

[عنوان خطة العمل]

[العنوان الفرعي لخطة العمل]

الملخص التنفيذي

اكتب هذا المقطع في النهاية لتمكين من تلخيص أهم النقاط في خطة العمل.

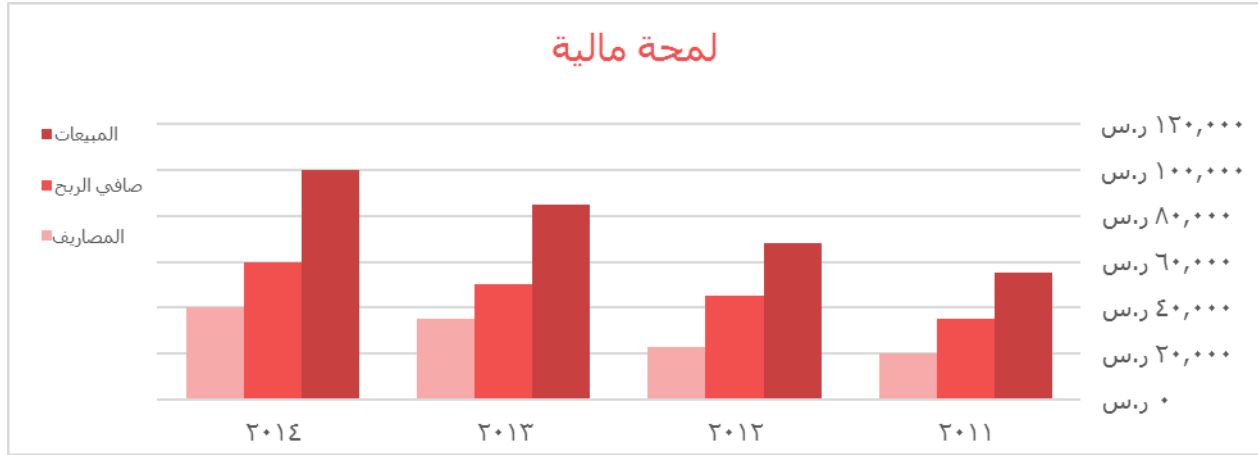
قدّم وصفاً موجزاً وإيجابياً عن الشركة، بما في ذلك أهدافها وإنجازاتها. على سبيل المثال، إذا كانت شركتك قائمة، ففكر في توضيح أهدافها وطريقة تحقيق هذه الأهداف حتى تاريخنا وما ينتظرها في المستقبل. أما إذا كانت الشركة جديدة، فلخصّ الأهداف التي تنوي تنفيذها، والطريقة التي تريد تنفيذها بها ووقت التنفيذ، بالإضافة إلى الطريقة التي تستطيع فيها برأيك تذليل العقبات الرئيسية (مثل المنافسة).

يمكنك أيضاً اختيار استخدام العناوين الفرعية الأربعة التالية لتنظيم معلومات الملخص التنفيذي ومساعدتك على تقديمها. ملاحظة: لحذف أي تلميح، مثل هذا، انقر ببساطة فوق نص التلميح ثم اضغط على مفتاح المسافة.

الأخبار الهامة

لخصّ الأخبار الهامة الرئيسية الخاصة بالشركة. يمكنك، على سبيل المثال، تضمين مخطط يعرض المبيعات والمصاريف والربح الصافي لعدة سنوات.

ملاحظة: لاستبدال بيانات المخطط النموذجية ببيانات خاصة بك، انقر بزر الماوس الأيمن فوق المخطط ثم انقر فوق "تحرير البيانات".



الأهداف

على سبيل المثال، قم بتضمين مخطط زمني للأهداف التي تأمل تحقيقها.

بيان خطوط العمل

إذا كان لديك بيان لخطوط العمل، فقم بتضمينه هنا. وأدرج أيضاً أي نقاط أساسية عن عملك ليست مذكورة في مكان آخر في الملخص التنفيذي.

مفاتيح النجاح

قدّم وصفاً للعوامل الفريدة أو المميزة التي ستساعد على نجاح خطة العمل.

قدّم وصفاً للشركة يكون إيجابياً وموجزاً ومستنداً إلى الوقائع، مثل عملها، والعوامل التي ستجعلها فريدة وناجحة وتمنحها ميزة تنافسية. وصف الميزات الخاصة التي ستساعد شركتك على استقطاب العملاء المحتملين، وحدد أهدافها الرئيسية.



ملكية الشركة/الكيان القانوني

حدد ما إذا كانت شركتك عبارة عن منشأة فردية، أو شركة أخرى (حدد نوعها)، أو شركة تضامن. وحدد نوع العمل (كالصناعة أو التجارة أو الخدمات) إذا كان ذلك ملائماً.



إذا كانت التصاريح أو التراخيص مطلوبة، فوضّح المتطلبات اللازمة للحصول عليها وما تحتاج إليه بعد للحصول عليها.

