



SUPPORTING
WOMEN ENTREPRENEURS
IN BC

نظرة عامه:

من نحن:

مركز المشاريع النسائية هو منظمة غير ربحية تمولها الحكومة تؤمن بوجود مسارات فريدة من نوعها للنساء صاحبات الاعمال الحرة. نحن نقدم الدعم المتكامل للأعمال التجارية المملوكة للنساء في بريتش كولومبيا من خلال تطوير المهارات والتعليم، والموجهين، والخدمات الاستشارية للأعمال التجارية والقروض بحد أقصى \$150,000. ونعمل مع صاحبات الأعمال في قطاعات متنوعة وفي كل مرحلة من مراحل الأعمال.

لدينا ثلاثة خدمات رئيسية:

القروض - يقوم مركز المشاريع النسائية WeBC بتقييم طلبات القروض التجارية التي تصل إلى \$150,000 للنساء اللواتي يرغبن في بدء مشروع تجاري له مقومات الاستمرارية والنجاح في بريتش كولومبيا أو تعزيزه أو توسيعه أو شراء مصلحة حرة. ليس لدينا برنامج منح مالية بل قروض. لمعرفة المزيد عن برنامج القروض لدينا، احضري جلسة إعلامية مجانية تعقد الساعة الثانية عشر ظهر يوم ثلاثاء مرة واحدة كل اسبوعين (توقيت المحيط الهادئ). سجلي على موقع:

go.we-bc.ca/SBIS

تقديم المشورة والتوجيه والرعاية - يساعد مستشارو الأعمال الشركات في جميع المراحل. ويقدم المستشارون المشورة والموارد مجاناً في مجالات القضايا التجارية العامة مثل التسويق، وتخطيط الأعمال، والاستراتيجية والسيولة النقدية والقروض، والتجارة الدولية وبرامج تنوع الموردين.

يقدم مركز المشاريع النسائية WeBC خدمة مراجعة خطة الأعمال التي هي خدمة مدفوعة الأجر تتضمن تحليلاً مفصلاً لخطة عملك وجلسات لمدة ساعة تصل الى ثلاثة جلسات مع مستشاري اعمال لتقديم الملاحظات واقتراحات للتطوير.

يمكنك تحقيق أهدافك والحصول على المسار الصحيح لنجاح الأعمال بتوفر الدعم والتوجيه في مجال الأعمال التجارية يمكن ان تجدين ان 95% من المعدومات من قبل WeBC لا تزال شغالة بعد ثلاثة أعوام من انشاءها. تم تصميم برامجنا الإرشادية لمساعدتك على بناء الثقة وتحسين معرفة عملك وزيادة الإنتاجية وتقديم الدعم المعنوي.

تطوير المهارات - نقدم فعاليات تدريبية مستمرة وورش عمل ومناقشات بأسلوب webinar في مجموعة من المواضيع لمساعدة النساء على بناء المهارات العملية والتطبيقية التي ترتبط بنجاح تشغيل الأعمال التجارية الصغيرة. مجموعة مختارة من webinar المسجلة متاحة على قناة يوتيوب لدينا @thewebc. تتوفر خيارات الدراسة الموجهة ذاتياً ، بما في ذلك الموارد المجانية القابلة للتنزيل ومصنفات الأعمال مخفضة التكلفة، على موقعنا الإلكتروني. من قبل خبراء الصناعة، وغالبا ما تضم القصص من واقع الحياة، وخبراء بالمعلومات وتوجيهات ملهمة.



كيف تكتبي خطة عمل فعالة

هناك ثلاثة أسباب لكتابة خطة عمل:

1. **تقييم جدوى عملك** - قد يكون لديك فكرة تجارية كبيرة ولكن تريدي أن تعرفي أن هناك ما يكفي من الطلب للسلع او الخدمات التي تتوين تقديمها وانها ستكون تكون مربحة على المدى الطويل.
2. **تساعدك الخطة على تشخيص أو تحديد السوق** - حتى ان تكتشفي عملاء أو أسواق لم تفكري فيها من قبل!
3. **ستساعدك خطتك على النظر في التحديات** - النظر في ما قد لا يحدث وفقاً لخطتك الأصلية، ووضع خطط طوارئ. وتكوني على علم أنك قد وضعتي خطة احتياطية لأي مشاكل محتملة حتى تتخلصي من القلق.

