



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

پارک علم و فناوری خراسان

مرکز رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات

تدوین طرح کسب و کار

جهت دریافت

تسهیلات از محل وجوه اداره شده وزارت ارتباطات




Provided By:

Ali Jahedi

2015 Sep 10

به نام خداوند کارآفرین



← who am I?



Provided By:

Ali Jahedi

Dec 2015

علی جاهدی



کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار الکترونیک
کارشناسی ارشد کارآفرینی گرایش کسب و کار الکترونیکی

سوابق و تجارب:

- مدیر مرکز رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات پارک علم و فناوری خراسان
- مدرس و سخنران در دانشگاه ها و مجامع علمی مختلف کشور
- مشاور ارشد کارآفرینی در ایجاد و توسعه استارتآپ ها
- مشاوره سرمایه گذاری و مدیریت در حوزه فناوری اطلاعات و بازاریابی اینترنتی در تعدادی از شرکتهای تولیدی، خدماتی و سازمانهای دولتی
- مشاور مدیریت و توسعه کسب و کار تعدادی از شرکتهای فعال در حوزه IT
- مدیر اسبق ITS سازمان فناوری اطلاعات شهرداری مشهد
- مدیر اسبق واحد فناوری اطلاعات چندین واحد صنعتی بزرگ



<http://ir.linkedin.com/in/alijahedi>

<http://about.me/jahedi>

لینک رزومه:

مبانی تدوین طرح کسب و کار

مبانی تدوین طرح کسب و کار



مبانی تدوین طرح کسب و کار

Business Model

How an organization creates, delivers, and captures value from customer.

Vs. Business Plan

A formal statement of a set of business goals, and how to reach those goals

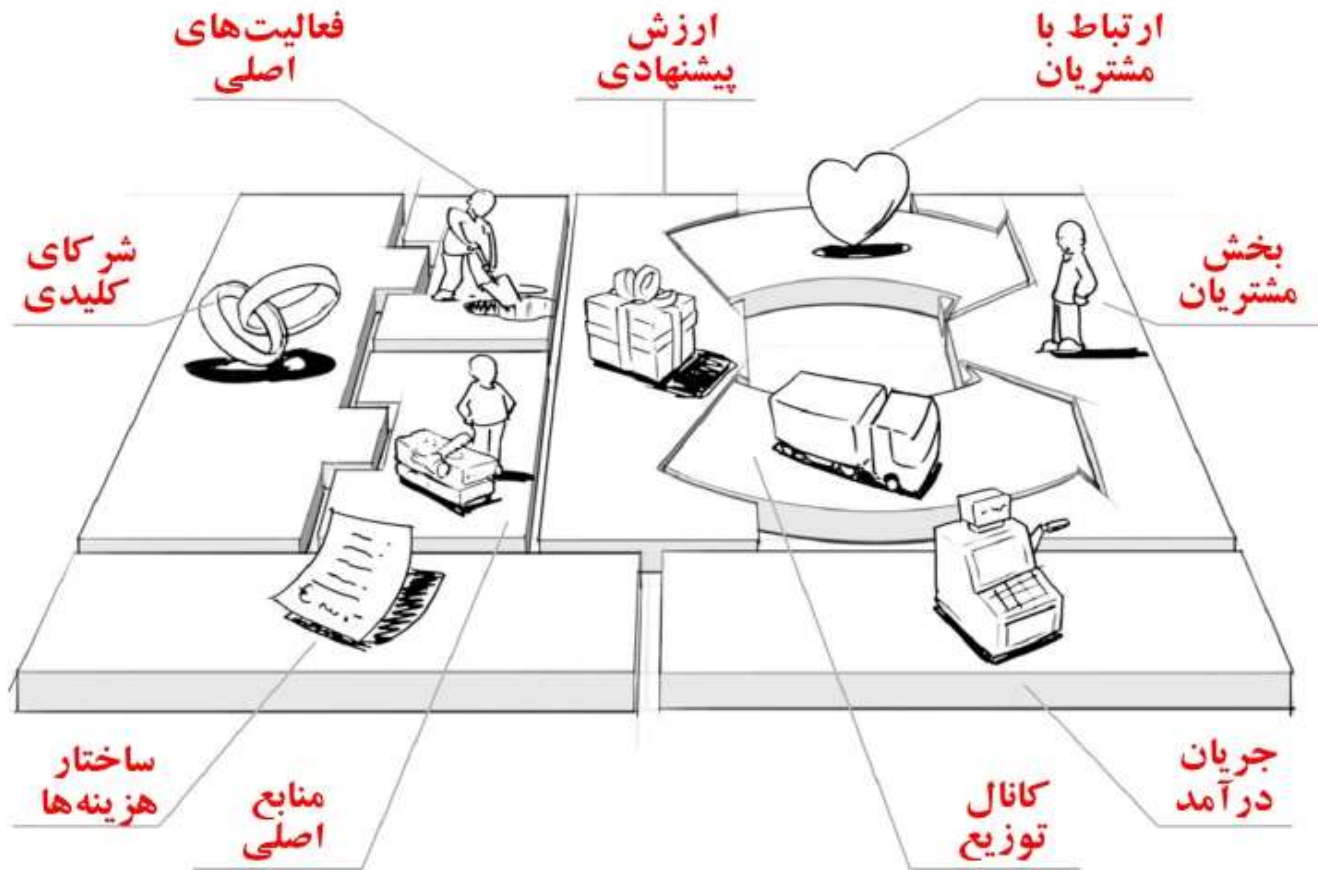


مدل کسب و کار

مدل کسب و کار، منطق یک شرکت در چگونگی خلق،
نشر و به دست آوردن ارزش را توصیف می کند.



