**به نام خدا**

****

**طرح کسب وکار (Business Plan)**

**اداره امور اقتصادی، دانش بنیان و سرمایه گذاری**

 **دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد**

این فایل برای معرفی کامل طرح و واحد ارائه دهنده آن تنظیم شده است تا کارشناسان ما از جزئیات ایده محوری و موضوع کسب و کار انتخابی شما مطلع گردند، لذا در تکمیل فرم دقت لازم مبذول گردد.

تاریخ تحویل طرح کسب و کار به اداره امور اقتصادی، دانش بنیان و سرمایه گذاری:

 امضاء:

**باسمه تعالي**

**عنوان طرح : .............................................................**

**(تصویر محصول )**

تهیه کننده :

نام و نام خانوادگی:

نام شرکت: (در صورت ارائه طرح توسط شخصیت حقوقی)

مدیرعامل شرکت: (در صورت ارائه طرح توسط شخصیت حقوقی)

شماره تماس:

تاریخ تدوین

...... ماه/ 1398

**فهرست مطالب برنامه کاری:**

1. **شناسنامه طرح** ..........................................................................................................................................................
2. **خلاصه مدیریتی**  ......................................................................................................................................................
	1. عنوان و معرفی محصول .........................................................................................................................................
	2. بازار هدف و مشتریان .............................................................................................................................................
	3. پیش بینی فروش .....................................................................................................................................................
	4. رقبا ...............................................................................................................................................................................
	5. مزیتهای رقابتی .........................................................................................................................................................
	6. نمودار جریان نقدینگی .............................................................................................................................................
	7. خلاصه مالی ..............................................................................................................................................................
3. **توصیف کسب و کار**

 3-1- چشم انداز .............................................................................................................................................................................

 3-2- ماموریت ................................................................................................................................................................................

 3-3- مشخصات کلی کسب و کار ..............................................................................................................................................

 3-4- مشخصات کلی اعضاء و همکاران ....................................................................................................................................

 3-5- ساختار سازمانی ..................................................................................................................................................................

1. **معرفی محصول و فناوری**

**توصیف محصول:**

4-1- هدف و ضرورت اجرای طرح............................................................................................................................................

4-2- معرفی و مزایای به‌کارگیری محصول ...........................................................................................................................

4-3- طبقه بندی محصول .......................................................................................................................................................

4-4- مواد اولیه، کمکی و بسته‌بندی ....................................................................................................................................

4-5- وجه تمایز و نحوه تولید محصول ...................................................................................................................................

**فناوری:**

3-6- اجزاء فناوری، فرآیند دستیابی به فناوری و نواوری محصول شما........................................................................

3-7-سوابق و تاریخچه فناوری ............................................................................................................................................

1. **تحلیل صنعت و رقبا**

5-1- محصولات مشابه یا جایگزین محصول / خدمت .................................................................................................

5-2- سه رقيب اصلي ........................................................................................................................................................

5-3- میزان واردات از کشورهای مختلف .........................................................................................................................

5-3- سهم تولید کنندگان داخلی ......................................................................................................................................

5-4- قدرت ها و ضعف های رقبایتان .................................................................................................................................

5-5- سابقه حضور آنها در اين کسب و کار .........................................................................................................................

5-6- مزایای رقابتی .................................................................................................................................................................

5-7- استراتژی مقابله با رقبا .................................................................................................................................................

1. **برنامه بازار**
2. **تحقيق و تحليل بازار و شرح بازار هدف**
	1. مشتريان محصولات و بازار هدف ..........................................................................................................................
	2. اندازه بازار و روندهاي آينده ..................................................................................................................................
	3. تخمين سهم بازار و فروش محصول ....................................................................................................................
3. **استراتژي بازاريابي** ................................................................................................................................................................

 2-1- استراتژی محصول .....................................................................................................................................................

 2-2- قيمت گذاري ..............................................................................................................................................................

 2-3- تبليغات ...........................................................................................................................................................................

 2-4- شيوه هاي توزيع فروش:..................................................................................................................................

 2 -5- سياستهاي خدمات پس از فروش و گارانتي ............................................................................................................

1. **نقات قوت، ضعف، فرصت و تهدید (SWOT)**

7-1- نقات قوت ..............................................................................................................................................................

