Shughulika na mambo yako mwenyewe

KUANZISHA BIASHARA

Mwongozo wa hatua kwa hatua

SHUGULIKA NA MAMBO YAKO MWENYEWE
Toleo la Kimataifa

YALIYOMO

SEHEMU	MADA	UKURASA
SEHEMU YA 1 **Utangulizi na kuchagua biashara**	1 Kutambulisha kozi hii 2 Tafakari ya Biblia 3 Biashara ni nini? 4 Kwa nini kuanzisha biashara? 5 Ni nini hufanikisha biashara? 6 Nahodha wa meli yako 7 Je, unapaswa kuanzisha biashara gani? KAZI YA NYUMBANI (kuchagua wazo la biashara)	2
SEHEMU YA 2 **Utafiti wa soko**	8 Kutafiti wazo lako la biashara 9 Wateja wako ni akina nani? 10 Wateja watalipa kiasi gani? 11 Kupata wateja wako 12 Kuna athari gani? KAZI YA NYUMBANI (utafiti wa soko juu ya wazo la biashara)	6
SEHEMU YA 3 **Mipango ya kifedha**	13 Mchakato wa kupanga na kuweka gharama 14 Gharama za uendeshaji 15 Mapato 16 Mtiririko wa fedha 17 Je, biashara yako itakuwa na faida? KAZI YA NYUMBANI (Andaa utabiri wa mtiriko wa fedha)	10
SEHEMU YA 4 **Kuanzisha na kuendesha biashara**	18 Muundo wa biashara 19 Kutaja biashara yako 20 Vyanzo vya ufadhili 21 Mipango ya biashara 22 Kutunza kumbukumbu 23 Kutengeneza tovuti 24 Kukuza mauzo 25 Ukuzaji 26 Mambo mengine Vidokezo 27 vya juu KAZI YA NYUMBANI (kuandika mpango wa biashara)	15
VIAMBATISHO	Jedwali A Mfano wa uchambuzi wa hathari Jedwali B Mfano wa mpango wa mchakato Jedwali C Mfano mapato, gharama na faida Jedwali D Mfano wa utabiri rahisi wa mtiririko wa pesa Jedwali E Mfano wa utabiri wa mtiririko wa pesa	21

SEHEMU YA 1: UTANGULIZI NA KUCHAGUA BIASHARA

1. Kuanzisha kozi hii

Hii ni kozi ya vitendo ili kukuwezesha kuanzisha biashara ndogo au biashara ya kijamii. Inatumika mahali popote duniani lakini ikilenga nchi zinazoendelea.

Kozi hii inashughulikia:

- kuchagua wazo la biashara
- kujaribu kama wazo la biashara litafanikiwa kifedha
- kusaidia kuanzisha na kuendesha biashara.

Imeundwa kwa wale walio na uzoefu mdogo au wasio na uzoefu wowote katika kuanzisha biashara.

Inafaa kwa aina yoyote ya biashara ndogo:

- Ni biashara ambayo itaajiri watu kadhaa au wewe tu
- Ni biashara inayolenga kupata faida kwa mmiliki au ambapo lengo kuu ni kukidhi hitaji la kijamii
- Ni biashara inayozalisha kitu au kutoa huduma katika tasnia yoyote (ikiwa ni pamoja na kilimo).

Baadhi ya marejeleo ya kibiblia yamejumuishwa kwa sababu tunafikiri yanasaidia. Kabla ya kuanza huduma yake, Yesu alikuwa mwana mkubwa katika biashara yake ya familia. Alijua kuhusu kushughulika na wateja na wauzaji.

Kozi hiyo iliandikwa na Jerry Marshall, mjasiriamali mwenye uzoefu wa kuanzisha biashara kadhaa zilizofanikiwa na biashara za kijamii. Yeye ndiye mwanzilishi wa Mtandao wa Biashara wa Mabadiliko (www.tencommunity.net). Nyenzo hii imechukuliwa kutoka kwenye vitabu vya kazi vilivyoandikwa na Mike Clargo na nyenzo kutoka kwa Rob na Jane Garratt kutoka shirika la hisani linaloitwa 5000+. Mtu yeyote anakaribishwa kutumia au kuchukua kozi hii.

Ni muhimu kwamba washiriki wa kozi:

- Wahudhurie vipindi vyote
- Wawe na kalamu na kitabu cha mazoezi na/au karatasi zetu za kazi za washiriki
- Watendee kila kitu kilichoshirikishwa na wengine kwa ujasiri.

Tunatumai utafurahia kozi hii na utaona kuwa inasaidia.

Tafakari ya Kibiblia

Hapa kuna ujumbe muhimu kutoka kwenye hadithi ya kuwalisha watu 5,000 katika Marko 6:34-44. Ilikuwa ni msukumo kutoka kwa Mungu kwa ajili ya kuanzishwa kwa shirika la hisani la 5000+.

34 Yesu aliposhuka kwenye mashua, aliona umati mkubwa uliokuwa kama kondoo wasio na mchungaji. Aliwahurumia watu na kuanza kuwafundisha mambo mengi. 35 Jioni hiyo wanafunzi walimwendea Yesu na kusema, "Mahali hapa ni kama jangwa, na tayari kumekucha. 36 Waacheni makutano waondoke, waende mashambani na vijijini vilivyo karibu na hapa wakanunue chakula." 37 Yesu akajibu, "Wapeni chakula."

Jambo la kwanza ni kwamba Yesu alikuwa na huruma kwa umati na huruma huongoza kwenye matendo. Imani bila matendo imekufa aliandika Yakobo (Yakobo 2:17). Kanisa limeitwa kukidhi mahitaji ya watu wanaotuzunguka.

Lakini wakamuuliza, "Hujui kwamba itachukua karibu mshahara wa mwaka mzima kuwanunulia watu hawa wote chakula?"
38 Kisha Yesu akasema, “Mna mikate mingapi? Nendeni mkaone!” Waligundua na wakajibu, “Tuna mikate mitano midogo na samaki wawili.”

Hoja ya pili: wanafunzi wangeweza kuona tu kile ambacho hawakuwa nacho. Lakini Yesu alipendezwa na kile walichokuwa nacho.

39 Yesu aliwaambia wanafunzi wake wawaambie watu waketi chini kwenye majani .40 Wakaketi katika vikundi vya watu
100 na vikundi vya watu 50. 41 Yesu alichukua mikate mitano na samaki wawili, akatazama juu mbinguni, akabariki
chakula. Kisha akaumega mkate, akawapa wanafunzi wake wawape watu. Pia akawagawanya samaki wawili, ili kila mtu
apate kula. 42 Baada ya kila mtu kula, 43 Wanafunzi wa Yesu wakachukua vikapu kumi na viwili vikubwa vya mikate
iliyobaki na samaki. 44 Kulikuwa na wanaume 5,000 waliokula chakula.

Hoja ya tatu: Yesu alianza na kile walichokuwa nacho, ingawa kilikuwa kidogo. Alimtazama baba yake mbinguni, wanafunzi wake walijihatarisha na wakasonga mbele kwa imani, na ikaongezeka na kuwatosha kila mtu.
Changamoto kwetu ni kufikiria kile tulicho nacho tayari. Mikate na samaki wetu ni nini? Kisha tukajihatarisha, tukamtolea Mungu, na tukasonga mbele kwa imani ili kumruhusu Mungu kuzidisha ili tuweze kubariki jamii yetu yote.

3 Biashara ni nini?

Kuna aina nyingi tofauti za biashara.

MJADALA WA KIKUNDI: Ni ipi kati ya hizi ni biashara?
1. Mtu anatengeneza kofia kwa muda wake wa ziada na kuziuza kwa marafiki?
2. Mtu anayewatunza watoto wa watu wengine kwa malipo?
3. Shamba linalouza baadhi ya kile kinachopandwa sokoni?
4. Mtu anayeuza bidhaa mitaani?
5. Mtu anayefanya kazi za TEHAMA kwa makampuni mengi?
6. Shirika linalokusanya fedha za kuwasaidia wakimbizi?
7. Shirika lisilo la faida la mafunzo ya ufundi?

(Majibu: 1. Biashara ya utengenezaji 2. Biashara ya huduma 3. Biashara ya "Sekta ya Msingi" 4. Muuzaji 5. Labda biashara lakini mtu huyo anaweza kuwa mfanyakazi wa kampuni kadhaa 6. Hapana, hii ni shirika la hisani 7. Labda biashara ya kijamii lakini inaweza kuwa shirika la hisani).

MJADALA WA KIKUNDI: Biashara zote zina uhusiano gani?

Kimsingi, hutoa kitu ambacho watu wanataka na wako tayari kulipia.

Huenda ikawa kutengeneza kitu (kama kikapu), huduma (kama vile kuchaji simu) au kufanya biashara (tuseme kununua na kuuza nguo).
"Biashara ya kijamii" pia ni biashara lakini baadhi au fedha zote zinaweza kutoka kwa serikali au NGO badala ya kutoka kwa watu wanaotumia huduma hiyo.

4 Kwa nini uanzishe biashara?

Ujasiriamali ni muhimu kwa watu kustawi na ndio suluhisho pekee la muda mrefu la umaskini. Kusudi kuu la shughuli za ujasiriamali ni kuunda utajiri, neno linalotokana na neno la Kiingereza la zamani linalomaanisha ustawi. Kwa hivyo biashara inahusu kuwezesha ustawi binafsi na wa kijamii.

Mafanikio ya biashara ya muda mrefu hutokana na kutoa kitu ambacho wateja wanataka, kwa njia ambayo ni bora kuliko washindani wao. Katika mchakato huo, biashara huunda ajira, kukuza ujuzi kwa wafanyakazi wao na kujenga matumaini na kujithamini.

Baadhi ya watu wanashuku biashara na wajasiriamali. Watu wengi wameharibiwa na uchoyo. Lakini pia tunaweza kutumia biashara kumpenda Mungu na kumpenda jirani yetu, ikimaanisha wateja wetu, wafanyakazi wetu na hata washindani wetu.

Baadhi ya watu huenda mbali zaidi. Wajasiriamali wa kijamii wanaweza kutumia biashara kukidhi mahitaji ya jamii za wenyeji, kuonyesha uaminifu, kukabiliana na umaskini na hata kuunga mkono amani ambapo kuna migogoro kwa kuleta matumaini na kujenga mahusiano mazuri.

Kanuni ya kumpenda jirani yako na kusimama pamoja na wale wasio na bahati katika jamii si ya kipekee kwa Ukristo lakini mtazamo huu wa ulimwengu umebadilisha mataifa mengi. Nchini Uingereza, Wakristo wengi wa Victoria wenye viwanda walitumia biashara zao kuboresha hali ya maisha kwa wafanyakazi wao. Nchini Norway, Hans Nielson Hauge alikuwa muhimu katika mabadiliko ya nchi kutoka maskini zaidi barani Ulaya hadi tajiri zaidi kwa kila mtu duniani. Huko Geneva, John Calvin alianzisha harakati iliyobadilisha jiji kutoka kujulikana kama "lenye harufu mbaya zaidi barani Ulaya" lenye ukosefu wa maadili, umaskini na ulevi, hadi kuwa jiji tajiri na msingi wa mashirika mengi ya kibinadamu.

Kwa hivyo kuanzisha biashara kunaweza kuleta mabadiliko na kukusaidia wewe, familia yako na jamii yako.

5 Ni nini hufanikisha biashara?

***MJADALA WA KIKUNDI KIDOGO**: Katika kikundi kidogo, fikiria biashara yenye mafanikio unayoijua. Kwa nini inafanikiwa? Baada ya dakika 5-6, shiriki majibu na kundi kubwa zaidi. Kisha jadili pia kile kinachofanya biashara ishindwe.*

Kuna sababu nyingi za mafanikio, kama vile kutunza wateja na kuwa mwangalifu kuhusu kutoa mikopo (kuwaacha wateja walipe baadaye). <u>Ni muhimu sana kuwa tofauti na bora kuliko washindani</u> na <u>kutunza pesa kwa uangalifu</u>

Wanaofanikiwa katika biashara wana mambo manne yanayofanana.

- Wanatengeneza kitu au wanafanya kitu ambacho watu wanakithamini.
- Wanafanya vizuri zaidi kuliko chochote kinachopatikana sasa mfano bidhaa iliyopo sokoni wao wanaiboresha na kuiweka katika viwango vya juu.
- Wanatengeneza mapato kutokana na biashara wanayofanya (kutoka kwa wateja, matangazo au ruzuku/ufadhili) ambayo ni kubwa kuliko gharama.

- Wanaangalia/wanasimamia pesa zilizobaki ili zisiwe za kutosha kwao na familia zao tu bali pia kulipa mikopo yoyote, kubadilisha vifaa vinavyotumika katika biashara na kulipa kodi yoyote.

Wale wanaofeli katika biashara huwa wamefeli katika mojawapo ya mambo haya manne.

