

به نام خداوند بخشنده و مهربان



نگارش طرح های فناورانه



دکتر مجتبی احسانی فر

شهریور ماه ۱۴۰۴

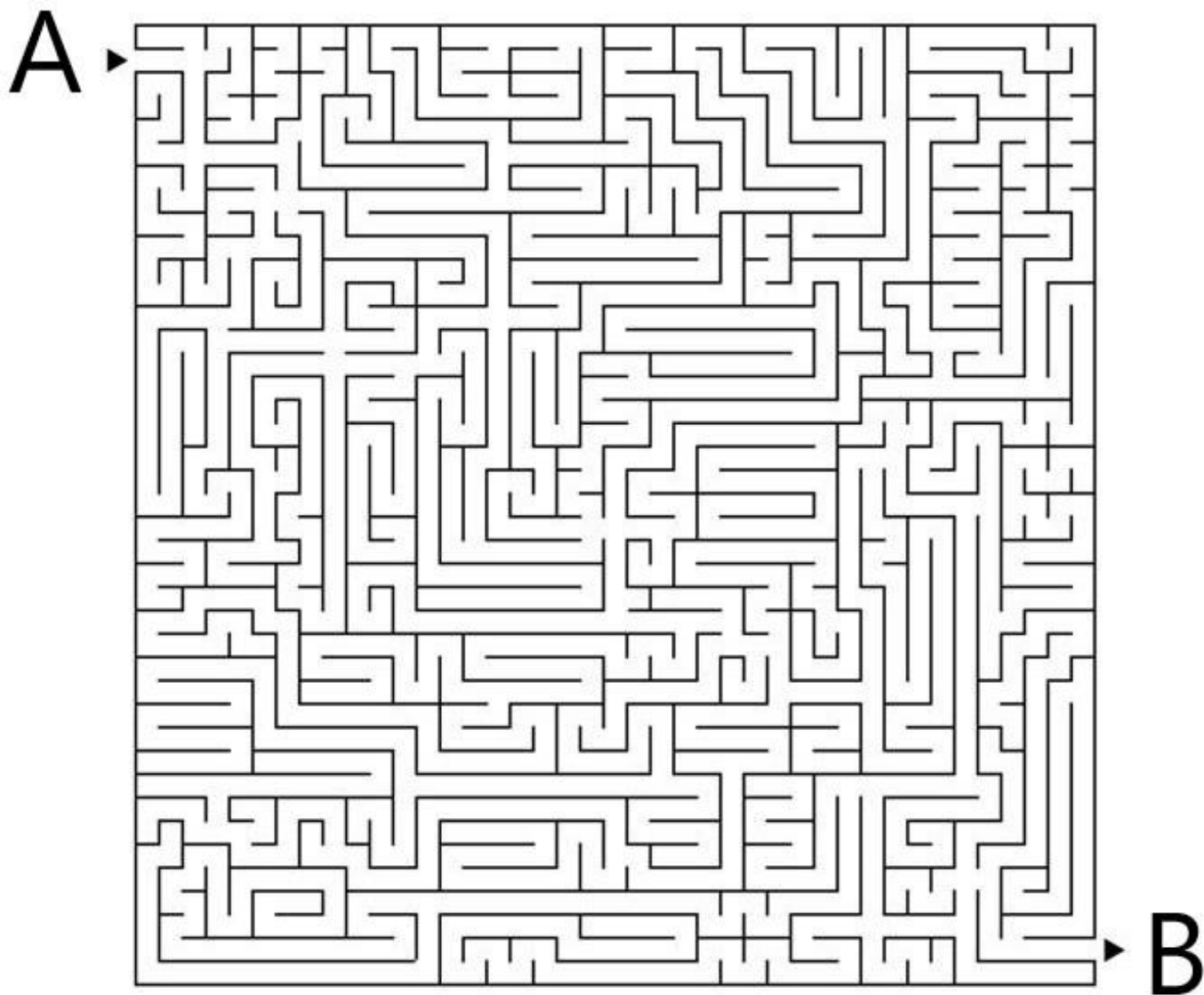
اگر ایده ای به ذهن تان خطور نکرده،
کسب و کار خود را راه اندازی نکنید!



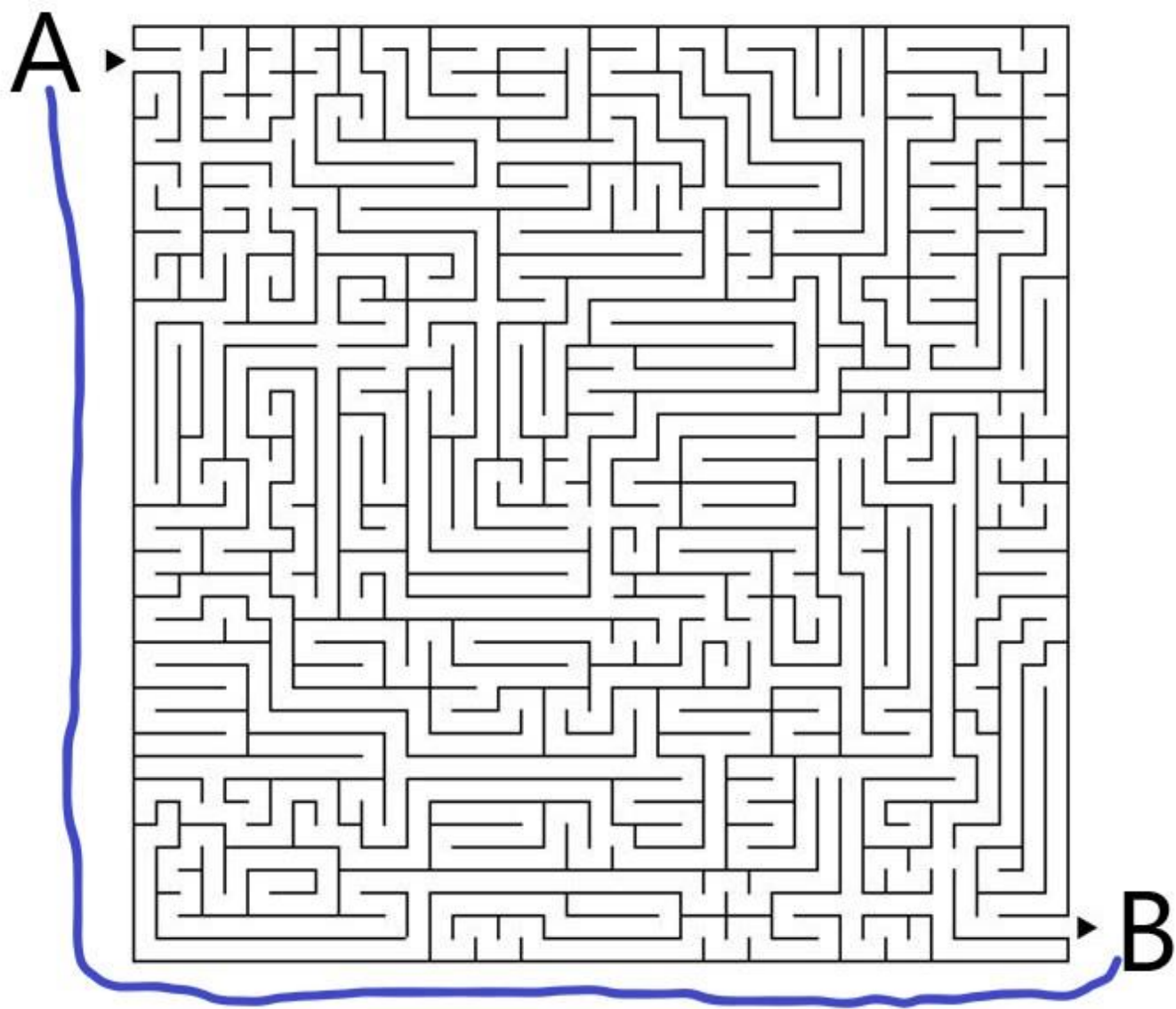
ایده یابی چیست؟

چه تکنیک های برای آن وجود دارد؟

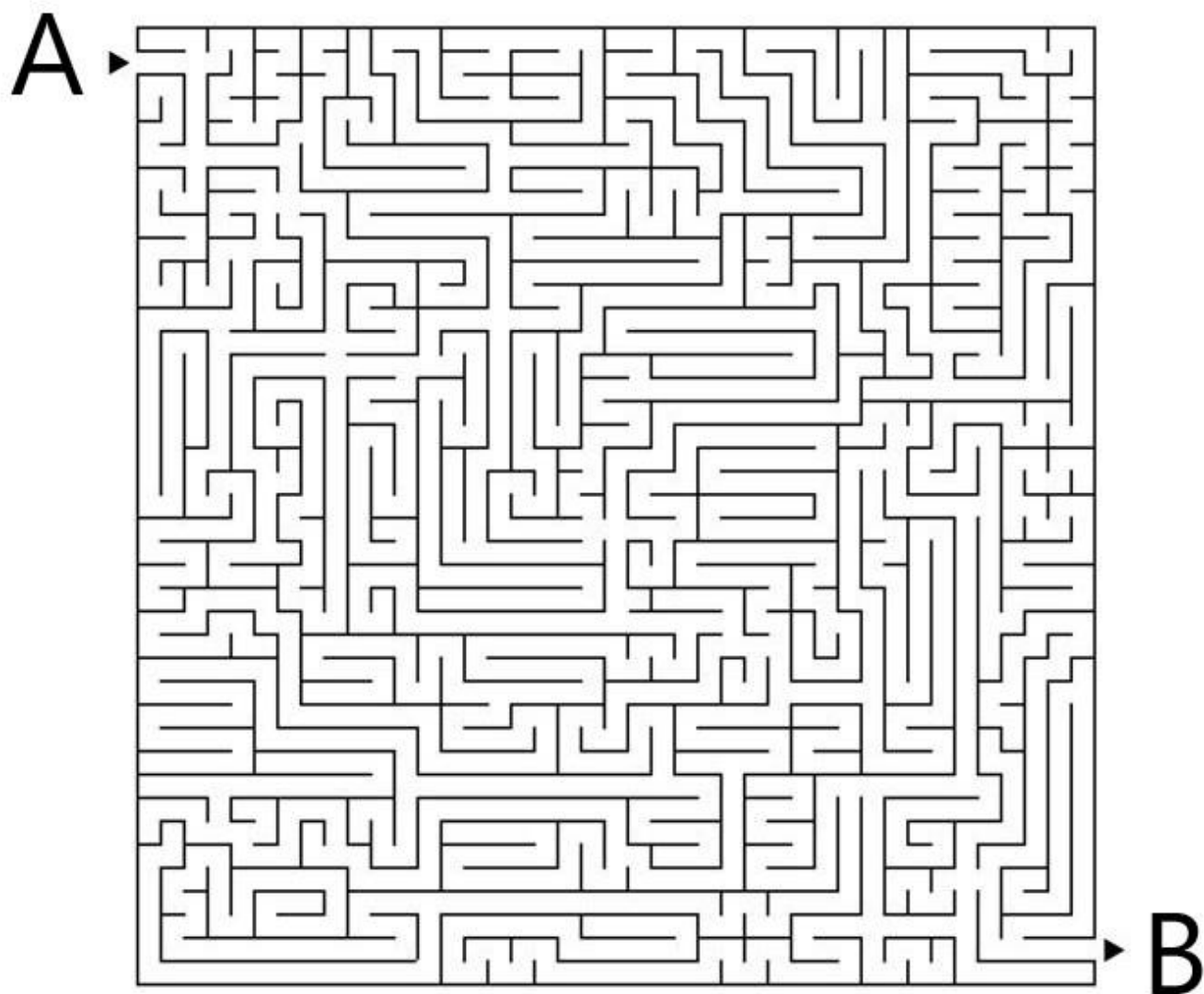




به چند طریق می توان A را به B وصل نمود؟



به چند طریق می توان A را به B وصل نمود؟



به چند طریق می توان A را به B وصل نمود؟

تعریف ایده یابی

تعریف ایده یابی

در زمان ها، مکان ها و شرایط مختلف قطعاً برای شما پیش آمده که با مشکلی روبرو شدید و در آن لحظه و یا زمانی دیگر راه حلی برای آن پیدا کردید.

این راه حل شما یک نوع ایده آنی است که به ذهن شما می رسد و شما در این لحظه برای مشکلی که با آن مواجه بودید ایده یابی کرده اید.

به همین سادگی!

