

۲- خلاصه مدیریتی:

در خلاصه مدیریتی مواردی از قبیل توصیف زمینه کسب و کار و اصل موضوع، فرصت و استراتژی، بازار هدف، مزیت‌های رقابتی و سوددهی باید به صورت خلاصه بیان شود.

۳- چشم‌انداز:

در این قسمت باید تصویر روشن و شفافی از آینده کسب و کار تبیین شود و بدین منظور باید ماهیت، ضرورت، چگونگی انجام کار، افراد مشارکت‌کننده در طرح و پتانسیل‌های مکانی و زمانی طرح با گرایش به آینده مشخص‌شده به‌طوری که در چند سال آینده مشخص شود، که طرح در چه جایگاه و موقعیتی قرار می‌گیرد.

۴- مأموریت:

در این بخش چرایی کسب و کار باید مشخص شود و باید بیان نماید که کسب و کار چه تعهداتی در قبال ذینفعان آن دارد.

۵- اهداف:

در این قسمت اهداف طرح که می‌تواند با دستیابی به آن اهداف به چشم‌انداز مورد نظر دست پیدا کند باید مشخص شود. به طور مثال در این قسمت باید اهداف زیر به‌صورت دقیق، شفاف و قابل اندازه‌گیری مشخص شود.

• هدف بازاریابی:

مشخص شود که قرار است این کسب و کار در ۱۰ سال آینده چه سهم از بازار را از آن خود کند.

• **هدف تولید:**

مشخص شود که قرار است این کسب و کار در ۱۰ سال آینده چه مقدار باید تولید نماید و چه خدماتی ارائه نماید.

• **هدف نیروی انسانی:**

مشخص شود که قرار است این کسب و کار در ۱۰ سال آینده چه تعداد نیروی انسانی به کار گیرد.

• **هدف مالی:**

مشخص شود که قرار است این کسب و کار در ۱۰ سال آینده چه مقدار سود مالی مدنظر قرار دهد

• **سایر اهداف:**

در صورتی که اهداف فوق نتواند به تنهایی چشم‌انداز را محقق نماید سایر اهداف مورد نیاز باید ذکر شود.

۶- **استراتژی طرح**

نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات صنعت مورد نظر شما جهت فعالیت، کدامند؟
موانع ورود به این صنعت کدامند؟

خصوصیات و کاربردهای محصول/ خدمت شما چیست؟

وجه تمایز محصول / خدمت شما با سایر محصولات بازار چیست؟

جدول **SWOT** را تشکیل داده و نقاط قوت و ضعف سازمان خود را با تهدیدها و فرصت‌های محیط تطبیق داده و استراتژی‌های کسب و کار خود را تبیین نمایید.

تحلیل **SWOT**: (قوت‌ها - ضعف‌ها - فرصت‌ها - تهدیدها)
W: نقاط ضعف خود و یا سازمان خود را در این قسمت برشمرید.

S: نقاط قوت خود و یا سازمان خود را در این قسمت برشمرید.

T: تهدیدها و بحران‌های محیط را در این قسمت برشمرید.

O: فرصت‌ها و موقعیت‌های محیط را در این قسمت برشمرید.

* توضیحاتی کامل راجع به اینکه از قدرت‌ها و فرصت‌ها چگونه بهره می‌گیرید و در هنگام برخورد با ضعف‌ها و تهدیدها چه عملی انجام می‌دهید، بیان کنید.

۷- برنامه‌ها:

۷-۱- بازاریابی:

تجزیه و تحلیل بازار:

• مشتریان:

مشتریان شما چه کسانی هستند؟ چرا مشتریان به محصولات / خدمات شما نیاز دارد؟ این مشتریان تا چه مدت به این محصولات / خدمات نیاز دارد؟ رابطه بین مصرف‌کننده و خریدار اصلی به چه صورتی است؟ مشتریان شما چه ویژگی‌هایی (سن، جنس، سبک زندگی مستقل) دارند؟

• اندازه بازار:

اندازه بازار را مشخص کنید و نشان دهید در برآورد اندازه بازار تا چه حد به عواملی از قبیل علاقه‌مندی مشتریان به محصولات / خدمات شما، سطح درآمد آن‌ها و نحوه دسترسی‌شان به محصولات / خدمات خود توجه کرده‌اید؟