7-2- نقات ضعف ..............................................................................................................................................................

7-3- فرصت‌ها ..............................................................................................................................................................

7-4- تهدید ها ..............................................................................................................................................................

7-5- تحلیل SWOT .....................................................................................................................................................

1. **برنامه اقدام و زمانبندی**

 **ضمائم**

**بخش 1**

**شناسنامه طرح**

**1. شناسنامه طرح (**اطلاعات مالی مورد نیاز در این فایل از فایل اکسل استخراج شود )

**جدول (1): شناسنامه طرح**

|  |
| --- |
| :**عنوان طرح:** |
| **مشخصات اعضاء حقیقی و حقوقی و همکاران طرح ؛** **مجری: شرکت ............................................( هسته .................................. )****نوع شرکت (سهامی خاص، مسئولیت محدود):**  **مدیر عامل :** |
| **مواد اولیه موردنیاز :**  | **ظرفیت اسمی تولید :**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **سال اول** | **سال دوم** | **سال سوم** | **سال چهارم** | **سال پنجم** |
|  |  |  |  |  |

 |
| **تعداد کارکنان ؛** **تولیدی :** **اداری و ستادی :** **جمع :**  | **تاسیسات و انرژی ؛****توان برق : ……………****مصرف روزانه آب : ……………****نوع سوخت : ……………****میزان مصرف روزانه سوخت : ……………** |
| **هزینه های ثابت و متغیر در حداکثر ظرفیت عملی ؛****هزینه های ثابت:** **هزینه های متغیر:** **کل هزینه های سالانه :**  | **سرمایه گذاری طرح ؛** **سرمایه ثابت :** **سرمایه در گردش :** **سرمایه کل :** |
|  **شاخصهای مالی و اقتصادی طرح ؛****تعداد تولید در نقطه سر بسر :****نرخ بازگشت داخلی سرمایه(IRR):****مدت زمان بازگشت سرمایه(ماه):** | **زمین و ساختمان ؛****مساحت زمین :** **سطح زیربنا :** **نحوه تامین محل کار (استیجاری یا خرید):** |
|  **آدرس محل اجرای طرح :**  |
| **تلفنهای ضروری تماس و آدرس ایمیل:**  |
| **تهیه کننده طرح:** |

**بخش 2**

 **خلاصه مديريتی**

 **( خلاصه اجرايي)**

در بخش خلاصة مديريتي مواردي از قبيل، توصيف زمينة كسب وكار و اصل موضوع، ، بازار هدف، مزيت‌هاي رقابتي، پتانسِل سوددهي بايد به صورت خلاصه بيان شود.

 **(این بخش از طرح باید چندین و چند بار نوشته و خوانده شود تا بهترین نمونه از حلاصه اجرایی بوجود آید) دوصفحه و حد اکثر 5 صفحه باشد. توجه:این قسمت را بسیار شفاف و روشن ، جذاب ، قانونی و نقادانه بنویسید. حتماً احتمال های خطا و تهدید را نیز بنویسید.**

1. **عنوان طرح:**
2. **معرفي محصول (ذکر ویژگیهای و تصویر آن)( حداکثر10 خط):**
3. **بازار هدف و مشتریان نهایی :**

**بازار هدف به ترتیب اهمیت و اندازه شامل سازمان ....، شرکتهای .... به شرح زیر می باشد.**

* **.....**
* **.....**
* **.....**
* **......**

**حجم تقاضای کل بازار ..... در سال براورد می‌شود که هدف ما در این طرح کسب و کار دستیابی به ... درصد بازار یعنی تولید ...... در سال در ظرفیت اسمی می باشد.**

1. **پیش بینی فروش محصول توسط این شرکت**(با توجه با فایل اکسل تکمیل شود)

**جدول (2): پیش بینی فروش محصول در 5 سال اول**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **رديف** | **محصولات** | **ظرفيت توليد و فروش ساليانه (تعداد/ تن / ... )** |
| **سال اول** | **سال دوم** | **سال سوم** | **سال چهارم** | **سال پنجم** |
| **1** | **محصول اول ....** |  |  |  |  |  |
| **2** | **محصول دوم ....** |  |  |  |  |  |
| **3** | **محصول سوم ....** |  |  |  |  |  |
| **مجموع** |  |  |  |  |  |