كتابة خطة عمل ليست شيئاً تفعله لصالح شخص آخر، أو لأن شخصاً ما يقول يجب عليك ان تقومين به. مثلاً ان كنتي تسعين للحصول على تمويل لعملك - الممول سيحتاج إلى الاطلاع على خطط عمل. ولكن هناك فوائد أكبر لوجود خطة عمل. إنها وثيقة حية تحتاج إلى تحديث من وقت إلى آخر. وسوف تصبح مرجعاً للرجوع إليه باستمرار لمساعدتك على اتخاذ القرارات، وقياس الأداء، وتوجيه من يوم إلى آخر، من شهر إلى شهر. خطة عملك هي خريطة الطريق الخاصة بك.

الأسئلة الرئيسية التي ستعالجها خطة عملك هي:

- هل هذا العمل قابل للتطبيق؟
 - هل سيساعدني ذلك على تحقيق أهدافي؟
- فيما يلي الخطوط العريضة لخطة الأعمال الأساسية للشركات الصغيرة، ولكن نظراً للطبيعة المختلفة للشركات، مثلًا ليس كل نقطة تنطبق بالضرورة على عملك، وبعض المشاريع سوف تتطلب أقسام إضافية.

1- الموجز التنفيذي

يكون هذا ملخص يقع في صفحة واحد من النقاط الرئيسية التي تغطيها خطتك، بما في ذلك:

- وصف شركتك\مصلحتك والسلع/الخدمات
 - ميزة تنافسية
 - المصادر المقترحة واستخدام الأموال
- هذه ليست مقدمة أو خلفية لعملك. إنها ملخص لخطتك. لذلك اكتبي الملخص التنفيذي الأخير بعد الانتهاء من خطة العمل الخاصة بك. يجب أن يقدم الملخص التنفيذي للقراء نظرة عامة على خطتك بالكامل.

2. جدول المحتويات

عناوين المقاطع وأرقام الصفحات. تماماً مثل الملخص التنفيذي، اكتبي جدول المحتويات بعد الانتهاء من الخطة وترقيم جميع الصفحات.

3. وصف الشركة او المصلحة الحرة

ما هذا النشاط التجاري ولماذا تريدي القيام به؟ تقديم لمحة تاريخية عن المصلحة او الشركة. الهيكل القانوني للشركة - ملكية فردية، أو شراكة أو شركة؟ فريق الإدارة وموقعك في هذا الفريق وتفاصيل مهمة أخرى عن الشركة.

4. وصف المنتج / الخدمة

ما الذي ستصنعيه؟ بيعه؟ انتاجه؟ أو ما هي الخدمات التي تقدميها؟ في هذا القسم من خطتك يريد القارئ ان يكون او يحصل على صورة واضحة عن ما تتوين القيام به في عملك.

5. دراسة السوق

واحدة من اساسيات خطة العمل هو البحث الذي تقومين به لتطوير مفهوم عملك على أساس المعرفة التي تجمعيها.

كيف تعرف أن الناس يريدون سلعتك أو خدماتك؟ هذا هو جزء مهم بشكل خاص للشركات الحديثة التأسيس أو إذا كانت تقدم سلع أو خدمات جديدة. يتطلب منك بحث السوق أن يكون لديك حب فضول شديد حول نوع عملك. يمكنك جمع المعلومات لأبحاث السوق بطريقتين رئيسيتين:

الدراسة الثانوية: هذه هي المعلومات تم جمعها بالفعل.