تخمین سهم بازار و فروش:

برای محصول شما در بازار چه مقدار تقاضا وجود دارد؟

از کدامیک از روش‌های برآورد بازار استفاده کرده‌اید؟ از چه منابعی برای تعیین تقاضای بازار استفاده کرده‌اید؟

روند تغییر تقاضا به چه صورتی است؟

در آینده چه سهمی از بازار را به دست خواهید آورد؟

• رقبا:

رقبای بنگاه و کسب و کار شما چه کسانی هستند؟

نقاط ضعف و قوت رقبا چیست؟ رقبایتان در چه سطحی هستند؟

اگر فکر می‌کنید رقبایی وجود دارند که شما می‌توانید بخشی از بازار آن‌ها را تصرف کنید، در مورد نحوه انجام این کار توضیح دهید؟

رقبای اصلی (سایر تولیدکنندگان محصول یا خدمت) شما و مشخصات مربوطه:

نام (کارگاه یا شرکت)	پاره‌ای از ویژگی‌ها	کل تقاضا

• تبلیغات:

قیمت محصول یا خدمات خود را چگونه و بر چه اساسی تعیین خواهید کرد؟

برای شناساندن محصول یا خدمت خود و بدست آوردن سهم مطلوب از بازار مربوطه چقدر زمان لازم دارید؟

• شیوه فروش:

چه کسانی محصولات شما را خواهند فروخت؟ چه روش‌هایی را برای فروش محصولات خود به کار خواهید گرفت؟ (تلفنی، مکاتبه پستی، ارائه مستقیم به مشتری، شرکت در نمایشگاه و غیره)

چه روش‌هایی را برای پرداخت به مشتریان پیشنهاد می‌کنید؟

برای فروش محصولات خود از چه کانال‌هایی بهره می‌گیرید؟

چگونه به شکایت مشتریان رسیدگی می‌کنید؟

کانال‌های اولیه توزیع کدامند؟ (فروشگاه‌های خرده‌فروشی، عمده‌فروشی، نمایندگی، اینترنت یا غیره)

چرا بسته‌بندی محصولات شما برای کانال‌های توزیعی که در نظر گرفتید، مناسبند؟

چرا کانال های توزیع شما از نظر هزینه مقرون به صرفه هستند؟

برنامه های طرح و توسعه محصول:

آیا تحقیقات قبل از تولید و توزیع محصول را انجام داده اید؟ برای توسعه محصول در آینده چه برنامه هایی دارید؟ چه جانشین ها و مکمل هایی برای محصولات / خدمات خود در نظر گرفته اید؟

• **برنامه زمان بندی بازاریابی:**

برنامه سالیانه خود را برای بازاریابی به طور دقیق نوشته و در هر سال ذکر کنید که شما با این برنامه سالیانه به طور مثال در سال اول چه قدر توانسته اید به هدف بازاریابی خود نزدیک شوید؟

میزان تحقق هدف بازاریابی به درصد:

برنامه سال اول:

برنام سال دوم:

برنامه سال سوم:

۲-۷- برنامه عملیاتی و تولید:

• **فن آوری مورد نیاز:**

تکنولوژی مورد نیاز برای تولید محصول خود را مشخص نمایید.

مراحل و روش تولید:

مراحل تولید و ساخت محصولات و جریان ورود مواد اولیه اصلی تا مرحله بسته بندی محصولات را تشریح نمایید.

چارچوب قانونی و عوامل اجتماعی و محیطی:

مجوزها و تأییدیه‌های مورد نیاز شما کدامند؟

چگونه کسب و کار شما به موضوعات مهم اجتماعی که به امنیت، آسایش و سعادت کارکنان مربوط است احترام می‌گذارد؟

چگونه کسب و کار شما برای منطقه‌ای که در آن قرار دارید توسعه و منافع اجتماعی به همراه می‌آورد؟

چگونه قوانین و مقررات زیست محیطی را در نظر می‌گیرید؟

مواد اولیه و مواد بسته‌بندی:

مواد اولیه مورد استفاده در تولید چه مشخصات و ویژگی‌های دارند؟ میزان دسترسی به مواد اولیه به چه میزان است؟ نحوه انبار شدن مواد اولیه و مواد بسته‌بندی به چه صورتی است؟

برآورد فضای مورد نیاز طرح:

به چه میزان فضا برای بخش‌های تولید و عملیات نیاز دارید؟ فضای مورد نیاز برای بخش‌های اداری، رفاهی و کارگری را مشخص نمایید.

