

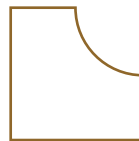
۹.

اگر بیش از بودجه مصرف کنم یا بودجه‌ام اشتباه باشد، چه کار کنم؟



۱۰.

چرا در بانک پول کافی ندارم؟ در بودجه‌ام پیش‌بینی کرده بودم که عاید خواهم داشت.



۱۱.

بودجه را برای چه مدت بسازم؟

۱۲.

چه باید کرد در صورتیکه بودجه‌ام نشان دهد که منفعت نخواهم کرد؟



۱۳.

اگر بودجه‌ام نشان دهد که به پول نقد نیاز دارم، چه راهکار را در پیش گیرم؟

۴.

چگونه بدانم که در آینده به چه مقدار پول نیاز خواهم داشت و مطمئن شوم که مصارفم را تامین کرده می‌توانم؟



۱۴.

قرضه‌ها (حساب تأدیات) و طلبات بالای مشتریان (حساب دریافتی) را چگونه در بودجه ام درج کنم؟

۵.

برای بودجه‌ام از کدام فارمت استفاده کنم؟



۱۵.

آیا بودجه را باید خودم تهیه و ترتیب نمایم؟

۶.

چگونه تخمین نمایم که فروشات سالانه‌ام چه مقدار خواهد بود؟

۱.

بودجه چیست و چگونه از آن استفاده کنم؟

۱۶.

بودجه‌ام را به چه کسی نشان دهم و چرا؟

۷.

چگونه مصارف آینده‌ام را تخمین کنم؟

۲.

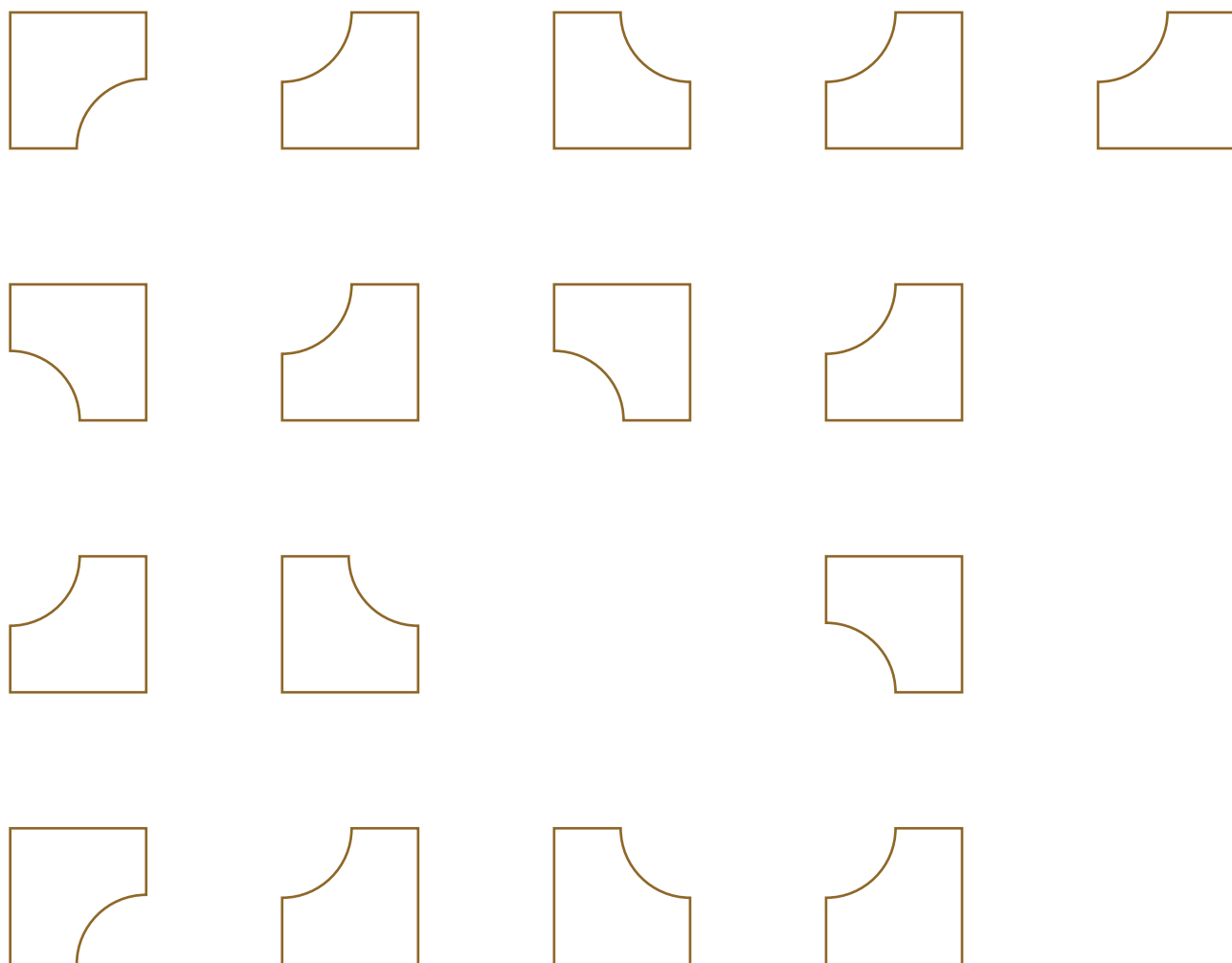
بودجه من چه تفاوتی با صورت حساب های مالی دارد؟

۸.

خریدهای کلان (مواد خام بصورت عمده، تجهیزات) را چگونه در بودجه‌ام نشان دهم؟

۳.

چگونه بودجه بسازم؟



۱.

بودجه چیست و چگونه
از آن استفاده کنم؟

گاهی یک شرکت بخاطر کمبود پول نقد و ناتوانی در برآوردن تعهدات خود ناکام می‌شود. یکی از راه‌های جلوگیری از این مشکل، پلان گذاری و نظارت از رفت و آمد پول در شرکت می‌باشد. این پلان گذاری و نظارت را بودجه سازی می‌گویند. بودجه بهترین تخمینی است از آنچه در شرکت شما اتفاق افتاده و معمولاً در فارمت مشابه صورت حساب های مالی ارایه می‌گردد. اگر تجارت شما را به شکل یک سفر تصور کنیم، بودجه، نقشه مفصل مسیر چند کیلومتری است که شما برای رسیدن به مقصد انتخاب نموده اید. بودجه شرح آنچه در کوتاه مدت اتفاق خواهد افتاد می‌باشد، اما در این شرح بجای حروف از اعداد استفاده می‌شود.

ارزش واقعی بودجه، ایجاد پروسه و ابزار برای شما (مالک) می‌باشد. بودجه شما را قادر می‌سازد تا درمورد آنچه سال بعد برای تجارت شما اتفاق خواهد افتاد، به صورت ساختارمند فکر نموده و اهداف مشخصی را تعیین کنید که با استفاده از آن شما و تیم‌تان عملکرد خود را سنجش کرده بتوانید. مزیت دیگر بودجه این است که شما را کمک می‌کند تا از فهمیدن مقدار پول لازم برای چیزهای مورد نیاز یا مهم برای تجارت‌تان، اطمینان حاصل کنید. پیروی از بودجه به شما کمک می‌کند تا قرضه خود را پرداخت کرده و از مقروض شدن نجات یابید.

بودجه شما نه تنها شما را در شناسایی مسیر حرکت شرکت‌تان بلکه در شناسایی موانع بالقوه و یافتن منابع لازم برای موفقیت‌تان نیز کمک خواهد کرد.

از آنجا که در عرصه تجارت دیدگاه‌های مختلف وجود دارد، هر بودجه با بودجه دیگر کم و بیش تفاوت خواهد داشت. در هر بودجه باید نکات ذیل شامل باشد:

۱. تخمین و برآورد ماهوار مفاد و ضرر.
۲. تخمین ماهوار پول نقد موجود (به شمول خریدهای کلانی چون تجهیزات، موجودی و غیره).
۳. شرح واضح و خلاصه فرضیاتی که شما در بودجه مدنظر گرفته‌اید- تا شما و تیم‌تان همه از نیازهای احتمالی برای دستیابی به اهداف تعیین شده‌ی بودجه آگاه باشید.
۴. راه آسان مقایسه بودجه‌تان با صورت‌حساب‌های مالی. معمولاً با تبدیل بودجه به کنگورهای محاسباتی مشابهی که در صورت‌حساب‌های مالی استفاده شده است.

بودجه لازم نیست که حتماً کامل باشد، بلکه بر ساختن ابزاری تمرکز نمایید که شما را در دستیابی به اهداف تجاری‌تان کمک نماید.

بیشتر بدانیم

تشبثات موفق برای آینده پلان گذاری می‌کنند و بودجه محور اصلی پلان گذاری را تشکیل می‌دهد. لذا شما باید وقت و انرژی کافی در این پروسه صرف کنید تا بیشترین شانس موفقیت را داشته باشید.

اگر پروسه بودجه سازی را خودتان تکمیل کنید، بهره‌ی بیشتر خواهید برد. برای ساختن بودجه شرکت خود به محاسبان و حسابداران اتکا نکنید. شما نسبت به هرکس دیگر کاروبار تجاری خود را بهتر می‌شناسید. اگرچه ممکن است با اصطلاحات حسابداری و اعداد زیاد آشنا نباشید. به خود زحمت داده بودجه‌ای بسازید که به تدریج و با گذشت زمان اصلاح شود و شما را در رشد تجارت‌تان کمک نماید.

بودجه یک ابزار است و به مرور زمان باید اصلاح و انکشاف یابد. هیچ روشی بنام « یگانه روش درست » برای ساختن بودجه وجود ندارد، و کافی است از روشی استفاده کنید که برای شما و تجارت‌تان بیشترین موثریت را داشته باشد.

چگونه بودجه را استفاده کنم؟

گام ۱: تصمیم بگیرید که هر ساله چه وقت باید بودجه خود را تهیه نموده و وقت کافی برای تهیه آن اختصاص دهید. بیشتر مردم از سال تقویمی (از ماه جنوری تا دسامبر یا از حمل تا حوت) برای ساختن بودجه استفاده می‌کنند. اگر کار شما فصلی باشد، می‌توانید آغاز و ختم بودجه‌تان را طوری برنامه ریزی کنید که با ماهیت کار شما مطابقت داشته باشد. بودجه خود را طوری برنامه ریزی کنید که حداقل یک ماه قبل از شروع دوره‌ی بودجه سازی تکمیل شود، تا بتوانید آن را به تیم خود اطلاع داده و در گزارش بگنجانید.

گام ۲: جهت معلومات بیشتر راجع به روش های کار تان، از کارکرد تجارت تان در گذشته استفاده نمایید. با توجه به نوع تجارت شما، می‌توانید چند سوال کلیدی را از خود بپرسید: معمولاً بدست آوردن مشتری تازه چقدر وقت می‌گیرد؟ تولید محصولات شما چقدر وقت ضرورت دارد؟ مشتریان در چقدر وقت به شما پول می‌پردازند؟

گام ۳: اگر قبلاً بودجه نساخته‌اید، فارمت نمونه‌ای را با توجه به نیازهای شرکت خود در هر دوره‌ی مالی تهیه کنید. در ابتدا بودجه را ساده و مختصر بسازید زیرا بعداً هر وقت ضرورت شد شما می‌توانید جزئیات بیشتر در آن درج کنید. توضیحات زیاد و پر از جزئیات، شما را از درک چیزهایی که واقعاً در شرکت شما اتفاق می‌افتد باز می‌دارد. اگر از قبل فارمت نمونه داشته باشید، مشخص سازید که چه چیزها در دوره‌ی گذشته موثر بوده و کدام تغییرات را می‌توانید در مرحله بعدی اضافه نمایید. نمونه‌های متعدد بودجه سازی در بخش ابزار (TOOLS) ویسایت دستیار وجود دارد که شما می‌توانید با استفاده از آن بودجه مورد نظر خود را تهیه کنید.

گام ۴: هدف فروشات خود را برای پایان دوره‌ی بودجه سازی آینده مشخص کنید. به این سوال مراجعه کنید که: چگونه فروشات خود را پیش‌بینی کنم؟

گام ۵: مصارفی را که برای دستیابی به سطح فروشات متوقعه نیاز دارید با پرسیدن این سوال پلان‌گذاری کنید: برای رسیدن به هدف فروشات خود به چه چیزی نیاز خواهیم داشت؟ دستیابی به هدف چقدر وقت را در بر خواهد گرفت؟ بطور مثال، تا زمانی که محصول را به مشتری نهایی می‌رسانید، چقدر مصرف صورت می‌گیرد. این مصرف شامل کرایه دکان، مصارف اعلانات، معاشات و امثال آن می‌شود.

گام ۶: کاری کنید که پلان (بودجه) شما در پیشرفت به سوی هدف نهایی شرکت‌تان، یعنی کسب منفعت و جریان نقد، شما را یاری رساند. آیا شما در حال بدست آوردن منفعت هستید یا با گذشت سال پول کمتری هزینه خواهید کرد؟ اگر جواب منفی است، باید بودجه خود را بازبینی کنید تا دیده شود که راهی برای کاهش مصارف هست یا خیر. آیا در جریان سال پول نقد کافی برای ادامه‌ی کار دارید، یا باید از منبع بیرونی برای شرکت خود پول بدست آورید؟ به یاد داشته باشید که جریان نقد مثل نفع/فایده خالص نیست. شرکتی که درحالت نفع دهی است، ممکن است گاهی با کمبود پول نقد مواجه شود. بودجه به شما کمک می‌کند تا مصارفی که باعث کاهش نفع/فایده خالص شرکت شما می‌گردد را شناسایی نمایید. بودجه همچنان به شما کمک می‌کند تا پیش‌بینی کنید که شرکت شما چه وقت پول نقد بدست خواهد آورد و چه زمان پول نقد را مصرف خواهد کرد.

گام ۷: عملکرد ماهوار شرکت خود را با آنچه در بودجه پیش‌بینی شده است، مقایسه کنید تا مشخص شود که در مسیر درست قرار دارید یا خیر و بخش‌هایی از کارتان را که نیاز به توجه دارند شناسایی نمایید. شما می‌توانید بودجه خود را برای دوره‌ی باقی‌مانده تنظیم و تعدیل کنید.

در هر دوره بودجوبی، این گام‌ها را تکرار کنید و معلوماتی را که در جریان بودجه سازی بصورت فرضی در نظر می‌گیرید با معلوماتی که واقعاً در تشبث شما اتفاق می‌افتد باهم مقایسه نموده و ارزیابی کنید. با تعدیل و اصلاح تدریجی، بودجه شما با گذشت زمان انکشاف خواهد یافت و برای موفقیت شرکت شما مفیدتر و ارزشمندتر خواهد شد. پروسه‌ی بودجه سازی در واقع بهترین تخمین‌های ممکن شما از مقدار پولی است که به شرکت می‌آید و از آن خارج می‌شود. اگر آنچه را فرض کرده‌اید با آنچه واقعاً اتفاق می‌افتد، باهم مطابقت نداشت، دل‌سرد نشوید. دلیل این عدم مطابقت را شناسایی نموده و بودجه خود را اصلاح کنید.

تعریف اصطلاحات این بخش

حسابداران- کسانی که مسئول ثبت و پیگیری فعالیت‌های روزمره مالی می‌باشند.

بودجه- تخمین درآمد و مصارف برای یک دوره‌ی مالی معین می‌باشد.

جریان نقدینگی- کل مبلغ پولی که به شرکت آمده و از آن خارج می‌شود.

قرضه- پولی که یک شخص یا یک شرکت از افراد یا نهادهای مالی قرض می‌گیرند. معمولاً به شکل قرضه‌ی بانکی گرفته می‌شود.

مصارف- پولی که از شرکت برای بدست آوردن اجناس یا خدمات پرداخته می‌شود.

هزینه‌های ثابت- مصرفی که با وجود تغییر در تعداد فروش محصولات بازهم ثابت می‌ماند.

نفع/ فایده خالص - مقدار پولی که بعد از کسر مصارف از عواید باقی می‌ماند (درآمد).

هزینه‌های غیر ثابت- پولی که برای تهیه و فروش محصولات مصرف می‌شود و متناسب با فروش هر محصول افزایش یا کاهش می‌یابد.

برای اطلاعات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

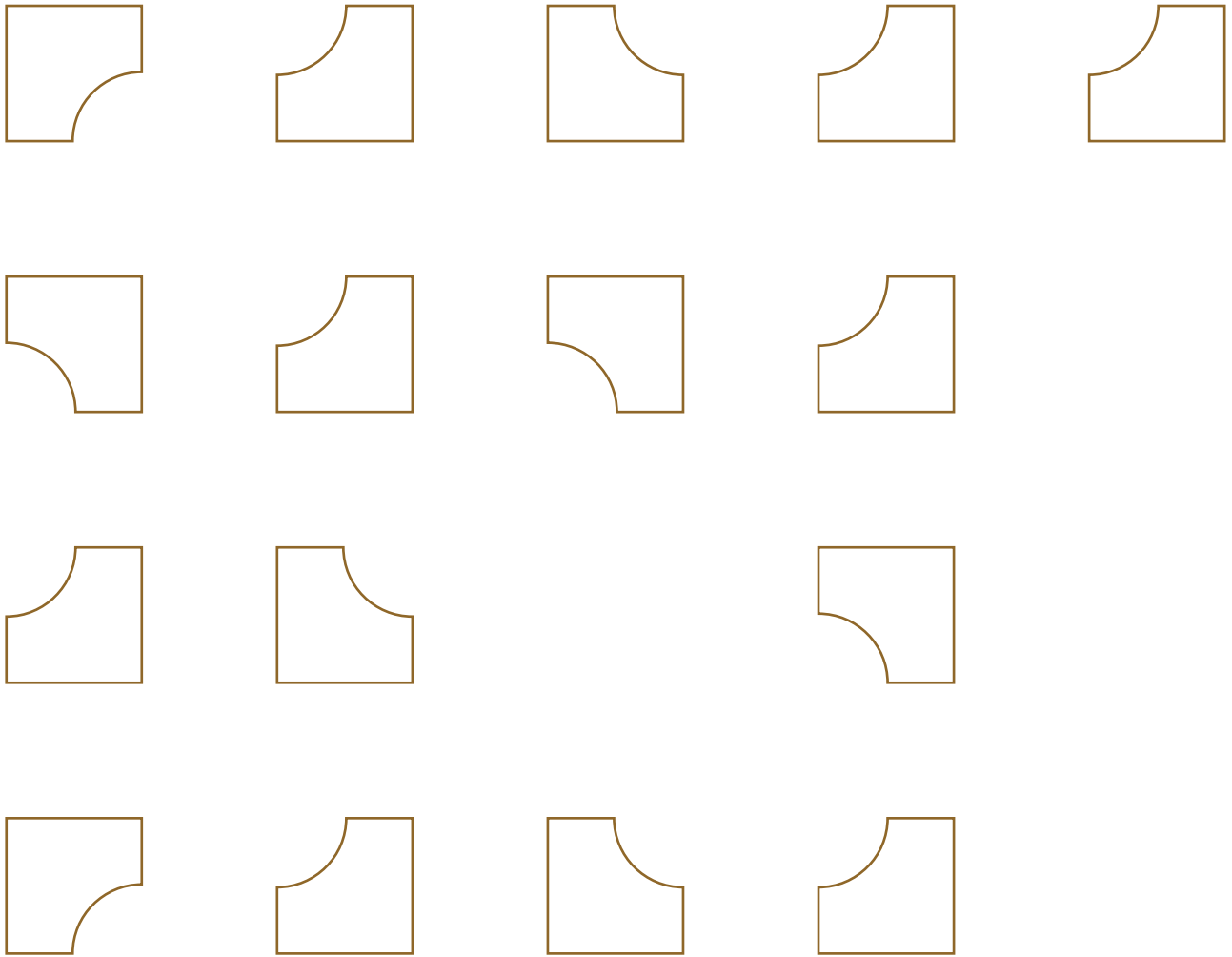
- چگونه بودجه بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- اگر بیش از بودجه مصرف کنم یا بودجه‌ام اشتباه باشد، چه کار کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- اگر بودجه‌ام نشان دهد که نفع نخواهم کرد، چه کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- آیا بودجه را باید خودم بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- بودجه‌ام را به چه کسی نشان دهم و چرا؟ ۱۰. بودجه سازی
- صورت حساب جریان نقدینگی چیست؟ ۱۲. مدیریت مالی

ابزار بیشتری که در این زمینه موجود است

چک لیست پروسه بودجه سازی

ورکشیت بودجه جریان نقدی

ورق ضمیمه برای پیش‌بینی عواید



۲.

بودجه من چه تفاوتی با
صورت حساب های مالی دارد؟

بودجه شما به آینده نگاه داشته و آنچه را در آینده اتفاق خواهد افتاد تخمین و برآورد می کند. صورت حساب های مالی آنچه را در گذشته اتفاق افتاده است شرح می دهند. بودجه اهداف شما را تعیین می کند و صورت حساب های مالی پیشرفت شما به سمت آن اهداف را سنجش میکند. بطور مثال، وقتی یک کلب بولینگ در کابل به نام «مهاجمان (STRIKERS)» پلان می کند که سال آینده نمایندگی اش را در مزار شریف افتتاح کند، برای این کار بودجه می سازد و پول مصارف آن را تخصیص می دهد. وقتی نمایندگی سال آینده ایجاد شد، پولی که برای خرید و دیگر مصارف هزینه شده، و پولی که از این نمایندگی جدید عاید گردیده در پایان سال در صورت حساب های مالی استرایکرز انعکاس می یابند.

سه نوع صورت حساب های مالی مهم وجود دارند که باید هر ماه به آن ها مراجعه نمایید: صورت حساب عاید (که به صورت حساب نفع و ضرر نیز مشهور است) که خلاصه جریان عاید و مصرف پول شرکت شما را نشان می دهد. بیلانس شیت/ورقه بیلانس آنچه را شرکت شما دارد و آنچه از دیگران مدیون است صورت حساب جریان نقدی که نشان می دهد چه مقدار پول به شرکت شما وارد و چه مقدار از آن خارج شده است. صورت حساب های دیگری نیز هستند که با رشد شرکتتان ممکن از آن ها استفاده کنید. اما این صورت حساب ها، پرکاربردترین اسنادی است که از آن استفاده می شود.

اگرچه لازم نیست بودجه و صورت حساب ها فرمت مشابه داشته باشند، ولی مهم است که بتوانید آن ها را به آسانی باهم مقایسه کنید تا عملکرد خود را سنجیده و اقدامات مناسب را در پیش بگیرید. درک شما از فرمت بودجه و صورت حساب های مالی با گذشت زمان بهتر خواهد شد. لازم نیست که این اسناد بدون عیب باشد، ولی هردوی آن ها باید در ارتباط به شرکت، معلومات مفید به شما بدهند. با رشد شرکت، شما متوجه خواهید شد که داشتن جزئیات بیشتر در بودجه و صورت حساب های مالی به شما در درک اتفاقات جاری در شرکت و اتخاذ تصمیم درست کمک خواهد کرد. به طور مثال، الهه شرکت البسه می سازد و تمرکز بیشتر کارش بر لباس های هندی است، اما با رشد کاروبارش اقلام تازهی دیگری را نیز به فروشات خود می افزاید. از جمله پرده های عمودی و افقی، صنایع دستی و غیره. بودجه قبلی او بسیار ساده بود و شامل انواع لباس زنانه مثل دامن، پیراهن، لباس و کرتی بود. با رشد تجارتش فرمت بودجه او نیز تغییر می کند چون کتگوری های بیشتر مصارف و عواید در بودجه باید مدنظر گرفته شود. بودجه تازهی الهه شامل انواع مختلف پرده، لوازم خانه، و چندین قلم محصولات صنایع دستی می باشد.

بودجه اصلی الهه (به افغانی)

عوايد	حمل	ثور	جوزا
دامن	۱۵,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰
لباس	۲۵,۰۰۰	۳۵,۰۰۰	۳۵,۰۰۰
پیراهن	۱۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰
کرتی	۱۸,۰۰۰	۱۸,۰۰۰	۲۰,۰۰۰
کل عواید	۶۸,۰۰۰	۹۳,۰۰۰	۹۰,۰۰۰
مصارف کالاهای فروخته شده			
دامن	۷,۵۰۰	۱۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰
لباس	۱۲,۵۰۰	۱۷,۵۰۰	۱۷,۵۰۰
پیراهن	۵,۰۰۰	۵,۰۰۰	۷,۵۰۰
کرتی	۹,۰۰۰	۹,۰۰۰	۱۰,۰۰۰
مجموع مصارف کالاهای فروخته شده	۳۴,۰۰۰	۴۱,۵۰۰	۴۵,۰۰۰

بودجه پیشرفته‌ی الهه:

سنبله	اسد	سرطان	عواید
۲۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰	دامن
۳۵,۰۰۰	۳۵,۰۰۰	۲۵,۰۰۰	لباس
۱۵,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	پیراهن
۲۰,۰۰۰	۱۸,۰۰۰	۱۸,۰۰۰	کرتی
۹۰,۰۰۰	۹۳,۰۰۰	۶۸,۰۰۰	مجموع البسه
۳۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	پرده عمودی
۳۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	پرده افقی
۱۵,۰۰۰	۱۴,۰۰۰	۱۲,۰۰۰	سرмیزی
۷,۰۰۰	۷,۰۰۰	۵,۰۰۰	دستمال‌های زینتی
۸۲,۰۰۰	۶۱,۰۰۰	۵۷,۰۰۰	مجموع لازم خانه
۵,۰۰۰	۵,۰۰۰	۵,۰۰۰	بازیچه‌های چوبی
۸,۰۰۰	۸,۰۰۰	۸,۰۰۰	کاسه‌های حکاکی شده
۱۲,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۸,۰۰۰	بشقاب‌های زینتی
۲۵,۰۰۰	۲۳,۰۰۰	۲۱,۰۰۰	مجموع صنایع دستی
۱۹۷,۰۰۰	۱۷۷,۰۰۰	۱۴۶,۰۰۰	کل عواید
			مصارف محصولات فروخته شده
۱۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۷,۵۰۰	دامن
۱۷,۵۰۰	۱۷,۵۰۰	۱۲,۵۰۰	لباس
۷,۵۰۰	۵,۰۰۰	۵,۰۰۰	پیراهن
۱۰,۰۰۰	۹,۰۰۰	۹,۰۰۰	کرتی
۴۵,۰۰۰	۴۱,۵۰۰	۳۴,۰۰۰	مجموع البسه
۱۵,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	پرده‌ی عمودی
۱۸,۰۰۰	۱۲,۰۰۰	۱۲,۰۰۰	پرده‌ی افقی
۷,۵۰۰	۷,۰۰۰	۶,۰۰۰	سرمیزی
۳,۵۰۰	۳,۵۰۰	۲,۵۰۰	دستمال‌های زینتی
۴۴,۰۰۰	۳۲,۵۰۰	۳۰,۵۰۰	مجموع لوازم خانه
۲,۵۰۰	۲,۵۰۰	۲,۵۰۰	بازیچه‌های چوبی
۶,۰۰۰	۶,۰۰۰	۶,۰۰۰	کاسه‌های حکاکی شده
۶,۰۰۰	۵,۰۰۰	۴,۰۰۰	بشقاب‌های زینتی
۱۴,۵۰۰	۱۳,۵۰۰	۱۲,۵۰۰	مجموع صنایع دستی
۱۰۳,۵۰۰	۸۷,۵۰۰	۷۷,۰۰۰	کل مصارف محصولات فروخته شده

پیشبردن یک تجارت ایجاب می‌کند که شما در تعیین اهداف و سنجش پیشرفت خود -تهیه محصول، فروش، تولید و انتقال آن‌ها یا مدیریت امور مالی- توانایی داشته باشید. بودجه و صورت‌حساب‌های مالی شما ابزار بسیار مفید می‌باشند و لذا باید بطور منظم به آن‌ها مراجعه نمایید.

غیر از ارزشی که این ابزار برای شما بعنوان مالک شرکت دارد، دیگران نیز از بودجه و صورت‌حساب‌های مالی شما در برآورد ظرفیت و عملکرد تجارت‌تان استفاده می‌کنند.

- هر سرمایه‌گذاری که بخواهد در شرکت شما سرمایه‌گذاری کند، تقریباً همیشه در شروع کار بودجه و پیش‌بینی‌های طولانی مدت مالی را تقاضا می‌کند. قرضه دهندگان و سرمایه‌گذاران، از بودجه شما برای درک پلان‌های مشخص شما برای شرکت و اینکه این پلان‌ها چگونه ارزش تجارت شما و سرمایه‌گذاری آنان را افزایش خواهد داد، استفاده می‌کنند.
- صورت‌حساب‌های مالی را ادارات مالیاتی برای حصول اطمینان از صحت گزارشدهی کارکرد شرکت شما استفاده می‌کنند و نیز سرمایه‌گذاران بیرونی برای آنکه بدانند آیا شما بخاطر رشد تجارت خود تصمیم درست می‌گیرید یا خیر، از این صورت‌حساب‌ها استفاده می‌نمایند. بطور مثال، ریاست مالیه‌دهندگان متوسط در وزارت مالیه گزارش مالی تشبثات متوسط را ارزیابی می‌کنند تا بدانند که شرکت‌ها عواید و مصارف واقعی خود را گزارش داده‌اند یا خیر.

