



معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی - دفتر بررسی های فنی

اقتصادی

راهنمای تهیه طرح توجیهی بخش خصوصی

تهیه کننده: بی تاکییدی

ویرایش سوم شهریور ماه سال ۹۴

۴..... رو جلد طرح

۴..... بخش اول: اطلاعات اولیه و خلاصه طرح

۵..... مشخصات متقاضی (شرکت/سازمان/موسسه):

۵..... مشخصات طرح:

۵..... مشخصات مالی طرح:

۵..... پیش بینی تامین مالی:

۵..... سایر اطلاعات ضروری:

۶..... ضمایم و مستندات:

۶..... بخش دوم: مطالعات بازار

۶..... اهداف و استراتژی های کلان سرمایه گذاری:

۶..... اهداف پروژه:

۶..... شناخت محصول:

۷..... رقابت:

۷..... بازار بالقوه و بالفعل:

۷..... تعیین بازار هدف:

۷..... برنامه بازاریابی:

۸..... سایر اطلاعات ضروری:

۸ ضمايم و مستندات: ۸

۸ بخش سوم: مطالعات فنی. ۸

۸ محل اجرای طرح: ۸

۹ مشخصات فنی محصول: ۹

۹ انتخاب تکنولوژی: ۹

۹ روش تولید محصول: ۹

۹ انتخاب ظرفیت طرح: ۹

۹ مشخصات فنی طرح: ۹

۱۰ ساير اطلاعات ضروری: ۱۰

۱۰ ضمايم و مستندات: ۱۰

۱۰ بخش چهارم: مطالعات مالی و اقتصادی. ۱۰

۱۰ خلاصه عملکرد مالی و اقتصادی: ۱۰

۱۰ برآورد هزینه‌های سرمایه‌گذاری: ۱۰

۱۱ برآورد هزینه‌های بهره‌برداری: ۱۱

۱۱ برنامه‌های تولید و فروش: ۱۱

۱۱ شاخص‌های مالی و اقتصادی: ۱۱

۱۱ نسبت‌های محاسباتی مالی: ۱۱

۱۳ ساير اطلاعات ضروری: ۱۳

ضمائم و مستندات: ۱۳

بخش پنجم: جمع بندی و نتیجه گیری کلی ۱۳

نتیجه نهایی طرح توجیهی ۱۳

واژه نامه ۱۴

ضمیمه ۱۶

مقدمه

هدف این مستند، راهنمایی نحوه تهیه طرح های توجیهی شرکت ها، موسسات و سازمان های خصوصی می باشد که جهت درخواست همکاری، دریافت وجوه اداره شده و یا... به وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات ارائه می شود. این طرح ها می توانند ایجاد، توسعه، تکمیلی، بازسازی، نوسازی، انتقال، سرمایه در گردش، خرید و فروش و یا سایر موارد باشند.

رو جلد طرح

صفحه ای که بر روی جلد طرح قرار می گیرد و برای معرفی مستند ارائه شده کاربرد دارد. حاوی اطلاعاتی مانند عنوان طرح، نام درخواست کننده، تاریخ و ... می باشد.

بخش اول: اطلاعات اولیه و خلاصه طرح

در ابتدای طرح توجیهی، اطلاعات اولیه و خلاصه طرح پیشنهادی مطرح و موارد ذیل به عنوان زیر بخش بطور کامل و با استفاده از مدارک و سوابق قابل استناد و معتبر تکمیل می شوند:

مشخصات متقاضی (شرکت/سازمان/موسسه):

در این بخش معرفی متقاضی صورت می‌پذیرد. تاریخ تاسیس، موضوع و سوابق فعالیت، سهامداران و نسبت سهام، اسامی هیئت‌مدیره و مدیرعامل همراه با ذکر تخصص و سابقه کاری، آدرس، شماره تلفن، شماره فکس، سایت، پست الکترونیکی و... ذکر گردد.

مشخصات طرح:

در این قسمت اهداف طرح، نوع طرح (ایجاد/توسعه/تکمیلی/بازسازی/نوسازی/انتقال/سرمایه‌درگردش/خریدوفروش)، نام محصول^۱، بازار هدف (محلی/استانی/کشوری/منطقه‌ای/جهانی)، سهم بازار، ظرفیت اسمی^۲، تکنولوژی پیشنهادی، نرخ بازده داخلی (IRR)^۳ و... بیان می‌شود.

مشخصات مالی طرح:

برآورد کلی سرمایه‌گذاری ثابت طرح و سرمایه در گردش^۴ بایستی ارائه شود جزئیات مالی و اقتصادی طرح در فصل چهارم تشریح می‌شود.

پیش‌بینی تامین مالی:

به طور معمول روش‌های مشخصی برای تامین منابع مالی طرح وجود دارد، مانند: سرمایه یا همان آورده اصلی، تسهیلات بلندمدت یا کوتاه‌مدت دریافتی از موسسه‌های مالی اعتباری یا بانک‌ها، شراکت، استفاده از اعتبار فروشندگان ماشین‌آلات، تسهیلات دولتی و... که علاوه بر درج نحوه تامین، بایستی جزئیات مبالغ و اطلاعات ذکر گردد. برای مثال درخصوص تسهیلات می‌توان مواردی مانند نسبت تسهیلات به کل سرمایه لازم، میزان تسهیلات، نرخ سود، تاریخ شروع بازپرداخت، دوره بازپرداخت، میزان اقساط، نوع وثیقه و... را بیان نمود.

سایر اطلاعات ضروری:

در صورتی که تهیه‌کنندگان طرح مواردی را برای تاکید ضروری می‌دانند، به صورت خلاصه در این زیربخش قید شود.

^۱ منظور از محصول " کالا یا خدمت " می باشد.

^۲ Nominal Capacity میزان خروجی یک سیستم را ظرفیت (تولید) آن سیستم می نامند و ظرفیت اسمی میزانی از تولید است که تولیدکننده آن را طراحی و تعریف مینماید و در مقابل ظرفیت واقعی وجود دارد که میزانی است که در واقعیت و عمل از سیستم گرفته می‌شود.