بوم مدل کسب و کار





مبانی تدوین طرح کسب و کار

ترتیب در تهیه :

✓ مدل کسب و کار (BM)

✓ طرح کسب و کار (BP)



طرح کسب و کار چیست؟

طرح کسب و کار (Business Plan) سند مکتوبی است که **روش اجرایی** یک فعالیت تجاری در یک **دوره زمانی مشخص** را بیان می‌کند و شامل کلیه **فعالیت‌های داخلی و خارجی برای راه‌اندازی / اداره‌ی یک کسب و کار** است.

برنامه کاری در واقع یک نقشه راه است.

و پاسخی است به این سوالات:

- کجا هستیم؟
- به کجا می‌خواهیم بروم؟
- چگونه به مقصد میرسم؟



طرح کسب و کار

- طرح کسب و کار
- برنامه کاری
- طرح تجاری
- **BP**
- ...



مخاطبین طرح کسب و کار

- سهامداران
- سرمایه گذاران مخاطره پذیر
- بانک ها
- اخذ اعتبارات حمایتی (مراکز رشد یا نهاد های دولتی مرتبط)
- هر کسی که علاقمند به خرید کسب و کار است
- شرکای کلیدی



ساختار کلی طرح کسب و کار



اجزای طرح کسب و کار

۱. مشخصات کلی طرح
۲. خلاصه طرح (چکیده اجرایی)
۳. تشریح و توجیه فناوری / محصول / خدمت
۴. تشریح مدل کسب و کار
۵. مطالعه و بررسی بازار
۶. برنامه اجرایی و سازمانی
۷. برنامه ریزی و توجیه مالی
۸. ارزیابی ریسک کسب و کار
۹. ارایه مراحل اجرا و زمان بندی آنها
۱۰. ضمایم و سایر مستندات





نیت نام تسهیلات
طرح‌های فناورانه

نیت نام تسهیلات
بازی‌های رایانه‌ای

نیت نام تسهیلات
سرمایه در گردش

تسهیلات از محل وجوه اداره شده

تعریف:

به منظور ارتقا و توسعه کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور و تولید برنامه های نرم افزاری و ایجاد زمینه صدور خدمات فنی و مهندسی در زمینه ICT؛ وجوهی از محل منابع داخلی شرکتهای وابسته به وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تحت عنوان وجوه اداره شده تخصیص داده شده است.

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در چارچوب ضوابط و مقررات موجود و برای حمایت از پروژه ها و طرح های توسعه ای اشتغال آفرین و یا صادرات کالا و خدمات بخش های خصوصی و تعاونی غیر دولتی از محل این منابع تسهیلاتی را به شرکت های واجد شرایط اعطا می کند.



فهرست

1

مشخصات شرکت

2

شرح فعالیت

3

برنامه بازاریابی

4

برنامه سازماندهی کسب و کار

5

برنامه عملیاتی



مشخصات شرکت

۱- مشخصات شرکت:



مشخصات شرکت

نام شرکت:

تاریخ ثبت:

شماره ثبت:

شناسه ملی:

ساختار حقوقی: سهامی خاص

مسئولیت محدود

تعاونی

سایر (با ذکر نام):

وضعیت شرکت: فعال

آغاز فعالیت

نوع فعالیت: خصوصی

تعاونی

دولتی

زمینه فعالیت شرکت:

اقامتگاه قانونی شرکت:

نام مدیرعامل:

تعداد کارکنان تمام وقت / پاره وقت:

نشانی مدیرعامل:

کد پستی:

تلفن ثابت:

تلفن همراه:

نشانی رایانامه:

نشانی پایگاه اینترنتی:

دورنگار:

مشخصات شرکت

۱-۱- مشخصات مؤسسان، هیئت مدیره و سهامداران

تمام وقت، پاره وقت، مشاور



مشخصات شرکت

۱-۱- مشخصات مؤسسان، هیئت مدیره و سهامداران

ردیف	نام و نام خانوادگی	سال تولد	مدرک و رشته تحصیلی	محل تحصیل	زمینه تخصصی	سمت در شرکت	درصد سهام	نحوه همکاری



مشخصات شرکت

۱-۲- مشخصات همکاران کلیدی و مشاوران

تمام وقت، پاره وقت، مشاور



مشخصات شرکت

۲-۱- مشخصات همکاران کلیدی و مشاوران

ردیف	نام و نام خانوادگی	سال تولد	مدرک و رشته تحصیلی	محل تحصیل	زمینه تخصصی	سمت در شرکت	نحوه همکاری ۱



مشخصات شرکت

۱-۳- سوابق موسسان، هیات مدیره و سهامداران، در شرکتها و سازمانهای دیگر

تمام وقت، پاره وقت، مشاور



مشخصات شرکت

۳-۱- سوابق مؤسسان، هیئت مدیره و سهامداران، در شرکت‌ها و سازمان‌های دیگر

ردیف	نام و نام خانوادگی	سال تولد	محل اشتغال	سمت	سابقه (سال)	نحوه همکاری



مشخصات شرکت

۱-۴- سوابق اجرایی / تحقیقاتی / آموزشی شرکت و اعضای آن

خاتمه یافته، در دست اجرا، متوقف



مشخصات شرکت

۴-۱- سوابق اجرایی/تحقیقاتی/آموزشی شرکت و یا اعضای آن

وضعیت طرح ۱	اعتبار طرح (میلیون ریال)		تاریخ پایان	تاریخ شروع	سمت در طرح	کارفرما	عنوان طرح/پروژه	نام و نام خانوادگی	ردیف
	پیش‌بینی	هزینه شده							





