طرح کسب و کار شرکت .....................

لوگو شرکت

.... ماه 1400



|  |
| --- |
| **عنوان طرح:** طرح کسب و کار .......................... |
| **کارفرما:** ............. |
| **ناظر طرح:** ............. |
| **مدير پروژه:** ............. |
| **گروه پژوهش:** ............. |
| **مشاور:** ........... |
| **تاريخ تهيه:** |
| **نوبت ويرايش:** .............. |

كليه‌ي حقوق محفوظ و متعلق به **شرکت ...............** است. تكثير تمام يا بخش‌هايي از اين گزارش به هر صورت، اعم از كاغذي و الكترونيكي، منوط به كسب اجازه‌ي كتبي از اين مؤسسه است.

**مشخصات شرکت**

|  |  |
| --- | --- |
| جاي لوگو شرکت | |
| **نام شرکت** |  |
| **تاريخ ثبت** |  |
| **شماره ثبت** |  |
| **شناسه ملي** |  |
| **ساختار حقوقي** |  |
| **وضعيت شرکت** |  |
| **نوع فعاليت** |  |
| **زمينه فعاليت شرکت** |  |
| **اقامتگاه قانوني شرکت** |  |
| **نام مديرعامل** |  |
| **نشاني پايگاه اينترنتي** |  |
| **نشاني پست الکترونيک** |  |
| **ايده محوري** |  |
| **محصولات نهايي** |  |

فهرست مطالب

[فصل 1: خلاصه اجرايي 1](#_Toc504404329)

[1‐1 - سوابق و تاريخچه 2](#_Toc504404330)

[1‐2 - چشم‌انداز 2](#_Toc504404331)

[1‐3 - بيانيه مأموريت 2](#_Toc504404332)

[1‐4 - ارزش‌ها 2](#_Toc504404333)

[1‐5 - خلاصه فرصت بازار 3](#_Toc504404334)

[1‐6 - خلاصه ديدگاه شرکت 3](#_Toc504404335)

[1‐7 - مدل کسب و کار 4](#_Toc504404336)

[فصل 2: معرفي شرکت 5](#_Toc504404337)

[2‐1 - معرفي 6](#_Toc504404338)

[2‐2 - مالکيت 6](#_Toc504404339)

[2‐3 - ساختار سازماني 6](#_Toc504404340)

[2‐4 - اطلاعات کارکنان 6](#_Toc504404341)

[فصل 3: معرفي محصول 8](#_Toc504404342)

[3‐1 - مقدمه 9](#_Toc504404343)

[3‐2 - معرفي محصولات 9](#_Toc504404344)

[3‐3 - زمينه‌هاي تخصص 9](#_Toc504404345)

[3‐4 - حق مالکيت معنوي / الزامات عملکرد 9](#_Toc504404346)

[3‐5 - تعهدات 9](#_Toc504404347)

[3‐6 - مزاياي رقابتي 9](#_Toc504404348)

[فصل 4: برنامه عملياتي و توليد 10](#_Toc504404349)

[4‐1 - فرآيند توليد 11](#_Toc504404350)

[4‐2 - مواد اوليه 11](#_Toc504404351)

[4‐3 - تسهيلات 11](#_Toc504404352)

[4‐3‐1 - آزمايشگاه 11](#_Toc504404353)

[4‐3‐2 - تجهيزات 11](#_Toc504404354)

[4‐4 - استقرار تجهيزات 11](#_Toc504404355)

[فصل 5: تحليل بازار 12](#_Toc504404356)

[5‐1 - حجم بازار 13](#_Toc504404357)

[5‐2 - بازار هدف 13](#_Toc504404358)

[5‐3 - بخش‌بندي بازار 13](#_Toc504404359)

[5‐4 - رقبا 13](#_Toc504404360)

[فصل 6: استراتژي و پياده‌سازي بازاريابي 14](#_Toc504404361)

[6‐1 - تحليل SWOT 15](#_Toc504404362)

[6‐2 - استراتژي بازار 15](#_Toc504404363)

[6‐2‐1 - استراتژي ورود به بازار 15](#_Toc504404364)