إذا لم تكن قد ذكرت ما إذا كانت شركتك عبارة عن شركة مستقلة جديدة، أو شركة اشترتها، أو شركة تملك حق امتياز تجاري، أو توسّع لشركة سابقة، فأدرج هذه المعلومات هنا.

الموقع

تذكر أن موقع الشركة يعتبر مهماً للغاية لبعض أنواع الشركات، في حين أنه لا يشكّل الأهمية نفسها بالنسبة لشركات أخرى.



- إذا لم تكن شركتك تتطلب توفر اعتبارات محددة للموقع، فقد يشكّل ذلك فائدة ويجب أن تذكرها هنا.
 - إذا اخترت الموقع بالفعل، فاذكر ميزات هذا الموقع، يمكنك استخدام بعض العوامل المذكورة في الرمز النقطي التالي كدليل أو العوامل الأخرى التي تُعد مهمة لشركتك.
 - إذا لم يكن لديك موقع بعد، فوضّح المعايير الأساسية لتحديد موقع مناسب لشركتك.
- فكّر في الأمثلة التالية (تجدد الإشارة إلى أن القائمة التالية ليست شاملة وربما لديك اعتبارات أخرى):

ما هو نوع المساحة الذي تبحث عنه وأين تريدها؟ هل من منطقة معينة قد تكون مرغوبة بشكل خاص من ناحية التسويق؟ هل ترغب في أن تكون الشركة في الطابق الأرضي؟ وإذا كان ذلك ضرورياً، فهل يجب أن يكون وصول وسائل النقل العامة إلى موقعك سهلاً؟

إذا كنت تفكر في موقع محدد أو تجري مقارنة بين مواقع متعددة، فقد يكون ما يلي مهماً: كيف يكون اتجاه حركة السير؟ هل الأماكن المخصصة لركن السيارات كافية؟ هل إنارة الشوارع ملائمة؟ هل الموقع قريب من شركات أو أماكن أخرى قد تساعدك على تحديد نوع العملاء الذي تريده؟ إذا كان الموقع يضم واجهة متجر، فهل هو يلفت الانتباه أو ما الذي يجب فعله لجذب الانتباه المطلوب؟

في حال كان من الملائم وضع لافتات لشركتك: هل هناك مراسيم محلية بشأن اللافتات الدعائية قد تؤثر على عملك بشكل سلبي؟ ما هو نوع اللافتات التي قد تلبي متطلباتك بأفضل شكل؟ هل قمت بتضمين تكلفة اللافتات الدعائية في المصاريف الاستهلاكية للمشروع؟

التصميم الداخلي

بالنسبة إلى بعض الشركات، لا يقل التصميم الداخلي للشركة أهمية عن موقعها. وإذا كانت هذه الحالة تنطبق على شركتك، فوضّح العوامل التي تساعد على العمل بشكل جيد.



كيف حسبت المساحة التي تحتاج إليها؟ هل أجريت تخطيطاً مسبقاً لضمان الاستفادة إلى أقصى حد من المساحة المتوفرة، كأن تحدد مثلاً موضعاً لكل غرض؟

هل من متطلبات أو تعديلات خاصة متعلقة بالمساحة تتطلب أعمال بناء أو تثبيت؟ هل تحتاج إلى إذن المالك أو إذن آخر لتنفيذها؟


إذا كان بإمكانك عرض المنتجات، فكيف ستعرضها؟ هل التصميم انسيابي أو يتميز بسمات تضيء رونقاً جميلاً على الجو وأو قد تساعد على زيادة المبيعات؟

صف أي ميزات خاصة بالتصميم الداخلي لشركتك تظن أنها تمنحك ميزة تنافسية مقارنة بالشركات المشابهة لشركتك.

ساعات العمل

لا حاجة إلى شرحها، ولكنها مهمة للأعمال مثل متاجر البيع بالتجزئة أو مشاريع العمل الموسمية. 

المنتجات والخدمات

اكتب وصفاً للمنتجات أو الخدمات التي تقدمها ووضح سبب الطلب المرتفع عليها. ما هي السوق المحتملة لها؟ كيف يستفيد العملاء منها؟ وكيف تمنحك المنتجات والخدمات التي تقدمها ميزة تنافسية؟ 


إذا كنت تباع مجموعات متعددة من المنتجات أو الخدمات، فوضح ما تتضمنه. لماذا اخترت هذا التوازن من العروض؟ كيف يمكنك تعديل هذا التوازن للاستجابة لمتطلبات السوق؟

بالنسبة إلى الشركات التي تباع المنتجات، هل لديك أنظمة تحكم بالمخزون أو تحتاج إليها؟ هل عليك التفكير في "وقت التسليم" عند إعادة طلب أي عناصر؟ هل تحتاج إلى نظام أمان أو تدقيق لحماية المخزون؟


ملاحظة:

- إذا كانت المنتجات و/أو الخدمات التي تقدمها أهم من الموقع، فاذكر هذا الموضوع قبل الموقع وساعات العمل.
- إذا كنت تقدم منتجات أو خدمات فقط، فاحذف الجزء غير المناسب من هذا العنوان.