وقتی عملکرد شما با بودجه مطابقت نداشته باشد، می‌گوییم شما تفاوت بودجوی دارید. تفاوت بودجه بیانگر عدم دستیابی به اهداف بودجوی است. تفاوت می‌تواند مثبت یا منفی باشد ولی در هر دو حالت شما از این تفاوت‌ها معلومات مهم درمورد کاروبار خود بدست می‌آورد.

تفاوت منفی بودجه ممکن است به یکی از اشکال ذیل باشد:

- در دوره معین به مقداری که انتظار داشتید فروش نکرده‌اید (از نظر تعداد فروشات یا از نظر مقدار پول بدست آمده).
- مصارف معین کاروبارتان بیش از مقدار پیش‌بینی بوده است.

مثلاً الهه نتوانسته است به مقداری که فکر می‌کرد پرده بفروشد. او انتظار داشت که در یک سال به تعداد ۲۵۰ ست پرده بفروشد، اما به دلایل مختلف، از جمله ورود رقیب تازه در بازار، او تنها ۱۷۰ ست فروخته است. او درعین حال، تفاوت منفی بودجوی داشت چون مصارف تولید هر ست پرده به دلیل بالا رفتن قیمت مواد خام وارداتی از پاکستان ۱۲٪ افزایش یافته است.

تفاوت مثبت بودجه می‌تواند ناشی از موارد ذیل باشد:

- فروش بیش از انتظار در یک دوره معین (از نظر تعداد فروشات یا از نظر مقدار پول بدست آمده).
- مصرف کمتر از مقدار پیش‌بینی شده در بخش معین کار.

مثلاً الهه تصمیم می‌گیرد با استفاده از ساعات کار کارمندان‌اش در داخل شرکت پرده تولید کرده و از مواد خام محلی استفاده کرده تا از بابت واردات مواد، محصولات گمرکی نپردازد.

تفاوت بودجوی باید در صورت امکان به شکل هر واحد، دالر/افغانی و فیصدی گزارش داده شود. این کار به شما اجازه می‌دهد تا مواردی که نیاز به توجه بیشتر دارد را شناسایی نمایید. پیش از آنکه به تفاوت ۲۰۰ افغانی بپردازید؛ اول تفاوت ۲۰۰،۰۰۰ افغانی را پیگیری کنید. فقط دانستن این که در کجا خطا کرده‌اید کافی نیست. باید از تفاوت‌ها برای شناسایی مسایل بزرگتر استفاده نمایید، تا اول به آن مسایل رسیدگی شود. باید بدانید در کاروبارتان چه چیزی موثر و چه چیز غیرموثر است تا برای پیشرفت از آنها استفاده کنید.

یکی از آسان‌ترین راه‌های یافتن این مسایل این است که از خود بپرسید چرا تفاوت ایجاد شده است. به این بسنده نکنید که صرفاً بگویید «ما به هدف خود نرسیدیم» یا «باید تلاش بیشتر به خرج دهیم». به زنجیره‌ی اتفاقات واقعی که منجر به تغییر شده است بپردازید تا دریابید که کجا فرضیات و پیش‌بینی‌های شما با واقعیت مطابقت نداشته باشد. در قضیه‌ی الهه، او فرض کرده بود که مصارف مواد خام ثابت خواهد ماند. اما وقتی به اعداد نگاه کرد، متوجه تفاوت منفی شد که بخشی از آن به دلیل افزایش ۱۲٪ مصارف مواد خام پاکستانی بود. به این دلیل، هنگام پلان‌گذاری بودجه سال بعد، او منابع دیگر مواد خام را جستجو خواهد کرد تا از افزایش مصارف احتمالی در آینده جلوگیری نماید.

چگونه تفاوت‌های بودجوی را شناسایی کنیم؟

گام ۱: بودجه خود را با جزئیات کافی تهیه کنید تا با استفاده از آن بتوانید فرضیات خود را ردیابی نمایید. مقدار پول و تعداد فروشات و هزینه‌های غیرثابت را در آن شامل سازید. هزینه‌های غیرثابت از قبیل مواد خام استفاده شده در تولید، معاشات و غیره با تغییر مقدار تولید و خدمات فروخته شده، تغییر می‌کند درحالی که هزینه‌های ثابت همچون کرایه، ماشین‌آلات و غیره باوجود تغییر مقدار فروشات ثابت خواهند می‌ماند و پیش‌بینی این نوع هزینه‌ها برای آینده آسان‌تر می‌باشد.

گام ۲: بخش‌های مختلف بودجه را در سیستم گزارش‌دهی مالی مدغم کنید تا تحلیل تفاوت بودجوی آسان‌تر و منظم‌تر شود. این کار اجازه می‌دهد تا از یک سو دیگران را مطلع سازید و از سوی دیگر از وضعیت مالی خود تصویر دقیق‌تر بدست آورید.

گام ۳: در شروع هر ماه ۲ تا ۴ ساعت وقت برای بازنگری عملکرد ماه قبل خود در برابر بودجه اختصاص دهید. هرچه زودتر متوجه نقاط ضعف شوید به همان اندازه زودتر کمبودها رفع خواهند شد.

گام ۴: تفاوت‌های بودجوی شناسایی شده را با توجه به تفاوت مقدار اصلی از مقدار پیش‌بینی شده و همچنان از نظر پولی رتبه‌بندی کنید.

گام ۵: برای هر تفاوت (با شروع از بزرگترین) بپرسید «چه اتفاق افتاده؟» و «چرا؟». فرض بودجوی مشخصی که قبلاً در نظر گرفته شده بود را مشخص کنید و بعد توضیح دهید که در عمل چه تفاوتی در اجرای پلان صورت گرفته است. جواب‌های خود را ثبت کنید و اقدامی را شناسایی کنید که در ماه بعد برای بهبود آن بخش مشخص می‌توانید روی دست بگیرید.

گام ۶: این کار را برای هر تفاوت بودجوی قابل توجه تکرار کنید.

گام ۷: به یاد داشته باشید که هدف از این تمرین، یادگیری این نکته است که نباید از هر تفاوت منفی دلسرد شوید، بلکه در عوض باید برای بهبود کارها اقدام کنید. اگر در این جریان احساس بدی به شما دست داد، کار را توقف داده بار دیگر در وقت مناسب آن را ادامه دهید. بودجه سازی یک علم ثابت و بی‌نقص نیست و راه درست تنها و واحد برای این کار وجود ندارد. کلید اصلی تهیه بودجه خوب تهیه معلوماتی است که برای تجارت شما مفید باشد.

روشی وجود دارد به نام پیش‌بینی متداوم که بر اهمیت تفاوت بودجوی در جریان سال تاکید داشته و در شناسایی خلاها در اهداف کلی سازمانی یاری می‌رساند. بطور مثال، اگر مدیران شرکت کوکاکولا متوجه شوند که فروشات‌شان در ماه جنوری ۲۰٪ بیشتر از مقدار پیش‌بینی شده افزایش یافته است، تکنیک پیش‌بینی متداوم آنان را تشویق می‌کند تا فروشات سالانه‌شان نیز ۲۰٪ بیشتر از مقدار پیش‌بینی شده افزایش یابد و برای سال‌های بعد نیز این تغییر ادامه یابد.

تعریف اصطلاحات این بخش

بیانسی شیت/ورقه بیانسی- سند مالی که نشان می‌دهد در زمان معین مالی چه مقدار دارایی، بدهی و سرمایه در شرکت تان موجود است.

صورت حساب جریان نقدی- سند مالی که جریان ورود و خروج پول را به شرکت شما نشان می‌دهد.

صورت حساب های مالی- ریکاردهای رسمی فعالیت‌های مالی یک تشبث شامل بیانسی شیت، صورت حساب مفاد و ضرر و صورت حساب جریان نقدینگی را در بر میگیرد.

هزینه‌های ثابت- مصرفی که با تغییر تعداد فروش محصولات ثابت می‌ماند.

صورت حساب مفاد و ضرر - سند مالی که تفاوت عواید (درآمد) و مصارف را نشان می‌دهد.

هزینه‌های غیر ثابت- پولی که برای تهیه و فروش محصولات مصرف می‌شود و متناسب با فروش هر محصول افزایش یا کاهش می‌یابد.

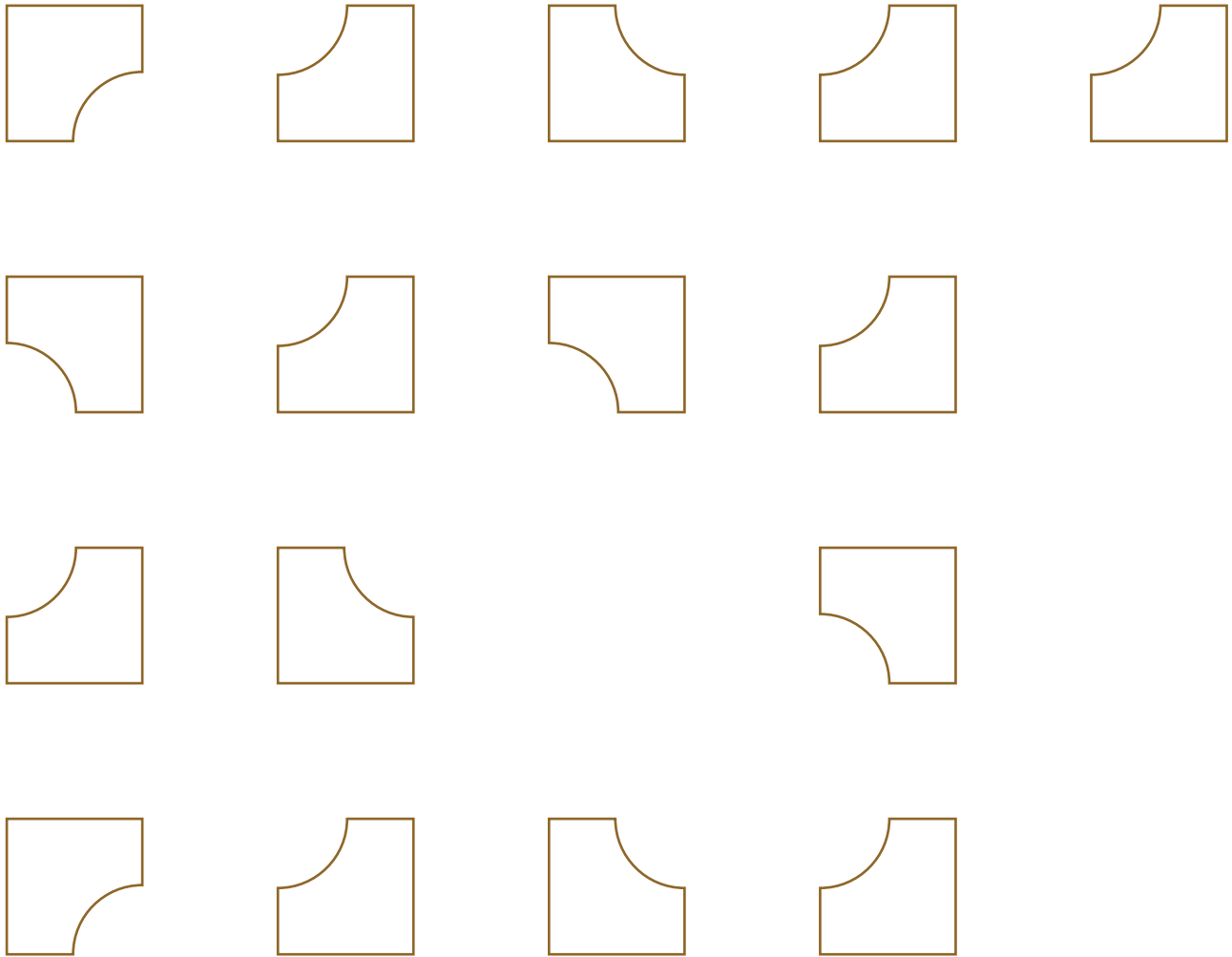
تفاوت بودجوی- تفاوت بین ارقام پیش‌بینی شده و ارقام واقعی در یک سال مالی را تفاوت بودجوی گویند.

? برای معلومات بیشتر راجع به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- صورت‌حساب‌های مالی چیست و چرا به آن‌ها نیاز دارم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- صورت حساب عاید (صورت‌حساب‌های نفع و ضرر) چیست و چگونه از آن‌ها استفاده کنم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- چرا به بیلانس شیت ضرورت دارم و چگونه آن را بسازم؟ ۱۲. مدیریت مالی

ابزار بیشتری که در این زمینه موجود است

ورق ضمیمه مرور ماهوار بودجه



۳.

چگونه بودجه بسازم؟

بودجه ابزاری است که می‌توانید از آن برای فکر کردن در مورد آینده کاروبار خود استفاده کنید. بودجه باید طوری طراحی شود که با نیازهای شرکت شما مطابقت داشته و ابزاری باشد که واقعاً از آن استفاده بتوانید. یک بودجه عملیاتی ترکیبی است از مصارفی که شما از آن آگاهی دارید، مصارف متوقع آینده، و عوایدی که حصول آن را در مدت زمان تعیین شده در بودجه که معمولاً یک سال است انتظار دارید.

بودجه شما باید مفصل باشد چون برای درک منابع مورد نیاز و فهم دلایل عدم تحقق اهداف پیش‌بینی شده به آن تفصیلات نیاز خواهید داشت. هرچه را در بودجه درج می‌کنید، حتماً باید از چگونگی استفاده آن مطمئن باشید و بدانید چرا هر یکی از آن معلومات برای شما مهم است.

بیشتر بدانیم

عناصر متشکله بودجه عملیاتی خود را می‌توانید به بخش‌ها و فعالیت‌های مشخص تقسیم کنید. بیشتر متشبهان بر عمل تمرکز دارند، لذا اگر در مورد فعالیت‌هایی فکر کنید که فعلاً و در وقت ایجاد بودجه در جریان است، کارتان آسان‌تر می‌شود. سوال‌های ذیل را از خود بپرسید. این سوال‌ها در تشخیص محل مصرف پول و اثرات آن بر تعیین ساختار بودجه به شما کمک می‌کند.

هزینه‌هایی که مشتریان آینده را جلب نموده و آنان را از محصولات ما آگاه می‌سازند، کدام‌ها اند؟ این هزینه‌ها، مصارف بازاریابی و فعالیت‌هایی است که شما برای جلب مشتری انجام می‌دهید. بطور مثال: بروشور تهیه کنید، نمونه‌های رایگان محصول را به مشتریان عرضه کنید، یا اعلانات انترنیتی نشر کنید. مهم است که بدانید کدام فعالیت‌ها را انجام خواهید داد تا بودجه برای آن‌ها تخصیص دهید و تحلیل کنید که کدام یکی از آن فعالیت‌ها موثرتر خواهد بود.

هزینه‌ی متقاعد کردن مشتریان بالقوه برای آن که به مشتریان واقعی تبدیل شوند، چقدر است؟ زمانی که مشتریان بالقوه به دکان شما می‌آیند یا به شرکت شما تماس می‌گیرند، برای آنکه او را تشویق به خرید محصول کنید بعضی هزینه‌های فروشات لازم خواهد شد. این هزینه‌ها ممکن است مصارف اداری، مصارف فروشات چون معاش فروشندگان و امثالهم باشد. بطور مثال، شرکت مخابراتی روشن پروژه‌ای زیر نام پا گذاشتن به سرک (FOOT ON STREET) دارد که محصلان را تشویق می‌کند در پوهنتون‌ها سیم کارت بفرشند. محصلان از فروش هر سیم کارت کمیشن می‌گیرند، و روشن تعداد مشترکین خود را از این طریق افزایش می‌دهد. کمیشن فروشات در جمع هزینه‌های فروشات حساب می‌گردد.

هزینه‌های تولید و انتقال محصول، ارایه خدمات، پرداخت پول تهیه کنندگان و معاش کارمندان چه مقدار خواهد بود؟ این هزینه‌های تولید شامل مصارف مرتبط به تولید یا ایجاد محصولات یا خدمات همچون مواد خام، کار، تجهیزات تولیدی و مخارج کلی می‌گردد.

پرداخت مربوط به تعهدات قراردادی خود را چگونه تنظیم خواهید کرد؟ هزینه‌های عمومی و اداری به عملیات روزمره تشبث شما ارتباط می‌گیرد. این مصارف به عملیات شرکت شما ارتباط دارد نه به مصارف مستقیم تولید محصول یا خدمات تان. این هزینه‌ها کرایه تعمیر، فیس مشاور، بیمه، تجهیزات، عضویت‌ها و مصارف آب و برق را نیز دربر می‌گیرد.

چگونه محصولات و خدمات جدید را شناسایی و ایجاد خواهید کرد؟ هزینه‌های انکشاف تولید شامل مصارف مرتبط به کل پروسه تحقیق، دیزاین، ایجاد، بازاریابی و فروش محصولات جدید می‌باشد.

وقتی هزینه‌های تخمینی این فعالیت‌ها را مشخص کردید، باید بودجه خود را به شکلی ترتیب نمایید که برای تان قابل مفهوم داشته باشد. با شرایط حسابداری نیز مطابقت داشته باشد تا مقایسه عملکرد تان (صورت حساب‌های مالی) با اهداف تعیین شده (بودجه) به آسانی صورت گیرد.

هر کتگوری فعالیت‌ها به نحوی با یک کتگوری حسابداری ارتباط دارد.

۱. جلب مشتریان بالقوه = هزینه‌های بازاریابی
۲. تبدیل مشتریان بالقوه به مشتریان واقعی = هزینه‌های فروشات
۳. تولید و تحویل دهی محصولات یا خدمات، پرداخت پول تهیه کنندگان و کارمندان = هزینه‌های تولید (هزینه‌های غیرثابت)

۴. مدیریت تجارت، تعهدات قراردادی، جمع‌آوری پول‌ها از مشتریان= هزینه‌های عمومی و مدیریتی
 ۵. تشخیص و ایجاد محصولات/خدمات جدید= هزینه‌های انکشاف محصول

ترتیب بودجه عملیاتی

گام ۱: فعالیت‌هایی را که باید در هریک از ۵ بخش کلیدی تثبیت خود انجام دهید لیست نمایید. ابزار بودجه عملیاتی، شما را در تهیه بودجه عملیاتی‌تان کمک خواهد کرد.

گام ۲: بطور تخمینی بگویید که چه مقدار وقت و پول برای هر فعالیت نیاز خواهید داشت و نیز نتایج احتمالی آن را ذکر کنید (چه تعداد مشتریان بالقوه، مشتریان واقعی، محصولات و غیره). بطور مثال، فهیمه و شوهرش دکان فروش مواد تعمیراتی دارد. آنان می‌دانند که در جریان زمستان فروشات کمتر می‌شود (اثرات تغییر فصل) و به گدामी برای ذخیره کالاهایی که در جریان سه فصل اول سال فروخته نشده است، ضرورت دارند. آنان برنامه فروشات خود را نیز مطابق نیازهای فصل تنظیم می‌کنند تا گدام را به قیمت کمتر کرایه کنند یا محصولات ذخیره را در زمستان با تخفیف و به قیمت پایین‌تر به فروش برسانند. هریک از این دو گزینه اگر انتخاب شود، هزینه‌های لازم در بودجه عملیاتی از قبل در نظر گرفته می‌شود.

گام ۳: فعالیت‌های بودجوی خود را به مفاهیم و اصطلاحات حسابداری تبدیل کنید تا از مطابقت داشتن آن با صورت حساب های مالی تان اطمینان حاصل کنید. شما می‌توانید از حسابدار یا محاسب خود در جزئیات کار و تهیه گزارش کمک بگیرید.

گام ۴: فارمتی برای بودجه خود در نظر بگیرید، و فروشات و مصارف پیش‌بینی شده را در آن درج کنید. تعیین یک بخش جداگانه برای هر بخش کار (بازاریابی، فروشات، تولید، مصارف عمومی و اداری، انکشاف محصول) کار ثبت داده‌ها و گزارشدهی را سهل‌تر می‌کند.

گام ۵: وقتی داده‌ها و معلومات درج شدند، به نتایج مفاد و ضرر در بودجه خود نگاهی بیاندازید. از خود بپرسید که آیا این پلان شما را در رسیدن به اهداف کمک خواهد کرد یا خیر. چه زمان منفعت کسب خواهید کرد؟ همچنان، ببینید که پلان تا چه حد واقع‌بینانه است و چقدر مطمئن هستید که به اهداف تعیین شده دست خواهید یافت.

گام ۶: روی بودجه خود را در صورت نیاز دوباره کار کنید و این کار را تا زمانی تکرار کنید که مطمئن شوید به معقول‌ترین و مناسب‌تری پلان برای تجارت خود در آن دوره بودجوی دست یافته‌اید. پروسه بودجه‌سازی به شما کمک می‌کند که در مورد کار خود فکر کنید تا قبل از تصمیم‌گیری در مورد نسخه نهایی بودجه، نسخه‌های مختلف بودجه را بررسی و روی آن کار نمایید.

شما بعنوان مالک شرکت مسئولیت دارید برای موفقیت خود پلان‌گذاری کنید و زمانی که کارها مطابق پلان پیش نمی‌رود، دست به اقدام بزنید. برای خود بودجه‌ای بسازید که شما را در درک و تحلیل کارتان کمک کند تا تصمیم‌تان را بر بنیاد داده‌ها و معلومات اتخاذ کنید نه بر اساس حدس و گمان. در ضمن، مسئولیت را به محاسب واگذار نکنید.

اینجا مثالی از بودجه را به شما نشان می‌دهیم. در بخش ابزار این رهنمود، نمونه‌ای حاوی مراحل تهیه بودجه عملیاتی موجود است.

عواید	جنوری	فبروری	مارچ
محصولات (میوه و سبزیجات)	۷,۵۶۵	۷,۸۱۵	۸,۰۶۵
خشک‌بار (حبوبات و غله)	۷,۶۵۰	۷,۶۵۰	۷,۶۵۰
گوشت / لبنیات	۱۹,۲۵۰	۱۹,۲۵۰	۱۹,۲۵۰
در صورت نیاز ردیف‌های بیشتر بیافزایید			
مجموع عواید	۳۴,۴۵۶	۳۴,۷۱۵	۳۴,۹۶۵
هزینه‌ی محصولات فروخته شده/ هزینه‌ی فروشات			
محصولات (میوه و سبزیجات)	۱,۸۴۵	۱,۹۰۸	۱,۹۷۰
خشک‌بار (حبوبات و غله)	۱,۹۱۳	۱,۹۱۳	۱,۹۱۳
گوشت / لبنیات	۶,۰۰۰	۶,۰۰۰	۶,۰۰۰
در صورت نیاز ردیف‌های بیشتر بیافزایید			

۹,۸۸۳	۹,۸۲۰	۹,۷۵۸	مجموع هزینه‌ی محصولات فروخته شده/ هزینه‌ی فروشات
			هزینه‌های فروشات و بازاریابی
	۱۰,۰۰۰		نمایشگاه‌های تجارتي/ کنفرانس‌ها
۱,۲۵۰	۱,۲۵۰	۱,۲۵۰	بازارهای داخلی/ نمایشگاه‌ها
۲,۰۰۰	۲,۰۰۰	۲,۰۰۰	اعلانات رادیویی
۴,۱۶۵	۴,۱۶۷	۴,۱۶۷	فروشنده‌ها
۷,۴۱۷	۱۷,۴۱۷	۷,۴۱۷	مجموع مصارف فروشات و بازاریابی
			هزینه‌های اداری
۳,۰۰۰	۳,۰۰۰	۳,۰۰۰	کرایه دکان و گدام
۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	آب و برق
			بیمه
۱,۲۵۰	۱,۲۵۰	۳,۷۵۰	حسابداری/ مصارف حقوقی
۷,۰۰۰	۷,۰۰۰	۷,۰۰۰	کارمندان دکان (یک نفر حسابدار + یک نفر مدیر موجودی)
۵,۰۰۰			فیس‌ها/ جوازها/ مالیات
۱۸,۲۵۰	۱۳,۲۵۰	۱۵,۷۵۰	مجموع هزینه‌های اداری
۵۸۴,۱۷-	۲,۲۲۸,۳۳	۱,۵۴۰,۳	مفاد/ضرر خالص

تعریف اصطلاحات این بخش

مصارف- پولی که از شرکت برای بدست آوردن اجناس یا خدمات پرداخته می‌شود.

مفاد خالص - مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید، برای شما باقی می‌ماند.

فروشنندگان- افراد یا تیم‌ای که محصولات و خدمات شرکت را در اختیار مستهلك نهایی قرار می‌دهد.

برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

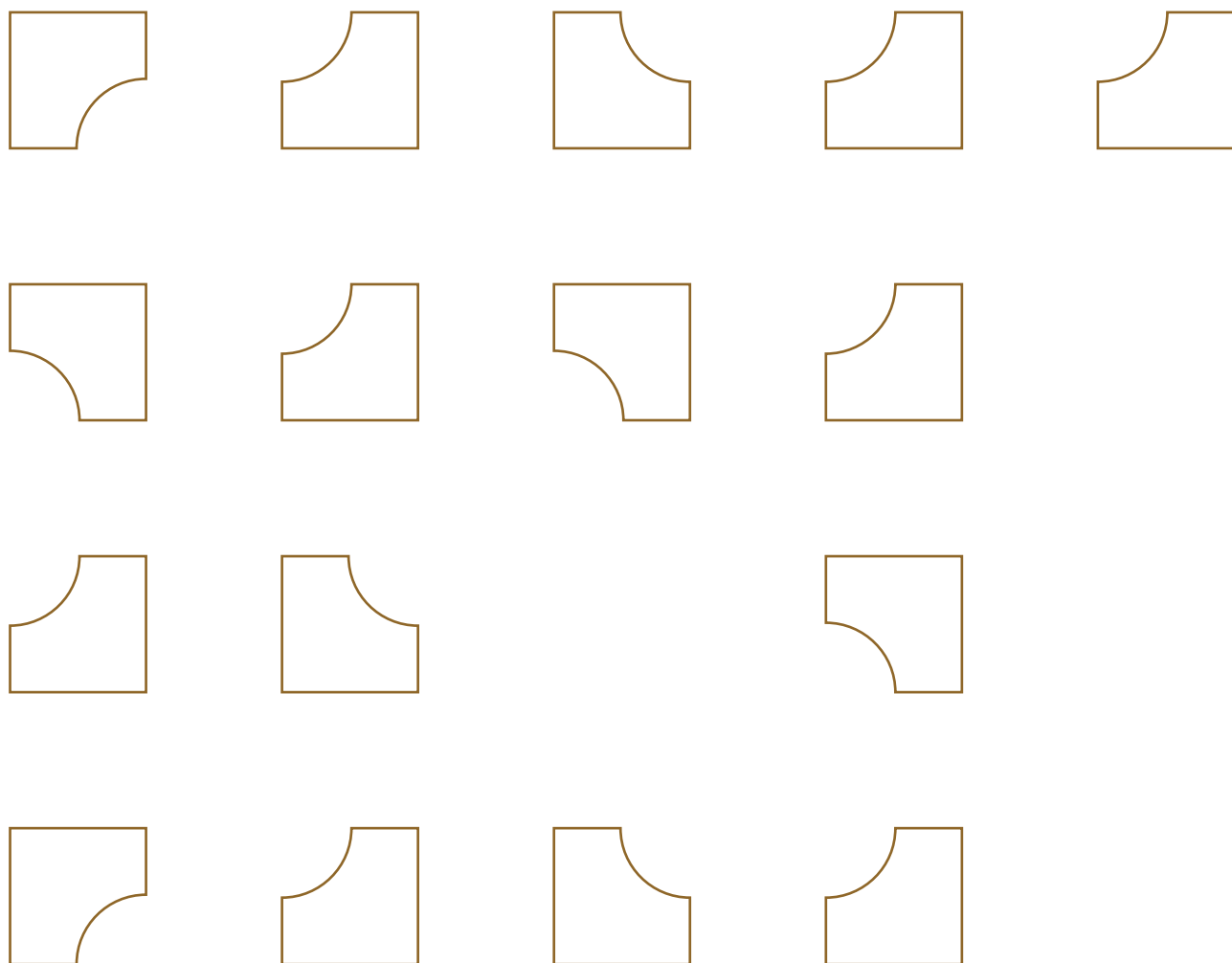
- بودجه چیست و چگونه از آن استفاده کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- برای بودجه‌ام از کدام فارمت استفاده کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- بودجه را برای چه مدت بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- آیا بودجه را باید خودم بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی

ابزار بیشتری که در این زمینه موجود است

چک لیست پروسه بودجه سازی

ورق ضمیمه بودجه جریان نقدینگی

ورق ضمیمه بودجه عملیاتی



۴.

