



Karen Crowd

گزارش ارزیابی طرح تأمین مالی جمعی
تولید و فروش لوازم خانگی با برند تکنو

متقاضی:

«شرکت طنین اقتدار پارس»

عامل:

شرکت گروه پیشگامان کارآفرینی کارن

نهاد مالی:

شرکت کارگزاری بانک کارآفرین



خلاصه مدیریتی

مشخصات متقاضی

نام شرکت متقاضی:	تاریخ ثبت شرکت متقاضی:	محل ثبت شرکت متقاضی:	محل اجرای طرح:
طنین اقتدار پارس	۱۳۹۰/۰۳/۲۴	استان: تهران شهر: تهران	استان: تهران شهر: تهران
وضعیت دانش‌بنیانی: دانش‌بنیان <input type="checkbox"/> غیردانش‌بنیان <input checked="" type="checkbox"/>		نوع شرکت متقاضی: سهامی خاص	
سرمایه موردنیاز برای اجرای طرح (میلیون ریال): ۱۴۸,۰۰۰ میلیون ریال			

مشخصات عامل

نام شرکت عامل: گروه پیشگامان کارآفرینی کارن	وضعیت دانش‌بنیانی: دانش‌بنیان <input checked="" type="checkbox"/> غیردانش‌بنیان <input type="checkbox"/>
---	--

مشخصات نهاد مالی

نام نهاد مالی: شرکت کارگزاری بانک کارآفرین
--

اطلاعات طرح و محصول

(۱) نام محصول طرح: لوازم خانگی کوچک شامل اسپرسوساز، سرخ‌کن و مایکروفر

(۲) حوزه فناوری:	
<input type="checkbox"/> کشاورزی، فناوری زیستی و صنایع غذایی	<input checked="" type="checkbox"/> سخت‌افزارهای برق و الکترونیک، لیزر و فوتونیک
<input type="checkbox"/> دارو و فرآورده‌های پیشرفته حوزه تشخیص و درمان	<input type="checkbox"/> فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه ای
<input type="checkbox"/> مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی	<input type="checkbox"/> خدمات تجاری‌سازی
<input type="checkbox"/> ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته	<input type="checkbox"/> صنایع فرهنگی، صنایع خلاق و علوم انسانی و اجتماعی
<input type="checkbox"/> وسایل، ملزومات و تجهیزات پزشکی	



۳) کاربرد محصول: محصولات موضوع طرح از جمله محصولات پرکاربرد در آشپزخانه‌های خانگی هستند و کاربرد آن‌ها طبخ غذا و عصاره‌گیری قهوه جهت مصارف خانگی است.
۴) هدف از اجرای طرح: هدف از اجرای طرح واردات مواد اولیه و ملزومات تولید لوازم خانگی فوق‌الذکر و تولید و فروش ۲۱,۰۰۰ اسپرسوساز، ۶,۰۰۰ سرخ‌کن و ۶,۰۰۰ مایکروفر است.
۵) مدت زمان اجرای طرح (ماه): ۱۲
۶) سود پیش‌بینی شده طرح (میلیون ریال): ۱۵۷,۰۵۸
۷) میزان سود سرمایه‌گذاران در مدت زمان طرح: ۴۲ درصد با تقسیم سود دوره‌ای هر سه ماه ۱۰.۵ درصد و اصل سرمایه پایان دوره
۸) میزان سود مرکب سرمایه‌گذاران در مدت زمان طرح: ۴۹.۰۹ درصد سالانه
۹) وثیقه‌های مالی: چک ضمانت ۱۵۰ درصد اصل سرمایه و تعهد خرید محصولات توسط شخص حقیقی

مشخصات، توضیحات و نکات کلیدی مربوط به موضوع طرح

- این شرکت محصولات با برند تجاری «تکنو» را به بازار عرضه می‌کند.
- فروش شرکت طبق صورت‌مالی حسابرسی شده منتهی به ۱۴۰۱/۱۲/۲۹ برابر با ۴,۷۵۱,۵۰۳,۹۳۳ ریال بوده است.



فهرست مطالب

فصل اول - بررسی کلیات شرکت	۵
۱.۱ اطلاعات ثبتی شرکت متقاضی	۵
۱.۲ محل استقرار شرکت متقاضی	۵
۱.۳ خلاصه‌ای از سابقه فعالیت شرکت متقاضی	۶
۱.۴ ترکیب فعلی سهام‌داران شرکت	۶
۱.۵ ترکیب اعضای هیئت‌مدیره شرکت متقاضی	۶
۱.۶ گزارش وضعیت اعتباری شرکت متقاضی و اعضای هیئت‌مدیره	۷
۱.۷ گزارش وضعیت سوء پیشینه هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت متقاضی	۱۱
۱.۸ تصاویر مجوزات و گواهی‌نامه‌ها	۱۲
۱.۹ بررسی روند فروش و سودآوری شرکت	۱۵
فصل دوم - بررسی فنی طرح	۱۷
۳.۱ مسئله محوری و راه‌حل پیشنهادی	۱۷
۳.۲ هدف از اجرای طرح	۱۷
۳.۳ مشخصات فنی محصول	۱۷
۳.۴ برنامه عملیاتی	۱۸
۳.۵ ویژگی‌های اثربخشی طرح	۱۹
فصل سوم - بررسی بازار طرح	۲۱
۴.۱ مشتریان هدف	۲۲



۲۳ ۴.۲ بررسی رقبا

۲۵ ۴.۳ استراتژی قیمت‌گذاری

۲۶ فصل چهارم - بررسی مالی و اقتصادی طرح

۲۶ ۵.۱ سرمایه موردنیاز اجرای طرح

فصل اول - بررسی کلیات شرکت
۱/۱ اطلاعات ثبتی شرکت متقاضی

جدول ۱-۱ اطلاعات ثبتی شرکت

نام شرکت	طنین اقتدار پارس
نوع شخصیت حقوقی	<input type="checkbox"/> مسئولیت محدود <input checked="" type="checkbox"/> سهامی خاص <input type="checkbox"/> سهامی عام <input type="checkbox"/> تعاونی
محل ثبت	تهران
شناسه ملی	۱۰۳۲۰۵۷۳۱۳۰
تاریخ تأسیس	۱۳۹۰/۰۳/۲۴
دارندگان حق امضا	حق امضا کلیه اسناد، اوراق بهادار و بانکی، قراردادهای و عقود اسلامی با امضای هریک از اعضا هیئت مدیره به تنهایی همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.
سرمایه اولیه (میلیون ریال)	۶۰۰
سرمایه فعلی (میلیون ریال)	۸۰۰,۰۰۰
موضوع فعالیت (مطابق با اساسنامه)	واردات و صادرات، خرید و فروش و تعمیر لوازم صوتی و تصویری خانگی و واردات و صادرات، خرید و فروش سایر کالاهای مجاز بازرگانی.
نام و نام خانوادگی نماینده شرکت	الهام پورزینال
پست الکترونیکی	e.pourzeinal@technoav.com
دفتر مرکزی تهران	استان تهران، شهرستان شمیرانات، بخش مرکزی، شهر تجریش، حکمت، کوچه شب نما، بلوار صبا، پلاک ۱۷۷، مجتمع کبیر، طبقه ۱، واحد ۴
واحد تولیدی	شهرک صنعتی شمس‌آباد- بلوار بوستان - گلبن ۱۹ - قطعه شماره ۲۳ از بلوک K-پلاک ۱۱
وبسایت	https://technoav.com
نوع شرکت دانش بنیان	<input type="checkbox"/> نوپا نوع ۱ <input type="checkbox"/> نوپا نوع ۲ <input type="checkbox"/> تولیدی نوع ۱ <input type="checkbox"/> تولیدی نوع ۲
تاریخ دانش بنیان شدن	-
مدت اعتبار دانش بنیان بودن (سال)	-
نام محصول/محصولات دانش بنیان	-

