

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیشگفتار

مقدمه

فصل اول: کلیات شناخت

۱-۱- مشخصات متقاضیان طرح

۱-۲- معرفی اجمالی پروژه

۱-۳- معرفی محصول

۱-۴- سوابق تولید

۱-۵- کاربرد محصول

۱-۶- مصرف کنندگان

۱-۷- استانداردهای محصولات تولیدی

فصل دوم: بررسی کلی طرح

۲-۱- فرایند تولید:

۲-۲- نمودار فرایند تولید

۲-۳- مواد اولیه و منابع تامین آن

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

۲-۴- ابزار و وسایل مورد نیاز طرح

۲-۵- زمان بندی اجرای طرح

۲-۶- ظرفیت تولید

۲-۷- جایابی و محل اجرای طرح

۲-۸- کنترل کیفیت محصولات تولیدی

فصل سوم: بازار و بازاریابی

- تعریف بازاریابی

بازاریابی صنعتی

بازاریابی چند سطحی

فصل چهارم: بررسی اقتصادی طرح

۴-۱- نیروی انسانی مورد نیاز

۴-۲- حقوق و دستمزد

۴-۳- شرح وظایف پرسنل

۴-۴- سازماندهی نیروی انسانی

۴-۵- زمین مورد نیاز طرح

۴-۶- ساختمانهای اداری

۴-۷- ساختمان واحد تولید

۴-۸- هزینه ساختمان سازی و محوطه سازی

۴-۹- پلان طرح

۴-۱۰- انرژی برق

۴-۱۱- انرژی آب

۴-۱۲- سوخت

۴-۱۳- تاسیسات حرارتی

۴-۱۴- تاسیسات برودتی

۴-۱۶- تاسیسات تهویه و اطفاع حریق

فصل پنجم: بررسی مالی طرح

۵-۱- سرمایه کل و منابع تامین آن

۵-۲- سرمایه ثابت

۵-۳- سرمایه در گردش

۵-۴- هزینه تولید سالیانه طرح

۵-۵- هزینه ثابت و متغیر

۵-۶- محاسبه نقطه سربه سر تولید:

۵-۷- محاسبه قیمت تمام شده محصول

۵-۸- محاسبه قیمت فروش محصول

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooen.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

۵-۹- محاسبه سود ناخالص

۵-۱۰- محاسبه سودخالص طرح

۵-۱۱- محاسبه دوره برگشت سرمایه

۵-۱۲- توجیه اقتصادی طرح

منابع و مآخذ

www.kandooen.com
www.kandooen.com
www.kandooen.com

پیشگفتار:

کارآفرینی: واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی **Entreprendre** به معنای " متعهد

شدن " نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژنامه دانشگاهی وبستر: کارآفرین کسی است

که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی ، اداره و تقبل کند.

اقتصاد دانان نخستین کسانی بودند که در نظریه های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و

کارآفرینی پرداختند. ژوزف شومپتر کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه

اقتصادی می داند و می گوید: نقش کارآفرین نوآوری است . از دیدگاه وی ارائه کالایی

جدید ، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید ، گشایش بازاری تازه ، یافتن منابع جدید و

ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... از فعالیت های کارآفرینان است. کرزرنر نیز

که از استادان اقتصاد دانشگاه نیویورک می باشد کارآفرینی را این گونه تشریح می کند

: کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیشتر در عملیات بازارها.

کارآفرینی سازمانی: فرآیندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده

از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده ، به ظهور

می رسند.به تعریفی دیگر : فعالیتهای کارآفرینانه فعالیت هایی است که از منابع و

حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار می باشد.

کارآفرین سازمانی: کسی که تحت حمایت یک شرکت ، محصولات ، فعالیتهای و

تکنولوژی جدید را کشف و به بهره داری می رساند.

کارآفرینی : فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می

گردد. کارآفرینی عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعهٔ منحصر به

فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصتها.

کارآفرین (مستقل) : فردی که مسوئیت اولیه وی جمع آوری منابع لازم برای شروع

کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج

می نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرآیند، محصول یا خدمات جدید می باشد. به

عبارت دیگر، کارآفرین فردی است که یک شرکت را ایجاد و اداره می کند و هدف

اصلی اش سود آوری و رشد است. مشخصه اصلی یک کارآفرین، نوآوری می باشد.

کارآفرین شرکتی : کارآفرینی شرکتی به مفهوم تعهد شرکت به ایجاد و معرفی

محصولات جدید و نظام های سازمانی نوین است.

ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان : دیوید مک کلند از استادان روانشناسی دانشگاه

هاروارد آمریکا که اولین بار "نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی" را مطرح نمود، معتقد

است که عامل عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه مربوط به عدم درک

خلاقیت فردی است بنابر عقیده ایشان با یک برنامه صحیح تعلیم و تربیت می توان روحیه

کاری لازم را در جوامع تقویت نمود، به گونه ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن

جوامع فراهم آید.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید

کارلند و همکارانش اهم ویژگیهایی را که در مورد کارآفرینان مورد بررسی واقع و تأیید

شده بودند ، جمع آوری نمودند که اهم آنها عبارتند از:

- نیاز به توفیق

- تمایل به مخاطره پذیری

- نیاز به استقلال

- کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی هستند.

- خلاقیت

مقدمه :

ابعاد، شکل و راستای دالها، تیرها و دیگر اعضای سازه ای بتنی به دقت ساخت قالبها بستگی دارد. قالبها باید با ابعاد صحیح ساخته شوند، جهت حفظ شکل مورد نظر بتن در زیر بارهای ساختمانی از صلیب کافی برخوردار باشند، برای حفظ راستای اعضای بزرگ به اندازه کافی پایدار و مقاوم باشند و طوری به شکل اساسی ساخته شوند که بدون از دست دادن دقت ابعادی خود تاب تحمل جابجایی و استفاده مجدد را داشته باشند. قالب بندی باید تا زمانی که بتن مقاومت کافی که بتن مقاومت کافی جهت تحمل وزن خود را کسب نکرده است. در جای خود باقی بماند، در غیر این صورت امکان آسیب دیدگی سازه تمام شده وجود دارد.

کیفیت رویه سطحی بتن تحت تأثیر مصالح قالب قرار دارد. برای مثال چنانچه با استفاده از یک روکش بافت دار ایجاد یک رویه نقش دار یا بافت دار مورد نظر باشد، باید این روکش را به درستی حمایت کرد، تا امکان تغییر شکل خمشی و ایجاد فرورفتگی در سطح بتن وجود نداشته باشد. ترکیب صحیح مصالح قالب و روغن و یا هر ماده رهاساز دیگر می تواند به حذف سوراخهای ناشی از حبابهای هوا یا دیگر نقایص سطحی بتن در جا کمک می کند.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

فصل اول

کلیات شناخت

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

۱-۱- مشخصات متقاضیان طرح:

استان:	شهرستان:	بخش:-	روستا:-
--------	----------	-------	---------

مشخصات متقاضیان:

الف: حقیقی

جدول (۱-۱) مشخصات متقاضیان طرح

ردیف	نام	نام و نام خانوادگی	نام پدر	شماره شناسنامه	تحصیلات	تجربه
۱						
۲						
۳						
۴						

ب: حقوقی

نام شرکت	نوع شرکت	شماره ثبت	محل قبت	تاریخ ثبت

۲-۱- معرفی اجمالی پروژه:

در کارهای بتنی هر گونه عملیات مستلزم قالب بندی و آرماتور گذاری است. از این جهت واحد مربوطه ناچار به انتخاب یک نوع قالب فلزی متداول در بازار می باشد. در این پروژه شرکت احداث شده است که به تولید قالب های فلزی در ابعاد و اندازه مختلف برای ساختمان ها می پردازد.

هزینه های قالب سازی برای انواع مختلف ساختمان ها حدوداً ۳۰ تا ۷۰ درصد کل هزینه اجرای بتن را شامل می شود. برای صرف چنین هزینه ای قطعاً به نیروی انسانی ماهر و برنامه ریز نیاز است با برنامه ریزی نادرست و اجرای نامناسب این طرح می تواند با شکست مواجه شود.

سرمایه کل این طرح بالغ بر ۷۱۶۰۷۹۰۰۰۰ ریال می باشد که از این میان سرمایه ثابت ۶۳۶۵۲۷۰۰۰۰ ریال و سرمایه در گردش ۷۹۵۵۲۸۶۸۰ ریال در نظر گرفته می شود.

۳-۱- معرفی محصول :

قالب های فلزی در انواع و اقسام مختلف از جمله مدولار - تونل - لغزنده - بالارونده -

داربست می باشد.