1. **رقبا:**
	* **داخلی: ....**
	* **خارجی: ....**

**تذکر: محصول رقیب می تواند محصول مشابه یا جایگزین با عملکرد متفاوت باشد که نیاز مشتریان را برطرف می‌سازد.**

1. **مزیت هاي رقابتي**
	* **...**
	* **...**
	* **...**
2. **نمودار جریان نقدینگی 5 ساله آتی این کسب و کار رسم شود(از فایل اکسل استخراج شود)**

**مثال:**

1. **خلاصه مالی: ( چقدر پول می خواهیم، برای چه می خواهیم، در چه مدتی این پول را برمی­گردانیم با توجه با فایل اکسل تکمیل شود)**

**جدول (3): نیازمندی‌های اجرای طرح**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **زمين مورد نیاز (متر مربع)** | **نیروی انسانی (نفر)** | **عمده مواد اوليه مورد نياز** |
|  |  |  |
| **سالن توليد** | **انبار** | **محوطه و سایر** |
|  |  |  |

**جدول (4): مشخصات سرمایه‌گذاری در طرح (ریال)**

|  |
| --- |
| **سرمايه گذاري ثابت** |
| **زمين** | **محوطه‌سازی و ساختمان** | **ماشين آلات** | **ساير هزينه‌ها** |
|  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **سرمايه درگردش – 3 ماهه** | **هزینه حق لیسانس** | **كل سرمايه‌گذاري طرح** |
| **مواد اولیه و حقوق و سایر هزینه‌ها** |
|  |  |  |

**جدول(5): نتايج ارزيابي در طرح (ریال)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **قیمت تمام شده محصول** **(هر عدد/کیلوگرم)** | **قیمت فروش محصول** **(هر عدد/کیلوگرم)** | **نرخ تنزیل** |
|  |  | 25% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **بازدهي مورد انتظار (IRR- درصد)** | **ارزش خالص فعلي (NPV)** | **دوره بازگشت سرمايه**  |
| .....% |  | ...... ماهه |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **سال** | **مقدار توليد ( عدد/ کیلو)** | **کل فروش سالیانه (ریال)** | **سود خالص طرح بعد از کسر مالیات**  |
| **اول** |  |  |  |
| **دوم** |  |  |  |
| **سوم** |  |  |  |
| **چهارم** |  |  |  |
| **پنجم** |  |  |  |

**بخش 3**

**توصیف کسب و کار**

**بخش 3. توصیف کسب و کار**

معرفی شرکت و نوع آن (تعاونی ، سهامی، با مسئولیت محدود و..)صنعت و بازاری که شرکت در آن فعالیت می کند کدام است؟ ، مشخصات صاحبان کسب و کار، تاریخ تاسیس، محل کسب و کار ، آدرس و شماره تلفن و نشانی پست الکترونیک- خلاصه ای از محتوای چشم انداز ، ماموریت ، اهداف و برنامه های کسب و کار.

**3-1- چشم انداز**

* **……..**
* **……..**
* **………**
* **………**

**3-2- ماموریت:**

* **……..**
* **……..**
* **………**
* **………**

**3-3- مشخصات کلی کسب و کار:**

* **نام کسب و کار:** شرکت ................
* **زمان ثبت:** .........
* **شکل کسب و کار:** سهامی خاص
* **اطلاعات تماس:** / آدرس سایت

**3-4- مشخصات کلی اعضاء و همکاران :**

|  |
| --- |
| اسامی و عناوین شرکاء و سهامدارن |
| **ردیف** | **نام و نام خانوادگی** | **مدرک و رشته تحصیلی** | **سمت در شرکت** | **درصد سهم** | **نوع همکاری** |
| **تمام وقت** | **نیمه وقت** |
| 1 |  |  | مدیر عامل |  |  |  |
| 2 |  |  | رئیس هیئت مدیره |  |  |  |
| 3 |  |  | نائب رئیس هیئت مدیره |  |  |  |

|  |
| --- |
| اسامی و عناوین مشاوران و همکاران |
| **ردیف** | **نام و نام خانوادگی** | **مدرک و رشته تحصیلی** | **سمت در شرکت** | **نوع همکاری** |
| **نیمه وقت** | **پاره وقت** |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |

**3-5- ساختار سازماني و حقوق و دستمزد :**

1. چه پست‌هايي در کسب و کار شما مورد نیاز است؟
2. چه مهارت‌هايي براي هر پست مورد نياز مي‌باشد؟
3. نمودار ساختار سازمان کسب و کار شما.