وزارت علوم تحقیقات و فناوری
پارک علم و فناوری خراسان



۱-۵- سابقه حضور در مراکز رشد و پارک های علم و فناوری

۱-۶- سابقه حضور اعضای حقیقی مرتبط با شرکت در مراکز رشد و پارک های علم و

فناوری

۵-۱- سابقه حضور "شرکت" در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری: سابقه ندارد سابقه دارد

ردیف	نام مرکز رشد / پارک علم و فناوری	از تاریخ:	تا تاریخ:	عنوان ایده محوری

۶-۱- سابقه حضور "افراد حقیقی مرتبط با شرکت" در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری:

هیچیک از افراد حقیقی مرتبط با شرکت (اعم از مؤسسان، هیئت‌مدیره، مدیرعامل، همکاران و ...) سابقه حضور در هیچیک از مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری ندارند. بعضی از افراد سابقه حضور دارند.

ردیف	نام افراد حقیقی	نام مرکز رشد / پارک فناوری	نام واحد فناور	عنوان ایده محوری	از تاریخ:	تا تاریخ:

۷-۱- آیا شرکت، شعبه دیگری هم دارد؟ شعبه ندارد شعبه دارد

نشانی شعبه ۱:

نشانی شعبه ۲:

شرح فعاليت

٢- شرح فعاليت



شرح فعالیت

۱-۲- تشریح طرح

۱-۱-۲- عنوان طرح

به فارسی:

به انگلیسی:

محصول (کالا/خدمت) قابل ارزیابی شما چیست؟

کارکرد اصلی آن چیست؟

زمینه‌های اصلی و فرعی کاربرد آن کدامند؟



شرح فعالیت

چرا وزارت ارتباطات باید از این طرح حمایت کند؟



شرح فعالیت

۲-۱-۲- محصول قابل ارایه چه ارزش(هایی) را برای مشتری ایجاد می کند؟
چرا مشتری علاقمند به خرید چنین محصولی است؟
مشتری چه هزینه‌هایی باید بپردازد و در مقابل چه منافی به دست می آورد؟



شرح فعالیت

- ۲-۱-۳- آیا دیگران پیشتر ایده‌ی پیشنهادی شما را اجرا کرده‌اند؟ اگر نه، چرا؟
در صورت نوآورانه بودن ایده دلایل خود را مبنی بر این موضوع ذکر کنید.
در غیر این صورت مشکلات پیش روی اجرای ایده که دیگران را از انجام آن بازداشته است ذکر کنید.
شما چگونه این مشکلات را حل می‌کنید؟
- ۲-۱-۴- در حال حاضر به جای استفاده از این محصول از چه جایگزینی استفاده می‌شود؟



شرح فعالیت

برتری این محصول نسبت به جایگزین خود در چیست؟ (توضیح دهید).

- ۱- قیمت کمتر ۲- کیفیت بالاتر ۳- کاربرد بیشتر
 ۴ - خدمات پس از فروش بهتر ۵ - کاربرد آسانتر ۶- موارد دیگر: امنیت بالاتر.

۲-۱-۵- سطح کاربری:

- بین‌المللی ملی استانی سازمانی متفرقه

۲-۱-۶- سابقه انجام ایده/طرح:

در داخل کشور:

- در مرحله پژوهش در مرحله تولید نمونه
نام شرکت‌های ارایه دهنده محصول: در حال عرضه به بازار

در خارج از کشور:

- در مرحله پژوهش در مرحله تولید نمونه
نام شرکت‌های ارایه دهنده محصول: در حال عرضه به بازار



شرح فعالیت

۲-۱-۷- طرح شما در حال حاضر در چه مرحله‌ای قرار دارد؟

<input type="checkbox"/> تدوین دانش فنی	<input type="checkbox"/> طراحی محصول	<input type="checkbox"/> تدوین طرح تجاری
<input type="checkbox"/> توسعه بازار	<input type="checkbox"/> ساخت محصول	<input type="checkbox"/> نمونه‌سازی

۲-۱-۸- نمونه‌ی اولیه محصول چه زمانی آماده می‌شود؟

۲-۱-۹- میزان وام مورد تقاضا به ریال:



شرح فعالیت

۲-۲- شرح فنی طرح

۲-۲-۱- از چه نوع فناوری و دانش فنی در تحقق طرح استفاده می شود؟
مشخصات فنی کالا/ خدمت قابل ارایه چیست؟



شرح فعالیت

۲-۲-۲- طرح خود را از نظر پیچیدگی فناوری و سهولت دسترسی چگونه ارزیابی می کنید؟

جزء فناوری های مشمول تحریم و دشوار از جهت دسترسی

پیچیدگی دسترسی به لحاظ کمبود منابع متخصص و پیشرفته بودن فناوری

فاقد پیچیدگی های فناورانه و به سهولت قابل دسترسی

۲-۲-۳- فناوری موردنیاز برای طرح خود را به چه طریق کسب کرده اید یا می کنید؟



شرح فعالیت

۲-۲-۴- آیا قسمتی یا تمام محصول دارای ثبت اختراع (مالکیت معنوی) است؟ در صورت وجود در مورد آن‌ها توضیح دهید.