Moja ya changamoto kubwa ni kuweka pesa za biashara tofauti na pesa binafsi. Ikiwa mwanafamilia anahitaji usaidizi, usimpe pesa za biashara kwa sababu biashara itafeli na hutaweza kusaidia mtu yeyote tena.

6 Nahodha wa meli yako

Kuanzisha biashara ni kama kuanza safari ndefu kwa mashua. Unahitaji kujiandaa na kuhakikisha kuwa una kila kitu unachohitaji kabla ya kuanza safari. Na unahitaji kuweza kuelekeza, kusogeza na kukaa mbali na miamba katika dhoruba.

MJADALA WA KIKUNDI KIDOGO: Je, ni sifa zipi zinazohitajika kwa mjasiriamali aliyefanikiwa? Jadili katika kikundi kidogo kisha shirikisha mawazo na kikundi kizima.

Mjasiriamali anahitaji uwezo katika maeneo matatu muhimu:

- Uwezo wa kuona fursa - watu walio karibu nawe wanahitaji nini lakini labda hakuna mtu anayetoa huduma hiyo au kufanya hiyo biashara?
- Uwezo wa kutathmini fursa tofauti - ni fursa gani zinazowezekana kufanikiwa?
- Utayari wa kushikamana/kusimama na wazo kwa muda wa kutosha ili kufanikiwa. mfano kutobadilisha wazo mara kwa mara.

Sifa nyingine binafsi zinazohitajika ni pamoja na:

- Utayari wa kufanya kazi kwa bidii
- Uwezo wa kujifunza kutokana na makosa
- Subira/uvumilivu
- Nia ya kuchukua hatari
- Uwezo wa kuishi na kutokuwa na uhakika
- Uwezo wa kuishi vizuri na watu wengine
- Uwezo wa kudhibiti hisia zako
- Kuhesabu msingi.

Ikiwa huna uwezo huu wote unapaswa kufanyia kazi au kuanzisha biashara na mtu mwingine ambaye ni mzuri katika mambo ambayo hujui sana.

Malengo yako ni yapi? Je, mafanikio yanaonekanaje kwako? Je! ungependa kuwa wapi katika muda wa miaka mitano au kumi? Malengo yako yanaweza kuwa kuhusu ndoa, watoto, pesa, kusudi au matukio na yanapaswa kuunda aina ya biashara unayotaka kuanzisha. Je! unataka kipato cha kutunza familia? Au mapato yanayokuwezesha kufanya jambo jingine (kama vile kuchunga kanisa)? Au uwezo wa kubadilika unaoweza kuja kutokana na kujifanyia kazi? Au kupata mapato kutokana na hobby unayofurahia? Au kuanzisha biashara ambayo itakusaidia katika uzee? Au kutengeneza ajira kwa wengine? Au kukidhi hitaji la kijamii au kimazingira?

ZOEZI LA BINAFSI: Wewe mwenyewe, andika chini: 1. ni uwezo gani unahitaji zaidi kufanyia kazi na 2. malengo yako binafsi.

Habari njema ni kwamba mtu yeyote anaweza kuanzisha na kuendesha biashara, ikiwa yuko tayari kuifanyia kazi. Inaweza kufurahisha, kuridhisha, kuzalisha mapato na kusaidia watu. Kuanzisha biashara ni akili ya kawaida. Hata hivyo, mafunzo na maandalizi makini yatakusaidia kuepuka makosa ya gharama kubwa na kufanikiwa zaidi.

7 Je, unapaswa kuanzisha biashara gani?

Ufunguo wa kuchagua biashara sahihi au biashara ya kijamii ni kugundua hitaji au fursa ambayo unaweza kukidhi vyema. Huenda tayari una wazo la biashara, lakini fanya kazi ya nyumbani hapa chini kwa sababu unaweza kupata wazo bora zaidi!

Kuwa tofauti

Usifikirie tu juu ya kile biashara zilizopo za ndani hufanya. Ni rahisi kutoza bei nzuri ikiwa hakuna ushindani mkubwa, mradi tu ni kitu ambacho watu wanataka na wako tayari kulipia. Hapa kuna mawazo, lakini kumbuka kuna maelfu ya uwezekano na jambo muhimu ni kuchagua kile ambacho kinafaa kwako na jumuiya yako.

- Wakala wa pesa kwa simu ("MoMo").
- Mafunzo ya Kiingereza
- Huduma ya watoto / Nursery
- Paneli ya jua na usambazaji / ufungaji wa betri
- Utengenezaji au usambazaji wa jiko
- Mwakilishi wa ndani wa NGO
- Kutengeneza sabuni
- Utengenezaji wa vinyago vya mbao / elimu
- Utengenezaji wa toy laini
- Courier (kama kukusanya bidhaa kutoka kwa wasambazaji au bohari katika miji ya karibu)
- Mwongozo wa watalii/wageni (kuongoza vikundi vidogo vya watalii, kukusanya vikundi kutoka uwanja wa ndege, kuandamana na kusaidia wafanyikazi wa NGO, n.k.)
- Kuongoza na kuhudumia wageni au watalii kwa kuwaongoza, kuwapokea uwanjani, kuwasindikiza, na kusaidia timu za NGO katika majukumu mbalimbali.
- Uingizaji na usambazaji wa maji ya kuoga yanayotumia nishati ya jua.
- Huduma ya muda mfupi kwa wale wanaojali wengine.
- Msaidizi wa mtandaoni au kazi nyingine zinazofanywa kupitia intaneti. (tazama www.fiverr.com au www.upwork.com)

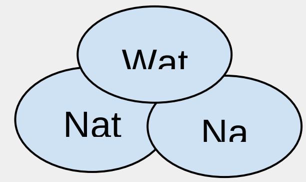
NB:Siyo fursa zote hapo zinaweza tumika kwa mazingira yetu na hasa Mwanza.

Omba mwongozo

Omba, peke yako au pamoja na wengine, kuomba hekima ya Mungu kwa uamuzi wako. Mwombe Mungu aseme nawe. Wakati fulani Mungu huzungumza nasi kupitia mambo ambayo watu wengine husema, au anaweza kumpa mtu fulani unabii maalum kwa ajili ya biashara yako. Wakati fulani Mungu husema nasi tunaposoma Biblia. Au tunasikia kutoka kwa Mungu kupitia ndoto, picha au mazingira yanayotuzunguka.

KAZI YA NYUMBANI

1. Tengeneza orodha ya makundi yote ya watu unaowajua. Kwa mfano: majirani zako; watu unaofanya nao kazi; watu katika kanisa lako au kwaya au kikundi kingine; watalii wanaotembelea mji wako; watu wanaofanya kazi katika biashara za ndani. Karibu na kila kikundi, orodhesha bidhaa na huduma ambazo wanaweza kuhitaji. Kwa mfano: majirani wanaweza kuhitaji nishati ya jua; kikundi cha vijana kinaweza kuhitaji mafunzo ya mpira wa miguu; watu katika biashara za ndani wanaweza kuhitaji chakula cha mchana.
2. Tengeneza orodha nyingine, pamoja na mambo yote unayofurahia kufanya. Ungefanya nini siku nzima hata kama hukulipwa?
3. Orodhesha mambo yote ambayo una uwezo na rasilimali kufanya. Kwa mfano, uwezo wako unaweza kujumuisha kupika, kuandika, kuandaa matukio, kufundisha, kuendesha gari, kutunza watoto au kurekebisha kompyuta.
Rasilimali zako zinaweza kuwa zana za useremala, kompyuta, baiskeli, chumba cha ziada.
4. Kagua orodha zote. Unapoangalia orodha ya kile watu wanahitaji, je, inakukumbusha kitu chochote ambacho una uwezo au rasilimali ya kufanya? Na unapoangalia orodha ya uwezo wako na rasilimali,je,inakukumbushamahitaji yoyote ambayo unaweza kutimiza? vitu vyovyote vipya. Tumia muda kupanua orodha na uhimizwe na uwezo wako wote!
5. Hatimaye, tafuta chochote kinachoonekana kwenye orodha zote tatu. Ondoa chochote usichofanya wanataka kufanya. Kutokana na hili, anza kuorodhesha mawazo ya biashara yanayowezekana na kisha jaribu kuyapunguza kwa orodha fupi ya watatu kwa mawazo na uchunguzi zaidi.



SEHEMU YA 2: KUTAFITI SOKO

8 Kutafiti wazo lako la biashara

Ni wazo gani lililo bora zaidi?

Sasa una orodha fupi ya mawazo ya biashara, kulingana na uwezo wako na rasilimali, unachofurahia kufanya, na kile ambacho watu unaowajua wanahitaji. Ni mawazo gani unayofurahia sana? Waulize marafiki zako unaowaamini wanafikiri nini?

ZOEZI LA BINAFSI: Amua lipi ni wazo bora zaidi.

Hatua inayofuata ni kutafiti wazo hili. Unaweza kufanya hivyo kwa kuzungumza na washindani, au wateja watarajiwa, au makampuni yanayotoa kile unachotaka kutoa lakini katika eneo tofauti.
Utafiti unaweza kuonyesha wazo lako halitafanya kazi vizuri baada ya yote. Ikiwa ndivyo, rudi kwenye orodha yako fupi na ujaribu wazo lingine.

MJADALA WA KIKUNDI KIDOGO: Katika kikundi kidogo, zungumza kupitia 1. Nini kingefaa kujua na 2. Jinsi ya kujua habari hii.Baada ya dakika 7-8, orodhesha mawazo bora na kundi zima.

Orodha yako ya mwisho inapaswa kujumuisha habari ifuatayo ili kujua:

- Washindani wako watakuwa akina nani?
- Wanatoa nini?
- Je, wanatoza kiasi gani?
- Je, zinawavutiaje wateja?
- Wateja wako ni watu wa aina gani?
- Kwa nini wanafanikiwa?

Utafiti unaweza kujumuisha:

- Uliza marafiki na familia yako ni wasambazaji gani wanatumia kwa bidhaa au huduma hii; na kile wanachofikiri ni uwezo na udhaifu wa msambazaji huyu
- Jaribu kumuuliza mtoaji/mzabuni/msambazaji mwenyewe ikiwa unaweza
- Zungumza na mtoaj/mzabuni/msambazaji
- Zungumza na wateja wa msambazaji (waulize kwa nini wanachagua msambazaji huyu; wanapenda nini na hawapendi nini; na msambazaji huyu anawezaje kuwa bora zaidi)
- Angalia tovuti ya mtoa huduma na maoni yoyote ya mtandaoni.

(Kazi yako ya nyumbani ya sehemu hii inajumuisha utafiti huu wa vitendo, tazama mwisho wa Sehemu ya 2 kwenye ukurasa wa 9)

Unaweza kujaribu wazo?

Utafiti wa soko unaweza kuwa wa thamani. Lakini ina mapungufu. Watu wanaweza kusema watanunua kutoka kwako ili wawe na adabu lakini wabadili mawazo yao wanapolazimika kutumia pesa zao. Kwa baadhi ya mawazo ya biashara unaweza kujaribu wazo lako kwa bei nafuu sana: kununua au kutengeneza idadi ndogo ya bidhaa na uone jinsi ilivyo rahisi (au vigumu) kuziuza.

Je, utauza vya kutosha?

Ikiwa unapanga kuuza bidhaa maarufu katika eneo pana kuna uwezekano wa kuwa na biashara nyingi huko, ikiwa unaweza kupata wateja wa kutosha wa kubadili/kuhamia kwako. Lakini ikiwa unatoa bidhaa maalum katika eneo la karibu, jaribu kujua:

- Je, kuna wateja wangapi watarajiwa katika eneo unalotaka kutumia kufanya biashara?
- Je, ni mara ngapi wana uwezekano wa kununua?
- Je, wana uwezekano wa kutumia kiasi gani kila wanaponunua (kwa wastani)?
- Unadhani watanunua asilimia ngapi kutoka kwako?

Kutokana na hili, jaribu kujua kama kutakuwa na mauzo ya kutosha kusaidia biashara yako. Ikiwa sivyo, unaweza kuhitaji bidhaa zingine.

9 Wateja wako ni akina nani?

MJADALA WA KIKUNDI KIDOGO: Kwa nini ulinunua hiyo? Katika kikundi kidogo, fikiria kuhusu bidhaa au huduma uliyonunua hivi karibuni. Ulinunua kwa nani? Kwa nini umechagua mtoaji huyo mahususi? Baada ya dakika 6-7, zungumza kupitia baadhi ya majibu na kundi zima.

Kwa nini wanunue kutoka kwako?

Ni nini kingemfanya mtu abadilike kutoka kwa msambazaji wake aliyepo hadi kwako?

Kuna sababu nne tu kwa nini tunachagua mtoaji mmoja juu ya mwingine.

