

از ایده تا اجرا راه اندازی کسب و کار

تالیف:

محمد رضا شریف

محسن شریف

موسسه مطالعات راهبردی سپینود شرق

www.sepinud.com

موسسه مطالعات راهبردی سپینود شرق

آدرس: تهران، پاسداران، بوستان ۳، پلاک ۳، واحد ۵

تلفن ویژه: +۹۸ ۲۱ ۲۲۵۸۴۹۰۱ (ده خط)

۳ - +۹۸ ۲۱ ۲۲۷۷۹۸۰۰

فکس: +۹۸ ۲۱ ۲۲۵۸ ۰۳۴۳

www.sepinud.com

info@sepinud.com

از ایده تا اجرا، راه اندازی کسب و کار

نویسنده: محمدرضا شریف، محسن شریف

ناشر: شفاف،

توزیع: سمت نو

نوبت چاپ: اول، پاییز ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۷۱-۳۴-۳

قیمت: ۵۰۰۰ تومان

خرید اینترنت از سمت نو: www.samteno.com

./ © تمام حقوق محفوظ است./

تلفن: ۸۶۰۲۱۲۸۱ - ۰۲۱ فکس: ۸۹۷۸۵۵۶۶ - ۰۲۱

همراه و تلگرام: ۸۸۸ ۰۹۳۶ ۰۹۳۶

www.shafaaf.com

info@shafaaf.com

فهرست مطالب

۴	مقدمه
۵	از کجا آغاز کنیم؟
۷	انتخاب ایده سرمایه‌گذاری
۱۳	برخی نکات مهم در انتخاب ایده سرمایه‌گذاری مناسب
۱۴	مطالعات بازار
۱۸	طرح امکانسنجی یا طرح توجیهی فنی - اقتصادی چیست؟
۲۴	هدف از نوشتن طرح توجیهی (امکان‌سنجی) چیست؟
۲۷	اهمیت استانداردهای سیستم بانکی در تهیه طرح
۲۹	معیارهای مهم در انتخاب ماشین‌آلات
۳۴	بایدهای پروفرما یا پیش‌فاکتور ماشین‌آلات
۳۶	تامین مالی پروژه
۳۸	نقش برنامه ریزی پروژه در مدیریت منابع
۴۰	برای جذب سرمایه‌گذار خارجی چقدر آمادگی دارید؟
۴۵	سپینود شرق، از ایده تا اجرا

مقدمه

کارآفرینی، خلق ثروت و سرمایه گذاری از جمله اصطلاحاتی هستند که این روزها زیاد شنیده می شوند. سوال اساسی در این زمینه این است که آیا شروع یک کسب و کار جدید یا انجام موفق یک پروژه سرمایه گذاری از اصول و قواعد مشخص پیروی می کند. این اصول و قواعد کدامند؟ فرآیند یک سرمایه گذاری درست چگونه است؟ ما در این مجموعه تلاش کرده ایم تا این سوالات را با زبان ساده و به دور از پیرایه های فنی و آکادمیک توضیح دهیم.

در این مجموعه ابتدا توضیح می دهیم ایده ی سرمایه گذاری خوب چیست؟ سپس به مطالعه بازار (Market Research) به عنوان یک مبنای مهم برای تصمیم گیری می پردازیم؛ در مرحله بعد مطالعات امکانسنجی (Feasibility Study) به عنوان یک روش مهم برای تجزیه و تحلیل یک پروژه سرمایه گذاری مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می گیرد و پس از آن به تامین ماشین آلات و تامین مالی (Finance) پروژه اشاره خواهیم کرد و در نهایت به فاکتورهای مهم در آمادگی برای جذب سرمایه گذار خارجی می پردازیم.

این مجموعه حاوی اطلاعاتی برگرفته از تجربیات موسسه سپینود شرق در زمینه ی مشاوره سرمایه گذاری و مشاوره صنعتی است. هدف ما از گردآوری این اطلاعات این است که فرآیند درست سرمایه گذاری، با ذکر اصلی ترین نکات با زبانی ساده به سرمایه گذاران و کارآفرینان یادآوری شود. بدیهی است این مجموعه فقط به نکات مهم و اصلی در فرایند سرمایه گذاری اشاره کرده است و سرمایه گذاران باید با مراجعه به منابع اصلی به عمق مطالعات خود افزوده و با مدد گرفتن از مشاوران صاحب صلاحیت در جهت درست قدم بردارند.

از کجا آغاز کنیم؟

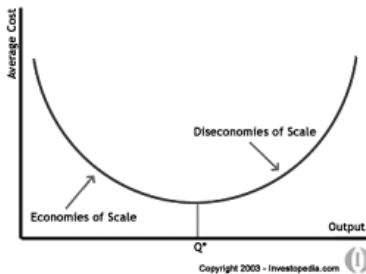
اصولاً زمانی می‌توان کسب و کاری را به بهترین نتیجه رساند، که مطالعه و تجربه‌ی کافی در آن زمینه وجود داشته باشد. این دو مبحث «بررسی و تجربه» هر دو، کیفی هستند و به صورت کمی، غیر قابل اندازه‌گیری هستند و فاکتورهای اندازه‌گیری و مقایسه‌ی آنها نیز مقادیر کیفی مانند رقابتی بودن و تخصصی بودن آنهاست که باعث می‌شود نمره‌های متفاوتی بگیرند. بنابراین نمی‌توان نسخه یا فرمولی از پیش تعیین شده برای شروع کسب و کار ارائه نمود؛ اما آنچه اهمیت دارد در شروع یک کسب و کار موفق انجام بررسی‌های اقتصادی، مالی و فنی درست یا به عبارتی انجام دادن مطالعه‌ی بازاری است که در آن نیاز بازار شناخته و در صورت لزوم به صورت میدانی از مصرف‌کنندگان، واسطه‌ها و فروشنده‌ها اطلاعات کافی گرفته شود تا داده‌های جمع‌آوری شده تکمیل و قابل استناد باشد.

البته شایان ذکر است در سرمایه‌گذاری‌های کوچک پرداخت هزینه‌های مطالعات بازار برای سرمایه‌گذار ممکن است مقرون به صرفه نباشد یا غیر ممکن به نظر برسد در چنین شرایطی خود سرمایه‌گذار شخصاً باید این تحقیقات را انجام دهد، بدیهی است که این تحقیقات از سمت خود سرمایه‌گذار حتی‌المقدور باید اصولی، علمی و درست انجام گیرد.

از دیدگاه یک مشاور سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاری‌های خرد به صورت متداول، سخت‌تر و پیچیده‌تر از سرمایه‌گذاری‌های کلان است که این پیچیدگی ناشی از هزینه‌های سربار بالای این نوع سرمایه‌گذاری است،

هر چند از دیدگاه مدیریتی و تصمیم گیری تفاوت چندانی میان مدیر یک کسب و کار کوچک با مدیر یک کارخانه بزرگ نیست. به عبارت دیگر همه بخش‌های مدیریتی مانند تولید، بازاریابی، حسابداری، برندسازی، خدمات پس از فروش و ... در هر دو بنگاه کوچک و بزرگ باید مورد توجه قرار گیرند. از طرف دیگر در سرمایه‌گذاری‌های خرد به دلیل قدرت ورود اشخاص جدید به این حرفه، رقابت پیچیده‌تر و در نهایت سودآوری پایین‌تر است.

موفقیت شرکت‌های تولیدکننده‌ی چینی و پایین بودن بهای تمام شده‌ی کالای تولیدی آنها همه به دلیل ظرفیت بسیار بالای صنایع آنهاست. صنایع چین ظرفیت تولید چندین برابری نسبت به کشور ما دارند و عملاً برای کل دنیا تولید می‌کنند و این باعث موفقیت آنها و در اصطلاح استفاده درست از قانون صرفه در مقیاس Economy of scale می‌شود.



تصویر شماره ۱: قانون صرفه به مقیاس

استفاده از قانون اهرم‌ها در سرمایه‌گذاری می‌تواند در بهبود روند سرمایه‌گذاری کمک نماید اگر سرمایه‌گذاران بتوانند از تسهیلات، وام و یا نوع دیگر از سرمایه‌گذاری مشارکتی استفاده کنند. در عمل چندین برابر شدن منابع تولید، در نهایت سود بیشتری نصیبشان می‌کند.

بدیهی است منابع اخذ شده در قالب تسهیلات باید به درستی

برنامه‌ریزی و مدیریت شوند.

انتخاب ایده سرمایه‌گذاری

همه سرمایه‌گذاران به دنبال بهترین پروژه سرمایه‌گذاری هستند اما واقعاً بهترین پروژه سرمایه‌گذاری چه خصوصیاتی دارد و یا به عبارتی هدف ایده‌آل ما چیست؟

همه سرمایه‌گذاران به دنبال یافتن بهترین ایده سرمایه‌گذاری هستند. درحالی که ابعاد بهترین ایده از منظر هر سرمایه‌گذار متفاوت است. اما دانستن ایده‌آل‌های سرمایه‌گذاری در انتخاب و اولویت‌بندی پروژه تاثیرگذار خواهد بود.

اینکه کدام ایده برای سرمایه‌گذاری خوب است به دو عامل باز می‌گردد. اول شرایط محیط کسب و کار و دوم ویژگی‌های سرمایه‌گذار. به عبارت دیگر ایده سرمایه‌گذاری در وهله ی اول می‌تواند از سه منظر بازار، فنی و مالی مورد بررسی قرار گیرد. از طرف دیگر ایده سرمایه‌گذاری باید با توانایی‌ها و قابلیت‌های علمی، فنی و مالی سرمایه‌گذار مطابقت داشته باشد. تنها در این صورت است که اگر ایده به مرحله اجرا درآید پروژه موفق‌تری حاصل می‌شود.

