



۱۳۵۹

سازمان همیاری
اشتغال فارغ التحصیلان

مبانی تهیه

Business Plan

طرح شغلی

<http://www.jobiran.com>
www.jobiran.com

سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان

تهران، خیابان ولی عصر، پایین تر از خیابان دکتر فاطمی، کوچه میرهادی، پلاک ۳

www.jobiran.com

عنوان: مبانی تهیه طرح شغلی

گردآوری: اداره مطالعات و برنامه ریزی

تاریخ انتشار: شهریورماه ۱۳۸۱

کد گزارش: ۸۱-۲۴۱۳۲/۴

فهرست مطالب

عناوین صفحه

فصل اول: مبانی تهیه طرح شغلی

مقدمه	۱
۱- طرح شغلی	۳
۲- کلیات طرح شغلی	۴
۳- جزئیات طرح شغلی	۵
۳-۱- توصیف حرفه	۵
۳-۱-۱- توصیف شغلی	۶
۳-۱-۲- محصولات یا خدمات	۶
۳-۱-۳- موقعیت محلی	۷
۳-۲- بازاریابی	۷
۳-۲-۱- رقابت	۸
۳-۲-۲- قیمت‌گذاری و فروش	۸
۳-۲-۳- تبلیغات بازرگانی و روابط عمومی	۹
۳-۳- طرح مدیریت	۹
۳-۴- طرح مدیریت مالی	۱۰

فصل دوم: الگوی طرح شغلی

خلاصه اجرایی	۱۵
رسالت	۱۵
شرکت	۱۵



۱۵ شغل
۱۶ محصولات و خدمات
۱۶ بازار
۱۶ رقابت
۱۶ مخاطره / فرصت
۱۷ گروه مدیریت
۱۷ سرمایه اولیه
۱۷ طرح مالی
۱۷ فروش
۱۸ خلاصه ترازنامه
۱۸ شرح رسالت
۱۹ شرکت
۱۹ آئین‌نامه و جواز
۱۹ ائتلافات سودمند
۲۰ شغل
۲۱ محصولات یا خدمات
۲۱ ویژگیهای منحصر به فرد و جنبه‌های اختصاصی محصولات
۲۲ تحقیق و توسعه
۲۳ محصولات جدید و آینده
۲۳ تولید
۲۳ ویژگیهای خاص محصولات و خدمات
۲۳ بازار
۲۳ تعریف بازار
۲۴ تقسیمات بازار



۲۵	عرضه به بازار
۲۵	موقعیت
۲۶	مجراها و راههای توزیع کالا
۲۶	تبلیغات، ترویج و نمایشگاههای تجاری
۲۷	رقابت
۲۸	مخاطره و فرصت
۲۸	مخاطرات شغلی
۲۸	فرصتها
۲۹	گروه مدیریت
۳۰	مالکیت
۳۰	حمایت حرفه‌ای
۳۰	هیأت [مدیران، مشاوران]
۳۱	درخواست سرمایه اولیه
۳۱	نتیجه‌گیری
۳۲	طرحهای مالی
۳۲	فرضیات
۳۲	شرح درآمدها
۳۳	خلاصه ترازنامه
۳۳	حساب جاری و تحلیل سر به سر
۳۴	عرضه‌ها
۳۵-۴۳	فصل سوم: پرسش و پاسخ

فصل اول

مبانی تهیه « طرح شغلی »

مقدمه

یکی از دغدغه‌های اساسی دولت در کشورهای در حال توسعه و به ویژه کشورهای جوان از قبیل ایران که دارای نیروی کار جوان می‌باشد، ایجاد شغل برای جمعیت فعال است. این مسئله نیاز به برنامه‌ریزی‌های طولانی مدت و اصولی جهت جلوگیری از هرز رفتن این نیروها و همچنین جلوگیری از ایجاد و گسترش مشاغل کاذب و غیر مولد می‌باشد. در این راستا بخش‌های مختلف دولتی و خصوصی برای حل بحران بطور جدی درگیر شده و برای ایجاد زمینه‌های شغلی مناسب فعالیت می‌کنند. بخش دولتی به دلیل حجیم بودن سیستم، بازدهی قابل ملاحظه‌ای را در این امر نخواهد داشت؛ لیکن بخش خصوصی به دلیل انسجام سیستم، کارآیی قابل قبول در پی خواهد داشت.

در زمینه ایجاد مشاغل جدید باید مراحل مختلفی از قبیل مطالعه، برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری، راه‌اندازی، بهره‌برداری و نظارت کیفی و کمی صورت گیرد. این سرمایه‌گذاری می‌تواند به دو صورت انجام گیرد: یکی سرمایه‌گذاری در ایجاد مشاغل کلان و توسعه صنایع و مؤسسات بزرگ که نیازمند برنامه‌های طولانی مدت و مدیریت‌های کلان است که از وظایف دولت می‌باشد و دیگری سرمایه‌گذاری در ایجاد مشاغل کوچک و متوسط که می‌توان آن را به بخش خصوصی و نهادهای واسط و اگذار نمود. در برخی از کشورها پایه‌های اقتصادی بر مبنای صنایع بزرگ در ایجاد مشاغل کلان می‌باشد مانند امریکا، لیکن از طرف دیگر برخی از کشورها پایه‌های اقتصادی خود را بر مبنای صنایع و مشاغل کوچک و متوسط استوار کرده‌اند مانند کشورهای آسیای جنوب شرقی. تجربه ممالک مختلف نشان می‌دهد که در کشورهایی مانند ایران سرمایه‌گذاری در بخش مشاغل خرد و متوسط بازدهی بهتری نسبت به مشاغل کلان خواهد داشت. لذا بخش‌های غیر دولتی می‌توانند به راحتی در زمینه ایجاد مشاغل خرد مطالعه و سرمایه‌گذاری کنند.

در کشورهای توسعه یافته هنگامی که یک مجموعه یا فرد اقدام به راه‌اندازی یک شغل چه به صورت انفرادی و چه به صورت یک مجموعه می‌نماید، ضمن ارائه یک تعریف جامع و کامل از شغل مورد نظر، تمامی جوانب را مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهد، بدین طریق آینده شغل از هر نظر تضمین خواهد شد. به همین دلیل نرخ ورشکستگی مشاغل در این کشورها بسیار پایین است. در صورتیکه در کشور ما مشاغل خرد به خصوص در بخش خدمات چندان پایدار نیستند و این بدان دلیل است که از قبل مورد ارزیابی دقیق قرار نگرفته‌اند.

نتایج مطالعات و تجربیات دراز مدت نشان داده است که بهترین راه حل برای جلوگیری از افت و ورشکستگی زودرس در بخش مشاغل خرد و متوسط، پیش بینی تمامی مراحل و قسمتهای یک شغل می باشد. در این راستا متخصصین امر به یک تعریف واحد رسیده اند و آن طرح شغلی (Business Plan) می باشد. مهمترین بخش مطالعه و ایجاد مشاغل تعریف طرح شغلی (Business Plan) می باشد. در یک طرح شغلی تعریف کاملی از شغل مورد نظر ارائه شده و دلایل تمایل به راه اندازی شغل مورد نظر، مسائل مدیریتی، مالی، بازرگانی و ... بیان می شود.

بدیهی است که پس از مطرح شدن هر ایده‌ای، ابتدا سؤالات متفاوتی در باره آن به ذهن خطور می کند. اولین بخش و اساسی ترین بخش هر عملی، تفکر عمیق در باره ایده آن عمل و پاسخ به سؤالات مطرح شده در باره آن می باشد. راه اندازی و هدایت یک شغل نیز در ابتدا به صورت یک ایده مطرح می گردد. لذا پاسخ به سؤالات مطرحه مهمترین بخش پروراندن ایده مورد نظر می باشد. چرا که یافتن پاسخ های مناسب برای این سؤالات باعث پیش بینی بسیاری از مسائل شده و موجب عدم مواجهه با برخی مشکلات ناگوار خواهد گردید.

در مورد طرح شغلی نیز این مسئله صدق کرده و با بیان هر ایده‌ای سوالاتی به ذهن می رسد که یافتن پاسخ این سؤالات بسیاری از مشکلات را حل خواهد نمود. در این نوشته ابتدا سعی خواهد شد تعریف جامعی از یک طرح شغلی ارائه شده و حتی الامکان تمامی موارد مطرح در تعریف یک شغل مورد بررسی قرار گیرد. سپس یک نمونه طرح تیپ طرح شغلی ارائه گردیده و در انتها تعدادی از این سؤالات که هنگام طرح هر ایده شغلی ممکن است به ذهن برسد مطرح خواهد شد.



۱- طرح شغلی^۱

طبق تعریف طرح شغلی (Business Plan) عبارت است از یک طرح که آینده و توسعه یک کسب و کار را معین می‌کند و اغلب یک دوره چند ساله را در بر می‌گیرد.

یک طرح شغلی شامل تمامی جزئیات یک کسب و کار (حرفه یا شغل) می‌باشد. این جزئیات تمامی موارد مربوط به نوع شغل، بازاریابی، رقابت، عملیات راهبردی، پرسنل، امور مالی، سرمایه‌گذاری و ... را شامل می‌شود. به عبارت دیگر یک طرح شغلی به عنوان شرح تفصیلی از اجرای کسب و کار مورد نظر شما می‌باشد و راههای اصولی را در مسیر رشد یک کسب و کار قدم به قدم به شما نشان می‌دهد.

از آنجا که انتخاب شغل و شروع یک کسب و کار، یک هدف بلند مدت به شمار می‌رود و نمی‌توان هر از چند گاهی آن را عوض نمود، لیکن به نظر می‌رسد تخصیص مدت زمانی برای تفکر و مطالعه درباره شغل مورد نظر و تنظیم یک برنامه دقیق که تمام جوانب امر در آن لحاظ شده باشد ضروری به نظر می‌رسد. نتایج مطالعات نشان می‌دهد افرادی که بدون مطالعه و تنظیم برنامه مدون و یا به عبارت دیگر طرح شغلی (BP) اقدام به کار می‌کنند در مقابله با مشکلات و افت و خیزهای جامعه توان کمتری دارند؛ چراکه از سیاست‌های کاری شغل خود بی‌خبر می‌باشند و احتمال ورشکستگی و عدم موفقیتشان زیاد است؛ در عوض افرادی که در ابتدای کار یک استراتژی سنجیده و پایدار در پیش می‌گیرند، کمتر در معرض حوادث ناخواسته قرار می‌گیرند. به عنوان مثال در کشورمان هر روز شاهد ثبت و شروع به کار شرکت‌های خرده‌پای زیادی هستیم؛ لیکن این شرکتها به دلیل عدم توان مقابله با وقایع ناخواسته خیلی زود منحل می‌شوند. در سالهای اخیر شاهد بحران اقتصادی در کشورهای جنوب شرقی آسیا بودیم؛ اغلب کشورهای این منطقه در این بحران دچار زیان‌های مالی شدیدی شدند، در صورتیکه کشورهایی مثل مالزی و سنگاپور که پایه‌های اقتصادی آنها را شرکت‌های کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند با تکیه بر استراتژی مستحکم خود در این بحران آسیب کمتری دیدند.

با توجه به این مطالب و نتایج تجربیات مشابه، مطالعه و تدوین یک برنامه مدون تحت عنوان طرح شغلی (Business Plan) برای هر نوع کسب و کار و حرفه‌ای ضروری و لازم می‌باشد.

¹ - Business Plan

۲- کلیات طرح شغلی

یک طرح شغلی دارای بخش‌های مختلفی است که هر یک به تشریح عملکردهای متفاوت یک کسب و کار می‌پردازد. هر شخصی (شرکتی) که تمایل به شروع کاری بنماید باید دقیقاً اطلاعات مورد نیاز هر بخش را در زمینه کار خود آماده نموده و در نهایت به آن عمل کند.

طرح شغلی شامل بخش‌های زیر می‌باشد:

۱- صفحه اول (شامل اسم و مشخصات شغل یا شرکت)

۲- خلاصه طرح (هدف از ایجاد شغل یا شرکت)

۳- فهرست

الف - کار (شغل)

- توصیف کسب و کار
- بازاریابی
- رقابت
- روند عملیات
- پرسنل
- بیمه شغل
- اطلاعات مالی

ب - اطلاعات مالی

- درخواست‌های وام
- سرمایه اولیه و فهرست موجودی
- ترازنامه
- تحلیل زمان برابری دخل و خرج (سر به سری)
- پیش بینی درآمدها (سود و زیان)
- خلاصه مربوط به سال اول
- با جزئیات ماهانه برای سال اول
- با جزئیات فصلی برای سال دوم و سوم

- فرضیاتی که بر اساس آن پیش‌بینی‌هایی شده است.

