م١٨ : الدليل العملي لإعداد خطة العمل للمشروع الصغير

١- الملخص التنفيذي :

إن الغرض الرئيسي لهذا الجزء هو جذب الاهتمام، وتحديد أساسيات خطتك، وتشجيع القارئ لقراءة بقية الخطة (نموذج١).

نموذج رقم (١)

الملخص التنفيذي: Executive Summary

- وصف العمل ، والغرض العام لهذه الخطة:

والغرض العام هو:

- ملخص المطلوبات التمويلية ، ومصادر الحصول عليها:
  - * الملكية:.....
  - * قروض خاصة:.....
  - * قروض حكومية:.....
- الاستخدامات الأساسية للأموال:
  - * المشتروات والمخزون:
  - * الأصول الثابتة :
  - * الأصول النقدية:

٢- التعريف بالمنظمة :

ويلخص هذا الجزء (نموذج٢) المعلومات الرئيسية عن المنظمة.

نموذج رقم (٢)

وصف المنظمة : Company Profile

اسم وعنوان المنظمة:.....

أرقام الهواتف:.....

نوع الملكية:.....

التراخيص والتصاريح:

م	الترخيص	تاريخ المنح	الرقم

إدارة الشركة:

م	الاسم	الموقع	٪ من رأس المال

٣- التعريف بالصناعة :

يم في هذا الجزء توضيح المعايير العامة، وطبيعة الصناعة التي تخطط للعمل فيها. وذلك على النحو التالي :

- السوق (نموذج٣) : يتم من خلاله إيضاح الحجم التقريبي للسوق، وتقسيماته المختلفة، واحتمالات نموه المتوقعة.

نموذج رقم (٣)

السوق

المنتج (سلعة/ خدمة)	حجم السوق	معدل النمو السنوي ٪
.....	.....	.....

- الاتجاهات العامة (نموذج٤) : حيث يتم التعرف على الاتجاهات الرئيسية (التغيرات التكنولوجية، الأنماط الشائعة ..) التي تؤثر في الصناعة عموما، وفي النشاط الذي ستبدأ فيه. ويمكنك التعرف على هذه الاتجاهات بقراءة الجرائد والمجلات المتخصصة، فضلا عن معايشة المستهلكين، والموردين عن التغيرات التي يتوقعونها.

نموذج رقم (٤)

الاتجاهات العامة

التوجهات الرئيسية	الاستجابة المخططة
- زيادة المنافسة	- التركيز على الجودة، القيمة، الإعلان...

- العوامل السياسية والقانونية (نموذج٥) : ماهي العوامل الموجودة فعلا أو المتوقعة التي يمكن أن تؤثر في مشروعك؟ لاحظ أننا نتحدث عن العوامل الخارجية.

نموذج رقم (٥)

العوامل السياسية والقانونية

وصف العامل	درجة الخطر	استجابة الشركة
- المساواة في فرص التشغيل	متوسط مرتفع	– الحصول على برنامج تدريبي.

- المنافسة (نموذج٦) : عليك في هذه المرحلة أن تتعرف على منافسيك الرئيسيين، موضحا بالمقارنة الحصة السوقية والمرتقبة الخاصة بمنتجك مقارنا بحصصهم.

نموذج رقم (٦)

المنافسة

المنتج	حجم المبيعات	سياسة التسعير	الحصة السوقية	المزايا التنافسية

- العوائق (نموذج٧) : حدد المعوقات التي تقف أمام عملك، وذلك بناء على المعلومات التنافسية التي جمعتها من قبل، وحدد كيف تخطط لتجاوز هذه المعوقات.

نموذج رقم (٧)

العوائق

وصف العائق	الاستجابة المخططة

٤- خطة التسويق والمبيعات :

يعد هذا الجزء من الخطة على درجة عالية جدا من الأهمية، وهو يتضمن العناصر التالية :

- التسعير (نموذج٨) : وهنا يتعين عليك إعداد جدول يتضمن أسعار المنتجات التي تبيعها. وفي هذا الصدد يجب عليك أن تعرف ما الذي يتقاضاه المنافسون، كما يجب عليك أن تتعرف أيضا على ما يقبل المستهلكون دفعة مقابل المنافع التي يوفرها لهم المنتج.

