

جمهوری اسلامی افغانستان
وزارت تجارت و صنایع



د افغانستان اسلامي جمهوري
د سوداګري او صنايعو وزارت

معینیت انکشاف سکتور خصوصی و صنایع
ریاست عمومی پارکهای صنعتی

بسته رهنمود پلان تجارتي
(Business Plan Template)



رهنمود های عمده

- کوشش کنید که پلان تجارتي شما کمتر از بيست صفحه باشد، به استثنائي ضمايم آن.
- از گراف، دايگرام و عكس استفاده نماييد اما در استفاده از آنها افراط نكنيد.
- پلان تجارتي تانرا توسط يك شخص سوم بي طرف مطالعه نماييد و نظريات وي را براي بهبود پلان تان بپرسيد.
- لست محتويات و نمره به صفحه هاي پلان تان تعيين نماييد.
- از كلمات و جملات طويل و مغلق استفاده ننماييد. اينها فقط خواننده پلان تجارتي شما را گيچ ميسازد.
- از مخففات استفاده ننماييد. شما شايد با بعضي از مخففات آشنا باشيد اما خواننده پلان تجارتي شما شايد با آنها آشنا نباشد. مثل ا.م.ا که مخفف اردوی ملی افغانستان میباشد اما شاید تمام خوانندگان پلان تجارتي شما به این مخفف آشنا نباشد.
- منبع معلومات و اعداد استفاده شده در پلان تجارتي را در تمام بخش هاي پلان تجارتي بايد ارائه نماييد مانند اعداد استفاده شده براي ارائه تقاضاي مارکيت، قيمت ها در بازار، شاخص هاي اقتصادي و غيره.

شکل و اجزای پلان تجارتي

پلان تجارتي يك اظهارنامه است که نوع و اهداف يك تجارت را بيان نموده و فعاليت هاي را که براي بدست آوردن اهداف موردنظر تطبيق ميگردد واضح ميسازد. اگر پلان تجارتي شما به اساس مشخصات ذيل ترتيب گردد ميتواند در صورت ضرورت براي مراجع مالي ديگر براي بدست آوردن قرضه هاي تجارتي نيز استفاده گردد شکل و اجزای پلان تجارتي که قابل قبول رياست عمومي پارک هاي صنعتي ميباشد قرار ذيل است:

- جلد
- لست محتويات
- خلاصه پلان تجارتي
- تشریح تجارت یا شرکت
- تحليل بازار
- پلان بازاریابی
- محصولات و يا خدمات
- پلان فعاليت ها
- پلان مالي
- ضمايم

هنگام نوشتن بزنس پلان موارد ذيل در محتوای آن بايد مد نظر گرفته شود:

- هدف – اين بخش پلان تجارتي براي ارائه کدام موضوع مشخص مرتبط به بزنس شما ضرورت است
- سوالات عمده که در هر بخش بايد جواب داده شود
- معلومات کمکی مهم

خلاصه پلان تجاری

هدف

این بخش پلان تجاری به منظور معرفی مختصر و دقیق مفکوره تجارت مورد نظر میباشد تا توجه خواننده را جلب نماید. درین قسمت شرح مختصر و جامع تجارت مورد نظر را که تمام مسایل ابتدایی را دربر میگیرد شامل نمایید. در خلاصه برنامه تجاری معلومات عمده تمام بخش های پلان تجاری خویش را به شیوه بیان نمائید که توجه و علاقه خواننده را جلب نماید. در این بخش بالای مزیت های رقابتی تجارت باید توجه صورت گیرد.

