

دوره اصول و مبانی تهیه و تدوین طرح ها

مقدمه

امروزه سرمایه گذاری به عنوان یکی از مسائل مطرح در مباحث اقتصادی است که برای تداوم رشد اقتصادی و تشکیل سرمایه در هر کشوری به ویژه کشورهای در حال توسعه از اهمیت بسزائی برخوردار است و از این منظر آن را به موتور محرک اقتصاد تشبیه کرده اند. تأمین منابع مالی مورد نیاز طرحهای عمرانی و سرمایه گذاری، مهمترین عامل در ایجاد بسترهای مناسب اقتصادی برای افزایش اشتغال، تولید و رونق تجارت محسوب میشود. منابع مالی اعم از داخلی و خارجی تأمین کننده وجوه مورد نیاز سرمایه گذاری بنگاههای اقتصادی و جریان تولید به شمار می آیند که معمولاً در هر پروژه سرمایه گذاری از یک منبع و یا ترکیبی از شیوه های تأمین منابع مالی استفاده میشود. تداوم پویایی و تحول به سوی رشد و توسعه اقتصادی، بهبود شرایط موجود در امر سرمایه گذاری ملی، دستیابی به توازن پایدار بین عرضه و تقاضای کالاها و خدمات، نوسازی و شکوفایی اقتصادی برای تسریع در پیشرفت و توسعه اقتصاد ملی و سیر به سمت سطوح بالای تولید ناخالص داخلی، علاوه بر مشارکت بخشهای خصوصی و دولتی، نیازمند تحول در مدیریت تأمین منابع مالی است.

از آنجا که مدیریت کارآمد تأمین منابع مالی برای طرح های توسعه ای در یک کشور، یکی از مهم ترین عوامل موفقیت در رسیدن به اهداف توسعه ای محسوب می شود، بنابراین لازم است مدیران اجرایی که رسالت و مأموریت کلیدی در اجرای طرح های عمرانی و اقتصادی را بر دوش دارند، به منظور ایجاد یک حرکت پایدار برای آبادانی و توسعه کشور، از دانش کافی پیرامون منابع مالی موجود برخوردار بوده و با ابزار کارشناسی کارآمد در جهت جذب و تأمین این گونه منابع بکوشند و همچنین از شیوه های عملیاتی و

برنامه های اجرایی بازار مالی به ویژه بانکها و مؤسسات مالی اعتباری، در زمینه اعطای تسهیلات آگاهی کامل داشته باشند. ارزیابی طرح های توجیهی فنی اقتصادی سرمایه گذاری از پیچیدگی زیادی برخوردار است پیچیدگی هایی که از کمبود اطلاعات و شفاف نبودن فضاهای کسب و کار، نبود سیاست های ثابت کلان و... ناشی می شوند. با این وجود اگر بررسی طرح های توجیهی بصورت نظام مند و در چارچوب استانداردها انجام شود و حداقل های لازم رعایت شود از شکست های آتی جلوگیری می کند. استاندارد ها به سرفصل ها و جزئیات قابل بررسی طرح توجیهی و همچنین منابع اطلاعاتی مورد استفاده می پردازند. استانداردها نکات کلیدی را مورد توجه قرار می دهند. ارزیابی پروژه های سرمایه گذاری در چارچوب دستورالعمل های بین المللی می تواند از سلیقه ای عمل کردن تیم ارزیاب پروژه جلوگیری نموده و از طرفی با بررسی همه ی شاخص های کلیدی امکان مقایسه پروژه ها را فراهم نماید.

طرح توجیهی چیست؟

طرح توجیهی واژه ای که این سال ها زیاد شنیده ایم، برای اخذ تسهیلات بانکی یا اخذ مجوز از سازمان های دولتی مانند سازمان صنعت معدن تجارت و یا جهاد کشاورزی و ... به وجود طرح توجیهی نیاز پیدا کرده ایم. طرح توجیهی نیاز اولیه یک کارآفرین است حال چه برای یک کسب و کار کوچک چه بزرگ و عبارتست از گزارشی از توجیه پذیری Feasibility Study احداث یک مجتمع عظیم صنعتی و تولیدی. طرح توجیهی معادل یک طرح را از جنبه های مختلف بازار، فنی، مالی و اقتصادی مورد بررسی و مطالعه قرار می دهد. مقصود از طرح هر پروژه صنعتی و یا خدماتی می باشد که پس از اجرا و در نهایت منجر به ارائه یک محصول و یا خدمت به مصرف کنندگان میانی و یا نهایی می گردد. یک طرح ممکن است شامل احداث یک کارخانه تولیدی و یا افزایش یک خط تولید به خطوط تولید یک کارخانه موجود و یا تأسیس یک شرکت خدماتی رفاهی باشد. براین اساس می توان جهت تحلیل و بررسی هر تصمیم سرمایه گذاری

یک گزارش توجیهی آماده نمود. طرح توجیهی، شامل نمای کلی پروژه یا فعالیت اقتصادی و کسب و کاری است که قصد راه اندازی آن را دارند. پیش از شروع هر فعالیتی، در نظر گرفتن عوامل و شرایط موجود و بررسی آنها در موفقیت و پیشبرد کسب و کار نقش اساسی ایفا می کند؛ چرا که هر فعالیتی که بدون تدبیر و برنامه ریزی آغاز شود، محکوم به شکست خواهد بود. طرح توجیهی زوایای سرمایه گذاری از قبیل میزان سرمایه گذاری، وضعیت بازار و وضعیت موجود یک طرح را برای سرمایه گذار روشن می کند تا سرمایه گذار بتواند تصمیم گیری راحت و درستی از مسیر انتخابی داشته باشد.

طرح توجیهی در دو قالب ارائه می گردد:

۱- طرح ایجاد

«طرح ایجاد» به طرحی گفته می شود که برای یک واحد تولیدی که هنوز راه اندازی نشده، نگاشته می شود. در تنظیم این نوع طرح از اصطلاحات «موجود» و «مورد نیاز» استفاده می شود.

۲- طرح توسعه ای

«طرح توسعه ای» به طرحی گفته می شود که برای یک واحد تولیدی دارای پروانه بهره برداری، نگاشته می شود. این طرح برای توسعه یک واحد تولیدی، اعم از افزایش ظرفیت یا افزودن خط تولید جدید، می تواند کاربرد داشته باشد.

طرح های توسعه معمولاً در پرداخت وام در اولویت قرار دارند. دلیل آن می تواند وجود توانایی برای بازپرداخت وام باشد. در این نوع طرح ها از اصطلاحات «موجود» و «پس از توسعه» استفاده می گردد.

فرمت طرح توجیهی فنی اقتصادی

تهیه طرح توجیهی قبل از شروع هرگونه سرمایه‌گذاری، یکی از مهم‌ترین ابزارهای سنجش موفقیت یک پروژه اقتصادی است، لازمه تدوین طرح توجیهی استاندارد جهت دستیابی به اهداف پروژه (جذب سرمایه‌گذار یا اخذ وام)، رعایت اصول نحوه نگارش صحیح طرح توجیهی، در قالب و فرمت خاصی است که به آن پرداخته می‌شود. طرح توجیهی می‌تواند کاربردهای مختلفی داشته باشد، طرح توجیهی در واقع نقشه راه احداث یک بنگاه اقتصادی را مشخص کرده و دورنمای مطلوبی از وضعیت پروژه در سال‌های پیش رو به سرمایه‌گذار ارائه می‌دهد. بنابراین؛ بدیهی است برای نگارش چنین ابزار مهم اقتصادی، باید فرمت طرح توجیهی و قوانینی جهت تدوین آن مشخص شده باشد. طرح‌های توجیهی براساس نوع پروژه و میزان سرمایه، محتوای گوناگونی دارند اما آنچه تمامی آنها را به یک طرح توجیهی تبدیل می‌کند منطبق سازی این ایده‌ها به فرمت طرح توجیهی با رعایت کلیه استانداردها و معیارهای تعیین شده است.

نگارش طرح توجیهی گردشگری در قیاس با نگارش طرح توجیهی صنعتی و یا تولیدی فرمت متفاوتی دارد، چراکه ماهیت یک طرح توجیهی گردشگری باتوجه به خدماتی که ارائه می‌دهد با یک طرح توجیهی که یک محصول خاصی را تولید و یا فرآوری می‌کند متفاوت است، از این رو نحوه نگارش طرح توجیهی و فرمت طرح توجیهی در دو بخش ذکر شده باهم فرق دارند.

برای نگارش طرح توجیهی، مشاور تدوین‌کننده، ملزم به پیروی از فرمت طرح توجیهی استاندارد بانک عامل می‌باشد. این بدین معناست که نمیتوان به صورت سلیقه‌ای عمل نمود و معیار سنجش تیم ارزیابی نیز فرمت مشخص شده می‌باشد.

فرمت طرح توجیهی بانک‌ها گاه در جزئیات متفاوت می‌باشد اما کلیات یکسانی دارند، برای مثال فرمت طرح توجیهی بانک ملی با فرمت طرح توجیهی بانک کشاورزی متفاوت است.

بخش اول در فرمت طرح توجیهی - معرفی متقاضی

۱- بررسی سابقه متقاضی و سوابق شرکت

در اولین بخش از نگارش طرح توجیهی به بررسی سوابق ثبتی متقاضی طرح اعم از شخصیت حقیقی یا حقوقی، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲- بررسی کلیه مجوزهای قانونی

کلیه مجوزهای قانونی اخذ شده از سازمان های تابعه (با ذکر شماره و تاریخ) در این قسمت ذکر خواهد شد، از جمله این مجوزها می‌توان به جواز تاسیس و پروانه بهره برداری اشاره کرد.

۳- بررسی توانمندی‌های متقاضی

در این بخش مشاور می‌تواند مجموعه توانمندی‌های متقاضی را در ایجاد و بهره برداری هر چه بهتر از طرح توجیهی از جنبه‌های مختلف ارائه نماید. این توانمندی‌ها می‌توانند مربوط به سهامداران، هیئت مدیره، مدیران و مشاوران فنی، اجرائی متقاضی (عوامل طرح) باشند مانند: توانمندی بالقوه یا بالفعل متقاضی برای کسب سهم بازار، توانمندی‌های بالقوه و بالفعل فنی، توانمندی‌های مدیریتی متقاضی و ...