الموردون


إذا كانت المعلومات المتعلقة بالموردين، بما في ذلك الترتيبات المالية معهم، تؤدي دوراً مهماً في عملك، فاذكر المعلومات ذات الصلة في هذا المقطع. 

الخدمة

سواء كانت شركتك تقدم المنتجات أو الخدمات، استخدم هذا المقطع للتحدث عن مستوى الخدمة التي تقدمها للعملاء ونوعها قبل البيع وخلالها وبعده. 

كيف تجعل خدماتك مميزة مقارنة بالخدمات التي تقدمها الشركات المنافسة؟

التصنيع


هل تصنع شركتك أي منتجات؟ إذا كان الأمر كذلك، فقدم وصفاً للمنشآت وأي آلات أو معدات خاصة. 

صف عملية التصنيع بدون الكشف عن أي معلومات خاصة.

وضح طريقة بيع المنتجات التي تصنعها في حال لم تذكر ذلك سابقاً في مقطع المنتجات والخدمات. هل ستبيعها للناس مباشرة؟ أو من خلال تاجر جملة أو موزع؟ هل ستبيعها بطريقة أخرى؟

كيف ستنتقل المنتجات إلى السوق؟

الإدارة

كيف ستساعدك خلفيتك أو خبرتك على تحقيق النجاح لهذه الشركة؟ إلى أي مدى ستعمل بنشاط وما هي مجالات الإدارة التي ستفوضها للآخرين؟ 

قدم وصفاً للأشخاص الآخرين الذين يتولون إدارة الشركة أو سيتولونها في المستقبل، بما في ذلك ما يلي:

- ما هي مؤهلاتهم وخلفياتهم؟ (يمكن تضمين السير الذاتية في "الملحق").
- ما هي نقاط القوة أو مجالات الخبرة التي يتمتعون بها والتي تدعم نجاح شركتك؟
- ما هي مسؤولياتهم وهل هي محددة بوضوح (هذا أمر مهم جداً في اتفاقيات الشراكة)؟
- ما هي المهارات التي يفتقر إليها فريق الإدارة في الشركة والتي يجب توفيرها من مصادر خارجية أو بتوظيف مزيد من الموظفين؟
- إذا كانت شركتك تضم موظفين، فقدم وصفاً لتسلسل الأدوار. ما هو نوع التدريب والدعم (مثل كتيب لنهج الشركة) الذي ستقدمه للموظفين؟ هل ستقدم أي حوافز للموظفين الذين سيعززون نمو الشركة؟
- إذا كانت شركتك تملك حق امتياز تجاري، فما نوع المساعدة الذي يمكن أن تتوقع الحصول عليه، ولأي وقت؟ اذكر معلومات حول إجراءات العمل والتوجيهات ذات الصلة التي قدمها لك مانح الامتياز.

الإدارة المالية

- أثناء كتابة هذا المقطع، تذكر أن طريقة إدارة أموال الشركة ستؤدي إلى نجاح الأعمال أو فشلها. استناداً إلى المنتجات أو الخدمات الخاصة التي تنوي عرضها، وضح الطريقة التي تتوقع بها أن تحقق الشركة الأرباح والمهلة الزمنية لتحقيق الأرباح. هل ستدرّ الشركة أرباحاً طائلة أو عليك القلق بشأن الحسابات المدينة الضخمة وبشأن الديون المعدومة أو عمليات تحصيل الديون؟
- يجب تضمين التفاصيل الكاملة للتكاليف الاستهلاكية وتكاليف التشغيل في "الملحق". ومع ذلك يمكنك الإشارة إلى الجداول أو المخططات أو أرقام الصفحات المناسبة مع تقديم ملخص حساب موجز لمتطلبات بدء العمل وميزانية التشغيل.
- يجب أن تتضمن متطلبات بدء العمل عمليات الشراء لمرة واحدة فقط، مثل المعدات أو التجهيزات الرئيسية، أو الدفعات الأولية، بالإضافة إلى الرسوم القانونية والمهنية، والتراخيص/التصاريح، والتأمين، وترميم/تصميم/تزيين الموقع، وتكاليف الموظفين قبل الافتتاح، والإعلان أو الترويج.
- عندما تصبح جاهزاً لافتتاح الشركة، ستحتاج إلى ميزانية تشغيل للمساعدة على تحديد أولويات المصاريف. ويجب أن تتضمن الميزانية الأموال اللازمة للمحافظة على سير العمل من الأسابيع الثلاثة الأولى إلى الأشهر الستة الأولى للتشغيل ويجب تحديد الطريقة التي تنوي بها التحكم بالوضع المالي للشركة. اذكر المصاريف التالية: الإيجار، والمرافق، والتأمين، والمرتب (بما في ذلك الضرائب)، ودفعات تسديد القروض، وتجهيزات المكاتب، والسفر والترفيه، والمصاريف القانونية ومصاريف المحاسبة، والإعلان والترويج، والإصلاحات والصيانة، والإهلاك، وأي فئات أخرى خاصة بشركتك.
- يمكنك أيضاً تضمين معلومات (أو توفير إسناد ترافقي لمقاطع أخرى من خطة العمل هذه إذا تم ذكرها في مكان آخر) عن نوع نظام المحاسبة ونظام مراقبة المخزون الذي تستخدمه أو تنوي استخدامه أو يتوقع منك مانح الامتياز استخدامه، في حال كانت الشركة تملك حق امتياز تجاري.