ساختار و سوالات اساسی که در این بخش برنامه تجاری شما پاسخ داده شود:

1. درخواست کننده، زمین و منافع

- ✓ کی برای زمین درخواست مینماید؟
- ✓ چه مقدار زمین ضرورت است؟
- ✓ زمین برای چه استفاده خواهد گردید؟
- ✓ چه مقدار سرمایه برای تاسیس فابریکه مورد نظر ضرورت است و به چه شکل این سرمایه فراهم میگردد؟
- ✓ شرکت درخواست دهنده چه توانائی ها و تجارب مربوط به این تجارت را داراست؟
- ✓ چه مقدار سرمایه گذاری تا به حال در شرکت مورد نظر صورت گرفته است؟
- ✓ ساختار حقوقی شرکت چگونه میباشد؟ شراکت، سهامی و غیره
- ✓ تجارت چگونه در اقتصاد افغانستان مفید خواهد بود (تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم تجارت در عواید دولت به کدام پیمانانه میباشد)
- ✓ مدت بازدهی سرمایه شرکت چند سال میباشد؟

2. محصولات / خدمات تجارت و رسیدگی به نیازمندی های مشتریان

- ✓ تجارت شما راجع به چی است و یا خواهد بود؟
- ✓ کدام محصولات/خدمات را برای به بازار عرضه میگردد؟

3. بازار

- ✓ محصولات و یا خدمات تجاری خویش را در کدام بازار ها عرضه میکنید، حجم آن بازار ها را و سهم تجارت خویش را در آن بازار ها بیان کنید؟
- ✓ چطور محصولات و یا خدمات تجارت خویش را در این بازار ها بهتر از رقبای خویش عرضه میکنید؟
- ✓ موقعیت تجارت خویش را به کدام اساس انتخاب نموده اید؟

4. مالکین و مدیریت امور تجارت

- ✓ مالکین شرکت کی ها هستند و چی تجربه در امور تجارت دارند؟
- ✓ چه نوع کارمندان مدیریت و اداری برای شرکت ضرورت است و چه نوع پرسونل در شرکت فعلاً موجود بوده و در بازار کار موجود است؟

نکات عمده

- ✓ این بخش باید کوتاه (کمتر از دو صفحه) و دقیق باشد
- ✓ از زبان ساده و عام فهم استفاده نمائید
- ✓ نکات عمده تجارت خویش را باید ذکر کنید (این بخش را بعد از تکمیل بخش های دیگر پلان تجاری خویش تکمیل نمائید)
- ✓ باید به شکلی تحریر گردد که توجه خواننده را جلب نماید

تشریح تجارت یا شرکت

هدف

مقصد این بخش معرفی شرکت و ساختار آن میباشد. ساختمان و سوالات اساسی که در این بخش برنامه تجارتي شما باید پاسخ داده شود قرار ذیل است:

۱. اسم شرکت

✓	اسم مکمل حقوقی شرکت
✓	شکل حقوقی شرکت و تاریخ ثبت آن
✓	موقعیت و آدرس شرکت

2. تیم مدیریت و اداره

✓	اسم و موقف اعضای تیم مدیریت و اداره
✓	مسئولیت های کاری هر عضو
✓	اگر حمایه خارجی مانند محاسب، وکیل یا مشاور برای مدیریت و اداره شرکت داشته باشید، شهرت و مسئولیت آنها را بیان کنید
✓	گراف ساختار شرکت را در این بخش ارائه نمایند شما میتوانید که گراف را منحيث زميمه پلان تجارتي نیز ارائه نمایند.

3. سوانح و تجربه اعضای تیم مدیریت و اداره

✓	تجربه کاری هر عضو
✓	درجه تحصیل هر عضو
✓	سوانح آنها که مربوط به ساحات کاری شرکت و آینده آن خواهد بود بیان کنید.

4. هیئت رهبری

✓	اگر شرکت شما هیئت رهبری داشته باشد، سوانح و نقش آنها را بیان نمایند
---	---

نکات عمده

- این بخش را به اساس معلومات رسمی و حقوقی شرکت خویش ارائه نمایند
- کوشش کنید که ساختار شرکت خویش را به شکل واضح تشریح نمایند

تحلیل بازار

هدف

بخش تحلیل بازار یک پلان تجارتي برای درک دو موضوع عمده استفاده میگردد. اول اینکه یک تصویر واقع بینانه بازار و عناصر آنرا که به تجارت شما ارتباط میگیرد شرح داده و دوم برتری شما را نظر به رقبای تجارت تان در عرضه خدمات یا محصولات در بازار انعکاس میدهد. ساختار و سوالات اساسی که در این بخش برنامه تجارتي شما باید پاسخ داده شود قرار ذیل است:

1. هویت مشتریان

محصولات یا خدمات شما به مشتریان انفرادی یا شرکت های دیگر شاید عرضه گردد، معلومات راجع به مشتریان نظر به اینکه مشتریان شما انفرادی یا شرکت های دیگر اند به شکل متفاوت ارائه میگردد.