نموذج رقم (٨)

التسعير

الصنف	سعر الجملة	سعر البيع للمستهلك

- المبيعات المستهدفة (نموذج٩) : وعليك في هذه الحالة أن تقوم بتحليل حجم المبيعات الذي تعتقد أنه يمكنك تحقيقه. ومن الأفضل أن يكون هذا التحليل على أساس التقسيم الجغرافي للسوق.

نموذج رقم (٩)

المبيعات المستهدفة

الصنف	حجم السوق (بالوحدات)	الحصة السوقية المستهدفة ٪	المبيعات المستهدفة	
			بالحجم	بالقيمة
.....	.....	.....	.....	.....

- المبيعات المستقبلية (نموذج١٠) : حيث يتم إعداد جدول بالمبيعات التقديرية –وليكن خلال العامين القادمين- سواء على مستوى المنتج، أو مزيج المنتجات.

نموذج رقم (١٠)

المبيعات المستقبلية

الصنف	المبيعات المتوقعة للعامين القادمين	
	العام الأول (بالدولار)	العام الثاني (بالدولار)
	.....	.....

- تنظيم المبيعات (نموذج١١)

نموذج رقم (١١)

تنظيم المبيعات

التساؤلات	الاستجابة المخططة
- عدد مواقع العمل	.....
- عدد رجال البيع	.....
- متوسط مبيعات رجل البيع	.....

- تحليل المستهلك (نموذج١٢) : ويلخص هذا الجدول الأسباب الرئيسية التي تدفع العمل لشراء منتجك.

نموذج رقم (١٢)

تحليل المستهلك

جماعة الاستهلاك	دوافع الشراء		
	الأولية	الثانوية	أخرى
- فردية	المصداقية	السعر	الجودة
- عائلية	الجودة	المصداقية	السعر
- طبقات عليا	السعر	الجودة	المصداقية

- المبيعات التقديرية لجماعات المستهلكين (نموذج١٣) : حدد بدقة جماعات المستهلكين، ونسب ما يشترونه.

نموذج رقم (١٣)

المبيعات التقديرية لجماعات المستهلكين

المنتج	جماعات المستهلكين	مبيعات العام الأول- بالدولار	معدل النجاح
- س	فردي	٣٠٠٠٠	متوسط
	مهني	٥٠٠٠٠	مرتفع
	ربات بيوت	٧٦٠٠٠	منخفض
- ص	فردي	٥٠٠٠	منخفض
	مهني	٥٥٠٠	منخفض
	ربات بيوت	١٤٠٠٠	مرتفع

- برنامج الترويج (نموذج١٤)

نموذج رقم(١٤)

برنامج الترويج

وسيلة الترويج	هل ستستخدم؟	الوصف
- المطويات - الكوبونات		

- برنامج الإعلان (نموذج١٥)

نموذج رقم (١٥)

برنامج الإعلان

المنتج	هدف الإعلان	وسائل الإعلان الأولية

- موازنة الإعلان والترويج (نموذج١٦)

نموذج رقم (١٦)

موازنة الإعلان والترويج

الوصف	العامين القادمين (بالدولار)	
	العام الأول	العام الثاني

٥- خطة التشغيل :

إن انتاج وتسويق المنتج تحتاج –غالبا- إلى : مكتب، تجهيزات، وتوريدات، وذلك من أجل تشغيل المشروع. ويمكن تحديد تكاليفها على النحو التالي :

نموذج رقم (١٧)

التسهيلات

	العام الأول (بالدولار)	العام الثاني (بالدولار)
	-	-
	x	x
	-	-

نموذج رقم (١٨)

تجهيزات

التجهيزات المطلوبة	السبب	التكلفة	
		العام الأول	العام الثاني

نموذج رقم (١٩)

التوريدات / المخازن

التوريدات المطلوبة	السبب	التكلفة	
		العام الأول	العام الثاني
.....	.....	.....	.....