- پیش‌نویس نقدینگی

- جزئیات پیش‌بینی درآمدها

ج- اسناد و مدارک پشتیبانی (کمکی)

- مالیات بر درآمد برای سه سال گذشته
- گزارش مالی پرسنل
- در صورتی که امتیازی کسب شده، یک نسخه از قرارداد اعطای امتیاز و تمامی مدارک پشتیبانی که توسط امتیاز دهنده تهیه شده است
- یک نسخه از اجاره‌نامه یا اسناد خرید ساختمان
- یک نسخه از جوازها و دیگر مدارک قانونی
- یک نسخه از رزومه سرمایه‌گذارهای اصلی
- رونوشت نامه‌های درخواست از طرف عرضه‌کننده‌ها

۳- جزئیات طرح شغلی

یک طرح شغلی شامل چهار قسمت اصلی می‌باشد.

- توصیف شغل مورد نظر
- طرح بازاریابی
- طرح مدیریت مالی
- طرح مدیریتی

ضمائم طرح شغلی باید شامل خلاصه اجرایی، مدارک پشتیبانی و پیش‌بینی‌های مالی باشد.

۳-۱- توصیف حرفه

در این بخش توصیف کاملی به همراه جزئیات از حرفه مورد نظر ارائه دهید. سؤال مهمی که می‌توانید از خودتان بپرسید این است که: "من چه شغلی دارم؟" در پاسخ به این سؤال محصولات، بازار و خدماتی که ارائه می‌دهید به علاوه توصیف کاملی از آنچه حرفه شما را منحصر به فرد می‌کند، ارائه دهید. توجه داشته باشید که با

این وجود هر قدر شما طرح شغلی تان را بسط و پرورش دهید ممکن است لازم باشد سؤالات اولیه تان را تصحیح و بازنگری کنید.

بخش توصیف شغلی به سه بخش اولیه تقسیم می‌شود. بخش اول بطور بالفعل حرفه شما را توصیف می‌کند. بخش دوم محصولات و یا خدماتی که شما ارائه می‌دهید و بخش سوم محل حرفه شما را با دلایل مطلوبیت این محل توصیف می‌کند (اگر شما امتیازی دارید بعضی از امتیازدهندگان در انتخاب محل کمک می‌کنند).

۳-۱-۱- توصیف شغلی

معمولاً موارد زیر به هنگام توصیف شغل مورد بحث قرار می‌گیرند:

- جنبه‌های قانونی و چگونگی حرفه: مالکیتی، مشارکتی، و یا شرکتی و مجوزهایی که نیاز دارید.
- نوع حرفه: داد و ستد، تولیدی یا خدماتی
- تولیدات یا خدمات شما چیست؟
- آیا حرفه شما یک حرفه جدید و مستقل است، یک تصاحب، توسعه و یا یک امتیاز است؟
- چرا حرفه شما سودآور است؟ فرصتهای رشد و پیشرفت چیست؟ آیا امتیاز گرفتن روی فرصتهای پیشرفت و رشد تأثیر دارد؟
- کسب و کار شما از چه زمانی شروع خواهد شد؟
- در چه مواردی مرتبط با نوع کسب و کارتان از منابع خارجی الگو گرفته‌اید؟ (تهیه‌کنندگان تجاری، بانکدارها، صاحبان امتیاز، امتیازدهندگان، انتشارات)

در ابتدای توصیف شغلی یک صفحه به عنوان جلد قرار می‌گیرد. این صفحه شامل نام، آدرس، شماره تلفن شرکت و اسامی تمامی مسئولین آن خواهد بود. در توصیف کسب و کارتان، جنبه‌های منحصر به فرد و اینکه چرا و چگونه محصول و یا خدمات شما برای مصرف‌کنندگان جذابیت دارد را توصیف کنید. بر روی هر ویژگی خاصی که باعث احساس جذابیت در مشتری‌ها می‌شود، تأکید کنید و در مورد اینکه چرا این خصوصیات جذابیت دارند توضیح دهید.

توصیف شما در مورد کسب و کارتان باید به روشنی اهداف کلی و جزئی را تعریف کند و نیز باید توضیح دهد که چرا شما می‌خواهید این کسب و کار را شروع نمایید و یا مشغول به آن هستید.

۳-۱-۲- محصولات یا خدمات

مزایای محصولات و خدماتتان را از دیدگاه مشتریانان توصیف کنید. صاحبان کسب و کارهای موفق می‌دانند یا لاقلاً ایده‌ای از آنچه که مشتریانان می‌خواهند و یا از آنها انتظار دارند را در نظر می‌گیرند. این نوع



صداقت در ایجاد رضایت و وفاداری مشتریان بسیار مفید و سودمند است. و البته این استراتژی خوبی برای شکست دادن رقبا یا حفظ رقابت می‌باشد. در این بخش باید موارد زیر را شرح دهید:

۱- اجناس یا خدماتی که می‌فروشید.

۲- محصولات و یا خدمات شما چه سودی برای مشتریان خواهد داشت؟

۳- چه محصولات / خدماتی مورد تقاضا هستند؟

۴- محصولات یا خدماتی که شما ارائه می‌دهید چه تفاوت‌هایی با محصولات یا خدمات دیگران دارند؟

۳-۱-۳- موقعیت محلی

موقعیت محلی یک حرفه می‌تواند نقش مهمی در موفقیت یا شکست آن داشته باشد. این محل باید قابل

دسترس بوده و حس امنیت ایجاد کند. سؤالات زیر را در تعیین محل کسب و کارتان در نظر داشته باشید:

۱- محل شما چه نیازهایی دارد؟

۲- چه نوع فضایی نیاز دارید؟

۳- چرا محل و ساختمان شما مطلوب است؟

۴- آیا دسترسی به این محل آسان است؟ آیا وسایل نقلیه عمومی وجود دارد؟ آیا خیابان دارای روشنایی کافی است؟

۵- آیا تغییرات نوبت در بازار یا جمعیت وجود دارد؟ (تغییر نوبت‌های کاری و ازدحام جمعیت)

تهیه یک فهرست مقابله و بررسی از سؤالاتی که به هنگام تهیه BP برای شما پیش می‌آید مناسب است. سؤالات خود را دسته‌بندی کرده و با ارائه پاسخ به هر سؤال آنرا کنار بگذارید.

۳-۲- بازاریابی

بازاریابی در یک حرفه موفق نقش حیاتی دارد. هر قدر بازاریابی بهتری انجام دهید، به علاوه مفروضات محدود دیگری، بطور اساسی میزان موفقیت و یا عدم موفقیت شما را محاسبه خواهد کرد. عنصر اساسی در یک طرح بازاریابی موفق، شناخت مشتریان، علائق آنها، چیزهایی که دوست ندارند و انتظارات آنها است. با تعریف این عوامل، شما می‌توانید یک روش بازاریابی که به شما اجازه برانگیختن نیازهای آنها و نیز برآورده کردنشان را می‌دهد، ایجاد کنید.

با پاسخ به سؤالات زیر یک طرح بازاریابی تهیه کنید. طرح بازاریابی شما باید در طرح شغلی مستتر باشد و

شامل پاسخ سؤالات کلی زیر باشد:

- ۱- چه کسانی مشتریان شما هستند؟ بازار(های) مورد نظر را تعریف کنید.
- ۲- آیا بازار شما در حال رشد است؟ در حال سکون است و یا نزول می‌کند؟
- ۳- آیا بازار شما به صورت سهامی در حال رشد است؟ در حال سکون و یا نزول است؟
- ۴- در صورتی که امتیازی وجود دارد، سهم بازار شما چقدر است؟
- ۵- آیا بازار شما به اندازه کافی برای توسعه دادن بزرگ است؟
- ۶- چگونه سهم خودتان را از بازار جذب، نگهداری و افزایش خواهید داد؟

۳-۲-۱- رقابت

رقابت راه زندگی است. ما برای شغل، ترفیع، بورسهای تحصیلی در مقاطع بالا، در ورزش و ... و تقریباً در هر زمینه‌ای از زندگی رقابت می‌کنیم. ملتها برای مشتری در بازارهای جهانی به عنوان صاحبان انحصاری کسب و کار رقابت می‌کنند. پیشرفت در تکنولوژی می‌تواند سود ویژه یک کسب و کار موفق را به کسادى جدی تبدیل کند و آن را یک شبه یا طی چند ساعت به ورطه سقوط بکشاند. با در نظر گرفتن این مسئله مشاهده می‌شود که کسب و کار یک عرصه بی‌ثبات و بسیار رقابتی است. به دلیل این بی‌ثباتی و رقابت شناخت رقبا بسیار مهم می‌باشد.

پاسخ سؤالات زیر می‌تواند به شما کمک کند:

- ۱- پنج رقیب نزدیک شما چه کسانی هستند؟
- ۲- رقبای غیر مستقیم شما چه کسانی هستند؟
- ۳- کسب و کار آنها چگونه است؟ ثابت؟ در حال رشد؟ یا در حال تحول؟
- ۴- از عملکرد آنها چه نتیجه‌ای گرفته‌اید؟ از آگهی‌های تبلیغاتی آنها چطور؟
- ۵- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟
- ۶- محصولات یا خدمات آنها چه فرقی با محصولات و خدمات شما دارد؟

۳-۲-۲- قیمت‌گذاری و فروش

شیوه قیمت‌گذاری یک تکنیک دیگر در بازاریابی است که شما می‌توانید برای توسعه کارتان بین تمام رقبا بکار گیرید.

بعضی از روشهای قیمت‌گذاری عبارتند از:

* قیمت اجناس و شیوه قیمت‌گذاری در خرده‌فروشی

- * موقعیت رقابتی
- * قیمت‌گذاری پایین‌تر از قیمت رقبا
- * قیمت‌گذاری بالاتر از قیمت رقبا
- * مسیر قیمت‌گذاری
- * چند قیمتی
- * هزینه‌های خدمات و قیمت‌گذاری (برای مشاغل خدماتی)
- * اجزاء یا بخش‌های خدمات
- * هزینه مواد
- * هزینه‌های نیروی انسانی
- * هزینه‌های آینده

۳-۲-۳- تبلیغات بازرگانی و روابط عمومی

شما چگونه در مورد کالاها و خدماتی که موجب شکل گرفتن و یا شکست کسب و کارتان می‌شود آگهی داده و تبلیغ می‌کنید؟ داشتن یک محصول و یا خدمات خوب بدون آگهی و تبلیغات بازرگانی به منزله هیچ در نظر گرفته می‌شود. بعضی از صاحبان مشاغل به اشتباه بر اساس این فرض که کسب و کار خود به خود تبلیغ می‌کند، پول‌هایی را که باید در این راه خرج کنند به زمینه‌های دیگری هدایت می‌کنند. آگهی‌های بازرگانی و تبلیغ مسیر زندگی یک کسب و کار است و چنانچه لازم باشد باید با آن برخورد نمود. طرحی تهیه کنید که از آگهی‌های بازرگانی و یک شبکه برای تبلیغ کسب و کارتان استفاده کند و آگهی‌تان را طوری درست کنید که کوتاه بوده و توصیفی باشد و بطور شفاف خدمات و یا محصولات شما را تعریف نماید و محل و قیمت آن را بیان کند. عبارات جذابی بکار ببرید که علائق خواننده‌ها، بیننده‌ها و شنونده‌ها را بیدار کند.

۳-۳- طرح مدیریت

مدیریت یک حرفه چیزی بیش از این است که بخواهید رئیس خودتان باشید. این کار نیازمند فداکاری، پافشاری، توانایی تصمیم‌گیری و توانایی مدیریت کارکنان و منابع مالی است. طرح مدیریتی شما مبانی آن را تشکیل می‌دهد و رسیدن به موفقیت در حرفه‌تان را سهل و آسان می‌کند.

مردم منابع کسب و کار هستند. آنها با ارزشترین دارایی‌های یک حرفه می‌باشند. بزودی شما متوجه خواهید شد که کارکنان نقش مهمی در کلیه عملیات کسب و کار شما دارند. نتیجتاً ضروری است که شما بدانید چه تخصص‌هایی دارید و همچنین چه تخصص‌هایی نیاز دارید، چرا که می‌خواهید افرادی را برای ارائه این مهارت‌ها که نیاز دارید استخدام کنید. مسئله مهم دیگر این است که بدانید با کارکنانتان چه برخوردی داشته باشید و چگونه بر آنها کنترل داشته باشید. کارکنان اغلب ایده‌های بسیار خوبی برای راهنمایی به بازارهای جدید، نوآوری‌هایی در زمینه محصولات موجود، خدمات و یا خطوط تولید جدید یا خدماتی که رقابت شما را توسعه می‌دهد، دارند.