1. Bora: muundo bora au ubora wa juu kuliko wasambazaji wengine.

2. Nafuu: nafuu kununua au kukimbia kuliko wengine wa ubora sawa.
3. Haraka zaidi: tunaweza kuchagua duka kwa sababu ndilo lililo karibu zaidi; au muuzaji kwa sababu wanaweza kutoa haraka zaidi; au wanatoa huduma kamili zaidi ambayo inakuokoa wakati.
4. Bora zaidi: Fundi au mfanyakazi wa nywele tunayemchagua huenda asiwe wa bei nafuu au bora zaidi lakini tunawapenda na kuwaamini; au jinsi huduma inavyotolewa ni ya kufurahisha zaidi.

Usifikirie kuwa lazima uwe wa bei nafuu zaidi. Unaweza kununua petroli kwa bei, lakini je, ungetumia nywele za bei nafuu zaidi au kununua vazi la bei nafuu zaidi la harusi? Uaminifu, huduma binafsi na ubora ni njia muhimu ya kushinda wateja. Wakati mwingine makampuni hata kupata wanaweza kuuza zaidi kwa kuongeza bei zao!

Wateja wako ni akina nani na ni nini muhimu kwao?

Ni watu wa aina gani au shirika gani wana uwezekano mkubwa wa kununua bidhaa yako? Je, wateja wako wanafanana nini: je, wana uwezekano mkubwa wa kuwa wazee/vijana/wanaume/wanawake/tajiri/maskini/wanaishi vijijini/wanaishi mijini/wanaozingatia bei/wanaozingatia ubora/biashara/watu binafsi/serikali/ Mashirika yasiyo ya kiserikali?

Huu ni "wasifu wako wa mteja". Kujua wateja wako watarajiwa ni akina nani kulingana na sifa hizi kutakusaidia kubuni toleo linalofaa kwao.

Kutokana na sababu nne zinazowafanya watu kununua, zilizotajwa hapo juu, pamoja na utafiti wako kuhusu washindani, unadhani ni sababu ipi muhimu zaidi itakayowafanya watu uliowaelezea wahamie kwako kutoka kwa mshindani wako?

Huenda kukawa na zaidi ya jibu moja kwa sababu unaweza kuwa na makundi mbalimbali ya wateja. Labda wanaume wanapendelea muundo tofauti au rangi au duka kwa wanawake. Au watu wakubwa wanataka kitu tofauti na vijana. Au labda una kundi moja la wateja ambapo ubora ni muhimu na wengine kununua tu nafuu. Hii inaitwa "mgawanyo wa wateja". Unaweza kuwa na matoleo tofauti ya bidhaa au huduma yako kwa kila kikundi.
Kujua makundi yako tofauti ya wateja kutakusaidia kuwasiliana na kila kikundi kwa ufanisi zaidi. Kwa mfano, duka la mavazi linaweza kuuza nguo za harusi zenye ujumbe kuhusu ubora na muundo mzuri; na nguo za kila siku zenye ujumbe kuhusu kudumu kwa muda mrefu na thamani nzuri.

ZOEZI LA JOZI: mkiwa na mtu mwingine mmoja, saidianeni kufikiria kuhusu vikundi vya wateja wenu vinaweza kuwa nani, sababu kuu kwa nini kila kimoja kingenunua, na kama unahitaji toleo tofauti la bidhaa au huduma yako kwa kila kikundi. Andika orodha ya "sehemu za wateja" wako na sababu ambazo wangenunua.

10 Wateja watalipa kiasi gani?

Ni bei gani sokoni kwa ofa yako? Je, ni bei gani itaongeza faida yako?

Biashara nyingi huweka bei ambayo ni zaidi kidogo kuliko gharama ya kuzalisha bidhaa au huduma. Lakini kilicho muhimu zaidi ni kile ambacho washindani wanatoza kwa bidhaa au huduma yenye ubora sawa. Kwa baadhi ya vitu, hasa kama ni vipya au visivyo vya kawaida au vimeundwa kwa umaridadi au vigumu kuvipata, wateja wanaweza kulipa zaidi ya gharama. Sio gharama gani lakini ni thamani gani kwa mnunuzi na ni washindani gani wanatoza kwa ubora sawa.

mkakati wako ni upi? Je, unajaribu kuuza sana kwa bei ya chini au vitu vichache vya ubora wa juu kwa bei ya juu? Unaweza kutaka kuwa na matoleo tofauti ya bidhaa yako kwa makundi tofauti ya wateja: toleo la msingi kwa bei nafuu zaidi na toleo la ubora wa juu zaidi kwa wale ambao wanafurahia kulipa zaidi.

Makosa ya kawaida ni malipo kidogo sana. Kwa baadhi ya bidhaa au huduma, bei ya chini inaweza kupunguza wateja. Wanadhani kuwa nafuu ina maana si nzuri sana. Je! Unataka kununua mavazi ya harusi ya bei nafuu? Au uajiri fundi wa bei nafuu zaidi kurekebisha pikipiki yako? Kulipa zaidi kwa fundi mzuri kunaweza kuwa na thamani bora ikiwa ukarabati wao hudumu kwa muda mrefu.

Ikiwa unauza wakati wako, kuwa mwangalifu sana usitoze. Ruhusu muda ambao haujalipwa unaohitaji kwa ajili ya kuuza, kutoa bei, usimamizi, ugonjwa, n.k. pamoja na gharama za ziada kama vile kukodisha ofisi.

Je, unadhani kubadilisha bei kutakuwa na athari kubwa kwa kiasi gani unachouza? Hii ni kweli kwa bidhaa zinazoweza kulinganishwa kwa urahisi (kama mafuta kwenye kituo cha petroli). Ikiwa ndivyo, kupunguza bei yako kidogo kunaweza kuongeza mauzo kiasi kwamba utapata pesa zaidi. Ikiwa kubadilisha bei haina athari kubwa kwa kiasi gani unachouza, kuongeza bei zako kunaweza kukufanya uwe na pesa zaidi.

ZOEZI BINAFSI: peke yako, ukifikiria bei ya washindani wako na thamani ya ofa yako kwa wateja wako, unafikiri ni bei gani inayofaa kutoza? Ikiwa wateja wako wanataka kiwango cha juu, utatoa punguzo? Andika hii.

11 Utapataje wateja wako?

Kwa kuwa sasa una wazo la wasifu wako wa mteja katika kila sehemu ya wateja wako, unaweza kuanza kufikiria jinsi bora ya kuwaambia wateja watarajiwa (“matarajio”) kuhusu kile unachouza. Ni muhimu kupata wateja haraka unapoanzisha biashara.
Katika hatua hii ya kupanga, jambo muhimu ni kuwa na wazo la jinsi utapata wateja na ni kiasi gani hiki kitagharimu.

Je, unahitaji kuzungumza na nani?

Biashara zingine haziuzi moja kwa moja kwa "watumiaji wa mwisho" na badala yake huuza kwa watengenezaji au wauzaji kama vile maduka, mawakala au mikahawa. Ujumbe wa utangazaji kwa vikundi hivi utakuwa tofauti na ujumbe kwa watumiaji wa mwisho.

Kwa mashirika ya kijamii na biashara zingine, unaweza kuhitaji kuwasiliana na vikundi kadhaa vya watu: "wafaidika" wanaotumia huduma zako; wafadhili kama vile mashirika ya kiserikali au NGOs, ambao wanaweza kuwa wanalipa kiasi fulani au gharama zote; na labda “wadau” wengine (kwa mfano, vyuo vinaweza kuhitaji kuwasiliana na wazazi na waajiri wa ndani).

Ni ipi njia bora ya kupata wateja?

MJADALA WA KIKUNDI: Ni ipi njia bora ya kuwaambia wateja watarajiwa kuhusu biashara yako? Tengeneza orodha.

Mchanganyiko wako wa shughuli za mauzo hutegemea wasifu wa mteja katika kila sehemu ya wateja wako. Je, ni mbinu gani ya uuzaji itakuwa na gharama nafuu zaidi kwa kila sehemu ya wateja?

Pia inategemea kwa sehemu "thamani ya mteja wa maisha". Ikiwa mteja mpya ana uwezekano wa kununua kutoka kwako tena na tena, inafaa kutumia pesa nyingi kushinda biashara yake, hata ikiwa utapata hasara kwenye ofa ya kwanza. Lakini ikiwa una uwezekano wa kumuuzia kila mteja mara chache sana (kwa mfano, kuwauzia jiko), basi mauzo hayo lazima yalipe gharama ya kumpata mteja huyo.

Shughuli zako za mauzo pia zinategemea bidhaa yako na aina ya biashara unayofanya. Kwa mfano, duka la mavazi linaweza kukupa kupiga picha ambayo mteja wao anaweza kuchapisha kwenye tovuti za mitandao ya kijamii na nyumba ya wageni inaweza kuwahimiza wateja kuandika maoni.

Unaweza kufanya yafuatayo bila malipo.

- Waambie familia yako, marafiki na majirani.
- Waulize marafiki zako na wateja wa kwanza kuwaambia marafiki zao ambao wanaweza kuvutiwa na biashara yako mpya ("rufaa ya mtu"). Au waulize wanakupendekezea uzungumze naye kuhusu biashara yako.
- Tangaza kwenye mitandao ya kijamii, wahimize wateja ‘kupenda’ ukurasa wako na uwahimize waonyeshe jinsi wanavyotumia bidhaa yako.
- Andika blogu kwenye kitu kinachohusiana na bidhaa yako na uitangaze kwenye mitandao yako ya kijamii.
- Wasiliana na vituo vya redio vya karibu ili kuwaambia kuhusu huduma yako mpya na labda waambie wakueleze hadithi yako.

Chaguzi ambazo zina gharama ni pamoja na zifuatazo.

- Kutoa sampuli bila malipo; kwa mfano, duka la juisi linaweza kumruhusu mteja aonje juisi kwenye kikombe kidogo; fundi wa pikipiki anaweza kutangaza ukaguzi wa bure kisha kutoa ushauri kuhusu kile kinachohitaji kurekebishwa.
- Hudhuria matukio ambapo unaweza kukutana na wateja watarajiwa na uwape kadi au vipeperushi watu wanaovutiwa.
- Chapisha na usambaze vipeperushi.
- Ajiri wakala, yaani, mlipe mtu kamisheni (ada ya utafutaji wateja) akikupatia mteja.
  Wape wateja zawadi au punguzo la bei ili wakupendekeze kwa marafiki zao.
- Shirikiana na biashara nyingine inayouza bidhaa inayosaidiana na yako, lakini si inayoshindana nayo. Kwa mfano, kila mmoja akitolea mwingine vocha ya punguzo kwa bidhaa yake.
- Baadhi ya biashara zinafaidika kwa kuwa na tovuti au kuuza kupitia duka la mtandaoni au matangazo ya mtandaoni.

12 Ni Hatari Gani?

Mipango ni nzuri lakini si kila kitu kitaenda kulingana na mpango. Kanuni nzuri ya kukumbuka ni kwamba <u>kila kitu kitachukua muda mrefu na kugharimu zaidi kuliko unavyofikiri!</u>

- Ni mambo gani yanaweza kwenda kombo/vibaya katika mpango wako wa utekelezaji? Unaweza kufanya nini kuzuia yaende kombo au kukabiliana nayo yanapokwenda kombo/vibaya?
  Wajasiriamali wanadhaniwa kuwa ni wachukuzi wa hatari. Lakini wajasiriamali wazuri hufanya kila wawezalo kupunguza hatari na kupanga kwa ajili ya aina za mambo yanayoweza kwenda kombo/vibaya.
  Mfano wa talanta katika Biblia (Mathayo 25: 14-30) ni hadithi ambayo Yesu alisimulia kufundisha jinsi

Mungu hafurahii na watu wanaoogopa sana kuchukua hatari zozote na rasilimali walizo nazo. Mungu anataka utumie vizuri pesa na ujuzi ulio nao na kuvitumia kuzalisha utajiri (ambao kumbuka unatokana na neno linalomaanisha "ustawi").

Ili kuandaa uchambuzi wa hatari, tengeneza jedwali jingine, wakati huu likiwa na safu nne (Tazama Kiambatisho Jedwali A kama mfano).

- Katika safu wima ya kwanza, orodhesha vitu vyote ambavyo vinaweza kwenda kombo/vibaya.
- Katika safu wima inayofuata, kadiria uwezekano wa jambo hili kutokea – juu, wastani au chini.
- Katika safu wima inayofuata, kadiria athari ya jambo hili kwenda kombo/vibaya; itakuwa mbaya kwa kiwango gani? Tena, toa hii kama juu, wastani au chini.
- Katika safu wima ya mwisho, fikiria jinsi unavyoweza kupunguza uwezekano wa kila hatari kutokea. Zingatia hasa hatari zenye uwezekano mkubwa wa kutokea na zenye athari kubwa.

MJADALA WA KIKUNDI: tumia wazo moja la biashara kuanza kuandaa uchanganuzi wa hatari pamoja

SEHEMU YA 2 KAZI YA NYUMBANI

Fanya utafiti ulioelekezwa katika sehemu ya 8. Kwa kutumia matokeo hayo, tengeneza jedwali la washindani wako likiwa na bei zao, nguvu zao, udhaifu wao na jinsi wanavyopata wateja.

