



۱۳۵۹

سازمان تجاری سازی فناوری
و اشتغال دانش آموختگان

کارآفرینی گام به گام

کتاب دوم



۱۳۵۹
سازمان تجاری سازی فناوری
و اشتغال دانش آموختگان

عنوان: کارآفرینی گام به گام

نویسندگان اولیه کتاب گام به گام: محمد کیا، سعیده نساج، نسرين احمدزاده و عباس نورا
گروه بازنگري و تدوين: نسرين احمدزاده، سعیده نساج، ذبیح اله ذکوری، منصوره میرزنده دل
صفحه‌آرایی: مهدی علی یاری

نشانی سازمان تجاری سازی فناوری و اشتغال دانش آموختگان: تهران، میدان فاطمی، ابتدای خیابان جویبار،

کوچه میرهادی، شماره ۳ - تلفن: ۸۸۹۴۶۵۰-۱

وب‌گاه: www.eshteghal.ir

تمامی حقوق این اثر متعلق به سازمان تجاری سازی فناوری و اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی) است.

فهرست مطالب

■ گام پنجم: طرح کسب و کار و منابع تأمین سرمایه

۲.....	اشتغال دانش آموختگان.....
۳.....	طرح کسب و کار چیست؟.....
۴.....	چرا به نوشتن طرح کسب و کار نیاز دارید؟.....
۵.....	بخش‌های مختلف طرح کسب و کار.....
۶.....	۱- بخش معرفی.....
۸.....	۲- خلاصه مدیریتی/ اجرایی.....
۱۰.....	۳- تجزیه و تحلیل صنعت.....
۱۵.....	۴- دورنمای شرکت/ شرح کسب و کار.....
۱۶.....	۵- معرفی محصول (کالا/خدمات).....
۱۸.....	۶- برنامه عملیاتی و تولید.....
۲۵.....	۷- برنامه بازاریابی.....
۲۵.....	بخش اول: تحقیق و تحلیل بازار.....
۲۷.....	بخش دوم: راهبرد بازاریابی.....
۳۰.....	۸- ساختار سازمانی.....
۳۲.....	۹- برنامه زمان‌بندی و عملیات.....
۳۳.....	۱۰- ارزیابی و مدیریت خطرپذیری.....
۴۰.....	۱۱- برنامه مالی.....
۴۵.....	۱۲- برنامه‌های طرح و توسعه.....
۴۶.....	۱۳- پیشنهادها.....
۴۸.....	چگونه از طرحتان محافظت کنید؟.....
۴۹.....	نحوه تنظیم و ارائه طرح کسب و کار.....

- ۵۰..... چه کسی باید طرح کسب و کار را بنویسد؟
- ۵۶..... خلاصه و جمع‌بندی
- ۵۸..... آشنایی با منابع تأمین سرمایه
- ۵۹..... ۱- خانواده، دوستان و اقوام
- ۵۹..... ۲- فرشتگان نجات کسب و کار
- ۶۰..... ۳- تهیه‌کنندگان و مشتریان
- ۶۰..... ۴- مؤسسات وام دهنده
- ۶۰..... ۵- سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر
- ۶۰..... ۶- بانک‌های تجاری
- ۶۴..... ۷- مؤسسات مالی تخصصی
- ۶۴..... ۸- عرضه سهام
- ۶۴..... ۹- کمک‌های دولتی
- ۶۶..... مراحل سرمایه‌گذاری
- ۶۶..... مرحله ایده یا بذر افشانی
- ۶۶..... مرحله تأسیس یا شروع فعالیت
- ۶۷..... مرحله اولیه
- ۶۷..... مرحله گسترش
- ۶۷..... مرحله انتقال به سهام عام
- ۶۷..... مرحله خرید شرکت‌های دیگر
- ۶۷..... مرحله خرید سهام دیگران
- ۷۱..... خلاصه و جمع‌بندی:

گام ششم: تأسیس و راه اندازی کسب و کار

- ۷۴..... قوانین و مقررات کارآفرینی

- ۷۵..... عدم آگاهی کارآفرین از قانون
- ۷۶..... اصلاحات و تغییرات در قوانین و نحوه تعامل با آن
- ۷۶..... قوانین مرتبط با کسب و کار
- ۷۷..... بخش اول: قوانین مرتبط با ساختار کارآفرینی
- ۸۳..... قوانین مرتبط با نگهداری دفاتر قانونی
- ۸۵..... منظور از ثبت و پلمپ دفاتر قانونی چیست؟
- ۹۰..... مهلت ارائه خلاصه وضعیت به اداره امور مالیاتی
- ۹۲..... روش های دفترنویسی
- ۹۳..... اظهارنامه مالیاتی
- ۹۵..... قوانین مربوط به نیروی کار
- ۹۶..... قوانین استخدام (قرارداد کار و شرایط اساسی انعقاد آن)
- ۱۰۳..... معافیت های مالیاتی
- ۱۰۳..... نوع شغل و قوانین مربوط به آن
- ۱۰۵..... مدارک لازم جهت ثبت اختراع
- ۲- قوانین مربوط به کسب و کارهایی که در ادامه کسب و کارهای قبلی با تغییر روش ها و شیوه های اجرایی یا با همان روش ها و شیوه ها راه اندازی می شوند
- ۱۰۶.....
- ۱۰۷..... مجوزهای تأسیس، راه اندازی و بهره برداری
- ۱۱۳..... نوع شغل و رابطه آن با قانون مالیات بر ارزش افزوده
- ۱۱۶..... قوانین مرتبط با مکان کسب و کار
- ۱۲۱..... خلاصه و جمع بندی
- ۱۲۳..... قراردادها
- ۱۲۴..... اجزاء و بخش های قرارداد
- ۱۳۴..... اسناد تجاری چیست و انواع آن کدامند؟

- ۱۳۸..... خلاصه و جمع‌بندی
- ۱۴۱..... چرا باید از نام و علامت تجاری استفاده کرد؟
- ۱۴۲..... چگونه می‌توان یک نام تجاری مناسب انتخاب کرد؟
- ۱۴۳..... امور حقوقی مربوط به نام و علامت تجاری
- ۱۴۵..... نحوه ثبت علائم تجاری
- ۱۴۷..... خلاصه و جمع‌بندی
- ۱۴۹..... مکان‌یابی
- ۱۴۹..... به نظر شما بهترین مکان برای کسب و کار کجاست؟
- ۱۵۵..... تصمیم‌گیری برای اجاره یا خرید مکان کسب و کار
- ۱۵۸..... خلاصه و جمع‌بندی:
- ۱۶۰..... تأمین و جذب نیروی انسانی
- ۱۶۰..... انواع روش‌های تأمین نیروی انسانی
- ۱۶۰..... ۱- آگهی
- ۱۶۲..... ۲- معرفی‌ها و مراجعه مستقیم داوطلبان استخدام
- ۱۶۲..... ۳- مراجعه به مؤسسات کاریابی عمومی
- ۱۶۲..... ۴- مراجعه به مؤسسات کاریابی خصوصی
- ۱۶۲..... ۵- مراجعه به دفاتر کارآفرینی در دانشگاهها
- ۱۶۳..... ۶- اصناف و سازمان کارگری
- ۱۶۳..... ۷- انجمن‌ها و کانون‌های حرفه‌ای
- ۱۶۴..... فرآیند انتخاب و جذب نیروی انسانی
- ۱۶۴..... ۱- ارزیابی کاربرگ درخواست شغل
- ۱۶۵..... ۲- مصاحبه مقدماتی
- ۱۶۶..... ۳- آزمون‌های استخدامی
- ۱۶۶..... ۴- مصاحبه استخدامی

- ۵- تحقیق و بررسی ۱۶۶
- ۶- تصمیم گیری ۱۶۶
- ۷- آزمایشات و معاینات پزشکی (بررسی وضعیت سلامت فرد) ۱۶۶
- ۸- استخدام فرد ۱۶۷
- خلاصه و جمع بندی: ۱۶۸
- چیدمان ۱۷۰
- چگونه محیط کار خود را طراحی کنیم؟ ۱۷۰
- طراحی و چیدمان دفتر کار ۱۷۴
- طراحی و چیدمان ماشین آلات کارگاه یا کارخانه ۱۸۰
- نمودار ارتباط فعالیت ها ۱۸۱
- نمودار ۱-۴: نحوه تنظیم و درج اطلاعات در نمودار ۱۸۲
- نمودار ۳-۶: نحوه تنظیم و درج اطلاعات در نمودار ۱۸۳
- خلاصه و جمع بندی ۱۸۴
- فهرست منابع و مآخذ ۱۸۵

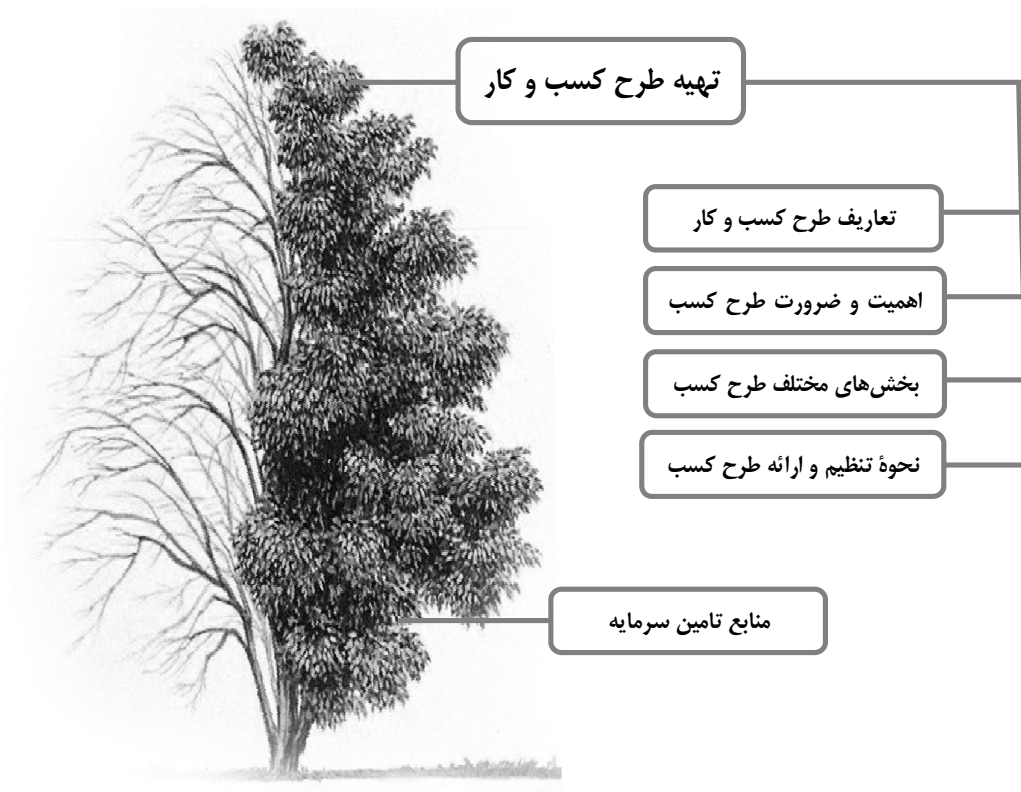
طرح ملی الگوی جدید توسعه مشاغل خانگی
سازمان تجاری سازی فناوری و اشتغال دانش آموختگان

گام پنجم

طرح کسب و کار

و

منابع تأمین سرمایه



اهداف یادگیری



- پس از پایان این بخش از فراگیر انتظار می‌رود که:
- با ضرورت و اهمیت نوشتن طرح کسب و کار آشنا شود.
 - بخش‌های اصلی یک طرح کسب و کار را بشناسد.
 - با مطالب مختلفی که باید در هر یک از بخش‌های اصلی طرح کسب و کار (شامل معرفی، خلاصه مدیریتی و...) ارائه دهد، آشنا شود.
 - مسائلی را که می‌تواند در بهتر شدن طرح کسب و کار به آنها کمک کند، رعایت کند.
 - با منابعی که می‌تواند برای نوشتن طرح کسب و کار از آنها کمک گیرد، آشنا شود.

طرح کسب و کار^۱ چیست؟

کم رنگ ترین جوهرها بهتر از قوی ترین حافظه هاست.

«ضرب المثل چینی»



کارآفرینی و ایجاد هر نوع کسب و کار جدید اغلب با مخاطراتی همراه است. این موضوع اهمیت استفاده از یک نقشه و الگوی مناسب برای انجام مطالعات و بررسی جامع قبل از شروع فعالیت و به حداقل رسانیدن این مخاطرات و آسیبها را آشکار می سازد. طرح کسب و کار به عنوان ابزاری برای پیش بینی و مدیریت بهتر کسب و کارهای موجود و یا جدید محسوب می شود و کارآفرینان را قادر می سازد تا در مراحل مختلف کسب و کار آمادگی های لازم را برای پیشبرد برنامه ها به دست آورند.

شما می توانید چشم انداز مالی کسب و کار خود را ترسیم کنید و سرمایه لازم برای راه اندازی آن را محاسبه کنید. همچنین اگر سرمایه لازم برای راه اندازی کسب و کار جدید را نداشته باشید، می توانید ایده های ارزشمند خودتان را بر روی کاغذ نوشته و آن را در قالب یک طرح کسب و کار منسجم به سرمایه گذاران ارائه دهید تا هم ایده های ذهنی خودتان را انتقال دهید و هم منافع و خطرهای واقعی این کار را به سرمایه گذار و مخاطبان خود نشان داده و آنها را به سرمایه گذاری در زمینه ایده تان متمایل کنید.

طرح کسب و کار نوشته ای توصیفی و جامع در مورد یک کسب و کار است. این طرح حاوی گزارشی جامع در خصوص انواع تولیدات یا خدمات شرکت، روش های تولید و فناوری مورد استفاده، بازار و مشتریان، منابع انسانی، زیرساخت ها و منابع مورد نیاز، رقبا، راهبردهای بازاریابی، برنامه مالی، برنامه های توسعه و نوآوری های طرح می باشد.

اگر طرح کسب و کار را مثل یک نقشه فرض کنیم، بهتر می توانیم اهمیت آن را درک کنیم. فرضاً اگر بخواهیم برای یک مأموریت یا سفر تفریحی از شهر شیراز به مشهد برویم، راه های متعددی وجود دارد که هر کدام هزینه و زمان متفاوتی خواهند داشت. شما هم در آغاز راه اندازی یک کسب و کار همانند یک مسافر هستید که باید قبل از آماده سازی طرح سفر، اطلاعات مورد نیاز را جمع آوری کنید و تصمیم های مهم را اتخاذ کنید.

^۱-Business Plan (B.P)

در برنامه سفر، عوامل بیرونی مثل تعمیر اضطراری اتومبیل، شرایط آب و هوا، وضعیت جاده، مناظر دیدنی، زمین مناسب برای اردو و... نقش دارند. اینها عواملی هستند که مسافر هیچ کنترلی بر آنها ندارد، اما باید در برنامه خود مورد توجه قرار دهد. شما هم مثل یک مسافر باید عوامل بیرونی همچون قوانین جدید، رقابت، تغییرات اجتماعی، تغییر نیازهای مصرفی یا فناوری جدید را در نظر بگیرید.

از طرف دیگر مسافر باید بداند، چه مقدار پول دارد، چه مدت زمان دارد و از کدام بزرگراهها، جادهها، اردوگاهها و... می‌خواهد استفاده کند، شما هم دقیقاً در آغاز کسب و کار خود باید بر تولید، بازاریابی و مواردی از این قبیل نظارت داشته باشید.



یادت باشد که ...

مطالعات نشان می‌دهد افرادی که بدون مطالعه و تنظیم طرح کسب و کار (BP) اقدام به کار می‌کنند، در مقابله با مشکلات و افت و خیزهای اقتصادی و بازار کار توان کمتری دارند و لذا احتمال ورشکستگی و عدم موفقیت‌شان زیاد است.

چرا به نوشتن طرح کسب و کار نیاز دارید؟

شما قبل از شروع و راه‌اندازی یک فعالیت تجاری لازم است یک طرح کسب و کار تهیه کنید، این طرح امکان خودارزیابی را برای شما فراهم می‌کند. از این طرح می‌توانید در موارد زیر استفاده کنید:

✓ **تعریف دقیق و درک اینکه «در چه کسب و کاری هستید»**

✓ **برای یک بررسی واقعی:**

▪ طرح موجب می‌شود که شما بعضی از پیش‌فرض‌هایی که قبلاً در ذهن خود داشتید مورد بررسی و بازبینی

هدفمند و نقادانه قرار دهید و بتوانید پاسخی مناسب برای سؤال‌هایتان پیدا کنید.

▪ به شما امکان می‌دهد نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کنید.

✓ **برای سنجش قابلیت اجرای ایده اولیه:**

▪ آیا ایده شما عملی است؟

▪ آیا ایده شما می‌تواند جریان نقدی پایداري فراهم کند؟

▪ آیا به سمت سوددهی می‌رود؟

▪ به چه میزان منابع مالی و یا تسهیلات نیاز دارید؟ آیا می‌توانید آن را بازپرداخت کنید؟

▪ موانع موفقیت شما در این راه چیست؟

✓ برای گرفتن تصمیمات بهتر:

▪ جمع آوری اطلاعات باعث اتخاذ تصمیمات آگاهانه می شود.

✓ به عنوان راهنما و ابزار اندازه گیری:

▪ طرح کسب و کار به عنوان راهنمایی در طول مسیر به شما امکان می دهد پیشرفتتان را در مقایسه با انتظارات برنامه ریزی شده اندازه بگیرید.

✓ به عنوان ابزار تأمین مالی:

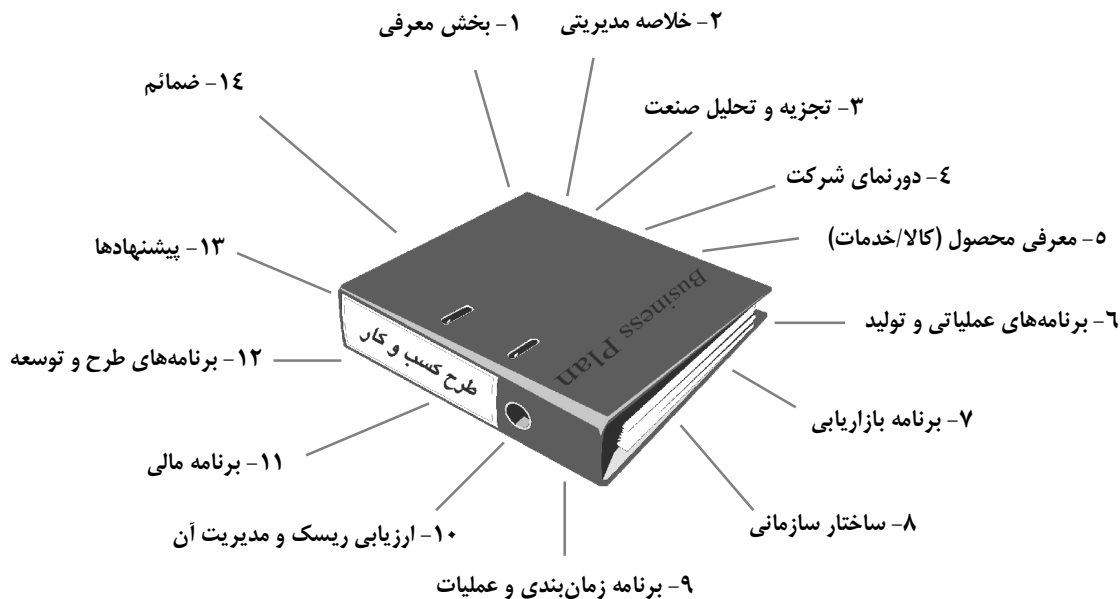
▪ طرح کسب و کار مدرکی است که نهایتاً ایده کسب و کار مخاطره آمیز شما را به عنوان یک فرصت سرمایه گذاری بالقوه به شرکا، تأمین کنندگان و سرمایه گذاران می فروشد.

✓ به عنوان یک وسیله ارتباطی:

▪ طرح کسب و کار می تواند با تعریف اهداف، برنامه ها و محصولات/خدمات، شما را به مدیران، کارکنان و سرمایه گذاران معرفی کرده و موجبات ارتباط موثرتر و بهتر را برای شما فراهم نماید.

بخش های مختلف طرح کسب و کار

برای نوشتن یک طرح کسب و کار ممکن است زمان زیادی صرف شود، البته زمان آن به دانش و تجربه شما و همین طور هدفی که قصد رسیدن به آن را دارید بستگی دارد.
به طور کلی، طرح کسب و کار شما باید در برگیرنده بخش های ذیل باشد:



که در ادامه پس از توضیح بخش‌های نامبرده، نمونه‌ای از طرح کسب و کار تکمیل شده در حوزه‌ها و مشاغل مختلف جهت آشنایی بیشتر شما، ارائه می‌گردد.



یادت باشد که ...

این تقسیم‌بندی کاملترین تقسیم‌بندی است که با توجه به منابع مختلف تهیه شده است. بانک‌ها، سازمان‌ها و مراجع مختلف ممکن است طرحی با قالب و بخش‌های پیشنهادی خود را از شما درخواست نمایند، در این مورد نگران نباشید، چرا که آنچه لازمه تهیه این فرم‌هاست در این کتاب به شما آموزش داده خواهد شد.

۱- بخش معرفی

هدف از این بخش ارائه مشخصات مهم و کلیدی طرح کسب و کار است. در این بخش باید به موارد زیر اشاره کنید:

۱-۱- نام و نشانی مالکین و سایر افراد مؤثر در شرکت (اشخاص حقیقی و حقوقی)

در صورتی که کسب و کار شما در قالب یک شرکت است باید سهامداران اصلی را نام ببرید و بعد از آن بگویید مدیران شرکت و یا کسب و کار شما چه کسانی هستند. در صورتی که افرادی در کسب و کار شما نقش کلیدی دارند آنها را نیز معرفی کنید و نشانی، شماره تلفن، دورنگار، پست الکترونیکی، میزان تجربه و تحصیلات کلیه افراد را ذکر نمایید.

مشخصات محل اجرای طرح: نام استان، شهرستان و بخش محل اجرای طرح، مساحت محل اجرای طرح، نزدیکترین شهر و فاصله آن تا محل کسب و کارتان، فاصله محل استقرار کسب و کار تا جاده اصلی، نوع راه‌ها و جاده مربوطه، امکانات تأمین مواد و لوازم در محل و نیروی کار را ذکر نمایید. سپس کروکی محل استقرار کسب و کار خود را ترسیم نمایید.

۱-۲- عنوان محصولات یا خدمات، ظرفیت تولید سالانه و قیمت فروش کنونی هر واحد در بازار.

۱-۳- میزان سرمایه‌گذاری: شامل میزان کل سرمایه‌گذاری کسب و کار، میزان آورده کارآفرین، سهم شرکاء و

سهام‌داران و میزان تسهیلات مالی درخواستی.

۱-۴- میزان اشتغال‌زایی طرح.

۱-۵- اعلام محرمانه بودن طرح^۱.

۱- طرحی محرمانه محسوب می‌شود که توانایی تأثیر صنعتی، کشاورزی، تجاری، خدماتی و... چشم‌گیری را داشته باشد. با توجه به ارائه طرح‌های کسب و کار متنوع و متعدد، اکثر طرح‌های کسب و کار به دفعات ارائه شده‌اند.

مثال: بخش معرفی

الف- نام و نشانی متقاضیان:

حقیقی

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت	تحصیلات	تجربه	تلفن تماس و دورنگار	پست الکترونیک
۱	مریم عابدی	مدیرعامل	کارشناسی مدیریت	۳ سال		
۲	سارا رحیمی	رئیس هیئت مدیره	کارشناس ارشد صنایع	۵ سال		

حقوقی

نام شرکت	نوع شرکت	تعداد و نوع سهام	شماره ثبت	محل ثبت	تاریخ ثبت
تولیدی پارس	سهام خاص	خاص ۱۰۰	۸۸۰۰۱۳	تهران	۸۸/۱۲/۱۵

نام و مشخصات سهامداران عمده

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت	درصد سهام	تعداد سهام	مبلغ سهام
۱	مریم عابدی	مدیرعامل	۵۰٪	۵۰	۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۲	سارا رحیمی	رئیس هیئت مدیره	۵۰٪	۵۰	۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰

ب- مشخصات محل اجرای طرح:

استان: تهران

شهرستان: رباط کریم

- ابعاد و مساحت محل اجرای طرح: یک کارگاه به مساحت ۵۰۰ مترمربع
- فاصله محل استقرار کسب و کار تا جاده اصلی، نوع راه و جاده مربوطه: فاصله تا جاده اصلی یک کیلومتر و جاده آسفالت می باشد.
- امکانات تأمین مواد و لوازم در محل: تأمین مواد اولیه از طریق یک شرکت خصوصی تولید چوب واقع در استان گیلان با فاصله ۴۰۰ کیلومتر از محل اجرای طرح صورت می گیرد.
- نحوه تأمین نیروی کار ماهر در منطقه: منطقه رباط کریم دارای نیروی کار ماهر می باشد و نیروی انسانی مورد نیاز از همان منطقه قابل تأمین است.
- ترسیم کروکی زمین محل استقرار کسب و کار: این قسمت با توجه به آدرس محل استقرار کسب و کار ترسیم می گردد.

ج- عنوان محصول یا محصولات (کالا / خدمت) و ظرفیت تولید

ردیف	نام محصول	ظرفیت تولید سالانه	واحد	قیمت فعلی فروش هر واحد در بازار (هزار تومان)
۱	میز تلویزیون	۱۴۵۰۰	عدد	۱۵۰ - ۳۰۰
۲	میز کامپیوتر	۱۱۰۰۰	عدد	۱۰۰ - ۲۰۰
۳	میز کنار مبلی	۲۴۵۰۰	عدد	۵۰ - ۸۰

د- میزان سرمایه گذاری

سرمایه کل	آورده کارآفرین	آورده سهامداران
۱۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰

و- پیش بینی میزان اشتغال زایی طرح

این طرح در سال اول حداقل برای ۲۱ نفر اشتغال ایجاد می کند.

۲- خلاصه مدیریتی / اجرایی

بسیاری از افرادی که طرح‌های تجاری را می‌خوانند (بانک، سرمایه‌گذاران، شرکاء و سایر ذی‌نفعان) مایلند چکیده‌ای از طرح کسب و کار را که شامل قسمت‌های مهم و برجسته طرح است، در ابتدا ملاحظه نمایند. این چکیده، دید کلی نسبت به آنچه در ادامه طرح خواهد آمد، در اختیار خواننده قرار می‌دهد و نباید بیش از سه صفحه باشد.



یادت باشد که ...

خلاصه مدیریتی، پس از اینکه کل برنامه تکمیل شد، نوشته می‌شود.



در خلاصه مدیریتی موارد زیر مطرح می‌شود:

- توصیف زمینه و موضوع اصلی کسب و کار
 - مأموریت و اهداف اصلی کسب و کار
 - فرصت و راهبرد
 - بازار هدف
 - مزیت‌های رقابتی و جنبه‌های نوآورانه طرح
 - میزان سوددهی کسب و کار
 - کار تیمی
 - اطلاعات مالی از وضعیت گذشته و برنامه‌ریزی برای آینده (در صورتی که طرح کسب و کار برای توسعه کسب و کار موجود تهیه گردد).
- بنابراین بعد از اینکه فرصت مشخص شد، باید به طور خلاصه تعیین کنید چطور این فرصت را دنبال می‌کنید و در حقیقت مشخص کنید، راهبرد بازاریابی بکار رفته در طرح شما کدام است؟
- علاوه بر آن، فناوری مرتبط با کسب و کار شما و سرعت تغییرات آن بسیار مهم است. در این قسمت بگویید که کسب و کار شما در چه دنیایی از فناوری مربوط به سر می‌برد. (ممکن است تکمیل بخش فناوری برای همه کسب و کارها، ضرورتی نداشته باشد).

در این قسمت می‌توانید مختصراً موقعیت خود را در مقابل رقبا شرح دهید. ویژگی‌های منحصر به فرد کالا و خدمات خود را بیان کنید و ذکر کنید این کالا و خدمات چه ارزشی برای مشتریانان دارد؟ همچنین اطلاعات مالی مهم از وضعیت گذشته و برنامه‌ریزی برای آینده از قبیل درآمد، سود خالص، دارایی‌ها و سهام را مشخص کنید.

در خلاصه مدیریتی خود، شما باید اطلاعاتی را به طور خلاصه در خصوص همکاران خود به خواننده منتقل کنید.

- چه کسی هزینه‌های این کسب و کار را تأمین کرده و چگونه؟
- از لحاظ حقوقی و مالکیت شرکا و همکاران، وضعیت شرکت شما چگونه است؟
- افراد کلیدی و مهم شرکت چه کسانی هستند؟
- سهامداران چه کسانی هستند و نحوه توزیع سهام چگونه است؟

و در نهایت اینکه شما باید به طور مشخص و واضح پیشنهاد اصلی یا نهایی خود را به خواننده یا شخص سرمایه‌گذار که قصد دارد در طرح شما مشارکت یا سرمایه‌گذاری نماید، ارائه دهید.

مثال: خلاصه مدیریتی

نام شرکت: گیاهان دارویی بوعلی طب

زمینه فعالیت: تولید گیاهان دارویی

این گلخانه به طور تخصصی به پرورش و تولید انواع گیاهان دارویی مشغول بوده و محصول اصلی آن نیز گیاهان دارویی است. زیربنای گلخانه از یک ساختمان به مساحت ۲۰۰۰ متر مربع، شامل بخش تولیدی (گلخانه) و بخش اداری (اتاق مدیریت، اتاق نگهداری، اتاق کارکنان) تشکیل شده است.

بخشی از هزینه‌های راه‌اندازی گلخانه از محل آورده کارآفرین و بخش دیگر از محل تسهیلات وزارت جهاد کشاورزی تأمین خواهد شد. نیروی انسانی مورد نیاز گلخانه متشکل از ۱ مدیر، ۳ نفر مهندس کشاورزی، ۳ نفر کارگر، ۱ نفر نگهدارنده، ۱ نفر نیروی خدماتی، ۱ نفر حسابدار و ۱ نفر بازاریاب می‌باشد. مأموریت اصلی این کسب و کار ایجاد ارزش افزوده به محصولات منطقه و گیاهان دارویی از طریق تولید محصول با کیفیت عالی و بسته‌بندی مناسب و فروش در بازارهای ملی با قیمت رقابتی می‌باشد.

این گلخانه با عرضه محصولات با کیفیت و ارائه به موقع به بازار و مشتریان و استفاده از فناوری روز و ظرفیت تولید بالا، سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص خواهد داد. انتظار می‌رود تبلیغات گیاهان دارویی در نگرش مردم نسبت به جایگزین نمودن داروهای گیاهی به جای داروهای شیمیایی تغییراتی ایجاد نماید.

بازار هدف این داروها، داروخانه‌های گیاهی، مطب‌ها و مراکز طب سنتی است. پیش‌بینی می‌شود سود حاصل از تولید و عرضه به بازار در سال اول پس از پرداخت کسورات به مبلغ ۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰ تومان باشد که با افزایش مساحت گلخانه، افزایش ۱۵٪ در سال‌های آتی نیز مورد انتظار است.

در انتها، به افراد، سازمان‌ها و شرکت‌هایی که قصد سرمایه‌گذاری در فعالیت فوق‌الذکر را دارند پیشنهاد می‌شود که ۵۰ درصد از هزینه‌های سرمایه‌گذاری را تأمین و در قبال آن ۵۰ درصد از سود فعالیت را در زمان بهره‌برداری دریافت نمایند.

۳- تجزیه و تحلیل صنعت

این بخش یکی از ارکان اصلی در اثربخشی طرح کسب و کار می باشد. در این قسمت قبل از تهیه و تدوین طرح به بررسی و مطالعه اجمالی عناصر اساسی سازنده کسب و کار در حوزه های سه گانه محیط، بازار و فناوری می پردازیم. شایان ذکر است هر یک از حوزه های سه گانه فوق در برگرنده مؤلفه های متعدد و متنوعی می باشند که لازم است در حین بررسی مورد دقت و مطالعه مؤثر قرار گیرند تا از این طریق اطلاعات راهبردی مورد نیاز برای تهیه و تدوین یک طرح کسب و کار اثربخش در اختیار شما قرار گیرد.

بدین منظور به تشریح هر یک از مؤلفه ها در حوزه های سه گانه می پردازیم.



الف- تجزیه و تحلیل محیطی: مباحث مورد بررسی در این بخش

شامل موارد زیر است:

♦ محیط کسب و کار

♦ فرهنگ

♦ اقتصاد

♦ تغییرات جمعیتی

تعیین کنید که آیا خدمات لازم، به منظور پشتیبانی عملیات تولید در منطقه

کسب و کار مورد نظرتان وجود دارد؟ (این خدمات پشتیبانی شامل دفاتر حقوقی و مشاوره ای، عرضه کنندگان مواد مصرفی، سیستم حمل و نقل مناسب، کادر متخصص در رابطه با تولیدات و خدمات و مواردی از این قبیل است.)

چه خدمات و تسهیلاتی (از قبیل محل اسکان، فروشگاه، مدرسه، بیمارستان و...) برای کارکنان شما و خانواده های آنها در آن محل وجود دارد؟ کارکنان و خانواده آنها ممکن است با چه مشکلاتی مواجه شوند؟ آیا برای رفع این مشکلات چاره ای اندیشیده اید؟ نحوه دسترسی به محل استقرار کسب و کارتان چگونه است؟ اقلام و مواد تولیدی چگونه به این محل منتقل خواهند شد؟ به لحاظ ضوابط زیست محیطی، منطقه مورد نظر شما در چه شرایطی قرار دارد؟ چنانچه کسب و کار شما مشکلاتی در محیط زیست آن منطقه بوجود می آورد، تدابیر مورد نظر شما برای رفع آنها کدامند؟

در بخش فرهنگ می بایست، در مورد ارزش ها، باورها، اعتقادات مذهبی و فرهنگ مصرف ساکنان منطقه توضیحاتی را ارائه نمایید. آیا با فرهنگ آن منطقه آشنایی دارید؟ میزان تأثیرگذاری فرهنگ منطقه را در کسب و کار خود مشخص نمایید. پیش بینی کنید چه موانع فرهنگی ممکن است بر سر راه ایجاد، توسعه و ترویج کسب و کار شما قرار گیرد؟

اقتصاد منطقه مورد نظر خود را از لحاظ سطح درآمد، قدرت خرید مشتریان و نحوه دسترسی آنها به محصولات را نیز توصیف نمایید. چه عواملی بر سطح توان خرید ساکنین آن منطقه تأثیرگذار است؟ مواردی از قبیل مالیات، نرخ ارز و... چه تأثیری در کسب و کار شما خواهد داشت؟ امکان توسعه منطقه و تأثیر آن در قدرت خرید ساکنین آن منطقه را بررسی نمایید.

در مبحث تغییرات جمعیتی عواملی از قبیل اندازه، توزیع، ترکیب، اشتغال و درآمد آحاد جمعیتی منطقه مورد نظر را تشریح نمایید. سپس پیش بینی کنید چالش های جمعیتی مثل تراکم جمعیت، مهاجرت و اشتغال چه تأثیری بر کسب و کار شما به همراه خواهد داشت؟ در این قسمت نرخ رشد جمعیت، سطح تحصیلات ساکنین آن منطقه، نرخ اشتغال بکار و مواردی از این قبیل را مشخص نمایید.

مثال: تجزیه و تحلیل صنعت

نام شرکت: نوین سرام

زمینه فعالیت: تولید کننده انواع کاشی و سرامیک کف و دیوار

الف- تجزیه و تحلیل محیطی

✓ محیط

با توجه به قرار گرفتن این کارگاه در نزدیکی شهر شهریار و مسکونی بودن منطقه، فروشگاه، مدرسه، بیمارستان و دیگر امکانات برای کارکنان وجود دارد. این شرکت حتی الامکان از کارکنان بومی منطقه بهره گرفته تا مشکلات دوری راه و... را نداشته باشند. مواد اولیه و ضروری لازم جهت پشتیبانی مواد و صنعت کاشی در منطقه شهریار وجود دارد. این منطقه به کوره های آجرپزی، کارخانجات کاشی، آینه و سنگبری نزدیک بوده و امکان استفاده از ضایعات را فراهم می نماید. برای انتقال محصولات به عرضه کنندگان و تأمین مواد اولیه از شیوه باربری زمینی توسط وانت هایی که در شرکت های حمل و نقل سعیدآباد هستند استفاده می شود.

منطقه شهریار و محل کارگاه به علت قرار گرفتن در دشت به لحاظ سرعت حمل و نقل و... از بهترین مناطق به شمار می رود. فعالیت های کارگاه به لحاظ زیست محیطی به علت استفاده از تکنولوژی تولید با کوره الکتریکی و مواد اولیه با پایه طبیعی آسیبی به منطقه وارد نمی آورد.

✓ فرهنگ

محصولات تولید شده به علت نوآوری و ترکیب سبک سنتی و مدرن در طراحی و ساخت و برخورداری از ارزش های هنری و فرهنگی، توجه به نمادهای اصیل ایرانی و اسلامی و مطابقت با فرهنگ مصرف کنندگان داخلی، طرفداران خاص خود را دارد. با توجه به ورود بی رویه انواع کالاهای خارجی و عدم سازگاری برخی از آنها با سلیقه ایرانی و نیاز به حفظ و توجه بیشتر به ارزش ها، نیاز به تولید این محصولات بیش از پیش احساس می گردد.

✓ اقتصاد

شرکت نوین سرام از یک سو به دلیل نزدیکی به محل تأمین مواد اولیه، پایین بودن هزینه حمل و نقل، بهره گیری از نیروهای بومی منطقه و ایجاد ارزش افزوده از ضایعات کارخانجات کاشی و آینه قیمت محصول را پایین و متناسب با توان خرید مردم نگاه داشته است و از سوی دیگر به دلیل استفاده از شبکه های توزیع مویرگی در سطح شهر تهران و شهرهای اطراف باعث شده است دسترسی مشتریان به محصولات با سهولت صورت پذیرد.

✓ تغییرات جمعیتی

با توجه به جمعیت جوان جمعیت کشور و افزایش میزان ازدواج، مشوق های دولت برای به بازسازی و مرمت اماکن فرسوده و افزایش میزان ساخت و سازهای در کشور پیش بینی می شود، حجم بازار مصرفی و میزان تقاضا افزایش یابد. علاوه بر آن برنامه های سازمان ایرانگردی و جهانگردی موجب توسعه صنعت توریسم شده و ارائه محصولات به گردشگران باعث گسترش تقاضای محصول در سطح بازار جهانی خواهد شد.

ب- تجزیه و تحلیل بازار: این مؤلفه به بررسی موارد زیر می‌پردازد:

- ◆ اندازه فعلی بازار و نرخ رشد
- ◆ بررسی روندهای بازار
- ◆ ساختار بازار
- ◆ بررسی رقبا
- ◆ تجزیه و تحلیل عرضه و تقاضا
- ◆ بررسی فرصت صادرات/ واردات محصول
- ◆ بررسی قیمت

در این قسمت اندازه بازار و نرخ رشد آن را برآورد نمایید. تعیین کنید کسب و کار شما با توجه به تعداد مشتریان بالقوه، واکنش رقبای موجود، امکان ورود رقبای جدید، الگوی هزینه‌ها و قیمت‌ها و روندهای گذشته و مورد انتظار در آینده، فناوری‌های در حال شکل‌گیری، میزان نوآوری بنگاه در عرصه‌های فناوری، مدیریت، بازاریابی و غیره چه حجمی از محصولات را در آینده می‌تواند بفروشد و یا ارائه کند؛ سهم آن از بازار چند درصد خواهد بود؟

همچنین توان بالقوه رشد و توسعه کسب و کار خود را تعیین نموده و مشخص نمایید عوامل کلیدی موفقیت در بازار کدامند؟ سپس در مورد قوانین و مقررات، عوامل فصلی و شاخص‌های فناوری مؤثر بر بازار، نکاتی را ذکر نمایید. در این بخش تجزیه و تحلیل SWOT را نیز در مورد کسب و کار خود انجام داده و آن را در طرح خود بگنجانید.

در قسمت بررسی رقبا، پس از شناسایی رقبای مستقیم و غیرمستقیم، برتری‌ها و کاستی‌های آنها را در زمینه‌هایی مانند مدیریت، شبکه توزیع، منابع مالی، مزایای قیمت و مواردی از این قبیل ذکر نمایید. پیش‌بینی کنید این رقا در آینده چه وضعیتی خواهند داشت و شما چگونه می‌توانید بازار آنها را تصاحب نمایید.

سپس میزان واردات محصول مورد نظرتان را به تفکیک اقلام و سال ذکر نمایید. عرضه‌کنندگان این محصولات را با در نظر گرفتن پارامترهایی همچون ظرفیت تولید، حجم فروش، نوع محصول، کیفیت محصول، فاصله جغرافیایی، نوع تولید و میزان تبلیغات تقسیم‌بندی نمایید. توضیح دهید بازار جهانی و صادرات محصول شما در چه وضعیتی قرار دارد؟ و برنامه شما برای ورود به بازار جهانی چیست؟ چنانچه اقتصاد کشوری متکی بر واردات باشد، مقدار تقاضا را معمولاً می‌توان با استفاده از آمار واردات، به طور دقیق‌تری برآورد کرد. مهمترین مرحله در بررسی بازار، پیش‌بینی تقاضای آتی برای محصولات است

مثال: تجزیه و تحلیل بازار

نام شرکت: مجتمع آموزشی غیرانتفاعی پسرانه تربیت

نوع فعالیت: خدمات آموزشی

اخیراً شاهد آن هستیم که مدارس غیرانتفاعی با اتخاذ سیاست‌های جدید دولت و مصوبات مجلس شورای اسلامی در این باره رونق دوباره گرفته‌اند و تمایل والدین برای ثبت‌نام فرزندانشان در این مدارس فزونی یافته است. با در نظر گرفتن این مسأله و کمبود مدارس غیرانتفاعی و با توجه به تقاضای زیاد و افزایش جمعیت جوان در ناحیه ۲ منطقه ۵ تهران، اقدام به تأسیس این مجتمع نمودیم. بدین منظور ابتدا از طریق بازارشناسی، منطقه مورد نظر را مشخص کرده، تعداد خانوارهای موجود را از شورای محله دریافت نموده و سپس تعداد جمعیت مذکر بین ۷-۱۸ سال (جامعه هدف) مشخص گردید. براساس نتایج بدست آمده تعداد ۱۸۵۰ خانوار در این منطقه سکونت داشتند که فرزندان پسر بین ۷-۱۸ این خانوارها ۱۲۰۰ نفر بودند.

براساس نتایج بازارشناسی مشخص شد از میان ۱۴۵۰ خانوار، ۵۷۰ خانوار فرزندان پسر زیر ۷ سال داشتند که در آینده جزء جامعه هدف ما قرار خواهد گرفت. در این بین، تعداد ۳۵۰ خانوار هنوز صاحب فرزندی نشده بودند که آنها را نیز می‌توان بالقوه جزء جامعه هدف قرار داد. رقبای مستقیم مجتمع غیرانتفاعی تربیت، کلیه مدارس ابتدایی، راهنمایی و متوسطه غیرانتفاعی در آن ناحیه و نواحی اطراف هستند و رقبای غیرمستقیم کلیه مدارس دولتی، نمونه مردمی، هیأت امنایی آن ناحیه و نواحی اطراف هستند که تعداد کل رقبای ۸ مدرسه غیرانتفاعی و دولتی بودند. تعداد کل رقبای نشان دهنده کمبود مدرسه و فضای آموزشی در این ناحیه بود که این امر ورود ما را به این بازار توجیه می‌کند.

تجزیه و تحلیل swot

نقاط ضعف	نقاط قوت
✓ قرار گرفتن کنار بزرگراه و بودن در معرض آلودگی صوتی ✓ قدیمی بودن ساختمان	✓ کادر آموزشی مجرب ✓ فضای آموزشی مناسب (فضای سبز، حیاط بزرگ) ✓ نزدیکی به ناحیه ۱ منطقه ۵ و امکان جذب دانش‌آموزان آن
تهدیدها	فرصت
✓ قدمت برخی از مدارس موجود در منطقه و عدم آشنایی خانوارها با مجتمع جدید ✓ احتمال تغییر قوانین و مقررات آموزشگاه‌ها	✓ کمبود مدارس و رقبا در این ناحیه ✓ بازسازی ۲ واحد آموزشی به مدت یک سال ✓ افزایش ساخت و ساز در این منطقه و به تبع آن افزایش خانوارهای ساکن

ج- تجزیه و تحلیل فنی: در این بخش مباحث زیر را مورد بررسی و توجه قرار دهید.

◆ رویه‌ها و فرآیندهای تولید

◆ تکنولوژی تولید

◆ منحنی عمر تکنولوژی

◆ هزینه‌های دستیابی به تکنولوژی

◆ دانش فنی موجود در خصوص بهره‌برداری از تکنولوژی

◆ پتانسیل نیروی انسانی موجود در خصوص استفاده از تکنولوژی

در این قسمت از طرح برای مخاطبان خود مشخص کنید که کسب و کار شما از چه روش یا روش‌های منحصر به فردی در تولیدی استفاده می‌نماید؟ آیا با رویه‌های برتر تولید در صنعت مورد نظر آشنایی دارید؟ رقبای شما از چه روش‌هایی برای تولید محصولات خود استفاده می‌نمایند؟

روش تولید و نوع تکنولوژی از عوامل بسیار مهمی است که نقش بسزایی را در اثربخشی یک کسب و کار دارد. بدین جهت در انتخاب روش تولید مناسب، مواردی از قبیل نوع راندمان تولید، ماشین‌آلات، درجه کنترل و انعطاف‌پذیری خط تولید در جهت ایجاد تنوع محصولات و کیفیت باید مورد توجه قرار گیرد؛ همچنین نوع مواد اولیه، نیروی انسانی متخصص و مهارت‌های لازم، امکان اخذ دانش فنی مورد نیاز، درجه وابستگی به منابع خارجی، میزان ضایعات، مصرف انرژی و نحوه انتقال تکنولوژی نیز در این انتخاب تأثیرگذار است.

سپس در خصوص تکنولوژی مورد استفاده خود توضیحاتی را ارائه دهید. این تکنولوژی را به لحاظ ویژگی‌هایی همچون هزینه، طول عمر و فرآیند تولید محصول توصیف نمایید و توضیح دهید چه برنامه‌ای برای استفاده از این تکنولوژی در نظر دارید و در صورت لزوم آیا می‌توانید تکنولوژی دیگری را به راحتی جایگزین آن نمایید؟

مثال: تجزیه و تحلیل فنی

نام شرکت: کارگاه تولید کارتریج زرین قلم

زمینه فعالیت: تولید کارتریج‌های جوهرافشان و لیزری

✓ فناوری مورد استفاده در تولید کارتریج‌های جوهرافشان

تولید کارتریج‌های جوهرافشان از طریق مونتاژ قطعات وارداتی و به صورت CKD انجام می‌شود. در این تکنولوژی کلیه قطعات جهت تولید محصول مربوطه از کارخانجات تولیدکننده تهیه شده و کارخانه مزبور فقط مدیریت مونتاژ قطعات و مدیریت کیفیت را برعهده دارد.

✓ تکنولوژی مورد استفاده در تولید کارتریج‌های لیزری

جهت تولید کارتریج‌های لیزری فناوری نیمه CKD انتخاب می‌شود. تکنولوژی نیمه CKD بر دو اصل استوار است: ۱- پایین آوردن هزینه تولید ۲- بالا بردن کیفیت تولید.

کارخانه مزبور درصدی از قطعات را خود تولید کرده و درصدی از قطعات را که احتیاج به سرمایه‌گذاری کلان و همچنین مدیریت و تجربه فراوان دارد به صورت آماده از کارخانجات تولیدکننده این قطعات دریافت می‌کند. البته میزان تولید و میزان واردات قطعات بستگی به میزان سرمایه‌گذاری و ماشین‌آلات مورد استفاده و سایر شرایط دارد.

کلیه ماشین‌آلات، تجهیزات و مواد اولیه از کشور چین وارد خواهد شد.

به منظور آموزش نحوه استفاده از فناوری فوق ابتدا دوره آموزشی در یکی از کارخانه‌های تولیدی کشور چین برای تعداد معدودی از پرسنل (۶ نفر) برگزار خواهد شد و پس از آن فروشنده‌گان ماشین‌آلات طبق تعهدات خود آموزش کاملی در خصوص نحوه استفاده از ماشین‌آلات به کارکنان بخش تولید ارائه می‌دهند و در مراحل بعدی، آموزش توسط کارشناسان آموزش دیده در مرحله اول ادامه خواهد داشت.

۴- دورنمای شرکت/ شرح کسب و کار

در این فصل از طرح کسب و کار خود موارد زیر را توضیح دهید:

◆ معرفی شرکت

◆ اهداف، چشم‌انداز و مأموریت

◆ راهبردها (تولید، فروش و خدمات)

◆ برنامه‌ها

به طور کلی در این بخش باید نکاتی را در خصوص شکل مالکیت (مشارکتی، سهامی) کسب و کار خود و نوع آن از نقطه نظر تولیدی/ خدماتی بودن، سوابق مدیران و کارکنان کلیدی و سهام‌داران اصلی شرکت به تفصیل ذکر نمایید. اهداف، چشم‌انداز و مأموریت کسب و کار شما چیست؟ اهداف کسب و کار نقاطی است که کسب و کار شما باید در آینده به آن برسد. چشم‌انداز کسب و کار نیز نشان دهنده وضعیت و موقعیت شرکت و سازمان شما در آینده است و سرانجام مأموریت بیانگر آن است که کسب و کار شما به چه نیازی پاسخ خواهد داد و از چه طریق این نیاز را برآورده خواهد کرد؟ همچنین در بیان مأموریت کسب و کار خود ویژگیهای منحصر به فرد محصولات ذکر می‌شود. (نحوه تعیین چشم‌انداز، مأموریت و اهداف یک کسب و کار به طور کامل در بخش مدیریت راهبردی شرح داده شده است)

در خصوص راهبردها، نحوه راه‌اندازی، اداره و توسعه کسب و کار خود توضیحاتی را ارائه دهید و سپس برنامه‌های خود را برای تحقق راهبرد شرکت/سازمان ذکر نمایید. راهبردها از یک سو چهارچوب فعالیتهای کسب و کار و جهت و گرایش آن فعالیت‌ها را در بلندمدت مشخص و از سوی دیگر ابزارها و معیارهای موفقیت سازمان را تعیین می‌کنند.

مثال: دورنمای شرکت

نام شرکت: شرکت سازه‌های فردا

موضوع فعالیت: تولید پروفیل و تولید پنجره‌های دو جداره عایق

الف- مأموریت شرکت

این شرکت به منظور تولید و فروش پنجره‌های دو جداره و سه جداره عایق‌دار تأسیس گردیده و قصد دارد با تولید کالاهایی با کیفیت و ارائه خدمات پس از فروش مناسب، نیازهای کلیه پیمانکاران ساختمانی و انبوه‌سازان مسکن را تأمین نماید. بازار هدف این شرکت در ابتدا استان آذربایجان شرقی خواهد بود و در صورت موفقیت و تداوم فعالیت شرکت ظرف پنج سال آتی سایر استان‌های همجوار نیز به بازار شرکت اضافه خواهد شد.

ب- چشم‌انداز شرکت

شرکت سازه‌های فردا با تکیه بر تجارب علمی و فنی مدیران خود و تصمیم راسخ در تولید محصولات با کیفیت و ارائه خدمات پس از فروش و قیمت مناسب و تلاش برای نوآوری مستمر به بزرگترین شرکت تولید کننده پروفیل و پنجره‌های دو جداره در شمال غرب کشور تبدیل و حداقل ۲۵٪ از سهم بازار کشور را در اختیار خود خواهد داشت.

ج- اهداف شرکت (۵ ساله)

- ✓ ایجاد اشتغال برای ۳۰ نفر به صورت مستقیم و ۱۵ نفر به صورت غیرمستقیم
- ✓ جلوگیری از واردات پروفیل آماده از کشورهای همجوار و در نهایت جلوگیری از خروج ارز از کشور
- ✓ کسب سود برای شرکت و افزایش ثروت سهامداران
- ✓ کسب شهرت و اعتبار در صنعت مربوطه و ایجاد برند برای شرکت
- ✓ رهبری بازار در شمال غرب کشور

د- استراتژی (راهبرد) کسب و کار

استراتژی‌های شرکت برای وصول به اهداف ذکر شده عبارتند از:

- ✓ استفاده از فناوری روز دنیا در زمینه تولید پروفیل
- ✓ استفاده از مواد اولیه مرغوب
- ✓ آموزش صحیح و به موقع کارکنان
- ✓ خدمات پس از فروش مناسب و گسترده
- ✓ بازاریابی گسترده
- ✓ تحویل به موقع محصول
- ✓ انتخاب کانال‌های توزیع مناسب
- ه- برنامه‌های شرکت
- ✓ استخدام و جذب نیروی انسانی مورد نیاز
- ✓ انجام مطالعات دقیق بازار در استان آذربایجان شرقی
- ✓ شناسایی پیمانکاران و انبوه‌سازان مسکن و معرفی محصول تولیدی شرکت به آنها
- ✓ راه‌اندازی خط تولید محصول و خریداری تجهیزات و فناوری جدید
- ✓ انتخاب و واگذاری نمایندگی‌های فروش استان.

۵- معرفی محصول (کالا/خدمات)

این بخش از طرح کسب و کار به توصیف مؤلفه‌های زیر می‌پردازد:

◆ معرفی محصولات

◆ مزیت‌های رقابتی محصولات

در بخش معرفی محصولات خود، ابتدا نام محصول و سپس خصوصیات و ویژگی‌های آن را بیان نمایید. طول عمر محصولات مورد نظر چقدر است؟ انواع مدل‌ها و قابلیت‌های آن کدامند؟ در صورت امکان در متن گزارش و یا به صورت ضمیمه، طرح، عکس، نمودار، جدول، مشخصات عمومی، مطالعات مهندسی، بروشورهای فروش و تکنولوژی مورد نظر خود را ارائه نمایید. سپس موارد مصرف محصولات را توضیح دهید. همچنین برای خوانندگان شرح دهید که از چه روش‌هایی برای معرفی محصولات خود به مشتریان استفاده می‌کنید.

مزیت‌های رقابتی محصول را با توصیف خصوصیات و ویژگی‌های بارز و نوآورانه آن آغاز نمایید. محصولات خود را از لحاظ ویژگی‌هایی همچون قیمت، کیفیت محصول با محصولات مشابه مقایسه نمایید. یک روش مناسب‌تر برای مقایسه محصولات خود با سایر رقبا این است که تجزیه و تحلیل کاملی از ویژگی‌ها و منافع حاصل از آنها را در جدولی نشان دهید.

مثال: معرفی محصول

نام شرکت: پرورش ماهی ره‌آورد شمال

زمینه فعالیت: پرورش ماهی قزل‌آلا در قفس‌های شناور

نوع ماهی قابل پرورش: بر اساس بررسی‌های به‌عمل آمده و شرایط آب و اقلیم منطقه، بهترین نوع ماهی قابل پرورش، قزل‌آلای رنگین کمان است. بدن این ماهی پوشیده از خال‌های سیاه ستاره‌ای است و در ماهیان بالغ در دو طرف بدن نوار قرمز رنگی به صورت رنگین کمان قرار دارد که در ماهیان نر بالغ به مراتب بهتر نمایان است.

این ماهی نسبت به سایر ماهیان آزاد از رشد بهتری برخوردار بوده، از لحاظ مقاومت به بیماری، تغییرات محیطی نظیر درجه حرارت و عادت به تغذیه دستی به مراتب بهتر است و در صورتی که شرایط در حد مطلوبی برایش فراهم باشد، تولید آن از نظر اقتصادی مقرون به صرفه‌تر می‌باشد تاکنون مطالعات بسیار وسیعی برای اصلاح نژاد این ماهی صورت گرفته و باعث شده که ماهی قزل‌آلای رنگین کمان مناسب‌ترین ماهی سردابی جهت پرورش باشد.

مزیت‌های رقابتی محصولات

مزایای سیستم پرورش آبزیان در قفس

- ✓ سرمایه‌گذاری اولیه بسیار کمتر از استخرهای متداول پرورش ماهی می‌باشد.
- ✓ این امکان وجود دارد که هرگونه آبی را در محیط طبیعی خود پرورش داد. لذا طعم و کیفیت ماهیان پرورشی در این سیستم پرورشی به گونه غیرپرورشی نزدیکتر است و مصرف‌کننده رغبت بیشتری به استفاده از این محصول دارد.
- ✓ با توجه به محدودیت مکانی/فضایی، نیازی به اختصاص اراضی مستعد نمی‌باشد. این سیستم در محیط‌های آبی مستقر می‌شود که هیچگونه محدودیت سطحی وجود ندارد.
- ✓ صید ماهیان به راحتی انجام می‌گیرد و می‌توان برداشت ماهیان را به صورت کامل یا مرحله‌ای انجام داد. لذا تولید همیشه قابل حصول است.
- ✓ نظارت، اداره و مشاهده و بررسی آبزیان پرورشی به راحتی انجام می‌شود.
- ✓ اگر چه عمده منبع تغذیه ماهیان، غذاهایی است که به صورت دستی و یا اتوماتیک و به شکل پلت و دیگر کنسانتره‌های غذایی در اختیار آبی قرار می‌گیرد اما از میکروارگانیزم‌ها، مواد آلی و معدنی و غذای طبیعی موجود در آب نیز استفاده خواهد شد و در نتیجه رشد ماهی سریعتر و کیفیت گوشت آن بالاتر خواهد بود.
- ✓ کلیه عملیات ساختمانی متداول در طراحی و ساخت استخرهای خاکی و بتونی، از قبیل خاکبرداری، شیب‌بندی کف و دیواره‌ها و ساخت خاکریز، زهکشی، تخلیه کف استخر، کانال‌های آب‌رسانی و دریاچه‌ها و غیره حذف می‌گردد که نقش بسیاری در کاهش هزینه‌ها خواهد داشت.
- ✓ عملیات احداثی در زمان بسیار کوتاه انجام می‌شود و لذا فاصله بین شروع عملیات احداثی تا تولید بسیار کوتاه است.
- ✓ مشکل تأمین مقادیر فراوان آب سالم و دسترسی به یک منبع آب (نظیر رودخانه، چشمه و غیره) که پرورش‌دهندگان را از جهت انتخاب محل در محدودیت می‌گذارد وجود نداشته و از حجم آب موجود استفاده می‌کند.
- ✓ عملیات ماهی‌ریزی، تغذیه و برداشت می‌تواند مکانیزه شود.

۶- برنامه عملیاتی و تولید

بیشتر سرمایه‌گذاران تنها زمانی حاضر به سرمایه‌گذاری هستند که از تمام جزئیات کسب و کار مورد نظر آگاهی داشته باشند، بنابراین ارائه توضیحات و گزارش کتبی مراحل مختلف تولید محصول از مرحله آماده‌سازی مواد اولیه تا محصول نهایی آماده فروش، برای ذی‌نفعان ضروری و لازم است.

موارد زیر را در مورد بخش عملیاتی و تولیدی خود ذکر کنید:



♦ فن‌آوری و روش مناسب تولید

♦ مراحل و فرآیند تولید

♦ نمودار فرآیند تولید

♦ برنامه کنترل کیفیت

♦ برآورد فضای مورد نیاز

♦ برآورد امکانات و تأسیسات مورد نیاز

♦ برآورد نیروی انسانی مورد نیاز

♦ برآورد منابع مورد نیاز

♦ پیش‌بینی تولید و فروش محصول

♦ ظرفیت کامل تولید، ظرفیت در سال شروع و زمان لازم برای رسیدن به ظرفیت کامل

♦ مواد اولیه و بسته‌بندی

اگر فعالیت مورد نظر شما تولیدی باشد، لازم است طرح تولید تنظیم شود. این طرح باید تمامی فرآیند تولید را به طور کامل تشریح کند و اگر فعالیت شما خدماتی است باید فرآیند، نحوه ارائه خدمات، سیستم تأمین مواد اولیه، ویژگی‌های نیروی انسانی مورد نیاز و استانداردهای لازم را تشریح کنید.

مشخص کنید تصمیم به ساخت چه قطعاتی دارید و چه قطعاتی را از طریق برون‌سپاری تهیه خواهید کرد؟ فرآیند مونتاژ نهایی را تشریح و ارزیابی کمی و کیفی مراحل مختلف کار را بیان کنید.

