

دانشگاه علوم پزشکی گناباد

مرکز رشد فناوری گیاهان دارویی و تجهیزات پزشکی

کارگاه اصول تدوین برنامه کاری (Business Plan)

ویژه اعضای هیئت علمی و واحدهای فناور (مستقر در مرحله رشد مقدماتی)

مدیر کارگاه: دکتر خسرو شفقی

مدرس: دکتر ابوالقاسم شفیعی

عضو شورای مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی

اردیبهشت ۱۳۹۴

فرم تهیه طرح کسب و کار

(Business Plan)

عنوان طرح:
.....

تاریخ شروع دوره :/...../..... تاریخ خاتمه دوره :/...../.....

تدوین کننده، تدوین کنندگان :

خلاصه مدیریتی طرح:

- الف : موضوع اصلی کسب و کار :
- ب : تاریخ شروع کسب و کار :
- ج : شیوه فعالیت : (فردی/گروهی) :
- د : مزیت رقابتی خدمات/محصول تولیدی :
- هـ : سهم بازار :
- و : برنامه های آینده :
- ز : میزان سرمایه مورد نیاز :
- ح : آورده شخصی :
- ط : نیاز به وام :
- ی : انتظارات :

۱- مشخصات تهیه کننده طرح :

۱-۱- شخص حقیقی :

نام و نام خانوادگی : شماره شناسنامه تاریخ و محل تولد :
سطح ورشته تحصیلی : شغل فعلی : تجربه و تخصص :
کد ملی :
آدرس پستی :
تلفن تماس :

۲-۱- شخص حقوقی :

نام و نوع شرکت : موضوع شرکت
تاریخ تأسیس : شماره و محل ثبت :
تعداد و نوع سهام :

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت	درصد سهام	تعداد سهام	مبلغ سهام	تحصیلات	میزان تجربه و تخصص	شغل فعلی
۱								
۲								
۳								
۴								
۵								
۶								
۷								

آدرس پستی شرکت :
تلفن تماس :

۲- معرفی محل اجرای طرح:

استان : شهرستان : بخش :

۱-۲- ابعاد و مساحت محل اجرای طرح :

.....

.....

.....

۲-۲- نزدیک ترین شهر و فاصله ی آن تا محل کسب و کار شما :

.....

۳-۲- فاصله ی محل استقرار کسب و کار تا جاده اصلی به کیلومتر، نوع راه و جاده ی مربوطه (خاکی-شوسه-آسفالته)

.....

.....

۴-۲- امکانات تأمین مواد و لوازم در محل :

.....

.....

.....

۵-۲- امکانات تأمین نیروی کار ماهر در منطقه :

.....

.....

.....

۶-۲- ترسیم کروکی زمین محل استقرار کسب و کار

۳- خدمات/محصول قابل عرضه:

۳-۱- مهم ترین خدمات یا تولیدات خود را که با اجرای این طرح به جامعه ارائه خواهید داد نام ببرید. چه نیازی به فعالیت شما وجود دارد؟ به این سوال که مشتری چرا این کالا را خریداری می کند جواب دهید.

ردیف	نوع کالا/خدمات

۳-۲- موضوع ایده کسب و کار شما چیست؟ (محور اساسی طرح شما چیست)

خدماتی ☐ تولیدی و صنعتی ☐ تجاری ☐ کشاورزی و گیاهان دارویی ☐ فرهنگی-اجتماعی ☐ تجهیزات پزشکی ☐

۳-۳- مجوز های مورد نیاز از مراجع ذیصلاح که باید انجام گیرند؟

پروانه کسب ☐ مجوز تأسیس آموزشگاه ☐ پروانه تولید و بهره برداری ☐ ثبت شرکت ☐
 مجوز از شهرداری برای محل ☐ مجوز محیط زیست ☐ مجوز نیروی انتظامی (اماکن) ☐
 سایر موارد (.....) ☐

۴- چشم انداز (Vision):

چه دورنمایی یا آرمانی را برای آینده ی کسب و کارتان متصور هستید؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

۵- توصیف کسب و کار:

۱-۵- شکل کسب و کارتان را بیان کنید؟ (شخص حقیقی یا حقوقی، سهام داران و نحوه ی مشارکت)

.....