Je, utafiti huu unathibitisha wazo lako la biashara au unahitaji kufanya utafiti wa wazo tofauti kutoka kwenye orodha yako fupi?

Tafakari juu ya mawazo katika sehemu ya 11 na uamue yafuatayo. Andika majibu yako.

Je, utauza moja kwa moja kwa watumiaji wa mwisho au kupitia muuzaji wa rejareja au vyote viwili?

Ukizingatia makundi yako ya wateja (sehemu ya 9), ni ujumbe wa aina gani kila kundi litasikiliza na kuathiriwa nao?

Utawasilianaje ujumbe wako kwao?

Ni hatua gani unahitaji kuchukua, unahitaji kufanya hivi lini, na itagharimu kiasi gani?

Andaa uchambuzi wa hatari kwa wazo lako la biashara.

SEHEMU YA 3: MIPANGO YA FEDHA

13 Kupanga mchakato na kuweka gharama

Hatua kwa hatua

Umechagua wazo la kuanzisha biashara na umeanza kutafiti soko. Sasa tunahitaji kufahamu gharama na kujua ikiwa biashara inaweza kutekelezwa.

Kuna gharama kadhaa za kuzingatia. Ya kwanza ni "gharama ya kuweka". Hii ni gharama ya vifaa n.k. utahitaji kulipia kabla ya kuanza kutoa bidhaa au huduma yako.

Mbinu nzuri kwa hili ni kuvunja kila sehemu ya mchakato wa biashara katika mfululizo wa hatua. Kwa mfano, ikiwa kutengeneza chapati, hatua ya kwanza ni kununua viungo; hatua ya pili ni kupima viungo; hatua ya tatu ni kuchanganya viungo, n.k. Ikiwa unatoa huduma inaweza kuwa rahisi kufafanua hatua kama safari ya mteja. Kwa mfano, ikiwa unaendesha mgahawa, hatua ya kwanza ni kuweka nafasi; hatua ya pili ni kumkaribisha mteja; hatua ya tatu ni kutoa menyu, nk.

Kufikiria juu ya kila hatua kutakusaidia kujua ni nini kinachohitajika na kwa hivyo gharama itakuwa nini.

Kuandaa mpango wa mchakato

Ili kuandaa mpango wa mchakato, tengeneza meza na nguzo sita kwenye karatasi kubwa au kompyuta.

- Chini ya safu ya kwanza , andika mchakato wa biashara yako kama mfululizo wa hatua, kama ilivyoelezwa hapo juu.
- Katika safu inayofuata, dhidi ya kila hatua, andika zana na vifaa vyovyote unavyohitaji kwa hatua hii.
- Katika safu inayofuata, dhidi ya kila hatua, andika watu na ujuzi unaohitaji.
- Katika safu inayofuata, dhidi ya kila hatua, fikiria na uandike mawazo yoyote uliyo nayo ya kufanya hatua hii vizuri zaidi kuliko washindani wako.
- Ni muhimu kuweka gharama za chini; kwa hivyo katika safu inayofuata, fikiria na uandike chaguzi rahisi na za bei nafuu ili kukamilisha hatua hii. Kwa mfano, unaweza kukopa, kukodisha au kununua mitumba badala ya kununua mpya?
- Hatimaye, katika safu ya mwisho, dhidi ya kila hatua, andika gharama ya kitu chochote utakachohitaji kulipia kabla ya kuanza biashara yako.

Jumla ya safu ya mwisho ni gharama yako ya kuanzisha. Ikiwa unapanga kuwa na tovuti au kuzalisha nyenzo za mauzo utahitaji kuongeza gharama hizi kwa gharama yako ya kuanzisha.

ZOEZI LA KUNDI: tumia wazo moja la biashara kuanza kuandaa mpango wa mchakato pamoja kama mfano au tumia Jedwali la Kiambatisho B mwishoni kama mfano.

ZOEZI LA BINAFSI (Dakika 30- 40): Andaa mpango kazi wa kuanzisha biashara kwa ajili ya biashara yako: andika mpango wa mchakato kama ilivyoelezwa katika sehemu ya 12. Pia zingatia ni nani anayeweza kukusaidia kuendesha biashara na wapi unaweza kupata zana, vifaa na vifaa unavyohitaji. Biashara itakuwa wapi? Ikiwa unakodisha duka au jengo, ni nini kinachohitajika kufanywa ili kuandaa jengo? Ikiwa unahiitaji wasaidizi, utaajirije na kutoa mafunzo kwa wafanyikazi? Ni hatua gani nyingine zinazohitajika kabla ya kuanza kwako? Kutoka kwenye haya yote, andika orodha ya hatua zinazohitajika ili kuanzisha biashara, pamoja na gharama ya kila hatua na tarehe zinazolengwa. Ikibidi, malizia kama sehemu ya kazi yako ya nyumbani.

14 Gharama za uendeshaji

Tumeangalia gharama za kuanzisha, gharama za vifaa n.k. ambazo unapaswa kulipa kabla ya kuanza biashara yako. Gharama zinazofuata za kuangalia ni gharama za uendeshaji, gharama ambazo utalazimika kulipa kila mwezi unapokuwa unaendesha biashara yako.

Kitengo cha Uuzaji

Kwanza unahitaji kujua "Kitengo chako cha Uuzaji". Kitengo chako cha uuzaji ni kile kilicho kwenye orodha yako ya bei: kinaweza kuwa kwa kila bidhaa (k.m. kila gauni); au kwa kila pakiti (k.m. pakiti ya biskuti 10); kwa kila glasi (ya juisi); kwa kila chupa, kila kilo, kila tani, kila lita, kila saa, au kwa kila siku.

ZOEZI LA BINAFSI: Andika kitengo cha mauzo cha biashara yako.

Gharama za kudumu na zinazobadilika

Kuna aina mbili za "Gharama za Uendeshaji", gharama ya kudumu na gharama inayobadilika. Ni muhimu kujua tofauti.

Baadhi ya gharama ni "za kudumu". Hizi ni gharama unazopaswa kulipa hata kama hutazalisha chochote kabisa. Kwa mfano, kodi ya duka lako; au ada ya kila mwezi unayoweza kulipa kwa ajili ya intaneti. Unapaswa kuzilipa hata kama huna wateja.

Baadhi ya gharama ni "zinazobadilika". Kwa mfano, viungo vyako ikiwa unaandaa bidhaa ya chakula; gharama ya malighafi ikiwa unatengeneza gauni; na gharama ya kufunga na usafirishaji. Hizi ni gharama za moja kwa moja za mauzo yako. Huongezeka kulingana na kiwango cha mauzo. Ukiuza gauni mara mbili zaidi, utahitaji malighafi mara mbili zaidi.

Kinachochanganya ni kwamba, baadhi ya gharama huwa mojawapo au yote mawili. Mishahara inaweza kuwa ya kudumu (ikiwa unalipa mshahara wa kila mwezi usiobadilika bila kujali kinachozalishwa) au ya kubadilika (ikiwa unalipa kwa kila bidhaa inayozalishwa). Bili ya umeme inaweza kuwa na ada ya kila mwezi ya kudumu na ada ya mita, ambayo huongezeka kadri unavyozalisha zaidi.

Jaribio zuri ni: Ikiwa utauza bidhaa mara mbili zaidi, je, gharama hii pia itaongezeka mara mbili au angalau itaongezeka sana? Ikiwa ndivyo, basi ni gharama ya kubadilika.

Tofauti hii ni muhimu. Kujua gharama zako zinazobadilika kunamaanisha unaweza kuhesabu gharama yako kwa kila "kitengo cha mauzo". Kujua gharama yako inayobadilika kwa kila kitengo cha mauzo kunamaanisha unajua kama unapaswa kukubali agizo kwa bei fulani. Ikiwa bei ni chini kuliko gharama inayobadilika, kataa: utapoteza pesa.Ikiwa ni juu kuliko gharama yako inayobadilika kwa kila kitengo, basi angalau kutakuwa na ziada inayochangia gharama zako zisizobadilika (ingawa utahitaji kuuza vya kutosha ili kufunika kabisa gharama zisizobadilika).

Kukokotoa gharama "halisi" zinazobadilika

Gharama yako inayobadilika kwa kila bidhaa inayouzwa ni rahisi kukokotoa. Kwa mfano, ikiwa kutengeneza keki 100 kunagharimu dola 100 kwa viungo n.k., basi gharama inayobadilika ni dola 100 ikigawanywa kwa keki 100, hivyo ni dola1 kwa kila keki.

Hata hivyo, hii ni gharama "bora" tu kwa kila kipande. Kwa bahati mbaya, baadhi ya keki unazotengeneza zitaharibika au kutafunwa na panya au zitakauka kabla ya mtu yeyote kununua. Au, ikiwa unatoa huduma na una miadi yenye muda maalum, baadhi ya wateja wako hawatatokea, hivyo muda huu unapotea bure.

Kwa hivyo, kati ya bidhaa 100 zinazouzwa, utalipwa kwa ngapi (kwa wastani)? Gawanya gharama yako ya bidhaa 100 kwa idadi ya bidhaa ambazo utalipwa. Hii ndiyo gharama yako halisi inayobadilika kwa kila bidhaa.

Katika mfano hapo juu, tuseme unalipwa kwa keki 90 tu kati ya kila 100 unazotengeneza (kwa sababu 10 zimevunjika, zimeharibiwa na panya au zimekauka), basi gharama halisi inayobadilika ni dola 100 ikigawanywa kwa keki 90, ambayo ni dola 1.11 kwa kila keki.

ZOEZI LA BINAFSI: kukokotoa gharama za kudumu/zisizobadilika na zinazobadilika

1 Orodhesha gharama zako zote za kudumu na kadiria jumla ya gharama za kudumu kwa mwezi.

2 Orodhesha gharama zako zote zinazobadilika.

3 Kadiria gharama yako kwa kila kitengo.

4 Kati ya kila bidhaa 100 zinazouzwa, kadiria ni ngapi hasa utalipwa (kwa wastani). Tumia hii kukokotoa gharama yako halisi inayobadilika kwa kila bidhaa. Rudia hii kwa bidhaa nyingine zozote (labda mtengenezaji wa biskuti atatengeneza pia keki). Kamilisha kama kazi ya nyumbani ikihitajika.

15 Mapato na faida

Tayari umeshafikiria bei ya kutoza kwa kila bidhaa inayouzwa, kwa kutegemea utafiti wako wa washindani. Tunatumai bei hii ni zaidi ya gharama hubadilika kwa kila bidhaa ambayo umeihesabu hivi punde. Hatua inayofuata ni kuhesabu mapato na kuongeza gharama za kudumu/zisizobadilika na zinazobadilika ambazo umekadiria.

ZOEZI LA KIKUNDI: tumia wazo moja la biashara kuanza kujaza jedwali mstari kwa mstari (tazama hapa chini) au

tumia mfano uliopo katika Jedwali la Kiambatisho C.

Kukokotoa mapato

- Unafikiri utauza bidhaa ngapi kwa mwezi katika mwezi wako wa kwanza wa biashara? Pengine si nyingi, kwa sababu inachukua muda kupata wateja. Vipi kuhusu mwezi wa 2? Biashara nyingi huongeza mauzo polepole katika miezi ya kwanza ya biashara. Fanya hii iwe safu ya kwanza ya jedwali.
- Zidisha idadi ya bidhaa unazofikiri utauza kila mwezi kwa bei, ili kupata jumla ya mapato kwa mwezi. Hii ni safu ya 2.
- Pia zidisha idadi hii ya vitengo kwa gharama halisi inayobadilika kwa kila kimoja, ili kupata jumla ya gharama zinazobadilika kwa mwezi na weka hii katika safu ya 3.
- Mapato ya kila mwezi yakitolewa gharama hubadilika yanakupa "faida ghafi". Hii ndiyo pesa unayotumia kulipia gharama za kudumu. Weka hii katika safu ya 4.
- Andika gharama ya kudumu (ambayo itakuwa sawa kila mwezi) katika safu ya 5.
- Faida ghafi ya kila mwezi ikitolewa gharama za kudumu inakupa "Faida ya Uendeshaji" wako (au hasara ya uendeshaji ikiwa ni hasi). Weka hii katika safu ya 6.

Kiwango cha kutosheleza gharama

Iwe unaonekana kupata faida au la, ni muhimu kujua "kiwango chako cha kutosheleza gharama", kiasi cha chini kabisa unachohitaji kuuza ili kupata faida ya uendeshaji.

Kiwango chako cha kutosheleza gharama ni pale ambapo faida ghafi hulipia kwanza gharama zote za kudumu.

Katika mfano ulio kwenye Jedwali C la Nyongeza, bei ni dola 10 kwa kila gauni na gharama hubadilika ni dola 7, kwa hivyo faida ghafi kwa kila gauni ni dola 3. Hii inamaanisha kuwa kila gauni linalouzwa linachangia dola 3 kuelekea gharama zako zisizobadilika. Gharama zisizobadilika katika mfano huu ni dola 15 kwa mwezi, kwa hivyo biashara inapaswa kuuza magauni 5 (15 mgawanyo wa 3) ili kufidia gharama

ZOEZI LA BINAFSI: Jaza jedwali kama hili kwa biashara yako na kuhesabu kiwango cha usawa wa gharama na mapato.