ایده سرمایه‌گذاری از منظر بازار

بسیاری از ایده‌ها، زمانی ایده‌های جذابی بودند؛ چرا که بازار خالی از رقیب بود و محصول می‌توانست با حجم بالا به فروش برسد. اما با گذشت زمان آن ایده‌ها به مرحله اجرا درآمده‌اند و محصولاتشان در بازار جا گرفته‌اند و اکنون اگر سرمایه‌گذار جدیدی بخواهد وارد این بازار شود باید با آنها رقابت کند. در برخی از محصولات ما با بازار اشباع روبرو

هستیم یعنی در بازار داخلی، عرضه یا با تقاضا برابر است یا عرضه بیشتر از تقاضا است.

از این منظر، بهترین ایده‌ی سرمایه‌گذاری ایده‌ای است که فروش محصول تضمینی داشته باشد. مثل تولید مواد اولیه کارخانه‌ی دیگری که در واقع نیاز به بازاریابی ندارد البته به شرط اینکه قیمت تمام شده محصول از قیمت بازار پائین‌تر باشد و همچنین خرید تضمینی تا اوم داشته باشد. به عنوان مثال می‌توان به قراردادهای تضمینی فروش برق نیروگاه‌ها اشاره کرد.

ایده سرمایه‌گذاری از منظر تکنولوژی

رشد تکنولوژی باعث تغییراتی در محصولات، نیازها و فرآیندهای تولید شده است. تولید بسیاری از محصولات با توجه به تکنولوژی‌های جدید توجیه اقتصادی ندارند. وجود کانال‌های قوی و انحصاری پخش و فروش، عرصه را بر بسیاری از صنایع تنگ نموده است. از این منظر ایده خوب دیروز، امروز دیگر ایده خوبی نیست. اینکه پروژه الف، چهار سال پیش اجرا شده و موفق بوده است، دلیل ندارد که امروز هم اجرا شود حتماً موفق بشود.

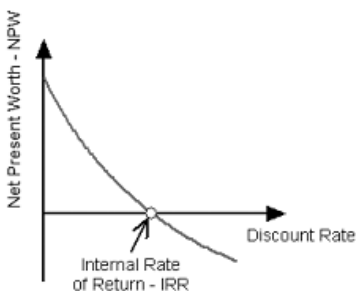
محیط کسب و کار یک محیط پویاست. به عبارت دیگر محیط کسب و کار همیشه در حال تغییر است. ماهیت کسب و کارها شامل تکنولوژی و محصولات در حال رشد و ارتقا هستند و بازیگران کسب و کارها هم در حال تلاش برای بهبود می‌باشند. بنابراین بررسی و تصمیم‌گیری در مورد انتخاب یک کسب و کار و فرصت سرمایه‌گذاری با توجه به این پویایی صورت گیرد.

از این دیدگاه، پروژه‌ای که آخرین و به روزترین تکنولوژی جهانی را با کمترین هزینه با نصب و راه‌اندازی و گارانتی مناسب خریداری کند از منظر تکنولوژی بهترین ایده است. در واقع آخرین تکنولوژی این حسن را دارد که دیرتر کهنه می‌شود کمترین ضایعات را دارد و بهینه‌ترین مصرف انرژی

را دارد. از طرفی گارانتی مادام‌العمر ماشین‌آلات غیرممکن است ولی تعهد نصب و راه‌اندازی، تعهد تامین قطعات و خدمات پس از فروش، تعهداتی است که برای کاهش ریسک سرمایه‌گذاری مورد نیاز است. معمولاً امکان خرید آخرین تکنولوژی به قیمت ارزان وجود ندارد ولی قطعاً با مقایسه و بررسی دقیق تکنولوژی می‌توان مناسب‌ترین تکنولوژی و یا ماشین‌آلات را با توجه به محدودیت منابع انتخاب کرد.

ایده سرمایه‌گذاری از منظر مالی

بهترین پروژه از منظر مالی پروژه‌ای است که با کمترین منابع مالی بهترین سود یا برگشت سرمایه را داشته باشد، پروژه‌ای که با برنامه‌ریزی و زمان‌بندی درست از کمترین منابع مالی و کمترین خواب پول بیشترین ارزش افزوده و سود را به دست آورد. نرخ بازده داخلی IRR، نقطه سر به سر و ارزش خالص فعلی طرح NPV از مهمترین شاخصهای مالی پروژه هستند.



engineeringtoolbox.com

تصویر شماره ۳: نرخ بازده داخلی و ارزش خالص فعلی طرح

سایر معیارهای انتخاب پروژه‌های سرمایه‌گذاری

شاخص‌های مثبت

شاخص‌هایی که به عنوان نکات مثبت یا نقاط قوت پروژه از آنها می‌توان یاد کرد.

۱- تکمیل سبد فروش محصولات

* تولید محصولی که کنار سایر محصولات سرمایه‌گذار قابلیت فروش

دارد

۲- تکمیل زنجیره تامین

* تامین مواد اولیه موردنیاز در سایر فعالیت‌های سرمایه‌گذار

۳- دسترسی به تکنولوژی

* نحوه تامین و قابلیت دسترسی به تکنولوژی با توجه به پیچیدگی

و جدید بودن

۴- میزان سوددهی و برگشت سرمایه

* مقایسه سود دهی پروژه نسبت به سایر پروژه‌ها

۵- مزیت منطقه‌ای

* امکان تامین مواد اولیه ارزان قیمت، دسترسی به بازار منطقه‌ای،

نیروی کار ماهر

۶- حجم سرمایه‌گذاری

* استفاده حداکثری از منابع در نظر گرفته شده برای سرمایه‌گذاری

مستقیم

۷- خلاء بازار

* تفاوت محسوس عرضه و تقاضا، بازار به محصول تولیدی نیاز دارد

و قابلیت فروش محصول وجود دارد.

۸- اشتغالزایی

* مستقیم: میزان اشتغال در واحد صنعتی

* غیر مستقیم: میزان اشتغال به واسطه وجود کارخانه در منطقه در

صنایع پایین و بالادست مثل تولید مواد اولیه، فروش و پخش و ...

۹- مزیت زیست محیطی

* پروژه ای که با بررسی‌های مناسب از ضرر و زیانهای احتمالی به

محیط زیست جلوگیری کند.

شاخص‌های منفی

شاخص‌هایی که به عنوان نکات منفی یا نقاط ضعف پروژه از آنها می‌توان یاد کرد. اما در صورتی که سرمایه‌گذار از این امکانات برخوردار باشد این شاخص‌ها از نقاط قوت پروژه خواهد بود.

۱- نیاز به استفاده از سیستم توزیع و پخش

* فروش محصول به سیستم مویرگی فروش یا پخش مجزا و خاص نیاز دارد. وجود سیستم پخش قوی جزء مزیت‌های سرمایه‌گذار تلقی می‌شود.

۲- نیاز به برندینگ

* فروش محصول نیاز به برندینگ و تبلیغات دارد. وجود برندهای متعدد به معنای رقابت شدید در بازار خواهد بود و این موضوع برای سرمایه‌گذاران خرد هزینه‌بر و ناخوشایند خواهد بود.

بهترین پروژه سرمایه‌گذاری منابع مالی خود را به همراه می‌آورد این منابع تسهیلات دولتی، فاینانس یا یوزانس فروشنده ماشین‌آلات یا حتی شراکت و سرمایه‌گذاری خریدار محصول می‌تواند باشد. در پایان می‌توان گفت رسیدن به انتخاب مناسب بدون بررسی، مطالعه و کارشناسی و برنامه‌ریزی امکان‌پذیر نیست.

فرآیند انتخاب ایده سرمایه‌گذاری، یکی از موثرترین گام‌ها در جهت موفقیت یک پروژه سرمایه‌گذاری است. پس با توجه به نقش کلیدی انتخاب درست ایده سرمایه‌گذاری و شناخت فرصت‌های سرمایه‌گذاری باید به نسبت وزن سنگین و نقش اثر گذار آن در بهبود فرآیند سرمایه‌گذاری توجه داشت و برای صرف هزینه‌ها بصورت کارا، وزن بیشتری برای هزینه‌های مطالعات شامل بررسی‌های اولیه و امکان‌سنجی طرح یا تهیه طرح‌توجیهی فنی اقتصادی پروژه لحاظ شود.

برخی نکات مهم در انتخاب ایده سرمایه‌گذاری مناسب

به سرمایه‌گذارانی که در مراحل اولیه انتخاب ایده سرمایه‌گذاری هستند پیشنهاد می‌کنیم. در انتخاب ایده سرمایه‌گذاری با توجه به موارد زیر با کمک مشاور ذیصلاح این انتخاب را انجام دهند.

* انتخاب موضوع و پروژه‌های سرمایه‌گذاری براساس اولویت‌ها و نیازهای کشور مثلاً: توجه به اولویت‌های اعلامی صندوق توسعه ملی و اولویت‌های وزارتخانه‌های مربوط

* بررسی آمار واردات کالاها و انتخاب فرصت‌های سرمایه‌گذاری از کالاهایی با واردات بیشتر

* بررسی نمایشگاه‌ها داخلی و خارجی و توجه به محصولات و تکنولوژی‌های جدید در حوزه‌های مورد علاقه

* بررسی مزیت‌های منطقه‌ای، نزدیکی به مواد اولیه، منابع انسانی متخصص و دیگر منابع در اختیار

* دسترسی آسان به بازار فروش داخلی و یا بازار فروش خارجی (صادرات)

* امکان استفاده از تسهیلات دولتی صندوق توسعه ملی و منابع مالی ارزان قیمت

* توجه به معافیت‌های مالیاتی در مناطق ویژه و خاص

* استفاده از مشوق‌های سرمایه‌گذاری

مطالعات بازار (Market Research)

مطالعه بازار، برنامه‌ریزی استراتژیک بازار، مطالعه برای تجدید و بازسازی برند، شناخت جایگاه برند در بازار و تحقیقات بازاریابی همگی از جمله روش‌های متنوعی هستند که مدیران سازمان‌های امروزی از آنها استفاده می‌کنند تا سهم بیشتری از بازار را نصیب خود سازند.

میزان عرضه، تقاضا، عرضه آتی و تقاضای آتی از جمله مهمترین فاکتورهای مطالعه بازار هستند. در واقع فاصله بین تقاضای آتی و عرضه آتی نشان می‌دهد که ورود به این بازار عملی و درست (امکان پذیر) است یا خیر.