طرح شما باید جوابگوی سؤالات زیر باشد:

- سابقه تجربیات مدیریتی شما چگونه در این کسب و کار به شما کمک می‌کند؟
- نقاط ضعف شما چیست و چگونه آنها را تعدیل می‌کنید؟
- چه افرادی در تیم مدیریت خواهند بود؟
- نقاط ضعف و قوت آنها چیست؟
- وظایف آنها چیست؟
- آیا این وظایف به روشنی تعریف شده است؟
- اگر امتیازی هست، چه نوع کمکهایی از امتیاز دهنده انتظار می‌رود؟
- آیا این کمکها مداوم هستند؟
- نیازهای پرسنل موجود شما چه چیزهایی است؟
- برنامه شما برای استخدام و تربیت افراد چیست؟
- پیشنهادات شما در مورد حقوق، مزایا، تعطیلات و مرخصی‌ها چیست؟
- اگر امتیازی داده شده، آیا دریافتی‌ها در سیستم مدیریتی توسط امتیاز دهنده پرداخت می‌شوند؟
- در صورت وجود چه مزایایی در این حالت پیشنهادی ارائه می‌دهید؟

۳-۴- طرح مدیریت مالی

مدیریت مالی قاطع و درست یکی از بهترین راههای سودمند ماندن کسب و کار و توانایی پرداخت بدهی‌ها می‌باشد. هر قدر شما امور مالی را خوب مدیریت کنید، این به منزله سنگ بنا و شالوده کسب و کار موفق خواهد بود. هر ساله تعداد زیادی از کسب و کارهای بالقوه مستعد و موفق به دلیل ضعف مدیریت مالی ورشکست می‌شوند.



شما به عنوان یک صاحب یک حرفه نیاز به تعریف و بکارگیری سیاست‌هایی دارید که شما را راهنمایی کند و مطمئن سازد که تعهدات مالی‌تان را انجام خواهید داد.

برای مدیریت مؤثر و خوب منابع مالی‌تان، یک طرح بودجه درست و واقعی با محاسبه مقدار پول واقعی مورد نیاز برای افتتاح کسب و کار (هزینه آغازین) و مقدار پول لازم برای باز نگهداشتن آن (هزینه‌های عملیاتی)، ارائه دهید. مرحله اول برای ایجاد یک طرح مالی درست، تعیین یک بودجه برای شروع است. بودجه شروع معمولاً شامل هزینه‌های یکباره‌ای است که عبارتند از هزینه‌های تجهیزات اصلی، سپرده و

بودجه اولیه برای هزینه‌های زیر در نظر گرفته می‌شود:

- پرسنل
- هزینه‌های قانونی / حرفه‌ای
- هزینه‌های اجاره
- مجوزهای و پروانه‌ها
- تجهیزات
- بیمه
- تدارکات
- تبلیغ و آگهی
- حقوق و دستمزد
- حسابداری
- درآمد
- خدمات شهری (آب، برق و ...)
- هزینه‌های حقوق بگیران

بودجه‌بندی عملیاتی زمانی آماده است که می‌خواهید بطور جدی کسب و کارتان را شروع کنید. بودجه‌بندی عملی اولویت‌های شما را در مورد اینکه چگونه پول‌هایتان را خرج کنید مشخص خواهد نمود و همچنین هزینه‌هایی که متحمل خواهید شد و اینکه چگونه این هزینه‌ها را جبران خواهید نمود (درآمدها). این طرح بودجه باید هزینه‌هایی در طول سه یا شش ماه اول کار شما وجود دارد را پوشش دهد، هزینه‌هایی از قبیل:

- پرسنل

- بیمه
- اجاره
- استهلاک
- بازپرداخت وام
- آگهی و تبلیغات
- هزینه‌های قانونی و حسابداری
- هزینه‌های متفرقه
- تدارکات
- هزینه‌های حقوق‌بگیران
- دستمزد و حقوق
- خدمات شهری
- حق عضویت / آبونمان / شهریه
- مالیات‌ها
- تعمیرات و نگهداری

در بخش امور مالی طرح شغلی باید همهٔ مواردی که وام‌های دریافتی را در آن موارد خرج کرده‌اید ذکر کنید، فهرستی از تجهیزات اولیه و تدارکات، ترازنامه، تحلیل سر به سری، وضعیت پیش‌بینی درآمدها (صورت درآمد و ضرر) و صورت نقدینگی باشد. صورت پیش‌بینی وضعیت درآمد و نقدینگی باید شامل یک خلاصه سه ساله، جزئیات ماهانه برای سال اول و جزئیات فصلی (چهار ماهه) برای سالهای دوم و سوم باشد.

سیستم حسابداری و سیستم کنترل موجودی که استفاده خواهید کرد، نیز در این بخش از طرح آورده می‌شود. در صورتیکه امتیازی وجود داشته باشد، امتیاز دهنده ممکن است در قرارداد امتیاز، نوع سیستم حسابداری و دفتر دارایی را که استفاده می‌کنید معلوم کند. در این حالت وی یک سیستم دست نخورده خواهد داشت که شما باید از این سیستم استفاده کنید.

در صورتیکه بخواهید خودتان سیستم حسابداری و دفتری را طراحی کنید، یک مشاور از بیرون از شرکت می‌تواند سیستم شما را طراحی کند و یا امتیاز دهنده این سیستم را آماده کند. در این صورت نیاز دارید که تمام بخش‌های آن را به همراه عملکرد آن بطور کامل فرا بگیرید مشاور مالی شما می‌تواند در تهیه این بخش طرح، کمک کند.



سؤالات زیر می‌تواند در محاسبه میزان سرمایه اولیه که برای بدست آوردن یک امتیاز نیاز دارید کمک کند.

- در حال حاضر چه میزان سرمایه دارید؟
- برای اینکه امتیاز جدیدی بگیرید چه میزان سرمایه لازم دارید؟
- چه میزان سرمایه برای شروع نیاز دارید؟
- سرمایه‌ای که برای ثبات در حرفه‌تان لازم دارید، چه میزان است؟

سؤالات دیگری نیز باید در نظر گرفته شوند عبارتند از:

- چه نوع سیستم حسابداری استفاده خواهید کرد؟ آیا از نوع تک دفتری است یا دفترداری دوپل است؟
- اهداف کلی شما برای فروش و سود سال آینده چیست؟ اگر امتیازی وجود دارد، آیا امتیاز دهنده اهداف فروش و سود را تعیین می‌کند؟ یا وی از شما انتظار رسیدن و حفظ کردن سطح معینی از فروش و سود دارد؟

- چه پیش‌بینی‌هایی در طرح مورد نیاز است که باید مدنظر قرار گیرد؟

- چه سیستمی برای کنترل موجودی بکار خواهید گرفت؟

طرح باید شامل یک توضیح کامل از پیش‌بینی‌ها باشد. در صورتی که با امور مالی آشنایی دارید، در تهیه صورت از وضعیت نقدینگی و درآمد و ترازنامه کمک بگیرید. هدف شما طی کردن یک مسیر در امور مالی نیست، اما شناختن ابزار مالی برای بهره‌گیری از مزایای آنها لازم است. حسابدار یا مشاور در رسیدن به این اهداف می‌تواند به شما کمک کند.

پس از بررسی‌های فوق و یافتن پاسخ مناسب به سؤالات مطرح شده می‌توان با استفاده از یک طرح شغلی

نمونه اقدام به تهیه «طرح شغلی» نمود. در ادامه یک نمونه از این الگوها آورده شده است.

فصل دوم

«الگوی طرح شغلی»

این صفحه عنوان شماسست. بهتر است یک تصویر رنگی از محصول خودتان را در این قسمت قرار دهید. اما برای مطالب زیر هم فضای

مناسب در نظر بگیرید.

[اسم شرکت شما]

ماه ... ۱۳xx

[ماه و سال ثبت]

طرح شغلی شماره [x]

این سند محرمانه است. این سند برای توزیع نیست.

[اسم سرمایه‌گذار اصلی]

[عنوان]

[آدرس]

[شهر، صندوق پستی]

[تلفن]

[پست الکترونیکی]

[آدرس اینترنتی شرکت]

این یک طرح شغلی است. نیازی به تأکید بر محرمانه بودن آن نیست.



خلاصه اجرایی:

هرگز سرمایه‌گذارها را از دست ندهید. پیشنهاد می‌کنیم که ابتدا خلاصه‌ای نوشته و از آن به عنوان یک الگوی کامل استفاده کنید. برای این منظور این خلاصه اولیه نباید بیشتر از دو صفحه باشد باید بدانید که هر اندازه این بخش کوتاه‌تر باشد، تأثیر بیشتری خواهد داشت.

رسالت

در این بخش شما باید هدف نهایی شرکت را توضیح دهید.

شرکت

[شرکت] در تاریخ [x] تأسیس شده و [نوع کار خود را توضیح دهید، مانند تولید کننده لوازم کودک، توزیع کننده مواد، ارائه دهنده خدمات پزشکی] می‌باشد. این شرکت به لحاظ قانونی از نوع [x] می‌باشد، [مانند نوع S-LCC، C-corporation corporation، مشارکتی، مالکیتی] آدرس دفتر مرکزی شرکت را در این قسمت ذکر کنید.

شغل

ما [تولیدات و خدماتی را که تهیه و یا می‌سازید شرح دهید] ارائه می‌دهیم. شرکت ما در مرحله [بسته، آغازین، رشد] شغلی قرار دارد. و دارای [محصولات اولیه اصلاح شده، بهترین فروشندگان، درخواست‌های رزرو شده بین‌المللی] هستیم. شرکت ما در مدت زمان [دوره] اخیر به میزان فروش [x] رسیده و [سود، زیان و تکمیل کار بدون زیان] را اعلام نموده است. با در نظر داشتن امور مالی شرکت ما انتظار دارد که به مقدار فروش [x] و به سود ناخالص [x] در سال [x+1] برسند. ما قادریم این کار را با توجه به درخواست‌های سرمایه‌گذاران انجام دهیم [در مورد فعالیت‌هایی که در ارتباط با این سرمایه‌گذاری‌ها دارید توضیح دهید، برای مثال: الف) داد و ستد کالاهای جدید، ب) افزایش امکانات برای افزایش تقاضا، ج) جمع‌آوری خرده‌فروشی‌ها و دیگر وسایل توزیع، د) افزایش تحقیقات و پژوهش‌ها برای محصولات جدید و یا بهبود آنها]

محصولات و خدمات

در مورد محصولات و خدمات خود در عبارات قابل فهم به ما توضیح دهید.

[شرکت] محصولات ذیل را تولید می‌کند؛ [محصولات خود را در اینجا به طور مختصر بر اساس فروش بالا و یا اهمیت آنها در خط تولید، لیست کنید].

در حال حاضر [محصولات و خدمات] ما در مرحله [ابتدایی، رشد، تکامل] قرار دارد. ما در حال برنامه‌ریزی برای [محصولات و خدمات] با توسعه خطوط تولید که شامل $[z,y,x]$ هستند؛ می‌باشیم.

عوامل مهم و بحرانی در [تولید محصولات، و یا تحویل خدمات (y,x) هستند]. [محصولات و خدمات] ما به دلایل $[y,x]$ بی‌نظیرند و یا اینکه یک برتری در بازار کار به خاطر [حق امتیاز، سرعت عمل در بازار، نشان معتبر] داریم.

بازار

ما بازار کار خود را به صورت [تولیدکننده و یا فروشنده وسایل نوشتاری و رسم‌کردنی، پنبیر کم‌چرب، داروهای حفاظتی دهان] تعریف می‌کنیم. این بازار به صورت [خرده و عمده فروشی] حدود $[x]$ ریال در سال $[x]$ طبق وضعیت منابع ما است و انتظار می‌رود که در سال $[x]$ به مبلغ $[x]$ ریال بر حسب وضعیت منابع ما برسد. مشتریان شما چه کسانی هستند؟ کجا هستند و چطور آنها را پیدا می‌کنید؟ آیا آنها محصولات و خدمات شما را از افراد دیگری می‌خرند؟ چطور مشتریان را راضی می‌کنید که در آینده از شما خرید کنند؟ چرا آنها به این محصولات علاقمند خواهند شد؟

رقابت

ما به طور مستقیم با [رقبای خود را ذکر کنید] رقابت می‌کنیم. یا رقابت مستقیمی نداریم، اما جانشین‌های دیگری برای [محصولات و خدمات] ما در بازار وجود دارد. [محصولات و خدمات] ما به خاطر دلایل $[x]$ بی‌نظیرند و یا اینکه ما سود قابل رقابتی را به خاطر [سرعت در بازار و نشان معتبر شغلی، تولید با هزینه کم] دارا هستیم.