۴-۱- سوابق تولید :

مزایای نسبی این نوع قالب ها به شرح زیر است:

۱- عمر طولانی

۲- سرعت عمل در برپایی و جمع کردن قالب ها

۳- به وجود آوردن سطحی صاف برای بتن ریخته شده در قالب

۴- ایمنی کافی هم از جهت مقاومت در برابر نیروها و هم از نظر بروز آتش سوزی

۵- کاهش عملیات اجرایی به دلیل پیش ساخته بودن قطعات

۶- امکان تغییر دادن سرعت ظرفیت و مقاومت آنها

۷- تمیز نگه داشتن محیط کار نسبت به قالب های دیگر

۸- داشتن مزیت اقتصادی بیشتر به واسطه نداشتن وابستگی به واردات (صد در صد تولید

داخلی)

شرکت های مختلف در ایران به تولید این نوع قالب ها می پردازند. با توجه به مزایای نسبی

این نوع قالب ها دارد درست کردن قالب های فلزی در انواع قالبهای مدولار - تونل -

لغزنده - بالارونده - داربست می پردازند. این قالب ها در ابعاد مختلف در کشور تولید

می شود. همانطور هزینه ساخت قالب برای ساختمان های بتنی ۳۰ تا ۷۰ درصد هزینه های

بتن ریزی را تشکیل می دهد پس ساخت این گونه قالب ها در کشور ها بسیار با اهمیت بوده و این شرکت قصد دارد با رقابت با شرکت های دیگر به تولید این گونه قالب ها در ساختمان های بتنی بپردازد.

۵-۱- کاربرد محصول:

این محصولات در ساختمان بتنی به کار می رود.

۶-۱- مصرف کنندگان:

سازندگان ساختمان های بتنی نیاز مند چنین قالب هایی می باشند.

۷-۱- استانداردهای محصولات تولیدی:

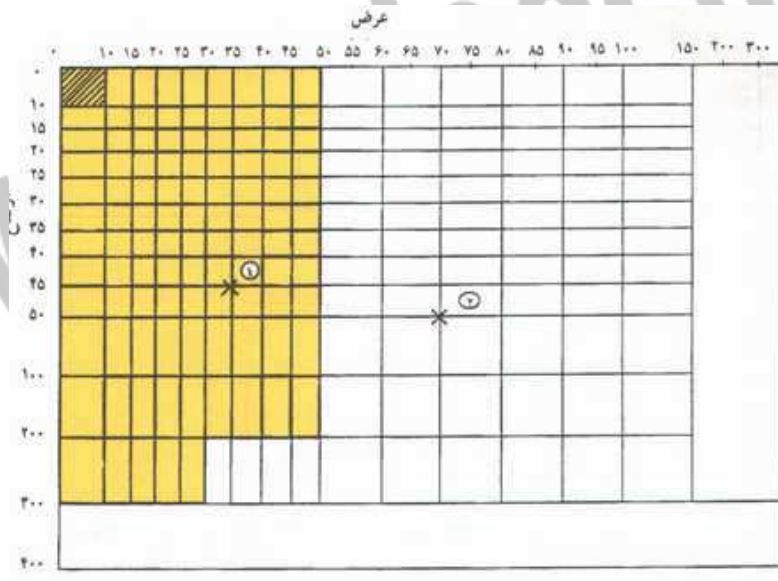
قالب های استاندارد فلزی قالب هایی هستند که ابعاد آنها مضربی از ۵ باشد (مدول پایه ی قالب بندی در ایران ۱۰ سانتی متر است) قالب هایی با این شرایط، بدون نیاز به سفارش دادن در بازار یافت می شود.

در جدول زیر محدوده رنگی مشخص کننده ی ابعاد قالب های استاندارد فلزی تولید شده است که در کارگاه های تولید قالب به آسانی یافت می شود. این محدوده به گونه ای انتخاب شده است که هر کدام از قالب های ساخته شده در آن را یک نفر می تواند به راحتی حمل کند. مجریان کارهای بتنی با استفاده از جدول زیر می تواند قالب های موردنیاز را فراهم کند. مثلاً بدنه قالبی به ابعاد ۲۵ * ۳۵ سانتی متر (نقطه ۱ در جدول ۱-۷)

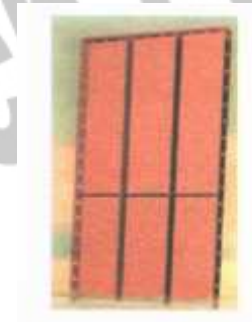
قالبی است که در بازار موجود است و می توان آن را بدون نیاز به سفارش دادن تهیه کرد. اما اگر در قالبی با ابعاد خارج از محدوده رنگ شده نیاز باشد مثلاً قالبی در ابعاد ۵۰ * ۷۰

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

سانتی متر (نقطه ۲) چون این قالب ها در کارگاه های قالب سازی به صورت آماده موجود نیست می توان آن را از ترکیب چند قالب مدولار موجود تأمین کرد. به عنوان مثال دو عدد قالب ۳۵*۵۰ با یک عدد ۲۰*۵۰ به اضافه یک عدد ۵۰*۵۰ به اندازه یک بدنه قالب ۷۰*۵۰ سانتی متری است.



سطح این نوع قالب از ورق آهن سیاه به ضخامت سه میلی متر است و به طوری که در شکل زیر دیده می شود. با توجه به میزان بارهای وارد بر آن توسط تسمه هایی از ورق به ضخامت ۳ تا ۴ میلی متر تقویت می شود. تسمه های اطراف دارای سوراخ هایی است که فاصله محور تا محور آنها دقیقاً ۵ سانتی متر است و این امکان را فراهم می آورد که بتوان گیره های پشت قالب را در هر کجا نصب نمود.



جهت خرید فایل word به سایت www.kandooen.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

فصل دوم

بررسی کلی طرح

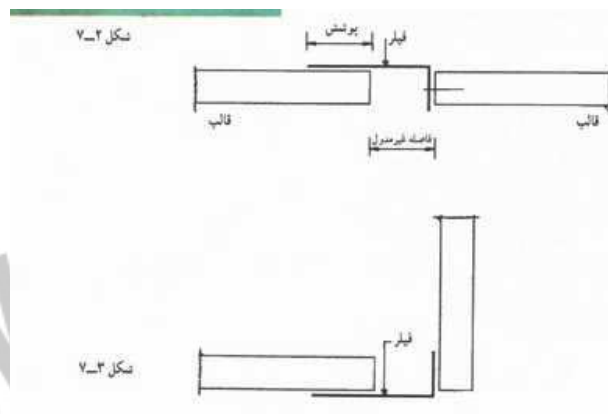
۱-۲- فرایند تولید:

فرآیند تولید قالب های فلزی به شرح زیر است:

۱- فیلر:

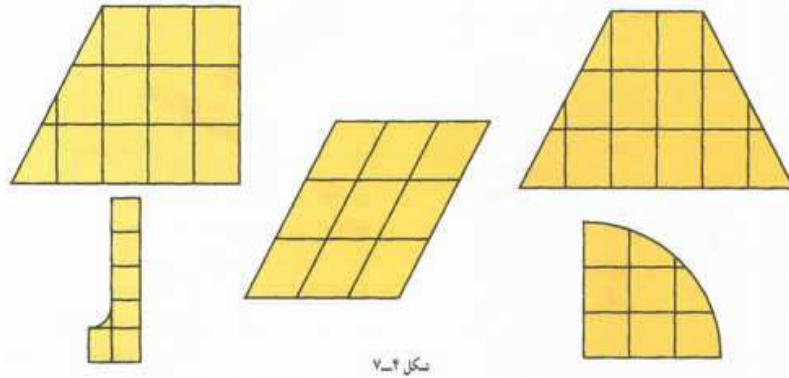
در مواقعی که هیچ ترکیبی از قالب های مدولار نتواند قالب بندی موردنظر را پوشش دهد از ترکیب استفاده می شود که فاصله ی باقی مانده را به حداقل برساند. این فاصله همیشه کم تر از ۱۰ سانتی متر است. برای پوشش دادن این فاصله، از قالب پر کننده ای به نام فیلر استفاده می شود.

در هر مجموعه قالب پیش ساخته، تعدادی فیلر با طول های متفاوت برای رفع مشکلاتی از این گونه پیش بینی می شود.



۲- قالب های خاص:

اگر با ترکیب قالب های استاندارد فیلرها نتوان قالب سازی را به وجود آورد در آن صورت باید از قالب های خاص استفاده نمود. قالب های خاص به شکل های مثلث، دوزنقه، متوازی الاضلاع، گرد، منحنی و ... هستند. برای تهیه ی این نوع قالب، باید آن ها را براساس اندازه های نقشه به کارخانه ی تولید قالب سفارش داد.



۳- تهیه بدنه قالب:

در قالب بندی فلزی گاهی از قطعه قالب گاهی از اتصال چند قالب معمولاً به یکدیگر تشکیل می شوند. در مواقعی که چند قطعه قالب تشکیل یک بدنه را می دهند. متصل کردن این قطعات به یکدیگر یا به وسیله ی پین های زوجی شیاردار که به شکل پیچ و مهره انجام می گیرد.

ابتدا این اتصالات قطعات را فقط به شکل مفصلی به یکدیگر وصل می کنند اما ک بعد قالب های پایداری لازم به عنوان یک بدنه ی صاف قالب می باشد. برای ایجاد پایداری در قالب از قطعاتی به نام بادبند استفاده می شود. بادبند ها را می توان از انواع لوله، ناودانی و مقاطع فلزی قوی تری که برای این منظور ساخته می شود. استفاده نمود.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید



شکل ۶-۷

۴- گیره: برای اتصال بادبند ها به بدنه قالب از گیره هایی مانند آنچه در شکل زیر دیده می شود به کار برد این گیره ها در انواع مختلف کوچک، متوسط، بلند در بازار وجود دارد.



گیره‌ی بلند



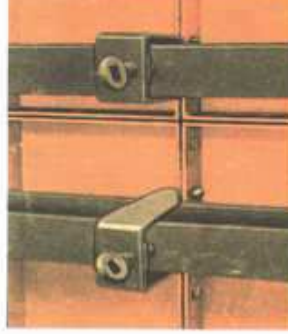
گیره‌ی متوسط



گیره‌ی کوچک



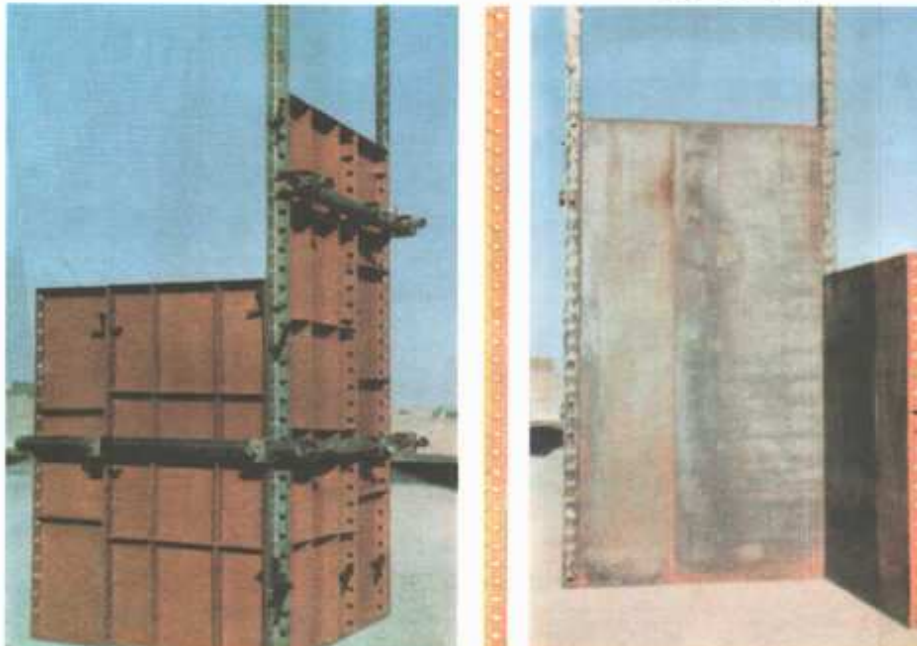
جهت خرید فایل word به سایت www.kandooen.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید



۵- اتصال در بدنه قالب عمود بر هم:

اتصال بدنه های قالب به یکدیگر با استفاده از نبشی های پانچ شده با انواع قالب های کج صورت می گیرد. در مواقعی که قرار باشد دو بدنه ی قالب سطح عمود بر هم بدون قالب واسطه به یکدیگر وصل شوند. از نبشی پانچ شده استفاده می شود. این نبشی ها سوراخ هایی دارند که فاصله ی محور با محور آن ها دقیقاً ۵ سانتی متر و مطابق سوراخ های تسمه های قالب می باشد.

در شکل قالب عمود بر هم را به هم از داخل و خارج نشان می دهد.



۶- قالب واسطه ی کنج داخلی:

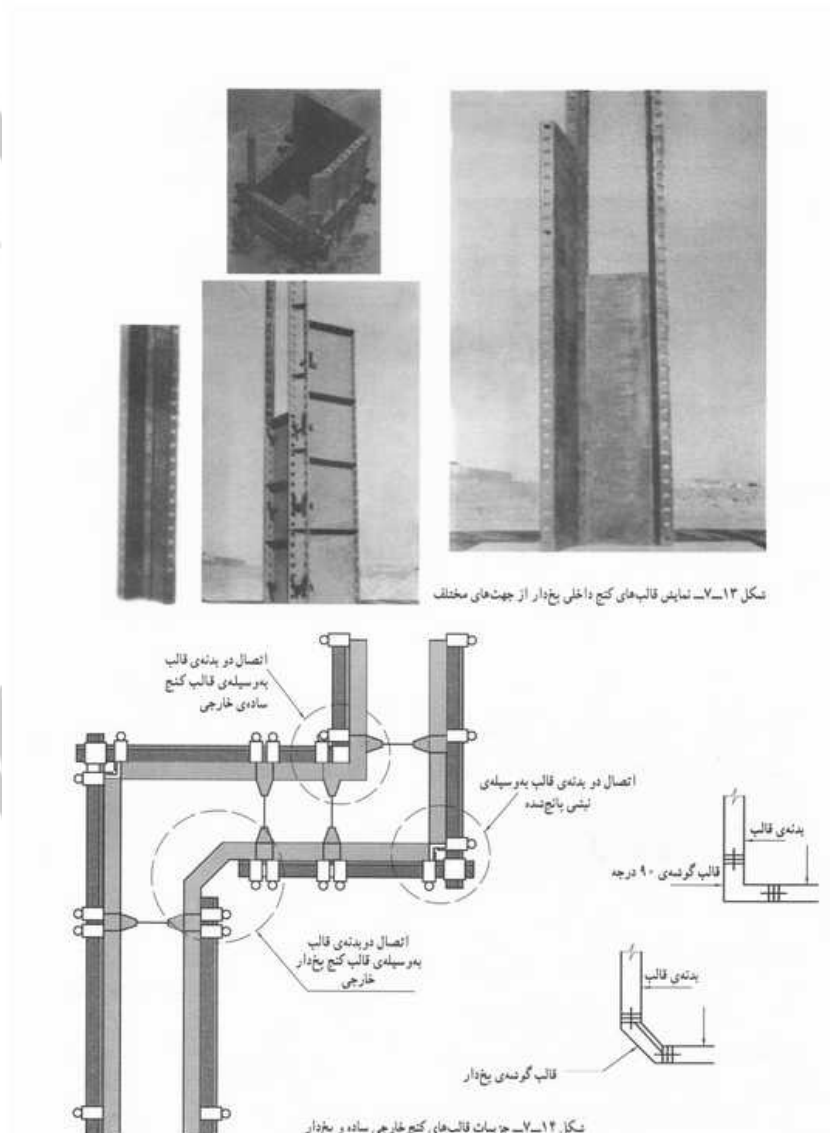
در بعضی مواقع بنا به طرح نقشه، دو صفحه ی قالب سطح توسط قالب کنج ساده با زاویه

۹۰ درجه با کنج های داخلی بخ دار ۲۵ درجه به یکدیگر وصل می شود.

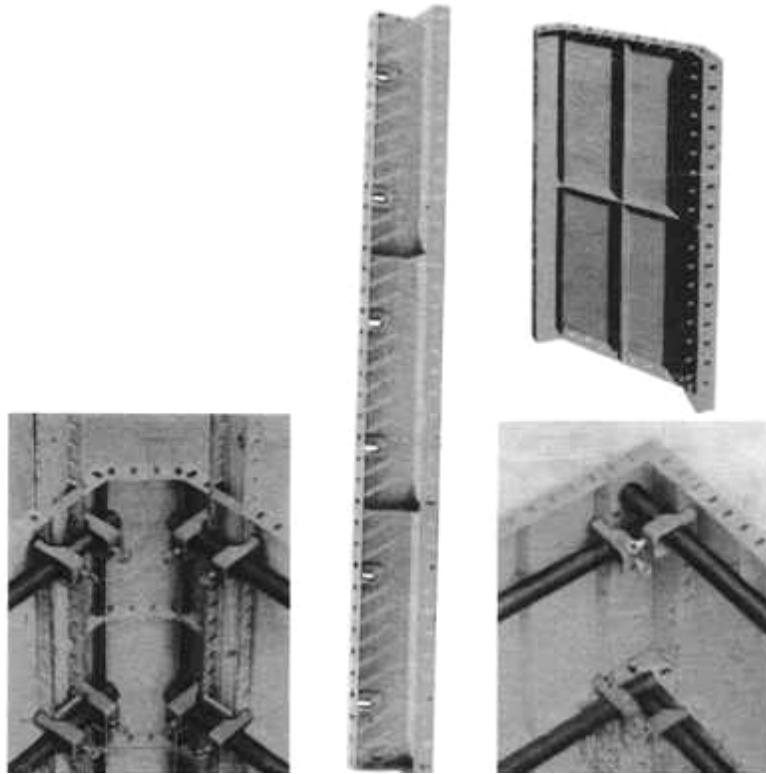
۷- قالب واسطه ی کنج خارجی:

در بعضی مواقع دو صفحه ی قالب سطح به وسیله قالب کنج ساده با زاویه ی ۹۰ درجه با

کنج خارجی بخ دار تحت زاویه ی ۲۵ درجه به یکدیگر وصل می شود.

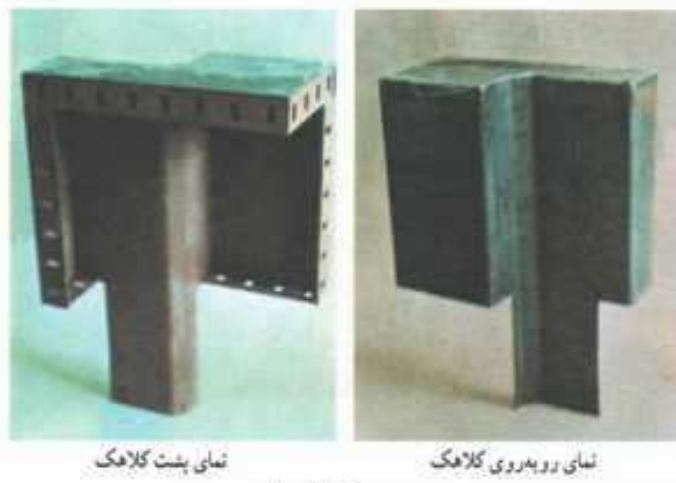


جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید



۸- کلاهک:

در محل هایی که سه صفحه قالب مسطح به صورت قضایی، در امتداد های X-Y-Z به هم وصل می شوند. از قالب کلاهک، متناسب با نوع کاری که اجرا می شود. استفاده می کند. شکل زیر کلاهک را نشان می دهد.



۹- قیدها:

پس از آن که دو بدنه ی قالب قائم تحت زاویه ای به یکدیگر وصل شده اند. توسط نبشی پانچ شده با انواع قالب های کنج) باز هم این اتصال از نظر زاویه، پایدار نیست همان گونه که در صفحات سطح این پایداری به واسطه ی لوله ها، ناودانی ها با پشت بندهای قوی تأمین می شود. در گوشه ها باید به وسیله قیدهایی که از لوله یا ناودانی با زاویه ی موردنظر و مشخص ساخته شده استفاده شود با زاویه ای بین دو صفحه ثابت بماند. شکل زیر نبشی پانچ شده و بدنه ی قالب را نشان می دهد.



۱۰- دستک تیر:

برای قائم نگه داشتن قالب گونه ی تیرها و دال ها از دستک های تیر که در شکل زیر دیده می شود. استفاده می کنند. این دستک ها روی لوله ی پشت بند کف قالب نصب می شود و با تنظیم و چسباندن عضو قائم آن به پشت بدنه ی قالب گونه و سفت کردن پیچ به لوله ی پشت بند کف قالب باعث عدم حرکت افقی مجموعه ی قالب روی لوله خواهد شد.

در زیر هر دستک پایه ای قرار دارد با قرار دادن در سوراخ های جک های سقفی، ثبات

و پایداری آن ها در امتداد قائم فراهم می شود.

۱۱- جک فلزی:

برای استقرار قالب کف تیرها و سقف ها، از جک های فلزی به عنوان شمع استفاده می شود. این جک ها به شکل اندازه های گوناگون تولید می شود. که هر کدام مورد مصرف خاص دارند. یکنوع از آن ها از دو لوله ی فلزی تشکیل می شود. قطر خارجی لوله ی بالای کمی کمتر از قطر داخلی لوله ی پایینی است. به طوری که لوله بالایی می تواند به راحتی و روانی در داخل لوله ی پایینی حرکت کند. قطر این لوله ها با توجه به میزان بار وارده متغیر است قطر لوله ی پایین یکی از متداول ترین جک ها ۵ سانتی متر است. قطر لوله ی پایین یکی از متداول ترین جک ها ۵ سانتی متر است. که قسمت فوقانی آن به طول ۲۰ سانتی متر رزوه شده و در آن شکافی به طول حدود ۱۲ سانتی متر وجود دارد. ورودی این رزوه، طرفی بوشن مانند که دارای دستگیره هایی است تعبیه شده است. در لوله های بالایی، سوراخ هایی ایجاد کرده اند که فاصله ی محور تا محور آن ها ۹ سانتی متر است.

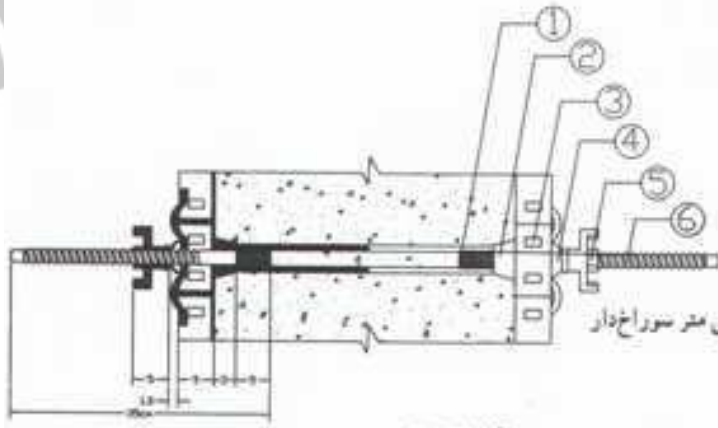
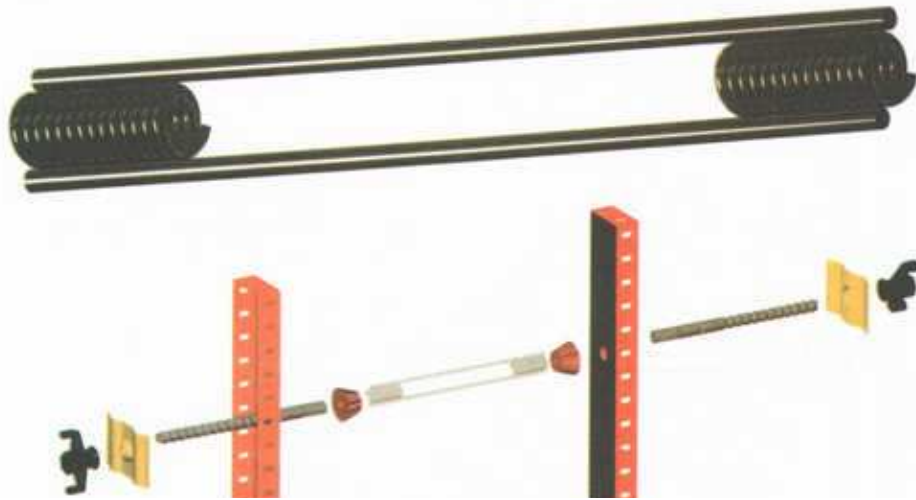
۱۲- جک شاغول دهنده:

مهار فشارهای جانبی وارد به بدنه ی قالب و ثابت نگه داشتن فاصله ی قالب به عهده پشت ها می باشد بت ها انواع مختلفی دارد که عبارتند از:
انواع بیلت، بیلت هایی است که از میان لوله های فلزی با بولیکای فشار قوی که دو سر آن مخروط ناقصی قرار دارد عبور می کند.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۵۱۱-۶۶۴۱۲۶۰ تماس حاصل نمایید

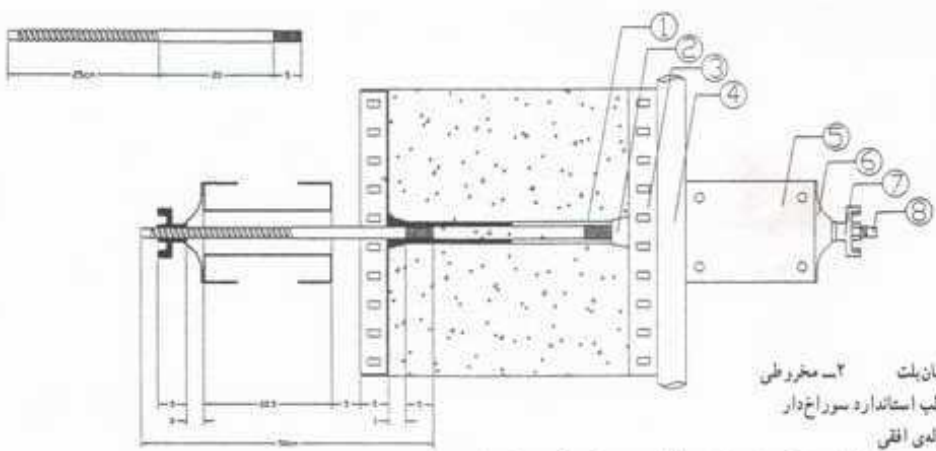


جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید



- ۱- میان بلت
- ۲- مخروطی
- ۳- قالب عرض ۱۰ سانتی متر سوراخ دار
- ۴- واشر بلت
- ۵- مهره ی خروسکی
- ۶- بلت بیرونی

شکل ۲۵-۷

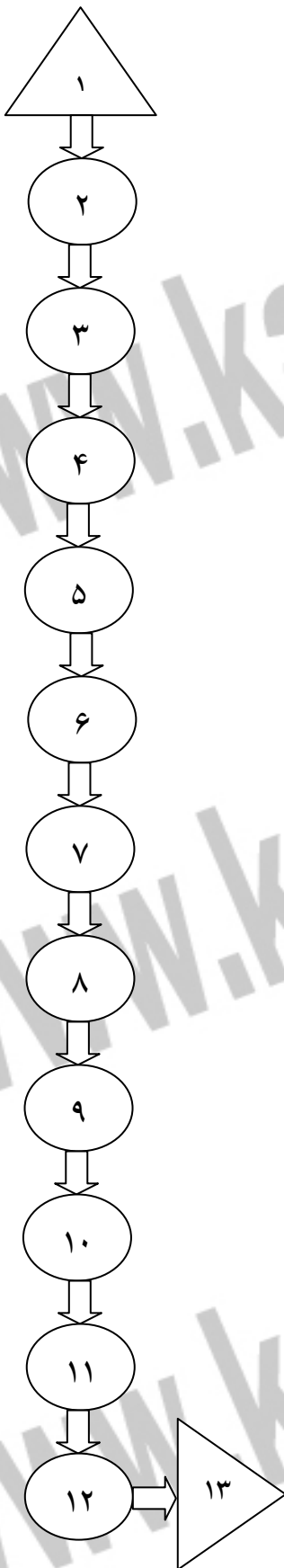


- ۱- میان بلت
- ۲- مخروطی
- ۳- قالب استاندارد سوراخ دار
- ۴- لوله ی افقی

www.kandoo.cn.com

۲-۲- نمودار فرایند تولید:

نمودار (۱-۲) فرآیند تولید



۱- تهیه کردن مواد اولیه

۲- فیلتر

۳- قالب های خاص

۴- ساخت بدنه قالب

۵- زدن گیره به قالب های فلزی

۶- اتصال در بدنه ی قالب عمود بر هم

۷- ساخت قالب واسطه ی کنج خارجی

۸- ساخت قالب واسطه کنج داخلی

۹- نصب دستک تیر

۱۰- نصب جک فلزی

۱۱- نصب نگهدارنده ها

۱۲- ساخت داربست مدولار

۱۳- آماده شدن قالب بتنی برای بتن ریزی

۳-۲- مواد اولیه و منابع تامین آن:

مواد اولیه تولید قالب های فلزی عبارتند از:

۱- میلگرد

۲- ورق فلزی

۳- پین فلزی

۴- لوله

۵- گیره

۶- پیچ

جدول (۱-۲)- هزینه مواد اولیه

شرح	مصرف سالیانه	واحد	میلیون ریال
میلگرد	۳۰۰۰۰	کیلوگرم	۳۶۰
ورق فلزی	۲۰۰۰۰۰	کیلوگرم	۲۵۰۰
پین فلزی	۱۰۰۰۰	کیلوگرم	۱۰۰
لوله	۱۰۰۰۰۰	کیلوگرم	۱۰۰۰
گیره	۱۰۰۰۰	کیلوگرم	۵۰
پیچ	۵۰۰۰	کیلوگرم	۲۰
جمع کل			۴۰۳۰

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۲-۲) - هزینه وسایل نقلیه و حمل و نقل

نوع وسیله	تعداد	بهای واحد (میلیون ریال)	بهای کل (میلیون ریال)
اتومبیل سواری	۱	۶۰	۶۰
کامیون	۲	۱۵۰	۳۰۰
جرثقیل	۱	۱۰۰	۱۰۰
جمع کل			۴۶۰

۴-۲- ابزار و وسایل مورد نیاز طرح:

با توجه به مطالب ارائه شده که هدف بستن سالیانه ۴۰۰۰ عدد قالب فلزی در سر ساختمان
ها می باشد. با توجه به این نوع تولید آماده کردن تجهیزات مورد نیاز برای بستن قالب ها
بسیار الزامی می باشد.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۲-۳)- هزینه تامین ماشین آلات و تجهیزات خط تولید

انواع دستگاه	تعداد	برآورد ارزش هر دستگاه	ارزش کل
		هزار (ریال)	میلیون (ریال)
جعبه ابزار	۵	۵۰۰۰	۲۵
دستگاه جوش برق	۳	۱۰۰۰۰	۳۰
دستگاه ژنراتور برق	۱	۲۵۰۰۰	۲۵
لوازم و تجهیزات اندازه گیری	-	۴۰۰۰۰	۴۰
کفش و لباس های کارگران	-	۲۰۰۰۰	۲۰
جمع کل			۱۴۰ میلیون ریال

۵-۲- زمان بندی اجرای طرح:

برنامه زمان بندی تولید طوری طراحی شده که در مدت ۱۰ ماه تولید آزمایش انجام

شود و بعد از آن تولید قطعه ی انجام شده و به ظرفیت نهایی دست یابیم که بر طبق نمودار شماره (۲-۴) می باشد.

جدول شماره (۲-۴) برنامه زمانبندی اجرای تولید قالب بندی فلزی :

مدت به ماه										شرح عملیات	ردیف
۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱		
										تحقیق و اخذ مشاوره و راهنمایی	
										اخذ مجوز و موافقت اصولی	
										تعیین منابع مالی	
										جایابی و خرید زمین	
										تهیه نقشه	
										ساختمان سازی	
										نصب تأسیسات حرارتی و برودتی	
										خرید تجهیزات و ماشین آلات	
										اجرای فونداسیون و نصب تجهیزات	
										خرید مواد اولیه	
										آموزش پرسنل	
										تولید آزمایشی	
										کل ماههای اجرای طرح	

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید

۶-۲- ظرفیت تولید:

با توجه به نیاز کشور ما به این گونه قالب های فلزی ما قادر به تولید سالیانه ۴۰۰۰ عدد

قالب فلزی خواهیم بود.

www.kandoocn.com
www.kandoocn.com
www.kandoocn.com

۲-۷- جایابی و محل اجرای طرح:

با توجه به اینکه اجرای قالب های فلزی در سر ساختمان ها بوده برای ما ایجاد یک کارگاه کوچک برای نگهداری مواد اولیه و همچنین زمینی برای ساخت این قالب ها کافی می باشد لذا ما در این جا با توجه به امتیاز داده شده به شهرها محل مناسب اجرای طرح را شهر یزد دیدیم.

جدول (۱-۳) - جایابی و محل اجرای طرح

شهرها			شرح
شیراز	اصفهان	یزد	
۲۰	۱۸	۲۰	۱- نزدیکی به مواد اولیه
۱۷	۱۸	۲۰	۲- نزدیکی به نیروی انسانی
۱۸	۱۹	۱۹	۳- نزدیکی به بازارفروش
۱۷	۱۸	۱۸	۴- نزدیک به بازارمصرف
۱۹	۲۰	۱۹	۵- نظریه مدیریت طرح
۱۶	۲۰	۱۹	۶- وجود جاده های ترانزیت
۱۷	۱۸	۲۰	۷- نزدیک به بنادر برای صادرات
۱۷	۱۷	۲۰	۸- معافیت های حقوقی
۲۰	۲۰	۱۸	۹- وجود رفاه عمومی
۱۸	۲۰	۱۹	۱۰- وجود امتیاز خاص
۱۷۹	۱۸۸	۱۹۲	امتیاز کل

۸-۲- کنترل کیفیت محصولات تولیدی:

در بیشتر موارد کار برنامه ریزی و طراحی قالب بندی را پیمانکار انجام می دهد. این کار به جز در مورد سازه های غیر معمول یا پیچیده امری مطلوب است، چرا که پیمانکار برای ارزیابی، افراد، مصالح، تجهیزات و روشهای کار و دستیابی به طرحی که هم از نظر سازه ای و هم از لحاظ برپایی و بتن ریزی مناسب باشد، در بهترین موقعیت قرار دارد.

با وجودی که ایمنی قالب بندی از مسئولیتهای پیمانکار است، اما می توان طرح قالب بندی را برای بررسی و یا تأیید به آرشیکت - مهندس ارائه کرد. در مورد سازه های پیچیده غیر معمول سازه هایی که طرح آنها بر اساس یک روش ساختمانی خاص پیش بینی شده، سازه های پس کشیده معین و سازه هایی که در آنها قالبها در ایجاد طرح معماری مورد نظر نقش دارند، تأیید آرشیکت - مهندس امری ضروری است.

این کمیته همچنین به درگیرهای قانونی ناشی از تعیین روش انجام کار و نتایج حاصل در یک مجموعه اسناد قرار داد شامل نقشه ها و مشخصات فنی توجه می دهد. در صورتی که روش کار در جزئیات مشخص شده باشد، پیش بینی شده باشد، پیش بینی های مربوط به نتایج نهایی ممکن است از لحاظ قانونی الزام آور نباشد.

سازه های پیچیده:

در مورد سازه هایی همچون پوسته ها، قوسها یا صفحات چنددار که از خصوصیتی همچون پیچیدگی طراحی قالب بندی و برنامه ریزی روش برپایی و باز کردن قالبها جهت

تضمین شکل، ابعاد و ظاهر کار بتنی مورد نظر برخوردارند، ممکن است واگذاری مسئولیت طراحی قالب بندی به مهندس آرشیتکت طراح سازه روشی عملی تر باشد. چنانچه پیمانکار مسئولیت طراحی قالب بندی صفحات چیندار، پوسته های نازک، سازه های بامی دهانه بزرگ و سازه های فضایی مشابهی را بپذیرد که مشکلات سه بعدی پیچیده ای را در طراحی قالب بندی ایجاد می کنند، طراح قالب بندی وی باید با آرشیتکت مشورت و هماهنگی کند تا از تطابق سازه بتنی تمام شده با طرح او اطمینان حاصل شود. در مورد این نقشه های قالب بندی، پیمانکار باید از آرشیتکت تأییدیه کتبی دریافت کند.

قالبهای دائمی:

در مواردی که ورقهای فلزی یا دیگر مصالح به عنوان قالب دائمی استفاده می شود، این قالب باید ارزش سازه ای دائمی داشته باشد و آرشیتکت باید در نقشه ها و مشخصات فنی قرار دارد، شکل، عمق، مقیاس، ابعاد و خصوصیات و همچنین مشخصات شمع زنی را درج کند. با این وجود می توان از پیمانکار خواست که نقشه های کارگاهی حاوی جزئیات کامل تمامی قالب های دائمی کف را برای تأیید به آرشیتکت مهندس تسلیم کند.

ضروریات شمع زنی این نوع ساخت اغلب نادرست یا بد درک می شود و در نتیجه تغییر شکلهای خمشی غیر قابل قبولی پدید می آید. یک پیمانکار هوشیار یا شمع زنی را پیشنهاد خود منظور می کند یا در مورد عدم نیاز به آن تضمین قطعی کسب می کند.

ساخت مرکب:

در مواردی که طراحی ساخت سازه مرکب ایجاب می کند، مهندس یا آرشیکتک باید برای ساخت دال و تیر مرکب بر شمع زنی تأیید کند. کمیته ۳۴۷ پیشنهاد می کند که تنها پس از رضایت آرشیکتک از نتایج آزمایشهای فرآیند عمل آوری مورد نظر مبنی بر آنکه بتن تازه ریخته شده مقاومت لازم را برای عملکرد مرکب کسب کرده است، قالبها و پایه ها برداشته شوند. در چنین مواردی طرز برداشتن شمعها نیز باید توسط مهندس آرشیکتک مشخص یا با نظارت او انجام شود.

ساخت اقتصادی قالب:

در زمان ارزیابی طرح های مختلف جهت دستیابی به حداکثر مورد استفاده مجدد از قالبها و ترتیب موثری از عملیات ساختمانی، پیمانکار باید هزینه ساخت قالب را برای هر برنامه برآورد کند. وی همچنین میان ساخت قالبها توسط خود و خرید یا اجاره کردن آنها امکان انتخاب دارد. در یک برنامه ممکن است به تعداد قالب بیشتر و در برنامه دیگر به تعداد قالب کمتر اما گرانتری احتیاج باشد. برآورد هزینه ای معقول مستلزم وجود یک برنامه ساختمانی عملی جهت تعیین اقتصادی ترین برنامه قالب بندی است.

عوامل هزینه ای برپایی و جداسازی قالبها:

برای مقایسه هزینه های قابل انتظار برپایی و جداسازی برنامه های مختلف قالب بندی همانند تجربه قبلی در مورد انواع مشابه قالبها به سادگی می توان برآوردهایی براساس نفر

- ساعت به ازای هر متر مربع به عمل آورد مقایسه جزئی تر را می توان با تحلیل تعداد

نفرات، عملیات ویژه و زمان آغاز جداسازی یک قالب تا آمادگی آن برای بتن ریزی

بعدی انجام داد. این روش جزئی به ویژه برای قالبهای اصلی یک پروژه، از جمله آنهایی

که به کرات مورد استفاده قرار می گیرند ارزشمند است.

با ضرب کردن زمان کل بر حسب ساعت در تعداد نفرات موجود در گروه می توان کل

تعداد نفر-ساعت قابل انتظار را به دست آورد. حال چنانچه سطح تماس قالب بندی شده

در هر بار بتن ریزی به تعداد نفر-ساعت برآورد شده تقسیم گردد، نرخ تولید بر حسب

متر مربع به ازای هر نفر - ساعت حاصل خواهد شد. این رقم منعکس کننده شرایط

متوسط در یک دوره زمانی شاخص است و بنابراین باید اضافه مجازی را در ارتباط با

تأخیرات ناشی از آب و هوای بد، خرابی تجهیزات و دیگر عوامل در نظر گرفت ضمناً

مخارج معمول مختلفی همچون روغنکاری قالبها در فاصله میان هر بار استفاده را نیز باید

منظور داشت. به علاوه مقادیر مجازی نیز برای زمان غیر تولیدی معمول کارگران در نظر

گرفت.

در بسیاری از برنامه های قالب بندی با کار گذاشتن مغزیهایی در بتن قبلاً ریخته شده یا با

استفاده از مغزیهایی به عنوان وسیله مهار، بالا بردن یا متصل کردن قالب، مشکلات

بالا بردن و استقرار قالب بندی پیش بینی می شود. ضمناً بستها، فاصله نگهدارها و دیگر

یراق آلات را می توان در داخل بتن باقی گذاشت. بنابراین باید برای یراق آلات باقی

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooen.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

مانده در بتن به علاوه دیگر مصالح غیر قابل استفاده مجددی که در طول عملیات نصب و

پیاده کردن قالبها به مصرف می رسند، اضافه مجازی در نظر گرفت.

در بسیاری از برنامه های قالب بندی با کار گذاشتن مغزیهای در بتن قبلاً ریخته شده یا با

استفاده از مغزیهای به عنوان وسیله مهار، بالا بردن یا متصل کردن قالب، مشکلات بالا

بردن و استقرار قالب بندی پیش بینی می شود. ضمناً بستها، فاصله نگهداریها و دیگر یراق

آلات را می توان در داخل بتن باقی گذاشت. بنابراین باید برای یراق آلات باقی مانده در

بتن به علاوه دیگر مصالح غیر قابل استفاده مجددی که در طول عملیات نصب و پیاده

کردن قالبها به مصرف می رسند، اضافه مجازی در نظر گرفت.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

فصل سوم

بازار و بازاریابی

بازار عبارتست از گروهی از خریداران واقعی و بالقوهٔ یک محصول. این خریداران دارای نیاز یا خواسته‌های مشترکی هستند که می‌توان از طریق داد و ستد آنها را برآورده ساخت بنابراین اندازه و بزرگی بازار به عوامل زیر بستگی دارد: تعداد کسانی که نیازهای خود را اعلان کنند، منابع لازم برای انجام داد و ستد و میزان آمادگی صاحبان این منابع برای انجام دادن معامله.

