



کاربرگ شماره:
طبقه‌بندی: عادی
پیوست:
ویرایش:

کاربرگ ویژه ارائه طرح پیشنهادی کسب و کار

عنوان طرح / پروژه:

۱-۲: معرفی کسب و کار:

۱-۳: معرفی محصول یا خدمت:

۱-۴: خلاصه اجرایی / مدیریتی: (ذکر شود در چه مرحله‌ای از توسعه کسب‌وکار هستید: برای مثال شتاب‌دهی - MVP)

۱-۵: چشم‌انداز (حداقل ۳ ساله): (بازار - اجرایی و استراتژی)

۱-۶: ذینفعان: (توصیف طبقه‌بندی ذینفعان از نظر سن - جغرافیای سکونت و ...)

ذینفعان همسو (خانواده)	ذینفعان موازی (عموم افراد)	ذینفعان مستقیم (ترجیحاً بازنشستگان)

۱-۷: برنامه توسعه (۶ ماه پس از بهره‌برداری):

۱-۸: فرآیند و دوره سوددهی: (برآورد تحقق نقطه سر به سر و سوددهی در دوره‌های ۶ ماهه)

* پیشنهاد می‌شود جدول با تفکیک هزینه‌ها، درآمد و سود به صورت دوره ۶ ماهه استخراج شود.

۱-۹: مدل و منابع درآمدی کسب‌وکار خود را چگونه پیش‌بینی کرده‌اید؟

۱-۱۰: چه خدمات یا محصولاتی را می‌خواهد عرضه کنید:

ردیف	خدمات / محصول
۱	



کاربرگ ویژه ارائه طرح پیشنهادی کسب و کار

کاربرگ شماره:
طبقه‌بندی: عادی
پیوست:
ویرایش:

	۲
	۳

۱۱-۱: برآورد میزان تقاضای بازار (برای یک و دو سال آینده)

مقدار نام خدمات	میزان بازار بالفعل سال قبل	میزان بازار بالفعل سال جاری	میزان بازار بالفعل یکسال آینده	تعدیل بر مبنای تحقیق و مشاهده
۱				
۲				

۱۲-۱: ابزارهای تمایز نسبت به رقبا

تبلیغات ترویج بسته‌بندی قالب ظاهری دسترسی به بازار خاص گسترده پراکندگی جغرافیایی

سایر موارد:

۱۳-۱: مشتریان شما چه کسانی هستند؟ (دسته‌بندی جنسیت- جغرافیا- گروه سنی و با تمرکز به گروه سنی بالای ۴۵ سال / با ذکر منبع)

۱۴-۱: خدمات یا محصولات خود را از چه طریق عرضه می‌کنید؟

خرده‌فروشان فروشگاه‌های زنجیره‌ای شرکت منزل شخصی وبسایت نمایشگاه دائم
نمایشگاه‌های دوره‌ای کاتالوگ و بروشور CD کارخانه اپلیکیشن ابزارهای سخت‌افزاری
بازاریابی مویرگی

۱۵-۱: چه چیزی در نحوه ارائه خدمات و محصول نسبت به رقبا مزیت رقابتی دارد؟

۱۶-۱: چه استراتژی را از نظر قیمت دنبال کرده و به چه علت دنبال می‌کنید؟

(اگر قیمت خدمات پایین است یا برعکس بالا است دلیل آن را بیان نمایید)
قیمت پایین‌تر از رقبا همسان رقبا بالاتر از رقبا

شرح انتخاب روش:

۱۷-۱: روش ترویج محصول / خدمات شما از طریق کدام ابزارهاست؟

روزنامه تلویزیون سینما بروشور و کاتالوگ بروشور تبلیغاتی
اینترنت پیامک سایر موارد (ذکر شود)

۵-۴-۵: تحلیل رقبا (تعداد رقبا، رقبای بالقوه، توان رقبا)

۱۸-۱: جدول هزینه‌های سرمایه‌گذاری طرح



کاربرگ ویژه ارائه طرح پیشنهادی کسب و کار

کاربرگ شماره:
طبقه‌بندی: عادی
پیوست:
ویرایش:

ردیف	شرح	هزینه (ریال)
۱	دفتر کار/ کارگاه	
۲	وسایل اداری	
۳	هزینه‌های قبل از بهره‌برداری	
۴	هزینه‌های فنی بهره‌برداری	
۵	هزینه‌های نمونه‌سازی	
۶	هزینه‌های ثابت پیش‌بینی نشده	
جمع هزینه‌های ثابت طرح		

۱-۱۹- جدول هزینه‌های جاری طرح

ردیف	شرح	هزینه (ریال)
۱	ملزومات اداری	
۲	سوخت و انرژی	
۳	هزینه استهلاک	
۴	هزینه نگهداری و تعمیرات	
۵	حقوق و دستمزد	
۶	بازاریابی و فروش	

۱-۲۰- درآمد کل پیش‌بینی شده

نوع پروژه	سال اول	سال دوم	سال سوم	سال چهارم	سال پنجم
جمع کل سالیانه					

۱-۲۱ نحوه هزینه کرد تسهیلات و آورده متقاضی

ردیف	شرح	هزینه (ریال)
	آورده متقاضی (حداقل ۲۰ درصد مبلغ تسهیلات درخواستی)	

۱-۲۲ الزامات قانونی:

کد نوآفرین:

شماره عضویت سازمان نظام صنفی رایانه ای/اتحادیه کسب و کارهای اینترنتی/سندیکای محابراتی ایران:

کاربرگ ویژه ارائه طرح پیشنهادی کسب و کار

پیوست شماره ۲- بخش فنی

کاربرگ شماره: ۱۰۰۱

طبقه‌بندی: عادی

پیوست:

ویرایش: ۹۹/۰۲

نسبت های مالی

$$\text{نسبت به کل سرمایه گذاری} = \frac{\text{کل سرمایه گذاری (موجود و جدید)}}{\text{متوسط خالص وجوه نقد ورودی سازمان}} = \text{دوره بازگشت سرمایه}$$

$$\text{نسبت به کل سرمایه گذاری} = \frac{\text{متوسط خالص وجوه نقد ورودی سازمان}}{\text{کل سرمایه گذاری (موجود و جدید)}} \times 100 = \text{نرخ بازگشت سرمایه}$$

$$\text{نسبت به سرمایه گذاری جدید} = \frac{\text{سرمایه گذاری جدید}}{\text{متوسط خالص وجوه نقد ورودی سازمان}} = \text{دوره بازگشت سرمایه}$$

$$\text{نسبت به سرمایه گذاری جدید} = \frac{\text{متوسط خالص وجوه نقد ورودی سازمان}}{\text{سرمایه گذاری}} \times 100 = \text{نرخ بازگشت سرمایه}$$

$$\text{نسبت سرمایه در گردش به سرمایه گذاری کل} = \frac{\text{سرمایه در گردش}}{\text{سرمایه گذاری کل}} = \text{نسبت سرمایه در گردش}$$