مخاطره و فرصت

امروزه بزرگترین ریسکی که در تجارت خود داریم [ریسک در بازار، ریسک در قیمت، ریسک در تولیدات، ریسک در مدیریت] می‌باشد. به نظر می‌رسد به خاطر دلایل $[x]$ می‌توانیم بر این مخاطرات و ریسکها غلبه کنیم.



فرصتها بیش از هر چیزی مهم هستند، ما این فرصت را داریم تا [یک نقش مناسب را در بازار ایفا کنیم و یا یک نیروی اصلی در صنعت باشیم] البته اگر بتوانیم [x] را انجام دهیم.

گروه مدیریت

گروه ما برای رسیدن به اهداف طرح، اعضای در اختیار دارد. این گروه شامل [x] خانم یا آقا که در مجموع [x] سال تجربه دارند که [y] سال آن بازاریابی، [y] سال آن در بهبود تولید و [y] سال آن [دیگر موارد را ذکر کنید] می باشد.

سرمایه اولیه

ما به دنبال مبلغی حدود [x] ریال از مجموع [equity, sub-dept or senior financing] که ما را قادر به انجام [توضیح دهید که چرا به این سرمایه‌ها نیاز دارید، و چرا این فرصتها محرک هستند] می سازد، هستیم. ما می توانیم با [سود سهام سودهای اضافی، سرمایه‌گذاری مجدد، فروش شرکت و یا پیشنهاد عمومی] در مدت [x] سال مبلغ لازم را برای [وام، سرمایه‌گذاری] فراهم کنیم و از این مرحله عبور کنیم.

طرح مالی

در این بخش سرمایه‌گذار باید منظر روشنی از جایگاه فعلی کسب و کار شما پیش رو داشته باشد. اگر شما او را فریب دهید و یا کاری کنید که اطلاعات به سختی به دست وی برسد، در حقیقت خودتان را زندانی کرده‌اید، شما باید یک تصویر فوری هر چند پراکنده از موقعیت مالی خودتان ارائه دهید.

فروش

در این بخش سرمایه‌گذار باید ایده روشنی از جایگاه فعلی کسب و کار شما داشته باشد. اگر شما او را فریب دهید و یا کاری کنید که اطلاعات به سختی به دست وی برسد، در حقیقت خودتان را زندانی کرده‌اید، شما باید یک تصویر فوری هر چند پراکنده از موقعیت مالی خودتان ارائه دهید.

دو سال بعد

سال بعد

سال جاری

سال گذشته

فروش

سود ناخالص

پیش از کسر مالیات

خلاصه ترازنامه

دارایی‌ها:

بدهکاری‌ها:

ارزش دارایی‌ها:

در [x] سال خروجی را ایجاد می‌کنیم که به وسیله آن انتظار داریم به صورت [فروش به رقیبان، پیشنهادات عمومی اولیه، توزیع سودها] و یا به صورت [x] عمل می‌کند. انتظار ما این است که قادر باشیم این کار را در حدود [b ماه و یا سال] به انجام رسانیم.

شرح رسالت

هدف ما این است که [هدف نهایی‌تان را توضیح داده و یا رسالت خود را شرح دهید برای مثال: هدایت سازندگان و داد و ستدکنندگان چرخهای اسکیت و دارای نشان تجاری و یا برترین اسم در تولید پنیر کم چربی]. آرزوی ما داشتن شهرت و اعتبار در بازار برای توسعه و توزیع است [حفظ زمان، بهترین و مقرون به صرفه‌ترین راهی که تولیدات به فروش رسیدند و همچنین قیمت خوب برای استفاده در {x} بازار بوده است]. ما می‌توانیم به این مرحله برسیم اما در این راه باید از [بهبود تولیدات مطابق با آخرین روشهای علمی، درک درست از نیازها و تمایلات بازار و ابتکار و سودهی در داد و ستد و بسته‌بندی] بهره ببریم.

برای تکمیل اهدافمان، [شرکت] به این موارد نیاز دارد [سرمایه، استعداد مدیریتی، گستردگی و امکانات کارآمدتر و بیشتر]

در پیگیری این اهداف، ما مصمم به معامله با بانکداران، مشتریان و عموم مردم با استفاده از [شرح خوشنامی که شرکت در جستجوی آن است] هستیم. این گروهها شرکت را همانند تهیه‌کنندگان [سودهایی که هر گروه از طریق ارتباط با شرکت شما بدست آورده‌اند شرح دهید] می‌بینند.



شرکت

[شرکت] در [تاریخ] تأسیس شده، [در مورد اینکه شغل شما چه کاربردی دارد توضیح دهید، برای نمونه تولیدکننده محصولات کودک، توزیع‌کننده مواد، تهیه‌کننده خدمات دارویی]. اسم قانونی شرکت [x] است. شرکت از نوع [یک شکل قانونی برای شرکت شما [برای مثال C-corporation S-corporation LCC partnership و proprietorship] می‌باشد. دفتر اصلی ما در [آدرس اصلی شرکت را در این قسمت ذکر کنید] قرار دارد. دفتر ما تقریباً [x] مترمربع فضا و [کارخانه یا فروشگاه] ما حدوداً دارای [x] مترمربع فضا می‌باشد. ظرفیت رایج ما [x] واحد در ماه است. اگر ما از [x] واحد در ماه، یا فراتر بگذاریم به فضای بیشتری نیاز خواهیم داشت. ما انتظار داریم که این امکانات برای نیازهای شرکت ما برای [دوسال، یک سال، یک هفته] بعد از سرمایه‌گذاری، قابل قبول باشد.

آئین‌نامه و جواز

[اسم شرکت] در صنایع [دفع سموم و آفات، جنگ افزار و تسلیحات، مهندسی ژنتیک، مواد منفجره] و یا در [کنترل و استفاده مواد در مراحل تولید یا تحویل خدمات] مؤثر خواهد بود و تحت حمایت قانونی [اسم سازمان دولتی] قرار خواهد گرفت.

[اسم شرکت] تمام جوازهای لازم برای مؤثر واقع شدن و عمل کردن را دارد و آخرین بازدیدهای ثبت شده را داراست. این جوازها شامل [در اینجا همه جوازها را به طور خلاصه ذکر کنید] می‌باشد. این مؤسسات به کسب و کار ما در این حالات [در اینجا ما باید موارد استفاده و ترتیب دفع سموم را برشمرده و به آنها سندیت بدهیم و یا اینکه زمینه تمام کارفرمایان را با دستیابی به مجموعه قوانین چک کنیم] کمک می‌کنند.

ائتلافات سودمند

سرمایه‌گذاری با پول قرضی با استفاده از روابط نزدیک می‌تواند برای سرمایه‌گذاران جذاب باشد.

درباره نحوه کار خود با دیگران و بهبود عملکرد خود توضیح دهید.

[اسم شرکت] ائتلافات راهبردی مهم و سودمند را به همراه شغل‌های گسترده و پایه‌گذاری شده توسعه داده است. [هر شرکت را توصیف کرده و موقعیت آن در بازار داد و ستد، و جزئیات این ائتلاف و ریسکها و مخاطراتی که در

این ائتلاف وجود دارد را ذکر کنید. برای مثال، ما سازش با بازار را به همراه [X] بهبود بخشیده‌ایم، [داد و ستد] و [ارزان پاک‌کن صمغی برای جلب مشتری] به ما توانایی فروش [بازار آشفته دیگر لوازم/تحریر کودکان] را می‌دهد.

بعلاوه در کنار کار به صورت خرده‌فروشی، توانایی مشارکت در عمده‌فروشی به همراه مشتریان ثابت آنها، به ما برای نفوذ سریعتر در بازار کمک می‌کند.

یک خطر در این روابط نزدیک و دوستانه این است که [آنها خودشان تصمیم بر فروش لوازم/تحریر بگیرند] و ما را از دور خارج کنند.

نوع دیگر استراتژی دوستانه که می‌تواند برای شرکت سودآور باشد، بهبود داد و ستد مخاطره‌آمیز و مشترک با [X] می‌باشد. ما هرگز توانایی سرمایه‌گذاری با پژوهش‌های جدید بر روی [پنیر سوئیسی کم‌چرب که به آسانی آب می‌شود] را نداریم، اما با دستیابی به پژوهش‌های قبلی بر روی [چداری که آرام آب می‌شود] ما می‌توانیم زمان پیشرفت و بهبود را به نصف برسانیم. استفاده از [تجهیزات و یا افراد آنها] که به طور کامل توسط ما مورد استفاده قرار نگرفته‌اند، می‌توانیم از صرف [هزینه سرمایه‌های کلان، کل دستمزدهای پرداختی] اجتناب کنیم. ما با پرداخت حق امتیاز [X] به دلیل نقش آنها در موفقیت نهایی تولیدات، موافقت کرده‌ایم.

ما این استراتژی ارتباط دوستانه و نزدیک را با تعدادی از تهیه‌کنندگان مواد هم داریم. در این تقابل با یک پیمان همه جانبه برای خرید [بیشتر از ۸۰ درصد تهیه مواد خام از آنها]، موافقت کرده‌اند که [برای مدت شش ماه این مواد را در دسترس بازار قرار ندهند و یا این موارد را با قیمت‌های پیشنهادی به ما ارائه دهند]

همچنین [اسم شرکت] یک رابطه استراتژیک با تولیدکنندگان تجهیزات اصلی و تعدادی از مشتریان دارد، که به ما اجازه فروش بسیار زیاد و مداوم [چرخهای اسکیت] را به [تولیدکنندگان چکمه که از آنها برای ساخت و فروش اسکیت‌های کامل استفاده می‌کنند] می‌دهد. این روش تعداد زیادی از تولیدات ما را به بازار می‌فرستد و یک آگاهی نسبی در این زمینه ارائه می‌دهد.

شغل [کسب و کار]

[اسم شرکت] یک [تولیدکننده، توزیع‌کننده، داد و ستدکننده و آماده‌کننده خدمات] در زمینه [در این قسمت محصولات و خدمات خود را شرح دهید] می‌باشد.



شرکت ما در مرحله [نهفته، آغازین، رشد] شغلی قرار دارد و [تولیدات اولیه را بهبود بخشیده، بهترین فروشندگها را در اختیار گرفته، اولین سفارشات بین‌المللی را رزرو کرده است]

محصولات یا خدمات

در این قسمت در مورد چگونگی استفاده از تولیدات و محصولات و یا خدمات خود توضیحاتی ارائه دهید. چه نیازهایی از بازار توسط

محصولات شما مورد توجه قرار گرفته‌اند؟ چه ارزشی برای محصولات خود می‌توانید تعیین کنید؟

رایزان و کسانی که شما را راهنمایی می‌کنند، تجربه ارزشمندی برای طرز قرارگیری محصولات در بازار دارند.

[اسم شرکت] محصولاتی را که در ادامه ذکر خواهد شد تولید می‌کند، [در این قسمت محصولات خود را بر اساس بالاترین فروش و یا اهمیت در خطوط تولید شرح دهید]. حتماً خوانندگان را به عکسها، نمودارها، امتیازات بهره‌برداری و دیگر مواد شرح داده شده، ارجاع دهید.

و یا به صورت دیگر

[اسم شرکت] خدماتی که در ادامه ذکر خواهد شد را ارائه می‌دهد، [خدمات خود را به طور خلاصه بر اساس بالاترین فروش و یا اهمیت در خطوط تولید شرح دهید]. حتماً خوانندگان را به بروشورها و دیگر موارد شرح دهنده خدماتتان ارجاع دهید.

[محصولات و خدمات ما] در حال حاضر در مرحله [آغازین، رشد، تکامل] قرار دارد. ابتدا ما [خدمات و محصولاتمان] را در سال [xx] ۱۳ بهبود بخشیدیم و بعد از آن [x] بار بهبود و بازسازی و طراحی مجدد را روی آن انجام دادیم. یک تاریخچه و پیشینه از بهبود محصولات، معرفی محصولات و راههای آماده‌کننده پیشرفت و بهبود تا آخرین تاریخ [امروز] تهیه دقت کنید که شکل جدول‌ها مناسب باشد.

ویژگیهای منحصر به فرد و جنبه‌های اختصاصی محصولات

این پاراگراف خیلی مهم است. سرمایه‌گذاران باید دید ویژه و منحصر به فردی داشته باشند و یا از محصولات و خدمات خود حمایت کنند.