بخش دوم در فرمت طرح توجیهی - مطالعه بازار

۱- مقدمه

در مقدمه گزارش مطالعه بازار، خلاصه‌ای از تاریخچه محصول (محصولات) مورد بررسی، هدف از اجرای طرح و محل اجرای طرح و کلیاتی که در برگیرنده ویژگی‌ها و مزایای طرح می‌باشد ارائه می‌گردد. مطالعه بازار معادل واژه انگلیسی Market Study بوده که جنبه‌های مختلف بازار محصولات و یا خدمات پیش بینی شده برای طرح از جمله عرضه، تقاضا، مصرف، بازار هدف و سایر موارد را مورد مطالعه و بررسی قرار می‌دهد.

۲- معرفی محصول

در این بخش به معرفی محصول (محصولات) پرداخته می‌شود. در معرفی محصول طرح توجیهی، مواردی نظیر کلیه کدهای ISIC متعلق به محصول، مشخصات، ویژگی‌ها، کاربردها و استانداردهای محصول به همراه بررسی الگوی مصرف محصول در جامعه آورده می‌شود.

۳- معرفی پروژه

۳-۱- ضرورت اجرای پروژه

اهدافی که از اجرای طرح مدنظر است اعم از هدف صادراتی، هدف جایگزینی واردات و... تحلیل می‌شود اگر طرح از تکنولوژی جدیدی برخوردار می‌باشد و یا درصدد تغییر الگوی مصرف جامعه است توضیحات آن در این بخش آورده می‌شود.

۳-۲- تحلیل ملاحظات اجرایی پروژه

۳-۲-۱- ملاحظات اقتصادی

بدون شک مهمترین دلایل توجیه یک طرح بر ملاحظات اقتصادی آن استوار است. کسب سهمی مناسب از بازاری داخلی یا خارجی، گسترش بازار هدف و برخورداری از شاخص‌های مناسب مالی، اقتصادی (NPV , IRR) و غیره... از مهمترین اهداف یک بنگاه اقتصادی برای ایجاد یا توسعه یک طرح صنعتی می‌باشد. و در کنار این موارد، از جنبه های ملی و کلان اقتصادی نیز باید ویژگی‌های طرح، مورد بررسی قرار گیرد.

۳-۲-۲- ملاحظات اجتماعی و فرهنگی

بررسی تأثیر اجرای پروژه بر شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی در سطح ملی و منطقه‌ای نظیر: بیکاری، مهاجرت نیروی کار، اثرات فرهنگی و...

۳-۲-۳- ملاحظات سیاسی

ملاحظات سیاسی طرح توجیهی چه در ابعاد ملی و چه در ابعاد بین المللی می‌تواند ضرورت اجرای یک پروژه را توجیه نماید. خروج از وابستگی به خارج از کشور و تولید داخلی و... از موارد قابل بررسی و تحلیل در این بخش می‌باشد.

۳-۳- مکان یابی پروژه

در این بخش تحلیل‌های مرتبط به دسترسی طرح به مواد اولیه، تحلیل‌های مرتبط به دسترسی طرح به بازار مصرف، تحلیل‌های مرتبط به دسترسی طرح به منابع نیروی انسانی و سایر عوامل تأثیرگذار بر مکان یابی پروژه آورده می‌شود.

۴- دانش فنی پروژه

تحلیل مناسب بودن دانش فنی انتخاب شده برای دستیابی به بازار هدف ضروری می‌باشد چراکه بررسی تناسب دانش فنی با بازار هدف ضروری می‌باشد. براساس دانش فنی انتخاب شده، مطالعه سوابق فعالیت شرکت عرضه کننده دانش فنی در بازارهای هدف (جهانی، ملی و منطقه ای) ضروری می‌باشد. در این بخش لازم است، که دانش فنی پروژه متناسب به نوع بازار هدف معرفی گردد.

۵- قیمت مواد اولیه و فروش محصولات طرح

تعیین نحوه تامین مواد اولیه طرح به لحاظ وارداتی یا داخلی بودن و بررسی الزامات تهیه مواد اولیه و همچنین تعیین قیمت واقعی محصولات طرح توجیهی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

۶- تحلیل جایگاه صنعت مورد بررسی در سیاست های کلان اقتصادی کشور

در این بخش ضروری است جایگاه صنعت مورد بررسی در برنامه‌های کلان اقتصادی کشور مانند سازگاری اجرای پروژه با مجموع استراتژی- های کلان اقتصادی، جایگاه صنعت در اولویت های سرمایه گذاری کشور، بررسی تاثیر واردات و صادرات غیررسمی بر صنعت و... مورد بررسی قرار گیرد.

۷- عرضه

در این بخش لازم است وضعیت عرضه صنعت شامل وضعیت تولید داخلی (تعداد واحدهای فعال و میزان ظرفیت تولیدی) و واردات در طی سال های گذشته (حداقل) برای ۵ سال گذشته ارائه گردد.

۷-۱- تولید داخل

در این بخش، تعداد واحدهای فعال، ظرفیت اسمی، ظرفیت عملی و روند تولید طی سالهای گذشته ارائه می شود. در این بخش تفکیک واحدهای اصلی تولید کننده محصول به لحاظ سهم موجود از کل بازار ضروری می باشد.

۷-۲- بررسی واردات محصول

حجم، ارزش ریالی و دلاری واردات صورت گرفته از محصول مورد مطالعه در سال های گذشته بر اساس کد تعرفه گمرکی با بررسی و تحلیل کارشناسی آورده می شود.

۸- پیش بینی امکانات عرضه

۸-۱- پیش بینی امکانات عرضه داخلی

در این بخش لازم است ظرفیت عملی واحدهای فعال، طرح های توسعه ای این واحدها و طرح های در دست اجرا مورد محاسبه قرار گیرند و سرانجام متناسب با پیشرفت فیزیکی طرح های توسعه ای و در دست اجرا مجموع امکانات عرضه برای سال های آینده ارائه شود.

۸-۲- پیش‌بینی واردات

در این بخش لازم است با توجه به امکانات عرضه صنعت، قدرت رقابت پذیری آن با محصولات رقیب خارجی و همچنین روند واردات طی سال‌های گذشته و کلیه متغیرهای تأثیرگذار بر روند واردات میزان واردات در طی سال‌های آتی ارائه گردد.

۹- تقاضا

داده‌ها و اطلاعات مربوط به تقاضا شامل دو بخش تقاضای خارجی (صادرات) و تقاضای داخلی می‌باشد.

۹-۱- تقاضای داخلی

در تحلیل‌های مربوط به برآورد تقاضا علاوه بر استفاده از روش برآورد مصرف ظاهری می‌توان از طریق برآورد میزان مصرف گروه‌های مصرف‌کننده کالا در سطح جامعه به برآورد تقاضا، دست یافت.

۹-۲- تقاضای خارجی (صادرات)

در این بخش اطلاعات مربوط به صادرات طی سال‌های گذشته آورده می‌شود، در تحلیل وضعیت صادرات محصول حجم صادرات صورت گرفته، ارزش ریالی و دلاری آن و همچنین کشورهای مقصد مورد بررسی قرار می‌گیرند.

۱۰- پیش‌بینی تقاضا

۱۰-۱- پیش‌بینی تقاضا داخلی

پیش‌بینی تقاضا به عنوان یکی از مهمترین ارکان مطالعه بازار می‌باشد. به طوریکه با استناد به پیش‌بینی‌های انجام شده در این بخش، تحلیل وضعیت آینده صنعت مورد بررسی صورت می‌پذیرد. با استفاده از یکی از روش‌های

✓ روش اقتصادسنجی

✓ روش روند گذشته (تداوم روند قبلی)

✓ روش سطح مصرف (مصرف سرانه)

✓ روش ضریب مصرف

✓ فرایند مارکو

✓ روش روند متغیر

✓ روش تحلیل بودجه خانوار

✓ روش مقایسه بین المللی

استفاده از شاخص‌های راهنما، میزان تقاضا برای حداقل ۵ سال آتی پیش‌بینی می‌گردد.

۱۰-۲- پیش‌بینی تقاضای خارجی (صادرات)

در این بخش، با توجه به الگوهای مختلف موجود جهت پیش‌بینی تقاضا و همچنین اطلاعات در دسترس در زمینه بازار جهانی و روند گذشته صادرات محصول مورد بررسی، پیش‌بینی صادرات صورت می‌پذیرد.

۱۱- تحلیل موازنه پیشبینی امکانات عرضه و پیشبینی تقاضا

از مقایسه جداول مربوط به امکانات عرضه و پیش بینی تقاضا، وضعیت آینده صنعت مورد بررسی تحلیل می شود. در تدوین جدول موازنه امکانات عرضه و تقاضا باید علاوه بر امکانات عرضه داخلی به روند واردات و همچنین در بخش پیش بینی تقاضا، علاوه بر پیش بینی تقاضای داخلی به امکانات صادرات نیز توجه نمود.

۱۲- بررسی بازار جهانی

در مورد طرحهایی که بازار هدف، بازار صادراتی میباشد و همچنین در مورد طرحهایی که محصول مورد بررسی رقیب وارداتی (محصول خارجی) دارد، بررسی بازار جهانی و منطقه ای ضروری میباشد. به طوری که در این بخش تحلیل های مربوط به وضعیت تجارت جهانی و منطقه ای و بازارهای هدف و همچنین مزیت های رقابتی محصول مورد بررسی در رقابت با محصولات مشابه وارداتی ارائه میشود.

۱۳- برنامه فروش شرکت و تعیین بازار هدف

در این بخش بازار هدف شرکت در دسترسی به بازار داخلی و صادراتی متناسب با دانش فنی طرح و توانمندی شرکت در دستیابی بازار و قدرت رقابت پذیری آن ارائه می شود.

۱۴- بازاریابی :

بخش مهم دیگر طرح تجاری به جزئیات برنامه بازاریابی مربوط می شود. برنامه بازاریابی خوب در توسعه و موفقیت کسب و کار شما ضروری است .

اطلاعات مربوط به بازار را با تأکید بر بازار هدف موردنظر در این بخش وارد کنید. باید مشتریان خود را مشخص کرده و روشهای عرضه محصولات و خدمات خود به آنها را تشریح نمایید. در این جا عامل اصلی زمان است. بررسی و عرضه برنامه بازاریابی به زمان نیاز دارد اما این زمان ارزش صرف شدن را دارد. به خاطر داشته باید که به درک روشن و صریحی از خریداران خود، استفاده کنندگان خدمات، علت انتخاب شرکت شما توسط آنان و نظر آنان در مورد شرکت خود نیاز دارید.

