ضمن بررسی موضوعات مختلف مرتبط با کسب وکار نتایج انها را تجزیه و تحلیل کنیم ، تصمیمات استراتژیک بگیریم و نحوه کار و رشد کسب و کار خود را به نمایش بگذاریم .

به طور خلاصه ، اگر در فکر راه اندازی کسب و کاری هستید یا قصد دارید طرح کسب و کاری بنویسید و در اختیار سرمایه گذاران برای جلب رضایت انان بگذارید و یا هدفتان جلب نظر سرمایه گذاران و یا شراکای احتمالی است ، نوشتن یک طرح تجاری می تواند شانس موفقیت شما را افزایش دهد

اگر قدم به قدم همراه من باشید و موارد گفته شده را انجام دهید و به سوالات هر بخش پاسخ دهید خودتان می توانید طرح کسب و کار خودتان را بنویسید

نوشتن یک طرح تجاری خیلی عجیب و پیچیده نیست . در این کتاب ، من به شما کمک خواهم کردکه چگونه سریع و راحت یک طرح تجاری بنویسید که نتایج مورد نظر شما را بدست بیان کند

برای نوشتن یک طرح کسب وکار ، نیازی به داشتن مدرک تحصیلی خاصی نیست و یا الزاما نباید شماحسابداری و یا مدیریت کسب و کار خوانده باشید . این کتاب به شماکمک می کند که برنامه خود را مرحله به مرحله و بدون هیچ گونه پیچیدگی و سختی انجام دهید.

همیشه پرسیدن سوال درست می تواند راهنمای برای رسیدن به جوابهای درست باشد لذا قصد دارم تمام طرح مراحل کسب و کار با پرسیدن سوالاتی اغاز کنیم که اگر جواب ئرستی به انها داده شود بعنوان یک کمک کننده و توسعه دهنده برای کسب و کار شما عمل خواهد کرد

در ابتدا لازم است که به این سولات پاسخ دهیم

چرا باید طرح کسب و کارمان را بنویسیم ؟

چرا باید زمان زیادی برای اماده کردن این طرح اختصاص دهیم ؟

ایا اصلا این برنامه برنامه ریزی کارایی دارد ؟

و آیا هنوز اطمینان پیدا نکرده اید که یک کسب و کار ارزش صرف وقت و سرمایه گذاری را دارد ؟

طرح کسب و کار چه کمکی می تواند به ما بکند ؟

آیا نمی توانید به سرعت شروع به راه اندازی کسب و کار خود کنید و وارد مرحله عملیاتی شوید ؟

این سوالات و بسیاری سوالات دیگر اگر بدرستی پاسخ داده نشود منجر به این خواهد شد که شما را به این نتیجه برساند که نوشتن طرح کسب و کار کاری بیهوده ای است

بله می توانید بدون نوشتن طرح کسب و کار هم شروع کنید و به مرحله اجرا و نهایی کردن تصمیمتان برسید ، اما شروع یک کسب و کار بدون نوشتن طرح توجیهی و طرح کسب وکار احتمال شکست شما را افزایش می دهد

اهمیت و ضرورت طرح کسب و کار

طرح کسب و کار ابزاری بسیار مهم و استراتژیک برای کارآفرینان و موسسین کسب و کارها است. یک طرح تجاری خوب نه تنها به کارآفرینان کمک می کند تا روی مراحل خاصی که برای موفقیت ایده های تجاری لازم است متمرکز شوند ، بلکه به آنها در دستیابی به اهداف کوتاه مدت و بلند مدت نیز کمک می کند. و به کارافرینان فرصت برنامه ریزی و اندیشیدن به کسب و کار را قبل از اجرا می دهد بنجامین فرانکلین معتقد است "اگر نتوانید برنامه ریزی کنید ، در حال برنامه ریزی برای شکست هستید."

اگر نتوانید یک برنامه استراتژیک برای عملی ساختن ایده کسب و کار خود تدوین ، اجرا کنید ، شانس کمی برای فروش ایده ی و راه اندازی کسب و کار خود خواهید داشت و در صورت ننوشتن طرح کسب و کار حتی ایده های عالی تجاری نیز می توانند بی فایده باشند.

اگر به دنبال جمع آوری سرمایه از سرمایه گذاران احتمالی و شرکا و وام دهندگان هستید ، به خاطر داشته باشید که داشتن یک طرح کسب و کار خوب بسیار ارزشمند است و می تواند در متقاعدسازی انان به شما کمک کند .

بسیاری از طرح های کسب و کار ذهنی و خیالی هستند. این بدان دلیل است که بسیاری از کارآفرینان ، طرح کسب و کار را به عنوان ابزاری ساده - پر از استراتژی ها و پیش بینی ها و اغراق امیز و بدون مبنا تلقی می کنند که هدف ان تنها می تواند جلب توجه وام دهندگان یا سرمایه گذاران است .

این طرز تلقی از طرح کسب و کار یک اشتباه فاحش است. که می تواند اینده یک ایده تجاری عالی و یک کسب و کار را با مخاطرات جدی روبرو کند

بنابراین یک طرح کسب و کار علاوه بر بیان پیش بینی ها و استراتژی ها باید نقشه ای برای چگونگی موفقیت کسب و کار باشد.

بنابراین طرح کسب وکار شامل برنامه های استراتژیک ، برنامه های بازاریابی و فروش برنامه مدیریت منابع مالی و رشد و توسعه کسب و کار است

برای بسیاری از کارآفرینان ، تهیه یک طرح تجاری اولین گام در روند تصمیم گیری در مورد شروع واقعی یک کسب و کار است. نوشتن طرح کسب و کار به کارافرین این امکان را میدهد تا مطمن شود آیا ایده ای وی روی کاغذ شکست می خورد یا می تواند در دنیای بیرون و خارج از ذهن وواقعیت انرا به نمایش بگذارد بنابرای نوشتن طرح کسب وکار می تواند به یک کارافرین کمک کند تا از اتلاف وقت و پول و سایر منابع جلوگیری کند .

از طرف دیگر برنامه ی شما که در قالب یک طرح کسب و کار بیان می شود باید عینی و منطقی باشد. یعنی اطلاعات موجود در ان بر اساس شرایط و وضعیت بازارها و امارهای موجود در ان قابل استناد و از مراجع رسمی و قابل اطمینان باشد تا در نهایت برای شما کارایی داشته باشد و مفید واقع شود بسیار مشاهده کرده ام که طرح ههای تجاری با اعداد و ارقام و امار ساختگی کامل میشود که این برای هر هدفی و هر منظوری تهیه کردد بسیار کار غیر حرفه ای و خطرناکی است

دلیل ان هم این است ممکن است ایده ای برای شروع یک کسب و کار خوب بنظر برسد ، اما پس از اندکی تأمل و تجزیه و تحلیل ، به دلیل رقابتهای سنگین در ان صنعت ، بودجه ناکافی یا نبود بازار برای فروش محصول یا خدمات ، قابل دوام نباشد. بنابراین شما در مراحل اولیه متوجه این مسایل می شوید و از بوجود امدن ضرر و زیانهای مالی جلوگیری میکند

اولین و مهمترین ، فایده طرح کسب و کار این است که باید شما را بعنوان کارفرین متقاعد کند که ایده شما برای یک کسب و کار فقط یک رویا نیست بلکه می تواند یک واقعیت قابل تبدیل شود .

شما بعنوان کارافرین بعد از اینکه به طور ذهنی و سپس عینی نیازهای سرمایه ، محصولات یا خدمات ، رقابت ، برنامه های بازاریابی و پتانسیل سودآوری خود را ارزیابی کردید ، درک بهتری از شانس موفقیت خود خواهید داشت.

طرح کسب وکار باید چه کسان دیگری را متقاعد کند ؟

1. منابع بالقوه تأمین مالی. اگر برای اجرای یک ایده ی کسب وکارتان به پول نیاز دارید ، طرح کسب و کار می تواند به شما کمک کند تا نیاز مالیتان برای طرح کسب و کارتان را بدرستی از طریق سرمایه گذاران و بانکها جذب کند

طرح کسب و کار شما نشان می دهد که چگونه اهدافتان محقق می شود . وام دادن به طور طبیعی یک عملیات پر ریسک است و یک طرح کسب و کار عالی می تواند به وام دهندگان کمک کند تا میزان ریسکشان را مدیریت کنند و از طرف دیگر شانس شما را برای جلب نظر انان افزایش دهد .

1. ساختن تیم : . هنگامی که شما نیاز به جذب نیروی کار دارید، از آنجا که هنوز در مرحله راه اندازی هستید ، به یک طرح کسب و کار برای نشان دادن و متقاعد کردن و همراهی کارمندان و همکاران احتمالی نیاز دارید.

در اوایل ، کسب و کار شما بیشتر یک ایده است تا یک واقعیت ، بنابراین برنامه کسب و کار شما می تواند به کارمندان احتمالی کمک کند تا اهداف شما را درک کنند و با شما همراه شوند - و مهمتر از آن ، جایگاه آنها در کمک به شما برای رسیدن به این اهدافتان مشخص و تعیین می کند

3. مشارکت شرکا : گاهی مشارکت بین دو شرکت است. که در تاسیس و راه اندازی شرکت جدید با همدیگر مشارکت دارد .طرح کسب و کار باید بتواند نظر شرکای شما را جلب کند و منافع انها را از همکاری با شما بیان کند .

سرمایه گذاری مشترک یک توافق نامه رسمی برای تقسیم کار و تقسیم سود است

4.اما مهمتر از همه ی موارد فوق ، طرح کسب و کار باید کارافرین را متقاعد کند که حرکت او در مسیر موفقیت است .

وقتی نقشه خود را ترسیم می کنید ، و از زوایای مختلف ان را بررسی می کنید ممکن است مسائل یا چالش هایی را که پیش بینی نکرده اید ، کشف کنید.

مثال :شاید بازار آنقدر که فکر می کردید بزرگ نباشد. شاید پس از ارزیابی رقابت در بازارتان ، متوجه شوید که طرح کسب و کار شما با هزینه های پیش بینی شده امکان پذیر نیست زیرا حاشیه سود برای تأمین هزینه های ان بسیار کم خواهد بود.

یا شاید در اثر تغییر و تحولات بازارها شانس موفقیت شما در ان صنعت که طرح کسب و کارش را نوشته اید کم شده است .

یا ممکن است به این نتیجه برسید که ایده شما برای کسب و کارتان عالی است ، اما نحوه اجرای آن ایده باید تغییر کند.

همچنین شما به تغییرات و اثر انها بر کسب و کارتان فکر می کنید و بیاد داشته باشید و جود تغییرات غیرقابل پیش بینی در کسب و کارها رایج است و کسب کارهای موفق هرگز ثابت نمی مانند. آنها از اشتباهات گذشته درس می آموزند و با تغییرات جدید خودشان را سازگار می کنند و واکنش مناسب نشان می دهند: تغییرات در اقتصاد ، بازار ، مشتریان ، محصولات و خدمات آنها و غیره.

کسب و کارهای موفق فرصت ها و چالش ها را شناسایی می کنند و بر این اساس واکنش نشان می دهند.

ایجاد یک طرح کسب و کار به شما امکان می دهد تا تغییرات را پیش بینی و فرصت ها و چالش ها را ببینید و برای انها راه حل داشته باشید .

هدفتان چیست

در ادامه لازم میدانم مبحث را کمی بسط دهم و از شما بعنوان کارافرین بپرسم هدف شما از ایجاد این کسب و کار چیست ؟

محصولات شمارا چه کسانی و جرا باید بخرند؟

و شما در ده سال اینده باین کسب و کار کجا هستید ؟

پس لطفا قبل از ادامه دادن به مطالعه این کتاب به سوالات بالا پاسخ دهید؟

چشم انداز .رسالت(بیانه ماموریت ) برنامه استراتژیک و برنامه عملیاتی

لازم است در اینجا به تعریف چند مفهوم چشم انداز و رسالت (بیانه ی ماموریت ) و اهداف کلی و اهداف ویژه یا اختصاصی بپردازیم تا در روند اجرایی طرح کسب و کار دیدی کلی تر داشته باشید

رسالت (بیانه ماموریت): بیانیه ماموریت (mission) - هدف اصلی از کسب و کار و فلسفه ی شما را از ایجاد کسب و کار بیان می کند .

بیانه ماموریت یک رسالت و هدف غایی کاملا منحصربفرد است

حال نگر است ودر ان فلسفه ی وجودی شرکت برای مشتریان درون سازمان و بیرون سازمان را تشریح می کند و اینکه چرا کسب و کار من وجود دارد ؟ بیانه ماموریت به این سوالات پاسخ می دهد

1- ما بعنوان یک کسب و کار چه کار هستیم؟

2- ما بعنوان یک کسب و کار چکاره نیستیم ؟

3- چرا کسب و کار من وجود دارد ؟

به عقیده پیتر دراکر شاید مهمترین علت سرگشتگی و شکست کسب و کار ها این باشد که به علت وجودی و ماموریت خود فکر نمی کنند بیانه ی ماموریت همان رسالتی است که کسب و کار شما بخاطر ان ایجاد شده و در مسیر رسیدن به ان است . بیانه ماموریت یک وضعیتی است که در حال استمرار است

در اینجا دو نمونه بیانه ماموریت اشاره شده است

کمپانی تسلا::"برای **شتاب بخشیدن** به **تغییر دنیا** به استفاده از **منابع انرژی تجدید پذیر".**

کمپانی اوبر: "ماموریت اوبر تهیه و امکان حمل نقل برای هر کسی در هر جا است".

با توجه به جوابی که به سوالات فوق دادید و توضیحات بالا رسالت خودتان را تشریح کنید ؟

چشم انداز: سند چشم انداز برخلاف رسالت اینده نگر است و برای الهام بخشیدن و جهت دادن به فعالیتهای کسب و کار و همچنین انگیزه و هدفدار کردن فعالیت های کارکنان مفید است

بیانه ی چشم انداز یک معیار برای سوق دادن به فعالیتهای شماست .

دور نما از اینده ی کسب و کار شما که هر روز به ان چشم دوخته اید و در حال رفتن به سمت ان هستید و یک عامل برای انگیزه داشتن شما و البته و چالشی برای تلاش های خلاقانه جهت توسعه کسب و کار شما در اینده است

برای نوشتن چشم انداز به 20 الی 50 سال اینده فکر کنید

دوست دارید مشتریان و مخاطبان شمارا چگونه ارزیابی کنند؟

در ادامه به چشم اندازهای شرکت اوبر و تسلا اشاره میکنیم

چشم انداز سازمانی شرکت اوبر:"**حمل نقل هوشمند** با تعداد کمتری از ماشین ها و **بهترین دسترسی**. حمل و نقلی امن، ارزان و قابل اعتماد. حمل و نقلی که می تواند فرصت های شغلی بیشتری را خلق کند و درآمد بیشتری را برای رانندگان به همراه داشته باشد". استفاده از کلمه "حمل نقل" یک انتخاب عالی است که هسته اصلی و هدف کلی این مجموعه را نشان می دهد. توضیح دقیق شیوه خدمت رسانی در چشم انداز سازمانی می تواند جهت کلی فعالیت کارمندان این شرکت را به خوبی مشخص کند و یکی از المان های مهم موفقیت این برند به شمار می رود.

در چشم انداز سازمانی شرکت تسلا آمده است:" برای خلق بهترین کمپانی ماشین برای قرن 21 با استفاده از ترغیب دنیا به استفاده از ماشین های الکتریکی".

استفاده از عبارت "شتاب بخشیدن" در بیانیه ماموریت را می توان به عنوان یک نیروی پیشران برای کل مجموعه دانست. این در حالی است که عبارت " بهترین کمپانی ماشین در قرن 21" می تواند آرزوها و خواسته های بلند مدت کمپانی را به خوبی تثبیت کند.

فراموش نکنید بین رسالت و چشم اندازی که برای کسب و کارتان می نویسید باید یک هماهنگی وجود داشته باشد

در طراحی چشم انداز باید به این سوالات پاسخ دهید

1-اینده کسب و کارم را چگونه ارزیابی می کنم و می بینم ؟

2- من بعنوان یک کسب و کار در بیست سال اینده در چه موقعیت و وضعیتی هستم؟

3-دوست دارید کارکنان و مشتریان و ذینفعان .شمارا چگونه ببینند ؟

4-افق کسب و کار من تا کجاست ؟

اهداف کلی کسب و کار:

اولین سطح از سلسه مراتب هر سازمان اهداف تعیین شده ان سازمان است .که فعالیتهای سازمان را سمت و سو می دهد

سازمانها و کسب و کاری که هدف نداشته باشد سرگردان است و شرایط محیطی سکاندار او خواهد بود

اهداف جهتگیری های اصلی فعالیتهای هر سازمان و کسب و کاری را مشخص می کند در واقع اهداف کلی سازمان حلقه ی اتصال رسالت سازمان و چشم انداز سازمان است .یعنی فعالیتهای سازمان را از جایی که هست به جایی که باید باشد سوق می دهد

اهداف اختصاصی یا ویژه :

شامل هر هدفی است که مراحل و روند اجرایی ان کاملا مشخص است این اهداف کاملا واقع بینانه و دست یافتنی طراحی میشوند و از نظر دسترسی کاملا قابل اتکا و اعتماد می باشند اهداف ویژه زمانبندی مشخص دارند در نهایت اهداف ویژه متمرکز کننده ی فعالیتهای سازمان است

اهداف اختصاصی یا ویژه موجب می شوند کارافرینان و مدیران ارشد کسب و کار در جریان برنامه های توسعه و رشد کسب و کار باشند و بطور کلی این اهداف از یکطرف باعث سازگاری بیشتر کسب و کارها با محیط های بیرون از کسب و کار میشوند و از طرف دیگر باعث هماهنگی بیشتر بین تصمیم گیرندگان کسب و کار میشود . یعنی هماهنگی بین محیط داخلی سازمان و محیط خارجی سازمان را موجب میشوند

**فاکتورهای مهم برای نوشتن طرح کسب و کار**

قبل از نوشتن یک طرح کسب و کار ، در نظر گرفتن دو فاکتور مهم است

چه کسی یا کسانی طرح کسب و کار شما را مطالعه می کنند؟

می خواهید پاسخ آنها را چگونه بدهید؟

به عنوان مثال ، اگر شما به جذب سرمایه علاقه دارید ، سرمایه گذاران احتمالاً مخاطبان شما خواهند بود. اگر به دنبال شرکای تجاری هستید ، شرکای تجاری بالقوه مخاطبان شما خواهند بود. با این حال مخاطب شما هر کسی می خواهد باشد ، شما باید بر روی پیام اصلی مورد نظر خودتان در طرح کسب و کارتان تمرکز کنید تا بتوانید پاسخ های قانع کننده به مخاطبان مورد نظر خود ارایه کنید.