بازار جهانی، میزان صادرات و واردات و نهایتاً تحلیل رقبا و مطالعات میدانی می‌توانند بر اعتبار تحلیل‌ها بیفزایند. اما بگذارید کمی دقیق‌تر به موضوع نگاه کنیم.

تحقیقات بازار چیست؟

تحقیقات بازار Market Research اصطلاحی است که به روند جمع‌آوری اطلاعات در مورد مخاطبان هدف و بازار هدف اشاره دارد. نقش اصلی تحقیقات بازار این است که به یک شرکت و یا یک سازمان کسب و کار با نمایش عمیق از مشتریان و یا مصرف‌کنندگان به منظور برآوردن نیازهای خود بهتر کمک کند. این فرایند از تحقیقات بازار قادر به رقابت با بازیکنان دیگر در همان صنعت خواهد بود یا خیر. این تحلیل‌ها همچنین به تجزیه و تحلیل چیزهایی مانند اندازه بازار، رقابت و

درک نیازهای بازار کمک می کند.

در واقع تحقیقات بازار، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل سیستماتیک و هدفمند از داده‌هایی در مورد بازار هدف، رقابت، و محیط است.

تحقیقات بازار تکنیک‌ها و روش‌های تحلیلی و آماری برای جمع‌آوری و تفسیر اطلاعات به شکلی منظم است. این فرایند شامل پژوهش‌های اجتماعی در محیط کسب و کار است.

روش‌های کشف علمی که برای تصمیم‌گیری بازاریابی استفاده می‌شود. به طور کلی شامل (۱) مطالعه بازار: شناسایی یک بازار خاص و اندازه آن و ویژگی‌های دیگر. (۲) مطالعه محصولات: شناسایی یک نیاز یا خواسته از ویژگی‌های محصول یا خدمات که موجب رضایت‌مندی می‌شود. (۳) مطالعه مشتریان: شناسایی ترجیحات، انگیزه‌ها و رفتار خرید مشتریان هدف است.

اطلاعات برای تحقیقات بازاریابی از مشاهده مستقیم مصرف‌کنندگان (از جمله در فروشگاه‌های خرده‌فروشی)، نظرسنجی از طریق ایمیل، تلفن و یا مصاحبه چهره به چهره و یا از منابع منتشر شده (مانند اطلاعات آمارگیری جمعیتی) جمع‌آوری می‌شود.

هدف از هر پروژه تحقیقات بازار رسیدن به افزایش درک موضوع می‌باشد. در حال حاضر با رقابتی‌تر شدن بازارهای سراسر جهان، تحقیقات بازار در دستور کار بسیاری از سازمان‌ها، اعم از بزرگ یا کوچک قرار گرفته است.

فاکتورهایی که در مطالعات بازار بررسی می‌شوند

تحقیقات بازار می‌تواند به عنوان یک روش ایده گرفتن از نیازهای مشتریان به شرح زیر در نظر گرفته شود. برخی از عوامل که می‌توانند از طریق این فرآیند مورد بررسی قرار گیرند عبارتند از:

۱. روند در بازار (Trends in the market): روند در واقع تغییرات

بازار در یک دوره معین از زمان است.

۲. بخش‌بندی بازار (Segmentation of the market):
در این قسمت از تحلیل، بازار به زیر گروه‌هایی با ویژگی‌هایی مشابه بخش‌بندی می‌شود و نیاز دارد که تمایزی بین جمعیت‌شناسی، انتخاب‌ها، جنسیت، شخصیت، و غیره ایجاد شود.
- بخش‌بندی بازار، فرآیندی است که بر اساس آن یک بازار به زیربخش‌های متمایزی از مشتریانی که نیازها و مشخصاتشان یکسان است تقسیم‌بندی می‌شود. از آنجاکه مشتریان هر بخش نیازها و خواسته‌های یکسانی دارند، به یک طرح بازاریابی و یک محصول خاص به شیوه‌ای مشابه پاسخ می‌دهند. بخش‌بندی بازار کمک می‌کند با تقسیم یک بازار بزرگ به بخش‌های کوچک‌تر، منابع سازمان به طور بهینه صرف مشتریان اصلی شود.
۳. اطلاعات موجود (Information available) اطلاعات بازار، اطلاعاتی هستند که در مورد قیمت‌های محصولات مختلف موجود در بازار وجود دارند.
۴. تجزیه و تحلیل SWOT : در این روش نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای یک کسب و کار یا شرکت مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.
۵. اثربخشی بازاریابی (Effectiveness of marketing)
اثربخشی بازاریابی به تجزیه و تحلیل ریسک، تحقیقات محصول، تجزیه و تحلیل مشتری، تجزیه و تحلیل رقیب و نظایر این‌ها می‌پردازد.

مزایای تحقیقات بازار

* بهره‌برداری از فرصت: یکی از بزرگ‌ترین مزایای انجام تحقیقات بازار این است که شما را قادر به پیدا کردن فرصت‌های مختلف در بازار کرده و امکان بهره‌برداری از آنها را به طور موثر فراهم می‌کند. به عنوان مثال، تحقیقات بازار به این سوال پاسخ می‌دهد که آیا محصول‌تان مناسب مشتریان هست یا خیر و اگر نیست، تحقیقات بازار به شناسایی مشتریان

مناسب کمک می‌کند.

* تشویق ارتباطات: تحقیقات بازار به شما برای پیدا کردن بهترین راه برای برقراری ارتباط با مشتریان کمک میکند. پس از اخذ نتایج تحقیقات، ماهیت، مخاطب، شخصیت، موارد مورد علاقه و مواردی مورد تنفر فرد و غیره مشتریان مشخص می‌شود و این باعث می‌شود راه‌های ارتباط و رسیدن به آن‌ها آسان‌تر شود.

* حداقل کردن ریسک: یکی دیگر از مزایای عمده تحقیقات بازار این است که کمک می‌کند تا ریسک‌های کسب و کار حداقل شده و اقدامات مورد نیاز در مورد موضوعات خاص در نظر گرفته شود.

* برقراری روند و سهم بازار: شرایط بازار به طور مداوم تغییر می‌کند. در چنین سناریویی، تنها تحقیقات بازار کامل می‌تواند به ایجاد ادامه روند و سپس تدوین و فرموله کردن برنامه با توجه به نیازهای فعلی و مورد نیاز مشتریان کمک کند.

* کشف مشکلات احتمالی: از آنجا که تحقیقات بازار واکنش، انتخاب‌ها و اولویت‌های مشتریان را نشان می‌دهد، یک کسب و کار می‌تواند محصول را تغییر دهد در حالی که هنوز در حال تولید و یا در فرآیند تولید است. اگر یکی از نتایج تحقیقات در دست باشد، پیدا کردن مشکلات و سپس کار روی آن‌ها آسان‌تر است.

نتایج تحقیقات بازاریابی

تحقیقات بازار یا مطالعات بازار یا تحقیقات بازاریابی، مطالعاتی است که با بررسی آماری میدانی به تحلیل نیاز بازار یا به عبارتی خلا بازار می‌پردازد. قابل توجه است نتیجه بررسی و مطالعات بازار می‌تواند اشباع بازار یا شناخت رقابت سنگین در بازار باشد.

۱. تحقیقات بازاریابی نخستین گام در راه شناختن خریداران است و در نتیجه زیربنای مدیریت سازمان‌هایی است که برنامه کار خود را با توجه به نیازها و خواسته‌های مشتریان تنظیم می‌کنند.

۲. از تحقیقات بازاریابی در تعیین سیاست‌های بازاریابی استفاده می‌کنند و به این ترتیب از عوامل قابل کنترل و خارج از کنترل بازار به بهترین صورت استفاده می‌شود.

۳. تحقیقات بازاریابی با کشف بازارهای جدید، موارد استفاده از محصولات یا خدمات پیشین را گسترش می‌دهد.

۴. تحقیقات بازاریابی باعث حذف تصمیماتی می‌شود که بر اطلاعات نادرست و یا حدسیات استوار است و از آنجاکه معمولاً پس از تصمیم‌گیری‌های مهم تجارتي، امکان بازگشت وجود ندارد، از سرمایه‌گذاری‌های سنگین در بخش‌های غیرضروری جلوگیری می‌شود.

۵. تحقیقات بازاریابی با سنجش تقاضا، مقدار فروش و میزان عرضه آتی را تعیین می‌نماید و به این ترتیب از بروز عوامل نارسایی (زیادی یا کمی تولید) جلوگیری می‌کند.

۶. تحقیقات بازاریابی موجب کاهش هزینه‌ها می‌شود.

۷. تحقیقات بازاریابی تاثیر فعاليت‌های تبليغاتي را زياد کرده، موجب افزايش فروش می‌شود.



تصویر شماره ۵: نقش مهم تحقیقات بازار

طرح امکان‌سنجی (طرح توجیهی فنی - اقتصادی) چیست؟

یک طرح توجیهی طرحی کلی از مهم‌ترین مسایل مرتبط با یک ایده کسب و کار است و هدف آن شناسایی عواملی است که مانع از موفقیت شما در بازار کار می‌شود. به عبارت دیگر، طرح توجیهی است که تعیین می‌کند آیا یک ایده کسب و کار ایده‌ای معقول است یا نه.

یک طرح توجیهی جامع، اطلاعات ضروری بسیاری برای طرح کسب و کار به دست می‌دهد. برای مثال، به منظور تعیین امکان‌سنجی یک پروژه، تحلیل خوبی از بازار ضروری است. این اطلاعات مبنای بخش بازار یک طرح کسب و کار قرار می‌گیرند.

از آنجا که تدوین یک طرح کسب و کار، سرمایه‌گذاری ارزشمندی از پول و زمان محسوب می‌شود، شما می‌خواهید پیش از انجام این سرمایه‌گذاری اطمینان حاصل کنید که هیچ مانع بزرگی بر سر راه ایده کسب و کارتان وجود ندارد. شناسایی این موانع هدف تدوین یک طرح توجیهی است.

