

نمای کلی:

معرفی سازمان:

WeBC سازمانی غیرانتفاعی با بودجه دولتی است که مسیرهای متمایز بانوان کارآفرین را به رسمیت می‌شناسد. ما از طریق پرورش مهارت‌ها و آموزش، منتورینگ، خدمات مشاوره تجاری و وام تا سقف ۱۵۰ هزار دلار، پشتیبانی یکپارچه‌ای به بانوان مالک کسب و کار در بریتیش کلمبیا ارائه می‌دهیم. ما با بانوان مالک کسب و کار در بخش‌های مختلف در هر مرحله‌ای از کسب و کارشان همکاری می‌کنیم.

ما ۳ سرویس اصلی ارائه می‌دهیم:

وام - WeBC تقاضاهای وام تجاری تا سقف ۱۵۰ هزار دلار را برای بانوانی که می‌خواهند کسب و کارشان را در پی سی شروع کنند، تقویت کنند، گسترش دهند یا کسب و کاری موفق خریداری کنند ارزیابی می‌کند. ما برنامه وام بلاعوض نداریم. برای کسب اطلاعات بیشتر درباره برنامه وام ما، در یکی از جلسات رایگان اطلاع‌رسانی ما شرکت کنید که سه‌شنبه‌ها هر دو هفته یک بار ساعت ۱۲ ظهر (به وقت پاسیفیک) برگزار می‌شود. ثبت‌نام در: go.we-bc.ca/SBIS

مشاوره تجاری و منتورینگ - مشاوران تجاری ما به کسب و کارها در تمام مراحل چرخه کاری‌شان مشاوره می‌دهند. آنها در مورد مسائل متداول کسب و کار مانند بازاریابی، برنامه‌ریزی تجاری، برنامه‌ریزی راهبردی، مدیریت جریان نقدینگی، وام، تجارت بین‌المللی و برنامه‌های تنوع عرضه‌کننده، به مشاوره تکمیلی پرداخته و منابع موردنیاز را معرفی می‌کنند.

WeBC خدمات بازبینی طرح تجاری ارائه می‌دهد که سرویسی غیررایگان شامل تحلیل مفصلی از طرح تجاری شما و تا ۳ جلسه یک ساعته مشاوره با یکی از مشاوران تجاری برای ارائه بازخورد و پیشنهاداتی برای پیشرفت کسب و کار شماست.

با پشتیبانی و الهام‌گیری از یک منتور، می‌توانید به اهداف خود دست یابید و کسب و کارتان را در مسیر موفقیت به پیش ببرید -- ۹۵ درصد از کارآموزان WeBC پس از ۵ سال همچنان به کسب و کارشان ادامه می‌دهند! برنامه منتورینگ ما برای کمک به ایجاد اعتماد به نفس، افزایش اطلاعات درباره کسب و کار، افزایش کارآمدی و ارائه پشتیبانی عاطفی به شماست.

افزایش مهارت‌ها - ما به‌طور مداوم رویدادهای آموزشی، کارگاه‌های آموزشی و وبینارهایی را با طیف وسیعی از موضوعات ارائه می‌دهیم تا به بانوان در کسب مهارت‌های عملی و کاربردی‌ای که لازمه موفقیت آنها در اداره کسب و کاری کوچک است کمک کنیم. مجموعه‌ای از وبینارهای ضبط‌شده در کانال یوتیوب ما، @thewebc، در دسترس است. گزینه‌های مطالعه خودراهنما، شامل منابع قابل دانلود رایگان و کتاب‌های ارزان‌قیمت راهنمای کسب و کار نیز در وب‌سایت ما قابل دسترسی است. مطالبی که ارائه می‌دهیم توسط متخصصان صنعت تهیه شده و اغلب همراه با سخنان افرادی که داستان واقعی خود را بیان می‌کنند، اعضای مطلع هیئت مدیره یا افراد مشهور و الهام‌بخش است.

نوشتن یک طرح تجاری ثمربخش

سه دلیل خیلی خوب برای نوشتن طرح تجاری وجود دارد:

۱. ارزیابی موفقیت آمیز بودن کسب و کار - ممکن است یک ایده تجاری عالی داشته باشید اما می‌خواهید بدانید که تقاضای کافی برای آن وجود دارد و آن کسب و کار می‌تواند در درازمدت سودآور باش

۲. طرح تجاری به شما کمک می‌کند بازار را شناسایی یا ارزیابی کنید - ممکن است حتی مشتریان یا بازارهایی پیدا کنید که حتی به آن فکر هم نمی‌کردید!

۳. طرح تجاری به شما کمک می‌کند به چالش‌ها فکر کنید - مواردی را که ممکن است براساس برنامه اصلی شما پیش نرود در نظر بگیرید و طرح احتیاطی را نیز تهیه کنید. آگاهی از اینکه برنامه‌ای پشتیبان برای هر مشکل احتمالی در اختیار دارید می‌تواند باعث آسودگی خیال شما شود.