ملخص البدء/الاكتساب

- لخص التفاصيل الرئيسية المتعلقة ببدء الشركة أو اكتسابها. (إذا لم يكن هذا المقطع ينطبق على الشركة، فاحذفه). كما ذكرنا في المقطع السابق، اذكر جدول تكاليف البدء أو الاكتساب في "الملحق".

التسويق

- يمكن أن تؤدي طريقة التسويق للشركة دوراً هاماً في نجاح أعمال هذه الأخيرة أو فشلها. ومن المهم جداً معرفة القدر الكافي من المعلومات عن العملاء، مثل من هم وما يريدونه (وما لا يريدونه) وتوقعاتهم.

تحليل السوق

- ما هي السوق التي تستهدفها؟ (من هم الأشخاص الأكثر احتمالاً لشراء منتجاتك أو استخدام خدماتك؟) ما هي التركيبة السكانية؟ ما هو حجم قاعدة العملاء المحتملين؟

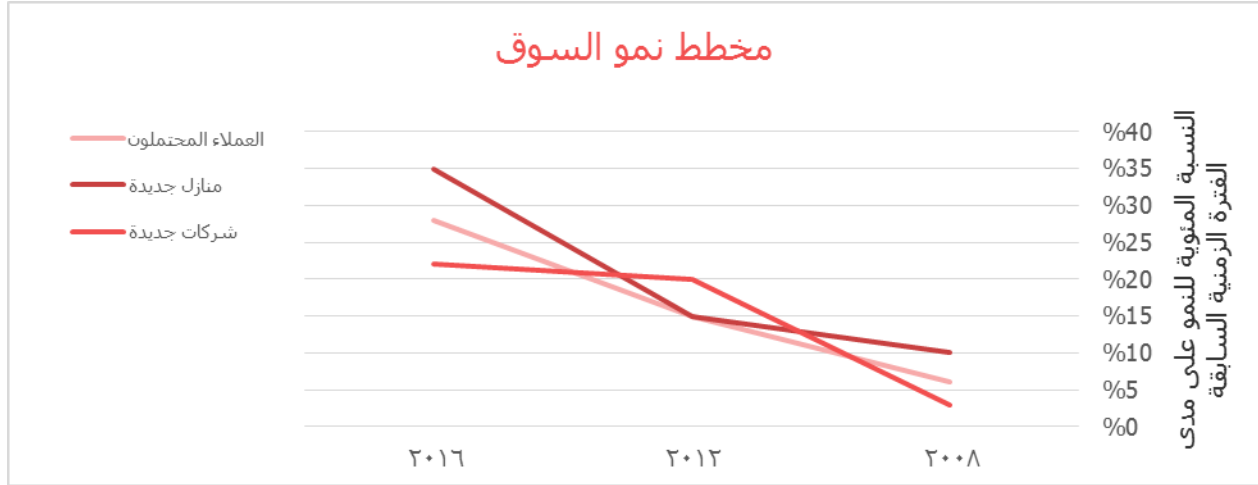
أين يتواجد العملاء؟ وكيف ستعرفهم على شركتك وموقعها وما توفره؟

في حال كنت تعتقد أنك تقدم خدمة أو منتجاً جديداً أو مبتكراً أو غير متوفر بشكل عام: كيف تعلم أن هناك سوق لبيعها، وأن الناس سيرغبون في الدفع مقابل ما تقدمه؟

فكر في السوق التي تحاول الوصول إليها: هل هي تنمو أو تتقلص أو هي ثابتة؟

ما هي نسبة السوق التي برأيك أنت قادر على بلوغها؟ كيف ستتمكن من زيادة حصتك في السوق؟

ملاحظة: يمكنك تضمين مخطط، مثل المخطط التالي، لتوضيح النقاط الأساسية حول إمكانيات السوق بنظرة سريعة.