به طور خلاصه مراحل مختلف تولید و جریان مواد و قطعات را از مواد خام تا محصول نهایی، بسته‌بندی و انبار توضیح دهید. در ادامه شما باید نمودار فرآیند تولید و پلان چیدمان پرسنل را در کنار ماشین‌آلات رسم نمایید.

تعیین کنید عوامل مهم و حیاتی در دستیابی به محصول نهایی با کیفیت مورد انتظار کدامند؟ چه اقدامات، برنامه‌ریزی و پیش‌بینی‌هایی را به منظور حصول اطمینان از کیفیت محصول نهایی انجام داده‌اید؟

یادآوری کنید، محتمل‌ترین حوادث (مانند: از کار افتادن ماشین‌آلات و غیره) که می‌تواند منجر به توقف تولید شود، کدامند؟ این توقف چه مدت طول خواهد کشید؟ اقدامات لازم برای ادامه کار تولید را پیش‌بینی کنید.

همچنین مشخص کنید چه میزان فضا برای بخش‌های تولید و عملیات نیاز دارید و فضای مورد نیاز برای بخش‌های انبار مواد اولیه، محصولات در حال ساخت، ساخته شده و ... را تعیین نمایید. سپس یک طرح جانمایی از فضای کسب و کار خود رسم نمایید.

در برآورد امکانات و تأسیسات در مورد زمین، تسطیح و محوطه‌سازی، ساختمان‌ها، ابزارآلات، وسایل فنی و آزمایشگاهی، تأسیسات، ماشین‌آلات و تجهیزات خط تولید، وسایل نقلیه، تجهیزات اداری و کارگاهی، مواد اولیه و بسته‌بندی، حقوق و دستمزد مستقیم و غیر مستقیم، آب، برق، تعمیرات، نگهداری و سایر هزینه‌های مستقیم و غیر مستقیم جزئیاتی را مشخص نمایید.

مثال ۱: برنامه عملیاتی و تولید

نام شرکت: شرکت جهانگردی آتی سفر

زمینه فعالیت: ارائه خدمات در زمینه گردشگری از طریق سایت

فناوری و روش تولید در شرکت خدماتی: از آنجا که خدمات شرکت، ارائه خدمات گردشگری از قبیل اطلاعات ایرانشناسی، اطلاعات ویزا، اطلاعات سفارتخانه‌ها، هتل‌ها، پروازها، تورها، رویدادها و صنایع دستی از طریق اینترنت است، ارائه خدمات نیز، از طریق اینترنت صورت می‌گیرد. مشتریان این شرکت نیز شرکت‌ها، گردشگران و همچنین ارائه‌کنندگان خدمات گردشگری هستند. برای هر یک از بخش‌های خدماتی این کسب و کار، در سایت لینکی در نظر گرفته شده است که مراجعه کنندگان با کلیک بر روی آن قسمت می‌توانند خدمات مورد نیاز خود را دریافت نمایند. بعضی از خدمات این سایت به صورت رایگان ارائه می‌گردد مانند: اطلاعات ایرانشناسی و رویدادها، اما خدماتی همچون دریافت ویزا، هماهنگی با تورها، هتل‌ها و خرید صنایع دستی از طریق پرداخت اعتباری صورت می‌پذیرد. بانک‌ها و مؤسسه‌ای که در این طرح با آنها همکاری خواهیم داشت عبارتند از: بانک کارآفرین، گردشگری و بانک ملت. با پرداخت وجه، فرایند خرید خدمات به پایان می‌رسد و با ارسال پست الکترونیکی مشتری به صورت سریع، خدمات مورد نظر خود را دریافت می‌نماید.

□ زمین و ساختمان

شرح	مساحت	نرخ واحد	موقعیت جغرافیایی	هزینه کل (میلیون ریال)
ساختمان	۷۰	۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰		۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰
جمع				۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰

تجهیزات و ماشین‌آلات مورد نیاز

□ امکانات مورد نیاز

شرح	هزینه کل
امکانات مورد نیاز شامل: خطوط تلفن و اینترنت	۲۰/۰۰۰/۰۰۰

□ وسایل اداری

شرح	هزینه کل
کامپیوتر	۴۵/۰۰۰/۰۰۰
وسایل دفتری	۱۰/۰۰۰/۰۰۰
جمع	۵۵/۰۰۰/۰۰۰

تأمین کنندگان مواد اولیه

تأمین کنندگان مواد اولیه و اطلاعات

- ✓ سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور و استان‌ها
- ✓ شرکت‌های هواپیمایی
- ✓ شرکت‌های حمل و نقل
- ✓ هتل‌ها و اقامت‌گاه‌ها
- ✓ دفاتر و آژانس‌های خدمات گردشگری
- ✓ مراکز گردشگری
- ✓ عرضه کنندگان صنایع دستی
- ✓ برگزار کنندگان و راهنماهای تورها
- ✓ برگزار کنندگان نمایشگاه‌ها، سمینارها، همایش‌ها و...

پیش‌بینی رشد در حجم خدمات

با توجه به نیاز شرکت‌ها، مؤسسات، بنگاه‌ها و آژانس‌های فعال در زمینه گردشگری به ارائه خدمات خود از طریق اینترنت و همچنین نیاز مبرم آنها به طراحی دیتابانک‌های اطلاعاتی جهت توسعه فعالیت‌ها و کاهش هزینه‌ها، پیش‌بینی می‌شود با برآورد این نیازها، رشد خوبی در ارائه خدمات وجود خواهد داشت.

اطلاعات اولیه مورد نیاز

- ✓ اطلاعات ایران شناسی
- ✓ بانک‌های اطلاعاتی
- ✓ اطلاعات هتل‌های سراسر کشور
- ✓ اطلاعات پرواز شرکت‌های هواپیمایی
- ✓ اطلاعات حرکت قطارها و اتوبوس‌ها
- ✓ اطلاعات سفارتخانه‌های ایران در خارج و سفارتخانه‌های کشورهای خارجی در ایران
- ✓ اطلاعات ویزا
- ✓ اطلاعات و مشخصات صنایع دستی تولید شده در کشور

منابع تأمین اطلاعات

- ✓ سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
- ✓ شرکت‌ها و سازمان‌های فعال در زمینه IT
- ✓ شرکت‌های هواپیمایی
- ✓ هتل‌ها و رستوران‌ها
- ✓ دفاتر و آژانس‌های خدمات جهانگردی
- ✓ مراکز توریستی و تفریحی
- ✓ شرکت‌های حمل و نقل زمینی
- ✓ سازندگان صنایع دستی
- ✓ برگزار کنندگان و راهنماهای تورها
- ✓ برگزار کنندگان نمایشگاه‌ها، سمینارها و همایش‌ها

مثال ۲: برنامه عملیاتی و تولید

نام شرکت: شرکت تولیدی لطافت

زمینه فعالیت: تولید کرم‌های گیاهی

فناوری و روش تولید مناسب در شرکت تولیدی

در این طرح سعی ما بر این است که با در نظر گرفتن توان مالی، شرایط محیطی، تغییرات آینده تکنولوژی، سیاست‌های دولت، محیط زیست و شرایط اقتصادی از تکنولوژی و دستگاه‌هایی استفاده کنیم که تولید داخل بوده و قیمت مناسب‌تری داشته باشد. با این وجود دستگاه‌های اصلی از منابع خارجی تهیه و خریداری شده است.

مراحل و فرآیند تولید

برخی از مواد اولیه در خط تولید شرکت، کشت و تولید می‌شود لذا به سهولت وارد روند بهره‌برداری خواهد شد. دیگر مواد اولیه از بازارهای مربوطه تهیه می‌شود.

پس از آن، مواد اولیه، تحت آزمایش و بررسی قرار می‌گیرند و در قسمت فرمولاسیون اندازه‌گیری و محاسبه خواهند شد. چند سری از مواد اولیه نیز از دستگاه‌های تقطیر عبور خواهند کرد. متخصصین، آنها را با توجه به فرمول‌های به دست آمده ترکیب کرده و ماده مورد نظر را به دست می‌آورند.

در قسمت بسته‌بندی، کرم‌ها توسط دستگاه‌های مکانیزه داخل ظروف شیشه‌ای مخصوص ریخته خواهند شد و در آخر بسته‌بندی و برچسب و قیمت خواهند خورد.

در کلیه مراحل پرسنل مربوطه بر فرآیند تولید و بسته‌بندی کالاها نظارت دارند. پزشکان، متخصصان و مهندسان نیز به قسمت‌های فرمولاسیون و بخش آزمایشگاهی نظارت می‌کنند.

مواد اولیه و بسته‌بندی

مواد اولیه مصرفی کارخانه بالغ بر ۶۰٪ گیاهان دارویی و ۴۰٪ مواد شیمیایی است که گیاهان دارویی توسط خود شرکت و از طریق کاشت تأمین می‌شود و مواد دیگر آن که در بازار مواد و وسایل آزمایشگاهی وجود دارد، از همان‌جا خریداری می‌گردد. برای انبار کردن این مواد از دستگاه‌های نگهدارنده، تهویه مناسب استفاده شده و فرآیند نگهداری به صورت مکانیزه است.

برآورد نیروی انسانی مورد نیاز

ردیف	پست سازمانی	تحصیلات	تعداد	ردیف	پست سازمانی	تحصیلات	تعداد
۱	آزمایشگاه طب سنتی	فوق دیپلم	۱	۱۳	تضمین کیفیت	لیسانس	۱
۲	آزمایشگاه کنترل کیفیت	دکتری	۲	۱۴	تولید (نیمه جامدات)	دیپلم	۲۵
۳	آزمایشگاه مرکزی	لیسانس	۳	۱۵	تولید طب سنتی	دیپلم	۲
۴	امور اداری	لیسانس	۴	۱۶	خدمات عمومی	دیپلم	۵
۵	انبار	دیپلم	۱	۱۷	دفتر فروش مرکزی	لیسانس	۱
۶	انتظامات	دیپلم	۵	۱۸	رایانه	لیسانس و فوق لیسانس	۲
۷	بازرسی	فوق لیسانس	۱	۱۹	سلف سرویس	دیپلم و زیر دیپلم	۲
۸	برنامه‌ریزی	لیسانس	۲	۲۰	فرمولاسیون	لیسانس و فوق لیسانس	۲
۹	بهداشت	لیسانس	۱	۲۱	فنی مهندسی	لیسانس و فوق دیپلم	۷
۱۰	بیوتکنولوژی	لیسانس	۱	۲۲	فیتوشیمی	لیسانس	۲
۱۱	تحقیقات بالینی	لیسانس	۲	۲۳	کارمند تحقیق و توسعه	لیسانس	۱
۱۲	تحقیقات کشاورزی	لیسانس	۱	۲۴	مالی	لیسانس	۵

برنامه کنترل کیفیت

- ✓ به کارگیری شیوه‌های نو و جدید مدیریتی در اداره شرکت
- ✓ فعالیت بخش R&D در کلیه مراحل شناسایی، کاشت گیاهان دارویی، اصلاح نباتات و انجام تحقیقات بالینی
- ✓ آموزش مستمر، هدفمند و برنامه‌ریزی شده جهت به روز نگه داشتن تمامی کارکنان و ارتقاء توانمندی ایشان
- ✓ استقرار سیستم مدیریت کیفیت در انطباق با الزامات استاندارد جهانی ایزو ۹۰۰۱ (نسخه ۲۰۱۰)

برآورد فضای مورد نیاز طرح

در این طرح مساحتی بالغ بر ۶۰۰۰ مترمربع به بهره‌برداری رسیده که شامل:

✓ واحد اداری

مجموع زیربنای ساختمان اداری ۷۷۴ متر مربع می‌باشد که ۶۰۰ مترمربع از آن در طبقه همکف و دارای واحدهای اداری، مالی، فروش و مرکز کامپیوتر و در طبقه فوقانی معادل ۱۷۴ مترمربع شامل دفتر مدیرعامل، دفتر معاونت، دفتر منشی و سال انتظار می‌باشد.

✓ رستوران

رستوران با مجموع ۴۰۰ مترمربع زیربنا که شامل ۱۰۰ مترمربع آشپزخانه، ۲۵ مترمربع انبار مواد اولیه، ۲۵ متر مربع سرویس بهداشتی و ۲۵ مترمربع نمازخانه و ۲۲۵ مترمربع سالن غذاخوری است.

✓ انبار

اسکلت این واحدها از نوع سوله می‌باشد. مساحت انبارها جمعاً ۱۷۴۰ مترمربع با کف بتنی و با پوشش آرملات و مجهز به سیستم گرمایش و سرمایش مرکزی (هواساز) و دارای قفسه‌بندی کامل، همچنین هر کدام از انبارها مجهز به بارانه جهت تخلیه و بارگیری بار می‌باشد. دو واحد انبار مواد اولیه به مساحت ۱۲۸۰ مترمربع و یک واحد انبار محصول به مساحت ۵۴۰ مترمربع، همچنین انباری جهت نگهداری حلال‌ها به مساحت ۱۵۰ مترمربع ساخته شده است.

✓ سالن تولید (نیمه جامد Semi Solid)

این واحد به مساحت کل ۱۸۲۰ مترمربع (نیمه جامدات ۴۱۶) با اسکلت خرپا که در مرکز ارتفاعی حدود ۱۱ متر را دارا می‌باشد.

✓ واحد آبرسانی

این واحد دارای یک مخزن زمینی به ابعاد ۲۲×۸×۴ با ظرفیت ۶۰۰ مترمکعب از نوع سازه بتنی مسطح و آب‌بندی شده با مواد پیشرفته، دارای یک منبع هوایی به ارتفاع ۲۰ متر و ظرفیت ۱۵۰۰۰ لیتر و دارای ایستگاه پمپاژ به مساحت ۲۵ متر مربع که کلیه آب مصرفی دستگاه‌ها، تأسیسات، آتش‌نشانی و... از این مرکز تغذیه می‌شود.

✓ واحد رختکن و سرویس

این واحدها مساحتی معادل ۳۲۰ مترمربع را به خود اختصاص داده و دارای دو واحد مجزا (زنانه - مردانه) می‌باشد که در هر قسمت دارای سه واحد سرویس بهداشتی، چهار واحد دوش حمام، یک واحد رختکن معمولی و یک واحد رختکن تمیز می‌باشند. سیستم آب گرم، تهویه، گرمایش و سرمایش نیز مرکزی می‌باشند.

✓ آزمایشگاه

این واحد مساحتی معادل ۳۲۰ مترمربع را به خود اختصاص داده و شامل سه بخش آزمایشگاهی اصلی، میکروبیولوژی، کنترل کیفیت و واحدهای دفتری می‌باشد. نوع سازه این واحد نیز از نوع خرپا و شیروانی و دارای سقف کاذب جهت اجرای سیستم‌های تأسیسات می‌باشد.

برآورد امکانات و تأسیسات مورد نیاز طرح

قبل از بهره‌برداری

ساختمان‌ها

ردیف	نوع ساختمان	تعداد	مترائ	هزینه هر مترمربع	هزینه کل (هزار ریال)
۱	ساختمان تولیدی	۱	۶۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال	۶۰,۰۰۰,۰۰۰
جمع کل					۶۰,۰۰۰,۰۰۰

ابزارآلات و وسایل فنی و آزمایشگاهی

ردیف	نوع ساختمان	تعداد	متراژ	هزینه هر مترمربع
۱	لوله آزمایشگاهی بزرگ	۲۰۰	۵۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	لوله آزمایشگاهی کوچک	۲۰۰	۳۰,۰۰۰	۶,۰۰۰,۰۰۰
۳	بشر بزرگ	۱۵۰	۸۰,۰۰۰	۱۲,۰۰۰,۰۰۰
۴	بشر کوچک	۱۵۰	۵۰,۰۰۰	۷,۵۰۰,۰۰۰
۵	همزن	۴۰۰	۳۰,۰۰۰	۱۲,۰۰۰,۰۰۰
۶	بورت	۸۰	۱۵۰,۰۰۰	۱۲,۰۰۰,۰۰۰
۷	پیپت	۸۰	۴۰,۰۰۰	۳,۲۰۰,۰۰۰
۸	گیره	۸۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۴۰۰,۰۰۰
۹	بالون ژوژه ۲۵۰CC	۶۰	۴۰,۰۰۰	۲,۴۰۰,۰۰۰

ردیف	نوع ساختمان	تعداد	متراژ	هزینه هر مترمربع
۱۰	بالون ژوژه ۵۰۰CC	۶۰	۷۰,۰۰۰	۴,۲۰۰,۰۰۰
۱۱	چراغ گاز بونزن	۲۰	۱۵۰,۰۰۰	۳,۰۰۰,۰۰۰
۱۲	ترازوی آزمایشگاهی ۱ کفه‌ای	۱۰	۵۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰
۱۳	ترازوی آزمایشگاهی ۲ کفه‌ای	۵	۷۰۰,۰۰۰	۳,۵۰۰,۰۰۰
۱۴	ترازوی دقیق الکترونیکی	۳	۱,۰۰۰,۰۰۰	۳,۰۰۰,۰۰۰
۱۵	وسایل دیگر (فلاسک، فلاسک تقطیر، سدکننده، بوخور)	به مقدار نیاز	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰

وسایط نقلیه

ردیف	نام وسایط نقلیه	تعداد	قیمت هر واحد	هزینه کل (ریال)
۱	اتوبوس	۲	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	سواری	۲	۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰
جمع				۶۶۰,۰۰۰,۰۰۰

اداری و کارگاهی

ردیف	شرح وسایل	تعداد	قیمت یک واحد (ریال)	قیمت کل (ریال)	جمع کل
۱	میز غذاخوری	۸	۳۰۰,۰۰۰	۲,۴۰۰,۰۰۰	۳۱۵,۵۰۰,۰۰۰ ریال
۲	صندلی غذاخوری	۹۰	۱۰۰,۰۰۰	۹,۰۰۰,۰۰۰	
۳	کامپیوتر	۲۵	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰	
۴	میز آزمایشگاهی	۲۵	۵۰۰,۰۰۰	۱۲,۵۰۰,۰۰۰	
۵	میز اداری	۱۰	۱,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	
۶	صندلی	۵۰	۲۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	

در حین بهره‌برداری

مواد اولیه و بسته‌بندی

ردیف	مواد مورد نیاز	ظرفیت مورد انتظار	میزان مصرف یک واحد محصول (با توجه به ضایعات عادی)	مصرف کل (واحد)	قیمت یک واحد (ریال)	قیمت کل در کارخانه (ریال)
۱	آلوه‌ورا	۱۰۰,۰۰۰ گرم	۴۰ گرم	۹۰۰,۰۰۰ گرم	۵,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	بابونه	۱۰۰,۰۰۰ گرم	۳۰ گرم	۹۰۰,۰۰۰ گرم	۲,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	حنا	۱۰۰,۰۰۰ گرم	۳۰ گرم	۹۰۰,۰۰۰ گرم	۱,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	نعنا	۱۰۰,۰۰۰ گرم	۳۰ گرم	۹۰۰,۰۰۰ گرم	۲,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۵	آویشن	۱۰۰,۰۰۰ گرم	۳۰ گرم	۹۰۰,۰۰۰ گرم	۲,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
	.	.	.	.	.	.
	.	.	.	.	.	.
	.	.	.	.	.	.
	.	.	.	.	.	.
جمع کل						۶,۵۰۰,۱۴۰,۰۰۰

حقوق و دستمزد مستقیم و غیرمستقیم

ردیف	محل خدمت	تعداد	حقوق و مزایای ماهانه	حقوق و مزایای سالیانه (۱۵ ماه)	بیمه سهم کارفرما	دستمزد مستقیم تولید
۱	کارخانه	۸۳ نفر	۳,۰۰۰,۰۰۰	۴۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۳۵۰,۰۰۰	۲,۲۵۰,۰۰۰

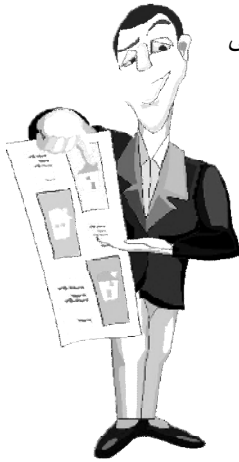
این حقوق در مورد تمامی پرسنل صدق می‌کند. پس برای کل پرسنل این هزینه‌ها در تعداد پرسنل ضرب می‌شود.

آب و برق و سوخت

ردیف	شرح	واحد	ظرفیت مورد انتظار	هزینه کل (ریال)	ملاحظات
۱	برق مصرفی	kwh	۵,۰۰۰	۶۰,۰۰۰,۰۰۰	
۲	آب مصرفی	M ^۳	۱۰,۰۰۰	۶۰,۰۰۰,۰۰۰	
۳	گاز	M ^۳	۱۰,۰۰۰	۶۰,۰۰۰,۰۰۰	
حجم کل				۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰	

۷- برنامه بازاریابی^۱

برنامه بازاریابی، یکی از مهم‌ترین بخش‌های طرح کسب و کار است که شامل دو عنوان کلی است:



۱- تحقیق و تحلیل بازار

۲- راهبرد بازاریابی

در بخش تحقیق و تحلیل بازار، هدف متقاعد کردن سرمایه‌گذاران و وام‌دهندگان از این جنبه است که:

♦ درک کاملی از بازار دارید.

♦ بازاری برای عرضه محصول یا خدمت شما وجود دارد.

♦ شرکت شما این قابلیت را دارد که سهمی از این بازار را به خود اختصاص دهد.

♦ برنامه‌ها و پیش‌بینی‌های فروش محقق خواهد شد.

♦ راهبرد بازاریابی نیز به شما نشان می‌دهد که چگونه باید تولیدات و خدمات را قیمت‌گذاری، توزیع، ترویج و تبلیغ کنید.

بخش اول: تحقیق و تحلیل بازار

در این قسمت باید موارد زیر را در طرح کسب و کار خود تشریح کنید:

♦ تعریف، توصیف و معرفی بازار هدف

♦ اندازه بازار و روندهای آن

♦ تخمین سهم بازار و فروش

♦ ارزیابی آینده بازار

♦ رقابت، حساسیت‌ها و تهدیدات

تعریف، توصیف و معرفی بازار هدف: در این بخش از طرح کسب و کار باید بازار خود را هم از نظر جغرافیایی و هم از نظر مشتریانی که قصد جذب آنها را دارید، تعریف نمایید. سپس مشخص کنید که مشتریان با خرید محصول شما چه مزایایی به دست می‌آورند؟ چرا این بازار به محصولات شما نیاز دارد؟ این بازار تا چه مدت به محصولات شما نیاز دارد؟ آیا محصولات شما مطابق نیازهای روز می‌باشد و علاوه بر نیاز اصلی به چه نیازهای جانبی مشتریان پاسخ می‌دهد؟ ویژگی‌های نمونه‌ای از خریداران، از قبیل سن، موقعیت، میانگین درآمد، جنسیت، سبک زندگی، شغل آنها و دیگر اطلاعات مهم را مشخص کنید. اولویت‌های خریداران را در انتخاب نوع خرده‌فروشی نیز تعیین کنید.

۱- مطالب بیشتر و کامل‌تر در خصوص بازاریابی به عنوان یکی از مهمترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر فعالیت کارآفرین در گام هفتم خواهد آمد.

مشخص کنید چه ویژگی منحصر به فردی در محصولات شما وجود دارد که مشتریان، شما را به رقبایتان ترجیح خواهند داد؟ ویژگی‌های متمایز کننده ممکن است از نظر کیفیت، تنوع، زیبایی، خدمات پس از فروش، قیمت یا مواردی از این قبیل باشد که شما باید حتماً در طرح خود این ویژگی یا ویژگی‌های ممتاز را ذکر کنید.

اندازه بازار و روندهای آن: اندازه بازار را مشخص کنید و نشان دهید در برآورد اندازه بازار تا چه حد به عواملی از قبیل علاقه‌مندی مشتریان به محصولات، سطح درآمد آنها و نحوه دسترسی‌شان به محصولات خود توجه کرده‌اید؟ مشخص کنید حیطه بازار تا چه حد باید باشد تا عملیات کسب و کار شما پایدارتر باشد.

تخمین‌ها و برآوردهای رشد را با استفاده از عواملی همچون روند صنعت، تأثیر فناوری‌های جدید، روندهای اقتصادی، اجتماعی، سیاست‌های دولت، تغییرات جمعیتی و نیازهای مشتریان بررسی و ارزیابی نمایید. منابع و فرضیات بکار رفته را به وضوح و با شفافیت بیان کنید و سعی کنید در برآوردها واقع‌گرا باشید.

تخمین سهم بازار و فروش: در طرح خود تقاضای محصول را در نظر بگیرید. یعنی مشخص کنید چقدر برای محصول شما در بازار تقاضا وجود دارد؟ بگویید از کدامیک از روش‌های برآورد بازار استفاده کرده‌اید؟ از چه منابعی برای تعیین تقاضای بازار استفاده کرده‌اید و به چه دلیل این منابع را به کار گرفته‌اید؟ روند تغییرات تقاضا را هم مشخص کنید. در مورد حجم فروش محصولات خود نیز باید مطالبی را ذکر کنید. حجم و ارزش احتمالی محصولی که شما می‌خواهید بفروشید چقدر است؟ پاسخ شما مشخص می‌کند که چگونه باید آن را توزیع کنید و بفروشید.

ارزیابی آینده بازار: در آینده چه سهمی از بازار را به دست خواهید آورد؟ در تعیین اندازه بازار در آینده و یا سهمی که به طور بالقوه انتظار به دست آوردن آن را دارید مبالغه نکنید، در غیر این صورت اعتبار طرح کسب و کار شما زیر سؤال خواهد رفت.

رقابت، حساسیت‌ها و تهدیدات: در نهایت در قسمت تحقیق و تحلیل بازار، راجع به رقابت‌ها و خطرات احتمالی که ممکن است از جانب آنها به شما برسد نیز اطلاعاتی را در طرح خود ارائه دهید.

زمانی که حدود بازار خود را مشخص می‌کنید، ممکن است تعدادی از رقبای خود را کشف کنید. هر رقیبی در هر ناحیه‌ای ضرورتاً نیرومند نیست. شما نه تنها باید تعداد رقبا را تعیین کنید، بلکه باید قدرت نسبی آنها را نیز مشخص کنید. به محض اینکه بازار محصولات خود را مشخص نمودید، همه فعالیت‌های رقابتی را ارزیابی کنید. محصولات، ساختارهای قیمت، تبلیغات، فعالیت‌های ترویجی و نحوه توزیع محصول، نسخه‌هایی از بروشورهای مربوط به فروش را تهیه و در صورت لزوم در مورد اولویت‌های خدمات‌رسانی موجود تحقیق کنید.

به طور کلی بگویید رقبای کسب و کار شما چه کسانی هستند؟ برنامه‌های خاص آنها چیست؟ برتری‌ها و کاستی‌های رقبا (در زمینه‌هایی مانند مدیریت، شبکه توزیع، توانایی‌های تولید، منابع مالی و مزایای قیمت و هزینه‌ها...) چیست؟ سیاست‌های آینده رقبا در مورد بازار و قیمت‌ها و تنوع تولیدات و... چیست؟

وضعیت رقابت در آینده از نظر تعداد، قدرت، انحصاری و غیر انحصاری شدن چیست؟

تخمین بزنید چقدر از محصولات مشابه شما توسط رقا در سال آینده تولید خواهد شد؟

همچنین مشخص کنید رقبایان در چه سطحی هستند؟ آیا محصولات تولیدی شما تشابه کیفی یا قیمتی با محصولات رقبای بازار دارد؟ سهم این تشابه را دقیقاً شناسایی و برای برتری نسبی از رقا تدابیر لازم را بیان کنید. اگر فکر می کنید رقبایی وجود دارند که شما می توانید بخشی از بازار آنها را تصاحب کنید، در مورد نحوه انجام این کار نیز توضیح دهید.

بخش دوم: راهبرد بازاریابی

در این بخش راهبردها و روش هایی را که برای رسیدن به اهداف خود مورد استفاده قرار خواهید داد را مشخص نمایید. کارآفرینان با استفاده از راهبردهای مختلف می توانند یک مزیت رقابتی برای کسب و کار خود ایجاد نمایند. در این مرحله شما باید موارد زیر را در طرحتان مشخص نمایید:

الف- قیمت گذاری

ب- تبلیغات

ج- شیوه فروش

د- توزیع

ه- سیاست های خدماتی و گارانتی

الف- قیمت گذاری: بعد از آنکه در بخش تحقیقات بازار مشخص شد که چه کسی کالا یا خدمات شما را می خرد و

اندازه بالقوه بازار چقدر است؛ آنگاه باید مشخص شود چه قیمتی باید مطالبه شود؟

برای تعیین قیمت کالا و خدمات می توانید از هر یک از راهبردهای پنج گانه قیمت گذاری (هدف های سوددهی، هدف های فروش، هدف های رقابتی، هدف های مربوط به بازاریابی محصول و شرکت، هدف های بقا) استفاده کنید. همچنین در این قسمت از طرح، روش هایی را که به منظور مدیریت قیمت ها شامل تعدیل یا حفظ قیمت ها نسبت به وضعیت بازار، رقابت و رفتار مشتریان استفاده خواهید کرد، ذکر کنید.

ب- تبلیغات: هدف تبلیغات و اقداماتی که در این رابطه انجام

می دهید، آن است که اطلاعات مربوط به محصولات خود را به طور مؤثر

به بازار منتقل کنید. هدف های مشخص در این ارتباط عبارتند از:

☒ شناساندن محصول یا خدمات خود به بازار

☒ نشان دادن منافع محصول به مشتریان

☒ مشخص کردن نحوه توزیع و فروش



در این بخش توضیحاتی در مورد کلیه رسانه‌هایی که برای آگهی بکار خواهید گرفت (شامل اینترنت، تابلوهای تبلیغاتی خیابانی، روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، نامه‌های پستی مستقیم و غیره) بیان نمایید. همچنین در مورد برنامه‌های روابط عمومی، ملزومات فروش (کاتالوگ، بروشور و...) طرح بسته‌بندی، نمایشگاه‌های تجاری و غیره توضیحاتی را ارائه دهید. از طریق چنین اطلاعاتی به خواننده نشان خواهید داد که به موضوع اهمیت داده شده و کانال‌های مناسب برای جذب مشتریان به منظور خرید محصول انتخاب شده است.

در صورتی که عوامل یا متخصصینی خارج از شرکت را به منظور کمک در امر تبلیغات و امور روابط عمومی انتخاب می‌کنید در مورد توانایی، تلاش‌ها و شایستگی آنها و منافع که برای کسب و کار شما به همراه خواهند داشت، توضیح بدهید. **ج- راهبردهای فروش:** فروش فرآیندی است که طی آن نهایتاً مشتریان را متقاعد می‌کنید که محصولات را بخرند. بخش فروش طرح کسب و کار باید نشان دهنده این موضوع باشد که با مدیریت فرآیند فروش به صورت سازمان یافته‌ای برخورد کرده‌اید. در قسمت فروش طرح کسب و کار خود باید درباره مباحث زیر مطالبی را ذکر کنید:

♦ **مسئولین فروش:** چه کسانی محصولات شما را خواهند فروخت؟ آیا آموزش تخصصی دیده‌اند؟

♦ **مشخص کردن کانال‌های فروش:** آیا محصول را مستقیماً به مشتریانان می‌فروشید یا از طریق نمایندگی فروش، توزیع کننده و عامل فروش عمل می‌کنید؟

♦ **اهداف:** چه حجم فروش و چه نوع فعالیت‌هایی مانند بازدید روزانه برای فروشندگان و یا کنترل سایر روش‌های فروش را تعیین کرده‌اید؟

♦ **آموزش:** چگونه آموزش فروشندگان را برنامه‌ریزی می‌کنید؟

♦ **شرایط پرداخت:** چه شرایطی را برای پرداخت به مشتریانان پیشنهاد می‌کنید؟

♦ **فرآیند سفارش‌دهی:** چگونه سفارشات از فروشندگان به سفارش‌دهندگان منتقل می‌شود؟

د- توزیع:

در این قسمت از برنامه بازاریابی موارد ذیل را برای وام‌دهندگان، سرمایه‌گذاران و دیگر خوانندگان طرحتان مشخص کنید:

♦ **کانال‌های توزیع:** کانال‌های اولیه توزیع کدامند؟ (فروشگاه‌های خرده‌فروشی، عمده‌فروشی، دریافت سفارش به کمک پست، فروش درب به درب، تجارت الکترونیک با استفاده از اینترنت و...)

♦ **عوامل واسطه:** آیا زنجیره کامل توزیع متعلق به شماست یا عوامل واسطه‌ای مانند سوپرمارکت‌ها و دیگر عوامل توزیع را بکار می‌گیرید؟

♦ **تناسب کانال توزیع با محصول:** آیا کانال‌های توزیع با تصویری که از شرکت و محصولات شما در جامعه وجود دارد سازگار است؟

♦ **هزینه‌های توزیع:** آیا کانال‌های توزیع انتخابی شما در ارتباط با محصول، مقدار آن و بازاری که مورد نظر شماست

از نظر هزینه مقرون به صرفه هستند؟

♦ **بسته‌بندی:** آیا بسته‌بندی محصولات شما برای کانال‌های حمل و توزیعی که در نظر گرفته‌اید، مناسب است؟

ه- سیاست‌های خدماتی و گارانتی:

یکی از مهم‌ترین علل شکست در فروش، فقدان خدمات بعد از فروش است. چنانچه محصولاتی تولید می‌کنید باید با نیازهای مشتری، ارائه خدمات پیش، حین و پس از فروش آشنا باشید. اگر در شرف تولید محصولی هستید که به خدمات پس از فروش نیاز دارد، باید توجه داشته باشید که دادن محصول به دست مصرف‌کننده یک مسأله و تأمین خدمات کافی برای آن مسئله‌ای دیگر است. در واقع خدمات پشتیبانی به عنوان یکی از مزیت‌های رقابتی بنگاه‌های تجاری محسوب می‌شود. خدمات پس از فروش در حقیقت نوعی تعهد آینده به مشتریان است. شما باید بتوانید در ارزیابی اولیه از بازار، حجم این وظیفه را برآورد نمایید. سعی کنید در هنگام تعیین حجم فروش، گزارشی نیز از کل این تعهد و هزینه آن تهیه کرده و مطالبی را در طرح کسب و کار خود به این موضوع اختصاص دهید.

مثال: برنامه بازاریابی

نام شرکت: مؤسسه کشت برتر

زمینه فعالیت: تهیه نقشه‌های GIS در زمینه اجرای کشاورزی علمی

الف- تحقیق و تحلیل بازار:

✓ **تعریف، توصیف و معرفی بازار هدف:** بازار هدف مؤسسه کشت برتر، کشاورزان و مجریان کشاورزی علمی می‌باشند. مؤسسه کشت برتر چون از پرسنل متخصص GIS تحصیل کرده در شاخه کشاورزی بهره می‌برد، نقشه‌های کاربردی تر و با کیفیت‌تری نسبت به دیگر سازمان‌های تهیه نقشه‌های GIS در حوزه‌های دیگر، تولید می‌نماید و به این خاطر مجریان کشاورزی علمی برای عملکرد بهتر در تولید محصولات کشاورزی به خدمات این مؤسسه رغبت بیشتری نشان می‌دهند و تا زمانی که کشاورزی علمی وجود دارد گرایش به تهیه محصولات مؤسسه ما احساس می‌شود.

✓ **اندازه بازار و روندهای آن:** با توجه به این که مؤسسه کشت برتر به صورت تخصصی به تهیه نقشه‌های GIS می‌پردازد، دارای بازار محدودیست ولی این امکان در همین بازار محدود برای مؤسسه کنديس وجود دارد که زودتر به سوددهی برسد، زیرا خدمات مؤسسه جدید بوده و مؤسسه با هدف به انحصار درآوردن بازار فعالیت می‌کند. بدین منظور مؤسسه، کادری متخصص در حوزه کشاورزی علمی که مسلط به GIS هستند استخدام کرده تا به مشتریان این اطمینان را بدهد که نقشه‌های این مؤسسه از سازمان‌های دیگر (که دارای تخصص خاصی در فناوری کشاورزی علمی نمی‌باشند) کاربردی تر و با کیفیت تر می‌باشد. مشتریان با مراجعه به محل شرکت و عقد قرارداد می‌توانند از خدمات آن استفاده نمایند. با توجه به اینکه خدمات این شرکت به رونق کشاورزی و پیاده‌سازی کشاورزی علمی کمک شایانی می‌نماید؛ انتظار می‌رود که کشاورزان منطقه و نواحی اطراف تمایل بیشتری برای استفاده از خدمات نشان داده و بازار هدف گسترش یابد.

✓ **تخمین سهم بازار و فروش:** با توجه به این که فناوری کشاورزی علمی در ایران در حال حاضر نوپاست، تقاضای محصولات مؤسسه در حال حاضر کمتر است، ولی مؤسسه قصد دارد همین بازار کوچک را در انحصار خود گرفته و مأموریت خود را بر نیز بر این هدف متمرکز نماید. شعار شرکت برای رسیدن به اهدافش این است که «کشاورزان نقشه‌های GIS هیچ سازمانی را به اندازه مؤسسه کشت برتر قبول نداشته باشند». هم اکنون، این شرکت با ۲۰٪ از کشاورزان منطقه، قرارداد ارائه خدمات منعقد نموده است. پیش‌بینی می‌شود در سال آتی ۱۰٪ به میزان قبلی افزوده شده و سهم بازار افزایش یابد.

✓ **ارزیابی آینده بازار:** با توجه به این که مؤسسه کشت برتر با قدرت هر چه بیشتر وارد بازار GIS شده است و قصد انحصاری کردن محصولاتش را در بازار ایران دارد انتظار می رود در آینده سهم زیادی از بازار را در اختیار گرفته و سایر استان های کشور را با تأسیس شعب متعدد تحت پوشش قرار دهد.

✓ **رقابت، حساسیت ها، تهدیدات:** جدی ترین رقبای مؤسسه کشت برتر، سازمان ها و شرکت هایی هستند که به تهیه نقشه های GIS در دیگر حوزه ها پرداخته اند. اما در حال حاضر با توجه به عدم تخصص آنها در حوزه کشاورزی علمی، رقیب مهمی برای مؤسسه محسوب نمی شوند. اما مؤسسه برای اینکه بتواند در آینده نیز بر رقبای خود چیره شود، سعی در ارائه خدمات با بهترین کارایی و پایین ترین قیمت در حوزه کشاورزی علمی را دارد.

ب- راهبردهای بازاریابی

✓ **قیمت گذاری:** قیمت خدمات ارائه شده به مشتریان با توجه به مساحت زمین زیرکشت، تعداد مشاوران، نیروی انسانی و برحسب نفر ساعت فعالیت این افراد محاسبه می گردد. شایان ذکر است، قیمت خدمات این مؤسسه با توجه به استفاده از تکنولوژی روز دنیا نسبت به خدمات دیگر رقبا مناسب تر می باشد.

✓ **تبلیغات:** برای اینکه بتوانیم مؤسسه GIS کشت برتر را به مشتریان شناسانیم سعی می کنیم که با متولیان اجرای کشاورزی علمی در ایران ارتباط خیلی نزدیک و دوستانه ای برقرار نماییم و همچنین از مجلات تخصصی کشاورزی نیز برای شناساندن بیشتر مؤسسه استفاده شده است. مؤسسه تلاش دارد در آینده به جایی برسد که تبلیغاتش، کیفیت محصولاتش باشد.

✓ **توزیع:** اگر خدمات مؤسسه کشت برتر مستقیماً به خود کشاورزان فروخته شود هیچ عامل واسطه ای در توزیع محصول مؤسسه وجود ندارد ولی اگر متولیان و مجریان کشاورزی علمی اقدام به خرید نقشه های GIS از این مؤسسه نمایند آنها واسطه توزیع محصول ما به کشاورزان خواهند بود.

✓ **سیاست های خدماتی و گارانتی:** این مؤسسه به منظور حمایت از مشتریان و حفظ رضایت آنها، در نظر دارد پس از اتمام قرارداد، ۱۰ ساعت مشاوره رایگان به متقاضیان ارائه نماید.

۸- ساختار سازمانی

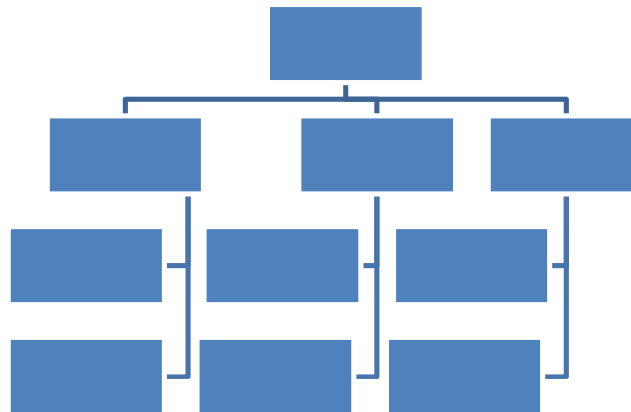
ساختار سازمانی قسمتی از طرح کسب و کار است که در مورد تیم مدیریت، کارکنان و شرح وظایف آنها، حدود و اختیارات اعضای تشکیلات، توضیحاتی را در اختیار مخاطبان شما قرار می دهد.

در بخش ساختار سازمانی به طور خلاصه در مورد افرادی که مالکیت، مسئولیت و کنترل سازمان/ شرکت را در اختیار دارند (نام، میزان تحصیلات، نوع مسئولیت و میزان مشارکت آنها) توضیح دهید.

همچنین افراد مهم و کلیدی گروه خود را بطور کامل معرفی کنید. معرفی شما باید بیانگر آن باشد که افراد مذکور از استعداد، مهارت و تجربه لازم برای محقق کردن اهداف پیش بینی شده برخوردار هستند. مطالعه کنندگان طرح شما علاقه مند هستند بدانند وظایف مهم از قبیل مدیرعامل (اجرایی ارشد)، مدیریت مالی، مدیریت بازاریابی، فروش و مدیریت تولید را چه کسانی به عهده دارند، به این موضوع نیز حتماً اشاره کنید.

اگر از خدمات پشتیبانی بیرونی مثل مشاورین صنعتی با تخصص های خاص، حقوقدانان، حسابداران، آژانس ها یا بازاریابان استفاده می کنید و یا برای استفاده از آنان در حال برنامه ریزی هستید آنها را ذکر کنید و توضیح دهید چه نوع خدماتی از آنها خواهید گرفت؟

همچنین در این بخش جزئیاتی در مورد نیروی کار، تعداد افراد مورد نیاز و تخصص‌های هر کدام، چگونگی دسترسی به این نیرو، هزینه‌های جذب نیروی کار، مزایا، طرح‌های تشویقی که برای این افراد در نظر گرفته‌اید، دوره‌های آموزشی که برای افزایش سطح علمی و مهارتی آنها طراحی خواهید کرد و... مطالبی را ذکر کنید. پس از شرح موارد خواسته شده می‌توانید چارت سازمانی خود را با توجه به تقسیم فعالیت و کارهای آنها رسم نمایید. چارت سازمانی معمولاً به صورت زیر رسم می‌شود که در آن مستطیل‌هایی که بالاتر قرار می‌گیرند دارای رتبه و مقام بالاتر هستند و خطوط نیز بیانگر ارتباطات و سلسله مراتب سازمانی است.

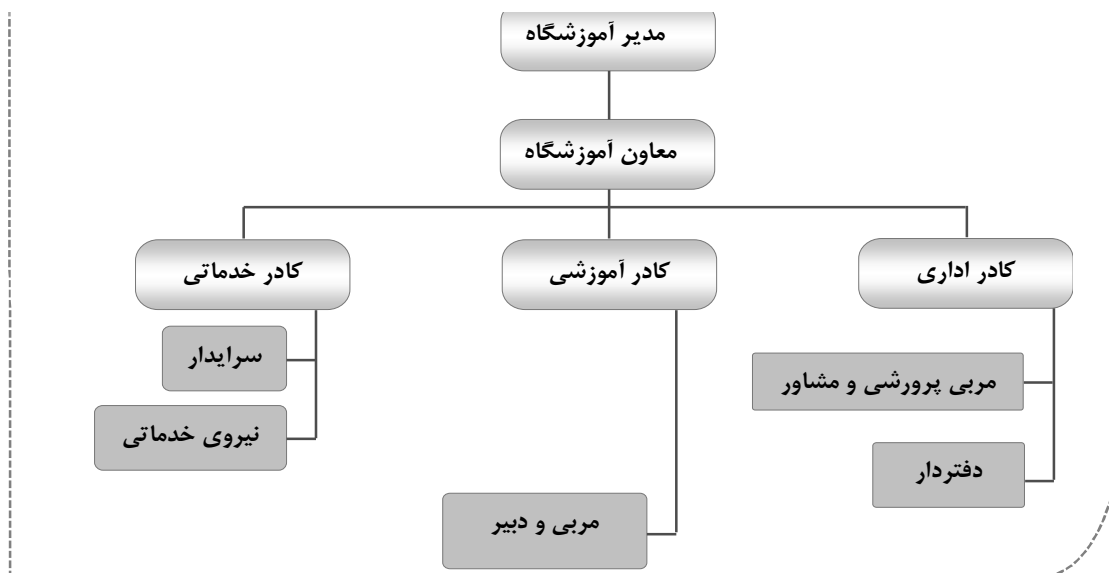


مثال: ساختار سازمانی

نام شرکت: مرکز آموزش راه زندگی

زمینه فعالیت: آموزش زنان شاغل و خانه‌دار

ردیف	عنوان پست سازمانی	تخصص یا تحصیلات	تعداد نفر	متوسط حقوق و مزایای ماهیانه (هزار ریال)
۱	مدیر آموزشگاه	لیسانس	۱	۷۰۰
۲	معاونت	لیسانس	۲	۱۳۰۰
۳	مربی پرورشی و مشاور	فوق لیسانس	۲	۱۰۰۰
۴	دفتردار	لیسانس	۱	۳۵۰
۵	مربی و دبیر	لیسانس به بالا	۴	۱۲۰۰
۶	نیروی خدماتی	-	۲	۵۰۰
۷	سرایدار	-	۱	۲۵۰
جمع				۵۳۰۰



۹- برنامه زمان بندی و عملیات

پس از آنکه وضعیت طرح از نظر امکانات تولید، هزینه ها و منابع تأمین مالی مشخص شد، نیاز به یک برنامه زمان بندی است تا مطابق آن تخصیص منابع مالی و انجام هزینه های مربوطه مشخص شود. از این رو باید دیدگاه های اصلی و زمان برداشتن هر گام جهت نیل به هدف نهایی، یعنی راه اندازی تجاری مشخص شود.

برای فعالیت های یک کارگاه تولیدی پیش بینی زمانی موارد زیر را مشخص و در جدول مخصوصی علامت گذاری کنید:

- ☒ عملیات ساختمانی و محوطه سازی
- ☒ انعقاد قرارداد انتقال فناوری
- ☒ انتقال فناوری
- ☒ اجرای تأسیسات الکتریکی و مکانیکی
- ☒ خرید دستگاه های تأسیساتی
- ☒ خرید ماشین آلات و تجهیزات تولیدی ساخت خارج
- ☒ خرید ماشین آلات و تجهیزات تولیدی ساخت داخل و مواردی از این قبیل
- ☒ تهیه مواد اولیه
- ☒ راه اندازی آزمایشی
- ☒ راه اندازی تجاری

۱۰- ارزیابی و مدیریت خطرپذیری

تغییرات فناوری، دعاوی حقوقی کارکنان و کارگران، پرداخت‌های مشتریان را بررسی کنید و بگویید چه راه‌حل‌هایی برای مقابله با مشکلاتی که ممکن است در هر یک از زمینه‌های فوق اتفاق بیفتد، اندیشیده‌اید؟

خطرهایی را که در مورد کارکنان وجود دارد مشخص کنید؛ مثلاً تعیین کنید در صورتی که یک یا تعدادی از مدیران کلیدی‌تان تصمیم به ترک شرکت بگیرند، کسب و کارتان چقدر تحت تأثیر قرار خواهد گرفت؟ چه اثری بر روی عملیات و روند جاری امور شرکت خواهد گذاشت؟ اگر بتوانید مدیران مناسب‌تر و توانمندتری برای توسعه کسب و کارتان پیدا کنید اثر آن بر کسب و کارتان چه خواهد بود؟ خطر اینکه یک مؤسسه جدید در منطقه شما شروع بکار کند و در جذب کارگران با شما رقابت کند و اثراتی مانند افزایش حقوق کارگران نسبت به آنچه که پیش‌بینی کرده‌اید به همراه داشته باشد، چیست؟ یا اگر به هر دلیل نتوانید کارگران ماهر در منطقه پیدا کنید اثر آن بر روی کسب و کارتان چه خواهد بود؟

همچنین مسائل مربوط به تولید، کیفیت و خسارت احتمالی که تولید را متوقف می‌سازد و زمان ناشی از طولانی شدن مدت طراحی و توسعه محصول را بیان کنید. اگر حمایت سرمایه‌گذاران قطع یا دچار نوسان شود، برای ادامه فعالیت‌ها، چه برنامه‌ای را پیشنهاد می‌کنید؟

در مورد تأمین بخشی از نیازها در زمینه قطعات که به عهده پیمانکاران است و مخاطراتی که در این زمینه وجود دارد، توضیحاتی بدهید.

تأثیراتی که در بازار ممکن است بوجود آید، مثل نوسانات فروش، افزایش رقابت و... را بررسی کنید و تعیین کنید در این زمینه چه خطرهای احتمالی وجود دارد و چه راهکارهایی برای آن پیشنهاد می‌کنید؟



یادت باشد که ...

پیش‌بینی شما از روند تغییرات بازار و پیاده‌سازی راهبردهای مقابله اثربخش با تغییرات احتمالی، این امکان را برای شما فراهم می‌آورد تا در زمان بروز رخدادهای محیطی با سرعت و اطمینان مناسب‌تری به استقبال تغییرات بروید.

مثال: ارزیابی و مدیریت خطرپذیری

نام شرکت: فروشگاه خشکبار دستچین

زمینه فعالیت: فروش اینترنتی خشکبار

زمینه‌هایی که باید از ورود به آن خودداری کرد عبارتند از:

۱. ارائه کالای بدون کیفیت
 ۲. ارائه کالای بدون نشان استاندارد
 ۳. قاچاق کالا
 ۴. تاخیر در ارائه خدمت
 ۵. بسته‌بندی گران
 ۶. بی‌توجهی به سلیق مشتری و...
- راهکارهای مقابله با خطرات پیش روی سازمان عبارتند از:
۱. از آنجایی که نرخ ارز در کشور ما توسط بانک مرکزی تعیین می‌گردد و ثابت می‌باشد، برای مقابله با خطرات احتمالی حاصل از نوسانات نرخ ارز می‌توان از روش‌های زیر بهره جست:
 - ✓ شرکت باید نرخ ارز را به صورت روزانه مورد بررسی و پیش‌بینی قرار دهد؛
 - ✓ می‌توان از بیمه‌ی تغییرات نرخ ارز استفاده نمود؛
 - ✓ در صورت امکان با عقد قراردادهای آتی از نوسانات نرخ ارز پیشگیری کرد.
 ۲. برای مقابله با تغییرات فناوری
 - ✓ تشکیل گروهی برای بررسی تغییرات بازار و جمع‌آوری اطلاعات؛
 - ✓ بروز رسانی خدمات سایت مطابق با تکنولوژی روز دنیا و...
 ۳. برای مقابله با یکنواخت شدن زندگی و عادات غذایی
 - ✓ ارزیابی و سنجش مداوم انتخاب اجناس از سوی مردم و ارائه خدمات متناسب با آن؛
 - ✓ بررسی مداوم بازار و ارائه کالاهای جدید که به تازگی توسط تولیدکنندگان عرضه شده‌اند؛
 - ✓ ارائه نظرات و پیشنهادات مصرف‌کنندگان به تولیدکنندگان برای ارتقا محصول؛
 - ✓ نوآوری در شیوه تولید و نحوه ارائه خدمات.
 ۴. برای مقابله با قوانین و مقررات
 - ✓ ارتباط با مراجع قضایی، مشاوران حقوقی و...؛
 - ✓ استفاده از روزنامه رسمی کشور برای آگاهی از آخرین تحولات در قوانین و مقررات.



ارزیابی مالی چیست؟

طبیعتاً شما به عنوان کارآفرین، نتایج مالی حاصل از فعالیت خود را یکی از مهم ترین عوامل تصمیم گیری می دانید. امروزه شرکت های نو پا همواره نگران ارزیابی مالی خود بوده و دائماً آن را در برنامه های کوتاه مدت و بلندمدت در نظر می گیرند تا بتوانند سرمایه گذاری های مطلوب و با نرخ بهره مورد نظرشان را انجام دهند. در این قسمت شما را به طور مختصر و مفید با ارزیابی مالی آشنا خواهیم کرد، ارزیابی مالی شامل موارد زیر است:

۱. بررسی نقطه سر به سر
۲. روش بازگشت سرمایه
۳. روش ارزش فعلی
۴. روش گردش وجوه نقد تنزیل شده (نرخ بازده داخلی)

۱- بررسی نقطه سر به سر:

در مراحل اولیه فعالیت کارآفرینانه نو پا لازم است کارآفرین بداند چه زمانی به سود خواهد رسید. این آگاهی، شناخت بیشتری از امکانات مالی را برای راه اندازی فعالیت اقتصادی در اختیار فرد قرار می دهد. نقطه سر به سر، حجم فروشی را که کارآفرین برای پوشش کل هزینه های ثابت و متغیر احتیاج دارد، مشخص می کند، به عبارت دیگر شما در نقطه سر به سر نه سود دارید و نه زیان. بررسی نقطه سر به سر برای شما که کسب و کار جدیدی را می خواهید راه اندازی کنید بسیار مفید است زیرا فروش مازاد بر نقطه سر به سر (به شرطی که سایر عوامل مثل قیمت و هزینه های متغیر ثابت بماند) برای شما سود را به همراه خواهد داشت. نقطه سر به سر از طریق فرمول زیر محاسبه می شود

$$Q = \frac{F}{P-V}$$

نقطه سر به سر

اجزای این فرمول عبارتست از:

Q: مقدار یا حجم فروش در نقطه سر به سر

F: کل هزینه های ثابت مربوط به تولید (هزینه هایی که با تغییر در مقدار تولید، تغییر نمی کنند)

P: قیمت فروش هر واحد کالا

V: هزینه های متغیر هر واحد کالا (هزینه هایی که با تغییر در مقدار تولید، تغییر می کنند)

توجه داشته باشید که به $(P-V)$ حاشیه سود نیز می گویند و شما در ازای هر واحدی که بیشتر از نقطه سر به سر بفروشید سودی معادل $(P-V)$ ریال خواهید داشت.

فرض کنید می خواهید گل مصنوعی تولید کنید و شما قیمت فروش هر شاخه گل مصنوعی را ۱۵.۰۰۰ ریال، هزینه های متغیر مربوط به تولید هر شاخه گل مصنوعی را ۵.۰۰۰ ریال و هزینه های ثابت فعالیت خود را ۲.۰۰۰.۰۰۰ ریال برآورد کرده اید در این صورت نقطه سر به سر عبارت است از:

$$F=۲.۰۰۰.۰۰۰$$

$$P=۱۵.۰۰۰$$

$$V=۵.۰۰۰$$

$$Q = \frac{۲.۰۰۰.۰۰۰}{۱۵.۰۰۰ - ۵.۰۰۰} = ۲۰۰$$

عدد حاصل بیانگر این است که شما با تولید و فروش ۲۰۰ عدد شاخه گل مصنوعی فقط هزینه‌های خود را پوشش داده‌اید، به عبارت دیگر این مقدار از فروش شما نه سود دارد نه زیان.

۲- روش محاسبه دوره بازگشت سرمایه

این روش برای رده‌بندی اولیه طرح‌های سرمایه‌گذاری و یا تکمیل سایر روش‌های کاربردی ارزیابی است. به کمک این فن، مدت زمان لازم برای بازگشت سرمایه‌گذاری اولیه، اندازه‌گیری می‌شود. دوره بازگشت محاسبه شده، با دوره بازگشت مورد قبول مدیریت، برای این قبیل طرح‌ها مقایسه می‌شود. چنانچه برآورد شما از جریان نقدی ورودی خالص در کلیه سال‌ها یکسان باشد، دوره بازگشت سرمایه را می‌توان مستقیماً از تقسیم مبلغ سرمایه‌گذاری اولیه بر جریان نقدی ورودی خالص سالیانه وجوه نقد محاسبه کرد. به عنوان مثال: اگر سرمایه‌گذاری اولیه برابر ۸.۲۷۹۶۰۰ ریال باشد و جریان نقدی ورودی خالص سالانه وجوه نقد مساوی مبلغ ۲.۲۰۰.۰۰۰ ریال باشد دوره بازگشت سرمایه برابر است با:

$$\frac{۸.۲۷۹۶۰۰}{۲.۲۰۰.۰۰۰} = ۳/۸$$

عدد ۳/۸ به این معناست که بازگشت مبلغ سرمایه‌گذاری شده در این طرح به مدت ۳ سال و ۸ ماه است. چنانچه برآورد شما از جریان نقد ورودی خالص در کلیه سال‌ها یکسان نباشد باید از روش‌هایی که در ادامه توضیح می‌دهیم استفاده کنید.

۳- روش ارزش فعلی:

مبلغ یکصد ریال که سال دیگر دریافت می‌شود، ارزشی معادل یکصد ریال دریافتی امروز را ندارد، زیرا استفاده از پول دارای ارزش است. برای مثال، چنانچه ۵۰.۰۰۰ ریال با نرخ سود تضمین شده ۲۰٪ سرمایه‌گذاری شود، پس از گذشت یک سال مبلغ ۶۰.۰۰۰ ریال دریافت خواهد شد. همچنین مبلغ ۶۰.۰۰۰ ریال که یک سال دیگر دریافت می‌شود، در صورت بکارگیری نرخ تنزیل ۲۰٪، دارای ارزش فعلی، مساوی با ۵۰.۰۰۰ ریال خواهد بود. $(۶۰.۰۰۰ \div ۱۲۰\%)$ مابه‌التفاوت دو رقم مزبور (۶۰.۰۰۰ - ۵۰.۰۰۰) یعنی ۱۰.۰۰۰ ریال معرف ارزش زمانی پول است. نتایج برآوردی یک پروژه سرمایه‌گذاری را می‌توان در قالب ارزش فعلی آن، یعنی ارزش نقدی آن در زمان حال بیان کرد. فرمول اساسی محاسبه ارزش فعلی به شرح زیر است:

$$PV = \frac{S}{(1+i)^N}$$

که در این فرمول:

S: مبلغ وجه نقد دریافتی در آینده

PV: ارزش فعلی مبلغ معینی وجه نقد (S ریال) در آینده

N: تعداد دوره‌ها

i: نرخ بازده

به منظور تسهیل در بکارگیری نظریه ارزش فعلی، جداولی در این زمینه تهیه و منتشر شده است. (برای اطلاع از این جداول می‌توانید به کتاب‌های مدیریت مالی مراجعه کنید.) برای مثال فرض کنید که شما با انجام یک پروژه سرمایه‌گذاری با مخارج اولیه ۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال، انتظار دارید سالانه مبلغ یکسانی معادل ۵۰۰۰۰۰۰ ریال را در ۷ سال آینده کسب کنید، در این صورت ارزش فعلی نتایج این سرمایه‌گذاری به شرح زیر محاسبه می‌شود (نرخ بازده ۱۰٪)

$$۵۰۰۰۰۰۰ * ۴/۸۶۸ = ۲۰۳۴۰۰۰۰ \text{ ریال}$$

که عدد ۴/۸۶۸ از **جدول ارزش فعلی ۱** با در نظر گرفتن $i = ۱۰\%$ و $N = ۷$ ، گرفته شده است. در نتیجه ارزش خالص فعلی سرمایه‌گذاری مزبور برابر است با:

$$(۲۰۳۴۰۰۰۰ - ۲۰۰۰۰۰۰۰) = ۳۴۰۰۰۰ \text{ ریال}$$

توجه داشته باشید که خالص ارزش فعلی مثبت نشان می‌دهد که نرخ بازده حقیقی طرح سرمایه‌گذاری بیش از نرخ هزینه تأمین مالی شما است. در این صورت طرح سرمایه‌گذاری شما سودآور خواهد بود و در صورتی که خالص ارزش فعلی منفی باشد نرخ بازده حقیقی طرح سرمایه‌گذاری کمتر از نرخ هزینه تأمین مالی شما است و طرح شما طرحی زیان‌ده است. شما می‌توانید از این روش ارزیابی در زمان شروع کسب و کار جدید با در نظر گرفتن هزینه‌هایی که متحمل می‌شوید و انتظاری که از سرمایه‌گذاریتان دارید، استفاده کنید. و از نتایج آن در انجام دادن یا انجام ندادن کسب و کار جدید استفاده کنید.