[6‐2‐2 - استراتژي قيمت‌گذاري 15](#_Toc504404365)

[6‐2‐3 - پيش‌بيني فروش 16](#_Toc504404366)

[6‐2‐4 - برنامه‌هاي بازاريابي 16](#_Toc504404367)

[6‐2‐5 - کانال توزيع 16](#_Toc504404368)

[6‐3 - استراتژي توسعه 16](#_Toc504404369)

[فصل 7: سازمان و مديريت 17](#_Toc504404370)

[7‐1 - نقش‌ها 18](#_Toc504404371)

[7‐2 - ساختار سازماني 18](#_Toc504404372)

[7‐3 - برنامه استخدام در آينده 18](#_Toc504404373)

[فصل 8: برنامه مالي 19](#_Toc504404374)

[8‐1 - مقدمه 20](#_Toc504404375)

[8‐2 - هزينه‌ها 20](#_Toc504404376)

[8‐2‐1 - هزينه ثابت 20](#_Toc504404377)

[8‐2‐2 - هزينه‌هاي عملياتي 20](#_Toc504404378)

[8‐2‐3 - سرمايه در گردش 21](#_Toc504404379)

[8‐3 - برآورد فروش ساليانه 22](#_Toc504404380)

[8‐4 - ساير فرضيات مالي 22](#_Toc504404381)

[8‐5 - نحوه تأمين سرمايه 22](#_Toc504404382)

[8‐6 - نتايج ارزيابي 23](#_Toc504404383)

[فصل 9: برنامه اجرايي 24](#_Toc504404384)

[9‐1 - تعريف و تبيين فازهاي برنامه 25](#_Toc504404385)

[9‐2 - برنامه زمان‌بندي 25](#_Toc504404386)

[فصل 10: ساير 26](#_Toc504404387)

[10‐1 - پيشينه مطالعات فناوري 27](#_Toc504404388)

[10‐2 - برنامه تحقيق و توسعه 27](#_Toc504404389)

[10‐3 - وضعيت اخذ مجوزهاي لازم 27](#_Toc504404390)

[10‐4 - وضعيت پتنت‌ها 27](#_Toc504404391)

[پيوست 28](#_Toc504404392)

# خلاصه اجرايي

اين فصل، آخرين بخشي است که تکميل مي‌شود

## - سوابق و تاريخچه

خلاصه‌اي از زمان تأسيس شرکت، حوزه تخصص، ليست محصولات و خدمات در اين بخش آورده مي‌شود.

## - چشم‌انداز

چشم‌انداز، تصويري از آينده است‌كه سازمان قصد دارد در زمان مشخصي به آن دست يابد. هر سازماني در مسير حرکت مي‌کند و به دنبال رسيدن به موقعيتي جديد است؛ اين موقعيت جديد به عنوان جايگاه بعدي سازمان در محيطي قلمداد مي‌شود که سازمان در آن قرار دارد. گاهي اوقات جايگاه نسبت به جايگاه قبلي خود سازمان سنجيده شده در نظرگرفته مي‌شود، گاهي هم با در نظر گرفتن ساير عوامل يا رقبا، شرکا و ... سازمان که در آن محيط قرار دارند.

## - بيانيه مأموريت

اين بخش توصيف مختصري است از چرايي وجودِ يک شرکت يا سازمان غيرانتفاعي. در يک تا سه جمله، توضيح مي‌دهد شرکت چه مي‌کند، به چه کسي خدمت رساني مي‌کند، و چه چيزي آن را از رقبا متمايز مي‌کند. از آن براي تمرکز، جهت دهي، و الهام بخشي به کارکنان استفاده مي‌شود در حالي‌که به مشتريان يا ارباب رجوع مي‌گويد از آن کسب و کار چه انتظاري داشته باشند. مثال‌

* گوگل: ماموريت گوگل اين است که اطلاعات جهان را سازماندهي کند و آن را به صورت جهاني قابل دسترسي و سودمند کند.
* والمارت: ما در پول آدم‌ها صرفه‌جويي مي‌کنيم بنابراين آنها مي‌توانند بهتر زندگي کنند.