16 Mtiririko wa fedha

Kwa nini utabiri wa mtiririko wa fedha ni muhimu

Swali muhimu zaidi katika hatua ya kupanga ni kujua kama wazo lako la biashara linawezekana: je, biashara yako itafanikiwa au itashindwa?

Hili linahusu maswali mawili:

- je, una fedha za kutosha?
- je, biashara itakuwa na faida?

Haya si sawa: kampuni zinazokua kwa kasi zinaweza kuishiwa na fedha na hivyo kushindwa ingawa zinafanya faida.

Ili kuona kiasi cha pesa unachohitaji na kuhakikisha haukosi pesa, unahitaji utabiri wa mtiririko wa fedha.

Ili kuona kiasi gani cha pesa unahitaji na kuhakikisha hautakosa pesa, unahitaji utabiri wa mtiririko wa fedha.

Utabiri wa mtiririko wa fedha ni nini?

Wakati mwingine unaweza kuona taarifa za kifedha, kama vile taarifa ya benki au ya simu ya mkononi. Kwa kawaida, juu kabisa, hizi huonyesha "Salio la Awali", kiasi cha pesa ulichokuwa nacho kwenye akaunti yako mwanzoni mwa mwezi. Kisha kutakuwa na orodha ya pesa zozote zilizowekwa kwenye akaunti katika mwezi huo ("mapato"), na pia kila kitu

kilichotolewa kutoka kwenye akaunti katika mwezi huo ("matumizi"), malipo uliyoyafanya. Chini ya taarifa, itaonyesha Salio la Mwisho – pesa uliyobaki nazo. Hii inakuwa Salio la Awali mwezi unaofuata.

Utabiri wa mtiririko wa fedha ni makadirio tu ya jinsi taarifa zako zitakavyokuwa katika miezi ijayo. Salio lako la awali litakuwa kiasi gani utakapozindua biashara yako? Utalazimika kulipia nini katika mwezi huo wa kwanza? Je, utapokea mapato yoyote katika mwezi huo? Nini kitabaki?

Utabiri rahisi wa mtiririko wa fedha

Kuna mfano wa utabiri rahisi wa mtiririko wa fedha katika Jedwali la Kiambatisho D. Huu ni biashara ileile kama ile ya mshonaji wa gauni katika Kiambatisho C. Katika mfano huu, biashara inanunua nyenzo mwezi uleule gauni linapouzwa, na hupokea malipo gauni linapouzwa. Kwa hivyo, namba ni zilezile. Kilichoongezwa ni gharama ya uanzishaji - $200 kwa ajili ya mashine ya kushona. Na, bila shaka, salio la ufunguzi na la kufunga kwa kila mwezi.

ZOEZI LA KIKUNDI: Pitia utabiri rahisi wa mtiririko wa fedha. Andaa jedwali tupu kwa kutumia mfano katika Jedwali la Kiambatisho D, kisha ongeza takwimu mstari kwa mstari (bila kuangalia majibu!). Kisha linganisha na Jedwali D.

Moja ya mambo muhimu ambayo jedwali hili linaonyesha ni kiasi gani cha pesa biashara inahitaji ili kuanza. Gharama za kuanzisha ni (dola 200) pamoja na hasara zilizotokea katika miezi michache ya kwanza. Biashara hii itahitaji angalau dola 212 (tazama mwezi wa 2). Ili kuwa salama, biashara inapaswa kuwa na ufikiaji wa pesa zaidi kuliko hii – tuseme dola 300 – endapo makadirio ya mauzo yatakuwa ya matumaini kupita kiasi.

Utabiri halisi zaidi wa mtiririko wa fedha

Hata hivyo, mtiririko wa fedha ni tofauti na orodha rahisi ya mapato na matumizi yako kwa sababu unazingatia ni lini unalipa na ni lini utalipwa. Hii inaweza kutofautiana na mauzo ya mwezi: baadhi ya biashara hazipokei malipo kutoka kwa wateja wao wakati mauzo yanapofanyika. Badala yake, hutoa ankara ambayo huenda isilipwe hadi mwezi unaofuata au baadaye.
Katika mfano ulio kwenye Jedwali la Nyongeza E, mshonaji nguo ameamua kubadili na kutengeneza sare za biashara. Habari njema ni kwamba katika mfano huu biashara inatoa faida zaidi kuliko ushonaji nguo kwa sababu sare zinauzwa kwa dola 12 lakini gharama ni dola 8. Kwa hivyo faida ghafi sasa ni dola 4. Lakini habari mbaya ni kwamba nyenzo inapaswa kununuliwa mwezi mmoja kabla sare hazijatengenezwa. Ni halisi zaidi kwamba vifaa au malighafi lazima zilipwe kabla ya biashara kupokea malipo ya bidhaa wanazouza. Pia, katika mfano huu, mteja hulipa baada ya mwezi mmoja tangu bidhaa zisafirishwe. Hii ni kawaida kwa biashara zinazouza kwa biashara nyingine.

ZOEZI LA KIKUNDI: Andaa jedwali tupu kwa kutumia mfano katika Jedwali la Kiambatisho E, kisha ongeza namba mstari kwa mstari (bila kuangalia majibu!). Kisha linganisha na Jedwali E.

Kumbuka kwamba ingawa biashara hii inaleta faida zaidi, gharama za kuanzisha ni kubwa zaidi. Kadri biashara inavyokua haraka, ndivyo inavyohitaji pesa taslimu zaidi. Biashara inahitaji angalau dola348 (mwezi wa 4) lakini huenda ikahitaji zaidi ya dola 400 ili kuwa salama.

ZOEZI BINAFSI: Andaa utabiri wako wa mtiririko wa fedha, sawa na mfano. Unaweza kuwa unauza bidhaa kadhaa tofauti. Weka kila moja kwenye safu yake kisha jumuisha jumla ya mapato ya mauzo. Kamilisha kama kazi ya nyumbani ikiwa ni lazima.

Mtiririko wa fedha unaweza kufanywa kwenye karatasi lakini ni rahisi zaidi kutumia jedwali la kielektroniki kama Excel ikiwa una kompyuta. Kuna mfano wa bure wa kutumia kwenye http://www.tencommunity.net/resources/mind-your-own-business- Sehemiu ya kwanza ni mfano wenye maelezo kadhaa, ya pili ni kwa ajili yako kuongeza takwimu zako mwenyewe. Unaweza kisha kufuta mfano wa kwanza na kutumia huu kama sehemu ya mpango wako wa biashara. Mfano unaanza na sehemu ya hiari inayoorodhesha mauzo yaliyotabiriwa kutoka kwenye bidhaa au huduma mbalimbali, pamoja na bei zao za mauzo. Hii inakusaidia kuongeza takwimu za mapato na kurahisisha kubadilisha bei au idadi ya vitengo vilivyouzwa.

Unahitaji pesa kiasi gani?

Kwa kawaida, salio la mwisho la mtiririko wa fedha kwa biashara changa huwa hasi na kushuka zaidi na zaidi. Kisha - ikiwa biashara inapata faida - salio hasi huanza kupungua, na hatimaye salio huwa chanya zaidi na zaidi.
Mwezi wako mbaya/mauzi yako chini zaidi ni hasi kiasi gani? Kiasi hiki (na ongeza zaidi kama akiba ya dharura) ndicho unachohitaji kuanzisha biashara. Hii ndiyo "gharama ya kuanzisha biashara". Gharama ya kuanzisha ni gharama ya kuandaa pamoja na pesa unazohitaji kufidia hasara za awali.

Je, ni kiasi kinachowezekana kwako kuwekeza au kukopa? Ikiwa unalipa riba, ongeza malipo ya riba kwenye utabiri wako wa mtiririko wa fedha, ili jumla ya pesa unazohitaji kukopa iwe kubwa zaidi.

17 Je, biashara yako itakuwa na faida?

Katika sehemu iliyopita tuliuliza kama biashara yako ina uwezo wa kufanikiwa na tukasema hili linategemea maswali mawili. La kwanza lilikuwa "Je, una pesa taslimu za kutosha?", lililojibiwa kwa utabiri wa mtiririko wa fedha. La pili ni "Je, biashara itakuwa na faida?"
Tumekokotoa faida ya uendeshaji lakini hii si mwisho wa hadithi.

Ili kujua kama biashara yako inafaa, kuna gharama zingine za kuzingatia. Faida yako inahitaji kufidia yafuatayo.

- Mshahara wako: kokotoa ni kiasi gani unahitaji kujiondolea. Ikiwa una kazi, labda unaweza kuendelea kufanya kazi huku ukijenga biashara ili usihitaji kujiondolea malipo yoyote.
- Gharama ya mkopo wowote uliochukua.
- Gharama za kubadilisha vifaa, zinazojulikana kama "kupungua kwa thamani". Kupungua kwa thamani hakutaathiri mtiririko wa fedha wa awali, lakini huathiri faida. Ikiwa hufanyi/hupati/hutengenezi pesa za kutosha kubadilisha zana zilizochakaa, biashara hatimaye itashindwa.

ZOEZI BINAFSI: Mpango wa uingizaji upya wa vifaa
1 Orodhesha kila kifaa utakachonunua kwa ajili ya biashara: zana, kompyuta, printa, magari, n.k. Usijumuishe chochote unachokodi (hicho kinapaswa kuwa tayari katika gharama zako za uendeshaji).
2 Kwa kila kifaa, andika muda unaotarajia kitadumu kabla ya kuhitaji kubadilishwa.
3 Kwa kila kifaa, gharama ya kukibadilisha ni kiasi gani?
4 Kiasi unachopaswa kuweka kando kila mwezi ili kubadilisha vifaa vyako ni gharama ya kubadilisha ikigawanywa kwa idadi ya miezi unayotarajia kitadumu. Kwa mfano: ikiwa unanunua kifaa kinachogharimu $500 ambacho unafikiri

kitadumu kwa miaka 5, upungufu wa thamani wa kila mwaka ni $100 kwa mwaka au $8.33 kwa mwezi.
Sasa, chukua mapato yako ya kila mwezi na upunguze gharama za uendeshaji, gharama za mkopo, mshahara na upungufu wa thamani. Je, itabaki pesa yoyote?

Kufanya biashara iwe na faida zaidi

Sasa unajua kama wazo lako la biashara litaingiza pesa za kutosha ili kufanikiwa. Ikiwa biashara inaonekana kuwa na faida, endelea na uifanyie kazi!
Hata hivyo, ikiwa biashara inaonekana wazi kuwa na hasara, chagua wazo jingine na urudie utafiti na utabiri wa kifedha. Lakini inaweza kuwa katikati. Katika hali hiyo, fikiria jinsi ambavyo inaweza kuwa na faida zaidi.

ZOEZI LA KIKUNDI KIDOGO: Katika kikundi chenu, chagueni wazo moja au mawili ya biashara na fikirieni jinsi lingeweza kuwa na faida zaidi. Lingeweza kuongeza mapato ya mauzo au kupunguza gharama vipi? Orodhesheni mawazo yenu na mshirikishe kikundi kikubwa.

Haya ni baadhi ya mawazo ya kufanya biashara ya kutengeneza biskuti iwe na faida zaidi.

- Je, kuna vyanzo vingine vya mapato unavyoweza kuzalisha? Je, unaweza pia kuuza keki? Au kuanzisha mkahawa? Au kuendesha madarasa ya utengenezaji wa biskuti?
- Je, unaweza kuuza zaidi? Kwa mfano, kwa kuuza kwa maduka katika miji ya karibu?
- Je, unaweza kuongeza bei yako? Kwa mfano, kutengeneza biskuti ya kifahari kwa bei ya juu yenye faida zaidi? Au ikiwa unapanga kuuza kwenye maduka, pia uuze moja kwa moja kwa umma?
- Je, unaweza kupunguza gharama zako? Kwa mfano, ikiwa unakodi eneo lako la biashara, je, unaweza kujadiliana na mwenye nyumba yako kupunguza kodi au kupata kodi ya mwezi wa kwanza bure? Je, unaweza kununua vifaa vilivyotumika, au kuvikodisha au kuvikopa?
- Je, unaweza kupunguza kiasi cha mkopo unachohitaji kwa kuwalipa wasambazaji baadaye au kupata malipo ya wateja mapema?

Kuwa halisi: ikiwa biashara inaonekana haitakuwa na faida, ni bora kujua hilo sasa, unapopanga, kuliko wakati tayari umeanza kutumia pesa.