نوشتن طرح تجاری کاری نیست که برای منفعت رساندن به شخصی دیگر انجام می‌دهید، یا به این دلیل نیست که کسی به شما گفته باید این کار را انجام دهید. درست است که اگر به دنبال جذب سرمایه برای کسب و کارتان هستید، وام‌دهنده باید طرح تجاری شما را بخواند. اما مزایای داشتن طرح تجاری خیلی بیشتر از این است. طرح تجاری سندی زنده است که باید به روز شود. این سند مرجعی است که مرتب به آن مراجعه خواهید کرد تا به شما در تصمیم‌گیری و سنجش عملکردتان کمک کند، و در عملیات روزانه و ماهانه کسب و کارتان شما را هدایت کند. طرح تجاری شما نقشه راه شماست.

سؤالات کلیدی که طرح تجاری شما به آن می‌پردازد عبارتند از:

- آیا این کسب و کار شانس موفقیت دارد؟
- آیا به من کمک می‌کند به اهدافم دست یابم؟

موارد زیر رؤس مطالب طرحی تجاری برای کسب و کارهای کوچک است، اما به دلیل ماهیت متفاوت کسب و کارها، ممکن است جامع نباشد. همه این موارد لزوماً در مورد کسب و کار شما کاربرد ندارد، و برای برخی کسب و کارها باید بخش‌هایی اضافه کرد.

۱. خلاصه اجرایی

خلاصه‌ای یک صفحه‌ای از نکات کلیدی است که در طرح شما پوشش داده شده است، از جمله:

- شرحی از شرکت و محصول/خدمات شما
- مزیت رقابتی
- منابع پیشنهادی و استفاده از بودجه

این خلاصه به عنوان مقدمه یا پیش‌زمینه کسب و کار شما عمل نمی‌کند. بلکه خلاصه‌ای از طرح شماست. بنابراین، خلاصه اجرایی را در آخر و پس از اینکه طرح تجاری خود را به پایان رساندید تکمیل کنید. خلاصه اجرایی باید به خواننده نمایی کلی از کل طرح ارائه دهد.

۲. فهرست مطالب

عناوین بخش‌ها و شماره صفحه. درست مانند خلاصه اجرایی، فهرست مطالب را باید پس از اینکه طرح خود را به پایان رساندید و همه صفحه‌ها را شماره زدید تهیه کنید.

۳. شرح شرکت

این کسب و کار چیست و چرا به دنبال آن هستید؟ خلاصه‌ای کوتاه از تاریخچه کسب و کارتان تهیه کنید. ساختار حقوقی شرکت چیست - مؤسسه انفرادی، شراکتی یا شرکت سهامی؟ تیم مدیریتی، مکان و دیگر اطلاعات مهم مربوط به شرکت را توضیح دهید.

۴. شرح محصول/خدمات شما

چه چیزی می‌سازید؟ می‌فروشید؟ تولید می‌کنید؟ تهیه می‌کنید؟ یا چه خدماتی ارائه می‌دهید؟ در این بخش از طرح می‌خواهید خواننده تصویری شفاف از «کاری» که می‌خواهید در کسب و کارتان انجام دهید به دست آورد.

۵. تجزیه و تحلیل بازار

یکی از نکات مهم طرح تجاری عالی تحقیقاتی است که براساس اطلاعاتی که جمع‌آوری کرده‌اید به تدوین مفهوم کسب و کارتان کمک می‌کند.

چگونه افرادی را که محصول یا خدمات را می‌خواهند پیدا می‌کنید؟ این بخشی مهم و ویژه برای کسب و کارهای نوپا، یا در صورت معرفی محصول یا خدماتی جدید است. تحقیقات بازاریابی شما را ملزم می‌کند که درباره نوع کسب و کارتان با دقت فکر کنید. می‌توانید اطلاعات مربوط به تحقیقات بازاریابی خود را به دو روش اصلی انجام دهید:

تحقیقات ثانویه: اطلاعاتی است که قبلاً جمع‌آوری شده است.

تحقیقات ثانویه شما به سؤالاتی نظیر موارد زیر پاسخ می‌دهد: چه تعداد افراد در بازار هدف شما هستند؟

برای مثال: فرض کنیم می‌خواهید یک مرکز مراقبت روزانه از سگ باز کنید. از آنجا که داشتن سگ مستلزم داشتن مجوز برای مالک سگ است، می‌توانید تعداد سگ‌هایی را که در منطقه شما وجود دارد پیدا کنید. اگر اطلاع داشته باشید که فقط اشخاص پردرآمد در فروشگاه‌های ویژه سگ‌ها خرید می‌کنند، باید بدانید که چه تعداد از مالکان سگ دارای درآمد بالا هستند. می‌توانید این نوع اطلاعات را در شهرداری، وب‌سایت دولت بریتیش کلمبیا، اداره آمار کانادا، اتاق بازرگانی محلی یا کتابخانه عمومی پیدا کنید.