گزارش طرح توجیهی (Feasibility Study Report) نوعی گزارش است که توجیه‌پذیری یک طرح را در ابعاد مختلف از قبیل بازار، فنی و مالی مورد بررسی و مطالعه قرار می‌دهد. یک گزارش توجیهی متشکل از سه قسمت است که به بررسی آن می‌پردازیم:

۱- مطالعه بازار (Market Study): ابعاد مختلف بازار محصول طرح توجیهی از قبیل عرضه، تقاضا، کمبود، بازار هدف و غیره را مورد بررسی قرار می‌دهد.

۲- توجیه پذیری فنی (Technical Feasibility): ابعاد فنی طرح توجیهی از جمله فن‌آوری، ظرفیت، محل اجرا، ماشین‌آلات و تجهیزات تولید و ساختار اجرائی طرح را مورد مطالعه قرار می‌دهد.

۳- تجزیه و تحلیل مالی (Financial Analysis): ابعاد مختلف مالی و سودآوری طرح توجیهی را آنالیز می‌کند.

هر طرحی دارای محصولات یا خدمات گوناگونی است که هدف از اجرای طرح توجیهی نیز، ارائه این محصولات به بازار مصرف است. بر این اساس پس از شناسایی بازارهای مصرف محصول و تعیین بازار، هدف مورد نظر باید مورد بررسی قرار گیرد. مواردی که در مطالعات بازار طرح توجیهی مدنظر است شامل تعیین آمار مربوط به میزان تولید، واردات، تقاضا، صادرات و مصرف محصول مورد نظر در طی سال‌های مختلف در کشور و نیز پیش‌بینی این موارد در آینده است.

پیش‌بینی تقاضا به عنوان یک مولفه مهم در مطالعه بازار متاثر از موارد زیر می‌باشد:

۱- آمار و اطلاعات قابل دسترسی

۲- نوع محصول به لحاظ مصرفی، واسطه‌ای و سرمایه‌ای بودن

روش‌های پیش‌بینی تقاضای آتی

برای پیش‌بینی آتی محصول روش‌های مختلفی وجود دارد که به آنها اشاره می‌شود:

۱- روش تداوم روند قبلی

با فرض این که روند تغییر پارامتر مورد نظر در آینده، مشابه روند سال‌های قبل است، از رشد متوسط سال‌های گذشته به منظور پیش‌بینی میزان پارامتر استفاده می‌گردد. مزیت اصلی این روش سهولت استفاده از آن است. لازم به ذکر است که در بسیاری از موارد، استناد صرف به روند سال‌های قبل می‌تواند گمراه‌کننده باشد چرا که تغییرات و تحولات تکنولوژیکی، فرهنگی و سلیقه‌ای و تحولات جمعیتی در روند تغییر پارامتر

مؤثر خواهد بود.

۲- روش مصرف سرانه

این روش به منظور پیش‌بینی تقاضای محصول در سال‌های آینده مورد استفاده قرار می‌گیرد، متوسط نرخ رشد مصرف سرانه در سال‌های گذشته را محاسبه می‌کند. پیش‌بینی تقاضا با توجه به متوسط نرخ رشد سرانه و نرخ رشد جمعیت محاسبه می‌شود.

۳- روش ضریب مصرف

در این روش پیش‌بینی تقاضا بر اساس تغییر تقاضای کالای واسطه‌ای صورت می‌گیرد که از آن برای تولید کالای دیگر استفاده می‌شود. به طوری که با در اختیار داشتن ضریب مصرف محصول و پیش‌بینی تولید کالایی، می‌توان به تقاضای محصول مورد بررسی طرح دست پیدا کرد. این روش در مواردی که تعیین ضریب مصرف محصول و پیش‌بینی تولید کالای مصرف‌کننده محصول در سال‌های آینده امکان‌پذیر باشد، مناسب است.

۴- فرایند مارکو

این روش با استفاده از نظرسنجی، برای کالاهای جدید یا نوع خاصی از کالاهای موجود که نیازمند بررسی رفتار مصرف‌کنندگان محصول اعم از افراد یا گروه‌های درآمدی و یا صنایع مصرف‌کننده محصول واسطه‌ای است، مورد استفاده قرار می‌گیرد که در آن از طریق پرسشنامه، مطالعه میدانی و یا مصاحبه، نظرسنجی پیرامون تقاضای کالای مورد نظر صورت می‌گیرد.

۵- روش روند متغیر

روش روند متغیر به دنبال تحلیل تغییر الگوی مصرف به دلیل تحول شرایط اقتصادی و اجتماعی است. در این روش روند تغییرات مصرف یک کالای معین برحسب مورد در ارتباط با تغییر درآمد ملی و یا هر یک از اجزای تشکیل‌دهنده آن از قبیل سرمایه‌گذاری ملی مصرف ملی و یا اعتبارات خاص برنامه‌ای و بودجه خانوار را مورد بررسی قرار می‌گیرد.

این روش در نگارش طرح توجیهی برای بررسی ارتباط و مقایسه بین روند مصرف محصول، از رابطه همبستگی استفاده می‌کند. از آنجا که در روش تناسب ساده، میزان روند تغییرات مصرف کالا و روند تغییر پارامتر انتخابی در دوره گذشته معلوم است لذا میزان روند تغییرات مصرف کالا در آینده برآورد خواهد شد. عدد بدست آمده برای پیش‌بینی میزان تقاضای محصول در آینده استفاده می‌شود.

پس از تعیین میزان عرضه محصول که برابر تولید به اضافه واردات است بررسی آمار و ارقام مربوط به شرکت‌ها و یا جمعیت مصرف کننده محصول مورد نظر ضروریست زیرا از مقایسه میزان عرضه و تقاضای محصول، میزان بازار مصرف محصول تولیدی مشخص می‌شود و چنانچه بازار داخل اشباع شده باشد، بیانگر تعداد زیاد شرکت‌های مشابه و یا عدم وجود بازار مصرف داخلی می‌باشد. اگر کالا با اشباع بازار جهانی و وجود رقبای بین‌المللی متعدد مواجه شود، راه‌حل تولید محصول با کیفیت بسیار بالا و قیمت پایین و انجام فعالیت‌های بازرگانی و تبلیغاتی در سطحی وسیع است.

توجیه پذیری فنی (Technical Feasibility)

توجیه‌پذیری فنی طرح توجیهی به این معناست که طرح امکان‌سنجی از لحاظ امکان اجرای آن در بخش توجیه‌پذیری فنی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. در این قسمت بخش‌های مختلف پروژه شامل مشخصات زمین محل اجرای طرح، محوطه‌سازی و راه‌سازی، نحوه اجرای عملیات ساختمانی، دانش فنی پروژه، ظرفیت، ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز تولیدی، تأسیسات و سایر موارد از منظر فنی مورد بررسی قرار می‌گیرد در واقع، تمامی اطلاعات فنی اجرای طرح توجیهی در مراحل احداث و بهره‌برداری در این بخش از گزارش توجیهی ارایه می‌شود.

در این خصوص اطلاعات مربوط به هزینه‌های سرمایه‌گذاری که شامل هزینه‌های ثابت سرمایه‌گذاری، هزینه‌های قبل از بهره‌برداری و

سرمایه در گردش است، باید به همراه مستندات مستدل در طرح مورد بررسی قرار گیرد. هزینه‌های سالیانه تولید از قبیل هزینه‌های تأمین مواد اولیه، سوخت، پرسنلی، استهلاک، هزینه‌های تأمین مالی، هزینه‌های اداری و خدماتی، زمان‌بندی، نحوه اجرای طرح و ... نیز در این بخش از منظر فنی بررسی می‌شود.

تجزیه و تحلیل مالی (Financial Analysis)

هدف از اجرای هر طرح توجیهی کسب سود و منفعت است از اینرو به منظور دستیابی به معیار و شاخص مناسب جهت تعیین سوددهی و یا عدم سوددهی طرح‌ها، مجموعه‌ای از شاخص‌های مالی و اقتصادی در طی سال‌های قبل توسط کارشناسان و اقتصاددانان تعریف و استفاده شده است. هدف از آنالیز مالی طرح امکان‌سنجی در گزارشات توجیهی نیز تحلیل شاخص‌های مالی و اقتصادی به منظور تصمیم‌گیری صحیح می‌باشد.

در تجزیه و تحلیل مالی، استفاده از هزینه‌های سرمایه‌گذاری، هزینه‌های تولید، درآمد سالیانه پیش‌بینی شده برای طرح و سایر مبانی و مفروضات مورد نیاز برای انجام محاسبات، صورت حساب سود (زیان)، صورت گردش وجوه نقد، ترازنامه پیش‌بینی شده، تهیه و تنظیم می‌شود.

تحلیل اقتصادی و تحلیل مالی دو راه اصلی برای آزمون مطلوبیت یک طرح امکان‌سنجی می‌باشند که ابزارهای بکار گرفته شده برای انجام این دو آزمون شباهت زیادی با هم دارند اما رویکرد و نگرش آنها با یکدیگر متفاوت هستند. ارزیابی مالی با جریان‌های هزینه و سود از دیدگاه سرمایه‌گذار سر و کار دارد در حالی که ارزیابی اقتصادی با جریان‌های هزینه و فایده اجتماعی در ارتباط است.