^۳ نرخ بازده داخلی (Internal Rate of Return) یا میزان بازگشت داخلی، نرخ است که منابع تخصیص داده شده به طرح، با آن نرخ ایجاد سود می نمایند. برای محاسبه نرخ بازده داخلی، ارزش خالص فعلی برابر با صفر قرار داده می شود (NPV=0). نرخ بازده داخلی بالاتر از نرخ تنزیل (هزینه فرصت سرمایه) بیانگر اقتصادی بودن طرح میباشد.

^۴ Working capital عبارت است از مجموعه امکانات، ارزش موجودی ها و کالای در جریان ساخت، مطالبات و نقدینگی جهت به کارگیری و بهره برداری از دارایی های ثابت به منظور تولید و حفظ تداوم و استمرار عملیات.

ضمائم و مستندات:

هرگونه مستندات ضروری مرتبط با اطلاعات ذکر شده در این بخش، به عنوان پیوست بخش اول ارائه می شود.

بخش دوم: مطالعات بازار

برای تعیین نحوه سرمایه گذاری و برنامه ریزی مالی و اقتصادی و همچنین برنامه های تولید و سپس فروش، تعیین ظرفیت اسمی و واقعی و انتخاب تکنولوژی و فناوری های لازم، تجزیه و تحلیل بازار امری ضروری است. لذا در این بخش مطالعات انجام شده جهت بررسی عوامل تعیین کننده بازار و نحوه تاثیرشان بر طرح پیشنهادی، تشریح می گردد که در ادامه زیربخش های اصلی ارائه شده است:

اهداف و استراتژی های کلان سرمایه گذاری:

هر شرکت یا سازمانی بنا بر ماموریت، رسالت و اهداف مشخصی تشکیل شده که برای رسیدن به این اهداف گزینه های استراتژیک تعریف می گردد و بهترین آنها که در تدوین آن مزیت های درونی سازمان و شرایط اجتماعی، اقتصادی و سایر عوامل محیطی لحاظ شده است، انتخاب می شود و سپس سیاست های اجرایی و راهبردها و برنامه ریزی ها براساس آنها تعیین می شود. لذا در این قسمت باید استراتژی ها و سیاست های کلان توضیح داده شود و تحلیل جامعی درخصوص بررسی روند فعالیت، چشم انداز فعالیت، تشریح نحوه توسعه فعالیت و فرصت ها و تهدیدها ارائه گردد.

اهداف پروژه:

دلایل اجرای هر طرح بایستی در ابتدای مطالعه بازار تشریح شود. داشتن اطلاعات جامع در مورد جامعه، بازار، دولت و حتی بازارهای جهانی، برای سرمایه گذار طرح ضروری است، تا بتواند با دانستن اهداف صحیح و با علم کامل، سرمایه گذاری و اجرای آن را آغاز نماید. لذا اهداف باید با در نظر گرفتن ملاحظات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و قانونی و سیاست های حاکم تعریف و مورد مطالعه و ارزیابی قرار گیرد و نتایج آن ارائه شود.

شناخت محصول:

در این قسمت باید به بررسی و شناسایی محصول مورد نظر پرداخته و نتیجه آن ارائه شود. ابتدا محصول تعریف می گردد و در ابعاد مختلف نسبت به شناخت و معرفی محصول اقدام و ویژگی، کاربردها و موقعیت فعلی آن در بازار به طور کامل مشخص می شود. همچنین نوع محصول از منظر مصرفی (بادوام یا بی دوام)، واسطه ای یا سرمایه ای و... باید معین شود. نکته مهم دیگر تعیین چرخه عمر (PLC)^۵ است، باید مشخص شود در بازار موجود، محصول در چه مرحله ای قرار دارد (دوره معرفی، دوره رشد،

دوره بلوغ و یا دوره افول) همچنین در حال حاضر نیاز یا تمایل مشتری در چه مرحله‌ای نسبت به محصول می‌باشد. تکنولوژی تولید و فرآیند آن در چه مرحله‌ای است؟ در ادامه معرفی مواد اولیه مصرفی ضروری است و اینکه نقش این مواد در فرآیند تولید مستقیم بوده و یا در جریان فرآیند موردنیاز هستند. همچنین منابع تامین مواد اولیه، نحوه و فرآیند تامین، بهای داخلی و خارجی مواد اولیه، روند قیمت در سال‌های گذشته و سایر موارد مرتبط بایستی تشریح شود. در صورت ارائه خدمت نیز تمامی موارد مرتبط با شناخت آن بایستی ارائه شود.

رقابت:

از موضوعات مهم در بخش تحلیل بازار، رقابت است. شناسایی و ارزیابی رقبا عامل مهمی در تعیین استراتژی ورود به بازار است. بنابراین متغیرهای موثر در عرصه رقابت باید از سوی پیشنهاددهنده طرح، مدنظر قرار گرفته و ارائه گردد. مواردی که باید مورد مطالعه و ارزیابی قرار گیرند عبارتند از: نحوه رقابت مستقیم و غیر مستقیم در بازار، تجزیه و تحلیل رقبا و سهم آنها از بازار فعلی و آتی و برنامه‌های آینده آنها، شرایط حاکم در بازار شامل قیمت، نحوه تولید و توزیع،...، مزایای محصول نسبت به محصولات مشابه و رقابت جهانی و...

بازار بالقوه و بالفعل:

پس از تعیین استراتژی‌های موردنظر در بازار هدف، با کمک متغیرهایی مانند حجم تولید داخلی گذشته، واردات و صادرات، تقاضای داخلی، برآورد تقاضای آتی با توجه به کشش قیمتی تقاضا، می‌توان سهم بازار بالقوه و بالفعل را تعیین کرد. سالنامه‌های آماری و بازرگانی، اتحادیه‌ها و انجمن‌های تخصصی، وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مرتبط می‌توانند در جمع‌آوری اطلاعات مفید باشند.

