

طرح جهش تولید- 1399



طرح کسب‌وکار

]نام طرح خود را بنویسید[

|  |  |
| --- | --- |
| عنوان طرح به فارسی |  |
| عنوان طرح به انگلیسی |  |

1. معرفی طرح

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| چکیده طرح | | | | | | | | | |
| (بیان اجمالی ایده/ کالا/ خدمت، خلاصه‌ای از اهداف، بازار هدف، مزیت رقابتی و الزامات بودجه‌ای) | | | | | | | | | |
| محور طرح | | | | | | | | | |
| اینترنت و موبایل | فضای مجازی | | | ❑ | فناوری اطلاعات و ارتباطات | زیرساخت سازمانی | | | ❑ |
| تجارت الکترونیکی | | | ❑ | امنیت | | | ❑ |
| بازی | | | ❑ | نرم‌افزار سازمانی | | | ❑ |
| رسانه | | | ❑ | مهندسی اطلاعات | | | ❑ |
| علوم بهداشتی و درمانی | خدمات توسعه محصولات دارویی | | | ❑ | صنایع پیچیده | رباتیک | | | ❑ |
| تجهیزات بهداشتی درمانی، مهندسی پزشکی | | | ❑ | مهندسی الکترونیک و مخابرات | | | ❑ |
| کارخانجات و صنایع تولید انبوه | | | ❑ |
| خدمات IT بهداشتی درمانی | | | ❑ | کنترل و اتوماسیون | | | ❑ |
| بایوتکنولوژی | | | | ❑ | نانوتکنولوژی | | | | ❑ |
| سایر | | | |  | | | | | |
| حوزه کاربری طرح | | | | | | | | | |
| سلامت | | بهداشت | ❑ | | مدیریت منابع طبیعی | | انرژی | ❑ | |
| تجهیزات | ❑ | | آب | ❑ | |
| دارو | ❑ | | محیط زیست | ❑ | |
| پیشگیری | ❑ | | سایر (خاک، ...) | ❑ | |
| سبک زندگی | | | ❑ | | سرویس‌های مالی | | | ❑ | |
| سایر | | |  | | | | | | |

1. اعضای تیم

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مشخصات عضو هیئت‌علمی متقاضی | | | |
| نام و نام خانوادگی |  | دانشکده |  |
| رتبه علمی |  | زمینه تخصصی |  |
| تلفن همراه |  | پست الکترونیک |  |
| آدرس پستی |  | | |

| مشخصات اعضای تیم نوآور | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | نام و نام خانوادگی | سطح و رشته تحصیلات | تخصص | مسئولیت در تیم | درصد مالکیت | نوع همکاری[[1]](#footnote-1) | اطلاعات تماس |
| 1 |  |  |  |  |  |  | پست الکترونیک |
|  |
| شماره تماس |
|  |
| 2 |  |  |  |  |  |  | پست الکترونیک |
|  |
| شماره تماس |
|  |
| 3 |  |  |  |  |  |  | پست الکترونیک |
|  |
| شماره تماس |
|  |
| 4 |  |  |  |  |  |  | پست الکترونیک |
|  |
| شماره تماس |
|  |

1. مأموریت، چشم‌انداز و اهداف

|  |  |
| --- | --- |
| مأموریت | |
| (بیان فلسفه وجودی ایده/ کالا/ خدمت، نحوه تحقق فلسفه وجودی، گستره و مخاطبان، تعهدات نسبت به مشتریان، ارزش‌ها و مزیت رقابتی) | |
| چشم‌انداز | |
| (بیان گستره جغرافیایی، افق زمانی و ...) | |
| اهداف (اهداف متصور در راستای دستیابی به چشم‌انداز) | |
| اهداف بازاریابی | (مشخص شود كه قرار است اين ایده/ کالا/ خدمت (در صورت عملیاتی شدن) در 10 سال آينده چه سهم از بازار را از آن خود كند) |
| اهداف عملیاتی | (مشخص شود كه قرار است اين ایده/ کالا/ خدمت (در صورت عملیاتی شدن) در 10 سال آينده به چه میزان عملیاتی شود) |
| اهداف نیروی انسانی | (مشخص شود كه قرار است اين ایده/ کالا/ خدمت (در صورت عملیاتی شدن) در 10 سال آينده چه تعداد نيروي انساني به‌كار گيرد) |
| اهداف مالی | (مشخص شود كه قرار است اين ایده/ کالا/ خدمت (در صورت عملیاتی شدن) در 10 سال آينده چه مقدار سود مالي مدنظر قرار دهد) |
| سایر اهداف | (در صورتي كه اهداف فوق نتواند به‌تنهايي چشم‌انداز را محقق نمايد، ساير اهداف مورد نياز بايد ذكر شود) |