بيانيه هاي ماموريت خوش ساختار:

* بازار هدف سازمان، مخاطب، يا مشتريان را شناسايي مي‌کنند.
* بيان مي‌کنند چه چيزي کسب و کار را منحصر به فرد مي‌کند يا مزيت رقابتي‌اش را فراهم مي‌کند.
* واقع‌گرايانه و معقول هستند نه پر آب و تاب و بلند بالا.
* مرتبط، به خصوص، و باورپذير هستند.
* الهام‌بخش کارکنان هستند.
* مفيد و مختصر هستند. مطالعه‌اي بر روي ۵۰ بيانيه‌ ماموريت غيرانتفاعي نشان داد که متوسط طول بيانيه‌ها ۱۵ کلمه است.

## - ارزش‌ها

اصول و ارزش‌هاي ماندگار سازمان هستند. منشأ اين ارزش‌ها درون سازمان است و هيچ ارتباطي به محيط فعلي و شرايط رقابتي سازمان ندارد. به همين دليل اين ارزش‌ها در طول زمان ثابت مي‌مانند و قابل تغيير نيستند. براي مثال کيفيت، رضايت مشتريان و ...

به منظور تدوين اصول ارزشي سازمان اين سوالات را از خود بپرسيد.

* در کار خود از چه اصولي تبعيت مي‌کنيد؟ اصولي که همواره ماندگار هستند.
* اگر يک يا برخي از اين اصول، ‌به رقابت شما در بازار ضربه بزند، آيا باز هم به آن‌ها پايبند مي‌مانيد؟
* اگر فردا به کسب‌و‌کار ديگري مشغول شويد، آيا باز هم به اين اصول صرف‌نظر از صنعتي که در آن هستيد پايبند مي‌مانيد؟

## - خلاصه فرصت بازار

در اين بخش به نياز بازار اشاره مي‌کنيد. گرايشات به کدام سمت است؟ حجم بازار چقدر است و شما چه ميزان را مي‌توانيد پوشش دهيد؟

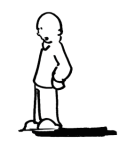
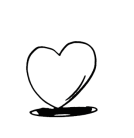
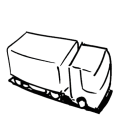
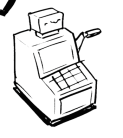
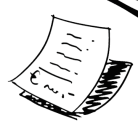
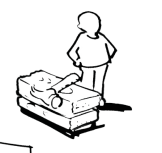
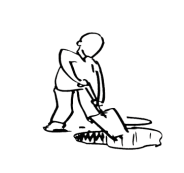
## - خلاصه ديدگاه شرکت

خلاصه‌اي از برنامه‌هاي شرکت براي 3 سال آينده را شرح دهيد:

* حوزه‌هاي جديدي که شرکت قصد دارد به آنها ورود نمايد.
* نيروي انساني که قصد دارد طي اين مدت به صورت تمام وقت/ پاره‌وقت استخدام نمايد
* پس از گذشت 6 ماه ميزان توليد به ... برابر افزايش خواهد يافت.
* ميزان فروش از اين محصول روزانه ... عدد خواهد بود.

## - مدل کسب و کار

مدل کسب و کار شرکت ....... در قالب تابلوي کسب و کار زير ارائه شده است:



|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **بخش مشتريان** | **ارتباط با مشتريان** | **ارزش پيشنهادي** | | **فعاليت‌هاي اصلي** | **شرکاي کليدي** |
| * ... * ... * ... * ... * ... * ... | * ... * ... * ... * ... | * ... * ... * ... | | * ... * ... * ... * ... | * ... * ... * ... |
| **کانال توزيع** | **منابع اصلي** |
| * ... | * ... |
| **جريان درآمد** | | | **ساختار هزينه** | | | |
| * ... * ... | | | * ... * ... | | | |

تصوير 1: تابلو مدل کسب و کار شرکت ....