۱۵- بازار هدف :

بازارهدف گروهی از مشتریان است که خصوصیات مشترکی دارند که آنها را از دیگر مشتریان تفکیک می کند. لازم است این مجموعه خصوصیات مشترک را که باعث می شود آنها مشتری شما باشند تشریح کنید. بگوئید تحقیق بازار خود را چگونه انجام داده اید. منابع و نتایج شما کدامند؟ آمارهای مربوط به بازارهدف شما کدامند؟ مشتریان شما در کجا کار و زندگی کرده و از کجا خرید می کنند؟ آیا از محل زندگی خود خرید می کنند یا از محل کار خود؟ آیا خدمات دهی در منازل مقرون به صرفه و به نفع مشتریان شما است؟

یافته های خود را با گزارشات مرکز آمار، پرسشنامه ها و نتایج بازاریابی آزمایشی تطبیقی دهید. بگوئید از نظر منابع، نقاط قوت و ضعف چگونه می توانید به این بازار سرویس دهید. بر پیش بینی های معقول و درست مربوط به اندازه بازار تکیه کنید.

۱۶- رقابت :

رقابت مستقیم میان شرکتهایی است که محصولات یا خدمات مشابه را در یک بازار عرضه می کنند. رقابت غیرمستقیم میان شرکتهایی است که دارای محصولات و خدمات مشابه اما در بازارهای هدف مختلف

هستند. لازم است که هر دو نوع رقیب را ارزیابی کنید و نگرشهای آنان را تعیین کنید. آنان سعی می کنند در کدام بخش از بازار نفوذ کنند، آیا می توانید به شکل بهتری در همان بازار عمل کنید، آیا می توانید بازار بهتر و بدون رقیبی پیدا کنید؟

برای جمع آوری، سازماندهی و ارزیابی اطلاعات مربوط به رقابت از عناوین مطروحه در ذیل استفاده کنید. آنالیز شما در مورد این اطلاعات به برنامه ریزی ورود به بازار کمک می کند. تعیین کنید سهم بازار فعلی رقابت چقدر است؟ آیا می توانید این سهم را بدست آورید یا باید جاهای خالی بازار را پر کنید.

عناوین مربوط به مقوله رقابت :

- نام رقبا
- محل
- محصولات یا خدمات ارائه شده
- شیوه های توزیع: عمده فروشی، خرده فروشی، فروشهای شخصی، فروشهای شرکتی
- شیوه های ترفیع، تبلیغ
- ساختار قیمت گذاری
- عملکرد (گذشته و حال)
- سهم بازار
- نقاط قوت
- نقاط ضعف

بعد از تکمیل این بخش شما و قرض دهنده از رقبا، محل آنها، محصولات یا خدمات عرضه شده توسط آنها، برنامه رقابت با آنها مطلع خواهید شد.

۱۷- شیوه های توزیع :

توزیع عبارتست از نحوه انتقال فیزیکی محصولات به مشتریان یا عرضه خدمات به آنان. توزیع رابطه نزدیکی با بازار موردنظر دارد. در این بخش الگوهای خرید را مشخص کنید. اگر محصولی را می فروشید آیا مشتریان شما از طریق پست یا بوسیله کاتالوگ خرید می کنند یا اینکه خرید خود را به شکل مستقیم از فروشگاه انجام می دهند، آیا شما محصول خود را به شکل مستقیم یا از طریق نماینده تولید کننده می فروشید؟ در صورت حمل محصول چه کسی هزینه های حمل را دریافت می کند و از چه نوع حمل کننده ای استفاده می کنید؟ از کلید واژه ها برای پاسخ دادن به پرسش های مربوط به طرح توزیع استفاده کنید. گزارشات آماری، برگه های مربوط به هزینه های حمل کننده، قرارداد با نمایندگان تولید کننده یا دیگر اسناد مربوطه را اضافه کنید. اگر کار شما خدماتی است، آیا خدمات خود را در مغازه عرضه می کنید، آیا خدمات خود را با تماس های تلفنی به محل عرضه می کنید، در اینصورت هزینه مسافت طی شده چقدر است، زمان واکنش برنامه ریزی شده شما برای عرضه خدمات موردنیاز مشتری چقدر است؟

۱۸- تبلیغات :

تبلیغات این پیام را به مشتریان شما می رساند که محصول و خدمات شما خوب و مطلوب است. تبلیغات خود را با توجه به بازار مورد نظر تهیه کنید. تحقیق بازاریابی شما مشخص می کند که کدام کانال تلویزیون، رادیو یا کدام نشریه برای بازار موردنظر مناسب تر است. تبلیغات رقبای خود در این رسانه ها را ارزیابی کنید. نسخه هایی از تبلیغات خود مثل بروشور، تبلیغات پستی و توزیعی تهیه کنید. به قرض دهنده بگوئید هزینه های تبلیغاتی خود را در کجا صرف می کنید، چرا این روشها را انتخاب کرده اید، پیام شما چگونه به

بازار موردنظر می رسد، رقابت تبلیغاتی شما چه زمانی آغاز می شود، طرح تبلیغاتی شما چقدر هزینه دارد و از چه نوع فرمتی برای تبلیغ استفاده می کنید.

۱۹- طراحی محصول :

بسته بندی و طراحی محصول در موفقیت کار شما نقش مهمی بازی می کند. این موارد اولین چیزهایی هستند که به چشم مشتری می آیند. خواسته های بازار مورد نظر خود را در طرح نهایی محصول و طراحی بسته بندی در نظر بگیرید. موارد مطلوب را از نظر اندازه، شکل، رنگ ماده و عبارات چاپ شده روی محصول مشخص کنید. بسته بندی، توجه عمومی را تا حد زیادی به خود جلب می کند. از قوانین مربوط به بسته بندی و برجسب گذاری صحیح استفاده کنید.

از کلید واژه برای پاسخ دادن به پرسش های مربوط به طرح محصول و بسته بندی استفاده کنید. طرح ها یا تصاویر (عکسها) را ضمیمه کنید. اطلاعات مربوط به حقوق مالکیت مثل حق کپی رایت، نشان تجاری یا حق اختراع را اضافه کنید.

۲۰- زمانبندی ورود به بازار :

زمانبندی درود شما به بازار بسیار مهم است و به تحقیق و برنامه ریزی دقیق نیاز دارد. عرضه محصولات و خدمات در زمان و مکان درست بر موفقیت شما تاثیر بسیار دارد. نحوه دریافت محصول توسط مشتری تحت تاثیر فصل، شرایط جوی و تعطیلات قرار دارد.

۲۱- محل :

اگر انتخاب محل به بازار هدف ارتباط دارد آنرا در این بخش از طرح تجاری وارد کنید. دلایل انتخاب خود را ذکر کنید. ماهیت همسایگان شما چیست، آیا این محل با تصویری که از کسب و کار مورد نظر دارید منطبق است، در این منطقه رقابت در چه سطحی است، الگوی تردد و رفت و آمد چیست، وضعیت و شرایط اجاره یا خرید چیست، سابقه فعالیت محل مورد نظر شما چیست، آیا ظرف چند ماه گذشته شرکتی در این منطقه ورشکست شده است (فعالیت خود را تغییر داده است)، اگر اینطور است ببینید آیا این امر به محل فعالیت ارتباطی داشته است یا خیر. آیا منطقه ای که قصد دارید طرح خود را در آن اجراء کنید مبنای اقتصادی قوی و محکمی دارد، چه محل های دیگری را در نظر گرفته اید؟ اینها پرسش هایی هستند که می توانید آنها را در نظر بگیرید.

۲۲- روندهای صنعت :

به تغییرات صنعتی توجه کنید. تکنولوژی جدید محصولات جدیدی را به بازار عرضه می کند که خدمات جدیدی را خلق خواهند کرد. ژورنال های تجاری و گزارش های صنعتی منطقه خود را مطالعه کنید. نحوه تغییر بازار خود را پیش بینی کرده و آنچه را که می خواهید انجام دهید برنامه ریزی کنید.

۲۳- جمع بندی، نتیجه گیری و ارائه پیشنهاد

با مطالعه و تحلیل تمام ارکان مطالعه بازار، دستیابی به نتایج مشخص کاربردی درباره توجیه پذیری اجرای پروژه متصور می باشد. به طوری که نتایج مطالعات، تهیه کننده گزارش مطالعه بازار را به ارائه پیشنهاد در زمینه اجرا یا عدم اجرای طرح رهنمون می سازد. بر همین اساس در این بخش ارائه تحلیل نهایی و جمع بندی گزارش به شیوه ای ارائه می شود که به پیشنهادهای عملی منتهی شود.

بخش سوم - مطالعه فنی در نگارش فرمت طرح توجیهی

۱- هدف از اجرای طرح

در این قسمت هدف از اجرای طرح ایجاد، توسعه و یا بازسازی و نوسازی مطرح می‌شود. حدود و مشخصات طرح از جمله نام و ظرفیت عملی تولیدات، محل اجرای طرح و شیفت کار در روز، ساعت کاری در هر شیفت و تعداد روز کاری در سال ذکر می‌گردد.

۲- ظرفیت

در این بخش ظرفیت طرح براساس مجوزهای قانونی ارائه و ظرفیت تولید (اسمی و عملی) براساس مشخصات فنی دستگاهها/خط تولید بر مبنای مفروضات نوبت کاری محاسبه و تعیین می‌گردد. در مورد ظرفیت طرح های توسعه، ظرفیت بخش موجود جداگانه محاسبه و میزان تولید در طی حداقل سه سال گذشته ارائه گردد.

۳- محصول تولیدی

یک واحد تولیدی میتواند تولید کننده یک یا چند محصول معین باشد. در این بخش تعریف علمی محصول یا محصولات براساس مراجع معتبر علمی و مشخصات فیزیکی و شیمیایی تولیدات و ارائه محدودیت های احتمالی آورده می‌شود.

۴- مواد اولیه کمکی و بسته بندی

در این مرحله موارد نوع و مشخصات مواد اولیه، مواد کمکی و بسته بندی، منابع تأمین، نحوه حمل و نقل و انبار مواد، میزان مصرف برای واحد تولید، میزان ضایعات و وضعیت بازیافت آن در خط تولید، و هزینه تأمین مورد بررسی قرار می گیرند. در طرحهای توسعه، تمامی موارد فوق، بصورت جداگانه جهت تولیدات بخش موجود و بخش توسعه ذکر شود.

