**آرم شرکت**

**طرح کسب و کار شرکت ........**

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

**نام و نام خانوادگی مسئول واحد:**

**آدرس و شماره تلفن:**

**ایمیل و وبسایت:**

**تاریخ تدوین:**

**فهرست مطالب برنامه کاری**

|  |
| --- |
| خلاصه طرح............................................................................................................................................................................... |
| تشریح و توجیه فناوری**..............................................................................................................................** |
| مطالعه و بررسی بازار............................................................................................................................................................... |
| برنامه اجرایی و سازمانی........................................................................................................................................................... |
| ارزیابی ریسک کسب و کار.......................................................................................................................... |
| برنامه اقدام و زمان‌بندی.............................................................................................................................. |
| ضمائم........................................................................................................................................................ |

خلاصه طرح

* معرفی شرکت
* چشم انداز (تصویری از آینده است که شرکت قصد دارد در زمان مشخصی به آن دست یابد.)
* ماموریت (بیان اینکه شرکت چگونه می‌خواهد رقابت نموده و برای مشتریان خود ارزش خلق نماید.)
* محصول
* بازار هدف
* تیم‌کاری (بر اساس نیاز طرح، تخصص‌ها را بنویسید)
* برنامه تولید و فروش (میزان تولید کالا یا ارائه خدمات در هر سال پس از بهره‌برداری)
* میزان سرمایه مورد نیاز
* میزان سود

# تشریح و توجیه فناوری (محصول/ خدمت)

**1-2: سوابق و تاریخچه فناوری**

(معرفي دارندگان دانش فني در ايران و جهان/پتنت­های جهانی)

(طرح مساله، نیاز یا فرصت موجود و روشهایی که تا کنون به مساله پاسخ داده شده...)

**2-2: نوآوری محصول**

نواوری ایجاد شده در محصول (نوآوری در بازار/ محصول/ فرایند/ سازماندهی و منابع)

تعریف مشخصات محصول/ خدمت ( مشخصات فنی/ اجزای محصول/ نمای گرافیکی گردش اطلاعات/ ارائه نقشه، عکس)

کد ملی کالا (کد تعرفه گمرکی) یا HS code در سایت https://www.irancode.ir/ و کد آیسیک ISIC در behinyab.ir

**3-2: فرآیند دستیابی به فناوری/ محصول** (مهندسی معکوس، اختراع، ...) و نوع محافظت از آن

.

**4-2: زمینه‌های کاربرد فناوری**

**5-2: وضعیت کنونی فناوری و مقایسه با فناوری‌های رقیب** (تکنولوژی های موجود/ روند تکنولوژی در آینده/ میزان تاثیرپذیری محصولات از تکنولوژی )

مطالعه و بررسی بازار(طرح بازاریابی)

**1-3: تأثیرات اجتماعی طرح / مزایای فناوری / ویژگی‌های منحصر بفرد**

هر گونه تاثیر پروژه بر شیوه زندگی، کار و روابط اجتماعی و سازماندهی مردم باقی میگذارد. تغییرات جمعیتی، الگوی اشتغال، نظام همسایگی، ایمنی و بهداشت، واکنش شهروندان، تغییر در امکان دسترسی، تغییر در سر وصدا و تاثیر بر تفریحات و ارزش‌ها و باورها...

**2-3: ارائه اطلاعات بازار شامل داده‌های بازار، فهرست قیمت‌ها و ...**

[**https://www.trademap.org/Index.aspx**](https://www.trademap.org/Index.aspx) میزان واردات هر کشور

**3-3: تحلیل صنعت**

* + تحلیل محیط کلان ( تغییرات سیاسی و قانونی، تغییرات جغرافیایی، و اقتصادی و فناوری)

(محیط سیاسی و حقوقی شامل قوانین و سیاست‌های حاکم بر کشور است. گروه‌ها و آژانس‌های دیگری که بر فعالیت صنعت و یا تجارت تأثیرگذار هستند جز این بخش قرار می‌گیرند.