**طرح کسب و کار چه کاربردی دارد ؟**

طرح کسب و کار به معنای به کنترل در اوردن تمام رویدادهای اینده نیست بلکه برای اگاه شدن از مسیری که در پیش گرفته اید است و برای کمک به شما در شناسایی و دستیابی به اهدافی که طراحی کرده اید مورد استفاده قرار می گیرد

بدون داشتن یک طرح کسب و کار به عنوان یک اقدام اساسی و بنیادین و مهم ، بررسی میزان پیشرفت شما ، انجام اقدامات اصلاحی و بازنگری در اقدامات و داشتن اطلاعات برای زمانهای خاصی که هر کسب و کاری با ان در طول زندگیش به انها نیاز دارد دشوار و دشوارتر خواهد بود. ایجاد یک طرح کسب وکار تضمین می کند که شما یک نقشه راه دارید که به طور خلاصه جایی را که قصد دارید بروید ، را مشخص می کند اما جایی را که قبلاً بوده اید ،را مشخص نمی کند

کاربرد دیگر طرح کسب و کار برای تحت تاثیر قراردادن سرمایه گزاران است

اگر در شروع کسب و کارتان و یا در مراحل دیگر نیاز به کمکهای سرمایه گذاران و بانکداران دارید و بطورکلی قصد وام گرفتن را دارید شما نیاز به نوشتن طرح کسب و کارتان را دارید تا اثبات کند شما درک درستی از مسیر کسب و کار و سود اوری دارید

شما باید ثابت کنید که برای چه مسایل و مواردی نیاز به وجود سرمایه گذاران خارج از سازمانتان دارید.و اصولا مشخص کنید برای خواسته و نیازتان چه راه حلهایی دارید ، شما باید یک استراتژی تجاری قوی داشته باشید که از نظر اقتصادی خواسته های سرمایه گذاران را برطرف کند. این به معنای داشتن صورت های مالی صحیح ، پیش بینی های مالی و توضیح قابل هضم از مدل کسب و کار شما برای سرمایه گذاران احتمالی است

نوشتن برنامه کسب و کار به شما کمک می کند که همه این قطعات را بدرستی کنار هم قرار دهید و بین آنها ارتباط برقرار کنید تا داستانی منسجم درباره کسب و کار خود داشته باشید

کاربرد دیگر طرح کسب و کار این است که به شما کمک میکند تصمیمات استراتژیک بگیرید

اغلب بزرگترین تصمیماتی که برای کسب وکار خود می گیرید در میان دوره های ناپایدار رشد ، مشکلات سخت اقتصادی و دورانی است که عرضه و تقاضای بازار ها بهم ریخته می شود یا حتی در زمان بحران های خارجی (تحریم ها کشورهای دیگر و...)است. این امر مستلزم مهارتها و اقدامات اساسی و مهارت های تصمیم گیری و راه حل های شما برای حل مسایل در ان دوران سخت است

. بدون داشتن یک نقشه راه و برنامه ریزی های از قبل تعیین شده و اطلاعات درست ، این تصمیمات و اقدامات شما ممکن است کمتر از آنچه انتظار دارید منتج به نتیجه قطعی یا دلخواه شود

با داشتن یک طرح تجاری مکتوب که مرتباً آن را مرور و بازنگری می کنید ، می توانید با اطمینان تصمیم بگیرید. و تصمیماتتان را با دقت بیشتر به اجرا بگذراید

شما می توانید تمام اطلاعات لازم را برای دانستن اینکه چه زمانی می توانید کارمندان جدید استخدام کنید؟ ، چه زمانی یک خط تولید جدید راه اندازی کنید؟ یا اگر برنامه توسعه محصول داشته باشید در چه برهه ی زمانی انرا اجرایی کنید ، داشته باشید. از طرف دیگر ، درصورتی که تصمیمی مطابق انتظارتان عملی نشود ، می توانید از

تصمیمات جایگزین استفاده کنید می توانید از قبل برنامه ریزی کنید و خطرات احتمالی خود را شناسایی و نسبت به کاهش و مدیریت خطرات اقدام کنید

**الزامات نوشتن یک طرح تجاری**

از کجا اغاز کنیم ؟

قبل از اینکه برنامه اجرایی کسب و کار خود شروع کنید ، اجازه می خواهم در مورد برخی "الزامات" صحبت کنم که کل روند برنامه ریزی کسب و کار را آسان می کند. هدف این است که برنامه کاری خود را به بهترین شکل ممکن و در بهترین زمان به انجام برسانید تا بتوانید روی برنامه ی اجرایی کسب و کارتان تمرکز کنید.

1-شفاف و مختصرو خلاصه بنویسید

برنامه های کسب و کار باید شفاف کوتاه و مختصر و کاربردی و اجرایی باشد.

ابتدا باید بطور واضح و روشن خودتان بدانید بدنبال چه چیزی هستید و اگر دیگران برنامه کسب و کار شما را می خوانند باید با شما اتفاق نظر را داشته باشند و این به معنای شفافیت هر چه تمامتر در بیان طرح کسب و کارتان است

هیچ کس قصد ندارد یک طرح تجاری 100 صفحه ای یا حتی کمتر را بخواند. و به نتیجه ای نرسد

بنابراین تا حد امکان مختصر و مفید و شفاف ایده اصلی تان را توضیح دهید ممکن است برای بخشهای خاصی از طرح کسب و کارتان نیاز به مستندات و محاسبات داشته باشید می توانید این موارد را در ضمیمه وارد کنید

2- طرح کسب و کار شما باید ابزاری کاربردی و تسهیل کننده تصمیمات و اقدامات شما برای مدیریت و رشد کسب و کارتان باشد .

یک طرح کسب و کاربیش از حد طولانی نه تنها کمکی به شما نمی کند بلکه گاها شما را در تله ی بازنگری برنامه هایتان گیر می اندازد برنامه هایی که هیچوقت اجرایی نمی شوند و این یک دردسر بزرگ برای بسیاری از کارافرینان است که گاها طرح ها و برنامه هایی نوشته میشود که قابلیت اجرایی ضعیفی دارند و این احتمال در مورد طرح کسب و کار شما نیز وجود دارد که طرح کسب و کار شما به یک کشوی میز منتقل می شود و دیگر هرگز دیده نشود.

متاسفانه به تجربه بسیاری از این طرح ها را دیده ام که گاها تعداد صفحات ان بیش از 100 صفحه است و هیچوقت از ان استفاده ای توسط کارافرین و کارکنان نمیشود و همیشه هم دغدغه اجرای انرا داشته اند که خود این مسله باعث درگیر کردن ذهن کارافرین و عدم تمرکز کارکنان هم و همچنین اختلال در عملکرد کسب و کارها می شود

3-طرح کسب و کارتان را با زبانی بنویسید که مخاطب شما آن را درک کند.

به عنوان مثال ، اگر شرکت شما یک شرکت دانش بنیان و در حال توسعه یک روند علمی پیچیده است ، اما سرمایه گذاران احتمالی شما تحصیلکرده در ان علم نیستند ، از اصطلاحات کوتاه یا اختصاری که مخاطبین شما انرا درک نمی کنند خودداری کنید

مثلا نوشته اید :

"فناوری که ما در bcpredاستفاده می کنیم و منتظر ثبت اختراع ان هستیم شامل یک قطعه الکترونیکی تک اتصال در حوزه هوش مصنوعی است که دارای تنظیماتی بنام bCPAP است.

هنگامی که به تنظیمات bCPAP وارد میشوید ، این محصول تهویه هوای محیط را با سرعت مضاعف برای شما فراهم می کند. "

حال بنویسید:

"فن اوری که ما در محصولمان استفاده می کنیم و منتظر ثبت اختراع ان هستیم وسیله ای کاربردی و با کاربری بسیار اسان است که جایگزین دستگاههای تهویه سنتی می شود که با هزینه 10/100تهویه هوای محیط اتاق تان را در کمتر از 10 دقیقه انجام می دهد."

بنابراین تا حد امکان سعی کنید از واژه های رایج استفاده کنید ، و توضیحات مربوط به محصول خود را با استفاده از اصطلاحاتی که همه می توانند درک کنند بیان کنید . شما همیشه می توانید توضیحات بیشتر و اضافی را درمورد برنامه خود برای ارائه مشخصات کاملتر در قسمت ضمیمه در صورت لزوم استفاده کنید.

4-اهداف و مقاصد خود را تعیین کنید

شما باید بدانید که هدفتان از نوشتن طرح کسب و کار چیست ؟ شما از ابتدا می خواهید چه کاری در صنعت و یا کسب و کارتان انجام دهید ؟. آیا قصد شما از نوشتن طرح کسب و کارتان این است که تیم همکاران و مدیران خود را تقویت و گسترش دهید؟ایا قصد شما راه اندازی یک شرکت جدید است؟ مشخصا هدف شما از نوشتن طرح کسب و کار چیست ؟

چون طبق هدفی که مشخص می کنید شیوه های نوشتن طرح کسب و کار شما و اطلاعات مورد نیازتان متفاوت است

وقتی شما هدفتان را به وضوح مشخص کردید شما برای رسیدن به اهداف خود قبل از امادگی زهنی را دارید ، همچنین برای هر مرحله یا برنامه های عملیاتی انرا را اماده کرده و در اختیار دارید و این مساله می تواند نقطه تمایز شما از سایر رقبایتان باشد . اهداف مشخص به شما کمک می کند معیارهای موفقیت را برای خودتان تعریف کنید ، اهداف خود را تحقق بخشید و عناصر مورد نیاز کسب و کار خود را برای رسیدن به اهداف خاص توسعه و جهت دهید. شما برای شروع نیاز به یک طرح کسب و کار و یک چشم انداز واهدافی دارید تا بهتر بتوانید از امکانات موجود در حد ایده ال استفاده کنید

**5-رشته تحصیلی غیر مرتبط با کسب و کار اصلا مهم نیست**

آیا می دانید اکثر قریب به اتفاق صاحبان مشاغل و کارآفرینان تخصصی در تجارت ندارند؟ بسیاری از انان آنها مدرک MBA یا مدرک حسابداری ندارند. و یا حتی ممکن است تحصیلات غیر مرتبط داشته باشند خود من دانش اموخته ی جامعه شناسی هستم اما در صنعت و تولید محصولات پلیمری فعالیت دارم اگر چه سخت بوده اما در این حوزه بسیار مطالعه کرده ام و از طرفی همیشه از نظر مشاور یا گروهی از مشاورین استفاده کرده ام بنابراین کارافرینان باید به دنبال یادگیری و مطالعه دایمی و مستمر در کلاس های اکادمیک یا غیر اکادمیک باشند و با سپری کردن اموزش های مختلف سعی در برطرف کردن خلا اطلاعاتی در حوزه دانش کاری خود باشند .

بنابراین اگر رشته تحصیلی شما غیر مرتبط است و یا حتی تحصیلات خاصی ندارید ناامید نشوید شما می توانید انچه را که خواهانش هستید یاد بگیرید

**• گام هاي بنیادین در تهیه طرح کسب و کار**

برای تهیه یک نقشه راه مطمین و کاربردی ماباید اصولی را رعایت کنیم که به برخی از انها اشاره خواهیم کرد

الف- گرد اوری داده هاي و اطلاعات صحیح از منابع معتبر : امروزه بنیادی ترین و کوچکترین ابزار مدیریتی داده است که تصمیات مدیران بر اساس انها گرفته میشود داده ها و اطلاعات هستند که این داده ها باید قابل اتکا و درست باشند

اگر شما داده های درستی نداشته باشید اطلاعات غلطی خواهید داشت که بر اساس ان اطلاعات غلط اگر صحیح ترین شیوه ی تصمیم گیری و بهترین اقدامات اجرایی را هم انجام دهید نتیجه ای جز شکست را تجربه نخواهید کرد .

پس اطلاعات درست را از منابع و اشخاص درست بدست بیاورید

ب- توجه به جزییات دقیق در تمام بخش های طرح کسب و کار: طرح کسب و کار دارای قسمتها و بخش های مهمی است که شما بایستی تمام بخش ها و قسمتهای انرا کامل کنید و یقین داشته باشید تمام قسمتها و جزییات ان کاربرد ی و به شما در تصمیم گیری هایتان کمک خواهند کرد

ج- تعیین نوع طرح و مدل کسب و کار: طرح کسب و کار شما بستگی به هدف شما از نوشتن طرح کسب و کارتان دارد ممکن است هدف شما جذب سرمایه و یا توسعه کسب و کارتان باشد که شما برای هرکدام نیاز به اطلاعات و امار متفاوتی دارید

د- تخصیص دادن مسئولیت ها و برنامه ریزي منابع: براساس بخش های مختلف طرح کسب و کار تقسیم وظایف مسولیتها و وظایف انجام میگیرید و برای تمام اقدامات برنامه ریزی مالی صحیحی انجام میگیرد .

بطور کلی و بر حسب هدف از نوشتن طرح کسب و کار انواع طرح کسب و کار عبارتند از :

**الف- طرح کسب و کار خلاصه**

**ب- طرح کسب و کار کامل**

**ج- طرح کسب و کار عملیاتی**

**د- طرح کسب و کار وام و تسهیلات**

**ه- طرح کسب و کار توصیفی**

**و- طرح کسب و کار مالی**

**ي- طرح کسب و کار فروش**

«دو دسته از آدم‌ها هستند که به شما می‌گویند نمی‌توانید تغییری در جهان ایجاد کنید: آنهایی که از امتحان‌کردن می‌ترسند و آنهایی که از موفقیت شما در هراسند.» رِی گُفُرث.

**کسب و کار (Business)**

کسب و کار مجموعه ای از افراد با تخصص های مختلف در یک سازمان که برای هدف مشابهی تلاش می کنند

کسب و کار به منظور فراهم کردن و رفع نیاز گروهی از افراد(مشتریان) بوجود می اید تا در غالب عملیات خرید و فروش ضمن کسب سود یا پول برای مالکین به ایجاد یک ارزش( محصول یا خدمات) برای جامعه اقدام می کند

برای رسیدن به کسب سود و ارزش میبایست کالا و خدماتی را بصورت دایمی به مشتریان ارایه کنیم .. کسب و کارها به سرعت رشد کرده و بر سر زبان ها می افتند. اما باید برای هر ذره ذره و پیشرفت یک کسب و کار تلاش بی وقفه ای انجام گیرد

بطور کلی یک کسب و کار باید دارای این ویژگی ها باشد

-فروش یا انتقال کالاها و خدمات برای کسب ارزش

- معامله ی کالاها و خدمات

-تکرار معاملات

-انگیزه سود : مهمترین و قدرتمندترین محرک اداره ی کسب و کار است

-فعالیت توأم با ریسک : کسب و کار بر آینده متمرکز است و عدم اطمینان و ابهام از ویژگیهای آینده است و موجب ریسک می گردد

تعاریف متفاوتی از کسب و کار وجود دارد . که به برخی از انها اشاره میکنیم.

الف - در واژه نامه‌ی آکسفورد، کسب و کار به معنای خرید و فروش و تجارت است ب-در واژه نامه‌ی لانگ من، کسب و کار به فعالیت پول در آوردن و تجارتی که از آن پول حاصل شود، گفته می‌شود.

ج-ارویک و هانت هر کار و فعالیتی که در آن خدمات یا کارهایی که دیگر افراد جامعه به آن نیاز دارند و مایل به خرید آن هستند و توان پرداخت بهای آن را دارند، تولید، توزیع و عرضه می شود. ، کسب و کار معنا کرده اند

د- پترسن و پلومن: بر این باورند که هر تبادلی که در آن خرید و فروش صورت گیرد، کسب و کار نیست، بلکه کسب و کار، هر نوع تبادل تکراری و تجدید شونده ی خرید و فروش است.

ه- پروفسور (اون): کسب و کار را یک نوع کاسبی می داند که طی آن کالاها یا خدمات برای فروش در بازار تولید و توزیع می شوند.

با توجه به تعاریف فوق كسب و كار عبارت است ازتولید و خريد و فروش كالاها، یا خدمات به منظور بدست آوردن سود که باید دارای ویژگیهای خاصی باشد

بطور کلی کسب و کار به محل و موقعیتی اطلاق میشود که در ان کالا یا خدماتی به منظور خرید و فروش و با هدف کسب ارزش و سود برای جامعه و کارافرین و ذینفعان که بصورت دایمی مشغول به فعالیت است .می باشد که هموراه برای ماندگاری و بقا باید بر ریسکها و عدم قطعیت ها فایق ایید .

حوزه های اصلی کسب و کار

هر کسب و کاری در یک بعد یا یک حوزه اصلی تمرکز دارد شما بعنوان یک کارافرین باید از این موضوع اگاهی داشته باشید که کسب و کار شما در چه حوزه ای مشغول به فعالیت خواهد بود چرا که هر حوزه ی کسب و کار مزایا و معایب و ریسکها و مشتریان خاصی دارد

بطور کلی حوزه های کسب و کارها عبارتند از

1-کسب و کار صنعتی : این کسب و کارها شامل محصولات خاصی از مواد اولیه های مشخص جهت تولید کالاها سروکار دارد

2-صنایع تولیدی : شامل خودروسازی ، نساجی ، فلزی ، شیمیایی ، دارویی و سایر تولیدات

3-صنایع استخراجی : نفت و گاز ، معدنی ، دریایی و

4-صنایع سازه ای : ابنیه ، سدها ، راهها ، کانالها ، پلها ، تونلها 4-

5-صنایع ژنتیک : اصلاح ژنتیک گیاهان ، آبزیان ، پرندگان ، چهارپایان و

6-صنایع کشاورزی و دامداری : زراعت ، باغداری ، صنایع تبدیلی

7-فناوری های نو : بیوتکنولوژی ، نانوتکنولوژی و

8-کسب و کار تجاری (بازرگانی) : بطور کلی واسطه گری (دلالی) است

9-تجارت داخلی : عمده فروشی و خرده فروشی

10-تجارت بین الملل : واردات و صادرات

11-کسب و کار خدماتی : بطور کلی با ارائه خدمات و توزیع خدمات ارتباط دارد

بیمه -درجه بندی و بسته بندی- بانکداری و تامین مالی -تبلیغات و توریسم و گردشگری- دانش فنی

انبارداری-هنر -بهداشت و در مان -تفریحی و سرگرمی - حمل و نقل- مشاوره ای

کسب و کارهای فن آوری اطلاعات وارتباطات

- نرم افزار - سخت افزار - ارتباطات - مخابرات - تجهیزات مخابرات

انواع کسب و کار بر اساس قلمرو فعالیت

کسب و کار الکترونیکی (E-Business)

کسب و کارهای اینترنتی شامل کسب کارهایی است که مبنا و بیس انها بربستر اینترنت می باشد و دارای تنوع بسیار زیادی هستند. اما به طور کلی می‌توان آنها به 10 گروه عمده تقسیم بندی کرد:

-ایجاد اجتماعات آنلاین

-خرید، فروش و حراج کالاهای مختلف

-تبلیغات اینترنتی

-ارائه خدمات تخصصی به دیگران

-ایجاد امپراطوری اطلاعات، اخبار و آموزش

-تهیه و ارائه نرم افزارهای مختلف

-چند رسانه ای یا مالتی مدیا

-پیوستن به شبکه های واسطه گری

-خدمات مربوط به ایمیل

-سرمایه گذاری مشترک

کسب و کارهایی هستند که رشد سریعتری را از نظر حجم بازارها و سود در عرصه تجارت جهانی نسبت به حوزه های دیگر کسب و کار تجربه کرد ه اند .

کسب و کار الکترونیکی به مجموعه فعاليت‌هاي مربوط به كسب و كار از جمله بازاريابي ، مالي ، خريد و فروش ، ارتباط با مشتريان ، تبلیغات ، خدمات فنی و پشتیبانی ، سرمايه‌گذاری و ... ، كه از طريق شبكه‌ي اينترنت انجام مي‌گيرد، اطلاق مي‌شود؛ در حالي‌كه تجارت الکترونیکی (E-Commerce) تنها شامل مسايل مربوط به خريد و فروش از طريق اينترنت مي باشد و خود زيرمجموعه‌اي از کسب و کار الکترونیکی است

کسب و کار اینترنتی به فروش محصولات یا خدمات در اینترنت گفته می شود. این نوع کسب و کار به سرعت در اقتصاد امروز رشد و قابل توجهی داشته است . خرید و فروش اینترنتی به کوچکترین کسب و کارها نیز این امکان و فرصت را می دهد تا براحتی با مشتریان خود و مخاطبانشان در سطح جهانی با حداقل هزینه ارتباط و دسترسی پیدا کنند. تعدا افرادی که امروزه در بستر اینترنت حضور دارند روز به روز بیشتر می شود و یکی از تاثیر گذارترین مسایلی که در قرن اخیر باعث گسترش استفاده اینترنت در حوزه های مختلف کسب و کار شد کرونا بود این بیماری خصوصا در کشورهایی که بستر لازم را برای کسب و کار بر بستر اینترنت فراهم نکرده بودن باعث شد حجم بازار انها دچار تغییرات شدیدی شود .