# معرفي شرکت

## - معرفي

در اين بخش راجع به نياز بازار و شکافي که وجود داشته و صنعت شما به آن پاسخ داده يک توضيح کلي بدهيد. سپس به تشکيل شرکت در سال ... توسط ... اشاره نماييد. اگر کارگزار يا طرف قرارداد بخش خاصي هستيد به آن اشاره نماييد. فعاليت خود را با چه محصولات/خدماتي شروع کرده‌ايد و اکنون چه محصولات/خدماتي اضافه شده است. در اين بخش فقط به محصولات/خدمات اشاره مي‌کنيد و توضيحات و معرفي آنها در فصل بعد آورده مي‌شود.

## - مالکيت

براي اين بخش لازم است جدول 1 را پر نماييد.

جدول 1: اطلاعات ثبتي شرکت

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **عنوان** | **اطلاعات** | | | |
| 1 | نام شرکت | ...... | | | |
| 2 | تاريخ تأسيس | ...... | | | |
| 3 | شماره ثبت | ...... | | | |
| 4 | شناسنامه ملي | ...... | | | |
| 5 | محل ثبت | ...... | | | |
| 6 | ساختار حقوقي | سهامي خاص / مسئوليت محدود / تعاوني / ساير | | | |
| 7 | وضعيت شرکت | فعال / آغاز فعاليت | | | |
| 8 | نوع فعاليت | خصوصي / تعاوني / دولتي | | | |
| 9 | زمينه فعاليت شرکت | ... | | | |
| 10 | آدرس شرکت | تهران، ..... | | | |
| کدپستي .... | تلفن .... | نمابر ... |  |
| 11 | مدير عامل | ...... | | | |
| 12 | شماره تماس مدير عامل | ..... | | | |
| 13 | پست الکترونيک | .... | | | |
| 14 | رئيس هيئت مديره | ..... | | | |

## - اطلاعات کارکنان

ابتدا جدول زير را پر نماييد.

جدول 2:اطلاعات نيروي انساني شرکت

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **نام و نام خانوادگي** | **تخصص** | **نوع همكاري** | **مدرك تحصيلي** | | **سابقه كار در شركت** |
| مقطع | رشته |
| 1 |  |  | تمام وقت / پاره‌وقت |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

# معرفي محصول

## - مقدمه

در اين بخش به نياز بازار اشاره کنيد و اينکه محصول شما چه مشکلي را حل مي‌کند و به طور کلي به سوالات زير پاسخ دهيد:

* هدف از توليد محصولات / خدمات شما چيست؟
* محصولات / خدمات شما مشكل خاصي را حل مي‌كند يا فرصت جديدي را بوجود مي آورد؟
* آيا محصولات / خدمات شما جزو اقلام ضروري است يا جزو اقلام لوكس و غيرضروري است؟

## - معرفي محصولات

در اينجا بهتر است ابتدا محصولات دسته‌بندي شده و سپس به توضيح هر يک از آنها در زيربخش‌هاي مربوطه پرداخته شود. لازم است هر يک از محصولات به طور دقيق توصيف شده و کاربري آنها مشخص شود. در صورتي که اضافه کردن عکس به توضيح بهتر مطلب کمک مي‌کند از عکس محصولات استفاده کنيد.

## - زمينه‌هاي تخصص

در صورتي که فعاليت شما در حوزه‌هاي مختلفي است در اين بخش به توضيح آنها بپردازيد.

## - حق مالکيت معنوي / الزامات عملکرد

در صورتي که لازم است محصولات شما استاندارد خاصي داشته تا مجوز فعاليت داشته باشيد (چه مراحلي بايد طي شود و چه مدت زمان مي‌برد)، حق ثبت اختراع، حق طراحي، حق تکثير و ... در اين بخش ذکر شده و مدارک لازم در بخش پيوست آورده شود.

## - تعهدات

در صورتي که شرکت تعهدات خاصي دارد مانند گارانتي، خدمات پس از فروش و ... در اين بخش ذکر شده و مدارک لازم در پيوست آورده شود.