1. توصیف طرح

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| خصوصيات و کاربردهاي ایده/ کالا/ خدمت | | |
| (توصیفات لازم در خصوص ویژگی‌ها و کاربردهای ایده/ کالا/ خدمت و نیز ویژگی‌های متمایزکننده این طرح با طرح‌های مشابه) | | |
| موانع و مشکلات پیاده‌سازی ایده/ کالا/ خدمت | | |
| (موانع و مشکلات پیاده‌سازی طرح و نیز راهکار پیشنهادی متصور برای مقابله با آن) | | |
| سطح آمادگی فناوری (TRL) در مقطع کنونی | | |
| TRL | توضیح | سطح طرح شما |
| 1 | اصول پایه‌ای علمی به منظور تبدیل شدن طرح به کاربردهای عملی (در آینده) وجود دارد. | ❑ |
| 2 | مفهوم یا کاربرد طرح از طریق ایده‌پردازی فرموله شده است. | ❑ |
| 3 | مفهوم/ کاربرد طرح از طریق تحلیل و آزمایش به منظور تایید ایده اولیه آغاز و به اثبات مفهومی ختم شده است. | ❑ |
| 4 | نمونه اولیه و آزمایشگاهی طرح در محیط آزمایشگاهی ساخته شده است. | ❑ |
| 5 | نمونه اولیه و آزمایشگاهی طرح در محیطی که به محیط عملکرد واقعی شباهت دارد، ساخته شده است. | ❑ |
| 6 | نمونه کارآمد طرح در محیطی که به محیط عملکرد واقعی شباهت دارد، ساخته شده است. | ❑ |
| 7 | عملکرد نمونه طرح در محیط واقعی تایید شده است. | ❑ |
| 8 | نمونه طرح واقعی کامل ‌شده و به شرایط لازم برای کاربرد عملیاتی دست پیدا کرده است. | ❑ |
| 9 | طرح به تولید در مقیاس انبوه / راه­اندازی خط تولید رسیده است. | ❑ |
| سایر توصیفات لازم | | |
|  | | |