**بخش 4**

**تشریح و توجیه فناوری (محصول/خدمت)**

**توصیف محصول**

**4-1- هدف و ضرورت اجرای طرح (10 خط)**

هدف اصلي از اجراي اين طرح توليد ........................................ با استفاده از تکنولوژی ......................... جهت استفاده در ...................... و ساير صنايع مي­باشد.

**4-2- معرفی و مزایای به­کارگیری محصول**

نام محصول و كاربردهاي محصول/ خدمت شما چيست؟ صفات کالای خود را ذکر کنید. کیفیت (دوام، قیمت، عملکرد مناسب)، ویژگی کالا (رنگ ، جنس، اندازه، کاربرد، وزن ، منفعتی که برای مشتریان دارد )، نواوری ايجاد شده در محصول )نوآوری در بازار/ محصول/ فرايند/ سازماندهی و منابع(، تعريف مشخصات محصول/ خدمت ) مشخصات فنی/ اجزای محصول/ نمای گرافيکی گردش اطلاعات/ ارائه نقشه و تصاویر محصول

**4-3- طبقه­بندی محصول**

در حال حاضر كد آيسيك و یا کد تعرفه گمرک مختص به اين محصول به شرح جدول زیر مي­باشد.

**4-4- مواد اولیه، کمکی و بسته­بندی**

مواد اولیه، طرح کالا و بسته بندی محصول/ خدمت شما به چه صورتي است؟

**4-5- وجه تمایز و نحوه تولید محصول**

وجه متمايز محصول/خدمت شما با ساير محصولات بازار چيست؟ نحوة توليد محصول/ خدمت شما (چرخه عملیات تولید) به چه صورتي است؟

**فناوری:**

**4-6- اجزاء فناوری ، فرآیند دستیابی به فناوری و نواوری محصول شما:**

 تشریح فناوری، اجزاء آن (سخت‌افزار، نرم افزار و فرایند) و نحوه دستیابی به آن توسط تیم مجری از روشهایی مانند مهندسی معکوس، مهندسی مجدد، اختراع، سنتز و ... ذکر شود. بصورت شماتیک یا دیاگرام ذکر شود که فناوری محصول شما کجاست؟ و کدام قسمت را خودتان بدست می اورید و در کدام قسمت از فناوری موجود استفاده می کنید. ایا محصول شما نواوری دارد یا مهندسی معکوس، مهندسی مجدد و یا کپی برداری است و ...

**4-7- زمینه های کاربرد فناوری**

**4-8- سوابق و تاریخچه فناوری**

تاریخچه‌ی اصلی فناوری ........................... مربوط به زمان .............. از آن است. ایده ی اولیه ی این فناوری توسط ......................... است، مطرح شد. ...........

**بخش 5**

**تحلیل صنعت و رقبا**

شناخت از رقبا و مزیتهای رقابتی خود در مقابل آنها بسیار ضروری است.

1. **محصولات مشابه یا جایگزین محصول / خدمت خود را نام ببرید؟**
2. **سه رقيب اصلي خود را نام ببريد(**مهمترین تولید کنندگان خارجی و داخلی - واردکنندگان داخلی)؟
* ...
* ...
* ...
1. **میزان واردات از کشورهای مختلف به تفکیک زیر می باشد (براساس گمرک)**
2. **سهم تولید کنندگان داخلی از کل نیاز بازار و در مقایسه با واردادت چقدر است؟**
3. **قدرت ها و ضعف های رقبایتان را مورد ارزیابی قرار دهید:**
4. **سابقه حضور آنها در اين کسب و کار چه مدت است؟**
5. **چرا فکر مي‌کنيد مردم عادات خريد فعلي خود را تغيير خواهند داد تا مشتري شما بشوند؟** (مزیت‌های رقابتی مشخص خود را در مقابل رقبایتان برشمارید و مورد مقایسه قرار دهید با ذکر متوسط قیمت محصولات آنها)
6. **پیش بینی کنید رقباي شما چه عکس‌العملي در مقابل حضور شما در بازار نشان خواهند داد و استراتژی شما در مقابل چیست ؟** **آيا امکان فعاليت شما در بازار و در کنار رقبای ديگر وجود دارد؟ توضيح دهيد:**