سوالات	سوالات مشخص که باید جواب داده شود در صورتی که مشتریان شما انفرادی باشند.	سوالات مشخص که باید جواب داده شود در صورتی که مشتریان شما شرکت ها یا تجارت ها باشند.
مشتریان شما کی ها هستند؟	<ul style="list-style-type: none"> - سن - جنسیت - عاید - حالت مدنی - چه تعداد مشتریان در هر گروپ وجود دارند - لطفا منبع که معلومات از آن استفاده شده که سوالات فوق را جواب دهید ذکر کنید. 	<ul style="list-style-type: none"> - نوع صنعت یا تجارت - حجم تجارت آنها و مقداری که از شما خریداری مینمایند - عواید سالانه تجارت های که از شما خریداری مینمایند - تعداد تخمینی شرکت های که به محصولات و خدمات شما ضرورت دارند در بازار
چی وقت مشتریان شما خریداری مینمایند؟		
آیا تقاضا به محصولات یا خدمات شرکت شما کدام فصل خاصی دارد؟		
مشتریان شما در کجا موقعیت دارند شهر، ساحه، ولایت یا مملکت؟		
چرا محصولات شما را خریداری مینمایند؟		
محصولات یا خدمات شما چطور به مشتریان شما مفید است؟		
چقدر آنها خریداری مینمایند؟	<ul style="list-style-type: none"> به شکل تخمینی بیان کنید که مشتریان به چی اندازه پول بالای محصولات یا خدمات شما مصرف مینمایند. 	<ul style="list-style-type: none"> مصارف تجارتي سکتور که به محصولات یا خدمات شما نیاز دارد که برای خریداری محصولات و یا خدمات شما یا خدمات یا محصولات مشابه به آنها را بیان کنید؟

2. شرایط اقتصادی تأثیر گذار بالای مشتریان

✓ شرایط فعلی اقتصاد مانند نرخ رشد اقتصادی، رشد صنعت، بی کاری، تورم پولی و غیره
✓ تغییرات در آینده (تغییرات بالای شرایط اقتصادی که فوقا ذکر گردید)
✓ تغییرات در شرایط اقتصادی در آینده بالای مشتریان شما چی تأثیرات خواهد داشت؟

3. بازار

✓ آیا بازار های که شما در آن تجارت میکنید در حالت رشد، ثابت یا در حال رکود است؟
✓ آیا سهم شما در بازار در حالت رشد، ثابت یا در حال رکود است؟
✓ آیا بازار برای رشد و توسعه فعالیت های شما کافی است؟
✓ شما چطور سهم در بازار پیدا میکنید، آن سهم را نگهداشته و افزایش میدهید؟

4. تحلیل صنعت و رقابت

- ✓ مشخصات عمده صنعت شما و تمایلات
- ✓ رقبای مستقیم شما کی ها هستند؟

5. توانایی شرکت شما نظر به رقبای شما (چی چیز متمایز شما عرضه میکنید نظر به رقبا)

- ✓ به طور خلاصه بهتری و امتیاز خود را در بازار بیان کنید
- ✓ مشتریان چرا محصولات یا خدمات شما را در مقابل محصولات و خدمات رقبای شما انتخاب و خریداری مینمایند؟

6. عوامل زیان (ریسک)

- ✓ چی چیز ها باعث ضرر شما میتواند شود و شما چطور از آن جلوگیری میکنید؟

7. استنتاج

- ✓ نظر به تحلیل فوق مارکیت شما اینجا خلاصه کنید که به اساس چی شما فکر میکنید در بازار فرصت عرضه خدمات برای شما موجود است؟

نکات عمده

- این بخش باید مکمل و وسیع باشد
- بالای یک یا دو مشخصه مهم محصولات تان تمرکز کنید
- از معلومات دقیق گذشته برای تعیین سهم تان در بازار استفاده کنید.