1. 
2. مدل کسب‌وکار

شرکای کلیدی

ارزش‌پیشنهادی

بخش‌های مشتری

فعالیت‌های کلیدی

منابع کلیدی

ارتباط با مشتری

روش‌های توزیع

ساختار هزینه

جریان‌های‌ درآمدی



1. برنامه‌های بازاریابی

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| تجزیه و تحلیل مشتریان | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| نوع | گروه مشتری | | جنسیت | محدوده سنی | | | | | | | | | | محدوده جغرافیایی | | | دلیل نیاز به طرح شما | | | | مدت نیاز | | سطح درآمد | | | | | تحصیلات | | | نحوه ارتباط با مشتری | | نحوه توزیع | سایر ویژگی‌های کلیدی |
| کودک | | | نوجوان | | جوان | | میان‌سال | پیر | | کم | متوسط | | | زیاد |
| حقیقی |  | |  | ❑ | | | ❑ | | ❑ | | ❑ | ❑ | |  | | |  | | | |  | | ❑ | ❑ | | | ❑ |  | | |  | |  |  |
|  | |  | ❑ | | | ❑ | | ❑ | | ❑ | ❑ | |  | | |  | | | |  | | ❑ | ❑ | | | ❑ |  | | |  | |  |  |
|  | |  | ❑ | | | ❑ | | ❑ | | ❑ | ❑ | |  | | |  | | | |  | | ❑ | ❑ | | | ❑ |  | | |  | |  |  |
| نوع | گروه مشتری | | | | | محدوده جغرافیایی | | | | | | | مقیاس | | | | | | | دلیل نیاز به ایده/ کالا/ خدمت | | | | | مدت نیاز | | | | نحوه ارتباط با مشتری | | | نحوه توزیع | | سایر ویژگی‌های کلیدی |
| بزرگ | | متوسط | | کوچک | | |
| حقوقی |  | | | | |  | | | | | | | ❑ | | ❑ | | ❑ | | |  | | | | |  | | | |  | | |  | |  |
|  | | | | |  | | | | | | | ❑ | | ❑ | | ❑ | | |  | | | | |  | | | |  | | |  | |  |
|  | | | | |  | | | | | | | ❑ | | ❑ | | ❑ | | |  | | | | |  | | | |  | | |  | |  |
| تجزیه و تحلیل بازار | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ردیف | گروه مشتری | | | | | | کل بازار موجود | | | | | | | | | بازار در دسترس | | | | | | | | | | بازار هدف | | | | | سایر تحلیل‌ها | | | |
|  | (با توجه به مشتریان حقیقی و حقوقی) | | | | | |  | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | |
|  |  | | | | | |  | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | |
|  |  | | | | | |  | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | |
| تجزیه و تحلیل رقبا | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ردیف | | گروه رقبا | | | اندازه (نسبت به شما) | | | | | | | | | | | | | | | | | ویژگی‌های کلیدی | | | | | | | | مزیت طرح شما نسبت به رقیب | | | | |
| بزرگتر | | | | | یکسان | | | | | | | | کوچکتر | | | |
|  | |  | | | ❑ | | | | | ❑ | | | | | | | | ❑ | | | |  | | | | | | | |  | | | | |
|  | |  | | | ❑ | | | | | ❑ | | | | | | | | ❑ | | | |  | | | | | | | |  | | | | |
|  | |  | | | ❑ | | | | | ❑ | | | | | | | | ❑ | | | |  | | | | | | | |  | | | | |
| تجزیه و تحلیل شرکای کلیدی | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ردیف | | گروه شریک | | | حوزه همکاری | | | | | | | | | | | | | | | | | ویژگی‌های کلیدی شریک | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| قیمت‌گذاری و تبلیغات | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| نحوه قیمت‌گذاری | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| نحوه اطلاع‌رسانی به مشتریان | | | | | | | | مطبوعات | | | | | | | | | | | ❑ | | | | | | | صداوسیما | | | | | | ❑ | | |
| بروشور و کاتالوگ | | | | | | | | | | | ❑ | | | | | | | برگ تبلیغاتی | | | | | | ❑ | | |
| اینترنت | | | | | | | | | | | ❑ | | | | | | | شبکه‌های اجتماعی | | | | | | ❑ | | |
| افراد | | | | | | | | | | | ❑ | | | | | | | سازمان‌ها | | | | | | ❑ | | |
| سایر روش‌ها | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | |
| زمان مورد نیاز برای شناساندن به مشتری هدف و به دست آوردن سهم بازار مطلوب | | | | | | | | كمتر از 3 ماه | | | | | | | | | | | ❑ | | | | | | | 3-6 ماه | | | | | | ❑ | | |
| 6-9 ماه | | | | | | | | | | | ❑ | | | | | | | 9-12 ماه | | | | | | ❑ | | |
| 1-2 سال | | | | | | | | | | | ❑ | | | | | | | بیش از 2 سال | | | | | | ❑ | | |



| تحقيق و توسعه و مزيت‌ها | |
| --- | --- |
| اقدامات تحقیق و توسعه |  |
| مکمل‌ها و جایگزین‌های ایده/کالا/ خدمت |  |
| مزیت طرح شما نسبت به موارد جایگزین |  |
| سایر توضیحات لازم |  |

1. برنامه‌های عملیاتی و تولید

|  |  |
| --- | --- |
| فناوری‌های مورد نیاز طرح | |
|  | |
| برآورد فضای مورد نیاز طرح | |
| اداری |  |
| کارگاهی/ آزمایشگاهی |  |
| فضای انبار مواد |  |
| پارکینگ |  |
| سایر |  |

| چارچوب قانوني، عوامل اجتماعی و زیست‌محیطی | |
| --- | --- |
| مجوزها و تأییدات مورد نیاز |  |
| مراجع رسمی تاییدکننده و استانداردهای موجود |  |
| منافع اجتماعی حاصل از طرح |  |
| منابع زیست‌محیطی متأثر از طرح |  |
| سایر توضیحات لازم |  |