در نتیجه این امر، تحلیل‌ها یا آزمون‌های اقتصادی نسبت به تحلیل مالی از دیدگاه وسیع‌تری هزینه‌ها و فایده‌ها را در نظر می‌گیرد. به عبارت

دیگر سرمایه‌گذار به هنگام سرمایه‌گذاری به منفعت مالی و ثبات منفعت توجه دارد، در حالی است که جامعه یا دولت به هدف‌هایی از قبیل افزایش درآمد ملی، اشتغالزایی، ریشه‌کنی فقر و فایده‌های معطوف به یک جامعه می‌اندیشد. در نتیجه این امر هدف‌های دو آزمون با یکدیگر متفاوت است. از این رو اگر هدف ارزیابی میزان منفعت طرح برای جامعه، از دیدگاه ملی و در سطح کلان مورد نظر باشد (مانند طرح‌های ملی)، ارزیابی اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

هدف از نوشتن طرح توجیهی (امکان‌سنجی) چیست؟

طرح توجیهی (امکان‌سنجی) با اهداف مختلفی نوشته می‌شود که بسته به هدف، عمق طرح و جزئیات آن متفاوت خواهد بود. برخی از این انواع طرح‌ها عبارتند از:

الف - طرح توجیهی برای تحلیل پروژه:

اصلی‌ترین هدف از نوشتن طرح توجیهی در حقیقت تجزیه و تحلیل پروژه سرمایه‌گذاری و تصمیم‌گیری برای انجام دادن آن سرمایه‌گذاری یا انجام ندادن آن است. به عبارت دیگر هدف از تدوین طرح توجیهی این است که سرمایه‌گذار خودش بفهمد که پروژه از ابعاد مختلف فنی، مالی و بازار در چه وضعیتی است.

در واقع متقاضی می‌خواهد بفهمد که سرمایه‌گذار در آن طرح توجیهی چقدر بازده مالی دارد؟ ابعاد فنی آن چگونه است؟ آیا محصول یا خدمات تولید شده بازار دارد؟ پروژه با چه ریسک‌هایی روبروست؟ کمترین سرمایه‌گذاری ممکن برای پروژه چقدر است؟ در این حالت در واقع متقاضی می‌خواهد تصمیم بگیرد که آیا این پروژه را انجام دهد یا خیر؟

در چنین وضعیتی تجزیه و تحلیل اطلاعات واقعی بازار با روش درست و با جزئیات دقیق بسیار مهم است. چرا که سرمایه‌گذار پیش از آنکه با ضرر و زیان‌های بزرگ در ابعاد واقعی پروژه روبرو شود، انتظار دارد با درصد ناچیزی از هزینه (هزینه طرح توجیهی) ابعاد مختلف موضوع سرمایه‌گذاری را تجزیه و تحلیل کند.

در چنین مواقعی گاه لازم است برخی ابعاد پروژه به صورت دقیق‌تر و با جزئیات بیشتری مورد بررسی قرار گیرد. مثلاً شاید لازم باشد برای مطالعه بازار از روش‌های میدانی هم استفاده شود. یا برای کم کردن از ریسک فنی از کارخانه تولیدکننده ماشین‌آلات و یا کارخانجات تولیدکننده محصول طرح بازدیدهایی صورت گیرد. در هر حال این نوع از طرح توجیهی با توجه به خواست متقاضی باید با دقت و جزئیات لازم تدوین شود، چرا که در نهایت متقاضی بدنبال آن است که تصمیم بگیرد تا پروژه را انجام دهد یا خیر.

ب- طرح توجیهی برای اخذ تسهیلات یا جذب سرمایه‌گذار
گاهی طرح توجیهی برای تامین مالی پروژ از طریق تسهیلات یا جذب سرمایه‌گذار خارجی، یا جلب مشارکت سرمایه‌گذار داخلی نوشته می‌شود. در چنین حالتی متقاضی یا سفارش‌دهنده طرح نه تنها در انجام پروژه تردید ندارد بلکه به ابعاد مختلف پروژه مسلط است اما برای اینکه مرجع تامین مالی (بانک یا سرمایه‌گذار) نسبت به پروژه اشراف پیدا کند، اقدام به نوشتن طرح توجیهی می‌کند.

بدیهی است در چنین حالتی طرح توجیهی باید بوسیله یک مشاور معتبر نوشته شود. علاوه بر این، باید فرمت مورد نظر بانک یا تامین‌کننده مالی نیز رعایت گردد. در شرایط فعلی بعضی از بانک‌ها فرمت‌های خاص خودشان را دارند و طرح توجیهی را فقط در همان فرمت بررسی می‌کنند اما برخی دیگر فرمت خاص ندارند و طرح را در فرمت‌های مختلف جهت بررسی مورد پذیرش قرار می‌دهند.

ج- طرح توجیهی (امکان‌سنجی) برای گرفتن زمین جهت اجرای پروژه

اخذ زمین از مناطق ویژه اقتصادی یا مناطق آزاد جهت پروژه‌های صنعتی، گرفتن زمین از سازمان بنادرجهت ارائه خدمات بندری یا انجام فعالیت‌های صنعتی از جمله مواردی هستند که نیاز به طرح توجیهی دارند. اینگونه طرح‌های توجیهی بسته به مرجع ذیربط از کیفیت متفاوتی

برخوردارند. برخی از این سازمان‌ها بسیار سختگیر بوده و طرح توجیهی که برای این سازمان‌ها نوشته می‌شود باید در حد طرح توجیهی بانکی (Bankable) باشد. در برخی از این سازمان‌ها با یک طرح امکان‌سنجی در حد پیش طرح (Pre FS) می‌توان نسبت به اجاره یا کمک زمین اقدام کرد.

د- طرح توجیهی (امکان‌سنجی) به منظور اخذ مجوز

وزارت صنعت، معدن تجارت و وزارت جهاد کشاورزی از جمله وزارتخانه‌هایی هستند که گرفتن جواز تاسیس (یا موافقت اصولی) از آنها منوط به ارائه یک طرح است. البته این طرح در حد یک پیش طرح توجیهی (Pre-FS) بوده و جزئیات زیادی ندارد. البته آن هم اگر با کیفیت لازم نوشته نشود ممکن است موجب هزینه‌های اضافی گردد. مثلاً اگر میزان ظرفیت برق در طرح بیش از حد لازم باشد، ممکن است سازمان صنعت، معدن تجارت متقاضی را مجبور کند که هزینه ترانس برق را بپردازد و یا بالعکس اگر میزان برق مصرفی کمتر از حد نیاز ارزیابی شود ممکن است در زمان اجرا موجب دوباره‌کاری، اصلاح جواز و اتلاف زمان گردد.

اهمیت استانداردهای سیستم بانکی در تهیه طرح

طرح توجیهی فنی اقتصادی یا گزارش امکان‌سنجی (feasibility study) مطالعات اولیه و پایه‌ای برای هر پروژه سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. بنابراین همه پروژه‌های سرمایه‌گذاری به نوعی براساس اهداف ذینفعان به این مطالعات نیاز دارند. مالی طرح را بررسی می‌کند و از هر منظر انجام طرح را رد یا توصیه می‌کند و در جمع‌بندی به این نتیجه می‌رسد که طرح توجیه‌پذیری اقتصادی، فنی یا مالی را دارد یا خیر.

طرح‌های توجیهی در نظام اعتباری بانکی با دید متفاوتی ارزیابی و بررسی می‌شوند. بانک‌ها با توجه به کمبود منابع از بین پروژه‌ها براساس اهلیت متقاضی و شاخص‌های مالی اقتصادی فنی مشخص و استاندارد، پروژه‌هایی با سود مناسب و ریسک کم را با توجه به اولویت‌های سرمایه‌گذاری بانک و یا صندوق توسعه انتخاب می‌کنند. این شاخص‌ها براساس دستورالعمل‌ها و تجارب قبلی بانک در نظر گرفته می‌شوند و سعی دارند از ریسک‌های آتی پروژه جلوگیری کنند.

این استانداردها به نکاتی توجه می‌کنند که در صورت بررسی طرح‌ها با توجه به این نکات، بسیاری از پروژه‌ها توجیه‌پذیری لازم برای سرمایه‌گذاری را ندارند، نکاتی که سرمایه‌گذاران متوجه آنها نیستند. از طرفی بررسی طرح قبل از ارسال آن به بانک به نوعی خریدن زمان و کاهش هزینه‌هاست.

اما در فرایند تامین مالی پروژه‌ها در سیستم بانکی، استانداردها و رویه‌های بررسی متفاوت از یکدیگر است. به طوری که گاهی متقاضی

تسهیلات را سردرگم می‌کنند و متقاضی در این فرآیند گاهی با موارد و قوانینی روبرو می‌شود که مجبور به تکرار و تهیه طرح‌توجیهی‌های مختلف و متعدد می‌شود. از این‌رو به سرمایه‌گذاران و متقاضیان توصیه می‌شود با اطلاع از این رویکردها و انجام دقیق مطالعات، براساس نیاز و استانداردهای سیستم بانکی، زمان بررسی و مراحل بررسی را برای خود و سیستم بانکی تسهیل نمایند.

طرح‌های توجیهی در نظام اعتباری بانکی با دید متفاوتی ارزیابی و بررسی می‌شوند. بانک‌ها با توجه به کمبود منابع از بین پروژه‌ها براساس شاخص‌های مشخص و استاندارد، پروژه‌هایی باسود مناسب و ریسک کم را انتخاب می‌کنند. این شاخص‌ها براساس دستورالعمل‌ها و تجارب قبلی بانکی در نظر گرفته می‌شوند و سعی دارند از ریسک‌های آتی پروژه جلوگیری کنند.

معیارهای مهم در انتخاب ماشین‌آلات:

برای انتخاب و خرید ماشین‌آلات به بررسی دقیق آنها از زوایای مختلف نیازمندیم، در اینجا به برخی از شاخص‌ها و معیارهای مهم در انتخاب ماشین‌آلات می‌پردازیم.

ظرفیت تولید محصول

ظرفیت تولید محصول ابتدایی‌ترین معیار قابل بررسی است. اما باید توجه داشت ظرفیت اظهاری فروشنده با ظرفیت اسمی و ظرفیت واقعی و عملیاتی متفاوت است، ظرفیت اسمی معمولاً ظرفیت در شرایط نرمال است.

در برخی ماشین‌آلات دستیابی به ظرفیت اسمی معمولاً غیرقابل دسترس است و برای نوع تولیدات مختلف ظرفیت‌های متفاوتی خواهد داشت به طور مثال در تولید ورق‌های پلیمری یا فلزی براساس ضخامت، ظرفیت‌ها تغییر خواهد کرد.

میزان مصرف مواد اولیه و ضایعات

میزان مصرف مواد اولیه در واقع میزان مصرف خوراک توسط خط تولید است نکته قابل توجه میزان ضایعات تولیدی محصول است.