۵- روش تولید

روش تولید و نوع فن آوری از عوامل بسیار مهمی است که در اجرای صحیح یک طرح از نقش بسزایی برخوردار است. به منظور تولید یک محصول میتوان از روشهای مختلفی استفاده نمود. انتخاب روش تولید مناسب با توجه به عوامل مختلفی از جمله منابع در دسترس، فرهنگ صنعتی، مهارتهای موجود و قابلیت یا شرایط لازم جهت جذب فناوری مورد نظر صورت میگیرد.

در بسیاری موارد دانش روشهای تولید در دسترس عموم قرار گرفته است لیکن بسیاری از فعالیتهای تحت لیسانس بوده و به کارگیری روش مورد نظر مستلزم در اختیار داشتن فناوری خاص آن است. نتایج بررسی این بخش شامل ارائه شرح مبسوطی از روش تولید محصول، نموداری از گردش کار مواد و ... می باشد.

۶- مشخصات دانش فنی تولید

ضروری است در خصوص مواردی از قبیل امکان اخذ دانش فنی مورد نیاز از منابع داخلی یا خارجی و نحوه انتقال فن آوری، سوابق و تجربه دارنده دانش فنی، مقایسه انواع شناخته شده دیگر دانش فنی و فن آوری های مرتبط و مجوزهای مربوط به تأیید دانش فنی داخلی از نهادهای علمی معتبر اظهار نظر گردد.

۷- کنترل کیفیت

لازم است سیستم کنترل کیفیت واحد و رعایت استانداردهای لازم بررسی شود. ارائه مراحل بازرسی در بخش های مختلف از جمله مواد اولیه، محصول، فاضلاب و غیره با ذکر پارامترهای کنترلی هر مرحله و نتایج استحصال از آن و نحوه اعمال نتایج در فرآوری مواد از اهمیت عمده ای برخوردار بوده و توضیح آن ضروری می باشد.

۸- محیط زیست

می بایست سیستم تولید از جهت رعایت قوانین و مقررات محیط زیست و ملاحظات و تجهیزات لازم مورد دقت قرار گیرد. در صورت وجود مجوز محیط زیست شرایط و مشخصات اشاره شده در مجوز در این بخش با ذکر شماره و تاریخ آورده شود. در صورتی که طرح توسعه است مجوز محیط زیست طرح موجود و بخش توسعه آورده شود.

۹- پیش بینی تولید

با در نظر گرفتن برنامه زمان بندی طرح، راه اندازی آزمایشی و آغاز بهره برداری تجاری، لازم است برنامه تولید تا رسیدن به حداکثر ظرفیت عملی برای سال های آتی مشخص گردد. پیش بینی تولید براساس مبانی

ظرفیت، راندمان کار، مهارت‌های نیروی انسانی، تأمین مواد اولیه، بازاریابی و سایر عوامل دیگر که عموماً به طور تدریجی افزایش می‌یابد انجام می‌شود.

بخش چهارم - مطالعات مالی و اقتصادی در فرمت طرح توجیهی

۱- هزینه های سرمایه گذاری طرح

به طور کلی در دو مرحله اجرای طرح و بهره‌برداری از طرح، سرمایه‌گذاری صورت می‌گیرد. سرمایه مورد نیاز در دوران اجرای طرح، سرمایه ثابت و سرمایه مورد نیاز در دوران بهره‌برداری از طریق سرمایه گردش تأمین می‌شود. دارایی‌های ثابت در مرحله اجرای طرح خریداری و طی دوران بهره‌برداری مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۱-۱- زمین

به طور کلی موقعیت زمین، شرایط کلی، مساحت لازم و مناسب جهت اجرای طرح و توسعه احتمالی (از کدام جهت امکانپذیر است)، نحوه خرید یا واگذاری آن، سایر مجوزها، امکان دستیابی به تاسیسات خدماتی، زیربنایی و خطوط ارتباطی می‌بایست مورد توجه و دقت نظر قرار گرفته و ذکر گردند.

۱-۲- محوطه سازی و ساختمان

در بخش هزینه‌های محوطه‌سازی مواردی مانند هزینه نیاز به تسطیح زمین، دیوارکشی، جدول‌بندی، پارکینگ، ایجاد فضای سبز دیده می‌شود. در هر طرح توجیهی براساس نوع فعالیت، نوع ساختمان‌ها تعیین می‌گردد. در این بخش مواردی از قبیل موقعیت ساختمانها از لحاظ موقعیت مکانی، سطح زیربنای مورد نیاز، نوع و مشخصه‌های فنی هر ساختمان و هزینه هر واحد و هزینه کل آن با در نظر گرفتن نیاز طرح، موافقت‌های اخذ شده و ظرفیت‌های تعیین شده برآورد گردد.

۱-۳- ماشین آلات

عمده‌ترین بخش یک طرح تولیدی، انتخاب ماشین آلات با توجه به نوع صنعت و خصوصیات آن، فن آوری ساخت، ظرفیت تولید و خرید و نصب و راه‌اندازی آنها می‌باشد. متناسب با نوع طرح مواردی نظیر نام، نوع و مدل کلیه ماشین آلات، ظرفیت هر یک از آنها، کشور سازنده، کارخانه سازنده، محل نصب ماشین‌آلات در سالن تولید، سابقه کار این نوع ماشین آلات در واحدهای مشابه، ارائه حداقل دو پروفرمای مقایسه‌ای با مشخصات فنی یکسان با پروفرمای اصلی منطبق با شرایط مورد قبول بانک و... و در نهایت هزینه‌های تامین ماشین آلات و دانش فنی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در طرح‌های توسعه، مشخصات ماشین‌آلات بخش موجود نیز علاوه بر مشخصات و هزینه‌های انجام شده و مورد نیاز بخش توسعه شرح داده شوند.

۱-۴- تأسیسات

بر حسب نیاز، انواع تأسیسات یک طرح توجیهی تولیدی از قبیل برق، آب، بخار، هوای فشرده، سوخت، گازهای صنعتی، روغن داغ، لوله کشی، سیستم اعلام و اطفای حریق، سیستم گرمایش و سرمایش، سیستم تصفیه آب، سیستم تصفیه فاضلاب صنعتی و غیرصنعتی، باسکول، تهویه، واحد زباله سوز، مخابرات، چیلر، برج خنک‌کننده و سیستم حفاظتی مشخص و هزینه هر یک تعیین می‌شود.

منابع تأمین، مقدار مورد نیاز، ذخیره‌سازی و تجهیزات اضطراری در هر مورد می‌بایست برآورد گردند. هزینه‌های تأسیسات، شامل خرید و نصب دستگاه‌ها و تجهیزات اصلی، یدکی و ذخیره، لوله، کابل، اتصالات و غیره است.

لازم به ذکر است که ضروری است در کلیه جداول هزینه‌های اقلام تأسیسات، در ستون شرح، مشخصات کلیه دستگاه‌ها ذکر گردد و هر یک از دستگاه‌ها و تجهیزات موجود، انجام شده و موردنیاز از یک قلم و با مشخصات متفاوت، به تفکیک در ردیف‌های جداگانه آورده شوند.

۱-۵- لوازم و تجهیزات آزمایشگاهی و کارگاهی

این اقلام شامل وسایل آزمایشگاه‌ها، تجهیزات تعمیرگاه‌ها، کارگاه‌ها، انبارها، و وسایل ایمنی است. همانند سایر اقلام سرمایه‌گذاری لازم است میزان کیفیت مورد نیاز هر یک، بررسی شده و برآورد هزینه آن براساس مشخصات، تعداد، پیشنهادات قیمت و استفاده از موارد مشابه صورت گیرد.

۱-۶- وسائط نقلیه

وسائط نقلیه مورد نیاز جهت رفع نیازهای روزمره کارخانه، انتقال مواد و کالا و رفت و آمد کارکنان (در مواقع ضروری) به داخل و خارج کارخانه می‌باشد. ضمن بررسی نوع، تعداد دستگاه، مشخصات، نحوه تأمین، قیمت هر یک، کل هزینه آن برآورد می‌شود.

۱-۷- تجهیزات و وسایل اداری و خدماتی

در این قسمت هزینه های تجهیزات و وسایل اداری و خدماتی از جمله اثاثه اداری، لوازم آشپزخانه و رستوران، تلفن، زیراکس، فکس، کامپیوتر، چاپگر، وسایل نظافت و آبدارخانه، تجهیزات بهداشتی و... برآورد میگردد

۸-۱- هزینه های متفرقه و پیش بینی نشده

با توجه به اینکه در اغلب موارد در مرحله بررسی طرح جهت تأمین نیاز مالی و تصمیم گیری جهت تخصیص اعتبار و تسهیلات بانکی، جزئیات دقیق طرح در اختیار نیست و در طول اجرای طرح، تغییراتی در حجم عملیات اجرایی و هزینه های آن و قیمت ها وجود خواهد داشت از اینرو با توجه به نوع طرح درصدی از هزینه های سرمایه گذاری ثابت مورد نیاز تا تکمیل به استثنای هزینه های قبل از بهره برداری به منظور پیشگیری از خطای احتمالی محاسبات، رعایت احتیاط و مقابله با افزایش قیمت ها و تغییرات احتمالی تحت عنوان هزینه های پیش بینی نشده در نظر گرفته میشود.

۹-۱- هزینه های قبل از بهره برداری

در برآورد هزینه های قبل از بهره برداری میبایست کلیه اموری که باید از ابتدای فراهم آوردن امکانات برای اجرای طرح و دوران اجرای آن و حصول به بهره برداری تجاری (که منتج به تولید محصول قابل فروش خواهد شد) انجام می گیرد مشخص و سپس برآورد هزینه لازم بعمل آید. هزینه های قبل از بهره برداری شامل موارد زیر می باشد:

❖ هزینه مطالعات اولیه و مقدماتی طرح

❖ هزینه مسافرت و بازدید

❖ هزینه اخذ اعلامیه تاسیس و سایر ملزومات

❖ هزینه مشاوره

❖ هزینه کارشناسی بانک

❖ هزینه کادر آموزشی و آموزش نیروی انسانی

۱-۱۰- سرمایه در گردش

سرمایه در گردش یک واحد تولیدی عبارت است از مجموعه امکانات، ارزش موجودی‌ها و کار در جریان، مطالبات و نقدینگی جهت به کارگیری و بهره‌برداری از سرمایه‌گذاری ثابت به منظور تولید و حفظ تداوم و استمرار عملیات. سرمایه در گردش تنها برای یک دوره طرح و براساس هزینه‌های تولید دوره اول بهره‌برداری تعیین میشود.