**بخش 6**

**بازار**

1. **تحقيق و تحليل بازار و شرح بازار هدف :**

در بحث تحقیق و تحلیل بازار نیاز است تا ابتدا از طریق روش های علمی نسبت به پیمایش مشتریان اقدام و از طریق پرسشنامه اطلاعات دقیق و مبنا را برای تصمیم سازی و تصمیم گیری بدست آوریم. از نتایج مطالعه بازار باید سؤالات زیر را پاسخ دهیم:

مشتريان شما چه كساني هستند؟ چرا بازار به محصولات/ خدمات شما نياز دارد؟ اين بازار تا چه مدت به اين محصولات/ خدمات نياز دارد؟ رابطة بين مصرف‌كننده و خريدار اصلي به چه صورتي است؟ مشتريان شما چه ويژگي‌هايي (سن، جنس، سبك زندگي مستقل) دارند؟ بازار مورد نظر را تعريف كنيد .آيا بازار شما در حال رشد است؟ در حال سكون است و يا تنزل مي‌كند؟ چگونه سهم خودتان را از بازار جذب، نگهداري و افزايش خواهيد داد.

* 1. **مشتريان محصولات شما چه کسانی هستند، درکجا واقع شده اند و با چه سهم تفکیکی هستند؟**

(تفکيک تحصيلي، تفکيک جنسي، تفکيک سني، تفکيک درآمدي، تفکيک جغرافيايي، تفکيک شغلي، تفکيک سليقه اي، تفکيک قومي و فرهنگي، تفکيک آداب و رسوم )

* 1. **اندازه بازار و روندهاي آينده آن(بررسی عرضه و تقاضا براساس واردات و یا روشهای دیگر تحلیل بازار و میزان نیاز خالی بازار)**
	2. **تخمين سهم بازار و فروش محصول / خدمت شما: (**آیا بازار خالی است یا شما می‌خواهید سهمی از رقبا بگیرید؟)
1. **استراتژي بازاريابي :**

**2-1- استراتژی محصول**:(چند گرید محصول، شکل، بسته بندی و ...)

شرکت سعی دارد تا چند گرید متفاوت از محصول ................................... خود را روانه بازار کند تا بتواند نیازهای طیف وسیعی از صنایع و مصرف کنندگان را پاسخگو باشد.

**2-2-قيمت گذاري:**

در منابع گوناگون، روش‌های متنوعی برای قیمت گذاری آورده شده است. اگر دو عامل مهم قیمت و کیفیت کالا در کنار هم آورده شود، می‌توان از جدول 6 برای انتخاب نوع قیمت گذاری استفاده نمود.

**جدول 6: استراتژی قیمت گذاری**

****

جدول 6 نشان می‌دهد که گرید­های ارایه شده توسط شرکت در دو دسته کلی قیمت گذاری ........... و قیمت گذاری ........ قرار می‌گیرد. دلیل استفاده از روش قیمتگذاری این است که .......................

**2-3. استراتژي هاي تبليغات: (**چه روشی را برای **تبلیغات** به کار می برید؟تبلیغات رادیو، تلوزیون، تلفنی،مجله، شرکت در نمایشگاه ها ...؟ارسال نامه یا تلفن مستقیم به مشتریان؟ جوایز، بن های مجانی و ...روابط عمومی – پشتیبانی مالی در رسانه ها (اسپانسر شدن )؟**شیوه فروش شما چگونه است** ؟ارتباطات اجتماعی – رسانه های غیر رسمی (مانند مجامع اینترنتی)فروش مستقیم – ارتباط رو در رو با مشتریان ؟دلایل خود را بیان کنید**.** آيا براي تبليغات محصولات/ خدمات خود از متخصصين خارج از شركت استفاده كرده‌ايد؟ آموزش فروشنده‌ها را چگونه برنامه‌ريزي مي‌كنيد؟ چه روش‌هايي را براي پرداخت به مشتريان پيشنهاد مي‌كنيد؟ براي فروش محصولات خود از چه كانال‌هايي بهره مي‌گيريد؟ چگونه به شكايت مشتريان رسيدگي مي‌كنيد؟ شيوه هاي بازاريابي و جذب مشتريان شما چگونه خواهد بود؟)

مثال :

الف) برنامه‌های بازاریابی و تبلیغاتی مناسب مانند حضور در نمایشگاه‌ها، درج خبر و مقالات در مجلات تخصصی، ایجاد سایت و پایگاه اطلاع رسانی و خبرنامه و ... می‌باشد.