محصولات ما به خاطر [عوامل سری و پنهانی، مراحل به ثبت رسیده و به جهت حقوق انحصاری و مراحل ویژه ساخت] منحصر به فرد هستند.

دیگران در بازار توانایی تولید بعضی محصولات مشابه [محصولات و خدمات ما] را دارند ولی ما به خاطر دلایلی نظیر [X]، توانایی تولید و تهیه این محصولات را به طور متفاوتی دارا هستیم.

ما یک حق انحصاری برای [X] را [درخواست کرده‌ایم، به ما داده شده است و یا مجاز شده‌ایم] یک چکیده از آن را در فهرست آخر کتاب بیاورید. ما این بخش را با دیگر مراحل ترکیب کرده‌ایم که دیگران قادر به تقلید از آن نیستند. محصولات نمونه ما به دلایل [X] مشتریانی را که به [X] نیاز دارند به سمت ما سوق می‌دهند و منافع [X] را برای مشتریان به همراه خواهند داشت.

در مورد مجموع مشخصه‌های منحصر به فرد، خطوط مراحل تولید و تحویل کالا به مشتریان شرح داده و در مورد چگونگی انتقال سودهای قابل رقابت به شرکت از طریق این ویژگیها توضیح دهید.

تحقیق و توسعه

تحقیق و توسعه در شرکت ما توسط [اسم شخص یا پیمان‌کار] که اصلی‌ترین اهدافش استفاده از بازار برای [بهبود محصولات به منظور حل مشکلات و یا تهیه سودهای فوق‌العاده برای مشتریان] می‌باشد، انجام می‌گیرد. در [دوره] گذشته توسعه و تحقیق ما باعث ایجاد محصولات و ابداعاتی شده که در ادامه به آن اشاره خواهد شد [فهرست محصولات و ابداعات خود را بیاورید].

در [اسم شرکت] طی سال گذشته [X درصد از بازده‌های سرمایه‌گذاری و یا درآمد خالص] برای تحقیق و توسعه صرف شده است و در نظر است [X درصد یا ریال] را برای [دوره] آینده اختصاص یابد.

این تحقیق و توسعه گهگاهی باعث ایجاد ابداعاتی بدون استفاده از مشتریان و یا بازار، شده است. معیار انتخاب محصولات ما در این مورد [درخواست‌های سرمایه‌گذاری نسبتاً پایین، برگشت کامل سرمایه‌گذاری، منطبق شدن با استراتژی اخیر، امکان بهبود و تولید، ریسک‌های محدود، زمان به منظور دیدن نتایج، خریداری مشابه] می‌باشد. این تحقیق و توسعه در آینده نیازمند منابع اضافی خواهد بود، که شامل [مردم، مصرف سرمایه] به منظور [سرعت بخشیدن به مراحل بهبود، امتحان کارآمدتر نتایج] است.



محصولات جدید و آینده

برای پاسخ‌گویی به نیازهای بازار ما قصد داریم برای تولید [این محصولات و خدمات] با استفاده از توسعه خطوط تولید که شامل [z,y,x] هستند، طرح‌ریزی کنیم. زمانهای معرفی اهداف ما برای این محصولات [z,y,x] هستند که با [نمایشگاههای بزرگ بازرگانی و صنعتی] برابری می‌کنند. ما قصد معرفی محصولات جدید [z,y,x] را در فصل‌های آینده داریم.

تولید

[محصولات و خدمات] ما [در داخل ساخته شده، ترکیبات آن از فروشنده‌های مختلف در خارج و در داخل فراهم شده است. (خدمات) توسط پرسنل خودمان ارائه و یا به مشاوران ما سپرده می‌شود. [مواد خام، دستگاه‌های فرعی و بخش‌هایی] که در محصولات ما استفاده می‌شوند واقعاً قابل دسترسی توسط سازندگان هستند که می‌توانند استانداردهای کیفیت ما را از نزدیک مورد بررسی قرار دهند.

عوامل مهم در [تولید محصولات و تحویل خدمات ما] [z,y,x] هستند.

تجهیزات عمده و مواد و نیروی کار لازم خود را شرح داده و آن را برشمارید. آیا موارد بالا به آسانی در دسترس هستند؟ آیا منابع تهیه مواد شما متفاوتند؟ لیست صورتهای مورد نیاز، کیفیت و تشخیص فنی و موارد مخاطره‌آمیز را ذکر کنید.

ویژگیهای خاص محصولات و خدمات

محصولات و خدمات ما به خاطر دلایل [z,y,x] بی‌نظیرند و یا اینکه سودهایی را در بازار به دلیل [امتیازات ویژه، سرعت عمل در بازار و یک نشان معروف] دارا هستیم.

بازار

یک حقیقت تلخ: این بخش مهمترین اما بدترین بخش و قسمت اعظم طرح‌های شغلی آماده شده است.

تعریف بازار

شما در چه بازاری رقابت می‌کنید؟ اگر شما در قسمت تولید جعبه داشبورد اتومبیل هستید در مورد بازار ۶۴۰۰۰۰۰ میلیارد ریالی اتومبیل با جدیت و اشتیاق صحبت نکنید. چرا که شما در کار تولید جعبه داشبورد اتومبیل هستید نه خود اتومبیل. حال می‌توانید بگویید که در سال گذشته فروش شما در این تولید [جعبه داشبورد اتومبیل] چقدر بوده و آیا بازارهای دیگری برای فروش محصولات خود سراغ دارید؟

ما [انتظار رقابت کردن و یا اینکه در حال رقابت] در [موقعیت خود را تعریف کنید] و در [صنعت خود را تعریف کنید] هستیم. بر طبق [منابع خود را در اینجا قرار دهید] درآمد این بازار به صورت [خرده فروشی یا عمده فروشی] [X] ریال در [مدت زمان قابل حصول] گذشته بوده است.

اعتقاد ما این است که قسمت اعظم تمایل در صنعت به طرف پیشنهاد تولید با ویژگیهایی که در ادامه ذکر می‌شود، خواهد بود [تولید به صورت کوچک ساختن یا ریزسازی، کیفیت بالا، تطبیق با ارزشها و محیطهای شرقی]. تحقیقات انجام شده در رابطه با بازار [به منابع رجوع کنید] این احتمال را می‌دهد که این بازار در سال [xx] ۱۳ حدود [X] ریال [رشد خواهد داشت / نقصان خواهد داشت]. ما انتظار داریم در نقشی که در آن در حال رقابت هستیم در طول این مدت [رشد کند، دارای نقصان می‌شود، به صورت راکد باقی می‌ماند] اصلی‌ترین فشارهایی که بر روی این تغییر تأثیر گذار خواهد بود [کاهش ناگهانی ارزش کامپیوترها، رشد سریع خانه‌ها به خاطر شغل، تمایل نسل جدید برای داشتن فرزند کمتر و نگهداری حیوانات خانگی] می‌باشد. عظیم‌ترین رشد صنعتی در نواحی [X] خواهد بود.

در مورد اینکه از چه منبعی این اطلاعات را کسب کرده‌اید و چقدر این اطلاعات به روز هستند توضیح دهید.

تقسیمات بازار

ما بخشهای بازار خود را همانند بخش [وسایل نوشتاری و رسم کردنی شامل صنعت محصولات تحصیلی / خانگی / دفتری، بخش تولیدات پنیر کم‌چربی و پرچربی صنایع غذایی] تعریف می‌کنیم. این بخش در چند سال گذشته [متغیر / ثابت] بوده است. متخصصان صنعت [اسم آنها را قید کنید] برای این بخش موارد [X] را در چند سال آینده پیش‌بینی می‌کنند.

بخشهای عمده و اصلی بازار شامل [بخش a بخش b بخش c] می‌باشند. به طور کلی انواع مشتریانی که مایل به دستیابی به آنها هستند ذکر کنید [خرده‌فروشها، مقاطعه کاران وسایل الکترونیکی، خریداران کاتالوگ و غیره] بخش a صنعت بر اساس [نوع محصول ذکر شود] می‌باشد که دامنه قیمت آن به صورت خرده‌فروشی حدود [X تا Y] می‌باشد.

بیشترین فروشها در این بخش متعلق به [کاتالوگ‌ها، خرده فروشها، نماینده سازندگان کالای صنعتی، سازندگان تجهیزات اصل] می‌باشد.

یک مشتری ویژه برای ما کسی است که معمولاً از [محصولات و خدماتی متناوب] به منظور [هدف] استفاده می‌کند. آنها همیشه مشتاق خرید محصولات ما به خاطر [ارزش آنها، کیفیت آنها، سودمندی آنها] می‌باشند و ما این را از طریق [پاسخهای مشتریان، ارائه نمایشگاههای بازرگانی، پرسشهای تبلیغاتی] دریافت می‌کنیم و احساس می‌کنیم که مشتریان کالاهای ما را دارای [ارزش خوب، کارآیی برتر، نمونه بسیار خوب] می‌دانند. ولی به هر حال محصولات ما دارای نقاط ضعفی است که عبارتند از [قیمت بالای آنها نسبت به پنیهای دیگر، نشان جدید در بازار کالا]. ما به خاطر این ضعف، در حال کار کردن بر روی محصولات هستیم تا موقعیتی همچون [X] را برای آنها [محصولات] ایجاد کنیم.

عرضه به بازار

طرحهای خرید و فروش ما بر اساس اصولی است که در ادامه به آن اشاره می‌شود. ما با استفاده از [خرده فروشی، امور پستی، سطوح مختلف داد و ستد، اینترنت] همانند کانال [های] اولیه خود برای توزیع کالا، انتظار داریم تا در [X] بخش از بازار یا بازارها نفوذ کنیم و به آن دست یابیم.

موقعیت

ما کالاهای خود را در موقعیتی همچون [ارزش خوب نسبت به قیمت، کیفیت بالا، ارزان ولی خوشایند] قرار خواهیم داد که این موقعیت اخیراً مورد رقابت قرار نگرفته است.

ما به کمک یک گروه متخصص آمارگیری [توضیحاتی درباره این گروه ارائه دهید] قصد داریم که موقعیت تولیدی خود را بهبود ببخشیم.

سیاستهای قیمت گذاری ما [خطمشی خود و یا دست کم روشها و سیاستهای خود را شرح دهید] هستند. این قیمت گذاری بر مبنای ارزش کالا، درآمد ناخالص و دارایی خالص واقعی بازار می‌باشد. ما بر اساس [هزینه تمام شده، درآمد ناخالص و دارایی خالص، قیمت‌های بازار، ارزشهای دریافت شده] این قیمت گذاری را انجام داده‌ایم.

ما این قیمت‌گذاری را [ماهها، فصلها، سالها] مورد بررسی قرار داده تا از عدم اتلاف این سودهای پنهانی اطمینان حاصل کنیم. به نظر می‌آید که مشتریان تمایل به پرداخت بیشتر از این قیمت به خاطر [دلایل خود را توضیح دهید] دارند.

مجراها و راههای توزیع کالا

راههایی که ما برای فروش محصولات خود استفاده می‌کنیم [عمده فروشیه، متصدیان کاتالوگها، گروه بزرگی از تاجران خرده فروش، راههایی که ترکیبی از همه این مواردند] می‌باشد. این راهها برای تحویل کالا به مصرف کننده به خاطر [منافع مشتریان، محیط جغرافیایی، جریانات عادی فصلی] معقول به نظر می‌آید. در این راهها [عمده فروشیه، متصدیان کاتالوگها، گروه بزرگی از بازرگانان خرده فروش، راههایی که ترکیبی از همه این مواردند] رقابت وجود دارد. این مجراها که ما برای خروج کالاهای خود استفاده می‌کنیم به خاطر دلایلی نظیر [X] باعث افزایش سود خواهند شد. مشتریان عمده و همیشگی ما شامل [پنج عدد از آنها را نام برده و یک یا دو خط در مورد آنها توضیح دهید] هستند. نمودار ضمیمه [فهرست Z را ببینید] به شما نشان می‌دهد که چگونه محصولات ما به دست مشتریان می‌رسد.

تبلیغات، ترویج، نمایشگاههای تجاری

هدف شما معرفی، ترویج و حمایت از محصولاتتان است. البته توجه به "ارزش، طراحی مناسب و اجرای فعالیت‌های سازمان یافته" خود یک سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود.

[اسم شرکت] باعث بهبود یک سری تبلیغات جامع و گسترده و استراتژی آگهی‌های تبلیغاتی، شده است که با تأمین بودجه با بهترین ساختار به انجام خواهد رسید. ما انتظار داریم که در مجله‌های مختلف بین‌المللی و همچنین جراید بازرگانی حضور خود را اعلام کنیم. ما تبلیغات را خودمان تهیه کرده و آنها قسمتی از مبارزات تبلیغاتی [مجلات بازرگانی که ارائه دهنده صنعت ما هستند] می‌باشد و در حال جستجوی گزارش و اخباری هستیم که باعث [بهبود/اعتبار ما، معرفی ما به مشتریان] خواهد شد.