.....

.....

۲-۵- فرصت های رشد و پیشرفت شما در کسب و کارتان چیست؟

.....

.....

۳-۵- مشاوران کسب و کار شما چه کسانی هستند؟ (حقوقی/مالی/فنی و)

.....

.....

۴-۵- آینده ی بازار خود را چگونه ارزیابی می کنید؟ و سهم شما در بازار چقدر خواهد بود؟

.....

.....

۵-۷- موانع و مسائل حقوقی و قانونی (اعم از اخذ مجوز و ...) مرتبط با کسب و کار خود را بیان کنید.

.....

.....

۵-۸- میزان آگاهی خود را با وضعیت گذشته/حال و آینده ی کسب و کار مورد نظرتان را در ایران و جهان بیان کنید.

.....

.....

۵-۹- برنامه ی شما برای توسعه ی محصول و تداوم تحقیق و توسعه کارتان چیست؟

.....

.....

.....

۶- تحلیل بازار و ارزیابی ریسک

۱- تحلیل محیطی:

این بخش خلاصه ای از صنعت و اقتصاد عمومی که کسب و کار شما می خواهد در آن فعالیت کند را فراهم می کند. بررسی کنید تغییرات اجتماعی (افزایش قدرت خرید، افزایش توقعات، توجه بیشتر مردم به مسایل آموزشی و فرهنگی و از این قبیل تغییرات) در کسب و کار شما چگونه تأثیر گذار می باشد؟

۶-۱-۱- موانع ورود به این صنعت (به طور کلی) چیست؟

.....

.....

.....

۶-۱-۲- تغییرات و پیشرفت تکنولوژی چگونه در کسب و کار شما تأثیرگذار می باشد؟

.....

.....

.....

۶-۱-۳- تغییرات جمعیتی چگونه بر کسب و کار شما تأثیر می گذارد؟

.....

.....

.....

۶-۱-۴- تغییرات اقتصادی (قدرت خرید، مالیات، نرخ سود و ...) در کسب و کار شما چگونه است؟

.....

.....

.....

۲- هدف گذاری بازار :

۶-۲-۱- مشتریان شما چه کسانی هستند؟

.....

.....

.....

۶-۲-۳- اندازه ی بازار هدف و کسب و کار شما در حال، آینده چگونه است؟

.....

.....

.....

۶-۲-۳- بیان کنید کسب و کار شما در یک بازار رو به انحطاط، ثابت - متزلزل و یا در حال رشد است؟

.....

.....

.....

۵-۲-۶- ترکیب مشتریان شما (از نظر سن، جنسیت و شغل) چگونه است؟

شغل	جنسیت	سن (سال) علامت بنزید
	☐ زن	☐ ۶-۰ ☐ ۱۲-۶ ☐ ۱۸-۱۲ ☐ ۲۸-۱۸
	☐ مرد	☐ ۴۰-۲۸ ☐ ۵۰-۴۰ ☐ ۵۰ به بالا

۳- معرفی محصول/خدمات :

۱-۳-۶- ویژگی منحصر به فرد محصول و یا خدمات خود را بیان کنید. (بیان کنید مشتری بابت چه چیزی حاضر است به شما پول بدهد)

.....

.....

.....

۲-۳-۶- بیان کنید جایگاه محصول یا خدمات شما نسبت به محصولات نمونه در بازار چگونه است و شما چه کاری را متفاوت با بازار موجود انجام می دهید؟

.....

.....

.....

.....

.....

۳-۲-۶- مشخصات فنی محصول به همراه نقشه/کاتالوگ/اطلاعات تکمیلی و ... را ذکر کنید.

.....

.....

.....

۴-۳-۶- اطلاعات در مورد دانش فنی تولید و چگونگی تأمین آن را بیان کنید .

.....

.....

.....

۴- تحلیل رقابتی:

۴-۴-۶-۱- رقبای مستقیم شما چه کسانی هستند و توصیف محصول/خدمات از نمای مشتریان رقیب چگونه است ؟

.....

.....

.....