۴- روش گردش وجوه نقد تنزیل شده (نرخ بازده داخلی):

نرخ بازده داخلی، نرخ تنزیلی است که در آن ارزش فعلی جریان‌های نقدی ورودی برابر با ارزش فعلی جریان نقدی خروجی می‌باشد. به عبارت دیگر نرخ داخلی است که در آن ارزش فعلی دریافت‌ها از یک طرح، برابر با ارزش فعلی سرمایه‌گذاری است یعنی ارزش فعلی خالص برابر با صفر می‌باشد.

برای به دست آوردن نرخ تنزیل مورد نظر یا نرخ بازده داخلی باید مبلغ سرمایه‌گذاری یا هزینه‌های اولیه خود را برابر ارزش فعلی درآمد مورد انتظارتان قرار دهید.

ارزش فعلی درآمدهای مورد انتظار = مبلغ سرمایه‌گذاری

به عنوان مثال فرض کنید که سرمایه‌گذاری اولیه شما برابر ۲۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال است و درآمدهای مورد انتظار شما به ترتیب در ماه اول برابر ۵۰۰۰۰۰۰ ریال در ماه دوم ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال و از ماه سوم تا ماه پنجم برابر ۱۰۲۰۰۰۰۰۰ ریال است در این صورت برای محاسبه نرخ بازده داخلی باید به روش زیر عمل کنید.

$$۲۰۰۰۰۰۰۰۰ = \frac{۵۰۰۰۰۰۰}{(۱+i)^1} + \frac{۱۰۰۰۰۰۰۰}{(۱+i)^2} + \frac{۱۰۲۰۰۰۰۰۰}{(۱+i)^3} + \frac{۱۰۲۰۰۰۰۰۰}{(۱+i)^4} + \frac{۱۰۲۰۰۰۰۰۰}{(۱+i)^5}$$

در اینجا هدف پیدا کردن i یا همان نرخ بازده داخلی است که از روش‌های مختلفی می‌توانید آن را پیدا کنید. یکی از این روش‌ها روش آزمون و خطا است؛ این روش به شما این امکان را می‌دهد که با انتخاب طرح‌های سرمایه‌گذاری دارای نرخ‌های بازده بالا، سود واحد تجاری را به حداکثر ممکن برسانید. برنامه‌ریزی مالی، عامل کلیدی طرح کسب و کار شماست. این امر همان اندازه که برای شما مهم است، برای وام‌دهنده یا سرمایه‌گذار نیز مهم می‌باشد



هدف از نوشتن برنامه مالی این است که:

- ◀ منابع مالی مورد نیاز برای اجرای طرح را مشخص کنید. به این معنی که میزان منابع مالی مورد نیاز را و اینکه چه موقع به آن نیاز دارید و چه زمانی بازپرداخت می کنید، نشان می دهد.
 - ◀ میزان سودآوری قابل انتظار و خطرهای مالی احتمالی را مشخص می کند
- تصمیم گیری در مورد تأمین مالی کسب و کار شما و نحوه تأمین مالی به این موضوع بستگی دارد که نتایج مالی برآورد شده به چه میزان جذاب و متقاعد کننده باشد.
- در تهیه برنامه مالی باید موارد زیر را تعیین کنید:
- ✓ برآورد سرمایه ثابت و سرمایه در گردش
 - ✓ برآورد هزینه های قبل از بهره برداری و هزینه استهلاک
 - ✓ برآورد هزینه تولید سالانه
 - ✓ برآورد نحوه سرمایه گذاری
 - ✓ برآورد قیمت تمام شده و قیمت فروش محصول
 - ✓ صورت های مالی و ترازنامه واقعی
 - ✓ صورت های مالی سال های آتی
 - ✓ ترازنامه های سال های آتی
 - ✓ تحلیل محاسبات و نقطه سر به سر
 - ✓ کنترل هزینه
 - ✓ و موارد مهم دیگر
- هنگامی که طرح کسب و کارتان را آماده می کنید باید برخی ملاحظات حیاتی و مهم را در آن رعایت کنید. چه در آغاز یک کسب و کار جدید و چه هنگام تصمیم گیری در مورد توسعه کسب و کار موجود حتی اگر ایده کسب و کار شما بسیار خوب باشد، بدون سرمایه کافی موفق نخواهید شد. پس ذخایر و منابع کافی نقدی را مشخص کنید.
- جریان های ورودی و خروجی نقدینگی به داخل و خارج از شرکت و اینکه چگونه نقدینگی لازم به منظور پوشش دادن هزینه های پرداختی فراهم می شود را نشان دهید.

منابع هزینه‌ای (هزینه‌های جاری و هزینه‌های ثابت) را مشخص کنید. هر هزینه‌ای را که به ذهن‌تان خطور می‌کند، ثبت کنید. حتی ایده خود را برای چند نفر مطرح کنید و نظر آنها را در مورد هزینه‌های سالیانه جویا شوید. بعد از آن باید اطلاعاتی از قبیل صورت درآمد ناشی از فروش، سود ناخالص، گردش وجوه نقدی را در طرح خود ارائه دهید.

علاوه بر پیش‌نویس صورت درآمد، بودجه فروش (برآورد مقدار مورد انتظار فروش در یک دوره)، صورت حساب سود و زیان (سوددهی کسب و کار در یک دوره زمانی مشخص) و صورتحساب ترازنامه را نیز برای طرح‌تان مشخص نمایید.

نسبت‌های مالی هم از اطلاعات موجود در صورتحساب سود و زیان و ترازنامه به دست می‌آید، که باید در طرح‌تان راجع به آنها توضیحاتی ارائه دهید. این نسبت‌ها شامل نسبت‌های نقدینگی، کارایی، سودآوری و نسبت‌های توان مالی است.

فراهم آوردن این نسبت‌ها برای اهداف زیر بکار می‌روند:

- ☒ فراهم آوردن تصویری از سلامت مالی کسب و کار از قبیل ارزیابی توانایی‌های ایجاد سود، پرداخت به موقع صورت‌حساب‌ها و استفاده مؤثر و مفید از دارایی‌ها.
 - ☒ مقایسه عملکرد کسب و کارتان با سایر کسب و کارهای مشابه.
 - ☒ بررسی تغییرات عملکردی کسب و کارتان در طول دوره مشخصی از زمان.
- همچنین نقطه سر به سر مالی را در کسب و کارتان مشخص نمایید و تعیین کنید در چه زمان کسب و کارتان به این نقطه می‌رسد؟ تعیین کنید چند واحد باید فروخته شود و یا به چه مقدار حجم فروش باید دست یافت.

۱۱- برنامه مالی

• برآورد سرمایه ثابت

مبلغ (هزار ریال)	شرح
۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	ساختمان‌سازی
۹۵,۷۰۰,۰۰۰	ماشین‌آلات و تجهیزات و وسایل آزمایشگاهی
-	تأسیسات
۶۶۰,۰۰۰,۰۰۰	وسایل حمل و نقل
۳۱۵,۵۰۰,۰۰۰	وسایل دفتری
۶,۱۰۷,۱۲۰,۰۰۰	اقلام پیش‌بینی نشده (۱۰ درصد اقلام بالا)
۶۷,۱۷۸,۳۲۰,۰۰۰	جمع کل

• برآورد هزینه‌های قبل از بهره‌برداری

شرح	مبلغ (هزار ریال)
هزینه‌های تهیه طرح، مشاور، اخذ مجوز، حق ثبت‌ها، قراردادهای بانکی و...	۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه آموزش پرسنل (۲٪ حقوق و دستمزد سالیانه)	۹۰۰,۰۰۰
هزینه راه‌اندازی آزمایشی (۱۵ روز هزینه‌های آب و برق، سوخت و مواد اولیه)	۲۷۸,۳۳۹,۱۶۶
جمع کل	۲۸۴,۲۳۹,۱۶۶

سرمایه ثابت = (هزینه‌های سرمایه‌ای + هزینه‌های قبل از بهره‌برداری)

• برآورد سرمایه در گردش

شرح	مبلغ (هزار ریال)
مواد اولیه و بسته‌بندی	۶,۵۰۰,۱۴۰,۰۰۰
تنخواه گردان (یک ماه هزینه حقوق و آب و برق و تلفن و سوخت و مواد اولیه و...)	۵۵۶,۶۷۸,۳۳۳
موجودی کالا	-
جمع کل	۷,۱۵۶,۸۱۸,۳۳۳

• نحوه سرمایه‌گذاری

شرح	سهم متقاضی		تسهیلات بانکی	
	مبلغ	درصد	مبلغ	درصد
سرمایه ثابت	۲۰,۱۵۳,۴۹۶,۰۰۰	۳۰	۴۷,۰۲۴,۸۲۴,۰۰۰	۷۰
سرمایه در گردش	۲,۱۴۷,۰۴۵,۵۰۰	۳۰	۵,۱۰۹,۷۷۲,۸۳۳	۷۰
کل سرمایه‌گذاری	۲۲,۳۰۰,۵۴۱,۵۰۰	۳۰	۵۲,۱۳۴,۵۹۶,۸۳۳	۷۰

• برآورد هزینه استهلاک (مبلغ به هزار ریال)^۱

شرح	ارزش دارایی	درصد	هزینه استهلاک سالیانه
ساختمان	۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰	۶,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
ماشین‌آلات و تجهیزات و وسایل آزمایشگاهی	۹۵,۷۰۰,۰۰۰	۱۰	۹,۵۷۰,۰۰۰
وسایل حمل و نقل	۶۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰	۶۶,۰۰۰,۰۰۰
وسایل دفتری	۳۱۵,۵۰۰,۰۰۰	۱۰	۳۱,۵۵۰,۰۰۰
اقلام پیش‌بینی نشده		۵	۳,۰۵۳,۵۶۰,۰۰۰
جمع کل	۶۱,۰۷۱,۲۰۰,۰۰۰		۹۱,۱۶۰,۶۸۰,۰۰۰

^۱ - استهلاک محاسبه قانونی دارد و قابل پیش‌بینی نیست. جدول ضرایب استهلاک، در قانون مالیات‌های مستقیم ماده ۱۵۱ ذکر گردیده و درصد استهلاک کلیه اقلام دارایی را شامل می‌شود.

• هزینه تولید سالانه

شرح	مبلغ (هزار ریال)
هزینه مواد اولیه و بسته بندی	۶,۵۰۰,۱۴۰,۰۰۰
هزینه حقوق و دستمزد	۳,۷۳۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه انرژی (آب، برق و سوخت)	۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه تعمیرات و نگهداری	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه پیش بینی نشده (۵٪ اقلام بالا)	۳,۰۵۳,۵۶۰,۰۰۰
هزینه اداری و فروش (۱٪ اقلام بالا)	۳,۱۵۵,۰۰۰
هزینه بیمه کارخانه (۲ در هزار سرمایه ثابت)	۱۳۴,۳۵۶,۶۴۰
هزینه استهلاک	۹,۱۶۰,۶۸۰,۰۰۰
هزینه استهلاک قبل از بهره برداری (۲۰٪ هزینه های قبل از بهره برداری)	۱,۸۳۲,۱۳۶,۰۰۰
جمع کل	۲۴,۶۴۹,۰۲۷,۶۴۰

• هزینه تولید سالانه:

شرح	مبلغ (هزار ریال)
هزینه مواد اولیه و بسته بندی	۶,۵۰۰,۱۴۰,۰۰۰
هزینه حقوق و دستمزد	۳,۷۳۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه انرژی (آب، برق و سوخت)	۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه تعمیرات و نگهداری	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه پیش بینی نشده (۵٪ اقلام بالا)	۳,۰۵۳,۵۶۰,۰۰۰
هزینه اداری و فروش (۱٪ اقلام بالا)	۳,۱۵۵,۰۰۰
هزینه بیمه کارخانه (۲ در هزار سرمایه ثابت)	۱۳۴,۳۵۶,۶۴۰
هزینه استهلاک	۹,۱۶۰,۶۸۰,۰۰۰
هزینه استهلاک قبل از بهره برداری (۲۰٪ هزینه های قبل از بهره برداری)	۱,۸۳۲,۱۳۶,۰۰۰
جمع کل	۲۴,۶۴۹,۰۲۷,۶۴۰

• برآورد قیمت تمام شده محصول

$$۳۱۵ \text{ مستقیم } ۳۱۳/۸ \approx \frac{۲۴,۶۴۹,۰۲۷,۶۴۰}{۷,۶۸۰,۰۰۰} = \text{قیمت تمام شده محصول}$$

• قیمت فروش محصول

• محاسبه هزینه‌های ثابت و متغیر:

شرح هزینه	هزینه متغیر		هزینه ثابت		هزینه کل (هزار ریال)
	مقدار	درصد	مقدار	درصد	
مواد اولیه و بسته‌بندی	۶,۵۰۰,۱۴۰,۰۰۰	۱۰۰	۰	۰	۶,۵۰۰,۱۴۰,۰۰۰
حقوق و دستمزد	۱,۳۰۷,۲۵۰,۰۰۰	۳۵	۲,۴۲۷,۷۵۰,۰۰۰	۶۵	۳,۷۳۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه انرژی (آب، برق و سوخت)	۱۴۴,۰۰۰,۰۰۰	۸۰	۳۶,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰
تعمیرات و نگهداری	۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
پیش‌بینی نشده		۸۵		۱۵	۳,۰۵۳,۵۶۰,۰۰۰
اداری و فروش	۳,۱۵۵,۰۰۰	۱۰۰	۰	۰	۳,۱۵۵,۰۰۰
بیمه کارخانه		۰	۱۳۴,۳۵۶,۶۴۰	۱۰۰	۱۳۴,۳۵۶,۶۴۰
هزینه استهلاک		۰	۹,۱۶۰,۶۸۰,۰۰۰	۱۰۰	۹,۱۶۰,۶۸۰,۰۰۰
استهلاک قبل از بهره‌برداری		۰	۱,۸۳۲,۱۳۶,۰۰۰	۱۰۰	۱,۸۳۲,۱۳۶,۰۰۰
جمع کل	۷,۹۹۴,۵۴۵,۰۰۰		۱۱,۶۰۰,۹۲۲,۶۴۰		

• فروش کل:

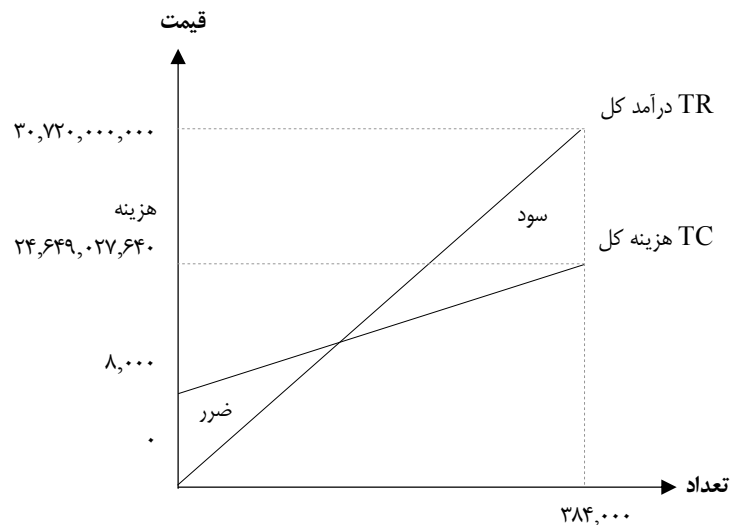
$$(۳۸۴۰۰۰ \times ۸۰۰۰۰) = ۳۰۷۲۰۰۰۰۰۰$$

• تعیین نقطه سربه‌سر:

$$\text{تولید در نقطه سربه‌سر} = \frac{۱۱۶۰۰۹۲۲۶۴۰}{۳۰۷۲۰۰۰۰۰۰ - ۳۰۷۱۹۹۹۶۸۵} \approx ۱$$

• تعیین درصد فروش در نقطه سربه‌سر:

$$\text{درصد فروش در نقطه سربه‌سر} = \frac{۱۱۶۰۰۹۲۲۶۴۰}{۳۰۷۲۰۰۰۰۰۰ - ۷۹۹۴۵۴۵۰۰} \times ۱۰۰ \approx ۵\%$$



• سود و زیان ویژه (به هزار ریال):

$$۶۰۷۰۹۷۲۳۵۰ = ۲۴۶۴۹۰۲۷۶۴۰ - ۳۰۷۲۰۰۰۰۰۰۰ = \text{سود و زیان ویژه}$$

• ارزش افزوده خالص و ناخالص:

$$۲۳۹۸۹۸۶۰۰۰۰ = ۳۰۷۲۰۰۰۰۰۰ - ۶۷۳۰۱۴۰۰۰ = \text{ارزش افزوده ناخالص}$$

$$۱۶۶۶۱۳۱۶۰۰۰ = ۲۳۹۸۹۸۶۰۰۰۰ - ۹۱۶۰۶۸۰۰۰۰ - ۱۸۳۲۱۳۶۰۰۰ = \text{ارزش افزوده خالص}$$

• بازده فروش:

$$= \frac{۶۰۷۰۹۷۲۳۵۰}{۳۰۷۲۰۰۰۰۰۰۰} \approx ۰/۲ = \text{نسبت سود ویژه به فروش (بازده فروش)}$$

• بازده کل دارایی:

$$= \frac{۶۰۷۰۹۷۲۳۵۰}{۱۱۶۰۰۹۲۲۶۴۰} \approx ۰/۲ = \text{نسبت سود ویژه به کل دارایی ها (بازده دارایی ها)}$$

• سرمایه ثابت سرانه:

$$= \frac{۶۷۱۷۸۳۲۰۰۰۰}{۸۳} = ۶۷۱۷۸۳۲۰ = \text{سرمایه ثابت سرانه}$$

• سرانه کل سرمایه گذاری:

$$= \frac{۷۴۴۳۵۱۲۸۳۳۳}{۸۳} = ۷۴۴۳۵۱۲۸۳۵ = \text{سرانه کل سرمایه گذاری}$$

• نرخ بازدهی سرمایه:

$$= \frac{۶۰۷۰۹۷۲۳۵۰}{۷۴۴۳۵۱۲۸۳۳۳} \approx ۰/۷ = \text{نرخ بازدهی سرمایه}$$

• دوره برگشت سرمایه:

$$= \frac{۷۴۴۳۵۱۲۸۳۳۳}{۶۰۷۰۹۷۲۳۵۰} \approx ۱۳ = \text{دوره برگشت سرمایه}$$

۱۲- برنامه‌های طرح و توسعه

یادت باشد که ...

شما لازم است هر سال تغییراتی در طرح بازاریابی بدهید و در تعیین روند کار باید تصمیم‌های کوتاه‌مدت اتخاذ کنید.

در این بخش باید هر گونه فعالیت‌های تحقیق و توسعه را که قبل از تولید و توزیع محصول صورت می‌گیرد مطرح نمایید. مرحله فعلی توسعه محصول یا خدمت را توضیح داده و شاخص واضح و شفاف از توانایی، تلاش یا هزینه‌های مرتبط و زمان مورد نیاز برای تکمیل آنها را بیان کنید.

طرح‌های مربوط به توسعه محصول در آینده و همین‌طور هر گونه طرح توسعه در ارتباط با پاسخگویی به نیاز بازار را توضیح دهید. در آینده قرار است چه محصول یا خدمتی را علاوه بر آنچه که الان هست ارائه دهید؟ روش شما برای دریافت بازخورد از مشتریان چیست؟ روش خود را برای خودارزیابی سازمانی و انجام بهبودهای جهشی و بهبود مستمر توضیح دهید.

به طور کلی این بخش در بر گیرنده موارد زیر است:

☑ توسعه موقعیت‌ها و وظایف

☑ فرآیندهای جدید در زمینه تولید و بسته‌بندی

☑ بهبود محصول و محصولات جدید

در مورد «جانشین‌های محصول» (محصولاتی که می‌توانند جایگزین محصول مورد نظر شما باشند) و همچنین در مورد «مکمل‌های محصول» (محصولاتی که می‌توانند همراه محصول مورد نظرتان استفاده شوند) تحقیق کنید و نتایج این جستجو را در طرح خود ذکر کنید.

مثال: برنامه‌های طرح و توسعه

نام شرکت: شرکت تولید خلاق سیما

زمینه فعالیت: تولید سی‌دی‌های انیمیشن برای کودکان و نوجوانان

برنامه‌های طرح و توسعه شرکت تولید خلاق سیما به شرح ذیل می‌باشد:

- ✓ جذب نیروی انسانی ماهر و کارآمد
- ✓ همکاری با نهادهای فرهنگی، معرفی محصول شرکت و جذب سفارشات آنها
- ✓ شرکت در نمایشگاه‌ها
- ✓ تولید بازی‌های مختلفی که جنبه سرگرمی و آموزشی دارند
- ✓ نظرخواهی مستمر از افراد و گروه‌های سنی مختلف در اینترنت
- ✓ نظرسنجی از مشتریان محصولات از طریق پرسشنامه و ایجاد تغییرات مورد نظر آنها در محصول

۱۳- پیشنهادها

شما می‌بایست پیشنهاد مشخص و قابل بررسی خود را به مخاطبین ارائه دهید که این پیشنهادها متناسب با شخص و یا سازمان متفاوت است و می‌تواند هر یک از موارد زیر باشد:

- ☒ سرمایه مورد نیاز؛
- ☒ نحوه جمع‌آوری سرمایه و اینکه آیا سرمایه قرار است از طریق فروش سهام عام، خاص و یا راه‌های دیگر مثل وام و ... تأمین شود؛
- ☒ درخواست گرفتن مجوز؛
- ☒ جذب نیروی متخصص و تیم مدیریتی؛
- ☒ مشارکت سرمایه‌گذاری خارجی و جذب سرمایه؛
- ☒ استفاده از تسهیلات دولتی.

مثال: پیشنهادها

نام شرکت: شرکت سازه‌های فردا

زمینه فعالیت: تولید پروفیل و تولید پنجره‌های دو جداره عایق

با توجه به کلیات طرح، پیشنهاد می‌شود:

✓ افرادی که قصد سرمایه‌گذاری در امر تولید را دارند، طرح این شرکت را مطالعه و اقدام به سرمایه‌گذاری نمایند. سرمایه‌گذاری در این فعالیت نیازمند تأمین ۵۰ درصد از هزینه‌های سرمایه‌گذاری است که در قبال آن ۵۰ درصد از سود شرکت در زمان بهره‌برداری به سرمایه‌گذار تعلق می‌گیرد.

✓ به کلیه افرادی که در زمینه بازاریابی دارای سوابق مثبت و عالی می‌باشند پیشنهاد همکاری داده می‌شود.

✓ واحدهای تولیدی سازنده شیر و یا یراق‌آلات می‌توانند همکاری در خور توجهی را با شرکت شروع کند.

۱۴- ضوابط

در بخش ضوابط می‌توانید به ارائه اطلاعات تکمیلی و کلیه اسناد، قراردادها، پیمان‌ها و مدارک مرتبط با کسب و کار از

جمله موارد زیر بپردازید:

- ☒ بروشورها، کاتالوگ‌ها و مدارک مربوط به تولید، محصولات و بازاریابی
- ☒ ارزیابی دارایی‌ها
- ☒ سوابق و گزارش عملکرد مالی و گزارش بازرسان
- ☒ مدارک قانونی (برای مثال مدارک ثبت و تغییرات شرکت، اجازه‌نامه و قرارداد)
- ☒ رزومه سوابق شغلی مدیران
- ☒ منابع ارزیابی تحقیقات بازار
- ☒ نامه‌های خریداران، توزیع‌کنندگان یا مقاطعه‌کاران

☑ فهرست قیمت تهیه‌کنندگان و رقبا

☑ سایر اطلاعات مهم و مرتبط

زندگی در مه

سال‌ها پیش در کتاب ضرب‌المثلهای قدیمی به جمله مهمی برخورد کردم، «آنجا که آرمائی وجود نداشته باشد، مردم از بین خواهند رفت.» مدت زمانی طولانی گذشت تا به راستی معنی این جمله را دریابم. برای مشخص شدن معنی آلمان و هدف این مثال را در نظر بگیرید: فرض کنید در شبی زمستانی مه غلیظی همه جا را فرا می‌گیرد. لحظه‌ای که متوجه می‌شوید فاصله بیش از ۱۰ متر را نمی‌بینید چه احساسی خواهید داشت؟ احتمالاً اولین احساس شما توأم با اندکی ترس است. به احتمال بسیار زیاد فوری ترمز را فشار می‌دهید و سرعت اتومبیل خود را تا حد زیادی کاهش می‌دهید و به حدی می‌رسید که مطمئن شوید به کسی یا چیزی برخورد نخواهید کرد.

اجازه دهید تجربه را به سطحی دشوارتر ببریم. تصور کنید به تدریج مه به حدی می‌رسد که شما فقط تا چند قدمی خود را می‌توانید ببینید. ممکن است شیشه خود را پایین بکشید تا بتوانید خط‌کشی وسط جاده را ببینید. تجربه ناراحت‌کننده‌ای است که شما نمی‌توانید اتومبیل خود را در کناری متوقف کنید. چون این نگرانی وجود دارد که کسی از عقب به اتومبیل شما بزند. از طرفی نیز نگران هستید که در ادامه حرکت با اتومبیل جلویی یا اتومبیلی که از سمت دیگر جاده می‌آید برخورد کنید.

راجع به احساس خود زمانی که از درون این مه خارج می‌شوید، فکر کنید. در ابتدا به جای اینکه تا سه قدمی خود را ببینید می‌توانید تا چهار، شش و یا هشت قدمی خود را به وضوح ببینید. سپس پیچ بعدی جاده نیز قابل رویت می‌شود و ناگهان مه ناپدید می‌شود و شما تا آنجا که نور چراغ‌های جلوی اتومبیلتان اجازه می‌دهد را خواهید دید.

اولین احساس شما چیست؟ علاوه بر احساس آرامش فکری و جسمی به احتمال بسیار زیاد پایتان از ترمز به روی گاز می‌رود. به تدریج به سرعت خود اضافه خواهید کرد. دیگر عرق نخواهید کرد. دست‌هایتان را خشک می‌کنید، آرنج خود را روی دستگیره کناری قرار می‌دهید و رادیوی اتومبیل را دوباره روشن می‌کنید. زمانی که با سلامتی از مه خارج شدید راجع به تنها عاملی که باعث تغییر شرایط بوده فکر کنید، عاملی که ممکن است فقط برای چند ثانیه طول کشیده باشد. تنها چیزی که تفاوت کرد چشم‌انداز شما بود. توانایی شما برای دیدن چشم‌انداز به شما کمک می‌کند که جاده فرا روی خود را ببینید و از این‌رو نگران نباشید.



چگونه از طرحتان محافظت کنید؟



زمانی که می‌خواهید طرح کسب و کارتان را با دوستان و همکاران مطرح کنید، اغلب این نگرانی وجود دارد که مبدا ایده و فکر شما را به نام خود ثبت کرده و از آن به نفع خود سود ببرند. از آنجایی که طرح‌ها، بحث جامع و فراگیری را شامل می‌شوند این نگرانی قابل درک است.

اکثر اشخاصی که از آنها خواسته می‌شود تا طرح کسب و کار را مرور کرده و درباره آن اظهار نظر کنند، معمولاً به دلیل نسبت‌های خانوادگی یا دوستی و یا به واسطهٔ پرهیز از عذاب وجدان، از سوء استفاده از طرح کسب و کار شما خودداری می‌کنند ولی باید بخاطر داشت موارد فراوانی وجود دارد که حتی یکی از اعضای خانواده، دوستان یا همکاران تجاری به سوء استفاده از ایده و فکر متهم شده است. برای پیشگیری از بروز چنین حوادثی بهتر است این کارها را انجام دهید:

۱- در ابتدای طرح و یا در قسمت معرفی طرح کسب و کار، بیان کنید که این گزارش محرمانه است و لذا هیچ‌کس حق برداشت از این مطالب را مگر با اجازه کتبی صاحب طرح مورد نظر ندارد.

۲- طرح کسب و کار را به صورت کامل ارائه نکنید بلکه آن را مرحله به مرحله و در فاصله‌های زمانی، متناسب با پیشرفت مذاکرات و تصمیمات طرفین معرفی نمایید و از ارائه مطالب کلیدی و مهم آن پرهیز کنید.

۳- قبل از هر گونه اقدامی در جهت معرفی طرح، مراحل قانونی از قبیل ثبت و... را انجام دهید.

۴- کلیه فعالیت‌های مربوط به ارائه طرح خود را مکتوب نمایید. به عنوان مثال در هنگام ارائه طرح خود به مراکز مورد نظر برای جلب همکاری طی نامه‌ای رسمی و از طریق ثبت در دبیرخانه پیگیری و از آنها رسید دریافت نمایید.

نیاز نیست از کسانی که قرار است نقش حرفه‌ای و اساسی در تشکیلات ایفا کنند (از قبیل بانک یا سرمایه‌گذاران) خواسته شود تا کاربرگ عدم افشا را امضا کنند زیرا آنها ممکن است آن را توهین به خود بدانند و در نتیجه پیشنهاد سرمایه‌گذاری را قبل از اینکه حتی طرح کسب و کار را بخوانند، رد کنند.



یادت باشد که ...

اگر در طرح کسب و کاری که تهیه می‌کنید تصمیمات و اطلاعات راهبردی وجود دارد، باید از توزیع نسخ آن خودداری کنید و آن را تنها به افرادی بدهید که اطمینان دارید اطلاعات را بدون اجازه شما به دیگران نمی‌دهند.

شما ضمن محافظت از طرح خود باید بدانید که همیشه هم اینطور نیست که ایده‌هایتان توسط یکی از مخاطبین و یا بررسی‌کنندگان مورد سوء استفاده قرار گیرد؛ زیرا در بیشتر موارد اخلاق حرفه‌ای مانع از ارتکاب مشاوران بیرونی و یا سرمایه‌گذاران به این کار می‌شود.

نحوه تنظیم و ارائه طرح کسب و کار

نکاتی وجود دارد که در بهتر شدن طرح کسب و کار شما اثر گذارند و بهتر است در نوشتن طرحتان به آنها توجه کنید.

- ✓ جلد و شیرازه بندی طرح تجاری باید مناسب باشد. به یاد داشته باشید که برداشت اولیه افراد از شما از طریق طرح تجاری ایجاد می شود. جلد گزارش باید شامل موضوعاتی از قبیل نام قانونی کسب و کار، نشان یا علامت شرکت، نام کارآفرین/ کارآفرینان و نشانی شرکت باشد.

- ✓ طرح باید عاری از هر گونه اشتباه تایپی و دستور زبانی باشد. نوع قلم بکار رفته باید ساده و خوانا باشد.
- ✓ در ابتدای طرح، فهرست بیاورید تا افراد بتوانند هر بخش دلخواه را به سرعت پیدا کرده و بررسی نمایند.
- ✓ گزارش را بر روی کاغذ با کیفیت خوب و به صورت یک رو بنویسید.
- ✓ حاشیه های مناسبی را انتخاب کنید. این موضوع برای آنکه خواننده بتواند سؤالات یا پیشنهاداتی را بنویسد مفید است.

- ✓ اگر کسب و کار مورد نظر شما عبارات ویژه و یا عباراتی که از حرف اول واژه های یک گروه کلمات مانند (گروه آموزشی جوکار) «گاج» ساخته می شود، بهتر است از این عبارات کمتر استفاده کنید و یا سعی کنید آن را بیشتر توضیح دهید.

- ✓ صفحات را شماره گذاری کنید و آن را با فهرست مندرجات تطبیق دهید.
- ✓ طرح را کوتاه و فشرده تهیه نمایید و از ارائه اطلاعات غیر مرتبط و فرعی اجتناب کنید. جزئیات لازم را می توانید در صورت ضرورت می توانید به صورت ضمیمه ارائه نمایید.
- ✓ نمونه های آگهی ها، موضوعات مربوط به بازاریابی و سایر اطلاعات و منابع و مآخذ اطلاعات را که به ارائه بهتر مطالب کمک می کنند می توانید در ضمائم ارائه کنید.
- ✓ گزارش را به صورتی صحافی کنید که هنگام باز کردن، صفحات به راحتی و به صورت صاف و هموار در مقابل یکدیگر قرار گیرند.

- ✓ در هزینه صحافی گزارش زیاده روی نکنید. گزارشی که به جلد آن توجه زیادی شود ولی از محتوای لازم برخوردار نباشد بیشتر شک و تردید خواننده را بر می انگیزد.
- ✓ همیشه واقعیت ها را ذکر کنید و از دروغ بپرهیزید.



هنگام ارائه طرح به نکات زیر نیز توجه کنید:

- ✓ با حرارت و احساس، طرح خود را به مخاطب ارائه دهید
- ولی در بروز احساسات زیاده روی نکنید.

- ✓ مخاطبان خود را بشناسید و طرح خود را مطابق با خواسته آنها ارائه کنید.
- ✓ نخست سرفصل مطالب عمده را عنوان کنید و جزئیات را برای بعد بگذارید.
- ✓ ارائه شما باید ساده و قابل فهم باشد. روی دو تا سه موضوع اصلی تمرکز کنید و از ذکر جزئیات فنی بپرهیزید.
- ✓ از وسایل شنیداری و دیداری بهره بگیرید.
- ✓ مطالب خودتان را با ذکر مجدد نقاط قوت پایان دهید.
- ✓ خود را برای پاسخگویی به پرسش‌های احتمالی سرمایه‌گذاران آماده کنید.
- ✓ به طور دقیق و روشن خواسته و معامله پیشنهادی را مشخص کنید.
- ✓ از جملات مبهم، سر بسته و مسائل واهی دوری کنید.
- ✓ مشکلات و مسائل بالقوه کار را مشخص و درباره آنها بحث کنید.

چه کسی باید طرح کسب و کار را بنویسد؟

طرح کسب و کار باید توسط خود شما به عنوان یک کارآفرین یا فردی که قرار است یک کسب و کار را راه‌اندازی کند، نوشته شود. فقط شما هستید که می‌توانید ایده خود را در قالب طرح تنظیم کنید. با این وجود باید با بسیاری از سازمان‌ها و کارشناسان امر، مشورت کنید؛ وکلا، حسابداران، مشاوران تجاری و مهندسان می‌توانند در آماده‌سازی طرح به شما کمک کنند. در بعضی مواقع هم باید از افرادی که تخصص لازم را برای تهیه بخش‌های مختلف طرح کسب و کار دارند، درخواست همکاری و همیاری نمایید.

برخی از منابعی که می‌توانند به شما در تهیه و تنظیم طرح کسب و کار کمک کنند در این بخش ذکر

می‌گردد

- ◀ وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان‌های وابسته (سازمان صنایع کوچک، سازمان گسترش و نوسازی صنایع، شهرک‌های صنعتی، اتاق‌های بازرگانی)
- ◀ بانک‌ها
- ◀ دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی
- ◀ نهادهای و سازمان‌های مستقل (جهاد دانشگاهی، سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان)
- ◀ وزارت بازرگانی و سازمان‌های وابسته (اتاق‌های بازرگانی، ادارات کل بازرگانی استان‌ها و...)
- ◀ وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- ◀ مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
- ◀ دبیرخانه کاراد
- ◀ مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها
- ◀ پارک‌های علم و فناوری

➤ مراکز رشد

➤ سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

➤ وزارت کشاورزی

➤ کتابخانه‌ها و نشریه‌های تخصصی

➤ اینترنت

برای تعیین اینکه آیا مشاور استخدام کنید یا از سایر منابع کمک بگیرید می‌توانید یک ارزیابی عینی از مهارت‌های خود انجام دهید. جدول زیر نشان می‌دهد که شما در تنظیم یک طرح کسب و کار در چه زمینه‌هایی مهارت و در چه زمینه‌هایی نیاز به همکاری و کمک دیگران دارید:

مهارت‌ها	عالی	خوب	متوسط	ضعیف
➤ حسابداری / امور مالی ➤ برنامه‌ریزی و زمانبندی ➤ تحقیقات بازار و بازاریابی ➤ فروش ➤ مدیریت کارکنان و منابع انسانی ➤ طراحی و تولید ➤ مسائل حقوقی و...				

جدول ۵: مهارت‌های مورد نیاز برای تهیه طرح کسب و کار

البته تعداد افراد شرکت‌کننده در نوشتن طرح کسب و کار بستگی به نوع کسب و کار و ساختار و مقیاس (کوچکی و بزرگی) سازمان دارد.

در یک شرکت بزرگ به طور کلی آن دسته از کارکنانی که در تهیه یک طرح توسعه کسب و کار مشارکت می‌کنند عبارتند از:

➤ مدیرعامل شرکت

➤ مدیر بازرگانی و فروش

➤ مدیران تولید و توسعه

➤ مدیر مالی

به طور کلی مشارکت تعداد بیشتری از مدیران و کارکنان در آماده‌سازی طرح کسب و کار احتمال طرح راه‌حل‌های غیرقابل اجرا را کاهش می‌دهد.

نوشتن جادو می کند. مخصوصاً اگر با کلمات خودتان از ایده تان بنویسید. نوشتن، ایده ها را واقعی تر می کند. وقتی چیزی را می نویسید آن را روشن تر و واضح تر می کنید

چه کسانی طرح کسب و کار را مطالعه می کنند؟

طرح کسب و کار را ممکن است کارمندان، سرمایه گذاران، بانکداران، سرمایه داران فعالیت های کارآفرینانه، اعضای هیئت مدیره، سهام داران شرکت، شرکای تجاری، خریداران و مشاوران بخوانند.

از آنجا که هر یک از گروه ها طرح را برای مقاصد متفاوتی می خوانند، شما به عنوان نویسنده طرح باید مهبیای جوابگویی به انواع مسائل و موارد مطرح شده باشید.

شما باید سعی کنید در طرح کسب و کار خود نیازهای تمام افراد و گروه های ذینفع را برآورده کنید، در حالی که در بازار واقعی محصول فقط نیاز گروه های مشخصی از خریداران برآورده می شود.

معرفی نرم افزار کامفار (Comfar)

کامفار نرم افزاری است که توسط یونیدو (Unido) برای تهیه و ارزیابی طرح های اقتصادی و برای کشورهای در حال توسعه ارائه شده است. کلمه COMFAR اختصار عبارت انگلیسی Analysis and Reporting Computer Model for Feasibility «مدل کامپیوتری برای آنالیز امکان سنجی و گزارش گیری» می باشد.

اهداف برنامه

زمانی که ایده های متفاوت جهت سرمایه گذاری انتخاب و مطرح گردید؛ سرمایه گذاران به دنبال راه حل های مختلفی بودند تا بتوانند بهترین تصمیم را بگیرند. اما وجود پارامترهای فراوان (بیش از ۴۰۰۰ متغیر) محاسبات را گاهاً آنقدر پیچیده می کرد که تصمیم گیرندگان از نتایج آنها اطمینان لازم را نداشتند. از طرف دیگر نگرش های متفاوت به یک موضوع خاص؛ باعث می شد تا نتایج یکسان حاصل نشود. به عبارت دیگر در مورد یک طرح برخی از محاسبات، طرح را اقتصادی جلوه می داد و بعضی دیگر کلاً آن را رد می کرد. این موضوع سبب شد تا دست اندکاران به فکر استاندارد نمودن تعاریف و محاسبات افتادند. اما مشکل اصلی یعنی پیچیدگی عملیات محاسباتی هنوز باقی مانده بود. برای حل این مشکل؛ کمیته ای در UNIDO برای استاندارد سازی و انجام ارزیابی اقتصادی طرح ها به صورت یارانه ای تشکیل شد و نهایتاً برنامه COMFAR تهیه و به بازار عرضه گردید.

الف- نرم افزار کامفار:

تهیه طرح تجاری و پیش بینی درآمد و برآورد هزینه پروژه های صنعتی، معدنی، کشاورزی، زیربنایی، دریانوردی و... با استفاده از نرم افزار کامفار انجام می پذیرد.



نرم افزار تخصصی کامفار یک برنامه رایانه ای است که از طرح های تحقیقاتی قبل از بهره برداری حمایت می کند و به منظور انجام محاسبات امکان سنجی و یا به عبارتی توجیه پذیری و قابلیت اجرای طرح های صنعتی و معدنی طراحی گردیده است. نتایج این نرم افزار بیانگر جذابیت اقتصادی طرح براساس محدود و نامحدود بودن بودجه اقتصادی سازمان مجری می باشد. تهیه این نرم افزار به راحتی امکان پذیر بوده و می توان آن را خریداری نمود. نسخه آزمایشی این نرم افزار در بسیاری از سایت های اینترنتی موجود می باشد.

ب- ورودی های نرم افزار کامفار:

- تعریف پروژه
- برنامه ریزی زمانی (فاز بهره برداری)
- محصولات
- واحدهای پولی (واحد پول داخلی، واحد پول خارجی)
- تورم (داخلی، خارجی)
- مشارکتهای (داخلی، خارجی)
- تنزیل (نرخ تنزیل کل سرمایه گذاری، نرخ تنزیل سهام دار)
- هزینه های ثابت سرمایه گذاری (شامل: خرید زمین، محوطه سازی و بهبود زمین، کارهای عمرانی و ساختمان ها، ماشین آلات و تجهیزات کارخانه، تجهیزات خدماتی و جانبی کارخانه، حفاظت های زیست محیطی، هزینه های سربار، هزینه های قبل از بهره برداری و هزینه های پیش بینی نشده)
- هزینه های تولید (شامل: مواد خام، ملزومات کارخانه، یوتیلیتی، انرژی، قطعات یدکی مصرف شده، تعمیرات و نگهداری، حق امتیاز، دستمزد، مالیات، هزینه سربار کارخانه، هزینه های اداری، هزینه های اجاره بلند مدت، هزینه های بازاریابی)
- برنامه فروش (فروش داخلی، فروش خارجی)
- سرمایه در گردش (موجودی کالا، مطالبات، تنخواه)
- منابع تأمین مالی (یارانه، آورده سهام دار، وام کوتاه مدت و درازمدت)
- مالیات، یارانه

ج- خروجی های نرم افزار کامفار:

- بررسی های مالی
- برآورد سرمایه گذاری ثابت
- برآورد سرمایه در گردش

- برآورد هزینه سالیانه تولید
- برآورد استهلاك سالیانه سرمايه‌گذاري
- برآورد كل سرمايه مورد نیاز طرح
- برآورد قيمت تمام شده به تفكيك هزینه‌ها
- تعيين منابع تأمین مالی طرح و هزینه‌های مالی آن
- تحليل درآمدها و هزینه‌های طرح
- تعيين عملکرد سود و زیان طرح برای كل سرمايه‌گذاري و آورده سهام
- بررسی‌های اقتصادی
- تعيين جريان خالص نقدي كل سرمايه‌گذاري
- تحليل جريان نقدينگی تنزيل شده
- نرخ بازده داخلی
- تعيين ارزش فعلی خالص
- تعيين نرخ و دوره بازگشت داخلی كل سرمايه
- تعيين نرخ و دوره بازگشت داخلی برای آورده سهامداران
- تعيين دوره بازگشت سرمايه
- تحليل نقطه سربه‌سر
- شاخص سودآوری
- تحليل حساسيت طرح به هزینه‌های پیش‌بینی نشده
- انجام آنالیز حساسيت پروژه و تحليل ريسک
- تحليل اثرات متقابل طرح‌ها (آنالیز تلفیقی)

پاسخ شما چیست؟ ...

- ۱- یک طرح کسب و کار را انتخاب کنید و کلیه قسمت‌های آن را بر اساس آنچه در این فصل مطالعه کرده‌اید، مشخص کنید.
- ۲- با الهام از طرح انتخاب شده و با رعایت تمام موارد گفته شده، یک طرح برای کسب و کار مورد نظرتان تهیه کنید.
- ۳- طرح کسب و کار تهیه شده توسط فراگیران دیگر را از لحاظ رعایت نکات تنظیم یک طرح، مورد ارزیابی و قضاوت قرار دهید.

خلاصه و جمع بندی

طرح کسب و کار، ابزاری برای پیش‌بینی و مدیریت بهتر کسب و کارهای موجود و یا جدید از طریق توجه به اولویت‌ها، نظارت و ارزیابی پیشرفت کار و کمک به دستیابی اهداف از پیش تعیین شده است. چنین طرحی شما را قادر می‌سازد تا در مراحل مختلف کسب و کار آمادگی‌های لازم را برای پیشبرد برنامه‌ها به دست آورید.

طرح کسب و کار دارای قسمت‌های مختلفی است که هر کدام در برگیرنده یک بخش از فرآیند تولیدی/ خدماتی است که شما باید سعی کنید در تهیه طرحتان آنها را ذکر کنید. این بخش‌ها شامل موارد زیر است:

♦ بخش معرفی

♦ خلاصه مدیریتی

♦ تجزیه و تحلیل صنعت

♦ دورنمای شرکت/شرح کسب و کار

♦ معرفی محصول

♦ برنامه عملیاتی و تولید

♦ برنامه بازاریابی

♦ ساختار سازمانی

♦ برنامه زمان‌بندی

♦ ارزیابی و مدیریت خطرپذیری

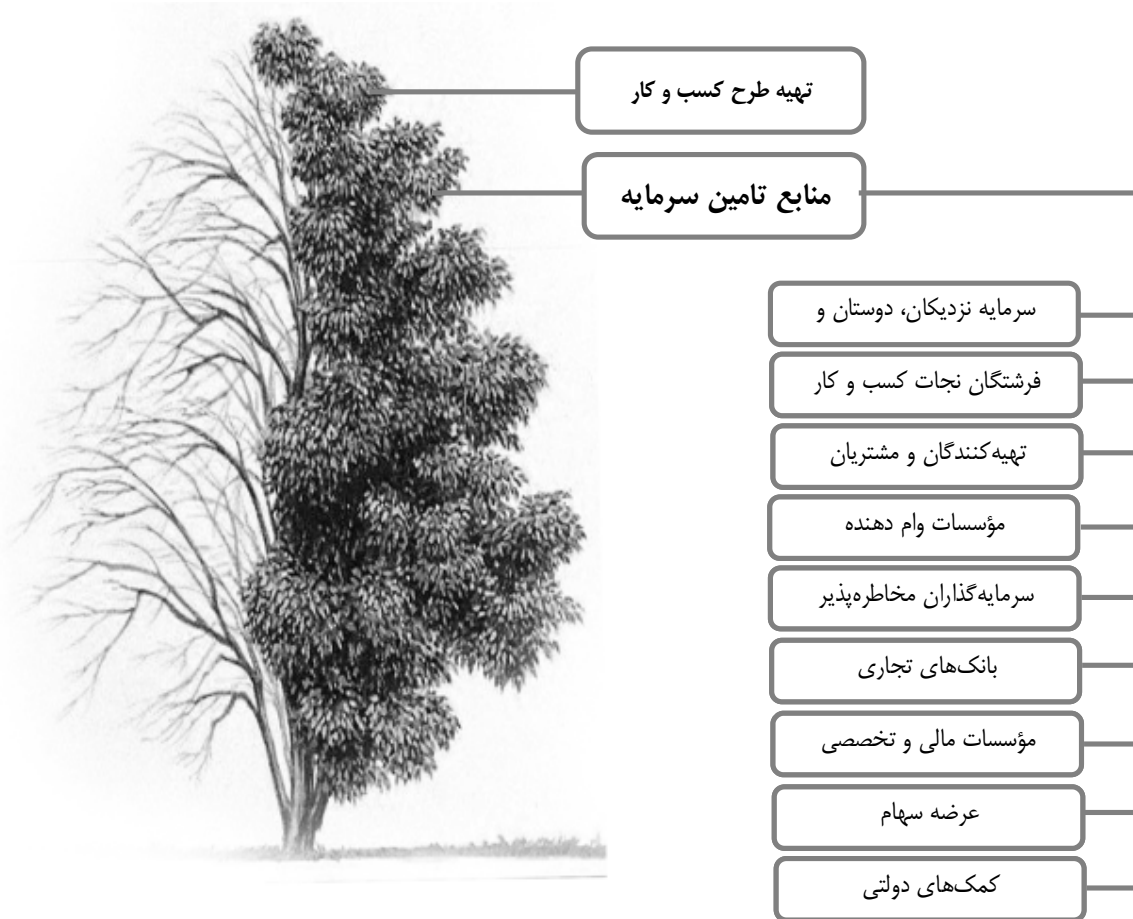
♦ برنامه مالی

♦ برنامه‌های طرح و توسعه

♦ پیشنهادها

♦ ضمائم

با مطالعه این فصل شما قادر خواهید شد با کلیه مسائلی که رعایت آنها در هر یک از بخش‌های فوق‌الذکر لازم است، آشنا شوید. همچنین در پایان توصیه‌هایی به منظور محافظت از ایده، تنظیم و ارائه بهتر طرح کسب و کارتان و منابعی که می‌توانند به شما در نوشتن طرح کسب و کار کمک کنند، ذکر شده است.



اهداف یادگیری

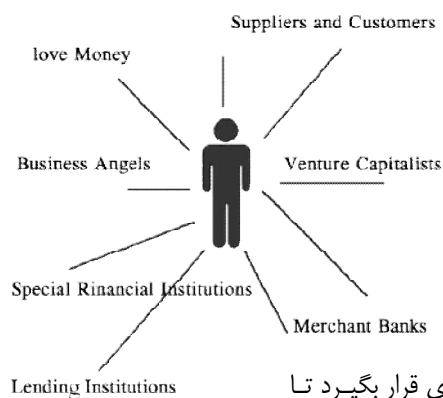


- پس از پایان این بخش از فراگیر انتظار می رود که:
- تقسیم بندی کلی منابع تأمین سرمایه را نام ببرد.
 - با روش های تأمین سرمایه برای راه اندازی یک بنگاه اقتصادی در ایران آشنا شود.
 - منابع تأمین سرمایه (وجه بیرونی) را بشناسد.
 - با نحوه سرمایه گذاری انواع منابع آشنا شود.
 - انواع سرمایه گذاری های بانکی را نام ببرد.
 - مراحل سرمایه گذاری را توضیح دهد.
 - تشخیص دهد که در هر مرحله از سرمایه گذاری از کدامیک از منابع تأمین سرمایه می تواند استفاده کند.

آشنایی با منابع تأمین سرمایه

هر کارآفرینی که می‌خواهد یک شرکت جدید و یا یک کسب و کار نوپا، راه‌اندازی کند، با این مسأله روبه‌روست که سرمایه مورد نیاز را از کجا تأمین کند؟

همه فعالیت‌های کارآفرینانه یک کسب و کار نیاز به سرمایه دارد. درست است که در طول حیات فعالیت اقتصادی سرمایه مورد نیاز است، ولی کارآفرین نوپا در آغاز کار، در بدست آوردن سرمایه با مشکلات بیشتری روبه‌رو است.



در کشور ما افراد برای تأمین سرمایه جهت راه‌اندازی یک بنگاه اقتصادی می‌توانند از چندین روش استفاده کنند.

روش اول: آهسته و پیوسته، یعنی از یک شرکت بسیار کوچک فعالیت خود را آغاز کنند و سپس به مرور زمان با تهیه سرمایه مورد نیاز، برای کارهای بزرگتر اقدام نمایند.

روش دوم: جذب شریک و سرمایه‌گذار، این روش شاید نزدیک‌ترین روش به الگوهای جهانی باشد یعنی سرمایه‌گذار در کنار مجری قرار بگیرد تا فعالیت صنعتی را پایه‌گذاری کرده و توسعه دهند.

اما به طور کلی برای تهیه سرمایه اولیه جهت راه‌اندازی یک کسب و کار، منابعی وجود دارد که عبارتند از:

- ۱- سرمایه نزدیکان، دوستان و اقوام^۱
- ۲- فرشتگان نجات کسب و کار^۲
- ۳- تهیه‌کنندگان و مشتریان^۳
- ۴- مؤسسات وام دهنده^۴
- ۵- سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر^۵
- ۶- بانک‌های تجاری^۶
- ۷- مؤسسات مالی تخصصی^۷
- ۸- عرضه سهام
- ۹- کمک‌های دولتی

۱- Love money
۲- Business Angels
۳- Suppliers and Customers
۴- Lending Institutions
۵- Venture Capitalists
۶- Merchant Banks
۷- Special Financial institutions

۱- خانواده، دوستان و اقوام

بعد از کارآفرین، خانواده و دوستان متداول‌ترین منبع سرمایه برای فعالیت کارآفرینانه نوپا هستند. احتمال سرمایه‌گذاری این افراد به دلیل روابطشان با کارآفرین بسیار زیاد است. این گروه معمولاً بخشی از دارایی خود را به فعالیت کارآفرینانه نوپا که توسط آشنایان آنها راه‌اندازی می‌گردد و از نزدیک به توانایی و نوع کسب و کار آشنایی دارند، اختصاص می‌دهند. در صورتی که بخواهید از این منبع، تأمین سرمایه کنید؛ به منظور پیشگیری از بروز مشکلات آتی، در نظر داشته باشید که باید جنبه‌های مثبت و منفی کسب و کار و فرصت سرمایه‌گذاری را به اعضای خانواده و دوستان نشان دهید تا در صورت بروز مشکل، تأثیرات منفی حاصل در روابط خانوادگی و دوستی به حداقل برسد. نکته‌ای که در کاستن مشکلات آینده کمک می‌کند، حفظ کامل مناسبات تجاری است. هر وام یا سرمایه‌گذاری از جانب خانواده یا دوستان باید به اندازه سرمایه‌گذاری جدی تلقی شود.

پاسخ شما چیست؟ ...

از بین نزدیکان، دوستان و اقوام خود کسانی را می‌شناسید که به شما در تأمین سرمایه اولیه یاری رسانند؟ فهرستی از اسامی این افراد و میزان حمایت آنها را پیش‌بینی نمایید.

۲- فرشتگان نجات کسب و کار



تمام سرمایه‌گذاران از منابع رسمی مانند شرکت‌های خصوصی و دولتی نیستند. بسیاری از افراد پولدار به دنبال موقعیت‌های مناسب هستند. آنها به نام فرشته‌های سرمایه‌گذاری یا سرمایه‌گذاران غیررسمی معروف‌اند. این افراد بخش مهمی از سرمایه را در اختیار دارند و به تازه واردین قول حمایت مالی می‌دهند. علاوه بر حمایت مالی، برخی از فرشتگان کسب و کار به دلیل سوابق کارآفرینانه خود می‌توانند تجارب مفیدی را در اختیار کارآفرینان نوپا قرار دهند.



یادت باشد که ...

در مورد انتخاب و همکاری با فرشتگان، احتیاط لازم را به خرج داده و از تعهد کاری و صداقت این افراد اطمینان حاصل نمایید.

۳- تهیه کنندگان و مشتریان

گاهی اوقات کارآفرینان از طریق پیش فروش محصولات تولیدی یا خدمات خود، منابع مالی راه اندازی کسب و کار را تهیه می نمایند و یا با خرید امانی مواد اولیه، مشکل تأمین بخشی از سرمایه جاری فعالیت اقتصادی را برطرف می کنند.

۴- مؤسسات وام دهنده

مؤسسات وام دهنده، مؤسساتی غیر از بانک ها هستند که حاضرند در قبال پذیرفتن شرایط آسان تر به مشتریان خود وام دهند، مثل مؤسسات مالی اعتباری و... در کشورمان.

۵- سرمایه گذاران مخاطره پذیر

اساساً سرمایه گذاری مخاطره پذیر، سرمایه ای است که برای تأمین مالی یک شرکت نو پا بکار می رود و تنها به تأسیس شرکت های نوآور کمک می کند. در کشورهای توسعه یافته سرمایه گذاری مخاطره پذیر به عنوان منبعی برای توسعه کارآفرینی نهادینه شده است. امروزه همه صاحب نظران اقتصادی و کارآفرینی معتقدند سرمایه گذاران مخاطره پذیر یکی از حلقه های اصلی و عوامل کلیدی رشد و پیشرفت خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی هستند.

سرمایه گذاران مخاطره پذیر سرمایه گذاری نمی کنند تا یک سود فوری ببرند بلکه آنها شرکت را حمایت می کنند تا ارزش سرمایه شان بالا رود. بنابراین آنها علاقه مند به سرمایه گذاری در شرکت های کوچک و متوسط (SMEs) نوآور هستند که رشد سریعی داشته باشند.

در حال حاضر از میان مراکزی که کارآفرینان برای حمایت های مالی می توانند به آنها مراجعه کنند می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. بنیاد جوانه
۲. سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران
۳. بانک های سرمایه گذاری
۴. کانون نخبگان ایران
۵. مرکز مطالعات تکنولوژیک شریف
۶. صندوق های پژوهش و فناوری
۷. شرکت گسترش کارآفرینی
۸. مؤسسه توسعه فناوری نخبگان

۶- بانک های تجاری

هنگامی که وثیقه موجود باشد، بانک های تجاری پرکاربردترین منبع وجوه کوتاه مدت برای کارآفرین هستند. وجوه از راه وام فراهم می شود و در نتیجه به نوعی ضمانت مشهود یا وثیقه (یعنی دارایی ارزشمند) نیاز دارند.

وام‌ها و تسهیلات بانک‌ها تحت عناوین مختلف عقود اسلامی به متقاضیان پرداخت می‌شود که اکثراً شامل موارد ذیل می‌باشد.

۶-۱- قرض الحسنه: بانک‌ها در موارد زیر مبادرت به اعطای وام قرض الحسنه می‌نمایند:

تأمین وسایل، ابزار و سایر امکانات لازم برای ایجاد کار جهت کسانی که فاقد اینگونه امکانات می‌باشند.
کمک به افزایش تولید با تأکید بر تولیدات کشاورزی، دامی و صنعتی. به عنوان مثال بانک کشاورزی به اعطای چنین وام‌هایی مبادرت می‌نماید.

۶-۲- مضاربه: قراردادی است که به موجب آن یکی از طرفین (مالک) عهده‌دار تأمین سرمایه (نقدی) می‌گردد. با قید اینکه طرف دیگر (عامل) با آن تجارت کرده و در سود حاصله شریک باشد. نسبت سود بر اساس توافق طرفین بوده و حداکثر مدت قرارداد یک سال است.

آنچه در ادامه می‌آید، نمونه‌ای از شرایط بانک تجارت ایران برای پرداخت تسهیلات مضاربه به متقاضیان می‌باشد.

🔑 شرایط کلی متقاضی

۱- بخش خصوصی (آن قسمت از اقتصاد که توسط اشخاص حقیقی و یا حقوقی که بیش از ۵۰٪ از سهام آنها متعلق به مضاربه بانک در رشته‌های صادرات و بازرگانی داخلی است)

۲- شرکت‌های دولتی و وابسته به دولت برای کلیه رشته‌های بازرگانی شامل واردات، صادرات و بازرگانی داخلی مجاز به مضاربه

۳- تعاونی‌های قانونی در استفاده از تسهیلات مضاربه دارای حق اولویت هستند.

🔑 سرمایه و هزینه‌های قابل قبول

سرمایه مضاربه متشکل از کلیه هزینه‌هایی است که به طور مستقیم به عمل تجارت ارتباط پیدا می‌کند. هزینه‌های قابل قبول قیمت خرید کالا، هزینه بیمه، هزینه انبارداری، هزینه بانکی، هزینه حمل و نقل، هزینه بسته‌بندی.



یادت باشد که ...

➤ اسناد و مدارک هزینه باید مؤید انجام هزینه بوده و از لحاظ حجم ریالی متناسب با موضوع و مقدار معامله موضوع قرارداد باشد.

➤ بانک در همه معاملات ملزم به قبول کلیه هزینه‌های فوق‌الذکر نمی‌باشد.

➤ سایر هزینه‌های متعلقه به معاملات موضوع مضاربه با مصالحه طرفین به عهده عامل خواهد بود.

📌 ضوابط تقسیم سود حاصل از مضاربه

با توجه به مدت قرارداد و میزان سرمایه، سود کلی قابل انتظار از انجام معامله و قیمت تمام شده کالا برآورد و سهم بانک و مشتری از سود حاصله تعیین و در متن قرارداد لحاظ می‌گردد.

📌 مراحل اعطای تسهیلات

پس از اینکه درخواست متقاضی به بانک واصل گردید اعطای تسهیلات طی مراحل زیر انجام می‌پذیرد:
مشتری به شعبه مراجعه نموده و تقاضای خود را برای استفاده از تسهیلات مضاربه روی فرم مربوط منعکس و چنانچه با همه شرایط اعطای تسهیلات مضاربه موافقت گردد، مراتب از طریق شعبه به اطلاع مشتری رسیده، وثایق تعیین می‌شود و قرارداد مربوطه تنظیم می‌گردد.

پس از امضای قرارداد مضاربه با عامل، سرمایه مذکور در قرارداد، از طرف بانک یکجا یا به تدریج پرداخت می‌گردد.