پلان بازار یابی

هدف

پلان بازار یابی بخاطر تشریح ستراتیژی بازار یابی ترتیب میگردد و شامل بخش مارکتنگ، اعلانات، توزیع و فروشات و خدمات بعد از فروش میباشد. شما باید کاملاً از بازار و کسانی که از شما خریداری میکند آگاه باشید. شما به یک تعداد از مردم ضرورت دارید که محصولات یا خدمات تان را به قیمت که برای شما منفعت داشته باشد در یک مدت کافی خریداری نمایند که شما بتوانید تجارت تان را به شکل درست انجام و رشد دهید. با کمک پلان بازار یابی شما به این مردمان دسترسی پیدا کرده و آنها را راجع به محصولات و یا خدمات تان آگاه میسازید.

ساختار و سوالات اساسی که در این بخش برنامه تجارتي شما باید پاسخ داده شود قرار ذیل است:

1. شما چطور توجه مشتریان خود را جلب میکنید؟

- ✓ از کدام وسیله های بازاریابی برای فرستادن پیغام خود به مشتریان استفاده میکنید؟
- * شفاهی
- * اعلانات
- * ترویج با ارائه امتیاز به مشتریان
- * مواد ترویجی مانند نشریه ها

2. ستراتیژی فروشات و سیستم توزیع

- ✓ چطور به مشتریان برای فروشات محصولات یا خدمات تان میرسید و چطور محصولات و یا خدمات خود را به آنها میرسانید؟
- ✓ چه تعداد کارمندان برای فروشات و توزیع محصولات تان خواهید داشت و چطور آنها را رهبری و تنظیم میکنید؟

پلان فعالیت ها

هدف

پلان فعالیت ها به شما نوع و قیمت تعمیرات، وسایل و ماشین آلات مورد نیاز تان را تشخیص و توجیه می نمایند و همچنین قیمت این امکانات برای تکمیل بخش مالی پلان تجارتي تان ضروری میباشد. این بخش همچنان به شما برای توجیه کردن ضرورت تان به زمین و مقدار زمین کمک میکند. شما در اینجا باید به حد کافی معلومات راجع به تعمیر مورد ضرورت برای فعالیت های تان ارائه نمایید و تخمین کنید که برای این تعمیرات به چی اندازه زمین ضرورت دارید.

سوالات مشخصی که در این بخش باید جواب داده شود:

1. تعمیر و وسایل

- ✓ معلومات مشرح راجع به نوع و اندازه تعمیر که برای تولید، ذخیره مواد خام و گدام محصولات تولید شده لازم دارید ارائه نمایند. اگر شما تعمیر برای کارگران تان ضرورت دارید در اینجا مشخصات و اندازه آن تعمیر را بیان کنید، به یاد داشته باشید که معقول بودن ضرورت شما به تعمیر برای کارگران و اندازه آن نظر به تعداد کارمندان که شما استخدام میکنید تعیین میگردد.
- ✓ نقشه یا اسکچ تعمیرات که اعمار میکنید ارائه نمایند (میتوانید که نقشه یا اسکچ را به شکل ضمیمه پلان تان ارائه نمایند)
- ✓ لست از ماشین آلات و وسایل که برای تولید و دیگر فعالیت ها نیاز دارید ارائه نمایند.
- ✓ معلومات راجع به حفظ و مراقبت ماشین آلات و وسایل فابریکه ارائه نمایند.