برآورد هزینه‌های راه‌اندازی و شروع تولید:

برای برآورد هزینه‌های راه‌اندازی و شروع تولید، میزان سرمایه‌گذاری ثابت، سرمایه در گردش و هزینه‌های تولید پیش‌بینی می‌گردد.

برنامه زمان‌بندی تولید:

در این قسمت سال به سال میزان تولید را مشخص نمایید که در هر سال قادر به تولید چه میزان محصول با چه تجهیزاتی هستید و درصد تحقق سالیانه خود به هدف تولید را ذکر کنید؟

برنامه تولید سال اول:

تجهیزات:

مواد اولیه:

مکان مورد نیاز:

سایر امکانات:

میزان تولید:

درصد تحقق هدف تولید در سال اول و همین‌طور برای سایر سال‌ها مشخص شود.

۳-۷- برنامه نیروی انسانی:

هر یک از بخش‌های گوناگون شرکت به چند نفر پرسنل نیاز دارد؟ مهارت و تحصیلات پرسنل باید در چه سطحی باشد؟ چه نوع روابط سازمانی باید بین آن‌ها برقرار باشد؟ هزینه‌های پرسنلی به تفکیک گروه‌های کاری چقدر است؟

ساختار سازمانی:

شکل مالکیت کسب و کار خود را مشخص نمایید. (شخصی، مشارکتی، سهامی) به طور خلاصه در مورد افرادی که حاکمیت و کنترل سازمان را در اختیار دارند، (نام، فعالیت، میزان تحصیلات، اشتغال) توضیح دهید. افراد مهم و کلیدی شرکت (مدیر عامل، مدیر مالی، مدیر بازاریابی، مدیر تولید) را معرفی کنید.

حقوق و دستمزد مستقیم و غیر مستقیم:

ردیف	محل خدمت	تعداد	حقوق و مزایای ماهانه	حقوق و مزایای سالیانه (۱۵ ماه)	بیمه سهم کارفرما	ملاحظات
۱						
۲						
۳						
۴						
۵						
۶						

ساختار سازمانی:

ردیف	عنوان پست سازمانی	تعداد نفرات	شرح وظایف
۱	مدیرعامل		
۲	مدیر تولید		
۳	پرسنل اداری مالی		
۴	کارگران ساده		
۵	کارگران ماهر		
۶	نگهبان		

۹- برنامه مالی:

برنامه مالی شما باید در برگیرنده ترازنامه، حساب عملکرد سود و زیان، پیش‌بینی حساب در گردش وجوه نقد، محاسبه نقطه سر به سر، محاسبه دوره بازگشت سرمایه و صورت‌های مالی باشد.

بر آورد سرمایه ثابت :

• هزینه‌های سرمایه‌ای:

مبلغ (میلیون ریال)	شرح
	زمین
	محوطه‌سازی
	ساختمان‌سازی
	ماشین‌آلات و تجهیزات و وسایل آزمایشگاهی
	تأسیسات
	وسایل حمل و نقل
	وسایل دفتر (۱۰ درصد هزینه‌ی ساختمان اداری)
	پیش‌بینی نشده (۱۰ درصد اقلام بالا)
	جمع کل

• هزینه‌های قبل از بهره برداری :

مبلغ (میلیون ریال)	شرح
	هزینه‌های تهیه‌ی طرح، مشاوره، اخذ مجوز، حق ثبت، قراردادهای بانکی (۰.۴٪ هزینه‌های سرمایه‌ای)
	هزینه‌های راه‌اندازی و تولید آزمایشی (۳۰ روز هزینه‌های آب، برق، سوخت، مواد اولیه، حقوق و دستمزد)
	هزینه آموزش نیروی انسانی (۲ درصد کل حقوق سالانه)
	جمع کل