📌 فسخ عقد مضاربه

طبق قرارداد، بانک می‌تواند در صورت تخلف مشتری از هر یک از مفاد قرارداد، قبل از انقضاء مدت، قرارداد مزبور را فسخ نماید. همچنین براساس ماده ۵۵۱ قانون مدنی، عقد مضاربه به یکی از دلایل ذیل فسخ می‌گردد:

۱- در صورت فوت یا جنون یکی از طرفین

۲- در صورت ورشکستگی طرفین

۳- در صورت تلف شدن تمام سرمایه و سود

۴- در صورت عدم امکان تجارتی که منظور طرفین بوده است.

۳-۶- مشارکت مدنی: در این گونه مشارکت اشخاص ملزم به رعایت شرایط بانک هستند که پس از آن موضوع

و مدت شراکت حق نظارت بانک بر مصرف و بازگشت سرمایه و نوع و میزان وثیقه نیز تعیین می‌گردد.

در موارد ذیل می‌توانید از عقد مشارکت مدنی استفاده نمایید.

۱- تولید و فروش محصول

۴- صادرات کالا

۲- واردات ماشین‌آلات، مواد اولیه و ابزار کار

۵- بازرگانی داخلی

۳- واردات کالا به قصد فروش

۴-۶- مشارکت حقوقی: یعنی تأمین قسمتی از سرمایه شرکت‌های سهامی جدید یا خرید قسمتی از سهام

شرکت‌های سهامی موجود.

اقدام به مشارکت حقوقی توسط بانک‌ها برای کمک به توسعه بخش‌های مختلف اقتصادی صورت می‌گیرد که از

طریق تأمین سرمایه لازم برای اجرای طرح‌های تولیدی که به شکل شرکت‌های سهامی تأسیس می‌شوند یا خرید سهام

شرکت‌های سهامی موجود صورت می‌گیرد.

۵-۶- سرمایه گذاری مستقیم: این سرمایه گذاری عبارتست از تأمین سرمایه لازم جهت اجرای طرح های تولیدی

و طرح های عمرانی انتفاعی توسط بانک ها.

انجام این قبیل سرمایه گذاری ها از طریق تشکیل شرکت های سهامی مجاز است و بانک ها تنها ۴۰ درصد سرمایه لازم برای اجرای طرح را تأمین می کنند و بقیه از سوی واحدهای تولیدی پرداخت می شود.

۶-۶- فروش اقساطی: در فروش اقساطی، بانک وسایل و لوازم مورد نیاز واحدهای تولیدی و صنعتی را تهیه و

وجه آن را به اقساط دریافت می دارد. تمامی تسهیلات تحت شرایط خاصی انجام می پذیرد و نظارت بانک بر فروشنده همواره وجود داشته و میزان سود خالص از این امر به وسیله بانک مرکزی تعیین می گردد.

۷-۶- اجاره به شرط تملیک (لیزینگ)

اجاره به شرط تملیک عقد اجاره ای است که در آن شرط شود مستأجر در پایان مدت اجاره و در صورت عمل به شرایط مندرج در قرارداد، مالک همان چیزی که اجاره کرده است، شود.

۸-۶- سلف: منظور از معامله سلف در هیأت بانکی آن است که بانک محصولات تولیدی اعم از (صنعتی، معدنی و

کشاورزی) یک واحد تولیدی را قبل از تولید به طور نقدی پیش خرید می کند.

۹-۶- جعاله: عبارت است از التزام شخص (جاعل) یا کارفرما به پرداخت مبلغ در مقابل انجام عملی معین، طبق

قرارداد. طرفی که کار را انجام می دهد، عامل یا پیمانکار نامیده می شود.

جعاله از جمله تسهیلات کوتاه مدت اعتباری برای گسترش امور تولیدی، بازرگانی و خدماتی است.

۱۰-۶- مزارعه: یکی از تسهیلات اعتباری برای رفع نیازهای مالی کوتاه مدت در بخش کشاورزی می باشد. مزارعه

قراردادی است بین صاحب زمین و کشاورز که به موجب آن کشاورز، زمین را کشت می نماید و محصول به سهم معینی که مورد توافق طرفین قرار گرفته، بین آنان تقسیم می شود.

۱۱-۶- مساقات: مساقات یعنی اینکه شخص درختان خویش را به دیگری دهد تا وی آنها را آبیاری و اصلاح و

حفاظت و حراست نماید و محصول بین آنها مشترک باشد.

۱۲-۶- خرید دین: از جمله تسهیلات اعطایی کوتاه مدت جهت تأمین نیازهای مالی واحدهای تولیدی، بازرگانی و

خدماتی است و سررسید این نوع تسهیلات نمی تواند از یک سال تجاوز نماید.

خرید دین تسهیلاتی است که به موجب آن بانک، سفته یا براتی را که ناشی از معامله نسیه تجاری باشد، خریداری کند.

۱۳-۶- ضمان: ضمان (ضمانت) عبارتست از اینکه شخص، مالی را که بر ذمه دیگری است به عهده می گیرد. انواع

ضمانت نامه های بانکی به شرح ذیل اند:

◀ ضمانت نامه شرکت در مناقصه

◀ حسن انجام کار

◀ ضمانت نامه پیش پرداخت

◀ ضمانت نامه استرداد کسور وجه الضمان

◀ ضمانت نامه گمرکی

◀ ضمانت نامه تعهد پرداخت

◀ ضمانت نامه متفرقه

۷- مؤسسات مالی تخصصی



برخی از مؤسسات در زمینه فعالیتهای تخصصی خود حاضر به اعطای وام به کارآفرینان هستند. مثل شرکت سرمایه گذاری پتروشیمی که فقط به طرحهایی که در زمینه پتروشیمی هستند وام اعطاء می نماید و یا سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران که به صورت یک شرکت مادر تخصصی در بخش صنایع عمل می کند.

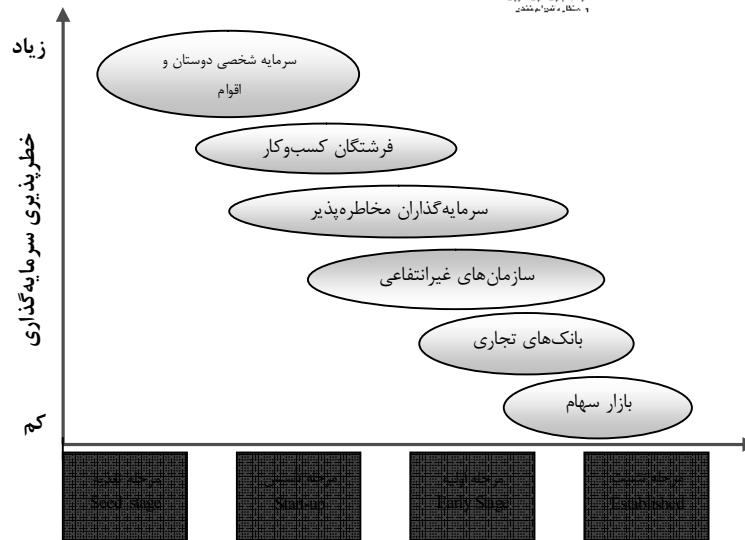
۸- عرضه سهام

فروش سهام یکی از راههای تأمین سرمایه است، به نحوی که مالک اصلی شرکت هیچ التزام قانونی جهت بازپرداخت وجه یا بهره به آن ندارد. بنابراین استفاده از وجوه حاصل از فروش سهام احتیاج به بازپرداخت مثل آنچه در وام گرفتن است ندارد، بلکه ملزم به تقسیم مالکیت و منافع حاصل با منبع تأمین وجه است.

۹- کمک های دولتی

گاهی اوقات کارآفرین از کمک مالی دولت برای توسعه و عملی کردن ایده نوآورانه خود استفاده می کند؛ مثلاً «تکفا» که برنامه کمک هایی است که از سوی دولت به شرکت های کوچک در حوزه IT طراحی شده است و یا مراکزی که با عنوان مراکز رشد، مسئولیت حمایت از کارآفرینان را بر عهده دارند.

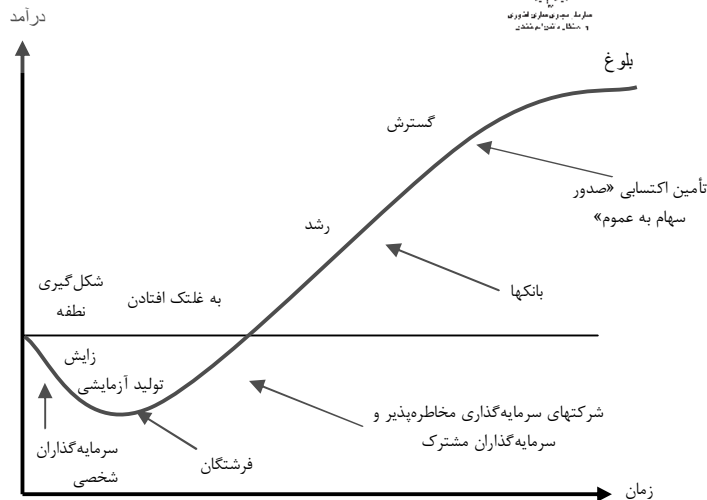
هر یک از منابع فوق به فراخور شرایط، ریسک سرمایه گذاری و چرخه عمر کسب و کار، مورد استفاده شرکت ها قرار می گیرند. به عنوان مثال با توجه به سه عامل میزان خطری پذیری سرمایه گذاری، مراحل رشد و توسعه یک شرکت کارآفرین، می توان نمودار ۵-۱ را ترسیم نمود:



نمودار شماره ۱: مراحل رشد و توسعه شرکت‌های کارآفرین

همانگونه که در نمودار شماره ۱ مشاهده می‌کنید، این نمودار از دو بعد تشکیل شده است که عبارتند از **خطرپذیری سرمایه‌گذاری** بر روی **محور عمودی** که شامل دو طیف زیاد و کم است و **مراحل رشد و توسعه شرکت‌های کارآفرین** بر روی **محور افقی** که مشتمل بر چهار مرحله است. این چهار مرحله به ترتیب عبارتند از: **مرحله تغذیه، مرحله تأسیس، مرحله اولیه و مرحله تثبیت**. در داخل نمودار نیز روش‌های مختلف مناسب تأمین مالی با توجه به میزان خطرپذیری و مرحله‌ای از رشد که شرکت مورد نظر شما در آن قرار دارد، نمایش داده شده است. به عنوان مثال هنگامی که شرکت شما در اولین مرحله تشکیل خود قرار دارد خطرپذیری سرمایه‌گذاری در کسب و کار مورد نظر شما بالاست، لذا نحوه مناسب تأمین مالی آن از سرمایه شخصی، دوستان و اقوام می‌باشد. زیرا معمولاً کسی جز این دسته از افراد، شما و توانایی‌هایتان را به‌خوبی نمی‌شناسد و حاضر به پذیرش چنین شرایطی با چنین خطرپذیری نخواهد بود. اما زمانی که شرکت شما، اولین مرحله خود یعنی مرحله تغذیه را با سرمایه شخصی و حمایت‌های مالی اقوام و دوستان نزدیک با موفقیت پشت سر گذاشت و وارد مرحله دوم یعنی مرحله تأسیس شد اگر همانطور که در نمودار نشان داده شده، از خطرپذیری آن نیز تا حدی کم شده باشد، اولین افرادی که شما برای جلب حمایت‌های مادی می‌توانید به سراغ آنها بروید، فرشتگان کسب و کار خواهند بود. این سلسله مراتب به ترتیب ادامه خواهد داشت تا مرحله آخر یعنی مرحله تثبیت که تنها اگر خطرپذیری شرکت در این مرحله در کمترین حد خود باشد و به اندازه کافی درآمد و دارایی داشته باشید می‌توانید روی حمایت‌های مالی بانک‌های تجاری حساب کنید.

همچنین اگر مراحل شکل‌گیری یک ایده کارآفرینانه را از مرحله شکل‌گیری تا تبدیل آن ایده به عمل و تأسیس یک کسب و کار سودآور را به هفت مرحله کلی، تقسیم نماییم، نمودار شماره ۲، گویای روش‌های مناسب تأمین مالی در هر یک از این هفت مرحله می‌باشد.



نمودار شماره ۲: روش های مناسب تأمین مالی در مراحل هفت گانه

نمودار شماره ۲ متشکل از دو بعد «درآمد» بر روی محور عمودی و «زمان» بر روی محور افقی است. این نمودار یکی دیگر از انواع تقسیم بندی ها را نشان می دهد. به عنوان مثال اگر در مرحله اول یعنی در مرحله شکل گیری ایده باشیم باید از سرمایه گذاری های شخصی استفاده کنیم، و زمانی که در مرحله تولید آزمایشی قرار داریم و درآمد هنوز منفی است، یعنی کماکان فقط هزینه داریم، می توان از حمایت های فرشتگان کسب و کار برخوردار شد، به همین ترتیب تا مرحله آخر یعنی زمان بلوغ که در آن مرحله می توان از راهبردهای مختلفی همچون تملک یا عرضه اولیه سهام شرکت به عموم استفاده نمود.

مراحل سرمایه گذاری

به طور کلی، سرمایه گذاران مخاطره پذیر، مراحل رشد و توسعه شرکت ها را از نظر سرمایه گذاری، در شش مرحله شناسایی و تعریف کرده اند و اغلب علاقه مندند در یکی از آن مراحل که معمولاً مرحله اولیه^۱ است فعالیت کنند.

مرحله ایده یا بذر افشانی^۲

در این مرحله، سرمایه گذاری در شرکت با بازدهی و خطرپذیری بالا همراه است. لازم به ذکر است که سرمایه گذاری در این مرحله، قبل از تأسیس رسمی شرکت انجام می شود.

مرحله تأسیس یا شروع فعالیت^۳

در این مرحله سرمایه گذاری در شرکت هایی انجام می شود که یا در شرف تأسیس هستند و یا مدت زیادی از تأسیس آنها نگذشته است و در جهت توسعه محصول و آغاز بازاریابی به سرمایه دارند. اینگونه شرکت ها هنوز محصول خود را به طور تجاری فروخته اند.

۱- Early Stage

۲- Seed Finance

۳- Start-up Finance



مرحله اولیه^۱

در این مرحله، سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی انجام می‌شود که مرحله تولید آزمایشی و تکمیل محصول را گذرانده و احتیاج به سرمایه‌گذاری دارند تا تولید و فروش تجاری خود را آغاز کنند. یا به عبارت دیگر شرکت‌هایی که هنوز سود به دست نیاورده‌اند.

مرحله گسترش^۲

در این مرحله، سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی انجام می‌شود که از نقطه سر به سر گذشته و برای گسترش و توسعه کار خود از قبیل افزایش ظرفیت تولید یا توسعه بازار و... احتیاج به سرمایه دارند.

مرحله انتقال به سهام عام^۳

در این مرحله، سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی انجام می‌شود که قصد دارند وارد بورس شوند و از سهامی خاص به سهامی عام تبدیل شوند.

مرحله خرید شرکت‌های دیگر^۴

در این مرحله، سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی انجام می‌شود که قصد خرید خطوط تولید یا کسب و کار جدیدی را دارند.

مرحله خرید سهام دیگران^۵

این مرحله از سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی انجام می‌شود که قصد دارند سهم سهامداران خود را بخرند.

۱ Early Stage Finance

۲ Expansion Finance

۳ Bridge Finance

۴ Buy-out Finance

۵ Buy in Finance



مرکز رشد چه خدماتی ارائه می دهد؟

مرکز رشد یا انکوباتور، یکی از ابزارهای رشد اقتصادی است که به منظور حمایت از کارآفرینان تحصیل کرده تأسیس می شود و با ارائه امکانات و تسهیلات عمومی، زمینه پا گرفتن شرکت های جدید را فراهم می کند. استفاده از مراکز رشد، امروزه به عنوان یکی از ابزارهای پذیرفته شده برای تبدیل خلاقیت ها و دستاوردهای علمی و تحقیقاتی به محصولات قابل ارائه به بازار و توسعه کارآفرینی محسوب می شود. امروزه بیش از ۳۰۰۰ انکوباتور در سراسر دنیا وجود دارد که بیشتر آنها در کشورهای آمریکا و ژاپن مستقر هستند.

معنی لغوی مرکز رشد (incubator) به نام وسیله ای اطلاق می گردد که گرمای لازم را برای تولید جوجه از تخم مرغ فراهم می کند. این لغت همچنین به وسیله ای اطلاق می شود که با ایجاد گرما، زمینه را برای ادامه حیات نوزادان زودرس پس از تولد فراهم می کند. در ادبیات کارآفرینی، انکوباتورها یا مراکز رشد، مراکزی هستند که برای پرورش یا ایجاد کسب و کارهای کوچک ایجاد می شوند. انکوباتورها طرح هایی مبتنی بر نوآوری هستند و از کادر مدیریتی کوچکی تشکیل می شوند. این مراکز دارای **مکان فیزیکی و تسهیلات مشترک** هستند.

اهداف مراکز رشد

اهداف عمده انکوباتورها را می توان چنین دسته بندی نمود:

- الف- کمک به جذب بیشتر کارآموزان و فارغ التحصیلان دانشگاهی در بازار کار و ایجاد شغل.
- ب- ایجاد واحدهای صنایع کوچک و متوسط فنی و تخصصی که بتوانند در بازار کار رقابت پذیر باشند.
- ج- نوسازی، انتقال فناوری و استفاده از اکتشافات علمی جدید.
- د- افزایش بازدهی نیروی کار بالقوه و استفاده بهینه از این سرمایه عظیم ملی.

در کنار این اهداف، انکوباتورها اهداف دیگری را نیز دنبال می کنند؛ رشد اقتصادی منطقه، تنوع اقتصاد و سرمایه گذاران، کمک به زنان، مهاجران یا اقلیت ها.

خدمات مراکز رشد

مراکز رشد، خدمات متعددی را به شرکت های پذیرفته شده ارائه می دهند. این خدمات را می توان بدین ترتیب برشمرد:

۱. **خدمات عمومی و دفتری:** تلفن، نمابر، اینترنت، اتاق مذاکره و کنفرانس، منشی و امور دفتری، رایانه، دبیرخانه، نظافت و...
۲. **خدمات اداری و اجرایی:** وام ها و تسهیلات دولتی، شبکه، کمک های مالیاتی، اجاره بها و...

۳. **خدمات تجهیزاتی و تسهیلاتی:** فضای اداری، پارکینگ، تجهیزات اداری و دفتری، منابع آزمایشگاهی، تجهیزات کارگاهی و...

۴. **خدمات فنی و تخصصی:** مشاوره مالی و بازاریابی، مشاوره حقوقی و مدیریتی، دوره‌های آموزشی و...

انواع مراکز رشد

۱. **مرکز رشد صنعتی:** این مراکز اغلب توسط نهادهای دولتی یا مراکز غیرانتفاعی به منظور حمایت از کارفرمایان تأسیس می‌شوند.

۲. **مرکز رشد دانشگاهی:** این انکوباتورها به منظور تسهیل استفاده تجاری از دانش فنی و حقوق مالکیت معنوی تأسیس می‌شوند و امکان استفاده از امکانات دانشگاهی مانند آزمایشگاه، کارگاه و کتابخانه را فراهم می‌کنند. این انکوباتورها همچنین امکان استفاده از نظرات و مشاوره تخصصی اعضای هیأت علمی دانشگاه نیز فراهم می‌آورند.

۳. **مرکز رشد مجازی:** این انکوباتورها معمولاً دارای فضای فیزیکی خاصی نیستند و امکاناتی غیر از فضای اداری را ارائه می‌دهند.

۴. **مرکز رشد بین‌المللی:** به طور معمول این طبقه از انکوباتورها دارای مجموعه کاملی از سرویس‌های پشتیبانی برای پیشرفت فعالیت‌های تجاری هستند و تمرکز آنها بیشتر بر روی صادرات است. این انکوباتورها با دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی، سرمایه‌گذاران داخلی و بین‌المللی در ارتباطند. یکی از ویژگیهای منحصر به فرد این گروه، ایجاد شبکه‌ای از انکوباتورها در محدوده مربوط به خود است.

در ایران نیز تاکنون مراکز رشد متعددی تأسیس شده است که فهرست برخی از آنها به شرح ذیل می‌باشد:

۱. مرکز رشد واحدهای فناوری اطلاعات و ارتباطات **جهاد دانشگاهی**

۲. مرکز رشد واحدهای فناوری اطلاعات و ارتباطات پارک علم و فناوری **استان مرکزی**

۳. مرکز رشد واحدهای فناوری بیوتکنولوژی پزشکی و مهندسی ژنتیک پارک علم و فناوری **یزد**

۴. مرکز رشد واحدهای فناوری پلیمر پژوهشگاه پلیمر و پتروشیمی **ایران**

۵. مرکز رشد واحدهای فناوری جهاد دانشگاهی **استان کرمانشاه**

۶. مرکز رشد واحدهای فناوری **خلیج فارس**

۷. مرکز رشد واحدهای فناوری **دانشگاه تهران**

۸. مرکز رشد واحدهای فناوری **دانشگاه شهید چمران**

۹. مرکز رشد واحدهای فناوری **سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران**

۱۰. مرکز رشد واحدهای فناوری اطلاعات و ارتباطات پارک علم و فناوری استان یزد

۱۱. مرکز رشد واحدهای فناوری معماری و ساختمان پژوهشکده توسعه کالبدی

۱۲. مرکز رشد واحدهای فناوری مؤسسه مطالعات و تحقیقات زنان

۱۳. مرکز مجازی رشد کسب و کار

حکایتی بشنو...



«شیرینی موفقیت»

می‌گویند روزی ملانصرالدین به همسرش گفت: «برایم شیرینی درست کن که تعریف آن‌را

فراوان از ثروتمندان شنیده‌ام.» همسرش می‌گوید: «آرد گندم نداریم.»

ملا می‌گوید: «آرد جو استفاده کن.» همسرش می‌گوید: «شکر و شیر هم نداریم.» ملا پاسخ

می‌دهد: «شکر و شیر نمی‌خواهد.»

همسر ملا دست بکار می‌شود و با آردجو و آب به اصطلاح شیرینی می‌پزد. ملا بعد از خوردن

قیافه‌اش درهم می‌رود و می‌گوید: «چه ذائقه بدی دارند این ثروتمندها»

پس توجه داشته باشید که موفقیت مثل پختن کیک است: مواد اولیه، دستورالعمل پخت و

رعایت سلسله مراتب.

مواد اولیه کیک موفقیت عبارتند از: هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی، اقدام، صبر، آموختن از شکستها و

اشتباهات و در نهایت پشتکار و پشتکار تا حصول نتیجه. وجود هر کدام از مواد تشکیل دهنده

کیک موفقیت لازم و ضروری است. از هر چیز که کم مایه بگذاریم نتیجه کامل و دلخواه

نخواهد بود و ما هرگز نخواهیم توانست طعم شیرینی واقعی را بچشیم.

چون با خدا همراهیم از هیچ چیز نمی‌هراسیم .

من آینده‌ای درخشان و باشکوه دارم .

من با برنامه‌ریزی درست به اهداف خود جامه عمل می‌پوشانم

خلاصه و جمع بندی:

راه اندازی یک فعالیت کارآفرینانه و نوپا نیاز به تأمین سرمایه دارد. کارآفرینان می توانند سرمایه لازم را از منابع مختلف تأمین کنند. این منابع می توانند به صورت وجوه درونی یا بیرونی باشند.

به طور کلی منابع مختلفی برای تأمین سرمایه وجود دارد که شامل این موارد می باشند:

۱. سرمایه نزدیکان، دوستان و اقوام

۲. فرشتگان کسب و کار

۳. تهیه کنندگان و مشتریان

۴. مؤسسات وام دهنده

۵. سرمایه گذاران مخاطره پذیر

۶. بانک های تجاری

۷. مؤسسات مالی تخصصی

۸. عرضه سهام

۹. کمک های دولتی

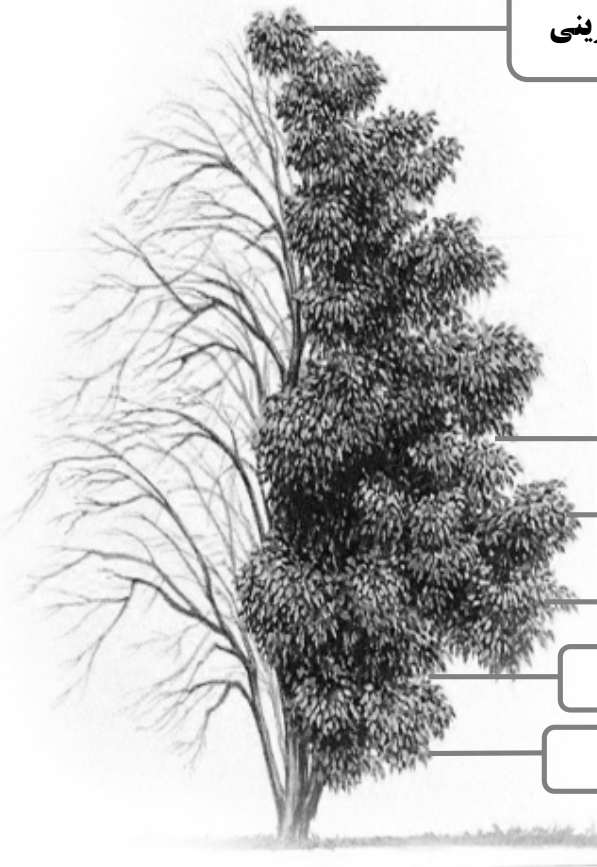
در پایان این بخش مراحل شکل گیری یک ایده کارآفرینی را که شامل شکل گیری ایده، تأسیس، تولید آزمایشی، به غلتک افتادن، رشد، گسترش و بلوغ می شود را بیان نمودیم و توضیح دادیم که در هر یک از این مراحل از کدامیک از منابع سرمایه گذاری می توان استفاده کرد.

گام هشتم

تاسیس و راه اندازی

کسب و کار

قوانین و مقررات کار آفرینی



قوانین مرتبط با کسب و کار

انواع شرکتها

قانون کار و تأمین اجتماعی

مجوزهای تأسیس، راه اندازی و بهره برداری

قوانین مالیاتی

قوانین مرتبط با مکان کسب و کار

قراردادها

تعیین نام و علامت تجاری

مکان یابی

تأمین منابع انسانی و جذب آنها

چیدمان

اهداف یادگیری



پس از پایان این بخش از فراگیر انتظار می رود که:

- با قوانین مرتبط با کسب و کار آشنا شود.
- انواع شرکتها را نام برده و بشناسد.
- نحوه تشکیل شرکت تضامنی را شرح دهد.
- با قوانین نگهداری دفاتر قانونی آشنا شود.
- روشهای دفتر نویسی را بشناسد.
- با قانون کار و تأمین اجتماعی آشنا شود.
- قوانین مرتبط با نوع شغل را بداند.
- مجوزهای تأسیس، راه اندازی و بهره برداری را بشناسد.
- قوانین مالیاتی مربوط به کسب و کار را شرح دهد.
- قوانین مرتبط با مکان کسب و کار را بداند.

قوانین و مقررات کارآفرینی

در ابتدا به این مسأله می پردازیم که چرا کارآفرین به قانون نیاز دارد و در واقع فلسفه وجودی قانون چیست؟

برای این منظور بهتر است ابتدا با ویژگی‌های کسب و کار آشنا شویم که عبارت است از:

۱- فروش یا انتقال کالاها و خدمات برای کسب درآمد

۲- معامله کالاها و خدمات

۳- تکرار معاملات

۴- انگیزه سود

۵- فعالیت توأم با ریسک

پس کارآفرین کسی است که فعالیتی توأم با ریسک را به منظور تولید کالا یا ارائه خدمات و با انگیزه کسب سود شروع می کند.

براساس تئوری نمایندگی؛ هدف هر فردی حداکثر نمودن سود خود است و لزوماً منافع همه انسان‌ها هم جهت نیست و در عمل افرادی هستند که برای حداکثر کردن سود خود معمولاً چندان توجهی به حقوق دیگران نمی کنند و به همین دلیل ممکن است حقوق دیگران و جامعه تضییع شود. پس برای آنکه اجازه داده شود همه افراد سود خود را براساس کار و تلاش و بدون تضییع حق دیگران و با پرداخت حقوق مستحقان حداکثر کنند باید قانون وجود داشته باشد.

برخی از افراد برای فرا از قانون از چه توجیهی استفاده می کنند؟

ممکن است تعدادی از ما با توجیه و تفسیر شخصی، وجود بخشی از قوانین را غیرضروری و بازدارنده بدانیم اما باید به این نکته توجه داشته باشیم که از فلسفه شما تا قانون فاصله بسیاری وجود دارد.

در هر کشوری که باشید فقط با رعایت قوانین آن کشور می توانید کسب و کار خود را شروع و اداره نمایید و اگر قانونی از نظر ما ایراد دارد بایستی از طریق اتحادیه‌ها، تشکلهای صنفی و یا نهادهای مربوطه، آن هم نه فقط در جهت منافع شخصی خودمان، بلکه برای بهبود زندگی همه مردم وسعادت ملتمان، پیشنهاد خود را ارائه دهیم.



عدم آگاهی کارآفرین از قانون

"تجربه مجریان قانون این است که بخش قابل توجهی از افراد زمانی از قانون آگاه می شوند که بعثت عدم آگاهی از آن دچار ضرر، زیان و جریمه می شوند."

معمولاً ما چه زمانی از قانون آگاه می شویم؟ تجربه مجریان قانون این است که بخش قابل توجهی از افراد زمانی از قانون آگاه می شوند که بعثت عدم آگاهی از آن دچار ضرر، زیان و جریمه می شوند. برخی از کارآفرینان در توجیه عدم رعایت قوانین و مقررات از جملات زیر استفاده می کنند:

☑ ما از قانون آگاهی نداشتیم.

☑ کسی به ما نگفته بود.

☑ و یا باید قبلاً به ما می گفتید.

آیا براستی این دفاع درستی است؟

اول: براساس یک قاعده عمومی در علم حقوق، جهل به قانون مانع از اجرای قانون نمی شود. ما نمی توانیم ناآگاهی خود را دلیلی برای عدم اجرای قانون بیان کنیم چرا که اجرای قانون، وابسته به آگاهی و اطلاع همگان نیست.

دوم: قانون در روزنامه رسمی کشور ابلاغ می شود. همه می بایست از این طریق از قوانین مربوط به حوزه کاری خود مطلع شوند.

سوم: درک و تفسیر قانون نیاز به تخصص دارد و هرکسی بدون تخصص حقوقی و مالی قادر به درک صحیح آن نیست و درک صحیح آن منوط به استفاده از مشاوران مطلع می باشد.



یادت باشد که ...

شما وکیل حقوقی و متخصص مسائل مالی نیستید و هدف ما نیز در این فصل این نیست که تمام قوانین مرتبط با کسب و کار را به شما آموزش دهیم بلکه ما می خواهیم به شما بگوییم که چه قوانینی با کسب و کار مرتبط است، شما چگونه می توانید از وجود آنها آگاه شوید و برای استفاده از آن بایستی از وجود کدام متخصص استفاده کنید و در نهایت اینکه نحوه تعامل با قانون و اصول کلی قوانین مرتبط با کسب و کار چگونه است.

اصلاحات و تغییرات در قوانین و نحوه تعامل با آن

قوانین ثابت و بدون تغییر نیستند و با گذشت زمان، تغییرات فناوری و ضرورت هماهنگی با مسایل روز و برنامه‌های آتی کشور، قوانین اصلاح یا تغییر می‌یابند. در این گونه موارد یک کارآفرین برای آگاهی از تغییرات چه کاری باید انجام دهد؟

الف) داشتن مشاوران حقوقی آگاه و یا استفاده از کانونهای مشاوره (به نظر می‌رسد اگر هر صنفی در مرکز خود دارای مشاوران حرفه‌ای باشد و به صورت متمرکز همه افراد عضو آن صنف را از قوانین آگاه نماید هزینه استفاده از خدمات حرفه‌ای بصورت قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌یابد).

ب) در شروع هر سال به سازمان‌ها یا ادارات مرتبط مراجعه و از تغییرات قوانین آگاه شویم. در حال حاضر اکثر ادارات و سازمانها دارای مراکز مشاوره و راهنمایی ارباب رجوع می‌باشند؛ مراجعه و ارتباط دائمی با آنان یک مسیر ساده برای آگاهی از تغییرات می‌باشد.

ج) استفاده از رسانه‌ها (نشریات تخصصی، رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها و...) به هر ترتیب انتظار می‌رود یک کارآفرین با بهره‌گیری از ذکاوت و هوش خود نه تنها تغییرات در قوانین را بداند بلکه از منافع آن نیز تا حد ممکن استفاده نماید.

مثال: بر اساس قانون تنظیم بخشی از مقررات تسهیل نوسازی صنایع کشور و اصلاح ماده ۴ آیین نامه ماده ۱۱۳ قانون حمایت صنایع برنامه سوم توسعه به شماره ۱۶/۴۰۶۲۰ مورخ ۱۳۸۲/۶/۱۰ و مصوبه شماره ۳۰۵۸۵/ت/۸۶۰۲ هـ مورخ ۱۳۸۳/۲/۲۶ هیأت وزیران، شرکت‌های صنعتی که در طول برنامه بر اساس شرایط و ضوابطی بسیار ساده نسبت به افزایش سرمایه اقدام نمایند به میزان افزایش سرمایه، درآمد مشمول مالیات آنها معاف از مالیات می‌شد؛ تعدادی از شرکتها با استفاده از همین امتیاز قانونی از میلیاردها تومان معافیت مالیاتی استفاده نمودند. اما بسیاری از شرکتها و مشاغل بخصوص کوچک و تازه تأسیس بعلت عدم آگاهی از آن نتوانستند از این امتیاز و معافیت میلیاردی اعطا شده در قانون استفاده نمایند.

قوانین مرتبط با کسب و کار

با توجه به اینکه قوانین و مقررات مورد نیاز شما به عنوان یک کارآفرین، قوانین کسب و کار هستند ما در این بخش قوانین مربوطه را نام برده و تلفیق قوانین را در حالت‌های مرتبط با مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار کارآفرینانه بیان می‌کنیم.

قوانین مرتبط با کسب و کار شامل قوانین ذیل می باشد:

☑ قانون مالیات‌ها (مستقیم و ارزش افزوده)^۱

۱- این قانون چگونگی پرداخت مالیات را بیان می‌کند.



✓ قانون تجارت^۱

✓ قانون کار^۲

✓ قانون بیمه^۳

✓ قانون بودجه سالیانه

✓ قوانین برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور

✓ قانون بخش تعاون

✓ قانون مدنی

✓ سایر قوانین مرتبط با کسب و کار

در ادامه تلفیق قوانین در حالت‌های مرتبط با مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار ذکر می‌گردد:

بخش اول: قوانین مرتبط با ساختار کارآفرینی

یک واحد کارآفرینی در سه حالت و با دو شخصیت شکل می‌گیرد:

انواع حالت‌ها:

الف) فردی (حقیقی)

ب) شراکت (حقیقی)

ج) شرکت (حقوقی)

انواع شخصیت

الف) حقیقی

ب) حقوقی

فردی (حقیقی)

کسب و کار فردی کسب و کاری است که یک شخص به تنهایی اقدام به راه‌اندازی آن می‌کند و دارایی، بدهی و تعهدات آن به عهده فرد مالک است. مزیت این کسب و کارها، شکل‌گیری آسان، مالکیت انفرادی سود، تصمیم‌گیری و کنترل بدون دخالت دیگران و عمده‌ترین معایب آن، مشکلات در تأمین سرمایه اولیه، تصمیم‌گیری بدون مشارکت، پیامدهای ناشی از آن، وابسته بودن فعالیت واحد کارآفرینی به یک فرد و مشکلات بعد از فوت صاحب کسب و کار می‌باشد.

۱- وظایف یک تاجر و قوانین تجارت را بیان می‌کند.

۲- به شرایط استفاده و ساختار استخدام نیروی انسانی مورد نیاز می‌پردازد.

۳- چگونگی بیمه کسب و کار، کارکنان، شغل و دارایی افراد را در مقابل خطرات بیان می‌کند.

شراکت (حقیقی)

شراکت، کسب و کاری است که در آن دو یا چند نفر به عنوان شریک در سود کسب و کار با یکدیگر مشارکت دارند. از مزایای این روش شکل گیری آسان، تأمین سرمایه اولیه توسط شرکا به سادگی، تصمیم گیری مشارکتی و معایب آن شامل ایجاد مشکل بعد از فوت یکی از شرکا و عدم وجود راهکار مناسب در حل اختلافات است.

اما از دیگر مسائل و مشکلات شراکت می توان به موارد زیر اشاره کرد:

☞ سود چگونه تقسیم شود؟

☞ جدا شدن شرکا چگونه خواهد بود؟

☞ اگر یکی از شرکا مخترع و دیگری رمایه گذار بود رابطه آنها

چگونه تعریف می شود؟

☞ نحوه افزایش و کاهش سرمایه چگونه صورت بگیرد؟

☞ توسعه فعالیت واحد تجاری تحت چه شرایطی انجام شود؟

☞ و...

اگر نتوان روابط حقوقی و قانونی مناسبی برای پاسخ به این سؤالات

یافت در اینصورت امکان تداوم فعالیت وجود نخواهد داشت.

به همین دلیل اکثر مردم از شراکت فراری هستند لذا بهتر است که شکل شراکت را در قالب دیگری جستجو کرد تا

مشکلات بصورت منطقی و قانونی حل شود.

معمولاً در آغاز شراکت، کلیه شرکا بدون چشم داشت خاصی تلاش حداکثری جهت راه اندازی کسب و کار و موفقیت بکار

می گیرند اما پس از رسیدن به مرحله سودآوری و رونق کسب و کار سهم خواهی آغاز شده و معمولاً به علت عدم پیش بینی

قواعد حقوقی برای چنین لحظاتی، سیر نزولی و رکود فعالیت آغاز شده و در نهایت متوقف می شود.

شرکت (حقوقی)

شکلی از کسب و کار شرکاتی است که روابط حقوقی و قانونی در آن وجود دارد. بر این اساس در قانون تجارت و بخش

اشخاص حقوقی مسائل ذیل در اساسنامه شرکت به دقت تبیین شده است تا از مشکلاتی که در شراکت (حقیقی) توضیح داده

شد جلوگیری شود:

☞ وضعیت ورود و خروج شریک

☞ نحوه انحلال واحد تجاری

- ☞ میزان سرمایه و نحوه تقسیم سود واحد تجاری
- ☞ نحوه انتخاب هیأت مدیره و مدیر واحد تجاری
- ☞ نحوه عزل هیأت مدیره و مدیران واحد تجاری
- ☞ ویژگی‌ها و نحوه انتخاب بازررس
- ☞ ویژگی‌ها و نحوه انتخاب حسابرس
- ☞ نحوه کاهش و افزایش سرمایه و ...

انواع شرکت‌ها (اشخاص حقوقی)

- ☑ شرکت سهامی
 - ☑ شرکت با مسئولیت محدود
 - ☑ شرکت نسبی
 - ☑ شرکت تضامنی
 - ☑ شرکت مختلط سهامی
 - ☑ شرکت مختلط غیر سهامی
 - ☑ شرکت تعاونی
 - ☑ شرکت تعاونی سهامی عام
- که در ادامه به اختصار با آنها آشنا خواهید شد.

۱. شرکت سهامی

شرکتی است که سرمایه آن به سهام تقسیم شده و مسئولیت صاحبان سهام محدود به مبلغ اسمی سهام آنها است.

انواع شرکت‌های سهامی

الف) سهامی عام: بخشی از سرمایه (۲۰٪) توسط مؤسسين و بقیه را از طریق انتشار سهام و فروش به مردم تأمین می‌کنند؛ حداقل اعضاء پنج نفر و حداقل سرمایه پنج میلیون ریال می‌باشد و معمولاً برای فعالیت‌های بسیار بزرگ به کار گرفته می‌شود.

به علت شکل‌گیری آسان، یکی از
پرطرفدارترین شرکت‌های تأسیس شده
در ایران سهامی خاص می‌باشد.

ب) سهامی خاص: تمام سرمایه توسط مؤسسين تأمین می‌شود که حداقل اعضاء سه نفر و حداقل سرمایه یک میلیون ریال می‌باشد. به علت شکل‌گیری آسان، یکی از پرطرفدارترین شرکت‌های تأسیس شده

در ایران سهامی خاص می باشد.

۲. شرکت با مسئولیت محدود

شرکتی است که بین دو یا چند نفر برای امور تجاری تأسیس شده و هریک از شرکا بدون اینکه سرمایه به سهام یا قطعات تقسیم شده باشد فقط تا میزان سرمایه خود در شرکت مسئول و متعهد می باشد و در این نوع از شرکت ها، تعداد اعضا حداقل دوف نفر است.



یادت باشد که ...

در نام شرکت باید عبارت با مسئولیت محدود قید شود و گرنه شرکا در مقابل اشخاص ثالث مسئولیت تضامنی خواهند داشت و انتقال سهم الشرکه به موجب اسناد رسمی و با رضایت حداقل سه چهارم اعضا امکان پذیر است.

۳. شرکت تضامنی

شرکتی که تحت نام مخصوصی برای امور تجاری بین دو یا چند نفر با مسئولیت تضامنی تشکیل می شود و خرید و فروش سهام و ورود و خروج شرکا منوط به موافقت کلیه اعضا می باشد. علاوه بر آن تقسیم سود بین شرکا هم می تواند تابعی از سهام و یا براساس توافق شرکا در اساسنامه بدون توجه به درصد سهام باشد.

منظور از تضامنی چیست؟

یعنی اگر دارایی شرکت برای ادای تمام قروض کافی نباشد هر یک از شرکا با کل ثروت و دارایی خود بدون توجه به سهم او از شرکت، مسئول پرداخت تمام قروض شرکت خواهد بود. به دلیل همین مسئولیت نامحدود، یکی از کم طرفدارترین شرکتهای تأسیس شده در ایران شرکت تضامنی می باشد.

آیا می دانید که ...



۴. شرکت نسبی

شرکتی است که بین دو یا چند نفر برای امور تجاری تحت اسم مخصوص تشکیل شده و مسئولیت هریک از شرکا به نسبت سرمایه خواهد بود.

در تأسیس شرکت نسبی رعایت موارد زیر الزامی است:

- ☞ در اسم شرکت عنوان شرکت نسبی یا حداقل یک نفر از شرکا قید می‌شود.
- ☞ اگر سرمایه شرکت جهت بدهی کافی نباشد پس از انحلال طلبکاران می‌توانند به فرد فرد شرکا مراجعه کنند. اگر دارایی شرکت برای تأدیه تمام قروض شرکت کافی نباشد هر یک از شرکا به نسبت سرمایه‌ای که در شرکت دارند مسئول تأدیه قروض می‌باشند.

شرکت مختلط سهامی

"شرکت مختلط سهامی یکی از شرکت‌هایی است که می‌تواند بین مخترع و صاحب سرمایه تشکیل شود."

شرکتی است که تحت اسم مخصوصی بین یک عده شرکاء سهامی و یک یا چند نفر شریک ضامن تشکیل می‌شود. شرکت مختلط سهامی یکی از شرکت‌هایی است که می‌تواند بین مخترع و صاحب سرمایه تشکیل شود.

در شرکت‌های مختلط سهامی

- ☞ مسئولیت شرکای سهامی تا سقف سهام و سرمایه آنان می‌باشد.
- ☞ مسئولیت شرکای ضامن تا سقف کلیه تعهدات و بدهی‌های شرکت می‌باشد.
- ☞ مسئولیت مدیریت شرکت به عهده شریک ضامن است و اسم او در اسم شرکت نیز نوشته می‌شود.

شرکت مختلط غیر سهامی

شرکت مختلط غیر سهامی شرکتی است که بین یک یا چند شریک با مسئولیت محدود بدون انتشار سهام و یک یا چند شریک تضامنی تأسیس می‌شود.

در تأسیس شرکت مختلط غیر سهامی باید موارد زیر را مورد توجه قرار دهید.

- ☞ مسئولیت شرکای با مسئولیت محدود تا سقف سرمایه آنان است.
- ☞ مسئولیت شرکای ضامن تا سقف کلیه تعهدات و بدهی‌های شرکت می‌باشد.
- ☞ مسئولیت مدیریت شرکت به عهده شریک ضامن است و اسم او در اسم شرکت نیز نوشته می‌شود.

پاسخ شما چیست؟ ...

به نظر شما در مورد مسأله ذیل، بهترین نوع شرکتی که می تواند تأسیس شود کدام است؟
شخصی مخترع، مبتکر و صاحب ایده قصد دارد با یک سرمایه گذار، شرکتی تأسیس کنند، وی علاقمند
است کمترین ریسک را متقبل شود

شرکت تعاونی

شرکتی است که بین عده‌ای از صاحبان حِرَف (حداقل هفت نفر) تشکیل می‌شود و شرکا مشاغل خود را برای تولید و
فروش اشیاء یا اجناس بکار می‌برند.
این شرکت‌ها براساس قانون بخش تعاون جمهوری اسلامی ایران تشکیل و اداره می‌گردند.

آیا می‌دانید که ...

شرکت تعاونی سهامی عام چگونه شرکتی است؟
شرکتی است که در آن سهام بصورت بلوکی بوده و ویژگی شرکت‌های سهامی و تعاونی را همزمان
دارا می باشد.



تقسیم بندی کسب و کار در قانون تجارت

- ✓ **مؤسسات تجاری:** شخص حقیقی یا حقوقی است که شغل خود را تجارت قرار می‌دهد. بر این اساس تمام شرکت‌های معرفی شده در فوق ذاتاً تجاری محسوب می‌شوند.^۱
 - ✓ **مؤسسات غیر تجاری:** مؤسسات و تشکیلاتی که برای مقاصد غیر تجاری از قبیل امور علمی و ادبی یا امور خیریه و امثال آن تشکیل شده باشد.^۲
- با این توصیف کارآفرینی عمدتاً شغل تجاری است.

۱- ماده ۳ قانون تجارت

۲- ماده یک آیین‌نامه اصلاحی ثبت تشکیلات و مؤسسات غیرتجاری مصوب ۱۳۳۷



چه قوانینی وجود دارند که تصمیم گیری برای انتخاب ساختار کسب و کار از نظر حقیقی یا حقوقی را تحت تأثیر قرار می دهند؟ این قوانین به شرح زیر می باشد.

◀ معافیت ماده ۱۳۲ و ۱۳۸ قانون مالیاتهای مستقیم (در واحدهای تولیدی و معدنی) فقط در قالب شخصیت حقوقی (و نه حقیقی) اعطا می شود. (دقت کنید معافیت ماده ۱۳۲ در قانون مالیاتهای مستقیم اصلاحیه ۱۳۸۰ در مناطق توسعه یافته به مدت ۴ سال ۸۰ درصد درآمد مشمول مالیات و در مناطق کمتر توسعه یافته به مدت ده سال ۱۰۰ درصد درآمد مشمول مالیات از مالیات معاف می باشد و معافیت ماده ۱۳۸ جهت توسعه واحد تجاری از محل سود و معافیت ۵۰٪ سود به مدت حداکثر ۴ سال می باشد) در ضمن شرکتهای تعاونی در مقایسه با سایر شرکتهای معافیت بیشتری دارند مثلاً بر اساس تبصره ۶ ماده ۱۰۵ قانون مالیاتهای مستقیم شرکتهای تعاونی از نرخ مالیاتی ۲۵٪ تخفیف دارند.

◀ معافیت پایه مالیاتی فقط در قالب شخص حقیقی تعلق می گیرد و در قالب حقوقی امکان پذیر نیست.

◀ پس اگر قصد کار تولیدی و معدنی دارید و یا واحد تجاری شما بزرگ و گسترده است در قالب شخص حقوقی (شرکت) بهتر می توانید از معافیتهای مالیاتی استفاده کنید و لیکن اگر کار شما محدود و کوچک و خدماتی است به علت وجود معافیت پایه در قالب شخص حقیقی بهتر است.

◀ مبلغ معافیت پایه هر سال در قانون بودجه تعیین شده و ممکن است در اصلاحات قانون مالیاتی سالها و درصدها تاحدودی تغییر کند. لذا سعی کنید قبل از تصمیم گیری از میزان و تغییرات آن مطلع شوید.

قوانین مرتبط با نگهداری دفاتر قانونی

یکی از اصلی ترین وظایف شما به عنوان یک مدیر کارآفرین نگهداری دفاتر قانونی است، نگهداری این دفاتر به دلایل زیر ضروری می باشد:

👉 کنترل مالی

👉 بودجه بندی

👉 وجود مدارک لازم جهت ارائه به مراجع قانونی و ...

"عملیات حسابداری که در درون دفاتر قانونی انجام می شود یک سیستم اطلاعاتی است که اطلاعات مورد نیاز را جهت تصمیم گیری فراهم می نماید."

بدون وجود دفتری که از نظر قانونی (قانون تجارت و قوانین مالیاتی) قابل قبول باشد شما در کسب و کارتان موفقیت چندانی به دست نمی‌آورید؛ عملیات حسابداری که در درون دفتر قانونی انجام می‌شود یک سیستم اطلاعاتی است که اطلاعات مورد نیاز را جهت تصمیم‌گیری فراهم می‌نماید. ضمن آنکه بر اساس مواد ۶ و ۱۹ قانون تجارت و ماده ۹۵ قانون مالیات‌های مستقیم نگهداری دفتر قانونی الزامی می‌باشد.

توجه داشته باشید که هر تاجری به استثناء کسبه جزء، مکلف است دفتر (روزنامه، کل، دارایی، کپیه) یا دفاتر دیگری که وزارت عدلیه به موجب نظامنامه، قائم مقام این دفاتر قرار می‌دهد داشته باشد.^۱

یادت باشد که ...

مطابق ماده ۱۹ قانون تجارت، دفاتر کسبه جزء مطابق مقررات نظامنامه وزارت عدلیه مشخص می‌شود (کسبه جزء یعنی اشخاص بند ب و ج ماده ۹۵ قانون مالیاتهای مستقیم).

آیا به نظر شما شیوه دفتر نویسی یک کارخانه بزرگ و یک مغازه دار یکسان است؟ اگر واقعاً یکسان باشد در آن صورت واقعاً امکان دفترنویسی به علت هزینه بالا امکان پذیر نیست. اما در واقع قانون گذار برای ایجاد انضباط مالی در کشور، اشخاص را با توجه به حجم و نوع فعالیت، طبقه بندی و دفترنویسی راحتی را برای آنان پیش بینی نموده است.

تابعیت	نوع شخصیت	طبقه بندی
ایرانی	حقوقی	شرکت‌ها و مؤسسات ثبت شده
	حقیقی	طبق قانون تجارت «تاجر» نامیده می‌شوند.
		بند الف ماده ۹۵ ق.م.م ^۲
		طبق قانون تجارت «کسبه جزء» نامیده می‌شوند.
		بند ب ماده ۹۵ ق.م.م
		بند ج ماده ۹۵ ق.م.م

جدول شماره ۱ : طبقه بندی اشخاص حقیقی و حقوقی

۱- تاجر یعنی اشخاص حقوقی و اشخاص حقیقی بند الف ماده ۹۵ قانون مالیاتهای مستقیم

۲- مخفف قانون مالیات‌های مستقیم



یادت باشد که ...

برای اینکه بدانید چه شغلی در هر گروه قرار می گیرد به ماده ۹۶ قانون مالیاتهای مستقیم مراجعه کنید. اما به طور کلی می توان گفت طبقه بندی الف و ب و ج تقریباً معادل مشاغل بزرگ (صاحبان کارخانه ها، واحدهای تولیدی، هتل ها، بنکداران و...)، متوسط (صاحبان کارگاه های صنعتی، مشاغل ساختمانی، تأسیسات فنی و صنعتی، وکلا و...) و کوچک است که حتی ممکن است در آینده عناوین این مشاغل به همین نام ها تغییر یابد. توصیه ما این است که حتماً در شروع کار از اداره امور مالیاتی کتباً گروه شغلی و طبقه بندی خود را استعلام و بر اساس آن اقدام کنید.

دفتر قانونی مورد نیاز برای اشخاص حقیقی و حقوقی در جدول زیر مشخص شده است:

نوع شخص	نوع دفاتر	محل ثبت و پلمپ دفاتر
حقوقی	دفتر روزنامه و دفتر کل	اداره ثبت اسناد و املاک
حقیقی	بند الف ماده ۹۵	اداره ثبت اسناد و املاک
	بند ب ماده ۹۵	اداره امور مالیاتی
	بند ج ماده ۹۵	ثبت و پلمپ ندارد

جدول شماره ۲: طبقه بندی اشخاص و دفاتر قانونی

منظور از ثبت و پلمپ دفاتر قانونی چیست؟

متصدی دفتر مکلف است صفحات دفتر را شماره، در صفحه اول و آخر دفتر، مجموع صفحات آنرا با تصریح به اسم و

"براساس قانون تجارت، دفتری که برای امضاء به متصدی امضاء تسلیم می شود باید دارای نمره ترتیبی و قیطان کشیده باشد."

رسم صاحب دفتر نوشته و با قید تاریخ، امضاء و دو طرف قیطان را با مهر سربی که وزارت عدلیه برای این مقصود تهیه می نماید منگنه کند. لازم است کلیه اعداد حتی تاریخ با تمام حروف نوشته شود.

«آیین نامه تحریر دفاتر» نحوه تحریر دفاتر مورد اشاره را به طور کامل

توضیح داده است.



مردودی دفاتر به چه معناست؟

دفاتر قانونی باید در مهلت قانونی ثبت و پلمپ و امضاء شوند و دفاتر بدون چنین مشخصاتی هیچ ارزشی نداشته و از نظر مالیاتی مردود می باشند. در این حالت مالیات شما علی الراس شده و معمولاً بیش از واقعیت تعیین خواهد شد. متأسفانه اکثر مشاغل در بدو تأسیس به دلیل عدم آگاهی از شرایط دفتر نویسی از این نظر دچار مشکل می شوند.

۱- زمان ثبت و پلمپ دفاتر

در آیین نامه تحریر دفاتر زمانی که می بایست دفاتر ثبت و پلمپ گردند برای شرکتها و مشاغل در سه وضعیت تعیین شده است:

۱- شرکتها و مشاغل فعال،

۲- شرکتها و مشاغل غیرفعال که مجدداً شروع به فعالیت می کنند،

۳- شرکتها و مشاغل تازه تأسیس.

"مؤدیان مکلف اند برای هر سال مالی فقط از دفاتر امضاء، پلمپ و ثبت شده ظرف یک سال قبل استفاده نمایند مگر اینکه در اثناء سال به علت تمام شدن دفاتر نیاز به دفاتر جدید باشد که در این صورت مجاز به امضاء، پلمپ و ثبت دفاتر جدید هستند."

ثبت و پلمپ دفاتر برای شرکتها و مشاغل فعال به صورتی است که مؤدیان مکلف اند برای هر سال مالی فقط از دفاتر امضاء، پلمپ و ثبت شده ظرف یک سال قبل استفاده نمایند مگر اینکه در اثناء سال به علت تمام شدن دفاتر نیاز به دفاتر جدید باشد که در این صورت مجاز به امضاء، پلمپ و ثبت دفاتر جدید هستند.

اما می بایست تعداد و مشخصات دفاتر مأخوذه برای استفاده در هر سال مالی، در اظهارنامه مالیاتی مربوط به آن سال درج شود. (ماده ۳ آیین نامه تحریر دفاتر)

ثبت و پلمپ دفاتر برای شرکتها و مشاغل غیرفعال که مجدداً شروع به فعالیت می کنند نیز به این صورت است که اگر تا تاریخ امضاء و پلمپ دفتر هیچگونه عمل مالی و پولی صورت نگرفته باشد و همچنین تأخیر در امضاء و پلمپ (تا حد مجاز مقرر در آیین نامه) وجود نداشته باشد، امضاء و پلمپ دفاتر ضمن سال مالی به اعتبار دفاتر خللی وارد نخواهد کرد. (ماده ۱۶ آیین نامه تحریر دفاتر)

ثبت و پلمپ دفاتر برای شرکتها و مشاغل تازه تأسیس نیز به صورت زیر است

✓ تأخیر ثبت دفاتر در مورد اشخاص حقوقی جدید التأسیس از تاریخ ثبت شخص حقوقی و در مورد سایر اشخاص از تاریخ فعالیت تا سی روز مجاز است.

✓ کلیه عملیات ثبت شده در دفاتر روزنامه در هر ماه باید حداکثر تا پانزدهم ماه بعد به دفتر کل منتقل شود.
در مواردی که دفاتر توسط مقامات قضائی با سایر مراجع قانونی از دسترس مؤدی خارج شود و صاحب دفتر از تاریخ وقوع این امر حداکثر ظرف سی روز دفاتر جدید امضاء، پلمپ و عملیات آن مدت را در دفاتر جدید ثبت نماید، تأخیر ثبت عملیات در این مدت به اعتبار دفاتر خللی وارد نخواهد کرد.

به طور خلاصه زمان ثبت و پلمپ دفاتر در جدول زیر آورده شده است:

مشخصه فعالیت	تاریخ ثبت و امضاء و پلمپ دفاتر	مثال
شرکت ها و مشاغل فعال	ظرف حداکثر یک سال مالی قبل از شروع سال مالی	برای سال ۹۰ از ۸۹/۱/۱ تا ۸۹/۱۲/۲۹ فرصت ثبت و پلمپ می باشد.
شرکت های جدید التأسیس	حداکثر تا ۳۰ روز پس از تاریخ ثبت شخص حقوقی	شرکتی که در ۸۹/۶/۱ به ثبت رسیده تا ۸۹/۶/۳۱ فرصت ثبت و پلمپ دفاتر دارد.
شخص حقیقی جدید التأسیس	حداکثر تا ۳۰ روز پس از شروع به فعالیت	شخص حقیقی که شروع به فعالیت آن ۸۹/۶/۱ باشد تا ۸۹/۶/۳۱ فرصت ثبت و پلمپ دفاتر دارد.
شرکتها یا مشاغل غیرفعال که مجدداً شروع به فعالیت می کنند	قبل از شروع به فعالیت مالی و پولی	اگر شرکت یا مشاغل ۶ ماهه اول تعطیل بوده و از ۸۹/۷/۱ قصد ادامه فعالیت دارد باید قبل از ۸۹/۷/۱ دفاتر ثبت و پلمپ شود.

جدول شماره ۳: زمان ثبت و پلمپ دفاتر

یادت باشد که ...

- سعی کنید دفاتری خریداری کنید که حجم دفاتر با حجم عملیات مالی کسب و کار شما متناسب باشد. زیرا اگر دفاتر در ضمن سال تمام شود هرچند پلمپ مجدد دفاتر امکان پذیر است اما مهلت مقرر در ماده ۱۶ آیین نامه تحریر دفاتر محدودیت زیادی را برای شما ایجاد خواهد کرد.
- شما به عنوان مدیر کسب و کارتان در تاریخ های ذکر شده مسأله پلمپ دفاتر را شخصاً پیگیری کنید.

در پایان هر روز یک سطر تکمیل می شود و در پایان ماه پس از تکمیل کل فرم جمع ماه به سطر ماه مربوطه در

خلاصه وضعیت سالانه به شرح زیر انتقال می یابد:

صورت خلاصه وضعیت درآمد و هزینه در سال ...

نام و نام خانوادگی: نام واحد شغلی: نوع فعالیت:

ردیف	ماه	فروش	درآمد	خرید کالا	هزینه ها
	فرورین				
	ردیبهشت				
	خرداد				
	تیر				
	مرداد				
	شهریور				
	مهر				
	آبان				
	آذر				
	دی				
	بهمن				
	اسفند				
	جمع				

امضا

نمایه ۲: صورت خلاصه وضعیت درآمد و هزینه سالانه

شما اگر جزء صاحبان مشاغل بند(ج) هستید می‌توانید برای محاسبه سود و زیان خود در هر سال مالی یکی از روش‌های زیر را در رابطه با موجودی کالای پایان دوره انتخاب کنید، مشروط به اینکه در سال‌های بعد روش انتخابی تداوم داشته باشد و مراتب را نیز به همراه اظهارنامه تسلیمی به اداره امور مالیاتی ذیربط اعلام نمایید.

روش اول: موجودی کالایی که تا پایان سال مالی فروش نرفته است را بر اساس قیمت تمام شده خرید ارزیابی نمایند.