ایده یابی

اما همیشه باید مشکلی وجود داشته باشد تا برای آن ایده ای پیدا کنیم؟

پاسخ خیر است شما می توانید برای ساده سازی یک روند ایده ای را بیابید و از آن در جهت بهبود آن روند استفاده کنید.

حتی ممکن است ایده شما خلق روندی خاص باشد که تا قبل از آن وجود خارجی نداشته باشد.

به هر حال شما محدودیتی در تولید ایده ندارید،

فقط کافیست این جمله را باور کنید:

شما هیچ محدودیتی در تولید ایده ندارید



چطور ایده یابی کنم؟

چطور ایده یابی کنم؟

• تکنیک های ایده یابی:

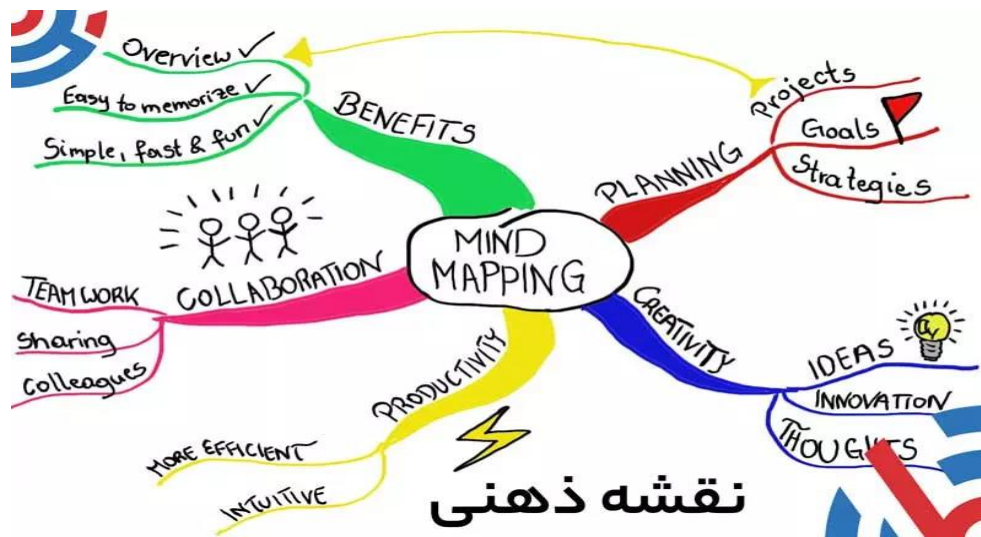
۱. تکنیک طوفان فکری



۲. تکنیک پرسیدن سوالات هدف دار 5W+1H

(Why? ,When? ,Where? ,Who? ,What? ,How?)

۳. تکنیک نقشه ذهنی



اهداف کارگاه:

✓مقدمه: اهمیت ایده یابی

✓آشنایی با ساختار استاندارد یک بیزینس پلن (طرح کسب و کار)

✓آشنایی با مراحل نگارش یک طرح کسب و کار

✓آشنایی با بخش های مختلف خلاصه اجرایی یک طرح کسب و کار

✓آشنایی با تحلیل بازار و افزایش شانس موفقیت نسبت به رقبا

✓آشنایی با نحوه صحیح دسته بندی مشتریان هدف

✓آشنایی با نحوه طراحی برنامه بازاریابی و مالی مؤثر

✓پرهیز از خطاهای رایج در نگارش یک طرح کسب و کار



طرح فناوریانه یا Business Plan

طرح فناوریانه یا Business Plan تدوین طرحی جامع و مفصل در مورد یک کسب و کار است که از مرحله ایده پیش‌تر رفته و امکان سنجی اولیه در مورد آن انجام شده است.

این طرح می‌تواند مربوط به فاز توسعه در یک سازمان با هدف ارائه محصول جدید، کسب و کاری وابسته به یک موسسه، گروه و یا حتی یک فرد باشد.

در نگارش طرح فناوریانه بررسی‌های دقیقی در خصوص محصولات یا خدمات محوری طرح، بازار و رقبای آن، مشتریان، مدل درآمدی (Business Model)، منابع تامین مالی، منابع انسانی، شاخص‌های تکنولوژیکی و ... به عمل می‌آید.