البحث الثانوي و الإجابة على أسئلة مثل: تعداد النفوس في السوق المستهدفة؟

على سبيل المثال: لنفترض أنك تتوين تأسيس مركز رعاية نهائية للكلاب. في البداية يتطلب من المالكة أن يكون لها ترخيص، يمكنك معرفة عدد الكلاب في منطقتك. وإذا كنتي تعرفين أن ذوي الدخل الأعلى هم من يتسوق في متاجر الكلاب الخاصة، اذن ستحتاجين إلى معرفة عدد أصحاب الكلاب بالنسبة لتلك الشريحة من الدخل. يمكنك العثور على هذا النوع من المعلومات من القسم المتخصص في دار البلدية، موقع حكومة المقاطعة، وزارة الإحصاء الكندية، غرفة التجارة المحلية، أو المكتبة العامة.

البحث الأولي: المعلومات التي تجمعيها بنفسك. ويمكن القيام بذلك من خلال المقابلات الشخصية، والدراسات الاستقصائية

والمجموعات المهتمة في هذا النوع من الخدمات او البضائع. يمكنك أيضا مراقبة منافسيك لمعرفة ما هي الخدمات والمنتجات التي يقدمونها وما هي أسعارها. يمكنك إجراء دراسات حركة المرور ومقابلة الموردين. على الانترنت، يمكنك الاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المزيد عن الاتجاهات والأسواق.

إليك بعض النصائح حول الأبحاث الأولية:

تذكري أن تسألي الأسئلة التي من شأنها أن توفر الإجابات التي تحتاجين إليها لتحديد قابلية البقاء في المصلحة واتخاذ أفضل القرارات.

للعناية النهارية الكلب، مثلا، قد يكون لديك أسئلة مثل:

- "كم مرة كنت بحاجة إلى رعاية الكلب في النهار في العام الماضي؟"
- "ما هو أهم اعتبار عند اختيار الرعاية النهارية للكلاب؟"
- "ما الذي يمكن ان تدفعه مقابل يوم واحد من خدمات الرعاية النهارية؟"
- "كيف توصلت الى مراكز الرعاية النهارية للكلاب؟"

تذكري ان سؤال مثل "هل ستأتي بكلبك إلى متجري الجديد؟" – سوف تحصل على الكثير من 'نعم' لأن الناس يحبون أن يكونو وديين، ولكنها معلومة قد لا تكون دقيقة.

إذا كنتي تسألين مثل هذه الأسئلة من العديد من أصحاب الكلاب، ستتولد لديك صورة لعجم السوق الذي تتوين العمل فيه بما في ذلك الحاجة الى الاعلان.

دراسة مجال العمل

- الحجم الإجمالي للمجال الذي تنوین العمل فيه (الإيرادات ، عدد الشركات، إلخ.
- إمكانات النمو والعوامل التي تؤثر على النمو في ذلك المجال.
- اتجاهات النشاط التجاري، بما في ذلك الفرص والصعوبات.
- المعايير واللوائح التي تؤثر على النشاط التجاري (أي الصحة والسلامة، وملصقات تفصيلية عن التعبئة)

دراسة المنافسة

وصف أفضل المنافسين، بما في ذلك حجمها (عدد الموظفين)، والموقع، والمنتجات/ الخدمات، ونقاط القوة والضعف. ناقشي أوجه التشابه والاختلاف بين سلعة/خدماتك وتلك التي يقدمها المنافسون.

تحليل السوق يمكن أن يساعدك على تحديد الميزة التنافسية الخاصة بك، وهو أن الشيء الذي تقوم به لتمييز عملك عن منافسيك.

مقومات العمل

سوف نقوم بتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات في عملك. نطلق على هذا تحليل *W-O-T-S*، وهو أداة لمساعدتك على تحديد وتحليل العوامل التي يمكن أن يكون لها تأثير على استمرارية عملك. القوة والضعف هي عوامل ذاتية، وهذا يعني أن العامل له علاقة مع الشركة نفسها. الفرص والتهديدات هي خارجية، وهذا يعني تأثيرات من خارج الشركة مثل السوق، والمنافسة، والاقتصاد، إلخ.

موائيه	غير الموائيه	
نقاط القوة	الضعف	ذاتية
الفرص	التهديدات	خارجية

إن تحليل نقاط القوة والضعف والفرص في العالم مهم في تخطيط الأعمال لأنه يسمح لرواد الأعمال فهم أعمالهم حتى يتمكنوا من الاستفادة من نقاط قوتهم ومعالجة نقاط الضعف للاستفادة من الفرص وردع التهديدات.