هزینه‌های قبل از بهره‌برداری + هزینه‌های سرمایه‌ای = سرمایه ثابت

• بر آورد سرمایه در گردش :

عنوان	شرح	مبلغ (میلیون ریال)
مواد اولیه و بسته‌بندی	۲ ماه اولیه و بسته‌بندی	
حقوق و دستمزد	۲ ماه هزینه‌های حقوق و دستمزد	
تنخواه‌گردان	۲ ماه هزینه‌های آب، برق، سوخت و تعمیرات	
	جمع کل	

• نحوه سرمایه‌گذاری: (مبالغ به میلیون ریال)

جمع	تسهیلات بانکی		سهم متقاضی		شرح
	درصد	مبلغ	درصد	مبلغ	

• هزینه‌های تولید سالانه:

مبلغ (هزار ریال)	شرح
	هزینه‌ی مواد اولیه و بسته‌بندی
	هزینه‌ی حقوق و دستمزد
	هزینه‌ی انرژی (آب، برق و سوخت)
	هزینه‌ی تعمیرات و نگهداری
	هزینه‌ی پیش‌بینی نشده‌ی تولید (۵ درصد ارقام بالا)
	هزینه‌ی اداری و فروش (یک درصد ارقام بالا)
	هزینه‌ی تسهیلات مالی (۵ درصد مقدار وام)
	هزینه‌ی بیمه‌ی کارخانه (دو در هزار سرمایه ثابت)
	هزینه‌ی استهلاک
	هزینه‌ی استهلاک قبل از بهره‌برداری (۲۰ درصد هزینه‌های قبل از بهره‌برداری)
	جمع کل

• محاسبه هزینه‌های ثابت و متغیر:

هزینه کل (هزار ریال)	هزینه ثابت		هزینه متغیر		شرح هزینه
	مقدار	هزینه	مقدار	هزینه	
					هزینه‌ی مواد اولیه و بسته‌بندی
					هزینه‌ی حقوق و دستمزد
					هزینه‌ی انرژی (آب، برق و سوخت)
					هزینه‌ی تعمیرات و نگهداری
					هزینه‌ی پیش‌بینی نشده‌ی تولید (۳ درصد ارقام بالا)
					هزینه‌ی اداری و فروش (یک درصد ارقام بالا)
					هزینه‌ی تسهیلات مالی (۵ درصد مقدار وام)
					هزینه‌ی بیمه‌ی کارخانه (دو در هزار سرمایه ثابت)
					هزینه‌ی استهلاک
					هزینه‌ی استهلاک قبل از بهره‌برداری (۱۵ درصد)
					جمع کل

● محاسبه‌ی نقطه‌ی سر به سر:

$$\text{درصد نقطه سر به سر} = \frac{100 \times \text{هزینه‌های ثابت}}{\text{هزینه‌ی متغیر - فروش کل}} =$$

● نرخ بازدهی سرمایه:

$$\text{نرخ بازدهی سرمایه} = \frac{\text{هزینه‌ی تسهیلات مالی} + \text{سود و زیان ویژه}}{\text{کل سرمایه‌گذاری}} =$$

دوره‌ی برگشت سرمایه:

$$\text{کل سرمایه‌گذاری} = \frac{\text{نرخ بازدهی سرمایه}}{\text{استهلاک قبل از بهره‌برداری} + (\text{استهلاک}) + (\text{هزینه‌ی تسهیلات مالی}) + (\text{سود})}$$

۱۰- پیشنهادها:

در این بخش پیشنهادات موجود در زمینه سرمایه مورد نیاز، نحوه جذب سرمایه، مصرف وجوه، برگشت سرمایه و مواردی از این قبیل مطرح می‌گردد.

۱۱- ضمائم:

بخش ضمائم دربرگیرنده اطلاعات تکمیلی در زمینه طرح می‌باشد. اطلاعاتی مانند: بروشورها، کاتالوگ‌ها و مدارک مربوط به تولید، مدارک قانونی، سوابق شغلی مدیران و سایر اطلاعات مهم و مرتبط.