تعیین بازار هدف:

براساس استراتژی‌ها، اهداف، سرمایه، قیمت کالا، توان و مزیت رقبا، شرایط محصول و... محدوده بازار هدف تعیین می‌شود، که می‌تواند محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی باشد. بایستی مواردی مانند روش مطالعه و تحلیل بازار، وضعیت فعلی محصول در بازار و پیش بینی نرخ رشد بازار، ویژگی‌های بازار هدف (مشکلات، نیازهای بازار، روند موجود، بررسی و تعیین گستره جغرافیایی و...) و مشخصات مشتریان بازار هدف، تشریح گردند.

برنامه بازاریابی:

این بخش بسیار اهمیت دارد و باید براساس تجربیات گذشته و همچنین در نظر گرفتن توان آینده به طور واضح و جامع ارائه گردد. این برنامه در ابعاد مختلف بایستی تحلیل شود: استراتژی کلان (توانایی تغییر بازار، مشارکت و همکاری با سایر

^۶ درصد تغییرات تقاضای یک کالا نسبت به (تقسیم بر) درصد تغییرات قیمت همان کالا.

شرکت‌ها یا سازمان‌ها و...، استراتژی محصول (بررسی تمایلات بازار در مورد طراحی محصول، نحوه معرفی و بسته‌بندی، علائم تجاری، کاربری‌های جدید، مشتریان جدید، توجه به قوانین (کپی رایت و... و...، استراتژی تعیین قیمت (ساختار قیمت، حساسیت محصول به قیمت، ملاحظات قیمت‌گذاری، فرآیند تعیین بین قیمت‌های کف و سقف، ارائه تخفیف، عکس العمل رقبا و...، استراتژی‌های توزیع (الگوهای خرید مشتریان، اطلاعات مربوط به توزیع‌کنندگان و نرخ‌های آنان، نحوه مدیریت برکانال‌های توزیع، مزایا و معایب روش‌های توزیع موجود و پیش‌رو، زنجیره ارزش...، استراتژی‌های تبلیغات (راهکارها، تجارب تیم اجرایی، برآورد منابع...،) زمان ورود به بازار (ارزیابی کلیه متغیرهای تاثیرگذار و تعیین زمان)

سایر اطلاعات ضروری:

در صورتی که تهیه‌کنندگان طرح مواردی را برای تاکید ضروری می‌دانند، به صورت خلاصه در این زیربخش قید شود.

ضمائم و مستندات:

هرگونه مستندات ضروری مرتبط با اطلاعات ذکر شده در این بخش، به عنوان پیوست بخش دوم ارائه می‌شود.

بخش سوم: مطالعات فنی

در بررسی‌های فنی تعیین مکان اجرای طرح، بررسی‌های لازم درخصوص ویژگی‌های محصول، روش‌های مختلف تولید و انتخاب تکنولوژی مناسب و متناسب با شرایط شرکت و شرایط محیطی و انتخاب دستگاه‌ها و تجهیزات موردنیاز براساس فرآیندهای منتخب، صورت می‌پذیرد. همچنین ضمن تشریح فرآیندهای مختلف تولید، باید فرآیندهای کنترل کیفیت نیز بیان گردد. ظرفیت طرح از منظر فنی براساس بازار هدف، روش تولید و سایر موارد مرتبط در این بخش تعیین می‌شود. کاربرد و میزان مواداولیه موردنیاز و تعداد و نحوه عملکرد فرآیندها، امکانات و تاسیسات زیربنایی و انرژی موردنیاز و هزینه‌های آنها و از همه مهمتر قیمت تمام شده محصول با توجه به رعایت اصول فنی و کیفی ارائه می‌گردد. با عنایت به این توضیحات می‌توان این بخش را به موارد زیر تقسیم نمود:

محل اجرای طرح:

ضمن معرفی کامل مکان، دلایل انتخاب با توجه به فاصله، در دسترس بودن و همچنین به صرفه بودن، با توجه به بازار هدف، بازار مواداولیه، نیروی کار، قوانین و مقررات، تسهیلات حمل‌ونقل، تسهیلات زیربنایی، شرایط اقلیمی و... تشریح می‌گردد.

مشخصات فنی محصول:

محصول و ویژگی های آن و همچنین تمامی مشخصات و استانداردهای مواد تشکیل دهنده در این قسمت تشریح می شود. مشخصات فنی محصول به طور کامل بیان و کلیه استانداردهای داخلی و خارجی مرتبط با صنعت و محصول معرفی و توضیح داده می شود. شیوه های مختلف ارائه محصول نظیر انواع بسته بندی نیز در همین زیر بخش معین می گردد.

انتخاب تکنولوژی:

در هنگام تهیه طرح توجیهی و امکان سنجی آن باید توجه ویژه ای به تکنولوژی پروژه شود. باید عوامل محیطی، پتانسیل های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی در نظر گرفته شود و در چارچوب اقتصادی، قانونی و اجتماعی، تکنولوژی مناسب انتخاب شود. تحلیل دقیقی از تهدیدها، فرصتها، ضعفها و قوتها در مورد تکنولوژی مربوطه ضروری است. همچنین باید استراتژی های کلان بررسی و موقعیت فعلی، افق مورد نظر و چگونگی رسیدن به آن باید تعیین شود. گزینه های به دست آوردن تکنولوژی (داخلی، خارجی یا مشترک) بررسی می شود و هر یک از منظر مزایا و منافع، ریسکها و معایب، بررسی و تحلیل هزینه/فایده می گردند. همچنین فرآیند پیاده سازی تکنولوژی، عوامل موثر در انتخاب آن شامل انطباق با بازار هدف (از بعد کیفیت و قیمت تمام شده محصول)، تناسب با ظرفیت تولید، داشتن مزیت یا برتری رقابتی با رقبای، دوران عمر تکنولوژی، وجود عوامل زیربنایی، پشتیبانی و خدمات، نیروی انسانی مرتبط، میزان سرمایه گذاری، در دسترس بودن تکنولوژی، انعطاف پذیری و تنوع، سازگاری با سیاستها و... و در نهایت دلایل اصلی انتخاب تکنولوژی منتخب باید مدنظر قرار گیرد.