ب)معرفی مشخصات و مزایای محصولات در کاربردهای گوناگون

ج) مذاکره مستقیم با مشتریان و صاحبان صنایع

د) برگزاری همایش‌ها، کارگاه‌های آموزشی جهت آشنایی بیشتر با محصولات تولیدی شرکت

**2-4. شيوه هاي توزيع فروش:** كانال‌هاي اولية توزيع كدامند؟ (فروشگاه‌هاي خرده‌ فروشي، عمده فروشي، اينترنت يا غيره). چگونه محصول خود را به مشتری می رسانید.آیا مکانی را اجاره کرده اید؟ کجا و چرا؟ آیا از سایت های اینترنتی برای فروش استفاده می کنیدآیا شما خرده فروش؟واسطه؟ارسال پستی؟ دلایل استفاده از کانال توزیع خود را با توجه به تحقیقات بازاریابی بیان کنید.)

**مثال (شرکت قصد دارد تا به دو روش به توزیع محصولات خود بپردازد. اولین روش استفاده از دفاتر نمایندگی و توزیع می‌باشد. در دومین روش نیز با استفاده از مذاکره رودرو با صاحبان صنایع و ارسال نمونه رایگان به مصرف کنندگان عمده محصولات را به فروش رساند.**

**مکان اولیه فعالیت در شهر ................ می‌باشد. در آینده نیز با توسعه کمی تولید و شناخته¬شدن نام شرکت در بازار ایران به تدریج در نقاط دیگر کشور به فعالیت خواهیم پرداخت. هدف نهایی تولید در 10 سال آینده نیز دست‌یابی به بازارهای جهانی می‌باشد.)**

**2-5. سياستهاي خدمات پس از فروش و گارانتي :**

**بخش 7**

**تحليل قوتها، ضعفها، فرصتها و تهدیدها**

**(SWOT)**

**شرح دقیقی از برنامه استراتژیک خود مبنی بر این که چگونه ضعف ها را کاهش می دهید، از قوتهای خود استفاده می کنید، تهدیدها را کنترل می کنید و فرصت ها را بدست می آورید ارائه نمائید.**

**جدول 7: جدول تحلیل راهبردی SWOT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **تحلیل راهبرد SWOT** | **نقات قوت (S)*** .........
* .......
 | **نقاط ضعف (W)*** .........
* ........
 |
| **فرصت ها (O)*** .........
* ......
 | **قوت و فرصت (S-O)**چگونه می توان نقاط قوت را برای استفاده از فرصتها به کار گرفت؟ | **ضعف و فرصت(W-O)**چگونه می توان برای چیره شدن بر نقاط ضعف از فرصت ها استفاده نمود؟ |
| **تهدیدها (T)*** .........
* ..........
 | **قوت و تهدید(S-T)**چگونه نقاط قوت می توانند برای مقابله با تهدیداتی که مانع دستیابی به اهداف و فرصت ها می شوند استفاده شوند؟ | **ضعف و تهدید(W-T)**چگونه می توان بر نقاط ضعف برای مقابله با تهدیداتی که مانع دستیابی به اهداف و فرصت ها می شوند غلبه نمود؟ |

## بررسی نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدها

در این قسمت به بررسی و بیان نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدها موجود در کسب و کار پیشرو می‌پردازیم.

