

Basic Concept

مفاهیم اساسی

قرضه یا اعتبار کوچک (Micro- credit)

مایکرو کریدت اصلاً یک سیستم قرضه است، با مبلغ کم در زمان کوتاه و درچوکات محدود برای یک فرد از اعضای فامیل ها، خانوار و افراد به منظور بلند بردن عایدات و مولدیت و کاهش فقر داده می شود. به عباره دیگر این قرضه ها موجب ریشه کن کردن فقرگردیده که هدف آن سوق و بسیج نمودن اجتماع بسوی توسعه و انکشاف اجتماعی می باشد.

تدارکات مالی کوچک (Micro- Finance)

این سیستم شامل تسهیلات گوناگون قرضوی (قرضه عمومی، قرضه برای تهیه سرپنا و قرضه برای خلق نمودن عایدات)، انواع مختلف پس انداز (پس انداز شخصی، پس انداز اجباری و پس انداز جاری) و تسهیلات از قبیل (بیمه حیات، بیمه مرغ داری و مواشی)، برای طبقات مختلف فقیر و غیر فقیر می باشند. دو موضوع مهم و قابل تاکید درین رابطه عبارت اند از:

- 1- بدست آوردن ثبات مالی موسسه قرضه دهنده (MFI)
- 2- حد اعظم گسترش و برتری یافتن آن

بطور خلاصه می توان گفت:

تدارکات مالی کوچک (مایکرو فایننس) = قرضه کوچک (مایکرو کریدت) + سایر خدمات مالی

موثریت یا کارایی (Efficiency)

موثریت عبارت از بدست آوردن حاصل مطلوب از بکار بردن حداقل منابع دست داشته می باشد. درجهان انکشاف یافته، موثریت عبارت از توانای پیشبرد عملیات یک پروگرام با حداقل مصارف تمام شد، می باشد. یعنی "آیا سازمان یا دفاتر ساحوی من میتواند تا حد امکان به بیشترین مردم با کمترین مصارف ممکنه، خدمات عرضه نمایند؟" بطور مثال: ما به مقدار X نفر مبلغ 100 دالر قرضه دادیم و در جریان عرضه خدمات با مبلغ 10 دالر هزینه خدمات را متحمل شدیم، حالا ما فکر می کنیم که این 10 دالر، مصارف را که ما متحمل شدیم، حد اقل مصارف ممکنه بوده و یا ما می توانیم مصارف خود باز هم کاهش دهیم؟ اگر بتوانیم مصارف خود را کاهش دهیم درینصورت کارایی یا موثریت کاری ما خوبتر خواهد بود؟ موثریت رابطه مستقیم با مولدیت کاری کارمندان دارد.

ثبات (Sustainability)

ثبات عبارت از توانای تداوم کار و پایداری فعالیت می باشد. از دیدگاه وسیع: " آیا شرکت ما توانای منابع مالی کافی خواهد داشت تا به عرضه خدمات به مردم در آینده به و حال ادامه دهد؟" آیا ما قادر خواهیم بود همرا با منابع مالی موجود به فعالیت خود، در آینده ادامه بدهیم و یا به با منابع مالی دست داشته خود در آینده به فعالیت های تجارتي خود ادامه بدهیم؟ در توسعه شرکت ها، ثبات یا تداوم موجودیت آن بسیار مهم بوده و نقش عمده در موفقیت آن خواهد داشت.

تجار

(Entrepreneur)

تجار کیست؟ what is Entrepreneur

تجار شخصی است که نظرات و منابع دست داشته شانرا در یک شرکت که بتواند مفاد بدست بیاورد، بکارگمارده و با بکار بردن مهارت، تجارب و منابع خویش، خطرات را که در فرا راه فعالیت شان قرار دارد، آنرا اداره و کنترل نمایند. هیجان و شوق واقعی تجارت خلق یک چیز از هیچ چیزی می باشد، که آن مستلزم دیدگاه وسیع، تفکر خلاق، شیوه سازمان دهی و تلاش خستگی ناپذیر می باشد.

البته مشخصه منحصر به فرد تاجر خاص وجود نداشته، بلکه بعضی از مشخصات است که بیسیاری از تاجران موفق از یکدیگر می آموزند و یا سهم می برند، که میتوان آنرا قرار ذیل یاد آوری نمود

- 1- میل داشتن به گرفتن مسئولیت و کنترل نمودن
- 2- اولویت به تعدیل نمودن خطر (مطابق به یک نظر مشهور، تاجران متحملین خطرات بزرگ نیستند، آنها طبعاً با خطرات مواجه می گردند، اما دقیقاً برآند تا خطرات را تعدیل نمایند.)
- 3- داشتن اعتماد بنفس به توانای شان بخاطر موفق شدن
- 4- داشتن توانای و انرژی کافی
- 5- جهت یابی بسوی آینده
- 6- داشتن مهارت سازمان دهی
- 7- دوست داشتن موفقیت ها

توانایی تجار (Entrepreneurial Ability)

از خودپرسید Ask Yourselfs

- 1- آیا شما یک رهبر هستید؟
- 2- آیا شما یک شخص با انرژی هستید؟
- 3- آیا شما اعتماد به نفس دارید؟
- 4- آیا شما یک شخص سازمان یا فته ای منظم هستید؟
- 5- آیا شما یک شخص رقابتی هستید؟
- 6- آیا شما آماده کارکردن برای ساعات طولانی به شکل روزانه و یک دوره نامعین هستید؟
- 7- آیا شما منابع کافی در دست دارید؟
- 8- آیا شما یک شخص صحتمند هستید؟
- 9- آیا شما تولیدات و خدمات بینظیر در مقایسه با رقیبان خود دارید؟
- 10- آیا در تصمیم گیری همسران با شما است؟
- 11- آیا شما حاضرید که بخاطر موفقیت های تان در درازمدت، قربانی های کوچک و کوتاه مدت بدهید؟
- 12- آیا یک شخص خطرپذیر هستید؟
- 13- آیا یک شخص خوب و با مهارت در برقرار کردن ارتباطات هستید؟
- 14- آیا شما به قدر کافی تجربه کافی تجاری دارید؟

انتخاب یک تجارت کوچک (choosing small Business)

تجارت را که شما انتخاب می کنید باید متناسب باشد با اهداف حقیقی و ارزیابی صادقانه خودتان. فهرست زیرین شما را در قسمت تصمیم گیری برای تجارت موفق کمک می کند:

➤ آیا از تجارت واقعاً لذت می برم؟ Is this the kind of work , I really enjoy?

به تمایلات و علاقمندی تان نگاه نمایید. تعداد زیاد از تجارت های کوچک و موفق به عنوان یک کار مورد علاقه و سرگرمی خوب تبدیل گردیده است ، بخاطر سرگرمی انتخاب شده برای تمام دلایل درست ، مانند لذت بردن از وظیفه ، چلنج ها و سپری نمودن وقت.

➤ آیا من دارای مهارت های فنی مورد نیاز هستم؟ Do I have the required technical expertise

هیچگاه شامل تجارت نشوید، اگر اطلاعات در مورد آن نداشته باشید. زمانیکه شما مهارت لازم را داشته باشید، شما می توانید سوالات درست طرح ، تصامیم تجارتي خوب اخذ و نظریات تخصصی دیگران را ارزیابی منطقی نمایید.

➤ آیا ازین تجارت به قدر کافی میتوانم پول بدست بیاورم؟ Can I make enough money in this Business?

در قدم اول پلان مالی تانرا با واقعی و معقول باشد. بعداً به تجارت های کوچک که شبه تجارت که شبه تجارت شما اند، نگاه نموده و ببینید که آنها چه می کنند؟ با مالکان آن تجارت ها صحبت نمایید، تعداد از آنها معلومات کافی به دسترس شما قرار خواهد داد که بر بنیاد آن اطلاعات بتوانید تصمیم اتخاذ نمایید. اگر پیشنهاد از نظر مالی خوب است، شما را در انتخاب یک تجارت کمک خواهد نمود که بتواند اهداف مالی شما را برآورده بسازد.