در این صورت موجودی کالای ارزیابی شده پایان سال مالی به عنوان موجودی کالای اول سال بعد منظور خواهد شد و سود و زیان هر سال به صورت زیر محاسبه می‌گردد:

$$\text{موجودی کالا در آخر سال} - \text{هزینه‌ها} + \text{موجودی کالا در اول سال} + \text{خرید} - (\text{درآمدها} + \text{فروش}) = \text{سود(زیان)}$$

روش دوم: معمولاً در مواقعی که موجودی کالا در ابتدا و انتهای دوره با هم تفاوت چندانی نداشته باشد از روش زیر استفاده می‌شود:

$$\text{سود (زیان)} = (\text{هزینه‌ها} + \text{خرید}) - (\text{درآمد خدمات} + \text{فروش کالا})$$

مهلت ارائه خلاصه وضعیت به اداره امور مالیاتی

پس از تکمیل فرم صورت خلاصه وضعیت درآمد و هزینه، یک نسخه از آن را پس از اینکه امضاء کردید به همراه اظهارنامه مالیاتی حداکثر تا پایان تیر ماه سال بعد به اداره امور مالیاتی محل شغل خود ارائه کنید.

۱- در گام بعدی و در بخش حسابداری اطلاعات بیشتری در ارتباط با نحوه تکمیل و کار با این دفاتر به شما ارائه خواهیم نمود.

روش های دفتر نویسی

بعد از مشخص شدن وضعیت ثبت، پلمپ، شکل و ساختار دفاتر در این بخش روش تحریر بر اساس آیین نامه تحریر دفاتر را برای شما بیان می کنیم:

۱- دستی

۲- رایانه ای (استفاده از نرم افزار حسابداری)



یادت باشد که ...

در سیستم دفتر نویسی دستی و رایانه ای وجود دفاتر روزنامه و کل الزامی است.

۱- روش دستی

در مواردی که دفاتر روزنامه و کل نگهداری می شود، کلیه معاملات و سایر رویدادهای مالی و محاسباتی مربوط و در موارد نگهداری دفاتر مشاغل، درآمدها، هزینه ها، خرید و فروش دارایی های قابل استهلاک باید در همان روز و به صورت دستی انجام، حسب مورد در دفاتر روزنامه یا مشاغل ثبت گردد. حداکثر مهلت ثبت عملیات در دفتر روزنامه ۱۵ روز از تاریخ وقوع می باشد.

روش رایانه ای ثبت عملیات چیست؟

اگر شما از سیستم الکترونیکی استفاده می نمایید می بایست حداقل ماهی یک بار خلاصه عملیات داده شده به ماشین های الکترونیکی را در دفاتر روزنامه یا مشاغل ثبت و حداکثر ظرف مهلت تعیین شده به دفتر کل منتقل کنید. برای انتقال عملیات های انجام شده از نرم افزار به دفاتر پلمپ شده، در پایان ماه به سیستم نرم افزار حسابداری مراجعه و پس از اینکه تراز آزمایشی چهارستونی را استخراج کردید، سپس گردش کلیه حساب های یک ماه، مانده همه حساب ها اعم از دائم یا موقت به دفتر روزنامه به صورت دستی منتقل می شود.



کلیه عملیات ثبت شده در دفاتر روزنامه چه در سیستم دستی و چه در سیستم رایانه‌ای هر ماه باید حداکثر تا پانزدهم ماه بعد به دفتر کل منتقل شود.

مؤسساتی که دارای شعبه هستند مکلف‌اند با توجه به روش‌های حسابداری خود خلاصه عملیات شعبه یا شعب خود را در صورتی که دارای دفاتر پلمپ شده باشند، حداقل سالی یک بار (تا قبل از بستن حساب‌ها) و در غیر این صورت ماه به ماه در دفاتر مرکز مؤسسه ثبت کنند.



یادت باشد که ...

سازمان امور مالیاتی کشور می‌تواند به منظور نظارت بر اجرای قوانین و مقررات مالیاتی هیأت‌هایی مرکب از سه نفر را جهت بازدید و کنترل دفاتر قانونی مؤدیان مالیاتی اعزام نماید. در صورتیکه مؤدی از ارائه دفاتر خوداری نماید با موافقت هیأت مذکور درآمد مشمول مالیات سال مربوط از طریق علی‌الرأس تشخیص داده خواهد شد. (ماده ۱۸۱ قانون مالیات‌های مستقیم)

نکته: در بسیاری از موارد مشاهده می‌گردد که حسابداران، نگارش و تحریر دفاتر را برخلاف آیین‌نامه تا چند ماه و حتی تا پایان سال به تأخیر می‌اندازند، در صورتی که اداره امور مالیاتی می‌تواند دفاتر را مردود اعلام کند. لذا به مدیران توصیه می‌گردد اکیداً از تأخیر در تحریر عملیات در دفاتر توسط حسابداران جلوگیری نمایند.

اظهارنامه مالیاتی

پس از تکمیل دفاتر، می‌بایست اظهارنامه مالیاتی تهیه و تنظیم گردد.

اظهارنامه فرمی است که دارای سه قسمت اصلی می‌باشد:

قسمت اول: اطلاعات هویتی صاحبکار شامل نام شخص حقیقی یا حقوقی، مشخصات ثبتی و سجلی آن، محل

سکونت، نشانی قانونی و محل اصلی کسب و کار و شعبات آن و مجوزهای قانونی مورد نیاز برای فعالیت و

قسمت دوم: صورت‌های مالی شامل صورت حساب سود و زیان، ترازنامه و خلاصه وضعیت شغلی.

قسمت سوم: جدول مربوط به محاسبات درآمد مشمول مالیات و مالیات‌های پرداختی.

مهلت تسلیم اظهارنامه مالیاتی به طور خلاصه در جدول زیر نشان داده شده است:

نام شخص	مهلت تسلیم اظهارنامه هر سال
اشخاص حقیقی	بند الف تا پایان تیر ماه سال بعد
	بند ب تا پایان تیر ماه سال بعد
	بند ج تا پایان تیر ماه سال بعد
اشخاص حقوقی	حداکثر تا چهار ماه پس از پایان سال مالی

جدول شماره ۴: مهلت تسلیم اظهارنامه مالیاتی

چند نکته در مورد اظهار نامه مالیاتی وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد. در مورد کارگاه‌ها و واحدهای تولیدی که نوع فعالیت آنان ایجاد دفتر یا فروشگاه در یک یا چند محل دیگر را اقتضا می‌نماید مؤدی می‌بایست کلیه درآمدهای حاصل از فعالیت‌های خود را طی یک اظهارنامه به اداره امور مالیاتی محل وقوع کارگاه یا واحد تولیدی تسلیم نماید. در شرکت‌های مدنی تسلیم اظهارنامه توسط یکی از شرکا موجب اسقاط تکلیف سایر شرکاء نخواهد بود، این امر مانع از تسلیم اظهارنامه مشترک نمی‌باشد.

اظهارنامه مالیاتی مؤدیان شامل ترازنامه و حساب سود و زیان یا حساب درآمد و هزینه یا خلاصه وضعیت درآمد و هزینه، حسب مورد طبق نمونه‌هایی که توسط سازمان امور مالیاتی کشور تعیین می‌شود خواهد بود.

اصلاح اظهارنامه

"اظهارنامه اصلاحی به شرطی قابل ارائه است که اظهارنامه اولیه در مهلت مقرر ارائه شده باشد. اظهارنامه اصلاحی صرفاً بابت اشتباه محاسباتی قابل ارائه است."

اگر در اظهارنامه یا ترازنامه یا حساب سود و زیان تسلیمی شما از نظر محاسبه اشتباهی شده باشد، با ارائه مدارک لازم می‌توانید ظرف یکماه از تاریخ انقضا مهلت تسلیم اظهارنامه نسبت به رفع اشتباه اقدام و اظهارنامه

یا ترازنامه یا حساب سود و زیان اصلاحی را حسب مورد تسلیم نمایید و در هر حال تاریخ اظهارنامه مؤدی، تاریخ تسلیم اظهارنامه اول می‌باشد. اظهارنامه اصلاحی به شرطی قابل ارائه است که اظهارنامه اولیه در مهلت مقرر ارائه شده باشد. اظهارنامه اصلاحی صرفاً بابت اشتباه محاسباتی قابل ارائه است.

نام شخص	مهلت تسلیم اظهارنامه اصلاحی هر سال
اشخاص حقیقی بند الف، ب و ج	تا ۵/۳۱ سال بعد
اشخاص حقوقی	حداکثر یک ماه پس از گذشت چهار ماه از سال مالی

جدول شماره ۵: مهلت تسلیم اظهارنامه مالیاتی



یادت باشد که ...

- به موجب تبصره ۲ ماده ۱۱۹ قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران تسلیم اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر شرط استفاده از هرگونه معافیت مالیاتی است.
- اظهارنامه مالیاتی از طریق اینترنت تکمیل و ارائه می شود در این خصوص با واحد مالیاتی منطقه خود هماهنگی کنید.

قوانین مربوط به نیروی کار

یکی از وظایف اصلی یک کارآفرین ایجاد انگیزه کافی در نیروی کار جهت بهره‌وری بیشتر است. مهمترین نیروی انگیزشی در کارکنان اطمینان از حال و آینده است و این مهم زمانی امکان پذیر می شود که:

- ➡ نیروی کار با یک قرارداد قانونی استخدام شود.
- ➡ حقوق او براساس ضوابط قانونی و عادلانه پرداخت شود.
- ➡ برای دوران بیکاری ناشی از هرگونه مشکلات اجباری، تأمین مالی پیش‌بینی شده باشد.
- ➡ او و خانواده‌اش در برابر بیماری و هزینه‌های درمان بیمه شوند.
- ➡ از آینده و معیشت دوران پیری و بازنشستگی خود مطمئن باشد.
- ➡ در بخشی از سود کار سهیم باشد.

یکی از مدرسان کارآفرینی می‌گوید صاحب شرکتی را می‌شناسم که در بخش معدن فعال است. طی ۱۵ سالی که از او شناخت دارم بیش از ۴۰ درصد فعالیتش سود خالص است. وقتی از او راز موفقیت در کارش را پرسیدم گفت: من به کارگرانم حقوق معمولی می‌دهم ولی تمام کارگران و خانواده‌هایشان را در شرکت سهامدار می‌کنم و ارزش سهام را از سود سالیانه به صورت اقساط کسر می‌کنم؛ به همین دلیل کارگرانم در بدترین شرایط اجازه تعطیلی کار را نمی‌دهند و در نهایت سود سهام خانواده‌هایشان سه برابر حقوقشان شده و خانواده آنها نیز از کارشان حمایت می‌کنند و من نه تنها از واگذاری سهام ضرر نمی‌کنم بلکه چند برابر شرکت‌های دیگر نیز سود می‌کنم.

قوانین استخدام (قرارداد کار و شرایط اساسی انعقاد آن)

قرارداد کار عبارتست از قراردادی کتبی یا شفاهی که به موجب آن کارگر در قبال دریافت حق السعی، کاری را برای مدت موقت یا مدت غیرموقت برای کارفرما انجام می‌دهد. شروط مذکور در قرارداد کار یا تغییرات بعدی آن در صورتی نافذ خواهد بود که برای کارگر مزایایی کمتر از امتیازات مقرر در قانون کار منظور ننماید.^۱

⏏ حداکثر مدت موقت برای کارهایی که طبیعت آنها جنبه غیرمستمر دارد توسط وزارت کار و امور اجتماعی تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

⏏ در کارهایی که طبیعت آنها جنبه مستمر دارد، در صورتی که مدتی در قرارداد ذکر نشود، قرارداد دائمی تلقی می‌شود.

رعایت شرایط ذیل در زمان انعقاد قرارداد کار جهت صحت آن الزامی است:

الف - مشروعیت مورد قرارداد

ب - معین بودن موضوع قرارداد

ج - عدم ممنوعیت قانونی و شرعی طرفین در تصرف اموال یا انجام کار موردنظر.



یادت باشد که ...

اصل بر صحت کلیه قراردادهای کار است، مگر آنکه بطلان آنها در مراجع ذیصلاح به اثبات برسد.

براساس قانون، قرارداد کار علاوه بر مشخصات دقیق طرفین، باید حاوی موارد ذیل باشد:

الف - نوع کار، حرفه یا وظیفه‌ای که کارگر باید به آن اشتغال یابد.

ب - حقوق یا مزد مبنا و لواحق آن

ج - ساعات کار، تعطیلات و مرخصی‌ها

د - محل انجام کار

ه - تاریخ انعقاد قرارداد

و - مدت قرارداد، چنانچه کار برای مدت معین باشد.

ز - موارد دیگری که عرف و عادت شغل یا محل، ایجاب نماید.

در مواردی که قرارداد کار، کتبی باشد قرارداد در چهار نسخه تنظیم می‌گردد که یک نسخه از آن به اداره کار محل، یک نسخه نزد کارگر، یک نسخه نزد کارفرما، نسخه دیگر در اختیار شورای اسلامی کار و در کارگاه‌های فاقد شورا در اختیار نماینده کارگر قرار می‌گیرد.

آیا می‌دانید؟



طرفین می‌توانند با توافق یکدیگر، مدتی را به نام دوره آزمایشی کار تعیین نمایند. در خلال این دوره هر یک از طرفین حق دارد، بدون اخطار قبلی و بی‌آنکه الزام به پرداخت خسارت داشته باشد، رابطه کار را قطع نماید. در صورتی که قطع رابطه کار از طرف کارفرما باشد وی ملزم به پرداخت حقوق تمام دوره آزمایشی خواهد بود و چنانچه کارگر رابطه کار را قطع نماید کارگر فقط مستحق دریافت حقوق مدت انجام کار خواهد بود.

مدت دوره آزمایشی باید در قرارداد کار مشخص شود حداکثر این مدت برای کارگران ساده و نیمه‌ماهر یک ماه و برای کارگران ماهر و دارای تخصص سطح بالا سه ماه می‌باشد. علاوه بر آن هر نوع تغییر حقوقی در وضع مالکیت کارگاه، از قبیل فروش یا انتقال به هر شکل، تغییر نوع تولید، ادغام در مؤسسه دیگر، ملی‌شدن کارگاه، فوت مالک و امثال اینها، در رابطه قراردادی کارگرانی که قراردادش قطعیت یافته است تأثیری نداشته و کارفرمای جدید قائم مقام تعهدات و حقوق کارفرمای سابق خواهد بود.

خاتمه کار

براساس ماده ۲۱، قرارداد کار به یکی از طرق زیر خاتمه می‌یابد:

- الف - فوت کارگر
- ب - بازنشستگی کارگر
- ج - ازکارافتادگی کلی کارگر
- د - انقضای مدت در قراردادهای کار با مدت موقت و عدم تجدید صریح یا ضمنی آن
- ه - پایان کار در قراردادهایی که مربوط به کار معین است.
- و - استعفای کارگر

تعریف حق السعی، مزد و قوانین مربوط به آن

کلیه دریافت‌های قانونی که کارگر به اعتبار قرارداد کار اعم از مزد یا حقوق، کمک عائله‌مندی، هزینه‌های مسکن، خواربار، ایاب و ذهاب، مزایای غیرنقدی، پاداش افزایش تولید، سود سالانه و نظایر آنها دریافت می‌نماید را حق السعی می‌نامند.

در تعریف مزد نیز می‌توان گفت: مزد عبارت است از وجوه نقدی یا غیرنقدی و یا مجموع آنها که در مقابل انجام کار به کارگر پرداخت می‌شود.

چنانچه مزد با ساعات انجام کار مرتبط باشد، مزد ساعتی و در صورتی که براساس میزان انجام کار و یا محصول تولیدشده باشد، کارمزد و چنانچه براساس محصول تولیدشده و یا میزان انجام کار در زمان معین باشد، کارمزد ساعتی نامیده می‌شود.

مزد ثابت = مجموع مزد شغل و مزایای ثابت پرداختی به تبع شغل

در کارگاه‌هایی که دارای طرح طبقه‌بندی و ارزیابی مشاغل نیستند منظور از مزایای ثابت پرداختی به تبع شغل، مزایایی است که برحسب ماهیت شغل یا محیط کار و برای ترمیم مزد در ساعات عادی کار پرداخت می‌شود از قبیل: مزایای سختی کار، مزایای سرپرستی، فوق‌العاده شغل و غیره.

در کارگاه‌هایی که طرح طبقه‌بندی مشاغل به مرحله اجراء درآمده است مزد گروه و پایه، مزد مبنا را تشکیل می‌دهد.

مزایای رفاهی و انگیزه‌ای از قبیل کمک هزینه مسکن، خواربار و عائله‌مندی، پاداش افزایش تولید و سود سالانه جزء مزد ثابت و مزد مبنا محسوب نمی‌شود.



یادت باشد که ...

شما به عنوان کارفرما موظفید در ازای انجام کار در ساعات تعیین‌شده قانونی به هیچ کارگری کمتر از حداقل مزد جدید تعیین‌شده پرداخت نمایند و در صورت تخلف، ضامن تأدیه مابه‌التفاوت مزد پرداخت‌شده و حداقل مزد جدید می‌باشند.

حداقل مزد منحصرأ باید به صورت نقدی پرداخت شود و پرداخت‌های غیرنقدی به هر صورت که در قراردادها پیش‌بینی می‌شود به عنوان پرداختی تلقی می‌شود که اضافه بر حداقل مزد است. کارگران برای روزهای جمعه، تعطیلات رسمی و مرخصی، استحقاق دریافت مزد را دارند. مأخذ محاسبه، میانگین کارمزد آنها در روزهای کارکرد آخرین ماه کار آنهاست. مبلغ پرداختی در هر حال نباید کمتر از حداقل مزد قانونی باشد.

ساعت کار و کارکرد کارگران

ساعت کار در قانون کار مدت زمانی است که کارگر و یا نیرو وقت خود را به منظور انجام کار در اختیار کارفرما قرار می‌دهد. به غیر از مواردی که در این قانون کار مستثنی شده است ساعات کار کارگران در شبانه‌روز نباید از ۸ ساعت تجاوز نماید. در کارهای سخت و زیان آور و زیرزمینی، ساعات کار نباید از شش ساعت در روز و ۳۶ ساعت در هفته تجاوز نماید. (ماده ۵۲)

آیا می‌دانید که ... ؟

کار روز کارهایی است که زمان انجام آن از ساعت ۶ بامداد تا ۲۲ می‌باشد و کار شب کارهایی است که زمان انجام آن بین ۲۲ تا ۶ بامداد قرار دارد. کار مختلط نیز کارهایی است که بخشی از ساعات انجام آن در روز و قسمتی از آن در شب واقع می‌شود. در کارهای مختلط، ساعاتی که جزء کار شب محسوب می‌شود کارگر از فوق‌العاده موضوع ماده ۵۸ قانون کار استفاده می‌نماید.

در کار نوبتی ممکن است ساعات کار از ۸ ساعت در شبانه‌روز و چهل و چهار ساعت در هفته تجاوز نماید، لکن جمع ساعات کار در چهار هفته متوالی نباید از ۱۷۶ ساعت تجاوز کند. هر ساعت کار در شب تنها به کارگران غیرنوبت ۳۵ درصد اضافه بر مزد ساعت کار عادی تعلق می‌گیرد.

ارجاع کار اضافی

در شرایط عادی ارجاع کار اضافی به کارگر با شرایط ذیل مجاز است:

الف- موافقت کارگر

ب- پرداخت ۴۰ درصد اضافه بر مزد هر ساعت کار عادی

حداکثر ساعت کار اضافی ارجاعی به کارگران در روز ۴ ساعت می‌باشد. (که البته با توافق طرفین قابل افزایش است)

ارجاع ساعت کار اضافی با تشخیص کارفرما به شرط پرداخت اضافه کاری در شرایط ویژه‌ای که در ماده ۶۰ قانون کار تعیین شده تا سقف ۸ ساعت در روز مجاز است. در صورت عدم تأیید ضرورت کار اضافی توسط اداره کار و امور اجتماعی محل، کارفرما مکلف به پرداخت غرامت و خسارات وارده به کارگر خواهد بود.

پس از انجام کار کارفرما می‌بایست ظرف مدت ۴۸ ساعت موضوع را به اداره کار اطلاع دهد که در صورت عدم تأیید ضرورت کار اضافی توسط اداره کار، کارفرما می‌بایست غرامت و خسارات وارده به کارگر را پرداخت نماید.

ارجاع کار اضافی به کارگرانی که کار شبانه یا کارهای خطرناک و سخت و زیان آور انجام می دهند ممنوع است. (کارهای سخت و زیان آور و زیرزمینی به موجب آئین نامه ای خواهد بود که توسط شورایی عالی حفاظت فنی و بهداشت کار و شورایی عالی کار تهیه شده و به تصویب وزرای کار و امور اجتماعی و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی می رسد).



یادت باشد که ...

کارفرما با توافق کارگران، نماینده یا نمایندگان قانونی آنان می تواند ساعات کار را در بعضی از روزهای هفته کمتر از میزان مقرر و در دیگر روزها اضافه بر این میزان تعیین کند به شرط آنکه مجموع ساعات کار هر هفته از ۴۴ ساعت تجاوز نکند.

تعطیلات

روز جمعه، روز تعطیل هفتگی کارگران با استفاده از مزد می باشد.

در قوانین تعطیلات، مواردی وجود دارد که می بایست مورد توجه قرار گیرد، این موارد که به صورت تبصره در قانون ذکر شده است عبارتند از:

☞ در امور مربوط به خدمات عمومی نظیر آب، برق، اتوبوسرانی و یا در کارگاههایی که حسب نوع یا ضرورت کار و یا توافق طرفین، به طور مستمر روز دیگری برای تعطیل تعیین شود همان روز در حکم روز تعطیل هفتگی خواهد بود و به هرحال تعطیل یک روز معین در هفته اجباری است کارگرانی که به هر عنوان به این ترتیب روزهای جمعه کار می کنند، در مقابل عدم استفاده از تعطیل روز جمعه ۴۰ درصد اضافه بر مزد دریافت خواهند کرد.

☞ در صورتی که روزهای کار در هفته کمتر از شش روز باشد، مزد روز تعطیل هفتگی کارگر معادل یک ششم مجموع مزد یا حقوق دریافتی وی در روزهای کار در هفته خواهد بود.

☞ کارگاههایی که با انجام ۵ روز کار در هفته و ۴۴ ساعت کار قانونی کارگانشان از دو روز تعطیل استفاده می کنند، مزد هر یک از دو روز تعطیل هفتگی برابر با مزد روزانه کارگران خواهد بود.



یادت باشد که ...

علاوه بر تعطیلات رسمی کشور، روز کارگر (۱۱ اردیبهشت) نیز جزء تعطیلات رسمی کارگران به حساب می آید.

مرخصی

مرخصی استحقاقی سالانه کارگران با استفاده از مزد و احتساب چهار روز جمعه، جمعا یک ماه است. سایر روزهای تعطیل جزء ایام مرخصی محسوب نخواهد شد. برای کار کمتر از یک سال، مرخصی مزبور به نسبت مدت کار انجام یافته محاسبه می‌شود.

مرخصی سالیانه کارگرانی که به کارهای سخت و زیان آور اشتغال دارند ۵ هفته می‌باشد. استفاده از این مرخصی، حتی‌الامکان در دو نوبت و در پایان هر شش ماه کار صورت می‌گیرد. کارگر نمی‌تواند بیش از ۹ روز از مرخصی سالانه خود را ذخیره کند. طبق ماده ۷۳ کلیه کارگران در موارد ذیل حق برخورداری از سه روز مرخصی با استفاده از مزد را دارند:

الف- ازدواج دائم

ب- فوت همسر، پدر، مادر و فرزندان

مدت مرخصی استعلاجی، با تأیید سازمان تأمین اجتماعی، جزء سوابق کار و بازنشستگی کارگران محسوب خواهد شد.

بهداشت کارگران

برای صیانت نیروی انسانی و منابع مادی کشور رعایت دستورالعمل‌هایی که از طریق شورای عالی حفاظت فنی جهت تأمین حفاظت فنی و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی جهت جلوگیری از بیماری‌های حرفه‌ای و تأمین بهداشت کار و کارگر و محیط کار تدوین می‌شود، برای کلیه کارگاه‌ها، کارفرمایان، کارگران و کارآموزان الزامی است.

به کارگیری اتباع بیگانه

طبق قوانین، اتباع بیگانه نمی‌توانند در ایران مشغول به کار شوند مگر آنکه اولاً دارای روادید ورود با حق کار مشخص بوده و ثانیاً مطابق قوانین و آئین‌نامه‌های مربوطه، پروانه کار دریافت دارند.

پایان کار

کارفرمایان مکلفند پس از پایان قرارداد کار بنا به درخواست کارگر، گواهی انجام کار با قید مدت، زمان شروع و پایان و نوع کار انجام شده را به وی ارائه نمایند.

حق بیمه

"قانون تأمین اجتماعی نرخ پرداخت حق بیمه را مشخص می‌نماید که در حال حاضر ۷ درصد سهم بیمه‌شده و ۲۰ درصد سهم کارفرما می‌باشد."

کارفرما مکلف است حق بیمه مربوط به هر ماه را حداکثر تا آخرین روز ماه بعد به سازمان بپردازد. در صورتی که کارفرما از ارسال صورت مزدهای مذکور خودداری کند سازمان می‌تواند حق بیمه را رأساً تعیین و از کارفرما مطالبه و وصول نماید. (از طریق بازرسی از کارگاه یا حسابرسی از دفاتر کارگاه‌های داری

شخصیت حقوقی). قانون تأمین اجتماعی نرخ پرداخت حق بیمه را مشخص می‌نماید که در حال حاضر ۷ درصد سهم بیمه‌شده و ۲۰ درصد سهم کارفرما می‌باشد.



یادت باشد که ...

براساس ماده ۵ قانون بیمه بیکاری حق بیمه ۳ درصد مزد بوده که توسط کارفرما تأمین می‌شود.

مالیات حقوق کارگران

براساس قانون مالیاتها اگر کارفرما به کارگر حقوق و مزایا می‌دهد موظف است مالیات را از حقوق کارگر کسر و به حساب مالیاتی واریز کند. برای محاسبه حقوق لازم است در ابتدای هر سال به اداره مالیاتی محل مراجعه کنید و بر اساس جدول مالیاتی حقوق اعلام شده مالیات متعلقه را واریز کنید.

بر اساس قانون مالیات مستقیم: پرداخت‌کنندگان حقوق در هنگام هر پرداخت یا تخصیص آن مکلفند مالیات متعلق را طبق مقررات ماده ۸۵ قانون مالیاتهای مستقیم محاسبه، کسر و ظرف سی روز، ضمن تسلیم فهرستی متضمن نام و نشانی دریافت‌کنندگان حقوق و میزان آن به اداره امور مالیاتی محل پرداخت و در ماههای بعد فقط فهرست تغییرات را ارائه دهند.



یادت باشد که ...

- ◀ شما ۳۰ روز از تاریخ پرداخت یا تخصیص فرصت دارید لیست حقوق و دستمزد را به اداره امور مالیاتی ارائه کنید. دقت کنید مهلت تسلیم حقوق و دستمزد به اداره امور مالیاتی ۳۰ روز می‌باشد و نه یکماه.
- ◀ تخصیص حقوق نیز همانند پرداخت حقوق می‌باشد و نیز در تخصیص، حقوق کارمند پرداخت نمی‌شود اما بایستی مالیات ظرف ۳۰ روز پرداخت شود.
- ◀ ممکن است میزان دریافتی حقوق بگیر کمتر از میزان معافیت بوده و مشمول مالیات نیز نباشد اما لیست حقوق را حتماً ارائه دهید.

در صورت تخلف کارفرمایان از وظایف فوق، در مواردی که پرداخت‌کنندگان حقوق، مالیات متعلق را در موعد مقرر نپردازند یا کمتر از میزان واقعی پرداخت نمایند، اداره امور مالیاتی محل اشتغال حقوق بگیر و اداره امور مالیاتی محل پرداخت‌کننده حقوق، مکلف است مالیات متعلق را به انضمام جرایم تعیین شده محاسبه و از پرداخت‌کنندگان حقوق که در حکم مؤدی می‌باشند به موجب برگ تشخیص با رعایت مهلت مقرر در ماده (۱۵۷) قانون مالیات مستقیم (۵ سال) مطالبه کند.

ماده ۱۹۷	جریمه عدم ارائه و تسلیم لیست حقوق ظرف ۳۰ روز	=	معادل ۲٪ مبلغ حقوق پرداختی
ماده ۱۹۹	جریمه عدم پرداخت مالیات در مهلت مقرر یا کسر پرداختی	=	معادل ۲۰٪ مبلغ مالیات متعلقه



یادت باشد که ...

- اگر با کسی قرارداد بسته اید حداکثر ظرف ۳۰ روز یک نسخه از آن را به اداره مالیات ارسال کنید. تأخیر یا عدم ارائه قرارداد مشمول جریمه معادل ۱ درصد قرارداد و عدم کسر مالیات جریمه‌ای معادل ۲۰ درصد مالیات خواهد بود.
- از اداره مالیاتی کتباً سوال کنید آیا قرارداد مشمول کسر ۵ درصد مالیات تکلیفی ماده ۱۰۴ قانون مالیات‌های مستقیم می‌باشد یا خیر؟ اگر مشمول بود در هر پرداخت ۵ درصد کسر و ظرف ۳۰ روز به حساب مالیات واریز کنید.
- نسخه‌ای از قرارداد را به تأمین اجتماعی ارسال و اگر مشمول کسر بیمه بود بیمه متعلقه را کسر کنید.

معافیت‌های مالیاتی

- برخی از معافیت‌های مالیاتی که حقوق افراد و نیروی انسانی را شامل می‌شود عبارتند از:
- حقوق هر فرد در سال برابر معافیت پایه سالیانه از پرداخت مالیات معاف است این رقم برای سال ۱۳۹۱ معادل ۶۶.۰۰۰.۰۰۰ ریال می‌باشد.
- عیدی نیز تا یک دوازدهم معافیت پایه سالیانه از پرداخت مالیات معاف است.
- مزایای غیرنقدی تا دو دوازدهم معافیت پایه سالیانه از پرداخت مالیات معاف است.
- حق سنوات و پاداش پایان خدمت که به کارکنان در زمان بازنشستگی یا کارافتادگی پرداخت می‌شود معاف از مالیات است.

نوع شغل و قوانین مربوط به آن

- شغل شما چگونه شغلی است و چگونه آن را انتخاب کرده‌اید؟
- حرفه جدید و شروع کسب و کاری از صفر است و سابقه قبلی ندارد. (ابتکار و اختراع)
- در ادامه کسب و کارهای قبلی و با تغییر روش‌ها و شیوه‌های اجرایی است.

کشاورزی

براساس ماده ۲۸ قانون فوق برای موارد زیر نمی‌توان تقاضای ثبت نمود:

نقشه‌های مالی

هر اختراع یا تکمیلی که مخل انتظامات عمومی یا منافی عفت یا مخالف حفظالصحه عمومی باشد.

👉 فرمول‌ها و ترکیبات دارویی

یادت باشد که ...

علاوه بر مرجع قانونی برای ثبت اختراع اداره کل مالکیت صنعتی در تهران و یا اداره ثبت اسناد و املاک در استان‌ها می‌باشد.

مدارک لازم جهت ثبت اختراع

برای ثبت اختراع، اظهارنامه طبق نمونه چایی اداره ثبت تکمیل و به همراه مدارکی چون توصیف مشروح اختراع و نقشه‌های قابل فهم از اختراع به اداره ثبت در سه نسخه تحویل می‌شود.

اظهارنامه اختراع فرمی حاوی هویت و تابعیت دقیق مخترع و توصیف و توضیح کامل موضوع اختراع بوده و معمولاً نقشه اختراع روی کاغذی به اندازه طول ۳۴ و عرض ۲۲ سانتی متر و یک‌رو و دارای شماره مسلسل‌وار چاپی و دارای قیطان و منگنه می‌باشد. (ماده ۲۴ و ۲۷)

از تاریخ وصول اظهارنامه به دفتر، شعبه اختراعات اداره ثبت ظرف ۱۵ روز اظهارنامه و ضمایم آن را با قوانین تطبیق داده و در صورت وجود نواقص، بصورت کتبی به درخواست‌کننده اعلام و به ساکن ایران دو ماه و ساکن خارج از کشور شش ماه مهلت رفع نقص داده می‌شود؛ در صورت عذر موجه مدت مذکور یکبار تمدید می‌گردد و اگر اظهارنامه رد شود کتباً به درخواست‌کننده اعلام می‌شود و حق شکایت نامبرده به دادگاه محفوظ است. (ماده ۲۹)

اگر اظهارنامه پذیرفته شود کلیه مشخصات موضوع اختراع و هویت مخترع در دفتر مخصوص ثبت و ورقه اختراع صادر می‌گردد (ورقه اختراع حاوی کلیه مشخصات اختراع، مخترع و شماره و تاریخ ثبت اختراع و اظهارنامه می‌باشد) و یک نسخه از توصیف اختراع، خلاصه آن و نقشه‌ها به آن بوسیله منگنه ضمیمه و مهر می‌شود.

در مدت ۳۰ روز پس از ثبت اختراع اداره مربوطه موارد ذیل را با امضای رئیس شعبه ثبت علائم تجاری و اختراعات در روزنامه رسمی کشور منتشر و آگهی می‌کند. (ماده ۳۲)

شماره ثبت اختراع

👉 مدت اعتبار ورقه اختراع

✎ نام صاحب اختراع و نشانی کامل او

✎ موضوع اختراع

براساس تبصره ۳ ماده ۱۷ قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران، سازمان ثبت اسناد و املاک کشور موظف است صرفاً پس از ارائه گواهی ممیزی علمی اختراعات از سوی مراجع ذیصلاح نسبت به ثبت اختراعات اقدام نماید.^۱

مدت اعتبار ورقه اختراع بنا به درخواست مخترع ۵ الی ۲۰ سال بوده و در صورتی محفوظ است که صاحب اختراع هر سال

"مدت اعتبار ورقه اختراع بنا به درخواست مخترع ۵ الی ۲۰ سال بوده و در صورتی محفوظ است که صاحب اختراع هر سال حق ثبت اعتبار را به اداره ثبت بپردازد."

حق ثبت اعتبار را به اداره ثبت بپردازد

چنانچه پرداخت اقساط اعتبار بیش از سه ماه به تعویق بیفتد اعتبار اختراع از بین رفته و هر کسی می تواند از آن استفاده کند.

نکته: مخترع باید ظرف ۵ سال اختراع را عملی کند و یا واگذاری آن را در

روزنامه آگهی نماید.

آیا می دانید که ...



به منظور تجاری سازی اختراعات و توسعه و انتشار فناوری، دولت براساس ماده ۱۷ برنامه پنجم توسعه مجاز است اقدامات حمایتی را از شرکتهای دانش بنیان بعمل آورد:

➤ حمایت مالی و تسهیل شکل گیری و توسعه شرکتهای کوچک و متوسط خصوصی و تعاونی که در زمینه تجاری سازی دانش و فناوری به ویژه تولید محصولات مبتنی بر فناوری های پیشرفته و صادرات خدمات فنی و مهندسی فعالیت می کنند و نیز حمایت از راه اندازی مراکز رشد و پارک های علم و فناوری از طریق بخش دولتی.

➤ تأمین و پرداخت بخشی از هزینه های ثبت اختراعات و تولید و حمایت مالی از تولیدکنندگان برای خرید دانش فنی و امتیاز اختراعات

➤ معافیت مالیاتی شرکتهای دانش بنیان در پارک های علم و فناوری و مراکز رشد به مدت ۱۰

سال

۲- قوانین مربوط به کسب و کارهایی که در ادامه کسب و کارهای قبلی با تغییر روش ها و شیوه های اجرایی یا با همان روش ها و شیوه ها راه اندازی می شوند

بعضی شغل‌ها همگانی است و شروع آن مستلزم اجازه کسی نیست و فقط بایستی مجوز قانونی برای شروع آن داشته باشیم. اما شغل‌هایی هستند که انحصار آن در اختیار مخترعین آن می‌باشد؛ در این صورت باید حق‌الاختراع صاحب آن در دوره اعتبار برگه اختراع پرداخت شود.

مجوزهای تأسیس، راه‌اندازی و بهره‌برداری

مجوز به مفهوم دریافت اجازه کتبی از مرجع ذیصلاح برای شروع و ادامه یک فعالیت تجاری است و بدون آن امکان قانونی فعالیت وجود ندارد.

برای هر شغلی، مرجعی وجود دارد که مجوز لازم را برای فعالیت در آن حوزه صادر می‌کند که عمده‌ترین آنها به شرح زیر است:

- ☑ مجوز بهره‌برداری از معدن: صادره از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت برای اکتشاف و بهره‌برداری از معادن
- ☑ مجوز تأسیس و بهره‌برداری از واحدهای صنعتی و تولیدی: صادره از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت بخصوص جهت فعالیت در شهرکها و نواحی صنعتی

با مراجعه به سازمان فوق می‌توان مجوز تأسیس دریافت نمود اگر شغلی که شما آن را درخواست نموده‌اید فاقد بازار باشد به شما گفته شده و معمولاً مجوز صادر نمی‌شود.

از طرف دیگر شما اگر کارآفرین باشید با مراجعه به سازمان فوق، با کالاهای مورد نیاز و دارای کمبود در جامعه یا منطقه خاص آشنا می‌شوید با توجه به اینکه این کمبودها توسط کارشناسان خبره شناسایی شده‌اند فرصت خوبی برای کارآفرینی و سرمایه‌گذاری هستند. (هر کمبودی یک فرصت است)

معمولاً در این موارد حتی شهرکهای صنعتی نیز مناطق متمرکز و مختص گروههای همسان شغلی را پیش‌بینی و طراحی نموده و با استفاده از کمک‌های دولت زیر ساختهای لازم را نیز ایجاد می‌کنند.

- ☑ مجوز طرح و توسعه: صادره از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت با ارائه طرح توجیهی این مجوز برای واحدهای صنعتی برای افزایش کمیت و کیفیت محصول فعلی و یا تولید محصول جدید صادر می‌شود (با استفاده از این مجوز می‌توان از معافیت مالیاتی موضوع ماده ۱۳۸ قانون مالیاتها نیز استفاده نمود. برای آگاهی از روش استفاده از این معافیت با اداره امور مالیاتی خود مشورت بگیرید)

- ☑ مجوز وزارت بهداشت: پروانه بهره‌برداری ویژه تولید مواد غذایی و دارویی و بهداشتی و آرایشی صادره توسط اداره بهداشت دانشگاه علوم پزشکی

- ☑ کارت بازرگانی: صادره توسط اتاق بازرگانی استان‌ها جهت واردات و صادرات کالا (در طول برنامه پنجم صد در صد صادرات کالا و خدمات به خارج از کشور از پرداخت مالیات معاف است.)

- ✓ پروانه کسب: صادره توسط اتحادیه‌های نظام صنفی کشور جهت فعالیت در یک شغل یا حرفه برای اشخاص حقیقی.
- ✓ مجوزهای صادره توسط شهرداری، شرکت شهرکهای صنعتی، جهادکشاورزی، اداره راه و شهرسازی و میراث فرهنگی برحسب مورد(لازم است قبل از شروع به هر احداث یا ساخت بنایی درخصوص نوع مجوز تحقیق شود چون ممکن است اگر بدون تحقیق این کار را شروع کنید به دلایل قانونی مجوز لازم صادر نشود که در آن صورت متضرر می‌شوید)
- ✓ مجوز و گواهی استفاده از معافیت ماده ۱۳۲ و ۱۳۸ قانون مالیاتهای مستقیم: صادره توسط کارگروه تخصصی معافیت مستقر در ادارات مالیاتی صرفاً جهت واحدهای تولیدی در قالب شخصیت حقوقی. بعد از گرفتن پروانه بهره‌برداری با مراجعه به اداره مالیاتی مربوطه و ارائه مجوز تأسیس و پروانه بهره‌برداری این گواهی صادر می‌شود.
- ✓ مجوز حفر چاه آب: برای حفر چاه آب جهت مزارع زراعی باید از ادارات امور آب استانی اقدام نمود.
- ✓ گواهی رتبه‌بندی از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی(معاونت ریاست جمهوری) جهت فعالیتهای پیمانکاری و ...

نوع شغل و رابطه آن با معافیت مالیاتی در قانون مالیاتهای مستقیم

در نظام‌های مالیاتی معمولاً معافیت‌هایی برای بعضی از شغل‌ها در نظر گرفته می‌شود که قانون مالیاتی ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست. اما این سوال مطرح است که چرا بعضی از درآمدها از مالیات معافند؟ به طور کلی هدف از این معافیت‌ها را می‌توان موارد زیر دانست:

- | | |
|--|---|
| "به هر ترتیب اعطای معافیت به منظور خاصی که مدنظر قانونگذار است در قوانین اعمال می‌شود که ممکن است برای اعطای آن شرایطی مقرر شده باشد. وجود معافیت حاکی از حمایت دولت از آن شغل و همچنین بیانگر نوعی کمبود و فرصتی برای سرمایه‌گذاری است." | <p>۱- حمایت از تولید و اشتغال مولد در سال‌های اولیه افتتاح کارخانجات تولیدی (همانند ماده ۱۳۲ ق.م.م)</p> <p>۲- هدایت سرمایه‌گذاری به سمت صنایعی خاص یا منطقه‌ای محروم (همانند ماده ۱۳۴ و ۱۳۲)</p> <p>۳- حمایت از امنیت غذایی جامعه (ماده ۸۱ کشاورزی و دامداری)</p> <p>۴- حمایت از تولیدات فرهنگی و هنری و گسترش فرهنگ جامعه (بند «ل» ماده ۱۳۹ ق.م.م)</p> <p>۵- گسترش سلامتی عمومی و نشاط در جامعه (معافیت ماده ۱۳۴</p> |
|--|---|

اماکن ورزشی)

به هر ترتیب اعطای معافیت به منظور خاصی که مدنظر قانونگذار است در قوانین اعمال می‌شود که ممکن است برای اعطای آن شرایطی مقرر شده باشد. وجود معافیت حاکی از حمایت دولت از آن شغل و همچنین بیانگر نوعی کمبود و فرصتی برای سرمایه‌گذاری است.



یادت باشد که ...

ضوابط، حدود و میزان معافیت‌ها معمولاً تغییر می‌کنند پس لازم است در شروع هر شغلی در این خصوص تحقیق کنید.

معافیت خاص شرکت‌های تولیدی و معدنی^۱

درآمد مشمول مالیات ابرازی ناشی از فعالیت‌های تولیدی و معدنی در واحدهای تولیدی یا معدنی در بخش‌های تعاونی و خصوصی که از اول سال ۱۳۸۱ به بعد از طرف وزارتخانه‌های ذیربط برای آنها پروانه بهره‌برداری صادر یا قرارداد استخراج و فروش منعقد می‌شود به میزان هشتاد درصد و به مدت چهار سال و در مناطق کمتر توسعه‌یافته به میزان صد درصد و بمدت ده سال از مالیات موضوع ماده (۱۰۵) این قانون معاف هستند.



یادت باشد که ...

- معافیت تولیدی و معدنی صرفاً در قالب اشخاص حقوقی امکان‌پذیر است و اشخاص حقیقی بند «الف» و «ب» و «ج» ماده ۹۵ و شرکت‌های دولتی نمی‌توانند از این معافیت استفاده کنند.
سه شرط استفاده از این معافیت:

- ۱- دارای پروانه بهره‌برداری از مراجع ذیصلاح باشد.
- ۲- در شعاع ۳۰ کیلومتری مراکز استان‌ها و شهرستان‌های دارای سیصد هزار نفر جمعیت و ۱۲۰ کیلومتری تهران و ۵۰ کیلومتری اصفهان نباشد.
- ۳- برابر تبصره ماده ۱۹۳ قانون مالیات‌های مستقیم اظهارنامه مالیاتی در مهلت مقرر تسلیم شده باشد. (تبصره ماده ۱۹۳: عدم تسلیم اظهارنامه و ترازنامه و حساب سود و زیان در دوره معافیت موجب عدم استفاده از معافیت مقرر در سال مربوطه خواهد بود).

- این معافیت صرفاً به درآمد مشمول مالیات ابرازی تعلق می‌گیرد و نه درآمد مشمول مالیات تعیین‌شده توسط اداره امور مالیاتی

معافیت طرح و توسعه

آن قسمت از سود ابرازی شرکت‌های تعاونی و خصوصی که برای توسعه و بازسازی و نوسازی یا تکمیل واحدهای موجود صنعتی و معدنی خود یا ایجاد واحدهای جدید صنعتی یا معدنی در آن سال مصرف گردد از ۵۰ درصد مالیات متعلق موضوع ماده (۱۰۵) این قانون معاف خواهد بود مشروط بر این که قبلاً اجازه توسعه یا تکمیل یا ایجاد واحد صنعتی و یا معدنی جدید در قالب طرح سرمایه‌گذاری معین از وزارتخانه ذیربط تحصیل شده باشد. در صورتی که هزینه اجرای طرح یا طرح‌های یاد شده در هر سال مازاد بر سود ابرازی همان سال باشد و یا از هزینه طرح سرمایه‌گذاری کمتر باشد شرکت می‌تواند از معافیت مذکور در محاسبه مالیات سود ابرازی سال‌های بعد حداکثر به مدت سه سال و به میزان مازاد مذکور و یا باقی مانده هزینه اجرای کامل طرح بهره‌مند شود.

تبصره ۱: در صورتیکه شرکت، قبل از تکمیل، اجرای طرح را متوقف نماید یا ظرف یک سال پس از مهلت تعیین‌شده در طرح سرمایه‌گذاری، آن را به بهره‌برداری نرساند و یا ظرف پنج سال پس از شروع بهره‌برداری آن را تعطیل، منحل و یا منتقل نماید معادل معافیت‌های مالیاتی منظور شده در این ماده برای اجرای طرح و جرائم متعلقه موضوع ماده (۱۹۰) این قانون از شرکت وصول خواهد شد.

تبصره ۲: واحدهای صنعتی جدید که با استفاده از معافیت‌های مندرج در این ماده تأسیس می‌شوند نمی‌توانند از معافیت‌های مالیاتی موضوع ماده (۱۳۲) این قانون استفاده نمایند.



یادت باشد که ...

- استفاده از معافیت طرح و توسعه منحصراً برای شرکت‌های خصوصی و تعاونی بوده و اشخاص حقیقی بند «الف» و بند «ب» و بند «ج» و شرکت‌های دولتی نمی‌توانند از آن استفاده کنند.
- طرح توجیهی توسعه در قالب طرح سرمایه‌گذاری «معین» قبل از شروع طرح بایستی به وزارتخانه مربوطه ارائه و مجوز دریافت شود.
- هزینه طرح سرمایه‌گذاری و تاریخ شروع و پایان طرح باید در گزارش توجیهی به تفکیک مشخص شده باشد.
- انجام هزینه‌های طرح در حساب جداگانه نگهداری و قابل تطبیق با هزینه‌های مندرج در گزارش توجیهی باشد، گزارش توجیهی، مستندات و مدارک مربوط به طرح سرمایه‌گذاری همراه با اظهارنامه مالیاتی اولین سال اجرای طرح به اداره مالیاتی تسلیم شود.

براساس بند الف ماده ۱۵۹ قانون برنامه پنجم توسعه به منظور تسهیل و تشویق سرمایه‌گذاری صنعتی و معدنی در کشور معافیت موضوع ماده ۱۳۸ قانون مالیات‌های مستقیم و اصلاحات بعدی در طول برنامه (۹۰ تا ۹۴) به میزان ۱۵ درصد افزایش می‌یابد.

"درآمد حاصل از کلیه فعالیت‌های کشاورزی، دامپروری، دامداری، پرورش ماهی و زنبور عسل و پرورش طیور، صیادی و ماهیگیری، نوغان داری، احیای مراتع و جنگل‌ها، باغات اشجار از هر قبیل از پرداخت مالیات معاف می‌باشد."

بند(ل) ماده ۱۳۹- فعالیت‌های انتشاراتی و مطبوعاتی، فرهنگی و هنری که به موجب مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌شوند، از پرداخت مالیات معاف است.

مالیات بر درآمد کشاورزی

دولت مکلف است مطالعات و بررسی‌های لازم را در زمینه کلیه فعالیت‌های کشاورزی و آن رشته از فعالیت‌های مزبور که ادامه معافیت آن‌ها

ضرورت داشته باشد معمول و لایحه مربوط را حداکثر تا آخر برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به مجلس شورای اسلامی تقدیم نماید.

درآمد حاصل از کلیه فعالیت‌های کشاورزی، دامپروری، دامداری، پرورش ماهی و زنبور عسل و پرورش طیور، صیادی و ماهیگیری، نوغان داری، احیای مراتع و جنگل‌ها، باغات اشجار از هر قبیل از پرداخت مالیات معاف می‌باشد.

معافیت خاص صادرات به خارج از کشور

صد در صد (۱۰۰ درصد) درآمد حاصل از صادرات محصولات تمام‌شده کالاهای صنعتی و محصولات بخش کشاورزی (شامل محصولات زراعی، باغی، دام و طیور، شیلات، جنگل و مرتع) و صنایع تبدیلی و تکمیلی آن و پنجاه درصد (۵۰ درصد) درآمد حاصل از صادرات سایر کالاهایی که به منظور دست‌یافتن به اهداف صادرات کالاهای غیرنفتی به خارج از کشور صادر می‌شوند از شمول مالیات معاف هستند. فهرست کالاهای مشمول این ماده در طول هر برنامه به تصویب هیأت‌وزیران می‌رسد. (در برنامه پنجم صد درصد صادرات کالا و خدمات غیرنفتی از مالیات معاف است.)

درآمد کارگاه‌های فرش دستباف و صنایع دستی شرکت‌های تعاونی و اتحادیه‌های تولیدی مربوطه از پرداخت مالیات معاف است. (ماده ۱۴۲)

صد درصد درآمد شرکت‌های تعاونی روستایی، عشایری، کشاورزی، صیادی، کارگری، کارمندی، دانشجویان و دانش‌آموزان و اتحادیه‌های آنها از مالیات معاف است. (ماده ۱۳۳)

معافیت باشگاه‌های ورزشی و مراکز آموزشی غیرانتفاعی

درآمد حاصل از تعلیم و تربیت مدارس غیرانتفاعی اعم از ابتدایی، راهنمایی، متوسطه، فنی و حرفه‌ای، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی غیرانتفاعی و درآمد مؤسسات نگهداری معلولین ذهنی و حرکتی بابت نگهداری اشخاص مذکور که حسب مورد

دارای پروانه فعالیت از مراجع ذیربط هستند همچنین درآمد باشگاهها و مؤسسات ورزشی دارای مجوز از سازمان تربیت بدنی حاصل از فعالیت‌های منحصراً ورزشی از پرداخت مالیات معاف است.



یادت باشد که ...

مراکز پیش دبستانی و مهد کودکها و مراکز آموزش آزاد فنی و حرفه‌ای و زبانسراها و کلاس‌های کنکور مشمول مالیات بوده و معافیت ندارد. ولی مهد کودک و پیش‌دبستانی در مناطق محروم و توسعه‌نیافته معاف از مالیات است.

سایر معافیت‌ها

براساس ماده ۱۴۵ سود دریافتی به هر عنوان در موارد زیر از پرداخت مالیات معاف است:

- ۱- سود متعلق به سپرده‌های مربوط به کسور بازنشستگی و پس‌انداز کارمندان و کارگران نزد بانک‌های ایرانی در حدود مقررات استخدامی مربوطه.
- ۲- سود یا جوایز متعلق به پس‌انداز و سپرده‌های مختلف نزد بانک‌های ایرانی یا مؤسسات اعتباری غیربانکی مجاز. این معافیت شامل سپرده‌هایی که بانک‌ها یا مؤسسات اعتباری غیربانکی مجاز نزد هم می‌گذارند نخواهد بود.
- ۳- جوایز متعلق به اوراق قرضه دولتی و اسناد خزانه.
- ۴- سود پرداختی بانک‌های ایرانی به بانک‌های خارج از ایران بابت اضافه برداشت (اوردرافت) و سپرده ثابت به شرط معامله متقابل.
- ۵- سود و جوایز متعلق به اوراق مشارکت.

تبصره: در مواردی که در قانون مالیات‌های مستقیم به بانک‌ها اشاره می‌شود، امتیازات، تسهیلات، ترجیحات و تکالیف ذکر شده شامل: مؤسسات اعتباری غیربانکی که به موجب قانون یا با مجوز بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تأسیس شده یا می‌شوند، نیز خواهد شد.

مطابق با ماده ۱۴۴، جهیزیه منقول و مهریه اعم از منقول و غیرمنقول و جوایز علمی و بورس‌های تحصیلی و همچنین درآمدی که بابت حق اختراع یا حق اکتشاف عاید مخترعین و مکتشفین می‌گردد و نیز درآمد ناشی از فعالیت‌های پژوهشی و تحقیقاتی مراکزی که دارای پروانه تحقیق از وزارتخانه‌های ذیصلاح می‌باشند بمدت ده سال از تاریخ اجرای این اصلاحیه طبق ضوابط مقرر در آیین‌نامه‌ای که به پیشنهاد وزارتخانه‌های فرهنگ و آموزش عالی پزشکی و امور اقتصادی و دارایی به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید، از پرداخت مالیات معاف است.

نوع شغل و رابطه آن با قانون مالیات بر ارزش افزوده

در ایران نظام مالیات بر ارزش افزوده بر پایه مصرف است و تولیدکنندگان و فروشندگانی که مشمول مقررات این نظام مالیاتی هستند بایستی در زمان فروش، مالیات را از مردم اخذ و طبق مقررات به حساب دولت واریز کنند. لذا نخست بایستی افراد مشمول این نظام مالیاتی شناسایی و سپس وظایف آنان مشخص گردد.

در ایران نظام مالیات بر ارزش افزوده بر پایه مصرف است و تولیدکنندگان و فروشندگانی که مشمول مقررات این نظام مالیاتی هستند بایستی در زمان فروش، مالیات را از مردم اخذ و طبق مقررات به حساب دولت واریز کنند.

طبق قانون عرضه کالا و ارائه خدمات در ایران و همچنین واردات و صادرات آنها مشمول قانون مالیات بر ارزش افزوده می شود و بنابراین اشخاصی که به عرضه کالا و ارائه خدمت و واردات و صادرات آنها مبادرت می نمایند به عنوان مؤدی شناخته می شوند. مؤدیان مشمول نظام مالیات بر ارزش افزوده به ترتیبی که سازمان مالیاتی اعلام می کند بایستی ثبت نام کنند.

سازمان امور مالیاتی در اجرای هر چه بهتر و گسترش اصولی نظام مالیاتی بصورت مرحله ای افراد مشمول را اعلام می نماید. پس لازم است شما در خصوص مشمول بودن یا نبودن خود کتباً از اداره مالیاتی استعلام کنید و در صورت مشمول بودن ثبت نام کرده و گواهی عضویت دریافت نمایید.

مشمولیت در این نظام مالیاتی تابعی از نوع شغل و حجم فعالیت شما است.

وظایف پس از ثبت نام به صورت زیر است:

وظیفه اول: استفاده از صورتحسابهای (فاکتور) نمونه اعلام شده توسط سازمان مالیاتی فاکتورهای خود را با نمونه تطبیق و اگر اشتباه بود اصلاح کنید.

وظیفه دوم: دریافت مالیات بر ارزش افزوده در هنگام فروش و یا ارائه کالاهای مشمول و پرداخت مالیات در هنگام خرید آنها. نرخ عمومی در سال ۱۳۸۹ سه درصد می باشد که شامل ۱/۵ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۱/۵ درصد عوارض شهرداری و دهیاری می باشد. بر اساس قانون برنامه پنجم توسعه اقتصادی و اجتماعی جمهوری اسلامی ایران هر ساله از شروع سال ۱۳۹۰ به ازای هر سال ۱ درصد به نرخ عمومی اضافه می شود و در انتهای برنامه این نرخ به ۸ درصد خواهد رسید.

مثال: با فرض اینکه نرخ مالیات بر ارزش افزوده را ۳ درصد بدانیم اگر کالایی را ۲۰۰ ریال فروختیم باید از خریدار ۲۰۶ ریال دریافت کنیم که ۶ ریال آن متعلق به دولت است و خریدار بعدی اگر همان کالا را ۳۰۰ ریال فروخت باید از خریدار ۳۰۹ ریال دریافت کند که در این صورت ۶ ریالی که به نفر قبلی داده برداشت و ۳ ریال باقیمانده را به حساب دولت واریز می کند.



اگر کسب و کار شما با کالاها و خدمات زیر سر و کار دارد در این موارد نیازی به اخذ مالیات بر ارزش افزوده از خریدار ندارید:

- ۱- محصولات کشاورزی فرآوری نشده؛
 - ۲- دام و طیور زنده، آبزیان، زنبور عسل و نوغان؛
 - ۳- انواع کود، سم، بذر و نهال؛
 - ۴- آرد خبازی، نان، گوشت، قند، شکر، برنج، حبوبات و سویا، شیر، پنیر، روغن نباتی و شیر خشک مخصوص تغذیه کودکان؛
 - ۵- کتاب، مطبوعات، دفاتر تحریر و انواع کاغذ چاپ، تحریر و مطبوعات؛
 - ۶- کالاهای اهدایی به صورت بلاعوض به وزارتخانه‌ها، مؤسسات دولتی و نهادهای عمومی غیردولتی با تأیید هیأت وزیران و حوزه‌های علمیه با تأیید حوزه گیرنده هدایا؛
 - ۷- کالاهایی که همراه مسافر و برای استفاده شخصی تا میزان معافیت مقرر طبق مقررات صادرات و واردات، وارد کشور می‌شود. مازاد بر آن طبق مقررات این قانون مشمول مالیات خواهد بود؛
 - ۸- اموال غیرمنقول؛
 - ۹- انواع دارو، لوازم مصرفی درمانی، خدمات درمانی (انسانی، حیوانی و گیاهی) و خدمات توانبخشی و حمایتی؛
 - ۱۰- خدمات مشمول مالیات بر درآمد حقوق در قانون مالیاتهای مستقیم؛
 - ۱۱- خدمات بانکی و اعتباری بانکها، مؤسسات و تعاونی‌های اعتباری و صندوق‌های قرض‌الحسنه مجاز و صندوق تعاون؛
 - ۱۲- خدمات حمل و نقل عمومی و مسافری درون و برون شهری جاده‌ای، ریلی، هوایی و دریایی؛
 - ۱۳- فرش دستباف؛
 - ۱۴- انواع خدمات پژوهشی و آموزشی (که طبق آئین‌نامه‌ای به تصویب هیأت وزیران می‌رسد)؛
 - ۱۵- خوراک دام و طیور؛
- نکته:** صادرات کالا و خدمات به خارج از کشور از طریق مبادی خروجی رسمی، مشمول موضوع این قانون نمی‌باشد و مالیات‌های پرداخت شده بابت آنها با ارائه برگه خروجی صادره توسط گمرک (در مورد کالا) و اسناد مثبت، مسترد می‌گردد.

"وزیر امور اقتصادی و دارایی می‌تواند با پیشنهاد سازمان امور مالیاتی کشور مدت دوره مالیاتی را برای هر گروه از مؤدیان دو یا یک ماهه تعیین نماید."

وظیفه سوم: تسلیم اظهارنامه مالیات بر ارزش افزوده

هر سال شمسی به چهار دوره مالیاتی سه ماهه تقسیم می‌شود. در صورتی که شروع یا خاتمه فعالیت مؤدی در خلال یک دوره مالیاتی باشد، زمان فعالیت مؤدی طی دوره مربوط یک دوره مالیاتی تلقی می‌شود.

مؤدیان مالیاتی مکلفند اظهارنامه هر دوره مالیاتی را طبق نمونه و دستورالعملی

که توسط سازمان امور مالیاتی کشور تعیین شده است حداکثر ظرف پانزده روز از تاریخ پایان هر دوره، به ترتیب تعیین شده

تسلیم نموده و مالیات متعلق به دوره را پس از کسر مالیات‌هایی که طبق مقررات این قانون پرداخت کرده‌اند و قابل کسر می‌باشد، به حسابی که توسط سازمان امور مالیاتی کشور اعلام می‌گردد واریز نمایند. (ماده ۲۱)

در اینجا چند نکته قابل ذکر است:

📄 اگر مدت فعالیت شغلی مؤدی کمتر از یک دوره مالیاتی باشد، تکلیف مقرر در ماده ۲۱ نسبت به مدت یاد شده نیز جاری می‌باشد.

📄 اشخاص حقیقی و حقوقی که در بیش از یک محل شغل یا فعالیت دارند، تسلیم اظهارنامه و پرداخت مالیات برای هر کدام به طور جداگانه الزامی است.