2 مواد خام و مدیریت موجودی

- ✓ مدیریت موجودی مواد خام – معلومات راجع به موجودیت مواد خام برای خرید از مارکیت، مقدار خرید و اینکه در یک زمان مشخص چند بار خریداری مینماید ارائه نمایند.
- ✓ مدیریت موجودی محصولات تولید شده – جزئیات راجع به این که چطور مواد تحت تولید (پروسس) و تولید شده (پروسس شده) را ذخیره و نگهداری میکنید؟

3 پروسه تولید

- ✓ پروسه تولید و کنترل کیفیت فابریکه خویش را بیان کنید
- ✓ معلومات راجع به مقدار برق، انرژی و آب مورد ضرورت فابریکه ارائه نمایند
- ✓ نوع و مقدار فاضل آب و دیگر مواد فاضله از پروسه تولید و دیگر فعالیت های فابریکه را تشریح نمایند.
- ✓ چطور فاضل آب و دیگر مواد فاضله را جمع آوری، نگهداری و خنثی میکنید

4 مدت زمان تطبیق پلان

- ✓ معلومات راجع به فعالیت ها، و مراحل کاری که برای ساختمان تعمیر، خریداری ماشین آلات، استخدام کارمندان، آموزش کارمندان، خریداری مواد خام و فعال ساختن فابریکه ارائه نمایند و همچنان مشخص سازید که برای هر یکی از این فعالیت ها و مرحله چه مدت زمان لازم است. بهتر این خواهد بود که شما این معلومات را در یک جدول زمانی ترتیب و ارائه نمایید.

نکات عمده

- شرح مفصل فعالیت های روزانه را با جواب دادن به سوال های فوق ترسیم نمایند
- کوشش کنید که مثل یک ماشین خوب کار فعالیت های فابریکه را ترتیب و تنظیم نموده و در اینجا شرح دهید.
- از جدول و گراف استفاده نمایند.

پلان مالی

پلان مالی بخش مهم پلان تجارتي میباشد. پلان مالی به شما کمک میکند تا منابع مورد ضرورت تان را برای تولید و عرضه محصولات و خدمات تان تعیین و طرّوق تمویل آنها را طرح ریزی نمائید. پلان مالی به شما کمک میکند که نتایج فعالیت های آینده خود را (منفعت و پایداری فعالیت های تجارتي) پیشبینی نمائید. همچنان پلان مالی به شما کمک میکند که به ریاست عمومی پارک های صنعتی تفهیم و توجیه کنید اینکه چه مقدار زمین و سرمایه نیاز دارید و اینکه تجارت شما موفق و پر منفعت خواهد بود.

شکل پلان مالی

پلان مالی به شکل گذارشات مالی ارائه میگردد. گذارشات مالی سه نوع اند:

1. راپور نفع و ضرر
2. راپور جریان نقدی
3. بیلانس

1. راپور نفع و ضرر

راپور نفع و ضرر نشان دهنده نتیجه فعالیت های تجارت شما در گذشته یا در آینده در جریان یک مدت زمان مشخص (مانند ماه، ربع، سال) میباشد. این راپور نشان میدهد که تجارت شما چی مقداری عواید داشته و برای بدست آوردن این عواید چه مصارف کرده و در نتیجه چی مقدار منفعت یا ضرر کسب کرده.

راپور نفع و ضرر: عواید - مصارف = نفع یا ضرر

بنّا راپور نفع و ضرر شامل اجزای ذیل است:

1. عواید - عواید قیمت فروش محصولات یا خدمات شما است که در یک مدت معین زمان شما به مشتریان خویش عرضه کرده باشید. مثال: فروشات محصولات، ارائه خدمات، دریافت کمیشن، دریافت تکتانه
2. مصارف: مصارف قیمت مواد یا خدمات است که در پروسه کسب عواید شما از آن استفاده نموده باشید. مصارف به دو کتگوری میتواند باشد، مصارف مستقیم و مصارف غیر مستقیم. مصارف مستقیم: مواد یا خدمات که واضحا در خود محصول دیده شود و با افزایش مقدار تولید محصول افزایش یابد. مانند مواد خام، کارگران تولید، مصرف ترانسپورت مواد، مصارف برق و انرژی فابریکه مصارف غیر مستقیم: مواد یا خدمات که واضحا در خود محصول تولید شده دیده نشود و با افزایش یا کاهش مقدار تولید به حد زیاد یا کملا کاهش یا افزایش نیابد. مانند معاشات تیم مدیریت، مصارف برق و کرایه دفتر مدیریت و اداری، تکتانه قرضه و غیره)