۱/۲ محل استقرار شرکت متقاضی

جدول ۲-۱ محل استقرار شرکت

مالکیت	آدرس	محل
استیجاری	استان تهران، شهرستان شمیرانات، بخش مرکزی، شهر تجریش، حکمت، کوچه شب نما، بلوار صبا، پلاک ۱۷۷، مجتمع کبیر، طبقه ۱، واحد ۴	دفتر مرکزی



واحد تولیدی (مجمع اصلی)	شهرک صنعتی شمس‌آباد-بلوار بوستان - گلین ۱۹-قطعه شماره ۲۳ از بلوک K-پلاک ۱۱	مالک
-------------------------	--	------

۱/۳ خلاصه‌ای از سابقه فعالیت شرکت متقاضی

این شرکت با بیش از یک دهه سابقه مفید و روبه‌رشد همراه با کادری مجرب و متخصص نسبت به عرضه محصولات لوازم خانگی با برند «تکنو» در کشور اقدام نموده است. کارخانجات طنین اقتدار پارس دارای بالاترین استاندارد جهانی بوده و در طی مراحل کلیه نظارت دقیق فنی و مهندسی در خصوص کالاها در این کارخانه اعمال می‌شود که همین امر باعث شده این محصولات حائز بالاترین درجه کمی و کیفی گردند و در کنار طراحی زیبا و به روز مورد قبول مشتریان واقع گردند. خدمات پس از فروش گسترده این شرکت در سراسر کشور و همچنین قیمت مناسب و رقابتی از جمله شاخص‌های اصلی گرایش مشتریان به سمت محصولات تکنو است.

۱/۴ ترکیب فعلی سهام‌داران شرکت

جدول ۱-۳ ترکیب فعلی سهام‌داران شرکت طنین اقتدار پارس

ردیف	نام سهام‌دار	نوع شخصیت		نوع سهام		کد ملی / شناسه ملی	درصد سهام	سطح تحصیلات
		حقیقی	حقوقی	عادی	ممتاز			
۱	آرش حلمی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عادی				
۲	حبیب حلمی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عادی				
۳	پژمان حلمی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عادی				
		جمع کل					۱۰۰٪	

۱/۵ ترکیب اعضای هیئت‌مدیره شرکت متقاضی

ترکیب اعضای هیئت‌مدیره مطابق روزنامه رسمی شماره ۲۲۵۲۷ تهران مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۱ به شرح ذیل است:

جدول ۱-۴ لیست اعضای هیئت‌مدیره شرکت طنین اقتدار پارس

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت	کد ملی	تاریخ تولد	نام پدر	سطح تحصیلات
۱	حبیب حلمی	نائب رئیس هیئت مدیره				
۲	آرش حلمی	رئیس هیئت مدیره				
۳	پژمان حلمی	مدیرعامل				

۱/۶ گزارش وضعیت اعتباری شرکت متقاضی و اعضای هیئت مدیره

بر اساس گزارش وضعیت اعتباری شرکت طنین اقتدار پارس در تاریخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۶ این مجموعه با توصیف ریسک کم - خوب شناخته شده و دلیل آن تعداد قراردادهای جاری زیاد و مبلغ ۷۱ میلیارد ریال بدهی سررسید شده پرداخت نشده در قراردادهای اصلی در جریان در چندین ماه گذشته شرکت است. البته این شرکت، فاقد هرگونه چک برگشتی و قراردادهای ضمانت شده است.



شکل ۱-۱ تصویر گزارش وضعیت اعتباری شرکت

بر اساس گزارش وضعیت اعتباری اعضای هیئت مدیره شرکت طنین اقتدار پارس، جناب آقای آرش حلمی، به سمت رئیس هیئت مدیره شرکت با توصیف ریسک کم- خوب، جناب آقای پژمان حلمی به عنوان مدیرعامل با توصیف ریسک کم - خوب و آقای حبیب حلمی نایب رئیس هیئت مدیره با توصیف ریسک کم - خوب است و هر سه فاقد چک برگشتی و سررسید شده پرداخت نشده می باشند.



شکل ۱-۲ تصویر اعتبارسنجی آرش حلمی

10/22/23, 5:47 PM

گزارش اعتبارسنجی پیمان حلمی

تاریخ گزارش: _____
 کد رهگیری: _____
 کد پیگیری رتبه بندی: _____

گزارش اعتبارسنجی آیس



مشخصات فردی

نام و نام خانوادگی:	پژمان حلمی	تاریخ تولد:	_____
نام پدر:	حسین	وضعیت:	مجرد
کد ملی:	_____	محل تولد:	تهران
وضعیت فعلی:	_____		

آدرس و تماس

تلفن:	_____
تلفن همراه:	_____
آدرس دائمی:	_____

شخص دارای چک برگشتی ثبت شده نمی باشد.

تعلق شماره همراه _____ به نام پژمان حلمی به شماره ملی _____ در شبکه مخابراتی ثبت شده است.

توصیف

توصیف رتبه: ریسک کم - خوب

دلیل کسب امتیاز:

- استفاده توسط تعداد زیادی از اعضای سامانه در ۱۳ ماه گذشته انجام شده است.
- مبلغ بدین سررسید شده پرداخت نقدی بیش از ۱۰ میلیون ریال در ۱ ماه آخر می باشد.
- دارای بدین سررسید شده پرداخت نقدی خوبی زیاد قرارداد حاکمان در ۱۳ ماه گذشته.
- قرارداد خانمه پالته در ۳ سال گذشته وجود ندارد.

شکل ۱-۳ تصویر اعتبارسنجی پژمان حلمی



گزارش اعتبارسنجی آیس

تاریخ گزارش: _____

کد رهگیری: _____

مشخصات فردی

نام و نام خانوادگی	حساب ملی	تاریخ تولد
نام پدر:	حساب:	تاریخ تولد:
کد ملی:	محل تولد:	تاریخ تولد:

آدرس و تماس

تلفن: _____

تلفن همراه: _____

آدرس دائمی: _____

شخص دارای چک برگشتی ثبت شده نمی باشد.

تعلق شماره همراه: _____ به نام حبيب حليمي به شماره ملی: _____ در شبکه مخابراتی تایید شده است.

توصیف

توصیف ربه / بزرگ کم - خوب

تاریخ ثبت اعتبار: _____

- تعدادی توسط بانک ملی ریخته از اعتباری معادل ۱۲ ماه گذشته اعلام شده است
- مبلغ بدهی سررسیده پرداخت نشده بیش از ۱۰ میلیون ریال در ۱ ماه آخر می باشد
- دارای ۲ قرضه با وضعیت نظری و بیش از یک قرضه باطله باقی مانده در ۳ سال اخیر
- دارای بدهی سررسیده پرداخت نشده بیش از ۱۰۰ میلیون ریال در ۱۲ ماه گذشته
- دارای بدهی سررسیده پرداخت نشده بیش از ۱۲ ماه گذشته

خلاصه وضعیت قراردادهای اصلی شخص

جمع مبلغ بدهی ها	در جریان	تعداد قراردادهای	وضعیت اقساط
۱,۴۲,۳۵,۵۵۰	۳	تعداد اقساط باقیمانده	۱۰۰٪
۰	خاتمه یافته	مجموع مبلغ اقساط هر ماه	۳۱,۷۵,۰۰۰

خلاصه وضعیت قراردادهای ضمانت شده شخص (ضامن)

جمع مبلغ بدهی ها	در جریان	تعداد قراردادهای	وضعیت اقساط
۸۵۵,۵۲۰,۴۴۹	۱	تعداد اقساط باقیمانده	۷۷٪
۱,۱۲,۷۱,۸۸۰	۲	مجموع مبلغ اقساط هر ماه	۲۷,۳۲۶,۸۰۰,۴۳۶

فرصت نیاز به پشتیبانی فنی با شماره ۸۸۴۴۷۷۰۰۳۱ تماس حاصل فرمایید.
 در صورت اعتراض به محتوای گزارش ارائه شده با شماره تلفن های ۸۴۷۷۰۵۰۰ تماس بگیرید.
 این گزارش توسط شرکت مشاوره ربه بندی اعتباری ایران تولید شده و مسئولیت محتوای این گزارش برعهده این شرکت میباشد.
 صاحب مسئولیت محتوای این گزارش صرفاً در تاریخ ایجاد گزارش معتبر می باشد و آیس مسئولیتی در قبال تغییرات اطلاعات مشتری پس از تاریخ فوق را ندارد.