6. خطة التسويق

السوق المستهدف

تحديد الخصائص المحددة للعميل النموذجي الذي من شأنه أن يشتري المنتج / الخدمة الخاصة بك أي الجغرافيا، والعمر، والجنس، والدخل، ونمط الحياة. لا يعني استهداف مجموعة معينة أنك تستبعد الأشخاص الذين يقعون خارج معايير المجموعة. بدلا من ذلك، التسويق المستهدف يسمح لك لخلق وعي لشهرك التجارية والتركيز على الأنشطة التسويقية للوصول إلى التوقعات بشأن الشريحة التي من المرجح أن تشتري المنتج/الخدمة. بل هو وسيلة أكثر كفاءة وفعالية لتوليد الأعمال التجارية.

بمجرد أن تعرفي من هو عميلك وخصائصه الخاصة، يمكنك تطوير استراتيجية الاتصالات والتسويق للوصول إليهم على أفضل وجه. بدلا من وضع إعلان في الصحيفة، ثم الانتظار والأمل في أن الناس ستتصل بك. خطة التسويق تقدم المزيد من الاستراتيجية في التسويق. تذكر أن التسويق ليس مجرد إعلان. الإعلان هو جزء صغير من التسويق. كما يتضمن تحديد موقع المنتج، والتسعير، والترويج، والتوزيع وهي الاجراء الاخرى.

تحديد مكان المنتج في السوق

- ما هي الصورة التي تريد ان يتميز المنتج او الخدمة التي تتوین تسويقها فيما يتعلق بالبدائل المتاحة لهم أي السلعة الفاخرة، شراء دفعة ، ضرورة ، البند التخصص ، وما إلى ذلك؟
- تحديد الادوات المستخدمة لتكوين سمعتك التجارية ووضع المنتج / الخدمة في السوق.

التسعير

- ما هي اسعارك وكيف وصلت إليها؟
- كيف تقارنين أسعارك بأسعار المنتجات او الخدمات المعروضة من منافسيك؟

المبيعات والتوزيع

المبيعات

- حددي انظمة عمل شركتك، والضمانات، والتعهدات، وما إلى ذلك.
- تحديد سياسات الانتماء والتحصیل.
- اشرح كيف ستقيسين رضا العملاء.

التوزيع

- كيف يمكن لمنتجك الوصول من موقع عملك إلى عميلك؟
- أين سيتم بيع بضائعك أو أين سيتم تسليم /إجراء الخدمة؟
- تحديد الوسطاء في شبكة التوزيع الخاصة بك، مثل تجار الجملة والموزعين، الخ.

7 - العمليات

هذا الجزء من الخطة يتعلق ب "كيفية" سيجري العمل. ويتضمن معلومات عن الموردين والموظفين وساعات العمل.

الإنتاج

- وصف العملية التي يتم من خلالها إعداد أو الحصول على المنتج، أو في حالة نشاط خدمة، كيفية تنفيذ الخدمة.
- حجم الإنتاج، والقدرة، ووقت التصنيع (أو وقت تقديم الخدمة).
- المواد والمرافق، بما في ذلك حجم ونوع المساحة اللازمة (أي التصنيع، والمخازن، والإدارة) والمعدات اللازمة.
- موقع الموردين، وأوقات التسليم وطريقة الشحن.

العاملين

- عدد الموظفين المطلوبين، بمن فيهم المتعاقدون من الباطن.
- المؤهلات.
- توافر اليد العاملة.
- الأجور والمزايا.

- التدريب.
- السياسات المتعلقة بالموظفين
- قضايا صحة العمال والامان.

شئون اخرى

- ساعات العمل.
- التراخيص والتصاريح المطلوبة.
- المسائل التنظيمية، بما في ذلك الآثار البيئية المحتملة.
- التأمين المطلوب للمصلحة.