۴-۴-۶-۲- شیوه ی قیمت گذاری و بازاریابی، تبلیغات و نحوه ی فروش رقا را بیان کنید؟

.....

.....

.....

۴-۴-۶-۳- نقاط ضعف و قوت شما در مقابل رقا چیست؟ (شما چه کار متفاوت با بازار موجود انجام می دهید؟)

ردیف	نقاط ضعف	نقاط قوت
۱		
۲		
۳		
۴		
۵		
۶		
۷		

۴-۴-۶-۴- نقاط ضعف و قوت رقبای شما در مقابل شما چیست ؟

ردیف	نقاط قوت	نقاط ضعف
۱		
۲		
۳		
۴		
۵		
۶		
۷		

۶-۴-۵- چرا مشتریان شما ممکن است محصول شما را جایگزین محصول رقبا نمایند ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

۶-۴-۶- فرصت ها و تهدیدهای کسب و کار شما کدامند ؟

ردیف	تهدیدها	فرصت ها
۱		
۲		
۳		
۴		
۵		
۶		
۷		

۷-

۷-۱- محل کسب و کار شما چیست ؟

.....

.....

.....

۷-۲- چرا شما این محل را انتخاب کردید ؟

.....

.....

.....

۷-۳- زمان و روش توزیع محصول و یا خدمات خود را توضیح دهید .

- ☐ زمان توزیع : روزانه ☐ هفتگی ☐ ماهانه ☐ سایر موارد
☐ نحوه توزیع : شخصاً ☐ شرکت های پخش و توزیع ☐ نمایندگی ها ☐ سایر موارد

۷-۴- مزایای آن چیست ؟

.....

.....

.....

۵-۷- آیا هیچ روش توزیع دیگری وجود دارد که شما در آینده از آن استفاده کنید.

.....

.....

.....

۶-۷- روش تبلیغ محصول یا خدمات شما چگونه است ؟

روزنامه ☐ تلویزیون ☐ سینما ☐ بروشور و کاتالوگ ☐ تک برگ تبلیغاتی ☐ اینترنت ☐ سایر موارد ☐

۷-۷- چرا این روش را انتخاب نموده اید ؟

.....

.....

.....

۸-۷- شیوه فروش محصول شما چگونه است ؟ (اقساط، نقد)

.....

.....

.....

۹-۷- روش قیمت گذاری محصول شما بر چه مبنایی است ؟ چرا این روش را برگزیده اید؟

قیمت پایین تر از رقبا ☐ همسان رقبا ☐ بالاتر از رقبا ☐

به چه دلیل ؟

.....

.....

.....

۱۰-۷- سیاست های خدمات پس از فروش شما چگونه است ؟

.....

.....

.....

۱۱-۷- روش دریافت بازخورد از مشتریان خود را بیان کنید .

.....

.....

.....

۸- طرح توسعه

۱-۸- برنامه های شما برای توسعه ی محصول و تحقیق و توسعه چیست ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

۹- معرفی تیم مدیریت و نیروی

تیم مدیریت و نیروی انسانی را شرح دهید.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

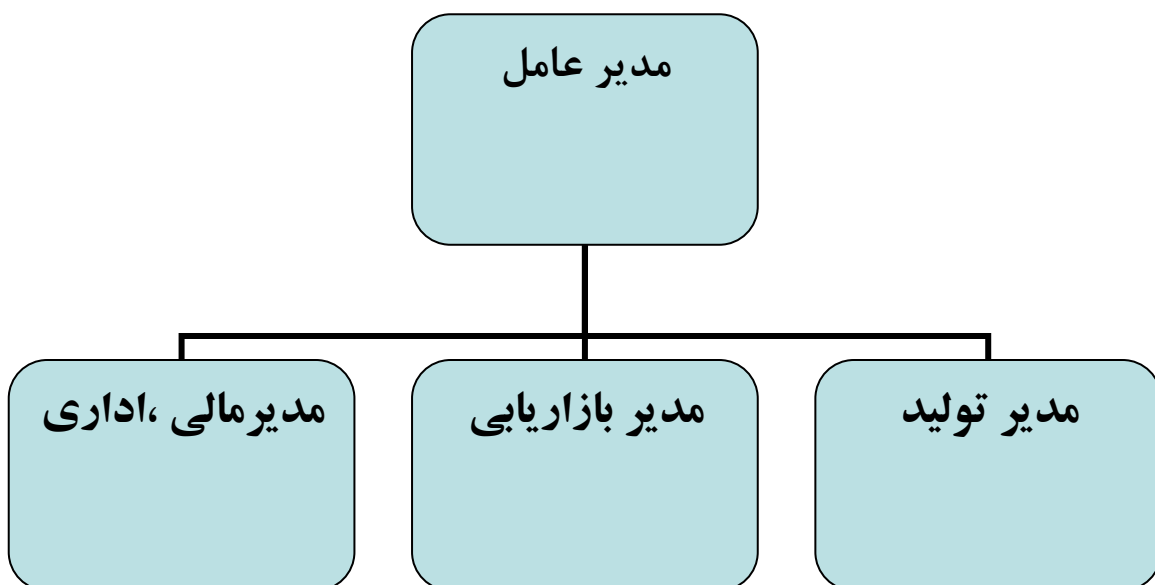
.....