شکل ۱-۴ تصویر اعتبارسنجی حبيب حليمي

۱/۷ گزارش وضعیت سوء پیشینه هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت متقاضی

نظر به استعلام گرفته شده از وزارت دادگستری، اعضای هیئت مدیره شرکت طنین اقتدار پارس، فاقد هرگونه سوء پیشینه کیفری هستند.



شکل ۱-۵ تصویر گواهی عدم سوء پیشینه آرش حمی



شکل ۱-۶ تصویر گواهی عدم سوء پیشینه پژمان حمی



شکل ۱-۷ تصویر گواهی عدم سوء پیشینه حبیب حلمی

۱/۸ تصاویر مجوزات و گواهینامه‌ها

لیست برخی از گواهینامه‌ها، استانداردها و مجوزهای شرکت طنین اقتدار پارس به شرح جدول زیر است.

جدول ۱-۵ لیست گواهینامه‌ها، تقدیرنامه‌ها و مجوزها

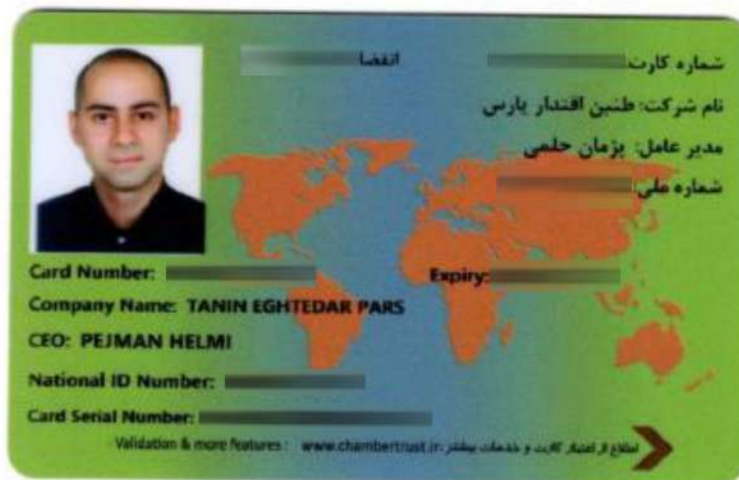
ردیف	شرح	مرجع صادرکننده	تاریخ دریافت	مدت اعتبار	توضیحات
۱	پروانه بهره‌برداری	وزارت صنعت، معدن و تجارت استان تهران	۱۴۰۱/۱۰/۰۴	۳ سال	-
۲	پروانه کسب	هیئت عالی نظارت بر سازمان‌های صنفی کشور	۱۳۹۹/۱۲/۲۵	۵ سال	خرده فروشی انواع لوازم خانگی مصنوعات نفت سوز، گازسوز و الکتریکی
۳	کارت بازرگانی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران	-	۱۴۰۲/۰۹/۰۶	در دست تمدید



شکل ۸-۱ تصویر پروانه بهره برداری



شکل ۹-۱ تصویر پروانه کسب



شکل ۱۰-۱ تصویر کارت بازرگانی

۱/۹ بررسی روند فروش و سودآوری شرکت

فروش کلی شرکت طنین اقتدار پارس، در سال ۱۳۹۸ میزان ۳۸.۸ میلیارد تومان باحاشیه [redacted] درصد بوده است. همچنین فروش شرکت در سال ۱۳۹۹ میزان ۷۴.۷ میلیارد تومان با [redacted] درصد بوده است. این شرکت در سال ۱۴۰۰ به میزان فروش ۱۰۹.۹ میلیارد تومان با [redacted] درصد دست پیدا کرده است.

شرکت طنین اقتدار پارس در سال ۱۴۰۱، میزان ۴۷۵.۱ میلیارد [redacted] فروش داشته است. این شرکت همچنین در ۶ ماهه سال ۱۴۰۲ (طبق تراز آزمایشی اعلامی توسط شرکت [redacted] فروش داشته است.

اطلاعات فوق به صورت خلاصه در نمودار زیر قابل مشاهده است.



شکل ۱-۱۱ نمودار روند فروش طی سالهای گذشته

فروش شرکت از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ به طور میانگین نرخ رشد سالانه ۱۳۰٪ را شاهد بوده است. جدول زیر حاشیه ناخالص، حاشیه عملیاتی و حاشیه خالص شرکت را برای سالهای ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ نمایش می دهد.



جدول ۱-۶ حاشیه سود شرکت طنین اقتدار پارس طی سال‌های گذشته

عنوان/سال	۱۴۰۱	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸
حاشیه ناخالص				
حاشیه عملیاتی				
حاشیه خالص				

روند رشد حاشیه ناخالص شرکت از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۰ متناسب با افزایش تعدادی فروش بوده است، اما در سال ۱۴۰۱ افت شدیدی داشته است. ()

فصل دوم - بررسی فنی طرح

۲/۱ مسئله محوری و راه حل پیشنهادی

صنعت لوازم خانگی از آغاز تا کنون مراحل مختلفی را طی کرده است. آغاز این صنعت به دوران صنعتی شدن جوامع برمی گردد، زمانی که بهبود فناوری و افزایش نیروی انسانی منجر به تولید مقیاس بزرگتر و همچنین تشکیل کارخانه‌های بزرگتر شد. در اوایل دهه ۱۹۰۰، برق و گاز به عنوان منابع انرژی برای لوازم خانگی به صورت گسترده مورد استفاده قرار گرفت. با پیشرفت تکنولوژی و توسعه فناوری‌های جدید مانند ماشین لباسشویی، یخچال، تلویزیون، کامپیوتر و دیگر وسایل، صنعت لوازم خانگی به یکی از پر رشدترین و بهره‌ورترین صنایع تبدیل شد.

در کشور ما با توجه به تغییرات قوانین و ممنوعیت اختصاص ارز به واردات لوازم خانگی از سال ۱۳۹۷، تولید داخلی جوابگوی تقاضای داخلی نبوده است و از طرف دیگر لوازم خانگی خارجی موجود در بازار با توجه به قاچاق بودن، قیمت بالایی دارند و عموم مردم توانایی خرید آن را ندارند.

از این رو تولید لوازم خانگی (بویژه لوازم خانگی کوچک) با کیفیت و قیمت مناسب، از جمله چالش‌هایی است که شرکت‌های داخلی و مردم با آن روبرو هستند.

۲/۲ هدف از اجرای طرح

هدف از اجرای طرح تامین سرمایه در گردش جهت واردات مواد اولیه و لوازم مورد نیاز جهت تولید لوازم خانگی کوچک شامل سه مدل مختلف اسپرسوساز (TE-818, TE-819, TE-820) به تعداد ۲۱,۰۰۰ دستگاه، دو مدل مختلف سرخ‌کن (TE-1000 و TE-1001) به تعداد ۶,۰۰۰ دستگاه و دو مدل مختلف مایکروفر (TE-342 و TE-1005) به تعداد ۶,۰۰۰ دستگاه است.

۲/۳ مشخصات فنی محصول

باتوجه به اینکه محصولات این طرح شامل سه دسته متفاوت هستند در ادامه به صورت مختصر ویژگی‌های هرکدام از سری محصولات توضیح داده می‌شود.