روش تولید محصول:

در این زیربخش کلیه مراحل که منجر به تولید محصول می گردد به طور کامل تشریح می شود، مانند روش تولید و زمانبندی آن، نمودارهای فرآیند گردش کاری از ابتدا تا انتها، نمودار فرآیندهای اداری و عملیاتی به تفکیک، تشریح استانداردهای تولید و روش های کنترل و بازرسی.

انتخاب ظرفیت طرح:

ظرفیت طرح یعنی مقدار تولید در واحد زمان. این ظرفیت هنگامی مطرح می شود که طرح با ظرفیت کامل نیروی انسانی و طول زمان معین مدنظر قرار گیرد. موارد متعددی در تعیین ظرفیت طرح موثر هستند مانند: تناسب با بازار هدف، تکنولوژی و عوامل مرتبط با آن، مقیاس های اقتصادی، منابع تأمین مالی که باید مورد تحلیل قرار گیرند.

مشخصات فنی طرح:

در این بخش تمامی موارد فنی لازم ذکر می شود که اهم آنها به این شرح است: مشخصات فرآیند تولید محصول (اعم از ماشین آلات، خط تولید، معرفی شرکت سازنده یا ارائه دهنده، دانش فنی یا تکنولوژی، برآورد هزینه خرید، نصب و راه اندازی

آزمایشی، ظرفیت انتخابی (...)، معرفی محصول اصلی و فرعی، شرح خلاصه فرآیند تولید، تعداد و ویژگی نیروی انسانی و تخصص های مورد نیاز، برآورد هزینه سالانه حقوق و دستمزد (در حداکثر ظرفیت عملی طرح)، میزان و نوع مواد اولیه مصرفی با ذکر کلیه مشخصات، شرح تاسیسات زیربنایی، ساختمان ها و مکان های اداری مورد نیاز، نقشه طرح، جانمایی ماشین آلات و برآورد هزینه های اجرایی، میزان و نوع انرژی های مصرفی و برآورد هزینه سالانه، قیمت (بهای تمام شده)، خدمات پس از فروش و برآورد هزینه های مربوط و...

سایر اطلاعات ضروری:

در صورتی که تهیه کنندگان طرح مواردی را برای تاکید ضروری می دانند، به صورت خلاصه در این زیربخش قید شود.

ضمائم و مستندات:

هرگونه مستندات ضروری مرتبط با اطلاعات ذکر شده در این بخش، به عنوان پیوست بخش سوم ارائه می شود.

بخش چهارم: مطالعات مالی و اقتصادی

در بخش مطالعات مالی و اقتصادی استفاده از نرم افزارهای تحلیل مالی برای محاسبه و تحلیل شاخص های مالی و اقتصادی طرح ها توصیه می گردد. شاخص های مالی و اقتصادی لازم برای ارزیابی طرح ها، بایستی در قالب جداول و نمودارها با استفاده از متدولوژی مشخص توسط تهیه کنندگان طرح محاسبه و ارائه شوند. موارد مهم در این بخش به شرح ذیل می باشد.

خلاصه عملکرد مالی و اقتصادی:

در این قسمت باید یک نمای مشخص از مشخصات مالی و اقتصادی (مثلاً در قالب یک جدول) ارائه شود، شامل: عنوان

پروژه، مشخصات عمومی، میزان سرمایه گذاری، منابع، صورت سود و زیان.

برآورد هزینه های سرمایه گذاری:

در یک طرح، سرمایه گذاری در بخش های مختلفی صورت می گیرد، لذا ضروری است به طور جزئی تمامی بخش ها تشریح و ارقام هزینه ای منظور گردند، که شامل این موارد می باشد: هزینه های ثابت سرمایه گذاری (خرید زمین، محوطه سازی، ساختمان سازی، ماشین آلات و تجهیزات، تاسیسات، وسائط نقلیه، اثاثیه و لوازم اداری و هزینه های پیش بینی نشده)، هزینه های قبل از بهره برداری (هزینه های مطالعات پیش از سرمایه گذاری، هزینه های تحقیقات مقدماتی، هزینه های ثبت شرکت، هزینه های سازمان دهی پروژه، هزینه های اخذ تکنولوژی (حق امتیاز) و سایر هزینه های قبل از بهره برداری) و سرمایه در گردش

برآورد هزینه‌های بهره‌برداری:

باید تمامی هزینه‌هایی که در زمان بهره‌برداری طرح پرداخت می‌گردد برآورد شده و به تفصیل ارائه گردد، که شامل هزینه‌های: مواد اولیه، انرژی، قطعات یدکی مصرف‌شده، تعمیرات و نگهداری، حقوق و دستمزد پرسنل، هزینه‌های سربار کارخانه، بیمه، استهلاک و هزینه‌های اداری، هزینه‌های بازاریابی و... می باشد.

برنامه‌های تولید و فروش:

برنامه کلی تولید و فروش شامل درآمدهای خالص و ناخالص باید تهیه شود، مانند برنامه اجرایی از سال صفر تا سال بهره‌برداری، برنامه‌های تولید و فروش از سال اول بهره‌برداری تا سال مشخصی از بهره‌برداری (مثلاً ۵ سال یا ده سال)، محاسبه کل درآمدها با جزئیات در جداول مشخص به تفکیک سال‌های مدنظر، محاسبه قیمت تمام شده، محاسبه سود و زیان طی سال‌های بهره‌برداری و...