چگونه بدانم که در آینده به چه مقدار پول نیاز خواهم داشت و چگونه مطمئن شوم که مصارفم را تامین کرده میتوانم؟

بودجه عملیاتی شما برای درک وضعیت عملیاتی شرکتتان خیلی مفید است اما یک کمبود جدی که بر آن موجود است و آن عبارت از این است که: در بودجه فرض بر این است که پول فروش هر محصول یا خدمات فوراً پرداخته می‌شود. از آنجایی که در جهان واقعی کمتر چنین اتفاق می‌افتد، شما غیر از نفع خالص باید پول نقد را نیز پیش‌بینی کنید. در بعضی موارد، یک شرکت به دلیل کمبود پول نقد و عدم توانایی در برآوردن تعهدات‌اش شکست می‌خورد. یکی از راه‌های کلیدی برای جلوگیری از این اتفاق، برنامه‌ریزی و نظارت از جریان مورد انتظار ورود و خروج پول از شرکت می‌باشد.

در تجارت‌تان شما ممکن است از مشتریان خود فوراً پس از فروش پول نقد بگیرید (بطور مثال، اگر دکان پرچون فروشی یا رستوران داشته باشید)، اما برخی عرضه‌کنندگان ممکن است از شما بخواهند که در هنگامی که سفارش می‌دهید پول بپردازید و یا به تدریج و به صورت اقساط قیمت جنسی را که از آنها خریده‌اید، پرداخت کنید.

تعیین بودجه نقدی برای سال آینده مفید است زیرا به شما کمک می‌کند تا برای بیلانس نقدی هر ماه خود هدف مشخص تعیین کنید. پلان‌گذاری با هدف ماهوار کمک می‌کند تا هر مشکل را زودتر تشخیص دهید. چون اطلاع یافتن از کمبود پول نقد به زودترین وقت ممکن، بسیار مهم است.

تنها تنظیم و اداره نمودن فروشات و مصارف کافی نیست. شما باید پول نقد خود را نیز مدیریت کنید. بخصوص اگر شرکتتان کوچک و در حال رشد باشد. چون برای رشد تجارت قبل از آنکه فروشاتتان افزایش یابد، نیازمند سرمایه‌گذاری بیشتر پول نقد روی موارد مانند مواد خام، تجهیزات، معاشات، بازاریابی و غیره نیز می‌باشید. برخی متشبهین این اشتباه را مرتکب می‌شوند که در چند ماه اول پول نقد خود را مصرف می‌کنند و بعد در مدت باقی مانده سال برای پرداخت مصارف دچار مشکل می‌شوند. اشتباه معمول دیگر این است که وقت پول نقد زیاد دارید مصرف بیشتر می‌کنید. باید به آینده نگاه کنید و برای ماه‌های پیش‌رو نیز برنامه‌ریزی نمایید. حتی اگر فعلاً پول نقد زیاد بدست آورده باشید. بطور مثال، ناهید و پدرش در چوکات یک تجارت خانوادگی قالین بافته و بعد آن را می‌فروشدند. در اوایل امسال، از بریتانیا فرمایش ۱۵ تخته انواع مختلف قالین دریافت کردند که باید در سه ماه آماده و در یک نمایشگاه در لندن به نمایش گذاشته می‌شدند. آنان خوشحال بودند و قالین‌ها را به موقع ارسال کردند. بعد از گرفتن پول، پدرش می‌خواست آن را برای تزئینات فروشگاه اصلی‌شان در کابل مصرف کند. ناهید اما قبول نکرد. او می‌دانست که فروش قالین وقت می‌گیرد. او به پدرش توضیح داد که برای ۶ تا ۹ ماه آینده، باید آمادگی داشته باشند و بتوانند پول بانفندگان و دیزاینران را به موقع بپردازند. شاید در اواخر سال فروشات زیاد نداشته باشند.

بیشتر بدانیم

یکی از دلایل اصلی بودجه سازی درک نیازهای آینده است. بدون پول نقد کافی، شرکت شما با مشکل مواجه خواهد شد. تهیه بودجه نقد به شما کمک خواهد کرد تا عملکرد خود را سنجیده و درک کنید که آیا به صرف وقت و انرژی بیشتر در بخش مشخص کاروبار خود نیاز دارید یا خیر. اگر شما از انوایس مشتریان خود پول بدست نیاورید، نمی‌توانید مصارف خود را بپردازید. بودجه جریان نقدی کمک می‌کند اثرات تغییر در جمع‌آوری پول را بدانید، و متوجه شوید که آیا فرصت دارید مشتری مشخص را یک هفته‌ی دیگر نیز وقت بدهید تا پول شما را بپردازد یا خیر؟ اگر به مثال ناهید برگردیم، او باید پول نقد کافی داشته باشد تا به قالین‌بافان و تهیه‌کنندگان مواد خام پول بدهد و روابط تجاری خوب با آنان داشته باشد.

با محاسبه بیلانس نهایی که انتظار دارید و مقایسه آن با آنچه فعلاً در بانک دارید، بودجه جریان نقدی به شما راه سریع و آسان تشخیص فاصله‌تان از پلان ماهوار را میسر می‌کند.

ترتیب بودجه پول نقد

بودجه نقدی عبارت از برآورد جریان ورود و خروج پول نقد از شرکت می‌باشد. این بودجه با عملکرد واقعی شما مقایسه خواهد شد. لذا بهتر است برای هر دو سند از فرمت مشابه استفاده کنید. ابزار بودجه جریان نقدی، شما را در ساختن بودجه پول نقد کمک خواهد کرد.

گام ۱: بیلانس شروع پول نقد خود را درج کنید- چه مقدار پول در آغاز دوره پیش‌روی بودجه در بانک خواهید داشت؟ بیلانس شروع هر ماه بعدی معادل بیلانس ختم ماه قبلی می‌باشد.

گام ۲: پول نقدی را که از عملیات‌ها/فعالیت‌های تان بدست می‌آورد یا استفاده می‌کنید، مشخص سازید.

ا. یک خط برای مفاد خالص خود از بودجه عملیاتی ماه قبل در نظر بگیرید. ممکن است این رقم مثبت یا منفی باشد.
ب. تأثیرات سرمایه در گردش خود (سرمایه‌ای که برای کارهای روزمره استفاده می‌شود) را بر پول نقد با فهرست کردن نکات ذیل بطور جداگانه، محاسبه کنید:

- مجموع مبالغ طلب‌های (حسابات دریافتی) این ماه را که بالای مشتریان دارید لیست کنید. پولی را که از این بابت بدست می‌آید به رقم مثبت نشان دهید. شما هرگز نمی‌توانید بیشتر از مجموع مبلغی که از دیگران طلب کار هستید را بدست آورید، لذا این خط بودجه نباید هرگز بزرگتر از کل حسابات دریافتی شود.
- مجموع مبلغ (حسابات پرداختی) این ماه را که به دیگران مدیون هستید لیست کنید. پول نقدی را که از این بابت خارج می‌شود به رقم منفی نشان دهید. نباید هرگز بیش از مقداری که به دیگران مدیون هستید بپردازید، لذا این خط بودجه نباید از کل حسابات پرداختی بیشتر شود.
- مبلغ پول نقدی را که انتظار دارید از فروش محصولات موجودتان بدست می‌آورد، لیست کنید. این پول باید به رقم مثبت نشان داده شود.
- مبلغی را که می‌خواهید برای مواد خام اضافی یا سایر اقلام موجودی مصرف کنید، لیست نمایید. پول نقدی را که از این بابت خارج می‌شود به رقم منفی نشان دهید. بطور مثال، اگر شما در این ماه مقدار زیاد مواد خام را به ارزش ۲۰۰,۰۰۰ افغانی خریداری می‌کنید، این ۲۰۰,۰۰۰ افغانی را به رقم منفی در خط «اقلام موجودی» نشان دهید.
- بعد از آنکه تمام این بخش‌های سرمایه در گردش را درج کردید، یک خط جمع کل را برای سنجش تأثیرات آنان بر بیلانس نقدینه خود بیافزایید و تمام ارقام منفی و مثبت را باهم جمع کنید.

گام ۳: پول نقدی را که دریافت می‌کنید یا از سرمایه‌گذاری‌های تان مصرف می‌نمایید، مشخص سازید.

- ا. مبلغی را که انتظار دارید برای خرید تجهیزات، وسایط یا تعمیر جدید سرمایه‌گذاری کنید، لیست نمایید. این رقم منفی خواهد بود. سپرده‌ها و تأدیاتی را که قبل از تحویل گرفتن این تجهیزات باید انجام دهید نیز درج کنید. بطور مثال ناهید سرمایه‌گذاری برای خرید چوکات‌های تازه قالبین‌بافی که برای تولید بیشتر قالبین لازم هست، را در این حساب باید در نظر بگیرید.
- ب. مبلغی را که انتظار دارید از فروش تجهیزات فعلی که دیگر به آن نیاز ندارید و یا از سرمایه‌گذاری‌های دیگر بدست خواهد آورد، لیست کنید. فیس‌ها، کمیشن‌ها، یا پلان تأدیات، مقدار پول دریافتی شما را کاهش می‌دهد. این ارقام مثبت می‌باشند.
- ج. برای سنجش اثرات سرمایه‌گذاری‌ها بر بیلانس نقدینگی تان تمام ارقام مثبت و منفی این کتگوری را باهم جمع کنید.

گام ۴: هرگونه پول نقد مرتبط به تمویل شرکت خود را شناسایی کنید.

- ا. آیا کدام قرضه برای شرکت خواهید گرفت؟ پول نقدی را که بعنوان قرضه دریافت خواهید کرد، به رقم مثبت درج نمایید. فیس‌ها، کمیشن‌ها و پلان تأدیات باعث کاهش مبلغ دریافتی شما خواهد شد.
- ب. آیا کدام قرضه پرداختی خواهید داشت؟ اگر شما قرضه‌ای برای پرداخت دارید، تأدیات آن قرضه را به رقم منفی درج کنید. تنها اصل قرضه را اینجا بنویسید چون سودش در صورت حساب مفاد و ضرر انعکاس داده خواهد شد.
- ج. آیا خودتان پول تازه وارد شرکت خواهید کرد یا از سرمایه‌گذاران دیگر خواهید خواست که پول به شرکت بپردازند؟ مبالغی را که هر سرمایه‌گذار به شرکت خواهد پرداخت به رقم مثبت درج کنید. هرگونه فیس (قانونی و غیره) که باعث کاهش مبلغ نقد دریافتی می‌گردد را نیز شامل کنید.
- د. آیا برای خود یا سرمایه‌گذاران دیگر بخاطر بازپرداخت سرمایه یا سود سهام، پولی توزیع خواهید کرد؟ مبلغی را که برای هر سرمایه‌گذار توزیع می‌کنید یا می‌پردازید به رقم منفی درج کنید. تعقیب این ارقام به ترتیب سرمایه‌گذار مهم است. زیرا ممکن است برای امور مالیاتی آن‌ها را گزارش دهید.
- ه. برای سنجش اثرات مبالغ تمویلی بر بیلانس نقدینگی خود تمام ارقام مثبت و منفی این کتگوری را باهم جمع کنید.

گام ۵: بیلانس نهایی خود را از جمع کردن ارقام ذیل محاسبه کنید:

- ا. بیلانس پول نقد اولیه
- ب. بیلانس نقد حاصل از عملیات‌ها
- ج. بیلانس نقد سرمایه‌گذاری‌ها
- د. بیلانس نقد وجوه تمویلی

گام ۶: بیلانس‌های نقد ماهوار خود را مرور کنید. چه زمان بیلانس‌های نقد شما در جریان سال به کوچکترین حد خواهد رسید؟ قبل از آنکه نفع/ فایده خالص بدست آورید و جریان نقدی مثبت داشته باشید چه مقدار پول نقد اضافی باید به شرکت خود وارد کنید؟

گام ۷: اگر مطابق بودجه بیلانس نقدی شما مثبت نباشد، به منابع سرمایه‌ی که بتوانید از آن‌ها پول مورد نیاز خود را بگیرید، فکر کنید. یکی از راه‌های بسیار سریع بدست آوردن جریان نقدی مثبت کاهش مصارف است. مصارف خود را بررسی کنید و ببینید که آیا راهی برای حل مساله نقدینگی بدون سرمایه‌گذاری بیشتر، وجود دارد یا خیر. راه دیگر این است که از مشتری خود بخواهید بطور پیشکی پول بپردازند یا طلب‌های تان را زودتر جمع کنید.

گام ۸: اگر به این نتیجه برسید که به پول بیشتر نیاز دارید، منابع تمویل دیگر را جستجوی و پی‌گیری کنید. از جمله قرضه‌ها، سرمایه‌گذاران، کمک‌های بلاعوض و غیره. ابزار بودجه جریان نقد را می‌توانید در بخش ابزار ویسایت دستیار پیدا کنید. جدول ذیل مثالی از جریانی نقدی است که با استفاده از آن ابزار می‌توانید جریان نقد را تهیه کنید.

ژانویه	فوریه	مارچ	آوریل	می	ژوئن	
۱۰۰,۰۰۰	۹۴,۸۲۴	۷۹,۷۱۱	۶۹,۹۳۶	۶۵,۳۷۱	۶۰,۸۵۰	بیلانس نقد اولیه
(۷,۶۲۶)	(۱۴,۹۳۸)	(۹,۷۵۱)	(۴,۵۴۱)	(۴,۴۹۹)	(۱۴,۴۴۱)	نفع/ضرر خالص عملیات
(۲۵۰)	(۵۰۰)	(۶۰۰)	(۷۰۰)	(۸۰۰)	(۹۰۰)	تغییرات در سرمایه‌ی در گردش افزایش طلب‌های مشتری (خروج نقد)
۲۰۰	۲۵۰	۵۰۰	۶۰۰	۷۰۰	۸۰۰	کاهش طلب‌های مشتری (ورود نقد)
۷,۵۰۰	۷,۵۷۵	۷,۶۵۱	۷,۷۲۷	۷,۸۰۵	۷,۸۸۳	افزایش قرض شما از فروشنده (افزایش نقد)
(۵,۰۰۰)	(۷,۵۰۰)	(۷,۵۷۵)	(۷,۶۵۱)	(۷,۷۲۷)	(۷,۸۰۵)	کاهش قرض شما از فروشنده (خروج نقد)
-	-	-	-	-	-	افزایش موجودی (خروج نقد)
-	-	-	-	-	-	کاهش موجودی (ورود نقد)
۲,۴۵۰	(۱۷۵)	(۲۴)	(۲۳)	(۲۳)	(۲۲)	مجموع تغییرات در سرمایه‌ی در گردش
(۵,۱۷۶)	(۱۵,۱۱۳)	(۹,۷۷۵)	(۴,۵۶۴)	(۴,۵۲۲)	(۱۴,۴۶۳)	کل جریان نقد از عملیات
-	-	-	-	-	(۱۰,۰۰۰)	جریان نقد از سرمایه‌گذاری خریدهای سرمایه‌ی (خروج نقد)
-	-	-	-	-	(۱۰,۰۰۰)	تجهیزات یخچالی برای گدام
-	-	-	-	-	-	طبق نیاز اقلام بیشتر را درج کنید فروشات سرمایه‌ی (ورود نقد)
-	-	-	-	-	-	طبق نیاز اقلام بیشتر را درج کنید
-	-	-	-	-	-	طبق نیاز اقلام بیشتر را درج کنید

(۱۰,۰۰۰)	-	-	-	-	-	کل جریان نقد حاصل از سرمایه
						جریان نقد از تمویل
						قرضه‌های وارده (ورود نقد)
						بازپرداخت قرضه‌ها (خروج نقد)
						سرمایه‌گذاری وارده سهام سهامداران (ورود نقد)

تعریف اصطلاحات این بخش

توزیع - پولی که به مالکین بعنوان بازپرداخت پول سرمایه‌گذاری شده در شرکت یا سود سهام پرداخته می‌شود.

انویس - لیست اشیا و خدمات ارایه شده و مبلغ پولی که باید پرداخت شود.

نفع / فایده خالص - مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید برای شما باقی می‌ماند.

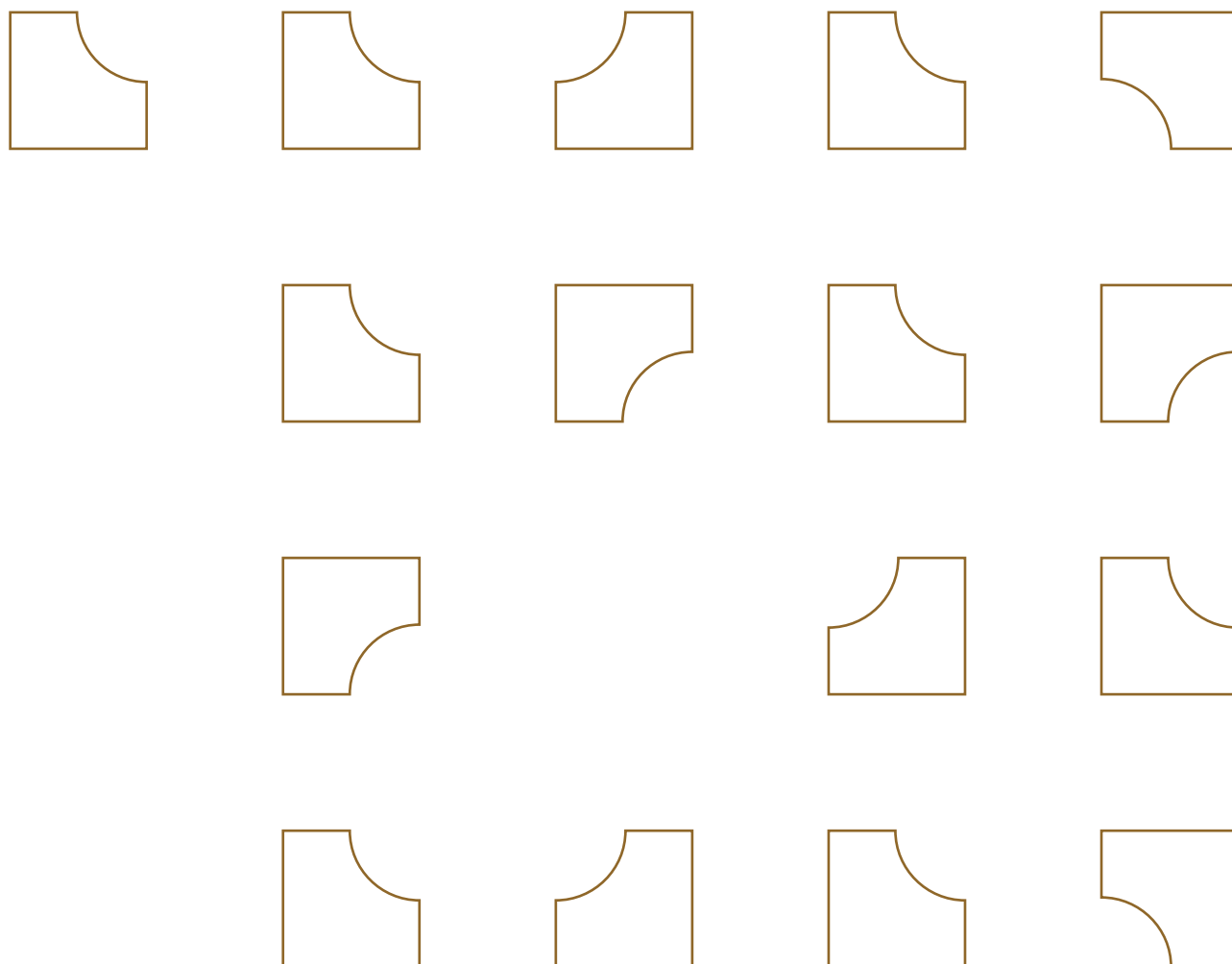
برای معلومات بیشتر راجع به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- چگونه تخمین بزنم که فروشات سالانه‌ام چقدر خواهد شد؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه مصارف آینده‌ام را تخمین کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- صورت حساب جریان نقدینگی چیست؟ ۱۲. مدیریت مالی
- نفع / فایده خالص چیست و چگونه آنرا تعیین کنم؟ ۱۲. مدیریت مالی

ابزار بیشتری که در این زمینه موجود است

ورق ضمیمه پیش‌بینی هزینه‌ها

ورق ضمیمه پیش‌بینی عواید



۵.

برای بودجه‌ام از کدام
فارمت استفاده کنم؟

بهترین فرمت بودجه آن است که خودتان با توجه به نیازهای شرکت خود تهیه می کنید. اگر شما در صنعتی فعالیت نکنید که قواعد بسیار پیچیده داشته باشد، یا در جستجوی سرمایه‌گذاری نهادی قابل توجه نباشید، در آنصورت لازم نیست بودجه شما تابع قواعد و مقررات مشخص باشد. برخی روش‌های معیاری پسندیده وجود دارند که باید در بودجه مدنظر گرفته شوند تا مطمئن شوید که تمام عناصر و اجزای لازم را در بودجه حساب کرده‌اید. بطور مثال، فریده و یاسمین دو متشبه می‌باشند. فریده داکتر است و کلینیک دارد. یاسمین مالک چند دواخانه زنجیره ای است. ماهیت کار این دو مشابه است اما فرمت بودجه هرکدام خیلی متفاوت خواهد بود. کار فریده بر تعداد مریضانی که به کلینیک مراجعه می‌کنند متمرکز است و خدمات طبی در کلینیک بعنوان عاید ثبت می‌گردد. کرایه تعمیر و معاش داکتران هزینه‌های عمده است. در بودجه یاسمین، مقدار دوا فروخته شده در هر دواخانه عاید و مصرف تهیهی دواها هزینه حساب می‌شود.

نکات ذیل را هنگام دیزاین فرمت بودجه خود در نظر بگیرید:

- بدانید که بودجه شما تا چه حد به جزئیات نیاز دارد تا از عملکرد شرکت‌تان بهتر نظارت گردد. تشبثات نوکار جزئیات کمتر در اختیار دارند. شما باید بودجه‌ای بسازید که کمک کند مصارف خود را به دقت بررسی کنید.
- به آنچه سال گذشته موثر واقع شده بود و آنچه باید تغییر یابد، فکر کنید. اول فعالیت‌هایی را شناسایی کنید که می‌خواهید نسبت به سال قبل متفاوت انجام دهید و درصورت نیاز آن‌ها را به بودجه خود علاوه کنید.
- فارمتی نیاز دارید که درصورت نیاز با اعضای خانواده، تیم یا سرمایه‌گذاران شریک سازید تا آنان از عملکرد قابل انتظار شرکت شما در سال آینده آگاهی حاصل کنند.
- اگر در محاسبه بودجه سال قبل متوجه خطای عمده شده‌اید، حتماً در بودجه فعلی خود آن را اصلاح کنید.
- عملکرد واقعی خود را از لحاظ وصول پول در شرکت و همچنان خروج آن از شرکت مرور کنید. عملکرد واقعی خود در این زمینه را با آنچه برای هر ماه بودجه سازی شده بود، مقایسه نمایید. درصورت نیاز برای آنکه بودجه‌تان با ارقام و اعداد واقعی مطابقت پیدا کند، می‌توانید فرمت بودجه سال بعد را تغییر دهید. لازم است که از اتفاقات جاری در شرکت خود آگاه باشید تا تخمین‌های دقیق‌تر انجام دهید.

بیشتر بدانیم

پیگیری عملکرد شرکت‌تان و اطمینان از این که بتوانید به آسانی بودجه را با مصارف واقعی مقایسه کنید، دلیل عمده ترتیب بودجه است. بخاطر ایجاد یک پروسه برای ترتیب و بازنگری بودجه‌تان، نکات آتی باید مدنظر گرفته شود. این نکات به شما کمک می‌کند که در سال اول فرمت بودجه خود را ترتیب کنید. وقتی شرکت شما رشد کرد، می‌توانید بخش‌های تازه در آن بیافزایید، بخش‌هایی را حذف یا اصلاح کنید. هر بخش را هر ساله مرور و بازنگری کنید تا مطمئن شوید که بودجه شما همچنان ابزاری برای کمک به درک و پلان‌گذاری کار تجاری‌تان باقی خواهد ماند.

بودجه‌تان را با صورت‌حساب‌های مالی هماهنگ کنید تا قابل مقایسه باشند. هنگام مقایسه بودجه در برابر مصارف و عواید واقعی، جزئیات کافی ارایه کنید تا مواردی را که نیازمند تغییر و اصلاح است شناسایی نمایید. شما می‌توانید بودجه خود را روی ورق، در صفحات مایکروسافت اکسل و یا در یک سیستم حسابداری آنلاین تهیه کنید. مزیت‌ها و کمبودهای هر یکی از این روش‌ها قرار ذیل است:

- **ورق:** ساختن بودجه روی ورق بسیار آسان است ولی حفاظت و شریک کردن آن خیلی سخت است. ورق کار سنجش عملکرد در مقابل بودجه را زمانگیر ساخته و به همین دلیل احتمال دارد اصلاً دست به ارزیابی عملکرد خویش در مقابل بودجه نزنید.
- **استفاده از اکسل:** بسیار انعطاف‌پذیر بوده و اجازه می‌دهد بطور دقیق تصمیم بگیرید که کدام کنگوری‌ها را در بودجه شامل کنید و تنظیمات را نیز مطابق میل خود انجام دهید. اگر در استفاده از اکسل تجربه نداشته باشید، کار با آن چالش‌زا خواهد بود. وقتی خودتان در اکسل بودجه می‌سازید احتمال خطا در محاسبات نیز وجود دارد.
- **سیستم حسابداری آنلاین:** تمام سیستم‌های آنلاین این سهولت را ندارد و اگر داشته باشد، برای تهیه فرمت بودجه و محاسبه مفید می‌باشند. عیب این سیستم عدم انعطاف‌پذیری در تنظیمات آن است و بیشتر سیستم‌های حسابداری برای تعیین بودجه از ساختار کودینگ حساب‌های شما استفاده می‌کنند. یعنی شما باید تخمین‌ها و آزمایش فعالیت‌های خود را در خارج از بودجه «رسمی» انجام دهید. این امر احتمال استفاده شما از این سیستم را کاهش می‌دهد.

هنگام تنظیم ساختار بودجه روی ورق یا اکسل نکات ذیل را مدنظر بگیرید:

- فرضیات خود را از ارقام واقعی جدا کنید. خانه های اکسیل را با استفاده از رنگ کودگذاری کنید یا داده های فرضی را نشانی کنید. می توانید حدس ها و فرضیات خود را در صفحه جداگانه جا دهید.
- در اکسیل، برای جلوگیری از اشتباه، فرمول ها را کاپی پیست کنید و هر بار آن ها را دوباره تایب نکنید.
- تمپلیت (TEMPLATE) یا ساختار نمونه ای به شما کمک می کند تا ارقام و اعداد را باهم ارتباط دهید. بطور مثال، می توانید فروشات خود را بر اساس هر مشتری یا هر واحد فروخته شده محاسبه کنید، مفاد ناخالص خود را بعنوان فیصدی فروشات و سایر مصارف را بعنوان فیصدی فروشات محاسبه نمایید.
- در اکسل، برای جلوگیری از اشتباه، فرمول ها را کاپی پیست کنید و هر بار آن ها را دوباره تایب نکنید.
- نمونه های مختلف بودجه سازی در بخش ابزار وبسایت دستیار قابل ستسرس هست. اینجا نیز یک بودجه عملیاتی به طور نمونه موجود می باشد.

ساختن ساختار نمونه یا تمپلیت نیازمند تهیه برآوردها و فرضیه ها است. اگر از ورق استفاده می کنید، هر برآوردها و فرضیه ها را روی یک ورق جداگانه بنویسید. اگر از اکسیل استفاده کردید، ورکشیت های مختلفی را که در ذیل شرح داده شده است بسازید. ابزار موجود شما را رهنمایی خواهد کرد.

• با درج موارد ذیل، ورکشیت فرضیه و برآوردهای تان را بسازید:

- پیش بینی فروشات
- کتگوری های فعالیت
- فهرست خریداری های عمده اگر در لیست فعالیت های خود آن را نگنجانیده اید. (تجهیزات جدید، انکشافات مورد نیاز در محل فروشات و غیره)
- می توانید کارمندان فعلی و آینده خود، معاشات و امتیازات آنان را نیز در برآوردها بر نظر بگیرید.

• فایل اکسیل «نتایج یا بازدهی» را شبیه فارمت صورت حساب های مالی بسازید:

- فروشات ماهوار خود را محاسبه کنید (تعداد فروشات * قیمت فروش). تمام فروشات (عواید) را در ذیل جزئیات فروشات تان جمع کنید.
- با توجه به بودجه هر واحد در هر ماه، هزینه های غیرثابت ماهانه را محاسبه کنید. (تعداد فروشات * هزینه ی غیرثابت هر واحد)
- برای پیدا کردن هزینه ی غیرثابت هر واحد، مجموع هزینه های غیرثابت خود را بر تعداد واحدهای تولید شده تقسیم کنید. همان جزئیاتی را که در پیش بینی فروشات در نظر گرفته اید. (هر محصول بصورت انفرادی یا به ترتیب گروهی از محصولات) اینجا نیز درج کنید.
- مفاد ناخالص خود را محاسبه کنید. (فروشات- هزینه های غیرثابت)
- هزینه های ثابت هر ماه (کرایه، آب و برق، معاشات و غیره) را محاسبه کنید. اگر شما تأدیات منظم دیگری دارید، آن ها را نیز با توجه به وقت معین شان درج کنید.
- مفاد خالص خود را محاسبه کنید. (نفع ناخالص- هزینه های ثابت)

بعد از آنکه داده های لازم برای بودجه را تهیه کردید، باید شرح تجارت و برآوردهای خود را به صورت مکتوب بنویسید تا مطمئن شوید که آنچه را هنگام ایجاد بودجه، در ذهن دارید (انتظار دارید اتفاق بیافتد) می توانید شرح دهید. موارد ذیل را بنویسید:

- اهداف تجاری تان (سه ماهه و سالانه)
- تخمین های تان درمورد فروشات
- تخمین های شما درمورد مصارف (مفاد ناخالص)
- برآوردهای شما درمورد هزینه های ثابت
- زمانی که به نقطه سربسر یا مفاد می رسید.
- پیش بینی پول نقد مورد نیاز

بطور مثال، نادیه پیش بینی می کند در فصل های دوم و سوم سال آینده تعداد مشتریان اش بیشتر میشود. زیرا دران فصل مردم بیشتر عروسی میکنند. این معلومات باید برای توجیه برآورد افزایش مشتریان در فصل های دوم و سوم سال، نوشته و حفظ شود.

