



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 طبق‌بندی 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، رقبا 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:

نسبت های مالی

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

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

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

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

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