اقدام عمده در تعیین سرمایه در گردش عبارتند از، مواد اولیه، کالای ساخته شده و در جریان ساخت، مطالبات و تنخواه گردان

۲- زمان بندی اجرای طرح

جهت اجرای طرح به طور هماهنگ، منظم و پیوسته، لازم است در مورد هر یک از عملیات اجرایی مانند کسب مجوزهای لازم و عقد قراردادها، خرید و آماده‌سازی زمین، عملیات ساختمانی و محوطه‌سازی، سفارش، خرید و حمل ماشین‌آلات، نصب و راه‌اندازی، تأسیسات، استخدام و آموزش کارکنان، بهره‌برداری آزمایشی، تاخیرهای پیشبینی نشده و غیره، برنامه زمان بندی خاصی تهیه گردد.

۳- هزینه های تولید

هزینه‌های تولید براساس پیش‌بینی تولید در ۱۰۰ درصد ظرفیت عملی محاسبه می‌گردد و برای سال‌های قبل از دستیابی به صد در صد ظرفیت با توجه به میزان تولید و هزینه‌های ثابت و متغیر، تعدیلات لازم اعمال می‌گردد.

قیمت گذاری :

ساختار قیمت گذاری شما در موفقیت کسب و کارتان بسیار مهم است و با تحقیق بازار و آنالیز مسائل مالی تعیین می‌شود. استراتژی بازاریابی اصلی، قیمت گذاری در دامنه بین حداکثر و حداقل قیمت است. سقف قیمت (حداکثر قیمت) بوسیله بازار تعیین می‌شود و بیشترین هزینه‌ای است که مشتری برای یک محصول یا خدمات پرداخت می‌کند و بر ارزش درک شده مشتری از محصول یا خدمت مبتنی است. شما باید مشخص نمایید که هزینه رقابت چقدر است، کیفیت محصول یا خدماتی که ارائه می‌کنید چیست، ماهیت تقاضا چیست و چه آینده‌ای را پیش‌بینی می‌کنید؟ قیمت حداقل پائین‌ترین قیمتی است که با آن می‌توانید محصول یا خدمات خود را عرضه کنید که هزینه‌های شما را تامین کرده و سود قابل قبولی نیز دارد. تمامی هزینه‌ها را در نظر بگیرید. مواد خام، هزینه سربار دفاتر، حمل و نقل، هزینه خودرو، مالیات، بازپرداخت وام و بهره تعدادی از موارد هزینه هستند. کسب و کار سودآور با قیمت بین حداقل و حداکثر کار می‌کند. اختلاف میان قیمت‌ها امکان دادن تخفیف، بدهی‌ها و برگشت را فراهم می‌کند. با فعالیت‌های ترویجی و تشویقی بر ارزش درک و استنباط شده توسط مشتری تاثیر بگذرید. باید در مورد این مطلب تصمیم‌گیری کنید که محصولات و خدمات شما چه چیزی عرضه می‌کنند که دیگر رقبا آنها را عرضه نمی‌کنند و بعد آنها را به عنوان مزیت منحصر به فرد ترویج کنید.

مدیریت :

این بخش توضیح می دهد که گردانندگان کسب و کار چه کسانی هستند. اگر شما دارای ساختار مالکیت شخصی هستید در مورد توانایی های خود توضیح داده و شرح حالی از خود ارائه کنید. در مورد بخش هایی که در آن نیاز به کمک دارید صادق باشید و نحوه دریافت کمک را بیان کنید.

اگر کار شما بصورت مشارکتی انجام می شود علت انتخاب شرکا را توضیح دهید و بگوئید آنها چه کمکی به کسب و کار می کنند و قابلیت های آنان چگونه با یکدیگر همخوان و سازگار است . تجربه ، مهارت ، سابقه در شرح حال آنها ذکر شده و در بخش اسناد آورده می شود. اگر کار شما شرکتی است اطلاعاتی مفصل مربوط به ساختار شرکت و دفاتر آنرا ارائه کنید. شرح حالی از تمامی مسئولان ارائه کرده و به پرسش های زیر در مورد آنان پاسخ دهید. آنها کیستند؟ چه مهارت هایی دارند؟ چرا آنها را انتخاب کرده اید؟ چه مزیتی برای سازمان دارند؟

پرسنل :

در این جا شرحی در مورد اینکه چه کسی کار را انجام می دهد؟ چرا آنها انتخاب شده اند؟ آنها چگونه استخدام می شوند؟ دستمزد آنان چقدر است ؟ آنها چه کاری انجام می دهند؟ آورده می شود . وظایف و توضیحات شغلی تمامی پرسنل را ذکر کنید. مزیت های هر کدام از کارمندان را تشریح کنید. اگر سفارش های زیادی برای محصولات یا خدمات دریافت کنید آیا طرحی برای افزایش پرسنل دارید؟

روش های بایگانی :

در این قسمت ذکر می نمایم که از چه سیستم حسابداری استفاده می کنید و چرا چنین سیستمی را انتخاب کرده اید، چه بخش از بایگانی در داخل شرکت انجام می شود، چه کسی مسئول بایگانی است ، آیا از حسابدار خارجی استفاده می کنید، در این صورت چه کسی در شرکت شما مسئول مطالعه گزارشات مالی و تجزیه تحلیل کردن گزارش های ارائه شده توسط حسابدار است، این مطلب مهم است که نشان دهید

حسابدار شما به چه مواردی رسیدگی می کند و شما در استفاده از گزارشات مالی جهت اعمال تغییرات در شرکت و سود آورتر کردن آن چه ابزارهایی در اختیار دارید. بعد از خواندن این بخش وام دهنده از قابلیت شرکت شما در حفظ سوابق مالی و تغییرات آنها اطمینان پیدا می کند.

بیمه :

بیمه مورد مهمی در هر کسب و کار است. کارهای خدماتی به تعهد پرسنل، بیمه کردن کالاهای مصرفی در زمان حمل و نقل و یا نگهداری در شرکت توجه دارند. برای نمونه اگر در شرکت از اتومبیلی استفاده می کنید باید در بیمه استفاده از آن ذکر شود. اگر مالک محل کسب و کار خود هستید به بیمه ملک نیاز دارید. برخی کسب و کارها به وجه الضمان نیاز دارند. ممکن است شرکا خواستار بیمه عمر باشند. لازم است انواع مختلف بیمه متناسب با کار خود را در نظر بگیرید. در این بخش بگوئید چه نوع بیمه ای دارید و چرا آنرا انتخاب کرده اید، محدوده زمانی بیمه چقدر است و بیمه گر چه کسی است. اطلاعات مربوط به بیمه خود را به روز نگهداری کنید.

امنیت :

لازم است در این بخش مسائل امنیتی مربوط به کار خود را ذکر کنید. مثلاً اگر داده های چاپی کامپیوتری را دور می ریزید خردکننده کاغذ ابزار مناسب و مقرون به صرفه ای است. مسائل مربوط به کار خود را پیش بینی کنید، اقدامات امنیتی مورد استفاده را تشریح کنید، بگوئید چرا آنها را انتخاب کرده اید و چه کاری برای شما انجام می دهند. در این رابطه با نماینده بیمه صحبت کنید. با نصب ابزارهای امنیتی می توانید هزینه های بیمه را کاهش داده و از کسب و کار خود محافظت کنید.

اسناد مالی :

سوابق مالی برای نشان دادن گزارش ها و وضعیت مالی گذشته، حال و آینده (پیش بینی ها) بکار می روند. در این بخش اسناد اصلی را ذکر می کنیم که باید در طرح تجاری خود وارد کنید. در این بخش گزارشهای مالی واقعی آورده می شود. اگر این کارها به ترتیب ذیل انجام شوند کار شما ساده تر خواهد شد:

خلاصه ای از نیازهای مالی :

کاربرد وجوه استقراضی

گزارش جریان نقدینگی (بودجه)

پیش بینی سه ساله

آنالیز سر به سر

گزارش های عملکرد واقعی

- ترازنامه ها

- صورت درآمد (سود و زیان)

- کاربرد وام / سابقه مالی

خلاصه ای از نیازهای مالی

اگر برای دریافت وام اقدام می کنید قرض دهنده و سرمایه گذار نیازهای کاری شما را ارزیابی خواهند کرد.

آنها سه نوع سرمایه مورد استفاده را به شرح زیر تفکیک می کنند:

سرمایه کاری برای ارضاء نیازهای مختلف که باید از طریق سرمایه نقدی و در طول سیکل کاری کامل

بعدی (معمولاً یک سال) پرداخت شوند بکار می رود.

سرمایه رو به رشد برای ارضاء نیازهای بکار می رود که باید با سود مربوطه در یک دوره چند ساله پرداخت شوند. اگر به دنبال سرمایه روبه رشد هستید باید نحوه استفاده از سرمایه برای افزایش سود (به حدی که قادر به بازپرداخت وام در مدت چند سال باشید) را نشان دهید.

سرمایه مالی برای ارضاء نیازهای همیشگی بکار می رود.

با در نظر داشتن موارد فوق باید خلاصه ای از نیازهای مالی خود تهیه کنید. این سند نشان می دهد که چرا برای دریافت وام اقدام می کنید و به چه میزان وام نیاز دارید.

نحوه استفاده از وجوه استقراضی

وام دهنده از شما می خواهد در مورد نحوه استفاده از مبلغی که می خواهید قرض بگیرید گزارشی ارائه کنید. شما باید توضیح دهید که چگونه می خواهید وجوه استقراضی را خرج کنید. اطلاعاتی در تائید گفته های خود ارائه کنید. باید مطمئن باشید که اطلاعات تائیدکننده به راحتی قابل فهم و بررسی برای مسئول وام دهنده ای که درخواست شما را بررسی می کند می باشد. اگر اطلاعات شما به شکل درست سازماندهی و مرتب نشده باشد درخواست شما به این دلیل ساده که مواد و مطالب یافت نشدند پذیرفته نمی شود. لازم است که فهرست مندرجات منظم و مرتبی تهیه کنید.