8. الخطة المالية

تلخص خطتك المالية جميع الأجزاء المختلفة من خطة عملك. المعلومات التي تحتاجها للخطة المالية تأتي من أبحاث السوق، خطة العمليات واستراتيجية الأعمال الخاصة بك.

يمكن أن تكون البيانات المالية تاريخية أو تطلعية. بالنسبة إلى شركة جديدة ليس لها تاريخ، نتطلع إلى الأمام. هناك بيانات مالية مختلفة بما في ذلك:

- الميزانية العمومية
- الدخل
- توقعات السيولة النقدية

سنركز على تبيان السيولة النقدية لأن النقد مهم. بدون نقد، لا يمكن لعملك أن ينجح.

لكي تتمكن من رسم توقعاتك، ستحتاجين إلى فهم جيد حول مقدار النقد الذي يأتي إلى العمل ومقدار إنفاقك. بعض التكاليف متغيرة وبعضها ثابت. تتقلب التكاليف المتغيرة مع حجم المبيعات. التكاليف الثابتة تبقى على حالها بغض النظر عن مستويات النشاط التجاري.

خطوتك الأولى هي معرفة ما هي تكاليف بدء التشغيل.

على سبيل المثال، إذا كانت بشأن فتح مخبزًا، قد تتضمن تكاليف بدء التشغيل ما يلي:

- تأجير ومساحة المأجور/وعربون الإيجار
- اللافتات واعداد المكان
- التراخيص
- التأمين
- معدات الخبط والفرن
- اول طلبية للبضاعة المطلوبة

بمجرد تحديد تكاليف بدء التشغيل، ستحتاجين إلى تحديد تكلفة إدارة الأعمال كل شهر؟ بعض التكاليف الثابتة تشمل:

- الأيجار
- المرافق

• معدات الإيجار

• التسويق

• لوازم مكتبية أو حاسبات الكترونية

الخطوة التالية هي تحديد تكلفة السلع والتي هي الجزء الأكبر من توقعات تسمى السيولة النقدية التي تنتظر في التكاليف المتغيرة. من عناصر هذه القائمة:

• مكونات الخبز

• التعبئة والتغليف – صناديق وأكياس

• أجور العمالة الجزئية او المؤقتة Part Time Employment

وتعتبر هذه التكاليف متغيرة حيث ان انتاج المزيد من الخبز والكعك مثلاً، يستوجب المزيد من المكونات واللوازم.

الخطوة الأخيرة هي عرض المبيعات الخاصة بك. المبيعات الشهرية، هل لديك مصادر دخل اخرى؟ على سبيل المثال هذا قد يكون لديك مبيعات منتجات الافران فضلاً عن المبيعات من القهوة والشاي وغيرها من الخدمات الغذائية.

وهذا يكون ما يسمى "توقعات السيولة النقدية". وهي أداة رائعة لقياس الاحتمالات العملية.

تجعلك توقعات السيولة النقدية ان تقدرى، مع مرور الزمن، وشهراً بعد شهر، الدخل والمصاريف. عادة ما تكون تنبؤات السيولة النقدية الاعتيادية لفترة 24 شهراً القادمة. تذكرى ان دراسة السوق تعطي احتمالات السيولة النقدية. وتستند التنبؤات على تقديرات مدروسة وبحثية. يساعدك التنبؤ بالنظر في مستقبل عملك من حيث الجدوى والصحة المالية.

نماذج السيولة النقدية متوفرة من مصادر متعددة، وتتراوح في التعقيد. نموذج مركز المشاريع النسائية WeBC هو جدول بيانات بسيط على برنامج Excel ، مصمم للمبتدئين في مجال دراسة احتمالات السيولة النقدية. النموذج متاح للتنزيل المجاني من:

go.we-bc.ca/CashFlowTemplate

دراسة المخاطر والتخطيط للطوارئ

يركز هذا القسم من الخطة على "ماذا لو" سيناريوهات.

ماذا لو...