میزان مصرف انرژی و اتلاف انرژی

در بسیاری از خطوط با هزینه‌ی بیشتر، ماشین‌آلات مصرف انرژی را کاهش می‌دهد. یا می‌توان در فرآیند تولید انرژی یا بازیافت انرژی، مصرف

انرژی را بهینه برنامه‌ریزی نمود و از اتلاف انرژی جلوگیری کرد.

قیمت و هزینه‌های ماشین‌آلات

معیار قیمت برای خرید ماشین‌آلات اولین معیاری است که به ذهن هر خریداری خطور می‌کند ولی آنچه اهمیت ویژه‌ای دارد بهترین خرید با توجه به محدودیت منابع است.

گارانتی و تعهدات فروشنده ماشین‌آلات

در بسیاری از موارد، ماشین‌آلات بدون تعهدات فروشنده، و دانش فنی، نصب و راه‌اندازی نمی‌شوند و این را باید در نظر گرفت اگر ماشین‌آلات کار نکند آهن پاره‌ای بیش نیست بنابراین زمان خرید باید تعهدات مناسبی از عرضه کننده یا فروشنده ماشین‌آلات درخواست کرد.

رزومه، برند و توان فنی فروشنده ماشین‌آلات

با توجه به تکنولوژی ماشین‌آلات و وضعیت این صنعت در کشور و عدم تسلط خریدار به اطلاعات و تکنولوژی‌های روز دنیا، نیاز به توان فنی فروشنده در این زمینه به خوبی مشهود می‌باشد، در نتیجه هزینه‌ی این تعهدات می‌تواند متفاوت باشد.

به روز بودن و دانش فنی خطوط

لایسنس، برند فروشنده، توان فنی، دانش فنی فروشنده در خرید ماشین‌آلات تاثیر گذار است اما در هر نوع ماشین‌آلاتی درجه‌ی اهمیت این موارد متفاوت است. صرفاً خرید ماشین‌آلات نو اهمیت ندارد در خرید ماشین‌آلات آنچه اهمیت بیشتری دارد به روز بودن دانش فنی تولید در مقایسه با دیگر ماشین‌آلات است. به طور مثال خرید ماشین‌آلات ۲۰ سال قبل در مقایسه با ماشین‌آلات استوک و کارکرده تفاوتی نخواهد داشت.

بررسی نیاز به تاسیسات جانبی و هزینه‌های تاسیسات جانبی

مورد نیاز

در بسیاری از موارد قیمت ماشین‌آلات و موارد دیگر مانند ظرفیت قابل رقابت است ولی آنچه قبل از خرید باید مدنظر قرار گیرد تجهیزات و تاسیسات مورد نیاز است. این تاسیسات گاهی حتی از خرید ماشین‌آلات هم هزینه‌ی بیشتری را در بر می‌گیرد.

امکان اتصال و جوینت شدن به خطوط موجود

توجه به خطوط تولید موجود کارخانه و بررسی کارکرد خط جدید در کنار سایر خطوط بر اساس مواد اولیه و محصول و ظرفیت‌های مورد نیاز بسیار ضروری است.

بررسی کارکرد ماشین‌آلات با مواد اولیه موجود در کشور

تنوع نوع مواد اولیه تولیدی کارخانه‌های مختلف ممکن است به عنوان نقطه ضعف یک خط تولید تلقی شود لذا پیشنهاد می‌کنیم در مرحله خرید و تصمیم‌گیری تست خط تولید با مواد اولیه موجود در کشور مورد توجه قرار گیرد.

میزان اتوماسیون و تعداد کارگر مورد نیاز خط

هزینه‌های نیروی انسانی نقش قابل توجهی در قیمت تمام شده پروژه دارد و عملاً در انتخاب ماشین‌آلات توجه به نیروی انسانی مورد نیاز اهمیت ویژه‌ای دارد.

در واقع همه‌ی معیارهای بالا و سایر عوامل موثر در هر پروژه نسبت به پروژه‌ی دیگر متفاوت است و عملاً انتخاب درست براساس نیازهای خریدار و با توجه به هر تکنولوژی و محدودیت‌ها و منابع سرمایه‌گذاری صورت می‌گیرد و امکان ارائه نسخه واحد و حتی ضریب اهمیت مشخص برای هر معیار وجود ندارد ولی با تجزیه و تحلیل و بررسی نقاط قوت و ضعف هر تکنولوژی و ماشین‌آلات می‌توان ماشین‌آلات مناسب پروژه را

انتخاب نمود و منابع پروژه را به صورت بهینه صرف نمود.

در تکمیل فرآیندهای تولید توجه به کیفیت مواد اولیه ورودی و محصول تولیدی جهت مصرف در خطوط تولید دیگر نیز قابل توجه است از طرفی توجه به میزان مصارف خطوط مصرف کننده و خطوط تولید لازم است.



تصویر شماره ۶:
انتخاب درست ماشین آلات

بایدهای پروفورما (پیش فاکتور ماشین آلات)

برخی از مسایل که باید در پیش فاکتور، پروفورما یا قرارداد خرید ماشین آلات حتماً ذکر شود و به صورت دقیق مشخص باشد عبارتند از:

* در سربرگ اصلی صادر کننده پروفورما (سازنده ماشین آلات) ارائه شود.

* مشخصات شرکت صادر کننده پروفورما از قبیل آدرس، تلفن، آدرس وب سایت و پست الکترونیک سازنده، مشخصات کامل خریدار شامل آگهی تاسیس مندرج در روزنامه رسمی، کپی پروانه بهره برداری و یا جواز تاسیس مرتبط با موضوع پروفورما به همراه کد اصناف و مجوزهای مربوطه و سایر مشخصات قید شده باشد.

* موضوع پروفورما روشن باشد (لیست ماشین آلات و تجهیزات به تفکیک قیمت مشخص باشد).

* ویژگی‌های ماشین آلات و مشخصات آن شامل ظرفیت تولید، میزان برق مصرفی، لیست تجهیزات، لیست تاسیسات مورد نیاز ماشین مورد نظر و ... در پروفورما یا ضمائم آن ذکر شود.

* محل مبداء و مقصد ماشین آلات مشخص شود.

* مشخص باشد که عوارض، مالیات‌ها، بیمه و گمرکی بر عهده‌ی کدام طرف است.

* نوع و روش‌های پرداخت هزینه‌ی خرید مشخص شود و حتی الامکان از طریق بانک باشد.

* درصدی از پول بعد از نصب و راه اندازی و در قالب PBG پرداخت

شود.

- * ابعاد و وزن و مشخصات ماشین آلات و نقشه‌های فنی اخذ شود.
- * تعهدات گارانتی، خدمات پس از فروش و ... مشخص شود..
- * شماره حساب بانکی صادر کننده پروفورما و کد اقتصادی قید گردد.
- * جزئیات زمان بندی مدت ساخت، زمان حمل، زمان تحویل، زمان نصب و راه اندازی قید شده باشد.
- * تعهدات فروشنده از قبیل ارائه خدمات پس از فروش، تامین قطعات یدکی، نصب، راه اندازی، آموزش پرسنل، تضمین کیفیت محصولات و تضمین خط تولید نصب شده قید شده باشد.
- * کشور سازنده در پروفورما قید شده باشد (ORIGIN).
- * مدت اعتبار پروفورما قید شده باشد (VALIDITY).
- * شماره پروفورما قید گردد.
- * شرایط پرداخت به صورت (LC حداکثر ۲۵ درصد پیش پرداخت) و تعهدات متقابل قید شده باشد.
- * وزن خالص / ناخالص و ابعاد دستگاه قید شده باشد.
- * نحوه حمل کالا مشخص باشد (Shipment Partial) و ...
- * شرایط عرضه (CFR, FOB و ۰۰۰) مشخص باشد (CIF) مورد قبول نیست.
- * مشخصات کامل فنی ماشین آلات شامل مصرف انرژی، ظرفیت، جانمایی تجهیزات (به صورت نقشه اندازه گیری شده) و لیست تجهیزات در ضمیمه پروفورما یا Quotation مشخص شود (در پروفورمای اصلی به (Quotation) با شماره مشخص شده ارجاع گردد.
- * لیست سازندگان و رزومه سازنده محصول در ضمیمه یا Quotation ارائه گردد.
- * قیمت ماشین آلات خط تولید به تفکیک
- * تفکیک هزینه هر یک از خدمات (از جمله دانش فنی، مهندسی پایه، مهندسی تفصیلی، نصب و راه اندازی، نظارت، آموزش و ...) به طور

* تعهدات طرفین همراه با توضیحات شرایط و هزینه‌های نصب و راه اندازی، نحوه انتقال فنی، کیفیت محصول و ...

* در صورتیکه پروفرمای ارائه شده از نمایندگی رسمی سازنده اصلی صادر شده، اسناد معتبر مبنی بر تأیید نمایندگی ارائه گردد. ضمناً می‌بایست در گزارش توجیهی مشاوران، جدول مقایسه‌ای پروفرمای اصلی انتخاب شده با پروفرمای یا آفرمای مقایسه‌ای آورده شود و در این جدول کلیه مشخصات فنی و نیز شرایط فروش و ضمانت‌ها با هم مقایسه گردد (به پیوست نمونه‌ای از این جدول آمده است).

* ضمانت‌های لازم مانند ضمانت ظرفیت و کیفیت محصولات تولیدی ممه‌ور به مهر و امضای مدیر فروش و یا یکی دیگر از مدیران شرکت سازنده باشد.