SEHEMU YA 3 KAZI YA NYUMBANI
Kamilisha mazoezi yote katika Sehemu ya 3 ikiwa ni lazima: mpango wako wa utekelezaji wa kuanzisha biashara (sehemu ya 13), gharama za kudumu na zinazobadilika (14), utabiri wa mapato (15), mtiririko wa fedha (16), mpango wa kubadilisha vifaa (17).
Je, biashara yako itakuwa na faida? Ikiwa haionekani kuwa na faida hata baada ya kuzingatia hoja katika sehemu ya 17, fikiria wazo jipya na upitie mchakato uleule ili kuona kama wazo hili jipya lina faida.

SEHEMU YA 4: KUANZA NA KUENDESHA BIASHARA

18 Muundo wa biashara

Biashara nyingi ndogo huanzishwa kwa kiwango kidogo bila muundo rasmi wowote. Wewe ni **"mfanyabiashara pekee"** au hiyo ni biashara yako kwa asilimia 100 ikimaanisha wewe na biashara ni kitu kimoja. Pesa yoyote unayoingiza ni mapato yako. Vilevile, tatizo lolote ni tatizo lako, kwa mfano ikiwa mteja anadai fidia kwa bidhaa au huduma mbovu. Angalia kama unahitaji kusajili biashara yako au kama unahitaji aina yoyote ya leseni. Pia hakikisha unaweka pesa za biashara yako kando

na pesa zako binafsi. Ukizitumia pesa za biashara kwa mahitaji ya binafsi, biashara itakosa pesa na kushindwa na haitatoa kipato chochote cha kumsaidia mtu yeyote.

Ukiamua kuanzisha biashara na mtu mwingine (au watu kadhaa), mnakuwa na **ushirika**. Hii inaweza kuwa wazo zuri kwa sababu inaleta ujuzi, muda na rasilimali zaidi kwenye biashara. Pia inamaanisha mnaweza kusaidiana mmoja wenu akiwa mgonjwa. Lakini pia inamaanisha lazima mgawane faida. Mkianzisha ushirika, hakikisheni mnakubaliana mapema jinsi mtakavyofanya kazi pamoja na mkaandike hili chini. Kila mtu atachangia nini kwenye biashara na atapata nini badala yake? Nani atakayehifadhi hesabu? Nini kitatokea mtu akiamua kuondoka? Hii huitwa makubaliano ya ushirika.

Kampuni zenye dhima ndogo ni mashirika ambayo ni "chombo" cha kisheria tofauti na mmiliki, yaani ni taasisi ya kisheria iliyo tofauti na wewe binafsi. Hii ina maana kwamba ikitokea tatizo, kampuni ndiyo itakayofikishwa mahakamani na siyo wewe (ingawa bado una majukumu fulani kisheria kama mkurugenzi wa kampuni).

Kwa kawaida, kampuni husajiliwa na serikali. Biashara hiyo humilikiwa na wana hisa kulingana na idadi ya hisa walizonazo. Kampuni inaweza kutakiwa kulipa kodi kutokana na faida iliyopata. Baada ya hapo, sehemu au faida yote iliyobaki inaweza kugawiwa kwa wanahisa (hii huitwa “gawiio” au *dividends*). Ikiwa kuna wanahisa wengi, ni muhimu kufanya kazi na mwanasheria kuandaa makubaliano ya wanahisa (*shareholder agreement*). Hii hulinda wanahisa wenye hisa chache na kubainisha maamuzi gani yanahitaji ridhaa ya wanahisa wote.

Mashirika ya kijamii na taasisi za misaada: Mara nyingi huwa na miundo tofauti kutokana na nchi. Chunguza aina zilizopo katika nchi yako ikiwa unapanga kuanzisha shirika lisilo la faida (no-profit) au ushirika (Co-operative organisation).

19 Kuipa biashara yako jina

Biashara yako utaiitaje? Jina zuri linaweza kusaidia kueleza biashara yako inafanya nini. Haya ni baadhi ya mambo ya kuzingatia. Unaweza pia kueleza dhana ya biashara yako kwa ChatGPT na kuomba mawazo.

- Kutumia jina lako mwenyewe hurahisisha mambo lakini inaweza kuwa kero ikiwa utauza; na je, jina lako lina maana yoyote kwa wateja watarajiwa?
- Majina kama "Apple" yanaweza kufaa kwa mashirika makubwa yanayoweza kumudu kutangaza. Ikiwa sivyo, jina hilo halitakuwa na maana yoyote kwa wateja watarajiwa.
- Badala yake, fikiria jina linaloeleza unachofanya: Chapati tamu au Keki za Sharon. Hivyo wateja watarajiwa wataelewa mara moja unachotoa. Lakini hakikisha jina hilo linajumuisha mambo yote unayopanga kutoa.
- Fikiria kama mchezo wa maneno ungeweza kuvutia usikivu na pia kueleza unachofanya: Tailor Made kwa duka la nguo; Mind Your Own Business kwa kitabu cha kazi cha biashara.
- Epuka chochote kinachofanana na chapa iliyopo. Unaweza kushtakiwa kwa "kujifanya" yaani, kujifanya kuwa kampuni inayojulikana sana.
- Ikiwa unaweza kuhitaji tovuti, hakikisha kuna jina linalofaa linalopatikana. Ikiwa unaweza kuanzisha kampuni ya uwajibikaji, hakikisha jina linapatikana.
- Katika nchi nyingi, majina fulani yanahitaji ruhusa kwa sababu yanaweza kupotosha (kama vile "Royal" au "International").

ZOEZI LA JOZI: mkiwa na mtu mwingine, saidianeni kuchagua jina zuri la biashara yako.

20 Vyanzo vya ufadhili

Unapojua kiasi unachohitaji kuanzisha biashara yako, fikiria wapi pa kupata pesa hizo. Hizi zinaweza kuwa mikopo, ambayo kwa kawaida hulipia riba na inahitaji kulipwa; au mtaji wa uwekezaji ("hisa"), ambapo unauza hisa ya biashara.

Akiba au mali zetu wenyewe – hatua ya mwanzo ni akiba zako na za mshirika wako yeyote, pamoja na kuuza chochote usichohitaji. Ni nini "mikate na samaki" yako (sehemu ya 2) ambayo Mungu anaweza kuzidisha?

Familia na marafiki – mikopo kutoka kwa familia na marafiki ni bora kwa kiasi kidogo. Kwa kawaida ni rahisi kuipanga na huenda wasitegemee riba. Lakini una hatari ya kuharibu uhusiano ikiwa huwezi kulipa pesa wakati zinapotarajiwa. Wakati marafiki na familia hawahitaji pesa hizo haraka, na wanaamini biashara yako itafanikiwa, wanaweza kuwa tayari kuwekeza katika biashara yako kwa kumiliki asilimia fulani, kama washirika au wanahisa.

Vyama vya kijamii au Mashirika yasiyo ya kiserikali – mfano, mipango ya akiba na mikopo. Kwa kawaida riba ni ya chini.

Taasisi za Mikopo Midogo Midogo (Micro-finance Institutions) – zinaweza kuwa za muda mfupi na zinaweza kuwa na riba kubwa kiasi.

Benki – kwa kawaida hazipatikani kwa urahisi kwa biashara zinazoanza bila kuwa na mali nyingine za dahamana, na riba yake mara nyingi huwa kubwa.

Ukopeshaji wa rika kwa rika ('Peer to peer') – mikopo au mtaji kutoka kwa watu binafsi kupitia jukwaa la mtandao/intaneti. Baadhi ya nchi zina chaguo kadhaa, nyingine hazina hata moja. Muulize ChatGPT "Je, kuna majukwaa yoyote ya ukopeshaji wa rika kwa rika '(peer-to-peer') kwa [nchi yako]".

Uchangishaji fedha kwa umma na uchangiaji kazi kwa umma - mustakabali kwa siku zijazo
Hadi hivi karibuni, wajasiriamali walitegemea marafiki, majirani na familia kwa mikopo, mawazo, utafiti wa soko na wateja wa kwanza. Sasa unaweza kufanya mambo haya yote kwa kuwasiliana moja kwa moja na zaidi ya watu bilioni tano walio mtandaoni, kujiunga na au kuanzisha "jamii za maslahi" kuhusu kitu chochote.

Tovuti za ufadhili wa umma zinaweza kutumika kuomba michango (k.m. Justgiving); mikopo ya biashara (k.m. Fundingcircle); ufadhili wa hisa (k.m. Crowdfunder) au kutoa zawadi kwa malipo ya ufadhili (k.m. Kickstarter, Indiegogo). Kwa sasa, tovuti nyingi zinalenga nchi zilizoendelea lakini hali hii inabadilika. Endelea kufuatilia kile kinachokupatikana.

Kickstarter hufanyaje kazi?

Ukienda kwenye www.kickstarter.com na kumtafuta Hannah Jones, utaona kuwa yeye ni msanii anayependa kutengeneza michoro ya lino. Alitaka mashine ya uchapishaji ya £300, hivyo aliweka lengo la £300 na kuwapa wafadhili aina mbalimbali za michoro ya lino ili zitengenezwe kwa kutumia mashine hiyo mpya. Watu kumi na saba walichangisha jumla ya £450 katika kipindi ambacho ofa hiyo ilikuwa wazi. Hivyo alinunua mashine ya uchapishaji na akaitumia kutengeneza na kusambaza machapisho hayo.

Pesa hutolewa tu ukifikia au kuzidi lengo siku ya kufunga. Usipofikia lengo basi hakuna anayechajiwa, hupati pesa yoyote, na hakuna ada zozote. Kama Hannah angepokea ahadi za chini ya £300 kufikia tarehe ya mwisho, basi ofa ingekuwa imefungwa, hakuna mtu angechajiwa na asingepokea pesa yoyote.

Uchangishaji Umma ni nini?

Hapa kuna mfano halisi: wabunifu wawili wasio na ajira wenye umri wa miaka kumi na tisa walikutana kupitia shindano la kubuni T-sheti mtandaoni. Waliamua kuwa mashindano haya yanapaswa kufanyika mara nyingi zaidi, hivyo waliunda tovuti ya kufanya hivi na kujenga jumuiya ya wafuasi. Jumuiya ya tovuti ilipiga kura, mshindi alipata zawadi ndogo ya pesa taslimu na fulana iliuza. Ilibainika kuwa watu wanapenda sana kuwasilisha miundo na kupiga kura kwa ajili yake. Leo, www.threadless.com ni mojawapo ya biashara kubwa zaidi za fulana duniani ikiwa na faida ya zaidi ya paundi milioni 15 kwa mwaka.

ZOEZI LA BINAFSI: Fikiria jinsi utakavyopata ufadhili unaohitaji.

21 Mpango wa biashara

Inasaidia kukusanya mawazo yako yote, utafiti wako na utabiri wako wa kifedha pamoja katika mpango wa biashara. Hii inakusaidia kuwa wazi kuhusu kile unachofanya.

Kama una uwekezaji na kuna uwezekano mkubwa utaombwa kuandaa mpango wa biashara (business plan), ambao utawajengea imani kwako. Mfano wa mpango wa biashara pamoja na makadirio ya mtiririko wa fedha kinaweza kupatikana kwenye www.tencommunity.net/resources/mind-your-own-business- .

Kwa biashara ndogo, hii inaweza kuwa kurasa chache tu: ukurasa mmoja hautakuwa na maelezo ya kutosha na kurasa zaidi ya 10 huenda ni nyingi mno.

Hapa kuna orodha inayopendekezwa ya yaliyomo. Muulize ChatGPT msaada katika kuandika mpango lakini ni lazima uweke taarifa zote sahihi na uikague kwa makini.

- Jina la biashara
- Jina lako na maelezo ya mawasiliano
- Maelezo mafupi ya biashara – unauza nini hasa
- Lengo la biashara
- Wateja lengwa
- Washindani na utafiti mwingine wa soko uliofanya
- Jinsi utakavyokuwa tofauti
- Jinsi utakavyopata wateja
- Majengo na vifaa vinavyohitajika
- Wewe na timu yako – elezea jukumu la kila mtu na ujuzi wao
- Uchambuzi wa hatari

- Masuala ya kifedha: gharama za kuanzisha, gharama malimwengu, gharama zinazobadilika, utabiri wa mauzo, utabiri wa mtiririko wa fedha
- Mahitaji ya ufadhili na chanzo kinachotarajiwa cha fedha.

Sehemu zilizobaki ni za marejeleo unapopoanza kuendesha biashara.

Tafakari ya Biblia

Moja ya mambo makuu Mungu anayajali ni sisi kuwa na mahusiano mazuri na yenye afya na wale wanaotuzunguka. Alipoulizwa amri gani ni muhimu zaidi, Yesu akajibu "Mpende Bwana Mungu wako kwa moyo wako wote, na kwa roho yako yote, na kwa akili zako zote, na kwa nguvu zako zote". Naye akaongeza, "Ya pili ni hii: Mpende jirani yako kama nafsi yako" (Mathayo 22: 37,39). Jinsi tunavyoshughulika na wafanyakazi wenzetu, wafanyakazi, wateja na wasambazaji kutatuathiri sisi, wao, familia zao na jamii zetu. Kama mwanzilishi wa biashara mpya, una fursa nzuri sana ya kuweka mwelekeo na kuunda mazingira ya ustawi wa binadamu, si tu njia ya kupata pesa.