1. برنامه زمانی

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | شرح اقدامات | سال اول | | | | سال دوم | | | | سال سوم | | | | سال چهارم | | | | سال پنجم | | | |
| فصول | | | | فصول | | | | فصول | | | | فصول | | | | فصول | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

| برآورد درآمدها | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | گروه مشتری | کل بازار موجود | بازار در دسترس | بازار هدف | سال اول | | | سال دوم | | | سال سوم | | | سال چهارم | | | سال پنجم | | | ارزش کل  (بر حسب هزار ریال) |
| سهم بازار (برحسب درصد) | درآمد حاصل از هر مشتری  (بر حسب هزار ریال) | ارزش کل  (بر حسب هزار ریال) | سهم بازار (برحسب درصد) | درآمد حاصل از هر مشتری  (بر حسب هزار ریال) | ارزش کل  (بر حسب هزار ریال) | سهم بازار (برحسب درصد) | درآمد حاصل از هر مشتری  (بر حسب هزار ریال) | ارزش کل  (بر حسب هزار ریال) | سهم بازار (برحسب درصد) | درآمد حاصل از هر مشتری  (بر حسب هزار ریال) | ارزش کل  (بر حسب هزار ریال) | سهم بازار (برحسب درصد) | درآمد حاصل از هر مشتری  (بر حسب هزار ریال) | ارزش کل  (بر حسب هزار ریال) |
| 1 | (با توجه به تجزیه و تحلیل بازار) | (با توجه به تجزیه و تحلیل بازار) | (با توجه به تجزیه و تحلیل بازار) | (با توجه به تجزیه و تحلیل بازار) |  |  | (حاصل ضرب بازار هدف، سهم بازار و درآمد حاصل از هر مشتری در سال) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | (مجموع ارزش کل به‌دست آمده در 5 سال برای گروه مشتری شماره 1) |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| مجموع درآمدها از تمام گروه‌های مشتریان در 5 سال (بر حسب هزار ریال) | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. تحلیل مالی

| برآورد هزینه‌های ثابت | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | شرح هزینه | هزینه ثابت مورد نیاز (برحسب هزار ریال) | | | | | |
| سال اول | سال دوم | سال سوم | سال چهارم | سال پنجم | مجموع |
| 1 | محل اجرای طرح | (مجموع سطوح پایین‌تر) | (مجموع سطوح پایین‌تر) | (مجموع سطوح پایین‌تر) | (مجموع سطوح پایین‌تر) | (مجموع سطوح پایین‌تر) | (مجموع سطوح پایین‌تر) |
| 1-1 | زمین |  |  |  |  |  |  |
| 1-2 | ساختمان‌سازی |  |  |  |  |  |  |
| 1-3 | محوطه‌سازی |  |  |  |  |  |  |
| 1-4 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 2 | ابزارها و ماشین‌آلات |  |  |  |  |  |  |
| 2-1 | وسايل آزمايشگاهي |  |  |  |  |  |  |
| 2-2 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 3 | تجهیزات اداری و کارگاهی |  |  |  |  |  |  |
| 3-1 | ملزومات اداری (میز، صندلی و ...) |  |  |  |  |  |  |
| 3-2 | رایانه‌ و ملزومات آن |  |  |  |  |  |  |
| 3-3 | ملزومات آشپزخانه |  |  |  |  |  |  |
| 3-4 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 4 | هزینه‌های قبل از بهره‌برداری |  |  |  |  |  |  |
| 4-1 | هزينه‌هاي تهيه‌ي طرح، مشاوره، اخذ مجوز، حق ثبت، قراردادهاي بانكي |  |  |  |  |  |  |
| 4-2 | هزينه‌هاي راه‌اندازي و توليد آزمايشي |  |  |  |  |  |  |
| 4-3 | هزینه آموزش نیروی انسانی |  |  |  |  |  |  |
| 4-4 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 5 | متفرقه و پيش‌بيني نشده ( 10 درصد اقلام فوق ) |  |  |  |  |  |  |
| مجموع هزینه‌های ثابت (بر حسب هزار ریال) | | | | | | |  |