۲/۳/۱ اسپرسوساز

- دارای پمپ بخار ULKA ایتالیا
- دارای پنل لمسی
- جنس بدنه استیل

- فشار بخار ۲۰ بار
- مناسب جهت تهیه اسپرسو، کاپوچینو، لاته، موکا
- دارای سینی آبجکان جداشونده و قابل شستشو
- قابلیت ساخت فوم شیر جهت کاپوچینو
- دارای مخزن آب جداشونده
- حجم مخزن آب ۱.۵ لیتر
- قابلیت تنظیم اتوماتیک (یک فنجان، دو فنجان و حالت دستی)

۲/۳/۲ مایکروفر

- ظرفیت ۳۰ لیتر
- دارای گریل
- توان ۹۰۰ وات
- دارای صفحه نمایش دیجیتال
- امکان پخت ترکیبی (Combinasiom)
- قابلیت یخزدایی (Defrost)

۲/۳/۳ سرخ کن

- ظرفیت ۶ لیتر
- دارای المنت ۱۷۰۰ وات
- مجهز به موتور فن دار با پروانه فلزی
- دارای چراغ روشنایی داخل محفظه
- دارای پنجره جهت مشاهده مواد غذایی هنگام پخت
- قابلیت پخت بدون روغن یا با مقدار روغن بسیار کم (رژیمی)
- دارای نمایشگر دیجیتال و تنظیمات لمسی

۲/۴ برنامه عملیاتی

بر اساس برنامه پیش‌بینی شده شرکت بنا دارد اقدام به تولید و فروش سه مدل مختلف اسپرسوساز (TE-819, TE-818 و TE-820) به تعداد ۲۱,۰۰۰ دستگاه، دو مدل مختلف سرخ‌کن (TE-1000 و TE-1001) به تعداد ۶,۰۰۰ دستگاه و دو مدل مختلف مایکروفر (TE-342 و TE-1005) به تعداد ۶,۰۰۰ دستگاه نماید.

جدول زیر به اختصار برنامه عملیاتی تولید و فروش را به نمایش می‌گذارد. از آنجایی که مواد اولیه تولید از خارج از کشور و به طور عمده از کشور چین تهیه می‌شوند مدت زمان ۶۰ روزه‌ای برای حمل و نقل و ترخیص در نظر گرفته شده است که دلیل توقف تولید در ماه‌های ۳ و ۴ این موضوع است. در مرحله‌ی اول تهیه مواد یعنی در ماه اول فرض بر این است که شرکت نسبت به ترخیص مواد اولیه‌ای که از قبل سفارش آنها را داده است از گمرک اقدام می‌کند و فرآیند تولید را شروع می‌نماید و از سپس از منابع ناشی از فروش این کالاها اقدام به سفارش مواد اولیه جدید خواهد نمود.



آخرین مرحله‌ی تولید محصولات در ماه دهم طرح در نظر گرفته شده است که فروش این محصولات در ماه بعد از آن یعنی ماه یازدهم اتفاق خواهد افتاد و یک ماه نیز جهت وصول مطالبات در نظر گرفته شده است.

جدول ۱-۲ برنامه تامین مواد اولیه، تولید و فروش

ماه	فازهای طرح		خروجی فاز	ماه اول	ماه دوم	ماه سوم	ماه چهارم	ماه پنجم	ماه ششم	ماه هفتم	ماه هشتم	ماه نهم	ماه دهم	ماه یازدهم	ماه دوازدهم
	۱	۲													
	تامین مواد اولیه	۱	مواد اولیه												
	تولید محصول	۲	محصول												
	فروش محصول و تجمیع درآمد	۳	فروش												وصول مطالبات



۲/۵ ویژگی‌های اثربخشی طرح

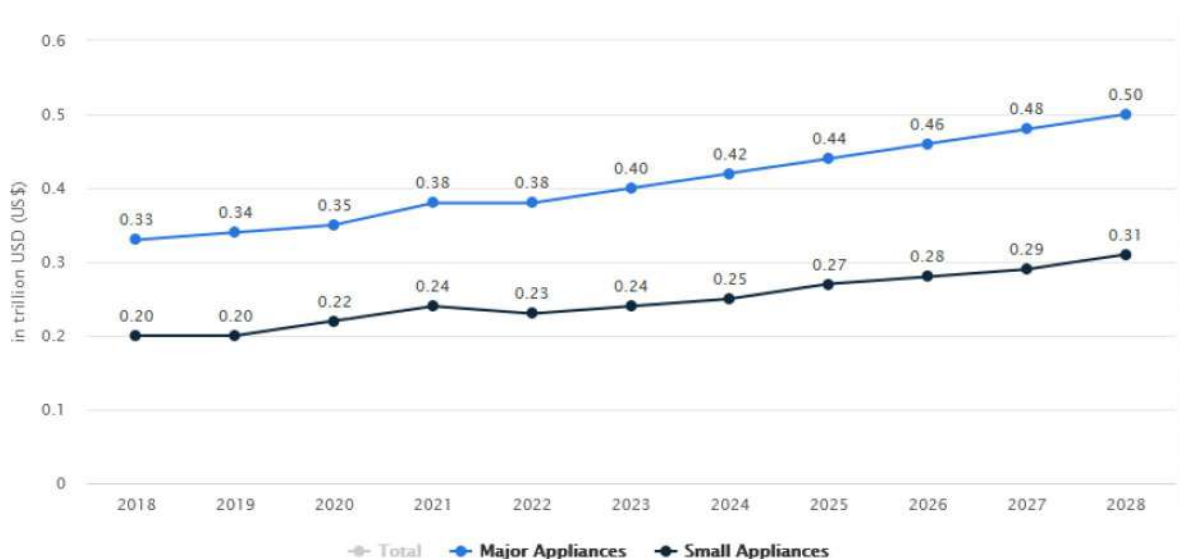
ردیف	سؤال	پاسخ
۱	آیا طرح فناورانه است؟	بلی <input checked="" type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>
باتوجه به تولید این محصولات با دانش روز، این محصولات فناورانه است. همچنین تیم تحقیق و توسعه این شرکت نیز همواره در حال پژوهش برای تولید محصولات باکیفیت بالاتر هستند.		
۲	آیا طرح راهبردی است؟	بلی <input type="checkbox"/> خیر <input checked="" type="checkbox"/>
خیر، محصولات موضوع طرح راهبردی نیستند.		
۳	آیا طرح در مناطق محروم اجرا می‌شود؟	بلی <input type="checkbox"/> خیر <input checked="" type="checkbox"/>
عدم موضوعیت		
۴	آیا طرح موجب بهبود محصول می‌شود؟	بلی <input type="checkbox"/> خیر <input checked="" type="checkbox"/>
تامین سرمایه تماما برای تولید محصولات موجود استفاده خواهد شد و بر کیفیت محصول موثر نخواهد بود.		
۵	آیا طرح مانع از خروج ارز می‌شود؟	بلی <input type="checkbox"/> خیر <input checked="" type="checkbox"/>
مواد اولیه از خارج از کشور تهیه می‌شود.		
۶	آیا طرح باعث حفظ اشتغال می‌شود؟	بلی <input checked="" type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>
تولید و فروش بیشتر، نیاز به نیروی کار بیشتری دارد.		

فصل سوم – بررسی بازار طرح

ابتدا به بررسی بازار جهانی لوازم خانگی، سهم لوازم خانگی کوچک، پیش‌بینی میزان رشد و ترندهای این بازار خواهیم پرداخت و سپس به بررسی بازار داخل و پیش‌بینی حجم بازار داخلی و محاسبه‌ی سهم بازار برند تکنو می‌پردازیم.

طبق گزارشات مراکز معتبر مطالعه بازار^۱ حجم بازار لوازم خانگی جهان در سال ۲۰۲۱ میلادی معادل ۶۴۶.۵۶ میلیارد دلار بوده است و پیش‌بینی می‌شود که از مقدار ۷۲۰.۵۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ با نرخ رشد مرکب سالانه ۵.۵۷٪ به مقدار ۱۱۰۰.۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۳۱ برسد.

شکل ۱-۳ حجم بازار مربوط به لوازم خانگی را به تفکیک لوازم خانگی بزرگ و کوچک برای سالهای ۲۰۱۸ تا پیش‌بینی آن برای سال ۲۰۲۸ نمایش می‌دهد.



شکل ۱-۳ حجم بازار لوازم خانگی به تفکیک کوچک و بزرگ

به طور میانگین حجم بازار لوازم خانگی کوچک ۶۰٪ لوازم خانگی بزرگ بوده است و حجم بازار لوازم خانگی کوچک در سال ۲۰۲۳ معادل ۲۴۰ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۸ معادل ۳۱۰ میلیارد دلار پیش‌بینی شده است.