ما در حال گسترش و ترقی دادن محصولاتمان از طریق [ارائه نمونه‌های مختلف محصولات، ارائه نتایج سودی بالا، ارائه اجناس با تخفیف زیاد برای تأمین سرمایه] و دیگر عواملی که باعث بالابردن سرمایه‌گذارها از طریق پول قرضی

می‌شود، هستیم. هدف ما تمام این پیشرفته‌ها [فزایش حصار، ارائه محصولات با یک نشان مرغوب، استحکام همبستگی با جامعه] می‌باشد.

[اسم شرکت] در نمایشگاه‌های تجاری [در این جا نمایشگاه‌های بازرگانی را نام ببرید و به طور خلاصه درباره سازمانهایی که آن را یاری کرده و در آن حضور داشته‌اند توضیح دهید و فضای آنجا را توصیف کنید] حضور خواهد داشت. ما به طور متوسط [دارای ۶۰ متر فضا برای غرفه و با یک ساختار مناسب هستیم که اجازه معرفی و به نمایش گذاشتن بهترین و جدیدترین محصولاتمان را می‌دهد و یا اینکه ما تمایل به حضور در نمایشگاه همانند یک بازدید کننده را داریم که در همین حین اجناس ما در نمایشگاه برای خریداران شایسته‌ای که به درخواست ما دعوت شده‌اند، ارائه می‌شوند]. عوامل دیگری که در یک نمایشگاه بازرگانی به حساب آورده شده‌اند این است که آیا این فعالیت‌ها، پیامها و تبلیغات ما را به حصار خارجی خواهد رساند؟ آیا موقعیت نمایشگاه دارای اهمیت می‌باشد؟ آیا از ساختار زمانبندی مناسبی برخوردار بود؟ آیا حضور در این نمایشگاه اجباری است؟

رقابت

در مورد محصولات، قیمتها، موقعیت، ترقی، مدیریت و موقعیت مالی رقیبان کلیدی و مهم خود البته با احترام اطلاعاتی ارائه دهید. اطلاعاتی که شما در این باره می‌دهید اگر غیر واقعی و یا ناقص باشد می‌تواند عدم صداقت و سهل‌انگاری شما را به سرمایه‌گذاران، بانکداران و دیگران نشان دهد. خود [و یا سرمایه‌گذاران خود] را در مورد رقبا اغفال نکنید. گاهی به صفحه دفتر تلفن خود بیاندازید و یا سری به دستورالعمل‌های صنعتی در کتابخانه شرکت خود بزنید. در بانکهای اطلاعاتی on-line که حاوی نما و شرح حال رقابتی دیگر شرکتهاست، جستجو کنید. مجلات صنعتی را مطالعه کرده و آگهی دهندگان را جستجو کنید.

رقابت ما بی‌مانع نیست و انتخاب‌های دیگری که همانند [محصولات و خدمات] ماست در بازار وجود دارد. یا اینکه ما مستقیماً با [اسم رقیبان را ذکر کنید] در حال رقابت هستیم.

یک نمونه از این شرکتها به صورتی که در ادامه آمده است، را تهیه کنید. [برای مثال شرکت Acme Inc جزئی از شرکت Acme Grop است که یک شرکت دولتی با ۶۴۰۰ میلیارد ریال فروش می‌باشد. تقسیمات فروش این شرکت شامل قلم، مداد و دیگر وسایل نوشتاری و رسم کردنی است. اخیراً تمایل برای تقسیم‌بندی متوقف شده و مدیران،

سرمایه‌ای برای مدرنیزه کردن ماشین‌آلات تهیه نمی‌کنند. این شرکت یعنی *Acme Inc* توسط قائم مقام رئیس به مدت شش ماه اداره شده و رئیس قبلی آن ۱۱ ماه اداره این شرکت را برعهده داشت.

در این رقابتها [از همان شیوه‌های توزیع کالا که شرکت در مجلات بازرگانی تبلیغ کرده است (استفاده می‌شود) / استفاده نمی‌شود]. اگر این تبلیغات مرتب باشد، ممکن است نتیجه‌بخش باشد.

محصولات و خدمات ما به دلیل [X] بی‌نظیرند، یا اینکه ما سود رقابت آمیزی را به دلیل سرعت روند در بازار، نشان و مارک ثابت و شناخته شده، اعتبار تولید با هزینه پایین را دارا هستیم.

مخاطره و فرصت

مخاطرات شغلی

این قسمت نیز از مهمترین قسمتهای یک طرح شغلی محسوب می‌شود. شناختن مخاطرات و داشتن یک استراتژی برای جذب سرمایه‌گذاران یک ضرورت محسوب می‌شود. انواع مختلفی از مخاطرات شغلی برای کشورهای در حال رشد وجود دارد. شما نیز استراتژی خود برای مقابله و کنترل آنها را آماده کنید.

بعضی از اصلی‌ترین مخاطراتی که هنگام توسعه و پیشرفت با آنها مواجه هستیم شامل [تاریخچه عملکرد محدود شده، منابع محدود، امور نامشخص، بازار، امور نامشخص تولید، تجربیات مدیریتی محدود شده، وابستگی به مدیریت‌های کلیدی] می‌باشد.

فرصتها

این قسمت نیز یک بخش مهم از طرح شغلی شماست. از این قسمت برای ایجاد انگیزه استفاده کنید.

اگر چه شغل ما امروزه سهم خود را از مخاطرات داراست ولی ما به خاطر دلایل [X] احساس می‌کنیم که می‌توانیم بر آنها غلبه کنیم. ما [مخاطرات بازار] را توسط [انجام مطالعات جامع، شریک شدن با تعداد زیادی از شرکتهایی که بازار را می‌شناسند] عنوان خواهیم کرد. بدین ترتیب می‌توانیم [مخاطرات قیمت‌گذاری، مخاطرات تولید، مخاطرات مدیریت] را توسط متمرکز شدن بر روی [X] عنوان کنیم.

اگر ما توانایی غلبه بر این ریسکها را داشته باشیم، فرصت این را خواهیم داشت که [کنترل‌کننده یک نقش در بازار باشیم، یک نیروی اصلی در صنعت] باشیم. ما فکر می‌کنیم که نشان ما می‌تواند همانند [جایی که مقاطعه‌کاران در



جستجوی کمک مالی هستند، و یا جایی که مردم در جستجوی یک انتخاب خوب هستند [شناخته شود و فکر می‌کنیم در [X] سال آینده به این هدف خواهیم رسید.

هدایت محصول [X] به طور ویژه‌ای این شانس را دارد که [صنعت را تغییر دهد، بر زندگی‌ها تأثیر بگذارد، اجرای [X] رشته را بهبود ببخشد]. و به ما این توانایی را می‌دهد تا با بازارهایی که هنوز به آنها نزدیک نشده‌ایم مثل [فروشهای بین‌المللی، بازار نژادی] ارتباط برقرار کنیم.

گروه مدیریت

سرمایه‌گذاری یک شغل مردمی است. در مورد مدیران خود و اینکه چطور به صورت یک گروه با یکدیگر کار می‌کنند، توضیح دهید. گروه ما برای رسیدن به طرحهای خود شامل اعضای است که عبارتند از [X] مرد و زن که در مجموع [X] سال تجربه دارند که [Y] سال آن در بازاریابی، [Y] سال در بهبود تولیدات، [Y] سال در [سایر موارد] است. به طور قطع اگر شما افراد بیشتری را که دارای این موقعیت هستند و تعدادشان هم کم است، در اختیار دارید می‌توان گفت که خوش شانس هستید. به ما بگویید که چه کسانی را در اختیار دارید، چند سال سن دارند و چه سهمی در شرکت دارند.

سهام

سن

متصدیان و کارفرمایان کلیدی و مهم

الف - رئیس

ب - معاون بازرگانی

ج - معاون فروش

د - معاون مالی

ه - معاون تحقیق و توسعه

و - معاون بهره‌برداری

ز - کنترل‌کننده‌ها

س - وکیل حقوقی

مالکیت

این شرکت [X] سهم از سهام همگانی را در اختیار دارد که [۱۰۰] سهام آن منتشر و فروخته شده‌اند. افراد و سازمانهایی که در ادامه ذکر خواهد شد مهمترین سهام داران شرکت هستند؛

اسم	تعداد سهام	درصد مالکیت
شرکت [A.B.Founder]	۵۲	[۵۲٪]
شرکت [C.R.Inventor]	۲۲	[۲۲٪]
گروه مدیریت	۱۰	[۱۰٪]
[Seed.Ventures]	۱۰	[۱۰٪]

حمایت حرفه‌ای

ما دارای یک گروه قوی و حرفه‌ای هستیم که شامل:

[وکیل حقوقی]

[مؤسسه حسابداری]

[دیگر مشاوران]

می‌باشد.

هیأت [مدیران، مشاوران]

ما توسط حمایت و دستکاری متخصصان شغلی و صنعتی که ما را در تصمیم‌های شغلی، اتخاذ استراتژی و شکار

فرصتها یاری می‌دهند، ایمن شده‌ایم.

اعضای هیأت خود را نام برده و درباره جزئیات که از کجا و چرا این استراتژیها را جمع‌آوری کرده‌اند، چه تجربیاتی دارند در چه مواردی

قادر به شرکت و همکاری هستند توضیح دهید.



درخواست سرمایه اولیه

نیازی به گفتن نیست که این بخش نیز مهم است. درخواستهای خود را برای سرمایه ذکر کنید.

ما برای سرمایه‌گذاری در جهت پیشرفت در [دو سال، یک سال، یک ماه] آینده، در حال جستجو برای [x] ریال افزوده [حقوق مساوی، وام، تهیه پول] می‌باشیم. در آن زمان ما برای رسیدن به یک پول معین در گردش در مجموع به [x] ریال پول نیاز خواهیم داشت.

در مرحله اول سرمایه‌گذاری [تکامل توسعه، خریداری تجهیزات، معرفی و عرضه خطوط تولید فعلی و بعدی، سرمایه‌گذاری پولهای در گردش، بدست آوردن یک رقیب] اجباری خواهد بود. در اینجا تقسیم‌بندی برای چگونگی مصرف این سرمایه‌ها وجود دارد.

تکمیل و توسعه	[x] ریال
خریداری تجهیزات	[x] ریال
معرفی و عرضه خطوط تولید فعلی و بعدی	[x] ریال
سرمایه‌گذاری پولهای در گردش	[x] ریال

ما این [وام، مبلغ سرمایه‌گذاری شده] را تهیه و توسط [تقسیم سودهای اضافی، سرمایه‌گذاری مجدد، فروش شرکت یا ارائه عمومی] جبران می‌کنیم.

در مورد مقدار زمانی که برای پرداخت وام و برگشت پول سرمایه‌گذاران احتیاج دارید توضیح دهید. و در مورد نحوه انجام این بازپرداختها شرح دهید و استراتژیهای اتخاذ شده برای انجام این کار را نیز بیان کنید.

نتیجه گیری

شجاع باشید. این قسمت پایانی سند کامل و بی‌عیب شماست.

بر اساس طرح‌هایمان، فکر می‌کنیم که [سرمایه‌گذاری کردن در، وام گرفتن از] برای شرکت ما یک سرمایه‌گذاری شغلی درست و بی‌عیب است. جهت اقدام و رسیدن به این هدف ما یک [وام، مبلغی برای سرمایه‌گذاری] که حدود [x] ریال است را از تاریخ [x] درخواست کرده‌ایم.

طرح‌های مالی

نیازی به گفتن نیست که این بخش بسیار مهم است. درخواست‌های خود را برای سرمایه ذکر کنید.

فرضیات

طرح‌های ضمیمه، مواردی که در ادامه ذکر خواهد شد را در بردارند؛

شرح درآمدها

ما پیشنهاد می‌کنیم که شرح امور مالی برای اولین و یا دومین سال به صورت ماهانه و پس از آن هر سه ماه یکبار صورت گیرد. در صورت امکان این شرح‌ها به روز باشند.

با معرفی [خطوط تولید، خطوط تولید بهبود یافته] فروش افزایش خواهد یافت. قصد ما معرفی محصولات به طور جدی است که در فهرست [جزئیات را در این قسمت توضیح دهید] ارائه شده است. پس از حدود [X] ماه معرفی محصولات، انتظار ما رسیدن به میزان فروش [X] واحد در هر ماه است.