۲-۲-۵- آیا استاندارد داخلی یا خارجی مشخصی برای محصول وجود دارد؟

استانداردهای داخلی:

استانداردهای خارجی:

مرجع تأییدکننده‌ی محصول در داخل و خارج کشور چه نهادی است؟



شرح فعالیت

۲-۴- آینه متصور شرکت:



برنامه بازاریابی

۳- برنامه‌ی بازاریابی



برنامه بازاریابی

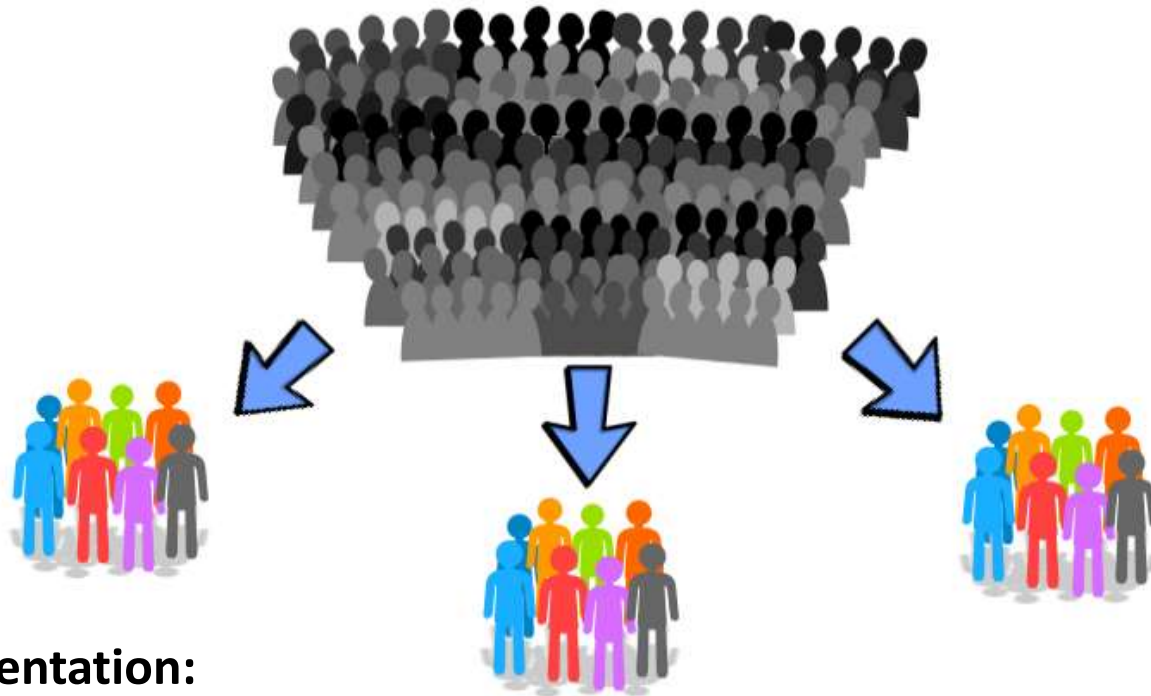
۳-۱- تشریح بازار محصول:

۳-۱-۱- مشتریان کالا/خدمت شما را به چند دسته می توان تقسیم کرد؟

ملاک این تقسیم بندی چیست؟



Segmentation



Market Segmentation:

Dividing a market into smaller groups of buyers with distinct needs, characteristics, or behaviors who might require



برنامه بازاریابی

تعریف بخش بندی:

تقسیم کردن بازار بالقوه به گروه‌هایی از افراد با نیازها و رفتار مشابه نسبت به عوامل مختلف و پس از آن تمرکز برای تامین رفع این نیازها (بازار هدف)

مزایا:

روشی کارآمد برای افزایش اثربخشی برنامه بازاریابی اطلاع دقیق تر از نیازهای مشتریان