¹ <https://www.fortunebusinessinsights.com/home-appliances-market-107020>

² <https://www.statista.com/outlook/cmo/household-appliances/worldwide>

توسعه تکنولوژی و رشد روز افزون استفاده از اینترنت اشیا (IOT)، هوش مصنوعی، فناوری‌های بدون لمس^۳ و فناوری خانه‌ی هوشمند یکپارچه^۴ که مزایای بسیاری از جمله امنیت و راحتی بیشتر را برای مشتریان به ارمغان می‌آورند از جمله دلایل و عوامل رشد روز افزون این صنعت هستند.

از طرف دیگر رشد سریع شهرنشینی و رشد درآمد سرانه از جمله عوامل اصلی موثر بر افزایش تقاضا برای لوازم خانگی است. از جمله دیگر عوامل مهم در این صنعت می‌توان به افزایش اهمیت روز افزون مصرف‌کنندگان و مشتریان نسبت به میزان مصرف انرژی، اثر کربن، دوستدار محیط‌زیست بودن و ... اشاره کرد که رشد بازار این محصولات و تمایل مصرف‌کنندگان به تغییر لوازم موجود با لوازم دوستدار محیط‌زیست را بیش از پیش کرده است.

طبق مصاحبه‌ی اخیر عباس هاشمی رئیس انجمن لوازم خانگی، حجم بازار داخلی لوازم خانگی ۶.۵ میلیارد دلار برآورد می‌شود. از این مقدار حدود ۲.۵ میلیارد دلار مربوط به لوازم خانگی بزرگ است. از این رو حجم بازار داخلی لوازم خانگی کوچک ۴ میلیارد دلار برآورد می‌شود. اگر قیمت دلار را ۴۲۰,۰۰۰ ریال در نظر بگیریم حجم بازار داخلی لوازم خانگی کوچک ۱۶۸ همت برآورد می‌شود. باتوجه به فروش ۴۷۵ میلیاردی سال گذشته‌ی شرکت سهم بازار شرکت کمتر از ۰.۳ درصد است. البته این نکته را باید مدنظر داشت که سهم بازار شرکت در محصولات مختلف، متفاوت است.

از طرف دیگر جای خالی محصولات خارجی در بازار ایران و همچنین تنوع محدود محصولات داخلی و عدم توجه به تکنولوژی‌های روز (به دلیل عدم نیاز به رقابت با محصولات خارجی و ...) از عواملی است که می‌تواند برای کسب حجم بازار بیشتر و نفوذ در بازار مورد استفاده قرار گیرد.

درمورد روند رشد بازار لوازم خانگی در ایران باید این نکته را در نظر گرفت که عوامل ذکر شده درمورد بازار جهانی مانند تکنولوژی، محیط‌زیست و افزایش درآمد سرانه چندان در داخل از کشور موثر واقع نشده اند و عمده رشد را می‌توان (در فقدان داده‌های کامل و متقن) ناشی از رشد شهرنشینی و رشد جمعیت و تعداد خانوار دانست.

۳/۱ مشتریان هدف

- فروشگاه‌های تخصصی لوازم خانگی (سرای ایرانی، شهر لوازم خانگی و ...)
- این فروشگاه‌ها که به طور تخصصی لوازم خانگی را با شرایط خاص مانند اقساط و تخفیف‌های ویژه به فروش می‌رسانند مشتریان اصلی شرکت طنین اقتدار پارس به

³ Touchless Tech.

⁴ Integrated Smart Home Tech.

شمار می‌آیند که از بین آنها نیز فروشگاه‌های سرای ایرانی به طور خاص محصولات تکنو را در تنوع بالا به مشتریان عرضه می‌کنند.

- **بنکداران در شهرستان‌ها**

- دیگر مشتریان هدف شرکت طنین اقتدار پارس، بنکداران و فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی در شهرستان‌ها هستند که بازار سنتی و قدیمی فروش لوازم خانگی را در بر می‌گیرند.

- **مشتری نهایی**

- با توجه به درصد رشد فروش آنلاین نسبت به آفلاین در سطح جهان (که کشور ما هم از آن مستثنا نیست)، استفاده از فروشگاه‌های اینترنتی برای فروش به مصرف‌کننده نهایی نیز از جمله راهکارهای شرکت برای افزایش فروش است که البته تمرکز اصلی شرکت را به خود اختصاص نداده.

۳/۲ بررسی رقبا

در این طرح سه محصول متفاوت از برند تکنو، تولید و به فروش می‌رسد. با توجه به اینکه اسپرسوسازهای شرکت تکنو سهم اصلی این طرح را به خود اختصاص داده اند، ابتدا به بررسی رقبای این محصول و سپس به بررسی کلی رقبای لوازم خانگی کوچک در بازار ایران می‌پردازیم.

۳/۲/۱ بررسی رقبای محصول اسپرسوساز

برندهای متفاوتی از اسپرسوساز در ایران موجود هستند که اصلی‌ترین رقبای تکنو از بین این برندها، میاشی، نوا، یونیک لایف، دلونگی و زیگما می‌باشند که توضیحات مربوط به آنها و قیمت آنها در جدول زیر مورد بررسی قرار گرفته است. لازم به ذکر است که تمام برندهای ذکر شده به عنوان رقیب در این محصول، خارج از کشور تولید شده اند و از این رو دستگاه تولید داخل با کیفیت مشابه در بازار موجود نیست (تنها محصول ایرانی غیر از برند تکنو، پارس خزر است که از نظر طراحی و همچنین فشار بخار و ... ضعیف‌تر از این برندها است و در بازار نیز به ندرت قابل تهیه کردن است).

مقایسه قیمتی برندهای اسپرسوساز در بازار ایران

محدوده قیمتی (میلیون تومان)	کشور سازنده	نوع شرکت	برند
۴.۵-۱۰	ژاپن	تولیدکننده	میاشی

۳.۳-۱۱	ژاپن	تولید کننده	نوا
۲-۴	چین	تولید کننده	یونیک لایف
۲.۲-۵	ترکیه-ایتالیا	تولید کننده	زیگما
۶-۱۵	ایتالیا	تولید کننده	دلونگی
۴-۶	ایران	تولید کننده	تکنو

لازم به ذکر است که در مورد برند دلونگی تنها محصولات آنی که ویژگی‌هایی مانند تهیه اتوماتیک انواع نوشیدنی و ... را ندارند در نظر گرفته شده است چرا که محصولات مورد بررسی در این گزارش نیز این ویژگی‌ها را دارا نمی‌باشند.

باتوجه به محدوده قیمتی محصولات تکنو، این برند یک محصول میان‌رده از منظر قیمت را ارائه می‌کند. نکته تمایز اصلی دیگر محصولات تکنو، تولید داخل بودن و خدمات پس از فروش مناسب این محصولات است.

۳/۲/۲ بررسی رقبای تولیدکننده لوازم خانگی کوچک

باتوجه به تمرکز برند تکنو بر لوازم خانگی کوچک در ادامه بررسی رقبای داخلی این برند خواهیم پرداخت

۳/۴/۲/۱ پارس خزر

یکی از بزرگترین تولیدکننده های لوازم خانگی برقی کوچک می‌توان این کارخانه را نام برد ، شرکت پارس خزر در سال ۱۳۴۷ فعالیت خود را با همکاری شرکت توشیبا ژاپن شروع کرد، و در سال ۱۳۶۱ با نام برند پارس خزر به کار خود ادامه داد. محصولات این شرکت از دیرباز مورد توجه ایرانی ها بوده این برند ایرانی لوازم خانگی کوچک و سبک را ارائه می‌کند مانند: سرخ کن ،پلوپز،خوراک پز،بخار پز، چرخ گوشت، همزن، پنکه، آسیاب، آبمیوه گیری ، جارو برقی ، چای ساز، کتری برقی، اتوبخار، بخارشور، سشوار و... بسیار محصولات دیگر.