**7-1- نقاط قوت**

مثال:

* تیم اجرایی متخصص و کارآمد
* بهرمندی از مشاوران خبره صنعتی و دانشگاهی
* کم هزینه بودن فرآیند تولید محصول
* امکان طراحی محصول برای کاربردهای خاص
* قیمت مناسب و کیفیت مطلوب محصول
* امکان تولید محصولات متنوع برای کاربردهای گوناگون

**7-2- نقاط ضعف:**

مثال**:**

* عدم اعتماد مصرف کننده به محصولات داخلی
* نداشتن تجربه عملی و تئوری در زمبنه مسایل مدیریت و اقتصاد
* مشکلات واردات مواد اولیه به علت تحریم‌ها
* امکان جدایی اعضای تیم اجرایی به دلایل گوناگون

**7-3- تهدیدها:**

**مثال:**

* عدم ثبات قیمت مواد اولیه به علت تحریم‌ها و نوسانات بازار ارز
* تشدید بالا رفتن قیمت حامل‌های انرژی در صورت اجرای مرحله دوم قانون هدفمندی یارانه‌ها
* تغییرات سیاسی و اقتصادی در کشور
* به خطر افتادن منافع وارد کنندگان و کارشکنی آن‌ها برای شرکت تولیدی داخلی

**7-4- فرصت‌ها:**

**مثال:**

* عدم تولید­ این محصول در کشور
* وجود بازار گسترده و نیاز بالقوه و بالفعل به این محصول
* وجود محصول مشابه خارجی با قیمت بسیار بالا و تقاضای بالای بازار
* موقعیت خوب جغرافیایی به علت نزدیکی به مراکز علمی و تحقیقاتی و دسترسی مناسب به بیشتر مناطق و صنایع کشور
* امکان تأمین دستگاه‌ها و ابزار تولید در داخل کشور و تکنولوژی ساده تولید

## 7-5-تحلیل SWOT

مثال: راهبرد در یک سازمان عبارت است از فرآیند تصمیم­گیری که طی آن عوامل درونی سازمان (قوت‌ها و ضعف‌ها) با عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) به گونه‌ای بـا یـکـدیگر مرتبط می‌شوند که ارزش هر یک از آن‌ها در تحقق اهداف سازمان به خوبى مشخص می‌گردد. بنابراین این تحلیل باعث تصمیم‌های بهینه و پیش تدبیری در سازمان‌هامی‌شود. در ادامه در فصل‌های آینده نیز با بررسی ریسک‌های موجود در بازار به تشریح راه حل‌های احتمالی می‌پردازیم.

**7-5-1. S-O (قوت و فرصت)**

فرصت‌های مناسب برای کارآفرینی مانند تمایل صنایع کوچک و بزرگ به همکاری با شرکت‌های دانش بنیان، تولید نشدن این محصول در کشور، تحریم‌های اقتصادی و حمایت‌های مسئولین و مقام معظم رهبری از کارآفرینان و شرکت‌های دانش بنیان سبب شده است که بتوان با استفاده از قوت‌های شرکت مانند: بهره­مندی از افراد متخصص و خبره، استفاده از نیروهای فعال و مشاوران دانشگاهی و صنعتی، پایین بودن قیمت فرآیند تولید پوشش و مواد اولیه و رقابتی بودن قیمت محصول در مقایسه با رقبای خارجی به آینده این کسب و کار امیدوار بود. بنابرین می‌توان با استفاده مناسب از فضای خوب به وجود آمده و ترغیب توزیع کنندگان و صنایع به مصرف این محصولات، در کسب و کار پیشرو به موفقیت دست یافت.

**7-5-2. W-O (ضعف و فرصت)**

 مهمترین ضعف‌های موجود در شرکت که شامل: سختی فروش و ارایه محصولات به صنایع و توزیع کنندگان و سختی واردات مواد اولیه به علت تحریم‌ها سبب می‌شود که از فرصت‌های تشریح شده در قسمت قبل که می‌توان آن را در دو بخش عمده حمایت‌های مسئولین و محیط مناسب به وجود آمده و نیاز و تمایل بازار به مصرف چنین پوشش‌هایی به نحوه احسن جهت پوشش ضعف‌ها استفاده نمود. با توجه به پتانسیل‌های موجود در شرکت می‌توان بیان نمود که ضعف‌های احتمالی شرکت با تلاش‌های پیگیرانه اعضای شرکت قابل رفع می‌باشد یا می‌توان از اثرات آن بر کسب و کار کم کرد. در اینجا با همواره حاشیه سود مناسب و قیمت رقابتی می‌تواندضعف‌های کسب و کار را تا حد قابل قبولی برطرف کند.