➤ آیا میتوانم در صورت ضرورت از کدام مرجع کمک بگیرم؟ Can I get the help I will need

اگر تجارت شما توسط یک نفر بصورت درست پیش برده نشود، شما ضرورت به پیدا نمودن طریقه های درست کمک که قابل دسترس در محیط شما باشد، خواهید داشت. آیا کدام تجارت شبه به تجارت شما در ماحول تان وجود خواهد داشت؟ همچنان بخاطر دریافت دقیق نیازمندی به کارمندان، نمایندگی های استخدامی محلی سایر تجارتها را بررسی و با آنها صحبت نمایید.

➤ آیا من درک صحیح بازار دارم؟ Do I understand the Market?

آیا شما قادر به پیدا کردن مشتری خواهد بودید؟ آیا شما آگاهی در قسمت قیمت گذاری به شکل مناسب دارید؟ آیا شما قادر خواهید بود که پروگرام بازاریابی تانرا رهبری نمایید؟ (شاید شما به تنهای قادر نباشید، ولی تلاش نمایید)

رضایت کارمندان (Customer Satisfaction)

پروگرام بازار یابی شما خدمات و تولیدات شما را به مشتریان شما نمایش میدهد. ونیز این پروگرام (بازاریابی) امیدوارانه مشتریانرا به دروازه تان می آورد وآن صرف یکبار، مهارت کار درین است که آنها را با خود داشته باشی. این کار خیلی ساده است مشتری های خود را نگهدارید. مثال های قدیم درست است که میگویند " بهترین اشتها را ، حفظ رضایتمندی مشتریان است" بناً یک پروگرام برای رضایتمندی مشتریان برای شما ضروری است . بخاطر داشته باشید، که حفظ مشتریان موجود ارزانتر است نسبت به پیدا کردن مشتریان جدید. به منظور ارزیابی عملیات تجارتي خودتان، خود را بجای یکی از مشتریان تان بگذارید واین کار است که در عملیات شما تغییرات می آورد.

فهرست زیرین در برگرنده یک سری ماده های است برای پروگرام رضایت مندی مشتریان، بیاد داشته باشید که بعضی ازین پیشنهادات برای تجارت های واقعی می باشد که قرار ذیل است:

- 1- مطمئن شوید که تمام کارمندانشما به این نتیجه رسیده است که تمام مشتریان شما یکسان ود راولویت قرار دارد.
- 2- هرگز با مشتریان مشاجره ننمایید.
- 3- با هر شخص به عنوان مشتری، خود معامله ننمایید.
- 4- از ماشین جوابگو و پیام صوتی استفاده ننمایید تا ضرورت اشد نباشد، زیرا مشتریان می خواهد با اشخاص حقیقی صحبت نماید نه به ماشین، زیرا شما می دانید، که ماشین با مشتریان چه خواهد گفت؟
- 5- تلفون را بعد از خوردن زنگ دوم جواب دهید.
- 6- مکرراً از مشتریان خود تشکر ننمایید و با ادب باشید
- 7- بعضی چیزها را رایگان تهیه ننمایید (قهوه، قلم)
- 8- همیشه تلفون را به اسرع وقت جواب دهید.
- 9- تلفون خود تانرا جواب دهید.
- 10- به تمام شکایات بصورت فوری رسیدگی ننمایید.
- 11- به هر محل صندوق شکایات نصب نموده تا مشتریان بتواند از ان استفاده نمایند.
- 12- تولیدات و خدمات تانرا طوری عیار ننمایید که برای خریداری آسان باشد.
- 13- امکانات خریداری را توسط کریدت کارد آماده سازید.
- 14- برخورد خوب کردن با مشتریان ، مثلاً برادر، دکان همیشه از شما و بروی باز است.
- 15- نمونه ها را به شکل رایگان تهیه ننمایید
- 16- لکچرهای رایگان را تهیه ننمایید.
- 17- به قیمت بلند نفروشد.
- 18- هرلحظه از افراد خود بپرسید که آنها با مشتریان چطور معامله می نماید.
- 19- برای رضایت مندی مشتریان، اجناس مورد علاقه آنها را حتی از جاهای دور تهیه ننمایید.
- 20- همه مشکلات را به گردن کمپیوتر نیا ندازید.
- 21- کوشش کنید متاع خود را بالای مشتریان مورد امتیاز خود بفروش ننمایید.
- 22- به همه مشتریان به عین قیمت بفروشید.
- 23- برای رضایتمندی مشتریان یک سروی داشته باشید، درین صورت چیزهای عجیب را خواهید آموخت.
- 24- همیشه دربین مردم باشید. یعنی خدمات شما همواره درمقابل تقاضای آنها آماده باشد.

کارکردن با کارمندان (Working with Employees)

برخورد معقول و منطقی با کارمندان کردن، یک از چالش های عمده یک سازمان یا یک شرکت می باشد که این برخورد ارتباط می گیرد با سیستم ادار و رهبری یک تجارت. در مورد مدیریت یا منجمنت کتابهای زیادی وجود دارند که میتوانند از آنها استفاده نمایید.

لسیت های ذیل به اساس یک برخورد خوب و تجربوی است، که شما را در مورد برخورد با کارمندان کمک می نمایند:

- 1- پرداخت معاش خوب به کارمندان، زیرا معاش خوب، در عوض دست اوردهای خوب برای شرکت شما خواهد داشت.
- 2- برای پیشبرد کار، هر فرد شیوه خاص خود را دارد، شما فقط آنها هدایت نموده و اهداف موسسه را برای آنها معرفی کنید، نه شیوه کاری را، بگذارید به شیوه خاص خود برای بدست آوردن اهداف تان کار نمایند.
- 3- بیاد داشته باشید از کارمندان بصورت شخصی انتقاد نمایید، تا مورد تمجید و تعریف دیگران قرار بگیرد.
- 4- بیاد داشته باشید که هر فرد دوست دارد که احترام شود، با آنها حرف بزنید تا در عوض خدمات خوب را ارایه نماید.
- 5- همیشه قابل دسترس باشید و بگذارید کارمندان شما را روز یکبار ببینند، زیرا آنها نیاز دارد تا شمارا نسبت به کارات تان دلچسپ ببینند.
- 6- به وعده های تان وفا نمایید، اگر چیزی وعده میدهید، آنرا عملی نمایید، زیرا بهانه کردن خوبت نیست
- 7- برای پیشبرد هر چه خوبتر کارتان پیشنهادات کارمندان را در نظر بگیرید.
- 8- بگذارید آنها یکی دوبار شکست بخورد، زیرا موفقیت بعد از شکست است. هر کارمند که از شکست بترسد افراد مبتکر نخواهد بود.
- 9- هر کارمند بصورت دقیق باید بداند مسئولیت ها و اختیارات های شان چیست، چه اختیارات در دست دارند تا مسئولیت های خود را انجام دهد.
- 10- آشنا کردن کارمندان با اهداف سازمان، یعنی اهداف سازمان را برای آنها به بحث بگیرید و به آنها مسئولیت دهید تا با شما در رسیدن با اهداف سازمان یاری نمایند.
- 11- همیشه آنها را تشویق و تحریک نمایید تا کاری را که به آنها سپرده شده است، بصورت صحیح و درست انجام دهد. با آنها درباره اهمیت وظیفه در رسیدن به اهداف سازمان صحبت نمایید. در مقابل انجام کارهای خوب به آنها پاداش خوب و جایزه بدهید، تا بیشتر به انجام کارها، ترغیب گردند.
- 12- برای ارتقای ظرفیت های آنها، ترینگ های موثر دایر نمایید، تا آنها قادر گردند که در تعالی سازمان سهم بیشتر بگیرند. زیرا اگر آنها فکرکنند که برای سازمان زیاد موثر نیستند، درینصورت سازمان نمیتواند نتیجه متوقعه را بدست بیاورند.

تجارت کوچک چیست؟

What is a small business?