📄 در مورد کارگاهها و واحدهای تولیدی، خدماتی و بازرگانی که نوع فعالیت آنها ایجاد دفتر، فروشگاه یا شعبه در یک یا چند محل دیگر را اقتضا نماید، تسلیم اظهارنامه واحد مطابق دستورالعمل تعیین شده از طرف سازمان امور مالیاتی می‌باشد.

📄 مؤدیانی که محل ثابت برای شغل خود ندارند، محل سکونت آنان از لحاظ تسلیم اظهارنامه و سایر امور مالیاتی ملاک اعتبار خواهد بود.

وظیفه چهارم: مشمولان نظام VAT (مالیات بر ارزش افزوده) دفاتر، اسناد و مدارک را تا ده سال نگهداری نمایند.

جرائم عدم رعایت وظایف فوق توسط فعالان شغلی مشمول ارزش افزوده:

بر اساس ماده ۲۲ و ۲۳ قانون مالیات بر ارزش افزوده مؤدیان مالیاتی در صورت انجام ندادن تکالیف و یا تخلف از مقررات تعیین شده در این قانون، علاوه بر پرداخت مالیات متعلق و جریمه تأخیر، مشمول جریمه‌ای به شرح جدول زیر خواهند بود:

جریمه تعیین شده	شرح تخلف
معادل ۷۵ درصد مالیات متعلق تا تاریخ ثبت نام یا شناسایی حسب مورد	عدم ثبت نام مؤدیان در مهلت مقرر
معادل یک برابر مالیات متعلق	عدم صدور صورتحساب
یک برابر مابه التفاوت مالیات متعلق	عدم درج صحیح قیمت در صورتحساب
معادل ۲۵ درصد مالیات متعلق	عدم درج و تکمیل اطلاعات صورتحساب طبق نمونه اعلام شده
حسب مورد معادل ۵۰ درصد مالیات متعلق	عدم تسلیم اظهارنامه از تاریخ ثبت نام یا شناسایی به بعد
حسب مورد معادل ۲۵ درصد مالیات متعلق	عدم ارائه دفاتر یا اسناد و مدارک
دو درصد در ماه، به نسبت مالیات پرداخت نشده و مدت تأخیر	تأخیر در پرداخت مالیاتهای موضوع این قانون در مواعد مقرر

جدول شماره ۶: تخلف و جریمه عدم رعایت وظایف پرداخت مالیات

قوانین مرتبط با مکان کسب و کار

فرض کنید قصد ما تولید رب گوجه فرنگی است مکان کارخانه را می توانیم نزدیک به بازار مصرف (تهران) و یا نزدیک به بازار مواد اولیه (مزارع تولید گوجه فرنگی در روستاهای مشهد) انتخاب کنیم در این انتخاب، مؤلفه هزینه حمل نقش مهمی انتخاب میکند اگر از هر ۳ کیلو گرم گوجه فرنگی یک کیلو گرم رب بدست آید برای فروش مثلاً ۱۰ تن رب گوجه: الف) اگر کارخانه در تهران باشد باید هزینه حمل ۳۰ تن گوجه فرنگی از مشهد به تهران پرداخت شود. ب) اگر کارخانه در مشهد باشد هزینه حمل ۱۰ تن رب تولید شده از مشهد به تهران پرداخت می شود. در این مثال هزینه حمل مواد اولیه یک عامل تعیین کننده است. اما اگر هدف تولید چیپس باشد دلیل آنکه مواد اولیه چیپس کم حجم (سیب زمینی) و محصول تولیدی (چیپس) حجیم می باشد انتخاب مکان کارخانه در نزدیکی بازار مصرف منطقی تر است.

عوامل مؤثر در انتخاب مکان عباتند از:

- ◀ دسترسی به جاده های مواصلاتی
 - ◀ دسترسی به امکانات زیربنایی مانند آب، برق، گاز، تلفن، فاضلاب
 - ◀ نزدیکی به بازارهای مصرف و یا مواد اولیه
 - ◀ ویژگی های خاص مکان همانند امتیازات و ترجیحات قانونی و...
- مؤلفه های بسیاری در تعیین یک مکان برای محل کارآفرینی مؤثر است که در بخش مکان یابی بیشتر به آن پرداخته خواهد شد اما آیا قانون نیز می تواند در انتخاب مکان کسب و کار مؤثر باشد؟ ما در اینجا به این سؤال پاسخ خواهیم داد.

ترجیحات قانونی در انتخاب مکان عباتند از:

شاید نام دره سیلیکون را شنیده‌اید این یک نمونه عالی در نقش مؤثر انتخاب مکان مناسب در موفقیت است. در کشور ما نیز می‌توان چنین موقعیت‌های را یافت:

☑ مکان‌هایی با ۲۰ سال معافیت از مالیات و عوارض

☞ ماده ۱۳ قانون معافیت مناطق آزاد تجاری - صنعتی مصوب ۱۳۷۲/۶/۷: اشخاص حقیقی و حقوقی که در منطقه به انواع فعالیت‌های اقتصادی اشتغال دارند نسبت به هر نوع فعالیت اقتصادی در منطقه آزاد از تاریخ بهره‌برداری مندرج در مجوز به مدت پانزده سال (۱۵ سال) از پرداخت مالیات بر درآمد و دارایی موضوع قانون مالیات‌های مستقیم معاف خواهند بود و پس از انقضای پانزده سال تابع مقررات مالیاتی خواهد بود که با پیشنهاد هیأت وزیران به تصویب مجلس شورای اسلامی خواهد رسید.

☞ ماده واحده مصوب ۱۳۸۸/۳/۲۰: مدت پانزده سال (۱۵ سال) مندرج در ماده ۱۳ قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری - صنعتی به مدت ۲۰ سال اصلاح می‌گردد.

☞ واحدهای مستقر در پارک‌های علم و فناوری وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به میزان معافیت منطقه آزاد از مالیات معافند.

☑ مکان‌هایی با ۱۰ سال معافیت از مالیات و عوارض

معافیت خاص شرکت‌های تولیدی و معدنی مستقر در مناطق محروم، براساس معافیت ماده ۱۳۲ در قانون مالیات‌های مستقیم:

☞ درآمد مشمول مالیات ابرازی ناشی از فعالیت‌های تولیدی و معدنی در واحدهای تولیدی یا معدنی در بخش‌های تعاونی و خصوصی که از اول سال ۱۳۸۱ به بعد از طرف وزارتخانه‌های ذیربط برای آنها پروانه بهره‌برداری صادر یا قرارداد استخراج و فروش منعقد می‌شود به میزان هشتاد درصد (۸۰٪) و به مدت چهار سال و در مناطق کمتر توسعه یافته به میزان صد درصد (۱۰۰٪) و بمدت ده سال از مالیات موضوع ماده (۱۰۵) این قانون معاف هستند.

☞ فهرست مناطق کمتر توسعه یافته در آغاز هر دوره برنامه توسط سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و وزارتخانه‌های امور اقتصادی و دارایی و صنعت، معدن و تجارت تهیه و به تصویب هیأت وزیران می‌رسد.

☞ معافیت‌های موضوع این ماده شامل درآمد واحدهای تولیدی و معدنی مستقر در شعاع یکصد و بیست کیلومتری مرکز تهران و پنجاه کیلومتری مرکز اصفهان و تبریز و شیراز و مشهد و سی کیلومتری مراکز استان‌ها و شهرهای دارای بیش از سیصد هزار نفر جمعیت بر اساس آخرین سرشماری به استثنای شهرک‌های صنعتی استقرار یافته در شعاع سی کیلومتری مراکز استان‌ها و شهرهای مذکور نخواهد بود.

✓ **شهرک‌ها و نواحی صنعتی** بعثت آنکه با حمایت دولت عمده امکانات زیر بنایی را ایجاد و به صورت قسطی در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌دهند نیز مناسبند؛ چون براساس بند الف ماده ۱۵۸ قانون برنامه پنجم توسعه دولت می‌تواند در قالب بودجه‌های سنواتی کمک‌های لازم را به شهرک‌ها و نواحی صنعتی دولتی و غیردولتی به ویژه در امور تأمین راه، آب، برق، گاز و تلفن تا ورودی واحدهای مستقر در این شهرک‌ها را در مناطق انجام دهد.



یادت باشد که ...

اگر نرخ مالیات بر سود را معادل ۲۵ درصد بدانیم در مناطق آزاد و پارک‌های علم و فناوری با توجه به حاشیه سود ۲۵ درصد قدرت رقابت در بازار برای کسب و کار مستقر در مناطق دارای معافیت و همان کسب و کار در خارج از مکان‌های مورد اشاره بیشتر خواهد بود.

در خرید یک مکان موارد زیر را در نظر داشته باشید:

☞ اگر ملکی را می‌خرید به خاطر داشته باشید عوارض و مالیات فروش بعهدہ فروشنده است و خریدار هیچ عوارضی نمی‌پردازد.

☞ اگر ملکی را به قصد تجاری می‌خرید دقت کنید آن مکان مجوز استفاده تجاری، صنعتی یا بازرگانی را دارد یا خیر؟

☞ آیا عوارض ملکی آن به نهادهای و مراجع مربوطه پرداخت شده است یا خیر ؟

☞ اگر آن ملک جهت استفاده تجاری قبلاً در اختیار فرد خاصی بوده آیا عوارض متعلقه تسویه شده یا خیر؟ بهتر است مفاسد حساب مربوطه را دریافت کنید.

☞ جهت جلوگیری از فروش مجدد و کلاهبرداری بهتر است سند خرید در دفترخانه اسناد رسمی تنظیم شود و از سامانه املاک کشور کد رهگیری دریافت شود.

☞ اگر ملکی را بصورت عادی (سند عادی) خریداری می‌کنید ضمن دریافت کد رهگیری از سامانه املاک لازم است در خصوص اثبات مالکیت فروشنده تحقیق نمایید و ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ خرید مراتب را به واحد و اداره مالیاتی شهر و یا محل مربوطه اعلام نمایید (مطابق تبصره ۲ ماده ۱۸۷ قانون مالیات مستقیم در مواردی که این دسته از معاملات به موجب اسناد رسمی انجام نمی‌گیرد، انتقال گیرنده مکلف است مراتب را ظرف سی روز از تاریخ انجام معامله کتباً به اداره امور مالیاتی محل وقوع ملک اطلاع دهد).





مالیات بر فروش املاک چگونه محاسبه می شود؟

انتقال ملک به همراه حق واگذاری محل

نقل و انتقال قطعی املاک به مأخذ ارزش معاملاتی و به نرخ پنج درصد (۵٪) و همچنین انتقال حق واگذاری محل به مأخذ وجوه دریافتی مالک یا صاحب حق و به نرخ دو درصد (۲٪) در تاریخ انتقال از طرف مالکان عین یا صاحبان حق مشمول مالیات می باشد. (ماده ۵۹)

مالیات بساز بفروشی

ماده ۷۷: اولین نقل و انتقال قطعی ساختمان های نوساز اعم از مسکونی و غیره که بیش از دو سال از تاریخ صدور گواهی پایان کار آنها نگذشته باشد، علاوه بر مالیات نقل و انتقال موضوع ماده (۵۹) این قانون، مشمول مالیات مقطوع به نرخ ده درصد (۱۰٪) به مأخذ ارزش معاملاتی اعیانی مورد انتقال خواهند بود. اشخاص حقیقی یا حقوقی، مشمول مالیات دیگری از بابت درآمد حاصل از ساخت و فروش موضوع این ماده نخواهند بود.

مالیات انتقال سرقفلی:

مالیات انتقال سرقفلی = ارزش فروش سرقفلی $\times 2\%$

مالیات انتقال ملک:

۱- اگر دو سال یا بیشتر از تاریخ پایان کار گذشته باشد:

مالیات انتقال املاک = ارزش معاملاتی عرصه و اعیان $\times 5\%$

۲- اگر کمتر از دو سال از تاریخ پایان کار گذشته باشد:

مالیات انتقال املاک = (ارزش معاملاتی اعیان) $\times 10\%$ + (ارزش معاملاتی عرصه و اعیان) $\times 5\%$

مالیات بساز بفروشی مالیات قطعی نقل و انتقال

دقت کنید ارزش معاملاتی ملک بسیار پایین تر از ارزش روز بوده و می توانید مبلغ آن را از اداره مالیات یا شهرداری منطقه خود سوال کنید.

در اجاره ملک نیز رعایت موارد زیر ضروری است:

- ☞ در خصوص مالکیت موجر یا اجاره دهنده بر ملک اطمینان حاصل کنید.
- ☞ نوع کاربری مکان اجاره از نظر مسکونی یا تجاری بودن را تحقیق کنید.
- ☞ مبلغ مالیات اجاره را از اداره مالیات کتبا استعلام کنید.
- ☞ اگر اجاره را کسر نکنید ضمن مطالبه مالیات اجاره از شما معادل ۲۰٪ نیز (در حال حاضر) جریمه دریافت می شود.

➡ در صورتیکه ملک مسکونی جهت استفاده مسکونی مورد استفاده قرار گیرد در تهران تا ۱۵۰ و در سایر نقاط تا

۲۰۰ مترمربع مفید از پرداخت مالیات معاف است

➡ سند اجاره را در دفتر خانه اسناد رسمی تنظیم کنید .



یادت باشد که ...

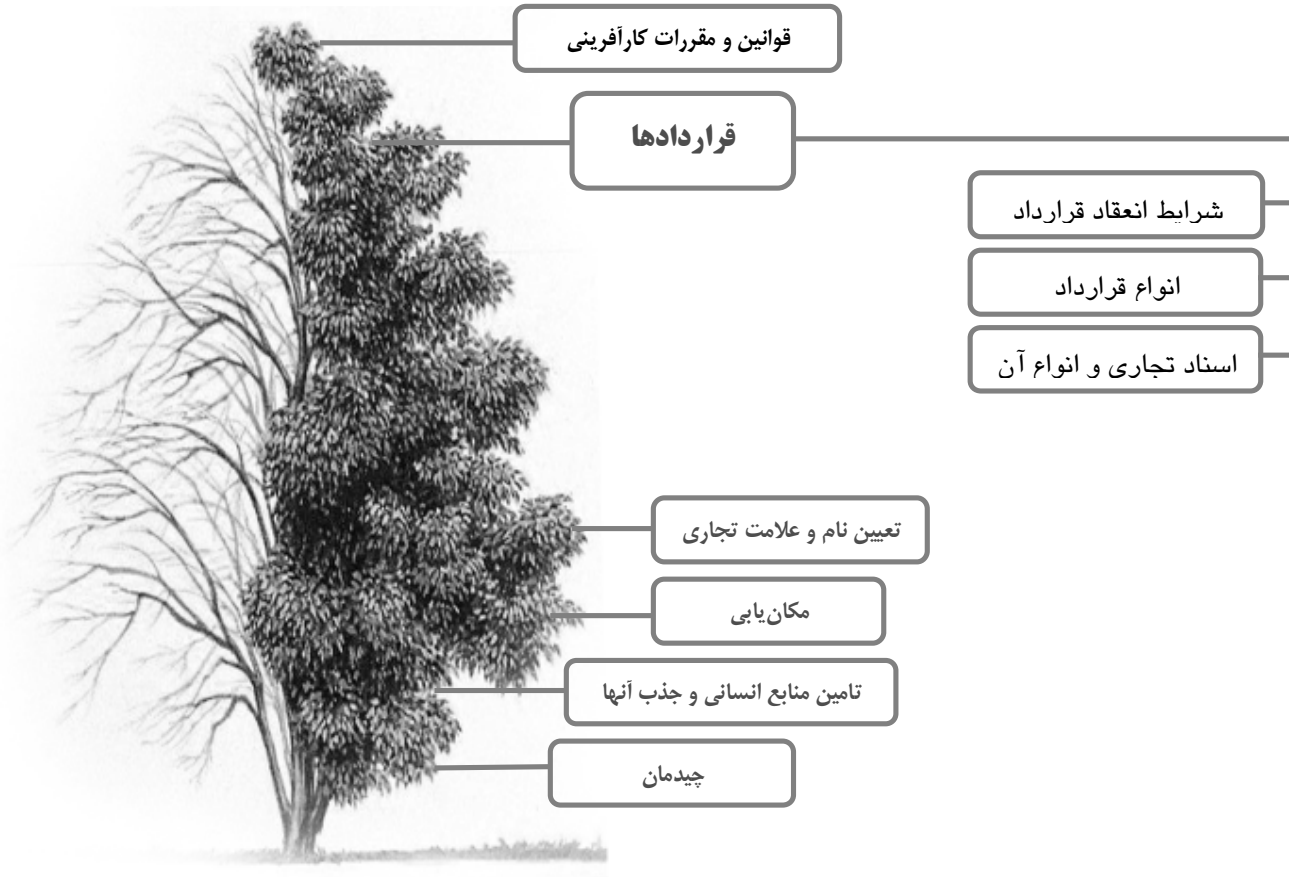
براساس تبصره ۹ ماده ۵۳ قانون مالیات مستقیم : وزارتخانه‌ها، مؤسسات و شرکت‌های دولتی و دستگاه‌هایی که تمام یا قسمتی از بودجه آنها به وسیله دولت تأمین می‌شود، نهادهای انقلابی اسلامی، شهرداری‌ها و شرکت‌ها و مؤسسات وابسته به آنها و همچنین سایر اشخاص حقوقی مکلف اند مالیات موضوع این فصل را از مال الاجاره‌هایی که پرداخت می‌کنند کسر و ظرف ده روز به اداره امور مالیاتی محل وقوع ملک پرداخت و رسید آن را به موجد تسلیم نمایند.

نکته: اگر مستأجر شخص حقیقی بند (الف)، (ب) و (ج) ماده ۹۵ ق.م.م باشد تکلیف فوق را نخواهد داشت.

خلاصه و جمع بندی

قوانین و مقررات کسب و کار از مهمترین مسائلی است که هر کارآفرین برای راه اندازی فعالیت اقتصادی خویش می بایست با آنها آشنا باشد. از این رو در این بخش قوانین و مقررات ذیل که ارتباط بیشتری با راه اندازی کسب و کار دارند شرح داده شد:

۱. کسب و کار قوانین مرتبط با ساختار کارآفرینی (فردی، حقوقی)؛
۲. قوانین مرتبط با نگهداری دفاتر قانونی،
۳. قوانین مربوط به نیروی کار همچون قوانین استخدام، قوانین بیمه، بهداشت کارگران و ...؛
۴. قوانین مربوط به نوع شغل همچون قوانین شروع کسب و کار از صفر، قوانین مربوط به کسب و کارهایی که در ادامه کسب و کارهای قبلی شکل گرفته اند، نوع شغل و رابطه آن با معافیت مالیاتی و ...؛
۵. قوانین مرتبط با مکان کسب و کار.



قراردادها

اهداف یادگیری



- پس از پایان این بخش از فراگیر انتظار می‌رود که:
- هنگام انعقاد قرارداد، شرایط لازم برای صحت قرارداد را بکار بندد.
 - اجزاء و بخش‌های یک قرارداد را نام ببرد.
 - طرفین قرارداد را بشناسد.
 - شرایط مربوط به موضوع قرارداد را نام ببرد.
 - نحوه تعیین مدت قرارداد را بداند.
 - انواع ضمانت‌نامه را نام ببرد.
 - شرایط مربوط به مبلغ قرارداد و چگونگی پرداخت آن را بیان کند.
 - نحوه پیش‌بینی حوادث قهری و غیر مترقبه را در قرارداد شرح دهد.
 - نحوه رعایت امور قانونی و تغییرات را در تنظیم قرارداد توضیح دهد.
 - نحوه فسخ قرارداد را بداند.
 - انواع قرارداد را نام ببرد.
 - اسناد تجاری را تعریف کرده و انواع آن را نام ببرد.
 - سفته را با برات مقایسه کند.
 - نحوه ظهر نویسی چک را بداند.
 - نحوه رعایت امور قانونی و تغییرات را در تنظیم قرارداد توضیح دهد.
 - نحوه فسخ قرارداد را بداند.

«توافق، نسبت به جنگیدن نتایج بهتری دارد.»

شما به عنوان صاحب کسب و کار باید با نحوه انعقاد قرارداد آشنا باشید زیرا قرارداد یکی از اجزای جدایی ناپذیر هر



فعالیت اقتصادی است. هر قراردادی، اصول و شرایطی دارد؛ یکی از شرایط اساسی برای صحت قرارداد این است که طرفین مصمم به عقد قرارداد بوده و از شرایط آن راضی باشند. بعلاوه هر دو طرف قصد انجام معامله را داشته و دارای اهلیت، یعنی بالغ، عاقل و رشید باشند.

معامله باید موضوع معینی داشته باشد، مورد معامله ممکن است عملی باشد که متعهد به انجام آن عمل تعهد نماید و یا مالی باشد که متعهد تسلیم آن را تعهد کند و بالاخره معامله باید مشروعیت داشته باشد. مشروع، عملی است که از طرف قانون منع نشده باشد و نامشروع، عملی است که از طرف قانون منع شده باشد.

یادت باشد که ...

در صورتی که شما در انعقاد قرارداد یکی از موارد فوق را در نظر نگیرید قرارداد شما از درجه اعتبار ساقط است. پس موارد ذکر شده را هنگام انعقاد قرارداد بخاطر داشته باشید و آنها را رعایت کنید.

اجزاء و بخش‌های قرارداد

قراردادها از نظر محتوی به سه بخش تقسیم می‌شوند: بخش اول، توافقنامه و یا توافق است که در آن مطالب اصلی قرارداد مثل: مشخصات طرفین، موضوع، مبلغ و مدت قرارداد بطور اختصار ذکر می‌شود. در این قسمت نام، نام خانوادگی، نام پدر، شماره شناسنامه، محل تولد، محل سکونت طرفین، موضوع قرارداد و مدت انجام تعهد و یا پایان قرارداد ذکر می‌شود. بخش دوم شرایط عمومی قرارداد است که به مسائل و مواردی اشاره دارد که در همه قراردادها کم و بیش باید ذکر شود. شرایط عمومی قرارداد عبارتند از: شرح کار، فسخ قرارداد، خسارت ناشی از عدم انجام تعهد، قانون حاکم بر قرارداد (در صورتی که یکی از طرفین خارجی باشد) فورس ماژور (حوادث طبیعی یا غیرمترقبه)، چگونگی حل اختلاف، ضمانت‌نامه، بیمه (برای

مشخص کردن شرایط جبران خسارت مالی و جانی، مالیات و عوارض قانونی. بعضی از سازمان ها و شرکت ها نظیر شرکت ایران خودرو و شرکت های بزرگ شرایط عمومی قرارداد را از قبل تهیه و در اختیار افراد و شرکت ها قرار می دهند. بخش سوم آن، شرایط خصوصی قرارداد است و اگر طرفین بخواهند بعضی از مواد شرایط عمومی قرارداد را با توجه به اوضاع و احوال خاص قرارداد و به میل خود تغییر دهند و یا شرایط و مواد جدیدی را به قرارداد اضافه نمایند، آنها را در قرارداد تحت عنوان «شرایط خصوصی قرارداد» می آورند.

۱. طرفین قرارداد

به طور معمول طرفین قراردادها اشخاص حقیقی یا حقوقی هستند. هویت شخص حقیقی با ثبت نام و مشخصات او در ثبت احوال تحقق می یابد. هرگاه طرف یا طرفین قرارداد شما اشخاص حقیقی باشند به راحتی می توانید برای انعقاد قرارداد، هویت آنها را تشخیص دهید، یعنی می توانید به راحتی مطمئن شوید که آیا شخص مقابل، عاقل، بالغ و رشید است یا خیر، آثار و رفتار غیرطبیعی در او وجود دارد یا خیر و به اصطلاح حقوقی آیا اهلیت و صلاحیت انجام معامله را دارد یا خیر. هرگاه طرف یا طرفین قرارداد، شرکت و یا به اصطلاح حقوقی، اشخاص حقوقی باشند، برای احراز هویت، موضوع پیچیده تر و سخت تر است و کسی که قراردادی را با یک شرکت منعقد می کند باید در شناخت هویت و شخصیت طرف قرارداد دقت نماید و باید مدارک بیشتری بخواهد تا نسبت به وی شناخت و اطمینان پیدا کند.

آیا می دانید که ...



هرگاه طرف قرارداد شما شخص حقیقی خارجی باشد، باید پاسپورت او را ببینید و تصویر پاسپورت او را ضمیمه قرارداد نمایید و از نظر وضعیت اجتماعی و تجاری و پیشینه کیفری او در صورت امکان از طریق سفارت متبوعش تحقیق و استعلام کنید. هرگاه طرف قرارداد شما شرکتی خارجی بود، شما باید دقت کنید که از نظر ثبت شرکت ها از طریق سفارت متبوعش تحقیق کنید و مقررات و قوانین مربوط به شرکت های آن کشور را مطالعه نموده، که از نظر نوع شرکت با شرکت های داخلی تفاوت دارند یا خیر و آیا طبق مقررات کشور ما شرکت خارجی طرف قرارداد موظف است شعب های در ایران ثبت کرده و اساسنامه و آدرس و اقامتگاهش در ایران را به اداره ثبت شرکت ها بدهد، یا خیر؟

۲. موضوع قرارداد

مورد و موضوع قرارداد باید مال یا عملی باشد که هر یک از طرفین قرارداد تعهد به تسلیم یا ایفای آن نمایند. مورد و موضوع قرارداد باید دارای شرایط ذیل باشد:

۱- مالیت داشته باشد (یعنی دارای ارزش مالی باشد)

۲- متضمن منفعت عقلانی باشد. (در آن نفع و سودی باشد)

۳- منفعت آن مشروع باشد. (مخالف قانون نباشد)

۴- مبهم نباشد.

۵- معین باشد.

۶- در صورتی که مورد معامله مال است باید قابل انتقال باشد.

۷- در حین عقد قرارداد موجود باشد.

بسیاری از اختلافات قراردادی ناشی از ابهام در تعریف و شرح دقیق موضوع کار است. یعنی یک طرف قرارداد ادعا می‌کند که طرف دیگر باید کاری را انجام می‌داده و طرف دیگر قرارداد منکر آن می‌شود، لذا در تعریف موضوع قرارداد باید دقت لازم را به عمل آورد و حتی‌الامکان جزئیات کار را شرح و توضیح داد.

۳. مدت قرارداد

در قرارداد باید تاریخ انعقاد قرارداد، تاریخ شروع کار و تاریخ پایان کار ذکر شود تا بتوان آن قرارداد را یک قرارداد بدون عیب و ایراد دانست، البته در اکثر قراردادها تاریخ شروع کار همان تاریخ انعقاد قرارداد است، ولی در قراردادهای کلان تاریخ امضای قرارداد با تاریخ شروع کار متفاوت است، یعنی با انعقاد قرارداد، کار شروع نمی‌شود. در چنین قراردادی باید در بند یا ماده‌ای ذکر گردد که بعد از انعقاد قرارداد ظرف یک ماه کمتر یا بیشتر، طرفین مقدمات شروع بکار پروژه را فراهم خواهند نمود.



یادت باشد که ...

در قرارداد مدت انجام کار نمی‌تواند نامحدود و بدون تاریخ باشد، اگر چنین قراردادی منعقد گردد، بطور مسلم، قرارداد بی‌عیب و نقصی نیست و کمتر شخصی یا شرکتی قبول می‌کند که تاریخ انجام کار قرارداد بدون مدت یا نامحدود باشد.

اهمیت تعیین مدت قرارداد در این است که کار در مدت معینی تحویل می‌شود و از طرفی در صورتی که پیمانکار به موقع کار را تحویل ندهد، کارفرما می‌تواند ادعای خسارت یا فسخ قرارداد را بنماید، ولی اگر این تاریخ در قرارداد معلوم نباشد کارفرما و یا خریدار هیچ موقع نمی‌تواند ادعا کند که پیمانکار و یا فروشنده باید کار و یا جنس را تحویل می‌داده و تأخیر نموده است.

بنابراین یکی از ضروریات هر قرارداد ذکر تاریخ انعقاد، تاریخ شروع کار و تاریخ اتمام کار است.



ضمانتنامه چیست؟

بسیاری اوقات هنگامی که می خواهید با یک سازمان دولتی قراردادی را امضاء کنید از شما ضمانتنامه بانکی می خواهند، به عبارت دیگر طرف قرارداد از شما می خواهد که یک بانک بر اساس نوع و موضوع قراردادتان شما را ضمانت کند. لذا اطلاع از ضمانت و انواع آن برای شما ضروری است.

به طور کلی ضمانتنامه عبارت است از این که شخصی، مالی را که بر ذمه دیگری است به عهده بگیرد. اما در کسب و کار اغلب از ضمانتنامه بانکی استفاده می شود که انواع مختلفی دارد از قبیل:

- ◆ ضمانتنامه شرکت در مناقصه
- ◆ ضمانتنامه شرکت در مزایده
- ◆ ضمانتنامه حسن اجرای تعهدات ناشی از قرارداد
- ◆ ضمانتنامه حسن انجام کار
- ◆ استرداد کسور وجه الضمان
- ◆ ضمانتنامه پیش پرداخت
- ◆ ضمانتنامه گمرکی
- ◆ ضمانتنامه متفرقه

در هر ضمانتنامه بانکی یک ضامن وجود دارد که پرداخت مبلغ وجه الضمان را تعهد می کند و کسی که ضمانتنامه را از بانک یا ضامن درخواست می نماید بعنوان ضمانت خواه یا مضمون عقد نامیده می شود. همچنین کسی را که ضمانتنامه به نفع او صادر می شود مضمون له یا ذینفع و مبلغ ضمانتنامه را وجه ضمان می نامند.

۴. مبلغ قرارداد

فراموش نکنید که در هر قرارداد، مبلغ آن و چگونگی پرداختش را مشخص کنید

در قرارداد باید مبلغ قرارداد و شرایط و چگونگی پرداخت آن در بند یا ماده ای جداگانه ذکر شود، زیرا در بیشتر قراردادها یا معاملات، علت اصلی انجام قرارداد یا معامله برای یک طرف قرارداد، گرفتن پول در قبال ارائه خدمات به طرف دیگر

قرارداد است. لذا چگونگی پرداخت پول و مبلغ آن به صورت نقدی یا چک یا با اعتبار اسنادی، ماهیانه، هفتگی و ساعتی دارای اهمیت فراوانی است و باید در قرارداد دقیقاً ذکر شود.

پس از آشنا شدن با بخش‌های مختلف یک قرارداد، موارد زیر را نیز مطالعه نموده و آنها را در انعقاد قرارداد مورد توجه قرار دهید:

چگونه می‌توان حوادث قهری و غیرمترقبه را در قرارداد پیش‌بینی کرد؟

حوادث قهری یا غیرمترقبه عبارت است از هر حادثه یا مانع خارجی غیرقابل پیش‌بینی و غیرقابل مقاومت که متعهد را از اجرای تعهد باز دارد.

در انجام قرارداد، گاهی اتفاق می‌افتد که پروژه و کار به دلیل حوادث غیرمترقبه از قبیل جنگ، سیل، زلزله و.... یا موقتاً متوقف و یا برای همیشه غیرقابل اجرا می‌شود. به این دلیل لازم است در قرارداد ماده‌ای تحت عنوان فورس ماژور یا حوادث قهری و غیرمترقبه بگنجانید و در آن تکلیف قرارداد و طرفین پروژه را در صورت بروز حادثه قهری معلوم کنید. در این قسمت، قرارداد معمولاً طوری تنظیم می‌شود که اگر تعطیل کار موقتی باشد در مدت توقف، طرفین نسبت به یکدیگر تکلیفی ندارند و بعد از رفع حادثه دوباره تکالیف و تعهدات طرفین به جریان می‌افتد، ولی اگر حوادث قهری موجب تعطیل دائمی کار شود قرارداد فسخ و طرفین با یکدیگر برای کارهای انجام شده تا زمان وقوع حادثه تسویه حساب می‌کنند.



یادت باشد که ...

اگر حوادث قهری و غیرمترقبه موجب تعطیل کار به مدت بیش از سه ماه شود هر یک از طرفین حق دارند قرارداد را فسخ نمایند و هیچ یک از طرفین در مقابل دیگری مسئول خسارات ناشی از وقوع حوادث غیرمترقبه و قهری نخواهد بود.

رعایت اصول فنی مطابق استاندارد در قرارداد، الزامی است

توجه داشته باشید که رعایت استانداردها و اصول فنی در اجرای پروژه‌ها امری ضروری است و از جمله تعهداتی که باید در قراردادهای پیمانکاری گنجانده شود، همین رعایت اصول فنی در حد استاندارد است. بدینوسیله اگر پیمانکار با عدم رعایت اصول فنی موجب خسارت به کارفرما و یا افراد و اموال آنها شود، مسئول شناخته خواهد شد؛ یعنی باید کلیه کارها طبق مقررات و اصول فنی و ایمنی و رعایت استاندارد انجام گیرد، در غیر این صورت کارفرما می‌تواند کار را تا رفع نقص متوقف کند و در عین حال پیمانکار مکلف است کار را در همان مدت تعیین شده در قرارداد تحویل دهد و در صورت تأخیر، طبق قرارداد ضامن تأخیر تحویل کار خواهد بود.

"تعدیل قیمت قرارداد" بر اساس
ضرایی که سازمان مدیریت و
برنامه‌ریزی کشور برای تورم اعلام
می‌نماید، قابل پیش‌بینی است."

همچنین لازم است بدانید که هر گاه پیمانکار به علت عدم رعایت مقررات فنی و ایمنی موجب حادثه و یا صدمه‌ای شود که اشخاص ثالث از نظر جسمی یا مالی دچار خسارت شوند، پیمانکار ضامن و مسئول و جوابگوی خسارت وارده خواهد بود. بنابراین به منظور روشن شدن این امور باید موادی بطور مشخص و دقیق نسبت به اصول فنی و رعایت استانداردها در قرارداد گنجانده شود.

👉 **هنگام تنظیم قرارداد به امور قانونی و تغییرات احتمالی آن توجه داشته باشید.**

در قراردادها باید ذکر شود که پیمانکار موظف و مکلف است کلیه قوانین جاری کشور را رعایت کند و چنانچه بعد از امضاء قرارداد قوانین کشور تغییر کند، به نحوی که تغییر در قوانین موجب افزایش یا کاهش هزینه شود کارفرما و پیمانکار مکلف به پرداخت مابه التفاوت هزینه خواهد بود. هر گاه با تغییر اوضاع و احوال در جهان «تورم» بالا برود و قیمت اجناس مورد نیاز در قراردادهای کلان افزایش بی‌اندازه پیدا کند، طرفین حق خواهند داشت یا قرارداد را فسخ کنند و یا اینکه به نحوی مواد قرارداد را اصلاح نمایند که با اوضاع و احوال جدید سازگار باشد.

در قراردادهای داخلی این مورد تحت عنوان «تعدیل قیمت قرارداد» بر اساس ضرایبی که سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور برای تورم اعلام می‌نماید، قابل پیش‌بینی است. می‌توان در قرارداد مواد تعدیل را تحت این عنوان که مبلغ قرارداد مطابق ضرائب اعلامی از طرف سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور تعدیل خواهد شد، گنجانده.

👉 **چگونه می‌توان قراردادی را فسخ کرد؟**

در هر قرارداد، معمولاً طرفین این حق را به یکدیگر می‌دهند که بتوانند قرارداد را، با علت و یا بدون علت هر طور که در قرارداد ذکر می‌کنند، فسخ نمایند. منتهی برای این کار باید مدتی را در نظر گرفت و هر طرف که قصد فسخ قرارداد را دارد، باید یک یا دو یا سه ماه کمتر یا بیشتر قبل از فسخ قرارداد به طرف دیگر کتباً، اخطار فسخ بدهد و اعلام کند که قصد دارد قرارداد را فسخ نماید.

طرفین در ماده فسخ، عواقب و آثار بعد از فسخ را نیز پیش‌بینی می‌کنند؛ مثلاً وضعیت حقوقی و تکالیفی را که طرفین قرارداد در مقابل اشخاص ثالث (که با آنها قرارداد فرعی بسته اند) بر عهده گرفته‌اند، معلوم می‌سازند.

توجه داشته باشید که فسخ، رابطه حقوقی طرفین را قطع می‌کند و قرارداد را پایان می‌دهد لذا هر نوع عمل یا حادثه بعد از فسخ فاقد اثر حقوقی می‌شود. اثر دیگر فسخ، مطالبه خسارت است که طبق قاعده کلی در صورت وارد شدن خسارت قابل مطالبه از جانب زیان دیده است.



یادت باشد که ...

ماده فسخ اهمیت بسزایی دارد و اگر در قرارداد چنین ماده‌ای وجود نداشته باشد، اتمام قبل از موعد قرارداد را که بعضی مواقع ضرورت پیدا می‌کند مسأله ساز و طرفین را دچار مشکل و اختلاف می‌سازد.



چند نوع قرارداد داریم؟

در این بخش شما را با انواع قراردادها آشنا می‌سازیم و به تشریح چند نمونه از آنها که ممکن است در کسب و کار بیشتر مورد استفاده شما قرار گیرد، می‌پردازیم.

انواع قرارداد عبارتند از:

قرارداد بیع	قرارداد بیع شرطی
قرارداد بیع قطعی منقول	قرارداد بیع قطعی
قرارداد فروش اقساطی در قبال اسناد تجاری	قرارداد سرقفلی و حق کسب و پیشه و تجارت
قرارداد انتقال قطعی	قرارداد قولنامه انتقال ملک
قرارداد بیع سلف	قرارداد جعاله
قرارداد مضاربه	قرارداد اجاره
قرارداد مزارعه	قرارداد معاوضه
قرارداد مسابقات	قرارداد اعاده مالکیت
قرارداد تبدیل تعهد	قرارداد ابراء
قرارداد اقاله	قرارداد پرداخت خسارت
قرارداد پیمانکاری	قرارداد ضمان
قرارداد بازرگانی	قرارداد بیمه
قرارداد تقسیم نامه	قرارداد اقرار
قرارداد صلح	قرارداد توزیع
قرارداد رهن	قرارداد نشر
قرارداد کار	قرارداد وکالت
قرارداد عاریه	قرارداد حق انتفاع
قرارداد ودیعه	قرارداد ارتفاق
قرارداد وصیت	قرارداد وقف
قرارداد کفالت	قرارداد فروش اقساطی
قرارداد هبه	قرارداد متفرقه
قرارداد حواله	

قرارداد انتقال قطعی

در قرارداد انتقال، یک طرف قرارداد محاکم دادگستری هستند و طرف دیگر اشخاصی هستند که در آن دادگاه در رابطه با ملک یا اموال منقول طرح و دعوی نمودند و رأی به نفع آنان صادر شده و طرف اصلی آنها که یک شخص حقیقی یا حقوقی است، از انتقال ملک یا اموال منقول مورد دعوی که از طریق دادگاه طی دادنامه‌ای محکوم شده است خودداری می‌کند، که در چنین حالتی دادگاه نماینده‌ای را به دفتر اسناد رسمی می‌فرستد و ملک را به نام شخصی که در دعوی برنده شده است، انتقال می‌دهد.

قرارداد بیع سلف

از راه این بیع، اغلب واسطه‌های فروش، حاصل زحمت تولیدکنندگان را یغما کرده و بار مصرف کننده را سنگین می‌کنند و نظارت در این گونه معاملات شرط عدالت اجتماعی است. قرارداد خرید سلف امروزه توسط بانک‌ها با سپردن وثیقه غیر منقول قابل انعقاد است و اصولاً کشاورزان و تولیدکنندگان از این نوع قرارداد استفاده زیادی می‌کنند.

قرارداد جعاله

جعاله، التزام شخصی است به پرداخت اجرت معلوم در مقابل عملی معین. شرط صحت جعاله این است که دارای دو طرف باشد، با نام‌های جاعل که ملتزم قرارداد محسوب می‌شود و عامل که مورد قرارداد جعاله را انجام می‌دهد و اجرت مورد جعاله را حق الجعاله می‌گویند.

قرارداد مزارعه

مزارعه عقدی است که یک طرف زمینی را برای مدت معینی به طرف دیگر می‌دهد که در آن کشت و زرع کرده و حاصل آن را تقسیم نمایند، عقد و قرارداد مزارعه دو طرف دارد یک طرف آن مزارع که مالک زمین است و طرف دیگر که در زمین زراعت می‌کند و عامل نامیده می‌شود.

قرارداد اعاده مالکیت

هرگاه کسی یا شخصی بطور عمد یا سهو مالی را که مستحق آن نبوده است در مالکیت خود درآورد، ملزم است آن را به مالک اصلی و واقعی آن برگرداند. این عمل در واقع اعاده مالکیت است که مالکیت به صاحب و مالک اصلی آن برگردانده می‌شود.

قرارداد ابراء

ابراء یعنی چشم‌پوشی اختیاری بستانکار از طلب خود، ماده ۲۸۹ قانون مدنی مقرر می‌دارد «ابراء عبارت از این است که داین از حق خود به اختیار صرف نظر نماید. طبق قانون ۲۹۰ قانون مدنی، ابراء وقتی موجب سقوط تعهد می‌شود که متعهدله برای ابراء اهلیت داشته باشد.

قرارداد اقاله

اقاله عبارت است از بهم زدن عقد لازم بتراضی یکدیگر، که آن را تفاسخ هم می‌نامند. ماده ۲۸۳ قانون مدنی مقرر می‌دارد: بعد از معامله، طرفین می‌توانند به تراضی، آن را اقاله و تفاسخ کنند. اقاله می‌تواند بصورت لفظی باشد یا فعلی و موضوع اقاله می‌تواند تمام معامله باشد یا فقط جزئی از آن.

قرارداد پرداخت خسارت

هر گاه از طرف کسی به شخصی یا اشخاصی خسارت وارد شود و با مراجعه به دادگاه یا بدون مراجعه به دادگاه بخواهد خسارت خود را دریافت کند، به طرف مقابل باید در قبال پرداخت خسارت رسید بدهند و رسید خسارت بطور یک طرفه از طرف دریافت کننده خسارت، داده می شود و واردکننده خسارت هیچگونه نوشته یا سندی در رابطه با پرداخت یا عدم پرداخت امضاء نمی کند.

قرارداد پیمانکاری

قرارداد پیمانکاری، قراردادی است که پروژه ای از طرف شخص ثالث یا کارفرمای دولتی جهت انجام و اتمام کار به پیمانکار سپرده می شود. پیمانکار عبارت است از شخصیت حقوقی که اجرای عملیات موضوع طرف دیگر (امضاء کننده پیمان) را به عهده گرفته است.

قرارداد بازرگانی

قرارداد بازرگانی، قرارداد بین المللی است که دول طرف قرارداد به موجب آن منافع مربوط به خود را در روابط مربوط به تولید و مبادله تنظیم می کنند.

قرارداد رهن

رهن عقدی است که به موجب آن مدیون، مالی را برای وثیقه به دائن می دهد. طرفین عقد رهن دو نفر هستند، کسی که رهن می دهد، رهن و کسی که رهن می گیرد، مرتهن و مورد رهن، اموال مرهون یا عین مرهونه نامیده می شوند.

قرارداد کار

قرارداد کار عبارت است از قرارداد کتبی یا شفاهی که به موجب آن کارگر در قبال دریافت حق السعی، کاری را برای مدت موقت یا مدت غیر موقت برای کارفرما انجام می دهد.

قرارداد ودیعه

قرارداد ودیعه، عقدی است که به موجب آن یک نفر مال خود را به دیگری می سپارد برای این که آن را مجاناً نگه دارد.

قرارداد حواله

حواله عقدی است که به موجب آن طلب شخصی از ذمه مدیون به ذمه شخص ثالثی منتقل می گردد.

قرارداد ضمان

عقد ضمان عبارت است از این که شخصی مالی را که بر ذمه دیگری است به عهده بگیرد. در ضمان سه نفر وجود دارند که یکی مضمون عنه و یا مدیون اصلی است، دومی مضمون له که طلبکار است و سومی، ضامن که در اثر عقد ضمان، بدهی مدیون اصلی را عهده دار می گردد.

قرارداد توزیع

تولیدکنندگان بین المللی و داخلی برای فروش کالاها سعی می کنند با شرکتهای دیگر خارجی و یا داخلی قراردادهایی را جهت توزیع کالای خود امضاء کنند و در قرارداد فروشنده، حق انحصاری بازاریابی و فروش کالای خاصی یا کلیه تولیدات خود را به شرکت یا شخصی جهت توزیع واگذار می کند.

قرارداد وکالت

وکالت عقدی است که به موجب آن یکی از طرفین طرف دیگر را برای انجام امری نایب خود می نماید. در نتیجه عقد وکالت وکیل بجای موکل امر مورد وکالت را انجام می دهد و از نظر حقوقی مانند آن است که موکل، خود آن امر را انجام داده باشد.

قرارداد حق انتفاع

حق انتفاع عبارت از حقی است که به موجب آن شخص می تواند از مالی که ملک دیگری است و یا مالک خاص ندارد، استفاده کند.

پاسخ شما چیست؟ ...

قراردادی را تنظیم کنید که در برگیرنده بخش های توافقنامه، شرایط عمومی قرارداد و شرایط خصوصی قرارداد باشد.

اسناد تجاری چیست و انواع آن کدامند؟

برای آشنا شدن شما با اسناد تجاری و انواع آن بهتر است با تعریفی از «سند» شروع کنیم.

سند عبارت است از نوشته‌ای که قابل دفاع و استناد باشد. در اصطلاح حقوقی سند وسیله‌ای است که به منظور اثبات عمل یا قرارداد و یا تعهدی بکار می‌رود.

به طور کلی دو نوع سند داریم:

۱- **سند رسمی:** سند رسمی، سندی است که در اداره ثبت اسناد و املاک یا دفتر اسناد رسمی و یا نزد مأمورین رسمی، در حدود صلاحیت آنها و بر طبق مقررات قانونی تنظیم می‌شود. مثل: چک، سفته، سند مالکیت یا وکالت که در دفترخانه ثبت شده باشد.

۲- **سند عادی:** سندی است که بدون دخالت مأمورین تنظیم و بین مردم رواج دارد. به طور کلی اسنادی که خصوصیات و ویژگی‌های اسناد فوق را نداشته باشند، سند عادی هستند. مثل: کاغذ رسید یا اجاره‌نامه‌ای که یک مالک با مستاجر بین خود بدون حضور در دفترخانه رسمی تنظیم کرده باشند حتی اجاره‌نامه‌ای که در بنگاه تنظیم شده باشد بعنوان یک سند رسمی تلقی نمی‌شود.

اسناد رسمی و اسناد عادی در موارد ذیل با هم تفاوت دارند:

الف) سند رسمی دارای قدرت اجرایی قوی است: زیرا برای آن می‌توان اجرائیه صادر کرد، در حالی که سند عادی فاقد قدرت اجرایی است.

ب) تاریخ سند رسمی از نظر اصحاب دعوی و اشخاص ثالث مؤثر است، در حالی که تاریخ سند عادی اهمیت چندانی ندارد.

ج) در مورد سند رسمی، می‌توان ادعای جعل کرد و تا زمانی که این ادعا به اثبات نرسیده باشد، سند رسمی از لحاظ تاریخ تنظیم و مفاد و مدلول آن نافذ و معتبر است. در صورتی که سند عادی فاقد چنین ویژگی است، نه تنها نمی‌توان در مورد آن ادعای جعل نمود، بلکه می‌توان آن را انکار کرده و یا مورد تردید قرار داد.

د) در سند رسمی ادعای جعل چون ادعاست، لذا مدعی باید ادله جعل بودن آن را به دادگاه ارائه و اثبات نماید. اما در سند عادی انکار و تردید چون دفاع محسوب می‌شود، دارنده سند باید ادله دال بر اصالت سند به دادگاه ارائه نماید. در صورتی که دارنده سند نتواند نسبت ادعای جعل یا انکار یا تردید اصالت سند را ثابت نماید، سند از شمار دلایل خارج می‌شود.

اسناد تجاری که مصداق بارز آن چک، سفته و برات است، اسنادی هستند که جهت سهولت انتقال وجوه و پرداخت‌ها بکار گرفته می‌شوند.

این اسناد برای شما به عنوان یک کارآفرین و صاحب یک کسب و کار موارد استفاده زیادی خواهد داشت. شما بدون صدور چک و یا پذیرش آن از مشتریان و همکاران و.... قادر به کسب و کار نیستید و لذا عدم آگاهی از شرایط و مقررات آن

ممکن است خسارت جبران ناپذیری را به کسب و کارتان وارد سازد. برای اسناد تجاری چه از جهت صدور و چه از نظر نحوه عمل و گردش آن مقررات خاصی وضع شده تا اعتبار و تسهیلات مربوط به آنها از استحکام لازم برخوردار گردد. حال به شرح هر یک از اسناد چک، سفته و برات می پردازیم.

برات

از نظر لغوی برات نوشته ای است که به موجب آن دریافت یا پرداخت پولی را به دیگری واگذار نمایند.

در معاملات برواتی معمولاً سه طرف وجود دارد:

"در معاملات برواتی سه طرف
وجود دارد، برات کش، برات گیر
و دارنده برات"

۱- صادرکننده برات که «برات کش» نامیده می شود.

۲- پرداخت کننده وجه برات که «برات گیر» نام دارد.

۳- دریافت کننده وجه برات که «دارنده برات» است.

برات علاوه بر امضاء یا مهر برات دهنده باید دارای شرایط ذیل باشد:

۱- قید کلمه (برات) در روی ورقه

۲- تاریخ تحریر (روز و ماه و سال)

۳- اسم شخصی که باید برات را تأدیه کند.

۴- تعیین مبلغ برات

۵- تاریخ تأدیه وجه برات

۶- مکان تأدیه وجه برات اعم از این که محل اقامت پرداخت کننده باشد یا محل دیگر.

۷- اسم شخصی که برات در وجه یا حواله کرد او پرداخته می شود.

۸- تصریح به این که برات نسخه اول، دوم، سوم، چهارم و الی آخر است.

ظهر نویسی

انتقال برات بوسیله ظهرنویسی انجام می شود. ظهرنویسی باید به امضاء ظهرنویس برسد. ممکن

است در ظهرنویسی تاریخ و اسم کسی که برات به او انتقال داده می شود، قید گردد.

ظهرنویسی حاکی از انتقال برات است مگر این که ظهرنویس وکالت در وصول را قید نموده

باشد، که در این صورت انتقال برات واقع نشده ولی دارنده برات حق وصول و حق اعتراض و اقامه

دعوی برای وصول خواهد داشت، جز در مواردی که خلاف این در برات تصریح شده باشد.

سفته

سفته در اصطلاح حقوقی نوشته‌ای است که به واسطه آن کسی تعهد می‌کند که در وجه شخص دیگر یا به حواله کرد او مبلغی را در تاریخ معین یا عندالمطالبه بپردازد.

ماده ۳۰۷ قانون تجارت ایران سفته را به این نحو تعریف نموده است:

سفته سندی است که به موجب آن امضاء کننده تعهد می‌کند مبلغی را در موعد معین یا عندالمطالبه در وجه حامل شخص معینی یا به حواله کرد او پرداخت نماید.

سفته چه فرقی با برات دارد؟

فرق برات و سفته در موارد زیر می‌باشد:

- ۱- در برات حداقل نام سه نفر ذکر می‌شود که عبارتند از: برات کش، برات گیر و دارنده برات ولی در سفته قید دو نفر (متعهد و متعهدله) کافی است. بنابراین تشریفات که در برات با آن برخورد می‌کنیم، در سفته وجود ندارد.
- ۲- در برات وجود محل، اهمیت خاص دارد اما در سفته چون متعهد و دهنده قبض یک نفر است وجود محل اهمیتی نخواهد داشت.
- ۳- معاملات برواتی را قانون، جزء معاملات تجاری می‌داند در صورتی که سفته، هر چند که از حیث ضمانت و ظهرنویسی و وصول مانند برات است ولی ذاتاً عمل تجاری نیست.

آیا می‌دانید که ...



چک

"شخصی که مبادرت به صدور چک می‌نماید، مانند آن است که اسکناس در اختیار دیگران قرار می‌دهد و اگر از پشتوانه مالی یا اعتبار بانکی برخوردار نباشد، خود را مواجه با قانون قرار می‌دهد."

چک از اوراق تجاری معتبری است که مورد پشتیبانی قانون است و از اعتباری قوی همچون اسکناس برخوردار است. شخصی که مبادرت به صدور چک می‌نماید، مانند آن است که اسکناس در اختیار دیگران قرار می‌دهد و اگر از پشتوانه مالی یا اعتبار بانکی برخوردار نباشد، خود را مواجه با قانون قرار می‌دهد. بنابراین صادرکننده چک ابتدا باید به تأمین مبلغ آن بیندیشد.

البته مواردی وجود دارد که چک بلا محل قابل تعقیب جزایی نیست:

الف) ظرف شش ماه پس از تاریخ صدور چک، دارنده جهت وصول به بانک مراجعه نکرده باشد.

ب) ظرف شش ماه پس از تاریخ صدور گواهی عدم پرداخت از جانب بانک، دارنده چک درخواست تعقیب جزایی ننموده باشد.

- ج) در صورتی که چک بلا محل پس از برگشت به شخص دیگری منتقل شده باشد که در این صورت شخص اخیر حق تعقیب جزایی ندارد، مگر این که وارث دارنده چک فوت شده باشد.
- د) در صورتی که صادرکننده چک فوت نماید.
- ه) در صورتی که صادرکننده چک قبل از تاریخ شکایت دارنده آن، وجه آن را نقداً به دارنده چک پرداخت و چک را باطل کرده و یا بابت آن رسید دریافت کرده باشد.
- و) در صورتی که پس از شکایت، شاکی ترتیب انتقال چک مورد شکایت را به دیگری بدهد نیز تعقیب جزایی متوقف می گردد.



یادت باشد که ...

ظهنویسی چک مانند ظهنویسی سفته و برات می باشد.

پاسخ شما چیست؟ ...

بر روی یکی از اسناد رسمی (چک یا سفته) عمل ظهن نویسی را انجام دهید.

خلاصه و جمع بندی

یک کارآفرین یا صاحب کسب و کار باید بداند که قرارداد چیست. او باید از شیوه نگارش آن، شرایط صحت آن و موارد دیگر مربوط به انعقاد قرارداد اطلاع کافی داشته باشد. برای صحت قرارداد طرفین باید قصد انعقاد قرارداد و قصد انجام معامله را داشته باشند، آنها باید برای انجام این کار رضایت داشته باشند. همچنین باید موضوع معامله مشخص باشد و طرفین معامله نیز اهلیت داشته باشند. قراردادها از نظر محتوا به سه بخش تقسیم می‌شوند که شامل توافقنامه، شرایط عمومی و شرایط خصوصی قرارداد است.

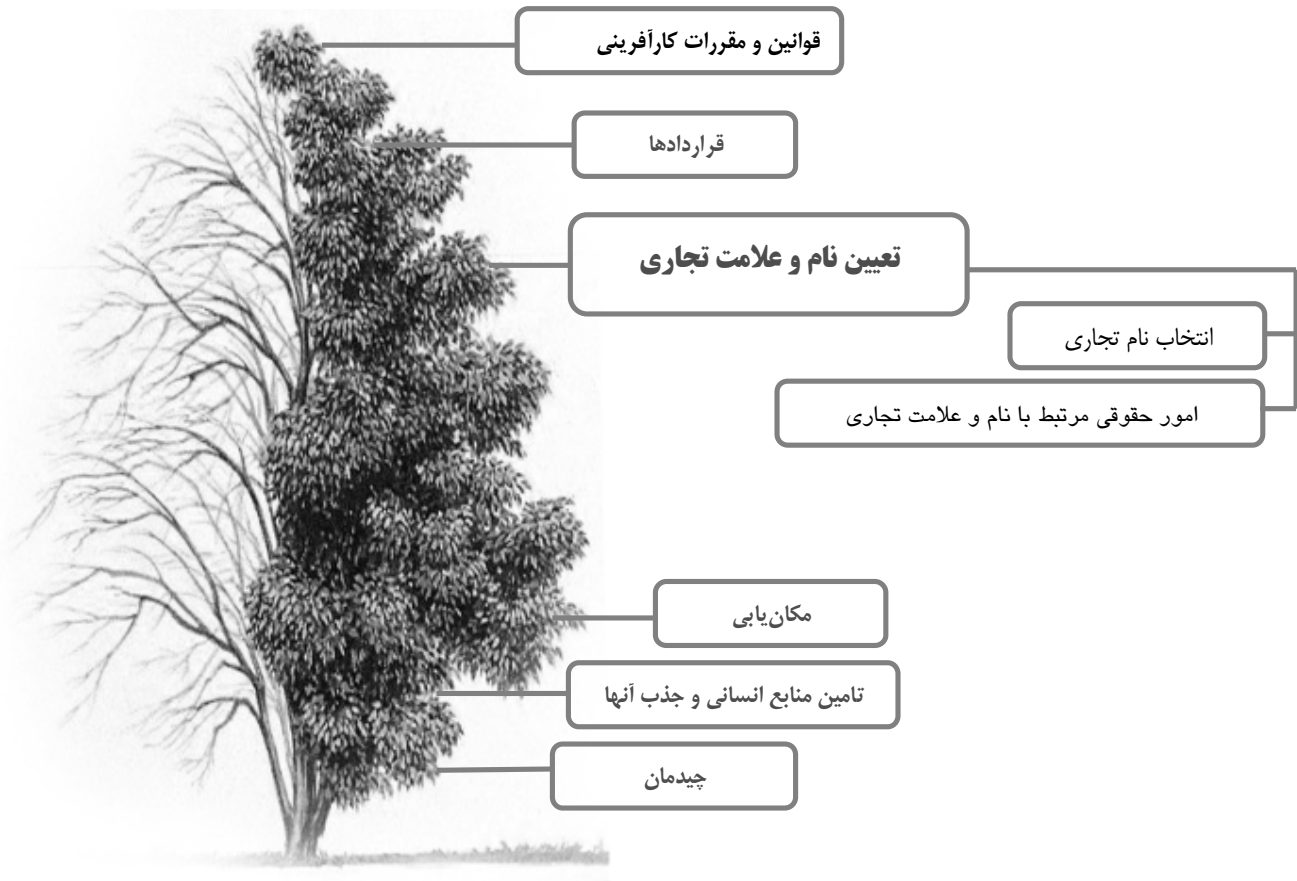
افرادی که با هم قراردادی را منعقد می‌کنند اشخاص حقیقی یا حقوقی هستند که هر یک از طرفین قرارداد، تعهد به تسلیم یا ایفای مال یا عملی می‌کنند که مورد و موضوع قرارداد است.

در قرارداد باید تاریخ انعقاد آن، تاریخ شروع کار و تاریخ پایان کار ذکر گردد تا بتوان آن قرارداد را یک قرارداد بدون عیب و ایراد دانست. از آنجا که در اکثر قراردادها یا معاملات، علت اصلی انجام قرارداد یا معامله برای یک طرف قرارداد، گرفتن پول در قبال ارائه خدمات به طرف دیگر قرارداد است، لذا قید چگونگی پرداخت پول و مبلغ آن در قرارداد حایز اهمیت است. همچنین می‌بایست در قرارداد ماده‌ای تحت عنوان فورس ماژور یا حوادث قهری و غیر مترقبه گنجانده شود.

رعایت کلیه قوانین جاری کشور، استانداردها و اصول فنی مخصوصاً در قراردادهای پیمانکاری از جمله موارد دیگری است که باید در قرارداد ذکر شود.

قراردادهایی که در کسب و کار بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند، عبارتند از قرارداد بیع سلف، قرارداد اعاده مالکیت، مضارعه، انتقال قطعی، قرارداد پرداخت خسارت، پیمانکاری، قرارداد حواله، کار، رهن و چند نوع قرارداد دیگر که چگونگی انعقاد چند مورد از آنها به تفصیل شرح داده شده است.

پس از قراردادهای فصل مختصری در مورد اسناد تجاری سخن گفتیم. این اسناد بر دو نوعند: اسناد رسمی و عادی. مصداق بارز اسناد تجاری چک، سفته و برات است که جهت سهولت در انتقال وجوه و پرداخت‌ها بکار گرفته می‌شوند.



اهداف یادگیری



- پس از پایان این بخش از فراگیر انتظار می رود که:
- تفاوت بین علامت تجاری، نام تجاری و نشان تجاری را تشخیص دهد.
 - اهمیت نام و علامت تجاری را درک کند.
 - معیارهای انتخاب یک نام تجاری مناسب را بازگو کند.
 - با امور حقوقی مربوط به نام و علامت تجاری (مانند انتخاب و ثبت آن) آشنا شود.

«روزی خواهید رسید که شرکت‌ها، رنگ و بوی تجارتي خود را به همراه نام تجاریشان ثبت کنند.»