## - مزاياي رقابتي

مزيت رقابتي مجموعه‌ايي از عوامل يا توانمندي‌هايي است که يک کمپاني يا شرکت را به عملکردي بهتر از رقبا قادر مي‌سازد و همچنين ارتباط مستقيم با ارزش‌هاي مورد نظر مشتري دارد. در اينجا به مجموعه توانايي‌هاي شرکت اشاره کنيد. اين ويژگي‌ها شما را از رقبا متمايز مي‌کند: مانند بازاريابي قوي، کيفيت و ...

# برنامه عملياتي و توليد

اگر فعاليت شما توليد يک محصول فيزيکي نيست اين بخش حذف مي‌شود.

## - فرآيند توليد

فرآيند توليد را کامل شرح دهيد

## - مواد اوليه

اطلاعات موربوط به مواد اوليه

## - تسهيلات

کل تسهيلات مورد نياز را در سرفصل‌هاي زير بياوريد. اگر علاوه بر موارد زير به تسهيلات ديگري هم نياز داريد آنها را ذکر نماييد.

### - آزمايشگاه

در صورتي که به آزمايشگاه خاصي نياز داريد ذکر شود. در اين آزمايشگاه‌ها جه مواردي تست مي‌شود و به چه تجهيزاتي نياز دارند؟

### - تجهيزات

فهرست تجهيزات به تفکيک تجهيزات توليدي و اداري آورده شود.

## - استقرار تجهيزات

کروکي استقرار تجهيزات آورده شود.

# تحليل بازار

## - حجم بازار

حجم بازار داخلي را در اين بخش ذکر کنيد. در صورتي که اين مقدار از مجموع بخش‌ها/حوزه‌هاي مختلفي به دست آمده به تفکيک به هر يک از آنها اشاره کنيد. اگر مشتري خارجي هم داريد به بازار آن نيز بپردازيد. مي‌توانيد اين اطلاعات را بر روي نمودار نشان دهيد.

## - بازار هدف

از ميان کل بازار موجود کدام بخش‌ها/حوزه‌ها/سازمان‌ها يا ... را مي‌خواهيد پوشش دهيد.

## - بخش‌بندي بازار

در اين قسمت مشتريان را بر اساس رفتار مشابه دسته‌بندي نماييد. اين دسته‌بندي ممکن است جغرافيايي، جمعيت‌شناختي، بر اساس کاربرد محصول و ... باشد.

## - رقبا

رقباي اصلي شرکت را نام برده، شرح مختصري از محصول آنها ارائه داده و به حجمي از بازار که در دست آنهاست اشاره نماييد. مي‌توانيد اين اطلاعات را در يک جدول بياوريد.

# استراتژي و پياده‌سازي بازاريابي

## - تحليل SWOT

فهرست نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهديدها که در تحليل سازمان به شما کمک مي‌کند را در تصوير 2 وارد کنيد:

تصوير 2: تحليل SWOT

## - استراتژي بازار

در اين بخش کل اطلاعاتي که مربوط به حضور محصول شما در بازار است آورده مي‌شود. اين اطلاعات به زيربخش‌هاي زير تفکيک شده است.

### - استراتژي ورود به بازار

اگر در حال حاضر به بازار ورود پيدا کرده‌ايد اين زيربخش حذف مي‌شود.

### - استراتژي قيمت‌گذاري

شيوه قيمت‌گذاري محصولات/خدمات خود را شرح دهيد. چرا از اين روش استفاده مي‌كنيد؟

قيمت بالقوه و حاشيه سود

### - پيش‌بيني فروش

حجم فروش و ارزش فروش پيش‌بيني شده براي 3 سال آينده

### - برنامه‌هاي بازاريابي

از كدام روش‌ها و رسانه‌هاي تبليغاتي استفاده مي‌كنيد؟ هزينه تبليغات چقدر است؟ عکس يك نمونه از تبليغات را هم مي‌توانيد در اينجا بياوريد. به غير از تبليغات، از چه روش‌هاي ديگري براي افزايش فروش و جذب مشتريان استفاده خواهيد كرد؟ مثلا شبکه‌هاي اجتماعي و ...