تحقیقات اولیه: اطلاعاتی است که خود شما جمع‌آوری می‌کنید. این تحقیقات را می‌توان از طریق مصاحبه‌های شخصی، نظرسنجی‌ها و گروه‌های کانونی انجام داد. همچنین می‌توانید با مطالعه دقیق رقبای خود خدمات و محصولاتی را که ارائه می‌دهند و قیمت‌های آنها را پیدا کنید. می‌توانید تحقیقات ترفیکی انجام دهید و با عرضه‌کنندگان مصاحبه کنید. می‌توانید در اینترنت به دنبال سایت‌های رسانه‌های اجتماعی و وبلاگ‌ها بگردید تا درباره گرایش‌ها و بازار اطلاعات بیشتری کسب کنید.

چند نکته درباره تحقیقات اولیه در اینجا آورده شده است:

به‌خاطر داشته باشید که سؤالاتی بپرسید که پاسخ‌های مورد نیاز برای تعیین موفقیت‌آمیز بودن و تصمیم‌گیری بهتر را به شما می‌دهد.

برای مثال مرکز مراقبت روزانه از سگ، نظرسنجی شما می‌تواند سؤالاتی نظیر این داشته باشد:

- «در سال گذشته چندبار به کسی که از سگتان مراقبت کنید نیاز پیدا کردید؟»

- «وقتی به دنبال مرکز مراقبت روزانه از سگ می‌گردید، مهم‌ترین چیزی که در نظر می‌گیرید چیست؟»
- «چه مقدار حاضرید برای یک روز خدمات مراقبت از سگتان بپردازید؟»
- «چگونه مراکز مراقبت از سگ‌ها را پیدا می‌کنید؟»

به‌خاطر داشته باشید که اگر بپرسید «آیا سگ خود را به فروشگاه جدید من می‌آورید؟» - تعداد زیادی جواب «بله» خواهید شنید زیرا مردم می‌خواهند کمک به حال و دوستانه برخورد کنند اما این پاسخ‌ها ممکن است دقیق نباشد.

اگر این سؤالات را از تعداد زیادی مالکان سگ بپرسید، تصویری از بازار به شما می‌دهد که کجا تبلیغ کنید و چه قیمتی درخواست کنید.

تجزیه و تحلیل صنعت

- کل اندازه صنعت (درآمد تولید شده، تعداد شرکت‌ها و غیره)
- پتانسیل رشد و عواملی که در رشد صنعت تأثیر می‌گذارند.
- گرایش‌ها در این صنعت، از جمله فرصت‌ها و تهدیدها.
- استانداردها و مقرراتی که روی این صنعت تأثیر می‌گذارند (به‌عنوان مثال بهداشت و ایمنی، برجسب‌گذاری)

تجزیه و تحلیل رقبا

رقبای برتر خود را شرح دهید، شامل اندازه آنها (تعداد کارکنان)، مکان، محصولات/خدمات، نقاط قوت و ضعف آنها. شباهت‌ها و تفاوت‌های بین محصول/خدمات شما و محصول/خدمات رقبایان را توضیح دهید.

تجزیه و تحلیل شما از بازار می‌تواند در تعیین مزیت شما نسبت به رقبا کمک کند، که عبارت‌است از کار خاصی که شما انجام می‌دهید که کسب و کار شما را از رقبا متمایز می‌کند.

تجزیه و تحلیل SWOT

شما نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در کسب و کارتان را تجزیه و تحلیل می‌کنید. ما به این کار، تجزیه و تحلیل SWOT می‌گوییم، این ابزاری است برای کمک به شما در شناسایی و تحلیل عواملی که می‌تواند روی موفقیت‌آمیز بودن کسب و کارتان تأثیر بگذارد. نقاط قوت و ضعف عواملی داخلی هستند یعنی عواملی هستند که به خود شرکت مرتبط می‌شود. فرصت‌ها و تهدیدها عواملی بیرونی هستند، یعنی مربوط به خارج از شرکت می‌شوند مثلاً از بازار، رقابت، اقتصاد و غیره ناشی می‌شوند.

نامطلوب	مطلوب	
نقاط ضعف	نقاط قدرت	داخلی
تهدیدها	فرصت‌ها	خارجی

تجزیه و تحلیل SWOT در برنامه‌ریزی کسب و کار مهم است زیرا به کارآفرینان امکان می‌دهد کسب و کارشان را بهتر درک کنند و بتوانند از نقاط قوت استفاده کنند و به نقاط ضعف رسیدگی کنند تا روی فرصت‌ها سرمایه‌گذاری کنند و از تهدیدها جلوگیری کنند.