۳/۴/۲/۲ تولیپس

تولیپس برای نخستین بار در سال ۱۳۸۰ توسط شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران به بازار کشور معرفی شد که البته این شرکت پیش از معرفی این برند لوازم خانگی، در زمینه عرضه محصولات پاناسونیک در ایران فعالیت می‌کرد. شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران (سهامی خاص) در دی ماه سال ۱۳۵۱ با مشارکت ۷۰ درصدی گروه ژاپنی ماتسوشیتا الکتریک با نام تجاری ناسیونال شروع به کار کرد که در واقع موسس این شرکت همان شخصی است که برند پاناسونیک را بنا نهاد. شرکت تولیپس در حال حاضر انواع مختلفی از لوازم های برقی های

کوچک مانند جاروبرقی، پلوپز، چای ساز و.. را روانه بازار لوازم خانگی ایران می کند و در لیست لوازم خانگی ایرانی برتر قرار می گیرد.

۳/۴/۲/۳ بلانتون

بلانتون یکی از برندهای تازه وارد بازار لوازم خانگی ایران است که کار خود را از سال ۱۳۹۸ آغاز کرده و در همین مدت کوتاه توانسته تا تنوع بالایی از محصولات را در اختیار مشتریان قرار دهد. تولیدات این شرکت با گارانتی هم‌تا سرویس به فروش می رسند و شاید بتوان گفت در کنار تنوع بالای محصولات، این مورد یکی از بهترین ویژگی های کالاهای ساخت این شرکت است. از طرفی این تولید کننده ایرانی به منظور تسهیل خرید برای تمامی قشرهای جامعه از ارائه تسهیلات ۳۶ ماه تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان، طرح تعویض ۱۰۰ درصد ۱۰۰ روز و ... خبر داده است.

شرکت‌ها و برندهای فوق تولیدکنندگان مطرح و اصلی لوازم خانگی کوچک کشور هستند اگر چه که تعداد قابل توجهی برندهای دیگر مانند ارشیا الکتریک، نانیوا، ساین الکتریک و ... نیز در بازار فعال هستند اما عمده‌ی سهم بازار مربوط به شرکت‌های فوق است.

۳/۳ استراتژی قیمت گذاری

استراتژی قیمت گذاری شرکت بر مبنای حاشیه سود مشخص بر مبنای بهای تمام شده مواد مستقیم تولید می‌باشد.

فصل چهارم - بررسی مالی و اقتصادی طرح

در این بخش به تحلیل وضعیت مالی و اقتصادی طرح بر اساس تعیین فهرست هزینه‌ها، تعیین شاخص‌های مالی و اقتصادی پرداخته می‌شود.

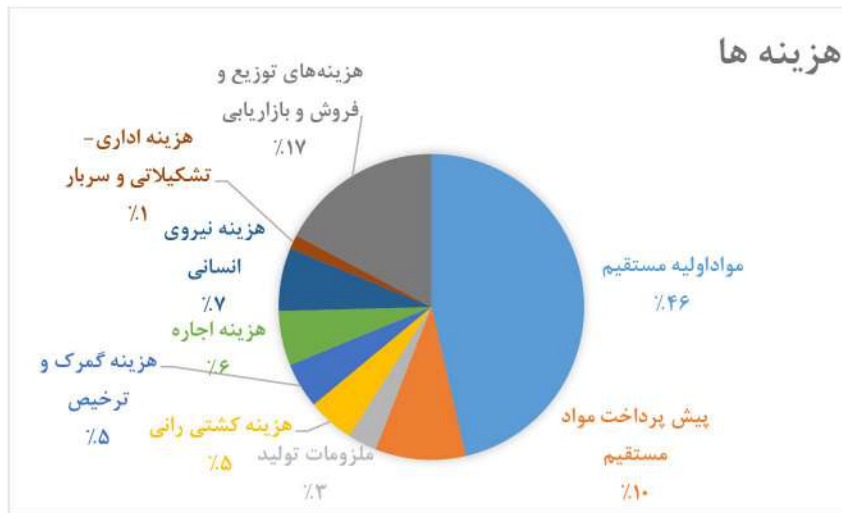
در بررسی دقیق‌تر طرح باید اشاره کرد که عمده هزینه‌های آن مربوط به تهیه مواد اولیه و ملزومات تولید است که به تنهایی ۶۸.۸ درصد از کل هزینه‌ها را تشکیل می‌دهد. مابقی هزینه‌های عمده عبارت‌اند از هزینه‌های توزیع، فروش و بازاریابی و هزینه اجاره فضای کاری و هزینه نیروی انسانی. در جداول ذیل به بررسی دقیق‌تر درآمدها و هزینه‌کردهای شرکت خواهیم پرداخت.

جدول ۴-۱ مشخصات کلی طرح

عنوان	شرح
نوع خط تولید طرح	<input type="checkbox"/> اجاره <input checked="" type="checkbox"/> تحت مالکیت شرکت
نام محصول	انواع لوازم خانگی (شامل اسپرسوساز، میکروویو و سرخ‌کن)
تعداد محصول مورد بررسی در طرح	۲۱,۰۰۰ اسپرسوساز، ۶,۰۰۰ سرخ‌کن و ۶,۰۰۰ میکروفر است.
فروش در سال گذشته	بیش از ۴۱ هزار
تعداد ماه‌های کاری	۱۲ ماه
قیمت فروش محصول طرح (میانگین)	۳۷,۴۵۴,۸۲۲ ریال

۴/۱ سرمایه موردنیاز اجرای طرح

در این طرح مخارجی بابت سرمایه ثابت در نظر گرفته نشده است و تمامی هزینه‌کردها بابت سرمایه در گردش است. همچنین این کسب‌وکار به بهره‌برداری رسیده است و هزینه قبل از بهره‌برداری ندارد و مخارج شرکت جملگی جزو هزینه‌های تولید محصول هستند و هزینه‌ای بابت خرید دارایی ثابت و تجهیزات و ماشین‌آلات صرف نمی‌شود. شرکت بنا دارد با تامین سرمایه ۱۴.۸ میلیارد تومان در طی ۱۲ ماه، محصولات تولیدی خود را افزایش داده و با فروش این محصولات، ۴۲ درصد سود برای سرمایه‌گذاران محقق سازد.



شکل ۴-۱ تصویر نمودار مصارف سرمایه

جدول ۴-۲ هزینه‌های فصلی طرح (ارقام به میلیون ریال)

عنوان هزینه	فصل اول	فصل دوم	فصل سوم	فصل چهارم	مجموع
مواد اولیه مستقیم	(۱۱۵,۵۰۰)	(۱۷۲,۷۴۶)	(۲۰۷,۹۸۴)	(۸۴,۰۰۰)	(۵۸۰,۲۳۰)
ملزومات تولید	(۵,۷۴۳)	(۸,۶۱۴.۵)	(۱۱,۹۱۷.۵)	(۵,۷۴۳)	(۳۲,۰۱۸)
هزینه کشتی رانی	(۶,۰۰۰)	(۹,۰۰۰)	(۳۰,۲۸۵.۷)	(۶,۰۰۰)	(۵۱,۲۸۵.۷)
هزینه گمرک و ترخیص	(۸,۸۵۰)	(۱۳,۲۷۵)	(۱۸,۸۸۶.۵)	(۸,۸۵۰)	(۴۹,۸۶۱.۵)
هزینه اجاره	(۱۵,۰۰۰)	(۱۵,۰۰۰)	(۱۵,۰۰۰)	(۱۵,۰۰۰)	(۶۰,۰۰۰)
هزینه نیروی انسانی	(۱۷,۶۵۸)	(۱۴,۷۱۰)	(۲۱,۷۸۰)	(۱۵,۱۴۰)	(۶۹,۲۸۸)
هزینه اداری - تشکیلاتی	(۳,۸۴۸.۷)	(۳,۴۰۶.۵)	(۴,۴۶۷)	(۳,۴۷۱)	(۱۵,۱۹۳.۲)
هزینه توزیع و فروش	(۳۰,۵۶۱.۷۵)	(۳۰,۵۶۱.۷۵)	(۵۹,۴۵۶.۰۲)	(۵۸,۵۲۶.۶)	(۱۷۹,۱۰۶.۲)
مجموع	(۲۰۳,۱۶۱.۴۵)	(۲۶۷,۳۱۳.۷۵)	(۳۶۹,۷۷۶.۷۴)	(۱۹۶,۷۳۰.۶۶)	(۱,۰۳۶,۹۸۲)

در ادامه به بررسی دقیق‌تر هزینه‌های طرح خواهیم پرداخت. باتوجه به جدول فوق هزینه‌های سه ماهه اول طرح معادل ۲۰۳,۱۶۱.۴۵ میلیون ریال است. باتوجه به شروع فروش شرکت از ماه دوم (طبق جدول ۴-۳) مبلغ موردنیاز برای سرمایه در گردش ماه اول مبلغ ۱۱۲,۰۶۱.۳۵ میلیون ریال و مابقیه سرمایه جذب شده جهت پیش‌فروش مواد اولیه تولید در ابتدای ماه دوم مصرف خواهد شد.