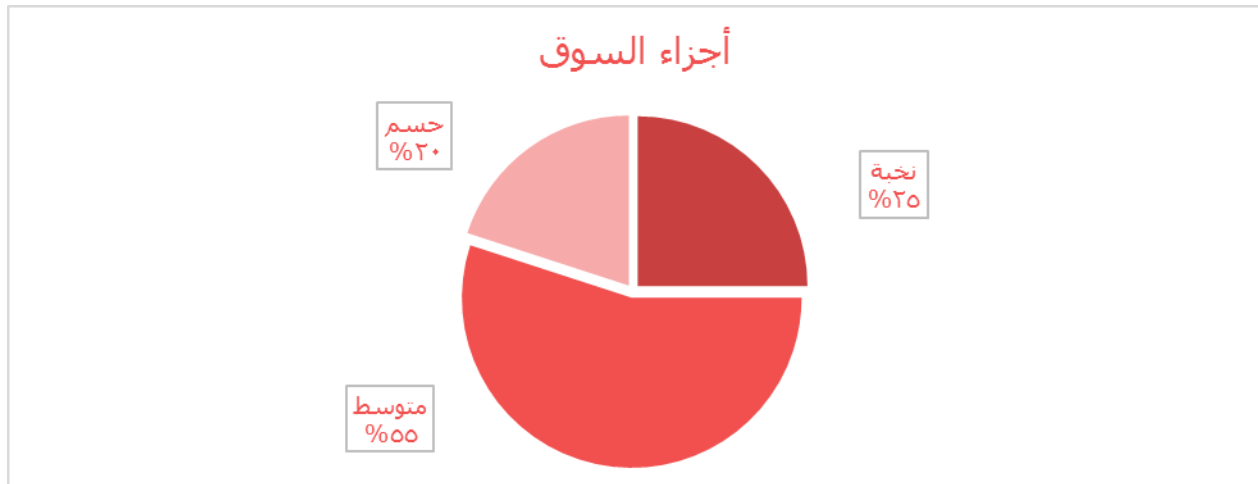
تجزئة السوق

هل السوق الذي تستهدفها مجزئة؟ هل تتوفر مستويات مختلفة ضمن نوع العمل نفسه، ويوفر كل مستوى اختلافاً من حيث الجودة أو السعر أو نطاق المنتجات؟

هل تتحكم المنطقة الجغرافية أو خطوط الإنتاج أو الأسعار أو غيرها من المعايير بتجزئة السوق هذه؟

في أي جزء من السوق يقع عملك الأساسي؟ ما هي النسبة المئوية التي يشكلها هذا الجزء من السوق الإجمالية؟ ما هي النسبة المئوية التي سيبلغها عملك من هذا الجزء؟

ملاحظة: يُعد المخطط الدائري طريقة جيدة لتوضيح علاقات الجزء بالكل، مثل النسبة المئوية للسوق الهدف التي تقع في كل جزء رئيسي. لتغيير شكل تسميات البيانات، انقر بزر الماوس الأيمن فوق تسمية، ثم انقر فوق "تغيير أشكال تسمية البيانات".



المنافسة

من غيرك يمارس عملك نفسه؟



قدّم وصفاً موجزاً لعدد من أقرب وأكبر منافسيك. ما هي النسبة المئوية من السوق التي يحققها كل منهم؟ ما هي نقاط ضعفهم وقوتهم؟ ما الذي يمكنك تعلمه من الطريقة التي يعملون بها ومن أسعارهم وإعلاناتهم ومقاربات التسويق العامة الخاصة بهم؟ كيف تتوقع أن تنافسهم؟ كيف تأمل أن تحقق أداءً أفضل؟

ما هي المنافسة غير المباشرة التي ستواجهها، مثلاً من مبيعات الإنترنت أو المتاجر أو الواردات الدولية؟

كيف ستواكب التكنولوجيا والاتجاهات المتغيرة التي قد تؤثر على عملك في المستقبل؟

الأسعار

كيف وضعت سياسة التسعير الخاصة بك؟



أي من استراتيجيات التسعير التالية قد تلائم عملك بأفضل شكل؟ هل هي تكلفة التجزئة والتسعير، أو الوضع التنافسي، أو وضع أسعار أقل من أسعار المنافسين، أو وضع أسعار أعلى من أسعار المنافسين، أو تعدد الأسعار، أو التسعير التصنيفي، أو التسعير بهامش ربح، أو غير ذلك؟

ما هي سياسات التسعير لدى المنافسين وكيف يمكن مقارنتها بالسياسة الخاصة بك؟ هل تتطابق أسعارك مع متوسط الأسعار المحددة في القطاع؟

كيف ستراقب الأسعار والنفقات الإضافية للتأكد من أن شركتك ستجني الأرباح؟

كيف تخطط للبقاء على اطلاع على التغيرات في السوق، لضمان عدم تأثير هوامش الربح بشكل سلبي بالابتكارات الجديدة أو المنافسة؟

الإعلان والترويج

كيف تخطط للإعلان عن شركتك؟



أي خيار من خيارات الإعلان والترويج التالية يوفر أفضل الفرص لتنمية شركتك بنجاح؟ هل هي خدمات الدليل، أو مواقع الشبكات الاجتماعية على ويب، أو الإعلام (الصحف والمجلات والتلفزيون والراديو)، أو البريد المباشر، أو الإعلان عبر الهاتف، أو المؤتمرات والأحداث الأخرى، أو الإعلانات المشتركة مع شركات أخرى، أو مندوبو المبيعات، أو التسويق الشفهي، أو غيرها؟

كيف ستحدد ميزانية الإعلان؟

كيف ستتعقب نتائج جهود الإعلان والترويج؟

هل ستنشر الإعلانات على أساس منتظم أم ستجري حملات موسمية؟

كيف سيتم تغليف المنتجات؟ هل أجريت بحثاً لمعرفة أي نوع غلاف سيجذب العملاء بأفضل شكل؟ هل أجريت تحليلاً لتكاليف أنواع التغليف المختلفة؟

الاستراتيجية والتنفيذ

الآن بعد أن وصفت العناصر المهمة لشركتك، قد ترغب في تلخيص استراتيجية التنفيذ. إذا كانت شركتك جديدة، فحدد الأولوية للخطوات التي يجب اتخاذها لانطلاق شركتك. وضح الأهداف والطريقة التي تنوي اعتمادها لتحقيقها والفترة الزمنية لتحقيقها.