برای تجارت های کوچک تعریف واحد که همه کارشناسان تجارت به توافق رسیده باشند، وجود ندارند. ولی با آنهم به شرکت های اطلاق می گردد که دارای کمتر از 10-50 کارمند داشته باشند که میتوانند این نوع تجارت ها انتفاعی و غیر انتفاعی مانند کوپراتیف ها باشند. با توجه به تعریف بالا تعداد زیاد از تجارت های کوچک وجود دارند که دارای کمتر از پنج کارمند هستند. گاهی اوقات به تجارت های کوچک، تجارت های کوچک، متوسط و کمی بزرگ نیز گفته می شود. یعنی تجارت های متوسط که دارای 200 کارمند باشند.

تمویل کردن تجارت (Financing your business)

اکثر از تجارتهای قبلی از آغاز فعالیت به سرمایه نیاز دارند، به عنوان صاحب یک تجارت کوچک شما عموماً به تجهیزات، مواد، گدام و پول نقد به منظور پرداخت معاشات، کرایه، مصرف تلفون و غیره نیازمند هستید، تا تجارت شما در حالت قرار گیرند که برای شما مفاد بیاورند. قبل از اینکه شما را های مختلف را به منظور تمویل نمودن تجارت تان جستجو نمایید، مهم است که تفکر تجارت کردن را داشته باشید تا بدانید که تجارت شما در آینده چطور فعالیت انجام خواهد داد. مصارف شما چقدر خواهد بود؟ و چقدر عاید برای شما خواهد آورد؟ تمام این اطلاعات باید در پلان تجارتهای شما ذکر گردد که پلان مالی یک بخش از آن میباشد.

بیش از اینکه شما در جستجوی تمویل تجارت خود باشید باید دو نقطه ذیل را مورد بررسی قرار دهید

- پلان تجارتهای چیست؟ و
- چطور میتوان آنرا تهیه نمود؟

پلان تجارت چه است؟

What is business plan?

- 1 این ورق گفته های عامه را باطل می سازد که یک پلان تجارتهای صرف یک سند خلق شده برای حفظ منابع مالی است.
- 2 این روی واقعیتها تاکید می نماید که یک پلان تجارتهای محصول یک پروسه تفکر و تصمیم گیری است.
- 3 داشتن فهرست سودمند تجارت پیش از تنظیم کردن پلان تجارتهای شما.
- 4 دادن یک آگاهی مختصر از محیط تحت پوشش گرفته شده بوسیله پلان تجارتهای و به اساس نوشتن ساختار پلانی تجارتهای

استراتژی عمومی تجارت Your overall business strategy

این یک چشم انداز بزرگ در مرکز تجارت شما است که تجارت شما کدام نقاط منفی را دارد و همچنان در بازار مورد نظر شما تحت کدام شرائط می توانید مفاد از کل فروشات تان مطابق به اهداف دست داشته تان بدست آورید. این طرح شما را در یک مقطع زمانی کمک میکند تا تمرکز روی اموال باقی مانده نموده و آن را کنترل نمایید. این راه حل تجارتهای شما ضرورت به تجدید نظر اساسی اکتشاف از قسمت های دیگر پلان تجارتهای دارد. این تجدید نظر، مقدمه سودمند را در نوشتن پلان تجارتهای تان تهیه می کند.

پلان بازاریابی Marketing plan

پلانی بازاریابی توصیف کننده مشتری، رقیبان، موقعیت، تولیدات، قیمت گذاری، تبلیغ در روش توزیع است. که به این اساس شما باید تخمین نمایید که احتمالاً چه مقدار در یک مدت کوتاه و دراز می فروشید این پیش بینی فروشات شما تعیین کننده برای پلان تجارتهای باقیمانده شما است. لذا شما ضرورت دارید تا پلان عملیاتی، پلان کارمندان و پلان مالی را طرح نمایید. مالک تجارت باید خوش برخورد و حلیم باشد درینجا خیلی ارزش های معنوی غیر پولی توسط مبالغه کردن در خطرات برای پیش بینی فروشات شما، قواعد و اصول که در پلان بازاریابی بوجود می آید در این قسمت منافع شما خیلی کم خواهد بود.

پلان عملیاتی Operation plan

در اینجا پلان تجارتهای شما همانگونه در تجارت تان عمل خواهد کرد تا فکری عمومی در مورد جزئیات و مصارف صنعتی مثلاً: تسلیم دهی، کنترل ذخیره، اموال تجارتهای، انبار یا گدام تان داشته باشید. اگر فروشات تان نسبت به خدمات تان ترجیح داده شود شما هم چنان نیازمند یک استدلال درین بخش می باشید که آنرا شامل بسازید.

پلان کارمندان Staffing plan

پلان کارمندان باید قسمی طرح گردد که کارمندان باید در اطراف تجارت تان باشد نه اینکه تجارت در اطراف کارمندان تان، در حقیقت شما توانای اعتماد و وفاداری و هواخواهی رادربندای دوستی و خویشاوندی با فامیلین و مامورین در تجارت دارید. شما در صورتی به یک پیشرفت و ترقی دست پیدا میکنید وقتی کارهای زیادی را توسط خود انجام دهید. اما این بهتر خواهد بود که ضرورت های واقعی کارمندان تانرا طرح نماید. اما ارزش این ضرورت و نیازها را از نگاه تیوری دست کم نگیرید. همچنان شما میدانید که هدف تان برای چه است و پلان کارمندان تان باید مطابق به نقشه باشد. تا اهداف اساسی تان را ازین تجارت بدست آورید.

پلان مالی Financial plan

پلان مالی شما را کمک می نماید تا تمام ارقام ارایه شده را که جمع اوری شده است؛ که ایا این رقم ذخیره شده سود بخش و قابل استفاده است و یا شما به اندازه کافی پول نقد دارید در زمان که شما فروشات کم داشته باشید.

این پلان دربر گیرنده

- 1 - صورت حساب مفاد و ضرر.
- 2 - جریان پول نقد
- 3 - ورقه بیلانس

The Marketing Plan

پلان بازاریابی

Questions to ask:

پرسشنامه:

- پیش بینی فروشات - به چی مقدار خواهد فروختم؟
- خصوصیات یک مشتری - کی تولیدات من را خواهد خرید؟
- خصوصیات یک رقابت کننده - کی ها رقابت کننده گان مستقیم من هستند؟ کدام متاع در مارکیت جانشین ان گردد؟
- خصوصیات یک تولید - هسته تولیدات و خصوصیات اضافی چی است؟
- استراتژی توزیع - آیا مکان را که در آن منتقل می کنم درست است؟
- استراتژی قیمت گذاری - آیا مردم آماده به خریدن خواهد بود؟ که به کدام اندازه من میتوانم که به قیمت تعیین شده به فروش برسانم؟ آیا این قیمت تحت پوشش خواهد گرفت مصارفات مستقیم و مصارفات اضافی را؟
- استراتژی انکشافی - چطور می توانم که آگاهی در مورد تولیدات خویش را به وجود بیاورم و یا چطور می توانم که تقاضات تولیدات خویش را درک نمایم؟

Ideas for research methods for the marketing plan:

میتود های تحقیقاتی برای پلان بازاریابی

- 1- خریداری معلومات از کمپنی های تحقیقاتی در مورد بازار، قیمت و غیره
- 2- انجام تحقیقات توسط خود تان ارزانتر و خوبتر خواهد بود و نیز شما را در مورد ارتباط ساختن و انکشاف تجارت بیشتر خواهید آموخت.
- 3- جمع آوری احصاییه های نفوس از انستیتوت های تحقیقاتی
- 4- تجارت های دیگر از اثر تحقیقات شان شاید موفقیت های را بدست بیاورند.
- 5- با مردم در ارتباط عین تجارت در مناطق مختلف بحث نمایید، البته کسانی که رقیبان تان نیستند.
- 6- هر خانه را سروی نموده و ورق پرسشنامه را به آنها توزیع نمایید.
- 7- محل را که شما برای تجارت خود انتخاب می نمایید، باید تحقیق کنید که روزانه چقدر موتر و مردم ازان

- عبور می نمایند.
- 8- در مورد تولیدات، عایدات و مشتریان رقیبان تان تحقیقات نمایید.
 - 9- با عرضه کننده گان رقیب تان صحبت نمایید.
 - 10- مفکوره تانرا امتحان کنید، زمانیکه با مردم ملاقات می کنید.
 - 11- اگر بخواهید تجارت تانرا توسعه و یا تغییر بدهید، با مشتریان، کسانیکه تا هنوز مشتری شما نیست و کسانی را که می خواهید مشتری خود بسازید، با آنها صحبت نمایید.