تخمین‌ها و فرضیات نادیده در جدول بودجه اینگونه به نظر خواهد رسید:

عایدات	برآوردها/ فرضیه‌ها	فصل اول	فصل دوم	فصل سوم	فصل چهارم
	به دلیل فصل عروسی، فروشات فصل دوم و سوم دوبرابر خواهد شد				
اصلاح موی		۲,۵۵۰	۵,۵۰۰	۵,۵۰۰	۳,۵۰۰
رنگ موی		۳,۴۰۰	۷,۰۰۰	۷,۰۰۰	۷,۰۰۰
آرایشات		۲,۱۵۰	۴,۳۰۰	۴,۳۰۰	۴,۰۰۰
مجموع عایدات		۸,۱۰۰	۱۶,۸۰۰	۱۶,۸۰۰	۱۰,۵۰۰

وقتی تمپلت یا ساختار نمونه خود را ساختید، در حفظ و نگهداری آن توجه لازم نموده و یک کاپی آن را همیشه در دسترس داشته باشید و از آن استفاده کنید. ساختن مجدد تمپلیت کار زیادی می‌خواهد، لذا تا جای ممکن آن را حفاظت کنید.

نه تنها حفاظت تمپلیت شما مهم است، بلکه لازم است هر نسخه بودجه خود را بصورت دقیق نشانی و نگهداری کنید. یکی از آسان‌ترین راه‌ها برای این کار نام‌گذاری مناسب است. مثلاً برای تشخیص هر نسخه بودجه، این گونه نام‌گذاری کنید: «نسخه تحت کار بودجه ۲۰۱۷» یا «نسخه‌ی نهایی بودجه ۲۰۱۷». وقتی بودجه سال خود را ساختید، حفظ و نگهداری تمام کاپی‌های تحت کار، دیگر ضرور نیست البته در صورتی که فایل داده‌ها و فایل برآوردها را با خود داشته باشید. اگر از فایل‌های الکترونیک استفاده می‌کنید، بهتر است فولدر جداگانه برای هر بودجه رسمی بسازید تا در صورت نیاز آسانتر به آن‌ها مراجعه کنید.

در بخش ابزار و وب‌سایت دستیار، نمونه‌های متعدد بودجه سازی موجود است و شما می‌توانید از آن‌ها برای تهیه بودجه خود استفاده کنید. در آن وب‌سایت یک نمونه بودجه نیز گذاشته شده تا مثال واقعی از پروسه بودجه سازی در اختیار داشته باشید.

A تعریف اصطلاحات این بخش

نقطه سرسبز- جایی است که مقدار عواید مساوی با مقدار هزینه‌ها بوده و پس از آن شما مفاد بدست می‌آورید.

صورت‌حساب های مالی- ریکاردهای رسمی فعالیت‌های مالی یک تشبث را که شامل بیلانس شیت، صورت‌حساب مفاد و ضرر و صورت حساب جریان نقدینگی میباشند در بر می‌گیرند.

هزینه‌های ثابت- مصرفی که با تغییر تعداد فروش محصولات ثابت می‌ماند.

مفاد ناخالص- حاصل تفریق قیمت فروش یک قلم جنس یا خدمات و هزینه‌ی مربوطه آن.

نفع / فایده خالص- مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید برای شما باقی می‌ماند.

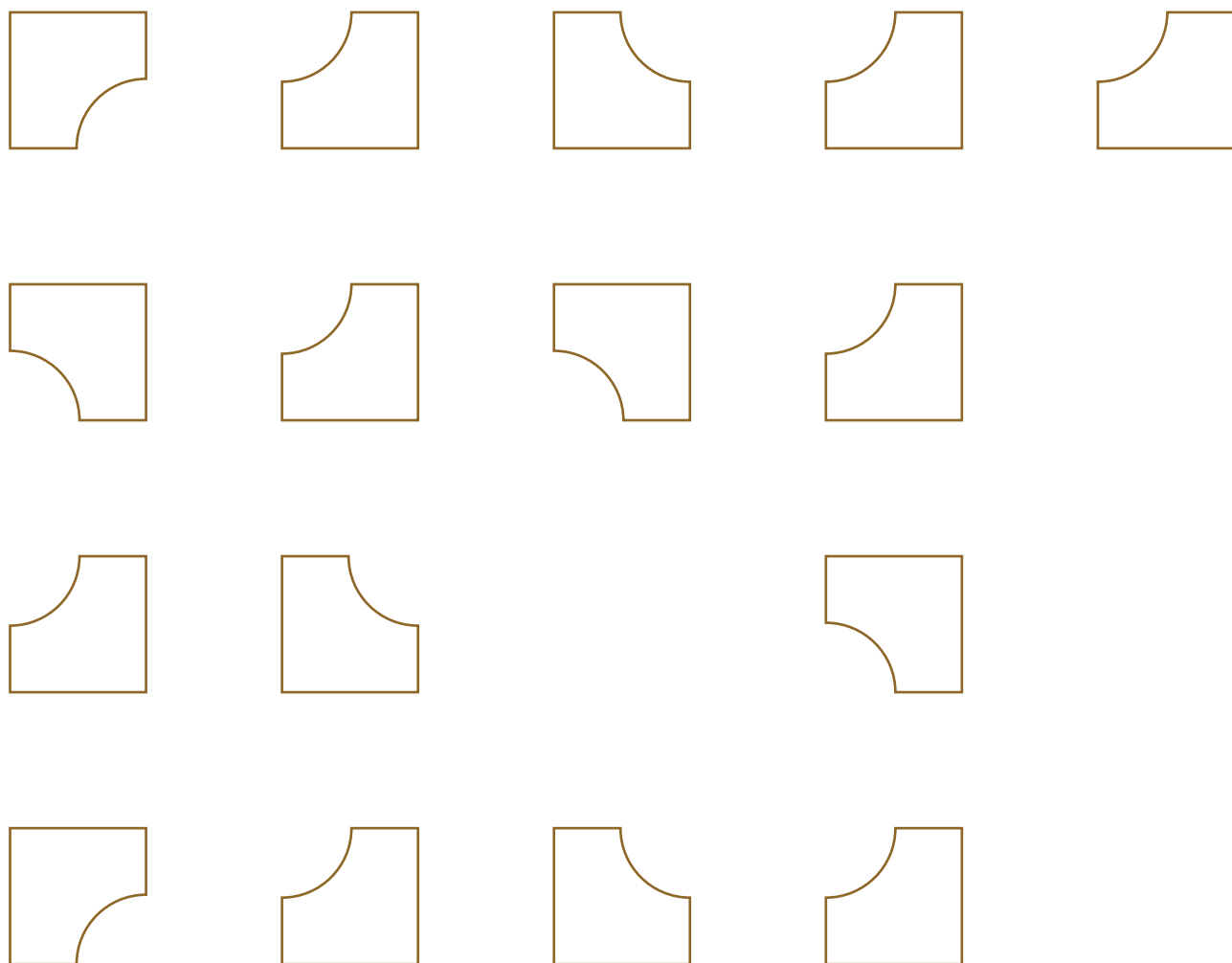
هزینه‌های غیر ثابت- پولی که برای تهیه و فروش محصولات مصرف می‌شود و متناسب با فروش هر محصول افزایش یا کاهش می‌یابد.

? برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- بودجه چیست و چگونه از آن استفاده کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه بودجه بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- بودجه را برای چه مدت بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- آیا بودجه را باید خودم بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- صورت‌حساب‌های مالی چیست و چرا به آن‌ها نیاز داریم؟ ۱۲. مدیریت مالی

ورق ضمیمه بودجه جریان نقدی

ورق ضمیمه بودجه عملیاتی



۶.

مقدار فروشات سالانه
ام را چگونه برآورد کنم؟

تشبثات فعال نیازمند عواید است، لذا تخمین یا پیش‌بینی مقدار فروشات در سال آینده عنصر مهمی در بودجه شماس است.

اما تعیین اهداف فروشات بدون اطلاعات لازم که به احتمال زیاد غیر قابل دسترس است، به کار شما کمک نخواهد کرد. با استفاده از آن نمی‌توانید بفهمید که چه چیزی موثر است و چه چیزی موثر نخواهد بود. غیر از تقاضای پول از دوستان و اعضای خانواده، احتمال دارد با قرضه دهندگان و سایر سرمایه‌گذاران نیز صحبت کنید. اینان ممکن است از شما خواهان اسناد قناعت بخش درمورد اهداف‌تان شوند. برای دستیابی به اهداف فروشات، باید اهداف خود را تعیین کنید. اما درعین حال مطمئن شوید که پلان‌تان واقع‌بینانه و قابل دستیابی است.

برای آنکه فروشات خود را دقیق پیش‌بینی کنید، باید درمورد مشتریان کنونی خود نیز تا جای ممکن معلومات حاصل کنید. این کار از طریق مرور تعداد خرید هر مشتری، نوع محصولی که هر مشتری می‌خرد و این که هر چند وقت یکبار خرید می‌کند، امکان پذیر می‌باشد. بطور مثال، نجیبه و برادرش در یک محله‌ی مسکونی دکان خوراکی فروشی دارند و وقتی فروشات سال بعد را تخمین می‌زنند، اوسط تعداد مشتریان فعلی خود را برای هر روز و الگوهای خرید آنان را تخمین می‌کنند. از جمله این که کدام اقلام بیشترین فروش را داشته است. آنان ۳۵ مشتری دارند و پرفروش‌ترین اقلام‌شان بوره، روغن، شیرینی و شیر است. آنان این معلومات را در پیش‌بینی فروشات سال آینده‌ی خود استفاده می‌کنند. برآوردها و فرضیات خود را در پیش‌بینی‌های آینده استفاده کنید و ببینید که آیا تخمین‌های شما معقول است یا خیر. کدام فروشات‌تان بهتر یا پایین تر از انتظار شماس است.

پیش‌بینی فروشات آینده شامل سه مرحله ذیل خواهد شد:

۱. اهداف فروشات ماهوار را برای مشخص کردن فروشات پیش‌بینی شده سالانه، تعیین کنید.
۲. بررسی کنید که مقدار فروشات سالانه‌ی شما با اهداف تعیین شده‌ی‌تان مطابقت داشته باشد.
۳. با بررسی و سنجش سناریوهای مختلف مشخص سازید که آیا آن اهداف ماهوار را برآورده می‌توانید یا خیر. این گونه، معقول بودن تخمین خود را بیازمایید.

بیشتر بدانیم

اهداف ماهوار خود را به این دلیل در اول تعیین می‌کنید تا دقیق فکر کنید که هر ماه برای دستیابی به آن اهداف چه کاری را انجام دهید تا معلوم گردد که پلان‌تان معقول است یا خیر. انتظار دوچند کردن فروشات یک ماه در ماه بعد غیر واقع‌بینانه است و لذا بررسی رشد فروشات در هر ماه کمک می‌کند تا برآوردهای شما معقول تر باشد.

هنگامی که اهداف فروشات ماهوار خود را تعیین می‌کنید، باید بتوانید فرضیات خود را به آسانی تغییر دهید. آسان‌ترین راه انجام این کار تشخیص بخش‌هایی از فروشات شماس است که باید پیگیری کنید. بودجه فروشات خود را مطابق آن عیار سازید. هدف از داشتن بودجه این است که اهداف را تعیین و عملکرد خود را سنجش بتوانید.

با تحلیل داده‌های مشتریان موجود مواردی از فروشات را پی‌گیری کنید که برای شرکت شما بیشتر از همه مناسب به نظر می‌رسند. باید بدانید که مشتریان‌تان چه وقت خرید می‌کنند، چه چیزی می‌خرند، و (بطور اوسط) چه مقدار از شما می‌خرند. محاسبه تعداد مشتریان، اوسط پرداخت ماهوار یا سالانه هر مشتری، و تعداد خرید ماهوار، سه ماهه یا سالانه توسط همان مشتری اولین گام‌های مهم ایجاد بودجه فروشات می‌باشد.

استفاده از آنچه قبلاً می‌دانید شما را در تعیین اهداف معقول و سنجش آسان رشد کاروبار‌تان با گذشت زمان، کمک می‌کند. بطور مثال اگر شما دکان پرچون فروشی دارید و اوسط فروشات فی مشتری‌تان ۲،۵۰۰ افغانی است و مشتریان بطور معمول ماه یکبار خرید می‌کنند، باید این را نیز بدانید که یک مشتری هرچند وقت یکبار خرید می‌کند تا ببینید که آیا ممکن است تعداد خریدهای مشتریان خود را افزایش دهید یا خیر. اگر شما محصولات فیزیکی می‌فروشید، می‌توانید تعداد هر واحد از هر نوع محصولی که می‌فروشید، قیمت فروشات و تعداد خریدهای مشتری را پی‌گیری کنید. بودجه فروشات خود را تعیین کنید تا بتوانید با استفاده از موارد نشانی شده در فروشات، برآورد کرده بتوانید.

وقتی چارچوب بودجه خود را مشخص کردید، داده‌های فروشات همراه را درج کنید و به مجموع ارقام سالانه خود نگاه کنید. این کار کمک خواهد کرد تا درمورد حدود معقولیت بودجه خود درکی داشته و مطمئن شوید که آیا در توانایی خود در رسیدن به اهداف تعیین شده مطمئن هستید یا خیر.

بعد از تایید معقول بودن پیش‌بینی‌های فروشات، اطمینان حاصل کنید که تمام آن محصولات و خدمات را تهیه می‌توانید. درمورد پروسه‌ی فروشات، تولید و تحویل‌دهی خود فکر کنید تا مطمئن شوید فروشات خود را مطابق پلان به پیش خواهید برد. تصور کنید که تعداد مشتریان شما دو چند شود، آیا می‌توانید مثل امروز به آنان محصولات مورد نیازشان را فراهم سازید؟ آیا به فروشندگان، خزانهداران و فروشگاه بزرگتر نیاز نخواهید داشت؟ آیا در آن صورت می‌توانید مواد خام کافی بدست آورید و محصولات با کیفیت‌تر تولید کنید تا به تقاضا رسیدگی کرده بتوانید؟ آیا به مشتریان خود مثل امروز و به همین قیمت محصولات و خدمات عرضه خواهید کرد؟ مهم است که درمورد پروسه بودجه‌سازی فروشات فکر کنید، چون اگر چیزی را به مشتری رسانده نتوانید، فروش آن نفعی نخواهد داشت. نجیبه و برادرش از نیازهای سرمایوی خود برای افزایش فروشات به خوبی آگاه می‌باشند. آنان فصل گذشته در نزدیکی‌های قبل از عید با کمبود مواد مواجه شدند. ولی اکنون از آن اتفاق درس گرفته‌اند و بودجه خود را مطابق نیاز تنظیم می‌کنند.

تعریف اصطلاحات این بخش

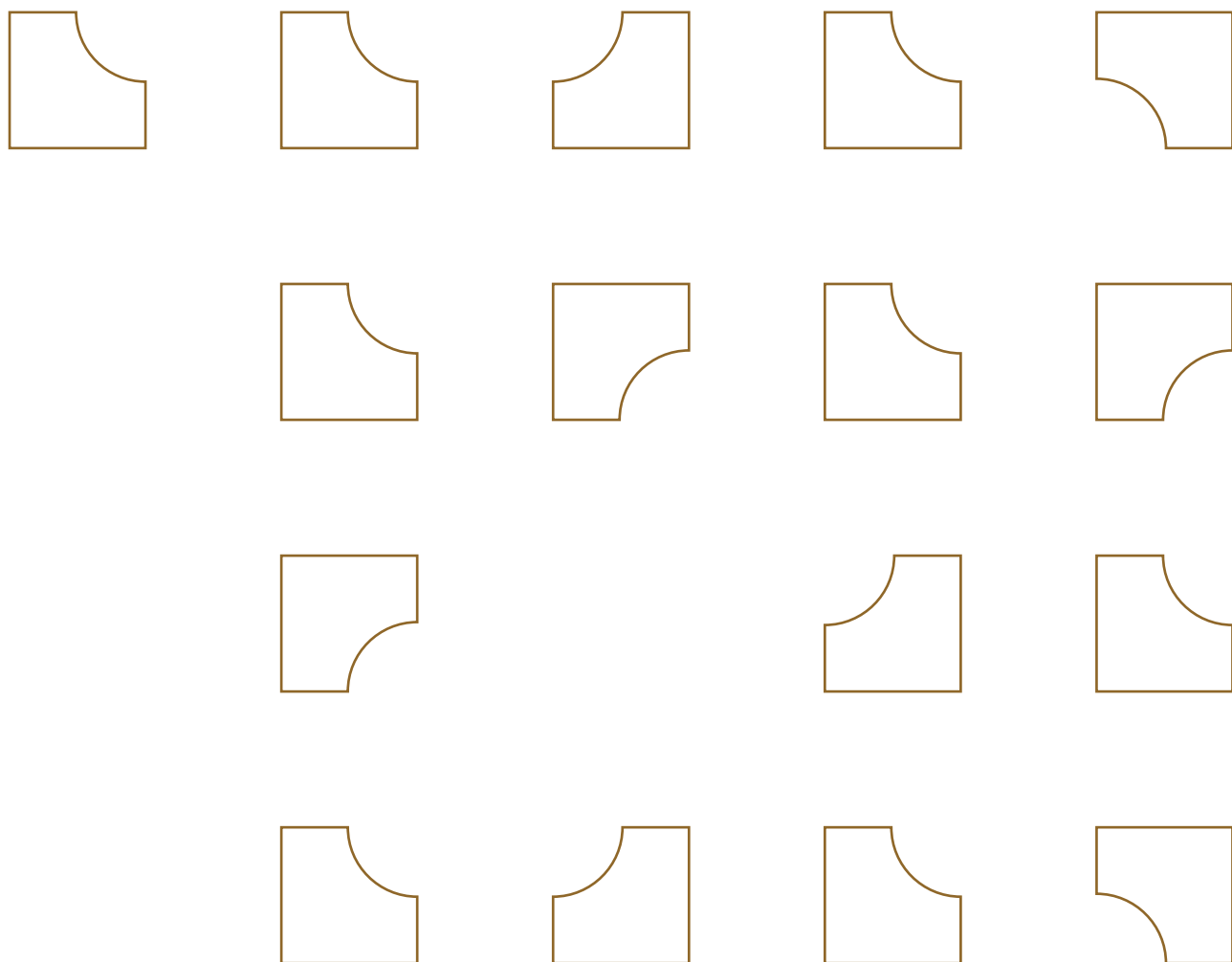
عاید- پولی که معمولاً از منبع فروش محصولات یا خدمات، عاید شرکت می‌شود.

برای معلومات بیشتر راجع به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- عاید چیست و چگونه عاید خود را بشناسم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- چگونه مصارف آینده‌ام را تخمین کنم؟ ۱۰. بودجه‌سازی
- اگر بیش از بودجه مصرف کنم یا بودجه‌ام اشتباه باشد، چه کار کنم؟ ۱۰. بودجه‌سازی
- قرضه‌ها (حساب تأدیات) و طلبات بالای مشتریان (حساب دریافتی) را چگونه در بودجه ام‌درج کنم؟ ۱۰. بودجه‌سازی
- چگونه استراتیژی فروشات بسازم؟ ۷. فروشات و خدمات مشتریان
- چگونه فروشات خویش را تعقیب کنم و از تعقیب فروشات چه خواهیم آموخت؟ ۷. فروشات و خدمات مشتریان

مواد بیشتری که در این زمینه موجود است

ورق ضمیمه پیش‌بینی عواید



۷.

چگونه مصارف آینده‌ام
را تخمین / برآورد کنم؟

هدف هر تشبث بدست آوردن پول کافی و مفاد است. زمانی مفاد می‌کنید که ورود پول به شرکت شما بزرگتر از پولی باشد که شرکت تان مصرف می‌کند. برای آنکه بدانید آیا در آینده مفاد خواهید کرد یا خیر، باید تخمین بزنید (پیش‌بینی کنید) که اداره شرکت چقدر مصرف خواهد داشت و چگونه فروشات خود را رشد خواهید داد. فهمیدن مصارف اداره شرکت کمک می‌کند تا از افزایش احتمالی مصارف در یک مرحله کار، آگاه شوید. بطور مثال، گرداندن چرخ تجارت در مناطق روستایی چون ولسوالی‌های قندهار، هلمند یا بدخشان هزینه‌ی بیشتر خواهد داشت. زیرا زیرساخت‌های مناسبی چون برق، سرک و آب در آنجا موجود نیست. اگر شرکتی پلان داشته باشد که کار خود را به این مناطق گسرش دهد، هزینه‌های اضافی ناشی از کار در محیط فاقد زیرساخت‌های مناسب را باید در نظر بگیرد.

برخی هزینه‌ها ظاهراً تا حدودی به همان سطح قبلی باقی می‌مانند ولی تمام چیزها از افزایش قیمت عمومی موسوم به انفلاسیون یا تورم متاثر می‌شوند. نظر به وضعیت اقتصادی منطقه‌تان، ممکن است شاهد تورم شدید (افزایش سریع قیمت‌ها) باشید، و افزایش سریع قیمت‌ها چیزی است انتقال مستقیم آن به مشتریان سخت می‌باشد.

برای آنکه هزینه‌های آینده شرکت خود را به خوبی برآورد کنید، باید هزینه‌های گذشته و حال خود را دانسته و از آنها درس بگیرید. هزینه‌های غیرثابت (مثل مواد خام به کار رفته در تولید، معاشات و غیره) با توجه به تعداد محصولات و خدماتی که می‌فروشید تغییر می‌کند. درحالی که هزینه‌های ثابت (مثل کرایه، ماشین‌آلات و غیره) علیرغم تغییر مقدار فروشات ثابت باقی می‌مانند. پیش‌بینی این هزینه‌ها برای آینده آسان‌تر است. یک جنبه‌ی مهم تخمین هزینه‌های آینده تحلیل قیمت‌های بازار فعلی و گذشته است تا الگوهای هزینه اقلام مختلف را دریابید. برخی هزینه‌ها از قبیل مزد کار ممکن است افزایش یابد ولی سایر هزینه‌ها مثل تکنالوجی با گذشت زمان ممکن است کاهش یابد.

بیشتر بدانیم

برآورد هزینه‌های آینده برای فهمیدن این که در جریان سال چقدر فروش داشته باشید تا مفاد کنید، مهم است. دانستن این که کجا و چگونه پول خود را مصرف کنید، برای تشخیص و برآورد هزینه‌های آینده کمک می‌کند. دو نوع هزینه وجود دارد: هزینه‌ی ثابت و هزینه‌ی غیرثابت.

هزینه‌های غیرثابت بطور مستقیم با تعداد محصولات و خدمات که می‌فروشید، ارتباط دارد. اگر شما ۱۰۰ محصول را در یک هفته بفروشید، هزینه آن نسبت به هزینه فروش ۵۰ محصول، بیشتر خواهد بود. هزینه‌های غیرثابت، مواد خام، هزینه‌های حمل و نقل (برای رساندن مواد خام به محل تولید)، و کار (اگر کارگران شما در مقابل هر واحد تولید پول می‌گیرند) را شامل می‌شود. جهت حصول اطمینان از هزینه‌های آینده، می‌توانید به مصارف گذشته خود نگاه کنید و اگر پلان دارید که به مقدار گذشته محصولات بفروشید، می‌توانید از داده‌های گذشته استفاده کنید. تورم (افزایش عمومی قیمت‌ها) را حتماً در نظر بگیرید و هزینه‌های بازار مواد خام محصولات نهایی نیز ممکن است در آینده افزایش یابد و بر هزینه‌های شما تاثیر بگذارد. تحقیق کنید که در گذشته هزینه‌ها با چه سرعت افزایش یافته تا افزایش احتمالی هزینه‌های آینده را برآورد کرده بتوانید.

هزینه‌های ثابت بدون توجه به تعداد فروشات شما ثابت می‌ماند. مثال‌های هزینه‌های ثابت عبارتند از کرایه، مصارف آب و برق، بیمه، مالیات و معاشات کارمندان. اگر در ماه ۱۰۰ محصول بفروشید یا ۵۰ محصول، این هزینه‌ها تغییر نخواهد کرد. بهترین راه تخمین این هزینه‌ها نگاه به مصارف گذشته شما است که معمولاً در نتیجه تورم بسیار اندک تغییر می‌کند. این هزینه‌های آینده را می‌توانید با مذاکره برسر هزینه‌ها با تهیه کنندگان یا یافتن راه‌هایی برای کاهش مصارف، کاهش دهید.

بطور مثال، نوریه شرکت خیاطی دارد و در آن ۲۲ خیاط در هر سه ماه به تعداد ۱۰۰ عدد گند افغانی تولید می‌کنند. او برای شش ماه اول سال آینده ۲۰ درصد افزایش را پیش‌بینی می‌کند و باید مصارف خود را نیز مطابق آن تخمین کند. هزینه‌های ثابت چون کرایه ساختمان و معاش کارمندان تغییر نمی‌کند. ولی هزینه‌های غیرثابت چون تکه و ملحقات لازم برای ساختن لباس در این دوره افزایش خواهد یافت.

سال آینده	امسال	هزینه‌ی محصولات (هزینه‌ی فروشات)
۱۲۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	خامک دوزی
۱۲۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	کل عاید

هزینه‌های غیرثابت		
۲۴,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	تکه
۶,۰۰۰	۵,۰۰۰	تار
۹,۰۰۰	۷,۵۰۰	ملحقات
۳۹,۰۰۰	۳۲,۵۰۰	کل هزینه‌ی غیرثابت
هزینه‌های ثابت		
۳۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	کرایه (دکان + گدام)
۱۵,۰۰۰	۱۵,۰۰۰	آب و برق
۵۰۰	۵,۰۰۰	کارمندان دکان (یک نفر تحویلدار + مدیر موجودی)
۵۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	کل هزینه‌های ثابت
۳۱,۰۰۰	۱۷,۵۰۰	مفاد/ضرر خالص

یک کتگوری مهم در برآورد هزینه‌های آینده مقدار مصرف پلانی شما برای جلب و حفظ مشتری است. این مصرف معمولاً از طریق بازاریابی و تبلیغات انجام می‌شود اما شامل هر نوع فعالیت دیگری که برای جلب مشتری انجام داده می‌شود نیز می‌گردد. هزینه‌های ایجاد روابط و شبکه، فعالیت‌های انکشاف تجارت، و سفر کاری نیز باید مدنظر گرفته شوند. برای تخمین این مصارف، به مصارف گذشته‌ی خود نگاه کرده و موثریت آن روش‌ها را ارزیابی کنید. مطابق اهداف فروشات شما برای آینده، می‌توانید آن هزینه‌ها و سایر تخمین‌ها را برای مصارف فعالیت‌های آینده استفاده کنید. برای هر فعالیت، برآورد کنید که چه مقدار سرمایه‌گذاری (وقت و پول) نیاز خواهد شد، و آن فعالیت چه نتیجه‌ای برای شما به بار خواهد آورد (تعداد مشتری بالقوه و بالفعل، تعداد فروشات و غیره).

وقتی هر بخش را تخمین کردید، آنگاه سطح اطمینان را آزمایش کنید. اگر شما از تخمین مصارف خود مطمئن نیستید، می‌توانید در بودجه خود مصارف احتمالی را نیز بعنوان درصدی برخی یا کل هزینه‌های بودجوی مدنظر بگیرید. این کار کمک می‌کند تا بدون پیش‌بینی مجدد هر خط بودجه ببینید که در صورت افزایش یا کاهش قیمت‌ها از آنچه توقع می‌رود، چه اتفاق خواهد افتاد. اگر در پیش‌بینی احتمال افزایش یا کاهش قیمت‌ها مشکل داشته باشید، سناریوهای بهترین حالت و بدترین حالت را برای هزینه‌های خود مدنظر بگیرید.

تخمین هزینه‌های آینده همیشه آسان نیست و برای این کار باید از تجارت خود آگاه باشید. باید بدانید که چه مقدار پول به شرکت می‌آید و چه مقدار از آن خارج می‌شود. با تمرین و صرف وقت به این پروسه، می‌توانید هزینه‌های خود را بهتر بودجه‌سازی کنید و مقدار مفاد شرکت خود را بهتر درک نمایید.