۶. برنامه بازاریابی

بازار هدف

شناسایی مشخصات ویژه یک مشتری معمولی که محصول/خدمات شما را خریداری می‌کند، به‌عنوان مثال، منطقه جغرافیایی، سن، جنسیت، درآمد، سبک زندگی. هدف قرار دادن یک گروه خاص به معنای این نیست که شما افراد دیگری را که خارج از معیار آن گروه قرار دارند نادیده می‌گیرید. بلکه، بازاریابی هدف به شما امکان می‌دهد پیامی برای برند ایجاد کنید و فعالیت‌های بازاریابی خود را روی دستیابی به مشتریانی که بیشتر احتمال دارد محصول یا خدمات شما را خریداری کنند متمرکز کنید. این روشی کارآمدتر و مؤثرتر برای احداث کسب و کار است.

وقتی مشتریان خود و مشخصات ویژه آنها را شناختید، می‌توانید راهکاری برای برقراری ارتباط و بازاریابی تهیه کنید که به بهترین حالت به آنها دست یابد. با داشتن برنامه بازاریابی، به جای تبلیغ در روزنامه و سپس منتظر ماندن و امیدوار بودن به اینکه افراد با شما تماس بگیرند، راهکارهای بیشتری برای بازاریابی در اختیارتان قرار می‌گیرد. به‌خاطر داشته باشید که بازاریابی فقط تبلیغات نیست. تبلیغات بخش کوچکی از بازاریابی است. بازاریابی شامل موقعیت‌یابی محصول، قیمت‌گذاری، تخفیف‌های ویژه، و توزیع است.

موقعیت‌یابی محصول

- تصویری که می‌خواهید بازار هدف درباره محصول/خدمات شما در مقایسه با جایگزین‌های موجود داشته باشد چیست، مثلاً اقلام لوکس، خرید ناگهانی، از روی نیاز، اقلام ویژه و غیره؟
- همه ابزارهایی را که برای انتشار تصویر برند و قرار دادن محصول/خدمات در بازار استفاده می‌شود شناسایی کنید.

قیمت‌گذاری

- قیمت‌های شما چیست و چگونه به این قیمت‌ها رسیده‌اید؟
- قیمت‌های شما در مقایسه با رقبا چگونه است؟

فروش و توزیع

فروش

- سیاست‌های شرکت، گارانتی‌ها، ضمانت‌نامه‌ها و موارد دیگر را فهرست کنید.
- سیاست‌های اعتباری و دریافت پول را فهرست کنید.
- توضیح دهید چگونه رضایت مشتری را می‌سنجید.

توزیع

- محصول شما چگونه از کسب و کارتان به دست مشتری می‌رسد؟
- کالاهای شما در کجا فروخته می‌شود یا خدمات شما در کجا ارائه می‌شود یا اجرا می‌شود؟
- واسطه‌های شبکه توزیع خود را شناسایی کنید، مثلاً عمده‌فروشان، توزیع‌کنندگان، و غیره.

۷. عملیات

قسمت عملیات طرح «چگونگی» انجام کسب و کارتان را توضیح می‌دهد. این قسمت شامل اطلاعاتی درباره تأمین‌کنندگان، پرسنل، و ساعت‌های کاری است.

تولید

- فرایندی را که از طریق آن محصول شما ساخته می‌شود یا منشأ می‌گیرد توضیح دهید، یا برای کسب و کار خدماتی، این خدمات چگونه اجرا می‌شود.
- اندازه محصول، ظرفیت و زمان تولید (یا زمان ارائه خدمات).
- مواد و امکانات، از جمله اندازه و نوع فضای موردنیاز (مثلاً تولیدی، انبار، اداری) و تجهیزات موردنیاز.
- مکان تأمین‌کنندگان، زمان‌های تحویل و روش ارسال کالا.

پرسنل

- تعداد کارکنان موردنیاز، شامل پیمانکاران.
- صلاحیت‌ها.
- در دسترس بودن نیروی کار.
- حقوق و مزایا.
- آموزش.
- سیاست‌های پرسنل.
- مسائل بهداشت و ایمنی کارکنان.

موارد دیگر

- ساعات کاری
- مجوزها و پروانه‌های مورد نیاز.
- مسائل قانونی، از جمله تأثیر احتمالی بر محیط زیست.
- بیمه مورد نیاز برای کسب و کار.

مرحله ۸ طرح مالی

طرح مالی شما خلاصه‌ای از همه قسمت‌های مختلف طرح تجاری شماست. اطلاعاتی که برای طرح مالی لازم دارید از تحقیق بازاریابی، طرح عملیاتی و راهکار تجاری شما منشأ می‌گیرد.