نمونه راپور نفع و ضرر

سال سوم	سال دوم	سال اول	
			عواید
			عواید از محصول ۱
			عواید از محصول ۲
			عواید از محصول ۳
			مجموع عواید
			مصارف مستقیم:
			مصارف مواد خام
			مصارف کارمندان تولید
			مصارف انرژی و برق
			مجموع مصارف مستقیم
			فایده غیر خالص
			مصارف غیر مستقیم
			مصارف اداری
			مجموع مصارف غیر مستقیم
			فایده غیر خالص
			مصارف تکتانه قرضه
			فایده قبل از مالیه
			مالیه
			فایده یا ضرر خالص

طریقه ترتیب راپور نفع و ضرر

پیشبینی عواید

قدم اولی در ترتیب راپور نفع و ضرر پیشبینی فروشات و عواید است. به اساس تحلیل مارکیت، تولید، فروشات و توزیع را ابتدا تخمین نمائید که چی مقدار از محصولات یا خدمات تجارت خویش را به فروش خواهید رساند. برای سال اول این مقادیر را به شکل ماهانه تخمین کنید و برای سال های دوم و سوم مجموع سالانه آنها را تخمین نمائید. شما در قدم دو باید قیمت فروشات هر یک از محصول تجارت خویش را تخمین نمائید و با استفاده از فورمول ذیل میتوانید عواید تانرا پیشبینی نمائید:

نرخ فروش محصول ضرب مقدار فروش محصول مساوی به عاید

شما میتوانید که جدول صفحه بعدی را برای تخمین عواید خویش استفاده نمائید. شما همچنان میتوانید که این جدول را ضمیمه پلان تجارتی خویش کرده تا عواید پیشبینی شده شما را در راپور مالی توجیه نماید.

پلان فروشات

[illegible]

پیشینی مصارف

مصارف مستقیم

مصارف مستقیم قرار ی که در فوق ذکر شد نظر به مقدار تولید افزایش و یا کاهش میابد، بناً میتوان مصارف آنرا به اساس مقدار تولید تخمین نمود. شما ابتدا مصارف مستقیم را به اساس فی واحد هر محصول تولید شده تخمین نمائید و بعداً مصرف فی واحد را ضرب مجموع تولید هر مدت زمان نموده تا مصارف مستقیم همان مدت را تخمین نمائید.

در جدول ذیل نمونه مصارف مستقیم بیان گردیده است:

	مصارف مستقیم فی واحد محصول ۱
	مواد خام
	مصرف بسته بندی
	مصرف کارگر
	مصرف انرژی و برق
	مصرف ترانسپورت
	مجموع مصارف مستقیم فی واحد محصول ۱

مصارف غیر مستقیم

بخش اول مصارف غیر مستقیم با ترتیب یک پلان کارمندان مدیریت و اداری پیشبینی میشود:

[illegible]

تشریح	حمل	ثور	جوزا	سرطان	اسد	سنبله	میزان	عقرب	قوس	جدی	دلو	حوت	مجموع
مصارف برق دفتر اداری													
کرایه دفتر													
اعلانات													
....													
....													
مجموع													

بخش دوم مصارف غیر مستقیم را میتوانید با استفاده از جدول ذیل ترتیب نمائید:

وقتی شما عواید، مصارف مستقیم و غیر مستقیم خویش را ترتیب نمودید مقادیر مجموع این سه جز را به جدول نمونه راپور نفع و ضرر که در فوق ارائه گردیده انتقال دهید و راپور نفع و ضرر خویش را تکمیل نمائید.

2. راپور جریان نقدی

راپور جریان نقدی تغییرات در بیلانس پول نقد تجارت شما را نشان میدهد. این راپور معاملات نقدی (دریافت پول نقد و پرداخت پول نقد) تجارت شما را در جریان یک مدت زمان معین (ماهانه، ربع وار، سالانه) ارائه مینماید. دریافت پول نقد: فروشات به پول نقد، دریافت پول نقد از فروشات دوره های قبلی (ماه قبلی، ربع قبلی، سال قبلی) سرمایه گذاری نقدی مالکین شرکت، دریافت قرضه به شکل نقد، فروشات وسایل و دیگر دارائی های شرکت به پول نقد)

پرداخت پول نقد: پرداخت نقدی مصارف مستقیم و غیر مستقیم، پرداخت پول نقد برای خریداری ماشین آلات و وسایل و دیگر دارائی های تجارت، برداشت نقدی مالکین شرکت، پرداخت اصل قرضه.