**7-5-3. S-T (قوت و تهدید)**

عمده تهدیدات مهم برای کسب و کار پیشرو شامل: عدم ثبات سیاسی و اقتصادی، نوسان قیمت ارز و نفت، امکان بالارفتن هزینه تولید و جدایی اعضای تیم اجرایی می‌باشد. اما قوت‌های موجود در اعضای هسته که به دو قسمت عمده وجود افراد خبره و متخصص، مشاوران زبده صنعتی و دانشگاهی و همچنین قیمت تمام شده رقابتی و تولید نشدن این محصول در کشور، سبب می‌شود که با توجه به تجربه موجود در شرکت و حاشیه سود مناسب این محصول تهدیدات پیش بینی شده اثر کمی بر کسب و کار پیشرو داشته باشد. در صورت جدایی افراد متخصص نیز امکان جذب و آموزش متخصصین با توجه به وجود افراد زبده در محیط‌های دانشگاهی، وجود دارد.

**7-5-4. W-T (ضعف و تهدید)**

به طور کلی مهم‌ترین ضعف‌ها و تهدیدهایی موجود در کسب و کار شامل: عدم ثبات اقتصادی، نوسان قیمت ارز و نفت در بازارهای جهانی، سختی فروش و ارایه محصولات به صنایع و توزیع کنندگان و سختی واردات مواد اولیه به علت تحریم‌هامی‌باشد. تهدیدات احتمالی نیز شامل: عدم ثبات سیاسی و اقتصادی، نوسان قیمت ارز و نفت، امکان بالارفتن هزینه تولید به علت تشدید تحریم‌ها می‌باشد.

در این قسمت راه‌های تدافعی احتمالی برای برون رفت از این موقعیت‌های خطیر به وجود آمده بررسی خواهد شد. عدم ثبات اقتصادی، نوسانات قیمت ارز و نفت، بالارفتن قیمت تمام شده در آینده به علت تشدید تحریم‌ها و اجرای مرحله دوم هدفمندی یارانه‌ها، با توجه به حاشیه سود مناسب و امکان تولید سفارشی محصولات، برای کسب و کار پیشرو قابل تحمل می‌باشد. طبقه­بندی و حفاظت اطلاعات و وجود افرادی زبده در شرکت سبب می‌شود در صورت جدایی یا لو رفتن فناوری، افراد زبده جدیدی جذب و فرمولاسیون اختصاصی جدیدی تهیه شود. در پایان در مورد اقدامات وارد کنندگان نیز می‌توان با توجه به قیمت و کیفیت مناسب این محصول نسبت به نمونه ­های خارجی تلاش می­شود این محصول جایگذین محصولات خارجی شوند.

**بخش 8**

**برنامه اقدام و زمانبندی**

**برنامه اقدام و زمانبندی** (بند های ذکر شده بسته به نوع طرح قابل تغییر یا کم و زیاد کردن می باشد)

**جدول 7: جدول برنامه اقدام و زمان بندی**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| شرح کار | سال اول | سال دوم |
| ماه سال | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| انجام مطالعات پیش سرمایه گذاری |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| کسب مجوزهای لازم و اقدام جهت تامین مالی |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| خرید زمین |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| عملیات ساختمانی و محوطه سازی |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| سفرش و خرید ماشین آلات و حمل ان |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| تامین و اجرای تاسیسات |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| استخدام و آموزش کارکنان |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| تولید آزمایشی |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| زمان لازم جهت اخذ مجوز بهره برداری |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| تاخیر پیش بینی نشده |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| شروع تولید تجاری |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

ضمائم:

1. **فایل اکسل تکمیل شده امکان سنجی فنی، مالی و اقتصادی**
2. **ثبت اختراع يا پتنت**
3. **تاييديه های رسمی و استانداردهای اخذ شده**
4. **فيلم يا تصوير از محصول ساخته شده )در صورت ساخت نمونه( و مدارك مربوط به توليد**
5. **اطلاعات ثبتی شرکت )شامل: سهامداران، زمينه فعاليت، تاريخ تاسيس و آدرس(**
6. **رزومه پرسنل**
7. **گزارش اعتبارات دريافت شده، گزارش عملكرد مالي و فروش**
8. **نامه های مشتريان/اعلام نياز/تاييديه عملکرد**