• عائداتك لا ترقى إلى توقعاتك؟

• المنافس يتحرك في ويؤثر على تسعيرك للمواد والخدمات؟

• المقاول لا يكمل العمل في الوقت المحدد للافتتاح؟

• يشهر المورد الرئيسي للمواد افلاسه؟

• إضراب لعمال الشحن ولا تستطيعين الحصول على المواد؟

هناك العديد من السيناريوهات التي يمكن أن تؤثر على عملك. لكن فكري في التحديات المحتملة التي تتعلق بنشاطك، ثم قومي بتطوير إجابات مختصرة لكل منها - اجابة واحدة تصف كيف "تبرزين" امام التحديات. يتطلع المقرضين الى خطط الطوارئ لأنه يبين أنك فكرتي في كل الاحتمالات، ووضعتي خطة لكل سيناريو.

10. الاعتبارات الداعمة

الاعتبارات الداعمة هي وثائق توفر مصداقية إضافية لخطة عملك يتم وضعها في ملحق في نهاية خطة العمل وقد تشمل:

- صور أو عينات من انتاجك
- السيرة الذاتية لأصحاب المصلحة و/أو أعضاء رئيسيين في فريق الإدارة
- خطابات النوايا أو خطابات الدعم، أو إعادة الطلب
- نسخ من التراخيص/التصاريح المطلوبة
- وثائق التأسيس
- رخصة الأعمال
- تقييمات الممتلكات والمعدات
- نسخة من اتفاقية الشراكة أو اتفاقية المساهمين
- منشورات التسويق
- مقالات إخبارية عن شركتك أو عن صناعتك
- عينة من أي استقصاءات أو استبيانات أجريت (تتضمن نتائج الاستطلاعات في قسم أبحاث السوق)

لا تنسى تضمين **صفحة غلاف** باسم نشاطك التجاري واسمك ومعلومات الاتصال بما في ذلك عنوان بريدك الإلكتروني ورقم هاتفك. بعد إكمال خطة الأعمال، إذا كنت على استعداد للمضي قدمًا، فإن الخطوة التالية هي تأسيس شركتك. هذه مكافنتك التي تساعدك على تحقيق فكرة عملك إلى المستوى التالي!

إنشاء شركتك

في هذا القسم سوف نغطي

1. أنواع مختلفة من هياكل المصالح التجارية
2. التراخيص والتصاريح
3. تسمية وتسجيل المصلحة
4. الضرائب
5. تسجيل اسم المصلحة على الانترنت Domain Name
6. وسائل التواصل الاجتماعية
7. الحصول على التمويل

1. أنواع مختلفة من هياكل المصالح الحرة والشركات

هناك ثلاث خيارات رئيسية لتأسيس المصلحة الحرة - الملكية الفردية أو الشراكة العامة أو التسجيل.

الملكية الفردية هي أبسط طريقة لإنشاء المصالح التجارية. أنت تسجل كصاحب المصلحة. والدخل من الأعمال التجارية هو يسب ضمن دخلك الشخصي في حساب ضريبة الدخل بك وأنت تتحمل جميع الالتزامات من الأعمال التجارية. وهذا يعني أنك مسؤول شخصياً عن جميع الديون أيضاً.

مزايا	عيوب
من السهل أن تشكل	
تكاليف بدء التشغيل منخفضة	المالكة مسؤولة بنسبة 100%
مزيد من الحرية كمالكة لديها السيطرة المباشرة	القليل من الحماية
تنظيم بسيط	يمكن أن يكون وحيدة
قد تكون مزايا ضريبية (استشير محاسب)	محدودية فرص الحصول على رأس المال
جميع الأرباح تذهب إلى المالكة	حماية محدودة للاسم التجاري

الشراكة تعني أنك تعمل مع أشخاص آخرين. كل شريك مسؤول عن تصرفات الشريك الآخر (الشركاء) وجميع الشركاء مسؤولون عن ديون والالتزامات المصلحة الشراكة.