PROFORMA INVOICE

SHANGHAI CITY IMPORT & EXPORT CO.,LTD

NO.3888 HUNAN ROAD JIANGSU CHINA TEL: 0086-21-61286617 FAX: 0086-21-61203820

Seller's name, address SHANGHAI CITY IMPORT & EXPORT CO.,LTD NO.3888 HUNAN ROAD JIANGSU CHINA TEL: 0086-21-61286617 FAX: 0086-21-61203820		Invoice Number number PROFORMA INVOICE NO 2013-09-24 Invoice reference (Contractual No. No. COPIE)		No. Invoice NUMBER NO. 17 18 2013-09-24	
Consignee (name, address) Name as Buyer		Buyer (name, address) FAITEH TEAKAT BERNKAMALAI CO., LTD.		Invoice reference Invoice reference	
Freight (name, address) Name as Buyer		Name of Incoterms China Country of origin China Country of destination China Invoice currency Chinese Yuan		Invoice currency Invoice currency	
Port of shipment Port of destination Date of shipment Date of invoice Date of invoice Date of invoice		Name of Incoterms Country of origin Country of destination Invoice currency Invoice currency		Invoice currency Invoice currency	
No. and Title of contract BERNKAMALAI CO.		No. and Title of contract BERNKAMALAI CO.		No. and Title of contract BERNKAMALAI CO.	
Item	Item description	Origin	Quantity	Unit price	Amount
1	1. 1 cubic 1000mm width 2. 1000mm x 1000mm x 1000mm 3. 1000mm x 1000mm x 1000mm 4. 1000mm x 1000mm x 1000mm 5. 1000mm x 1000mm x 1000mm 6. 1000mm x 1000mm x 1000mm 7. 1000mm x 1000mm x 1000mm 8. 1000mm x 1000mm x 1000mm 9. 1000mm x 1000mm x 1000mm 10. 1000mm x 1000mm x 1000mm	China	20000	10000	200000000
Total			20000 kg		200000000
Name SHANGHAI CITY IMPORT & EXPORT CO.,LTD NO.3888 HUNAN ROAD JIANGSU CHINA TEL: 0086-21-61286617 FAX: 0086-21-61203820		Name FAITEH TEAKAT BERNKAMALAI CO., LTD. NO.3888 HUNAN ROAD JIANGSU CHINA TEL: 0086-21-61286617 FAX: 0086-21-61203820			

تصویر شماره ۷: نمونه یک پروفرما

تامین مالی پروژه

یکی از مهم‌ترین فعالیت‌ها برای ایجاد و توسعه پروژه‌های سرمایه‌گذاری در ایران، تامین مالی پروژه‌ها است. بی‌ثباتی در قوانین و رویه‌ها و عدم شفافیت‌ها باعث شده پروژه‌های بسیاری با معضل تامین مالی مواجه شوند. متأسفانه بسیاری از سرمایه‌گذاران با مصرف کل منابع در اختیار، ضمن اتلاف سرمایه موفق به اخذ تسهیلات نمی‌شوند و عملاً به پروژه‌های نیمه‌تمام تبدیل می‌شوند.

به این منظور به سرمایه‌گذاران توصیه می‌شود در مراحل آغازین برنامه‌ریزی یک پروژه، فرآیند تامین مالی را جدی گرفته و اطلاعات خود را در این خصوص تکمیل نمایند چرا که گاهی اوقات حتی هزینه کردن در یک پروژه باعث ایجاد مزیت در تامین مالی نمی‌شود یا حتی امکان استفاده بهینه و حداکثری از تسهیلات بانکی را از بین می‌برد. مقررات سیستم بانکی برای مشارکت بانکی تعاریف و چارچوب‌های مشخصی دارد و اگر سرمایه‌گذار براساس مقررات و چارچوبها هزینه کند می‌تواند از منابع محدود خود به بهترین نحو استفاده کند.

از این دیدگاه، سرمایه‌گذار با استفاده از ویژگی‌های اهرمی تسهیلات بانکی تلاش می‌کند تا با حداقل منابع مالی در اختیار از حداکثر وام ممکن استفاده کند.

در فرآیند تامین مالی پروژه‌ها از منابع متعددی می‌توان استفاده کرد (منابعی نظیر منابع شخصی، منابع داخلی، بانک‌ها، صندوق توسعه ملی، فاینانس خارجی، یوزانس و ...). اما به دلیل نرخ بهره بالا که در سیستم

بانکی وجود دارد، هزینه‌های تامین مالی برای پروژه‌های سرمایه‌گذاری به ویژه سرمایه‌گذاری صنعتی از این راه‌ها بسیار و بدون صرفه است.

صندوق توسعه ملی یکی از راه‌های تامین مالی ارزان قیمت در شرایط کنونی می‌باشد. در شرایطی که نرخ تسهیلات بانک‌ها به بالاتر از ۳۰ درصد بهره سالیانه هم می‌رسد، صندوق توسعه ملی با نرخ‌های زیر ۱۶ درصد جزو منابع ارزان قیمت محسوب می‌شوند.

اما گرفتن تسهیلات از صندوق توسعه ملی پیش شرط‌های اولیه‌ای دارد که سرمایه‌گذاران از آغاز برنامه‌ریزی باید در نظر بگیرند. در صورت لحاظ کردن این پیش شرط‌های صندوق توسعه ملی و برنامه‌ریزی تامین هزینه‌ها می‌توان از منابع مالی سرمایه‌گذار و صندوق به صورت بهینه استفاده نمود.

تعریف و انتخاب موضوع پروژه سرمایه‌گذاری تهیه طرح توجیهی فنی و اقتصادی بانک‌پذیر، روند پذیرش طرح در سیستم بانکی و صندوق توسعه ملی از جمله مواردی هستند که باید به طور جدی مورد توجه قرار گیرند. بدین منظور به سرمایه‌گذاران توصیه می‌شود در مرحله برنامه‌ریزی یک پروژه بخش تامین مالی را جدی گرفته و اطلاعات خود را در این خصوص تکمیل نمایند.

نقش برنامه‌ریزی پروژه در مدیریت منابع و کاهش قیمت تمام شده

گانت چارت یا برنامه زمان‌بندی جزء لاینفک طرح‌توجیهی و برنامه‌ریزی یک پروژه است. برنامه زمان‌بندی تقدم و تاخر هزینه‌ها و زمان هزینه‌ها را پیش‌بینی می‌کند. آنچه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. تاثیر این تقدم و تاخرها بر بهای تمام شده‌ی پروژه است.

اگر برای پول نرخ مشخص سالیانه‌ی r را در نظر بگیریم و منابع و کل هزینه‌های مورد نیاز پروژه را n در نقطه‌ی صفر هزینه کنیم و پروژه یکسال طول بکشد در واقع ما هزینه‌ای برابر $(1+r)n$ برای پروژه انجام داده‌ایم. با توجه به این نکته که قانون اول اقتصاد مهندسی است هر چه بتوانیم هزینه‌های پروژه را در زمان مشخص شده به تعویق بیاندازیم عملاً قیمت تمام شده‌ی پروژه کاهش می‌یابد. نقش مدیریت پروژه و گانت‌چارت، برنامه‌ریزی درست منابع در جهت مصرف بهینه منابع است. این برنامه‌ریزی با توجه به اهمیت زمان، ترتیب و انجام موازی فعالیت‌ها صورت می‌گیرد.

در فرآیند تامین مالی پروژه‌ها از منابع متعددی می‌توان استفاده کرد (منابعی نظیر منابع شخصی، منابع داخلی، بانک‌ها، صندوق توسعه ملی، فاینانس خارجی، یوزانس و ...). اما به دلیل نرخ بهره بالا که در سیستم بانکی وجود دارد، هزینه‌های تامین مالی برای پروژه‌های سرمایه‌گذاری به ویژه سرمایه‌گذاری صنعتی از این راه‌ها بسیار و بدون صرفه است.

صندوق توسعه ملی یکی از راه‌های تامین مالی ارزان قیمت در شرایط

کنونی می‌باشد. در شرایطی که نرخ تسهیلات بانک‌ها به بالاتر از ۳۰ درصد بهره سالیانه هم می‌رسد، صندوق توسعه ملی با نرخ‌های زیر ۱۶ درصد جزو منابع ارزان قیمت محسوب می‌شوند.

اما گرفتن تسهیلات از صندوق توسعه ملی پیش شرط‌های اولیه‌ای دارد که سرمایه‌گذاران از آغاز برنامه‌ریزی باید در نظر بگیرند. در صورت لحاظ کردن این پیش شرط‌های صندوق توسعه ملی و برنامه‌ریزی تامین هزینه‌ها می‌توان از منابع مالی سرمایه‌گذار و صندوق به صورت بهینه استفاده نمود.

تعریف و انتخاب موضوع پروژه سرمایه‌گذاری تهیه طرح توجیهی فنی و اقتصادی بانک پذیر، روند پذیرش طرح در سیستم بانکی و صندوق توسعه ملی از جمله مواردی هستند که باید به طور جدی مورد توجه قرار گیرند. بدین منظور به سرمایه‌گذاران توصیه می‌شود در مرحله برنامه‌ریزی یک پروژه بخش تامین مالی را جدی گرفته و اطلاعات خود را در این خصوص تکمیل نمایند.

برای جذب سرمایه گذار خارجی چقدر آمادگی دارید؟

این روزها هم سرمایه پذیران و هم مسئولین دولتی متوجه شده اند که فرآیند جذب سرمایه گذار خارجی به آن سادگی که ابتدا تصور میشد نیست و مستلزم آمادگی در همه ابعاد است. داشتن طرح توجیهی فنی اقتصادی پروژه (طرح امکان سنجی)، شناخت مناسب از بازار و داشتن اعتبار مناسب شرکت و صلاحیت مدیران آن از اولین مقدمات این آمادگی است. در اینجا تلاش کرده ایم تا در قالب ۱۴ بخش مجزا میزان آمادگی برای جذب سرمایه گذار خارجی را بسنجیم. شما تا چه اندازه آمادگی جذب سرمایه گذار خارجی را دارید؟ شما با گزاره های زیر چقدر موافقید و برای هر بخش چقدر آمادگی دارید؟

۱. استراتژی (Strategy)

۱. ما برنامه های استراتژیک ۳ تا ۵ ساله برای رشد کسب و کار خود داریم.
۲. در دنبال کردن اهداف استراتژیک خود در ۳ سال گذشته موفق بوده ایم.
۳. خدمات / محصولات جدید ما اهداف استراتژیک را دنبال می کنند.
۴. شرکت ما برای رشد کسب و کار خود محصولات / خدمات / تکنولوژی جدید و نوآورانه دارد.
۵. ما دقیقاً میدانیم که شرکت ما (از لحاظ توانایی بازاریابی) توسط سرمایه گذاران چگونه ارزیابی می شود.
۶. ما به دنبال استراتژی مدیریت فروش برای محصولات / خدمات خود هستیم.
۷. ما برای تقویت ویژگیهای محصولات خود برنامه داریم.