شاخص‌های مالی و اقتصادی:

برای ارزیابی مالی و اقتصادی طرح، همواره یک سری شاخص به صورت استاندارد محاسبه و ارائه می‌گردند که مهمترین آنها به این شرح می‌باشد: نرخ بازده داخلی (IRR)، نرخ بازده داخلی سرمایه نقدی (IRRE)^۷، Risk Premium^۸، ارزش خالص فعلی (NPV)^۹، ارزش خالص فعلی سرمایه گذار (NPVE)^{۱۰}، دوره بازگشت سرمایه عادی و متحرک^{۱۱}، تحلیل نقطه سر به سر^{۱۲} و

نسبت‌های محاسباتی مالی:

نسبت‌های مالی^{۱۳}، شاخص‌هایی در ارتباط با نقدینگی و ریسک‌های مرتبط با طرح ارائه می‌دهند و توانمندی طرح در بازپرداخت بدهی‌های بلندمدت و کوتاه مدت را ارزیابی می‌کنند. همچنین این نسبت‌ها اجرا کننده طرح را با بنگاه‌های اقتصادی

^۷ نرخ بازده داخلی سرمایه نقدی، بازگشت سرمایه نقدی تخصیص داده شده به طرح توسط سرمایه گذاران را به دست می‌دهد از نگاه سرمایه گذار، سود سهام دریافت شده به عنوان منافع سرمایه گذار و سرمایه نقدی تخصیص داده شده به عنوان هزینه سرمایه گذار لحاظ میشود IRRE بالاتر از نرخ تنزیل (هزینه فرصت سرمایه گذار) بیانگر اقتصادی بودن طرح از منظر سرمایه گذار می باشد.

^۸ عبارت است از مابه التفاوت (یا ارزش اضافی) نرخ سود مورد انتظار در شرایط عدم اطمینان با نرخ سود در شرایط اطمینان.

^۹ بیانگر تفاضل ارزش فعلی کلیه درآمدهای طرح (حاصل از فروش محصول یا خدمت) و هزینه‌های طرح (کلیه منابع مصرف شده) می باشد. ارزش خالص فعلی غیرمنفی در نرخ تنزیل، (هزینه فرصت سرمایه) بیانگر اقتصادی بودن پروژه از این منظر می باشد.

^{۱۰} بیانگر تفاضل ارزش فعلی درآمدهای سرمایه گذار (سود سهام دریافت شده) و هزینه‌های سرمایه گذار (آورده نقدی) می باشد. ارزش خالص فعلی غیرمنفی در نرخ تنزیل برابر با هزینه فرصت سرمایه گذار، بیانگر اقتصادی بودن پروژه از منظر سرمایه گذار می باشد.

^{۱۱} دوره بازگشت سرمایه عادی، مدت زمانی است که کل سرمایه گذاری انجام شده، توسط درآمدهای حاصل از طرح (بدون توجه به ارزش زمانی آن ها) بازگشت پیدا میکند. دوره بازگشت سرمایه متحرک، مدت زمانی است که کل سرمایه گذاری انجام شده، توسط درآمدهای حاصل از طرح، (با توجه به ارزش زمانی آن ها) بازگشت پیدا میکند.

^{۱۲} تحلیل نقطه سر به سر، مشخص کننده حجم تولیدی است که در آن درآمد فروش، هزینه‌های تولید را پوشش می‌دهد. تولید بیش از نقطه سر به سر بیانگر قرار داشتن در منطقه سود و تولید کمتر از نقطه سر به سر بیانگر قرار داشتن در منطقه زیان می باشد.

مشابه مورد مقایسه قرار می دهد. بسته به متدولوژی و نظر تهیه کنندگان طرح این نسبت ها بایستی محاسبه و در این بخش تحلیل شود. نسبت های مالی به چهار گروه عمده تقسیم می شوند:

(الف) نسبت های نقدینگی: این نسبت ها توانایی و قدرت شرکت را در پرداخت بدهی های کوتاه مدت در زمان سررسید اندازه گیری نموده و خود به دو زیرگروه تقسیم می شوند، نسبت جاری^{۱۴} و نسبت های آنی^{۱۵}

(ب) نسبت های فعالیت: با این نسبت می توان میزان کارایی یک شرکت را در کاربرد منابع خود اندازه گیری نمود و خود به چهار شاخص تقسیم می گردند: گردش موجودی^{۱۶}، گردش حساب های دریافتی^{۱۷}، متوسط دوره وصول مطالبات^{۱۸} و گردش جمع دارائی ها^{۱۹}

(ج) نسبت های اهرمی: تامین نیازهای مالی از طریق ایجاد بدهی را نشان می دهد. در واقع این نسبت ها تعیین می کنند که شرکت تا چه حد نیازهای مالی خود را از منابع دیگران تامین نموده است و در دو شاخص دسته بندی می گردند: نسبت جمع بدهی ها به جمع دارائی ها^{۲۰} و نسبت دفعات پرداخت بهره^{۲۱}

(د) نسبت های سودآوری: میزان موفقیت شرکت را در کسب سود و طریق تامین آن از محل درآمد، فروش و سرمایه گذاری مورد تحلیل قرار می دهد که در هفت شاخص اصلی دسته بندی می گردند: نسبت سود خالص به فروش^{۲۲}، نسبت سود خالص به متوسط دارائی ها^{۲۳}، نسبت بازده حقوق صاحبان سهام^{۲۴}، درآمد هر سهم^{۲۵}، نسبت قیمت به سود^{۲۶} و بازده سود سهام^{۲۷}

۱۴ از تقسیم دارائیهای جاری به بدهیهای جاری بدست می آید و به عنوان شاخص توانایی شرکت در پرداخت تعهدات کوتاه مدت از محل دارائیهای جاری به حساب می آید.

۱۵ این نسبت از تقسیم دارائیهای سریع بر جمع بدهیها بدست می آید، دارائیهای سریع شامل وجوه نقد و بانک، اوراق بهادار کوتاه مدت و حسابهای دریافتی است، اقلامی مانند موجودی کالا و پیش پرداختها در محاسبه نسبت لحاظ نمی شود تا بستانکاران و اعتباردهندگان کوتاه مدت بهتر بتوانند نقدینگی شرکت را در بازپرداخت بدهی ها ارزیابی کنند.

۱۶ این نسبت از تقسیم بهای تمام شده کالای فروش رفته بر متوسط موجودی یک دوره مالی بدست می آید.

۱۷ این نسبت از تقسیم خالص فروش نسبه بر متوسط حسابهای دریافتی به دست می آید.