یک سایت اینترنتی، تنها برای فروش محصول یا خدمات به کار نمی رود، بلکه می تواند نقشها و کارکردهای مختلفی داشته باشد. اگر محصول خاص و منحصر به فردی دارید که در دیگر نقاط دنیا وجود ندارد، می توانید با معرفی آن محصول در سایت خود، دیگران را از وجود آن مطلع کنید و از این طریق به اهداف خود دست یابید.

یکی از مزایای اینترنت این است که مخاطبان آن در سرتاسر دنیا پراکنده اند و این امر می تواند به معنای وجود مشتریان بالقوه برای شما باشد. این نوع بازار، هیچ موقع بسته نمی شود. مشتریان شما می توانند به صورت 24 ساعته به اطلاعات کسب و کارتان دسترسی پیدا کنند...

**کسب و کار خانگی (Home Business)**

به هرنوع فعالیت اقتصادی که در محل سکونت شخصی و با استفاده از وسایل و امکانات منزل راه اندازی میشود، کسب و کار خانگی می گویند. این نوع کسب و کار بطور سنتی در بسیاری از منازل در کشورها وجود داشته و به مفهوم درآمدزایی و کسب و کار از طریق انجام فعالیت ها در منزل اشاره دارد.

سرمایه لازم برای راه اندازی یک کسب و کار خانگی بسیار کمتر از سایر کسب و کارها می باشد و می تواند نقطه شروع مناسبی برای راه اندازی کسب و کار باشد. انواع صنایع دستی ، انواع خوردنی و نوشیدنیها ، خدمات آموزشی و هنری ، خدمات رایانه ای ، خدمات فنی و پژوهشی برخی از این نوع کسب و کارها هستند

مزایای کسب و کارهای خانگی

-آزادی و استقلال عمل بیشتر

-ساعات کاری انعطاف پذیر

-ایجاد تعادل و موازنه بیشتر بین کار و زندگی

-پایین بودن هزینه راه اندازی

-پایین بودن میزان ریسک

-امکان کارکردن پاره وقت

-راحت تر بودن تربیت بچه ها

-داشتن فرصت و زمان بیشتر

-تناسب با ویژگیهای جسمی افراد معلول و کم توان

-احتمال موفقیت بیشتر

- تناسب با اقشار مختلف

- احساس راحتی بیشتر

- عدم نیاز به بسیاری از مجوزها

موارد مهمی که باید برای کسب و کارهای خانگی رعایت کنید

-درباره ایده کسب و کارتان تحقیق کنید.

-درباره محصول یا خدماتتان نیز اطلاعات کسب کنید.

-محل کار خود را تعیین کنید.

-مشارکت دیگر اعضای خانواده را جلب کنید.

-اسم مناسبی برای کسب و کارتان انتخاب کنید.

-وسایل و تجهیزات مناسبی برای کسب و کارتان تهیه کنید..

-یک صندوق پستی به کسب و کارتان اختصاص دهید.

-حساب بانکی برای کسب و کارتان باز کنید.

-ارتباطات بیشتری با دیگران برقرار کنید.

از داشتن کسب کار خانگی واهمه و خجالتی نداشته باشید، بلکه به آن افتخار کنید.

**کسب و کار خانوادگی (Family Business)**

به کسب و کارهایی اطلاق میشود که افراد یک خانواده و خویشاوندان اقدام به تشکیل کسب و کاری می نمایند. این نوع کسب و کارها در بسیاری از کشورها همچون ایتالیا می توان مشاهده کرد. در ایران نیز کسب و کارهای زیادی توسط پدر و فرزندان ، برادران ، خواهران و یا فامیل شکل گرفته و موفق بوده اند. کسب و کار خانوادگی مزایا و معایب خاص خودش را دارد و در بعضی موارد بروز اختلاف در کسب و کار باعث تنش و اختلاف بین اعضای خانواده و فامیل میشود. ویژگیهای خانواده (اصالت ، وحدت ، معنویت و ...) و ویژگیهای کسب و کار (نوع ، مالکیت ، حاکمیت و...) در موفقیت کسب و کار خانوادگی مؤثرند

البته کسب و کارهای خانوادگی بنا به دلایل مختلفی از جمله کسب و کارهایی هستند که اختلاف نظرها در انها معمولا بیشتر از سایر کسب و کارهاست

-کسب و کار روستایی (Rural Business)

این نوع کسب و کار در روستا شکل گرفته و با توجه به کوچکی روستا در مقایسه با شهر ، در مقیاسی کوچک هستند و با توجه به اینکه فعالیتهای غالب در روستاها کشاورزی و دامداری می باشد کسب و کار روستایی در زمینه کشاورزی ، دامداری ، صنایع تبدیلی مرتبط و نیز صنایع کارگاهی مورد نیاز کشاورزی و دامداری و زندگی روستایی می باشد. قابل ذکر است راه اندازی کسب و کار در روستا تفاوتي با راه اندازی کسب و کار در شهر ندارد جز اينكه بايد آن را در فضاي روستا تصور نمود. از خصوصیات بارز کارآفرینی در روستا توانایی خلق چیزهایی با ارزش از هیچ ، بسیج منابع به سهولت و مشارکت عمومی بالا است.

کسب و کار کوچک و متوسط (Small and Medium Enterprise)

به کسب و کارهایی که تعداد افراد شاغل در آنها زیر 50 نفر باشد کسب و کار کوچک و متوسط گفته میشود. (SME) البته تعداد افراد شاغل تنها شاخص در این نوع تقسیم بندی نبوده و شاخصهای دیگری مثل فروش و ... وجود دارند ولی تعداد کارکنان مهمترین شاخص موجود است. در بعضی کشورها مانند آمریکا تعداد کارکنان زیر 100 نفر باشد کسب و کار کوچک و متوسط می گویند. در تقسیم بندی دیگری تا 10 نفر را بنگاه خرد ، بین 10 تا 50 نفر را کسب و کار کوچک و بین 50 تا 500 نفر را کسب و کار متوسط می نامند. قوانین (مالیات و ...) بنگاههای خرد و کسب و کارهای کوچک، متوسط و بزرگ متفاوت است.

**کسب و کار بزرگ (Large Scale Enterprise**)

به آن دسته از کسب و کارها که تعداد افراد شاغل در آنها بالای 500 نفر باشد کسب و کار بزرگ گفته میشود. در این شرکتها ، حجم عملیات بسیار بالا بوده و فروش ، سود ارقام بالایی را بخود اختصاص می دهند.

در ایران اکثر کسب وکارهای بزرگ توسط دولت یا هلدینگهای شبه دولتی مانند سرمایه گذاری سازمان تامین اجتماعی، سرمایه گذاری صندوق بازنشستگی کشوری ، سرمایه گذاری غدیر ، سرمایه گذاری فرهنگیان ، سرمایه گذاری بنیاد شهید ، سرمایه گذاری بنیاد مستضعفان ، بنیاد پانزده خرداد، سرمایه گذاری بازنشستگی صنعت نفت ، بانکها و... راه اندازی و اداره می شوند.

کسب و کار اجتماعی

کسب و کار اجتماعی اولین بار توسط پروفسور محمد یونس، برنده جایزه صلح نوبل، تعریف شد طبق تعریف ایشان کسب و کار اجتماعی برای حل یک مشکل اجتماعی طراحی و ایجاد شده که از لحاظ مالی خودپایدار است. سود به دست آمده دوباره در خود کسب و کار (یا برای شروع سایر کسب و کارهای اجتماعی) با هدف افزایش تأثیر اجتماعی، سرمایه ‌گذاری می‌شود. به عنوان مثال گسترش دامنه فعالیت شرکت، بهبود محصولات یا خدمات و همچنین راه‌های دیگری که باعث تسهیل رسیدن به هدف اجتماعی می‌شود.

بر خلاف کسب و کارهایی که بر معامله پرسود تمرکز دارند، هدف اصلی یک کسب و کار اجتماعی، حداکثر رساندن سود نیست (هرچند تولید سود مطلوب است). علاوه بر این، صاحبان کسب و کار از سود سازمان (در صورت وجود) هیچ گونه سود سهامی دریافت نمی‌کنند.

از سوی دیگر، برخلاف سازمان غیرانتفاعی، کسب و کار اجتماعی برای ادامه کار، وابسته به کمک‌های مالی، کمک‌های خصوصی یا دولتی نیست، چرا که مانند هر کسب و کار دیگری، خودپایدار است. علاوه بر این، خلاف سازمان غیرانتفاعی که در هر زمینه، پول فقط یکبار هزینه می‌شود، وجوه در کسب و کار اجتماعی با هدف افزایش و بهبود عملیات سرمایه‌گذاری می‌شود..

ایده چیست و در کجا ایده های کسب و کار را جستجو کنیم

نقطه آغازین همه کسب و کارهاي موفق یک ایده ي

خوب و خلاقانه است ، اما نقطه پایانی همه ایده هاي

خوب لزوما یک کسب و کار موفق نیست

ایده چیست و باید چه خصوصیاتی داشته باشد ؟

ایده یک لغت فرانسوی و به معنای فکر و اندیشه است همچنین آرمان، اندیشه، زعم، عقیده، فکرهم معنی میشود

هر ایده خوب کسب و کار باید دارای دو مشخصه زیر باشد

اول اینکه باید زمینه ی دستیابی کسب و کار به نیازهای ارضاء نشده در بازار را فراهم سازد. محصول یا خدمتی که کسب و کار عرضه می کند باید به نیازهای تامین نشده ی مشتریان پاسخ دهد

و دوم باید منجر به داد و ستد و معاملات گردد. یعنی هر گونه محصول یا خدمتی که عرضه می شود باید مشتریان را به مبادله از طریق پرداخت پول متمایل سازد

عامل کلیدی برای دستیابی به ایده ی اثربخش کسب و کار، درک نیازهای ارضاء نشده مشتریان است که کسب و کار جدید باید برآورده سازد

برای ایجاد یک کسب و کار ما نیاز به یک ایده اولیه داریم این ایده میتواند محصول تجربه ها و همکاری با دیگران وجود یک اتفاق و یا حادثه و یا هر وضعیتی دیگر باشد که باعث شود کارافرین کالا یا خدمتی را روانه بازار کند

همه ما انسانها دارای این منابع برای ایجاد کسب و کار هستیم اما خیلی از اوقات ما فکر میکنیم کسب و کار الزاما یک کارخانه تولیدی و یا شرکت با ابعاد بزرگ و کارکنان بسیار زیاد است

فرصت چيست؟

فرصت شکاف بين عرضه و تقاضا (شکاف بازار) ، نیاز ارضاء نشده بازار است

ايده چيست؟

راههاي بهره برداري از فرصت برای حل کردن یک مساله یا راه حلی برای نیاز های حل نشده بازار است

مشخصه ی یک ایده خوب چیست؟

ایده ای که نیازهای مشتری را تشخیص و به نحو احسن برآورده سازد

ایده های کسب و کار را از کجا بدست بیاوریم

1-شاید اولین منبع و در دسترس ترین منبع برای ایجاد یک ایده فکر کردن در رابطه با زندگی روزمزه است

بواسطه مسایل و مشکلاتی که در زندگی روزمزه خود داریم هر کدام از مسلیل و مشکلات ما می تواند ما را به سمت تولید کالا ویا خدمتی سوق دهد

اگر زندگی کار افرینان را مورد بررسی قرار دهیم متوجه این موضوع خواهیم شدکه بسیاری از ایده های انها که باعث خلق کسب و کاری شده است یا برای حل کردن یک مساله یا همان پاسخ به نیازهای براورده نشده بازار بوده است

2-مهارتها و تجربه های قبلی که در شرکت و سازمانهای دیگر داشته ایم همچنین ارتباطلاتی که با کارفرمایان قبلی داشته ایم میتواند منبع یک ایده ی کسب و کار باشد ، اگر شما هم از اندسته از افرادی هستید که دارای تجربه های قبلی در سازمانها و شرکتهای دولتی و خصوص بوده اید بهتر است با دیدی کارافرینانه تجربیات خود را مورد وارسی قرار دهید احتمالا مواردی وجود دارد که ارزش مطالعه و گرد اوری اطلاعات را داشته باشد

3-گاهی ایده ها ناشی از مسایلی است که در طول روز دارید.مشکلات و مسایلی که حالتی فراگیر و کلی دارند منبع خوبی برای ایجاد ایده و تولید کالا و خدمات است

مثلا وجود ویروس کرونا علی الرغم اینکه بسیار ترسناک و اسیب زننده بوده اما باعث ایجاد و رونق بسیاری از کسب و کارهای مرتبط با این ویروس شد بسیاری از کارگاهها و شرکتهای تولیدی ماسک و وسایل بهداشتی و ضد عفونی در همین زمان شیوع کرونا. تاسیس و گسترش پیدا کردند

و بسیاری دیگر از وسایل و کالاهایی که ما امروز در حال مصرف انها هستیم برامده از دل مسایل و مشکلاتی شبیه به وضعیت فعلی است که در گذشته داشته ایم

4-اگر در یک سازمان و یا شرکت مشغول به فعالیت هستید شکایت مشتریان را از دیدی دیگر بنگرید اکثر مواقع وجود شکایت مشتریان در سازمانها منبعی برای تولید کالاها و خدمات است . ترکیب کالا و خدمتی است که در حال حاضر ارایه میشود و یا گاهی اوقات وجود شکایت حاکی از وجود یک نیاز است که مسله ی گروه بزرگتری از جامعه است

5-حتی اگر دارای سالها تجربه کاری در یک بازار یا صنعتی نیستید شما احتمالا محصولات و یا خدمات خاصی را دوست داشته اید که داشته باشید و یا به دیگران عرضه کنید و یا شاهد رشد بازار در برخی کسب و کارها کسب و کار بوده اید که چگونه یک ایده تبدیل به کالا و خدمات می شود و به مشتریان عرضه می گردد وممکن است حتی ایده تولید و عرضه یک کالا و خدمت به ذهن شما هم رسیده است

ولی ان ایده را دنبال نکردید ویا شاید شما نیز فکر می کردید هرگز این ایده ها کاربردی ندارد و بخاطر همین از کنار ان ایده ها گذشتید .

هاوارد شولتز پس از آنکه متوجه حضور انواع کافی شاپ در گوشه و کنار ایتالیا شد از این ایده در عرضه ی قهوه در کافی شاپ ها استفاده کرد او شرکت استارباکس که یک قهوه خانه کوچک بود را خرید و امروز استارباکس دارای ۸۵۰۰۰ فروشگاه و ۹۰۰۰۰ کارمند که از آلاسکا گرفته تا بانکوک مشغول به کار هستند شولتز این فرصت را با به چالش کشیدن این باور به دست آورد که افراد تمایل ندارند بیش از یک دلار در ازای هر فنجان قهوه هزینه کنند

6-مشاهدات روزمزه هم منبع دیگری است که اگر این مشاهدات همراه با تفکر خلاقانه باشد می تواند منجر به تولید کالا و خدمتی نو گردد همچنین نیازها و کم کاستی های زندگی خودتان را بررسی کنید تشخیص یک نیاز و اقدام برای رفع ان کاریست که کارافرینان انجام میدهند الزاما ایده های خلاقانه نیاز به مطالعات گسترده و یا سرمایه های انسانی و فیزیکی زیادی ندارد

داشتن تفکر خلاقانه و پرورش ان یک مهارت است که همگان می توانند انرا یاد بگیرند

یک تکنیک موثر برای پروش تفکر به شیوه ی موثر اینست که هم اکنون یک کاغذ و خودکار بردارید و فقط 5 دقیقه بدون پرداختن به هیچ کاری دیگر به شرح زیر عمل کنید

به این سوال پاسخ دهید بنظرتان شما می توانید چه کالا یا خدمتی ارایه دهید

در یک جای خلوت بنشنید و با در نظر گرفتن 2 شرط این تمرین را اغاز کنید

1-تمام مواردی را که به ذهنتان می رسد فورا روی کاغذ بیاورید

2-موارد غیر عقلانی یا غیر منطقی و مسخره و یا خنده دار را تماما لیست کنید در این مرحله شما حق بررسی ایده هایتان را ندارید.

شما متوجه خواهید شد که ایده های زیادی دارید و باید انها را بررسی و ازمایش کنید

اگر چه شما با یک یا چند بار نوشتن ایده هایتان نمی توانید الزاما یک کارافرین باشید اما شما با انجام این تمرین قدرت ذهن خودتان جهت تولید ایده های بیشتر درک خوا.هید کرد

6-سرگرمی ها و اوقات فراغت خودتان را برای تولید یک کالا یا خدمت که ممکن است دیگران هم انرا دوست داشته باشند مورد بررسی قرار دهید این ایدها منبعی قوی برای ایجاد کسب و کارها خصوصا درحوزه گردشگری هستند

برایان ماکسول نفر اول مسابقه دو ماراتن در لندن بود تنها یک دقیقه به پایان مسابقه باقی مانده بود که او دچار گرفتگی عضله شکم شد او مسابقه را با قرار گرفتن در رده هفتم به پایان رساند وقتی به خانه بازگشت او با جنیفر بیدولف ملاقات کرد که او هم یک دونده و دانشجوی رشته علوم تغذیه در دانشگاه کالیفرنیا برکلی بود ماکوسل دریافت که مشکل مربوط به گرفتگی عضله او در میان ورزشکاران بسیاری از رشته های ورزشی رایج است او و بیدولف صدها ترکیب از مواد طبیعی را امتحان کردند تا بتوانند ماده ای را پیدا کنند که غذا را به راحتی هضم کند و سریعاً به انرژی تبدیل شود آنها نهایتاً به ترکیبی مطلوب از قند میوه ، سبوس ، جو و پروتئین وشیر دست یافتند آنها این محصول را پاوربار نامیدند و امروزه این ماده انرژی بخش در طعم های مختلف و با مواد تشکیل دهنده گوناگون موجود است و در ۳۰ کشور جهان به فروش می رسد این شرکت در مالکیت نستله می باشد به کسب و کاری ۸۲ میلیون دلاری تبدیل شده است .

هدف از بیان این موضوعات این است که بگویم پیدا کردن ایده ی کسب و کار گاها یک رویداد ساده است و بسیاری از ایده ها می تواند منجر به کسب و کار موفقی شوند

قصد این است که شما هم شروع کنید و ایده هایتان را خیلی ساده نگیرید بلکه باید اماده باشید تا این ایده ها را به کالا و خدمت محسوس تبدیل کنید از طرف دیگر الزاما منتظر فکرهای بزرگ نباشید

درسال ۱۹۳۰ ، زنی به نام روث ویکرفیلد مالک فروشگاه تال هاوس بود او که ترکیبی از شیرینی جات را ارایه می کرد متوجه شد که می تواند از شکلات در شیرینی هایش استفاده کند او برخی شکلات های نیمه شیرین را جدا کرد آنها را به قطعات کوچکی تقسیم نمود به خمیر خود اضافه کرد و شیرینی شکلاتی تهیه کرد وقتی او سینی حاوی شیرین ها را از اجاق درآورد با تعجب مشاهده کرد که شکلات های موجود در خمیر آب نشده اند و شیرینی های او شیرینی شکلاتی نیستند به طور کاملاً اتفاقی ویکر فیلد شیرینی با قطعه های شکلات تهیه کرده بود او این محصول را شیرینی های تال هاوس نامید امروزه طبق دستورالعملی که در مالکیت ویکر فیلد است و توسط نستله توزیع می شود این شیرینی ها همچنان پرطرفدارترین شیرینی در آمریکا می باشد و سالانه بیش از ۷ میلیارد عدد از این شیرینی ها مصرف می شوند.