The Operational Plan

پلان عملیاتی

For manufacturing برای شرکت های تولیدی

- خصوصیات مهم تولیدات چیست؟ هر تولید چطور ساخته شده؟
- کدام تجهیزات، لوازم، مواد و نیروی انسانی را ضرورت داریم؟
- سامان کاری کمپنی به چی اندازه باشد که فروشات پیش بینی شده را مرفوع سازد و به چی اندازه متاع مورد ضرورت ما به تعویق خواهد افتاد و عامل آن چه خواهد بود؟
- آیا تغییرات در تقاضا وجود خواهد داشت و چی اثرات بالای تولیدات ما خواهد داشت؟
- کی ها تهیه کننده گان من هستند؟
- به کدام تسهیلات ضرورت دارم و از کجا میتوان انرا دریافت نمود؟
- شکل ظاهری شرکت باید به چی شکل طرح بندی گردد؟
- چطور می توان از کیفیت و کنترل تولید متیقین بود؟
- مدیریت نیروی انسانی و هم چنان تقسیم اوقات کاری به چی شکل خواهد بود؟
- سیستم کنترل کدام به چی شکل خواهد بود؟
- پروسه تولیدات و تهیه مواد خام، دریافت فرمایش الی ختم تولیدات و صورت حساب به چی شکل خواهد بود؟

For retailers:

برای پرچون فروشان

چطور میتوانم که اموال خود را ثبت نمایم یا به عباره دیگر چطور خواهد توانستم که سیستم کاری کدام خود را کنترل نمایم .

For the service businesses

برای خدمات تجارت

اگر شرکت شما خدمات عرضه نماید، درینصورت شما ضرورت زیاد به جدول اساسی از پلان گذاری عملیاتی پیدا خواهید نمود، به شمول پلان گذاری و تقسیم اوقات.

Research methods for operations and stock control:

میتود های تحقیقاتی برای عملیات و کنترل کدام

- فروشات را از آغاز پلان بازاریابی الی پلان عملیاتی پیش بینی نمایید.
- نیازمندی تخنیکی تجارت تان بدانید حتا که اگر شما تا شریک متخصص تخنیکی هم داشته باشید و هم چنان خود را متیقین بسازید که به سوالات بالا جواب می دهید.
- با تهیه کننده گان و صاحبان سایر تجارت ها صحبت نمایید.

- در قسمت مدیریت نیروی بشری توجه خاص داشته باشید.
- کمک گرفتن از متخصصین صنعت کاران

پلان کارمندیابی (Staffing Plan)

پرسشنامه:

- 1- به چند کارمند نیاز دارم؟ چه تعداد دایمی، پارت تایم و قراردادی.
- 2- شخصیت، مهارت و تجارب کاری آنها چطور باشد؟
- 3- که به کیها گذارش میدهد؟
- 4- تقسیم و مسئولیت کار چطور به اساس تخصص شخص باشد؟
- 5- چقدر معاش باید به کارمندان پرداخت گردد؟
- 6- مصارف دیگر مثل تقاعد، بیمه و غیره چقدر خواهد بود؟
- 7- آیا مزد که به آنها پرداخت می گردد، حد اقل دست مزد میباشد؟
- 8- چه تریننگ ها برای ارتقای ظرفیت آنها دایر گردد و چه قدر هزینه خواهد داشت؟
- 9- آیا میتوان در نمایندگی های فروش، عین نقش را داشته باشیم، یعنی خودم کارمندان را استخدام نمایم؟
- 10- چطور میتوان وظایف مهم تجارت را به کارمندان سپرد، مثلاً در پلان های استراتژیک.

شیوه های تحقیق در پلان کارمند یابی:

Research methods for the staffing plan

- 1- پلان عملیاتی خود را در نظر گرفته و نظریه آن فکر کنید که چقدر کارمند نیاز دارید.
- 2- درباره توانای خود توجه داشته باشید که چطور میتوان آنرا به پیش برد؟
- 3- تجارت های مشابه به تجارت خود را مطالعه نموده و ببینید که که به کیها گذارش کاری را ارایه می نماید؟

پلان مالی (Financial Planning)

مسائل ذیل را باید پیش بینی نمایید You must try to Forecast

- 1 مقدار فروش در سال اول (یا سال آینده اگر شما قبلاً در تجارت بوده اید)
- 2 قیمت تمام شد اموال قابل فروش
- 3 مفاد ناخالص
- 4 مصارف متفرقه
- 5 مصارف ابتدایی
- 6 دوران یا مدت قرض
- 7 جریان نقدینگی
- 8 چقدر پول نیاز دارید تا قرض بگیرید؟
- 9 آیا شما قادر به باز پرداخت آن خواهید بود؟

روش تحقیق

Research methods

- 1 اگر شما در مورد بعضی از مفاهیم اساسی مدیریت مالی و نقش آن چیزی نمیدانید، اول آنرا بیاموزید، بخوان و درباره آن سوال کن، زیرا این عمل اساس هر عمل تجاری می باشد. اگر شما به آن نیاز احساس می کنید از محاسب تان به عنوان یک استاد سوال نمایید.
- 2 اگر نیازمندی های ذکر شده ممکن است، بیاموز که چطور میتوان آنرا از پروگرام اکسیل برای پلان های مالی استفاده کرد.
- 3 پلان بازاریابی، عملیاتی و کارمندی باید جوابگوی نیازمندی های تان برای پیش بینی آینده باشد (فروش، مصارف و فروشات و غیره)
- 4 با مالکان سایر تجارت ها صحبت نمایید
- 5 با موسسات همکار و مشوره دهنده روابط داشته باشید
- 6 بصورت مشترک:
 - (a) پیش بینی حساب مفاد و ضرر
 - (b) پیش بینی جریان نقدینگی
 - (c) پیش بینی ورقه بیلانس

Pricing قیمت گذاری

قیمت گذاری عبارت از طریقه اجرا قیمت بالای فروشات و خریداری بشکل دستورالعمل و یا اتوماتیک بوده که این مینی بر عوامل آن بوده که عبارت از: مبلغ ثابت شده، تجزیه مقدار، ترقی یا فروشات در لیلام، تعیین قیمت برای فروشنده مشخص، قیمت غالب شده بالای وارده، حمل نقل جنس توسط کشتی و تاریخ صورت حساب، ترکیب شده از چندین سفارش تجارتي و انواع دیگر میباشد. سیستم اتوماتیک قیمت گذاری نیازمندی به جلوگیری از اشتابات آن را دارد.

در قیمت گذاری بعضی از سوالات شامل بوده تا پرسیده شود.