إن التخطيط هو أكثر مرحلة يتم تجاهلها ولكنه من أهم أجزاء خطة العمل لضمان التحكم (قدر الإمكان) بالأحداث والاتجاه الذي تتخذه الشركة. ما هي وسائل التخطيط التي ستعتمدها؟

المصاريف الاستهلاكية

	تراخيص العمل مصاريف التأسيس الودائع الحساب المصرفي الإيجار التعديلات على التصميم الداخلي المعدات/الألات المطلوبة: العنصر ١ العنصر ٢ العنصر ٣ إجمالي المعدات/الألات التأمين القرطاسية/بطاقات العمل المنشورات الدعائية إعلانات ما قبل الافتتاح المخزون الأولي مصاريف أخرى (سرد) العنصر ١ العنصر ٢ إجمالي المصاريف الاستهلاكية
--	--

تحديد رأس المال الاستهلاكي



١. ابدأ تعبئة الأرقام لأنواع المصاريف المختلفة في جدول التدفق النقدي في الصفحة التالية.
٢. ابدأ الشهر الأول في الجدول الذي يلي بالمبلغ النقدي الأولي الذي يساوي ٠ ر.س.، ثم اجمع مصاريف "النقود المدفوعة" من جدول التدفق النقدي ضمن العناوين الرئيسية الثلاثة وهي "الإيجار" و"المرتبات" و"مصاريف أخرى" (بما في ذلك قيمة التكاليف الاستهلاكية غير المدفوعة في "مصاريف أخرى" في الشهر ١).
٣. أكمل التقديرات الشهرية في الجدول التالي حتى تصبح الميزانيات العمومية إيجابية بصورة مستمرة.
٤. ابحث عن أكبر رصيد سلبي، وهو المبلغ المطلوب لرأس المال الاستهلاكي بهدف استمرار الشركة حتى بلوغ نقطة التعادل حين يغطي الدخل كل المصاريف.
٥. تابع إدراج مبلغ رأس المال الاستهلاكي المطلوب في جدول التدفق النقدي كالمبلغ النقدي الأولي للشهر ١.

							٠,٠٠ ر.س.	المبلغ النقدي الأولي النقد في الصندوق: المبيعات النقدية المدفوعة الحسابات المدينة إجمالي النقد في الصندوق النقود المدفوعة: الإيجار المرتبات مصاريف أخرى إجمالي النقود المدفوعة الميزانية النهائية التغيير (التدفق النقدي)
--	--	--	--	--	--	--	-----------	--

بيان الدخل المتوقع



يُعد بيان الدخل المتوقع أداة أخرى من أدوات الإدارة لعرض حجم الدخل الناتج كل شهر مسبقاً بالاستناد إلى توقعات منطقية لمستوى المبيعات والتكاليف/المصاريف الشهرية. وبما أنه يتم تطوير التوقعات الشهرية وإدخالها، تخدم هذه الأرقام كأهداف للتحكم بمصاريف التشغيل. ومع الحصول على النتائج الفعلية، يجب أن تؤدي مقارنتها بالمبالغ المتوقعة إلى عرض إنذار في حال تخطت التكاليف المبالغ المتوقعة بهدف اتخاذ خطوات لإصلاح المشاكل.

يتم حساب **نسبة الصناعة** من خلال ضرب التكاليف/المصاريف بنسبة 100% وقسمة النتيجة على إجمالي صافي المبيعات. وتشير هذه النسبة إلى إجمالي المبيعات القياسية لصناعة معينة. يمكنك الحصول على هذه المعلومات من الجمعيات التجارية أو المحاسبين أو المصارف أو مكاتب المراجع. وتشكل أرقام الصناعة قياساً مفيداً للأداء يمكنك مقارنة التكاليف/المصاريف الخاصة بشركتك بها. قارن النسبة المئوية السنوية بالرقم المُشار إليه في عمود نسبة الصناعة.

إليك في ما يلي تفسير لبعض المصطلحات المستخدمة في الجدول التالي:

إجمالي صافي المبيعات (الإيرادات): يمثل هذا الرقم إجمالي المبيعات التقديرية في الشهر. كن واقعياً بقدر الإمكان، مع الأخذ في الاعتبار الاتجاهات الموسمية والعائدات والخصم ونسبة تخفيض سعر الربح.