7-گفتگوی های روزمره ودرجمع دوستان و خانواده و دور همی ها می تواند الهام بخش برای ایده های کارافرینانه باشد

عقاید می توانند از طریق گفتگو با خانواده و دوستان به ذهن شما خطور کنند و اگر شما با ذهنی باز با آنها برخورد کنید امکان ظهور یک فرصت بزرگ کسب و کار فراهم می آید جوان اکرت موسس شرکت تولید پوشاک اف اچ قصد داشت خانه رویایی خود را در نورویچ ورمونت که شهرکی خوش منظره بود بسازد او با یکی از دوستانش تماس گرفت که نجار بود تا به او در ساخت این خانه کمک کند. اما او گفت تنها به این شرط به ورمونت می آید که او کلاهی نرم ومخصوص در اختیار او قرار دهد و اکرت یک کلاه برای او ساخت کلاهی نرم ، حاشیه دار و قابل شکل دهی .

مردم شهر وقتی این کلاه را دیدند متقاضی آن شدند کارخانه فت هات کار خود را آغاز کرد و سپس اکرت تصمیم گرفت کلاه های قابل شکل دهی بسازد او توانست لباس های راحت و قابل شکل دهی برای هر سایزی را تهیه کند این شرکت در یک ساختمان قدیمی در ورمونت واقع شده و طیف گسترده ای از پوشاک نرم و قابل شکل دهی را ارایه می کند.

8-اموزش مطالعه و تجربه

اموزش دیدن و کسب تجربیات جدید هم می تواند الهام بخش ایده های ناب باشد

مطالعه در یک زمینه خاص هم میتواند باعث شکل گیری ایده ی کسب و کار شود

9-مطالعه صنايع ، محصولات و خدمات موجود و بررسی میزان رضایت مشتریان

10-مطالعات تغییرات جمعيتی و تحلیل داده های مربوط به روند مهاجرت

11-مطالعه برنامه های توسعه کشور جهت نیازهای اتی

12-بررسي تغييرات فرهنگی و اجتماعی

13-بررسي قوانين و مصوبات جديد دولت

14-بررسي جايگزينهاي وارداتي از طریق گمرکات

15-بررسي مهارتهاي محلي

16-دانش و فن آوری های جدید

17-سفرهای داخلی و خارجی و حضور در انواع نمایشگاهها

18-مطالعه تغییرات وضعیت اقتصادی و الگوی مصرف

20-مطالعه و تحلیل اخبار ، اینترنت و تبلیغات

21-نگاه متفاوت به به شرایط و مسایل کاری و زندگیتان . از یک زاویه دید دیگری به مسایل بپردازید از خودتان بپرسید ایا برای انجام اینکار و این مسله راه حل دیگری وجود دارد ...

22-الگو ها را فراموش نکنید زندگی کارافرینان را مطالعه کنید و ببینید انها چگونه وارد دنیای کارافرینی شده اند اگر شما الگوی مناسبی داشته باشید می تواند در جهت موفقیت شما بسیار موثر باشد .

زمانی که شما ایده تان را انتخاب کردید و انرا بررسی کردید باید یک کالا و خدمت به جامعه و بازار ارایه کنید این محصول یا خدمت باید دارای ویژگی هایی باشد

محصول یا خدمت جدید باید مشکلی از مشکلات موجود مردم و جامعه را حل کند

محصول یا خدمت جدید در راستای گرایشهای مرسوم و جاری جامعه باشد.

محصول یا خدمت جدید علاوه بر حفظ کارایی قبلی نیازهای جدید را مرتفع سازد.

محصول یا خدمت جدید بایستی بر محصولات رقبا برتری ویژه ای داشته باشد.

محصول یا خدمت جدید بایستی مکمل محصول و یا خدمات موجود باشد

ارزیابی ایدها :

ایده کسب و کارتان را قبل از اجرا آزمایش کنید

نوشتن طرح کسب و کار ، می تواند به شما کمک کند تا مدتها قبل از راه اندازی ، سوداوری ایده کسب و کار خود را بسنجید.

و با اطمینان خاطر سرمایه گذاریتان را شروع کنید

همانطور که قبلا توضیح دادیم و شما بیانه ماموریت کسب و کارتان را نوشتید اکنون بایستی بین محصول و خدماتتان و بیانه ماموریت کسب و کارتان خود ارتباط ایجاد کنید ، همچنین برای ارزیابی ایده کسب و کارتان بهترین کاری که می توانید انجام دهید دریافت بازخورد و آزمایش قسمتهای مختلف کسب و کارتان است.

شما در این مرحله می توانید از یک مشاور کسب کار که دارای تخصص و تجربه ی لازم است راهنمایی بخواهید و یا صحبت کردن با یک شریک کسب و کاری که انتخاب کرده اید در صورتی که صلاحیت لازم را داشته باشد مشورت کنید و بررسی قسمتهای مختلف طرح کسب و کار بپردازید ،همچنین یکی دیگر از راههای ارزیابی ایده ی کسب و کارتان انجام تحقیقات بازار در یک حد مشخص و معین است که در اینجا هم یا خودتان اینکار را انجتم دهید یا از مشاورین متخص در حوزه کسب و کار درخواست مشاوره و راهنمایی داشته باشید و در نهایت و صحبت مستقیم با مشتریان بالقوه می تواند مثمر ثمر باشد .

هرچه قسمتهای مختلف طرح کسب و کار تان را مورد آزمایش و بررسی بیشتری قرار دهید ، شما اطمینان بیشتری برای اجرای طرح کسب و کارتان خواهید داشت و ریسک های احتمالی شما را به میزان زیادی کاهش پیدا می کند . این شیوه های ازمایش ایده ی کسب و کار می تواند شما را از نوشتن برنامه ها و استراتژی هایی که عملی نیست ، و یا اقدامات غیر ضروری که هزینه های مالی بسیاری در بر دارد نجات دهد.

ارزیابی ایده ها کاری بسیار مهم و ارزشمند است که متاسفانه در بیشتر اوقات به درستی انجام نمی شود ویا کارافرین به افراد غیر متخصص در این حوزه مراجعه میکند و به این شکل یا بسیاری از ایده های پولساز که می تواند موجبات شروع یک کسب و کار موفق باشد بعلت ارزیابی غلط توسط افراد غیر متخصص از بین میرود و یا یک ایده ضعیف که مسایل ان چاره جویی نشده است به مرحله ی اجرا در می اید که بار مالی بسیار زیادی در نهایت به سرمایه گداران و کارافرینان تحمیل می کند

توصیه ما به شما این است که همچنانکه زمانی کلیه های شما درد دارد به یک ارتوپد مراجعه نمی کنید برای شروع کسب و کار به متخصصین رشته های مدیریت و مدیریت کسب و کار مراجعه نمایید .

**هر کسب و کاری دارای 4 رکن است که در صورت نبود هر کدام از این ارکان ان کسب و کار یا شکل نمیگیرد و یا عملکرد درستی نخواهد داشت**

**1-کارافرین : کسی که یک کسب و کار را با پذیرش مخاطرات ان شروع میکند و هدفش ارزش افرینی و کسب منفعت و سود است**

**2-مشتری: کسی که کالا و خدمات شما را می خرد**

**بازار: جایی که شما نسبت به فروش و خریدار نسبت به خرید اقدام میکند شکل بازارها امروزه بشدت تغییر پیدا کرده است**

**محصول: کالا یا خدمتی که خروجی فعالیتهای کسب و کار شماست**

**ارتباط دهنده این 4 رکن و نوع رابطه ای که با هم دارند برنامه ریزی است . و اما یک برنامه ریزی خوب بعنوان ابزاری مهم در یک کسب و کار می تواند**

**-كارآفرين را در ادارة كسب‌وكار راهنمايي كند؛**

**-از بروز اشتباههاي زيانبار جلوگيري كند؛**

**-در پيشرفت و بهبود كار كمك نمايد؛**

**-انجام امور را سرعت بخشيده و در نتيجه باعث صرفه‌جويي در زمان شود؛**

**-فرآيند‌هاي مختلف توليد، بازاريابي و توزيع را بهينه‌سازي كرده و از اتلاف مواد اوليه، كار و سرمايه جلوگيري نمايد؛**

**-همچنين، با تعيين چشم‌انداز و رسالت شركتي، مديريت را در دستيابي به اهداف كوتاه و بلند‌مدت ياري مي‌دهد**

**ودر کل می توان گفت طرح کسب کار برنامه های مختلف در زمینه های مختلفی است مانند برنامة مالي، برنامة ‌عملياتي، برنامة توليدي، برنامة بازاريابي، و ساختار سازماني...**

**اين برنامه‌ها همانند نقشه‌اي كارآفرين را در طول مسير راهنمايي مي‌كنند.**

**به منظور تكميل هر يك از بخش های مورد نظر ، در طرح کسب و کار ابتدا بايد هدف خود را از تهيه طرح كسب وكار مشخص كنيد به این دلیل برحسب هدف شما از نوشتن طرح کسب و کار اطلاعاتی که نیاز دارید می تواند متفاوت باشد .**

اجزای یک طرح کسب و کار

اجرای یک طرح کسب وکار شامل موارد زیر می باشد البته بسته به هدف هیچ دستورالعمل استانداردی در رابطه با اجزای مختلف طرح کسب و کار وجود ندارد

بخش 1 : معرفی طرح: شامل مشخصات کاذافرین شرکا و سهامداران ...

بخش 2 : خلاصه اجرایی: خلاصه شده طرح کسب و کار حداکثر در 3 صفحه

بخش 3 : نوع صنعت، سازمان و محصولات و خدمات: بررسی صنعتی که در ان مشغول هستید

بخش 4 : برنامه بازار یابی : شامل تمام برنامه و استراتژهای شما برای فروش محصول و رقابت با رقبا

بخش 5 : برنامه عملیات و تولید: شامل کارها و اقدامات و برنامه هایی که منجر به تولید کالا و خدمت شما میشود

بخش 6 : ساختار سازمانی: ترکیب و اجزای مختلف سازمان شما و نحوه ارتباط با انها

بخش 7 : برنامه زمان بندی: شمامل زمانهایی که اقدامات خاصی باید انجتم کیرد

بخش 8 : موانع و ریسکها: شناسایی تمام موانع و خطرا احتمالی در مسیر کسب و کار و اقدامات شما برای رفع انها

بخش 9 : برنامه مالی : نحوه اختصاص بودجه به واحد های مختلف

بخش 10: نتیجه گیری

**اگر امادگی اینرا داشته باشید هم اکنون برای طراحی کسب و کار اقدام کنیم**

**در ادامه سعی کرده ام تمام اطلاعاتی را که شما برای قسمتهای مختلف طرح کسب و کار نیاز دارید را با جزییات ان تشریح کنم**

**بخش معرفي: شامل اطلاعات زیر می باشد**

**الف – نام و نشاني متقاضی: شامل مشخصات کارافرین**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **نام و نام خانوادگی متقاضی** | **حقيقي/حقوقی** | **نوع پست/سمت** | **تحصيلات** | **تحصيلات** | **تجربه** | **نام شركت** | **نوع شركت:** | **تعداد و نوع سهام** | **شماره**  **ثبت** | | **محل ثبت** | |  | |
| **1** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  | |

**حقيقي/حقوقی : شما در قالب یک شرکت دیگر(حقوقی) یا بعنوان یک فرد عمل میکنید (حقیقی)**

**نوع پست/سمت: سمت شغلی خودتان را در کسب و کار جدید بنویسید**

**تحصيلات: میزان سواد و تحصیلات اکادمیک خودتان را بیان کنید**

**تجربه: دارای چه تجربیاتی دارید**

**نام شركت: نامی را که بذای شرکت و یا برند خود ثبت کرده اید**

**نوع شركت: خصوصی.تعاونی سهامی عام سهامی خاص و...**

**تعداد و نوع سهام: شرکت شما شامل چند سهم میباشد**

**شماره ثبت: شماره ثبت شرکتی که ثبت کرده اید**

**محل ثبت: حوزه یا محلی که شرکت ثبت کرده اید استان/شهر**

**تاريخ ثبت: تاریخ ثبت بر اساس روزنامه ی رسمی**

**نام و مشخصات سهام داران عمده:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **نام و نام خانوداگي** | **سمت** | **درصد سهام** | **تعداد سهام** | **مبلغ سهام** |
|  |  |  |  |  |  |

**نام و نام خانوداگي**

**سمت**

**درصد سهام**

**تعداد سهام**

**مبلغ سهام**

**ب – مشخصات محل اجراي طرح:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **استان:** | **شهرستان:** | **منطقه:** | **ابعاد و مساحت اجراي طرح:** | **نزديكترين شهر و فاصله آن تا محل كسب و كار** | **امكانات تأمين مواد و لوازم در محل** | **ترسيم كروكي زمين محل استقرار كسب وكار** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

**استان:**

**شهرستان:**

**منطقه:**

**ابعاد و مساحت اجراي طرح:**

**نزديكترين شهر و فاصله آن تا محل كسب و كار:**

**فاصله محل استقرار كسب وكار تا جاده اصلي و جاده فرعي:**

**امكانات تأمين مواد و لوازم در محل:**

**امكانات تأمين نيروي كار ماهر در منطقه**

**ترسيم كروكي زمين محل استقرار كسب وكار**

**ج – عنوان محصول يا محصولات ( كالا/ خدمات**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **نام محصول** | **ظرفيت توليد سالانه** | **واحد** | **قيمت فروش كنوني هر واحد در بازار** |
|  |  |  |  |  |

**رديف**

**نام محصول**

**ظرفيت توليد سالانه**

**واحد**

**قيمت فروش كنوني هر واحد در بازار**

**د- ميزان سرمايه گذاري:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **سرمايه كل** | **آورده كارآفرين** | **آورده سهامداران** | **تسهيلات** |
| **1** |  |  |  |  |

**سرمايه كل**

**آورده كارآفرين**

**آورده سهامداران**

**تسهيلات**

**ه - ميزان اشتغال زايي طرح (پيش بيني)**

**و - اعلام محرمانه بودن طرح ( در صورت لزوم)**

**2- خلاصه مديريتي/ اجرايي چیست و چگونه باید انرا اماده کنیم**

چگونه یک خلاصه اجرایی بنویسیم که برنامه کسب و کار ما را حمایت کند

خلاصه ی اجرایی در یک طرح کسب و کار بیانگر یک نمای کلی از کل طرح کسب و کار است.

هدف آن جمع بندی نکات کلیدی و ارایه یک سند برای خوانندگان آن طرح به منظور ، صرفه جویی در وقت آنها و کمک به تصمیم گیری و آماده سازی ذهنیت انها در مورد ادامه ی مطالعه بخش های دیگر طرح کسب و کار است

ما باید خلاصه اجرایی را به عنوان ابزار مهم و مناسب برای تاثیر گذاری بیشتر برروی خوانندگان و احتمالا سرمایه گذران و شرکای احتمالی در نظر بگیریم. بنابراین بیش از هر چیز دیگری ، خلاصه اجرایی باید روشن و مختصر و کاربردی باشد. همچنین باید خواننده را ترغیب کند تا بقیه طرح کسب و کار را بخواند.

به همین دلیل است که خلاصه اجرایی اغلب مهمترین قسمت طرح کسب و کار نامیده می شود. اگر خلاصه اجرایی توجه خواننده را به خود جلب نکند ، ممکن است طرح کسب و کار شما به دلیل عدم جدابیت و یا ناقص بودن اطلاعات و یا گنگ بودن توضیحات خوانده نشود و کنار گذاشته شود - هدف شما در ابتدا و در نوشتن یک طرح الزاما نبایستی حتما کسب سود و پول باشد چرا که در صورتی که شما روند را به درستی طی کرده باشید کسب سود و پول حداقل پاداش شما خواهد بود از طرف دیگر نوشتن و فروختن طرح تجاری برای صرفا کسب پول هم یک فاجعه است چرا که دلایل بسیار مهم دیگری نیز برای طرح کسب و کار وجود دارد

چه اطلاعاتی باید در یک خلاصه اجرایی وجود داشته باشد ؟

اطلاعاتی که شما در خلاصه اجرایی نیاز دارید وارد کنید بسته به اینکه شما برای یک کسب و کار یا شرکت نوپا و در حال تاسیس و یا یک شرکت در حال فعالیت است تا حدودی متفاوت می باشد بعبارتی داده ها و اطلاعات طرح های کسب و کار برای شرکتهایی که هنوز تاسیس نشده اند با شرکتهای تاسیس شده متفاوت است

اطلاعات شرکت - مختصراً سابقه شرکت خود را ارائه دهید از کی اغاز بکار کرده اید و اکنون در چه مرحله ای هستید؟

کارکنان و مشتریان شما جه کسانی با چه تخصص هایی هستند ؟

- محصولات و / یا خدمات خود را توصیف کنید ، چه موقع و در کجا شرکت شما تاسیس شده است ، صاحبان و کارمندان اصلی چه کسانی هستند ، آماری مانند تعداد کارمندان ، مکانهای تجاری و غیره را بیان کنید

نکات مهم تجاری - سیر تحول و رشد کسب و کارتان را طی سالهای گذشته توصیف کنید

- نحوه رشد شرکت تان ، از جمله افزایش درآمد سال به سال ، سودآوری ، افزایش سهم بازار ، تعداد مشتری و غیره را بیان کنید .

خلاصه مالی - اگر هدف از به روزرسانی طرح کسب و کارتان یافتن منابع مالی و بودجه اضافی برای طرح های در دست توسعه و گسترش شرکتتان است ، پس یک خلاصه مالی مختصر ارائه دهید.

اهداف آتی - اهداف خود را در کسب و کارتان توصیف کنید. اگر به دنبال تأمین مالی هستید توضیح دهید که چگونه از منابع مالی جدید برای گسترش کسب و کارتان و یا افزایش سود و یا سهم بیشتر بازار استفاده خواهید کرد.

اگر لیست بالا را با بخش های مشخص شده در طرح کلی طرح تجاری مقایسه کنید ، می بینید که این می تواند بسیار خوب کار کند.

نکاتی برای غنی تر کردن طرح کسب و کارتان

خلاصه اجرایی طرح کسب و کار خود را با یک یا دو جمله پایانی که به سوالاتی از این قبیل پاسخ می دهد به پایان ببرید ، "چرا این طرح کسب و کار مفید و قابل اعتماد است؟"

برای خلاصه اجرایی طرح کسب و کار وقت بگذارید و تمرکز کنید.

طرح کسب و کار خود را که در بردارنده ی جزئیات طرح کسب و کار شماست ممکن است مدیران بانک یا سرمایه گذاران ، یاسهامداران هرگز برای مطالعه ی جزییات طرح شما وقت کافی نداشته باشند .

قدرت کلمات را در توصیف شرایط و موقعیت کسب و کارتان دست کم نگیرید کلمات و جادوی انها را فراموش نکنید از کلمات و جملات مثبت استفاده کنید و هرگز خلاصه اجرایی خود را با کلمات ضعیف و خنثی استفاده نکنید از اما و اگرها در خلاصه اجرایی بپرهیزید و زمانی شما می توانید یک معرفی تاثیر گذار از کسب و کار خود داشته باشید که اولا طرح کسب و کار شما حاوی یک ایده ای منحصربفرد باشد و دوما شما راوی قدرتمندی باشید

تا حد ممکن که به ارایه اطلاعات شما لطمه وارد نشود آن را کوتاه و کوتاه کنید

در حد دو صفحه بیشتر.