گزارش‌های مالی می‌تواند براساس سابقه قبلی یا با نگاهی به آینده باشد. برای کسب و کارهای جدیدی که سابقه‌ای ندارند، ما به آینده نگاه می‌کنیم.

گزارش‌های مالی متفاوتی وجود دارند:

- تراز مالی

- صورت سود و زیان

- پیش‌بینی جریان نقدینگی

ما قصد داریم روی گزارش جریان نقدینگی تمرکز کنیم زیرا پول نقد بسیار مهم است. بدون پول نقد، کسب و کار نمی‌تواند موفق شود.

برای اینکه بتوانید طرحتان را به پیش برید، باید درک خوبی درباره اینکه چقدر پول نقد به کسب و کارتان وارد می‌شود و چگونه خرج می‌شود داشته باشید. برخی هزینه‌ها متغیر و برخی ثابت هستند. هزینه‌های متغیر با حجم فروش شما تغییر می‌کنند. هزینه‌های ثابت همیشه همان مقدارند و میزان فعالیت کسب و کار تأثیری بر آنها ندارد.

اولین قدم شما این است که تعیین کنید هزینه‌های راه‌اندازی شما چقدر خواهد بود.

برای مثال، اگر نانوایی باز می‌کنید، هزینه‌های راه‌اندازی شما می‌تواند شامل این موارد باشد:

- اجاره مغازه/سپرده برای اجاره

- تابلوی سردر و نوسازی مکان اجاره شده

- مجوزها

- بیمه

- تجهیزات مخلوط کردن و پخت و پز

- سفارش مواد اولیه

وقتی هزینه‌های راه‌اندازی را مشخص کردید، باید هزینه ماهانه‌ای را که برای اداره کسب و کار نیاز دارید مشخص کنید. برخی از هزینه‌های ثابت عبارتند از:

- اجاره

- آب و برق

- اجاره تجهیزات

- بازاریابی

- تجهیزات دفتری یا ارتقای رایانه‌ها

مرحله بعدی مشخص کردن بهای کالای فروخته شده است که بخشی از پیش‌بینی جریان نقدینگی است که به هزینه‌های متغیر مربوط می‌شود. مواردی که در این فهرست قرار دارند عبارتند از:

- مواد لازم برای پخت و پز

- بسته‌بندی - جعبه‌ها و کیف‌ها

- دستمزد پاره وقت

این موارد هزینه‌های متغیر در نظر گرفته می‌شوند زیرا هرچه بیشتر نان و شیرینی درست کنید، مواد و وسایل بیشتری باید خریداری کنید.

مرحله آخر پیش‌بینی فروش است. هر ماه چقدر خواهید فروخت؟ آیا جریان‌های درآمدی متفاوتی دارید؟ برای مثال ممکن است علاوه بر اقلام نانوایی از طریق فروش قهوه، چای و دیگر خدمات غذایی نیز درآمد کسب کنید.

مجموع این موارد با هم «پیش‌بینی جریان نقدینگی» نامیده می‌شود. این ابزاری جالب است.

پیش‌بینی جریان نقدینگی باعث می‌شود فکر کنید، درطول زمان و ماه به ماه، چه مقدار پول به کسب و کار شما وارد و چه مقدار از آن خارج می‌شود. پیش‌بینی جریان نقدینگی معمولاً برای یک دوره ۲۴ ماهه تهیه می‌شود. به‌خاطر داشته باشید که تحقیقات بازار شما اطلاعات موردنیاز برای جریان نقدینگی را تهیه می‌کند. پیش‌بینی‌ها براساس تخمین‌هایی بررسی و تحقیق شده انجام می‌شود. پیش‌بینی‌ها شما را قادر می‌سازند که آینده کسب و کارتان را از نظر موفقیت‌آمیز بودن و سلامت مالی مورد بررسی قرار دهید.

الگوهای رایگان جریان نقدینگی از منابع مختلف و با پیچیدگی‌های متفاوت در دسترسند. الگوی WeBC یک صفحه گسترده ساده اکسل است که برای کسانی که در پیش‌بینی نقدینگی تازه‌کارند طراحی شده است. این الگو در لینک زیر به رایگان قابل دانلود است:

go.we-bc.ca/CashFlowTemplate

تجزیه و تحلیل ریسک و برنامه‌ریزی احتمالی

این بخش از طرح شما بر روی سناریوهای «چه می‌شود اگر» است.

چه می‌شود اگر...