- چی مقدار قیمت را بالای تولیدات یا خدمات خود گذاشت؟ که این یک راه است که تمام از تاجران در باره آن می اندیشند، تجارت بیشتر توجه به فروشات مینماید. یعنی سوال اصلی این است که مشتریان چی مقدار ارزش میبخشند برای تولیدات شما؟ و مشتریان چی را میخواهند بدست آرند؟
- کدام اهداف شامل این قیمت گذاری بوده است؟
- آیا برای مفاد بیشتر از بلندترین قیمت گذاری استفاده نمایم؟
- چطور قیمت را تنظیم نماید؟ (هزینه جمع قیمت گذاری، مبنا بر تقاضا یا مبنا بر ارزش قیمت گذاری، نرخ درآمد قیمت گذاری، یا فهرست بندی مبنا بر رقیب تجارت)
- باید یک قیمت باشد، یا چندین قیمت گذاری؟
- آیا به کدام قیمت ها رقیبان شما متاع تولید شده خود شان را میفروشند؟
- آیا قیمت ها مبنا بر مناطق جغرافیایی تغییرپذیر است یا خیر؟ آیا این وکالت مینماید به قیمت گذاری منطقه؟
- آیا کدام تخفیف یا کاستن در مقدار جنس باشد یا خیر؟
- آیا شما از استراتژی تخفیف قیمت یا استراتژی قیمت گذاری داخل شدن به مارکیت استفاده مینماید؟
- کدام نقش را میخواهد که در قیمت جنس شما شامل باشد؟
- آیا شما از قیمت گذاری فکری استفاده مینماید؟
- آیا حساسیت موضوع مشتریان برای شما مهم بوده یا خیر؟
- آیا در قیمت جنس یک اداره فرق گذاری مناسب موجود است؟
- آیا کدام کمیته موجود است تا در قیمت ها اجناس فرق گذاری نماید و میان قیمت های فروشندگان توافق نماید؟
- کدام جهت طبقه بندی قیمت تولیدات قبلاً بوده؟
- به کدام اندازه در قیمت گذاری تغییر پذیر میباشد؟ بسیار رقابتي در صنعت یا قابلیت تغییر را در قیمت دارا میباشد؟
- تعیین قیمت از آغاز تولید شروع شده عامل دیگر نیز دارد که عبارت از هزینه آن بوده (که درجه بندی عملیاتی غیرمعین، هزینه نهائی، اقتصاد و فروشات) میباشد.
- بلندی قیمت از نگاه تقاضا به متاع تولید شده تعیین میگردد.
- کدام رسیدگی برای قیمت انتقال اموال موجود است؟
- کدام چیزها احتمال میروند در رقابت قیمت؟
- به کدام قیمت باید آشکار باشد؟ آیا قیمت باید بی طرف باند؟ (مثال: کدام عامل فرق مهم در قیمت گذاری نباشد) با کدام قیمت عالی آشکار باشد؟ (تا کمک نماید با تولیدات پائین قیمت)
- آیا کدام توجه به قیمت های مشترک یا بهم پیوسته موجود بوده یا خیر؟
- کدام قیمت ها شامل به قیمت تولید نبوده (یعنی زمان سفر از محل تجارت تا فروشگاه اجناس، وقت منتظر بودن در فروشگاه، ناسازگار بودن مشتری با اجناس اضافی همرا با تولیدات و غیره)
- کدام نوع از پرداخت ها در تجارت شما پذیرفته میشود. (پول نقد، چک، کار اعتباری مالی یا کریدت کارت و تبادل کالا به کالا)

یک قیمت برگزیده خوب باید سه چیز را انجام دهد:

A well chosen price should do three things

1. یک دست آورد خود برای اهداف مالی موسسه تجارتي (بطور مثال: سودمندی)
2. مناسب بودن آن با واقعیت ها بازار (آیا مشتریان قادر به خریدن قیمت تعیین شده میباشند)
3. حمایت نمودن تولید با تغییرات بازار تا تولید ما ثابت بماند.

- قیمت از نگاه نوع تولید، تقسیم، استفاده از کانال، و ترقی کیفیت تولید و پشرفت بالای آن تاثیر نموده است.
- بلندی قیمت معمولاً ارتباط به کیفیت تولیدات، چینال توزیع متاع تولید شده می باشد، ما توسط اعلانات میتوانیم تولیدات خویش را بهتر نمایم.
- یک قیمت کم میتواند قابل دوام بوده و جانشین کیفیت تولید میشود. از نقطه نظر بازار قیمت موثر عبارت از قیمت است تا بیشتر مشتریان را حاضر نموده و آنها آماده پرداخت به آن قیمت باشند. و از نقطه نظر اقتصادی این عبارت از قیمت است تا جلب مشتریان را به تولیدات دیگر بنماید. قیمت موثر عبارت از قیمت تعیین شده یک کمپنی بوده که بعد از ختم حسابداری بالای تولید برای انگیزه ها و ترقی ها برای تولید گذاشته میشود.

Loan قرضه

Definition

تعریف:

قرضه عبارت از مجموع مبالغ می باشد که یک سازمان و یا افراد، تحت یک شرایط خاص به یک شخص و یا گروه داده می شود. این شرایط شامل سه نکات ذیل می باشند:

- 1 فیصدی معین بطور مصارف اداری .
- 2 یک مدت معین.
- 3 دوران و مراحل تحویلی.

Importance of Loan

اهمیت قرضه

سازمان های غیر انتفاعی (NGO) برای ارتقا و تعالی افراد فقیر کار نموده و پروگرام های مختلف را درین راستا عملی می نمایند. طوریکه پروگرام قرضه یکی از بهترین فعالیت این سازمان ها می باشند، زیرا اکثر از شرکت کننده گان این سازمان ها افراد فقیر بوده که معمولاً زیر خط فقر زندگی می کنند و سطح عایدات آنها پایین بوده و در نتیجه سطح پس انداز آنها پایین خواهد بود. نظر به پایین بودن سطح پس انداز، سرمایه گذاری آنها پایین بوده و عاید کم عاید حال آنها گردیده و پیوسته آنها در یک دایره شیطانی فقر بسر می برند. برای شکستن این دایره، آنها نیاز به یک فشار بزرگ دارند که بالای یکی از حلقات این دایره وارد نمایند، تا دایره فقر شکسته شود، و آن در صورتی ممکن است که آنها از یک مرجع یک مقدار پول به عنوان قرضه اخذ نمایند، تا انرا سرمایه گذاری نموده که باعث افزایش عاید آنها خواهد گردید. در نتیجه بلند رفتن عاید، پس انداز آنها بلند خواهد رفت که در نتیجه منجر به رفاه اقتصادی در اجتماع خواهد گردید.

Rationale of Credit Program

منطق پروگرام قرضه

مؤسسات قرضه دهنده همراه با اشخاص فقیر مخصوصاً آن عده اشخاص صیقه زیر خط فقر و بیچاره گی قرار دارند. کار می نمایند که در نتیجه فقر و بیچاره گی آنها نمیتوانند که پس انداز نمایند حتی پس انداز هم ندارند، بناً برای انجام دادن فعالیت های عایداتی متعددی مانند : زراعت، ماهی گیری، باغ داری، تجارت کوچک و غیره فعالیت ها آنها نیاز به پول نقد دارند. در حالیکه کدام سیستم بانکی دیگری نیز در کشور وجود نداشته، پس این یک مشکل بزرگی است تا هنگامیکه آنها نیاز به پول نقد داشته باشند. پس برای حل چنین پرابلم ها و ضروریات شان آنها پول را از سروتمندان محلی در مقابل نرخ بلند سود قرض می نمایند در حالیکه بعضی اوقات حتی درجه تحویل قسط ماهانه آن را به ده فیصد میرسد. طوریکه درجه قسط آن بلندتر از عاید و درآمد ماهه وار پروژه مربوطه شان می باشد. که در نتیجه آنها قادر به پرداخت دوباره آن نگردیده و منجر به مجبور شدن شان میگردد تا به فروختن زمین، مواشی، و حتی دست به فروختن اموال منزل شان در مقابل پول ناچیز گردند که در نتیجه از این طریق اشخاص فقیر، فقیرتر میگردند. پس بخاطر حفظ چنین اشخاص از زیر استثمارگری، مؤسسات میکروفایننس پروگرام های قرضه را به راه انداخته اند.

Types of Loan

انواع قرضه

مؤسسات تمویل کننده مالی مختلف قرضه های مختلفی را برای اعضای خود پیشکش و براه انداخته اند. طوریکه بسیاری از مؤسسات مالی قرضه دهنده سه نوع قرضه را برای اعضای خود براه انداخته اند که قرار ذیل اند.