در نهایت با روشن شدن تمامی جوانب هزینه های سرمایه گذاری طرح، و به دست آمدن ریز هزینه های سرمایه گذاری ثابت و درگردش، اطلاعات بخش مطالعات مالی و اقتصادی طرح توجیهی وارد نرم افزار کامفار شده و به کمک این نرم افزار و مباحث عملی و تخصصی اقتصاد مهندسی، شاخص های کلیدی و تاثیر گذار طرح توجیهی مشخص می شود. نگارش و فرمت طرح توجیهی به علت حساسیت بسیار بالا، برای اشخاص غیر حرفه ای و مبتدی علاوه بر زمانبر بودن، نتیجه مناسبی هم در پی نخواهد داشت. لذا بهتر

آن است که سرمایه‌گذاران و مجریان طرح توجیهی از مشاوران سرمایه‌گذاری و شرکت‌های تهیه طرح توجیهی معتبر جهت تهیه طرح توجیهی استاندارد استفاده کنند، به دلیل آنکه این شرکت‌ها اشراف کاملی نسبت به فرمت طرح توجیهی بانک‌های عامل داشته و نقش بسزایی در تسهیل روند کاری و پروسه بررسی طرح توجیهی و همین‌طور موفقیت طرح توجیهی دارند.

نحوه ارزیابی گزارش توجیهی طرح‌ها در سیستم بانکی

از جمله مدارک مهمی که واحدهای اقتصادی به منظور اخذ تسهیلات بایستی به بانک ارائه نمایند، گزارش توجیهی طرح است. طرح‌های ارائه شده به بانک از جانب متقاضی تسهیلات، در صورتی که در بررسی‌های مقدماتی، هماهنگ با سیاست‌های اعتباری بانک تشخیص داده شد، بایستی توجیه‌پذیری آن از جنبه‌های اقتصادی، فنی و مالی مورد ارزیابی دقیق قرار گیرد. چنانچه نتیجه این بررسی‌ها حاکی از بازدهی مناسب طرح و بازگشت به موقع منابع بانک در یک دوره معقولی باشد، میتوان تسهیلات لازم را به این طرح اختصاص داد. در زیر به شرح هر کدام از جنبه‌های فوق پرداخته شده است:

۱- بررسی اقتصادی طرح (بازار محصول)

بررسی اقتصادی طرح به عنوان اولین مرحله از بررسی‌های بانک به منظور اعطای تسهیلات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این مرحله به طور کلی تحلیل اقتصادی طرح و بررسی مواردی از جمله قیمت مواد اولیه و برآورد ارزش افزوده طرح، روند عرضه و تقاضا در آینده و ... مورد نظر قرار می‌گیرد. بدین منظور ابتدا اطلاعات آماری، به خصوص درباره بازار مواد اولیه مورد نیاز جمع‌آوری شده و سپس از این طریق به بررسی بازار، پیشبینی روند آتی آن و تعیین هدفهای تولیدی طرح پرداخته میشود.

اهم مواردی که در بررسی اقتصادی طرح مورد توجه سیستم بانکی است عبارتند از:

• شناخت محصول و بررسی موارد مصرف آن

• روش تولید محصول

• بررسی بازار محصول از طریق وضعیت عرضه و تقاضای محصول در گذشته، حال و پیش بینی آینده

• مواد اولیه مورد نیاز از جنبه قیمت و چگونگی تأمین آنها

• میزان اشتغال، میزان وابستگی، ارزش افزوده، صرفه جویی ارزی، ایجاد درآمد ارزی و غیره

• محل اجرای طرح از نظر دسترسی به مواد اولیه و همچنین بازار فروش آن محصول

در حال حاضر در تهیه گزارشات اقتصادی توسط کارشناسان بانکی، بیشترین توجه به وضعیت بازار محصول و چگونگی تأمین مواد اولیه مورد نیاز معطوف شده و این مسئله به نحو محسوسی سایر موارد حائز اهمیت را تحت الشعاع قرار داده است. روش بررسی نیز به طور خلاصه به این صورت است که با مراجعه به مراکز آمار و اداره اطلاعات و آمار وزارتخانههای ذیربط، اطلاعات واحدهای فعال و دارای مجوز تأسیس را کسب نموده، سپس با توجه به نوع محصول و پیشرفت فیزیکی واحدهای دارای مجوز، تأمین عرضه آتی محصول برآورد میشود.

برای پیش بینی تقاضا نیز از روشهای مختلفی میتوان استفاده کرد که معمولترین آنها تعمیم روند گذشته به آینده، روش رگرسیون خطی، میانگین متحرک و مصرف سرانه است.

پس از تهیه و تدوین مجموعه ای از اطلاعات کمی و کیفی در قالب مطالب و جداول آماری به تجزیه و تحلیل و نهایتاً نتیجه گیری در خصوص وجود و یا عدم توجیه پذیری طرح از نظر بازار محصول پرداخته میشود.

بررسی فنی طرح

هدف اصلی از بررسی فنی طرح، امکان سنجی قابلیت اجراء طرح از لحاظ فنی است. در این بخش مشخصات اجزاء فیزیکی و فنی طرح، توانائیهای فنی مجری پروژه، برنامه زمانبندی طرح و برآورد هزینه های سرمایه گذاری طرح مورد ارزیابی قرار میگیرد.

اهم مواردی که در بررسیهای فنی طرح مورد توجه سیستم بانکی قرار میگیرند عبارتند از:

- هدف از اجرای طرح
- مطالعه تکنولوژی مورد نظر
- محل اجرای طرح از نظر جغرافیایی، راه های ارتباطی و ...
- امکانات و تأسیسات زیربنائی طرح
- ساختمان، تجهیزات و ماشین آلات مورد نیاز و برآورد سرمایه گذاری طرح
- نیروی انسانی مورد نیاز طرح
- برنامه زمانبندی اجرای طرح
- برنامه های آتی طرح
- جدول مبانی محاسبات (با توجه به شناخت کامل از نوع محصول)

بررسی مالی طرح

بانکها به عنوان شریک، سرمایه گذار و اعتباردهنده همواره تمایل دارند وضعیت مالی آتی پروژه هایی که برای مشارکت و یا استفاده از تسهیلات به آنها پیشنهاد میشود را مورد ارزیابی قرار دهند.

در مواردی که واحد متقاضی تسهیلات مشغول فعالیت بوده (ویژه اشخاص حقوقی)، از طریق تجزیه و تحلیل صورت های مالی سال های گذشته، میتوان به تصویر روشنی از توان مالی موسسه دست یافت و

شناخت قابل قبولی از بافت مالی، سودآوری، کفایت مدیران، توان بازپرداخت کوتاه مدت و بلند مدت و سایر اطلاعات به دست آورده و از این طریق امکان مقایسه و اتخاذ تصمیم مناسب را فراهم کرد. لیکن در اکثر موارد طرح های ارائه شده به بانک برای ایجاد پروژه های جدید بوده، لذا نحوه ارزیابی وضعیت مالی طرح متفاوت و پیچیده تر خواهد بود. معمولاً، اطلاعات اولیه برای برآورد مالی طرح از بررسی های اقتصادی و فنی از جمله مقدار و مبلغ مواد اولیه مصرفی، میزان سرمایه گذاری ثابت مورد نیاز (زمین، ساختمان، تأسیسات و ماشین آلات و...) و برنامه زمانبندی اجراء طرح به دست می آید.

مراحل مختلف بررسی مالی طرح به شرح زیر انجام میگیرد:

- ✓ برآورد هزینه های سرمایه گذاری ثابت طرح به تفکیک هزینه ها
- ✓ پیش بینی نحوه تأمین مالی پروژه با توجه به برنامه زمانبندی طرح
- ✓ محاسبه و برآورد هزینه های جاری ناشی از اجرای پروژه، از جمله هزینه های استهلاک،
- ✓ تعمیر و نگهداری، حقوق و دستمزد، سوخت و انرژی و غیره...
- ✓ تهیه صورتهای مالی برآوردی برای یک دوره حداقل پنج ساله (صورت سود و زیان، جریانات وجوه نقد و ترازنامه)
- ✓ تجزیه و تحلیل اطلاعات استخراج شده از صورت های مالی برآوردی
- ✓ پیش بینی سرمایه در گردش
- ✓ نحوه تأمین مالی پروژه
- ✓ پیش بینی هزینه های عملیاتی و غیر عملیاتی
- ✓ تفکیک هزینه های ثابت و متغیر
- ✓ تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر و حاشیه ایمنی پروژه
- ✓ تجزیه و تحلیل نسبتهای مالی همراه با جدول

✓ تجزیه و تحلیل ریسک پروژه

✓ برآورد میزان تسهیلات مالی مورد نظر برای اجرای پروژه با توجه به حجم سرمایه گذاری و درآمد

آتی پروژه

مراحل فوق به دو بخش کلی قابل طبقه بندی خواهد بود. بخش اول، مراحل منتهی به تهیه صورت های

مالی برآوردی و بخش دوم نیز مرحله تجزیه و تحلیل صورت های مالی برآوردی است.

دقت در تنظیم صورتهای مالی برآوردی، رابطهای مستقیم و قوی با صحت و دقت اطلاعات جمع آوری

شده در بررسیهای اقتصادی و فنی دارد و از طرفی این صورتهای مالی تهیه شده، خود به عنوان اساس

و پایه تجزیه و تحلیلهای مالی بوده و از اهمیت ویژهی برخوردار است. لیکن روشهای مورد استفاده به

منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات مالی، نحوه ارزیابی و قبول یا رد پروژه از نظر مالی، به عنوان موضوع

اصلی قلمداد میشود.

در حال حاضر مبانی مورد استفاده در گزارشات مالی تهیه شده برای طرحها در سیستم بانکی کشور

عبارتند از:

➤ روند سودآوری و میزان سود حاصل از اجرای پروژه که از صورت سود و زیان برآوردی قابل

استخراج است.

