

رهنمود پلان

تجارتی (Business plan)

اجزای اصلی پلان تجارتي:

صفحه / فهرست مطالب

مشخصات شرکت :

- تلفن و آدرس
- نام شرکت
- آرم شرکت
- فهرست موسسان
- تاريخ تهيه پلان تجارتي
- تهيه کننده پلان تجارتي
- ايميل آدرس
- موقعيت شرکت
- رئيس شرکت
- سرمايه گذاري ابتداي شرکت
- سرمايه گذاري کلي شرکت
- تاريخ آغاز فعاليت هاي شرکت
- سهامداران شرکت

مقدمه:

پلان تجارتي:

پلان تجارتي سند رسمي يك شركت است كه در مورد اهداف درازمدت و شيوه رسيدن به اين اهداف معلومات مي دهد. پلان هاي تجارتي همچنان معلومات را در مورد فعاليت هاي قبلي وفعلي شركت، محصولات توليدي، موقعيت شركت، سهم داران، مالکين آن، بازار مورد هدف و ضعيت مالي شركت، مصارف متوقعه و عوايد پيش بيني شده شركت مي باشد بحث مي نمايد.

نظريه تجارتي:

نظريه تجارتي نقطه مركزي و شالوده يك طرح تجارتي است كه بدون داشتن يك نظريه تجارتي مشخص، طرح تجارتي تكميل كننده آن نبوده و فاقد اعداد و ارقام براي سرمايه گذاران ميشود. تجربه نشان داده است طراحان طرح تجارتي در افغانستان تنها به ظاهر طرح تجاري توجه داشته اند و نبايد به ظاهر آن توجه كرد بلكه بايد به تهيه طرح تجارتي هم از نظر كمی و هم از نظر كیفی توجه داشت

موضوعات مهمی كه در تهيه پلان تجارتي (Business plan) بايد رعايت گردد، شامل موارد ذيل می باشد:

- خلاصه، مستقيم و داراي جزئيات باشد.
- به نتيجه مطلوب اشاره نمايد
- اهداف بلندمدت را ۵ تا ۱۰ سال بيان نمايد.

خلاصه فعاليت عمده شركت:

- فعاليت ها عمده بايد ذكر كنيد .
- چه قدر پول ضرورت است
- ظرفيت توليد و در آمد در پلان تجارتي مشخص گردد

معرفي شركت:

- تاريخچه شركت

- نوع شرکت
- معرفی محصول و تکنولوژی شرکت
- فهرست دارایی‌های کلیدی و تجهیزات و امکانات شرکت
- معرفی تیم شرکت

معرفی تیم مدیریتی :

- اعضای موسسین شرکت و سهام داران اصلی
- کارمندان مالی شرکت
- کارمندان تخنیکي شرکت

تحليل خواسته های مشتری:

مشتریان مجموعه ای از خواسته های دارند که بر اساس آن ارزش محصول یا خدمت دریافت شده از عرضه کنندگان را ارزیابی می کنند.

- قیمت
- کیفیت
- سرعت تحویل محصول
- خدمات پس از فروش
- احساس اطمینان
- مصارف و قابلیت تغییرپذیری

پلان بازار : تحلیل رقباء :

- رقبای اصلی ما در بازارهای مختلف چه کسانی هستند؟
- مزیت های شرکت شما نسبت به سایر رقباء چیست ؟
- قوت و ضعف های رقباء و شرکت ها
- مقایسه موقعیت شرکت در مقابل رقبا
- از رقابت های قبلی چه می توان آموخت ؟

تحلیل رقابت :

- مزیت های اصلی رقبای داخلی : کیفیت بالا و تجربه های قبلی
- مزیت اصلی شرکت های افغانی : قوانین حمایت از تولید داخلی
- مزیت اصلی شرکت های خارجی : توان کاهش مداوم قیمت همراه با ارتقاء کیفیت

پلان بازار:

محصول : کیفیت، ویژگی ها، امکانات، بسته بندی، گرنتی ها، خدمات اضافی
قیمت : تخفیف ها، خرید اعتباری، قرضه های خرید، اجازه تاخیر پرداخت
مکان : تعداد مکان های توزیع، موفقیت مکان های توزیع، سطح موجودی محصول، شیوه رساندن محصول به مشتری

قیمت گذاری:

- قیمت بازارمحور (Market Pull)
- قیمت گذاری برپایه قیمت تمام شد (Cost Push)
- قیمت گذاری ثابت و قیمت گذاری همه شمول

سیتم فروش شرکت :

- سازماندهی فروش
- کانال های توزیع
- تعداد پرسنل و تخصص
- میزان استقلال فروش

پلان مالی :

- پیش بینی مصارف های شرکت روی جدول نشان داده شود
- پیش بینی صورت جریان پول شرکت روی جدول نشان داده شود
- پیش بینی صورت حساب مفاد و ضرر شرکت روی جدول نشان داده شود
- پیش بینی بلانس تجارتي شرکت روی جدول نشان داده شود
- پیش بینی بازگشت سرمایه شرکت طی ۵ تا ۱۰ سال آینده
- منابع و محل مصارف منابع مالی شرکت روی جدول نشان داده شود
- تحلیل نسبت های مالی (خصوصاً نسبت مفاد و ضرر)
- مصارف اساسی مالی آن دسته از فعالیت هایی که موجب مصارف نقد می شود.
- بلانس مفاد و ضرر شرکت روی جدول نشان داده شود

پلان عملیاتی و ریسک :

- شرکت و تجهیزات مورد نیاز
- جریان تولید
- نیروی کار مورد نیاز
- سیستم تامین و توزیع
- سیستم مدیریت
- سیستم سفارش گیری و ارائه خدمت به مشتری

پلان عملیاتی : تجهیزات و ماشین الات

- نوع ماشین آلات مورد نیاز
- شیوه تامین ماشین آلات (خرید دست دوم اجاره و ...)
- ارزش های مورد نیاز

نتیجه گیری ، تعهد سپاری شرکت

سوانح کارمندان کلیدی شرکت ضمیمه پلان تجارتي گردد.