۸. ما برنامه‌های استراتژیک برای سرمایه‌ها و داراییهای خود داریم.

۲. استانداردها و قوانین (Standards and Regulations)

۱. محیط کاری ما با استانداردهای جهانی مطابقت دارد.
۲. در بخش کسب کار ما به قوانین کلیدی بین‌المللی پایبند هستیم.
۳. ما دارای گواهی‌نامه بین‌المللی معتبر ISO هستیم.
۴. خدمات و محصولات ما که ارائه می‌کنیم تماما مطابق با قوانین و استانداردهای بین‌المللی است.

۳. نکات حقوقی (Legal)

۱. شرکت ما دعوی قضایی مهم یا بدهی زیاد ندارد.
۲. شرکت ما تمام قوانین و استانداردهای بین‌المللی کار را دنبال میکند.
۳. شرکت ما به صورت کاملا قانونی مجوز فعالیت در زمینه کاری خود را دارد.
۴. ما تمام نکات آزمایش‌های ایمنی یک محصول را انجام داده و مستندات آنها را نگهداری می‌کنیم.

۴. محصولات و خدمات (Products and Services)

۱. ما برای محصولات و خدمات خود قیمت منطقی تعیین کرده ایم.
۲. محصولات و خدمات ما سود آور هستند.
۳. قیمت تمام شده ساخت محصول ما مشخص است.
۴. ما میزان تاثیرات محصولات/خدمات خود را روی جامعه و بازار کاملا ارزیابی کرده ایم.
۵. محصولات ما دارای استانداردهای بین‌المللی هستند.
۶. ما می‌دانیم که چه مشکلاتی موجب نارضایتی مشتریانمان خواهد شد.
۷. ما دقیقا زمان مناسب ورود محصولات و خدماتمان به بازار را می‌دانیم.
۸. ما زمان توسعه محصولات و خدمات را می‌دانیم.

۵. صنعت و بازار (Industry and Markets)

۱. ارزیابی بسیار گسترده و عمیقی از بازار محصولات یا خدمات خود داریم
۲. ما کاملاً با حجم و اندازه بازار خود آشنا هستیم
۳. ما فرصت‌های موجود در بازار را برای محصولات/ خدمات خود شناسایی کرده ایم
۴. ما برای حفظ میزان تقاضا برای خدمات / محصولاتمان، برنامه مشخص داریم.
۵. ما روند تغییرات بازار خود را به خوبی می‌شناسیم
۶. ما می‌دانیم که در بازار به چه شهرت داریم
۷. ما به خوبی می‌دانیم که مصرف‌کنندگان و مشتریان چگونه محصولات و خدمات ما را ارزیابی میکنند
۸. ما به صورت دقیق روندهای دوره‌ای در صنعت خود را می‌شناسیم.

۶. ارزیابی‌های رقابتی (Competitive Assessment)

۱. ما به خوبی بازار رقابتی داخلی و بین‌المللی خود را می‌شناسیم
۲. ما کاملاً تفاوت‌هایمان در بازار را می‌شناسیم.
۳. اگر بر سر محصول ما رقابتی باشد ما بخوبی میدانیم که چرا مشتریان باید آن را بخرند (قیمت، ارزش، فروشنده، ارتباطات)

۷. مشتریان (Customers)

۱. ما به خوبی می‌دانیم چگونه درآمد (سود سهام) خود را افزایش دهیم
۲. تدابیری برای رشد مشتریان داریم.
۳. ما اطلاعات کامل مشتریان خود را داریم..
۴. ما دارای یک سیستم مدیریت پر قدرت ارتباط با مشتری هستیم.
۵. ما می‌دانیم که چه میزان مشتری تکراری خواهیم داشت.
۶. ما می‌دانیم چرا مشتریان را از دست می‌دهیم.

۸. نکات مالی (Financial)

۱. ما یک الگوی مالی مناسب منطبق با استانداردهای IRFS (استاندارد گزارش مالی بین المللی) داریم
۲. ما روش هایی را تعریف کرده ایم تا به کمک آنها بتوان گزارش های مالی دقیق و کاملی را برای سرمایه گذاران آماده کنیم.
۳. ما یک برنامه سرمایه گذاری به جای تبدیل درآمدها به سرمایه داریم
۴. دارای ارتباط قابل توجه با بانک هستیم (خوش حساب هستیم) و در موقع لزوم میتوانیم کمکهای مالی دریافت کنیم
۵. همه داراییهای ما به صورت مستند هستند و در صورت نیاز به روز می شوند.
۶. داراییهای ما تقریباً هرساله ارزیابی میشوند
۷. گزارش گردش مالی هرماه صادر می شوند

۹. مدیریت (Management)

۱. مدیریت کلید اصلی پایداری در کار ماست
۲. شناسایی تیم مدیریت ما برای سرمایه گذاران بسیار آسان است
۳. مدیریت ما شاد و پر انرژی است
۴. تیم مدیریت ما مناسب با کاری که ما انجام میدهیم انتخاب شده اند.
۵. تیم مدیریت ما برای هدایت کردن مردم، سرمایه‌ها، مشتریان تجربه بالایی دارد
۶. تیم مدیریت ما جوابگوی نتایج بوجود آمده در کار می‌باشد

۱۰. تامین کنندگان (Suppliers)

۱. ما دسترسی بی وقفه به مواد خام / خدمات مورد نیاز خود داریم
۲. ما قرار دادهای مطمئن با تامین کنندگان خود داریم
۳. تامین کنندگان معتبری داریم
۴. تامین کنندگان ما بر اساس زمان تعیین شده پرداختهای شرکت را انجام میدهند

۵. ما وابسته به هیچ کدام از تامین کننده ها نیستیم.
۶. ما مطمئن هستیم که تامین کنندگان ما نمی‌توانند به صورت مستقیم با مشتریان ارتباط داشته باشند.

۱۱. خطرات و ریسکها (Risks)

۱. ما ارزیابی کاملی از ریسک های وضعیت خود در بازار انجام داده ایم.
۲. ما ارزیابی های مربوط به ریسک مالی کار خود را انجام داده ایم.
۳. ما ریسک های عملکردی کسب و کار خود را تحلیل کرده ایم.
۴. ما از ریسک های تکنولوژی کسب و کار خود مطلعیم.
۵. ما از فرآیندهای کلیدی خود در برابر رقبا ارزیابی ریسک انجام داده ایم.
۶. ما ارزیابی اقتصادی برای کار خود را انجام داده ایم.
۷. ابعاد ریسک در کسب و کار ما مشخص است.
۸. ابعاد ریسک های مربوط به دولت تعریف شده اند.
۹. کارکنان و مدیران ابعاد ریسک را به خوب می شناسند.
۱۰. ما ارزیابی ریسک متمرکز را برای زنجیره تامین کنندگانمان انجام داده ایم.
۱۱. ما قادر هستیم تا بدون مختل شدن کار، تامین کنندگان خود را

عوض کنیم.

۱۲. آموزش (Training)

۱. شرکت ما برنامه های آموزشی پیوسته برای کارکنان خود دارد.
۲. ما مهارتهای کارکنان خود را با توجه به کاری که انجام میدهند ارزیابی می کنیم.

۱۳. امنیت (Security)

۱. ما سیستمی ایمن برای حفظ اطلاعات خود داریم.
۲. زمان استخدام کارکنان جدید، سوابق شخص را جستجو و بررسی می کنیم.
۳. ما سیستمها و فرایندهایی در لحظه برای مراقبت فیزیکی از

داراییهای خود داریم.

۱۴. اداره (Governance)

- ما هیئت مدیره مستقلی برای کسب و کار خود داریم.

نگاهی به سپینود شرق

از ایده تا اجرا

سپینود شرق یک موسسه بخش خصوصی است که در سال ۱۳۸۵ با هدف ارائه خدمات مشاوره سرمایه گذاری و مشاوره تجاری به کارآفرینان و سرمایه گذاران تاسیس گردید. ارائه ایده های سرمایه گذاری، مطالعه و استراتژی بازار، تدوین طرح توجیهی (امکان سنجی)، مشاوره جهت تامین مالی، تامین ماشین آلات و اجرای پروژه های صنعتی از جمله فعالیت‌هایی است که در سپینود شرق انجام می‌شوند. در واقع سپینود شرق تلاش کرده است تا در همه مراحل مختلف فرآیند سرمایه‌گذاری از ایده تا اجرا در کنار سرمایه‌گذاران و کارآفرینان و پشتیبان آنان باشد.

عضویت‌ها و افتخارات

حضور در مجامع علمی و تخصصی، اخذ گواهینامه‌های معتبر علمی و جهانی و انجام بیش از ۲۰۰ پروژه در زمینه‌های مشاوره‌ای و اجرایی نشان دهنده شایستگی‌های سپینود شرق است. برخی از این شایستگی‌ها عبارتند از: دارای جواز تاسیس و پروانه فنی و مهندسی از وزارت صنعت، معدن و تجارت

- دارای رتبه الف و عضو کانون مشاوران اعتباری و سرمایه‌گذاری بانکی
- عضویت در انجمن شرکت‌های مشاور و سرمایه‌گذاری و نظارت بر طرح‌ها

- عضویت در انجمن مشاوران مدیریت ایران
- دارای گواهینامه کیفیت ISO ۲۰۰۸ و از ۲۰۰۹ ITCC انگلستان
- عضویت در انجمن بهره‌وری ایران
- عضویت در انجمن مهندسی صنایع ایران
- عضویت در انجمن مهندسی ارزش ایران
- عضویت در انجمن تحقیقات بازاریابی ایران

برخی از آنان که به ما اعتماد کردند:





