

راهنمای تهیه طرح کسب و کار (Business Plan) برای طرح‌های تحقیقاتی محصول محور

در راستای شیوه‌نامه بررسی و تصویب طرح‌های تحقیقاتی دانشکده بهداشت و ایمنی، مجریان طرح‌هایی که خروجی آن‌ها یک محصول فناورانه یا پروتوتایپ قابل تجاری سازی است، می‌توانند به‌جای ارائه مقاله علمی نمایه اصلی، طرح کسب و کار (Business Plan) همراه با مطالعه امکان‌سنجی (Feasibility Study) و پروتوتایپ را به عنوان خروجی نهایی طرح ارائه نمایند.

محصول فناورانه خروجی‌ای است که بر پایه یافته‌های تحقیقاتی توسعه یافته و می‌تواند به‌صورت نمونه فیزیکی (پروتوتایپ)، نرم‌افزار، فرآیند نوآورانه، مدل تحلیلی، سامانه هوشمند، روش تشخیصی/درمانی، یا هر نوع خروجی کاربردی دیگر ارائه شود. این محصول باید دارای ارزش علمی، عملی و قابلیت تجاری‌سازی باشد؛ به‌گونه‌ای که بتواند در قالب یک طرح کسب و کار و مطالعه امکان‌سنجی، مسیر توسعه، تولید و عرضه آن در بازار را نشان دهد.

طرح کسب و کار باید به‌گونه‌ای تنظیم شود که قابلیت تجاری‌سازی، مدل درآمدزایی، بازار هدف، رقبا، استراتژی بازاریابی، برنامه عملیاتی و ساختار مالی محصول را به‌وضوح نشان دهد. این سند باید برای مراجع تصمیم‌گیرنده قابل‌درک و متقاعدکننده باشد.

لطفاً برای تهیه طرح کسب و کار، از فرمت پیشنهادی دانشکده (فایل پیوست) استفاده نمایید و تمام بخش‌های آن را با دقت تکمیل کنید.

ارتباط با طرح تحقیقاتی (Research Plan Alignment)

در این بخش، مجری باید به‌صورت شفاف توضیح دهد که چگونه ایده کسب و کار حاضر و محصول یا خدمت پیشنهادی مستقیماً از یافته‌ها، داده‌ها، نتایج یا پروتوتایپ‌های توسعه‌یافته در طرح تحقیقاتی مصوب نشأت گرفته و چگونه این دانش تحقیقاتی به‌عنوان پایه فناورانه و مزیت رقابتی در مدل کسب و کار حاضر به‌کار گرفته شده است. این ارتباط می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- خلاصه‌ای از اهداف اصلی و یافته‌های کلیدی طرح تحقیقاتی
- نحوه تبدیل نتایج علمی یا فنی به یک محصول/خدمت قابل تجاری‌سازی
- ارجاع به پروتوتایپ، نرم‌افزار، روش نوین، فرآیند یا فناوری توسعه‌یافته در طرح تحقیقاتی که هسته اصلی این کسب و کار را تشکیل می‌دهد
- تبیین اینکه چرا این خروجی ارزش کاربردی و تجاری دارد و چرا ارائه آن به‌صورت مقاله علمی کافی یا بهینه نیست
- اشاره به هم‌خوانی این طرح کسب و کار با شیوه‌نامه بررسی و تصویب طرح‌های تحقیقاتی دانشکده که امکان ارائه خروجی محصول محور را فراهم می‌کند.

نکته: این بخش به‌ویژه در فرآیند ارزیابی توسط شورای پژوهش و فناوری دانشکده، به‌عنوان شاهدی بر اصالت، همسویی با طرح تحقیقاتی و پتانسیل تجاری‌سازی محصول محسوب می‌شود.

- خلاصه اجرایی (Executive Summary)

خلاصه‌ای از کل طرح، معرفی کسب‌وکار، نیاز به سرمایه و بازگشت آن.

- معرفی کسب‌وکار (Business Description)

- صنعت و موقعیت رقابتی
- مزیت رقابتی
- مدل درآمدی

- تحلیل بازار و رقبا (Market Analysis)

- مشتریان هدف (مشخصات جمعیتی و رفتاری)
- تحلیل رقبا (نقاط قوت و ضعف)
- سهم بازار هدف

- استراتژی بازاریابی و فروش (Sales Strategy & Marketing)

- ترکیب بازاریابی (4P: Product, Price, Place, Promotion)
- کانال‌های فروش
- برنامه‌های تبلیغاتی

- برنامه عملیاتی (Operations Plan)

- محل فعالیت
- فرآیندهای تولید/خدمات‌رسانی
- زنجیره تأمین و لجستیک
- فناوری و تجهیزات

- مدیریت و ساختار سازمانی (Organization & Management)

- تیم مدیریت و سوابق آن‌ها
- نیاز به نیروی انسانی
- ساختار سازمانی

- برنامه مالی (Financial Plan)

- پیش‌بینی درآمد و هزینه (۳-۵ ساله)
- صورت سود و زیان، جریان نقدی و ترازنامه پیش‌بینی شده

○ نقطه سر به سر (Break-even Point)

○ نیاز به سرمایه و نحوه تأمین آن

○ بازگشت سرمایه و سودآوری

• **تحلیل ریسک و برنامه مدیریت ریسک**

○ ریسک‌های شناسایی شده

○ راهکارهای کاهش یا مدیریت آنها

• **ضمائم (Appendices)**

○ رزومه اعضا

○ نمونه محصول/خدمت

○ مجوزها

○ نتایج مطالعات بازار