۱۸ این نسبت متوسط روزهایی که طول می کشد تا فروش نسبه وصول شود را بیان می کند و از تقسیم عدد ۳۶۰ روز بر گردش بدهکاران بدست می آید.

۱۹ از تقسیم خالص فروش بر متوسط دارائی ها در یک دوره مالی بدست می آید. این نسبت برچگونگی بهره وری از دارائیهها تاکید دارد.

۲۰ این نسبت توانائی شرکت در تحمل کاهش خالص دارائی ها بر اثر زیان های وارده بدون به مخاطره افتادن منابع اعتبار دهندگان را نشان می دهد، هر چقدر این نسبت بالا باشد، نشان دهنده ریسک بالای اعتبار دهندگان می باشد.

۲۱ این نسبت بطور معمول از تقسیم سود قبل از بهره و مالیات بر هزینه بهره بدست می آید. این نسبت برای ارزیابی توان واحد تجاری در پرداخت هزینه بهره سالانه کاربرد دارد.

۲۲ این نسبت از تقسیم سود خاص بر فروش خالص بدست می آید و میزان بازدهی را به ازای هر ریال از فروش نشان میدهد.

۲۳ این نسبت از تقسیم سود خالص به جمع دارائیهها بدست می آید و معیار بهتری برای سنجش سودآوری شرکت در مقایسه با نسبت سود خالص به فروش و نسبت سود عملیاتی است زیرا توان مدیریت را در بکارگیری موثر از دارائیهها در ایجاد سود خالص نشان میدهد.

۲۴ این نسبت از تقسیم سود خالص منهای سود سهام ممتاز بر متوسط حقوق صاحبان سهام بدست می آید. این نسبت میزان موفقیت مدیریت را در حداکثر نمودن بازده سهامداران عادی نشان میدهد.

۲۵ این نسبت از تقسیم سود خالص منهای سود سهام ممتاز بر تعداد سهام عادی بدست می آید. روند افزایش این نسبت مبین رشد واحد تجاری است که از دیدگاه سرمایه گذاران رشد بالقوه بسیار مطلوب است و روند کاهشی سرمایه گذاران و سهامداران را نگران خواهد کرد.

۲۶ این نسبت از تقسیم ارزش بازار به سود هر سهم بدست می آید.

۲۷ این نسبت از تقسیم سود عادی بر ارزش بازار در هر سهم بدست می آید.

سایر اطلاعات ضروری:

در صورتی که تهیه کنندگان طرح مواردی را برای تاکید ضروری می دانند، به صورت خلاصه در این زیربخش قید شود.

ضمائم و مستندات:

هرگونه مستندات ضروری مرتبط با اطلاعات ذکر شده در این بخش، به عنوان پیوست بخش چهارم ارائه می شود.

بخش پنجم: جمع بندی و نتیجه گیری کلی

در این بخش خلاصه نتایج حاصل از بخش بازار، فنی، مالی و اقتصادی ارائه می گردد.

نتیجه نهایی طرح توجیهی

آخرین مرحله، تصمیم گیری در خصوص تایید یا عدم تایید طرح است که توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات صورت می گیرد. در صورت مثبت بودن مطالعات و بررسی ها، طرح یا پروژه با تعیین حدود، میزان اعتبارات مورد نیاز و مدت زمان تقریبی اجرا به تصویب می رسد و اجرای طرح شروع می شود.

واژه نامه

فارسی

انگلیسی

Internal Rate of Return	نرخ بازده داخلی یا میزان بازگشت داخلی، نرخى است که منابع تخصیص داده شده به طرح ، با آن نرخ ایجاد سود می نمایند. برای محاسبه نرخ بازده داخلی، ارزش خالص فعلی برابر با صفر قرار داده می شود ($NPV=0$). نرخ بازده داخلی بالاتر از نرخ تنزیل (هزینه فرصت سرمایه) بیانگر اقتصادی بودن طرح میباشد.
Nominal Capacity	ظرفیت اسمی میزان خروجی یک سیستم را ظرفیت (تولید) آن سیستم می نامند و ظرفیت اسمی میزانی از تولید است که تولیدکننده آن را طراحی و تعریف می نماید و در مقابل ظرفیت واقعی وجود دارد که میزانی است که در واقعیت و عمل از سیستم گرفته می شود.
Working Capital	سرمایه در گردش عبارت است از مجموعه امکانات، ارزش موجودی ها و کالای در جریان ساخت، مطالبات و نقدینگی جهت به کارگیری و بهره برداری از دارایی های ثابت به منظور تولید و حفظ تداوم و استمرار عملیات
Product Life Cycle	چرخه عمر محصول
Price elasticity of demand	کشش قیمتی تقاضا عبارت است از درصد تغییرات تقاضای یک کالا نسبت به (تقسیم بر) درصد تغییرات قیمت همان کالا.
Internal Rate of Return on Equity	نرخ بازده داخلی سرمایه نقدی بازگشت سرمایه نقدی تخصیص داده شده به طرح توسط سرمایه گذاران را به دست میدهد از نگاه سرمایه گذار، سود سهام دریافت شده به عنوان منافع سرمایه گذار و سرمایه نقدی تخصیص داده شده به عنوان هزینه سرمایه گذار لحاظ میشود IRRE بالاتر از نرخ تنزیل (هزینه فرصت سرمایه گذار) بیانگر اقتصادی بودن طرح از منظر سرمایه گذار می باشد.
Net present value	ارزش خالص فعلی بیانگر تفاضل ارزش فعلی کلیه درآمدهای طرح (حاصل از فروش محصول یا خدمت) و هزینه های طرح (کلیه منابع مصرف شده) می باشد. ارزش خالص فعلی غیرمنفی در نرخ تنزیل (هزینه فرصت سرمایه) بیانگر اقتصادی بودن پروژه از این منظر می باشد.
Risk Premium	عبارت است از مابه التفاوت (یا ارزش اضافی) نرخ سود مورد انتظار در شرایط عدم اطمینان با نرخ سود در شرایط اطمینان.
Net present value of Equity	ارزش خالص فعلی سرمایه گذار بیانگر تفاضل ارزش فعلی درآمدهای سرمایه گذار (سود سهام دریافت شده) و هزینه های سرمایه گذار (آورده نقدی) می باشد. ارزش خالص فعلی غیرمنفی در نرخ تنزیل برابر با هزینه فرصت سرمایه گذار، بیانگر اقتصادی بودن پروژه از منظر سرمایه گذار می باشد.
Normal payback period	دوره بازگشت سرمایه عادی، مدت زمانی است که کل سرمایه گذاری انجام شده، توسط درآمدهای حاصل از طرح (بدون توجه به ارزش زمانی آن ها) بازگشت پیدا میکند. دوره بازگشت سرمایه متحرک، مدت زمانی است که کل سرمایه گذاری انجام شده، توسط درآمدهای حاصل از طرح (با توجه به ارزش زمانی آن ها) بازگشت پیدا میکند.
Break- Even analysis	تحلیل نقطه سر به سر ، مشخص کننده حجم تولیدی است که در آن درآمد فروش، هزینه های تولید را پوشش می دهد. تولید بیش از نقطه سر به سر بیانگر قرار داشتن در منطقه سود و تولید کمتر از نقطه سر به سر بیانگر قرار داشتن در منطقه زیان می باشد.
Financial Ratios	نسبت های مالی
Current ratio	نسبت جاری از تقسیم دارائیهای جاری به بدهیهای جاری بدست می آید و به عنوان شاخص توانایی شرکت در پرداخت تعهدات کوتاه مدت از محل دارائیهای جاری به حساب می آید.
Acid-test ratio	نسبت های آبی این نسبت از تقسیم دارائیهای سریع بر جمع بدهیها بدست می آید، دارائیهای سریع شامل وجه نقد و بانک، اوراق بهادار کوتاه مدت و حسابهای دریافتی است، اقلامی مانند موجودی کالا و پیش پرداختها در محاسبه نسبت لحاظ نمی شود تا بستانکاران و اعتباردهندگان کوتاه مدت بهتر بتوانند نقدینگی شرکت را در بازپرداخت بدهی ها ارزیابی کنند
Inventory turnover	گردش موجودی این نسبت از تقسیم بهای تمام شده کالای فروش رفته بر متوسط موجودی یک