۴/۲ برنامه تولید، فروش و کسب درآمد

جدول زیر خلاصه برنامه تولید، فروش و کسب درآمد شرکت را به اختصار نمایش می‌دهد.

جدول ۴-۳ جدول زمان‌بندی طرح

ماه	فاز خروجی	فازهای طرح														
		ماه اول	ماه دوم	ماه سوم	ماه چهارم	ماه پنجم	ماه ششم	ماه هفتم	ماه هشتم	ماه نهم	ماه دهم	ماه یازدهم	ماه دوازدهم			
۱	تأمین مواد اولیه															
۲	تولید محصول															
۳	فروش محصول و جمع درآمد															وصول مطالبات

۴/۳ هزینه مواد اولیه

جدول زیر هزینه مواد اولیه مستقیم وارداتی به تفکیک هر محصول را نمایش می‌دهد. لازم به ذکر است که نرخ دلار معادل ۴۲۰,۰۰۰ ریال در نظر گرفته شده است.

جدول ۴-۴ هزینه مواد اولیه مستقیم به تفکیک محصول

مواد اولیه مستقیم (دلار)	مواد اولیه (مستقیم) (میلیون ریال)	گمرک، ترخیص و کشتی‌رانی (میلیون ریال)	بهای تمام شده مواد اولیه (مستقیم) (میلیون ریال)	
۴۲	۱۷.۶۴	۲.۴۸۲	۲۰.۱۲۲	اسپرسوساز TE-۸۱۸
۴۴	۱۸.۴۸	۲.۵۲۴	۲۱.۰۰۴	اسپرسوساز TE-۸۱۹



۱۸.۷۹۹	۲.۴۱۹	۱۶.۳۸	۳۹	اسپرسوساز TE-۸۲۰
۲۴.۲۰۹	۳.۶۲۹	۲۰.۵۸	۴۹	سرخ کن دوقلو TE-۱۰۰۰
۱۵.۲۵۸	۲.۶۵۸	۱۲.۶	۳۰	سرخ کن تک TE-۱۰۰۱
۲۴.۸۸۰	۴.۹۳	۱۹.۹۵	۴۸	مایکروفر TE-۳۴۲
۲۹.۹۵۲	۵.۱۷۲	۲۴.۷۸	۵۹	مایکروفر TE-۱۰۰۵
۱۵۴.۲۲۵	۲۳.۸۱	۱۳۰.۴۱	۳۱۱	مجموع

مواد اولیه تولید محصولات فوق علاوه بر موارد فوق ملزومات تولید به شرح جدول زیر نیز برای تولید هریک از محصولات نیاز است. (شامل مواردی مانند بسته بندی، دفترچه محصولات و ...)

جدول ۴-۵ ملزومات تولید محصولات (ارقام به ریال)

ملزومات تولید (ریال)	محصول
۱,۰۳۸,۰۰۰	اسپرسوساز TE-۸۱۸
۸۹۳,۰۰۰	اسپرسوساز TE-۸۱۹
۹۴۰,۵۰۰	اسپرسوساز TE-۸۲۰
۱,۰۱۴,۰۰۰	دوقلو سرخ کن TE-۱۰۰۰
۸۹۳,۵۰۰	تک سرخ کن TE-۱۰۰۱
۱,۰۵۱,۰۰۰	مایکروفر TE-۳۴۲
۱,۰۱۴,۰۰۰	مایکروفر TE-۱۰۰۵
۶,۸۴۴,۰۰۰	مجموع

۴/۴ هزینه نیروی انسانی

هزینه‌ی نیروی انسانی طرح به شرح جدول زیر می‌باشد، لازم به ذکر است که مبلغ ۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال به عنوان حقوق تیم مدیریت شامل مدیران ارشد خط تولید و فروش در هر ماه (برای ۱۲ ماه مدت زمان طرح) در نظر گرفته شده است، تیم فروش و اداری شرکت به طور ثابت ۱۰ نفر با مجموع حقوق و مزایای ۲,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال ماهانه در نظر گرفته شده است (برای ماه‌های ۵ و ۴ که فروشی اتفاق نمی‌افتد هزینه‌ی نیروی انسانی فروش و اداری در نظر گرفته نشده است).

جدول ۴-۶ هزینه‌های نیروی انسانی (ارقام به میلیون ریال)

فصل اول	فصل دوم	فصل سوم	فصل چهارم	
۴,۱۵۸	۶,۲۱۰	۸,۲۸۰	۴,۱۴۰	حقوق و مزایای تولید
۷,۵۰۰	۲,۵۰۰	۷,۵۰۰	۵,۰۰۰	حقوق و مزایای اداری و فروش
۶,۰۰۰	۶,۰۰۰	۶,۰۰۰	۶,۰۰۰	حقوق و مزایای مدیریت
<u>۱۷,۶۵۸</u>	<u>۱۴,۷۱۰</u>	<u>۲۱,۷۸۰</u>	<u>۱۵,۱۴۰</u>	مجموع

لازم به ذکر است که تعداد نیروهای تولید بر مبنای حجم تولید پیش‌بینی شده می‌باشد که تعداد دستگاه‌های تولید شده در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۴-۷ پیش‌بینی تعداد محصول تولید شده در هر فصل (دستگاه)

تعداد محصولات تولید شده	فصل اول	فصل دوم	فصل سوم	فصل چهارم
اسپرسوساز TE-۸۱۸	۲۰۰۰	۳۰۰۰	۰	۲۰۰۰
اسپرسوساز TE-۸۱۹	۲۰۰۰	۳۰۰۰	۰	۲۰۰۰
اسپرسوساز TE-۸۲۰	۲۰۰۰	۳۰۰۰	۰	۲۰۰۰
سرخ‌کن دوقلو TE-۱۰۰۰	۰	۰	۳۰۰۰	۰
سرخ‌کن تک TE-۱۰۰۱	۰	۰	۳۰۰۰	۰
مایکروفر TE-۳۴۲	۰	۰	۳۰۰۰	۰
مایکروفر TE-۱۰۰۵	۰	۰	۳۰۰۰	۰
<u>مجموع</u>	<u>۶۰۰۰</u>	<u>۹۰۰۰</u>	<u>۱۲۰۰۰</u>	<u>۶۰۰۰</u>

جدول زیر نشان دهنده برنامه فروش محصولات است.



جدول ۴-۸ پیش‌بینی تعداد فروش محصول در هر فصل (دستگاه)

فصل چهارم	فصل سوم	فصل دوم	فصل اول	تعداد محصولات تولید شده
۲۰۰۰	۱۰۰۰	۲۰۰۰	۲۰۰۰	اسپرسوساز TE-۸۱۸
۲۰۰۰	۱۰۰۰	۲۰۰۰	۲۰۰۰	اسپرسوساز TE-۸۱۹
۲۰۰۰	۱۰۰۰	۲۰۰۰	۲۰۰۰	اسپرسوساز TE-۸۲۰
۰	۳۰۰۰	۰	۰	سرخ‌کن دوقلو TE-۱۰۰۰
۰	۳۰۰۰	۰	۰	سرخ‌کن تک TE-۱۰۰۱
۲۰۰۰	۱۰۰۰	۰	۰	مایکروفر TE-۳۴۲
۲۰۰۰	۱۰۰۰	۰	۰	مایکروفر TE-۱۰۰۵
۱۰۰۰۰	۱۱۰۰۰	۶۰۰۰	۶۰۰۰	<u>مجموع</u>

جدول ۴-۹ مبلغ ریالی فروش هریک از محصولات را به صورت فصلی نمایش می‌دهد.