22 Kuweka kumbukumbu

Kuweka kumbukumbu kunakusaidia kuangalia maendeleo yako kulingana na mpango wako. Kwa mfano, kunakusaidia kuona kama utabiri wako wa mauzo na mtiririko wa fedha ulikuwa sahihi. Ikiwa unachelewa, inamaanisha unaweza kufanya maamuzi ya kifedha ili kuokoa pesa au kukopa zaidi kwa wakati unaofaa badala ya kuchelewa sana.
Kumbukumbu nzuri pia hukujulisha ni bidhaa zipi zinauzwa zaidi au zinakuletea pesa nyingi zaidi, ili uweze kuelekeza umakini wako kwa zile na kuboresha biashara yako.

Hizi ndizo muhimu zaidi, ingawa baadhi huenda zisiwe na uhusiano na biashara yako.
- Weka orodha ya mapato yako yote na matumizi yako yote kila mwezi.
- Hakikisha makadirio yako ya mtiririko wa fedha yanabaki kuwa ya kisasa kwa kubadilisha takwimu za makadirio na kuweka takwimu halisi, kisha fanya upya hesabu za makadirio hayo.
- Weka kumbukumbu ya oda zako na bei unazotoza ili uweze kuona ni nini kinafanya kazi vizuri. Kila bidhaa au huduma yako ina faida kiasi gani (na je, utapata pesa zaidi kwa kuachana na bidhaa isiyo na faida kubwa zaidi)?
- Weka orodha ya wateja wako na maelezo yao ya mawasiliano. Kisha, ikiwa utakuwa na mwezi mbaya na utahitaji kuongeza mauzo, unaweza kuwasiliana nao na kuwapa punguzo la bei la "kipekee" kwa mwezi mzima uliobaki. Angalia wateja wanaoonekana kuwa wameacha kununua kutoka kwako (na jaribu kujua kwa nini).
- Weka kumbukumbu ya maulizo, watu walioonyesha nia, ili uweze kuwasiliana nao na kuwakumbusha kuhusu nia yao.
- Weka kumbukumbu ya uzalishaji, kazi zilizofanywa na muda uliotumika.
- Weka orodha ya wasambazaji na bei zilizolipwa.
- Weka makubaliano yote k.m. makubaliano ya ushirika, kodi, mikopo, n.k. mahali salama.
- Ni nini kinachokutofautisha na washindani wako? Kama ni, tuseme, utoaji/usambazaji wa bidhaa wa haraka, unafuatilia vipi hili?
- Ni nini kinachokwenda mrama na kuwa na athari kubwa kwa mafanikio yako? Ni nyanja zipi za ubora ambazo ni muhimu zaidi? Ikiwa kiwango chako cha bidhaa zilizokataliwa, zilizotupwa au kutokufika kwa wateja kinatofautiana na kuwa na athari muhimu, kipime ili kulenga kwenye maboresho.

23 Kujenga tovuti

Biashara zinazofanyika nyumbani sasa zinaweza kushindana na Nike au MTN. Mtandao unamaanisha unaweza kuwa na duka katika barabara kuu ya sayari yenye watu wengi zaidi duniani.

Unaweza kutumia uwepo wako mtandaoni kuonyesha bidhaa zako; kuzungumza na wateja wako; kuonyesha na kushiriki maarifa yako; kuwauzia bidhaa, huduma au kuwapangia miadi; na kupata maelezo ya mawasiliano ya wateja watarajiwa. Kabla ya kuanza, amua ni kipi kati ya haya unayojaribu kufanya.

Tafuta tovuti kadhaa unazopenda na ujue kwa nini. Huenda usiweze kumudu kitu cha kifahari sana lakini bado unaweza kupata mawazo mazuri. Fikiria kuhusu wasifu wa mteja wako na uangalie tovuti zinazohudumia makundi yanayofanana ya watu ili kuona jinsi muundo wao ulivyobuniwa kulingana na aina ya mteja wako. Hakikisha tovuti yako itafanya kazi na aina mbalimbali za vifaa vya kuifikia – simu za mkononi na kompyuta kibao pamoja na kompyuta za mpakato/mezani. Huenda ukahitaji msaada lakini si vigumu kujenga tovuti rahisi mwenyewe kwa kutumia programu kama WordPress.

Chaguo za uwepo mtandaoni/tovuti

Sio lazima uwe na tovuti yako mwenyewe. Badala yake unaweza kutumia www.facebook.com, www.instagram.com, au www.pinterest.com kuwasiliana na wateja. Au tembelea www.etsy.com ili kuuza vifaa vya ufundi au bidhaa zilizotengenezwa kwa mikono. Orodhesha nyumba yako ya kukodisha ya likizo na www.airbnb.com au tumia www.eventbrite.com kuuza tukio au mafunzo yako. Wapiga picha wanaweza kufikiria akaunti ya Flickr Pro: www.flickr.com/account/upgrade/pro. Ikiwa unataka duka la mtandaoni linalopokea malipo, jaribu www.shopify.com au www.ekm.com. Kumbuka baadhi ya URL hizi za .com pia zina URL maalum za nchi.

Kama unataka kuwa na tovuti yako mwenyewe, chagua jina la tovuti au anwani ya tovuti ambalo ni rahisi kukumbuka, rahisi kuandika, na lisiloleta mkanganyiko. Sajili jina la tovuti hiyo wewe mwenyewe ili umiliki na uweze kulidhibiti.

Mfumo wa Usimamizi wa Yaliyomo utakupa mfumo ambao unaweza kuongeza yaliyomo yako haraka bila kulazimika kujifunza uandishi wa programu za wavuti. Kwa kuchagua "mada" tofauti unaweza kubadilisha mwonekano wa tovuti yako kwa dakika chache, si siku. WordPress ndiyo maarufu zaidi. Inatoa mada nyingi nzuri za bure na "Viendelezi" (Plugins) vinavyoongeza vipengele vya ziada. Kampuni za uhifadhi wa wavuti kwa kawaida hutoa njia rahisi ya kuifunga /install. Tafuta Google "kampuni bora za uhifadhi wa wavuti" kwa nchi yako, au tazama, kwa mfano https://sourceforge.net/software/web-hosting/africa/ .

Kuandika kwa ajili ya wavuti/web

Panga aina ya kurasa unazotaka, na uandike maandishi yatakayoonekana kwenye kila moja. Muombe mtu asome tena ili kukagua Kiingereza, ikiwemo tahajia/maandishi, nafasi na matumizi ya herufi kubwa kwa makini.

Linapokuja suala la kuandika tovuti, epuka kutumia herufi kubwa zote kwa maandishi mengi kwani ni vigumu kusoma. Na hakikisha maudhui yako yanabaki kuwa mapya: kama una sehemu ya habari, ongeza makala angalau mara moja kila mwezi.

Mwisho, weka vichwa vya kurasa viwe na herufi 65 au chini ya hapo (ikiwa ni pamoja na nafasi) na weka muhtasari kuwa na herufi 140 au chini ya hapo. Vinginevyo matokeo ya utafutaji ya Google yatasimama katikati ya sentensi. Kwa msaada zaidi, tafuta Google "Writing for Gov.uk".

Kuwa mtumiaji na rafiki wa utafutaji/friendly search

Zaidi ya 60% ya utafutaji wote hufanywa kwa kutumia kifaa cha mkononi. Chagua mandhari "responsive" ili kuruhusu tovuti yako isomeke kwenye simu za mkononi na kompyuta kibao. Tembelea https://testmysite.thinkwithgoogle.com/ ili kuangalia jinsi tovuti yako ilivyo rafiki kwa simu za mkononi.
Tumia https://gtmetrix.com/ kuona jinsi tovuti yako inavyopakia haraka na kwa vidokezo vya kuiboresha. Kwenye tovuti za biashara mtandaoni, 40% ya wageni huacha tovuti inayochukua zaidi ya sekunde 3 kupakia.

24 Kukuza mauzo

Kupata wateja wapya na kuwabakisha wale wa zamani ndiyo ufunguo wa kukuza biashara yako.
Hatua ya mwanzo ni kujenga mtandao wa mahusiano: kuwafahamisha familia, majirani, marafiki, na marafiki wa marafiki (kupitia rufaa), na kuhudhuria matukio yoyote ambapo washiriki wana uwezekano wa kuwa wateja.

Katika tukio, fika mapema milango inapofunguliwa na ulete kadi za biashara zinazoeleza kile unachofanya. Nenda kwa watu binafsi na vikundi vidogo, jitambulishe kwa ufupi, na uulize ni nini kimewaleta hapo (au chochote kinachofaa). Onyesha kuwa unawavutiwa nao nao watakuuliza kuhusu wewe. Chunguza uhusiano uliopo. Mafanikio makubwa hupatikana kama matokeo ya kuwasaidia wengine kwa ukarimu. Hata hivyo, kama si wateja watarajiwa, malizia mazungumzo kwa wakati unaofaa na umkute mtu mwingine au kikundi kingine.

Je, unaweza kuelezea kwa ufupi kile unachotoa? Ni nini, kina nini cha kipekee na kinamfaa vipi mteja? Faida ni tofauti kabisa na sifa: mfano, kingo zake zimezungushwa (sifa) kwa ajili ya ushikaji mzuri (faida); mafundi wetu wote ni wanachama wa chama cha wataalamu (sifa) kwa ajili ya amani kamili ya akili (faida).

Uuzaji wa eneo la kazi

Baadhi ya biashara zitahitaji 'uuzaji wa eneo la kazi' yaani, kwenda kukutana na wateja watarajiwa. Hii ni kweli hasa kwa kuuza kwa biashara zingine. Ni vigumu kutoa maelezo ya jumla lakini hapa kuna vidokezo kadhaa. Mbinu kwa mauzo ya simu ya thamani kubwa itakuwa sawa.

- Jione kama mshauri: muulize mteja wako mtarajiwa maswali ili kuelewa tatizo la msingi wanayohitaji kulitatua. Kwa mfano, wanaweza kusema wanataka paneli ya sola lakini gundua wanachotaka kufanikisha ili uweze kupendekeza vifaa bora zaidi kwao, hata kama hutovisambaza vyote. Pia gundua ni nani anayehusika katika uamuzi na bajeti ni kiasi gani.
- Ikiwezekana, elezea kazi unayopendekeza kufanya nao na uwape wazo la gharama ili kuangalia mwitikio wao. Kisha andika pendekezo, lipeleke kwao na ulifanyie nao mapitio.
- Watu hununua vitu vitatu: wewe, biashara yako, na ofa unayotoa. Wakikupenda na kukupa imani, na biashara yako ikionekana kuwa ya kuaminika, hawatajali sana kuhusu kupata bei ya chini kabisa.

Usisahau kuwasiliana na wateja wako wa sasa na wa zamani kwa kuwa ndio watakaokuwa rahisi zaidi kuuza zaidi; na waombe wakushauri wateja wengine na jinsi wanavyofikiri unaweza kuboresha.

Kubuni vifaa vyako vya mauzo

Wafikirie wateja wako unapopanga vifaa vyako vya matangazo kama vile vibao, vipeperushi, kijitabu , matangazo, barua na tovuti yako.

- Ni wapi wanaoweza kuona vifaa vyako zaidi? Kwenye upande wa basi? Mtandaoni? Kwenye kipeperushi? Kwa sampuli ya bure kwenye kibanda?
- Utawezaje kuvutia usikivu wao? (k.m. picha, au kuuliza swali).

- Lenga faida, sio bidhaa au sifa (k.m. "Pata mshahara mzuri kwa mafunzo ya Ufundi Fanicha" badala ya "Jiunge na kozi yetu ya ufundi fanicha"; au "Muonekano kama nyota wa filamu" badala ya "Jaribu miundo yetu mipya ya mavazi").
- Bainisha utaalamu wako na waambie nini kinachofanya bidhaa au huduma yako kuwa bora zaidi.
- Hakikisha unajumuisha hatua unayotaka wachukue mfano "tembelea" au "tupigie simu". Inapendekezwa ongeza "sababu ya mvuto ya kununua" mfano weka nafasi "kabla ya bei kupanda" au "tukipokuwa bado tuna nafasi".
- Jumuisha nukuu kutoka kwa wateja wenye furaha.

25 Uendelezaji/ukuzaji/kutangaza/promotion

Kuna njia nyingi tofauti za kuwasilisha kile ulicho nacho na kuwashawishi watu wanunue kutoka kwako. Hizi ni baadhi ya mbinu zaidi.