در مقابل وسوسه ارایه بیشتر جزییات در خلاصه اجرایی طرح کسب و کارتان مقاومت کنید. وظیفه خلاصه اجرایی ارائه واقعیت ها و ترغیب خوانندگان شما برای خواندن ادامه طرح کسب و کار شما است ، نه اینکه همه چیز را در خلاصه ی اجرایی بگویید.

من همیشه یک روش را برای مطالبی که خودم می نویسم و یا دیگران نوشته اند به کار می گیریم و ان خواندن همان متن یا نوشته با صدای بلند و کمی اهنگین است قصدم هم این است که ایا این متن انقدر جذاب است که من را سر ذوق بیاورد یا نه ؟

پیشنهاد می کنم از این روش برای ارایه خلاصه اجراییتان استفاده کنید و از دیگران هم نظر بخواهید که آیا این متن واضح و ترغیب کننده است؟

پس از اینکه به نظرتان خوب رسید ، از شخص دیگری بخواهید که چیزی در مورد طرح کسب و کار شما نمی داند انرا بخواند و پیشنهادهایی جداب بیشتر ارایه کند

خلاصه اجرایی را متناسب با مخاطبان خود تنظیم کنید. به عنوان مثال اگر هدف از برنامه کاری شما ترغیب سرمایه گذاران است ،

خلاصه اجرایی شما باید بر فرصتی تمرکز کرده باشد ان فرصت را در اختیار سرمایه گذاران و شرکا برای کسب سود قرار می دهید و همچنین دلایلتان برای خاص بودن ان فرصت که در اختیار سرمایه گذاران و شرکاإ قرار می دهید را بیان کنید

اگر هدف از طرح کسب و کار شما دریافت وام از بانکها و افراد است ، بر برجسته کردن آنچه وام دهندگان از جمله بانکها می خواهند مانند وثیقه های شما و هم چنین استراتژی های که شما برای به حداقل رساندن ریسک وام دهنده در نظر گرفته اید ، تمرکز کنید. همچنین محاسباتی برای باز پرداخت بدهی های احتمالی تان

خود را به جای خوانندگان طرح کسب و کارتان در نظر بگیرید ... و خلاصه اجرایی خود را دوباره بخوانید. آیا با این کلمات و توصیفات که نوشته اید در خواننده ایجاد علاقه و هیجان میکند؟ اگر نه ، چرا؟

بعضی اوقات فقط چند ثانیه وقت دارید تا اولین تأثیر را در سرمایه گذاران بگذارید. همین قانون در مورد طرح کسب و کار شما اعمال می شود - آنجاست که خلاصه اجرایی شما اهمیتش نمایان میشود

خلاصه ای اجرایی را به عنوان "پیش نمایش" برای اجرای خود در نظر بگیرید خلاصه تجاری شما مانند یک تبلیغ یک فیلم سینمایی است که باید با مخاطبان را برای اذامه ان فیلم ترغیب کند.

وقتی صحبت از تعداد صفحات یک خلاصه اجرایی می شود ، به یاد داشته باشید که این یک خلاصه اجرایی می تواند از یک صفحه باشد و نباید بیش از 5-10 درصد از کل صفحات طرح تجاری را به ان اختصاص داد . مهمترین چیز این است که باید به اندازه کافی کوتاه باشد تا افراد حرفه ای با خواندن آن احساس سردرگمی نکنند

خلاصه اجرایی به مثابه یک قلاب است

وقتی صحبت از قسمت اول طرح کسب و کار شما می شود منظور خلاصه اجرایی است که در نقش یک قلاب است . این قلاب باید خوانندگان را به ادامه ی صفحات طرح کسب و کار شما بکشاند . یک روش خوب برای انجام این کار ، استفاده از زبان و لحن جذاب و مناسب است که در مورد یک ایده ی ناب توضیح می دهد .

بیانیه ماموریت

در همان پاراگراف مقدماتی ، شما به وضوح ماموریت تجاری خود را بیان خواهید کرد. د ر خلاصه اجرایی شما در مورد نام ، مکان ، خدمات و بازار هدف شرکت خود صحبت می کنید. در این پاراگراف های اولیه به وضوح مفهوم و اهداف کسب و کار خود را بیان می کنید. مواردی را بیان کنید که پیشنهادات منحصر به فرد فروش شما را برجسته کند که در نهایت باعث موفقیت کسب و کار شما خواهد شد.

مشکل ، راه حل و فرصت

یک نکته ی مهم که در ذهن سرمایه گذاران و خوانندگان طرح کسب و کار شما هنگام خواندن خلاصه اجرایی وجود دارد این است که "آیا برای این طرح کسب و کاری که شما نوشته اید بازار مصرفی وجود دارد؟" یا خیر؟

و در بندهای ابتدایی خلاصه اجرایی خود ، شما باید به وضوح جواب بلی تان را توضیح دهید

لذا شما باید به مشتری خود را بپردازید و اینکه نیاز انها دقیقا چیست.

هنگامی که به وضوح (و به طور خلاصه) مشکل را شناسایی کردید ، این شما هستید که ثابت می کنید ایده تجاری شما برای حل آن مشکل عالی عمل می کند .

نام تجاری \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ تاریخ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

قلاب

قلاب ذهن آور خود را اینجا بنویسید! به یاد داشته باشید ، آن را به یک جمله نگه دارید.

بیانیه ماموریت

بیانیه ماموریت خود را در 1-2 جمله بنویسید.

نام شرکت ، مکان ، خدمات و بازار هدف

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

مسئله

در 1-3 جمله ، مشکل صنعت خود را توضیح دهید.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

راه حل

در 1-2 جمله ، توضیح دهید که چگونه محصول / خدمات شما می تواند راه حل مسله ی فوق باشد \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

تیم

قصد دارید بلافاصله چه کسی را استخدام کنید؟

(فروش ، بازاریابی ، تبلیغات ، سایت و سئو ، ، منابع انسانی و غیره)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

در آینده قصد استخدام چه کسی را دارید؟

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10 مشخصه ای را که می خواهید تیم شما داشته باشد ذکر کنید:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

برنامه مدیریتی

امور مالی

کاربرگ بودجه

• برآورد قیمت محصول / خدمات: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• هزینه های شروع: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• هزینه های جاری: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• درآمد بالقوه برای 3-5 سال: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

در یک جمله ، درخواست خود را بنویسید.

برای یک کسب و کار نوپا ویا هنوز تاسیس نشده به طور معمول یکی از اهداف اصلی برنامه کسب و کار ، متقاعد کردن بانک ها ، سرمایه گذاران و سهامداران یاتوجیه سرمایه گذاران ریسک پذیر است که با تأمین سرمایه اولیه در قالب وام یا تأمین مالی سهام ، در کسب و کار شما سرمایه گذاری می کنند.

بدین منظور شما باید یک ایده جداب و محکم برای کسب و کار خود داشته باشید اگر ایده ای قوی برای کسب و کارتان داشته باشید در خلاصه طرح اجرایی نمود یافته و باعث اعتبار و اهمیت بیشتری می شود و خواننده رابه ادامه ی مطالعه طرح کسب و کار ترغیب میکنید

یک خلاصه اجرایی برای یک شرکت نوپا شامل بخشهای زیر است

**بطور کلی در خلاصه مدیریتی به سوالات زیر باید پاسخ بدهیم**

بازار هدف - توصیف مشتریانتان و وبازاری که دران فعالیت خواهید کرد و برنامه ی شما برای هدف قرار دادن بازار هدفتان چیست؟

استراتژی بازاریابی و فروش - برنامه های خود را برای بازاریابی محصولات / خدمات خود به طور خلاصه بیان کنید.

رقابت – رقابت با رقبا و استراتژی خود را برای به دست آوردن سهم بازار توصیف کنید.

مزیت رقابتی شما چیست ، به عنوان مثال چه پیشنهادی به مشتری خواهید داد که رقبای شما نتوانند ان پیشنهاد را به مشتریانتان بدهند؟

تحلیل مالی - خلاصه برنامه مالی شامل پیش بینی درامدها و هزینه هایتان حداقل برای سه سال آینده.باشد

مالکان / کارکنان - مالکان و اعضای اصلی و کارکنان و تخصصی هایی که نیاز دارید داشته باشید و یا از اهمیت بالایی برخوردار است شرح دهید.

برنامه اجرا –در این مرحله بصورت خلاصه برنامه زمان بندی شده را برای کسب و کار خود از مرحله شروع کسب و کار تا برنامه ریزی برای باز کردن درها به روی مشتریان را شامل میشود

خلاصه اجرایی برای کسب و کارهای در حال فعالیت ، خلاصه اجرایی معمولاً شامل اطلاعاتی در مورد دستاوردها ، برنامه های رشد و غیره است.

خلاصه اجرایی معمول برای یک کسب و کاراستقرار یافته شامل موارد زیر است

**الف-زمينه و موضوع اصلي که كسب وكار شما برای ان شروع به فعالیت میکند را توصيف نماييد.** مدل کسب و کار - توصیف محصولات یا خدمات خود و اینکه چه عواملی آنها را برای بازار هدف جذاب خواهد کرد؟.

**ب-مأموريت و اهداف اصلي شركت شما چيست؟**

**ج-فرصت هاي موجود در اين كسب وكار و راهبردهاي دستيابي به آنها كدامند؟ ه-بازار هدف خود را به طور خلاصه تشريح نماييد.**

**و-موقعيت و جايگاه شما در آينده اين كسب و كار و در ميان رقبا چگونه خواهد بود؟**

**ز- تيم كاري خود را معرفي نماييد؟**

**ر-نوع كسب وكار (توليدي، خدماتي، تجاري و...) خود را مشخص نماييد.**

**ت- نوع مالكيت حقوقي آن را مشخص نماييد. .**

**ف-سرمايه مورد نياز كسب وكار خود را از چه منابعي تأمين مي كنيد؟**

**ش- اطلاعات مالي مهم از وضعيت گذشته و برنامه ريزي براي آينده از قبيل درآمد، سود خالص، دارايي ها و تعداد و نوع سهام را مشخص نماييد.**

**به مثال زیر توجه کنید**

**شركت تولیدی رب گوجه فرنگی "تک طعم"داراي تخصص در توليد و بازاريابي انواع رب معمولي و رب های بدون مواد نگهدارنده مي باشد. محصول اصلي اين شركت، شيشه هاي 500 گرمي رب از مرارع کشور است**

**زيربناي كارخانه عبارتست از پنج ساختمان متصل به یكديگر واقع در زميني به مساحت پنج هكتار.**

**ساير تجهيزات و امكانات شركت، عبارتند از: يك سردخانه با ظرفيت چهار هزار مترمكعب، خط فرآوري رب، ساختمان انبار مركزي، ساختمان اداري و ناهارخوري.**

**شركت داراي 80 نفر پرسنل تمام وقت و 50 نفر نيمه وقت ( فصلي ) مي باشد. مأموريت شركت، اضافه كردن ارزش افزوده به محصولات منطقه از طريق توليد رب طبیعی با كيفيت عالي و فروش آن به بازارهاي بين المللي با قيمت رقابتي مي باشد.**

**درآمد اين شركت طي سه سال گذشته رشد پايداري به ميزان 30 درصد در سال داشته كه عمدتأ ناشي از بدست آوردن سهم بيشتري از بازار بدليل تحويل به موقع و كيفيت بهتر و خوشنامی بوده است.**

**حاشيه سود خالص به ترتيب 9، 10، 10.5 درصد بوده است. شركت در حال حاضر 7 درصد بازار را در اختيار دارد. موفقيت اخير شركت، امضاء توافق نامه با يك شركت غذايي دانماركي است كه متخصص تأمين محصولات غذايي براي هتلها و رستوران ها در اتحاديه اروپاست. انتظار مي رود اين همكاري به ميزان قابل ملاحظه اي در افزايش درآمد و سودآوري شركت مؤثر باشد. برآوردهاي مالي نشان دهنده رشد متوسط 30 درصدي شركت رب "تک طعم" طي سه سال آينده مي باشد. دارائيهاي شركت "تک طعم" آزاد هستند و شركت د رحال حاضر هيچگونه بدهي به اشخاص حقیقی و حقوقی و باکها و موسسات مالی ندارد.**

بایدها و نبایدهایی که در خلاصه اجرایی مدنظر داشته باشید

1-خلاصه اجرایی را تا حد ممکن کوتاه بنویسید

2-خلاصه اجرایی را بر اساس واقعیتها بنویسید

3-از پرداختن به اطلاعاتی که در طرح کسب وکار نیست پرهیز کنید

4-از لحن و زبانی استفاده کنید که متناسب با فرهنگ سازمان شما و مخاطبانتان باشد

5-خلاصه اجرایی خود را گونه ای قانع کننده بنویسید

6-خلاصه اجرایی را به ترتیب فصل های طرح کسب و کارتان مرتب کنید

**3- تجزيه و تحليل صنعت:**

**الف – تجزيه و تحليل محيطي برای تجزیه و تحلیل محیطی باید به سوالات زیر پاسخ بدهیم**

**محيط كسب وكار(**مدل کسب و کار - توصیف محصولات یا خدمات خود و اینکه چه عواملی آنها را برای بازار هدف جذاب خواهد کرد؟.)

به فرصتهایی که ایده شما در ان کسب و کار دارد و نیازی که از بازار و مشتریان براورده می کند بپردازید .

توضیح دهید که کسب و کار شما چگونه به بازار خدمت خواهد کرد.

**1-آيا خدمات لازم به منظور پشتيباني عمليات در منطقه وجود دارد؟ (دفاتر حقوقي، عرضه كنندگان، مواد مصرفي و...)**

**2-آيا خدمات و زير بناي مناسب براي كاركنان و خانواده هاي آنها وجود دارد؟ ( محل اسكان، فروشگاه، مدرسه و بيمارستان)**

**3-چه روشهاي حمل و نقلي در دسترس است؟**

**4-ايا محل كسب وكار شما از نظر زيست – محيطي مناسب است؟**

**بررسی فرهنگ**

**برای تجزیه و تحلیل فرهنگ باید به سوالات زیر پاسخ دهیم**

**1-فرهنگ (اعتقادات مذهبي، فرهنگ، مصرف، آداب و رسوم) منطقه را بررسی کنید**

**2-آيا با فرهنگ (ارزش ها، باورها، اعتقادات مذهبي، فرهنگ مصرف) منطقه اي كه كسب وكار شما در آن قرار دارد آشنايي داريد؟**

**3-آيا فرهنگ منطقه، كالاهاي توليد شده / خدمات ارائه شده شما را مي پذيرد؟ 4-آيا فرهنگ منطقه مانع ايجاد، توسعه و ترويج بخش هايي از كسب وكار شما مي شود؟ بررسي نماييد.**

**5-آيا مي توانيد بدون در نظر گرفتن موانع فرهنگي موجود، كسب وكار را راه اندازي کرد**

تیم مدیریتی

شما بعنوان یک کارافرین باید بدانید در کسب و کارتان کار تیمی و گروهی منسجم است که می تواند رویای شما را محقق کند و این برای خوانندگان و سرمایه گذاران جذاب خواهد بود بدانند که تیم مدیریتی شما از چه افرادی با چه ویژگی هایی تشکیل شده است .

لذا لازم است در این بحش از خلاصه اجرایی به این سوالات پاسخ دهید

قصد دارید بلافاصله چه کسی یا کسانی را استخدام کنید؟

شما نیاز دارید چه افرادی در بلند مدت با شما همکاری کنند؟

آنها به چه تخصص و مهارت هایی نیاز خواهند داشت؟

نقش هر یک از اعضای تیم در کسب و کارتان را مشخص کنید ؟

**اقتصاد برای بررسی اقتصاد باید به سوالات زیر پاسخ دهید**

**1-در راه اندازي كسب وكار خود تا چه حد به عواملي از قبيل علاقمندي مشتريان، سطح درآمد آنها و نحوه دسترسي شان به محصولات خود توجه كرده ايد؟**

**2-آيا توان خريد مشتريان خود را در نظر گرفته ايد؟**

**3-آيا محصولا شما با توان خريد مشتريانتان متناسب مي باشد؟**

**4- تأثير تغييرات اقتصادي مانند توان خريد، ماليات، نرخ ارز و... را در كسب وكار خود مشخص نماييد.**

**تغييرات جمعيتي مبحث بعدی کع باید مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد تغییرات جمعیتی است .**

**برای بررسی تغییرات جمعیتی باید به سوالات زیر پاسخ داد**

**1-تغييرات جمعيتي مانند اندازه جمعيت، توزيع، تركيب، اشتغال، سطح تحصيلات و درآمد آحاد جمعيتي چه تأثيري بر كسب وكار شما دارد؟**

**2- آيا تأثير چالش هاي جمعيتي ايران مانند تراكم جمعيت در سنين جواني، مهاجرت و اشتغال را بررسي نموده ايد؟**

**3- تغييرات جمعيتي چه فرصت ها و مخاطراتي را براي كسب وكار شما به همراه خواهد داشت؟**

**ب - تجزيه و تحليل بازار در تجزیه و تحلیل بازار باید به بررسی عوامل زیر بپردازید**

اندازه بازار و نرخ رشد

**1-اندازه بازار و نرخ رشد بازار را مشخص نماييد.**

**2-تخمين ها و برآوردهاي رشد را با استفاده از عواملي مانند روند صنعت، تأثير فناوري هاي جديد، روندهاي اقتصادي، اجتماعي، سياست هاي دولت و نيازهاي مشتريان انجام دهيد.**

بررسي روندهاي بازار

**بازار محصولات خود را بررسي نماييد.**

**1-آيا اين بازار در حال رشد است يا رو به افول و یا در معرض تغييرات شدید است؟**

**2-آيا بازار شما، پتانسيل رشد و توسعه دارد؟**

**3-شاخص هاي فناوري مؤثر بر بازار كدامند؟**

**4-قوانين و مقررات مؤثر بر بازار كدامند؟**

ساختار بازار

**1-نوع بازار محصولات خود را (انحصاري، رقابتي، بين المللي و...) مشخص نماييد.**

**2-فعالان موجود در بازار (واحدهاي صنعتي، وارد كنندگان، توليدكنندگان) را شناسايي نماييد.**

**3-عوامل كليدي موفقيت در بازار كدامند؟**

**4-آيا تجزيه و تحليل SWOT را براي ورود به بازار انجام داده ايد؟**

بررسي رقبا

**1-رقباي مستقيم و غير مستقيم شما چه كساني هستند؟**

**2-تهديدات احتمالي را كه ممكن است از جانب آنها به شما برسند كدامند؟**

**3-برتري ها و كاستي هاي رقباي شما در زمينه هايي مانند مديريت، شبكه توزيع، منابع مالي، مزاياي قيمت ومواردي از اين قبيل چيست؟**

**4- وضعيت رقباي خود را در آينده مشخص نماييد. آيا مي توانيد بازار رقباي خود را تصاحب كنيد؟ در مورد نحوه انجام كار توضيح دهيد.**

تجزيه و تحليل عرضه و تقاضا:

**1-ميزان واردات محصول را به تفكيك اقلام و طي سال هاي گذشته بررسي نماييد.**

**2- عرضه كنندگان را برحسب پارامترهايي مناسب ( ظرفيت توليد، حجم فروش، نوع محصول، كيفيت محصول، فاصله جغرافيايي، نوع توليد و ميزان تبليغات )تقسيم بندي كنيد.**

**3- عرضه را برحسب طرح هاي در دست اجرا، پيش بيني زمان بهره برداري، ظرفيت هر كدام و مواردي از اين قبيل پيش بيني نماييد.**

**4-روند تقاضا را در گذشته بررسي و تحليل نماييد. ميزان تقاضا را پيش بيني كنيد.**

**امور مالی**

**مهمترین نکته ای که باید برای این بخش در نظر داشته باشید این است که آن را واقع بینانه و جذاب توضیح دهید نگارش و لحن مثبت داشتن بسیار خوب است اما دقیق بودن هم ضروری است**