General Loan قرضه عامه

اعضای قرضه گیرنده این نوع قرضه را مطابق به خواست شان گرفته و میتوانند در پروگرام مورد علاقه خود استفا

ده مینما بند. موسسات قرضه دهنده در سرمایه گذاری این نوع قرضه کدام دخالتی ندارند و سرمایه گذاری شان توسط سازمان مربوطه کنترل و ارزیابی نمیگردد. عموماً مدت این نوع قرضه یک سال است. و طریقه پرداخت قسط آن هفته وار است که اعضا ان اشخاصی مانند: تجاران کوچک، خیاطی، صنایع دستی، دوکاندارای و غیره میباشند.

Program Loan

پروگرام قرضه

این نوع قرضه برای بوجود آوردن شغل و بلند بردن سطح عایدات اعضا میباشند، بسیاری از موسسات قرضه دهنده فعالیت های مختلفی عایداتی را پیش و براه انداخته اند. طوری که آنها چنین فعالیت های را توسط اعضا انجام میدهند که عموماً مدت تحویلی این نوع قرضه یک سال بوده و طریق پرداخت قسط آن هفته وار میباشند. در حالیکه در بعضی از حالات مدت تحویلی این قرضه به دو تا سه سال نیز طول میکشد که مربوط به نوعیت پروژه میگردد. بر علاوه مدت تحویلی وجود دارد که به 13 هفته طول میکشد. مثال های پروگرام قرضه قرار ذیل اند: قرضه برای تربیه، حفظ و نگهداری حیوانات، قرضه برای ماهی گیری و تربیه آن، قرضه برای نهال شانی و غیره.

Housing Loan

قرضه برای تهیه سرپناه

بعضی از موسسات مالی قرضه دهنده برای ترمیم و ساختن سرپناه هم قرضه را برای اعضا خود پیشکش و به راه می اندازند که این نوع قرضه را بنام قرضه برای تهیه سرپناه مسما و یاد میکنند.

Saving پس انداز

Concept

مفهوم:

پس انداز بخش از عایدات بوده که بصورت فوری به مصرف نمی رسد. یا به عباره دیگر پس انداز عبارت از پولی میباش که بعد از انجام مصارف روزمره باقی مانده یا نگهداشته شده و یا هم شخصی مصرف کننده از خرج خود کم نموده و یک مقدار پول را پس انداز مینمایند که مبلغ پس انداز وابسته به طرز رفتار و یا تفکر شخص میباش. قسمیکه:

$$\text{پس انداز} = (\text{عاید} - \text{مصارف}) * \text{تمایل به پس انداز}$$

Importance of Saving

اهمیت پس انداز

مؤسسات مالی قرضه دهنده، پروسه پس انداز را از اعضا خود طبق قواعد سازمان و فراهم سازی چانس پس انداز برای آینده و به منظور استفاده نمودن از آن در مواقع عاجل و یا هم در کهن سالی که البته شخص توانای کار را نداشته باشند، جمع آوری مینمایند.

Borrower's perspective

از نظر:

1. پس انداز تامین کننده مصارف اعضا در سنین پیری بوده و همچنان پس انداز در موقع عاجل که پول نقد بحد کافی در دست نباشد و یا هم در صورت وقوع کدام حادثه طبعی استفاده میشود.
2. پس انداز اعضا را از فروش اموال، مواشی و زمین باز میدارد.
3. پس انداز به بهبود وضعیت اقتصادی اعضا پرداخته و ارزشهای فردی ایشانرا تقویت مینماید.
4. پس انداز، پس انداز کننده گان را قدرت مند ساخته و همچنان باعث بلند بردن درآمد عایداتی شان گردیده و آنها را از احتیاجی قرض گرفتن از سایر اشخاصی دیگر در مقابل مبلغ زیاد مانع میشود.
5. پس انداز مقام مردم غریب را در جامعه بلند نموده، زمانیکه حالت اقتصادی ایشان به تدریج بلند رود.
6. پس انداز محل مناسب و محفوظ را غرض نگهداشتن پول برای اعضا فراهم میسازد.
7. مفاد که از پس انداز بدست میاید، علاقه مندی اعضا را زیاد تر مینماید تا به مبلغ پس انداز شان بیافزاید.
8. پس انداز به بهبود و ضیعت اقتصادی اعضا پرداخته و ارزشهای فردی شانرا تقویت مینماید.

Micro finance Institutio's perspective

از دیدگاه انستیتوت مایکرو فاینس

- 1 افزایش قابل تجدید در фонд
- 2 کاهش دادن خطرات پرتفولیو
- 3 کاهش دادن ارزش фонд

Types of Savings

انواع پس انداز

بطور عمومی دو نوع پس انداز در پروگرام مایکرو فنانینس دیده میشود.

1. پس انداز هفته وار .

2. پس انداز اجباری

Weekly Savings

پس انداز هفته وار

پس انداز هفته وار عبارت از مقدار پول ثابت است که توسط اعضا به شکل هفته وار و منظم داده میشود. و (MFI) این مقدار را بعد از مشوره با هریک از اعضا خود تعیین مینماید. که اعضا قادر به دادن ان بشکل منظم باشند. در حالیکه اعضا قادر به تغییر دادن درجه پس انداز هم اند اگر خواسته باشند و (MFI) ها بصورت عمومی (5%-6%) مفاد را بالای پول پس انداز شده اعضا سالانه اضافه مینمایند.

Compulsory Savings

پس انداز اجباری

زمانیکه یک عضو از موسسات مالی قرضه گرفت، موسسات مربوطه یک مقدار معین فیصدی را از مبلغ قرضه او وضع مینماید که معمولاً مقدار ان (5%) میباشد بشکل پس انداز پشه کی میگیرد که این مقدار را هم در پس انداز او اضافه مینماید و این مقدار را بنام پس انداز اجباری یاد میکنند .

Rational of compulsory Savings

منطق پس انداز اجباری

1. باعث افزایش پس انداز اعضا و مفاد پس انداز شان میگردد.
2. ایشان را کمک مینماید که از موسسات مالی قرضه دهند پول بیشتر قرض بگیرند، قسمیکه سیستم وجود دارد که توسط بسیاری از سازمان ها (MFI) تعقیب میگردد. وان عده اعضا یکه مقدار پس انداز شان بیشتر است میتواند از قرضه های بزرگ مستفید شوند.
3. و همچنان فرصت را برای ایشان مهیا میگرداند تا مقدار زیادی را پس انداز نمایند، که بشکل عمومی ممکن نیست و از لحاظ دیگر مانع پیشرفت پروژه شان هم نميگردد.

معامله و حسابات (Transaction & Accounts)

معامله (Transaction)

معامله عبارت از هر عمل است که باعث تغییر وضعیت مالی یک سازمان گردد. این معاملات آن معاملات می باشند که بواحد پولی سنجیده می شوند. برای هر معامله دو طرف یا دوجانب وجود دارد که این دوجانب نه به مفهوم سازمان و طرف مقابل آن ، بلکه این جانب به مفهوم دو حساب جداگانه میباشند.

بطور مثال (Example)

یک شرکت یا یک موسسه به کارمندان خود معاش می پردازد، درینصورت تغییرات در حالت مالی آن بوجود می آید. یا اگرگدام یک موسسه در آن ادویه گدام شده باشد، حریق گردد وتمام دواها از بین برده شود، بنأ موسسه ضرر می کند که این ضرر به عنوان یک معامله در نظر گرفته می شود وآن طوریکه در حالت مالی موسسه تغییر نمایان خواهد شد. از طرف دیگر اگر مدیر یک شرکت یا یک موسسه کرایه خانه شخصی خود را شخصاً پردازد این عمل بصورت مستقیم حالت مالی موسسه را تغییر نداده ، بنأ یک معامله نیست. در صورتیکه یک مبلغ به عنوان مفاد به فامیل به فامیل مدیر شرکت یا موسسه پرداخت گردد درینحالت به عنوان معامله در نظر گرفته می شود.