اصولاً واژهٔ بازار به مفهوم مکان یا محلی بوده که خریداران و فروشندگان برای داد و ستد کالا گرد هم می‌آیند. اقتصاد دانان از واژه بازار به این مفهوم استفاده می‌کنند: مجموعه‌ای از خریداران و فروشندگان که یک طبقه از کالای خاصی را معامله می‌کنند بنابراین بازاریابان فروشندگان را به عنوان تشکیل دهندهٔ صنعت و خریداران را به عنوان پدیدآورندهٔ بازار می‌شناسند.

هدف بازاریاب این است که جذابیتها و نیازهای بازارهای خاص را درک و بازاری را انتخاب کند که بتوان نیازهای آن را به بهترین شکل تأمین نماید از سوی دیگر بازاریاب می‌تواند محصولات و کالاهایی را تولید و به بازار عرضه کند که موجب افزایش ارزش مورد نظر مشتری گردد و او را ارضا کند و در نتیجه فروش شرکت بالا می‌رود و سود به دست می‌آید.

بنابراین تعریف جامع بازار عبارتست از یک منطقهٔ جغرافیایی مشخص یا کلیهٔ افراد و یا واحدها و بنگاه‌های تجاری و بازرگانی است که برای خرید و یا فروش کالا و خدمات با

یکدیگر تماس برقرار نموده و در نتیجه مبادلات آنها که ناشی از رفع حوائج و نیازهاست عرضه و تقاضا ایجاد شده و قیمت واحد تعیین می گردد و به وسیله پول معامله تحقق می پذیرد و سبب می شود که مالکیت انتقال یابد.

مشخصاتی که یک بازار مطلوب باید داشته باشد.

تعریفی که از بازار شد دلیل بر این امر است که هر جا تعدادی افراد برای خرید و فروش جمع شده اند تشکیل بازار داده اند، بسیاری از بازارها هستند که به واسطه بسیاری از عوامل نفوذپذیر دارای مشخصات یک بازار خوب نمی باشند.

مشخصاتی که یک بازار خوب باید داشته باشد به شرح زیر است:

۱- کالاها و خدمات مورد نیاز به مقدار و نوع کافی و مطلوب با حداقل هزینه و خرج ممکن در دسترس همگان باشد.

۲- کالاها و خدمات مورد نیاز در زمان و مکانی که لازم است و تقاضا برای آنها وجود دارد باید به سهولت قابل دسترسی باشند.

۳- اساسی ترین اصول اقتصاد عرضه و تقاضا است که ارزش و قیمت کالاها را تعیین می کند، لذا در بازار هم تعیین ارزش کالا و خدمات بر اساس عرضه و تقاضا از خصوصیات بازار مطلوب است.

۴- در یک بازار مطلوب واسطه های معاملاتی که وظایف توزیع اجناس و خدمات را به عهده دارند می بایست عملیات خود را با توجه به احتیاجات مردم تطبیق داده. و در حالت

انعطاف پذیری به کار خود ادامه دهند.

۵- کلیه عواملی که در بازار فعالیت دارند می بایست با اطلاع کامل از وضعیت بازار به کار خود ادامه دهند این اطلاعات و راهنماییها در شناخت بازار بسیار مؤثر بوده و مصرف کنندگان و تولید کنندگان با آگاهی کامل به امر معامله اشتغال می ورزند.

۶- در هر بازار قوانین و مقرراتی باید حافظ منافع تولید کنندگان، مصرف کنندگان و واسطه ها باشد. بدون وجود موازین و ضوابط منافع در خطر بوده و هر لحظه امکان سقوط بازار می رود.

- تعریف بازاریابی:

بازاریابی پیشه و حرفه ایجاد پیوند میان تولید کننده (یا تولید کننده بالقوه) یا ارائه دهنده خدمات از یک سو و مشتری های بالقوه و بالفعل از سوی دیگر است. بازاریابی از پیایندهای اجتناب ناپذیر و التزامی نظام سرمایه داری است. هر چند بازاریابی تنها به کشورهای سرمایه داری محدود نمی شود. شگردهای بازاریابی در همه سامانه های سیاسی و بسیاری از جنبه های زندگی کاربرد دارند. در پدید آوردن شگردهای بازاریابی دانش هایی مانند روان شناسی، جامعه شناسی و اقتصاد نقش بازی می کنند. بازاریابی از طریق آگهی، بیلبورد و تبلیغات با بسیاری از هنرهای خلاق نیز سر و کار پیدا می کند. بازاریاب های کامیاب معمولاً تمرکز و توجه شان کاملاً بر مشتری و خواسته ها و نیازهای او متمرکز است. و یکی دیگر از روشها استفاده از شرکت بازاریابی است

شرکت‌های تجاری معمولاً هزینه‌های سنگینی به منظور بازاریابی سنتی متحمل می‌شوند بنابراین امروزه تمامی تکنیکهای بازاریابی بصورت الکترونیکی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند که با نام بازاریابی الکترونیکی شناخته می‌شوند. در این روش بازاریابی همان شیوه‌های گذشته با کمک اینترنت توسعه یافته و مورد استفاده قرار می‌گیرند. نمونه خوبی از این ابزار موتورهای جستجو هستند. امروزه بسیاری از مردم اطلاعات مورد نیاز خود را از طریق موتورهای جستجو بدست می‌آورند و قرار گرفتن یک سایت در رتبه‌های بالای موتورهای جستجو کمک زیادی به بازاریابی آن می‌نماید.

بازاریابی صنعتی:

بازاریابی صنعتی از جمله زیر شاخه های اصلی بازاریابی است که در سالهای اخیر رشد چشمگیری داشته و با توجه به تخصصی شدن صنایع و گسترده شدن صنعت این شاخه از علم بازاریابی رشد قابل توجهی را برای استفاده کننده گان از آن به وجود آورده است. برخی از مباحث تخصصی این بازاریابی عبارتند از: بازاریابی دهان به دهان، مدیریت روابط مشتریان، سمینارهای تخصصی و همایش های تخصصی، نمایشگاهها تخصصی و ... بازاریابی صنعتی با کمک گرفتن از بسیاری از متدهای بازاریابی عمومی سعی هدایت و اثر مند شدن تکنیک های بازاریابی را در سطح معینی دارد. در این روشهای متخصصین سعی دارند با هدایت عوامل و آمیخته های بازاریابی بهترین نتیجه را برای شرکت ها و سازمانهای خود فراهم آورند. بازاریابی صنعتی با توجه به محدودیت مشتریان و خاص بودن نیاز

ایشان در برخی از نقاط اختلافاتی با بازاریابی عمومی دارد مهمترین اختلافات عبارتند از:
وجود تبلیغات مستقیم به جای غیر مستقیم، عدم وجود تبلیغات گسترده، تشکیل زنجیره و
کانالهای توزیع محدود و تحت کنترل شدید، قیمت گذاری خاص با توجه به نوع و نیاز
مشتری، محصولات معمولاً گستردگی زیاد داشته و تنوع آن با توجه به نیاز مشتری تعیین
می گردد..

بازاریابی چند سطحی:

تاریخچه

بازاریابی چندسطحی بیش از هشتاد سال سابقه دارد. از قدیمی ترین موارد این نوع
بازاریابی در روسیه^۱ تزاری توسط یک دوچرخه فروش انجام شده است. این ماجرا را
یاکوو ایسیدورویچ پرلمان، ریاضی دان روس که از اوایل قرن بیستم تا اواخر جنگ
جهانی دوم زندگی می کرده است در کتاب «ریاضیات زنده»، در بخشی با عنوان
«دوچرخه های ارزان» نقل کرده است.