**شما بایستی در این بخش به این داده های مالی که شامل موارد زیر است بپردازید**

**قیمت گذاری محصولات و خدمات**

**هزینه راه اندازی**

**هزینه های جاری**

**درآمد بالقوه برای 3-5 سال**

**هدف این است که خواننده و مخاطب طرح شما بداند که چه مقدار پول وارد و در کسب و کار شما گردش دارد . این موضوع بیانگر ان خواهد بود که این ایده ی کسب شما قابل اتکا برای سرمایه گذاری است یا نه ؟**

بررسي فرصت صادرات و واردات

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **نام محصول** | **واحد اندازه گيري** | **2019 واردات مقدار** | **2020**  **واردات مقدار** | **2021**  **واردات مقدار** | **قیمت واردات**  **2019** | **قيمت واحد توليد داخل** | **مقدار تولید داخل** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**1-ميزان واردات و قيمت محصول وارداتي و نام محصول داخلي را در صورتي كه در كشور موجود باشد؛ (در سه سال گذشته) مشخص نماييد.**

**نام محصول**

**واحد اندازه گيري**

**سال 2018**

**سال 2019**

**سال 2020**

**مقدار واردات**

**قيمت واحد واردات**

**قيمت واحد توليد داخل**

**مقدار تولید داخل**

برنامه عملیات و تولید

نوشتن بخش برنامه عملیات در ظطرح کسب و کار

بخش برنامه عملیات و تولید یکی از ضروریاتی است که در طرح کسب و کار باید به ان بپردازید که شامل مواردی ، مانند محل استقرار شرکت ، امکانات و تجهیزات و ماشین الات مورد نیاز فن اوریها و سایر ملزوماتی است که تولید کالا یا خدمات شما بر بستر انها امکانپذیر است بسته به اینکه طرح چه کسب و کاری را می نویسید و چه نوع کسب و کاری را اداره خواهید کرد ، ممکن است اطلاعات مورد نیاز متفاوت باشد برنامه عملیات تولید دارای اجزای خاصی است که در زیر به انها اشاره می شود این تفکیک و تقسیم بندی اجزا این امکان را به شما و کسب و کارتان می دهد تا هوشمندانه به تمام جزییات توجه داشته باشیدو تصمیمات درستی بگیرید تا در نهایت کسب و کار شما به هدف غایی خود یعنی ارزش ایجاد کردن برسد . در زیر ، ما در مورد اجزای اصلی طرح عملیات تجاری بحث می کنیم ، از جمله: شرح محصول تولید شده ، محل کار ، پرسنل ، موجودی کالا ، تأمین کنندگان ، پردازش پرداخت (سیاست های اعتباری) و حسابهای دریافتنی / پرداختنی). هر یک از این بخشها را به جزئیات مربوط به کسب و کار را توضیح خواهیم داد. شما باید مشخص کنید که در ایجاد کسب و کار خود کجا هستید. به طور مشخص ، چه اقداماتی برای به راه اندازی کسب و کارتان خود انجام داده اید؟ و در حال حاضر چه اقدامات دیگری برای انجام دادن دارید ؟

برنامه عملیاتی و تولید را به عنوان خلاصه ای از سرمایه گذاری و هزینه مورد نیاز کسب و کار خودرا در نظر بگیرید

بخش مرحله توسعه

هنگامی که این بخش از برنامه عملیاتی را می نویسید ، با توضیح آنچه تا به امروز برای عملیاتی کردن کار کسب و کارتان انجام داده اید اشاره کنید ،لیستی از اقدامات تهیه کنید که چکار کرده اید تا به اینجا رسیده اید و کارهایی را که در اینده انجام شود تا کسب و کارتان گسترش پیدا کند را نیز بنویسد

گردش کار یا فرایند تولید: شرح مفصلی از فرایند تولید و مراحل ان ارایه کنید ، همچنین به شناسایی مشکلات احتمالی در روند تولید محصول یا ارایه خدماتتان بپردازید در این بخش به عدم قطعیت ها و مدیریت کردن ریسکهای تولید نیز بپردازید ، که شامل مشکلات احتمالی است که در روند تولید ممکن است تداخل ایجاد کند و اینکه شما برای مدیریت این ریسکها چه کاری انجام می دهید فرآیند تولید / نحوه انجام خدمات: در اینجا شما باید روند تولید محصول خود را به طور خلاصه بیان کنید.. برای ارائه و توضیح این موضوع، یک چک لیست یا فلوچارت به طور کلی تهیه کنید ،. اگر در فرآیند تولید مسایلی وجود دارد که کارکنان را در معرض خطرات احتمالی قرارمیگیرند و سلامتی و عملکرد انها در تهدید میشود به ، نحوه آموزش کارکنان در برخورد با مسائل ایمنی در رابطه با ان موضوع بپردازید . در صورت استفاده از مواد خطرناک شیمایی و اسیدی و یا موادی که به سرعت فساد پذیر هستندو همچنین ، نحوه نگهداری ، استفاده و بهینه کردن انها نیز توضیحاتی ارایه کنید

دریافت استانداردها و گواهی نامه ها عضویت در انجمن های صنفی: آگاهی خود را از استانداردها و مقررات داخلی ،یا ملی و منطقه ای در صنعت خود با نشان دادن اینکه برای تولید و عرضه محصولاتتان از کدام سازمان های بایستی تاییدیه های لازم را بگیرید و یا عضویت کدام یکی از سازمانها و اتحادیه ها برای شما ضرورت دارد و یا می تواند مفید واقع شود را اشاره کنید و همچنین قصد عضویت در آنها را دارید ، نشان دهید. این همچنین فرصتی برای تشریح اقدامات انجام شده برای انطباق با قوانین و مقررات مربوط به صنعت شما است.

زنجیره های تأمین: توضیحی در مورد اینکه چه کسی یا چه شرکتها و سازمانهایی تأمین کنندگان شما هستند و قیمت ها ، شرایط و ضوابط آنها برای تامین مواد اولیه و خدمات مورد نیازتان چیست را نیز توصیف کنید که اگر این تأمین کنندگان تحت شرایطی از با شما همکاری نکنند برنامه شما برای ادامه مسیر چه خواهد بود را نیز تشریح کنید که ، چه اقدامات جایگزینی دارید

کنترل کیفیت: چگونه نظارت بر روند تولید یا ارائه خدمات را حفظ خواهید کرد؟ برنامه ای برای نظارت بر روند تهیه کنید

توضیحی درباره اقدامات و الزامات مربوط به کنترل کیفیت در زمینه مواد اولیه و فرایند تولید و همچنین محصول نهایی ارایه کنید . به عنوان مثال ، اگر قصد دارید ازمایشگاه کنترل کیفیت مجهز و مورد تایید سازمانهای مربوطه داشته باشید باید چه الزامات تجهیزاتی داشته باشید

بخش فرآیند تولید

مرحله توسعه بخش برنامه عملیاتی را به عنوان یک نمای کلی در نظر بگیرید ، و سپس در بخش فرآیند تولید به جزئیات فعالیتهای روزمره کسب و کار بپردازید . به یاد داشته باشید ، هدف شما از نوشتن این بخش از برنامه تجاری نشان دادن درک شما از روند تولید یا تحویل محصول یا خدمات شما است.

ریسک های احتمالی : شما باید مشکلات احتمالی احتمالی را که در روند تولید بوجود می آیند شناسایی کنید. چگونه از پس چنین مسائلی برمی آیید؟ چه تاثیری در تجارت خواهد داشت؟

.

موارد عمومی: در طرح کسب و کارتان و بخش عملیات تولید دو رنمایی از کارهای روزمره و روتین کسب و کار خود را بنویسید ، از جمله ساعات کار و روزهای کاری واحدهای مختلف تولید .اداری و بازرگانی. اگر کسب و کار شما فصلی است در این مورد و راه حل های شما برای کار های فصلی نیز توضیحاتی ارایه کنید

جانمایی و مکان کسب و کار : مکان کسب و کار شما کجاست و محل کاتان دارای جه مریت هایی است . در صورت لزوم ، نقشه های ساختمان ، نسخه هایی از قراردادهای اجاره و ارزیابی های اخیر املاک و مستغلات را ارایه کنید . شما باید نشان دهید که زمین یا ساختمانهای مورد نیاز برای فعالیتهای مربوط به کسب و کارتان چقدر ارزش دارد و نقش هر کدام از این ساختمانها و محل هایی که در نقشه کلی ساختمان محل کارتان ارایه کرده اید را نیز شرح دهید

تجهیزات: در مورد لوازم و تجهیزات مورد نیاز ترتیب بالا عمل کنید علاوه بر توصیف تجهیزات لازم و مقدار مورد نیاز شما ، باید ارزش و هزینه آن را نیز درج کنید

اولویت تجهیزات: برخی از تجهیزات ممکن است مطلوب باشد اما یک ضرورت نیست. به دست آوردن آن یک سطح از اولویت را اختصاص دهید. اولویت باید بسته به احتمال تجهیزات برای افزایش تولید یا کارایی بیشتر باشد. همچنین ممکن است طرح کلی خروجی تجهیزات ، تعمیر و نگهداری / تعمیرات مورد نیاز و طول عمر مورد نظر مفید باشد.

قیمت گذاری تجهیزات: هزینه پیش بینی شده برای خرید (جدید یا دست دوم) و اجاره تجهیزات لازم را مشخص کنید. شما باید منطق خود را برای تصمیم خود توضیح دهید.

تأمین مالی تجهیزات: هرگونه ترتیب مالی را توضیح دهید. لیستی از دارایی های خود تهیه کنید ، مانند زمین ، ساختمان ، موجودی کالا ، مبلمان ، تجهیزات و وسایل نقلیه. شرح حقوقی و ارزش هر دارایی را وارد کنید.

نیازمندی های ویژه

آیا برای ادامه کار شما شرایط خاص یا عوامل موقعیتی لازم وجود دارد؟ در این بخش ، شما هرگونه الزاماتی را که منحصر به کسب و کار شما هستند و خارج از انتظارات عمومی است ، لیست می کنید. این می تواند شامل دارایی های ویژه ، شرایط اقتصادی ، شرایط قانونی و غیره باشد.

دارایی ها: لیستی از دارایی های خود مانند زمین ، ساختمان ، موجودی کالا ، تجهیزات اداری ، تجهیزات و وسایل نقلیه تهیه کنید. شرح حقوقی و ارزش هر دارایی را وارد کنید

شرایط خاص: اگر کسب و کار شما نیاز بیش از حد و غیر معمولی به هریک از حامل های انرزی دارد مانند نیاز به آب یا برق ، تهویه ، تخلیه و غیره دارد ، جزئیات انرا در برنامه عملیاتی خود و همچنین اقدامات شما برای تامین انها بیان کنید

مواد اولیه مورد نیاز : بیان کنید که در کجا می خواهید مواد مورد نیاز برای تولید محصول یا خدمات خود را تهیه کنید و توضیح دهید که با چه شرایطی با تامین کنندگان مذاکره کنندگان خواهید کرد

زمانبندی تولید محصول : توضیح دهید که تولید یک واحد از محصول شما چه مدت زمان نیاز دارد ویا تحت جه شرایطی می توانید تولید محصول یا خدمات خود را شروع کنید. عواملی را که ممکن است بر زمانبندی تولید شما تأثیر بگذارد را لیست کنید شامل کنید و برنامه خودتان را برای حل ان موارد را ذکر کنید

خدمات مشتری: برنامه شما برای خدمات مشتری چیست؟ این شامل ارتباطات فروش ، محصولات برگشتی و پیگیری مشتری است

موجودی: نحوه ثبت سفارشات از مشتری را تشریح کنید

امکان سنجی تولید : در مورد هر تحقیق یا آزمایشی که برای اثبات امکان تولید محصول و خدمات خود مطابق با برنامه های عملیاتی انجام داده اید ، مروری اجمالی داشته باشید. که شامل برنامه ی تحقیقات بازار ، پرسشنامه ، تجزیه و تحلیل اطلاعات و... در نهایت ارایه محصول ، باشد و یا هر نوع عملیات دیگر در فرایند تولید و کنترل کیفیت محصول ، از جمله آزمایش نمونه اولیه را که روی محصول یا خدمات خود انجام داده اید ، توصیف کنید

هزینه: جزئیات برآورد هزینه محصول را بیان کنید.

برنامه عملیاتی

توسعه محصول یا خدمات چیست؟

ب..

.

امکان تولید:

آسیب پذیری:

کنترل کیفیت:.

.

تجهیزات و سایر دارایی ها

تجهیزات لازم: برای انجام عملیات اساسی به چه تجهیزاتی نیاز دارید؟

دارایی های جاری: ممکن است از قبل برخی از تجهیزات لازم برای انجام عملیات را داشته باشید. این دارایی ها را شناسایی کنید و توضیح دهید که چه نیازهای دارایی را برآورده می کنند.

محل

به چه ویژگی هایی در یک مکان نیاز دارید؟

ساختمانهای فیزیکی: نوع مکانی را که دارید توصیف کنید. ممکن است چندین مکان یا مکان با اهداف خاص طراحی شده باشید ، مانند ساخت ، دفتر اداری و مکان های فروش. در صورت قابل اجرا بودن ، برنامه شما باید شامل موارد زیر باشد:

نقشه های ساختمان ، نسخه هایی از قرارداد اجاره و / یا ارزیابی های اخیر املاک و مستغلات.

ارزش مورد انتظار زمین یا ساختمانهای مورد نیاز برای فعالیتهای تجاری شما چقدر است؟

اهمیت هر مکان فیزیکی را برای تجارت خود توضیح دهید.

الزامات ساختمان فیزیکی: مشخصات خاصی را ارائه دهید ، مانند تجزیه هزینه هر فوت مربع ، مواد ، طراحی ، چیدمان داخلی ، پارکینگ و غیره

میزان فضا: کاربرد فضا را توضیح دهید. برای رشد فکری و برنامه ریزی مورد نیاز ، برنامه ای داشته باشید.

نوع ساختمان: تصمیم خود را برای اجاره در مقابل توجیه کنید. خرید ، و یک کلاس از امکانات.

منطقه بندی: اطمینان حاصل کنید که فعالیت پیش بینی شده مطابق با شرایط منطقه بندی قابل اجرا است. در غیر این صورت ، طرحی را برای درخواست واریانس توضیح دهید یا از شهرداری برای منطقه بندی مجدد درخواست کنید.

برق و سایر تاسیسات: به برق مورد نیاز شما چه میزان خواهد بود. برآورد هزینه برق و منابع / مصوبات نظارتی لازم برای بدست آوردن چنین بودجه ای را داشته باشید. یک برنامه قوی در مورد داده های اولیه و بحث های در حال انجام با ارائه دهندگان خدمات موجود بحث خواهد کرد.

دسترسی: برای موقعیت مکانی خود به چه نوع دسترسی نیاز دارید؟ نحوه دسترسی مشتریان ، کارمندان ، پرسنل تدارکات و غیره را به کسب و کار شما توضیح دهید. به عنوان مثال آیا به دسترسی آسان راهپیمایی نیاز دارید؟ آیا برای مشتریان و تامین کنندگان راحت است؟

ساخت و ساز: آیا ساختمانی خواهید ساخت یا اجاره خواهید داد؟ شما باید فواید یکی را بر دیگری توضیح دهید. این توجیه باید شامل تجزیه و تحلیل هزینه / سود هر گزینه باشد.

هزینه ها: رقم اولیه ای را برای هزینه های مربوط به ساختمان / اشغال مکان مورد نظر تعیین کنید. نمونه هایی از هزینه ها شامل: اجاره / رهن ، نگهداری ، آب و برق ، مالیات بر املاک ، بیمه ، ساخت / بازسازی و غیره این اعداد به بخشی از برنامه مالی شما تبدیل می شوند.

ساعات کار: ساعات کار مورد نظر خود را نشان دهید و توجیه کنید. آیا مکان شما از این ساعات کار پشتیبانی می کند؟ آیا با سایر مشاغل محلی یا مقیم منافات دارد؟

شخصی

در این بخش ، شما نمای کلی از پرسنل اصلی درگیر در تجارت و انواع موقعیت های لازم را ارائه می دهید. در واقع ، شما می خواهید بگویید چه کسی چه کاری انجام خواهد داد. شرح اینکه آیا شما برای استخدام پرسنل جدید یا قرارداد با پیمانکاران مستقل برای انجام وظایف تجاری تصمیم می گیرید. لازم است با رشد تجارت ، نیازهای پرسنل را در نظر بگیرید.

تیم راه اندازی: چه کسی در تیم راه اندازی شما عضو است؟ حوزه اصلی مسئولیت آنها چیست؟ آنچه را که وظیفه و وظایف آنها را می فهمید شرح دهید و نحوه صلاحیت یا صلاحیت این وظایف را توضیح دهید.

انواع پرسنل: توضیحات کلی درباره کارمندان اصلی یا پست های مورد نیاز خود را ارائه دهید. این شامل افراد ماهر ، غیر ماهر و متخصص است. به عنوان بخشی از این فرایند ، در وصیت نامه شما مشخص می شود که چه کسی در هر مرحله از کارها وظایف خاص را انجام می دهد. برخی از این موقعیت ها ممکن است توسط پیمانکاران مستقلی که خدمات را به صورت کارمزد ارائه می دهند ، پر شود. در این صورت ، ماهیت این روابط پیش بینی شده را ثبت کنید. در ابتدا ، فقط چند موقعیت وجود خواهد داشت. سعی کنید انواع پرسنل مورد نیاز را با رشد کسب و کار مشخص کنید.

تعداد کارمندان: یک جدول زمانی بسازید که رشد پرسنل را مطابق با رشد اقتصادی پیش بینی شده نشان دهد.

پروتکل رویه ای: با توصیف روش های لازم برای انجام موثر هر موقعیت یا عملکرد کسب و کار شروع کنید. این امر برای حفظ ثبات عملیاتی و همچنین ثبات در عملیات ضروری است. این می تواند شامل مراحل رویه ای یا کتابچه های راهنمای کتبی برای انجام مراحل جداگانه عملیات باشد.

روش های استخدام کارمندان: این مهم برای شرکت های خدمات حرفه ای یا با فن آوری بالا است. شما باید برنامه ای برای استخدام ارائه دهندگان خدمات جدید و متخصصان ماهر داشته باشید. این امر ابتدا نیاز به ایجاد شرح وظایف و مهارتهای مطلوب کارکنان دارد. توجه: یک مکان خوب برای شروع ، هرگونه ارتباط برقرار شده با دانشگاه های محلی با برنامه های فنی و مدارس حرفه ای مستند است.

آموزش شخصی: آموزش را چگونه انجام می دهید؟ برنامه شما برای آماده سازی کارمندان جدید چیست؟ آیا در صورت از دست دادن یک کارمند اصلی برنامه ادامه ای دارید؟ مراقب باشید که بدون ایجاد یک برنامه آموزشی برای افراد جایگزین ، اهمیت عملیاتی بیش از حد را برای هیچ فردی قائل نشوید.

جبران خسارت: همراه با توصیف پرسنل و جدول زمانی برای استخدام ، می خواهید هزینه تخمینی را در هر دوره از زمان با هم مرتبط کنید. به همین ترتیب ، شما باید یک ساختار جبران خسارت برای کارمندان ایجاد کنید. تهیه یک برنامه واقع بینانه متناسب با پیش بینی درآمد شرکت ها و ایجاد انگیزه در کارمند برای انجام و ادامه کار مهم است. تیم راه اندازی یا جبران خسارت رهبری کلیدی (از جمله مزایا و گزینه های سهام) اغلب دشوارترین ساختار آن است.

موجودی و مواد

در این بخش ، شما توضیح می دهید که موجودی خود را یا مواد لازم برای تولید محصول یا انجام خدمات خود را دریافت می کنید. شما باید تأمین کنندگان یا تولیدکنندگان خود را نشان دهید و ماهیت یا شرایط توافق خود را مشخص کنید.