مزايا	عيوب
من السهل أن تشكل	المالكات مسؤولون بنسبة 100%
تكاليف بدء التشغيل منخفضة	الإدارة منقسمة
محدود بسيط	من الصعب العثور على شريكة متوافقة (شركاء)
قاعدة أوسع للإدارة، والهيئات / مجموعات المهارات / المال للعمل	يلتزم الشركاء بعضهم البعض بشكل قانوني دون موافقة مسبقة
لا يتطلب القرار سوى موافقة شريكة واحد.	حماية محدودة للاسم التجاري

من المهم وضع اتفاقية شراكة تحدد بوضوح التزامات ومسؤوليات كل شريكة. هذه الوثيقة تسهل تسوية أي خلافات في المستقبل. حتى لو شاركت أحد أفراد العائلة أو أقرب صديق لكي في عمل تجاري، فمن الأهمية بمكان أن تحدد توقعاتك من بعضكم. اتفاقية الشراكة هي وثيقة ملزمة قانوناً توضح تفاصيل شروط وأحكام الشراكة الخاصة. وفي حالة حدوث نزاعات في المستقبل، سيتم الرجوع إلى اتفاق الشراكة.

الشركات هي كيان قانوني منفصل عن أعضائها (المساهمين). وهذا يعني أنك أنشأت شركة ثم تصبحين مساهمة في الشركة. الشركة هي كيان قانوني متميز عنك وعن أي مساهم آخر. يمكن أن تكوني المساهمة الوحيدة في الشركة. يمكنك أيضاً بدء العمل باعتبارها ملكية فردية ودمجها في وقت لاحق.

مزايا	عيوب
المسؤولية المحدودة - يقع على الشركة، وليس عليك	منظمة بصورة دقيقة
مزايا ضريبية محتملة	أكثر تكلفة التأسيس - قد يتطلب استخدام محام
يمكن بيع أسهم رأس المال	يجب تقديم سجلات شاملة ومحاضر وبيانات نهاية السنة - تتطلب محاسبًا
يمكن أن تتحمل الشركة ديونًا منفصلة عن الفرد	هذا لا يحرك من سداد الدين لأن المقرضين لا يزالون بحاجة إلى ضمانات المدير الشخصية على القرض
حماية الاسم - اسم الشركة يسجل في سجل الشركات ليس لأحد آخر استخدامه	تغيير اسم الشركة لا يتم بشكل مباشر مثل الملكية الفردية

2. التراخيص والتصاريح

نوع العمل الذي تبديني فيه يحدد أنواع التراخيص والتصاريح التي تحتاجينها. أفضل طريقة لتحديد ما تحتاجيه هو الدخول إلى هذا الموقع www.BizPal.ca. يمكنك إدخال موقع عملك، والمدينة أو البلدية التي أنت فيها، وسوف يطلب منك بعض الأسئلة حول عملك. ثم BizPal سوف يوضح أين يمكنك الذهاب والحصول على التراخيص والتصاريح التي تحتاجين إليها. هذا سيكون في كثير من الأحيان في دار البلدية.

3. تسمية وتسجيل المصلحة

إذا كنت تريدين استخدام اسم للمصلحة غير الاسم الشخصي، ستحتاجين إلى الحصول على موافقة من الجهات المعنية على اسم يعتمد قبل التسجيل، ثم تسجيلها لدى خدمات التسجيل في المقاطعة.

صاحبات الأعمال التجارية تقمن بتسجيل اسم مصالحن لتكونن قادرات على فتح حساب مصرفي وقبول الشيكات وبطاقات الائتمان باسم الشركة. أسماء المصالح المملوكة فردياً والشراكات لا تتمتع بحماية يمكن للاخرين استعمال نفس اسم التشغيل. الشركات التي تأسست قانونياً لديها حماية من استخدام الأسماء من قبل آخرين في جميع أنحاء المقاطعة. راجعي هذه الوصلة لحجز اسم <https://www.bcregistry.ca/namerequest>

بمجرد الموافقة على اسم نشاطك التجاري، انقري على onestop.gov.bc.ca هذه الموقع يساعدك لاستكمال تسجيل المصلحة التجارية. يمكنك استخدام OneStop للتسجيل PST وضريبة السلع والخدمات GST و WorkSafeBC، والرواتب، والتراخيص التجارية البلدية وأكثر من ذلك.