كلفة المبيعات: ليكون هذا الرقم واقعياً، يجب أن يضم كل التكاليف التي تشملها عملية البيع. على سبيل المثال، على صعيد المخزون، اشمل تكلفة النقل والشحن. ويجب أيضاً شمل أي تكلفة عمل مباشرة.

إجمالي الربح: اطرح تكلفة المبيعات من إجمالي صافي المبيعات.

هامش إجمالي الربح: يتم حساب هذا الهامش بقسمة إجمالي الأرباح على إجمالي صافي المبيعات.

مصاريف يمكن التحكم بها: الرواتب (الراتب الأساسي بالإضافة إلى العمل الإضافي)، ومصاريف المرتبات (بما في ذلك الإجازات المدفوعة الأجر، والإجازة المرضية، والتأمين الصحي، والتأمين ضد البطالة، وضرائب الأمان الاجتماعي)، وكلفة الخدمات الخارجية (بما في ذلك العقود الفرعية، والعمل الزائد والخدمات الخاصة أو الخدمات لمرة واحدة)، والتجهيزات (بما في ذلك كل العناصر والخدمات التي تم شراؤها للاستخدام في الشركة)، والمرافق (المياه والتدفئة والإنارة وجمع القمامة، إلخ)، والإصلاح والصيانة (بما في ذلك المصاريف المنتظمة والدورية، مثل الدهان)، والإعلان، والتنقل والسيارة (بما في ذلك استخدام السيارة الشخصية للعمل، وموقف السيارات، ورحلات العمل)، والمحاسبة والرسوم القانونية (كلفة الخدمات المهنية الخارجية).

مصاريف ثابتة: الإيجار (فقط للعقارات المستخدمة في العمل)، والإهلاك (استهلاك الأصول الرأسمالية)، والتأمين (ضد الحريق والسرقة، والمسؤولية على الممتلكات أو المنتجات، وتعويض العمال، إلخ)، وتسديد القروض (اشمل الفائدة والدفوعات الأساسية على القروض المستحقة للعمل)، والمصاريف المتنوعة (المصاريف غير المحددة، والنفقات الصغيرة غير المدرجة في حسابات أو عناوين أخرى).

صافي الربح/الخسارة (قبل الضرائب): اطرح إجمالي النفقات من إجمالي الأرباح.

الضرائب: المخزون، والمبيعات، وضريبة الإنتاج والعقارات، والضريبة الحكومية، وضريبة الولاية، وما إلى ذلك.

صافي الربح/الخسارة (بعد الضرائب): اطرح الضرائب من صافي الربح قبل الضرائب.

الإجمالي السنوي: أضيف كل الأرقام الشهرية في الجدول لكل عنصر من عناصر المبيعات والمصاريف.

النسبة السنوية: قم بضرب الإجمالي السنوي بنسبة 100% واقسم النتيجة على رقم إجمالي صافي المبيعات. وقم بمقارنتها بنسبة الصناعة في العمود الأول.

بيان الربح والخسارة

يحتوي هذا الجدول أساساً على المعلومات الرئيسية نفسها المضمنة في بيان الدخل المتوقع. تستخدم الشركات القائمة نموذج البيان هذا لإجراء مقارنات بين فترة وأخرى. وقد تطلب شركات مُقرضة كثيرة بيانات الأرباح والخسائر لسنوات العمل الثلاث الماضية.



بدلاً من مقارنة الدخل والمصاريف الفعلية على مستوى الصناعة، يقارن نموذج بيان الأرباح والخسائر هذا كل عنصر من عناصر الدخل والمصاريف بمبلغ الميزانية الذي تم تخصيصه له. ويمكن أن تنشئ كل أنظمة المحاسبة التي تعمل على الكمبيوتر بيان ربح وخسارة للفترة أو الفترات المطلوبة، مع مقارنة الميزانية أو بدونها.


الربح والخسارة، الميزانية مقابل التكاليف الفعلية: ([شهر، سنة البدء]–[شهر، سنة الانتهاء])

			<p>الدخل:</p> <p>المبيعات</p> <p>غير ذلك</p> <p>الدخل الإجمالي</p> <p>المصاريف:</p> <p>الرواتب/الأجور</p> <p>مصاريف المرتبات</p> <p>قانوني/محاسبة</p> <p>الإعلانات</p> <p>التنقل/السيارة</p> <p>المستحقات/الاشتراكات</p> <p>المرافق</p> <p>الإيجار</p> <p>الإهلاك</p> <p>التصاريح/التراخيص</p> <p>تسديد القروض</p> <p>خيارات متنوعة</p> <p>إجمالي المصاريف</p> <p>صافي الربح/الخسارة</p>
--	--	--	---