- **Mitandao ya kijamii:** ikiwa unauza bidhaa za ubunifu (kwa mfano sufu halisi au vifaa vya ufundi), wahimize wateja kushiriki kile walichotengeneza kwa kutumia bidhaa hizo kwenye ukurasa wako wa Facebook na pia kwenye Pinterest / Instagram / WhatsApp / TikTok. Ikiwa unatoa utaalamu, tweet ushauri wako na fuata na ujibu wengine katika fani hiyo ili kujenga wafuasi wako. Andika blogu na utwite kiungo chake.
- Barua pepe za habari: toa barua pepe za habari mara kwa mara; kuna tovuti kadhaa ambapo unaweza kufanya hivi, k.m. www.mailchimp.com .
- Mahusiano ya Umma (PR): jaribu kupata mahojiano kwenye kituo chako cha redio cha eneo husika hasa ikiwa una bidhaa mpya. Jibu habari zinazoathiri sekta yako ya biashara na jaribu kuwa mtaalamu anayegawiwa na vyombo vya habari vya eneo lako au vya kibiashara.
- Maonyesho: je, kuna maonyesho ya kibiashara au tukio unaloweza kuhudhuria? Fikiria kushiriki banda na biashara zinazokamilishana lakini si za kushindana. Muulize kila mtu anayepita swali litakaloainisha wateja wako ("Je, unahusika na…?"); weka kumbukumbu zilizo wazi kuhusu wateja wote watarajiwa unaozungumza nao. Fuatilia fursa zinazotokea mara moja.
- Maeneo: ikiwa una eneo ambalo wateja wako hutembelea, je, linaonekana nadhifu? Ikiwa watu wanapita karibu, je, una bango linalovutia macho na linaloeleza unachofanya na faida ya kukutumia?

Uhamasishaji wa mauzo

Kutegemea bidhaa au huduma yako, mojawapo ya zifuatazo inaweza kusaidia.

- Wasiliana na klabu au chama cha eneo lako na uwaombe wawagawie wanachama wao vocha ya punguzo la utangulizi kwa bidhaa au huduma yako.
- Toa sampuli ya bidhaa ya bure au uchunguzi wa bure.
- Toa dhamana ya kurejeshewa pesa ili kuwahakikishia wateja wapya.
- Wape wateja wako wa sasa zawadi kwa kumleta mteja mpya.
- Fanya shindano kupitia kituo cha redio cha eneo lako, ambapo zawadi yake iwe ni baadhi ya bidhaa zako.
- Toa toleo la zawadi la bidhaa yako likiwa na kadi ya zawadi ya bure.
- Ikiwa unauza kupitia duka au msambazaji mwingine, toa punguzo la ziada au zawadi nyingine kwa kufikia kiwango fulani cha mauzo.
- Je, kuna biashara inayouza bidhaa au huduma ambayo haishindani na wewe lakini inauzwa kwa soko linalofanana na lako? Labda kila mmoja wenu anaweza kutoa sampuli au vocha kwa ajili ya kampuni nyingine?

26 Masuala mengine

- **Kuza biashara yako kupitia uundaji/uendelezaji wa bidhaa:** kama una wateja wanaokupenda, ni nini kingine unachoweza kuwauzia?
- **Kuza biashara yako kupitia uendelezaji wa soko:** kama una bidhaa bora, je, kuna aina nyingine za wateja ambao wanaweza kuzipenda?
- **Kuza biashara yako kwa kushughulikia malalamiko vizuri:** malalamiko yaliyoshughulikiwa vizuri humfanya mteja awe na uwezekano mkubwa wa kukushauri kuliko kabla ya tatizo. Kwa hivyo wasikilize kwa makini wateja wenye malalamiko na uwe mkarimu katika majibu yako.
- **Kuendeleza biashara yako kupitia utafiti wa wateja:** waulize wateja wako wanachopenda na hasa wasichopenda kuhusu biashara yako – inawezaje kuwa bora zaidi?
- **Zungumza na wateja waliopotea:** waulize kwa nini waliondoka na jinsi unavyoweza kuwarudisha.
- **Endeleza utafiti wako wa washindani:** endelea kuangalia washindani wako wanachofanya, mambo mapya wanayoanzisha na bei wanayotoza.
- **Angalia kama bei yako bado ni sahihi:** Ikiwa unafikiri kupanda kwa bei kutapoteza wateja, lainiisha kwa kuongeza kitu (kwa mfano dhamana ya kurejeshewa pesa au kifurushi kikubwa zaidi) na/au wape wateja waliopo vocha ya punguzo la bei.
- **Kuwa salama kwenye Intaneti:** ikiwa unatumia Intaneti, tumia nenosiri imara, fanya nakala za akiba, tumia PIN kwenye simu yako na kuwa mwangalifu na ulaghai.
- **Zingatia kanuni za eneo lako:** hakikisha kuwa unazingatia sheria, kanuni na kodi zozote za eneo lako.
- **Fikiria kuhusu kusafirisha bidhaa nje ya nchi:** Je, kuna fursa za kusafirisha bidhaa nje? Lakini kumbuka kuwa viwango vya ubora vinavyotarajiwa Magharibi viko juu sana. Tafuta ushauri na fanya kazi na wengine.
- **Je, unaweza kuuza biashara yako?** Ikiwa biashara ni kubwa kuliko muda na ujuzi wako tu, inaweza kuwa inawezekana kuiuza na kutumia fedha hizo kuanzisha biashara nyingine kubwa zaidi.

27 Vidokezo Bora

Hatimaye, hivi ni vidokezo vyangu bora vya kuendesha biashara yenye mafanikio.

1. Usichanganye pesa za biashara yako na pesa zako binafsi.
2. Weka rekodi zako za kifedha zikiwa za kisasa.
3. Dhibiti pesa zako taslimu na weka utabiri wako wa mtiririko wa pesa ukiwa wa kisasa.
4. Wahi wateja wako, wao ndio sababu pekee biashara yako inaishi.
5. Waheshimu wafanyakazi na wasambazaji wako.
6. Tumia baadhi ya muda wako na faida zako kutafuta njia za kuboresha biashara yako na kutafuta njia mpya za kuvutia wateja wengi zaidi.
7. Kubali ukweli kwamba daima itachukua muda mrefu zaidi na gharama zaidi kuliko unavyofikiria.
8. Fanya kitu kinachoongeza thamani katika maisha ya wateja wako.
9. Fanya kitu tofauti na wengine.
10. Endelea kwa unyenyekevu (sikiliza wengine daima) na kujiamini (unaweza kufanya!).

KAZI YA NYUMBANI Andaa mpango wako wa biashara, pata ufadhili na uzindue biashara!

KIAMBATO/APPENDIX

JEDWALI A: Mfano wa uchambuzi wa hatari (Sehemu ya 12)

Sehemu ya uchambuzi wa hatari kwa mtengenezaji wa chapati Funguo: H = Hatari ya Juu; M = Hatari ya Kati; L = Hatari ya Chini

Hatari	Kuna uwezekano kiasi gani?	Kuna athari gani?	Kupunguza
Mteja anaugua	M-Hatari ya Kati	M-Hatari ya kati	Safisha mikono;weka wavu juu ya viungo
Mmiliki wa biashara anaugua	H-Hatari ya juu	H-Hatari ya juu	Angalia afya binafsi na usafi; tafuta mtu anayekubali kuchukua nafasi kwa taarifa ya ghafla ikiwa mmiliki ataugua.
Sufuria inaibiwa	L-Hatariya chini	H-Hatari ya juu	Tambua sufuria inayoweza kuazimwa ikiwa ni lazima.

JEDWALI B: Mpango wa mfano wa mchakato (sehemu ya 13)

Mpango uliorahisishwa wa mchakato kwa mtengenezaji wa chapati

Hatua	Vifaa vinavyohitajika	Watu/ujuzi unaohitajika	Bora zaidi?	Nafuu/garama rahisi?	Gharama za awali?
1.Nunua Viungo	Mfuko wa manunuzi, baiskeli		Tumia viungo vya ubora mzuri kutoka vyanzo vinavyoaminika	Tumia mfuko wako mwenyewe. Azima baiskeli. Jadiliana punguzo la biashara au kupewa viungo vya bure.	Dola 0 (Viungo vimejumuishwa katika gharama ya kubadilika)
2.Changanya viungo	Bakuli la kuchanganyia		Osha au safisha mikono kwa kiua wadudu kabla ya kuchanganya.	Awali,azima/kopa kutoka kwa familia.	Dola 0
3. Pika	Sufuria	Kuwa makini/kuzingatia kuepuka kuchoma	Tumia kikaango kizito ili kupika kwa usawa.		Dola 10
4. Onyesha bidhaa kwa ajili ya kuuza	Meza,kitambaa cha meza,sahani kubwa	Huduma nzuri kwa wateja	Tumia wavu kulinda wadudu. Daima uuze au utumie chapatis siku hiyo hiyo. Toa viungo vya kujaza vya kutumia na chapati bila fedha/ofa.	Azima meza. Nunua kitambaa cha meza, wavu na sahani. Tengeneza sosi zako mwenyewe au nunua kutoka kwa familia.	Dola 8
JUMLA YA					Dola 18

GHARAMA ZA KUANZISHA					

JEDWALI C: Mfano wa jedwali la makadirio ya mapato, gharama na faida (Sehemu ya 15)

Mfano kwa muuzaji wa gauni. Kwa jedwali hili, gauni huuzwa kwa dola 10. Gharama hubadilika inaweza kuuzwa dola 7 kwa kila gauni. Gharama pekee isiyobadilika ni kodi ya dola15 kwa mwezi.

Mwezi	1	2	3	4	5	6
A.Uuzaji (idadi ya gauni)	2	4	6	8	9	10
B. Mapato ya mauzo (Dola) (Axdola10)	20	40	60	80	90	100
C. Gharama inayobadilika (Axdola7)	14	28	42	56	63	70
D. Jumla ya Faida/faida ghafi (B-C)	6	12	18	24	27	30
E. Gharama isiyobadilika	15	15	15	15	15	15
F. Faida ya uendeshaji (D-E)	-9	-3	3	9	12	15

JEDWALI D: Mfano wa utabiri rahisi wa mtiririko wa fedha (Sehemu ya 16)

Mfano kwa muuzaji wa gauni. Gauni huuzwa kwa dola10, gharama inayobadilika ni dola7 kwa kila gauni, gharama isiyobadilika ni dola15 kwa mwezi, gharama ya uanzishaji ni dola 200.

Mapato ya mauzo na gharama hulipwa katika mwezi uleule.

Mwezi	Kuanzisha/Anzisha	1	2	3	4	5	6
A.Pesa taslimu iliyopelekwa mbele (=H)	0	-200	-209	-212	-209	-200	-188
B.Gharama ya usanidi/kuanzisha biashara.	200						
C.Mauzo (idadi ya gauni)		2	4	6	8	9	10
D.Mapato ya mauzo (dola) (Axdola10)		20	40	60	80	90	100
E.Gharama inayobadilika (Axdola7)		14	28	42	56	63	70
G.harama ya kudumu/isiyobadilika		15	15	15	15	15	15
G.Mabadiliko ya pesa taslimu kwa mwezi (D-E-F)	-200	-9	-3	3	9	12	15
H.Pesa taslimu mwishoni mwa mwezi (A+G)	-200	-209	-212	-209	-200	-188	-173

JEDWALI E: Mfano wa utabiri wa mtiririko wa fedha (Sehemu ya 16)

Mfano kwa mtengenezaji wa sare. Sare zinauzwa kwa dola 12, gharama hubadilika ni dola 8, gharama isiyobadilika ni dola15 kwa mwezi, gharama ya kuanzisha ni dola 200.

Gharama hulipwa mwezi mmoja kabla, mauzo hulipwa mwezi mmoja baadaye.

Mwezi	Kuanzisha/Anzisha	1	2	3	4	5	6
A.Pesa taslimu iliyopelekwa mbele (=H)		-216	-263	-302	-333	-348	-347
B.Gharama ya usanidi/kuanzisha biashara.	200						
C.Mauzo (idadi ya gauni)		2	4	6	8	9	10
D.Mapato ya mauzo (dola) (Axdola10)		0	24[1]	48	72	96	108
E Gharama inayobadilika (Axdola7)	16[2]	32	48	64	72	80	80[3]
Gharama ya kudumu/isiyobadilika		15	15	15	15	15	15
G Mabadiliko ya pesa taslimu kwa mwezi (D-E-F)	-216	-47	-39	-31	-15	1	13
H Pesa taslimu mwishoni mwa mwezi (A+G)	-216	-263	-302	-333	-348	-347	-334

—---

1. Hii ni malipo ya sare mbili zilizouzwa katika mwezi wa kwanza.
2. Malipo ya vifaa vya sare mbili zilizotengenezwa mwezi wa kwanza
3. Inadhaniwa kuwa mauzo ya mwezi wa saba ni sare 10.

"Kwa maana najua mawazo ninayowawazia ninyi," asema Bwana,
"ni mawazo ya kuwafanikisha na si kuwadhuru, ni mawazo ya kuwapa tumaini na mustakabali."
Yeremia 29:11

Baraka ya Kiselti
Njia iinuke ikutane nawe.
Upepo uwe daima mgongoni mwako.
Jua likupe joto usoni;
mvua ianguke taratibu mashamba yako na hadi tutakapokutana tena,
Mungu akushikilie kati ya kiganja chake.