همانطور که هزینه فروشهای خوب [برحسب درصد کاهش خواهد یافت]، توانایی ما برای خرید و استفاده از تجهیزات جدید برای تولید بیشتر با هزینه پائین، نیز افزایش خواهد یافت.

همانطور که معرفی جدید ما بودجه احتیاطی بیشتری را طلب می‌کند، همزمان ما انتظار داریم که بودجه احتیاطی برای خطوط تولید کاهش پیدا کند. سود ناخالص بدون تغییر باقی خواهد ماند.

هزینه‌های فروش و اداره به طور نامحدودی افزایش خواهد یافت و همزمان با افزایش هزینه‌ها [در اینجا بیشترین هزینه‌ها را بنویسید و یا عمده‌ترین هزینه‌ها را که تغییر می‌کنند قید کنید] سرعت فروشهای ما بیشتر خواهد شد.

تحقیق و توسعه که خیلی زود باعث افزایش درصدی فروش می‌شوند، در طی زمان کاهش پیدا خواهد کرد.

سرشماری ما بعد از سرمایه‌گذاری بر روی [X] افزایش پیدا خواهد کرد، که این سرمایه‌گذارها برای [معاونت

فروش، پرداخت شده برای کمیسیون]، [معاونت تحقیق و توسعه، [X] ریال]، [معاونت امور مالی، [X] ریال]، [معاونت بهره‌برداری [X] ریال]، خواهد بود.

این را به خاطر بسپارید که طرح برای سرمایه‌گذاران هم مهم است و اینکه چطور این ارقام را آماده کرده اید و هنگام انجام این کار چقدر هوشیار بوده‌اید. در مورد بحثهایی که درباره قالب بازار، زمان بازار، پذیرش بازار و فشارهای رقابتی مرتبط با این ارقام، مطلع باشید.

خلاصه ترازنامه

در مورد موارد غیر معمول مانند دیگر دارایی‌های جاری، حسابهای قابل پرداخت و یا بدهیهای افزوده توضیح دهید.

حساب جاری و تحلیل سر به سری

این بخش از بخشهای دیگری مانند "شرح درآمد" و "ترازنامه" مهمتر است. پول نقد و مقدار پولی که شما در آخر هر روز در حساب خود دارید برای سرمایه‌گذاران مهمترین چیز است.

فرض ما بر این است که تهیه کنندگان به دادن [X] مقدار مدت زمان به ما راغب خواهند بود تا ما توانایی خرید [X] را به طور ماهانه داشته باشیم. و در آن زمان ما تصور می‌کنیم که این زمان به [X] روز هم برسد.

بدین ترتیب می‌توانیم صورت وضعیتهای خود را حدود [X] روز به خاطر ابرنامه‌های ویژه همراه با مشتریان بسیار زیاد، ایجاد نظم و ترتیب، کارت اعتباری و دریافت قیمت فروشها هنگام تحویل کالا، جمع‌آوری کنیم.

همچنین فکر می‌کنیم که اولین قسمت [اوام، سرمایه‌گذاری] در ماه [X] صورت خواهد گرفت و رسیدن به یک تعادل و موازنه در ماه [X] خواهد بود.

ما می‌توانیم تا ماه [X] به این توازن [بی‌سود و زیانی] برسیم. و تا آن تاریخ انتظار داریم که فروشهای ما به سطح [X] ریال برسند.

عرضه‌ها

یک اشتباه مسلم پر کردن و شلوغ کردن متن طرح خود با ذکر جزئیات است برای جلوگیری از بروز چنین مشکلی می‌توانید کلیه مواردی که می‌خواهید به متن اضافه کنیم در این بخش بیاورید.

- بروشور محصولات
- برگه‌های فروش
- پوشش‌های رسانه‌ای
- مجموعه نشریات صنعتی
- حقوق انحصاری و امتیازات
- اطلاعات در مورد بررسی بازار
- مبارزات تبلیغاتی پیشین
- عکسهای سودمند از امکانات، فروشگاهها و غیره



فصل سوم

« پرسش و پاسخ »

سؤال‌های که در این بخش مطرح می‌شود شامل مسائل عمومی در ایجاد یک شغل با معیارهای زمان حاضر می‌باشند. برخی از این پرسش‌ها که مربوط به زمان‌های گذشته و آینده هستند باید به صورت دیگری مطرح شوند.

۱- آیا ویژگی‌هایی که برای مالکیت و یا مدیریت یک حرفه کوچک لازم است، در من وجود دارد؟

شما در صورتی می‌توانید مهمترین کارمند خود باشید که بتوانید یک برآورد واقعی از نقاط قوت و ضعف خود داشته باشید.

به طور مثال سوالهایی را که باید از خودتان بپرسید عبارتند از:

- آیا من یک "توآور" هستم؟
- چگونه می‌توانم در کنار شخصیت‌های مختلف موفق شوم؟
- چگونه می‌توانم تصمیمات خوبی بگیرم؟
- آیا تحمل فیزیکی و احساسی لازم را برای هدایت یک کسب و کار دارم؟
- آیا می‌توانم بخوبی طراحی و سازماندهی کنم؟
- آیا روش و پشتکار من به اندازه کافی برای حفظ انگیزه قوی است؟
- این حرفه چه تأثیری بر خانواده من می‌گذارد؟

۲- چه شغلی را باید انتخاب کنم؟

معمولاً بهترین حرفه‌ای که در آن بیشترین مهارت و علاقمندی را دارید بهترین حرفه برای شما خواهد بود. وقتی شما گزینه‌های خود را مرور کنید شاید بخواهید در مورد استعداد رشد حرفه‌های مختلف در منطقه خودتان با افراد اهل فن یا بازرگان محلی مشورت کنید. تناسب پیشینه شغلی شما با بازار محلی شانس موفقیت شما را افزایش خواهد داد.

۳- طرح شغلی (Business Plan) چیست و چرا به آن نیازمندم؟

یک BP حرفه شما را به صورت کامل تعریف می‌کند و اهداف شما را نیز مشخص می‌نماید و به عنوان شرح تفصیلی (رزومه) شرکت شما می‌باشد. قسمت‌های اصلی آن شامل، یک جریان کاری، یک تراژنامه، وضعیت درآمدها، تجزیه و تحلیل نقدینگی‌ها و گردش پولی می‌باشد. این طرح، به شما کمک خواهد کرد تا در تخصیص درست منابع مالی و اداره کردن پیچیدگی‌ها و مشکلات غیر قابل پیش‌بینی و اتخاذ تصمیمات صحیح، درست عمل نمایید. یک BP خوب بخش بسیار مهمی در سیستم وام خواهد بود، زیرا اطلاعات ویژه و سازماندهی شده شرکت شما و چگونگی نحوه بازپرداخت پول‌های قرض گرفته شده را فراهم می‌کند. همچنین BP به شما اطلاعاتی در باره فروشندگان، تأمین کنندگان دیگر عملیات و اهداف شما، ارائه می‌دهد.

۴- چرا به تعریف BP با تمام جزئیات نیازمندم؟

شاید کمی مسخره باشد اگر از خودتان بپرسید «من واقعاً چه حرفه‌ای دارم»، اما بعضی از صاحبان (مدیران) مشاغل به دلیل اینکه هرگز به این سوال پاسخ نداده‌اند ورشکست شده‌اند.

۵- در تعریف شغلی، کدام جنبه‌های قانونی را باید در نظر بگیرم؟

مجوزهای لازم، قوانین منطقه بندی و مقررات دیگر از یک حرفه به حرفه دیگر و همچنین از یک استان به استان دیگر تغییر می‌کند. اداره صنایع شهر شما یا اتاق بازرگانی، شما را با اطلاعات عمومی آشنا خواهد کرد، اما شما برای توصیه‌های مخصوص درباره شرکت و منطقه فعالیت به مشاوره با وکیلان نیازمندید. همچنین باید در مورد نحوه سازماندهی (شرکت حقوقی، مشارکت یا مالکیت انفرادی) یا چگونگی مالیات تصمیم بگیرید.

۶- برای موفقیت در یک حرفه، به چه عواملی نیاز دارم؟

برای موفقیت در یک حرفه کوچک چهار عامل اصلی و اولیه وجود دارد:

- مدیریت استوار
- تجربه صنعتی
- حمایت تکنیکی
- توانایی طراحی



معدود افرادی هستند که یک حرفه را با در نظر گرفتن تمام این اصول شروع می‌کنند و سپس تجربیات و مهارت‌های شما را به درستی بررسی کرده و برای جبران کاستی‌های شما به دنبال شرکا یا کارکنان کلیدی بگردند.

۷- آیا برای دستیابی به موفقیت حضور یک یا چند شریک الزامی است؟

تصور نکنید که داشتن یک شریک شغلی، موفقیت شما را تضمین می‌کند. اگر شما به مهارت‌های مدیریتی بیشتر و یا سرمایه اولیه نیاز دارید، استخدام یک شریک ممکن است بهترین تصمیم باشد. شخصیت و خصوصیات فردی، به اندازه توانایی می‌تواند در ارائه کمک‌های تکنیکی یا مالی، مشخص کننده موقعیت نهایی یک مشارکت باشد.

۸- چگونه کارکنان با صلاحیت را پیدا کنم؟

کارکنان خود را به دقت انتخاب کنید. از قبل تعیین کنید که از آنها چه کاری می‌خواهید؟ صریح باشید. شما نیاز به کارکنان انعطاف‌پذیر دارید که بتوانند از یک موضوع کاری به موضوع دیگر انتقال یابند. با دقت مصاحبه نموده و سپس انتخاب کنید. به خاطر داشته باشید، که در قبال پرسش‌های خوب می‌توانید به پاسخ‌های خوب برسید. هر چه بیشتر در مورد تجربیات و مهارت‌های متقاضیان بدانید، تصمیمات بهتری اتخاذ خواهید نمود.

۹- چگونه میزان حقوق و دستمزد را تعیین کنم؟

سطوح حقوق و دستمزد با استفاده از موقعیت و مهارت لازم به عنوان یک ضابطه محاسبه می‌گردد. با انجمن صنفی خودتان و حسابدارتان در مورد آخرین شیوه‌ها، نسبت هزینه‌ها و سود ناویژه در زمینه کسب و کارتان مشورت کنید. حقوق واقعی پرداخت شده، تا زمانی که یک حداقل دستمزد توسط قانون دولتی برای بیشتر مشاغل وجود دارد، کلاً بر اساس توافق بین شما و کارمند مورد نظر خواهد بود.

۱۰- چه مسئولیت‌های مالی دیگری در قبال کارکنان دارم؟

شما باید مالیات بر درآمدهای دولتی و بیمه بیکاری را پرداخت کرده، و همینطور حق بیمه تأمین اجتماعی را پردازید. شما همچنین شاید بخواهید در مورد بیمه از کارافتادگی و یا بیمه عمر کارکنان کلیدی پرس و جو کنید.

۱۱- چه تدابیر امنیتی باید در نظر بگیرم؟

شما باید یک سیستم امنیتی مناسب نصب کنید. بنا به اهمیت شما باید تدابیر و ایمنی‌های لازم را برای اطمینان از هشیاری و درستی در میان کارکنان‌تان اجرا کنید. شما باید با یک برنامه امنیتی سیستم را بازرسی کنید، زیرا که سیستم‌های کامپیوتری برای کلاهبرداری نیز به همان اندازه از اطلاعات نگهداری شده مورد استفاده قرار می‌گیرند. جلساتی را در زمینه چگونگی تحت نظر قرار دادن و جلوگیری از اختلاس و دزدی و نیز چگونگی اداره صندوق و اموال در نظر بگیرید. بهترین اقدام علیه جرم انتخاب دقیق در هنگام استخدام است.

۱۲- آیا می‌توانم اعضای خانواده‌ام را برای کار در شرکت انتخاب کنم؟

اغلب اعضای خانواده صاحب شرکت، وی را در کار کمک می‌کنند. این مسئله برای صاحبان بعضی از مشاغل یک مزیت به حساب می‌آید و برای بعضی دیگر صدمات جبران ناپذیری خواهد داشت. درباره اینکه در مورد دقت، صداقت و احترام به شما (به عنوان یک صاحب و مدیر شرکت) چه نظری دارند باید بررسی شود. آیا می‌توانید خانواده و تصمیمات کاری را جدای از هم نگهدارید؟

۱۳- آیا به کامپیوتر نیاز دارم؟

امروزه مشاغل، با نیازهایی همانند افزایش موجودی و دفاتر دارایی مواجه هستند که باعث انتظار مشتریان، افزایش قیمت و تشدید رقابت می‌شود. کامپیوترها می‌توانند اطلاعاتی را آماده کنند که باعث بهبود برگشت در سرمایه‌گذاری شود. در عین حال به شما کمک می‌کنند تا از عهده بسیاری دیگر از فشارهای کاری برآید. کامپیوتر علاج همه چیز نیست، اما دقت لازم برای تصمیم‌گیری مهم است:

۱- تصمیم بگیرید که آیا واقعاً به یک کامپیوتر نیاز دارید، و

۲- بهترین سیستم (PC) را نیز برای کار خودتان انتخاب کنید.