- درآمد‌های شما از میزان پیش‌بینی‌ها کمتر شود؟
- یکی از رقبا وارد شود و قیمت‌های شما را خراب کند؟
- پیمانکار کارتان را به موقع برای افتتاح تمام نکند؟
- تأمین‌کننده اصلی شما ورشکست شود؟
- اعتصابی در ارسال کالا باشد و نتوانید مواد را دریافت کنید؟

سناریوهای بسیار دیگری هست که می‌تواند روی کسب و کارتان تأثیر بگذارد. اما! به چالش‌های ممکن فکر کنید که به کسب و کار «شما» مربوط می‌شود، سپس پاسخی یک پاراگرافی برای هر کدام پیدا کنید - یک پاراگراف که توضیح می‌دهد چگونه این چالش را «حل» می‌کنید. وام‌دهندگان به طرح‌های احتمالی نگاه می‌کنند زیرا نشان می‌دهد که شما درباره اتفاقاتی که ممکن است بیفتد فکر کرده‌اید و طرحی برای هر سناریو ریخته‌اید.

مرحله ۱۰ منابع پشتیبانی‌کننده

منابع پشتیبانی‌کننده اسنادی هستند که اعتبار بیشتری به طرح تجاری شما می‌دهند. این منابع در پایان طرح تجاری در بخش پیوست آورده می‌شوند و می‌توانند شامل موارد زیر باشند:

- عکس‌ها یا نمونه‌هایی از محصول شما
- رزومه مالکان و یا اعضای اصلی تیم مدیریت
- نامه استعلام بها یا نامه پشتیبانی یا پیش‌خرید
- کپی مدارک/مجوزهای موردنیاز
- اسناد تأسیس شرکت
- مجوز کسب و کار
- ارزیابی ملک و تجهیزات

- کپی قرارداد شراکت یا قرارداد سهامداران
 - بروشورها
 - مقالات جدید درباره شرکت شما یا درباره صنعت شما
 - نمونه‌ای از نظرسنجی یا پرسشنامه اجرا شده (شامل نتایج نظرسنجی در بخش تحقیق بازاریابی)
- فراموش نکنید که یک صفحه جلد با نام کسب و کار، نام خودتان و اطلاعات تماس شامل آدرس ایمیل و شماره تلفن اضافه کنید. پس از تکمیل طرح تجاری، اگر آماده هستید که پیش بروید مرحله بعد تأسیس شرکت است. این قسمت ارزنده‌ای است که به شما کمک می‌کند ایده کسب و کارتان را به سطح بعدی ببرید!

تأسیس شرکت

عناوینی که در این بخش پوشش می‌دهیم

1. انواع مختلف ساختارهای تجاری
2. مجوزها و پروانه‌ها
3. نام‌گذاری و ثبت کسب و کار
4. مالیات‌ها
5. ثبت نام دامنه برای خودتان
6. رسانه‌های اجتماعی
7. دسترسی به تأمین بودجه

۱. انواع مختلف ساختارهای تجاری

سه گزینه اصلی برای تأسیس کسب و کار خصوصی وجود دارد: مؤسسه انفرادی، مؤسسه شراکتی عمومی یا شرکت سهامی.

مؤسسه انفرادی ساده‌ترین روش برای تأسیس کسب و کار است. شما به عنوان تنها مالک ثبت‌نام می‌شوید. درآمد کسب و کار روی مالیات شخصی شما منظور می‌شود و همه تعهدات شرکت را برعهده می‌گیرید. این یعنی شما شخصاً مسئول همه بدهی‌های شرکت نیز خواهید بود.

مزایا	معایب
تشکیل آن آسان است	
هزینه راه‌اندازی آن کم است	مالک ۱۰۰ درصد مسئول است
چون مالک کنترل مستقیم دارد آزادی عمل بیشتری وجود دارد	محافظت کم است

قوانین کمتری دارد	فقط می‌تواند انفرادی باشد
ممکن است شامل مزایای مالیاتی شود (با یک حسابدار مشورت کنید)	دسترسی به سرمایه محدود است
همه منافع به دست مالک می‌رسد	محافظت از نام تجاری محدود است

همانطور که از نام **مؤسسه شراکتی** مشخص است، شما با افراد دیگر در کسب و کار شریک می‌شوید. هریک از شرکا مسئول اقدامات شریک یا شرکای دیگر است و مسئولیت بدهی‌ها و تعهدات کسب و کار شرکت بر عهده همه شرکاست.

مزایا	معایب
تشکیل آن آسان است	مالکین ۱۰۰ درصد مسئول هستند
هزینه راه‌اندازی آن کم است	اختیارات تقسیم می‌شود
مقررات اندکی دارد	پیدا کردن شریک یا شرکای مناسب دشوار است
پایگاه مدیریت، افراد/مجموعه مهارت‌ها/پول برای کار در شرکت گسترده‌تر است	شرکا بدون تأیید قبلی همدیگر را از نظر قانون مسئول می‌دانند
برای اضمحلال شرکت فقط رضایت یکی از شرکا لازم است.	محافظت از نام تجاری محدود است.