✓ گام اول: شناخت محصول و طرح، مطالعات بازار

✓ گام دوم: بررسی و معرفی ویژگی‌های فنی طرح

✓ گام سوم: مطالعات مالی و مهندسی طرح

✓ گام چهارم: شاخص‌های مالی و سرمایه‌گذاری پروژه

✓ گام پنجم: ارزیابی طرح توجیهی و تحلیل حساسیت طرح

✓ گام ششم: بوم مدل کسب و کار

بخش های اصلی یک بیزنس پلن رشد کسب و کار



Key Elements of a Business Plan



مراحل نگارش طرح و کسب و کار:

۱. خلاصه اجرایی
۲. توصیف کسب و کار
۳. تجزیه و تحلیل بازار
۴. مشخص کردن ساختار مدیریتی
۵. توصیف محصول
۶. مشتریان هدف
۷. برنامه بازاریابی
۸. برنامه عملیاتی
۹. برنامه مالی



۱- نوشتن خلاصه اجرایی:

خلاصه اجرایی یکی از اصلی‌ترین بخش‌های طرح کسب و کار و البته آخرین قسمتی است که نوشته می‌شود.



مخاطب اصلی طرح کسب و کار، خود شما هستید.

طرح کسب و کار، قرار است برنامه‌ی حرکت شما باشد.

قرار است نقشه‌ی راه شما باشد.

نقشه‌ی جنگ، در دو صورت یک لشکر را به شکست سوق می‌دهد:

یکی وقتی فرصت‌ها و منابع او را کمتر از حد واقعی برآورد کرده باشد؛

و دیگر اینکه او را به شکلی فریب دهد که

نداشتن‌ها و نتوانستن‌ها و محدودیت‌ها و تهدیدها را

کوچک‌تر از میزان واقعی آنها ببیند.

- بیان موضوع کسب و کار:
- توضیح اهداف و چشم‌انداز:
- توصیف محصول و ویژگی آن:
- بازار هدف:
- استراتژی بازاریابی:
- وضعیت مالی فعلی:
- وضعیت مالی پیش‌بینی‌شده:
- تیم کاری:
- بیان درخواست:

۲-تشریح کسب و کار:

مرحله دوم نوشتن طرح کسب و کار شامل مقدمه‌ای از علت آغاز فعالیت، وجه تمایز، ویژگی خاص و نکات برجسته و ترغیب کننده آن برای تامین مالی توسط سرمایه گذار است.

موارد زیر نکاتی هستند که توضیح آن‌ها در این بخش ضروری است:

- ساختار حقوقی کسب و کار (سهامی خاص، مسئولیت محدود، سهامی عام)

- مدل کسب و کار

- صنعت مورد نظر جهت فعالیت

- چشم‌انداز، مأموریت، ارزش پیشنهادی

- اهداف کوتاه مدت و بلند مدت

- سوابق فعالیت‌های قبلی

- معرفی اعضای کلیدی و دستمزد مورد نظر آن‌ها



در تشریح کسب و کار بررسی دقیق دو موضوع اهمیت بیشتری دارد:

(۱) ارزش‌ها و اهداف برند:

برای تعریف ارزش برند کسب و کار، به تمام پرسنل، تامین‌کنندگان، مشتریان، سرمایه‌گذاران، سهامداران و هر آن کس که شرکت در برابر آن‌ها پاسخگو است تمرکز می‌کنیم.

سپس به این موضوع فکر می‌کنیم که در فعالیت اقتصادی مد نظر چگونه باید به خواست‌های تک تک این افراد جواب داد.

بعد از تعیین ارزش، دومین کار دارای اهمیت در توضیح شرکت، تعیین اهداف کوتاه مدت و بلند مدت است.

اهداف کوتاه مدت در بازه زمانی یک ساله قابل دستیابی هستند و در تنظیم اهداف بلند مدت باید یک دوره دو تا پنج ساله را در نظر گرفت.

البته اهداف تعیین شده لازم است خاص، قابل اندازه‌گیری، قابل دستیابی، واقع بینانه و دارای زمان باشند.

(۲) چشم‌انداز، ماموریت:

بیانیه ماموریت به شیوه‌ای قانع کننده توضیح می‌دهد که کسب و کار به چه علت ایجاد شده است و معمولاً در یک جمله بیان می‌شود.