.....

.....

.....

.....

۱۰- چارت سازمانی

۱۱- معرفی فرآیند تولید

۱۱-۱- شرح فرآیند و روش تولید شما چگونه است ؟

This image shows a full page of white paper with horizontal dashed lines, typical of primary-ruled notebook paper. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

۱۱-۲- ملاحظات زیست محیطی کسب و کار شما چیست؟

[illegible]

۱۲- معرفی بخشی از مفاهیم مالی مورد نیاز:

هزینه ها :

الف) هزینه های ثابت هزینه هایی هستند که با افزایش تولید تغییر نمیکنند. مانند استهلاک و اجاره

ب) هزینه های متغیر هزینه های هستند که همراه با افزایش تولید افزایش پیدا میکنند.

ج) هزینه هایی که هم نقش ثابت دارند و هم متغیر

قیمت تمام شده کالای ساخته شده : شامل هزینه های مواد اولیه ، نیروی انسانی و سربار

هزینه های قبل از بهره برداری : شامل هزینه هایی مانند (هزینه اخذ مجوز و ثبت شرکت ، آموزش ،

تحقیقات ، مسافرت و هزینه تهیه طرح توجیهی BP)

$$\text{هزینه ی تسهیلات مالی} + \text{سود و زیان ویژه} = \text{نرخ بازدهی سرمایه}$$

سال اول
کل سرمایه گذاری

تعیین نقطه سر به سر:

= تعداد یا حجم فروش در نقطه سر به سر

(هزینه های متغیر هر واحد کالا - قیمت فروش هر واحد کالا) / کل هزینه های ثابت طرح

تعیین درصد فروش در نقطه سر به سر:

= درصد فروش در نقطه فروش سر به سر

۱۰۰ × (جمع هزینه متغیر - فروش کل) / جمع هزینه های ثابت

سود و زیان ویژه:

جمع هزینه های خدمات - فروش کل = سود و زیان ویژه

بازده فروش:

سود ویژه ÷ فروش کل = بازده فروش

نرخ برگشت سرمایه :

کل سرمایه گذاری ÷ جریان نقدی ورودی سالانه = دوره برگشت سرمایه

برنامه زمان بندی اجرا و ضمايم :

ازجمله مهمترین بخشهای یک برنامه کاری زمانبندی مراحل انجام کارها میباشد. لذا تا حد امکان فرایند اجرایی باید به مراحل جزئی تقسیم و به ترتیب در جدول فهرست شده و مدت زمان اجرای هر مرحله مشخص گردد.

[illegible]

اینجانب فرزند ش.ش متولد
پس از شرکت در طی یک دوره کارگاه آموزشی ، برنامه کاری (BP) کسب و کار خود را تهیه نموده و جهت بررسی و
رفع توافقی و بررسی بیشتر توسط کارشناسان مرکز رشد و در صورت تأیید، صدور گواهینامه مربوطه تقدیم می
دارم .

تاریخ و امضاء

۱۴- اظهار نظر کارشناس مرکز رشد:

نام و امضاء کارشناس