موجودی کالا: چه نوع موجودی (محصول نهایی ، لوازم ، مواد اولیه و غیره) را در دسترس خود نگه دارید و از کجا تهیه خواهید کرد؟

هزینه / ارزش موجودی کالا: شما باید در پیش بینی های مالی خود از پیش بینی هزینه موجودی کالا استفاده کنید. یک پیش بینی اساسی در ارزیابی قبل از پول (بودجه قبل از سهام) برای کار شما ، ارزیابی دقیق ارزش دارایی ها از جمله موجودی کالا خواهد بود.

چرخش موجودی کالا: با چه نرخی نیاز دارید که موجودی خود را دوباره ذخیره کنید؟ این رقم مهمی است که در ارزیابی قدرت فروش تجارت استفاده می شود. شما می خواهید در مورد چگونگی مقایسه موجودی کالا با میانگین صنعت یادداشت ویژه داشته باشید.

شرایط خاص موجودی کالا: شما همچنین می خواهید طرحی را برای مقابله با نیازهای موجودی به صورت فصلی ترسیم کنید. این شامل طرحی برای سفارش به موقع است.

کنترل موجودی: شما باید برنامه ای برای نظارت و کنترل موجودی کالا تنظیم کنید. این باید در شرح کارمندان / پرسنل گنجانده شود.

هزینه های تولید

تمام اطلاعات فوق به عنوان برآورد هزینه های تولید برای درج درمورد مالی شما ترکیب می شود. ممکن است بخواهید ارقام جداگانه ای در مورد هزینه کالا و هزینه کار نگه دارید. همچنین ممکن است بخواهید برای هزینه های غیر تکراری و اتفاقی مرتبط با عملیات ، دسته سوم هزینه های تولید ایجاد کنید.

تأمین کنندگان

اکنون مکانی برای ارائه اطلاعات دقیق در مورد شرکت ها / اشخاصی است که موجودی / مواد مشخص شده در بالا را به شما ارائه می دهند.

پیش زمینه تأمین کننده: شما باید اطلاعات اولیه در مورد تأمین کننده را درج کنید. این امر به ثبات / قابلیت اطمینان سرویس آنها اعتبار می بخشد.

جزئیات موجودی: نوع ، مقدار و هزینه موجودی موجود در هر منبع را مشخص کنید. این باید شامل شرح نوسانات پیش بینی شده در نیازها یا هزینه های موجودی کالا باشد. به عنوان مثال ، شما می خواهید سنبله ها را در هزینه های فصلی مشخص کنید.

شرایط پرداخت: شرایط عملکرد روابط تأمین کننده و خریدار را مشخص کنید. شرایط پرداخت چیست؟ شرایط تحویل چیست؟

طرح پشتیبان: داشتن برنامه پشتیبان در صورت از دست دادن تأمین کننده یا تأمین کننده برای تأمین نیازهای عملیاتی ، مهم است. این می تواند شامل گزینه های تامین کنندگان جایگزین باشد. با این کار از اهمیت بیش از حد عملیاتی برای اشخاص ثالث جلوگیری می شود.

خط مشی های پرداخت

در این بخش ، شما به طور خلاصه نحوه جبران خسارت کالاهای فروخته شده یا خدماتی را که ارائه می دهید ، بیان می کنید.

صدور اعتبار: آیا قصد پذیرش اعتبار داخلی را دارید؟ شما می خواهید به استانداردهای صنعت و سیاست های پرداخت رقبا نگاه کنید. فراموش نکنید ، سیاست های پرداخت شما می تواند نقطه تمایز بین شما و آن رقبا باشد. شرایط پرداخت برای مشتریانی که بصورت علی الحساب خرید می کنند چگونه خواهد بود؟

تعیین اینکه چه کسی می تواند با اعتبار خرید کند: برای تعیین اینکه چه کسی می تواند به صورت اعتباری و تحت چه شرایطی خرید کند ، باید برخی از سیاست های ثابت را در این زمینه داشته باشید. به یاد داشته باشید ، شما باید قبل از انجام بررسی پیشینه ، قوانین قابل اجرا را رعایت کنید. همچنین ، افزایش اعتبار می تواند منصفانه یا ضد تبعیض در قوانین وام باشد.

شرایط اعتبار: مدت پرداخت چقدر خواهد بود؟ اگر اعتبار را تمدید کنید ، باید در مورد شرایط بازپرداخت و سود ، در صورت وجود ، مربوط به دادن اعتبار تصمیم بگیرید. نرخ سود جریمه شده و جریمه های تأخیر در پرداخت چقدر خواهد بود؟ آیا برای پیش پرداخت تخفیف در نظر گرفته می شود؟

علایق امنیتی: آیا به کالاهای فروخته شده علاقه امنیتی خواهید داشت؟ در این صورت ، آیا شما استانداردی برای ثبت این معاملات دارید؟

آهسته یا پرداخت نکردن مشتری: شما برای برخورد با مشتریان دیرپرداز به سیاستی نیاز خواهید داشت. برای یادآوری ، اصرار و احتمالاً تهدید مشتریان به پرداخت هزینه چه روندی را ایجاد خواهید کرد؟ شما باید یک طرح تشدید برای درخواست پرداخت ، مانند برقراری تماس تلفنی ، ارسال نامه ، استفاده از نمایندگی جمع آوری و استخدام وکیل وکالت را ترسیم کنید.

کارتهای اعتباری: اگر اعتبار تجاری را قبول دارید ، آیا ارائه دهنده خدمات برای پردازش پرداخت دارید؟

هزینه های تمدید اعتبار: هر زمان اعتبار را تمدید کنید هزینه ای در بر دارد. این هزینه می تواند خطر عدم پرداخت خریدار باشد یا هزینه سرمایه در طول دوره اعتبار است. صرف نظر از این ، شما باید این هزینه ها را در منابع مالی خود وارد کنید. به عنوان مثال ، همیشه نیاز به مقداری کمک هزینه برای حساب های بد وجود دارد.

مدیریت حسابهای پرداختنی

به عنوان بخشی از روند عملیات ، شما ممکن است در نقش طلبکار یک سرویس دهنده یا تأمین کننده باشید. شما باید برنامه ای برای پرداخت حساب های بدهکار تهیه کنید. ملاحظات اصلی در تهیه برنامه پرداخت عبارتند از: حفظ روابط مثبت با تامین کننده / سرویس دهنده ، بهینه سازی استفاده از پول نقد موجود. اگر تامین کننده / سرویس دهنده تخفیف برای پرداخت زودهنگام را ارائه می دهد ، پس باید بررسی کنید که آیا این گزینه به نفع شماست. اگر کسب و کار شما از انجام پرداخت در پایان دوره موجود بسیار سود می برد ، ممکن است ارزش تمدید تعهد پرداخت را داشته باشد.

محیط قانونی

ایجاد و حفظ عملیات مستلزم عبور از بسیاری از موانع قانونی است. شما باید مسائل حقوقی پیش بینی شده را از قبل شرح دهید و طرحی را برای پرداختن به آنها ترسیم کنید. در زیر برخی از موارد قانونی ، اما معمول ، موارد قانونی آورده شده است.

انتخاب و تشکیل نهاد: توجیه خود را برای انتخاب یک ساختار موجود مشخص کنید. توضیحات باید شامل موارد زیر باشد: مالیات ، بودجه سهام و مالکیت و کنترل.

مجوزهای تجاری ، پروانه های حرفه ای ، بازرسی ها و شرایط منطقه بندی: کلیه شرایط صدور مجوز برای انجام کار خود را مشخص کنید. این شامل مجوز کسب و کار ، پرسنل ، دارایی و غیره است.

الزامات بیمه و اوراق قرضه: الزام پیوند بیمه های حرفه ای را مشخص کنید. شما باید برنامه به دست آوردن پوشش و همچنین هزینه این پوشش را ذکر کنید.

مجوزها: فعالیت های خاص تجاری در مکان های خاص نیاز به مجوزهای ویژه دارد. شما باید تحقیقات لازم در زمینه الزامات قانونی را انجام دهید و خلاصه ای از نحوه رسیدگی به این الزامات را ارائه دهید.

مقررات محیط کار و محیط کار: طرحی را برای بازرسی ها و استانداردهای لازم در محل کار مشخص کنید. این استانداردها می تواند به شدت بر برنامه های ساختمانی و هزینه های قابل اجرا تأثیر بگذارد. مقررات زیست محیطی از جمله

محیط قانونی

ایجاد و حفظ عملیات مستلزم عبور از بسیاری از موانع قانونی است. شما باید مسائل حقوقی پیش بینی شده را از قبل شرح دهید و طرحی را برای پرداختن به آنها ترسیم کنید. در زیر برخی از موارد قانونی ، اما معمول ، موارد قانونی آورده شده است.

انتخاب و تشکیل نهاد: توجیه خود را برای انتخاب یک ساختار موجود مشخص کنید. توضیحات باید شامل موارد زیر باشد: مالیات ، بودجه سهام و مالکیت و کنترل.

مجوزهای تجاری ، پروانه های حرفه ای ، بازرسی ها و شرایط منطقه بندی: کلیه شرایط صدور مجوز برای انجام کار خود را مشخص کنید. این شامل مجوز کسب و کار ، پرسنل ، دارایی و غیره است.

الزامات بیمه و اوراق قرضه: الزام پیوند بیمه های حرفه ای را مشخص کنید. شما باید برنامه به دست آوردن پوشش و همچنین هزینه این پوشش را ذکر کنید.

مجوزها: فعالیت های خاص تجاری در مکان های خاص نیاز به مجوزهای ویژه دارد. شما باید تحقیقات لازم در زمینه الزامات قانونی را انجام دهید و خلاصه ای از نحوه رسیدگی به این الزامات را ارائه دهید.

مقررات محیط کار و محیط کار: طرحی را برای بازرسی ها و استانداردهای لازم در محل کار مشخص کنید. این استانداردها می تواند به شدت بر برنامه های ساختمانی و هزینه های قابل اجرا تأثیر بگذارد. مقررات زیست محیطی شامل مستندات و پاسخگویی مناسب در مورد زباله ها ، زباله ها و نظرسنجی های زیست محیطی محل و غیره

قوانین استخدام: طرحی را برای انطباق قانونی با تمام قوانین استخدام تدوین کنید. این شامل مراحل استخدام / اخراج ، مزایای کارکنان (بیمه درمانی و غیره) ، جبران خسارت کارگر ، اقدام مثبت (در صورت پذیرش قراردادهای فدرال) و غیره است.

مالیات: ثبت مالیات فدرال ، ثبت مالیات ایالتی ، برآورد مالیات پرداختی ، بازداشت حقوق و دستمزد کارمندان ، ثبت و نگهداری مالیات فروش ، مالیات املاک و غیره

حفاظت از مالکیت معنوی: شما باید طرحی برای محافظت و نگهداری از کلیه اشکال قابل استفاده از مالکیت معنوی از جمله: اسرار تجاری ، علائم تجاری ، حق چاپ و حق ثبت اختراع تهیه کنید. در برخی موارد ، حفاظت از مالکیت معنوی شما می تواند بسیار پرهزینه باشد (مانند پرونده های ثبت اختراع). این هزینه ها را در حساب مالی حساب کنید.

نتیجه گیری: پس از کار در این بخش برنامه کسب و کار ، شما یک برنامه عملیاتی دقیق و یک طرح کلی از اقدامات بعدی برای توسعه کسب و کار خواهید داشت.

بخش عملیاتی برنامه تجاری شما جایی است که توضیح می دهید - با جزئیات - اهداف ، اهداف ، رویه ها و جدول زمانی شرکت شما. یک برنامه عملیاتی برای سرمایه گذاران مفید است ، اما برای شما و کارمندان نیز مفید است زیرا شما را به فکر کردن درباره تاکتیک ها و مهلت های مقرر سوق می دهد.

در دوره قبلی ، شما برنامه استراتژیک شرکت خود را بیان کردید ، که به سوالات مربوط به ماموریت تجاری شما پاسخ می دهد. در یک برنامه عملیاتی مراحل انجام اقدامات مأموریت تجاری خود مشخص شده است.

برنامه عملیاتی شما باید بتواند به موارد زیر پاسخ دهد:

چه کسی - پرسنل یا بخشهایی که مسئول انجام وظایف خاص هستند.

چه - توصیفی از مسئولیت هر بخش.

کجا - اطلاعاتی که در آن عملیات روزانه انجام می شود.

چه زمانی - آخرین مهلت برای تکمیل وظایف و اهداف.

چه مقدار - مبلغ هزینه ای که هر بخش برای انجام وظایف خود نیاز دارد.

در این جلسه ، ما توضیح می دهیم که هر مورد در برنامه عملیاتی شما قرار دارد.

اهداف و اهداف

کلید برنامه عملیاتی داشتن هدف مشخص و هدفی است که همه در تکمیل آن متمرکز هستند. در این بخش از برنامه خود ، شما به روشنی بیان خواهید کرد که هدف عملیاتی شرکت شما چیست.

هدف عملیاتی شما با هدف کلی شرکت شما متفاوت است. در دوره یک ، شما هدف اصلی خود را کشف کردید. هدف عملیاتی شما توضیح می دهد که چگونه قصد دارید هدف استراتژیک خود را به پایان برسانید.

برای ایجاد یک هدف عملیاتی کارآمد ، به SMART فکر کنید:

خاص - در مورد آنچه می خواهید کارمندان به دست آورند روشن باشد.

قابل اندازه گیری - بتوانید برای پیگیری پیشرفت ، هدف را کمی کنید.

قابل دستیابی و واقع گرایانه - بلند پروازانه بودن بسیار خوب است اما اطمینان حاصل کنید که تیم خود را برای شکست آماده نمی کنید. هدفی ایجاد کنید که انگیزه همه برای تکمیل آن با منابع موجود باشد.

به موقع - مهلت تعیین کنید تا هرکسی تاریخی داشته باشد که برای آن تلاش می کند.

اهداف و اهداف

کلید برنامه عملیاتی داشتن هدف مشخص و هدفی است که همه در تکمیل آن متمرکز هستند. در این بخش از برنامه خود ، شما به روشنی بیان خواهید کرد که هدف عملیاتی شرکت شما چیست.

هدف عملیاتی شما با هدف کلی شرکت شما متفاوت است. در دوره یک ، شما هدف اصلی خود را کشف کردید. هدف عملیاتی شما توضیح می دهد که چگونه قصد دارید هدف استراتژیک خود را به پایان برسانید.

برای ایجاد یک هدف عملیاتی کارآمد ، به SMART فکر کنید:

خاص - در مورد آنچه می خواهید کارمندان به دست آورند روشن باشد.

قابل اندازه گیری - بتوانید برای پیگیری پیشرفت ، هدف را کمی کنید.

قابل دستیابی و واقع گرایانه - بلند پروازانه بودن بسیار خوب است اما اطمینان حاصل کنید که تیم خود را برای شکست آماده نمی کنید. هدفی ایجاد کنید که انگیزه همه برای تکمیل آن با منابع موجود باشد.

به موقع - مهلت تعیین کنید تا هرکسی تاریخی داشته باشد که برای آن تلاش می کند.

بخشهای مختلف اهداف عملیاتی متفاوتی خواهند داشت. با این حال ، هر هدف بخش باید به شرکت در رسیدن به هدف اصلی کمک کند. علاوه بر این ، اهداف عملیاتی تغییر می کنند. اهداف به صورت دائمی یا بلند مدت در نظر گرفته نشده اند. جدول زمانی باید با در نظر گرفتن اهداف بلند مدت شرکت شما برنامه ریزی شود.

بیایید برای هدف تجارت محلی پیتزا به مثال زیر توجه کنیم:

هدف استراتژیک: ارائه پیتزا در سراسر ماساچوست شرقی.

هدف عملیاتی بخش فناوری: ایجاد یک برنامه تلفن همراه تا ژانویه 2017 برای ارائه تجربه کاربری بهتر.

هدف عملیاتی بخش بازاریابی: افزایش بازدید کنندگان وب سایت تا 50٪ تا ژانویه 2017 با تبلیغات در رادیو ، وب سایت های برتر غذایی محلی و چاپ تبلیغات.

هدف عملیاتی بخش فروش: با هدف قرار دادن 3 از بزرگترین شهرستانهای ماساچوست ، فروش تحویل 30٪ افزایش یابد.

هدف عملیاتی بخش فروش: با هدف قرار دادن 3 از بزرگترین شهرستانهای ماساچوست ، فروش تحویل 30٪ افزایش یابد.

فرایند تولید

بعد از اینکه اهداف خود را ایجاد کردید ، باید استراتژیک در مورد چگونگی تحقق آنها فکر کنید. برای انجام این کار ، هر بخش (یا تیم) باید تمام منابع لازم برای روند تولید را داشته باشد.

منابعی که باید درباره آنها فکر کنید شامل موارد زیر است:

تامین کنندگان - آیا تأمین کننده ای (یا بیشتر) دارید که به شما در تولید محصولتان کمک کند؟

تجهیزات و فناوری - آیا هر بخش تجهیزات ، فناوری و نرم افزار لازم برای دستیابی به اهداف را دارد؟ به عنوان مثال ، با توجه به هدف تجارت پیتزا در بالا ، ابزارهای لازم ممکن است شامل موارد زیر باشد:

تیم فناوری: نرم افزار توسعه برنامه

تیم بازاریابی: مجوزهای نرم افزار برای ابزار تحلیلی وب سایت

تیم فروش: هدست ، سیستم تلفن یا فناوری سیستم تلفن مجازی

هزینه - بودجه هر بخش چقدر است؟

علاوه بر روند تولید ، شما همچنین باید جزئیات روند کار خود را شرح دهید. این به سرمایه گذاران نشان می دهد که شما می دانید دقیقاً چگونه می خواهید تجارت شما به صورت روزمره اداره شود.

مواردی که باید آدرس دهی شوند شامل موارد زیر است:

مکان - کارمندان کجا کار می کنند؟ آیا به امکانات اضافی نیاز خواهید داشت؟

ساعت کار - آیا کارکنان یک برنامه مشخص دارند یا یک برنامه کاری انعطاف پذیر دارند؟

پرسنل - چه کسی مسئول اطمینان از انجام وظایف بخش است؟

جدول زمانی

ایجاد یک جدول زمانی با نقاط عطف برای کسب و کار جدید شما مهم است. همه را متمرکز نگه می دارد و روش ردیابی خوبی برای کارایی است. به عنوان مثال ، اگر نقاط عطف برآورده نشوند ، می دانید که زمان ارزیابی مجدد فرآیند تولید یا در نظر گرفتن استخدام های جدید فرا رسیده است.

در زیر نقاط عطفی رایج است که مشاغل جدید باید برای آنها برنامه ریزی کنند.

استخدام کردن

هنگامی که کاربرگ برنامه مدیریت خود را در دوره قبلی تکمیل کردید ، یادداشت کردید که کدام کلید را بلافاصله استخدام می کنید و کدام یک می تواند صبر کند. مطمئن شوید که ایده خوبی در مورد زمان انجام این کارهای کلیدی دارید. چه بعد از این که شرکت شما مبلغ مشخصی از درآمد را به دست آورد و چه یک بار پروژه خاصی را شروع کند.

نقاط عطف تولید

نقاط عطف تولید ، تجارت را در مسیر خود قرار می دهد. این نقاط عطف به عنوان "ایست بازرسی" برای اهداف کلی بخش شما عمل می کنند. به عنوان مثال ، اگر می خواهید یک برنامه جدید تا پایان سال ایجاد کنید ، نقاط عطفی که شما در آن مشخص می کنید ممکن است شامل نسخه بتا ، آزمایش و نسخه های مختلف باشد.