حساب (Account)

اصطلاح حساب (Account) عبارت از ثبت در قسمت خلاصه نمودن و مشخص نمودن تمام معاملات تجارتي که بین شخص و اشخاص و یا بین شی و اشیای مشخص بوقوع می پیوندد. بصورت ساده می توان گفت که: حساب عبارت ثبت نمودن معاملات اقتصادی است که ارتباط به اشخاص و اموال دارد.

انواع حسابات (Types of Accounts)

پروسه ثبت هر معامله اقتصادی آغاز کاری محاسبه است. و به پنج کتگوری زیر تقسیم بندی شده است:

1- عاید (Revenue)

عاید عبارت از حاصل بکاربردن دارای است که به واحد پولی قابل پیمایش باشد.

2- مصارف (Expense)

مصارف عبارت از استعمال نمودن دارای است. به عباره دیگر مصارف بخشی از قیمت تمام شد دارای های که در اثر استفاده نمودن آن از تقلیل ارزش داده و این ارزش به واحد پولی عبارت از مصرف می باشد. مثلاً موتو.

3- دارای ها (Assets)

تمام عناصر با ارزش که مربوط به یک کمپینی یا شرکت می باشند، دارای آن کمپینی یا شرکت محسوب می گردد.

4- بدیهی یا داینین (Liabilities)

ادعای مختلف افراد خارج از شرکت در مقابل دارای آن، بدیهی گفته می شود. بدیهی بدو نوع می باشد: یکی ادعا های که مالکان دارای شرکت، یعنی اشخاص یکمقدار پول به عنوان قرض در اختیار شرکت قرار داده و دوم ادعاهای صاحب شرکت می باشد که این ادعا را بنام مالکیت یا سرمایه شخصی مالک یاد می کند.

5- مالکیت یا سرمایه شخصی (Owner's Equity)

سرمایه شخصی عبارت از ادعای مالک در مقابل دارای شرکت می باشد.

تعدادل محاسبه (Accounting Equation)

محاسبه مالی بر بنیاد یک نظر خیلی ساده استوار است که آنرا تعدادل محاسبه یاد می کند. در واقع ساده ولی مغلق بنظر می رسد. میتوان آنرا چنین شرح داد: اگر یک شرکت تجاری آماده و به فعالیت تجاری خود شروع نماید. درینصورت نیاز به منابع دارد. با ید در قدم اول تصور کرد که مالک شرکت است که باید تمام منابع تهیه نماید که آنرا میتوان چنین نشان داد.

منابع که توسط مالک تهیه گردیده است = منابع دست داشته در اختیار شرکت

اگر اصطلاحات محاسبه بمنظور تشریح نمودن معاملات بکار می رود. منابع را که مالک تهیه نموده است، بنام سرمایه شخصی (capital) یاد میگردد. منابع واقعی که در شرکت وجود دارد ، بنام دارای مسمی می گردد. به این مفهوم که تعدادل محاسبه طور ذیل نشان داده میشود:

بدیهی (قروض) + سرمایه شخصی = دارای

مجموع دو طرف معادله همیشه با هم مساوی می باشد. بخواطریکه معامله یک چیز بوده ولی از دونقطه نظر بررسی می گردد. یعنی:

منابع تهیه شده توسط افراد خارج از شرکت و خود مالک شرکت = منابع موجود در شرکت



بدیهی + سرمایه شخصی = دارای

مساوی بودن دو طرف معادله یک اصل پذیرفته شده بین المللی است، صرف نظر از اینکه چند معامله تجاری صورت گرفته است. شاید دارای، سرمایه شخصی و بدیهی تغییر نماید، اما مجموع دارای ها همیشه مساوی است به مجموع بدیهی ها و سرمایه شخصی.

دارای شرکت شامل تمام عناصر است که در شرکت وجود دارد از قبیل: ساختمان، ماشین آلات، گدام، پول نقد و غیره. همچنان دارای شامل مبالغ که نزد مشتریان به عنوان طلبات، و پول نقد که نزد بانک به عنوان پس انداز موجود است، شامل دارای شرکت می باشند.

بدیهی شامل مبالغ خریداری های شرکت، بصورت قروض و مصارف پرداخت نانشده شرکت می باشد. ونیز شامل قرضه می باشد که مالک شرکت از بانک و یا اشخاص خارج از شرکت، بمنظور پیشبرد فعالیت پیشبرد شرکت، اخذ نموده است.

حساب مفاد و ضرر
(Profit & loss Account)

حساب مفاد و ضرر یک بیانیه مالی است که توسط موسسه یا شرکت به منظور تثبیت نمودن عواید و مصارف شرکت در یک زمان مشخص تهیه می گردد. که این بیانیه افزایش عاید را درمقابل مصارف و یا برعکس افزایش مصارف را در مقابل عاید در یک زمان مشخص نشان میدهد. در صورتیکه عاید بزرگتر از مصارف باشد، از مفاد خالص، اگر مصارف بزرگتر از عاید باشد از ضرر خالص سخن به میان می آید. به عنوان مثال:

نام سازمان صورت حساب مفاد و ضرر برای اخیر سال.....		
مبالغ	عواید	A
	فروشات/ مصارف اداری	A1
	مبالغ که از دونر ها بدست میاید	A2
	فیس	A3
	مفاد پس انداز های بانکی	A4
	مجموع عواید (A1 + A2 + A3 + A4)	A5
	مصارف	B
	معاشات کارمندان و امتیازات آنها	B1
	مصارف سفریه	B2
	مصارف ترمیمات	B3
	معاش مشاور	B4
	مصارف عمومی	B5
	قرطاسیه جات	B6
	مصارف تیلیفون	B7
	کرایه دفتر	B8
	مصارف حمل و نقل کارمندان	B9
	استهلاک دارای های ثابت	B10
	مصارف تریننگ کارمندان	B11
	سود قرضه بانکی	B12
	مصارف متفرقه	B13
	مجموع مصارف (B1-B3)	B14
	مفاد یا ضرر خالص (A5-B14)	B15

هرکدام از اصطلاحات فوق را میتوان قرار ذیل شرح داد:

عاید Income

عایدات یک شرکت معمولاً از مراجع ذیل بدست می آید:
1- فروشات (sales): مبالغ است که شرکت در مقابل تهیه نمودن متاع و خدمات بوجود می آید.

- 2- عاید تمویلی (Donation income): منابع که از مراجع تمویلی یا دونرها برای انجام یک سری فعالیت ها برای مردم فقیر بدست می آید.
- 3- فیس (fees): مبالغ ک در مقابل عضویت اعضا و غیره بدست می آید.
- 4- مفاد پس اندازهای بانکی (interest on Bank Deposit): مبالغ که از ازپس انداز بانکی، که درمقابل پس انداز شان بدست می آورد.

مصارف (Expenses)

اقدام ذیل مصارف یک شرکت یا موسسه را تشکیل میدهد که عبارت اند از:

- 1- معاشات و امتیازات کارمندان (salaries & Benefit): مبالغ که در مقابل خدمات کارمندان تادیه می گردد.
- 2- مصارف سفریه (Traveling Expenses): عبارت از مبالغ می باشد که به مقصد سفر کارمندان به مصرف می رسد.
- 3- مصارف ترمیمات (Maintenance Expense): مصارف است که در مقابل نگهداری دارای ها (ماشین آلات، عمارت ...) برای تداوم فعالیت آنها بکار می رود.
- 4- مصارف عمومی (General Expenses): مصارف است که برای فعالیت های عادی بکار می روند، مانند پاک نگهداشتن....
- 5- مصارف قرطاسیه (stationary): مبلغ است که در اثر خریداری قرطاسیه مانند: قلم، کتابچه ... بکار میرود.
- 6- مصارف تیلیفون: مبالغ که به منظور ارتباطات به مصرف می رسد.
- 7- کرایه دفتر (Office Rent): پرداخت که درمقابل کرایه تعمیر پرداخته می شود.
- 8- ترانسپورتیشن: مصارف که برای حمل و نقل کارمندان داخل شرکت و یا موسسه بکار می رود.
- 9- فرسایشات (Depreciation): مصارف سالانه غیر نقدی که نظر به طول عمر اقتصادی دارای ها تخمین می گردد. مصارف فرسایشات بیانگر کاهش ارزش دارای های است که در طول عمر اقتصادی شان، در اثر فعالیت بوجود می آید.
- 10- آموزش کارمندان (Staff Training): مبالغ که به منظور ارتقای ظرفیت کاری کارمندان یک شرکت و یا موسسه پرداخت می گردد.
- 11- سود قرضه بانکی (Bank charge): مصارف است که به منظور که به منظور حفظ حساب بانکی بکار برده می شود.
- 12- مصارف متفرقه (Miscellaneous Expenses): مبالغ که به منظور اهداف مختلف به مصرف می رسد.
- 13- مصارف مجموعی (Total Expenses): این نوع مصارف، مربوط به مجموع مصارف عملیاتی می باشد.