بیلانس ابتدائی نقدی + دریافت پول نقد - پرداخت پول نقد = بیلانس در ختم مدت

نمونه راپور جریان نقدی

سال سوم	سال دوم	سال اول	
			بیلائنس پول نقد در شروع
			فعالیت های عادی
			دریافت پول نقد از فروشات
			دریافت پول نقد از فروشات سال گذشته
			پرداخت مصارف
			مصارف مستقیم
			معاشات کارمندان مدیریت و اداری
			مصارف دیگر غیر مستقیم
			مجموع پرداخت ها برای فعالیت های عادی
			بیلائنس نقدی از فعالیت های عادی
			فعالیت های سرمایه گذاری
			پرداخت نقدی برای خریداری موجودی مواد خام
			پرداخت نقدی برای خریداری ماشین آلات
			پرداخت نقدی برای خریداری عرادجات
			پرداخت نقدی برای خریداری زمین و اعمار تعمیر
			دریافت پول نقد از فروش دارائی های شرکت
			بیلائنس نقدی از فعالیت های سرمایه گذاری
			فعالیت های مالی
			دریافت نقدی قرضه
			پرداخت نقدی اصل قرضه
			سرمایه گذاری نقدی مالکین شرکت
			پس پرداخت فواید شرکت به مالکین شرکت
			بیلائنس نقدی از فعالیت های مالی
			بیلائنس ختم سال

3. بیلانس

بیلانس نشان دهنده موقف مالی تجارت شما بوده و بطور خلاصه دارائی ها، قروض و سهم مالکین تجارت شما را نشان میدهد. این سه جز بیلانس به خواننده تشریح میکند که تجارت شما چه مقدار منابع دارد، چی مقدار قرضدار است و چی مقدار توسط مالکین در تجارت سرمایه گذاری گردیده است.

بیلانس : دارائی ها = قروض + سرمایه گذاری مالکین

تشریح اجزای بیلانس

دارائی ها: منابع اقتصادی میباشد که شرکت شما آنها را در دست داشته و بخاطر بدست آوردن منفعت تجارتي در فعالیت های فعلی و آینده از آنها استفاده مینماید.

دارائی به دو نوع میباشد:

1. دارائی دورانی – دارائی های اند که به آسانی به پول نقد در جریان یک سال تبدیل میگردند مثل:
 - پول نقد
 - حسابات نسبه قابل دریافت (عوايد از فروشات تجارت که بالای مشتریان نسبه مانده باشد)
 - موجودی (مواد خام و محصولات تولید شده قابل فروش)
2. دارائی های ثابت – دارائی های اند که برای بیشتر از یک سال مالی قابل استفاده باشند. مانند:
 - زمین
 - تعمیر
 - ماشین آلات
 - عرارجات
 - موبل و فرنیچر
 - و غیره

قروض: قرض های است که شرکت شما در جریان فعالیت های تجارت مدیون میگردد. قروض در جریان زمان توسط انتقال منابع مالی مثل پول نقد، اجناس و یا خدمات پرداخت میگردد و شامل ذیل اند:

- قروض فروشندگان مواد خام و دیگر خدمات لازمه تجارت شما
- مالیه که پرداخت نشده باشد
- معاشات ماه قبل یا سال قبل که پرداخت نشده باشد
- قرضه های بانکی
- و غیره

سرمایه گذاری مالکین تجارت: سرمایه مالکین تجارت است که توسط سرمایه گذاری آنها در شرکت یا نفع تجارت از جریان فعالیت میباشد.