اما در تدوین چشم‌انداز باید تصور کرد که کسب و کار چه اثرگذاری بر جامعه دارد.

برای این منظور معمولاً از عباراتی مانند:

«ما را انجام خواهیم داد» یا «ما ادعا داریم که» استفاده می‌شود.

بیانیه چشم‌انداز می‌تواند بیشتر از یک جمله باشد، اما بهتر است حداکثر در سه جمله آن را خلاصه کرد.

۳- انجام تجزیه و تحلیل بازار

تجزیه و تحلیل بازار شامل تصویری کلی از تخمین سهم کسب و کار از حوزه فعالیت، توضیح دقیق موقعیت کسب و کار در بازار و چشم‌انداز رقابتی در آن است. که انجام آن علاوه بر متقاعد کردن سرمایه‌گذار، برای تأیید تفکرات مالک فعالیت در حین انجام برنامه بسیار اهمیت دارد.



برای این منظور لازم است موارد زیر را به صورت مختصر توضیح داد:

(۱) تعیین پتانسیل بازار حوزه فعالیت:

(۲) درک کامل مشخصات مخاطب:

(۳) تحقیق در مورد روندها و مسیر حوزه فعالیت:

(۴) حدس آگاهانه در مورد بازار:

(۵) تحلیل SWOT :

(۶) تجزیه و تحلیل رقابتی:

SWOT ماتریس



۴. تعیین ساختار مدیریتی و اجرایی

این بخش به معرفی اداره کنندگان شرکت، تیم مدیریتی و ساختار حقوقی آنها می‌پردازد.

معرفی تیم مدیریتی از طریق چارت سازمانی برای نشان دادن ساختار داخلی شرکت، نقش‌ها، مسئولیت‌ها و روابط بین افراد بسیار مفید است.

نحوه مشارکت کارکنان در پیشبرد اهداف کسب و کار نیز اهمیت دارد.

DIFFERENT TYPES OF ORGANIZATIONAL STRUCTURES AND CHARTS



۵-توصیف محصول و خدمت

در این مرحله از نوشتن طرح کسب و کار، جزئیات مهم محصول یا خدمات را تشریح می‌کنیم.

این موارد شامل اطلاعاتی است که برای مشتریان جذاب است.

در صورت داشتن تعداد زیاد محصولات، ارائه دسته‌بندی آن‌ها و سپس ذکر نکات مهم آن محصول، راهنمای خوبی برای دستیابی سریع مخاطب به کالا یا خدمت مورد نظر خواهد بود.

همچنین برای نشان دادن ایده‌های آینده خود در مسیر توسعه، لازم است محصولات جدید به شکل ویژه‌ای توضیح داده شوند.

ارائه برنامه برای بهبود درآمدزایی از این طریق هم نکته مهم و جذاب دیگری است که می‌تواند در این بخش مورد بررسی قرار گیرد.

۶- دسته‌بندی مشتریان هدف

مشتری ایده‌آل هر کسب و کار یا همان بازار هدف، پایه و اساس برنامه بازاریابی است. بنابراین داشتن اطلاعات کامل از ویژگی‌ها عمومی و خاص وی برای درک کامل نیازهای مخاطب هدف را باید به عنوان یک نکته مهم در نظر گرفت.

برای دسته‌بندی مشتریان لازم است سوالات زیر مورد بررسی قرار گیرند.

- محل زندگی
- محدوده سنی
- سطح تحصیلات
- الگوهای رفتاری
- بررسی چگونگی گذراندن اوقات فراغت
- محل کار
- میزان درآمد
- ارزش‌ها، باورها و عقاید
- رسانه‌ای که اطلاعات را از آنجا دریافت می‌کنند



۷- برنامه بازاریابی

برنامه بازاریابی، تصمیم‌های فعلی و استراتژی آینده کسب و کار را با تمرکز بر علایق مشتری و مخاطب هدف مشخص می‌کند.

بیشتر برنامه‌های بازاریابی، اطلاعاتی در مورد چهار موضوع کلیدی زیر را بیان می‌کنند.

- نوع محصول: چه چیزی به بازار عرضه می‌شود و چگونه می‌توان آن را از سایر رقبا متمایز کرد.