تعریف اصطلاحات این بخش

مصارف- پولی که از شرکت برای بدست آوردن اجناس یا خدمات پرداخته می‌شود.

هزینه‌های ثابت- مصرفی که با تغییر تعداد فروش محصولات ثابت می‌ماند.

تورم یا انفلاسیون- افزایش عمومی قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید پول.

مفاد خالص- مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید برای شما باقی می‌ماند.

هزینه‌های غیر ثابت- پولی که برای تهیه و فروش محصولات مصرف می‌شود و متناسب با فروش هر محصول افزایش یا کاهش می‌یابد.

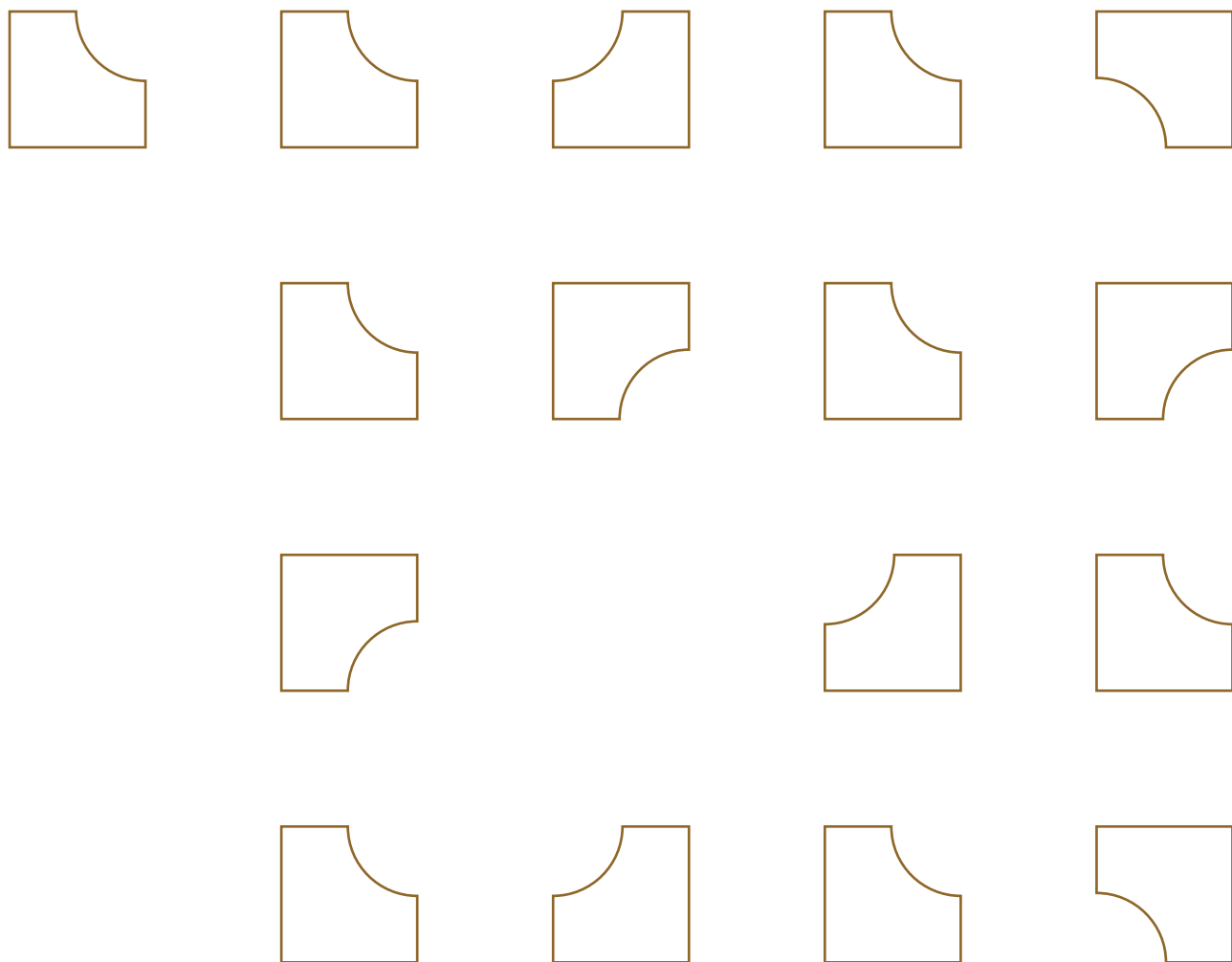
برای معلومات بیشتر راجع به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- تفاوت بین هزینه‌های عملیاتی و مصارف سرمایه‌ی چیست؟ ۱۲. مدیریت مالی

- هزینه‌های ثابت و غیرثابت چیست؟ ۱۲. مدیریت مالی
- هزینه‌ها و مصارف خود را چگونه مدیریت کنیم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- چگونه تخمین بزنیم که فروشات سالانه‌ام چقدر خواهد شد؟ ۱۰. بودجه‌سازی
- اگر بیش از بودجه مصرف کنیم یا بودجه‌ام اشتباه باشد، چه کار کنیم؟ ۱۰. بودجه‌سازی
- قرضه‌ها (حساب تأدیات) و طلبات بالای مشتریان (حساب دریافتی) را چگونه در بودجه‌ام درج کنیم؟ ۱۰. بودجه‌سازی

ابزار بیشتری که در این زمینه موجود است

ورق ضمیمه پیش‌بینی هزینه‌ها



۸.

خریده‌های کلان (مواد خام
عمده، تجهیزات) را چگونه
در بودجه‌ام نشان دهم؟

خریدهای کلانی چون مواد خام عمده، تجهیزات، وسایط و تعمیرات در بودجه نقدی شما مدنظر گرفته می‌شوند. وقتی پول کلانی را در شرکت سرمایه‌گذاری می‌کنید، زمان‌بندی خرید می‌تواند اثر جدی بر مقدار پول نقد شما بگذارد و بر توانایی شما در ادامه کار و تجارت تان تاثیر می‌کند.

مدنظر گرفتن خریدهای کلان در بودجه نقدی مهم است تا تفاوت بین پولی که از دیگران طلبکار هستید (حسابات دریافتی) و پولی که دیگران بالای شما قرض دارند (حسابات پرداختی) و همچنین تفاوت زمان‌بندی بین وقتی که بیل‌های خود را می‌پردازید و زمانی که مشتریان به شما پول می‌پردازند را دریابید. عواملی از این دست ممکن است نقدینگی شرکت را کاهش داده و در نتیجه برای شما پول کافی بخاطر پرداخت بیل‌ها باقی نماند.

وقتی خریدهای کلان خود را برنامه‌ریزی می‌کنید، این پرداخت‌های قسمی را در بودجه خود مدنظر بگیرید تا اطمینان حاصل کنید که در زمان سررسید تأدیات، پول نقد در اختیار دارید.

بیشتر بدانیم

بیشتر فروشندگان تجهیزات (یا مقدار زیاد مواد خام و غیره) در وقت سفارش می‌خواهند که یک مقدار پول به حساب‌شان بریزید و احتمال دارد پول باقی‌مانده را قبل از تحویلی طلب کنند- بخصوص زمانی که تجهیزات فرمایشی مطرح باشد. وقتی خرید خود را برنامه‌ریزی می‌کنید، این تأدیات قسمی را در بودجه مدنظر بگیرید تا مطمئن شوید که در وقت نیاز، پول نقد کافی در اختیار دارید.

هنگام پلان‌گذاری پول نقد، اگر متوجه شدید که پول نقد کافی برای پرداخت‌های لازم ذخیره ندارید، چند گزینه ذیل را برای دریافت پول نقد مورد نیاز خود مدنظر بگیرید:

- یک گزینه مذاکره برسر نوع تهیه پول برای خریدهای کلان بطور مستقیم با فروشنده یا طرف سوم چون بانک و قرضه دهنندگان کوچک است. در هر دو مورد، مهم است که قرضه‌ای را که برای خریدهای عمده بدست خواهید آورد در بودجه نقدی خویش شامل کنید. چون بازپرداخت قرضه، پول نقد زیاد نیاز خواهد داشت.
- اگر نتوانید یا نخواهید منبع تمویل برای خرید خود پیدا کنید، شاید بهتر باشد که بخشی از پول نقد مورد نیاز را قبل از ماه خرید، کنار بگذارید تا مطمئن شوید که مواد یا تجهیزات لازم را تهیه خواهید توانست. این حساب «پس‌انداز» را در بودجه جریان نقدی خود بعنوان سرمایه‌گذاری درج کنید تا قبل از صدور سفارش یک خرید کلان بتوانید اهداف ماهانه برای خود تعیین کرده و عملکرد خود را در برابر اهداف تعیین شده سنجش کنید.

زمانی که در باره خریدهای عمده فکر می‌کنید، داشتن یک پلان انتقال هر چه سریع از تاریخ سفارش به سوی کسب توانایی خرید، لازم و ضروری است و این به این معنا است که شما باید در باره مقدار پول نقد مورد نیاز معلومات داشته باشید و برای حصول اطمینان از موجود بودن نقد برای خریداری‌های عمده در هنگام نیاز، نیز باید پلانی داشته باشید.

سرمایه در گردش اصطلاح عامی است که تفاوت بین پولی را که از دیگران طلبکار هستید (حسابات دریافتی) و پولی که به دیگران مدیون هستید (حساب پرداختی) و هرگونه تفاوت زمان‌بندی بین پرداخت بیل‌ها و زمانی که مشتریان به شما پول خواهند داد را نشان می‌دهد. اگر محصولات را خودتان تولید کنید، مقدار موجودی نیز نقش مهمی در سرمایه‌ی در گردش بازی می‌کند.

جمع‌آوری پول از نزد مشتریان اثر جدی بر خرید شما دارد. لذا مهم است که روشی داشته باشید که بر اساس آن انوایس مشتریان فوراً پس از خرید به آنان داده شود، و به زودترین فرصت پس از تحویل انوایس از مشتریان خود پول بگیرید.

داشتن مقدار قابل توجه مواد خام، محصولات نیمه‌نهایی و نهایی نیز باعث نیاز جدی به پول نقد می‌گردند- بخصوص اگر قبلاً برای آن‌ها پول پرداخته باشید، تا از بابت آن‌ها مدیون نباشید. مهم است که ارزش واقعی موجودی خود را بدانید و موجودی خود را به شیوه‌ای مدیریت کنید که بتوانید موجودی خود را به زودترین فرصت ممکن به پول نقد تبدیل کنید. بجای حفظ موجودی برای مدت طولانی به امید اینکه به قیمت بالاتر بفروشید، شاید بهتر باشد آن‌ها را به قیمت پایین‌تر بفروشید و از مصارف حفظ و ذخیره آن‌ها جلوگیری کنید.

بطور مثال مژگان و دو خواهرش از طریق پروسس میوه‌ها در مزار شریف مربا و جوس میوه تولید می‌کنند. آنان معمولاً مقدار زیاد میوه‌ی تازه از باغداران خریداری نموده آنرا در تعمیر خود پروسس می‌کنند. آنان میوه‌ی تازه را در گدام خود برای مدت طولانی نگهداری نمی‌کنند تا فاسد نشود، ولی مژگان معمولاً جوس بسته‌بندی شده را برای مدت طولانی در گدام نگه می‌دارد. سال گذشته، او تحلیل کرد و متوجه شد که مصرف ذخیره و نگهداری جوس به هزینه‌های هر قلم جنس حدود ۹٪ اضافه می‌کند. او تصمیم گرفت که جوس را به زودترین وقت ممکن به قیمتی کمی پایین‌تر بفروشد تا مصارف اضافی گدام را متقبل نشود. در عوض او به نگهداری ذخایر مربا برای مدت طولانی‌تر تمرکز کرد چون خریداران حاضر به پرداخت پولی بیشتر برای مربای با کیفیت می‌باشند.

به هر نوع دارایی که بیش از یک سال دوام یابد سرمایه‌گذاری گفته می‌شود. به عنوان مثال تجهیزات تولید نیز می‌تواند سرمایه به حساب آید. در صورت خرید تجهیزات، خروج پول نقد در بودجه (چه در یک قسط یا چندین قسط، حسب توافق شما با فروشندگان تجهیزات) مشاهده خواهد شد.

وقتی خریدهای کلان انجام می‌دهید، مانند خرید وسایط، تعمیر یا تجهیزات تولیدی، شاید از شما خواسته شود که حتی قبل از تحویل‌گیری وسایل خریداری شده چندین قسط پول بپردازید. لذا لازم است که غیر از مجموع هزینه‌های خرید خود، تقسیم اوقات پرداخت پول را نیز بدانید و هر پرداخت را در بودجه نقدی مربوطه درج کنید تا مطمئن شوید که در وقت نیاز پول کافی در اختیار خواهید داشت.

وقتی سرمایه‌گذاری کرده باشید که برای شما پول نقد در پی داشته باشد، از جمله دادن قرضه به شخص دیگر یا فروش تجهیزات موجود، در آن صورت مبالغی را که همراه دریافت خواهید کرد را نیز پیش‌بینی کنید. بطور مثال، وقتی یک موتر کهنه را می‌فروشید، آیا پول‌اش را یکجایی می‌گیرید یا خریدار پول آن را به تدریج و در چند قسط پرداخت خواهد کرد؟ هر یکی از جواب‌های ممکن این سوال بر وضعیت نقدی شما اثرات متفاوت به جا خواهد گذاشت، و لذا در پیش‌بینی خود تا جای ممکن به این جزئیات توجه کنید.

تعریف اصطلاحات این بخش

انویس- لیست اشیا و خدماتی ارایه شده و مبلغ پولی که باید پرداخت شود.

مفاد ناخالص- مبلغی که بعد از کسر مجموع مصارف از کل پول دریافت شده فروشات بدست می‌آورد.

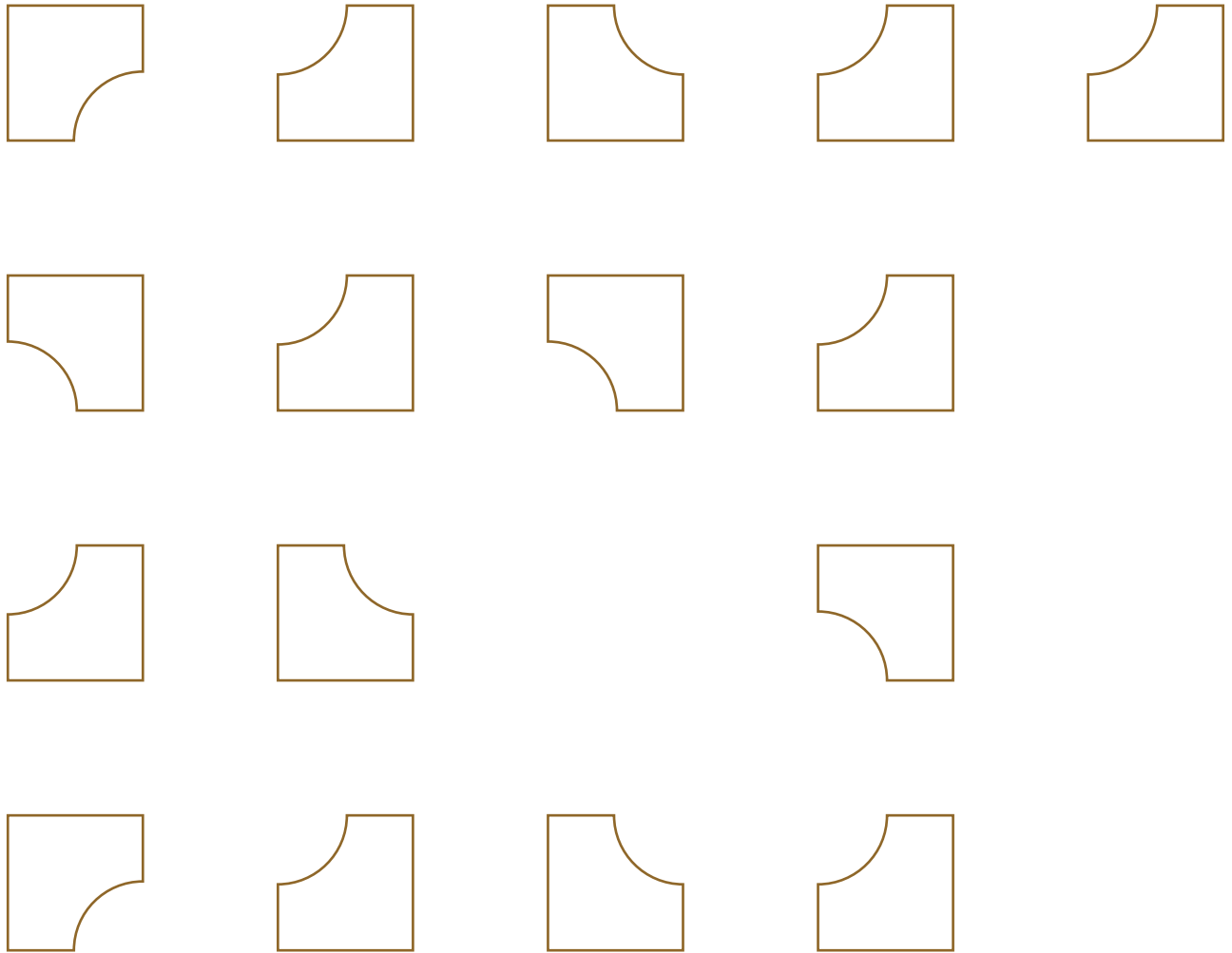
فروشندگان- افراد یا تیمی که محصولات و خدمات شرکت را در اختیار مستهلك نهایی قرار میدهد.

برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- مصارف و هزینه‌های خود را چگونه مدیریت کنم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- چگونه مصرف پول برای شرکت خود را پلان‌گذاری کنم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- چگونه بدانم که در آینده به چه مقدار پول نیاز خواهم داشت و مطمئن شوم که مصارقم را تامین کرده میتوانم؟ ۱۰. بودجه سازی
- اگر بیش از بودجه مصرف کنم یا بودجه‌ام اشتباه باشد، چه کار کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- قرضه‌های پرداختی (حساب تأدیات) یا طلب‌های بریافتی (حساب دریافتنی از دیگران) را چگونه در بودجه خویش درج کنم؟ ۱۰. بودجه سازی

ابزار بیشتری که در این زمینه موجود است

ورق ضمیمه بودجه جریان نقدی



۹.

اگر بیش از بودجه مصرف کنم یا
بودجه‌ام اشتباه باشد، چه کار کنم؟

اگر مطابق بودجه خود مصرف نکنید شرکتتان به شکست مواجه خواهد شد، ولی بهتر است بدانید که چرا بیش تر یا کمتر از مقدار تعیین شده مصرف کرده‌اید و برای جلوگیری از تکرار آن اقدام کنید. گذشته را نمی‌توان تغییر داد ولی از آنچه اتفاق افتاده است می‌توان درس و برای آینده تصمیم بهتر گرفت. از عدم رعایت بودجه هراسان نشوید، در عوض بر یافتن دلیل آن تمرکز نمایید. مطمئن شوید که تمام داده‌های لازم را برای تحلیل علت و چگونگی تفاوت غیرمنتظره در بودجه خود جمع‌آوری نمایید تا برای اصلاح آن پلان‌گذاری بتوانید. بطور مثال، نادیه ۲۰٪ افزایش در فروشات گند افغانی در فصل دوم و سوم سال پیش‌بینی کرده بود. در فصل دوم او متوجه شد که افزایش اتفاق نیافتاد و این باعث شد که در کل سال از بودجه خود عقب بماند. او بجای نگرانی، باید دریابد چه چیزی تغییر کرده و چرا بودجه خود را تامین نتوانسته است. آیا در مد لباس‌هایی که می‌سازد مشکل وجود دارد؟ یا انواع تازه‌ی لباس به بازار آمده که او از آن‌ها مطلع نیست؟ آیا مشکل در بازاریابی وجود دارد؟ یا شاید همکاری پلان را تغییر داده بدون آنکه به او اطلاع دهد. او باید دلایل موجود را دریابد و بار دیگر بودجه خود را با دقت بیشتر پلان نموده و این دلایل را مدنظر گیرد.

معمولاً سه دلیل در عدم تطبیق بودجه وجود دارد:

- توافق کتبی واضح درمورد آنچه قرار بود انجام شود و مقدار هزینه که هیچ کدام وجود نداشته است.
- توافق انجام شده عملی نگردیده باشد (بطور مثال، شما انوایس صادر نکرده‌اید یا مشتری شما پول انوایس را نپرداخته است).
- چیزی خارج از پلان اتفاق افتاده، یا کسی غیر از شما تصمیمی گرفته بدون آنکه اهمیت و نتایج آن تصمیم را بفهمد.

وقتی برآورد اشتباه خود را دریافتید، یا فهمیدید که مصارف واقعی شما با بودجه چه تفاوت دارد، آن وقت بودجه خود را مطابق برآوردهای دقیق‌تر اصلاح کنید. فوراً اقدام کنید و بطور منظم بودجه خود را بازنگری کنید (حداقل ماه یکبار) تا تفاوت‌ها را پیدا و اصلاح کنید. بودجه هرگز کامل و ایده آل نخواهد شد اما شما باید بطور دوامدار آن را اصلاح کنید و برآوردهای خود را دقیق‌تر سازید.

در قضیه نادیه، او فروشات خود را برای فصل دوم بررسی کرد و متوجه شد که او برای فروش لباس‌هایی سبک بهاری برنامه‌ریزی کرده ولی امسال زمستان خلاف معمول سردتر و طولانی‌تر بوده است. بنام مردم لباس بهاری را که او به تعداد زیاد ساخته بود را نمی‌خریدند. با درک این مساله، نادیه توانست بودجه اعلانات فصل سوم را تعدیل کند تا با معتدل‌تر شدن هوا لباس‌های نازک را تبلیغ کند. اعلانات به او کمک کرد در فصل سوم فروشات خود را بقدر کافی افزایش دهد و ضرر فصل دوم را جبران کند.

بیشتر بدانیم

نگذارید تفاوت بودجه مزاحم پیشرفت کارتان شود. معلومات مورد نیاز را گردآوری کنید تا بدانید بودجه و هزینه‌های واقعی شما در کجا تفاوت داشته است. به بزرگترین تفاوت‌های موجود در هر بخش بودجه خود تمرکز نمایید. تفاوت جزئی در یک بخش بودجه نسبت به تفاوت کلان‌تر در بخش دیگر اهمیت کمتر دارد. بطور مثال، شاید شما در بخش اعلانات در ماه جاری کمی بیشتر از مقدار مورد انتظار مصرف کرده باشید. ولی درعین حال فکر می‌کردید که مقدار بیشتر خواهید فروخت. نکته‌ی اصلی که باید توجه کنید این است که چرا به مقداری که انتظار داشتید فروخته نتوانستید. آیا تخمین‌تان بیشتر یا کمتر از مقداری بود که در ماه جاری باید می‌فروختید؟ آیا اعلانات غیرموثر بود؟ وقتی درمورد تجارت خود اطلاع بدست آوردید، هنگام ارزیابی عملکرد، می‌توانید این ارقام را تعدیل کنید تا مطمئن شوید که توجه و وقت‌تان به کارهای درست صرف و متمرکز میگردد.

به جزئیات هر بخش توجه کنید تا بدانید چه اتفاق افتاده است و از خود بپرسید «چرا؟» یک مشکل می‌تواند منابع احتمالی فراوان داشته باشد، و ممکن است نتوانید جواب تمام سوال‌ها را پیدا کنید، ولی باید چیزی را که قابل اصلاح و بهبود است، پیدا کنید. اگر شما ندانید چه اتفاق افتاده و چرا تفاوت ایجاد شده، از کسان دیگری چون محاسب، مشاور یا تاجر دیگر کمک بخواهید.

راه حلی برای مساله‌ی مورد نظر پیدا کرده و اقدام عملی نمایید. وقتی مشکل را دریافتید، برآورد خود را تغییر دهید یا اقدام تجربی را که فکر می‌کنید منجر به بهبود خواهد شد، روی دست بگیرید. ممکن است این اقدام چیز ساده‌ای چون افزایش قیمت فروش یا چیز پیچیده‌ای چون بازنگری پروسه‌ی تولید باشد. هر یکی از این اقدامات ممکن است یک مقدار زمان، انرژی و پول نیاز داشته ولی برای تجارت شما نتیجه مثبت داشته باشد.

مشخص سازید که در ماه آینده چه تغییر مثبتی باید وارد شود و آن را ثبت کرده با اعضای تیم خود شریک سازید. مطمئن شوید که تعریف شما از تغییر مثبت

قابل اندازه‌گیری باشد (مثل کاهش ضایعات در پروسه تولید، کاهش مصرف آب و برق یا نرخ بالاتر فروشات).

اگر متوجه شدید که تغییر عمده‌ای رخ داده (یا در بودجه اصلی خود چیز مهمی را رعایت نتوانسته‌اید)، برای مدت باقی‌مانده سال (نه تنها برای ماه بعد) پیش‌بینی جدید انجام دهید. مشخص سازید که برای پوشش تفاوت بودجه به پول بیشتر نیاز دارید یا تغییرات دیگری را عملی کنید. نکته‌ی مهم این است که هرچه زودتر مشخص سازید که کجا و چرا تفاوت در بودجه بوجود آمده است و اقدام اصلاحی لازم را انجام دهید، بهتر خواهد بود.

تعریف اصطلاحات این بخش

اعلانات- تلاش و اطلاع رسانی برای متقاعد کردن مخاطبین مورد نظر تا محصول و خدمات شما را خریداری نمایند.

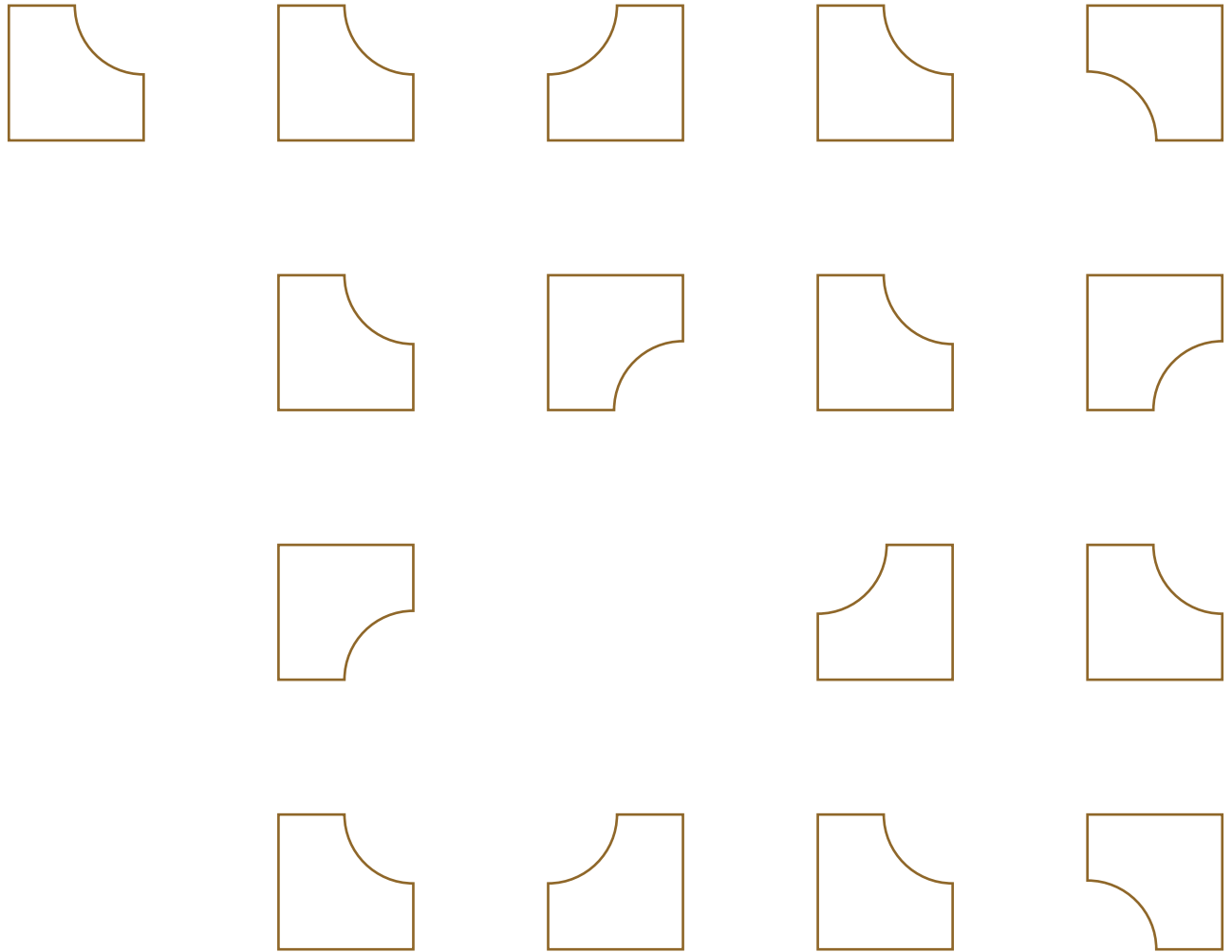
انویس- لیست اشیا و خدماتی ارایه شده و مبلغ پولی که باید پرداخت شود.

برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- نقطه سرپسر چیست و چرا باید آن را بدانم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- چگونه بدانم که در آینده به چه مقدار پول نیاز خواهیم داشت و مطمئن شوم که مصارفم را تامین کرده می‌توانم؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه تخمین بزنم که فروشات سالانه‌ام چقدر خواهد شد؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه مصارف آینده‌ام را تخمین کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- اگر بودجه‌ام نشان دهد که مفاد نخواهم کرد، چه کنم؟ ۱۰. بودجه سازی

ابزار بیشتری که در این زمینه موجود است

ورق ضمیمه مرور ماهوار بودجه



۱۰.

چرا در بانک پول کافی ندارم؟
در بودجه‌ام پیش‌بینی کرده
بودم که عاید خواهم داشت.

بودجه فقط یک برآورد است و مهم چیزی است که شما عملاً انجام می‌دهید (آنچه در صورت حساب‌های مالی شما نشان داده شده). نداشتن پول نقد کافی مشکل بزرگی برای شرکت شماست. این مشکل را شناسایی کرده و فوراً اصلاح کنید. مشکل نقدینگی در شرکت را نادیده نگیرید و فکر نکنید که خود بخود حل خواهد شد.

وقتی مسایل مالی ماهوار را بررسی می‌کنید، به بیلانس نقد خود نیز توجه کنید. حتی اگر به رقم مفاد/ضرر پلان شده خود نزدیک هم باشید، بازهم ارزیابی کنید که آیا بیلانس نقدینگی شما به حد مورد انتظار نزدیک است یا خیر. اگر بیلانس نقدی شما به پلان نزدیک نیست، صورت حساب درآمد خود را تحلیل کنید تا دریابید تفاوت در کجاست و چرا تفاوت بوجود آمده است. مطمئن شوید که تمام معلومات مورد نیاز را جمع‌آوری کنید تا تحلیل کنید که چه چیز و چرا باعث تفاوت غیرمنتظره در بودجه شما شده است تا برای اصلاح آن برنامه‌ریزی کرده بتوانید.

برخی دلایل عام برای کم شدن پول نقد نسبت به آنچه فکر می‌کردید وجود دارد. فروش کم و مصرف زیاد پول دو عامل عمده اند که باید مدیریت شوند. یا شاید شما قرضه‌ای را که انتظار داشتید، گرفته نتوانستید و یا به قرضداران پول بیشتر از آنچه فکر می‌کردید پرداخته‌اید. شاید مشتریان شما به موقع پول شما را نمی‌پردازند. شاید تجهیزاتی خریده‌اید که در پلان تان نبوده یا به قیمت بالاتر از حد پلان شده آن‌ها را خریده‌اید. بطور مثال، وقتی دکان پرچون فروشی داشته باشید، شاید به قدری فروخته نتوانید که پول تهیه کننده را بپردازید. یا ممکن است به تهیه کنندگان خود بسیار زود پول بپردازید و از خریداران دیر تر پول بدست آورید. برای آن که مطمئن شوید پول مورد نیاز را در موقع مناسب در اختیار دارید، تدابیری بسنجید که به تهیه کنندگان دیرتر پول دهید و از مشتریان خود به زودترین فرصت ممکن پول را بدست آورید.

بیشتر بدانیم

مفاد کمتر تنها چیزی نیست که باعث کاهش پول نقد در حساب بانکی شما می‌گردد. هر وقتی که متوجه شدید که بیلانس نقد از آنچه برآورد کرده بودید تفاوت دارد، حتماً دلیل آن را فوراً پیدا کنید. معلومات کافی جمع‌آوری کنید تا مشکل خود را شناسایی نمایید. دریابید که چرا مشکل اتفاق افتاده و بعداً اقدام مناسب را انجام دهید.

اگر کمتر از مقدار مورد انتظار پول نقد داشته باشید، معمولاً یکی از دلایل ذیل در کمبود پول نقش دارد:

- به مقدار کافی فروش نداشته یا در اداره شرکت خود پول بسیار زیاد مصرف نموده‌اید.
- مشتریان تان پول را به موقع پرداخته یا شما به خریداران خود زودتر پول می‌پردازید.
- تجهیزات یا سایر دارایی‌های دراز مدت را در برنامه نداشته ولی خریداری نموده‌اید. یا به قیمت بالاتر از حد تعیین شده در بودجه آن‌ها را خریده‌اید. یا تجهیزات و دیگر دارایی‌های دراز مدت را مطابق پلان فروخته‌اید.
- قرضه/سرمایه‌گذاری مورد انتظار خود را بدست نیاورده‌اید یا تأدیات شما به صاحبان قرض/سرمایه‌گذاران نسبت به آنچه فکر می‌کردید تفاوت داشته است.
- چیزی خلاف حالت عادی یا خارج از کنترل شما اتفاق افتاده است. مثل انفجار در نزدیکی دفتر که باعث تخریب شده، یا مصارفی که شما در بودجه مدنظر نگرفته‌اید.

اگر در تأدیات مشتریان خود مشکل دارید، با آنها تماس بگیرید و تعهدات‌شان را یادآوری نموده خواستار پرداخت پول شوید. می‌توانید قراردادهای خود را تغییر دهید و در آن برای مشتریان بار اول، شرط پیش پرداخت را مد نظر بگیرید. یا تأدیات دوره‌ای و قسطی در جریان پروژه را بجای پرداخت کامل پس از تکمیل کار، در قرارداد بگنجانید.

برای شرایط بهتر با تهیه کنندگان خود مذاکره کنید. در کار با تهیه کنندگان بزرگ راه‌هایی را در نظر بگیرید که برای شما بهتر باشد. مثل تهیه‌ی بیل ماهوار (بجای انوایس انفرادی)، تخفیف در پرداخت زود هنگام یا خرید عمده. بطور مثال، در دکان پرچون فروشی، خوب است که با تهیه کنندگان خود مذاکره کنید که در آخر هر ماه پول‌شان را بپردازید، نه در پایان هر هفته که در افغانستان معمول است.

اگر در سرمایه‌گذاری‌های خود مشکل دارید، باید مشکل را با تهیه کنندگان (در صورت خرید تجهیزات) یا خریداران (در صورت فروش تجهیزات) در میان بگذارید. فکر نکنید که کارها خود بخود بهتر خواهد شد، بلکه مشکل شناسایی شده را با دیگران در میان بگذارید و برای یافتن راه حل با طرف‌های ذیدخل مشوره کنید.

اگر مسایل نقدی شما مربوط به تأمین منبع مالی است، در آنصورت نیز باید فوراً مساله را با دیگران مطرح کنید. اگر قرضه دهنده یا سرمایه‌گذار پول لازم را نپرداخته است، فوراً بصورت کتبی برای‌شان اطلاع دهید. از آنان بطور مودبانه ولی جدی بخواهید که تعهدات خود را عملی کرده و از آنان بخواهید که بطور مشخص بگویند پول را چه وقت تحویل خواهند داد.

به همین منوال، اگر شما نتوانید به کسی که قرضدارش هستید به موقع پول بدهید، به آن شخص یا اداره بطور کتبی اطلاع دهید که چرا پول را به موقع داده نمی‌توانید. معلوماتی را که درمورد مشکل پیش آمده بدست آورده‌اید با آنان شریک سازید تا بدانند که چرا با کمبود پول نقد مواجه شده‌اید. برای رفع مشکل چه کار خواهید کرد؟ برای آنان پلان برگشت به حالت عادی و پرداخت دین‌شان را ارایه کنید. به این طریق شما شانس حفظ روابط نیک‌تان را افزایش خواهید داد.

تعریف اصطلاحات این بخش

دارایی‌ها- هرچیز با ارزشی که در ملکیت شرکت شما قرار دارد.

صورت‌حساب های مالی- ریکاردهای رسمی فعالیت‌های مالی یک تشبث را که شامل بیلانس شیت، صورت‌حساب مفاد و ضرر و صورت حساب جریان نقدینگی میباشند را در بر میگیرند.

صورت‌حساب مفاد و ضرر- سند مالی که تفاوت عواید (درآمد) و مصارف را نشان می‌دهد.

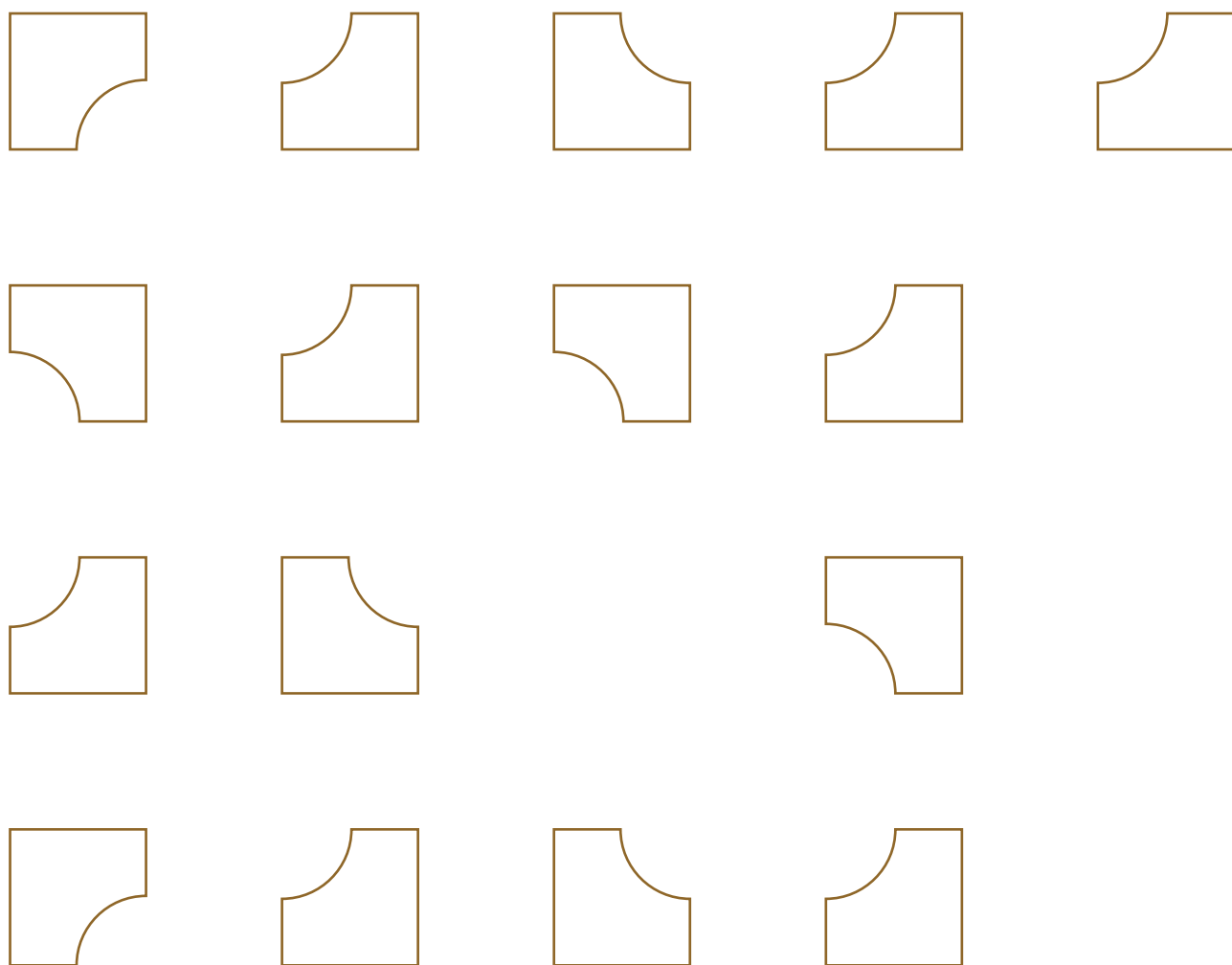
انوایس- لیست اشیا و خدماتی ارایه شده و مبلغ پولی که باید پرداخت شود.

نفع/ فایده خالص - مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید شما باقی می‌ماند.

فروشندهگان- افراد یا تیم که محصولات و خدمات شرکت را در اختیار مستهلك نهایی قرار میدهند.

? برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- صورت‌حساب‌های مالی چیست و چرا به آن‌ها نیاز دارم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- بودجه من چه تفاوتی با صورت‌حساب مالی دارد؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه بدانم که در آینده به چه مقدار پول نیاز خواهم داشت و مطمئن شوم که مصارفم را تامین کرده می‌توانم؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه تخمین بزنم که فروشات سالانه‌ام چقدر خواهد شد؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه مصارف آینده‌ام را تخمین کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- اگر بودجه‌ام بگویند که به پول نقد نیاز دارم، چه کار کنم؟ ۱۰. بودجه سازی



۱۱.

بودجه را برای چه مدت بسازم؟

بودجه شما را در رهبری و سنجش تشبثتان کمک می‌کند. به این دلیل شما در کوتاه مدت به جزئیات بیشتر نیاز دارید ولی با گذشت زمان این نیاز کمتر می‌شود.

چون پروسه بودجه‌سازی دارای تفصیل و جزئیات است، ایجاب می‌کند که درمورد کار خود به شیوه‌ی متفاوت فکر کنید. لذا ساختن بودجه سال یکبار مناسب و بیشتر از آن موثر نخواهد بود. نورم معمول برای بیشتر انواع گزارش‌دهی‌ها مدت یک سال است. لذا توصیه می‌شود که بودجه مفصل برای سال آینده خود تهیه کنید.

مهم است که درمورد آینده‌ی شرکت خود تصویر روشنی به ذهن داشته باشید. بخصوص اگر کارتان فعلاً منفعت‌زا نباشد، یا بخواهید منابع مالی بیشتر بدست آورید. قرضه دهندگان و سرمایه‌گذاران پیش از پرداخت پول می‌خواهند مطمئن شوند که شما برای مدت طولانی‌تری سنجش و برنامه ریزی کرده‌اید. شما نیز اگر بخواهید پول خود یا خانواده را سرمایه‌گذاری کنید، باید این اطمینان را حاصل کنید.

بیشتر بدانیم

بیشتر تشبثات بودجه مفصل ماهوار برای سال پیش‌رو و یک پلان جامع‌تر برای ۲ تا ۴ سال آینده دارند. این دو نوع پلان لزوماً نباید از هم جدا باشند بلکه می‌توان آن‌ها را در یک پروسه‌ی واحد یا عین فایل اکسل یا سند ورقی گنجانید. به فایل اکسل خود ستون‌های تازه بیافزایید تا بتوانید ماه‌های آینده را به آسانی پیش‌بینی کنید.

آینده به صورت کامل قابل پیش‌بینی نیست، لذا هرگز جواب صحیح و بی‌نقص نمی‌توان برای سوال‌های آینده داد. اما چند مساله بر برنامه‌ریزی آینده شما تاثیر گذار می‌باشند:

- شرایط لازم گزارشده‌ی شما چیست؟ آیا مالیات، تمدید جواز یا سایر استندردهای تجاری را بطور سالانه باید گزارش بدهید یا زودتر از آن؟ اگر نیاز است که در دوره‌های مشخص (سه ماهه، شش ماهه و غیره) گزارش بدهید پس از گنجانیدن این جزئیات در بودجه تان اطمینان حاصل کنید.
- شرکت را تا چه زمان می‌خواهید در ملکیت خود داشته باشید؟ آیا می‌خواهید در مدت چند سال آن را به فروش برسانید، یا برای چند دهه می‌خواهید همچنان در ملکیت خود نگه دارید؟ هرچه زودتر بخواهید بفروشید، درمورد ارزش شرکت خود معلومات بیشتر نیاز خواهید داشت. یعنی درمورد وضعیت شرکت‌تان هنگام فروش باید پیش‌بینی‌های مفصل داشته باشید.
- آیا در نظر دارید که پول بیشتر صرف شرکت خود کنید؟ اگر چنین است، باید بدانید که آن پول را چه زمان دوباره بدست خواهید آورد، لذا در آن صورت حداقل باید بودجه‌ای بسازید که به شما اجازه دهد حداقل سه سال آینده را پیش‌بینی کنید.

برای تهیه بودجه طولانی‌مدت‌تر، اول یک بودجه مفصل ۱۲ ماهه بسازید. بعد، برای دوره‌های آینده ستون‌های تازه علاوه کنید. سال‌های بعد را می‌توانید بصورت ماهوار، فصل‌وار و شش ماهه بسنجید. اگر از برنامه‌ی اکسل یا نرم افزار مشابه دیگر استفاده می‌کنید سنجش ماهوار بسیار آسان است، ولی در صورت استفاده از ورق، بودجه‌سازی به صورت فصل‌وار و شش ماهه بهتر خواهد بود.

بودجه ابزاری برای درک و پلان‌گذاری تجارت شما نه تنها برای سال آینده بلکه برای مدت طولانی‌تر نیز می‌باشد. هدف، رسیدن به نقطه کامل و بی‌نقصی نیست بلکه نکته اساسی داشتن ابزاری است که معلومات لازم را برای اتخاذ تصمیم درست و مبتنی بر اطلاعات مهیا سازد.

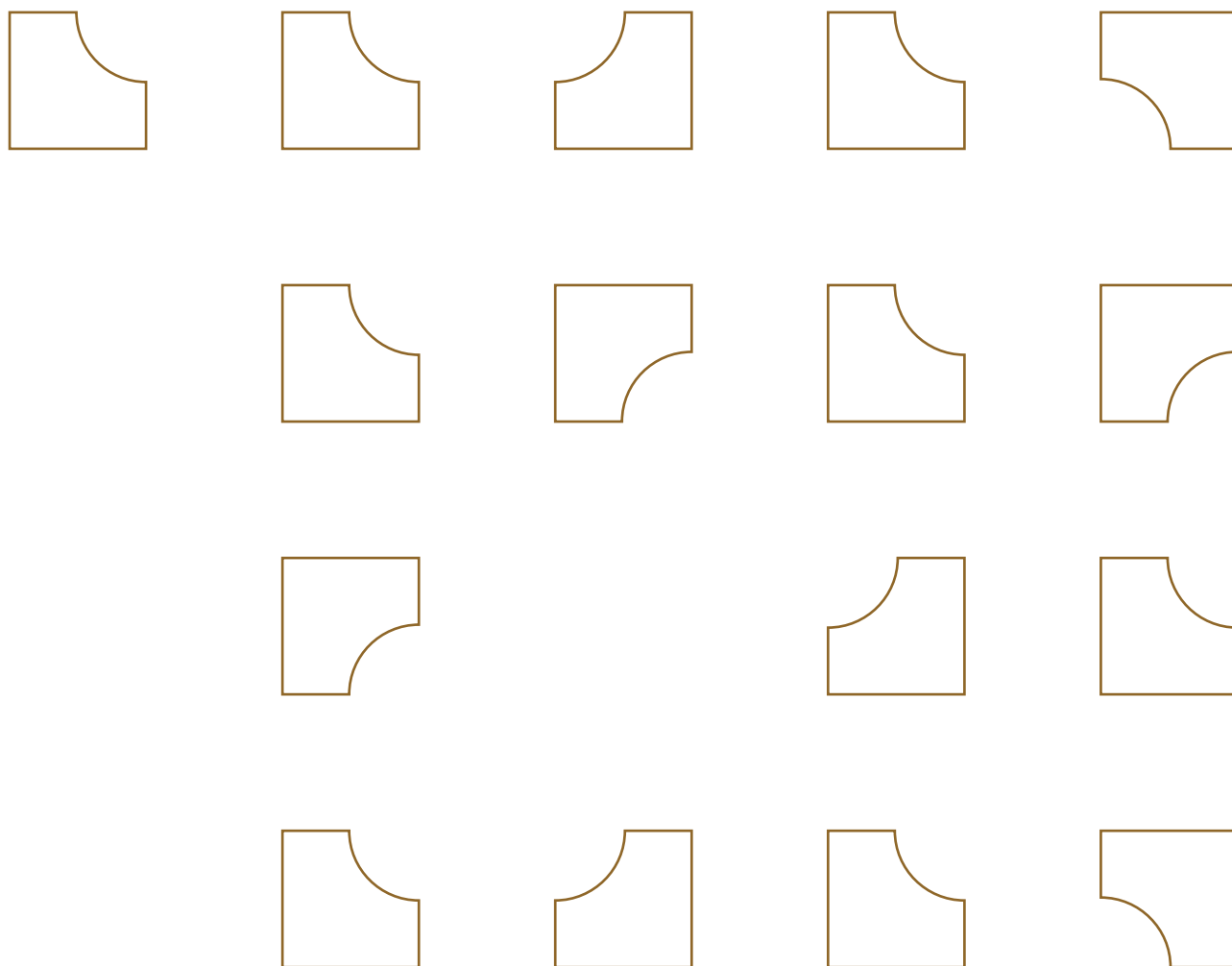
تعریف اصطلاحات این بخش

سرمایه‌گذار- فرد یا شرکتی که به امید منفعت مالی پول خویش را در یک تشبث سرمایه‌گذاری میکنند.

نفع/ فایده خالص - مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید شما باقی می‌ماند.

? برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- بودجه چیست و چگونه از آن استفاده کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه بودجه بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- آیا بودجه را باید خودم بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی



۱۲.

در صورتی که بودجه‌ام نشان دهد که
منفعت نخواهم کرد، چه کار باید بکنم؟

برای آنکه یک تجارت نو تأسیس به حالت نفع دهی برسد، به زمان نیاز دارد و نفع دهی معمولاً فوراً پس از تأسیس اتفاق نمی‌افتد. هدف تجارت و تشبث کسب پول است. لذا باید مطمئن باشید که شرکت شما نسبتاً زود به نفع دهی خواهد رسید. نفع نکردن به این معناست که شما تا زمانی که شرکتتان به نفع دهی برسد، باید برای ادامه تجارتتان پول بپردازید. هر قدر این مدت طولانی‌تر شود، باید به همان نسبت پول بیشتر باید مصرف کنید. از اینرو رسیدن به نفع/فایده خالص اولویت شما است. بودجه یک سال مالی ممکن است بدون نفع باشد. اما پلان تجاریتان که معمولاً برای دوره طولانی‌تر تهیه می‌شود، بصورت واضح نشان دهد که شرکت شما در آینده‌ی قابل پیش‌بینی به نفع دهی خواهد رسید.

شرکت‌های تازه تأسیس برای رسیدن به حالت نفع دهی معمولاً به ۱۸ تا ۲۴ ماه زمان نیاز دارد. اگر بودجه طولانی مدت شما نشان دهد که در این مدت به منفعت زایی نخواهید رسید، در آنصورت باید مودل تجاری خود را بازنگری کنید. اگر بودجه‌تان نشان دهد که به نافعیت دست پیدا نخواهید کرد، نکات کلیدی ذیل را مدنظر بگیرید:

- برآوردها و پیش‌فرض‌های خود را بازنگری کنید تا دیده شود که نیاز به اصلاح و تعدیل دارد یا خیر. آیا تخمین‌های شما بسیار محافظه‌کارانه است یا خیلی بلندپروازانه؟
- مشخص سازید که چرا در این سال بودجوی نفع نمی‌کنید. آیا تعداد کارمندانتان خیلی کم است؟ آیا فروشات را به قیمتی بیشتر از مصرف تهیه محصولتان انجام می‌دهید؟ آیا بسیار سریع افراد را استخدام می‌کنید و هزینه‌های کارتان بلند است؟ ببینید که آیا تغییر باین اولویت‌ها کمک خواهی کرد تا زودتر به نفع برسید.
- اطمینان حاصل کنید که کار مورد نیازتان را انجام داده می‌توانید. آیا به اندازه کافی به تجارتتان باور دارید تا وقت، انرژی و پولتان را تا زمانی که تجارت شما به حالت دهی می‌رسد صرف کنید.

بیشتر بدانیم

وقتی متوجه می‌شوید که شرکتتان نفع نخواهد کرد نگران خواهید شد. بخصوص اگر مدتی از کارتان سپری شده باشد. دل‌سرد نشوید و برای درک آنچه بودجه درمورد تجارتتان به شما می‌گوید، وقت بگذارید.

خوبی و موثریت بودجه به درستی فرضیات و برآوردهای آن وابسته است. قبل از نتیجه‌گیری، به فرضیات خود نگاهی بیاندازید و ببینید که چقدر واقع‌بینانه می‌باشند. یک راه این است که سناریوهای متفاوت محتاطانه کارانه و بلندپروازانه را در بودجه کنونی خود بررسی کنید. ببینید که هر یکی از این سناریوها راهی برای نزدیک شدن به حالت منفعت زایی به روی شما می‌گشاید یا خیر. حسنا سال گذشته در کار خود پیش‌بینی کرده بود که به تعداد ۲۵۰ پایه کمپیوتر خواهد فروخت. در اواخر سال او متوجه شد که حتی به هدف متوقعه نزدیک هم نشده است. او فقط ۵۰ پایه فروخته و تنها دو ماه تا پایان سال باقی مانده بود. ایشان مضطرب شده، اما متوجه شد که انتظاراتش درمورد احتمال فروشات بسیار بالا بوده است. سال گذشته او نفعی بدست نیاورد. اما برای سال بعد مصارف ثابت خود را به شدت پایین آورد و از طریق تبلیغات و اعلانات بر افزایش فروشات خود تمرکز کرد. او فرضیات خود درمورد فروشات و مصارف را تعدیل کرد. وی در شش ماه بعد به نقطه سرسبز رسید و توانست آن قدر کمپیوتر بفروشد که مصارف خود را جبران کند. بعد از آن تغییرات، ایشان به حالت کسب منفعت رسید.

جدول ذیل بودجه و فروشات واقعی سال گذشته و امسال حسنا را نشان می‌دهد:

عایدات	فرضیات	بودجه	واقعی	سال گذشته	سال جاری
				فرضیات	واقعی
				فروش ۲۵۰ در بودجه	۱۶۲,۵۰۰
			فروش ۲۵۰ پایه کمپیوتر به مبلغ ۵۰۰ افغانی	۱۲۵,۰۰۰	فروش واقعی ۳۲۵

۱۶۲,۵۰۰	۱۲۵,۰۰۰		۲۵,۰۰۰	۱۲۵,۰۰۰		مجموع عایدات
						هزینه اجناس فروخته شده / هزینه فروش ها
۶۵,۰۰۰	۵۰,۰۰۰		۵۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰		کمپیوترها (قیمت ۲۰۰ افغانی)
۶۵,۰۰۰	۵۰,۰۰۰		۵۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰		مجموع اجناس فروخته شده / مصارف فروش ها
						مصارف فروش و بازاریابی
۴,۰۰۰	۴,۰۰۰		۵۰۰	۱,۰۰۰		ترویج
۷,۵۰۰	۷,۵۰۰		۱,۰۰۰	۲,۰۰۰		اعلانات
۱۱,۵۰۰	۱۱,۵۰۰		۱,۵۰۰	۳,۰۰۰		مجموع مصارف اعلانات و فروشات
						مصارف اداری
۳,۰۰۰	۳,۰۰۰		۳,۰۰۰	۳,۰۰۰		کرایه (دکان + نگهداری)
۱,۵۰۰	۱,۵۰۰		۱,۵۰۰	۱,۵۰۰		تجهیزات
۷,۵۰۰	۷,۵۰۰		۷,۵۰۰	۷,۵۰۰		کارمندان دکان
۱۲,۰۰۰	۱۲,۰۰۰		۱۲,۰۰۰	۱۲,۰۰۰		مجموع مصارف اداری
۷,۴۰۰,۰۰۰	۵,۱۵۰,۰۰۰		۳,۸۵۰,۰۰۰	۶,۰۰۰,۰۰۰		نفع / زیان خالص

راه‌هایی را برای تعدیل آنچه قبلاً انجام داده‌اید (یا پلان انجام دادنش را دارید) را بسنجید تا به نتایج بهتر دست یابید. اگر فعلاً یافتن مشتری جدید ۶ هفته وقت می‌گیرد، ارزیابی کنید که برای کوتاه کردن این مدت چه کار می‌توانید انجام دهید. آیا ممکن است که از مشتریان کنونی خود سفارش بیشتر بگیرید؟ اگر قیمت خود را ۱۰٪ افزایش دهید چه اتفاق خواهد افتاد؟ ممکن است برای بررسی جنبه‌های متفاوت کارتان به یک مقدار فعالیت و بازرگری نیاز داشته باشید. آیا در فروشات بیش از حد محتاط هستید؟ آیا می‌توانید مقدار بیشتر بفروشید یا قیمت خود را افزایش دهید؟ آیا در بخش مصارف بسیار محافظه‌کار هستید؟ آیا اقلامی که می‌خرید واقعاً همان قدر می‌ارزد یا می‌توانید برای قیمت بهتر مذاکره کنید؟ آیا افراد را پیش از وقت استخدام می‌کنید؟ آیا مسئولیت‌ها را به کارمندان‌تان واگذار نمی‌کنید؟ آیا افرادی را استخدام می‌کنید که مهارت‌های مورد نیاز شما را ندارند؟

نکته کلیدی این است که ببینید چگونه می‌توانید تعداد افراد کمتر استخدام کنید. مدتی را برای بررسی تغییرات احتمالی در کاروبار خود صرف کنید. وقتی مطمئن شدید که فرضیات و برآوردهای‌تان درست است و برای بهبود پروسه‌های کاری تمام اقدامات لازم را انجام می‌دهید، در آن صورت باید از خود بپرسید که آیا در این مدل تجارت یا سرمایه‌گذاری هرگز فرصت منفعت‌زایی است یا خیر؟

مشتریان باید برای محصول یا خدمات شما بیشتر از آنچه برای تهیه و تحویل‌دهی آن‌ها مصرف می‌کنید، پول بپردازند تا تجارت شما به نفع دست یابد. راهی

پیدا کنید که مردم به شما پول بیشتر بپردازند یا همان محصول و خدمات را به قیمت پایین‌تر به شما عرضه کنند.