آیا تاکنون به نام‌هایی که روی وسایل مختلف قرار دارد توجه کرده‌اید؟

حتماً تا به حال به عکاسی محلتان سری زده‌اید، آیا به اسمی که روی درب عکاسی نوشته شده است (مثل کداک) توجه

کرده‌اید؟ یا اینکه حتماً برای یک بار هم که شده نام‌هایی مانند پاناسونیک، صا ایران، زمزم

و پاک را شنیده‌اید؟ یا اگر از کاربران اینترنت هستید حتماً نام‌هایی چون یاهو و جاببران
برایتان خیلی آشناست.



به نظر شما آیا این نام‌ها بر اساس معیار خاصی انتخاب شده‌اند و آیا بیان این نام‌ها
تداعی کننده، خصوصیات خاصی هستند؟ برای بدست آوردن یک نام مناسب برای کسب و
کار خودتان باید چه معیارهایی را در نظر بگیرید؟

آیا برای ثبت این نام‌ها باید مراحل قانونی خاصی را طی کرد؟ اگر این طور است چه مراحل و مدارکی مورد نیاز است؟
این‌ها و ده‌ها سوال دیگر سؤالاتی هستند که با نگاه کردن و توجه کردن به این اسامی به ذهن متبادر می‌شوند. هدف ما در
اینجا پاسخ دادن به این سؤالات است.

اصولاً به این نام‌ها، نام تجاری یا علامت تجاری گفته می‌شود. قبل از این که وارد بحث دیگری شویم بهتر است در

مورد تفاوت بین یک علامت تجاری، نام تجاری و یا نشان
تجاری بیشتر بدانیم.

**"علامت تجاری، عبارت است از یک اسم،
اصطلاح، علامت، نشان، طرح و یا ترکیبی از همه
این‌ها که با هدف شناسایی و تمیز دادن
محصولات یک فروشنده یا گروهی از
فروشنده‌گان بکار می‌رود و موجب متمایز شدن
این محصولات از محصولاتی می‌شود که توسط
رقبا عرضه می‌شوند."**

علامت تجاری، عبارت است از یک اسم، اصطلاح،
علامت، نشان، طرح و یا ترکیبی از همه این‌ها که با هدف
شناسایی و تمیز دادن محصولات یک فروشنده یا گروهی از
فروشنده‌گان بکار می‌رود و موجب متمایز شدن این محصولات
از محصولاتی می‌شود که توسط رقبای عرضه می‌شوند.

نام تجاری، قسمتی از علامت تجاری است که ادا کردن
است. بدین معنا که می‌توان آن را بیان کرد. سونی، زمزم،
پاک و تولی پرس، نمونه‌هایی از نام تجاری هستند.

یک نشان تجاری قسمتی از علامت تجاری است که ادا کردنی نیست ولی می توان با آن محصول را شناسایی کرد. به عبارت دیگر نشان تجاری نماد یا سمبل گرافیکی نام یک شرکت است که بطور انحصاری برای تسهیل در شناسایی محصول طراحی می شود.

چرا باید از نام و علامت تجاری استفاده کرد؟

استفاده از نام و علامت تجاری، امکان بهره مند شدن از حمایت قانون را فراهم می سازد و از حقوق انحصاری

"استفاده از نام و علامت تجاری، امکان بهره مند شدن از حمایت قانون را فراهم می سازد و از حقوق انحصاری فروشنده برای استفاده از نام و یا نشان تجاری، حفاظت می کند."

فروشنده برای استفاده از نام و یا نشان تجاری، حفاظت می کند. علامت تجاری از نظر قانونی، از ویژگی های منحصر به فرد کالا نیز مراقبت می نماید. ویژگی هایی که در غیر این صورت، هر آن ممکن است مورد تقلید رقبا واقع شوند.

علامت گذاری به طرق مختلفی به خریداران کمک می کند. اسامی تجاری، درباره کیفیت کالا با خریدار سخن می گویند. خریدارانی که همواره کالاهایی با یک علامت تجاری می خرند،

اطمینان می یابند که در هر خرید، کالایی با کیفیت مشابه در اختیارشان قرار می گیرد. به عبارت دیگر علامت تجاری موجب حفظ مشتریان رضایتمند و وفادار به محصول می گردد.

نام و علامت تجاری، کار سفارش کالا را برای فروشنده آسان تر می کند و در سایه اسامی تجاری، امکان شناسایی و ردیابی محصول میسر می شود. مثلاً به جای این که شرکت زمزم سفارشی دریافت کند مبنی بر اینکه «نوشابه خوب اختصاصی خود را برای ما ارسال کنید» سفارشی بدین مضمون را دریافت می کند «یکصد صندوق نوشابه زمزم، برای ما ارسال کنید».

نام و علامت تجاری، امکان تقسیم بازار را برای فروشنده میسر می سازد. یعنی فروشنده ممکن است محصولات خود را با کیفیت های متفاوت با استفاده از نشان های متفاوت به بازار عرضه کند. برای مثال شرکت پاکسان مواد شوینده خود را با چندین علامت تجاری مختلف در بازار عرضه می کند.

با نام و علامت تجاری، اطلاعات بیشتری درباره کالاها در اختیار خریدار قرار می گیرد و او را آگاه می کند که دقیقاً کجا باید سراغ چه کالایی را بگیرد.

نام و علامت تجاری مشهور باعث می شود که تصویری جذاب از شرکت (در ذهن خریداران) بوجود آید.

شرکت‌های پخش و خرده‌فروشی‌ها خواستار محصولاتی هستند که دارای نام و نشان تجاری باشند، زیرا این ویژگی باعث می‌شود که آنها بتوانند این محصولات را به شیوه بهتری عرضه نمایند و از طرف دیگر بهتر می‌توانند عرضه‌کنندگان محصولات را شناسایی نمایند.

چگونه می‌توان یک نام تجاری مناسب انتخاب کرد؟

انتخاب نام تجاری، نیاز به دقت فراوانی دارد. نام تجاری ممکن است نام شخص، محل، کیفیت، سبک زندگی و یا یک نام ساختگی باشد. اما ویژگی‌های خاص و مناسب یک نام تجاری به قرار زیر است:

۱- نام تجاری باید فاقد هرگونه معنای نامناسب باشد. برای مثال نام نووا در کشورهای اسپانیایی زبان به معنی «راه نمی‌رود» است پس نام خوبی برای اتومبیل نیست.

۲- نام تجاری باید چیزی درباره فواید و ویژگی‌های کالا را برساند.

۳- نام تجاری باید موجب تمایز شود و شاخص و برجسته باشد.

۴- بیان نام تجاری باید ساده و در صورت امکان کوتاه باشد. البته گاهی اسامی بلند نیز مؤثر واقع می‌شوند.

۵- ترجمه نام تجاری به زبان‌های بیگانه باید آسان باشد.

۶- نام تجاری باید قابلیت ثبت و حمایت قانونی داشته باشد. نام تجاری که به نحوی به حریم نام‌های تجاری موجود تجاوز کند را نمی‌توان ثبت کرد.

علاوه بر ویژگی‌های فوق که می‌توانید برای انتخاب نام تجاری در نظر بگیرید، همچنین می‌توانید فهرست اسامی محصولات خود را به مشتریان هدف نشان دهید و از آنها بخواهید به شما بگویند که با هر نام چه تصویری در ذهن آنها تداعی می‌شود و از بازخوردی که از این طریق می‌گیرید، برای انتخاب نامی استفاده کنید که بیشترین بار مثبت را داشته باشد بطور کلی اگر نظرات مشتریان آینده‌تان را در مورد نام و علامت تجاری در نظر بگیرید احتمال موفقیت شما بیشتر خواهد شد.

شعله‌های بزرگ ناشی از جرقه‌های کوچک است.

دانته

امور حقوقی مربوط به نام و علامت تجاری نام تجاری^۱:

داروخانه دکتر حق بین، فروشگاه صداقت و... نمونه هایی از نام تجاری هستند. اصولاً شناسایی یک مؤسسه تجاری یا بوسیله نام مالک آن حاصل می شود، مانند داروخانه دکتر «حق بین»، یا به وسیله یک کلمه عام مانند فروشگاه «صداقت».

– آیا می دانستید که ثبت نام تجاری اختیاری است. البته در مواردی خاص، قوه قضائیه ثبت آن را الزامی می کند. (ماده ۵۷۶ قانون تجارت) حتماً سؤالی در ذهنتان بوجود آمده است که: اگر ثبت نام تجاری اختیاری است پس چه لزومی دارد که آن را ثبت کنیم؟ در جواب به این سؤال باید گفت: هر کسی که بخواهد از طرف قانون حمایت شود و به کس دیگری اجازه سوء استفاده از نام تجاری خود را ندهد بهتر است که آن را به ثبت برساند. (توجه داشته باشید که نام تجاری را اسم تجاری نیز می گویند). بهتر است بدانید اگر شما در کسب و کار یا تجارتی که می خواهید به راه بیاندازید شریکی ندارید، نمی توانید اسمی را انتخاب کنید که نشان دهنده وجود شریک باشد.

یادت باشد که ...

شما به راحتی و طی چند مرحله می توانید نام و علامت تجاری خود را به ثبت برسانید.

– نام تجاری قابل انتقال است. شما می توانید نام تجاری را به شخص دلخواه خود واگذار کنید و یا حتی آن را بفروشید. تعجب نکنید اگر بگوییم که گاهی اوقات مبلغ فروش یک نام تجاری بیش از ۱۰۰/۰۰۰ دلار بوده است. (نام تجاری مک دونالد)

یادت باشد که ...

مدت اعتبار نام تجاری ۵ سال است.

چرا باید علامت تجاری^۱ را ثبت کرد:

همانند اسم تجاری اگر شما می‌خواهید که کسی از علامت تجاری که برای کسب و کار خود انتخاب کرده‌اید، سوءاستفاده نکند باید آن را به ثبت برسانید.^۲

«حق استعمال انحصاری علامت تجاری فقط برای کسی شناخته خواهد شد که علامت خود را به ثبت رسانیده باشد.»
باید توجه داشته باشید که خود علائم تجاری نیز دارای محدودیت‌هایی هستند. در ماده ۵ قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب اول تیر ماه ۱۳۱۰ آمده است:

هیچ یک از علائم ذیل را نمی‌توان به عنوان علامت تجاری اختیار نمود و یا آنها را یکی از اجزاء یک علامت تجاری قرار داد:

۱- پرچم ایران و هر پرچم دیگری که دولت ایران استعمال آن را بطور علامت تجاری منع کند و نیز نشان‌ها، مدال‌ها و انگ‌های دولت ایران.

۲- تمثال با اجازه مخصوص.

منظور این است که ما از عکس شخصیت و مقام خاصی نمی‌توانیم برای علامت تجاری استفاده کنیم مگر اینکه این اجازه توسط مقامات بالای کشوری به ما داده شود.

۳- کلمات و یا عباراتی که مرتبط با مقامات رسمی ایران باشد؛ از قبیل مقامات دولتی و امثال آن.

۴- علامات مؤسسات رسمی مانند صلیب سرخ، هلال احمر و نظایر آن.

۶- علائمی که مخل انتظامات عمومی و یا منافی عفت باشد.

ثبت علامت تجاری نیز اختیاری است؛ ولی در برخی موارد دولت، داشتن علامت تجاری و ثبت آن را اجباری دانسته است. از قبیل:

۱- داروهای اختصاصی مورد استعمال طبی.

۲- مواد غذایی که در لفاف و ظرف مخصوص باشد.

۳- نوشابه‌ها و آب‌های گازدار.

۴- لوازم آرایشی که برای استعمال مستقیم بر روی پوست بکار می‌رود.

آیا می‌دانید که ...



^۱ - Trade Mark

^۲ - طبق ماده ۲ قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب اول تیر ماه ۱۳۱۰

نحوه ثبت علائم تجاری

تقاضای ثبت باید به زبان فارسی و در سه نسخه روی نمونه‌های چاپی مخصوص به نام اظهارنامه که از طرف اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی در اختیار متقاضیان گذارده می‌شود به عمل آید. تقاضای مزبور ممکن است شخصاً از طرف متقاضی یا از طرف وکیل او تسلیم گردد و دارای تاریخ و امضاء باشد.



یادت باشد که ...

برای ثبت علائم تجاری خود باید به اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی مراجعه کنید.

ضمانت زیر باید ضمیمه اظهارنامه مذکور باشد:

- ۱- نسخه اصلی یا رونوشت گواهی شده وکالت‌نامه در صورتی که تقاضا توسط وکیل به عمل آید.
 - ۲- ده عدد نمونه علامت به طریقی که استعمال می‌شود، به علاوه نمونه‌های اضافی به تعداد یک نمونه برای هر طبقه اضافی که درخواست می‌شود. درخواست‌کننده باید بر روی اظهارنامه یک نمونه علامت را الصاق و آن را امضاء نماید، نمونه سوم در موقع ثبت بر روی صفحه مربوط در دفتر ثبت و نمونه چهارم بر روی تصدیق الصاق می‌شود. ابعاد نمونه نباید از ده سانتی‌متر از هر طرف تجاوز کند.
 - ۳- یک کلیشه برای چاپ علامت به طور وضوح (ابعاد کلیشه مزبور نباید از ده سانتی‌متر از هر طرف تجاوز کند).
 - ۴- در صورتی که علامت تجاری، متشکل از یک یا چند کلمه باشد و دارای هیچ گونه تصویر و حروف مخصوص نباشد، متقاضی مجبور به ضمیمه کردن کلیشه نیست.
 - ۵- در صورتی که علامت در خارج به ثبت رسیده باشد تسلیم رونوشت گواهی شده از طرف اداره صادرکننده آن به زبان اصلی به انضمام ترجمه غیررسمی آن به فارسی به مسئولیت تقاضاکننده الزامی است.
- در صورتی که علامت برای تشخیص امتیاز محصول گروهی یا محصول یک شهر یا یک ناحیه از کشور اختیار شود، گواهی‌نامه از طرف مقام صلاحیت دار دایر به تصدیق استفاده از علامت مزبور به وسیله سازندگان کالاها در ایران صادر می‌شود. این مقامات اتحادیه صنفی اتاق بازرگانی یا صنایع شهرداری و فرمانداری هستند.
- اظهارنامه داخله باید در ظرف ۱۵ روز از طرف اداره ثبت مورد بررسی قرار گیرد، چنانچه اداره ثبت نواقصی در اظهارنامه مشاهده کند به متقاضی نواقص را ابلاغ خواهد نمود تا در رفع آنها اقدام کند. اگر از لحاظ قانونی ثبت علامت میسر نباشد اظهارنامه رد خواهد شد. در صورت قبول ثبت علامت از طرف اداره ثبت برای حفظ حقوق سایرین که ممکن است نسبت به ثبت علامت مزبور اعتراضی داشته باشند، اداره ثبت یک آگهی را در روزنامه رسمی شامل نام و نشانی صاحب علامت و

خصوصیات آن و کالاهایی که علامت در مورد آنها بکار می‌رود منتشر خواهد نمود. چنانچه تا ۳۰ روز بعد از انتشار آگهی کسی به ثبت علامت اعتراض ننماید، علامت مزبور به نام متقاضی آن در دفتر مخصوصی که مربوط به ثبت علامت است به ثبت می‌رسد.

پس از ثبت در دفتر، تصدیق ثبت علامت را صادر نموده و به صاحب آن تسلیم می‌کند. اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی یک نمونه از نمونه‌های چاپی را که برای تصدیق ثبت تهیه کرده است بر روی آن الصاق و ظرف سی روز بعد از ثبت علامت، آگهی مجددی مبنی بر ثبت علامت، در روزنامه رسمی منتشر می‌کند. چنانچه بعد از ثبت تغییراتی در علامت یا طبقه کالا یا صاحب علامت یا نشانی و تابعیت و نماینده قانونی صاحب علامت در ایران رخ دهد تغییرات مزبور در ایران رسمیت نخواهد داشت مگر آن که به ثبت برسند.

موارد اعتراض به ثبت علامت تجاری:

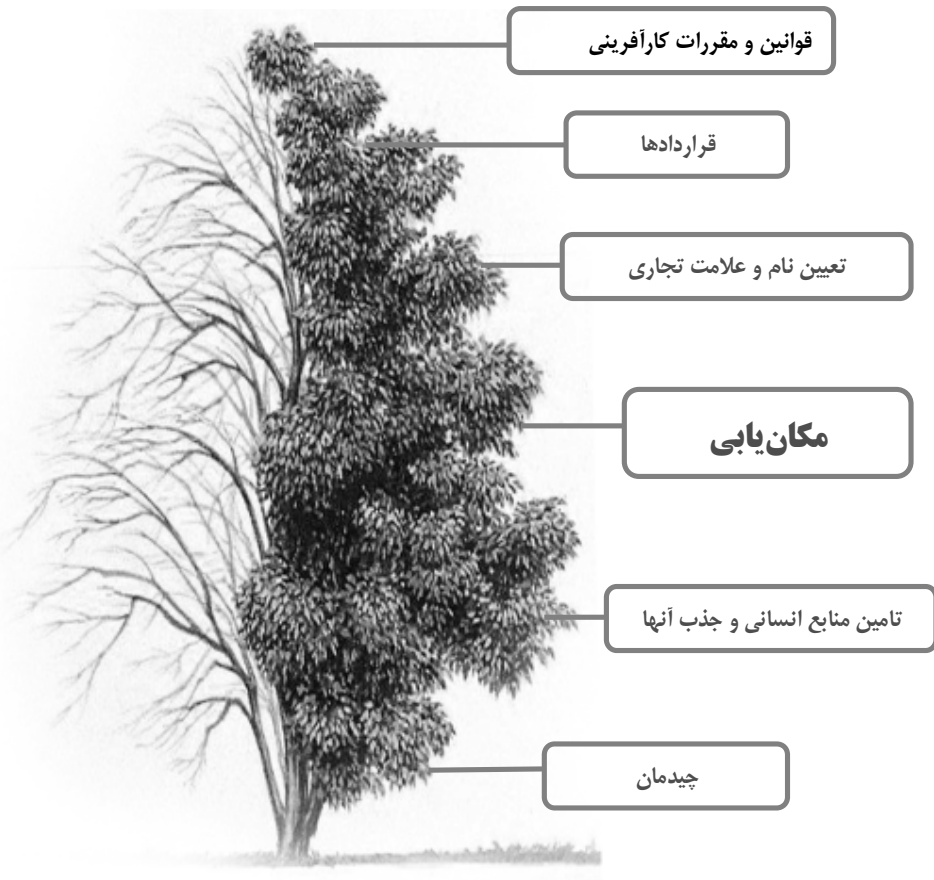
طبق ماده ۱۶ قانون ثبت علائم، اشخاص ذیل می‌توانند نسبت به علامتی که تقاضای ثبت آن شده یا به ثبت رسیده است اعتراض کنند:

۱- کسانی که علامت را علامت تجاری خود می‌دانند.

۲- کسانی که آن علامت با علامت آنها به اندازه‌ای شباهت دارد که مصرف‌کنندگان عادی را به اشتباه می‌اندازد. در هر یک از دو مورد فوق‌الذکر، اگر معترض کسی باشد که علامت قبلاً به اسم او ثبت نشده است باید در حین اعتراض برای علامت خود مطابق قانون تقاضای ثبت کرده، حق الثبت و تمام مخارج مربوطه به آن را قبلاً تأدیه نماید. بعد از ثبت علامت، طبق ماده ۲۲ قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات، اشخاص ذینفع می‌توانند در ظرف سه سال بعد از تاریخ ثبت علامت نسبت به آن اعتراض کنند. معترض باید مستقیماً دادخواست به دادگاه شهرستان بدهد و دادگاه پس از رسیدگی حکم به ابطال ثبت علامت مورد اعتراض یا حکم به رد اعتراض خواهد داد.

خلاصه و جمع بندی

اولین چیزی که شما را به مشتریان می شناساند، علامت تجاری شرکت یا مؤسسه شما است. علامت یا نشان تجاری ترکیبی از نام و نشان تجاری است که نام تجاری بخش ادا کردنی آن و نشان تجاری قسمتی است که با نماد نشان می دهند. از دلایل مهم استفاده از نام و علامت تجاری بهره مند شدن از حمایت قانونی است. انتخاب نام تجاری نیاز به دقت فراوانی دارد از جمله ویژگی های خاص و مناسبی که یک نام تجاری باید داشته باشد می توان به تمایز و قابلیت ثبت و... اشاره کرد. علاوه بر این ها شما برای ثبت علامت تجاری باید با امور حقوقی مربوط به نام و علامت تجاری آشنا شوید.



اهداف یادگیری



پس از پایان این بخش از فراگیر انتظار می‌رود که:

- به اهمیت موضوع انتخاب مکان مناسب در موفقیت یک کسب و کار توجه نماید.
- متناسب با شرایط و توان مالی خود عوامل بیشتری را در انتخاب مکان مناسب در نظر بگیرد.
- با آگاهی کامل بتواند یک مکان مناسب را برای کسب و کار خود اجاره یا خریداری نماید.

مکان یابی

مشاوران کسب و کارهای کوچک اغلب می گویند که موفقیت هر کسب و کاری مبتنی بر سه عامل است: موقعیت، موقعیت، موقعیت. یک موقعیت نامناسب معمولاً باعث شکست می شود در حالی که موقعیت مناسب پیروزی را به همراه دارد.

به نظر شما بهترین مکان برای کسب و کار کجاست؟

یکی از مهمترین گام های موفقیت در راه اندازی هر کسب و کاری انتخاب یک مکان مناسب است و آن جایی است که



شما می توانید نتایج زحمات خود را به صورت محصول و یا خدمات عرضه کنید. پس با توجه به اهمیت موضوع عجله نکنید کمی بیشتر حوصله به خرج دهید چرا که اگر در ابتدا برای تهیه مکان مناسب زمان بگذارید از دردسرهای بعد جلوگیری خواهید کرد. به خاطر داشته باشید جابجایی کسب و کارتان چندین دفعه در یک مدت کوتاه هزینه زیادی برای شما در بر خواهد داشت و در ذهن مشتریان این تصور بوجود می آید که کسب و کارتان پایدار نمی باشد.

پس برای شروع یک کسب و کار کوچک و سهولت تصمیم گیری چهار مرحله ذیل را که از اهمیت بیشتری برخوردارند

مطالعه کنید تا بتوانید مکان مناسب برای کسب و کارتان انتخاب نمایید.

۱- در درجه اول بازار هدف خودتان را شناسایی کنید.

منظور این است که مشتریان محصول یا خدماتی را که می خواهید ارائه دهید مشخص و یکسری اطلاعات در خصوص

(سن، جنس، شغل، سطح درآمد، قدرت خرید و ...) منطقه موردنظر جمع آوری نمایید. این اطلاعات می تواند در شناسایی

مشتریان به شما کمک نماید. اگر هم نتوانستید دقیقاً معلوم کنید، مشتریان کسب و کارهای مشابه خودتان را برآورد نمایید.

فهرست شهرها و محلاتی که شما می توانید در آن فعالیت خوبی داشته باشید تهیه کنید. مثلاً آیا تولید محصول و یا ارائه

خدمات شما محدود به یک یا چند شهر کوچک است یا ارائه آن تنها در شهرهای بزرگ میسر است. همچنین فهرستی از

مکان هایی که مشتریان بازار شما را تأمین می نماید تهیه کنید بعنوان مثال اگر بازار هدف شما کودکان هستند، مکان هایی را

که معمولاً در آن حضور دارند را یادداشت نمایید مانند مدرسه، کودکانستان، مهدکودک، مکان های تفریحی، پارک و ... هرچه

تعداد این مکان ها در محل موردنظر شما بیشتر باشد می تواند تأمین کننده مشتریان بیشتری برای شما باشد.

برای پیدا کردن محل کسب و کار همانند ماهیگیران حرفه‌ای عمل کنید، یکی از رازهای بزرگ موفقیت ماهیگیران حرفه‌ای، پیدا کردن مکان مناسب برای ماهیگیری است.

۲- فضای لازم برای کسب و کارتان را تعیین نمایید.

مشخص نمودن مقدار فضای مورد نیاز بسته به نوع کسب و کار شما متفاوت است در کار تولیدی برای کارگاه، انبار و ... و برای کارهای خدماتی بخش‌های فروش و دفتر کار به اندازه مورد نیاز فضا در نظر بگیرید.

۳- توان مالی خود را جهت اجاره یا خریداری محل کسب و کارتان ارزیابی کنید.

این که شما چطور می‌خواهید بهای اجاره یا ملک خریداری شده را بپردازید بسیار اهمیت دارد زیرا دریافت وام با مبالغ بالا در مدت زمان کوتاه می‌تواند آینده کسب و کار شما را تحت تأثیر قرار دهد پس بدون برنامه عمل نکنید.

۴- اطلاعات کامل در خصوص قیمت اجاره یا خرید مکان مورد نظر بدست آورید.

یک برآورد قیمت انجام دهید و ببینید با توجه به نکات ذکر شده و توان مالی شما کدام مکان مناسب کسب و کارتان است. دلايلتان را برای انتخاب محل مورد نظر ذکر کنید تا هیچگاه در خصوص تصمیم خود پشیمان نشوید.

پاسخ شما چیست؟ ...

فرض کنید می‌خواهید در محدوده مرکز شهر یک شرکت خدمات کامپیوتری راه‌اندازی نمایید میزان برآورد فضا و قیمت شما جهت اجاره یا خرید ملک مورد نظر چقدر است؟

سایر عواملی که در انتخاب محل کسب و کار تأثیرگذار

هستند عبارتند از:

دسترسی به مواد اولیه

اگر می‌خواهید کسب و کار موفق راه‌اندازی کنید، باید قادر باشید

محصولاتی با قیمت تمام‌شده کمتر به مشتریان عرضه نمایید. حتماً

می‌دانید که بخش عمده‌ای از قیمت محصولات شما را قیمت مواد اولیه

"اگر مکانی که به مواد اولیه

دسترسی راحت تر و نزدیک تری داشته

باشد را برای کسب و کارتان انتخاب

کنید هزینه‌های کمتری را بابت حمل

و نقل می‌پردازید."

تشکیل می دهد.

بنابراین بکوشید تا هزینه های مربوط به مواد اولیه از جمله حمل و نقل آن را کاهش دهید. بهتر است مکانی را انتخاب کنید که به مواد اولیه دسترسی راحت تر و نزدیک تری داشته باشید و هزینه های کمتری را بابت حمل و نقل بپردازید و یا در صورت داشتن مواد زاید تولیدی با هزینه حمل و نقل کمتری آن را جابجا نمایید.

دسترسی به نیروی کار

اگر در کسب و کارتان به نیروی کار دیگری احتیاج داشتید، به این نکته دقت نمایید که نیروی کار یکی از مهمترین و پرهزینه ترین عوامل کسب و کار شماست. پس بررسی نمایید که آیا در منطقه موردنظر به راحتی می توانید به مدیران توانمند، کارکنان متخصص و کارگران ماهر مورد نیاز خود، با یک حقوق و دستمزد متداول دسترسی پیدا کنید؟

منطقی است که شما از همان محل کسب و کارتان نیروی مورد نیاز خود را تأمین نمایید، زیرا نزدیکی محل اقامت کارکنان شما به محل کار سبب می شود آنها از لحاظ رفت و آمد مشکلی نداشته باشند و به موقع سرکار حاضر شوند و شما هم هزینه ایاب و ذهاب کمتری پرداخت خواهید کرد. در صورتی که نتوانستید نیروی کار موردنظر خود را در آن محل پیدا نمایید می توانید از خارج از منطقه کسب و کار خود آنها را تأمین نمایید.

دسترسی به تسهیلات حمل و نقل

در انتخاب مکان کسب و کار شما باید بررسی کنید که آیا دسترسی به محل استقرار کسب و کارتان آسان است؟ آیا مشتریان شما به راحتی می توانند به شما دسترسی پیدا کنند؟ وضعیت دسترسی به وسایل حمل و نقل عمومی مانند اتوبوس، تاکسی، مترو و ... در منطقه مورد نظر چطور است؟ جریان های ترافیکی بالقوه این محل کدام است؟ آیا محل کسب و کار شما از شلوغی های ترافیکی اثر می پذیرد یا خیر؟ آیا جای پارک اتومبیل برای مشتریان در آن منطقه وجود دارد؟ مثلاً اگر قصد راه اندازی یک رستوران را دارید فراهم کردن پارکینگ راحت و بدون هزینه بسیار اهمیت دارد.

ضمناً در نظر بگیرید چه وسایل حمل و نقلی از جمله (هواپیما، کشتی، قطار، تریلر، کامیون و ...) جهت جابجایی مواد اولیه و تولیدات خود در دسترس شما است؟ آیا خطر افزایش هزینه حمل و نقل می تواند بر رقابت پذیری شما تأثیر بگذارد؟

بهتر است شما با توجه به ماهیت محصولی که می خواهید تولید کنید نوع حمل و نقل و دسترسی به آن را تعیین کنید. مثلاً مؤسساتی که تولیدکننده کالای حجیم و سنگین هستند، دسترسی به راه آبی یکی از عوامل مهم تعیین منطقه برای آنها است.

طرح های توسعه ای در منطقه

یکی از نکات مهمی که شما باید در مورد مکان یابی در نظر بگیرید این است که بررسی کنید آیا در منطقه ای که می خواهید فعالیت خود را شروع کنید، در آینده طرح ها یا پروژه هایی که بر روی کسب و کار شما تأثیر بگذارد وجود دارد یا خیر؟ مثل مجتمع های مسکونی جدید، بزرگراه های جدید و طرح های توسعه ای صنایع مختلف، طرح های تعریض خیابان،

تغییر بافت فرسوده و غیره. اگر در آینده، این منطقه توسعه و گسترش یابد آیا کسب و کار شما قابلیت سازگاری با این رشد را دارا است؟ و یا بالعکس به هر دلیلی شرایط منطقه تغییر یابد بر کسب و کار شما چه تأثیری خواهد داشت؟ در صورت وجود چنین طرح‌ها و پروژه‌هایی، بهتر است ارزیابی کنید که آیا این تغییرات می‌تواند برای کسب و کار شما مفید باشد یا این که به ضرر شماست.

دسترسی به خدمات پشتیبانی

برای انتخاب مکان کسب و کار بررسی کنید که آیا خدمات لازم به منظور پشتیبانی عملیات تولید، فروش، بازاریابی و غیره در منطقه وجود دارد یا خیر؟ مثل دفاتر حقوقی و حسابداری، کارگاه‌های نگهداری و تعمیرات، عرضه‌کنندگان مواد اولیه و غیره. وجود چنین خدمات پشتیبانی در نزدیکی شما باعث بالارفتن ارزش افزوده محصول شما می‌شود و در نتیجه بهتر می‌توانید نیازهای مشتریان را به موقع و بصورت مطلوب برآورده کنید تا سودآوری بلندمدت را برای شما به ارمغان آورد.



یادت باشد که ...

نزدیک مشتریانان باشید تا هم شما آن‌ها را ببینید و هم آن‌ها شما را

دسترسی به خدمات عمومی

منظور از خدمات عمومی، خدمات اولیه‌ای است که برای راه‌اندازی یک کسب و کار ضروری باشد مثل برق، گاز و آب، شبکه فاضلاب صنعتی، خطوط تلفن کافی، دسترسی به شبکه اینترنت و با توجه به این که شما کسب و کاری را راه‌اندازی می‌کنید که در آینده نزدیک پیشرفت و ترقی می‌کند، باید بررسی کنید که آیا خدمات عمومی برای نیازهای فعلی و توسعه آتی شما، کافی و در دسترس هست یا خیر؟

از جمله خدمات عمومی دیگر دسترسی به پلیس، اورژانس، آتش‌نشانی، پارکینگ عمومی، خدمات بیمه‌ای و ... است. ضمناً امنیت منطقه را هم در نظر بگیرید بررسی کنید آیا مکان انتخابی شما از لحاظ پوشش‌های بیمه‌ای مشکلی دارد یا خیر؟ زیرا شرکت‌های بیمه‌ای برخی از مکانهایی را که سرقت زیاد اتفاق می‌افتد، یا مکانهایی را که احتمال خطر آتش‌سوزی زیاد است و کسب و کارها بسیار نزدیک هم بوده و احتمال سرایت آتش‌سوزی به دلیل نزدیکی کسب و کارهای دیگر بالا است تحت پوشش قرار نمی‌دهند. بنابراین بهتر است مکانی را انتخاب کنید که بتوانید از پوشش‌های بیمه نیز استفاده کنید.

رقابت

یکی از مهمترین عواملی که در مکان یابی کسب و کارتان باید در نظر بگیرید، رقابت است این عامل تأثیر مستقیم و نسبتاً زیادی بر ماهیت کسب و کار شما دارد. وجود یا مجاورت یک رقیب قوی ممکن است باعث شکست شما شود و برعکس یک رقیب ضعیف می تواند سودآوری شما را چندین برابر کند. بنابراین بهتر است بررسی کنید که آیا در حال حاضر یا در آینده کسب و کار رقیبی در نزدیکی شما وجود خواهد داشت یا خیر؟ در این صورت بهتر است اثر حضور آنها را نیز ارزیابی کنید.

وجود امتیازات خاص برای برخی مناطق

در بعضی مواقع دولت برای توسعه و عمران مناطق محروم امتیازات و تشویق های خاصی و معافیت های مالیاتی قائل می شود. شما می توانید بررسی کنید که آیا جزو این مناطق هستید و یا خیر؟ و اگر این طور است ببینید چه امتیازاتی شامل کسب و کار شما می شود و از طریق چه ارگان هایی می توانید این امتیازات را از لحاظ اجرایی بدست آورید؟ این امتیازات می تواند به کسب و کار نوپای شما کمک قابل توجهی کند. مثلاً شما در برخی مناطق محروم می توانید از وام بانکی با مدت بازپرداخت بیشتر و نرخ سود کمتر برخوردار شوید. یا اینکه می توانید از مزایای فعالیت در مراکز رشد یا شهرک های صنعتی و نواحی صنعتی روستایی استفاده کنید.

رشد اقتصادی

یکی از عوامل مهمی که اثر مستقیمی بر روی درآمد آینده کسب و کار شما دارد، رشد اقتصادی است. بنابراین باید ببینید منطقه محل استقرار کسب و کار شما رشد اقتصادی بالایی را نشان می دهد یا خیر؟ حتماً شما به عنوان یک کارآفرین مایلید تا رشد اقتصادی تقریباً خوبی را در منطقه خود ببینید، زیرا رشد اقتصادی منطقه نهایتاً منجر به ارتقاء قدرت خرید مشتریان و افزایش قیمت ملک تان خواهد شد.

نزدیکی به کسب و کارهای مرتبط

از عوامل مهمی که می تواند در میزان درآمد آینده شما تأثیر بسزایی داشته باشد، وجود کسب و کارهایی است که به گونه ای با کار شما ارتباط پیدا می کند. این کسب و کارها در اکثر مواقع باعث پیدا کردن مشتریان دائمی برای شما می شود، مثلاً اگر شما قصد راه اندازی یک فروشگاه گل را دارید، نزدیک بودن به هتل ها، بیمارستان ها و یا حتی گورستان می تواند برای شما مفید باشد. یا اگر قصد راه اندازی یک داروخانه را دارید، نزدیکی به بیمارستان ها و مطب ها برای شما مزیت خوبی به شمار می رود.

نوع کسب و کار همسایگان

شما باید بررسی کنید که آیا نوع کسب و کار همسایگان بر کسب و کار شما تأثیر مثبت دارد و به جذب مشتری کمک می نماید یا خیر؟ طبیعی است هنگامی که شما در محلی شروع به فعالیت کنید که همسایگان آن فعالیت مشابه شما داشته

باشند هر چند که ممکن است برای شما رقابایی بوجود آید اما شما از این طریق می‌توانید مشتریان مورد نظر خود را پیدا کنید. مثل خیابان منوچهری در تهران که مرکز خرید انواع کیف‌ها است یا خیابان جمهوری که مرکز خرید وسایل صوتی و تصویری است. شما با این کار در واقع ذهنیت و تصویر دقیقی از کسب و کارتان را در ذهن مشتری ایجاد خواهید کرد مثلاً وقتی اسم خیابان منوچهری به گوشتان می‌خورد فوراً به یاد فروشگاه‌های کیف می‌افتید.



یادت باشد که ...

کسب و کارهای مشابه با کسب و کار خود را بیابید و سپس به آن‌ها ببینید.

آب و هوای منطقه

در برخی موارد آب و هوای منطقه می‌تواند تأثیری مستقیم بر روی کسب و کار شما بگذارد. بنابراین باید با توجه به کسب و کارتان و نوع فعالیت مربوط به آن منطقه‌ای را انتخاب کنید که شما را دچار مشکل نسازد. مثلاً اگر فعالیت شما به گونه‌ای با چوب و صنایع کاغذسازی سر و کار دارد باید منطقه‌ای را انتخاب کنید که رطوبت کمتری از سایر مناطق داشته باشد و یا دارای آب و هوای خشک باشد. ضمناً تهویه مناسب و کافی و وسایل تأمین گرمایش و سرمایش محل کسب و کارتان را متناسب با آب و هوای منطقه در نظر بگیرید.

نور و روشنایی خیابان و محل کسب و کار

یادتان باشد که فعالیت مربوط به کسب و کار شما همواره در طول روز نیست و شما به ناچار در طول شب هم ممکن است به فعالیت بپردازید. یکی از عوامل مهمی که در مورد کسب و کارهای شبانه باید در نظر بگیرید نور کافی ساختمان و خیابان‌های مرتبط به ساختمان شماست.

مطمئن باشید که مشتریان به ندرت به مکانهای کم نور سر می‌زنند و ذهنیت خوبی از کسب و کارهایی که در محل‌های کم نور هستند، ندارند. ولی مکان‌های پر نور، مشتری را به سمت خود جلب می‌کند و او را ترغیب می‌کند تا با احساس امنیت بیشتری به محل کسب و کار شما وارد شود. مثلاً شما خودتان هنگامی که برای خرید شبانه از منزل خارج می‌شوید به سمت مکان‌ها و یا پاساژهایی می‌روید که پر نورتر و روشنتر باشند.

از طرف دیگر ذهنیت و تصویری که در مشتری هنگام خرید شبانه از مکان‌های پر نور و پر زرق و برق ایجاد می‌شود، ممکن است او را تشویق کند تا برای خرید روزانه نیز به همان مکان مراجعه کند. به عبارت دیگر شما با توجه کردن به عامل روشنایی در هنگام فعالیت شبانه می‌توانید فروش خوب را برای خود در هنگام روز تضمین کنید.

پاسخ شما چیست؟ ...

چه تعداد از عوامل ذکر شده در این بخش را در انتخاب محل کسب و کار خود در نظر گرفته‌اید.

تصمیم‌گیری برای اجاره یا خرید مکان کسب و کار

با توجه به اطلاعاتی که بدست آورده‌اید زمان آن رسیده است که نسبت به اجاره یا خرید محل کسب و کار خود اقدام نمائید. این مسأله یکی از تصمیمات مهمی است که بطور مستقیم با ماهیت کسب و کار شما نیز در ارتباط است. ممکن است شما در ابتدای کسب و کارتان پول زیادی داشته باشید ولی این دلیل خوبی برای خرید محل کسب و کارتان نیست. مثلاً احتمال دارد پس از خرید محل مورد نظرتان ارزش آن بطور قابل توجهی کاهش یابد و با پیشرفت کسب و کارتان شما برای رفتن به مکانی بزرگتر مجبور باشید، آن را بفروشید. بعضی اوقات اجاره‌های طولانی مدت و با قیمت کم می‌تواند برای کسب و کار نوپای شما مفید باشد.

البته عکس این مطلب نیز ممکن است صادق باشد در بعضی از مواقع که شما پیشرفت خوبی را در منطقه کسب و کارتان احساس می‌کنید، خرید خیلی بهتر از اجاره خواهد بود. البته امروزه مکان‌هایی به نام مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری ایجاد شده‌اند که در هنگام شروع کار مکان‌هایی را در اختیار شما قرار می‌دهند.

یادت باشد که ...

نگران اجاره ماهانه بالا نباشید. زیرا اجاره ماهانه پایین ممکن است به معنی فروش پایین باشد.

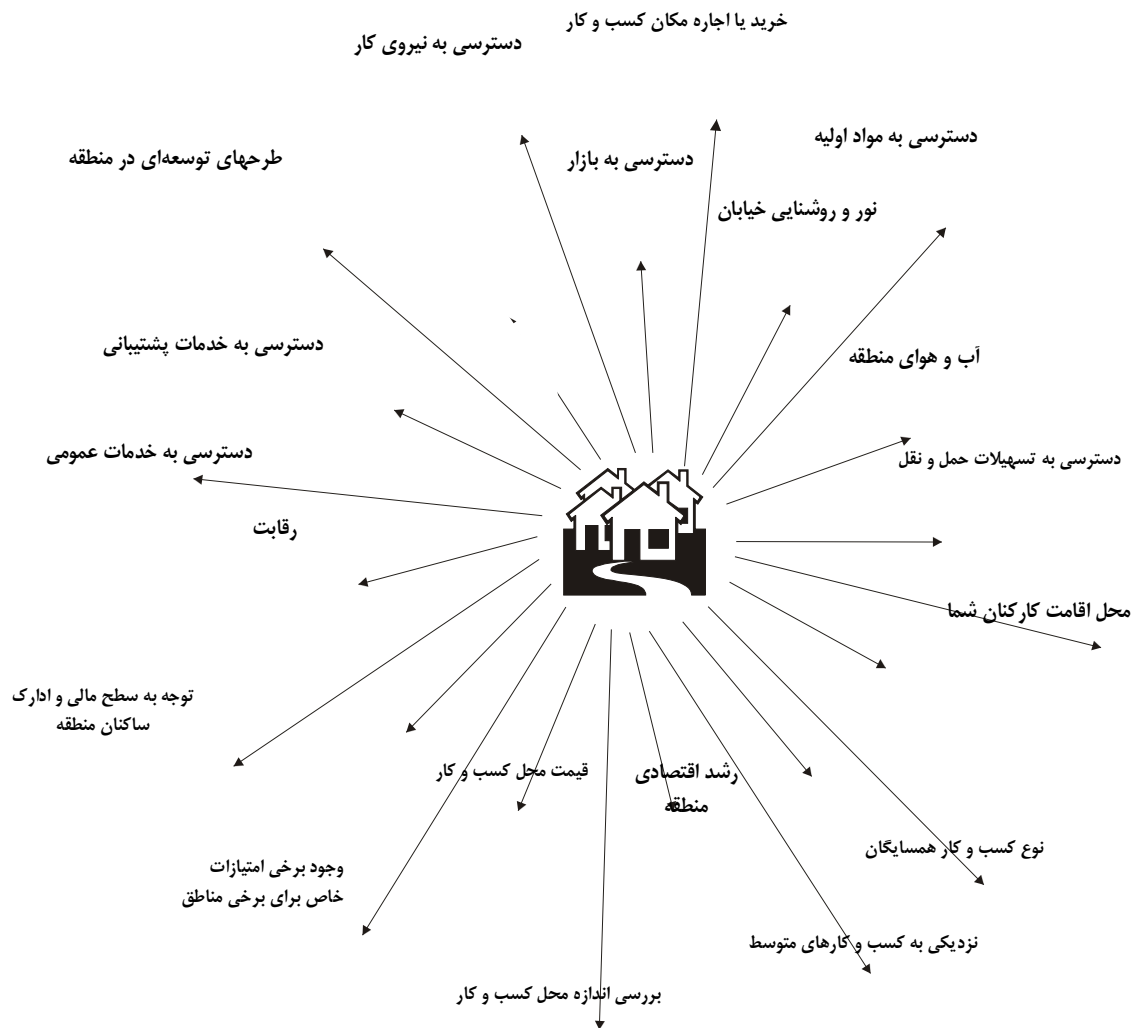
حتی وقتی فکر می‌کنید بهترین نقطه را پیدا کرده‌اید هنوز کار شما در مورد مکان تمام نشده است مذاکره درباره اجاره‌نامه به اندازه خود مکان برای شما اهمیت دارد. استفاده از تجربیات یک کارشناس املاک محلی که مشتریان شما را به خوبی می‌شناسد در این امر می‌تواند به شما کمک نماید.

دست‌کم گرفتن هزینه‌ها و مدت زمان پرداختن به کسب و کار خصوصاً وقتی که مرتبط با موضوع مکان باشد یکی از رایجترین اشتباهات در شروع کسب و کار است با انجام یک برنامه‌ریزی مناسب می‌توانید از آن دوری کنید.

پاسخ شما چیست؟ ...

فرض کنید که می‌خواهید یک نمایندگی بیمه در محل زندگیتان راه‌اندازی کنید، بررسی کنید کدام محل برای استقرار این نمایندگی مناسب است و دلایل آن را ذکر کنید.

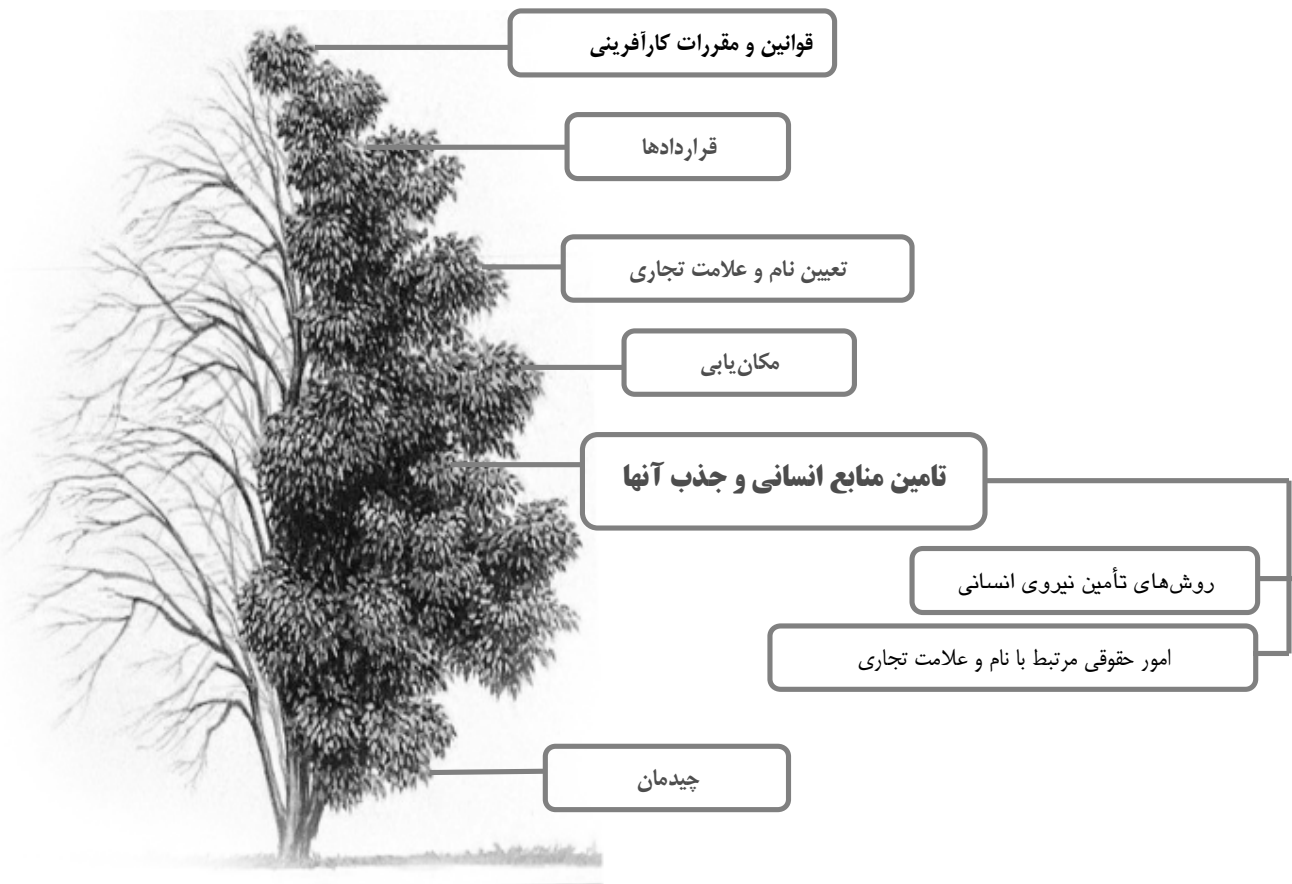
با تکیه بر ضرورت و اهمیت مکان‌یابی و مؤلفه‌های مؤثر در این امر، ضروری است تا یادآوری کنیم برای هر یک از شاخص‌های ذکر شده و مؤثر در مکان‌یابی نسبت به کسب و کار خود قاطعانه فکر کنید و با افراد ذیصلاح مشورت کنید. مؤلفه‌های مؤثر در مکان‌یابی برای مطالعه بهتر در نمایه ۶-۱ ارائه شده است.



نمایه ۳: عوامل مؤثر در انتخاب مکان مناسب کسب و کار

خلاصه و جمع بندی:

برای پیدا کردن مکان مناسب کسب و کارتان باید عوامل متعددی را در نظر بگیرید. از جمله این عوامل می‌توان به دسترسی به بازار، دسترسی به مواد اولیه، دسترسی به نیروی کار، دسترسی به تسهیلات حمل و نقل، طرح‌های توسعه‌ای در منطقه، دسترسی به خدمات پشتیبانی و غیره اشاره کرد که در این بخش با آنها آشنا شدید.



اهداف یادگیری



- پس از پایان این بخش از فراگیر انتظار می رود که:
- تعداد نیروی انسانی مورد نیاز و شرایط احراز آن شغل را تعیین نماید.
 - با روش های جذب نیروی انسانی آشنا شود.
 - فرآیند انتخاب و جذب نیروی انسانی را طی نموده و نیروی انسانی موردنظر خود را استخدام نماید.

تأمین و جذب نیروی انسانی

ممکن است شما برای راه اندازی و توسعه کسب و کارتان احتیاج به نیروی انسانی داشته باشید. پس در قدم اول تعداد نیروی مورد نیاز، شرایط، تخصص و مهارت‌هایی که افراد باید دارا باشند را تعیین نمایید. در اینجا ما شما را با انواع روش‌هایی که می‌توانید نیروی انسانی مورد نیاز خود را جذب نمایید آشنا خواهیم کرد.

انواع روش‌های تأمین نیروی انسانی

۱- آگهی

شما می‌توانید نیازهای استخدامی مورد نیاز خود را در رسانه‌هایی همچون تلویزیون، رادیو، روزنامه، اینترنت، نشریات



علمی و مجلات تخصصی و پیام کوتاه (SMS) آگهی کنید. توجه داشته باشید که در متن آگهی اغلب نام کسب و کار، عنوان شغل و پست بالاتر، شرایط احراز شغل، جنسیت، رشته و مقطع تحصیلی، میزان تجربه و سابقه کاری، محل خدمت، نوع قرارداد (تمام وقت یا پاره وقت)، تعداد مورد نیاز و سایر موارد ضروری حسب حرفه مورد نظر قید می‌شود.



امروزه کار شما بسیار راحت تر شده و بسیاری از شرکت ها و کارفرمایان، تأمین منابع انسانی خود را از طریق اینترنت و به صورت الکترونیکی انجام می دهند. به عنوان مثال شما با مراجعه به وب گاه www.jobiran.com می توانید فهرست جامعی از داوطلبان استخدام را مشاهده و از آنها برای انتخاب و جذب دعوت کنید و یا در صورت پیدا نکردن مورد مناسب، درخواست آگهی خود را بر روی سایت یا وبلاگ درج نمایید. به مثال زیر دقت نمایید:

یک شرکت تولیدی جهت تأمین نیروی انسانی متخصص و مورد نیاز خود بصورت تمام وقت در استان فارس از داوطلبین واجد شرایط به شرح زیر دعوت به همکاری می نماید.

ردیف	عنوان شغل	رشته و مقطع تحصیلی	سابقه کار مفید	تعداد مورد نیاز	جنسیت	تخصص و مهارت ها
۱	مدیر فروش	ترجیحاً کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی	۴	۱	مرد / زن	مسلط به زبان انگلیسی و برنامه office
۲	کارشناس برنامه ریزی تولید	کارشناس یا کارشناسی ارشد صنایع	۵	۲	مرد	مسلط به نرم افزارهای کنترل پروژه
۳	حسابدار	کارشناسی حسابداری / اقتصاد	۳	۱	مرد / زن	مسلط به نرم افزارهای مالی
۴	انباردار	دیپلم	۷	۱	مرد	

واجدین شرایط می توانند مدارک و مشخصات و سوابق تخصصی خود را حداکثر پس از یک هفته از درج آگهی به شماره ۸۸۹۴۶۵۰ و یا پست الکترونیکی info@jobiran.com ارسال نمایند.

اینکه آگهی در کجا اعلان شود به نوع شغل بستگی دارد مثلاً اعلان مشاغل کارگری از طریق نوشته های درشت روی پارچه درب کارگاه روشی عادی است اما استفاده از این روش در مورد شغل مدیر یک موسسه یا شرکت غیرعادی خواهد بود در این صورت می توان در نشریات تخصصی مرتبط با آن حرفه مورد نظر آگهی کنید. ضمناً هزینه آگهی را هم از یاد نبرید.

پاسخ شما چیست؟ ...

یک آگهی استخدامی برای تأمین نیروی انسانی مورد نیاز خود تهیه کنید؟

۲- معرفی ها و مراجعه مستقیم داوطلبان استخدام

افرادی که توسط دوستان و آشنایان به شما معرفی می شوند و همچنین افرادی که از طریق مراجعه حضوری، ارسال کاربرگ درخواست شغل، گفتگوی تلفنی و غیره، درخواست کار می کنند، می توانند منبع خوبی برای تأمین نیروی انسانی شما باشند.

۳- مراجعه به مؤسسات کاریابی عمومی

این مؤسسات دولتی بوده و در قالب قوانین و مقررات پیش بینی شده فعالیت می کنند. از جمله این مؤسسات می توان به سازمان امور اداری و استخدامی کشور، وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی اشاره کرد، که بنا به وظایف قانونی خود به تنظیم و جمع آوری اطلاعات داوطلبین استخدامی، اخذ اعلام نیاز سازمان ها و معرفی داوطلبین استخدامی به سازمان هایی که درصدد استخدام افراد هستند، می پردازند.

۴- مراجعه به مؤسسات کاریابی خصوصی

این مؤسسات با اخذ مجوز از سوی مقامات ذیصلاح ایجاد می شوند و اهدافی چون تنظیم و جمع آوری اطلاعات داوطلبین استخدامی، مشاوره های کاریابی، اخذ اعلام نیاز از کسب و کارها و معرفی داوطلبین استخدام را دنبال می کنند. توجه داشته باشید که هزینه های این مؤسسات از طریق صاحبان کسب و کار و داوطلبین استخدام تأمین می گردد. شما می توانید با مراجعه به سایت www.mcls.gov.ir/kar-karyabi-fa.html فهرست مشخصات و نشانی مراکز کاریابی مجاز داخلی و خارجی را دریافت نمایید.

۵- مراجعه به دفاتر کارآفرینی در دانشگاهها

این روش برای مشاغلی که تخصصی بوده و نیاز به مدارک تحصیلی بالا دارند و یا کارهای پاره وقتی که توسط دانشجویان قابل انجام است مورد استفاده قرار می گیرد و معمولاً از طریق دادن آگهی های استخدامی به این دفاتر و نصب آنها در دانشگاه ها انجام می شود. ضمناً در نظر داشته باشید نیروی انسانی که از این طریق تأمین می شوند ممکن است به دلیل عدم اطلاع از بازار کار و نداشتن تجربه شاید انتظارات شغلی نامعقولی نیز داشته باشند.

آیا می دانید که ...



کارورزانی که در طول سال در قالب «طرح کارورزی دانشجویی یا دانش آموزی» در سازمان ها دوره کارورزی خود را طی می نمایند و یا متقاضیانی که مایل به انجام کارآموزی در شرکت و یا موسسه شما هستند می توانند به عنوان منبعی برای تأمین نیروی انسانی به شمار آیند. از طریق مراجعه به سایت www.jobiran.com می توانید به مشخصات کارآموزان دسترسی پیدا نمائید.

۶- اصناف و سازمان کارگری

وقتی کارفرمایان در جستجوی افرادی با مهارت های حرفه ای خاص هستند سازمان های کارگری فهرست افراد واجد شرایطی که جویای کار هستند را در اختیار آنها قرار می دهند. به عنوان مثال در صنعت ساختمانی بیشتر پیمانکاران کارگران ماهر مورد نیازشان را از این طریق تأمین می نمایند.

۷- انجمن ها و کانون های حرفه ای

انجمن های حرفه ای نیز می توانند مجرای برای تأمین نیروی انسانی توانمند و متخصص باشد. از این طریق می توان به افراد متخصص و ماهر دست پیدا کرد. برخی از این انجمن های تخصصی عبارتند از: انجمن حسابداران، انجمن مهندسان ایران، انجمن معماران، نظام های تخصصی مهندسی، کانون فارغ التحصیلان و ...

پاسخ شما چیست؟ ...

حال فکر می کنید با توجه به نوع حرفه و کسب و کار شما کدام یک از این روش ها می تواند در انتخاب نیروی انسانی مورد نیازتان به شما کمک نماید؟

فرآیند انتخاب و جذب نیروی انسانی

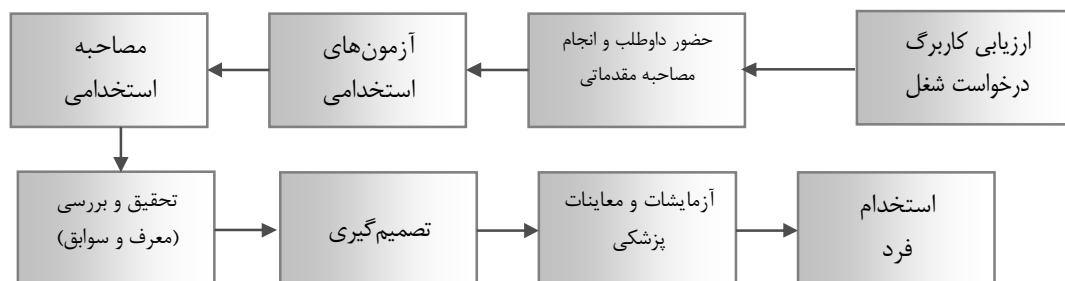
حال که دقیقاً تعداد نیروی انسانی مورد نیاز و شرایط استخدام افراد را تعیین و جستجو را با استفاده از روش‌های ذکر شده آغاز نموده‌اید به این نکته توجه داشته باشید که روش جذب نیرو بسته به وسعت و ظرفیت کسب و کار، تعداد متقاضیان و اهمیت مشاغل تغییر می‌کند. اگر شما مدیر شرکت کوچکی می‌باشید نیاز به طی کردن مراحل طولانی زیر نمی‌باشد و تنها با بررسی کاربرگ درخواست شغل، انجام یک مصاحبه کوتاه با فرد و تطابق آن با شرایط و معیارهای موردنظر، می‌توانید به راحتی تصمیم خود را مبنی بر استخدام فرد اتخاذ نمائید.



یادت باشد که ...

در انتخاب و جذب نیروی انسانی به توانمندی‌ها و عملکرد افراد توجه داشته باشید هیچ مهارتی برای شما مهمتر از آن نیست که بدانید چگونه کارمندان با مهارت بالا را بیابید و انتخاب کنید.

اما در شرایطی که گستردگی و تنوع نیروی انسانی مورد نیاز و متقاضیان آن وجود داشته باشد فرآیند انتخاب و جذب نیروی انسانی به صورت نمودار زیر ترسیم می‌گردد:



نمودار ۳: فرآیند انتخاب و جذب نیروی انسانی

۱- ارزیابی کاربرگ درخواست شغل

پس از درج آگهی، متقاضیان کاربرگ درخواست شغل (رزومه) خود را به نشانی که شما ذکر کرده‌اید ارسال خواهند کرد. در صورتی که متقاضیان زیادی برای مشاغل پیشنهادی وجود داشته باشند زمانی برای مصاحبه با همه افراد ندارید؛ کاربرگ تکمیل شده به شما کمک می‌نماید که قبل از مصاحبه یک ارزیابی اولیه انجام دهید که در صورت عدم تطابق وقت شما صرف مصاحبه نگردد. لذا با بررسی

اولیه رزومه‌های ارسالی، کسانی که واجد شرایط نمی‌باشند را حذف و فهرست افرادی که با آنها مصاحبه صورت خواهد گرفت را تهیه نمایند سپس با هر یک از متقاضیان تماس حاصل نموده و زمان مصاحبه برای هر یک از آنان را تعیین نمایند.