➤ میزان مازاد نقدی انباشته برآوردی در صورت جریان وجوه نقد

➤ محاسبه نسبت مازاد نقدی انباشته به استهلاک انباشته (حاصل این نسبت میبایست بزرگتر و یا

مساوی یک باشد)

➤ مثبت بودن سرمایه در گردش خالص در ترازنامه برآوردی

➤ نسبت ارزش دارائی های قابل ترهین (زمین، ساختمان، تاسیسات و ماشین آلات) به اصل تسهیلات (به عنوان پوشش وثیقه ای)

ارزیابی پروژه و تجزیه و تحلیل سرمایه گذاری از طریق بودجه بندی سرمایه

مفهوم بودجه بندی سرمایه ای

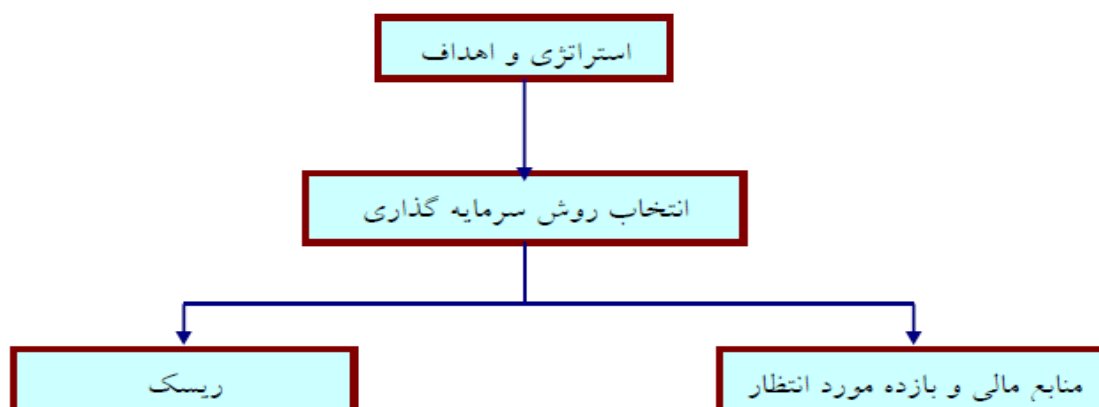
بودجه بندی سرمایه ای عبارت است از فرآیند تصمیم گیری در خصوص ساخت و یا تسهیل دارائی های غیر جاری. به عبارتی، جهت گیری اصلی در بودجه بندی سرمایه ای، بحث در خصوص پروژه های سرمایه ای و تأثیرگذاری تصمیمات اتخاذ شده در این رابطه، بر عملکرد سازمان بوده و هدف اصلی آن نیز متناسب با اهداف اصلی مؤسسه خواهد بود. بودجه بندی سرمایه ای به علت هزینه بر بودن اجرای پروژه های سرمایه ای از اهمیت ویژه ای برای مدیریت برخوردار است. از طرفی با توجه به اینکه آثار تصمیمات متخذه برای یک دوره نسبتاً طولانی گریبانگیر مؤسسه است، لذا به منظور کاهش خطاهای ناشی از برآورد، ارزیابی ها به زمان بیشتری نیاز خواهد داشت.

عوامل مؤثر در تصمیم گیری در خصوص پروژه های سرمایه ای عبارتند از:

شناخت استراتژی و اهداف سازمان، انتخاب روش مناسب برای سرمایه گذار، ریسک سرمایه گذاری

منابع مالی و نرخ بازده مورد انتظار

نحوه ارتباط عوامل مذکور در نمودار زیر مشخص شده است.



مراحل بررسی تسهیلات بلند مدت در سیستم بانکی

❖ **مرحله اول** شامل تشکیل پرونده های مقدماتی متقاضیان استفاده از تسهیلات برای اجرای پروژه

های سرمایه ای، توسط شعب مربوطه است. پرونده های مذکور با توجه به سق فهای اعتباری تعیین شده، برای بررسی به مراجع ذیربط ارجاع میشود. بخش مهمی از بررسی ها، شامل بررسی مالی پروژه است. بدین منظور کارشناسان مربوطه با جمع آوری اطلاعات اولیه، به برآورد وضعیت مالی پروژه در سال های آتی پرداخته و جریا نهای نقدی ورودی و خروجی هر پروژه را محاسبه مینمایند.

❖ **در مرحله دوم** با استفاده از تکنی کهای مالی و به کارگیری نتایج حاصل از مرحله قبل، توجیه

پذیری مالی هر یک از طرح ها مورد ارزیابی قرار میگیرد.

❖ **در مرحله سوم** مراتب موافقت یا عدم موافقت با هر یک از درخواستها با توجه به ارزیابی های به

عمل آمده، توسط مراجع ذیصلاح اعلام میشود.

❖ **در مرحله چهارم** تخصیص تسهیلات تصویبی پس از انعقاد قرارداد با مجری طرح صورت می

پذیرد.

❖ در نهایت نیز تسهیلات تخصیص یافته به صورت نظارت شده و به تدریج در اختیار مجری طرح قرارداد می شود.

تکنیکهایی که برای ارزیابی پروژه های سرمایه ای مورد استفاده قرار میگیرد به شرح زیر است:

➤ **نرخ بازده داخلی**

➤ **نقطه سر به سر**

➤ **ارزش فعلی خالص**

➤ **دوره بازگشت سرمایه**

➤ **شاخص سودآوری**

نرخ بازده داخلی (IRR) Internal rate of return

نرخ بازده داخلی، نرخ است که ارزش فعلی خالص پروژه را برابر صفر می سازد، به عبارتی نرخ است که ارزش فعلی عواید نقدی پروژه را با ارزش فعلی سرمایه گذاری اولیه برابر می سازد، بنا به تعریف مذکور، فرمول محاسبه نرخ بازده داخلی به شرح ذیل خواهد بود

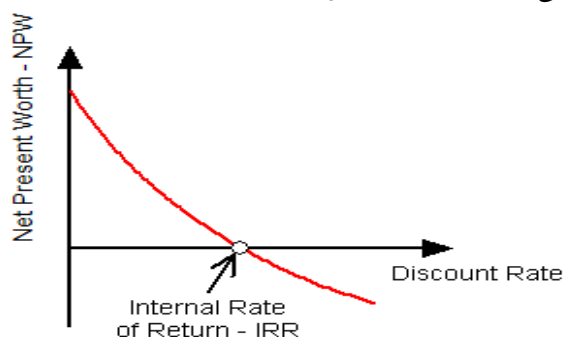
$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I = 0$$

که در آن :

CF عواید نقدی آتی پروژه I سرمایه گذاری اولیه r نرخ بازده داخلی پروژه

در این روش، زمانی که نرخ بازده داخلی محاسبه شده r از هزینه سرمایه بالایی برخوردار باشد، پروژه مورد بررسی مثبت ارزیابی خواهد شد. همچنین در مقایسه بین چند پروژه، هر کدام نرخ بازده داخلی بالاتری داشته باشد، مطلوبتر خواهد بود.

در روش نرخ بازده داخلی مانند ارزش فعلی خالص، ارزش زمانی پول مورد توجه قرار گرفته و این امر جزء مزیت های مهم این روش است، در گذشته مشکل محاسبه به ویژه در مواردی که عواید نقدی آتی پروژه ها یکسان نباشند را به عنوان نارسایی اساسی این روش می شناختند، لیکن امروزه ماشین های محاسبه و کامپیوتر این مشکل را رفع نموده و به راحتی می توان نرخ بازده داخلی پروژه های مختلف را محاسبه کرد، از دیگر نقاط ضعف این روش می توان به ناکارآمدی آن در مقایسه پروژه های دارای سرمایه گذاریهای اولیه یا عواید نقدی آتی متفاوت اشاره نمود

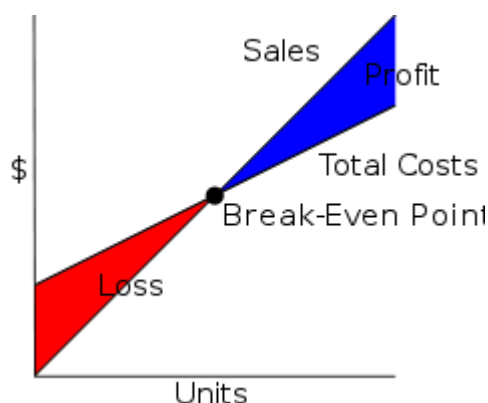


به زبان ساده نرخ بازده داخلی عبارت است از نرخ افزایش سرمایه‌ی صرف شده برای راه‌اندازی یک پروژه. برای روشن‌تر شدن این مطلب نرخ سود بانکی مثال خوبی است. نرخ سود بانکی حداکثر ۲۰٪ به صورت سالیانه است یعنی به مقدار پول شما در انتهای هر سال حداکثر ۲۰٪ اضافه می‌شود و این سود به صورت مرکب است، به این معنا که به سود حاصل از هر سال نیز سود تعلق می‌گیرد. نرخ سود داخلی در واقع معادلی برای نرخ سود در سرمایه‌گذاری در یک پروژه است. بر مبنای این نرخ سرمایه‌گذار می‌تواند در

مورد این که آیا سرمایه‌گذاری به صرفه است یا خیر تصمیم بگیرد. آیا شما در طرحی با نرخ بازدهی داخلی حداکثر ۱۲٪ سرمایه‌گذاری می‌کنید؟ برای محاسبه‌ی نرخ بازدهی داخلی باید برای یک دوره‌ی ۵ تا ۱۰ ساله سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز در هر سال و خالص سود به دست آمده در آن سال را پیش‌بینی نمود و سپس با استفاده از فرمول‌های مالی مرتبط این نرخ را حساب کرد. می‌توان برای این منظور از فرمول IRR در نرم‌افزار اکسل (Excel) نیز استفاده نمود.