اگر به این نتیجه رسیدید که در مدل تجارت شما فرصت منفعت زایی نیست، بهتر است از صرف وقت، پول و انرژی در آن مدل کار فوراً صرف نظر کنید. اگر باور داشته باشید که به شیوه‌ی کنونی به نفع دست خواهید یافت، اما نه در سال پیش‌رو، در آن صورت باید نسبت به کل سرمایه‌گذاری (پول و زمان) که قادرید در شرکت خود انجام دهید، باید برنامه‌ی روشن داشته باشید. برای خود اهداف واضح تعیین کنید تا دریابید که به سمت کسب نفع در حرکت بوده و اطمینان حاصل کنید که همیشه در مسیر درست حرکت می‌کنید. بطور مثال، شیرینی‌فروشی حلیمه در آغاز چند نوع قهوه و کلچه می‌فروخت. هزینه‌های ثابت کارش بالا بود و او متوجه شد که شیرینی‌فروشی‌اش تنها با قهوه و کلچه نفع خواهد کرد. لذا چند نوع کیک، چای، خوراکی‌های آماده و جوس به مینوی خود افزود. او بعد از تحقیق به این نتیجه رسید که چند محصول جانبی را بدون افزایش مصارف ثابت خود می‌تواند به لیست خود بیافزاید. حلیمه باید شیوه‌ی کار خود را تنظیم می‌کرد تا به نفع دست می‌یافت. با این کار، هزینه‌های ثابت او تغییر نمی‌کرد، اما هزینه‌های غیرثابت کوچک محصولات تازه باعث افزایش فروشات او می‌شد. در مقایسه با بودجه‌ای که او برای امسال تهیه کرده بود، شیرینی‌فروشی او بسیار بیشتر نفع کرد و او ارقام و فرضیات بودجه خود را مطابق برنامه‌ی جدید تعدیل کرد.

تعریف اصطلاحات این بخش

اعلانات- تلاش و اطلاع رسانی برای متقاعد کردن مخاطبین مورد نظر تا محصول و خدمات شما را خریداری نمایند.

نقطه سربرسر- جایی است که مقدار عواید مساوی با مقدار هزینه‌ها بوده و پس از آن شما مفاد بدست می‌آورید.

هزینه‌های ثابت- مصرفی که با تغییر تعداد فروش محصولات ثابت می‌ماند.

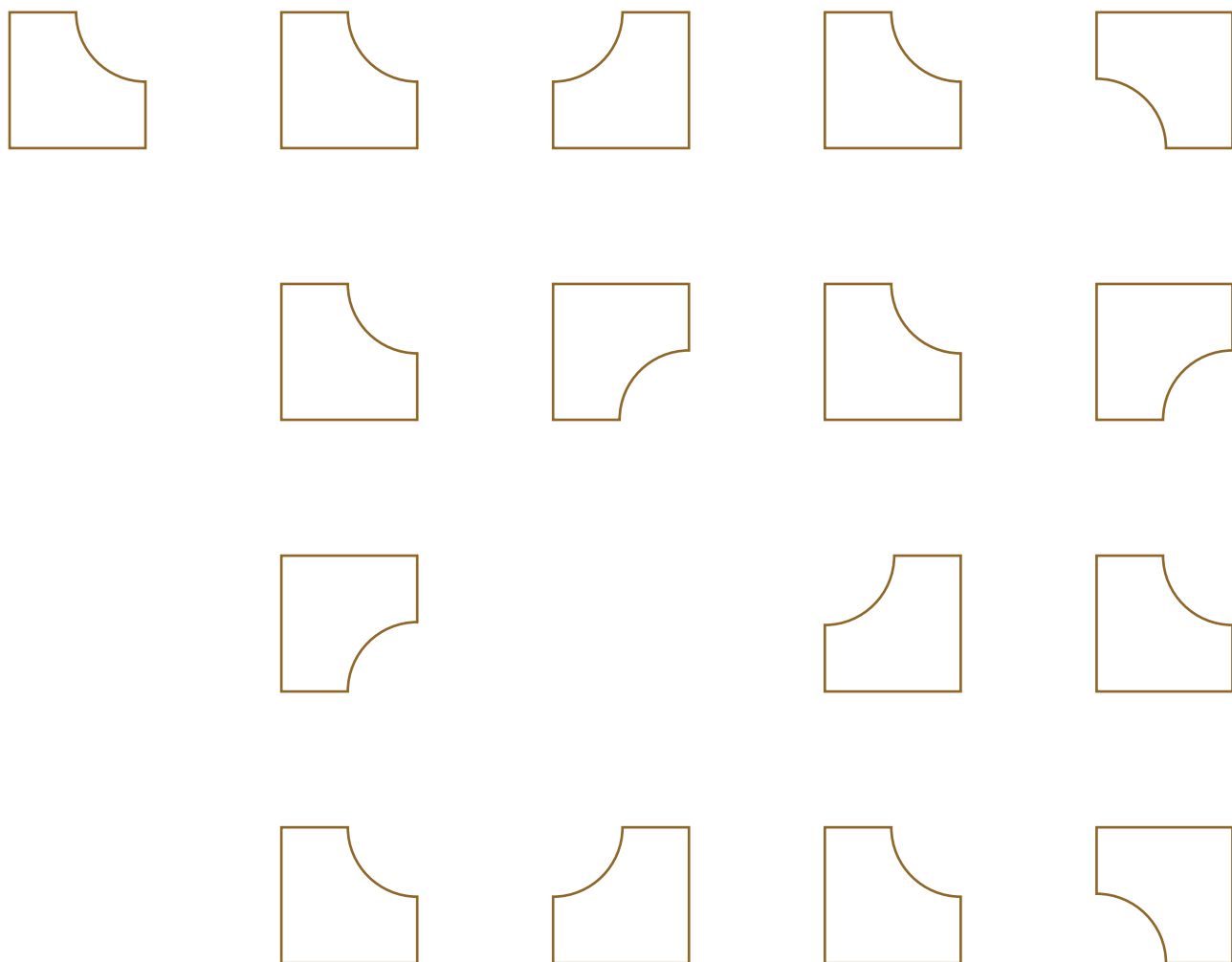
نفع/ فایده خالص- مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید شما باقی می‌ماند.

تبلیغات- اقدام کوتاه مدتی که برای تغییر عادت خرید مشتری انجام می‌گیرد. مانند لیلام و تخفیف.

هزینه‌های غیر ثابت- پولی که برای تهیه و فروش محصولات مصرف می‌شود و متناسب با فروش هر محصول افزایش یا کاهش می‌یابد.

برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- مفاد چیست و چگونه نفع خود را تعیین کنم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- نقطه سربرسر چیست و چرا باید آن را بدانم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- چگونه بدانم که در آینده به چه مقدار پول نیاز خواهم داشت و مطمئن شوم که مصارفم را تامین خواهم کرد؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه تخمین بزنم که فروشات سالانه‌ام چقدر خواهد شد؟ ۱۰. بودجه سازی
- اگر بیش از بودجه مصرف کنم یا بودجه‌ام اشتباه باشد، چه کار کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- اگر بودجه‌ام نشان دهد که به پول نقد نیاز دارم، چه راهکار را در پیش گیرم؟ ۱۰. بودجه سازی



۱۳.

اگر بودجه‌ام نشان دهد که به پول نقد نیاز دارم، چه راهکار را در پیش گیرم؟

هدف شما بعنوان متشبه، ساختن کار منفعت زا است. ولی منفعت کردن به معنی این نیست که شما همیشه پول نقد در بانک خواهید داشت. ممکن است نفع کنید اما پول نقد کافی برای پرداخت مصارف خود نداشته باشید. داشتن بودجه عملیاتی و نقدی برای پلان گذاری تجارت بسیار مهم است تا مطمئن شوید که شرکتتان نفع می کند و در عین حال پول نقد کافی نیز در اختیار دارد.

وقتی در آینده کارتان رشد نموده به منفعت می رسد، باید بدانید که آن زمان برای اداری شرکت خود به چه مقدار پول نیاز دارید. برای پاسخ دادن به این سوال، باید نکات ذیل را بدانید:

- بطور دقیق تا زمان رسیدن به نفع به چه مقدار پول نیاز دارید؟
- آن پول نقد را برای چه مصرف خواهید کرد؟
- منبع پول نقدی که شرکت شما را تا زمان رسیدن به نفع فعال نگهدارد، کدام اند؟

وقتی دانستید که شرکت شما به پول نقد نیاز دارد و مقدار پول نقد مورد نیاز و چگونگی استفاده آن را مشخص کردید، فوراً اقدام کنید و موضوع را نادیده نگیرید. پلان بسازید و درمورد یافتن منابع تمویلی که برای ادامه ی کار شرکت نیاز دارید فعالانه تلاش کنید.

بیشتر بدانیم

تشخیص نیازتان به پول بیشتر برای پرداخت مصارف گام مناسب است. بعد از آن باید بفهمید که به چه مقدار پول و چه مقدار زمان نیاز خواهید داشت. تا جایی ممکن این مسایل را مشخص و واضح سازید. گاهی متشبهان به سرمایه گذاران یا قرضه دهندگان مراجعه می کنند بدون آن که دقیقاً بدانند چه مقدار پول و برای چه زمان نیاز خواهند داشت.

فوزیه و شوهرش در قندهار شرکت میوه خشک دارند. آنان معمولاً با کمبود پول مواجه اند و در پرداخت مصارف خود مشکل دارند. یک روز شوهر او پیشنهاد کرد که اگر مبلغ ۵۰,۰۰۰ افغانی برای یک سال قرض بگیرند تمام مشکلات مالی شان حل خواهد شد. فوزیه و شوهرش به یک بانک محلی مراجعه کردند. بعد از بررسی پیشنهاد و صورت حساب های مالی شان، بانک گفت که مبلغ ۲۵,۰۰۰ افغانی برای شان قرض خواهد داد. طبق بررسی بانک مبلغ مورد نیاز فوزیه و شوهرش ۲۵,۰۰۰ افغانی بود و قرضه بیشتر برای شان سودمند نبود. پیشنهاد قرضه دهنده بر چند عامل ذیل استوار بود:

- تجارت آنها به اندازه ای پول نیاز داشت که در ماه هایی که فروش بر آن پایین است، بتواند تهیه کنندگان خود را پول کافی بدهند.
- در مواقع خاصی چون رخصتی عید، تقاضا برای میوه ی خشک بسیار بالا می باشد. قرضه دهنده به فوزیه و شوهرش اجازه می داد که فقط زمانی سود بانکی بدهند که از قرضه استفاده می کنند (بجای آن که کل پول را حتی زمانی که نیاز نداشته باشند در حساب بانکی خود نگه دارند).
- فوزیه و شوهرش مبلغی قرضه ی مورد نیاز خود را بطور کلی تخمین کرده بودند. بانک اما محاسبه کرد که شرکت بیش از ۲۵,۰۰۰ افغانی برای ادامه ی کار خود نیاز نداشت. مبلغ ۲۵,۰۰۰ باقی مانده، اضافی بود و سود بانکی آن مصرف غیرضروری به دوش شرکت می گذاشت.

مهم است که مقدار پول نقد را که در آینده نیاز خواهید داشت، وقت مورد نیاز و مورد استفاده آن را بطور دقیق برآورد نمایید.

اگر یک عضو خانواده از شما پول قرض بخواهد، ولی شما ندانید چه مقدار و چه وقت نیاز دارد و چه وقت آن را بازپرداخت خواهد کرد، ممکن است در دادن قرض به او تردید کنید. اما اگر او با پلان واضح نزد شما بیاید و بدانید که مبلغ ۵,۰۰۰ افغانی در ماه جاری و ۵,۰۰۰ افغانی شش ماه بعد ضرورت خواهد داشت و باز پرداخت پول را سه ماه بعد از آن شروع خواهد کرد، در آن صورت ممکن است بیشتر اعتماد کنید و بخواهید به او پول قرض دهید.

برای آن که بدانید به چه مقدار پول نیاز دارید، بودجه نقد خود را بررسی کنید. کمبود تمام ماه هایی را که جریان نقد شما منفی است جمع کنید. حاصل جمع، پول نقد مورد نیاز شما خواهد بود. ممکن است تمام آن پول را فوراً نیاز نداشته باشید. ببینید که در کدام ماه به بیشترین پول نیاز خواهید داشت تا برای تهیه آن پول برنامه ریزی کنید.

دوم، مشخص کنید که آن پول را برای چه و در کجا استفاده خواهید کرد. در ذیل موارد معمول استفاده پول نقد ارایه می‌گردد:

سرمایه در گردش- یعنی شما به پول نقد برای پوشش هزینه‌های تهیه و نگهداری موجودی یا پرداخت تفاوت بین حسابات دریافتی و حسابات پرداختی خود نیاز دارید. این نوع نیاز به پول نقد معمولاً دوامدار است، و در شرکت‌هایی که خودشان محصولات را تولید می‌کنند یا مقدار موجودی‌شان بسیار زیاد است، مبلغ بزرگی می‌تواند باشد.

- سرمایه‌گذاری ثابت- یعنی شما برای خرید تجهیزات یا سرمایه‌گذاری‌های بزرگی چون خرید ماشین‌آلات به پول نقد نیاز دارید. این نوع نیاز به پول نقد حساب شده است و باید آن را به آسانی بتوان نشان داد که این سرمایه‌گذاری در آینده برای شرکت فواید عمده به بار خواهد آورد. بطور مثال، خرید ماشین بسته‌بندی خودکار تنها در صورتی خوب است که محصولات را سریع‌تر، با کمترین ضایعات و فنی‌تر از روش‌های فعلی بسته‌بندی کند.
- جلب مشتری یا انکشاف محصول- یعنی شما پول نقد را برای بازاریابی یا تبلیغ محصولات خود یا معرفی محصولات جدید نیاز دارید. این نوع نیاز به پول نقد باید در زمان مشخص باشد. برخی نیازهای عادی بازاریابی همیشه قابل پیش‌بینی است ولی وقتی تعداد مشتریان شما به حد معین رسید، قیمت فروشات‌تان باید به قدری بلند باشد که هزینه‌های جاری بازاریابی خود را جبران کنید.
- پرداخت قرضه- یعنی شما به پول نقد نیاز دارید تا قرضه‌ی موجود را بازپرداخت کنید. این نوع نیاز نقدی می‌تواند هشدار باشد، چون نشان می‌دهد که شما قادر به برآوردن تعهدات خود نیستید. بازهم، اگر تعداد مشتریان‌تان به قدر کافی باشد، شما باید بتوانید از منبع عواید تجارت خود قرضه‌ها را بپردازید.

نکته آخر این که شما می‌توانید منبع نقدی دیگری را برای پوشش دادن مبلغ که در آینده با کمبود پول نقد مواجه می‌شوید پیدا کنید. اگر دریافتی که بزرگترین نیاز نقدی شما برای سرمایه‌ی در گردش است، شرایط تأدیات مشتریان را تغییر دهید (مثلاً از آنان پول پیش پرداخت بخواهید، یا در مقابل پرداخت زود هنگام مشتریان کلان تخفیف بدهید). این امر ممکن است نیاز نقدی شما را با سرازیر کردن زودتر پول نقد به شرکت رفع کند. می‌توانید برای شرایط بهتر با تهیه کنندگان خود نیز مذاکره کنید (مثلاً به شما اجازه دهند دیرتر پرداخت کنید)، یا بجای پرداخت پول نقد با برخی تهیه کنندگان تبادل جنس به جنس انجام دهید.

اگر دریافتی که بزرگترین نیاز نقدی شما سرمایه‌گذاری ثابت مانند خرید تجهیزات است، از تهیه کنندگی تجهیزات خود بخواهید که جنس را برای شما قرض بدهد. بانک‌ها و سایر قرضه دهندگان ممکن است به تمویل نمودن خرید تجهیزات بیشتر علاقه‌مند باشند. چون در این صورت حق تصرف مال خریداری شده را خواهند داشت و در صورتی که پول را بازپرداخت نتوانید، جنس را تصرف خواهند کرد.

اگر دریافتی که بزرگترین نیاز نقدی شما برای جلب مشتری یا انکشاف محصول است، بر هزینه‌های «نرم» چون بازاریابی، فروشات یا انکشاف محصول متمرکز کنید. موثریت این سرمایه‌گذاری‌ها را برای انکشاف کاروبارتان به دقت بسنجید. راه‌هایی برای کاهش هزینه‌ها از جمله قرارداد موقت بجای استخدام دائمی کارمندان، بسنجید. یافتن منابع تمویل برای این هزینه‌ها می‌تواند مشکل باشد. چون به آسانی نمی‌توان رابطه‌ی مستقیم میان این مصارف و نتایج متوقعه را ترسیم کرد.

اگر متوجه شدید که بزرگترین نیاز نقدی برای بازپرداخت قرضه موجود است، آنگاه ببینید که آیا شرکت شما میتواند از عهده بازپرداخت قرض دیگر در آینده برآید یا خیر. پلان واضحی برای تغییر عملیات‌های خود بسنجید تا بتوانید برای تأدیه قرضه موجود قرضه جدید بگیرید. از خود بپرسید که چرا فعلاً نمی‌توانید این قرضه‌ها را بپردازید. چه چیزی در شرکت شما مانع برآورده شدن آن تعهدات شده، و چگونه می‌توانید برای برآوردن تعهدات آتی تغییراتی بوجود آورید؟

راه دیگر رسیدگی به کمبود پول نقد مدیریت بهتر نقدینگی موجود است. شما می‌توانید اقدامات ذیل را اتخاذ کنید:

- بطور دوامدار ملاحظه کنید که فروشات‌تان در حدی است که مصارف‌تان را پوشش دهد. پیش از آن که دیر شود، اقدام کنید.
- مقداری پول را ذخیره نگهدارید و تا زمانی که به هدف معین نرسیده‌اید (تعداد معین مشتری، مقدار معین عواید فروشات و غیره) آن را مصرف نکنید.
- بخشی از سرمایه‌گذاری اولیه خود را برای شرایط اضطراری، مثل زمانی که با کمبود پول نقد مواجه می‌شوید، ذخیره کنید.

تعریف اصطلاحات این بخش

حسابات پرداختی/دیون- پولی که یک شرکت به قرضه دهندگان مدیون است.

حسابات دریافتی/طلبات- پولی که انتظار دارید از مشتریان خود دریافت کنید.

جریان نقدینگی- کل مبلغ پولی که به شرکت می‌آید و از آن خارج می‌شود.

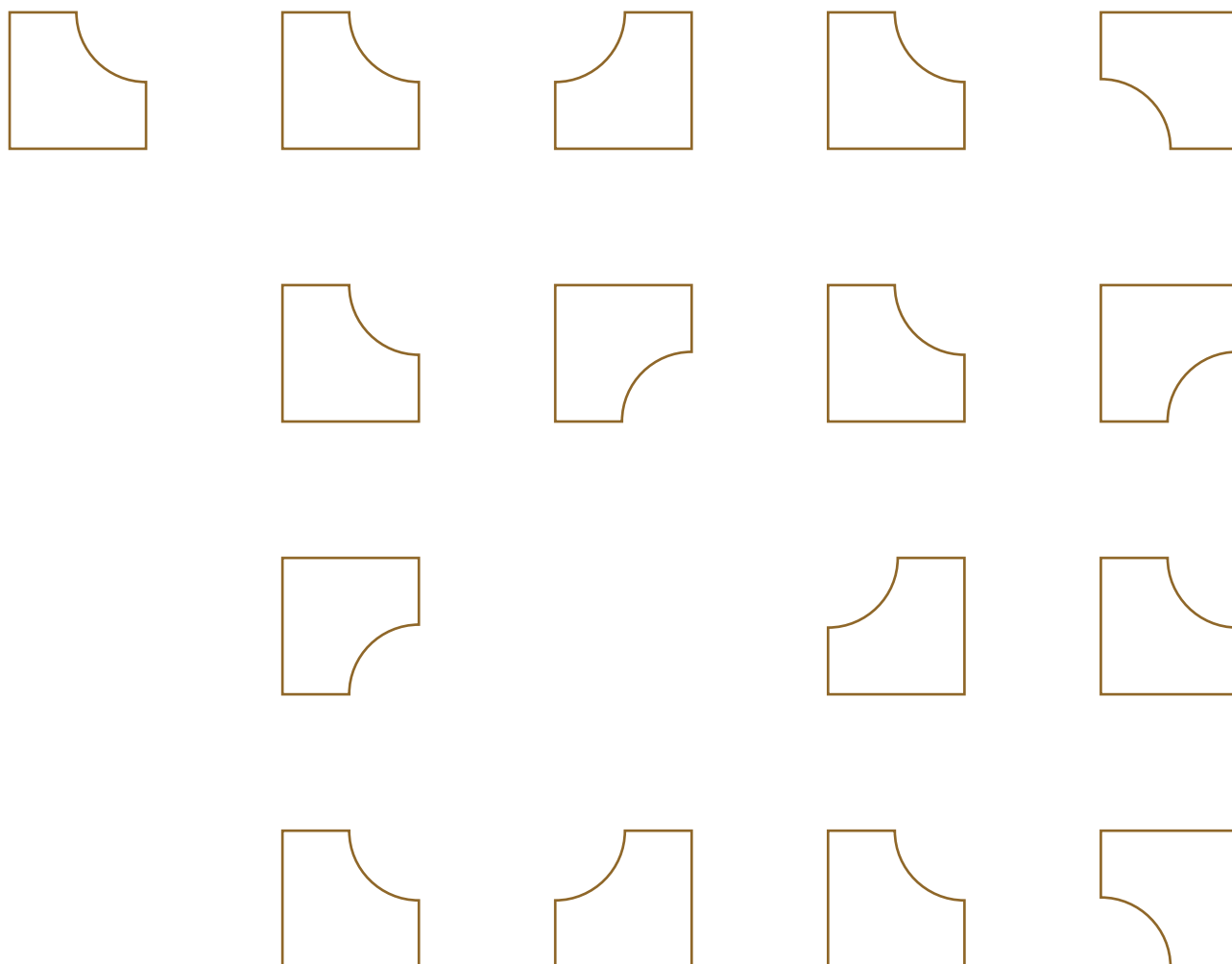
قرضه- پولی که یک شرکت یا فرد از یک نهاد مالی یا سایر افراد قرض می‌گیرد. معمولاً قرضه‌ای که از بانک گرفته می‌شود.

نفع/ فایده خالص - مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید شما باقی می‌ماند.

عاید- پولی که معمولاً از منبع فروش محصولات یا خدمات عاید شرکت می‌شود.

? برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- سرمایه چیست و چرا به آن ضرورت داریم؟ ۳. دسترسی به منابع مالی
- مفاد چیست و چگونه مفاد خود را تعیین کنیم؟ ۱۲. مدیریت مالی
- چگونه بدانیم که در آینده به چه مقدار پول نیاز خواهیم داشت و مطمئن شوم که مصارفم را تامین کرده میتوانم؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه تخمین بزنم که فروشات سالانه‌ام چقدر خواهد شد؟ ۱۰. بودجه سازی
- چرا در بانک پول کافی ندارم؟ در بودجه‌ام پیش‌بینی شده بود که عاید خواهم داشت؟ ۱۰. بودجه سازی
- قرضه‌ها (حساب تأدیات) یا طلبات بالای مشتریان (حساب دریافتنی) را چگونه در بودجه درج کنیم؟ ۱۰. بودجه سازی



۱۴.

قرضه‌ها (حساب تأدیات) یا طلبات
بالای مشتریان (حساب دریافتی)
را چگونه در بودجه درج کنم؟



بودجه ابزاری است که با استفاده از آن می‌توانید در مورد آینده شرکت و کاروبار خود فکر کنید. بودجه شما باید طوری طراحی شود که نیازهای شرکت‌تان را برآورده سازد و بتوانید از آن واقعاً استفاده کنید. باید دین‌های خود را پی‌گیری کنید و بدانید که چه مقدار پول قرضدار هستید (حسابات پراختنی) و چه مقدار از دیگران (حسابات دریافتنی) طلبکار هستید. دانستن مبلغ نقدی که از دیگران طلبکار هستید و مبلغی که شما باید به دیگران بپردازید برای آنکه هر ماه مقدار کافی پول نقد داشته باشید، مهم است. برای مثال، سحر یک تاجر با تجربه تجهیزات طبی در افغانستان است. او برای تعداد زیاد توزیع کنندگان و کاربران محصولات طبی، تجهیزات عرضه می‌کند. او تجهیزاتی را که به هر توزیع کننده می‌دهد، ثبت کرده و در مدت سه ماه پول آن را جمع‌آوری می‌کند. او در عین حال باید پولی را که به تهیه کنندگان تجهیزات چینی و پاکستانی مدیون است نیز در نظر داشته باشد. سحر انوایس تجهیزات را که به هر توزیع کننده داده، تهیه کرده برای ارسال می‌کند. تهیه کنندگان نیز برای خریدهایی که سحر به شکل قرض انجام داده است، انوایس نوشته برای ارسال می‌کند. انوایس فهرست اجناس و خدمات عرضه شده و پولی است که از بابت آن اجناس و خدمات باید پرداخت شود.

انوایس ابزار مهمی برای پیگیری پولی است که دیگران به شما مدیون‌اند. انوایس برای ثبت معاملات فروش استفاده می‌شود و بعنوان بیل به خریدار محصول یا خدمات شما ارسال می‌گردد. انوایس به مشتریانی داده می‌شود که توافق می‌کنند بعداً پول شما را بپردازند. انوایس را از تهیه کنندگان یا فروشندگان محصولات و خدماتی که شما فعلاً نیاز دارید و توافق می‌کنید که پول آن‌ها را بعداً بپردازید، می‌توانید دریافت کنید.

مقدار پولی را که هر ماه انتظار دارید دریافت کنید و نیز مقدار پولی را که قرار است در آن ماه بپردازید، برآورد کنید و مجموع آن را هر ماه، تازه و بروز کنید. هر هفته، باید بدانید که چه مقدار پول باید به دیگران و چه مقدار دیگران به شما بپردازند. در مجموع حساب دریافتنی‌ها و پرداختنی‌های تان چقدر است. نظارت دقیق از این دو بخش یکی از راه‌هایی است که شما را کمک می‌کند از جریان ورود و خروج مقدار کافی پول نقد در شرکت خود مطمئن باشید.

جنوری	جنوری فرضیات	تغییرات در سرمایه کاری
۲۵,۰۰۰	فروش ۵ تجهیزات به صورت قرض	افزایش در آنچه که مشتریان به سحر مدیون هستند (خروج پول نقد)
۱۵,۰۰۰	فروش سه قطعه از تجهیزات در ماه گذشته	کاهش در آنچه که مشتریان به سحر مدیون هستند (ورود پول نقد)
۵۲,۵۰۰	خرید هفت قطعه در ماه جاری	افزایش در آنچه که سحر از فروشندگانش قرض گرفته است (ورود پول نقد)
۲۲,۵۰۰	خرید سه قطعه در ماه گذشته	کاهش در آنچه سحر از فروشندگانش قرض گرفته است
۲۰,۰۰۰		مجموع تغییرات در سرمایه کاری

شما می‌توانید ورکشیت بودجه جریان پول نقد در بخش ابزار وبسایت دستیار را برای پی‌گیری ورود و خروج پول نقد به شرکت خود استفاده کنید (مثل آنچه سحر انجام می‌داد). همچنان باید فهرست انوایس‌هایی را که ارسال و دریافت کرده‌اید، نگاه‌دارید.

بیشتر بدانیم



جمع‌آوری پول از مشتریان اثر بسیار جدی بر مقدار پول نقد شما دارد. لذا مهم است که روشی برای حصول اطمینان از ارسال فوری انوایس به مشتریان داشته باشید و بتوانید پول انوایس‌ها را به موقع جمع‌آوری کنید.

معمولاً در مورد مقدار قابل توجه پولی که بالای مشتریان دارید و نیز پولی که به فروشندگان یا از بابت مصارف خود مدیون هستید، در بودجه توضیحات بیشتر درج می‌شود. باید سیستمی برای تعقیب پول‌هایی که قرضدار هستید و پول‌هایی که بالای دیگران قرض دارید، داشته باشید. انوایس را می‌توان برای ثبت

معاملات فروش استفاده کرد و به شکل بیل به فروشندگان محصولات و خدمات ارسال نمود. در انوایس تاریخ، نام و آدرس مشتری و تهیه کننده، شرح اقلام خرید شده همراه با قیمت آن‌ها، و مدت زمان پرداخت آن (معمولاً ۳۰ تا ۴۵ روز) درج است. به این طریق شما انوایس‌هایی را که باید بپردازید و انوایس‌هایی را که به مشتریان ارسال می‌کنید تا پول شما را بپردازند، باید ثبت نمایید.