٦- خطة الموارد البشرية :

وهي توضح احتياجاتك المتوقعة من الموارد البشرية خلال العامين القادمين، وكذا الخريطة التنظيمية للمنظمة.

نموذج رقم (٢٠)

خطة الموارد البشرية

مسمى الوظيفة	المهام	العدد المطلوب	
		العام الأول	العام الثاني

نموذج رقم (٢١)

الخريطة التنظيمية

المالك/المدير

↓

الملاحظ

↓

الموظف

↓

- الرواتب والأجور (نموذج٢٢) : هنا أنت بحاجة لمعرفة ما ستفعله لموظفيك كي تكون منافسا وتجذب العناصر الجيد منهم.

نموذج رقم (٢٢)

الرواتب والأجور

مسمى الوظيفة	أساس الأجر	المعدل	المزايا	الإجمالي	
			%	العام الأول	العام الثاني
.....	.....	.....	.....	.....	.....

٧- الخطة التمويلية :

وتساعدك هذه الخطة في تقدير كم وزمن تدفق الأموال المطلوبة لبداية وتشغيل مشروع ناجح.

- تقدير التدفقات النقدية (نموذج٢٣) : وهو يفيد في التعرف على التدفقات النقدية الداخلة/والخارجة شهريا خلال العام الأول للتشغيل.

نموذج رقم (٢٣)

تقدير التدفقات النقدية

الشهور / التدفقات	١	٢	٣		١٢
- المبيعات التقديرية - تدفقات نقدية داخلة أخرى:	x	x	x		x
إجمالي					
- مشتروات - مدفوعات	x x	x x	x x		x x
إجمالي					
الفائض/ العجز الشهري					

- قائمة الدخل التقديرية (نموذج٢٤) : وهي توضح التدفقات التقديرية المرتبطة بالمبيعات.

	الربع	الربع	الربع	الربع	الإجمالي	
	الأول بالدولار	الثاني بالدولار	الثالث بالدولار	الرابع بالدولار	العام الأول	العام الثاني

- الموازنة التقديرية (نموذج٢٥) : وهي توضح أصول وخصوم الشركة.

نموذج رقم (٢٥)

الموازنة التقديرية

الأصول	العام الأول	العام الثاني
- **متداولة** - نقدية - حسابات قبض - مخزون - أخرى - **ثابتة** - بالتكلفة (ناقصا الإهلاك) - صافي الأصول الثابتة - **أخـــرى**	.....	.....
إجمالي الأصول		
- **الخصوم** - متداولة - ----- - ----- - ----- - ديون ط. الأجل	.....	.....

- الأصول الثابتة (نموذج٢٦)

نموذج رقم (٢٦)

الأصول الثابتة

الأصل الثابت	تاريخ الشراء	التكلفة
.....	.....	.....

- جدول الإهلاك (نموذج٢٧)

نموذج رقم (٢٧)

جدول الإهلاك

الأصل	معدل الإهلاك السنوي
.....	.....

- ملخص المديونية (نموذج٢٨)

نموذج رقم (٢٨)

ملخص المديونية

الدائن	الائتمان المتاح	معدل الفائدة	الضمان	الشروط
.....	.....	.....	.....	.....

- ميزان القروض (نموذج٢٩)

نموذج رقم (٢٩)

ميزان القروض

	القرض ومعدل الفائدة	
	البنك + ١ ٪	**أخرى ٣** ٪
- المبلغ فى بداية العام الأول - السداد فى العام الأول - الفائدة		

- مؤشرات الأداء (نموذج٣٠)

نموذج رقم (٣٠)

مؤشرات الأداء المالي

المؤشرات المالية	العام الأول	العام الثاني
- العائد على الاستثمار %	.....	.....
- صافي الربح/ المبيعات %	.....	.....
- معدل التداول	.....	.....
- متوسط فترة الاسترداد	.....	.....
- متوسط فترة المخزون	.....	.....
-	.....	.....