| برآورد هزینه‌های متغیر | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| حقوق و دستمزد | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ردیف | مسئولیت در تیم | تحصیلات | سال اول | | | | سال دوم | | | | سال سوم | | | | سال چهارم | | | | سال پنجم | | | | مجموع حقوق و دستمزد به تفکیک مسئولیت |
| تعداد نفرات | حق‌الزحمه به ازای هر ساعت (برحسب هزار ریال) | تعداد ساعت هر نفر | مجموع هزینه  (برحسب هزار ریال) | تعداد نفرات | حق‌الزحمه به ازای هر ساعت (برحسب هزار ریال) | تعداد ساعت هر نفر | مجموع هزینه  (برحسب هزار ریال) | تعداد نفرات | حق‌الزحمه به ازای هر ساعت (برحسب هزار ریال) | تعداد ساعت هر نفر | مجموع هزینه  (برحسب هزار ریال) | تعداد نفرات | حق‌الزحمه به ازای هر ساعت (برحسب هزار ریال) | تعداد ساعت هر نفر | مجموع هزینه  (برحسب هزار ریال) | تعداد نفرات | حق‌الزحمه به ازای هر ساعت (برحسب هزار ریال) | تعداد ساعت هر نفر | مجموع هزینه  (برحسب هزار ریال) |
| 1 | (با توجه به مسئولیت اعضای تیم) |  |  |  |  | (حاصلضرب تعداد نفرات، حق‌الزحمه و تعداد ساعت) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| مجموع هزینه حقوق و دستمزد به تفکیک سال | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |



| جمع‌بندی برآورد هزینه‌های متغیر | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | شرح هزینه | هزینه متغیر مورد نیاز (برحسب هزار ریال) | | | | | |
| سال اول | سال دوم | سال سوم | سال چهارم | سال پنجم | مجموع به تفکیک شرح هزینه |
| 1 | حقوق و دستمزد | (خروجی جدول حقوق و دستمزد) |  |  |  |  |  |
| 2 | سوخت و انرژی | (خروجی سطوح پایین‌تر) |  |  |  |  |  |
| 2-1 | آب |  |  |  |  |  |  |
| 2-2 | برق |  |  |  |  |  |  |
| 2-3 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 3 | تعمیر و نگهداری |  |  |  |  |  |  |
| 3-1 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 4 | مواد اولیه و بسته‌بندی/ فنی |  |  |  |  |  |  |
| 4-1 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 5 | استهلاک (هر ساله درصدی از ارزش دارایی‌های ثابت به دلیل بهره‌برداری کاهش می‌یابد؛ مثلا 10 درصد) |  |  |  |  |  |  |
| 5-1 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 6 | اداری |  |  |  |  |  |  |
| 6-1 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 7 | بازاریابی |  |  |  |  |  |  |
| 7-1 | ... |  |  |  |  |  |  |
| 8 | متفرقه و پيش‌بيني نشده ( 10 درصد اقلام فوق ) |  |  |  |  |  |  |
| مجموع هزینه‌های متغیر به تفکیک سال (بر حسب هزار ریال) | |  |  |  |  |  |  |



| جمع‌بندی تحلیل مالی | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| سال | مجموع درآمدها  (برحسب هزار ریال) | مجموع هزینه‌های ثابت  (برحسب هزار ریال) | مجموع هزینه‌های متغیر  (برحسب هزار ریال) | مجموع هزینه‌ها  (برحسب هزار ریال) | درصد مشارکت در تأمین سرمایه | | سود  (برحسب هزار ریال) | شرایط لازم |
| مالک طرح | سرمایه‌گذار |
| **اول** |  |  |  | (مجموع هزینه‌های ثابت و متغیر) |  |  | (تفاضل مجموع هزینه‌ها و مجموع درآمدها) |  |
| **دوم** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **سوم** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **چهارم** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **پنجم** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **مجموع** |  |  |  |  |  |  |  |  |



| شاخص‌های مالی | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| عنوان | نحوه محاسبه | میزان شاخص | تحلیل |
| نقطه سر به سر |  |  |  |
| نرخ بازگشت سرمایه |  |  |  |

1. پیشنهادات

در اين بخش پيشنهادات موجود در زمينه سرمايه مورد نياز، نحوه جذب سرمايه، مصرف وجوه، برگشت سرمايه و مواردي از اين قبيل مطرح مي­گردد.

1. پیوست‌ها

دربرگيرنده اطلاعات تکميلي در زمينه طرح نظیر سوابق افراد کلیدی، مدارک مربوط به تولید، توصیفات بیشتر در مورد ایده/ کالا/ خدمت، اسناد تحلیل‌های مالی و ساير اطلاعات مهم و مرتبط.

1. نوع همکاری کدام یک از این سه حالت است؟ 1. تمام وقت؛ 2. پاره وقت؛ 3. مشاور (تمام وقت به این معنی است که فرد در هیچ طرح دیگری فعالیت ندارد). [↑](#footnote-ref-1)