4. الضرائب

GST

استشاري محاسب لتأكيد التزامات تحصيل الضرائب. عادة لا يشترط التسجيل على ضريبة السلع والخدمات GST إذا كان إجمالي الإيرادات \$30,000 أو أقل لاعتبار أنك موردة **صغيرة**. ومع ذلك، يمكنك التسجيل طواعية. عندما تقومين بالتسجيل في ضريبة السلع والخدمات، تصبحين "الوسيط" لوكالة الضرائب CRA وتكوني مسؤولة عن تحصيل وتحويل الضريبة على جميع المبيعات. قد تحتاجين إلى القيام بذلك للأسباب الأخرى التالية:

- يختار العديد من أصحاب الأعمال التسجيل لإضافة مصداقية إلى أعمالهم. التسجيل يسمح لك إخفاء عائداتك من الآخرين، ولن يعرفوا أن دخلك أقل من \$30,000 أي أن التسجيل يمكن أن يعطي طابع أنك شركة غير صغيرة.
- قد يشترط عملاؤك التعامل مع شركات تجارية مسجلة لدى GST.

PST

PST هي ضريبة مبيعات في المقاطعة يتم دفعها عندما يتم الحصول على سلعة أو برامج أو خدمة قابلة للضريبة للاستخدام الشخصي أو الاستخدام التجاري (البيع)، ما لم ينطبق استثناء معين. إذا كنتي مؤهلاً كبائع صغير، لا يطلب منك التسجيل لتحصيل ودفع PST عند شراء المنتجات لبيعها أو لاستعمالها في النشاط التجاري. تعتبرين بائع صغير إذا:

- كان نشاطك في بريتش كولومبيا
 - لا يشترك ان يكون لك موقع عمل ثابت وليس لديك انتظام في المبيعات من أماكن تجارية ثابتة (على سبيل المثال، لا تبيعين السلع من متجر فقط، بما في ذلك متجر منزلي)،
 - لك \$10,000 أو أقل من إجمالي الإيرادات من كافة مبيعات السلع والخدمات في الأشهر الاثني عشر السابقة، و
 - إجمالي إيراداتك المقدرة من جميع مبيعات السلع والخدمات في الأشهر ال 12 المقبلة \$10,000 أو أقل.
- هذه ليست قائمة كاملة. لمعرفة المزيد عن البائعين الصغار أو لمعرفة ما إذا كان عمك مطلوبًا لتحصيل PST وتحويله، قومي بزيارة www.gov.bc.ca/pst.

5. التمويل

بمجرد اكمال خطة عملك، تكون الخطوة التالية هي الحصول على التمويل. ابدئي في وقت مبكر بالتواصل مع مصادر التمويل وابتحي عن مجموعة متنوعة من المصادر منها:

- العائلة/ الأصدقاء
- المقرضين المهتمين بالتنمية مثل مركز المشاريع النسائية WeBC، ومستقبل المجتمع المحلي، والرائدات Futurpreneur Canada ، All Nations Trust, and Business Development Canada (BDC)
- البنوك والاتحاد الائتماني
- المستثمرون الملاك / أصحاب رأس المال الاستثماري
- المنح الحكومية <https://www.canada.ca/en/services/business/grants.html>

تذكري، لمعرفة المزيد عن برنامج القروض من مركز المشاريع النسائية، حضور جلسة إعلامية مجانية تعقد يوم الثلاثاء في الظهر مرة واحدة كل اسبوعين (توقيت المحيط الهادئ). التسجيل في: go.we-bc.ca/BLIS

موارد إضافية

هناك العديد من الموارد على مجموعة واسعة من المواضيع التجارية المتاحة على موقعنا على الانترنت we-bc.ca لدينا أيضا نشرة إخبارية شهرية على الإنترنت يمكنك الاشتراك لتلقيها من خلال الموقع: go.we-bc.ca/Subscribe أوو يمكن الاتصال بنا عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني: رقم الهاتف المجاني: 1.800.643.7014 البريد الإلكتروني: hello@we-bc.ca

WeBC is supported by Pacific Economic Development Canada