### - کانال توزيع

از كدام كانال‌هاي توزيع براي ارايه محصولات يا خدمات خود استفاده مي‌كنيد؟

## - استراتژي توسعه

برنامه شما براي توسعه کسب و کارتان طي 3 سال آينده چيست؟ قرار است چه محصولات / خدمات جديدي توليد کنيد؟ چه حوزه‌هاي جديدي را تحت پوشش قرار دهيد؟

# سازمان و مديريت

## - نقش‌ها

در اين بخش وظيفه هر يک از نقش‌هايي که در بخش بعد آمده توضيح داده شود.

## - ساختار سازماني

ساختار سازماني که قرار است 3 سال ديگر داشته باشيد را رسم نماييد.

## - تيم مديريت

در اين بخش تيم مديريت را همراه با رزومه معرفي نماييد.

## - برنامه استخدام در آينده

برنامه استخدام از اکنون تا 3 سال آينده را به تفکيک تخصص‌هاي مورد نياز و زمان استخدام مشخص کنيد.

# برنامه مالي

## - مقدمه

در اين فصل لازم است يک خلاصه جريان نقدي تهيه نماييد که شامل درآمد و هزينه طي 3 سال آينده عمليات باشد. اگر از نرم‌افزار خاصي در تحليل‌ها استفاده مي‌کنيد به آن اشاره نماييد. سرفصل‌هاي آن در ادامه آمده است.

## - هزينه‌هاي سرمايه‌گذاري

هزينه‌هاي ثابت بسته به نوع محصول شما مي‌تواند متفاوت باشد اما به طور کلي هزينه‌هايي هستند که يکبار و در ابتداي تأسيس شرکت متحمل مي‌شويد، برخي از هزينه‌هاي ثابت شامل موارد زير است:

* هزينه‌هاي ثبت شرکت
* هزينه تجهيزات اداري (تلفن، ميز، کامپيوتر و تجهيزات جانبي، مبلمان اداري، فايل و ...)
* هزينه دريافت مجوزها
* هزينه آموزش پرسنل
* هزينه‌هاي پيش‌بيني نشده: افزايش احتمالي قيمت‌ها. که برابر با 5 درصد هزينه‌هاي پيش‌بيني شده در نظر گرفته مي‌شود.

در صورتي که شرکت توليدي باشد هزينه‌هايي مانند هزينه‌هاي زير نيز جزء هزينه‌هاي ثابت خواهد بود:

* خريد زمين
* ساخت سوله و آزمايشگاه
* هزينه خريد ماشين‌آلات و تجهيزات
* ....

### - هزينه زمين و ساختمان

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| رديف | شرح | | مقدار | هزينه واحد  (ميليون ريال) | مبلغ کل  (ميليون ريال) |
| 1 | زمين (متر مربع) | |  |  |  |
| 2 | ساختمان­ها | فضاهاي توليدي (متر مربع) |  |  |  |
| فضاي پشتيباني توليد(متر مربع) |  |  |  |
| انبار مواد اوليه و محصول نهايي (متر مربع) |  |  |  |
| فضاي اداري(متر مربع) |  |  |  |
| ساختمان تاسيسات(متر مربع) |  |  |  |
| آزمايشگاه (متر مربع) |  |  |  |
|  |  |  |  |

### - هزينه ساخت

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **شرح هزينه­هاي محوطه­سازي** | **مقدار** | **هزينه واحد**  **(ميليون ريال)** | **مبلغ کل**  **(ميليون ريال)** |
| 1 | تسطيح و خاکبرداري |  |  |  |
| 2 | ديوارکشي |  |  |  |
| 3 | فضاي سبز |  |  |  |
| 4 | خيابان­کشي |  |  |  |
| 5 | روشنايي محوطه |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |

### هزينه ماشين الات و تجهيزات

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **نام ماشين آلات و تجهيزات** | **تعداد** | **مبلغ واحد** | | **مبلغ کل**  **(ميليون ريال)** |
| **ارزي**  **(واحد پول ذکر شود)** | **ريالي**  **(ميليون ريال)** |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |

### هزينه وسايل نقيله

| **رديف** | **ماشين آلات حمل و نقل**  **درون کارگاهي و برون کارگاهي** | **تعداد** | **مبلغ** | | **مبلغ کل**  **(ميليون ريال)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ارزي**  **(واحد پول ذکر شود)** | **ريالي**  **(ميليون ريال)** |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |

### - هزينه‌هاي پيش از بهره برداري

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **هزينه­هاي قبل از بهره­برداري**  **(توليد آزمايشي، مجوزها، مطالعات، طراحي­ها، آموزش اوليه ... )** | **مبلغ** | |
| **ارزي**  **(واحد پول)** | **ريالي**  **(ميليون ريال)** |
| **1** |  |  |  |
| **2** |  |  |  |
| **3** |  |  |  |
| **4** |  |  |  |
| **5** |  |  |  |

### - هزينه‌هاي پيش بيني نشده

### - مجموع هزينه‌هاي سرمايه‌گذاري

## - هزينه‌هاي عملياتي

هزينه‌هاي عملياتي شامل هزينه‌هاي جاري يک شرکت به‌ منظور راه‌اندازي يک محصول، کسب ‌و کار يا سيستم مي‌باشد، که در واقع هزينه‌هاي مربوط به فعاليت عادي و مستمر شرکت است. اين هزينه‌ها شامل بهاي تمام شده کالاي فروش رفته، هزينه فروش، هزينه‌هاي عمومي و اداري و تحقيق و توسعه هستند. اين هزينه‌ها از طريق فعاليت‌هاي عادي شرکت به وجود مي‌آيند. در واقع کليه هزينه‌هايي که بصورت مستقيم و دائم در توليد تا فروش نقش دارند جزو هزينه‌هاي عملياتي هستند و بقيه موارد جزو هزينه‌هاي غيرعملياتي محسوب مي‌شوند. برخي از هزينه‌هاي عملياتي شامل موارد زير است:

* حقوق پرسنل
* بيمه (23% حقوق کل پرسنل)
* هزينه خريد خدمت
* اجاره دفتر
* بازاريابي
* هزينه‌هاي پيش‌بيني نشده (5/2 درصد هزينه‌هاي عملياتي)

در صورتي که شرکت توليدي باشد هزينه‌هايي مانند هزينه‌هاي زير نيز جزء هزينه‌هاي عمليات خواهد بود:

* خريد مواد اوليه مواد اوليه
* هزينه تعميرات و نگهداري
* ....

جدول 4: هزينه‌هاي عملياتي

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **دسته‌بندي** | **تفکيک** | **مبلغ (ريال)** | | |
| 1400 | 1401 | 1402 |
| 1 | حقوق پرسنل | مديرعامل |  |  |  |
| کارشناس فني |  |  |  |
| بازارياب |  |  |  |
| حسابدار |  |  |  |
| ... |  |  |  |
| 2 | بيمه |  |  |  |  |
| 3 | هزينه خريد خدمت | خدمات ... |  |  |  |
| 4 | اجاره دفتر |  |  |  |  |
| 5 | هزينه‌هاي مربوط به پلتفرم آنلاين |  |  |  |  |
| 6 | بازاريابي |  |  |  |  |
| 7 | .... |  |  |  |  |
|  | مجموع |  |  |  |  |

### - برآورد هزينه‌هاي نيروي انساني

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **نيروي­هاي انساني مستقيم توليد**  **(اپراتور/تکنسين/کارگر خط توليد)** | **تعداد** | **حقوق ماهيانه هر نفر (ميليون ريال)** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **نيروي­هاي انساني غير مستقيم توليد**  **(تاسيسات، نگهداري تعميرات، آزمايشگاه، ...)** | **تعداد** | **حقوق ماهيانه هر نفر (ميليون ريال)** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **نيروي­هاي انساني اداري**  **(مديريت، مالي اداري، فني، ...)** | **تعداد** | **حقوق ماهيانه هر نفر (ميليون ريال)** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |

### - هزينه مواد اوليه

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **نام مواد اوليه و قطعات مصرفي** | **مقدار/تعداد**  **(به ازاي يک واحد محصول)** | **واحد مصرف** | **هزينه واحد** | | **دوره تامين**  **(روز)** | **مدت زمان در خريد نسيه** |
| **ارزي** | **ريالي**  **(ميليون ريال)** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |

## - سرمايه در گردش

سرمايه در گردش به مبالغي اطلاق مي‌شود که براي امور روزانه‌ شرکت خرج مي‌شود و شامل دو يا سه بخش زير است.