مهم است که قرارداد شراکت به صورت واضح تعهدات و مسئولیت‌های هریک از شرکا را مشخص کند. این سند حل و فصل هرگونه اختلافی را راحت‌تر می‌کند. حتی اگر با یکی از اعضای خانواده خود یا بهترین دوستان شریک می‌شوید، مهم است که انتظارتان از همدیگر را از قبل مشخص کنید. قرارداد شراکت سندی است که از نظر قانونی تعهدآور است و شرایط و مقررات مؤسسه شراکتی شما را به صورت مفصل بیان می‌کند. در صورتی که در آینده اختلافی روی دهد، به قرارداد شراکت مراجعه می‌شود.

شرکت سهامی نهادی قانونی است که مستقل از اعضا (سهامداران) در نظر گرفته می‌شود. یعنی شما شرکتی را تأسیس می‌کنید و بعد تبدیل به سهامدار شرکت می‌شوید. این شرکت نهاد قانونی مجزایی از شما و هر سهامدار دیگری است. شما می‌توانید تنها سهامدار شرکت خودتان باشید. همچنین می‌توانید ابتدا شرکت را به عنوان مؤسسه انفرادی تأسیس کنید و بعد آن را تبدیل به شرکت سهامی کنید.

مزایا	معایب
تعهد محدود است و برعهده شرکت سهامی است نه برعهده شما	قوانین آن سخت و دقیق است
مزایای احتمالی برای مالیات دارد	تأسیس آن گران‌تر است - ممکن است لازم باشد با استفاده از وکیل انجام شود
سهام را می‌توان برای کسب سرمایه فروخت	گزارش‌های مفصلی باید ارائه شود، صورت جلسات و گزارش‌های پایان سال مالی باید تنظیم شود- نیاز به

حسابدار دارد	
این باعث نمی‌شود که بدهی خود را پرداخت نکنید زیرا وام‌دهندگان برای پرداخت وام همچنان به ضمانت شخصی مدیرعامل نیاز دارند	بدهی شرکت سهامی می‌تواند مستقل از سهامداران باشد
تغییر نام شرکت به آسانی تغییر نام مؤسسه انفرادی نیست	محافظت از نام تجاری - نام شما در دفتر ثبت شرکت‌ها ثبت می‌شود و هیچکس دیگر نمی‌تواند از آن استفاده کند

۲. مجوزها و پروانه‌ها

نوع کسب و کاری که شروع می‌کنید تعیین‌کننده نوع مجوزها و پروانه‌هایی است که نیاز خواهید داشت. بهترین راه برای تعیین اینکه به چه چیزهایی نیاز دارید وارد شدن به وبسایت www.BizPal.ca است. ابتدا مکان و شهر یا شهرداری‌ای را که در آن هستید وارد می‌کنید و سؤالاتی درباره کسب و کارتان از شما پرسیده می‌شود. سپس BizPal به شما می‌گوید که برای مجوزها و پروانه‌هایی که نیاز دارید به کجا مراجعه کنید. اغلب باید به شهرداری محل خود بروید.

۳. نام‌گذاری و ثبت کسب و کار

اگر می‌خواهید از نام تجاری‌ای استفاده کنید که با نام شخصی شما متفاوت است، باید نام تجاری ابتدا مورد تأیید قرار بگیرد و سپس در خدمات ثبت شرکت‌های بریتیش کلمبیا (BC Registry Services) ثبت شود.

مالکان کسب و کار به این دلیل نام تجاری کسب و کارشان را ثبت می‌کنند که بتوانند حساب بانکی باز کنند و چک‌ها و کارت‌های اعتباری را که به نام شرکت آنها صادر می‌شود دریافت کنند. مؤسسات انفرادی کوچک و مؤسسات شراکتی از محافظت نام برخوردار نیستند؛ دیگران می‌توانند از همان نام استفاده کنند. شرکت‌های سهامی از محافظت نام برخوردارند و دیگر کسب و کارهای استان نمی‌توانند از نام آنها استفاده کنند. برای رزروکردن نامی برای کسب و کارتان، به <https://www.bcregistry.ca/namerequest> مراجعه کنید.

وقتی نام تجاری شما مورد تأیید قرار گرفت، حسابی در onestop.gov.bc.ca ثبت کنید. با سرویس OneStop می‌توانید ثبت کسب و کارتان را تکمیل کنید. می‌توانید از OneStop برای ثبت مالیات فروش استانی (PST)، مالیات کالا و خدمات (GST)، WorkSafeBC، لیست حقوقی، مجوزهای کسب و کار از شهرداری و موارد دیگر استفاده کنید.