Market Segmentation

Geographic

Demographic

Psycographic

Behavioural

Countries
Nations
States
Regions
Cities
Neighbourhoods

Age
Gender
Sex
Family
Education
Income

Life Style
Social Class
Personality

User status
Usage rate
Benefits sought
Occasions
Loyalty
Attitude



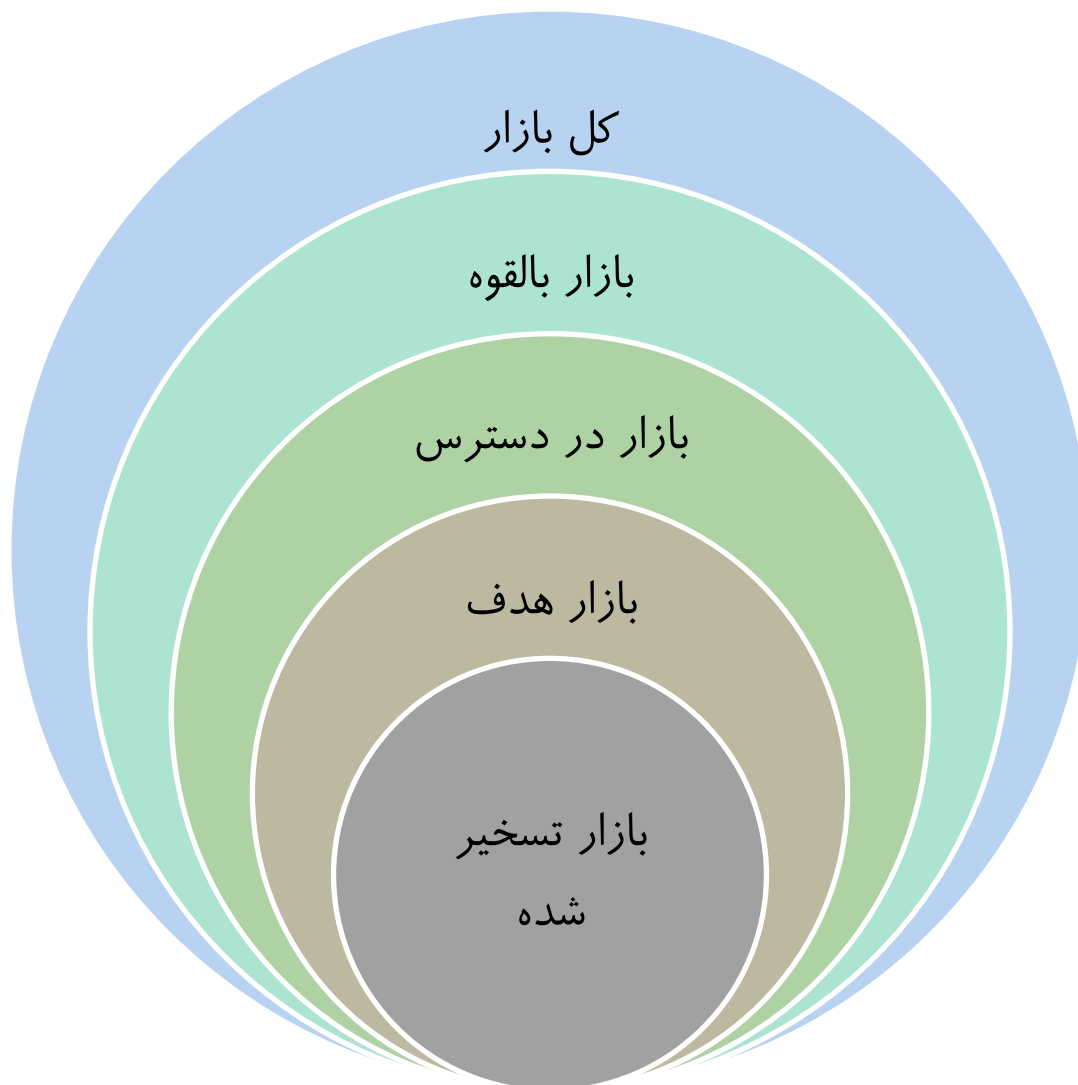
برنامه بازاریابی

۳-۱-۲- تخمین شما از حجم کل بازار چقدر است؟
مفروضات و آمارهای پشتیبان خود را به پیوست ذکر کنید.

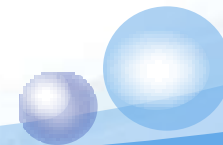
۳-۱-۳- شرایط و روندهای حاکم بر بازار از قبیل قوانین، اثرات جهانی شدن، رقابت خارجی، مسایل جمعیت‌شناختی، سیاسی و اقتصادی چیست و اثرات آنها بر این کسب‌وکار چگونه است؟



برنامه بازاریابی



منابع اطلاعات تجاری داخلی



بانک مرکزی ج.ا.ایران

نظام طبقه‌بندی ملی کالا و خدمات ایران (ایران کد)

سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران

شبکه اطلاع‌رسانی تولید و تجارت ایران (شاتا)

شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

صندوق ضمانت صادرات ایران

مرکز آمار ایران

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

سازمان صنعت و معدن تجارت استان تهران

گمرک ج.ا.ایران

• سازمان توسعه تجارت (www.tpo.ir)



منابع اطلاعات تجاری خارجی

قیمت جهانی کالاهای اولیه

سازمان ملل متحد (UN)

بانک جهانی

کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد (UNCTAD)

سازمان استاندارد جهانی

سازمان همکاریهای اقتصادی (OECD)

سازمان گمرک جهانی (WCOOMD)

سازمان تجارت آزاد اروپا (ETFA)

سازمان تجارت جهانی (WTO)

سازمان های توسعه تجارت آسیا

صندوق بین المللی پول (IMF)

سازمانهای توسعه تجارت اروپا

مناقشات کشورهای مستقل مشترک المنافع

سازمان بهروری آسیا

اتحادیه ملل جنوب شرق آسیا معروف به آسه آن
(ASEAN)



سایر منابع اطلاعاتی

- نظرسنجی

- مصاحبه با فعالان صنعت و صاحب نظران
- تهیه پرسشنامه و تکمیل آن توسط مخاطبین (بازار هدف)

- نمایشگاه ها

- بررسی رقبا

- و ...



برنامه بازاریابی

۳-۲- بازار هدف:

۳-۲-۱- تمرکز کسب و کار شما بر جذب کدام دسته از مشتریان است؟

بر مبنای چه تحلیلی این دسته از مشتریان به عنوان بازار هدف انتخاب شده‌اند؟

۳-۲-۲- اندازه‌ی فعلی بازار هدف و پیش‌بینی رشد آن در ۵ سال آینده چقدر است؟

سهم بازار شرکت چقدر خواهد بود و در چه مدت به این سهم بازار می‌رسید؟



عوامل موثر در انتخاب بازار هدف

- **تناسب با اهداف و منابع شرکت**
- **قابلیت دسترسی:** هریک از بخش‌های تعیین شده باید قابل دسترس بوده و امکان ایجاد ارتباط موثر با آنها وجود داشته باشد.
- **قابلیت اندازه گیری:** هر کدام از بخش‌ها باید امکان برآورد اندازه داشته باشد تا بتوان تخمین زد به چه میزان نیاز به صرف انرژی بازاریابی دارد.
- **میزان سودآوری / وضعیت رقابت در بازار / میزان سهولت ورود و خروج رقبا**
- **ثبات:** میزان پایداری و ثبات در هر بخش نیز در برنامه بازاریابی موثر است. باید اطمینان پیدا کرد که هر بخش از ثبات لازم برخوردار است.
- **دارای مزیت:** هریک از بخش‌ها باید دارای مزیت لازم برای صرف وقت و انرژی برای انجام بازاریابی باشد.