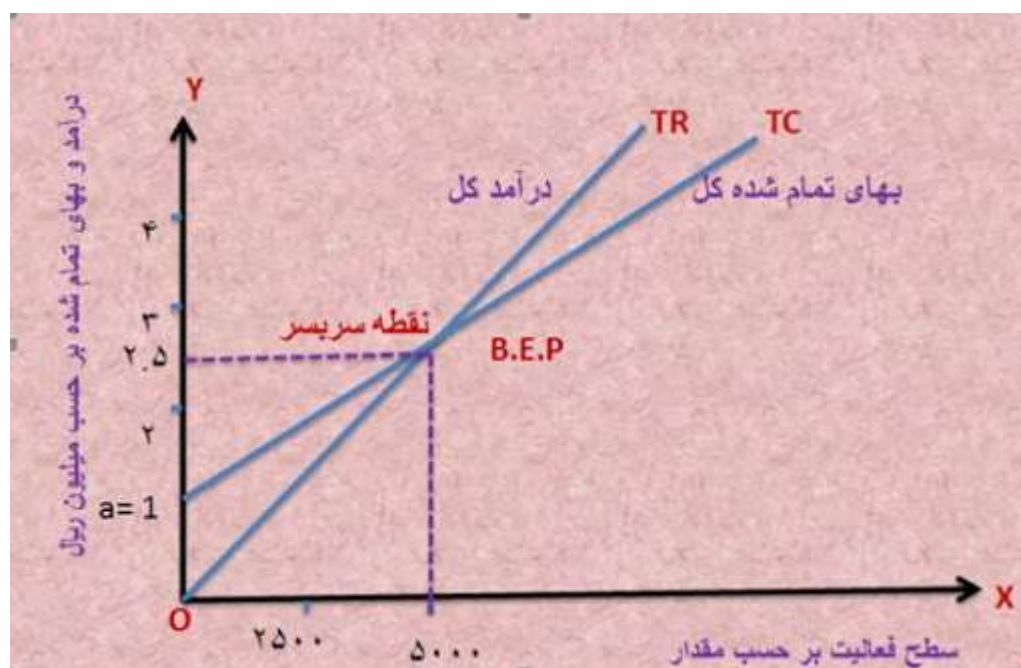
نقطه سر به سر (BEP) Breakeven Point

نقطه سر به سر سطحی از تولید و فروش است که در آن درآمد حاصل از تولید و فروش مساوی هزینه‌های ثابت و متغیر شرکت است. در این سطح جمع هزینه‌ها با جمع درآمدها برابر بوده و بنگاه سود و زیانی ندارد. نقطه سر به سر نشان می‌دهد که بنگاه چه موقع به سوددهی می‌رسد و می‌توان آن را بر حسب تعداد واحدهای فروخته‌شده، میزان مبلغ فروش و مدت زمان رسیدن به حجم فروش مورد نظر بیان کرد. هر چه زمان رسیدن به نقطه‌ی سر به سر کمتر باشد، ریسک سرمایه‌گذاری پایین‌تر است.



هدف از تحلیل سر به سر، تعیین نقطه تعادلی است که در آن درآمد فروش با هزینه محصول فروش رفته یکسان می شود. زمانیکه فروش و تولیدات محصولات زیر این نقطه است، شرکت در حال زیان دهی است. در حالیکه درآمد مساوی هزینه ها بوده و شرکت در نقطه سر به سر است، هیچ سود و زیانی وجود ندارد و هنگامیکه بالای نقطه سر به سر هستیم شرکت سود می دهد. جهت تحلیل نقطه سر به سر چند پیش فرض و شرط اساسی وجود دارد.

بعنوان مثال در این تحلیل همواره تعداد فروش با تعداد تولید مساوی فرض می شود ولی بدلیل اینکه همیشه این شرایط برقرار نیست، تحلیل سربه سر بایستی موضوع یک تحلیل حساسیت قرار بگیرد و متغیرهای متغیر و ثابت گوناگون همانند قیمت فروش هر محصول تحت بررسی قرار گیرند.



ارزش فعلی خالص (NPV) Net Present Value

این شاخص نمایانگر وجوه نقد ورودی تنزیل شده منهای وجوه خروجی نقد تنزیل شده مربوط به طرح می باشد. در صورتی یک طرح قابل پذیرش می باشد که NPV آن صفر و یا مثبت باشد. از آنجا که جهت

محاسبه NPV بایستی جریان‌های نقدی ورودی و خروجی طرح بدقت مورد تنزیل قرار گرفته (با توجه به نرخ تنزیل تعیین شده) و این امر بعضاً بدلیل پیچیده بودن جریان‌های نقدی، بسیار پیچیده و زمانبر می‌شود، ابزارهای جدید به راحتی و ظرف چند ثانیه این محاسبات را بدقت انجام داده و نتایج را در قالب خالص جریان‌های نقدی تنزیل شده (NPV سال به سال و کلی یا تجمعی) به همراه نمودار گویایی که تحلیل حساسیت را نیز به راحتی برای آن می‌توان انجام داد، ارائه می‌دهد.

در این روش جریان‌های نقدی ورودی و خروجی، با استفاده از نرخ مشخصی تنزیل می‌شود، به عبارتی ارزش فعلی وجوه حاصل از سرمایه‌گذاری محاسبه شده و پس از کسر مبلغ سرمایه‌گذاری اولیه، به عنوان ارزش فعلی خالص شناسایی می‌شود. نرخ مورد نظر برای محاسبه ارزش فعلی، نرخ بازده مورد انتظار سرمایه‌گذار خواهد بود که نباید از نرخ هزینه سرمایه کمتر باشد.

به طور کلی مثبت بودن ارزش فعلی خالص نشان دهنده آن است که نرخ بازده سرمایه‌گذاری انجام شده بالاتر از نرخ بازده مورد انتظار بوده و پروژه، مطلوب ارزیابی خواهد شد، بدیهی است هرچه ارزش فعلی خالص پروژه بالاتر باشد، سرمایه‌گذاری مطلوب‌تر خواهد بود. فرمول محاسبه ارزش فعلی خالص به شرح ذیل است:

$$NPV = \frac{CF_1}{(1+K)^1} + \frac{CF_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n} - I$$

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t} - I$$

:

که در آن:

CF عواید نقدی آتی پروژه

K نرخ بازده مورد انتظار

n عمر مفید پروژه

I سرمایه گذاری اولیه برای اجرای پروژه

سرمایه گذاری اولیه برای اجرای پروژه - ارزش فعلی عواید نقدی آتی پروژه = ارزش فعلی خالص
توجه به ارزش زمانی پول و سهولت محاسبه جزء مواردی است که باعث برتری ارزش فعلی خالص نسبت به
سایر روش ها شده است، لیکن این روش زمانی که هدف، مقایسه چند پروژه با عمر مفید یا سرمایه گذاریهای
اولیه متفاوت باشد، کارآیی لازم را نخواهد داشت.

برای روشن تر شدن مطلب مثالی می زنیم:

اگر سرمایه گذاری در پیش داشته باشید که هر سال به شما حدود ۱ میلیارد تومان سود بدهد و ۲ میلیارد برای
راه اندازی آن نیاز داشته باشید و نرخ بهره ۱۷/۵، میزان سوددهی آن به شرح زیر است

$$\text{سال اول} = (CF^1 / (1 + K)^1) = 1,000,000,000 / 1,175 = 851,063,829,79$$

$$\text{سال دوم} = (CF^2 / (1 + K)^2) = 1,000,000,000 / 1,381 = 724,309,642,37$$

$$\text{سال سوم} = (CF^3 / (1 + K)^3) = 1,000,000,000 / 1,62 = 616,433,738,19$$

NPN خواهد شد:

$$NPV = 851,063,829.79 + 724,309,642.37 + 616,433,738.19 - 2,000,000,000 = 191,807,210.35$$

$$NPV = 191,807,210.35$$

دوره بازگشت سرمایه (PP) Payback Period

مدت زمان لازم برای بازیافت سرمایه گذاری اولیه از محل عایدات حاصل از همان سرمایه گذاری را دوره
بازگشت سرمایه می نامند، این روش به علت سهولت محاسبه و هم چنین در نظر گرفتن ریسک در

تصمیم‌گیری‌ها، توسط بسیاری از تحلیلگران مالی مورد استفاده قرار می‌گیرد، لیکن ایراداتی به این روش وارد است که مهم‌ترین آن عبارت است از نادیده گرفتن ارزش زمانی پول و عایدات وجوه پس از دوره برگشت سرمایه است، زیرا بر اساس این روش پروژه‌های که دوره بازگشت کوتاه‌تری دارد، برتر خواهند بود. با استفاده از این ضابطه، طرح یا گزینه‌ای که در کوتاهترین مدت، اصل مبلغ سرمایه‌گذاری شده را برگشت دهد، برتری می‌یابد. در واقع دوره برگشت سرمایه، مدت زمانی است که اصل مبلغ سرمایه‌گذاری شده، از محل عایدات طرح بازگشت داده می‌شود. نرم‌افزار با استفاده از گردش جریان‌ات نقدی ورودی و خروجی پروژه که در مراحل قبلی بعنوان داده‌های اصلی دریافت کرده است، این محاسبه مربوط به دوره برگشت سرمایه را انجام داده و نتیجه را به همراه یک نمودار که به شکل موجی مسئله دوره برگشت سرمایه را نمایش می‌دهد، ارائه می‌دهد. علاوه بر محاسبه دوره بازگشت سرمایه را به شکل پویا و متحرک نیز محاسبه کرده و در نموداری مجزا به نمایش می‌گذارد (Dynamic payback period). در این نوع محاسبه از دوره برگشت سرمایه، به جای استفاده از جریان‌ات نقدی ورودی و خروجی پروژه و طرح در حالت عادی از جریان‌ات نقدی ورودی و خروجی تنزیل شده استفاده می‌کند و در حقیقت توجه ویژه‌ای به مسئله ارزش زمانی پول می‌نماید و عبارت دیگر به این مطلب صحنه می‌گذارد که “پول امروز ارزش بیشتری از همین میزان پول در آینده خواهد داشت.” بعنوان مثال دوره برگشت سرمایه که در حالت عادی ۵ سال محاسبه شده بود، با استفاده از وجوه تنزیل شده نقد، به ۳/۵ سال و حتی کمتر تقلیل می‌یابد.

شاخص سودآوری

یکی از نارسایی‌های روش‌های ارزش فعلی خالص و نرخ بازده داخلی زمانی است که سرمایه‌گذاری‌های اولیه پروژه‌های پیشنهادی یکسان نباشد. در چنین مواردی معمولاً از روش شاخص سودآوری استفاده می‌شود. برای محاسبه این شاخص ابتدا ارزش فعلی کلیه عواید نقدی آتی پروژه‌ها به تفکیک محاسبه شده

سپس مبلغ بدست آمده را به سرمایه گذاری اولیه تقسیم میکنند. هرچه شاخص سودآوری یک پروژه بیشتر باشد، مطلوبتر خواهد بود. اگر شاخص سودآوری برابر یک باشد، قبول یا رد پروژه تفاوتی نخواهد داشت. شاخص سودآوری کوچکتر از یک نیز بدین معنی است که ارزش فعلی خالص پروژه منفی بوده و باعث رد پروژه خواهد شد. فرمول محاسبه شاخص سودآوری به شکل زیر است:

$$\text{شاخص سودآوری} = 1 + \frac{NPV}{I}$$