۱۴- در مورد ارتباطات تلفنی چه اقداماتی لازم است؟

تمام مشاغل دارای عملیات مشترکی هستند: خرید و فروش، امور مالی، عملکرد و مدیریت. بسته به کسب و کار شما، ارتباطات تلفنی می‌تواند اهداف شما را در تمام یا تعدادی از زمینه‌ها برآورده سازد. در این حالت مرکز تلفن (ترمینال) و



شبکه (داخلی یا راه دور) اجزاء اصلی ارتباطات تلفنی شما را تشکیل می‌دهند. این یک ابزار مناسب و مؤثر است که می‌تواند با رشد تکنولوژی تغییر کند. هر قدر از ارتباطات تلفنی به طور مؤثر استفاده کنید به همان اندازه راندمان و سوددهی شرکت شما در آینده رشد خواهد کرد.

۱۵- برای شروع کار، به چه میزان سرمایه اولیه احتیاج داریم؟

هرگاه شما بخواهید مسئول تجهیزات و ساختمان مورد نیازتان باشید باید پول کافی جهت پرداخت تمام هزینه‌ها برای مدت حداقل یک سال داشته باشید. این هزینه‌ها شامل حقوق شما به عنوان صاحب شغل و بازپرداخت وام می‌باشد. یکی از علل ورشکستگی مشاغل عدم وجود سرمایه اولیه کافی است. بنابراین شما باید همکاری بیشتری با حسابدارتان برای برآورد نیازهای نقدینگی‌تان داشته باشید.

۱۶- برای تهیه سرمایه یک کسب و کار چه گزینه‌هایی وجود دارد؟

اولین قدم برای تهیه سرمایه اختصاص دادن دارایی‌های خودتان می‌باشد، و مسلماً این اقدام بهترین شاخص برای تشخیص جدی بودن شما در مورد کسب و کارتان است. به مخاطره انداختن دارایی‌های خودتان، به دیگران هم اطمینان می‌دهد تا در کسب و کار شما سرمایه‌گذاری کنند. ممکن است شما یک شریک برای سرمایه‌گذاری بیشتر در نظر بگیرید. بانک‌ها یک منبع مشخص سرمایه هستند. منابع دیگر وام، شامل: شرکتهای سرمایه‌گذاری تجاری، بنگاههای سرمایه‌گذار، شرکتهای توسعه محلی و شرکتهای بیمه عمر هستند. اعتبار تجاری، فروختن سهام و اجاره کردن تجهیزات، گزینه‌های پیشنهادی برای وام گرفتن هستند. برای مثال اجاره کردن، به دلیل اینکه دارایی‌های شما را مقید نمی‌کند ممکن است منافی داشته باشد.

۱۷- چه اقداماتی برای گرفتن وام باید انجام دهیم؟

وام دهنده سه سوال خواهد پرسید:

- چگونه این وام را خرج خواهید کرد؟
- چه مقدار نیاز دارید؟
- چگونه وام را بازپرداخت خواهید کرد؟

برای تقاضای وام، باید یک اظهاریه مالی طرح ریزی شده و یک طرح شغلی منسجم و روشن که در برگیرنده نام شرکت، محل شرکت، امکانات تولید، ساختار قانونی و اهداف کسب و کار است تهیه کنید.

یک توصیف روشن و کامل از تجارب و تواناییهای مدیریتی خودتان، بعلاوه مهارت دیگر کارکنان کلیدی مورد نیاز است.

۱۸- چه منافی مورد انتظار است؟

پاسخ به این سوال آسان نیست، با این حال، استانداردهایی برای مقایسه وجود دارد، که «ترخ صنعت» نامیده می‌شود و می‌تواند در برآورد سود به شما کمک کند. به عنوان مثال ROI سود بدست آمده را از یک مقدار مشخص پول که در یک کسب و کار سرمایه‌گذاری شده است، برآورد می‌کند. این نسبت‌ها توسط «مجموعه قوانین طبقه‌بندی استاندارد صنعتی» (SIC) تغییر یافته اند، بنابراین می‌توانید برای اطلاع از اینکه متوسط صنعت در مورد نوع کسب و کار شما چقدر است، جستجو کنید. این ارقام توسط گروه‌های مختلف منتشر شده و ممکن است در کتابخانه‌ها پیدا شوند. همچنین می‌توانید از اتحادیه صنفی تان کمک بگیرید.

۱۹- در مورد حسابداری و دفترداری چه نکاتی را باید بدانم؟

تأکید فراوان بر اهمیت نگهداری سیاهه‌ها لازم نیست. بدون سیاهه‌ها، شما در مورد اینکه کسب و کارتان چگونه است و چه سرانجامی خواهد داشت، اطلاعاتی نخواهید داشت. حداقل مواردی که باید ثبت شوند عبارتند از:

- (۱) میزان مالیات تحت قانون دولتی، شامل مالیات بر درآمد و قوانین تأمین اجتماعی.
- (۲) تقاضای شما برای اعتبار از فروشنده‌ها یا یک وام از بانک
- (۳) تولیدات شما، که شما خواهان فروش آن هستید.

اما از همه مهمتر این است که، شما برای اداره موفق کسب و کار و افزایش سود به آنها نیاز دارید.



۲۰- چگونه می‌توانم بهترین روش را برای دفترداری کسب و کارم بکار گیرم؟

نوع ثبت‌ها و اینکه چقدر به آن نیازمندید بستگی به عملکرد خاص شما دارد. یک حسابدار می‌تواند شما را با حالت‌های مختلف آشنا سازد. هنگام تصمیم‌گیری در مورد اینکه چه چیزی مورد نیاز است و چه چیزی مورد نیاز نیست، سوالات زیر را در ذهن داشته باشید:

(۱) چگونه این ثبت‌ها مورد استفاده قرار خواهد گرفت؟

(۲) این اطلاعات چقدر اهمیت دارد؟

(۳) آیا در جای دیگر اطلاعاتی به شکل مناسب قابل دسترسی است؟

۲۱- چه صورت‌حساب مالی مورد نیاز است؟

شما باید دو نوع صورت‌حساب مالی اساسی تهیه کرده و بر آن اشراف داشته باشید:

(۱) ترازنامه که شامل گزارشی از دارایی‌ها، بدهی‌ها و سرمایه است.

(۲) صورت‌حساب درآمد (سود و زیان)، یک خلاصه از دریافتی‌ها و مخارج در طی یک مدت زمان مشخص.

۲۲- بازاریابی شامل چه چیزهایی می‌شود؟

بازاریابی، مهمترین ابزار سازماندهی شماست. چهار دیدگاه مهم در بازاریابی وجود دارد که «چهار P» نامیده می‌شود:

* تولید (Product): کالا یا خدماتی که شما ارائه می‌دهید.

* قیمت (Price): مقدار پولی که شما برای محصول یا خدمات ارائه شده دریافت می‌کنید.

* تبلیغ کردن (Promote): روشی که شما بازاریابان را مطلع می‌کنید که شما چه کسی هستید و محل کار شما کجاست.

* مسیر سازی (Provide): مسیری که شما برای رساندن محصول به مشتری استفاده می‌کنید.

همانطور که می‌بینید، بازاریابی شامل موارد بیشتری از آگهی دادن یا فروش است. برای مثال یک بخش عمده از

بازاریابی شامل تحقیقاتی در مورد مشتریان شماست: آنها چه می‌خواهند؟ چقدر استطاعت خرید دارند؟ چگونه فکر می‌کنند؟

دانستن شما از این مسائل مهم می‌باشد و توجه کردن به پاسخ آنها در موفقیت و یا عدم موفقیت کسب و کارتان نقش اساسی

بازی می‌کند.

۲۳- استعداد بازار چقدر است؟

اصول تعیین سهم بازار و استعداد بازار برای تمام مناطق یکی است. ابتدا شرح حالی از مشتریان (چه کسانی هستند) و همینطور برآوردی از ابعاد جغرافیایی داد و ستد (چقدر) تهیه کنید. این استعداد عمومی بازار است. شناخت تعداد و قدرت رقبا (و بعد برآورد سهم تجاری که شما از آنها خواهید گرفت) به شما استعداد بازار بخصوص در حرفه شما را می‌شناساند.

۲۴- در مورد آگهی‌های تبلیغاتی چه باید بکنیم؟

رشد کسب و کار شما تحت تأثیر نحوه طراحی و اجرای برنامه تبلیغاتی است. زیرا تبلیغات یکی از مبانی سازنده کسب و کار شماست، تبلیغات باید به خوبی طراحی و بودجه بندی شود. شما می‌توانید با آژانسهای تبلیغاتی محلی مشورت کنید تا در مورد انتخاب روش تبلیغاتی مؤثر کمکتان کند.

۲۵- قیمت‌ها را چگونه تنظیم کنم؟

قیمت خدمات یا کالایی که ارائه می‌کنیم به سه هزینه اولیه تولید بستگی دارد: مواد اولیه، کارگر و هزینه‌های بالاسری.

بعد از تعیین این هزینه‌ها، قیمتی تعیین خواهد شد که باید هم سودمند و هم قابل رقابت باشد. به دلیل اینکه قیمت گذاری روند پیچیده‌ای است ممکن است بخواهید از افراد مجرب استفاده کنید.

۲۶- موقعیت جغرافیایی چه تأثیری بر شغل دارد؟

زمان و تلاشی که برای انتخاب محل کسب و کارتان می‌کنید، بدین معنی است که این عامل در موفقیت یا عدم موفقیت تأثیر دارد. نوع کسب و کار، استعداد بازار، در دسترس بودن کارکنان و تعداد مؤسسات رقیب، روی هم رفته محل استقرار کسب و کار شما را تعیین می‌کنند.



۲۷- محل استقرار و تجهیزات مورد نیاز بهتر است خریداری گردند و یا اجاره شوند؟

این سوال خوبی است و پاسخ به آن نیاز به دقت دارد. اجاره کردن نقدینگی شما را مقید نمی‌کند، اما ضرر آن اینست که شما در آینده نمی‌توانید تجهیزات را دوباره بفروشید و یا سرمایه‌تان را بردارید چون متعلق به شما نیستند. سنجیدن دقیق و تحلیل قیمت‌ها در اخذ تصمیم بهینه کمکتان می‌کند.

۲۸- آیا می‌توانم کسب و کارم را از منزل هدایت کنم؟

بله. در حقیقت افراد اهل فن برآورد می‌کنند که ۲۰ درصد در مشاغل کوچک از منزل صاحبان آنها اداره می‌شوند. اتاق بازرگانی می‌تواند اطلاعات مناسبی در زمینه مدیریت یک کسب و کار در منزل ارائه دهد.

۲۹- چگونه اطلاعاتی راجع به تهیه‌کننده‌ها، سازنده‌ها و توزیع‌کننده‌ها بدست آورم؟

بیشتر تهیه‌کننده‌ها مشتری‌های جدید می‌خواهند. یک منبع عمده برای پیدا کردن تهیه‌کننده، سازمان صنایع است که سازنده‌ها را بر حسب نوع و محل جغرافیایی دسته‌بندی و ارائه کرده است. اغلب کتابخانه‌ها فهرستی از سازنده‌ها بر حسب استان دارند. اگر شما تولیدات سازنده‌ها را بدانید، با یک نامه و یا تلفن می‌توانید توزیع‌کننده عمده آنها باشید. نمایشگاه‌های بازرگانی منابع خوبی برای دستیابی به تهیه‌کننده‌ها و بررسی تولیدات رقبا هستند.

۳۰- پس از آماده شدن مقدمات کار، چه باید بکنم؟

شما می‌دانید چه مقدار نقدینگی لازم دارید، و همچنین اطلاعات ویژه‌ای در مورد کارکنان و فروشندگان و احتمالات بازار بدست آورده‌اید. ممکن است از کسی بخواهید که طرح شغلی شما را بازنگری کند. با بخش تجاری یک دانشکده برای استفاده از نظرات دیگر تماس بگیرید. اکنون می‌توانید با بانک تماس گرفته و بعد به آنجا بروید.

www.jobiran.com