مثال برای محصول ...

جدول ۲-۵: مقایسه شاخص های مهم در بین مشتریان بالقوه جهت تعیین بازار هدف
(امتیاز هر شاخص از ۱۰ می باشد)

امتیاز کل (از ۵۰)	x	پرداخت نقدی	اندازه بازار	قدرت خرید	احساس ضرورت در خرید	نوع مشتری
۴۳	۶	۱۰	۱۰	۷	۱۰	مدارس دولتی
۳۴	۸	۴	۴	۸	۱۰	مدارس غیر دولتی
۲۹	۵	۷	۴	۱۰	۳	دانشگاهها و مجتمع های آموزشی
—	—	—	—	—	۱	کارخانه ها ، ادارات ، سازمانهاو ...

برنامه بازاریابی

۳-۳- تحلیل رقبا و مزایای رقابتی و نسبی:



برنامه بازاریابی

۱-۳-۳ رقبای اصلی شرکت در سه دسته زیر کدامند؟

۱. رقبای مستقیم:

شرکتها یا سازمانهایی که محصولات و خدماتی مشابه محصولات و خدمات شما ارائه می نمایند.

۲. رقبای غیر مستقیم:

شرکتها یا سازمانهایی که همان نیاز مشتری را با یک کالا یا محصول جایگزین دیگر تامین می نمایند.

۳. رقبای آتی:

شرکتهایی که بعد از شما به ارائه محصول مشابه خواهند پرداخت.



برنامه بازاریابی

۳-۳-۲- اصلی ترین رقبای شرکت را نام برده، میزان سهم بازار آنها و نقاط قوت و ضعف آنها را بیان کنید.

عنوان رقیب	سهم بازار رقیب	نقاط قوت رقیب	نقاط ضعف رقیب

۳-۳-۳- میزان رقابت در بازار هدف: زیاد متوسط کم



برنامه بازاریابی

۳-۳-۴ مزیت های طرح /شرکت در دو قالب:

مزیت های نسبی:

مزیت های ارائه این محصول در مقایسه با سایر محصولات و خدمات همانند ارزش افزوده /بهای تمام شده /سرمایه اولیه مورد نیاز /...



مثال: جدول مقایسه ای انواع لوله ها

	فلزی	پلیمری	۵ لایه
خورندگی از داخل یا خارج	بلی	خیر	خیر
رسوب پذیری	بلی	خیر	خیر
تحمل دما و فشار بالا	بلی	خیر	بلی
فریب انبساط طوری	کم	زیاد	کم
نفوذ اکسیژن	خیر	بلی	خیر
مقاومت مکانیکی	خوب	کم	خوب
شکل پذیری	بلی	خیر	بلی
وزن	سنگین	سبک	سبک
سرعت نصب	کم	زیاد	زیاد
قیمت	بالا	متوسط	پایین

برنامه بازاریابی

مزیت های رقابتی:

مزیت های ما در مقایسه با رقبای موجود همانند

قیمت / کیفیت / دسترس پذیری / پشتیبانی / ...



برنامه بازاریابی

ویژگی های مزیت رقابتی

- کمیاب و نادر است
- به آسانی تقلید نمی شود
- به راحتی قابلیت جایگزینی ندارد
- ارزشمند است.

استراتژی اصلی رقابتی از دیدگاه پورتر

- ۱- رهبری در کاهش هزینه ها
- ۲- تمایز (کیفیت برتر محصول، طرح یا خدمات بهتر نزد مشتری)
- ۳- تمرکز (خود داری از رویارویی مستقیم با رقبای عمده با تمرکز روی بخش های خاص و کوچک)



برنامه بازاریابی

۳-۴- برنامه‌های بازاریابی و جذب مشتریان:



برنامه بازاریابی

۳-۴-۱- ورود شما به بازار با چه روش‌ها و راهبردهایی صورت می‌گیرد؟

۳-۴-۲- راهبرد شما برای توسعه‌ی بازار و کسب سهم بیشتر از بازار چیست؟

۳-۴-۳- قیمت‌گذاری محصولات بر چه مبنایی صورت می‌گیرد و قیمت فروش حدوداً چقدر پیش‌بینی می‌شود؟

۳-۴-۴- ملاک‌های خرید مشتریان کدامند و شرکت چگونه این ملاک‌ها را در خدمات و کالای خود در نظر می‌گیرد؟

۳-۴-۵- روش‌های تبلیغاتی شما برای دستیابی به مشتریان چیست؟

۳-۴-۶- روش‌های مختلف برای توزیع محصول در بازار کدامند و شما از کدام شبکه‌ی توزیع استفاده خواهید کرد؟ دلایل این انتخاب را ذکر کنید.



برنامه بازاریابی

آمیخته بازاریابی (Marketing Mix)



product

- استراتژی‌های محصول

promotion

- استراتژی‌های تبلیغات

place

- استراتژی‌های توزیع

price

- استراتژی‌های قیمت‌گذاری

برنامه بازاریابی

۳-۵- فروش گذشته و پیش‌بینی فروش آینده:



برنامه بازاریابی

۳-۵-۱- در صورت داشتن پیشینه، مقدار فروش گذشته شرکت چه مقدار بوده است؟

۳-۵-۲- پیش‌بینی میزان فروش برای هر یک از محصولات و خدمات شرکت چقدر است؟ مفروضات پیش‌بینی‌های خود را ذکر کنید.