	دوره مالی بدست می آید.
Account receivable turnover	گردش حسابهای دریافتی این نسبت از تقسیم خالص فروش نسیه بر متوسط حسابهای دریافتی به دست می آید.
Average Receivable Turnover Ratio	متوسط دوره وصول مطالبات این نسبت متوسط روزهایی که طول می کشد تا فروش نسیه وصول شود را بیان می کند و از تقسیم عدد ۳۶۰ روز برگردش بدهکاران بدست میآید.
Total assets turnover	گردش جمع دارائیها از تقسیم خالص فروش بر متوسط دارائیها در یک دوره مالی بدست می آید. این نسبت برچگونگی بهره وری از دارائیها تاکید دارد.
Total debts to assets ratio	نسبت جمع بدهیها به جمع دارائیها این نسبت توانائی شرکت در تحمل کاهش خالص دارائیها بر اثر زیان های وارده بدون به مخاطره افتادن منابع اعتبار دهندگان را نشان می دهد، هر چقدر این نسبت بالا باشد، نشان دهنده ریسک بالای اعتبار دهندگان می باشد.
Frequency of interest payment ratio	نسبت دفعات پرداخت بهره این نسبت بطور معمول از تقسیم سود قبل از بهره و مالیات بر هزینه بهره بدست می آید. این نسبت برای ارزیابی توان واحد تجاری در پرداخت هزینه بهره سالانه کاربرد دارد.
Net profit to sales ratio	نسبت سود خالص به فروش این نسبت از تقسیم سود خاص بر فروش خالص بدست میآید و میزان بازدهی را به ازای هر ریال از فروش نشان میدهد.
Operating profit to sales ratio	نسبت سود عملیاتی به فروش این نسبت از تقسیم سود عملیاتی به فروش خالص بدست می آید اقلام غیر عملیاتی همچون درآمد و هزینه بهره، سود و زیان واگذاری دارائیها در محاسبه سود عملیاتی منظور می شود این نسبت معیار قویتری برای ارزیابی سودآوری و فروش است.
Return on equity	بازده حقوق صاحبان سهام این نسبت از تقسیم سود خالص منهای سود سهام ممتاز بر متوسط حقوق صاحبان سهام بدست می آید. این نسبت میزان موفقیت مدیریت را در حداکثر نمودن بازده سهامداران عادی نشان میدهد.
Earning per share	درآمد هر سهم این نسبت از تقسیم سود خالص منهای سود سهام ممتاز بر تعداد سهام عادی بدست می آید. روند افزایش این نسبت مبین رشد واحد تجاری است که از دیدگاه سرمایه گذاران رشد بالقوه بسیار مطلوب است و روند کاهشی سرمایه گذاران و سهامداران را نگران خواهد کرد.
price divided ratio	نسبت قیمت به سود این نسبت از تقسیم ارزش بازار به سود هر سهم بدست می آید.
Dividend yield	بازده سود سهام این نسبت از تقسیم سود عادی بر ارزش بازار در هر سهم بدست می آید.

.....: عنوان طرح

.....: عنوان شرکت / موسسه / سازمان

.....: واحد پیشنهاد دهنده طرح

.....: تاریخ ارائه طرح

.....: ویرایش

.....: واحد بررسی کننده طرح

.....: تاریخ بررسی طرح

.....: نتیجه بررسی

بخش اول: اطلاعات اولیه و خلاصه طرح

* مشخصات متقاضی (شرکت/سازمان/موسسه):

الف- تاریخ تاسیس

ب- موضوع و سوابق فعالیت

ج- سهامداران و نسبت سهام

د- اسامی هیئت مدیره و مدیرعامل همراه با ذکر تخصص و سابقه کاری

ه- آدرس، شماره تلفن، شماره فکس، سایت، پست الکترونیکی و...