محیط اقتصادی شامل عواملی است که بر قدرت خرید و الگوهای هزینه مشتریان تأثیرگذارند .تولید ناخالص داخلی، درآمد ناخالص ملی، نرخ بهره، تورم، توزیع درآمد، بودجه دولتی، یارانه‌ها و سایر متغیرهای عمده اقتصادی، نمونه‌های این عوامل هستند.

محیط فیزیکی همان تغییرات جغرافیایی است که کسب و کارها در آن فعالیت میکنند. این محیط شامل شرایط آب و هوایی، تغییرات محیطی، دسترسی به آب و مواد اولیه، بلایای طبیعی، آلودگی و غیره میباشد.

محیط تکنولوژیکی از فاکتورهای نوآوری، تحقیق و توسعه در فناوری، جایگزین‌های تکنولوژیکی، انگیزه‌های نوآورانه و برطرف کردن موانع تکنولوژیکی برای تسهیل عملکرد تشکیل شده است. تکنولوژی علاوه بر اینکه بسیار پویا است، یکی از بزرگترین منابع تهدیدها و فرصت‌ها نیز به حساب میآید.)

* + تحلیل محیط نزدیک (5 نیروی پورتر)
* شدت رقابت در صنعت (لازم به تأکید است که در این‌جا رقابتی مد نظر ماست که کسب و کارها روی **گروه‌های هدف یکسان** انجام می‌دهند.)
* جایگزین‌ها (محصول جایگزین، هر چیزی است که منفعت آن‌ شبیه محصول فعلی باشد. توجه داشته باشید که ما در این‌جا علاوه بر محصول رقیب به جایگزین‌شدن هم توجه داریم.)
* تهدید تازه‌واردین (هر صنعتی که راه ورودش برای تازه‌واردها، هموار و در دسترس باشد، به تدریج با چالش حاشیه‌ی سود مواجه می‌شود. چون با اضافه‌شدن تعداد بازیگران، رقابت میان آن‌ها جدی‌تر می‌شود و بسیاری از اقدام‌های رقابتی در نهایت بخشی از حاشیه‌ی سود را قربانی می‌کنند. دیوارهای ورود یا موانع ورود به این کسب و کار را توضیح دهید.)
* قدرت چانه‌زنی تامین‌کنندگان (منظور از تأمین‌کننده، تمام سازمان‌ها و صنایع و کسب و کارهایی هستند که مواد اولیه، امکانات و تجهیزات مورد نیاز برای تولید و عرضه‌ی محصول را در اختیار یک کسب و کار قرار می‌دهند(.
* قدرت چانه‌زنی مشتریان (بررسی کنید که قدرت چانه‌زنی مشتریان زیاد است یا کم، منظورمان این است که آن‌ها می‌توانند کسب و کار را تحت فشار بگذارند تا سود خود را کاهش داده و محصولی بهتر یا ارزان‌تر را در اختیار مشتریان قرار دهند. **حاشیه‌ی سود کسب و کار کاهش می‌یابد** و خریداران از این کاهش سود، منتفع می‌شوند.)
	+ تحلیلSWOT (بررسی نقاط قوت و ضعف و فرصت و تهدید)

|  |  |
| --- | --- |
| فرصت‌ها (Opportunities) به طور مثال: بازار داخلی بزرگ نزدیکی به کشورهای همسایه به‌عنوان بازار جدید | تهدیدها (Threats)به طور مثال: بازار رقابتی قویواردات مواد اولیه |
| قوت (Strengths)به طور مثال: کیفیت خوب نیروی کار موثر | ضعف (Weaknesses)به طور مثال: قیمت بالا |

**4-3: مطالعه و تحقیق بازار**

* + بخش‌بندی بازار (**بخش‌بندی براساس ویژگی‌های دموگرافیک (**سن، شغل، سطح تحصیلات، جنسیت و میزان درآمد)، **بخش‌بندی براساس ویژگی‌های روانشناختی، بخش‌بندی براساس ویژگی‌های جغرافیایی و..)**
	+ بازار هدف (اطلاعات مربوط به عوامل بازار و نوع رقابت حاکم بر آن توضیح داده شود و اساس تصمیم‌گیری برای ورود به این بازار را توضیح دهید)
	+ جایگاه‌یابی (چطور محصول یا خدمات خودتان را از رقبا متمایز می‌کنید، و کدام بخش بازار را در مقایسه یا رقبا می‌گیرید. نحوه عملکرد رقبا، انگیزه و نیاز بازار هدف را بررسی کنید.)

**5-3: برنامه‌ریزی بازار (آمیخته بازاریابی)**

**برای کسب و کار کالا محور:**

* + استراتژی‌‌های محصول (بررسی شکل، عملکرد، دوام، بسته‌بندی، تعمیرپذیری، کیفیت و نام محصول، تکنولوژی به روز آن جهت جذب و حفظ مشتری.)
	+ استراتژی‌های قیمت‌گذاری (بررسی **شرایط بازار، قیمت رقبا، ارزش محصول و هزینۀ تولید تا عرضۀ کالا)**
	+ استراتژ‌ی‌های توزیع (**کانال برای عرضۀ کالا نسبت به نوع کسب‌وکار و بازار هدف توضیح دهید.)**
	+ استراتژی‌های تبلیغات

**برای کسب و کار خدمات محور:**

* + استراتژی‌‌های خدمات ( کیفیت و ارزش، مهارت و تخصص، شفافیت در ارائه خدمات (قرارداد و تبلیغات)، نحوه ارتباط جهت جذب و حفظ مشتری.)
	+ استراتژ‌ی‌های مکان (**بررسی مکان مناسب برای عرضۀ خدمات در بازار هدف.)**
	+ استراتژی‌های تبلیغات
	+ استراتژی اشخاص (شناخت مشتری، استخدام و آموزش کارکنان)
	+ استراتژی فرایند (بررسی سیستم و فرایند سازمان بر اجرای خدمات و اثر آن بر سرعت، کیفیت و قیمت)
	+ استراتژی شواهد فیزیکی ( محیط سازمان مانند ساختمان شرکت، دکوراسیون، ظاهر پرسنل، ظاهر وب‌سایت)
	+ استراتژی‌های قیمت‌گذاری (براساس میزان تقاضا**، قیمت رقبا، ارزش و هزینۀ تولید خدمت)**

برنامه اجرایی و سازمانی (طرح عملیاتی)

**1-4: ساختار مدیریتی و تیم اجرایی**

* + - جنبه‌هاي قانوني ( نوع شرکت) زمينه هاي فعاليت در اساسنامه شرکت (شرکت سهامی، شرکت با مسئولیت محدود، شرکت تضامنی و..)
		- معرفی سهامداران شرکت و درصد سهام آنان
		- سوابق شرکت- عضويت در انجمن‌ها و مؤسسات
		- چارت سازمانی
		- جدول مشخصات نیروی انسانی تحصيلات، تخصص و سوابق، مسئوليت در شرکت و تمام وقت یا پاره وقت
		- معرفی مشاوران علمی و حرفه‌ای
		- استراتژی‌های استخدام و حفظ کارکنان

**2-4: تشریح فرآیند تولید**

نوع فرایند تولید را توضیح دهید (سفارشی، پیوسته و...)

 (فرایند ارائه خدمات به طور کامل از ابتدا از دید یک مشتری بیان شود (فلوچارت). به طور مثال با وارد شدن به وب سایت شرکت و در نهایت دریافت خدمات.)

...

پرداخت هزینه به صورت آنلاین

مراجعه مشتری به وب سایت شرکت و ثبت سفارش

**3-4: امکانات موردنیاز برای اجرا**

* + - جدول امکانات توليد ( ماشین الات و تجهیزات مورد نیاز، تاسيسات و ساير تجهيزات كارگاهي)
		- موقعیت مکانی و شرایط فضای کاری (تحلیل مکان‌یابی)
		- فناوری مورد نیاز

**4-4: استاندارد ها و مجوزهای لازم**

* + - استانداردهاي اجباري و اختياري ( موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران <https://isom.inso.gov.ir/nst/> و [http://standard.isiri.gov.ir](http://standard.isiri.gov.ir/)))
		- مراجع رسمي تأييد كننده‌ي نمونه‌ي اوليه
		- مجوزهاي مورد نياز (درگاه ملی جوازها <https://g4b.ir/> یا <https://mojavez.ir/>) (مجوزهای صنعتی تولیدی و خدماتی، محیط زیست از سازمان حفاظت محیط زیست https://www.doe.ir/)
		- مالکیت طرح و دانش فنی
		- ثبت اختراع

**5-4: تامین‌کنندگان**

* + - تامین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان (جدول مواد اولیه و نحوه تامین آنها (شناسایی تامین‌کنندگان، نحوه تامین مواد اولیه (وارداتی یا داخلی))

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ماده اولیه | شرکت تامین‌کننده | کشور تامین‌کننده |
|  |  |  |
|  |  |  |

* + - شرکت‌های همکار ( برون‌سپاری تولید و ....)

ارزیابی ریسک کسب و کار

1-6- ریسک‌های زیر را ارزیابی، میزان حساسیت کسب و کار از عوامل ریسک‌پذیر را تحلیل و راه‌حل‌های پیشنهادی برای کاهش آن‌ها را عنوان کنید.

|  |  |
| --- | --- |
| ریسک و تحلیل آن در طرح کسب و کار | راهکار پیشنهادی |
| فناوری |  |
| رقابتی |  |
| اقتصادی |  |
| عملکردی |  |
| قانونی |  |
| ریسک کردن |  |
| شهرت با برندینگ |  |
| کیفیت |  |
| اعتباری |  |
| نرخ ارز |  |
| نرخ بهره |  |
| منابع |  |
| سیاسی |  |

برنامه اقدام و زمان‌بندی

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **نقشه راه Road Map** | **سال اول** | **سال دوم** | **سال سوم** | **سال چهارم** | **سال پنجم** |
| **6 ماه** | **6 ماه** | **6 ماه** | **6 ماه** | **6 ماه** | **6 ماه** | **6 ماه** | **6 ماه** | **6 ماه** | **6 ماه** |
| **رشد سازمانی** | **استراتژی سازمان** | **هدف‌گذاری** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **منابع انسانی** | **برنامه‌ برای تکمیل نیروی کاری** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **برنامه آموزش (بر حسب ساعت )** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **رشد علمی و فناوری** |  **فناوری محصول** |  **پیشرفت ایده محوری (توسعه محصول):** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **اخذ مجوّزها، استانداردها و تأییدیه‌های داخلی و بین المللی** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  **ثبت اختراع، علائم تجاری، ارائه‌ی مقاله و سمینارهای علمی** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **تحقیق و توسعه** | **تنوع محصولی** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **رشد مالی و اقتصادی** | **بازار یابی و فروش** | **تبلیغات و بازاریابی** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **شناسایی مشتریان**  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **مذاکره با ....** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **سهم از بازار داخلی و بین المللی (بیان کنید در چه مدت زمان و چقدر از سهم بازار را اخذ میکنید)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **دریافت تسهیلات (میزان در زمان مشخص)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **برنامه تولید یا فروش (میزان در زمان مشخص)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

ضمائم

* **ثبت اختراع یا پتنت**
* **تاییدیه های رسمی و استانداردهای اخذ شده**
* **فیلم یا تصویر از محصول ساخته شده (در صورت ساخت نمونه)**
* **اطلاعات ثبتی شرکت (شامل: سهامداران، زمینه فعالیت، تاریخ تاسیس و آدرس)**
* **رزومه پرسنل (jobvision.ir)**
* **گزارش اعتبارات دريافت‌شده**
* **نامه‌هاي مشتريان/اعلام نیاز/تاییدیه عملکرد**