دیگر نقاط عطف محصول برای یادآوری:

فاز طراحی

فاز نمونه اولیه محصول

آزمایش کردن

راه اندازی محصول

انتشار نسخه

نقاط عطف بازار

نقاط عطف بازار برای ردیابی کارایی و درک اینکه برنامه عملیاتی شما م isثر است مهم هستند. به عنوان مثال ، یک نقطه عطف احتمالی در بازار می تواند دستیابی به مقدار معینی از مشتری یا مشتری پس از انتشار محصول یا خدمات جدید باشد.

چند نقطه عطف دیگر برای بررسی بازار:

مقدار مشخصی از کاربران / مشتریان را در یک زمان خاص به دست آورید

امضای مشارکت

اجرای یک تحلیل رقابتی

انجام ارزیابی تغییر قیمت

نقاط عطف مالی

نقاط عطف مالی برای ردیابی عملکرد تجاری مهم هستند. این احتمال وجود دارد که یک هیئت مدیره یا سرمایه گذاران برای ایجاد نقاط عطف مالی با شما کار کنند. علاوه بر این ، در استارتاپ ها ، معمول است که نقاط عطف مالی برای 12 ماه محاسبه می شود.

نقاط عطف معمول مالی عبارتند از:

بودجه رویدادها

اهداف درآمد و سود

اهداف معامله

به طور خلاصه ، برنامه عملیاتی شما این فرصت را به شما می دهد تا به سرمایه گذاران نشان دهید که می دانید می خواهید تجارت شما چگونه اداره شود. شما می دانید چه کسی را می خواهید استخدام کنید ، در کجا می خواهید کار کنید و چه زمانی انتظار دارید پروژه ها به اتمام برسند.

کاربرگ پیوست شده را بارگیری کنید و شروع به جمع بندی جدول زمانی و نقاط عطف خود روی کاغذ کنید.

تی

نام تجاری \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ تاریخ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

اهداف

هدف استراتژیک شرکت خود را بنویسید:

برای هر بخشی که برای تجارت شما اعمال می شود ، هدف عملیاتی را برای آن بنویسید

سال اول تجارت:

(به یاد داشته باشید SMART: خاص ، قابل اندازه گیری ، قابل دستیابی ، واقع بینانه و به موقع)

حسابداری و تأمین مالی:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

فن آوری:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

مهندسی:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

بازار یابی:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Recursos humanos:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

شما بیرون بروید:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

خدمات مشتری:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

تولید

قبل از مراجعه به برگه بعدی ، مدتی را صرف مرور موارد اصلی کنید تا در صفحه خود قرار دهید

برنامه عملیاتی:

• تامین کنندگان - برای تولید محصول خود به چه تامین کننده هایی نیاز دارید؟

• تجهیزات و فناوری - شرکت ، چه تجهیزات ، فناوری و نرم افزاری را انجام می دهد

بخشها نیاز دارند؟

• هزینه - بودجه هر بخش چقدر است؟

• مکان - کارمندان کجا کار می کنند؟ آیا به امکانات اضافی نیاز خواهید داشت؟

• ساعت کار - آیا کارکنان یک برنامه مشخص دارند یا یک برنامه کاری انعطاف پذیر دارند؟

• پرسنل - چه کسی مسئول اطمینان از انجام تمام وظایف بخش است؟

وقتی آماده شدید ، جدول ورق بعدی را پر کنید!

سازماندهی تیم مدیریتی شما

دفترچه مشاغل شما آماده است. اکنون وقت آن است که تیم خود را کنار هم قرار دهید. پس از کجا شروع میکنی؟ در این مرحله فکر کرده اید که چه کسی باید بلافاصله استخدام کنید و چه کسی امیدوار است که بعداً در جاده استخدام کنید. اما وقت آن است که کمی بیشتر فکر کنیم که بازیکنان واقعی چه کسی هستند ، کجا می توانید آنها را پیدا کنید و چه چیزی می توانید به آنها پرداخت کنید.

ما در این جلسه به این مباحث و موارد دیگر خواهیم پرداخت.

تیم اصلی خود را بسازید

مانند هر ورزش ، تیم رویایی شما با کاپیتان های خود شروع می کند. در این حالت ، این تیم مدیریتی شما هستند. تیم مدیریتی شما نه تنها نقش زیادی در عملکرد شرکت شما خواهد داشت ، بلکه در شکل گیری فرهنگ شرکت شما نیز اساسی خواهد بود.

وقتی نوبت به تهیه تیم مدیریتی می رسد ، چند موقعیت برای پر کردن شامل موارد زیر است:

مدیر ارشد اجرایی / رئیس جمهور (مدیر عامل): مسئول کلیه عملیات تجاری و خط مستقیم به هیئت مدیره است.

هیئت مدیره: اعضای منتخب یا منصوب شده که بر یک تجارت نظارت دارند. بسته به نحوه ساختار کسب و کار شما ، ممکن است نیازی به آن نداشته باشید.

مدیر ارشد مالی (CFO): کلیه شماره های شرکت را شامل می شود ، از جمله داده های مالی ، عملکرد مالی ، بودجه بندی و هزینه ها.

مدیر عامل / معاون رئیس جمهور (COO): عملیات روزمره شرکت را اداره می کند و از نزدیک با مدیر عامل همکاری می کند.

مدیر ارشد فناوری (CTO): مسئول عملیات فناوری شرکت است.

مدیر ارشد بازاریابی (CMO): مسئول عملیات بازاریابی شرکت.

مهم نیست که چه تعداد کارمند دارید ، کسی باید مسئول کارهای منابع انسانی باشد ، خواه کارمند داخلی باشد یا ارائه دهنده خدمات شخص ثالث. مسئولیت های مهم منابع انسانی که نمی توان از آنها چشم پوشی کرد عبارتند از:

رسیدگی به پرونده های کارمندان

ایجاد و اجرای سیاست های شرکت

مدیریت مزایای کارمندان

بسته به تعداد کارمندان خود ، در واقع نرم افزارها و برنامه های خاص می توانند از عهده وظایف منابع انسانی مانند حقوق و دستمزد ، حسابداری و دفترداری و سایر موارد برآیند.

مهارت ها

هنگامی که شما در حال راه اندازی مشاغلی هستید ، استخدام بهترین دوست خود وسوسه انگیز است. اما آیا بهترین دوست شما واقعاً مهارت لازم را دارد که مدیر ارشد فناوری شما باشد؟ آیا آنها واقعاً صلاحیت دارند؟

فقط به این دلیل که با کسی دوست هستید ، به این معنی نیست که با هم همکاری خوبی خواهید داشت - چه رسد به اینکه با موفقیت یک شرکت را اداره کنید. هنگام استخدام کارمندان ، چند نکته وجود دارد:

شرح شغل

شرح شغلی واضح بنویسید که شامل مهارت ها و تخصصی باشد که به دنبال آن هستید.

شرح شغل را با همه به اشتراک بگذارید - دوستان ، همکاران ، خانواده و وب سایت های شغلی.

در مورد سوابق هر داوطلب تحقیق کنید. وقت ارزشمند خود را برای افرادی که صلاحیت ندارند هدر ندهید

مصاحبه

در مورد چالش ها و انتظاراتی که این نقش ممکن است داشته باشد صادق باشید.

به داوطلب یک موقعیت زندگی واقعی بدهید تا ببیند چگونه کار را انجام می دهد. این می تواند نشان دهد که آیا سبک کار آنها با سایر کارمندان مطابقت دارد.

مراقب شخصیت و نگرش آنها باشید. به ویژه در یک تجارت جدید ، بسیار سخت کوش و مشتاق نسبت به کاری که انجام می دهند ضروری است.

حقوق کارمند

هنگامی که شما در حال راه اندازی مشاغل جدید هستید ، ممکن است بودجه ای برای پرداخت CMO نداشته باشید که معمولاً به دست می آورند. در نتیجه ، قبل از اینکه استخدام بزرگی انجام دهید ، چند گزینه دیگر را در نظر بگیرید:

پیمانکاران / فریلنسرها

کارمندان فصلی

کارآموزان

کار با پیمانکاران یا فریلنسرها به شما امکان می دهد تا از شخصی که از قبل می داند چه کاری انجام می دهد کمک بگیرید. غالباً ، پیمانکاران مستقل خود اشتغال دارند ، بنابراین لازم نیست نگران حقوق و دستمزد و مالیات باشید.

به همین ترتیب ، اگر در استخدام یک فرد تمام وقت با حقوق سالانه مردد هستید ، به جای آن استخدام یک کارمند فصلی را برای یک کار خاص در نظر بگیرید. به عنوان مثال ، اگر تجارت شما خرده فروشی است ، احتمالاً تخمین زده اید که فصل تعطیلات شلوغ باشد. شرم آور خواهد بود که تجارت را از دست بدهیم زیرا بودجه لازم برای استخدام کارکنان اضافی را ندارید. درعوض ، با سر و کار برنامه ریزی کنید و برای بودجه اضافی استخدام شخصی در ماههای شلوغ پس انداز کنید.

کارآموزان گزینه بسیار خوب دیگری هستند زیرا ارزان ، مشتاق یادگیری و مشارکت و انعطاف پذیر هستند. اگر کارآموزی در حال انجام نیست ، شما متعهد به استخدام آنها نیستید. با این حال ، اگر کارآموزی را استخدام کرده اید که دوست دارید تمام وقت آن را حفظ کنید ، این گزینه را دارید که به آنها موقعیت بدهید.

ما جزئیات بیشتری در مورد نحوه استخدام کارمندان مناسب در راهنمای JUMP خود ارائه می دهیم.

اگر تیم رویایی خود را پیدا کرده اید و می دانید که می خواهید موقعیت های تمام وقت را به آنها پیشنهاد دهید ، اما هنوز مطمئن نیستید که چگونه حقوق را تعیین کنید ، جبران ارزش سهام یک گزینه عالی برای استارتاپ ها است.

جبران حقوق صاحبان سهام زمانی است که کارفرمایان در ازای دریافت حقوق کمتر (یا بعضاً صفر) در مقابل ، سهمی از سود آینده شرکت را ارائه می دهند. چهار نوع عمده سهام عدالت که مشاغل کوچک می توانند انتخاب کنند عبارتند از:

منابع مشترک

سهم ممتاز

انتشار سهام

حکم

ما به جزئیات نحوه عملکرد جبران حقوق صاحبان سهام و جوانب مثبت و منفی هر دو کارمند و الکترونیکی می پردازیم

آکادمی Grasshopper

تهیه یک طرح تجاری

سازماندهی تیم مدیریتی شما

کاربرگ برنامه مدیریت

نام تجاری \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ تاریخ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

تیم اصلی خود را بسازید

بلافاصله کدامیک را برای استخدام کلید انتخاب کنید. اگر می توانید نام آنها را یادداشت کنید!

¨ مدیر ارشد اجرایی / رئیس جمهور \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

هيئت مدیره \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

¨ مدیر ارشد مالی \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

¨ مدیر عامل / معاون رئیس جمهور \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

مدیر ارشد فناوری \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Manager مدیر بازاریابی \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Recursos humanos \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

خدمات مشتری \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

یادداشت:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

مهارت های تیمی

با استفاده از کلمه جعبه زیر ، مهارت ها و ویژگی های خاصی را که می خواهید مشخص کنید

استخدام می کند تا داشته باشد

الف. استراتژیست ب. رهبر ج. ارتباطی د. متفکر پیشرو

E. تحلیلی F. خطرپذیر G. شخص H. سازمان یافته

I. تصمیم گیرنده J. Integrity K. Optimistic L. اعتماد

M. انتقادی انتقادی N. حل مسئله O. مذاکره

مثال: مدیر ارشد اجرایی / رئیس جمهور A ، B ، C ، D ، J ، L ،

یا\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ مدیر ارشد اجرایی / رئیس جمهور \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ هيئت مدیره \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ مدیر ارشد مالی \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ مدیر عامل / معاون رئیس جمهور \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ مدیر ارشد فناوری \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Manager مدیر بازاریابی \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ Recursos humanos \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

با استفاده از کلمه جعبه زیر ، تخصصی را که می خواهید استخدام های خاص داشته باشد یادداشت کنید

P. Business Q. فنی و

فن آوری

R. تولید و

در حال پردازش

S. فروش و بازاریابی

T. مدیریت و

مدیریت

میانگین متوسط ​​و

ارتباطات

V. منابع انسانی W. قانون

X. اقتصاد و

حسابداری

Y. روانشناسی

§ مدیر ارشد اجرایی / رئیس جمهور \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ هيئت مدیره \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ مدیر ارشد مالی \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ مدیر عامل / معاون رئیس جمهور \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ مدیر ارشد فناوری \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Manager مدیر بازاریابی \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

§ Recursos humanos \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

حقوق

پس از تحقیق در مورد هزینه های فریلنسر ، حقوق و دستمزد و گزینه های سهام ، چگونه استخدام و پرداخت خواهید کرد

کارمندان؟

contract پیمانکاران یا فریلنسرها را استخدام کنید

¨ کارمندان فصلی استخدام کنید

¨ کارآموز استخدام کنید

compensation پیشنهاد غرامت حقوق

¨ پیشنهاد جبران خسارت

مطالعه بیشتر در مورد حقوق شروع

تاکتیک های استراتژی بازاریابی را به خاطر بسپارید

طوفان فکری پیام تجاری (: 29)

برای رفتن به آب میوه های خلاق ، "تخلیه مغز" خود را با رفتن به یک مکان خارج از محل (پارک یا کافی شاپ) شروع کنید.

تصور کنید که یکی از مخاطبان هدف شما در مقابل شماست و در حال گفتگو در مورد تجارت هستید. این به شما کمک می کند تشخیص دهید پیام تجاری شما به طور م effectivelyثر عبور می کند یا خیر.

انجام تجزیه و تحلیل صنعت (1:23)

اطلاعات مربوط به موضوعات خاص صنعت را از منابع مفیدی مانند شرکت های تحقیق در بازار بخواهید.

همگام با روند بازار (1:40)

توجه داشته باشید که روندها به کجا می روند و نه در زمان کنونی.

انجام تجزیه و تحلیل رقابتی (2:02)

اولین قدم در تجزیه و تحلیل رقابتی شما باید جستجوی Google باشد تا ببینید کدام وب سایت ها برای کلمات کلیدی مورد نظر شما هدف قرار می دهند. به شما این امکان را می دهد که ببینید رقابت شما کیست.

با چک کردن پروفایل های شبکه های اجتماعی ، از نحوه برقراری ارتباط رقابت با مشتریان مطلع شوید.

شناسایی مخاطبان خود (2:53)

به مشتریان خود بفهمانید که تجارت شما کاری ارزشمند برای آنها انجام می دهد.

انتخاب کانال های بازاریابی (3:23)

برای شروع ، از ابزارهای ساده ، رایگان یا کم هزینه مانند شبکه های اجتماعی استفاده کنید.

پیام خود را روی دوستان ، خانواده و همتایان صنعت خود آزمایش کنید تا ببینید آیا طنین انداز است یا خیر.

تصمیم گیری در مورد قیمت گذاری محصول (3:58)

با قیمت گذاری نمونه شروع کنید و بازخورد بگیرید

اطمینان حاصل کنید که قیمت گذاری با توجه به وضعیت کلی بازار توجه دارد

برنامه مالی

نحوه نوشتن بخش مالی یک برنامه تجاری

در بخش مالی طرح کسب و کاری که نوشته اید مشخص می شود برنامه شما قابلیت اجرایی دارد یا خیر ؟

و ایا ایده ی تجاری شما عملی است یا نه و مورد توجه سرمایه گذاران قرار می گیرید یا خیر؟

بخش مالی از چهار صورت مالی تشکیل شده است: صورت سود و زیان ، پیش بینی جریان نقدی ، ترازنامه و صورت حساب سهامداران. همچنین شما باید توضیحات مفصلی شامل تجزیه و تحلیل صورتهای مالی ارایه کنید .

ذخیره سهام

در هزینه های مورد نظر در کسب و کارتان به دو نوع هزینه توجه داشته باشید 1- هزینه های شروع کار 2- هزینه های عملیاتی خود.

هزینه های راه اندازی کسب و کار شما باید در هزینه های شروع به کار گنجانده شود. این هزینه ها شامل موارد زیر باشد

هزینه های ثبت نام تجاری

مجوز و مجوز کسب و کار

هزینه های تاسیس و راه اندازی

هزینه های مربوط به اجاره ها

پیش پرداخت های اجاره ها

پیش پرداخت تجهیزات

هزینه های راه اندازی نرم افزار

البته این هزینه می تواند قسمتی از تمام هزینه های شما باشد که به انها خواهید پرداخت .

هزینه های عملیاتی عبارتند از هزینه های که برای ادامه فعالیت شما نیاز می باشد . این هزینه ها بعنوان هزینه ایی است که شما بصورت ماهیانه باید پرداخت کنید . لیست هزینه های عملیاتی شما ممکن است شامل موارد زیر باشد

حقوق و مزایا ی خودتان و پرسنل

پرداخت اجاره یا رهن

هزینه های مخابرات

خدمات رفاهی

مواد خام

سپرده های الزامی در موسسات و بانکها برای برخورداری از برخی مزایا

هزینه های تبلیغات و بازاریابی

پرداخت وام

لوازم اداری

تعمیرات و نگهداری

هنگامی که تمام هزینه های عملیاتی خود را لیست کردید ، کل هزینه ماهانه فعالیت شما را منعکس می کند. این عدد را برای 6 ماه در نظر بگیرید یعنی هزینه های براورد شده ماهیانه را در 6 ضرب کنید اکنون شما یک برآورد شش ماهه از هزینه های عملیاتی خود دارید. این مبلغ را به لیست کل هزینه های راه اندازی خود اضافه کنید ، و برای هزینه های کامل راه اندازی خود یک رقم

در مجموع دارید

.

اکنون می توانید شروع به تهیه صورتهای مالی خود برای طرح کسب و کارتان کنید .

صورت درآمد

صورت درآمد بیانگر ، درآمد ، هزینه ها و سود شما را برای یک دوره زمانی خاص است - یک نمای کلی از کسب و کار شماست که بیانگر ان است که تجارت شما سودآور است یا نه؟. بنابراین هزینه ها را از درآمد خود کم کنید تا سود یا زیان خود را تعیین کنید

در حالی که مشاغل مستقر به طور معمول هر سه ماه مالی یا یک بار در هر سال مالی صورتحساب تهیه می کنند ، برای اهداف برنامه کسب و کار ، باید بیانیه درآمد برای ماه اول تهیه شود

نام شرکت شما برنامه مالی

صورت سود درآمد سه ماهه اول سال

کل

درآمد

خدمات

سرویس 1

سرویس 2

سرویس 3

سرویس 4

کل خدمات

متفرقه

سود بانکی

مجموع متفرقه

درآمد کل

هزینه ها

هزینههای مستقیم

مواد

اجاره تجهیزات

حقوق (مالک)

دستمزد

هزینه های بازنشستگی

هزینه جبران خسارت کارگران

کل هزینه های مستقیم

عمومی و اداری (G&A)

هزینه های حسابداری و حقوقی

تبلیغات و تبلیغات

بدهی های بد

شارژ بانکی

استهلاک و استهلاک

بیمه

علاقه

اجاره دفتر کار

تلفن

خدمات رفاهی

کمیسیون های کارت اعتباری

شارژ کارت اعتباری

G & A کل

مجموع هزینه ها

درآمد خالص قبل از مالیات های درآمد

مالیات بر درآمد

درآمد خالص

همه گروه های موجود در این صورت سود برای کسب و کار شما اعمال نمی شوند. مواردی که اعمال نمی شوند را حذف کنید و در صورت لزوم دسته هایی را اضافه کنید تا این الگو را با کسب و کار خود تطبیق دهید.