پیش‌بینی فروش (تعداد/مقدار)							واحد محصول	عنوان محصول/خدمت
سال سوم	سال دوم (شش ماه دوم)	سال دوم (شش ماه اول)	سه ماه چهارم	سه ماه سوم	سه ماه دوم	سه ماه اول		



برنامه بازاریابی

۳-۶- فهرست قراردادهای موجود یا مذاکرات جدی با مشتریان:

وضعیت			مبلغ (میلیون ریال)	کارفرما	عنوان قرارداد	ردیف
در حال مذاکره	در حال انجام	خاتمه یافته				



برنامه بازاریابی

جمع‌بندی اطلاعات بازار

ابتدا بازار هدف خود را از میان بخش‌های مختلف بازار انتخاب کنید و با درج اطلاعات خواسته‌شده، فروش و سودآوری کل خود را تخمین بزنید.

نام بخش ۱:

نام بخش ۲:

نام بخش ۳:



برنامه بازاریابی

سال سوم (پس از راه اندازی)			سال دوم (پس از راه اندازی)			سال اول (پس از راه اندازی)			شرح اطلاعات
بخش ۳	بخش ۲	بخش ۱	بخش ۳	بخش ۲	بخش ۱	بخش ۳	بخش ۲	بخش ۱	
									تعداد کل مشتریان در بخش بازار
									پیش بینی تعداد مشتریان بالفعل
									فروش سالیانه به هر مشتری (میلیون ریال)
									سودآوری متوسط هر مشتری (میلیون ریال)
									فروش کل در هر بخش بازار (میلیون ریال)
									سودآوری کل از هر بخش بازار (میلیون ریال)
									پیش بینی فروش کل در بازار (میلیون ریال)
									پیش بینی سودآوری کل در بازار (میلیون ریال)

برنامه سازماندهی کسب و کار

۴- برنامه‌ی سازماندهی کسب و کار



برنامه سازماندهی کسب و کار

۴-۱- ساختار سازمانی:

۴-۱-۱- با رسم نمودار درباره‌ی ساختار کلان سازمانی خود توضیح دهید. واحدهای سازمانی مختلف شرکت کدامند؟ هر یک از این واحدها چه وظایفی دارند؟ سرمایه‌ی ثبت‌شده‌ی شرکت چقدر است؟



برنامه سازماندهی کسب و کار

۴-۲- نفرات کلیدی:

هر یک از اعضای اصلی تیم مدیریت و هیئت مدیره دارای چه تخصص‌ها و ویژگی‌هایی هستند که شانس موفقیت شرکت را در پیشبرد ایده محوری افزایش می‌دهد؟



برنامه سازماندهی کسب و کار

۳-۴- پیش‌بینی کارکنان موردنیاز و تخصص‌های آن‌ها:

۱-۳-۴- برای هر یک از واحدهای شرکت، چه افرادی با چه تخصص‌هایی و به چه تعداد موردنیاز است؟

توضیحات	تعداد برای سال			تخصص موردنیاز	نام واحد سازمانی	ردیف
	سوم	دوم	اول			
				جمع		

۲-۳-۴- میزان وابستگی تحقق ایده به منابع انسانی متخصص و کمیاب چقدر است؟ شرکت تا چه حد می‌تواند این منابع را تأمین کند و چگونه این کار را انجام می‌دهد؟



برنامه سازماندهی کسب و کار

۴-۴- پیش‌بینی نحوه‌ی پرداخت دستمزد و پاداش:

سیاست شرکت در زمینه‌ی پرداخت دستمزد کارکنان چیست؟

چه نوع پاداش‌های مستقیم مالی (مشارکت در سود، دریافت سهام و ...) و غیرمستقیم (بن، مسافرت، دوره‌های آموزشی، ورزش و ...) در نظر گرفته شده است؟ توضیح دهید.



برنامه عملیاتی

۵- برنامه عملیاتی



برنامه عملیاتی

۵-۱- برنامه‌ی اجرایی:

قدم‌های اصلی فعالیت خود را در زمینه‌ی تولید محصول، جذب منابع، بازاریابی و ... به همراه زمان شروع و خاتمه‌ی فعالیت و منابع موردنیاز ذکر کنید.

شرح فعالیت	تاریخ شروع	تاریخ پایان	پیش‌نیاز	منابع موردنیاز



برنامه عملیاتی

۵-۲- برنامه‌ی ساخت/تولید:

۵-۲-۱- تاریخ آغاز ساخت/تولید چه موقعی است؟



۵-۲-۲- پیش‌بینی میزان ساخت/ تولید به‌صورت ماهیانه در سال اول، فصلی در سال دوم و سالیانه در سال سوم چقدر است؟

سال	فصل	ماه	پیش‌بینی میزان ساخت/ تولید	توضیحات	
اول	اول				
	دوم				
	سوم				
	چهارم				
جمع سال اول					
دوم	اول				
	دوم				
	سوم				
	چهارم				
جمع سال دوم					
سوم					

برنامه مالی



ضمایم

۷- ضمایم مورد نیاز:

- ۱-۷- کارنامه مدیران و کارشناسان
- ۲-۷- اساسنامه و سایر مستندات حقوقی شرکت
- ۳-۷- مستندات قراردادهای منعقدشده
- ۴-۷- گزارش‌های تحقیق بازار داخلی یا خارجی
- ۵-۷- مدارک و گواهینامه‌ها شامل:

گواهینامه شورای عالی انفورماتیک- گواهی عضویت در سازمان نظام صنفی رایانه ای یا سندیکاهای مرتبط با موضوع فعالیت - ثبت اختراعات، برگزیده جشنواره، استاندارد محصول، عضویت در انجمن‌های تخصصی، چاپ مقالات علمی- پژوهشی.