الميزانية العمومية

	<p>الخصوم الحالية:</p> <p>الحسابات الدائنة</p> <p>أوراق الدفع</p> <p>الفوائد المستحقة الدفع</p> <p>الضرائب المستحقة الدفع:</p> <p>ضريبة الدخل الحكومية</p> <p>ضريبة دخل الولاية</p> <p>ضرائب التوظيف الذاتي</p> <p>ضريبة المبيعات (المنشآت التجارية الصغيرة)</p> <p>ضريبة الأملاك</p> <p>المرتبات المستحقة</p> <p>الخصوم الطويلة الأمد</p> <p>أوراق الدفع</p> <p>القيمة الصافية/حقوق المالك/الأرباح المحتجزة</p>		<p>الأصول الحالية:</p> <p>النقد:</p> <p>المصاريف الثرية</p> <p>الحسابات المدينة المخزون</p> <p>الاستثمار القصير الأجل</p> <p>المصاريف المدفوعة مسبقاً</p> <p>الاستثمار الطويل الأجل</p> <p>الأصول الثابتة:</p> <p>الأرض</p> <p>المباني</p> <p>التحسينات</p> <p>المعدات</p> <p>الأثاث</p> <p>السيارات/المركبات</p> <p>الأصول الأخرى:</p> <p>العنصر ١</p> <p>العنصر ٢</p> <p>العنصر ٣</p>
	إجمالي الخصوم:		إجمالي الأصول:


توقعات المبيعات

يمكن عرض هذه المعلومات على شكل مخطط أو جدول، بالأشهر أو الأرباع السنوية أو السنوات، لتوضيح نمو المبيعات المتوقع وكلفة المبيعات المرافقة. 

المراحل الرئيسية

هذه قائمة بالأهداف التي ربما تسعى شركتك جاهدة لتحقيقها، بحسب تواريخ البدء والإكمال وبحسب الميزانية. ويمكن أيضاً تقديمها في جدول أو مخطط. 

تحليل نقطة التعادل

استخدم هذا المقطع لتقييم ربحية الشركة. يمكنك قياس مدى اقترابك من تحقيق نقطة التعادل عندما تغطي مبالغ المبيعات 

المصاريف وعندما تكون على عتبة الربحية.

يمكن أن يساعدك تحليل نقطة التعادل على تحديد حجم المبيعات الذي عليك تحقيقه لجني الأرباح. ويمكن استخدامه أيضاً كدليل لتحديد الأسعار.

تتوفر ثلاث طرق أساسية لزيادة أرباح شركتك: زيادة المبيعات، ورفع الأسعار، وأو خفض التكاليف. ويمكن أن يؤثر كل ذلك على شركتك: ففي حال زيادة الأسعار، قد لا تعود قادراً على المنافسة، وفي حال زيادة المبيعات، قد تحتاج إلى مزيد من الموظفين للإشراف على هذه المبيعات، مما قد يؤدي إلى زيادة التكاليف. سيؤدي خفض التكاليف الثابتة التي يجب أن تدفعها شركتك كل شهر إلى التأثير على هامش الربح أكثر مما يفعل تغيير التكاليف المتغيرة.

التكاليف الثابتة: الإيجار والتأمين والرواتب، إلخ.

التكاليف المتغيرة: تكلفة شراء المنتجات والجهيزات، إلخ.

هامش المساهمة: سعر البيع مع طرح التكاليف المتغيرة. وهو يقيس النقود المتوفرة لدفع التكاليف الثابتة وجني الأرباح.

نسبة هامش المساهمة: إجمالي المبيعات مع طرح التكاليف المتغيرة، ومقسوماً على إجمالي المبيعات. وهو يقيس النسبة المتوقعة لكل ريال سعودي من المبيعات لدفع التكاليف الثابتة وجني الأرباح.

نقطة التعادل: المبلغ عندما يكون إجمالي المبيعات مساوياً لإجمالي المصاريف. وهو يمثل أدنى حد من المبيعات بالريال السعودي والذي يجب بلوغه قبل جني الأرباح.

نقطة التعادل بالوحدات: إجمالي التكاليف الثابتة مقسوماً على سعر بيع الوحدة مطروحاً منه التكاليف المتغيرة لكل وحدة، بالنسبة إلى الشركات التي ينطبق عليها ذلك. وهي تساعدك على تحديد عدد الوحدات التي يجب بيعها قبل جني الأرباح.

نقطة التعادل بالريال السعودي: إجمالي التكاليف الثابتة مقسوماً على نسبة هامش المساهمة. هذه وسيلة لحساب الحد الأدنى من المبيعات بالريال السعودي الذي يجب بلوغه قبل جني الأرباح.

ملاحظة: إذا كانت مبالغ المبيعات بالريال السعودي أقل من نقطة التعادل، فهذا يعني أن شركتك تخسر الأموال.

مستندات متنوعة

بهدف دعم البيانات التي ربما أعدتها في خطة العمل، قد تحتاج إلى تضمين أي من المستندات التالية في الملحق أو كلها:



- السير الذاتية الشخصية
- البيانات المالية الشخصية
- تقارير الائتمان، والأعمال التجارية والشخصية
- نسخ عن عقود الإيجار
- الرسائل المرجعية
- العقود
- المستندات القانونية
- الكشف الضريبي للأعمال التجارية والشخصية
- مستندات متنوعة ذات صلة.
- صور