و- سایر موارد

* مشخصات طرح:

الف- اهداف

ب- نوع طرح

ج- نام محصول

د- بازار هدف

ه- سهم بازار

و- ظرفیت اسمی

ز- تکنولوژی پیشنهادی

ح- نرخ بازده داخلی

ط- سایر موارد

* مشخصات مالی طرح شامل:

الف- برآورد تقریبی سرمایه گذاری ثابت طرح

ب- برآورد سرمایه در گردش

* پیش بینی تامین مالی:

الف- روش های تامین منابع مالی:

سرمایه

تسهیلات بلند مدت یا کوتاه مدت

شراکت با اشخاص حقیقی یا حقوقی / اعتبار فروشندگان ماشین آلات

تسهیلات دولتی

سایر موارد

ب- اطلاعات مربوط به تسهیلات مالی:

*سایر اطلاعات ضروری:

*ضمائم و مستندات:

بخش دوم: مطالعات بازار

*اهداف و استراتژی های کلان سرمایه گذاری:

الف- بررسی روند فعالیت

ب- چشم انداز فعالیت

ج- تشریح نحوه توسعه فعالیت

د- فرصت ها و تهدیدها

*اهداف پروژه:

*شناخت محصول:

الف- نوع محصول

ب- تعیین چرخه عمر

ج- مواد اولیه مصرفی

*رقابت:

الف- نحوه رقابت مستقیم و غیر مستقیم در بازار

ب- تجزیه و تحلیل رقبا

ج- شرایط رقابتی حاکم بر بازار

د- مزایای محصول نسبت به محصولات مشابه سایر رقبا

ه- رقابت جهانی

و- سایر موارد

*بازار بالقوه و بالفعل:

الف- حجم تولید داخلی گذشته

ب- واردات و صادرات

ج- تقاضای داخلی

د- تقاضای آتی بازار

*تعیین بازار هدف:

الف- تشریح روش مطالعه و تحلیل بازار

ب- وضعیت فعلی محصول در بازار و پیش بینی نرخ رشد بازار

ج- ویژگی های بازار هدف

د- مشخصات مشتریان در بازار هدف

*برنامه بازاریابی:

الف- استراتژی کلان

ب- استراتژی محصول

ج- استراتژی تعیین قیمت

د- استراتژی های توزیع

ه- استراتژی های تبلیغات

و- زمان ورود به بازار

*سایر اطلاعات ضروری:

*ضمائم و مستندات :

بخش سوم: مطالعات فنی

*محل اجرای طرح:

*مشخصات فنی محصول:

الف- ویژگی ها و اجزای تشکیل دهنده

ب- استانداردهای داخلی و خارجی

ج- نحوه ارائه محصول

د- سایر موارد

***انتخاب تکنولوژی:**

الف-شناسایی و تحلیل عوامل محیطی

ب-استراتژی های کلان تکنولوژی

ج-نحوه بررسی و تعیین تکنولوژی بهینه

د-فرآیند پیاده سازی تکنولوژی

ه-عوامل مؤثر در انتخاب تکنولوژی

و-دلایل اصلی انتخاب تکنولوژی منتخب

***روش تولید محصول:**

الف-روش تولید و زمانبندی

ب-نمودارهای فرآیندهای گردش کار

ج-نمودار فرآیندهای اداری و عملیات

د-استانداردهای تولید و روش کنترل و بازرسی

***انتخاب ظرفیت طرح:**

***مشخصات فنی طرح:**

الف- مشخصات فرآیند تولید محصول

ب- ظرفیت انتخابی

ج- معرفی محصول (اصلی و فرعی)

د- شرح خلاصه فرآیند تولید

ه- تعداد و ویژگی نیروی انسانی و تخصص های مورد نیاز

و-برآورد هزینه سالانه حقوق و دستمزد (در حداکثر ظرفیت عملی طرح)

ز- میزان و نوع مواد اولیه مصرفی

ح- شرح تاسیسات زیر بنایی، ساختمان ها و مکان های اداری مورد نیاز

ط- نقشه طرح و جانمایی ماشین آلات و برآورد هزینه های اجرایی

ی- میزان و نوع انرژی های مصرفی و برآورد هزینه سالانه

ک- قیمت

ل- خدمات پس از فروش و برآورد هزینه های مربوط

م- سایر موارد

* سایر اطلاعات ضروری:

* ضمائم و مستندات:

بخش چهارم: مطالعات مالی و اقتصادی

* خلاصه عملکرد مالی و اقتصادی:

* برآورد هزینه های سرمایه گذاری:

الف- هزینه های ثابت سرمایه گذاری

ب- هزینه های قبل از بهره برداری

ج- سرمایه در گردش

* برآورد هزینه های بهره برداری:

الف- مواد اولیه

ب- انرژی

ج- قطعات یدکی مصرف شده

د- تعمیرات و نگهداری

ه- حقوق و دستمزد پرسنل

و- هزینه های سربار کارخانه

ز- بیمه

ح- استهلاک

ط- هزینه های اداری

ی- هزینه های بازاریابی

ک- سایر موارد

* برنامه های تولید و فروش:

د- برنامه اجرایی از سال صفر تا سال بهره برداری

ه- برنامه های تولید و فروش از سال اول بهره برداری تا سالی مشخص از بهره برداری

و- محاسبه کل درآمدها

ز- محاسبه قیمت تمام شده

ح- محاسبه سود و زیان طی سال های بهره برداری

ط- سایر موارد

* شاخص های مالی و اقتصادی:

* نسبت های محاسباتی مالی:

* سایر اطلاعات ضروری:

* ضمائم و مستندات:

بخش پنجم: جمع بندی و نتیجه گیری کلی

* نتیجه گیری بخش بازار:

* نتیجه گیری بخش فنی:

* نتیجه گیری بخش مالی و اقتصادی (تجزیه و تحلیل شاخص ها):

* اظهار نظر نهایی در خصوص اجرای طرح (مشخص و صریح):