مهم است که مجموع هردو حساب پرداختنی و دریافتنی را جدید و بروز نگهدارید. هر هفته شما باید بدانید که چه مقدار پول دریافت و چه مقدار پول دیگر پرداخت خواهید کرد، و در مجموع بیلانس حساب پرداختنی و دریافتنی شما چگونه است. با ملاحظه تاریخ سررسید انوایس‌ها می‌توانید تخمین بزنید که هر ماه چه مقدار پول احتمالاً دریافت و یا پرداخت خواهید کرد. این مبلغ را زیر حسابات دریافتنی و پرداختنی درج کنید.

سرمایه‌ی در گردش اصطلاح کلی است که تفاوت میان حسابات دریافتنی و پرداختنی و همچنان هرگونه تفاوت زمانی میان وقت پرداخت بیل‌ها و زمان دریافت پول از مشتریان را پوشش می‌دهد.

کوشش کنید پول نقد کافی برای ۲-۳ ماه را نزد خود نگهدارید تا بتوانید قرض‌های خود را بپردازید. یک راه برای کاهش اثرات حسابات دریافتنی که از یک ماه به ماه دیگر افزوده می‌شود این است که تخمین بزنید فیصدی معین مشتریان شما هرگز پول را نخواهند پرداخت. با فیصدی تخمینی کلان‌تر شروع کنید و زمانی که تجربه بدست آوردید، می‌توانید این مبلغ را در مبالغ آینده پیش‌بینی کنید.

هرگونه دارایی که شما انتظار دارید بیش از یک سال عمر کند، سرمایه‌گذاری پنداشته می‌شود. و این می‌تواند دارایی باشد که شما آن را می‌خرید مثل تجهیزات تولیدی، و در بودجه بعنوان خروج پول نقد ثبت می‌شود. پول نقد، وابسته به توافقی که با فروشنده تجهیزات دارید، ممکن است یکجایی و در یک قسط یا در چندین قسط پرداخت شود.

وقتی یک خرید کلان انجام می‌دهید، مثل خرید وسایط، تعمیرات یا تجهیزات تولیدی، شاید نیاز باشد که قبل از تحویل گرفتن و استفاده تجهیزات در چندین قسط پول بپردازید. اگر شما تجهیزات را قبل از تکمیل تمام قیمت آن تحویل بگیرید، پرداخت‌های ماهواری را که باید به فروشنده بپردازید در حساب کل پرداختنی درج نمایید.

اگر شرکت شما به کسی قرض می‌دهد (به شمول خود شما که مالک شرکت هستید)، باید بازپرداخت آن را بودجه سازی کنید. بازپرداخت مورد انتظار پول قرض داده شده را در حسابات دریافتنی درج نمایید.

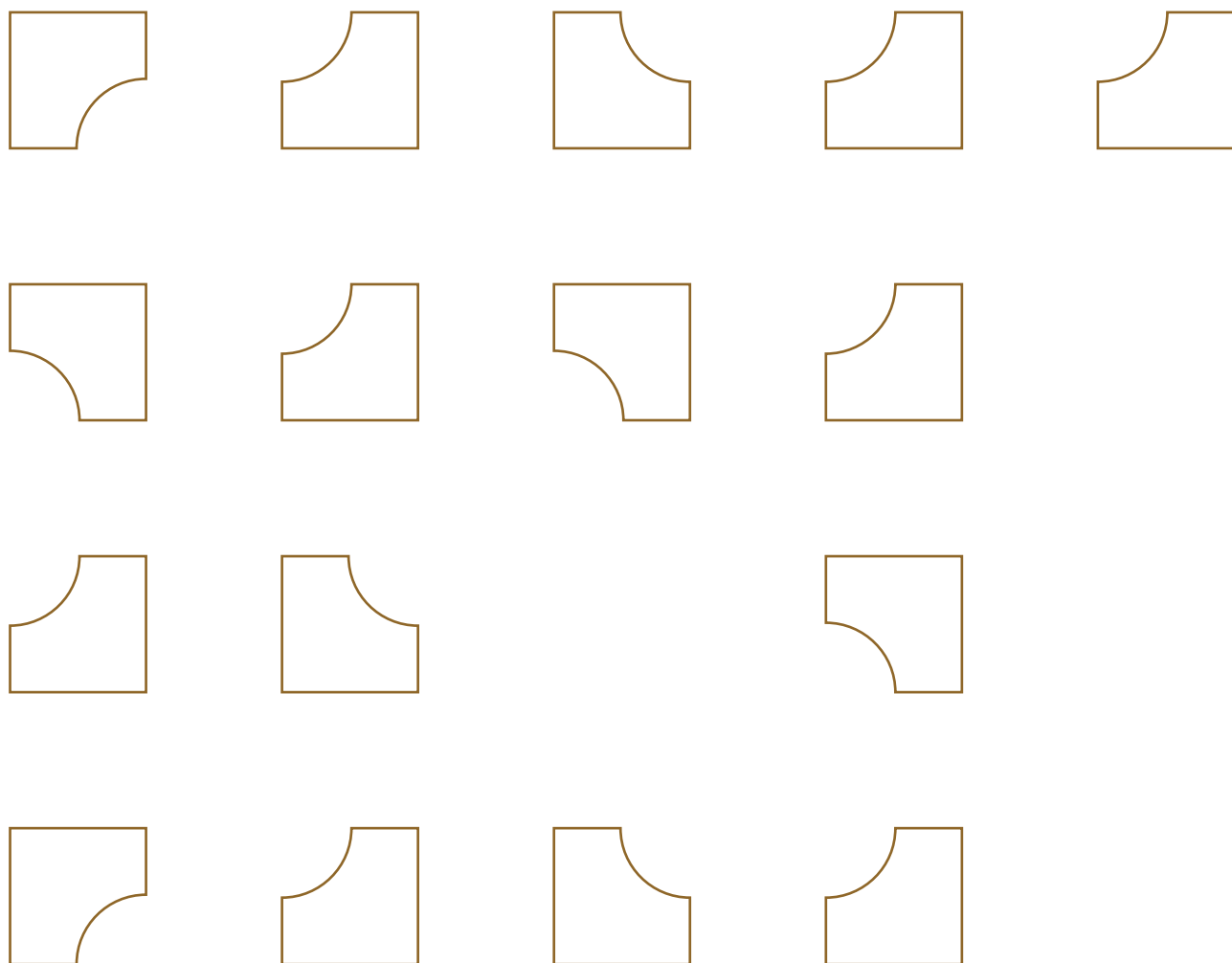
وقتی از بانک، سرمایه‌گذار یا قرضه‌دهنده‌ی کوچک قرضه می‌گیرید، هر ماه مبلغ بازپرداخت را در حسابات پرداختنی خود شامل کنید. وقتی مبلغ کلانی را به شکل قرضه به دست آوردید، مبلغ اصلی همراه با فیس بانکی آن باید در مدت توافق شده باز پرداخت گردد.

تعریف اصطلاحات این بخش

انوایس- لیست اشیا و خدماتی ارایه شده و مبلغ پولی که باید پرداخت شود.

برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- سرمایه چیست و چرا به آن ضرورت داریم؟ ۳. دسترسی به منابع مالی
- چرا به بیلانس شیت یا ورقه بیلانس ضرورت داریم و چگونه آن را بسازیم؟ ۳. دسترسی به منابع مالی
- چگونه بدانیم که در آینده به چه مقدار پول نیاز خواهیم داشت و مطمئن شوم که مصارفم را تامین کرده می‌توانم؟ ۱۰. بودجه سازی
- چگونه مصارف آینده‌ام را تخمین کنم؟ ۱۰. بودجه سازی



۱۵.

آیا بودجه را باید خودم
تهیه و ترتیب نمایم؟

شما کسی هستید که از شرکت و کار و بار خود بیشترین آگاهی را داشته و می‌توانید دقیق‌ترین تصمیم را در ارتباط با شرکت خود بگیرید. لام نیست خودتان بودجه را بسازید ولی باید مسئولیت پروسه و فرضیات خود را به دوش بگیرید.

متشبت موفق بودن به معنای آن است که نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی نمایید، تا مجبور نشوید همه کارها را خودتان انجام دهید. گرفتن کمک در تهیه بودجه قابل قبول است مشروط به اینکه فراموش نکنید که نسبت به واقعی بودن بودجه‌ای که ساخته‌اید و توانایی خود در دستیابی به اهداف پیش‌بینی شده باید باور داشته باشید.

بیشتر متشبتان کار ترتیب بودجه را به محاسب، تیم مالی یا حتی عضو خانواده یا دوستی که توانایی کمک در تهیه بودجه را داشته باشد، واگذار می‌نمایند ولی خودشان از جریان کار در مطابقت با بودجه نظارت می‌کنند. مسئولیت نهایی همیشه به عهده مالک شرکت است.

بیشتر بدانیم

مالک شرکت بودن به معنی آن است که باید چیزهای زیادی را بیاموزید. اما لازم نیست در هرچیز متخصص باشید. وقتی بوجه خود را می‌سازید، ممکن مواردی وجود داشته باشد که شما به کمک نیاز پیدا کنید. لذا از تقاضای مشوره از افراد متخصص در بخش‌های معین بودجه هراس نداشته باشید. اما بازهم باید تاکید کنیم که مسئولیت پروسه و نتایج بودجه به عهده شما خواهد بود. لذا نمی‌توانید این مسئولیت را به یک محاسب سپرده و مسئولیت‌های خود را نادیده بگیرید.

گام ۱: پروسه‌ای بسازید که برای شما مناسب باشد و خودتان آن را تطبیق کرده بتوانید. آنقدر روی ساختن پروسه‌ی «کامل» تمرکز نکنید که بعد از تکمیل آن، چیزی ساخته شود که در عمل از آن استفاده نمی‌کنید. برای پروسه بودجه خود نکات ذیل را مدنظر بگیرید:

- پروسه باید برای شما واضح باشد و بتوانید آن را برای کس دیگری که تازه به تیم شما می‌پیوندد (محاسب، سرمایه‌گذار، قرضه دهنده یا عضو جدید تیم) توضیح دهید.
- پروسه بودجه سازی باید شما را کمک کند تا فعالیت‌ها را با فروشات و مصارف پلان شده ارتباط دهید. تنها جمع کردن مصارف سال گذشته وافزودن چند درصد بر آن برای پلان سال بعدی، کار مفیدی نیست.
- نظر خود را در محدوده زمانی معین تعقیب کنید. شما تنها به اعداد نیاز ندارید، بلکه به سندی که توضیح دهد چرا اعداد آن گونه هستند، نیز نیاز دارید.
- درمورد آنچه موثر است و آنچه موثر نیست نتیجه‌گیری کنید. فرضیات خود درمورد بازدهی مصارف را درج کنید. اگر پلان دارید که بیشتر روی اعلانات انترنیتی پول مصرف کنید، انتظار دارید در نتیجه آن اعلانات چه تعداد مشتری به شما مراجعه کنند؟ اگر چه این مساله شاید بصورت مستقیم به فایل اکسل شما مرتبط نباشد، ولی در نوشته توضیحی خود بصورت واضح ذکرش کنید.

گام ۲: مشخص سازید که بودجه خود را در کجا ترتیب و نگهداری می‌کنید (روی ورق، نرم افزار اکسیل یا در سیستم حسابداری و غیره). مطمئن شوید که تمام داده‌های مورد نیاز خود را برای مقایسه بودجه با عملکرد واقعی بدست می‌آورید.

هنگام ساختن بودجه ممکن است به کمک محاسب خود یا کدام متخصص دیگر نیاز پیدا کنید. استفاده از مهارت آنان خوب است، اما مسئولیت خود در ارتباط به ابزار و پروسه بودجه سازی را فراموش نکنید.

گام ۳: فرضیات شما برای سال آینده را انجام دهید. انتظار نمی‌رود شما همه چیز را بدانید و به تنهایی انجام دهید. اما بعنوان مالک، مسئولیت فعال نگاه‌داشتن تجارت خود را به عهده دارید. یعنی باید تمام فرضیات بودجه خود را خودتان انجام دهید. حتی اگر در ساختن فارمت و فرمول کسی با شما کمک کند.

یکی از اهداف اصلی پروسه‌ی بودجه سازی این است که شما درمورد هرآنچه برای شرکت شما موثر است و آنچه موثر نیست وقت گذاشته فکر کنید و برای سال آینده پلانی بسازید تا برخی کارهای متفاوت را انجام داده و مطمئن شوید تشبثتان نفع خواهد کرد. لذا برای درک نیازهای شرکت خود وقت کافی بگذارید، و تعهد کنید که بجای سرهم کردن فوری چیزی بنام بودجه، پروسه‌ی بودجه را به تمرین مفید برای خود تبدیل کنید.

وقتی شرکت رشد نمود و مسئولیت‌ها را به سایر افرادی که در شرکت فعالیت دارند واگذار کردید، آن وقت می‌توانید برای سال بعدی نظرات آنان را جویا شوید و در بودجه مدنظر بگیرید. اما در آن حالت نیز شما مسئولیت کامل دارید تا منفعت زایی و نیازهای نقدی شرکت خود را درک و شناسایی کنید.

تعریف اصطلاحات این بخش

اعلانات- تلاش و اطلاع رسانی برای متقاعد کردن مخاطبین مورد نظر تا محصول و خدمات شما را خریداری نمایند.

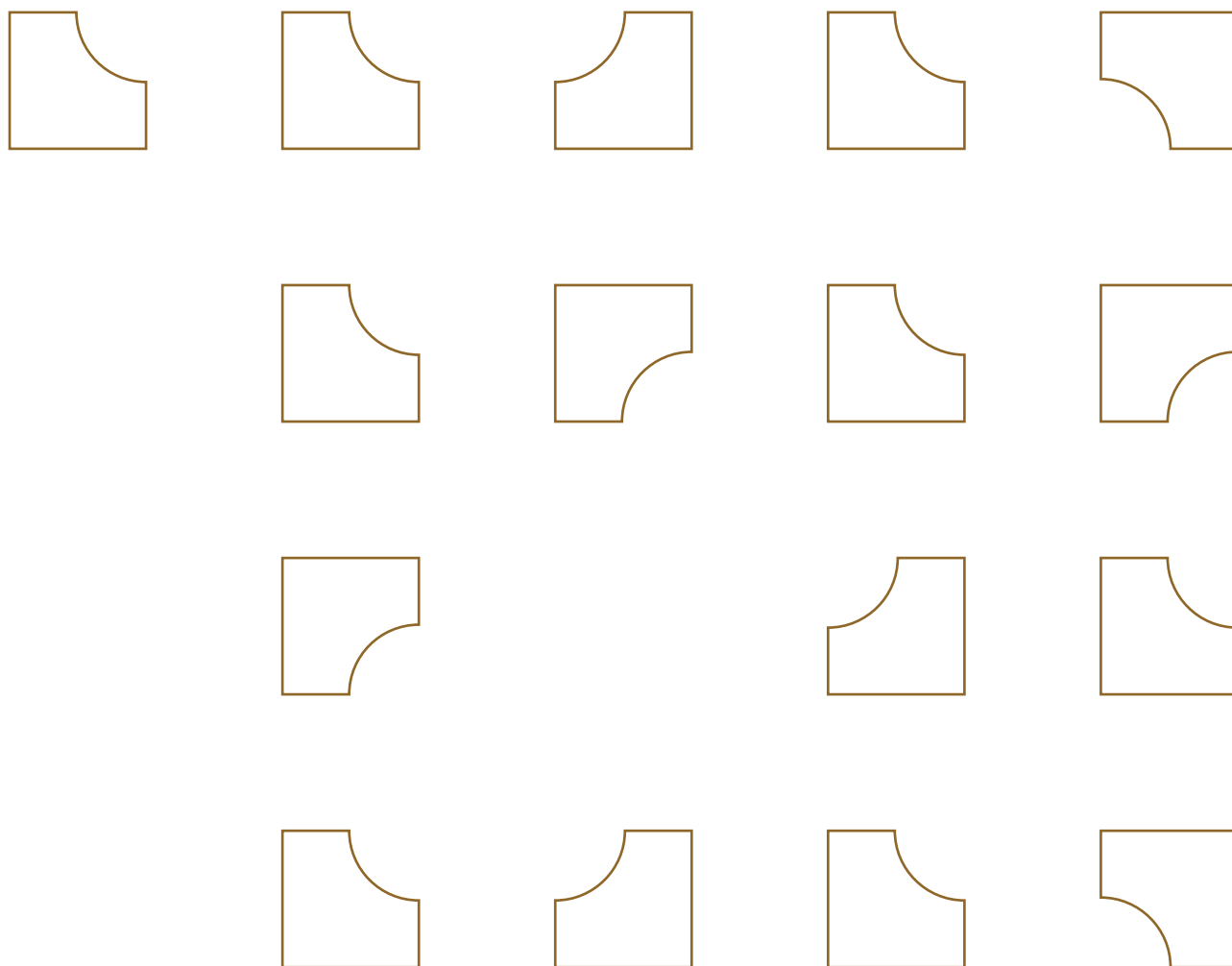
سرمایه‌گذار- فرد یا شرکتی که به امید بدست آورد بهره‌ی مالی، پول خویش را در یک تثبیت سرمایه گذاری می‌کنند.

قرصه دهنده- شخص یا سازمانی که مبلغی پول را در برابر فیس در اختیار دیگران قرار می‌دهد، تا آن برای پیشبرد کاروبار شان استفاده کنند.

نفع/ فایده خالص - مبلغی که بعد از کسر هزینه‌ها از عواید شما باقی می‌ماند.

? برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- چگونه بودجه بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- برای بودجه‌ام از کدام فرمت استفاده کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- بودجه را برای چه مدت بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- بودجه‌ام را به چه کسی نشان دهم و چرا؟ ۱۰. بودجه سازی



۱۶.

بودجه ام را به چه کسی
و چرا نشان دهم؟

بودجه ابزار داخلی شرکت شما بوده و هدف آن کمک به پلان‌گذاری سال آینده، تعیین اهداف و سنجش پیشرفت کار شما می‌باشد. بودجه باید به شما ایده‌ی خوبی از موقعیت شرکت‌تان در سال آینده بدهد. اما چیزی نیست که با گذشت زمان نتوان آن را تغییر داد.

چون بودجه با آینده سروکار دارد، بر مبنای حدس و تخمین استوار است. بودجه چیزی نیست که از دیگران بخواهید روی آن بعنوان معلومات کاملاً دقیق اتکا کنند. به همین دلیل، خوب نیست که بودجه خود را با دیگران شریک سازید. اما چند استثنا وجود دارد:

- محاسب یا حسابدار شما باید فارمت بودجه‌تان را ببیند تا مطمئن شود که معلومات حسابداری مورد نیاز شما را به شکلی در اختیارتان قرار دهد که مقایسه آن دو برای‌تان آسان گردد.
- خانواده و مشاورین، بودجه شما را وقتی به نهایی شدن نزدیک شد باید ببینند تا درمورد تجارت شما نظر دهند و اگر چیزی را فراموش کرده باشید، یادآوری کنند.
- تیم شما باید بودجه و شرح اهداف آن را مرور کنند. بطور مثال، تیم فروشات شما اهداف فروشات سالانه و ماهوار و همچنان حداکثر مقدار محصولات را که انتظار دارید بفروشند، باید ببینند. اگر آنان امتیاز بازاریابی و سفر خرج داشته باشند، باید از مبالغ آن در بودجه مطلع شوند.
- بودجه و پلان تجاری شما باید به مرجع تمویل کننده مالی نشان داده شود. این کار به آنان در درک وضعیت تجارت شما کمک می‌کند. آنان از رشد آینده‌ی شرکت شما مطمئن خواهند شد و یا خواهند دانست که چرا شرکت از رشد باز مانده و در حال تنزل است؟ برای برگرداندن شرکت به حالت منفعت زایی چه کار باید کرد؟ آنان به شما در ارایه توجیهاات لازم برای سرمایه‌گذاری بیشتر در شرکت کمک خواهند کرد.

اگر شما بودجه خود را با کسی که در شرکت شما سهام است شریک می‌سازید، باید عملکرد واقعی شرکت را نیز با آنان در میان بگذارید. با توجه به نقشی که آن شخص در شرکت دارد، می‌توانید معلومات بودجوی را بیشتر یا کمتر با او شریک کنید. اما مهم است که نظر و پیشنهاد خوب درمورد عملکرد و اهداف شرکت خویش از آنان دریافت کنید.

بیشتر بدانیم

بودجه را در داخل خانواده و شرکت (با محاسبان، اعضای خانواده، مشاوران یا سایر اعضای تیم) طوری شریک سازید که محرمانه آن حفظ شود. هرگز تمام فایل بودجه یا نسخه‌ی الکترونیک آن را که هرکس بتواند آنرا اصلاح و تعدیل کند با کسی شریک نسازید. اگر بخواهید داده‌های مشخصی را شریک سازید، بهتر است آن‌ها را در پرزینتیشن‌های متفاوت خلاصه کنید. سند اصلی را کاپی پست نکنید. اطمینان حاصل کنید که افراد داخلی که بودجه را با آنان شریک می‌سازید، بدانند که این معلومات باید محرم باقی مانده و شریک کردن آن به خارج از شرکت ممکن است به فسخ قرارداد استخدام‌شان منجر گردد.

اگرچه بودجه معمولاً برای استفاده‌ی داخلی است، اما گاهی اتفاق می‌افتد که شما پیش‌بینی‌های خود را به خارج از شرکت شریک می‌سازید. در اینکه چه وقت، چگونه و با چه کسی این معلومات را شریک سازید، دقت نمایید.

اگر شما بخواهید از منابعی در بیرون از شرکت پول طلب کنید، قرضه دهنده یا همکار تجاری شما خواهان «پیش‌بینی‌ها» یا بودجه‌تان خواهد شد. سرمایه‌گذاران و بانکداران معمولاً خیلی به بودجه و پیش‌بینی‌های مالی علاقه‌مند می‌باشند. آنان می‌خواهند قبل از تصمیم‌گیری درمورد دادن قرضه یا سرمایه‌گذاری بدانند که نظر شما درمورد آینده‌ی شرکت چیست.

وقتی می‌خواهید بودجه خود را شریک سازید، نکات ذیل را در نظر بگیرید:

- در شروع معلومات عمومی‌تر را به شکل گراف یا چارت شریک سازید تا با یک نظر به آسانی قابل درک باشد. بطور مثال، ارایه اهداف فروشات و مفاد ناخالص به شکل چارت، بجای اعداد، باعث خواهد شد که از دادن معلومات بسیار مشخص جلوگیری شود و درعین حال، موضوع بطور موثرتر ارایه گردد.
- اطمینان حاصل کنید که اعداد بودجه شما با باقی پلان تجاری و پرزینتیشن که به سرمایه‌گذاران داده‌اید، مطابقت داشته باشند. نشان دادن اعداد متناقض به سرمایه‌گذاران خوب نیست.
- وقتی اعداد را با طرف‌های بیرونی شریک می‌کنید، مطمئن شوید که خودتان آن اعداد را می‌فهمید و می‌دانید که آن اعداد درخواست شما برای سرمایه‌گذاری را تقویت می‌کند.

- واقع بینانه‌ترین سناریوی خود را در ارایه معلومات به سرمایه‌گذاران استفاده کنید، و در صورت تقاضا، بهترین و بدترین موارد را بحث کنید. جزئیات در مورد بهترین و بدترین سناریوی فرضیات خود ارایه نکنید. چون آن‌ها بنیادی برای سرمایه‌گذاری نمی‌باشند.
- در کل، بودجه کامل (نسخه الکترونیکی اکسیل) خود را با هیچ کسی در بیرون شریک نکنید. به همین دلیل داشتن صفحه جداگانه فرضیات (به شکل اعداد و متن) بسیار مفید تمام می‌شود. اگر شما برای شریک کردن پیش‌بینی‌ها تحت فشار قرار گرفتید، می‌توانید آن دو سند را شریک سازید نه کل فایل اکسل را.

تعریف اصطلاحات این بخش

پلان تجارتي - سند مکتوبی که بیانگر پلان‌های یک شرکت برای رسیدن به اهداف آن می‌باشد.

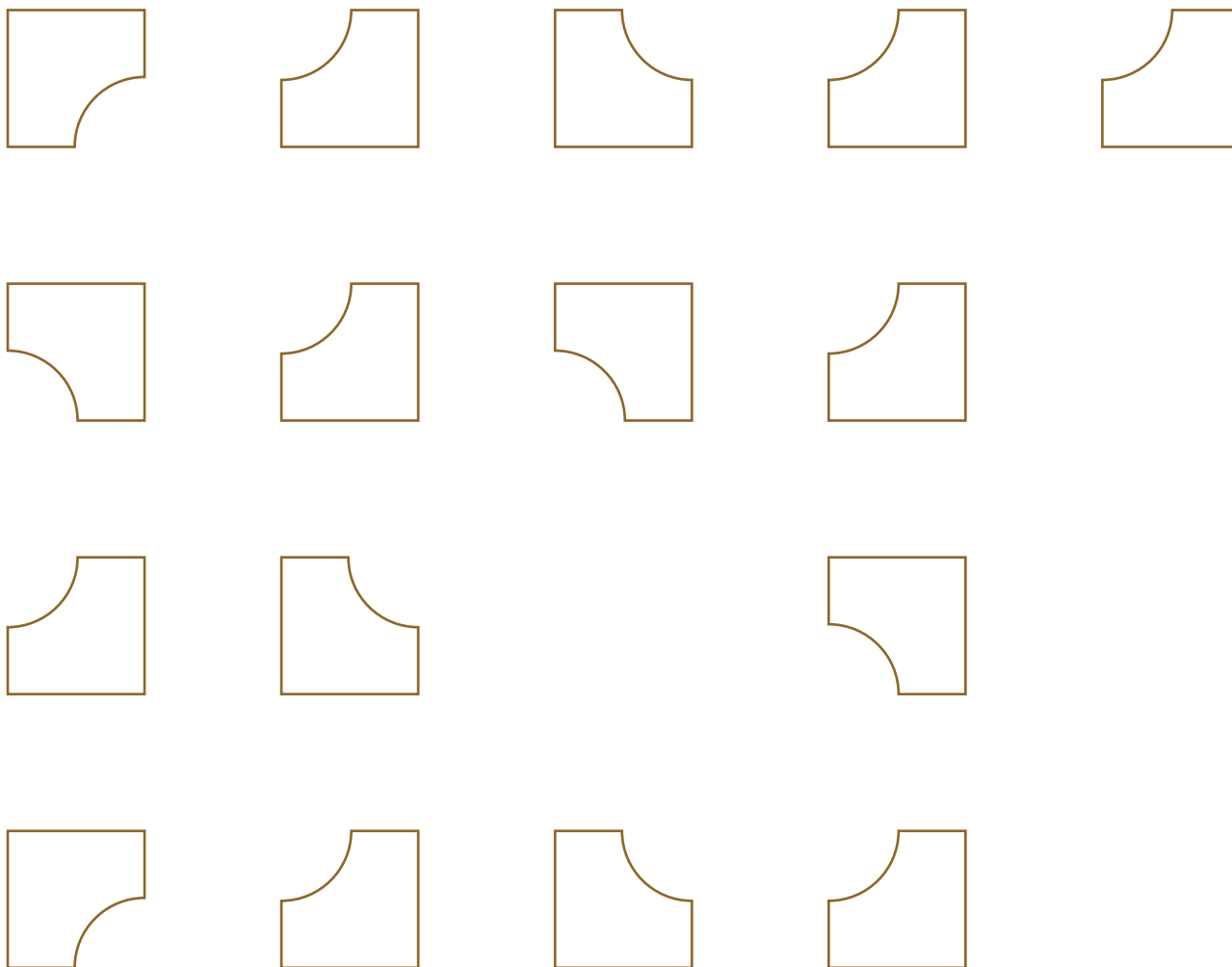
سرمایه‌گذار - فرد یا شرکتی که به امید بدست آورد بهره‌ی مالی، پول خویش را در یک تشب سرمایه‌گذاری می‌کنند.

قرصه دهنده - شخص یا سازمانی که مبلغی پول را در برابر فیس در اختیار دیگران قرار می‌دهد، تا آن برای پیشبرد کاروبار شان استفاده کنند.

مفاد ناخالص - حاصل تفریق قیمت فروش یک قلم جنس یا خدمات و هزینه‌ی آن اقلام و خدمات.

؟ برای معلومات بیشتر در ارتباط به این موضوع به مطالب ذیل مراجعه کنید:

- برای بودجه‌ام از کدام فارمت استفاده کنم؟ ۱۰. بودجه سازی
- آیا بودجه را باید خودم بسازم؟ ۱۰. بودجه سازی
- مربیان، معلمان و مشاوران را چگونه پیدا کنم؟ ۱. آغاز تشبیت و پلان‌گذاری
- انواع سرمایه‌گذاران کدام‌اند و چگونه کار می‌کنند؟ ۳. دسترسی به منابع مالی



ابزار