۲- مصاحبه مقدماتی

در این مرحله داوطلب استخدام مطابق وقت تعیین شده در شرکت شما حضور یافته و با ارائه مدارک مورد نیاز به همراه کاربرگ درخواست شغلی (رزومه) برای مصاحبه مقدماتی آماده می‌گردد. هدف از مصاحبه مقدماتی، تطبیق خصوصیات متقاضی با شرایط احراز شغل است. با توجه به انعطاف‌پذیری مصاحبه می‌توان این روش را بنیادی‌ترین و بهترین روش برای جمع‌آوری اطلاعات متقاضیان دانست اما به شرط آن که مصاحبه‌گر مسلط به انجام تکنیک‌های مصاحبه باشد. پیش از آغاز مصاحبه با افراد جدید شرح کامل و مشخصی از داوطلب ایده‌آل تان بنویسید. زمان مصاحبه بهتر است حدوداً ۲۵ تا ۳۰ دقیقه باشد. در مصاحبه شما علاوه بر بررسی مشخصات فردی، میزان تحصیلات و سوابق و تجربیات کاری و... مواردی که از طریق آزمون درک‌شدنی نیستند را بهتر و بیشتر می‌توانید دریابید مانند: ادب، نزاکت، طرز برخورد و بیان، رشد فکری و اجتماعی، قابلیت‌ها و توانایی‌های فیزیکی فرد و... برخی از نکاتی که باید در مصاحبه در نظر گرفته شود عبارتند از:

- قبل از جلسه، تمام اطلاعات مورد نیاز در طول مصاحبه را آماده نمایید.
- برای هر مصاحبه مدت زمان کافی در نظر بگیرید تا در فاصله بین مصاحبه‌ها وقت فکر کردن و یادداشت‌نمودن مطالب را داشته باشید.
- مصاحبه را در جایی آرام و ساکت انجام دهید تا از بروز مزاحمت و وقفه جلوگیری شود.
- اگر تعداد متقاضیان زیاد است حتماً عکس پرسنلی آنان را بر روی کاربرگ درخواست شغلی الصاق نمایید.
- مسیر مصاحبه تحت کنترل شما باشد. آنچه که درباره شغل لازم به گفتن است برای متقاضیان توضیح دهید.
- معلوماتی که متقاضی ادعا می‌کند را مورد آزمون قرار دهید.
- به صحبت‌های متقاضیان با دقت گوش کنید و به تغییراتی که در صدای آنها حاصل می‌شود و اغلب بیان‌کننده احساسات و گرایشات ناگفته آنان است، توجه نمایید.
- هدف مصاحبه باید جستجوی مسائل اساسی باشد نه آنکه به صورت یک گپ دوستانه درآید.
- متقاضی را به حرف‌زدن تشویق کنید مثلاً نگویند این شغل احتیاج به مطالعه دارد بپرسید آخرین کتابی که در این خصوص مطالعه کردید کدام کتاب بوده است؟ این نوع سوال بیشتر موضوع را آشکار می‌کند.
- سعی کنید برای همه متقاضیان شرایط یکسان بوجود آورید و از اعمال نظر و تمایلات شخصی خود پرهیز کنید و هرگز در پی بحث و جدل و مخالفت با نظرات مصاحبه شونده نباشید.
- در صورتی که متقاضی کاربرگ درخواست شغل را تکمیل ننموده است کاربرگ را جهت تکمیل در اختیار او بگذارید و پس از بررسی اولیه در صورت تمایل با وی مصاحبه بعمل آورید.

۳- آزمون های استخدامی

برای شناسایی و ارزیابی میزان توانایی های بالقوه و بالفعل متقاضیان، با توجه به ضرورت ها و ویژگی های شغلی افراد از انواع آزمون ها استفاده می شود. برای سنجش دانش و اطلاعات فرد از آزمون های کتبی و تخصصی و برای سنجش مهارت های فرد از آزمون های عملی استفاده می گردد نظیر: تشخیص خرابی دستگاه کامپیوتر، انجام تایپ، محاسبه مالیات، ترجمه متون، امتحان رانندگی و ... همچنین از آزمون های روانشناسی برای سنجش هوش، استعداد، حافظه، قدرت فراگیری، شناسایی شخصیت و غیره استفاده می شود این آزمون ها کمک می نماید از میان متقاضیان بتوانید افراد برتر را شناسایی کنید.

۴- مصاحبه استخدامی

هدف از این مصاحبه ارزیابی شایستگی های متقاضیان برای احراز شغل و یا سمت می باشد. در این مرحله مصاحبه تخصصی در رابطه با آن شغل مورد نظر صورت می گیرد. بهتر است افرادی را که قابلیت شان بیشتر از حد انتظار شغل است انتخاب نکنید مگر اینکه شغل مورد نظر در حال رشد باشد چرا که این افراد به زودی از کارشان خسته و دلسرد می شوند و شرکت شما را ترک می کنند.

۵- تحقیق و بررسی

پس از مصاحبه استخدامی برای اینکه شایستگی داوطلب استخدام کاملاً برای شما محرز گردد، باید به تحقیق و بررسی در مورد صحت اطلاعاتی که در کار برگ درخواست شغل توسط داوطلب استخدام درج شده است بپردازید. کنترل مدارک شخصی، تحصیلی و سایر مدارک داوطلب در این مرحله الزامی است. همچنین باید از معرفین شغلی داوطلب نیز تحقیقات به عمل آورید.

۶- تصمیم گیری

حال وقت آن است که مشخص کنید، آیا داوطلب استخدام، حائز کلیه شرایط مورد نظر برای شغل و شرکت شما است یا خیر و در صورت تأیید و حسب نیاز شغل داوطلب جهت آزمایشات و معاینات پزشکی معرفی می گردد.

۷- آزمایشات و معاینات پزشکی (بررسی وضعیت سلامت فرد)

این مرحله در اکثر فرآیندهای انتخاب و جذب نادیده گرفته می شود، درحالی که آزمایشات پزشکی نقش مهمی در این فرآیند دارد. در برخی از مشاغل شرط استخدام قطعی منوط به تأیید سلامت جسمی و روانی فرد در آزمایشات و معاینات پزشکی است. چهار هدف کلی این مرحله عبارتند از:

- اطمینان یافتن از سلامت و توانایی جسمی لازم برای احراز آن شغل
- اطمینان یافتن از سلامت و توانایی جسمی برای پیشگیری از ادعاهای احتمالی افراد در آینده
- جلوگیری از استخدام افراد دارای بیماری های واگیردار و تشخیص اعتیاد
- ایجاد مبنا و پایه ای برای معاینات بعدی



در کار عاملان خود بیاندیش و تنها پس از آزمون و امتحان آنها را بکار گمار. امیرالمومنین

۸- استخدام فرد

پس از انجام موفقیت آمیز مراحل ذکر شده داوطلب به استخدام شرکت شما درمی آید و برای انجام کار آماده می شود. سعی کنید از همان روز اول او را به مسئولیت پذیری بیشتر عادت دهید.

شما پس از استخدام افراد دارای صلاحیت می توانید به سایر متقاضیان اعلام کنید که در اولویت استخدام قرار نگرفته اند؛ همچنین می توانید پرونده های مربوط به آنها را بایگانی و یک بانک اطلاعاتی تشکیل دهید تا در صورت نیاز به آنها مراجعه کنید.



پاسخ شما چیست؟ ...

۱- فرض کنید که برای کسب و کاری که راه انداخته اید، نیاز به نیروی انسانی دارید:

الف. نیروی انسانی مورد نیاز خود را بر اساس مهارت و تخصص تقسیم بندی کنید؛

ب. تعداد افراد مورد نیاز خود را مشخص کنید؛

ج. از طریق اینترنت نیروی انسانی مورد نیاز خود را جستجو کنید و نام اشخاصی را که به

نظرتان مناسب می رسند، یادداشت نمایید.

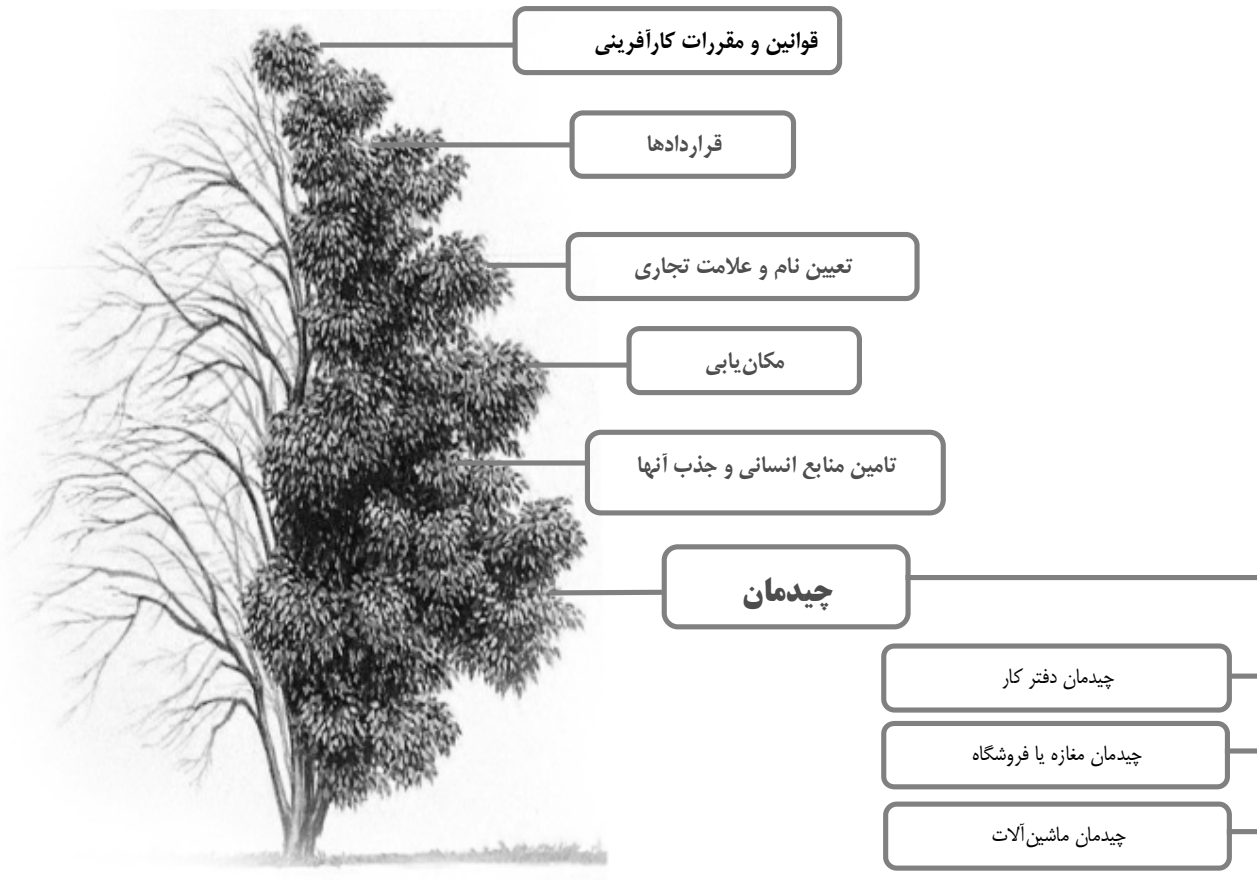
۲- کاربرگی تهیه کنید که بتواند اطلاعات مورد نیاز شما را در مورد داوطلب استخدام،

خلاصه و جمع بندی:

کارآفرین، برای راه اندازی کسب و کار خود نیاز به نیروی انسانی دارد. روش هایی وجود دارد که به کارآفرین کمک می کند تا نیروی انسانی مورد نیاز خود را تأمین کند. این روش ها عبارتند از: آگهی، معرف ها و مراجعه مستقیم داوطلبان استخدام، مراجعه به مؤسسات کاریابی عمومی، مراجعه به مؤسسات کاریابی خصوصی، مراجعه به دفاتر کارآفرینی در دانشگاه ها، اصناف و سازمان کارگری و انجمن ها و کانون های حرفه ای

بعد از این مرحله نوبت به انتخاب نیروی انسانی و استخدام افراد می رسد. در اکثر موارد انتخاب و جذب نیروی انسانی به این صورت انجام می شود:

- ۱- ارزیابی کاربرگ درخواست شغل
- ۲- مصاحبه مقدماتی
- ۳- آزمون های استخدامی
- ۴- مصاحبه استخدامی
- ۵- تحقیق و بررسی
- ۶- تصمیم گیری
- ۷- آزمایشات و معاینات پزشکی
- ۸- پس از طی این مراحل داوطلب به استخدام شرکت / سازمان درآمده و برای کار آماده می شود.



اهداف یادگیری



پس از پایان این بخش از فراگیر انتظار می رود که:

- با مفهوم و اهمیت چیدمان محیط کسب و کار آشنا شود.
- سایر عوامل را در طراحی محیط کسب و کار در نظر بگیرد.
- با طرح های چیدمان یک فروشگاه آشنا شود.
- با انواع چیدمان ماشین آلات آشنا شود.
- وسایل مورد نیاز دفتر کار خود را مشخص نماید.

چیدمان

چگونه محیط کار خود را طراحی کنیم؟

آیا می‌دانید نحوه درست چیدمان از چه اهمیتی برخوردار است؟

اینکه چطور محیط کار خودتان را طراحی کنید و از فضای داخلی استفاده بهینه نمائید بستگی به نوع و حجم کار شما



دارد و در افزایش یا کاهش عملکرد شرکت یا کارگاه تاثیر مستقیمی می‌گذارد. چیدمان به معنی نحوه تعیین محل استقرار ماشین‌آلات، انبارها، میزهای کار و کالا و رابطه آنها با یکدیگر در محیط کارگاه یا اداره است. شما با طراحی یک چیدمان مناسب می‌توانید از فضای موجود بطور کارآمد استفاده و چرخه

تولید یا زمان ارائه خدمات به مشتری را کاهش دهید. در این صورت علاوه بر ارتقای کیفیت ارائه خدمات و محصول هزینه‌های شما به طور مطلوبی کاهش می‌یابد.

با توجه به ایجاد ساختارهای جدید، فن‌آوری‌های نوین و رقابت بین بخش خرده‌فروشی توجه به موضوع چیدمان، تفکر و تهیه یک برنامه در این خصوص بسیار ضروری است. عدم توجه به این مسئله باعث می‌شود کارکنانتان نتوانند به درستی کارشان را انجام دهند و در نهایت باعث کاهش بازده و بهره‌وری شرکت شما خواهد شد. رعایت چیدمان مناسب هم برای کارکنانتان (کارگر - کارمند) و هم برای مشتریان و ارباب رجوع اهمیت دارد.

اهمیت چیدمان را می‌توان در موارد زیر بیان نمود:

۱- برای صاحبان کسب و کار یا فروشندگان

با توجه به اینکه ابزار و وسایل کاری ارتباط مستقیمی با کالا و خدمات تولید شده دارند، می‌توانند در کسب درآمد و هزینه اثر مهمی داشته باشند. این موضوع هنگامی بیشتر اهمیت پیدا می‌کند که کسب و کار شما شکل کارگاهی داشته باشد مثل کارگاه‌های فلزکاری، کارگاه‌های کفش‌سازی و غیره. یک چیدمان مناسب، دست به دست شدن و نقل و انتقالات محصول را بین ایستگاه‌های مختلف تولید، به حداقل می‌رساند و باعث می‌شود که رفت و آمدهای کارمندان یا کارگران به حداقل برسد و در نتیجه کارایی و ارزش افزوده کالا و خدمات تولیدی شما بالا رود. از طرف دیگر یک چیدمان نامناسب می‌تواند برای شما هزینه‌آفرین باشد زیرا مدت زمان تولید کالا و ارائه خدمات شما را افزایش می‌دهد و ممکن است شما سفارشات را از دست بدهید.



یادت باشد که ...

اگر کسب و کار شما به گونه‌ای است که دارای بخش‌های مختلف بوده و تعداد زیادی ارباب رجوع دارید بهتر است که بخش ارباب رجوع در قسمتی قرار گیرد که به راحتی در دسترس آنان باشد و بخش مدیریت شما در مکانی باشد که ارباب رجوع فقط در مواقع ضروری که با مدیریت سر و کار دارد به آنجا مراجعه کند. مثلاً اگر ساختمان اداری شما دو طبقه است بهتر است طبقه اول آن را به ارباب رجوع و طبقه دوم آن را به بخش اداری و مدیریت اختصاص دهید.

۲- برای مشتریان

اهمیت چیدمان هنگامی برای مشتری بیشتر می‌شود که کسب و کار شما از نوع خرده‌فروشی باشد. در این صورت باید گفت که یک چیدمان مناسب می‌تواند هنگام ورود مشتری به محل کسب و کار شما او را وادار به ایستادن و انتخاب مناسب کالای مورد نظر خود کند. به عبارت دیگر شما باید از چیدمانی استفاده کنید که مشتری در هنگام ورود به راحتی پی ببرد که با آرامش خاطر و بدون عجله می‌تواند کالای مورد نظر خود را پیدا کند. شما خودتان نیز در هنگام خرید کالا مایلید وارد مکان‌هایی شوید که از لحاظ چیدمان وسایل این گونه باشد.

از طرف دیگر بهتر است که چیدمانی را انتخاب کنید که اگر با تعداد زیادی مشتری مواجه شدید باز هم مشتریان بتوانند کالای خود را براحتی انتخاب کنند، مثل چیدمان در فروشگاه‌های شهروند.

اگر شما دارای کسب و کار از نوع کارگاهی مثل فلزکاری، کفش‌سازی و ... هستید در این صورت چیدمان شما اثر مستقیمی بر کالای تولیدی شما دارد. در این صورت بهتر است چیدمان شما به گونه‌ای باشد که زمان کمتری را صرف تولید کالا کنید و به موقع بتوانید کالاهای سفارشی آنها را آماده کنید. در چنین مواقعی چیدمان و استقرار ماشین‌آلات شما باید به گونه‌ای باشد که فرآیند کالاهای در دست ساخت، حداقل حرکات اضافی را داشته باشد.

۳- برای کارمندان و یا کارگران

"چیدمان باید به گونه‌ای باشد که تردد کارمندان یا کارگران را به حداقل برساند."

هنگامی که کارمندان یا کارگران وارد محل کار خود می‌شوند، یک چیدمان مناسب برای آنها می‌تواند انگیزه خوبی برای شروع و انجام بهتر کار باشد. اگر چیدمان محل کار به گونه‌ای باشد که افراد به محض ورود به اتاق کار خود مجبور باشند به دنبال ابزار و وسایلی

بگردند که نمی‌دانند روز گذشته کجا گذاشته‌اند، علاوه بر اینکه از این وضع ناراضی خواهند بود، کارایی‌شان کاهش می‌یابد. در یک چیدمان مناسب، افراد می‌دانند که وسایل و ابزار کاری خود را در کجا قرار دهند، مثلاً تخصیص دادن زون‌کن‌ها در موضوعات متفاوت برای کارمندان در اتاق می‌تواند به آنها در دسته‌بندی موارد مختلف کاری کمک کند. از طرف دیگر چیدمان اتاق باید به گونه‌ای باشد که فضای لازم برای انجام کار توسط هر کارمند به اندازه کافی باشد تا مانع از انجام کار او نشود. همچنین تردد کارمندان یا کارگران را به حداقل رساند.

چیدمان اتاق یک کارمند می‌تواند نشان‌دهنده شخصیت کاری او باشد. معمولاً کارمندانی که کار خود را بهتر انجام می‌دهند منظم‌تر هستند و همواره اتاق خود را مرتب نگه می‌دارند.

چه عواملی را باید در طراحی چیدمان محیط کار در نظر گرفت؟

👉 معماری

- فضای داخلی و نحوه تقسیم‌بندی پلان‌ها نقش مهمی در ساختار معماری یک فروشگاه دارد. یک طراحی راحت و قابل دسترس می‌تواند در جذب مشتری موثر باشد.

- در طراحی فضا، انعطاف‌پذیری بالا و تنوع‌پذیری را در نظر بگیرید زیرا در این صورت چیدمان و آرایش سطوح می‌تواند کارکردهای مختلفی را بپذیرد و این در حالی است که مخاطب احساس رضایت بیشتری از فضا خواهد کرد.

- از جداکننده‌های سبک و قابل حمل استفاده نمائید.

- درب‌های ورودی متوالی باعث گیج شدن افراد می‌شود درب ورودی از فضا تفکیک شود.

- شکل فضا در جذب یا عدم جذب مشتریان تاثیرگذار است فضاهای دایره‌ای، شش بر و مربع به دلیل برابر بودن مرکز

آن با اضلاع باعث گیج‌شدن مشتریان می‌شود و در نتیجه خستگی به دنبال دارد.



یادت باشد که ...

توصیه می‌شود فضای فروشگاه به شکل مستطیل باشد زیرا در چنین فضایی جهت‌یابی مشتریان کاملاً مشخص است که در طول حرکت می‌کنند یا در عرض همین موضوع احساس راحتی و آرامش بیشتری را برای مشتری خواهد داشت.

👉 رنگ پردازی

رنگ‌ها بر احساسات ما تاثیر می‌گذارند چه متوجه شویم چه نشویم. با دانستن زبان رنگ‌ها می‌توانیم به صورت مناسب و بجا از آنها در طراحی و چیدمان استفاده کرده و تأثیرات روانی مثبتی بر مشتریان داشته باشیم. همواره در نظر داشته باشید

رنگ بندی و رنگ آمیزی فضای داخلی فروشگاه، مطلوب و آرامش بخش باشد. در جدول زیر ویژگی های برخی از رنگ ها عنوان شده است.

رنگ سبز	احساس آرامش در فرد ایجاد کرده و فضا را بزرگتر نشان می دهد.
رنگ زرد	تمرکز را تقویت و فضای تاریک را روشن تر و درخشان تر می کند.
رنگ نارنجی	باعث افزایش اشتها می شود لذا متناسب رستوران ها می باشد.
رنگ قرمز	از لحاظ روانی بسیار موثر است و باعث جلب توجه می شود. رنگ اشیاء شفاف تر نشان داده می شود. به اتاق های تاریک، روشنایی و به اتاق های سرد گرما می بخشد. رنگ قرمز برای اتاق انتظار یک پزشک مناسب نمی باشد زیرا حس اضطراب و نگرانی را افزایش می دهد.
رنگ آبی	رنگ آبی آرامش بخش است. به منظور جلب اعتماد و صداقت مشتریان می توانید از رنگ آبی استفاده نمایید. توصیه می شود افراد در مصاحبه های استخدامی لباس آبی رنگ بپوشند.
رنگ مشکی	رنگ مشکی رنگ اقتدار و توانایی است. معمولاً رستوران ها، کافی شاپ ها، طلا فروشی ها از رنگ مشکی برای طراحی دکوراسیون خود استفاده می نمایند با این هدف مجموعه خود را متمایز و برجسته نشان می دهند.
رنگ بنفش	ارتباط دهنده ذهن و احساس است. نشاط بخش بوده و آثار مخرب زندگی پرتحرک را می زداید. عطر فروشی ها از رنگ بنفش جهت طراحی دکوراسیون استفاده می کنند.

نمایه ۴: ویژگی رنگها و استفاده از آن در چیدمان

☞ نورپردازی

نورپردازی و استفاده از نور طبیعی یکی از مواردی است که سهم مؤثری در معرفی محصول به مشتریان دارد. توجه به نکات ذیل می تواند به شما در نورپردازی بهتر محیط کسب و کارتان یاری رساند.

- ۱- برای توزیع نور یکسان، بهتر است برای هر ردیف از چراغ‌ها به ویژه برای ردیف چراغ‌های کنار پنجره کلید مستقل در نظر گرفته شود تا بتوان با توجه به نور طبیعی، نور کل مجموعه را کنترل نمود.
- ۲- برای جلوگیری از بازتاب خیره کننده نور بهتر است از سطوح شیشه‌ای و براق در محیط کار کمتر استفاده شود.
- ۳- به منظور رسیدن به سطح نور مطلوب در کارهای خاص، بهتر است از نورهای موضعی استفاده شود.
- ۴- برنامه منظم برای تمیز کردن لامپ‌ها و همچنین تعمیر و نگهداری از سیستم‌های الکتریکی طراحی شود تا از حوادث احتمالی جلوگیری گردد و از بیشترین سطح روشنایی بتوان استفاده نمود.

۴- تهویه مناسب

در طراحی محیط کسب و کار خود تهویه مطبوع و مناسب را از یاد نبرید و بسته به نوع و حجم کار سیستم تهویه متفاوت خواهد بود: در صورت عدم رعایت آن ممکن است ایمنی کسب و کار و سلامت کارکنان به خطر بیفتد.

در ادامه به تفکیک مواردی که باید در طراحی و چیدمان دفتر کار (شرکت)، مغازه یا فروشگاه و کارگاه یا کارخانه در نظر گرفته شود اشاره می‌نمائیم

طراحی و چیدمان دفتر کار

هنگامی که صبح‌ها قبل از انجام فعالیت کاری یا آمدن مشتریان وارد اتاق کارتان می‌شوید، اولین چیزی که با آن



مواجه می‌شوید چیدمان اتاق و ابزار و وسایل کاریتان است. بدون در نظر گرفتن شغلی که دارید، نحوه چیدمان و استقرار آنها می‌تواند برای شما یک روز کاری مفید را تداعی کند. شاید این موضوع به نظر مهم نباشد ولی وقتی وسایل اداری و کار خود را سر جای خود می‌بینید و به راحتی به آنها دسترسی دارید، نسبت به هنگامی که نمی‌دانید وسایل کاریتان را کجا گذاشته‌اید و کجا باید آنها را پیدا کنید، احساس بهتری دارید.

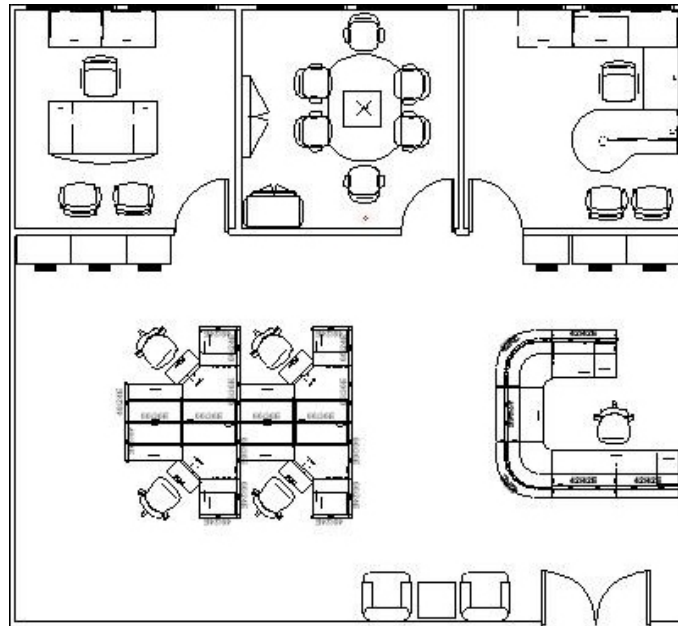


یادت باشد که ...

دفتر کار خانه دوم شماست آن را دوست داشتنی و قابل زندگی کنید در این صورت هرگز دوست ندارید آن را ترک کنید.

در طراحی و چیدمان دفتر کار موارد زیر را در نظر داشته باشید:

☞ در طراحی محیط کارتان، در صورت امکان، می‌توانید اتاق کار مستقل و شخصی متناسب با فعالیت کارکنانتان اختصاص دهید در غیر این صورت می‌توانید از نوع خاصی از طراحی به نام «فضای باز» استفاده کنید در این نوع طراحی دیوارهای اتاق برداشته می‌شود و فضای کار وسعت پیدا می‌کند و واحدهای مختلف با توجه به ماهیت آن با استفاده از پارتیشن تقسیم‌بندی می‌شوند و هر واحد کار نیز نزدیک واحد کار مرتبط قرار می‌گیرد. در نمونه زیر شرکت با پارتیشن به بخش‌های مختلف تقسیم‌گردیده است:



نمایه ۵: چیدمان دفتر کار

- ☞ در مورد چگونگی قرارگیری میز منشی و کارکنان یک فضای اداری باید به این نکته توجه داشته باشید که همیشه ارباب رجوع به پشت میز دسترسی نداشته باشد و مانیتور و یا اطلاعات در معرض دید آنها قرار نگیرد.
- ☞ چیدمان مبلمان انتظار به گونه‌ای باشد که مراجعه‌کننده به قسمت‌های خصوصی فضا مشرف نباشد.
- ☞ هنگام استفاده از رایانه، استاندارد فاصله میز و مانیتور رعایت شود.
- ☞ در محیط کار از گل و گیاه و پوستر استفاده نمائید تا محیطی راحت‌تر و برای کارکنان و مراجعان ایجاد شود.

انتخاب تجهیزات و ملزومات دفتر کار

انتخاب تجهیزات و ملزومات مناسب برای دفتر کارتان می‌تواند شما را در ایجاد یک چیدمان مناسب یاری کند. در کل محتاط و صرفه‌جو باشید. استفاده از میزهای شیک و مرغوب و البته متناسب با بودجه‌تان روی افرادی که به طور اتفاقی از اتاق شما دیدن می‌کنند، تأثیر بسزایی می‌گذارد.

خرید وسایل کهنه و قدیمی، دفتر شما را به صورت محلی متروکه و کسل کننده جلوه می دهد. برخی وسایل و تجهیزاتی

که می توانید تهیه نمائید عبارتند از:

وسایل و تجهیزات	موارد استفاده
قفسه های کتاب	قفسه های کتاب باید در دسترس و به اندازه کافی بزرگ باشند تا تمام کتابها و جزوات مورد نیاز شما را در خود جای دهند. کتابهای مورد نیاز خود را نزدیک و در دسترس قرار دهید تا برای استفاده از آنها مجبور نباشید زیاد جابه جا شوید.
صندلی	طرز نشستن بر روی سلامتی تأثیر بسزایی دارد. به جلو و عقب خم شدن روی یک صندلی نامناسب به کمر شما فشار می آورد و بدن شما را مجبور بکار غیر ضروری می کند. صندلی شما باید کاملاً قابل تنظیم و قابل چرخش باشد.
میز	کارایی هر میز بستگی به بزرگی میز، کشوها و دوام آن دارد. همچنین باید یک میز اضافی برای قرار دادن نامه ها و سایر لوازم داشته باشید که این میز حتماً باید با میز کار شما همتراز و همسطح باشد.
فایل ها	فایل از جمله وسایلی است که مرتباً مورد استفاده قرار می گیرد و نباید در گوشه ای از دفتر کار شما خاک بخورد. فایل برای نگهداری اطلاعات مربوط به مشتریان، سفارشات مشتریان، صورت هزینه های اداری، مکاتبات اداری، طرح ها، کاربرگ ها و کاغذهایی که باید بایگانی شوند و ... مورد استفاده قرار می گیرد. فایلی انتخاب کنید که به راحتی باز و بسته شود و سر و صدا ایجاد نکند. آن را در اندازه ای انتخاب کنید که به راحتی قابل دسترس و نزدیک میز شما باشد تا مجبور نباشید از روی صندلی بلند شوید.
دستگاه چاپگر (پرینتر)	چاپگر از متداولترین دستگاههای خروجی در رایانه است که از آن بمنظور چاپ اطلاعات استفاده می شود. کاربران رایانه صرفنظر از نوع استفاده، ممکن است در مقاطع زمانی خاصی نیازمند استفاده از آن باشند. چاپگرها با انواع متفاوتی مانند جوهرافشان، لیزری، تک رنگ و لیزری رنگی جهت کارکردهای مختص به خود طراحی شده اند.
دورنگار (فاکس)	از طریق این دستگاه شما با اتصال به یک خط تلفن می توانید در اسرع وقت به هر جای دنیا اطلاعات خود را ارسال و یا دریافت نمائید.

اسکندر	اسکندر یکی از تجهیزات جانبی مهم در رایانه محسوب می گردد. کاربرانی که با تصاویر سروکار داشته و تمایل به نشر حرفه ای آن و یا قصد ایجاد یک نسخه دیجیتالی از اطلاعات و نامه ها را داشته باشند می توانند از اسکندر استفاده نمایند.
تلفن	تلفن را در دسترس قرار دهید تا همزمان با انجام کار بتوانید به تماس های تلفنی پاسخ دهید. برای راحتی بیشتر می توانید از موسیقی انتظار و نگهدارنده پشت خط، سامانه پخش صدا استفاده کنید. در غیر این صورت به دلیل خم شدن گردن به عضلات و اعصاب گردن و ستون فقرات فشار وارد می شود.
رایانه	امروزه رایانه یکی از ابزارهای مهم برای انجام کارها، بخصوص کارهای دفتری است و شما نیز حتماً در دفتر کار خود به یکی از آنها احتیاج پیدا خواهید کرد. بنابراین بهتر است از رایانه های صفحه تخت (LED) که حجم کمتری را روی میز کار اشغال می کند استفاده کنید.
دستگاه تکثیر	با استفاده از این دستگاه شما می توانید به تعداد مورد نیاز کتب جزوات، نامه ها و سایر موارد را به میزان مورد نیاز کپی نمایید.

نمایه ۶: وسائل و تجهیزات مورد نیاز در محیط کار



یادت باشد که ...

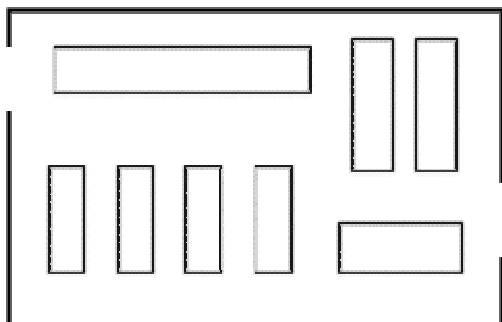
به جای استفاده از چند ماشین یک منظوره، می توانید از یک دستگاه چندکاره با قیمت کمتر برای چاپ، دورنگار و تکثیر استفاده کنید.

پاسخ شما چیست؟ ...

فهرستی از وسائل و تجهیزات مورد نیاز متناسب با نوع کسب و کار خود تهیه نمایید.

طراحی و چیدمان مغازه یا فروشگاه

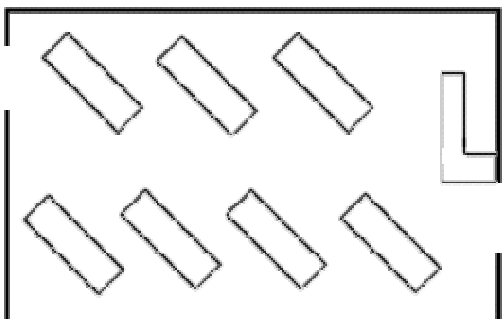
چیدمان مغازه یا فروشگاه بستگی به تنوع تولیدات و مکان آن دارد. در اینجا چند طرح چیدمان ارائه می‌نمائیم:



✓ طرح طبقه مستقیم

این نوع طبقه چیدمان بسیار مناسب و عالی برای هر نوع خرده فروشی است شما می‌توانید از دیوار و وسایل برای ایجاد فضاهای کوچک استفاده نمایید. طرح طبقه مستقیم یکی از مقرون به صرفه و اقتصادی‌ترین نوع طراحی است.

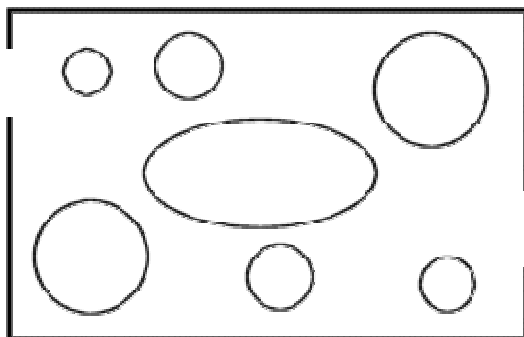
نمایه ۷: طرح طبقه مستقیم



✓ طرح طبقه مورب

این طرح چیدمان مناسبی است برای سلف سرویس در فروشگاههای خرده‌فروشی است و این طرح دید بسیار خوبی برای صندوق‌دار و مشتریان ارائه می‌دهد و این نوع چیدمان جریان رفت و آمد و حرکت مشتریان را تسریع می‌نماید.

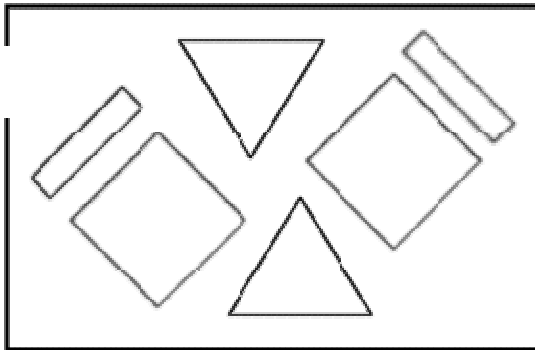
نمایه ۸: طرح طبقه مورب



✓ طرح طبقه زاویه‌ای

در این چیدمان برای فروشگاههایی که کالاهای ویژه‌ای ارائه می‌نمایند مناسب است این منحنی‌ها و زوایا دیوارها و وسایل مختص فروشگاههای گران قیمت است باوجود این زوایای نرم جریان رفت و آمد در میان فروشگاه بهتر می‌کند.

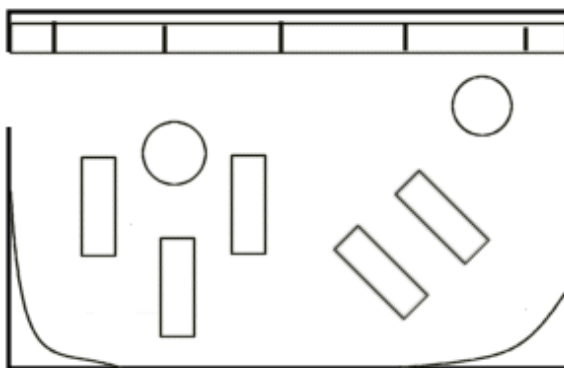
نمایه ۹: طرح طبقه زاویه‌ای



نمایه ۱۰: طرح طبقه هندسی

طرح طبقه هندسی

این نوع طراحی هندسی مناسب فروشگاههای لباس و پوشاک است. استفاده از این نوع قفسه ها و وسایل هندسی جذابیت ایجاد می نماید و فروشگاه را بدون صرف هزینه های بالا جهت طراحی از حال عادی بودن خارج می نماید.



نمایه ۱۱: طرح طبقه مختلط

✓ طرح طبقه مختلط

این نوع چیدمان طرح راست، مورب و زاویه ایی را با هم یکی می نماید و یکی از کاربردی ترین طرح ها است در این نوع چیدمان جریان رفت و آمد مشتریان را به سمت دیوارها و پشت فروشگاه هدایت می نماید. بسته به نوع کسب و کار خود می توانید از یک و یا چند نمونه از طرح های اشاره شده استفاده نمایید.

✓ چیدمان کالا

نحوه طراحی و چیدمان قفسه ها و ویتترین ها در فروشگاه می تواند تاثیر مستقیمی در افزایش سطح خرید مشتریان داشته باشد. بنابراین سعی کنید نوع کالا و چیدمان دکوراسیون غرفه ها مرتب مورد ارزیابی قرار دهید تا ویتترین های مورد استفاده در سطح فروش یکسان بوده و از دکور یکنواختی برخوردار باشند. همچنین کلیه کالاها به تفکیک در قفسه ها چیده شود تا علاوه بر افزایش زیبایی فروشگاه، مشتریان بتوانند کالاهای مورد نیاز خود را انتخاب و خریداری نمایند. توجه به این نکته می تواند منجر به کاهش ضایعات نیز گردد. برخی از نکاتی که در چیدن کالاها باید در نظر گرفته شوند عبارتند از:

- امکان رویت، مقایسه و دسترسی به تمام کالاها وجود داشته باشد.
- کالاهایی که رنگ بندی و دسته بندی زیبا دارند در مکان پرتردد چیده شود. ضمناً تمیزی و پاکیزگی و درخشندگی محوطه فروشگاه را نیز از یاد نبرید.
- کالاهای مخصوص کودکان متناسب با قد آنها چیده شود.
- نمایش عمودی کالاها بهتر از نمایش افقی آنها است.
- تناسب و استفاده در تضاد رنگها باید در چیدمان مدنظر قرار گیرد تا بهترین ترکیب رنگها را داشته باشد.



یادت باشد که ...

در صورت امکان تسهیلات مناسب ویژه‌ای برای پاسخگویی به نیاز معلولین و سالمندان فراهم نمایید
مانند: امکان نشستن و استراحت افراد سالمند، حمل و نقل و جابجایی کالاهای افراد سالمند، چاپ فیش خرید،
حروف درشت برای آنها و ...

طراحی و چیدمان ماشین‌آلات کارگاه یا کارخانه

شما با توجه به نوع محصول، نوع فناوری، فرآیند تولید و ظرفیت تولیدی که دارید می‌توانید چیدمان متفاوتی را انتخاب کنید؛ به عنوان مثال، اگر در فرآیند تولید، محصول کارخانه مستقیماً از انتهای خط تولید به واگن‌های قطار انتقال یابد به فضای کمی برای موجودی کالا نیاز دارید و می‌توانید فضای بیشتری به ماشین‌آلات اختصاص دهید. حال به توضیح انواع نحوه چیدمان می‌پردازیم. نحوه استقرار ماشین‌آلات بگونه‌ای است که عملیات تولید بطور کارا و مؤثر صورت گیرد.

☑ نحوه چیدمان براساس فرآیند تولید

این نحوه چیدمان زمانی بکار گرفته می‌شود که شما کالاهای متفاوتی تولید می‌کنید و یا تولیدکننده نوع خاصی از کالا به صورت‌ها و اشکال مختلف هستید. در این نوع از چیدمان، اجزای فرآیند تولید بر اساس نوع وظیفه‌ای که انجام می‌دهند در کنار هم قرار می‌گیرند. مؤسسات توزیع‌کننده کالا، درمانگاه‌ها، بیمارستان‌ها و دانشگاه‌ها نمونه‌هایی از این نحوه چیدمان هستند.

☑ نحوه چیدمان بر اساس نوع تولید یا خدمات

این نحوه چیدمان زمانی بکار گرفته می‌شود که شما کالاها یا خدمات مشابه و به میزان بسیار زیاد تولید و عرضه می‌کنید و هر واحد تولیدی شما به یک سری عملیات مشابه نیاز دارد. در این نوع از چیدمان هر کارگاه یا کارگری قسمت خاصی از عملیات تولید را انجام می‌دهد و کالا را به قسمت بعدی برای تکمیل، منتقل می‌کند. ماشین‌شویی‌های خودکار (کارواش)، سلف‌سرویس‌ها و کارخانه‌های نوشابه‌سازی از این نوع چیدمان استفاده می‌کنند.

☑ نحوه چیدمان در حالت ثابت

این نحوه چیدمان زمانی بکار گرفته می‌شود که به علت: اندازه، حجم، شکل و یا هر خصوصیات دیگری، امکان حرکت دادن تولید وجود نداشته باشد. در این نوع از چیدمان، محصول در جای خود ثابت بوده و افراد و تجهیزات بر حسب نیاز برای تکمیل تولید به پای کار آورده می‌شوند. برای ساختن کشتی، هواپیما و لکوموتیو اغلب از این نوع چیدمان استفاده می‌شود. در

عملیات کشاورزی که خدمات کود دادن، شخم زدن، بذرپاشی در مزرعه انجام می شود یا در کارهای خدماتی مثل رنگ کاری ساختمان و خدمات برقی نیز از این نحوه چیدمان استفاده می شود.

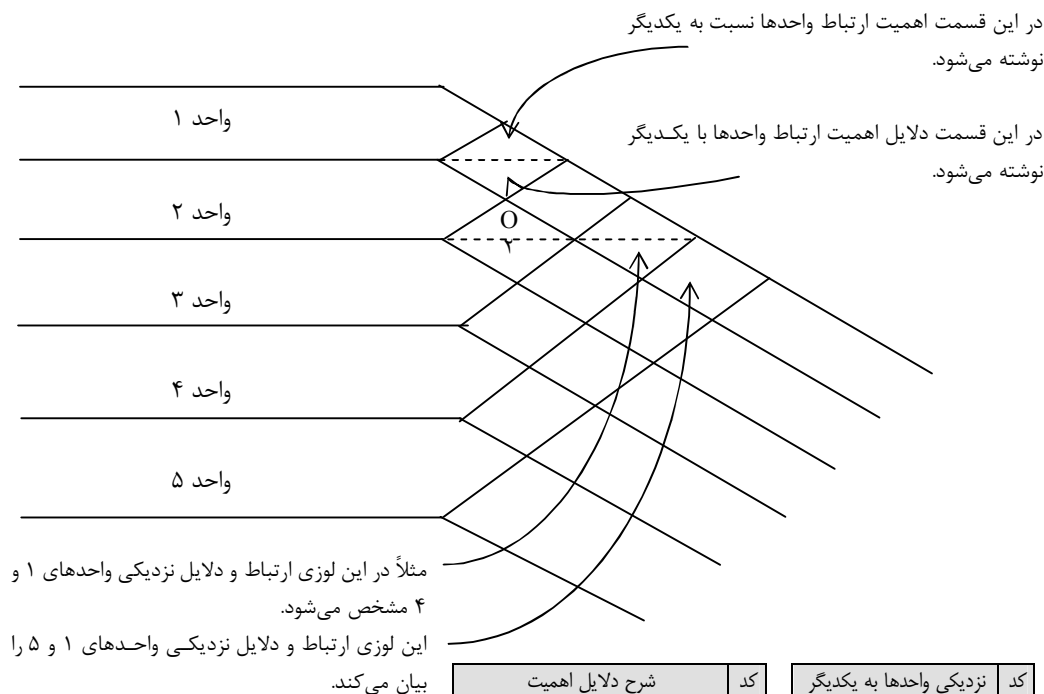
آیا می دانید که ... ؟

چیدمان انبار نیز از اهمیت بالایی برخوردار است زیرا توازن مناسب بین نگهداری و فضای انبار ایجاد، خسارات کاهش و از فاسد شدن مواد در انبار جلوگیری شود. همچنین کنترل موجودی انبار و جایگزینی مواد با سهولت انجام می شود.

به طور کلی هر سازمان، ترکیبی از انواع روش های چیدمان را مطابق نیازهای خود بکار می گیرد. در اینجا شما را با یکی از ابزارهای چیدمان آشنا می کنیم:

نمودار ارتباط فعالیت ها

در این نمودار ارتباط بین فعالیت ها در چهار ضلعی هایی به شکل لوزی مشخص شده است. هر لوزی به دو قسمت مساوی تقسیم می شود که در قسمت بالای آن میزان اهمیت و لزوم نزدیکی دو واحد مجاور نسبت به یکدیگر نوشته شده و در قسمت پایین لوزی دلیل یا دلایل این اهمیت ذکر می شود. برای ساده کردن نمودار، میزان اهمیت نزدیکی واحدها به یکدیگر و دلایل آن به صورت نمودار ۶-۱ تعیین می گردد و در نمودار، ارتباط فعالیت ها فقط به وسیله کد نشان داده می شود.

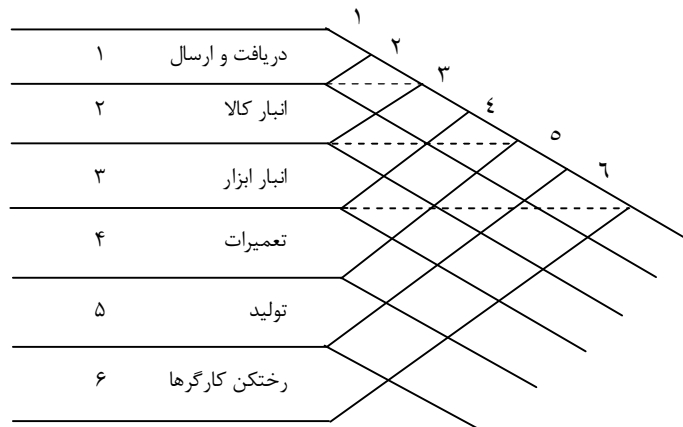


کد	شرح دلایل اهمیت
۱	از یک سامانه اطلاعاتی استفاده می کنند
۲	از نیروی کاری مشترک استفاده می کنند
۳	از یک مکان مشترک استفاده می کنند
۴	ارتباط نیروی کار
۵	ارتباط اطلاعاتی
۶	ترتیب انجام کارها
۷	انجام کارهای مشابه
۸	از یک تجهیزات مشترک استفاده می شود
۹	امکان برخورداری نامطلوب

کد	نزدیکی واحدها به یکدیگر
A	بسیار ضروری
E	ضروری
I	مهم
O	معمولی
U	غیر مهم یا غیر ضروری
X	پیشنهاد نمی شود

نمودار شماره ۴: نحوه تنظیم و درج اطلاعات در

نمودار ۴-۱ ارتباط کارخانه ای که شامل ۶ واحد است را نشان می دهد. در این کارخانه ارتباط واحد دریافت با واحد انبار بسیار زیاد بوده و از اهمیت بالایی برخوردار است. این مسئله با کد A، در نمودار مشخص می شود. دلایل اهمیت این ارتباط این است که اولاً هر دو واحد از یک تیم اطلاعاتی مشترک استفاده می کنند (کد ۱). دوماً هر دو واحد از نیروی کار مشترک استفاده می نمایند (کد ۲) و در نهایت اینکه هر دو واحد از یک مکان مشترک استفاده می کنند (کد ۳).



نمودار شماره ۵: نمونه‌ای از اطلاعات مربوط به واحدهای یک کارخانه

بعد از اینکه اطلاعات مربوط به واحدها وارد نمودار نمودار ۲-۴ شد قدم بعدی، انتقال اطلاعات به مربع‌هایی به صورت جدول ۲-۶ می‌باشد. به این صورت که در مرکز هر مربع نام واحد نوشته می‌شود و در چهار گوشه‌های آن اهمیت ارتباط و نزدیکی این واحد با واحدهای دیگر سازمان به ترتیب اهمیت از گوشه بالای سمت چپ به گوشه پایین سمت راست نوشته می‌شود. مثلاً اهمیت ارتباط و نزدیکی واحد ۱ در جدول ۲-۶ با واحد ۲ از درجه A می‌باشد بنابراین در گوشه بالای سمت چپ واحد نوشته می‌شود: ۲-A و یا واحد ۵ با واحدهای ۳، ۴ و ۲ از اهمیت A برخوردار است، بنابراین باید در مجاورت یکدیگر قرار گیرند.

۲-A E ۱	۱،۵-A E ۲	۴،۵-A E ۳
I-۹ O-۳، ۴	I O-۳، ۴	I O-۱، ۲
۳،۵-A E ۴	۲،۳،۴-A E-۶ ۵	A E-۵ ۶
O-۱، ۲	I-۱ O-	I O-

جدول ۷: چیدمان واحدها براساس اهمیت و نزدیکی

پاسخ شما چیست؟ ...

۱. نوع چیدمان کسب و کار مورد نظر خود را مشخص نمایید و در مورد دلایل انتخاب آن توضیح دهید.
۲. فهرستی از ملزومات و تجهیزات مورد نیاز برای دفتر کار خود تهیه نمایید.

خلاصه و جمع بندی

طرز استقرار و تعیین محل ابزار و وسایل مربوط بکار را چیدمان گویند. یک چیدمان مناسب می تواند باعث صرفه جویی در هزینه های اداری، ایجاد آرامش خاطر برای مشتری هنگام خرید و یا حتی انگیزش خوبی برای شروع یک روز کاری باشد. عواملی که باید در طراحی چیدمان محیط کار در نظر گرفت عبارتند از: معماری، رنگ پردازی، نورپردازی، سر و صدا، درجه حرارت و تهویه مناسب است.

و در این بخش چیدمان دفتر کار (شرکت)، مغازه یا فروشگاه و کارگاه یا کارخانه اشاره گردید.

انواع چیدمان مربوط به ماشین آلات تولیدی عبارت است از:

۱- چیدمان بر اساس فرآیند تولید

۲- چیدمان بر اساس نوع تولید یا خدمات

۳- چیدمان در حالت ثابت

یکی از ابزارهای مهم برای چیدمان نمودار ارتباط فعالیت هاست که می توان به کمک آن چیدمان مناسبی را ایجاد نمود.

فهرست منابع و مآخذ

منابع فارسی

- ۱- ابادری فومشی، منصور. نحوه عملی تنظیم قراردادها. انتشارات بهنامی، ۱۳۸۴.
- ۲- احمدی، فریبرز. مجموعه مشاوره ثبتی خود باشید. تهران: انتشارات نورپردازان، تابستان ۱۳۸۱.
- ۳- پایپ، استیو. ۱۰۱ راه برای کسب و سود بیشتر. ترجمه علی ضرغام. انتشارات قدیانی، ۱۳۷۸.
- ۴- جی، راس. طرح پیشنهادی. ترجمه مهران اخباری‌فر. انتشارات قدیانی، ۱۳۸۱.
- ۵- چنگ، ریچارد وای. راز موفقیت کار تیمی. ترجمه امین‌اله علوی و محمدحاشم عزتی. انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۸۱.
- ۶- حدادزاده، رضا. مجموعه قوانین ثبت شرکت‌ها. سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، ۱۳۸۳.
- ۷- دانشگاه مدیریت و اقتصاد. گزارش نهایی پروژه مراحل راه‌اندازی یک واحد جدید. معاونت پژوهشی وزارت صنایع و معادن، تابستان ۱۳۸۱.
- ۸- دیرلاو، دی. کسب و کار به شیوه ریچارد برانسون. ترجمه ایرج صفا. انتشارات انستیتو ایزایران، ۱۳۸۰.
- ۹- دیکسون، دی.ای.ان. راهنمای مدیریت مؤسسات کوچک. ترجمه محمد بلوریان‌تهرانی. انتشارات چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۷۷.
- ۱۰- دانشگاه مدیریت و اقتصاد. گزارش نهایی پروژه مراحل راه‌اندازی یک واحد جدید. معاونت پژوهشی وزارت صنایع و معادن، تابستان ۱۳۸۱.
- ۱۱- دیرلاو، دی. کسب و کار به شیوه ریچارد برانسون. ترجمه ایرج صفا. انتشارات انستیتو ایزایران، ۱۳۸۰.
- ۱۲- دیکسون، دی.ای.ان. راهنمای مدیریت مؤسسات کوچک. ترجمه محمد بلوریان‌تهرانی. انتشارات چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۷۷.
- ۱۳- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، اداره امور آموزشی. راه‌اندازی و اداره کسب و کار تولیدی. ۱۳۸۴.
- ۱۴- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، اداره امور آموزشی. روش تهیه کسب و کار (BP). ۱۳۸۳.
- ۱۵- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، اداره مطالعات و برنامه‌ریزی. کتاب کار طرح شغلی. ۱۳۸۴.
- ۱۶- سیدمطهری، مهدی. ارزیابی طرح‌های تولیدی. انتشارات مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۲.
- ۱۷- شفیع، مسعود. راهنمای تهیه طرح کسب و کار. انتشارات رسا، ۱۳۸۳.
- ۱۸- گرگابی، محسن روح‌الامین. کتاب کار (تدوین طرح کسب و کار). دانش‌پژوهان برین، ۱۳۸۳.
- ۱۹- مصلح شیرازی، علی‌نقی. کتاب کاری ایده‌پردازی کارآفرینی و چگونگی تدوین طرح تجاری- صنعتی. انتشارات سلمان با همکاری سایه هور، ۱۳۸۲.
- ۲۰- عباس‌زادگان، محمد. تصمیم‌گیری در مدیریت اجرایی. انتشارات سهامی انتشار، ۱۳۸۱.
- ۲۱- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان (جهاد دانشگاهی). آراستن دفتر کار. ترجمه سمیه اکبری، ۱۳۸۲.
- ۲۲- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان (جهاد دانشگاهی). دوره آموزشی مهارت‌های کسب و کار (دروس مربوط به کارآفرینی). ۱۳۸۳.
- ۲۳- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، اداره امور آموزشی. دروس مربوط به کارآفرینی. ۱۳۸۳.
- ۲۴- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، اداره طرح و توسعه. خطرات و مزایای کارآفرینی. ۱۳۸۴.
- ۲۵- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، اداره طرح و توسعه. کارآفرینی کاربردی. ۱۳۸۴.
- ۲۶- سپهروند، سعید. پیدا کردن بهترین موقعیت کسب و کار. سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، ۱۳۸۲.
- ۲۷- سمپسون، الی. ۱۰۱ راه برای رفتار حرفه‌ای در تجارت. ترجمه علی ضرغام. انتشارات قدیانی، ۱۳۷۸.
- ۲۸- سعیدی‌کیا، مهدی. آشنایی با کارآفرینی. انتشارات سپاس، ۱۳۸۲.
- ۲۹- سلطانی تیرانی، فلورا. نهادی کردن نوآوری در سازمان. انتشارات رسا، ۱۳۷۸.
- ۳۰-

- ۳۱- صمدآقایی، جلیل. **سازمان‌های کارآفرین**. مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸.
- ۳۲- فیض‌بخش، علیرضا. **درباره خلاقیت**. انتشارات باران، ۱۳۸۱.
- ۳۳- علی‌رمضانی، ناصر و مینویی، حجت‌ا... . **۱۰ عامل شکست نوآوری**. ماهنامه تدبیر، سال شانزدهم، شماره ۱۶۰، ۱۳۸۴.
- ۳۴- کلاچ، بال‌وسک. **کسب و کار بین‌المللی در عصر رقابت جهانی**. ترجمه محمدحسین حکیمیان. انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۸۳.
- ۳۵- لامعی، بهزاد. **مقاله موانع قانونی رشد کارآفرینی در صنایع کوچک ایران**. مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۷۸.
- ۳۶- لیندهولم، رولف. **طراحی و سازماندهی کار**. ترجمه گروه مترجمان. انتشارات بصیر، ۱۳۷۸.
- ۳۷- معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی تهران. **شناسایی و تدوین تجارب و نظرات کارآفرینان موفق دانشگاهی (۳۰ نفر)**. ۱۳۸۱.
- ۳۸- معاونت پژوهشی دانشگاه تهران. **بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راه‌کارهای اساسی جهت توسعه کارآفرینی؛ فاز دوم**. ۱۳۸۴.
- ۳۹- معاونت پژوهشی وزارت صنایع و معادن. **گزارش نهایی پروژه مراحل راه‌اندازی یک واحد جدید**. ۱۳۸۱.
- ۴۰- منصور، جهانگیر. **قانون تجارت همراه با قانون چک جدید**. انتشارات مجد، ۱۳۷۹.
- ۴۱- وطنی، محمدحسن. **مجموعه کامل قوانین و مقررات تجاری و بازرگانی**. انتشارات فردوس، ۱۳۶۳.
- ۴۲- هی، جولی. **روانشناسی موفقیت در محیط کار**. ترجمه مینو پریانی. انتشارات رشد، ۱۳۸۰.
- ۴۳- هیسریج، رابت دی؛ مایکل، پی پیترز. **کارآفرینی**. ترجمه علیرضا فیض‌بخش و حمیدرضا تقی‌یاری. دانشگاه صنعتی شریف، ۱۳۸۳.

منابع لاتین

- ۱- Bridge, Simon; Neill, ken; Cromie, Stan. **Understanding enterprise, entrepreneurship and small business**. London: Macmillan business, ۱۹۹۸.
- ۲- Lancaster, Geoffrey. **Marketing**. Basingstoke: Macmillan Business, ۱۹۹۸.
- ۳- Sterenson, Haward. **New business ventures and the entrepreneur**. Boston: MC Graw Hill, ۱۹۷۴.
- ۴- Brumfitt, Keith; Barnes, Stephen. **Business planning**. Cheltenham: Nelson Thomes, ۲۰۰۱.
- ۵- Blackwell, Edward. **How to prepare a business Plan: planning for successful start-up and expansion**. London: Kogan page, ۲۰۰۲.
- ۶- Dewhurst, Jim. **Small business management**. London: Macmillan press, ۱۹۹۳.
- ۷- Loucks, Kenneth. **Training Entrepreneurs for small business creation: Lessons from experience**. New Delhi, ۱۹۸۷.
- ۸- Deakins, David. **Entrepreneurship and small firms**. London: McGraw, ۱۹۹۹.
- ۹- Bridge, Rachel. **How I Made it (۴۰ successful entrepreneurs reveal all)**. London: kogan page, ۲۰۰۵.
- ۱۰- Sathe, Vijay. **Corporate Entrepreneurship**. Cambridge University press, ۲۰۰۳.
- ۱۱- www.teneric.co.uk/BusinessPlanMadeeasy.
- ۱۲- <http://sbinformation.about.com/od/BusinessPlans/BusinessPlanwriting>.
- ۱۳- <http://www.inc.com/guides/Write-biz-plan/writingaBusinessPlan>.
- ۱۴- <http://www.1000ventures.com>.