۴. مالیات‌ها

GST

با حسابدارتان مشورت کنید تا تعهدات مالیاتی را به شما اطلاع دهد. معمولاً اگر درآمدهای ناخالص سالانه شما ۳۰٬۰۰۰ دلار یا کمتر شود **عرضه‌کننده کوچک** در نظر گرفته می‌شوید و نیازی به ثبت GST ندارید. اما می‌توانید داوطلبانه ثبت‌نام کنید. وقتی برای GST ثبت‌نام می‌کنید، نقش شما «واسط» برای اداره دارایی کانادا (CRA) است، زیرا شما این مالیات را روی همه خریدهایی که در کسب و کارتان انجام می‌شود اعمال می‌کنید، و آن را دریافت و بازپرداخت می‌کنید.

به دلایل دیگری که در زیر آمده است ممکن است مایل به انجام این کار باشید:

- بسیاری از مالکان کسب و کارها با انتخاب ثبت‌نام در GST به اعتبار کسب و کارشان می‌افزایند. با ثبت‌نام می‌توانید میزان درآمد خود را از دیگران مخفی کنید، آنها نمی‌توانند متوجه شوند که درآمد شما کمتر از ۳۰ هزار دلار در سال است.
- مشتریان ممکن است فقط با کسب و کارهایی کار کنند که برای GST ثبت‌نام کرده‌اند.

PST

PST مالیات فروش استانی است که وقتی کالا، نرم‌افزار یا خدمات مشمول مالیاتی برای استفاده شخصی یا تجاری خریداری می‌شود قابل پرداخت است، مگر اینکه استثنای خاصی اعمال شود. اگر دارای شرایط «فروشنده کوچک» باشید، نیازی نیست که برای دریافت و بازپرداخت PST ثبت‌نام کنید. فروشندگان کوچک وقتی محصول را برای فروش مجدد خریداری می‌کنند PST پرداخت می‌کنند و PST را روی فروش‌هایشان اعمال نمی‌کنند و آن را از مشتریان دریافت نمی‌کنند. در صورتی که شرایط زیر را داشته باشید فروشنده کوچک محسوب می‌شوید:

- کسب و کارتان در بریتیش کلمبیا باشد،
 - مکان تجاری خاصی نداشته باشید و فروش کالا را به طور مرتب از مکان‌های تجاری ثابت انجام نمی‌دهید (مثلاً کالاها را از یک فروشگاه یا مغازه‌ای که در خانه‌تان برپا شده است نمی‌فروشید)،
 - درآمد ناخالص شما در ۱۲ ماه اخیر از فروش همه کالاها و اجاد شرایط خود ۱۰۰'۰۰۰ دلار یا کمتر باشد،
 - درآمد ناخالص تخمینی شما از فروش همه کالاها و اجاد شرایط خود در ۱۲ ماه آینده ۱۰۰'۰۰۰ دلار یا کمتر باشد.
- این فهرست کامل نیست. برای کسب اطلاعات بیشتر درباره فروشندگان کوچک یا اطلاع از اینکه آیا کسب و کار شما باید PST دریافت و بازپرداخت کند به www.gov.bc.ca/pst مراجعه کنید.

۵. دسترسی به تأمین بودجه

وقتی طرح تجاری شما تکمیل شد، مرحله بعدی دسترسی به تأمین بودجه برای کسب و کارتان است. با منابع تأمین مالی شروع به صحبت کنید، با منابع متفاوتی گفتگو کنید از جمله:

- خانواده/دوستان
- «پرداخت‌کنندگان وام برای توسعه» مانند WeBC، Community Futures، Futurpreneur Canada، All Nations، Trust، و Business Development Canada (BDC)
- بانک‌ها و کردیت یونیون
- سرمایه‌گذاران فرشته / سرمایه‌گذاران خطرپذیر
- وام‌های بلاعوض دولتی <https://www.canada.ca/en/services/business/grants.html>

به‌خاطر داشته باشید، برای کسب اطلاعات بیشتر درباره برنامه وام WeBC، در یکی از جلسات رایگان اطلاع‌رسانی که سه‌شنبه‌ها هر دو هفته یک‌بار ساعت ۱۲ ظهر (به وقت پاسیفیک) برگزار می‌شود شرکت کنید. ثبت‌نام در: go.we-bc.ca/BLIS

منابع دیگر

منابع پی‌شمار دیگری با دامنه وسیعی از عناوین کسب و کار در وبسایت ما قابل دسترسی است:

we-bc.ca

ما همچنین خبرنامه‌ای اینترنتی به صورت ماهیانه منتشر می‌کنیم که می‌توانید برای دریافت آن از طریق این وبسایت ثبت‌نام کنید:
go.we-bc.ca/Subscribe

شماره تلفن و ایمیل تماس با ما:

شماره تلفن بدون عوارض: 1.800.643.7014

E-mail: hello@we-bc.ca

WeBC توسط Pacific Economic Development (توسعه اقتصادی پاسیفیک) کانادا پشتیبانی می‌شود.