جدول ۴-۹ فروش محصولات (میلیون ریال)

فصل چهارم	فصل سوم	فصل دوم	فصل اول	فروش محصولات تولید شده
۶۸,۴۱۴.۸	۳۴,۲۰۷.۴	۶۸,۴۱۴.۸	۶۸,۴۱۴.۸	اسپرسوساز TE-۸۱۸
۷۱,۴۱۳.۶	۳۵,۷۰۶.۸	۷۱,۴۱۳.۶	۷۱,۴۱۳.۶	اسپرسوساز TE-۸۱۹
۶۳,۹۱۶.۶	۳۱,۹۵۸.۳	۶۳,۹۱۶.۶	۶۳,۹۱۶.۶	اسپرسوساز TE-۸۲۰
۰	۱۲۳,۴۶۵.۹	۰	۰	سرخ‌کن دوقلو TE-۱۰۰۰
۰	۷۷,۸۱۸.۷	۰	۰	سرخ‌کن تک TE-۱۰۰۱
۸۴,۵۹۴.۸	۴۲,۲۹۷.۴	۰	۰	مایکروفر TE-۳۴۲
۱۰۱,۸۳۷.۹	۵۰,۹۱۸.۹	۰	۰	مایکروفر TE-۱۰۰۵
۳۹۰,۱۷۷.۸	۳۹۶,۳۷۳.۵	۲۰۳,۷۴۵	۲۰۳,۷۴۵	<u>مجموع</u>

باتوجه به موارد فوق، پیش‌بینی فروش و هزینه‌ها، جدول سود و زیان تجمیعی طرح به شرح جدول ۴-۱۰ خواهد بود.

جدول ۴-۱۰ صورت سود و زیان طرح

صورت سود و زیان (ارقام به میلیون ریال)	
۱,۱۹۴,۰۴۱.۲۶	فروش
(۵۸۰,۲۳۰)	مواد اولیه مستقیم
(۳۲,۰۱۸)	ملزومات تولید
(۵۱,۲۸۵.۷)	هزینه کشتی رانی
(۴۹,۸۶۱.۵)	هزینه گمرک و ترخیص
(۶۰,۰۰۰)	هزینه اجاره
(۶۹,۲۸۸)	هزینه نیروی انسانی
<u>۳۵۱,۳۵۸</u>	سود ناخالص
(۱۵,۱۹۳.۲)	هزینه اداری-تشکیلاتی
(۱۷۹,۱۰۶.۱۹)	هزینه‌های توزیع و فروش
<u>۱۵۷,۰۵۸.۶۶</u>	سود عملیاتی

۴/۵ بررسی شاخص‌های اقتصادی طرح

شاخص	واحد	میزان شاخص
مبلغ مورد نیاز شرکت برای جذب سرمایه	ریال	۱۴۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
سود پیش‌بینی شده منابع جذب شده طرح	درصد	۱۰۶
	ریال	۱۵۷,۰۵۸,۶۶۰,۳۵۷
سود توافقی تقسیمی از سود کلی پیش‌بینی شده	درصد	۳۹.۶
سود سرمایه‌گذاران در مدت زمان طرح	درصد	۴۲



۶۲,۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰	ریال	(پرداخت سود هر سه ماه ۱۰.۵٪ و اصل پایان دوره)
۴۲	درصد	معادل سود سالانه طرح
۱,۰۰۰	ریال	هر واحد سرمایه‌گذاری
۵۰۰	واحد	حداقل تعداد واحد سرمایه‌گذاری
۵,۰۰۰,۰۰۰	ریال	حداقل مبلغ سرمایه‌گذاری
۲,۱۰۰,۰۰۰	ریال	سود سرمایه‌گذاری با حداقل مبلغ سرمایه‌گذاری

فصل پنجم - بررسی ریسک‌های طرح

۵/۱ بررسی کیفی ریسک

ریسک بازار

با توجه به موارد زیر ریسک عدم استقبال مشتریان بسیار کم است:

- افزایش فروش ۱۳۰٪ سالانه به طور میانگین در سه سال گذشته
- خدمات پس از فروش مناسب
- طراحی بروز و متفاوت تکنو
- تنوع محصولات

ریسک قانونی

پروانه بهره برداری تولید دریافت شده است. همچنین افراد تیم حاضر با قوانین طرح و مجوزات لازم برای اجرای طرح آشنایی کامل دارند.

یکی دیگر از ریسک‌های قانونی طرح که امکان به وقوع پیوستن آن کم است اما می‌تواند تاثیر بسیار شدید بر طرح داشته باشد، تغییر قانون در زمینه واردات لوازم خانگی خارجی است.

ریسک کلان

باتوجه به وابستگی طرح به تامین ارز و نرخ دلار، ریسک کلان اصلی طرح مربوط به عرضه دلار و قیمت آن است.

ریسک تامین و تولید

باتوجه به سابقه شرکت در واردات ملزومات و مواد اولیه موردنیاز و همچنین شکل گرفتن روابط تجاری با شرکای خارجی طی سالیان فعالیت شرکت، ریسک تامین مواد اولیه کم است.

درمورد ریسک تولید باتوجه به سابقه تولید محصولات شرکت در سال گذشته، ظرفیت تولید لازم در مجموعه برای این طرح وجود دارد و صورت‌های مالی نیز ریسک عملیاتی برای تولید نشان نمی‌دهد.

۵/۲ تحلیل حساسیت

همانطور که اشاره شد، قیمت دلار عامل کلیدی در سودآوری طرح است. عامل کلیدی دیگر قیمت فروش محصولات است. جدول ۵-۱ تحلیل حساسیت نسبت به این دو متغیر را نشان می‌دهد.

با فرض ثابت بودن قیمت فروش محصولات، با تغییر قیمت دلار (فرض شده است که افزایش قیمت دلار منجر به افزایش قیمت فروش نشود) به میزان ۱۵.۵۴ درصد یعنی تغییر قیمت دلار تخصیص یافته به این گروه به مبلغ ۴۸۵,۳۰۸ ریال کماکان شرکت می‌تواند سود پیش‌بینی شده را محقق کند.

با فرض ثابت بودن قیمت دلار (۴۲۰,۰۰۰ ریال)، با تغییر قیمت فروش محصولات به میزان ۹.۳۵٪ کماکان شرکت سود پیش‌بینی شده را محقق می‌کند.

جدول ۵-۱ تحلیل حساسیت

تغییرات قیمت فروش		تغییرات قیمت دلار				
-15%	-10%	-5%	0	5%	10%	
(111,427,600,839.3)	(60,680,847,107.1)	(9,934,093,375.0)	40,812,660,357.1	91,559,414,089.3	142,306,167,821.4	19.0%
(82,366,100,839.3)	(31,619,347,107.1)	19,127,406,625.0	69,874,160,357.1	120,620,914,089.3	171,367,667,821.4	14.3%
(38,773,850,839.3)	11,972,902,892.9	62,719,656,625.0	113,466,410,357.1	164,213,164,089.3	214,959,917,821.4	7.1%
4,818,399,160.7	55,565,152,892.9	106,311,906,625.0	157,058,660,357.1	207,805,414,089.3	258,552,167,821.4	0.0%
48,410,649,160.7	99,157,402,892.9	149,904,156,625.0	200,650,910,357.1	251,397,664,089.3	302,144,417,821.4	-7.1%
92,002,899,160.7	142,749,652,892.9	193,496,406,625.0	244,243,160,357.1	294,989,914,089.3	345,736,667,821.4	-14.3%
121,064,399,160.7	171,811,152,892.9	222,557,906,625.0	273,304,660,357.1	324,051,414,089.3	374,798,167,821.4	-19.0%