شاخص های ارزیابی



شاخص های ارزیابی



شاخص های ارزیابی

شاخص	زیر شاخص	سقف امتیاز	راهنما
1. توانمندی عمومی و فنی شرکت برای اجرای طرح پیشنهادی (۴۰)	رتبه شرکت از شورای عالی انفورماتیک کشور	۱۰	بر اساس توان عمومی و فنی شرکت متقاضی تسهیلات
	مدرک تحصیلی دانشگاهی مرتبط (اعضاء هیئت مدیره)		
	مدرک مهارت فنی و حرفه‌ای مرتبط (اعضاء هیئت مدیره)	۵	
	گواهی آموزشی کوتاه مدت مرتبط		
	مدرک آموزشی کارآفرینی وزارت کار		
	سوابق تجربی مرتبط با فعالیت متقاضی		
	ارائه تأییدیه مراکز علمی معتبر (دانشگاه، پارک علم و فناوری، گواهی ثبت اختراع مبنی بر فناوری بودن و کارآفرینی طرح)	۵	
	تأییدیه نظام صنفی رایانه ای استان	۵	
	شرکت یا شرکت تعاونی فارغ التحصیلان دانشگاهی (۸۰ درصد اعضا فارغ التحصیل دانشگاهی باشند)	۵	
	سابقه فعالیت قبلی واحد کاری و طرح‌های توسعه‌ای بنگاه‌های فعال موجود	۵	

شاخص های ارزیابی

شاخص	زیر شاخص	سقف امتیاز	راهنما
۳. ارزیابی طرح کسب و کار (۶۰)	۱-۳. صحت و دقت زمان بندی اجرای طرح	۵	بر اساس طرح کسب و کار، سایر مستندات دریافتی و نظرات ارزیاب
	۲-۳. صحت و دقت برآورد هزینه های طرح	۵	
	۳-۳. تناسب خروجی ها با فعالیت های طرح	۵	
	۴-۳. دقت، صحت و واقع بینانه بودن بخش های مربوط به تحلیل بازار، صنعت و رقبا	۵	
	۵-۳. دقت، صحت و واقع بینانه بودن بخش های مربوط به شرح خدمات، محصولات، فعالیت ها و خروجی های طرح	۵	
	۶-۳. دقت، صحت و واقع بینانه بودن بخش های مربوط به طرح بازاریابی شامل هزینه های جاری و سرمایه ای، برآورد فروش، قیمت گذاری و پیش بینی کانال های توزیع و تبلیغات	۵	
	۷-۳. دقت، صحت و واقع بینانه بودن بخش های مربوط به طرح مالی شامل برآورد جریان نقدینگی، سود و زیان و تحلیل نقطه سر به سر	۵	
	۸-۳. انطباق طرح با تقاضای بازار	۱۰	
	۹-۳. جزو نیازهای بازار داخلی و دارای قابلیت نفوذ	۱۰	
	۱۰-۳. قابلیت اشتغال زایی طرح	۵	

شاخص های ارزیابی

شاخص	زیر شاخص	سقف امتیاز	راهنما
۳. امتیاز تشویقی (۱۵)	۱-۴. میزان صرفه جویی ارزی	۲	
	۲-۴. قابلیت عرضه به بازارهای خارجی	۳	
	۳-۴. نوآوری در توسعه کسب و کار	۵	
	۴-۴. داشتن قراردادهای مرتبط	۵	
جمع		۱۱۵	



نکات تکمیلی

۱. منطبق بر فرمت اعلام شده
۲. مبنا فقط اسلاید
۳. آمادگی ارائه (نرم افزاری / تیم / سخت افزاری)
۴. رعایت زمانبندی
۵. به ترتیب شاخص های ارزیابی



منابع

استارت‌آپ‌ها
STARTUPIHA

www.Startupiha.com



سوال؟





Jahedi.a@gmail.com



ir.linkedin.com/in/alijahedi



About.me/jahedi





توس فن تارا



نگین کیهان پارس



آپدا شیمی توس



زفر افق مهر



سوروش کارمان



یویا گام خراسان



فناوری پخت نان



الکترونیک انیس



شرکت اکسیر گل سرخ



شرکت
غذای و دارو
علم سبز



سیدمحم هاشم عیاضی
شرق رایا



تاهیره اطلاعات و ارتباطات
گاسپین



جهش اطلاعات توین



سازه اطلاعات ساجان



باغچه



زفر افق مهر



دوربان رایان توس



آ.اس.ب



سیدمحم هاشم عیاضی



ر.ام.س.ا



پیشگامان عصر
خرد



PFI



Sazeh Eghlasi



Sazeh Eghlasi



Sazeh Eghlasi



Sazeh Eghlasi



Sazeh Eghlasi



Sazeh Eghlasi



Sazeh Eghlasi



Sazeh Eghlasi



آرمانجهد آذرآباد



فناوران فردا



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



شرکت پیشگام انرژی خاور



مهندس فراتکر افق



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



شرکت لیس و مهندسی



تدبیر بنیان شوق



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



Fataori Asr



نان



PakAb Shargh



HAKHES



پادیر صنعت آریا



شرکت تحقیقاتی آموزشی
پادیر صنعت آریا
Sanat Nama Javan Company



شرکت برنامه نویسی
وایانه ای نوین افراز (برتا)

وزارت علوم تحقیقات و فناوری پارک علم و فناوری خراسان

Jahedi.a@gmail.com