- قیمت: قیمت محصول چقدر است و چگونه تعیین شده است.

- تبلیغ: محصولات چگونه و از چه طریق به مشتریان هدف ارائه می‌شوند.

- محل توزیع: محصولات در چه محلی، کانال یا رسانه‌ای به فروش می‌رسند.

در این بخش ممکن است تبلیغات بخش عمده‌ای از برنامه بازاریابی را در بر گیرد.

۸- برنامه عملیاتی

برنامه عملیاتی در نوشتن طرح کسب و کار همان جریان کاری است که برای تحقق ایده اجرا می‌شود.

در این برنامه موارد زیر را پوشش می‌دهیم:

- تامین کنندگان مواد اولیه

- تولید محصول

- امکانات

- تجهیزات

- حمل و نقل

- موجودی

محصولات در کجا و به چه شکل انبار یا نگهداری می‌شوند؟

نحوه ارسال محصولات به چه شکل خواهد بود؟

نحوه مدیریت موجودی چگونه است؟



۹- برنامه مالی

صرف نظر از تلاش، زمان، سرمایه گذاری یا حتی عالی بودن ایده، هر کسب و کاری بر پایه تحقق برنامه مالی خود در صحنه رقابت پایدار می ماند یا شکست می خورد.

سطح جزئیات مورد نیاز در این برنامه به مخاطبان و اهداف کسب و کار بستگی دارد. اما معمولاً سه بخش اصلی **صورت درآمد**، **ترازنامه**، **صورت جریان نقدی** و همچنین داده ها و پیش بینی های مالی را در آن بیان می کنیم.



(-) صورت درآمد

صورت درآمدی طوری طراحی می‌شود که دیدی کامل از منابع درآمدی و هزینه‌ها در دوره زمانی مشخص را ارائه دهد. این اطلاعات تصویری از سود یا زیان کسب و کار در آینده را مشخص خواهد کرد.

(-) ترازنامه

در هر ترازنامه فهرستی از میزان بدهی‌ها، دارایی‌ها و حقوق صاحبان سهام را مشخص می‌کنیم.



(- صورت‌های جریان نقدی

صورت جریان وجوه نقدی مشابه صورت درآمدی است با این تفاوت که در آن زمان کسب درآمد و پرداخت هزینه‌ها مشخص است.

زمانی که سرمایه نقدی جمع‌آوری شده در کسب و کار بیش از میزان هزینه کردن آن است، جریان نقدی مثبت و در غیر این صورت منفی خواهد بود.

صورت جریان نقدی به مالک کسب و کار کمک می‌کند تا به زمان دقیق کاهش میزان سرمایه نقدی یا افزایش آن و همچنین نیاز به داشتن یک برنامه اضطراری برای دسترسی به منابع مالی مورد نیاز آگاهی پیدا کند.

پیش‌بینی صورت جریان نقدی برای شناسایی شکاف‌ها و تعدیل عملیات، در صورت لزوم، بسیار مفید خواهد بود.

اشتباهات رایج هنگام نوشتن طرح کسب و کار

هر طرح کسب و کاری موفق نیست، اما می‌توان با پرهیز از برخی اشتباهات هنگام نوشتن، شکست در آن را به حداقل رساند.

در این بخش به ۵ اشتباه متداول در نگارش طرح کسب و کار می‌پردازیم.

۱- ایده بد کسب و کار

۲- نبود استراتژی خروج در طرح

۳- تیم‌سازی نادرست

۴- صورت‌های مالی غیر شفاف

۵- اشتباهات املائی و دستور زبان



جمع‌بندی پایانی

تدوین طرح کسب و کار (Business Plan) کمک مفیدی برای برداشتن گام‌های آگاهانه در هر فعالیت اقتصادی است.