نمونه بیلانس

سال سوم	سال دوم	سال اول	
			دارائی ها
			دارائی های پردوران
			پول نقد
			حسابات نسبه قابل دریافت
			موجودی
			مجموع دارائی های پردوران
			دارائی های ثابت
			ماشین آلات و وسایل
			تعمیرات
			منفی استهلاک
			ارزش خالص ماشین آلات و وسایل و تعمیرات منفی استهلاک
			زمین
			مجموع دارائی های ثابت
			مجموع دارائی ها
			قروض و سرمایه گذاری مالکین
			حسابات نسبه قابل پرداخت
			قرضه بانکی
			مجموع قروض
			سرمایه گذاری مالکین
			سرمایه گذاری مالکین
			عواید (ضرر) تجارت
			مجموع سرمایه گذاری مالکین
			مجموع قروض و سرمایه گذاری مالکین

طریقه ترتیب بیلانس

بیشتر ارقام بیلانس از راپور نفع و ضرر و راپور جریان نقدی گرفته میشود. رهنمائی ذیل برای شما کمک میکند که اجزای بیلانس را محاسبه نموده و بیلانس را ترتیب نمائید:

دارائی های پردوران:

پول نقد – بیلانس آخر سال را از راپور نفع ضرر به بیلانس انتقال دهید.

حسابات نسبه قابل دریافت – این حسابات مقدار عواید از فروشات است که مشتریان شما تا مدت ترتیب بیلانس برای شما پولش را پرداخت نکرده باشد. شما میتوانید با منفی نمودن ارقام (دریافت پول نقد) که در راپور جریان پول نقد قرار دارد از عواید فروشات که در راپور نفع و ضرر قرار دارد این حساب را برای مدت لازمه تخمین نمائید.

اگر شما حسابات نسبه قابل دریافت از سال گذشته داشته باشید از آن رقم دریافت پول نقد از فروشات گذشته را که در راپور جریان پول نقد قرار دارد منفی نموده و با حساب نسبه قابل دریافت مدت فعلی جمع نموده در بیلانس ذکر نمائید.

موجودی – شما میتوانید که از خریداری مواد خام که در راپور جریان نقدی قرار دارد مصارف مواد خام را که در راپور نفع و ضرر قرار دارد منفی نموده و این رقم را بدست آورید. اگر شما در مدت گذشته بیلانس موجودی داشته باشید، آن رقم را با بیلانس موجودی مدت فعلی جمع نموده بعداً در بیلانس ذکر نمائید.

دارائی های ثابت – دارائی های ثابت موجود از گذشته جمع خریداری دارائی های ثابت مدت فعلی

قروض

حسابات نسبه قابل پرداخت – این حسابات ارزش خریداری مواد یا خدماتی است که تجارت شما برای پیشبرد فعالیت هایش نموده باشد اما در بدل آن پرداخت ننموده باشد. این حسابات با تخمین نمودن پرداخت های شما و منفی نمودن آن از ارزش خریداری های که کرده اید بدست میآید. مقداری اصلی قرضه که شرکت شما گرفته باشد منفی مجموع پرداخت اصل قرضه که تا حال تجارت شما کرده باشد.

سرمایه گذاری مالکین

مقدار سرمایه که مالکین شرکت به شکل نقد یا به شکل اجناس و غیره سرمایه گذاری کرده باشد.

منافع و یا ضرر – فایده خالص که از آن به مالکین شرکت پرداخت نشده باشد میباش و با منفی نمودن پرداخت ها به مالکین که در راپور جریان پول نقد قرار دارد از فایده یا ضرر خالص که در راپور نفع و ضرر قرار دارد تخمین میگردد.

نکات عمده در ترتیب پلان مالی

➤ ارقام تخمین شده در پلان مالی باید توسط معلوماتی که در بخش های قبلی پلان تجارتی ارائه نموده اید توجیه گردد.

ضمیمه های لازمه پلان تجارتی

- سوانح مالکین و تیم مدیریت
- کاپی جواز های لازمه
- مکتوب های که از این پروژه سرمایه گذاری حمایت کند
- اسناد که موجودیت سرمایه را ثابت کند
- شواهد که تجربه گذشته شرکت را در تأسیس یا پیشبرد تجارت شبیه تجارت پیشنهاد شده نشان دهد.
- اسکچ زمین درخواست شده
- لست وسایل و ماشین آلات با مشخصات آنها