* حساب‌هاي پرداختني: شامل عمده هزيمه‌هاي عملياتي است که مي‌تواند شامل موارد زير باشد:
* حقوق پرسنل
* بازاريابي
* بخش فني
* حساب دريافتني: شامل مبالغ حاصل از فروش خدمات/محصولات است که ممکن است فقط شامل يک بخش باشد:
* فروش محصولات

اگر محصول توليدي باشد بخش زير را نيز شامل مي‌شود:

* موجودي انبار: سرمايه مورد نياز براي تهيه مواد خام و ذخيره‌سازي محصول نهايي
* مواد اوليه
* محصول نهايي

جدول 5: سرمايه در گردش

| **رديف** | **دسته‌بندي** | **نوع هزينه** | **روز** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | حساب‌هاي پرداختني | حقوق پرسنل | 30 |
| بازاريابي | .... |
| بخش فني | .... |
| 2 | حساب‌هاي دريافتني | .... | .... |

## - برآورد فروش ساليانه

جدول 6: برآورد فروش ساليانه

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **سال** | **1400** | **1401** | **1402** |
| برآورد فروش | ..... | ...... | ...... |

## - ساير فرضيات مالي

فرضيات مربوط به محاسبات مالي را وارد کنيد. اين فرضيات مي‌تواند شامل موارد زير باشد:

جدول 7: فرضيات مالي

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **نرخ تنزيل به منظور محاسبة ارزش فعلي خالص** | **ميزان ماليات بر درآمد** | **معافيت مالياتي** | **مدت زمان راه‌اندازي دفتر** | **طول دورة مطالعات اقتصادي** | **مبدأ محاسبة ارزش فعلي خالص** |
| ...... | ..... | ..... | ..... | 3 ساله | ابتداي سال اول |

## - نحوه تأمين سرمايه

مجموع هزينه‌ها را در نظر بگيريد و منابع تأمين سرمايه را ذکر کنيد. مثلاً ممکن است اين مبلغ توسط سهامداران تأمين شود يا بخشي از آن از طريق وام باشد و الي آخر.

## - نتايج ارزيابي

خلاصه ارزيابي مالي را در اين بخش ذکر کنيد.

# برنامه اجرايي

در صورتي که محصول شما lunch شده است نيازي به تکميل اين بخش نيست.

## - تعريف و تبيين فازهاي برنامه

مراحل کليدي توسعه تجاري و فني تا زماني که محصول راه اندازي شود را بنويسيد. براي مثال ممکن است اين بخش به سه فاز تقسيم شود. که فاز اول شامل ساخت نمونه اوليه و دريافت تأييديه‌هاي لازم باشد. فاز دوم در مورد نصب و راه‌اندازي خط توليد بوده و فاز سوم شامل استخدام نيروي انساني، برنامه‌هاي بازاريابي و ... باشد.

## - برنامه زمان‌بندي

در اين بخش زمان‌بندي موارد ذکر شده در بخش قبل را در جدولي مانند جدول زير بياوريد.

جدول 8: زمان‌بندي طرح

| **فاز** | **فعاليت / زمان (ماه)** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **...** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| اول | ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| دوم | ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| سوم | ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ......... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **جمع کل** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **...** |

# ساير

اين بخش به اطلاعات بيشتر در مورد فناوري اختصاص دارد و مي‌تواند شامل سرفصل‌هاي زير باشد.

## - پيشينه مطالعات فناوري

## - برنامه تحقيق و توسعه

## - وضعيت اخذ مجوزهاي لازم

## - وضعيت پتنت‌ها

پيوست

اطلاعات تکميلي در اين بخش آورده مي‌شود و مي‌تواند شامل اطلاعات فني اضافي، سوابق علمي پژوهشي، رزومه‌ها، پتنت‌ها، تأييديه‌ها، مجوزها، بروشورها، گواهينامه‌ها و ... باشد.