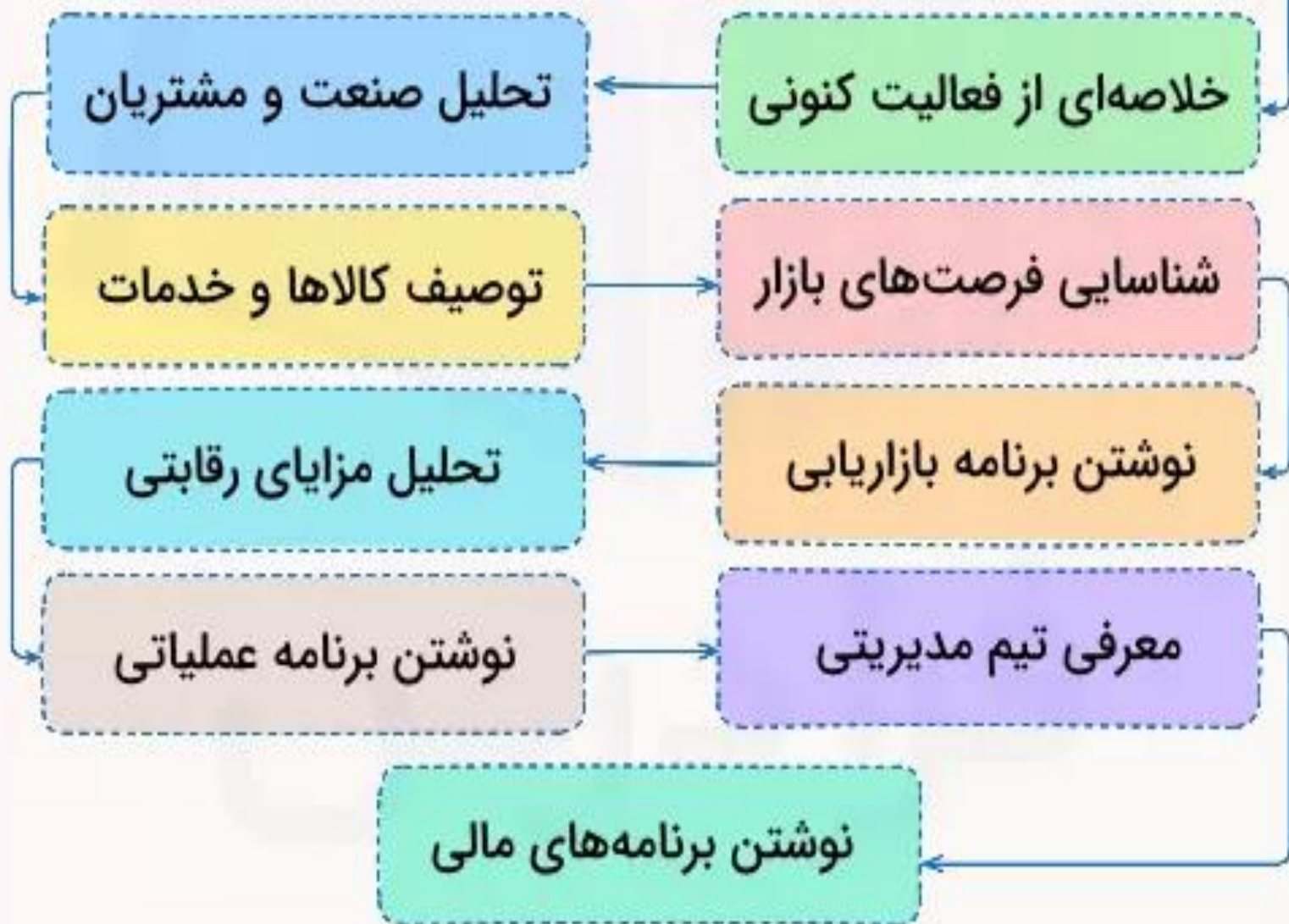
این طرح حتی در صورت عدم نیاز به جذب سرمایه از منابع خارجی می‌تواند در شناسایی شکاف‌ها قبل از ایجاد مشکل کمک کند.

باید توجه کرد که در دنیای پر رقابت امروزی، همه کسب و کارها به دنبال کسب بیشترین سهم بازار هستند.

بنابراین درک ارزش فعالیت اقتصادی مدنظر و ارائه مناسب آن از طریق طرح کسب و کار با قالب‌بندی مناسب بسیار ضروری است.

در این کارگاه با تشریح ۹ گام اصلی در تدوین Business Plan، سعی شد بخش‌های مهم نگارش طرح کسب و کار مورد بررسی قرار گیرد.

نحوه نوشتن بیزینس پلن موفق



دست به دست هم دهیم به مهر
میهن خویش را کنیم آباد