مفاد یا ضرر خالص (Net income/Net loss):

این بیانیه نشان میدهد مفاد یا ضرر خالص که بعد از نتیجه فعالیت های تجاری بوجود می آید. مفاد یا ضرر خالص بعد از کم کردن مجموع مصارف از مجموع عایدات بدست می آید.

صورت حساب جریان نقد (پول نقد) چیست؟ What is cash flow statement?

صورت حساب جریان پولی، سرمایه گذار را قادر میسازد تا بداند که شرکت شان چطور به فعالیت خویش ادامه می دهد؟ پول از کجا داخل شرکت می آید و پول نقد به کجا به مصرف می رسد؟ حال شما خواهید آموخت که جریان نقدینگی چطور ساخته می شود و چطور از این بیانیه میتوان برای تحلیل و ارزیابی فعالیت های اقتصادی استفاده کرد؟

اداره جریان پول نقد (Managing Cash flow)

یکی از مشکلات عام صاحبان تجارت کوچک نگهداری پول به پیمانانه مناسب می باشد، زیرا بدون پول نقد، تجارت باید درش را ببندد. درک درست و مدیریت دقیق جریان پولی شما را کمک خواهد نمود تا مبلغ در دست داشته تانرا تخمین و وضعیت کمبودی آنرا در آینده پیشبینی خواهید نمود.

1- حساب کنید (Do the Math):

جریان نقدینگی عبارت از جریان پول در داخل و یا خارج از تجارت می باشد. ورود پول نقد عبارت از جریان پول در داخل تجارت که معمولاً از فروش امتعه و خدمات بالای مشتریان بدست می آید. خروج پول از شرکت، جریان پول از داخل شرکت به خارج می باشد، که این حالت معمولاً از مصارف ناشی می شود. در صورتی سنجش ورود پول به داخل شرکت و خروج آن به بیرون از شرکت مقدار پول در دست داشته شرکت را میتوان تعیین کرد.

2- تهیه نمودن حساب مفاد و ضرر (Prepare your profit & loss statement)

پلان تجارتي شما باید چندین بیانیه مالی را در بر داشته باشد، در صورتیکه شرکت شما جدیداً به فعالیت آغاز کرده باشد، جریان پول نقد در داخل و یا خارج از شرکت بر بنیاد عاید و مصارف در حساب مفاد و ضرر شما درج می گردد. حساب مفاد و ضرر شما پیش از صورت حساب جریان نقدینگی (cash flow) شما تهیه گردد.

3- انکشاف صورت حساب جریان نقد (Develop a cash flow statement)

صورت حساب جریان پول نقد جریان نقدی پول را در جریان زمان اندازه گیری می کند. در سال اول تجارت جریان صورت حساب جریان پول نقد باید ماه به ماه در پلان تجارتي شما ذکر گردد. اگر شما به قرضه نیاز داشته باشید که از کدام مرجع بگیریید درین صورت، صورت حساب جریان پول نقد شما، بضاعت یا توانای مالی شما را در مقابل بازپرداخت آن نشان میدهد. یک شرکت می تواند از صورت حساب جریان پول نقد برای پیش بینی جریان نقدی در آینده استفاده نماید، تا در مسایل بودیجه بندی آن همکاری نمایند. برای یک سرمایه گذار، صورت حساب جریان پول نقد، صحت مندی وضعیت مالی آنرا نشان میدهد. مقدار کافی پول نقد بدست داشتن به منظور پیشبرد فعالیت ها، برای شرکت خوب خواهد بود. با تعدیل نمودن حاصلات، عایدات، دارایی ها و بدهی ها سرمایه گذاری می تواند یک تصویر روشن از وضعیت مالی خود داشته باشد، برای یک شرکت این مهم است تا بداند که چقدر پول خلق کرده و چه مبلغ از آن از فعالیت های واقعی شرکت ناشی شده است؟

(نمونه از صورت حساب جریان نقدی (پول نقد) / Cash Flow statement) / Cash planning

مبالغ به افغانی

ساحه/ ناحیه/ نام پروژه			
جوزا	ثور	حمل	
5900	17500	0	دریافت پول/ عاید بیلائس ابتدای
180000	180000	20000	دریافت پول از دفتر مرکزی
		0	سایر عواید
185900	197500	200000	مجموع پول
			مصارف نقدی ماهانه
40000	40000	40000	معاشات و امتیازات کارمندان
10000	10000	10000	کرایه
5000	5600	5000	قرطاسیه جات
2000	2000	2000	مصارف استفاده وی
500	1000	500	مصارف خورد و کوچک
5000	8000	5000	سفر خرچ
120000	125000	120000	سایر مصارفات پروگرام
182500	191600	182500	مجموع مصارف
0	0	0	مازاد/ کسر پول پرداخت پول اضافه به دفتر مرکزی
3400	5900	17500	مبالغ دست داشته برای ماه آینده

در جدول بالا ما پلان پول نقد را در سه ماه در نظر گرفتیم. پلان گذاری نقدینگی ساده بوده و یکی از وظایف عمده آن دانستن وضعیت پروگرام، درباره ای آینده پروژه پیش بینی نماییم. پیش بینی کردن مهم است تا در باره پلان پروگرام معلومات داشته باشیم، زیرا بدون دانستن پلان دقیق پروگرام، پیش بینی کردن درباره آینده غیر ممکن است. هرگاه درباره بعضی از مصارف غیر متوقعه پیش بینی کنیم درین صورت ما نیاز به معلومات قبلی داریم. لازم به یاد آوری است برای یاد آوری است برای کسانی که در شعبات یک تجارت کار می کنند، آنها به تثبیت نمودن به تثبیت نمودن پول به شکل ساده نیاز دارند که مثالهای پایین بیا نگر این ادعا است.

- 1- یک شرکت در 1 مارچ سال 2004، مبلغ 20000 افغانی، از خزانه دار بدست آورد
- 2- در پنج مارچ مبلغ 1000 افغانی به منظور ترمیم ماشین به مصرف رسید.
- 3- 9 مارچ به مبلغ 4000 افغانی لوازم دفتر خریداری گردید.
- 4- 11 مارچ مبلغ 1000 افغانی چای، بوره و شیری برای مهمانداری خریداری گردید.
- 5- 13 مارچ مبلغ 3000 بخواطر رنگ پرنتر پرداخته شد.
- 6- 17 مارچ مبلغ 500 افغانی بخواطر ترمیم وسایل پرداخته شد.
- 7- 19 مارچ مبلغ 300 مواد سوخت برای موتور خریداری گردید.
- 8- 22 مارچ مبلغ 2000 بخواطر فوتو کاپی به مصرف رسید.
- 9- 25 مارچ مصارف آشپزخانه پرداخته شد.
- 10- 27 مارچ 2500 افغانی مصارف ترانسپورتنی کارمندان پرداخته شد.
- 11- 31 مارچ 1000 افغانی مصرف تیلیفون گردید.

مبلغ خورد (petty Cash)

	مخصوص	دبت	كريدت
1	خزانه دار	20000	
2			1000
3			4000
4			1000
5			3000
6			500
7			300
8			2000
9			3000
10			2500
11			1000
12	مازاد يا كسر پول نقد براي ماه آينده		2200
	مجموع	20000	20000