در این روش خریداران نقش بازاریاب را بازی می کنند و برای رسیدن به پورسانت
می بایست، به جای بازاریابان حرفه ای، به دنبال مشتری بگردند. با این کار هزینه بازاریابی و
تبلیغ برای شرکت کاهش پیدا می کند ولی در عوض این هزینه در بین تعداد زیادی
بازاریاب غیرحرفه ای تقسیم می شود. دقت کنید مطالبی که می خوانید به نتورک
مارکتینگ مربوط است یا شرکت های هرمی!؟

سوالات رایج

آیا شرکت‌های بازاریابی چندسطحی، برای پرداخت پورسانت مجبورند

محصولات‌شان را گران‌تر بفروشند؟

اگر شرکتی بخواهد با روش بازاریابی چندسطحی کالاهایش را بفروشد باید هزینه‌

پورسانت‌ها را از جایی تأمین کند. البته هر شرکتی هزینه‌ تبلیغات را از مشتری می‌گیرد و

این، در صورتی کذب نبودن تبلیغات، می‌تواند طبیعی و عادلانه باشد ولی در روش

بازاریابی چندسطحی هزینه‌ اضافی از بازاریاب‌هایی گرفته می‌شود که با آرزوی رسیدن

به پورسانت، به شرکت خدمت می‌کنند ولی طبق محاسبات علمی، درصد بالایی از آن‌ها

قطعاً به پورسانت وعده داده‌شده نخواهند رسید.

مثلاً در مثال گوشی موبایل اگر با یافتن دو مشتری اول به فرد پورسانت داده شود، قطعاً

بیش از پنجاه درصد مشتریان پورسانتی دریافت نمی‌کنند. در شرکت‌های موجود، درصد

کسانی که پورسانت دریافتی‌شان از اضافه قیمت اولیه کم‌تر است به بیش از ۹۰ درصد

می‌رسد.

دلیل گرایش به این نوع بازاریابی‌ها چیست؟

در این بازاریابی‌ها به افراد گفته می‌شود که می‌توانند در مدتی کوتاه دو (یا چند) مشتری

جدید برای محصولات پیدا کنند و آن افراد نیز در مدت کوتاهی به این هدف می‌رسند.

در نتیجه افراد امیدوارند که این شبکه‌ دودویی با رشدی که دارد مثلاً بعد از ده مرحله،

منجر به ورود بیش از هزار مشتری شود که باعث خواهد شد پورسانت قابل ملاحظه‌ای به شروع کننده این شبکه برسد.

چرا این نوع بازاریابی کلاهبرداری است؟

رشد این شبکه‌ها در طول زمان با افزایش تعداد مشتریان، کند و کندتر می‌شود. یک شبکه دودویی در لایه بیستم به بیش از یک میلیون عضو و در لایه سی و سوم به بیش از هشت میلیارد عضو جدید نیاز دارد! در نتیجه دیر یا زود زمانی می‌رسد که دیگر نمی‌توان در زمانی معقول برای شرکت مشتری پیدا کرد. این جاست که درصد بسیار بالایی از اعضای این شبکه ضرر می‌کنند. این در حالی است که شرکت و تنها درصد کمی از مشتریانی که زودتر وارد شبکه شد، به سودی بسیار رسیده‌اند.

آیا بازدهی این نوع بازاریابی از بازاریابی معمولی بیش تر نیست؟

اگر فقط به هزینه‌هایی که شرکت پرداخت می‌کند توجه کنیم به نظر می‌رسد که این روش بازدهی بالایی دارد ولی اگر وقت و هزینه‌ای که بازاریابان صرف معرفی محصولات شرکت می‌کنند را هم در نظر بگیریم خواهیم دید که بازدهی این روش از روش معمولی بسیار کم‌تر است. با محاسبه‌ای ساده می‌توان دید که مثلاً در روش دودویی نتیجه تمام تلاش بازاریابان به طور متوسط منجر به فروش تنها دو کالا می‌شود در حالی که یک بازاریاب معمولی در یک ماه، بسته به نوع جنس، ممکن است صدها جنس را به مشتری برساند.

این نوع بازاریابی از نظر قانونی در جهان چه وضعی دارد؟

در اکثر کشورهای پیشرفته این نوع بازاریابی ممنوع شده است. به عنوان مثال این فعالیت در کانادا، آلمان و تمام ایالت‌های آمریکا ممنوع است.

در ایران نیز این نوع فعالیت‌ها با تصویب قانون مجلس مورخ ۱۳۸۴/۳/۴ غیرقانونی اعلام شد.

بخشی از کارکرد موفقیت آمیز یک تجارت بستگی به رشد و توسعه آن فعالیت دارد. بازاریابی چیزی جز نحوه ارتباط با افرادی که ممکن است روزی مشتریان شما و کاربران شما شوند نیست که شامل روشهایی مانند برنامه های وابسته، خبرنامه ها، نمایشهای (شوهای) تجاری، وب سایتها، بروشور، جزوات و آگهی تبلیغاتی می شود. روشهای بالقوه بازاریابی در محدوده فعالیت بی حد و حصر هستند اما تصمیم گیری برای نزدیکی به آن به نظر می رسد کمی هراس انگیز باشد اما با کمی تلاش ودقت بیشتر می توانید زمینه کاری را محدودتر و محدودتر کنید

تابه چند تقلیل باید آنگاه بهترین انتخاب ممکن را برگزینید.

تعیین افراد مورد نظر برای تبلیغات:

در ابتدای راه شما احتیاج دارید تا بدانید طرح و برنامه شما شامل چه کسانی می شود اغلب بازاریابی های انجام شده برای توده مردم چندان جالب و مفید نیست شما مجبورید

قشر خاصی از اجتماع را که به کالا و خدمات شما محتاجند شناسایی کنید این کار را می

توانید با چند سوال ساده از خود شروع کنید.

• در حال حاضر برای تامین کالا و خدمات به چه چیزهایی احتیاج داریم؟

• کدام فعالیت و یا خدمات را برای ارائه دادن ترجیح می دهید؟

• در حال حاضر چه قشری از مردم خواهان گرفتن سرویس از ما هستند؟

• رقیبان ما در بازاریابی چه توانایی هایی دارند؟

• بعد از یافتن پاسخ مناسب برای این سوالات باید تصمیم بگیرید برای چه کسانی باید

تبلیغ کنید شما باید قشر خاصی از مردم را جدا کرده و برای آنها تبلیغ کنید و سپس باز

خورد تبلیغات خود را در میان آنها بررسی کرده و بفهمید برای چه کسانی تبلیغ کنید بهتر

است و چه افرادی نیازمند و علاقمند خدمات شما هستند. شما می توانید باز خورد تبلیغات

خود را از طریق نظر سنجی های تلفنی، چت رومها (chat Room)، پیامهای تلفن همراه

(SMS) فهمیده و مورد بررسی قرار دهید.

تنظیم بودجه:

بسیار از فعالان و صاحبان تجارت که از تجربه کمتری برخوردارند در آغاز فعالیت خود

دچار مشکلات عدیده ای می شوند چرا که در تنظیم بودجه اشان مسائل مهم را رعایت

نمی کنند. بدون تنظیم بودجه نسبت پولهای خرج شده به سود دریافتی مثل ورودی یک

قیف می شود پول خرج شده ورودی قیف و دهانه باریک قیف سود است.

شما باید قبل از انتخاب شیوه ای برای بازاریابی تخمین بزنید چه مقدار می خواهید پول

خرج کنید کی این پولها به شما باز می گردد و اصلا چقدر سرمایه دارید.

بهترین روش حذف ۱۰٪ از بودجه کل برای تبلیغ و بازاریابی است به طور مثال اگر شما

برنامه دارید که طی آن برنامه در ماه ۵۰۰۰ دلار عایدتان شود بهتر است ۵۰۰ دلار را

صرف تبلیغ و بازاریابی جدید کنید اگر در جریان تبلیغات هفته ای ۲۰۰ دلار عایدتان شد

هیچ گاه انتظار نداشته باشید در آخر ماه چیزی در حدود ۱۰۰۰۰ دلار عایدتان شود و بر

اساس ۱۰۰۰۰ دلار بودجه بندی کنید.

هیچ گاه بیشتر از بودجه تان تبلیغ نکنید در ابتدا کارتان را از کم شروع کنید و بعد از

اطمینان تلاشهای بازاریابی خود را افزایش دهید.

ارزیابی روشهای بازار یابی:

روشهای زیادی برای بازار یابی وجود دارد ولی همه آنها مناسب هر فعالیتی نیست و

بستگی به نوع خاص از فعالیت مردم و یا خدمات خاصی دارد. قبل از انتخاب یک روش

شما باید به دقت بهترین کار ممکن را در آن موقعیت خاص انتخاب کنید و به طور مثال

اگر شما وارد فعالیتهای اینترنتی شدید هیچ گاه نباید بروشورها و جزوات تبلیغی خود را با

پست به در خانه ما ارسال کنید چرا که ممکن است خیلی از افراد حتی کامپیوتر نیز نداشته

باشند در عوض باید تمام تلاش خود را بر روی اینترنت و تبلیغ برای آن معطوف کنید.

روشهای انتخاب باید بنابر نوع خاص افراد تعیین شود به طور مثال شما نمی توانید از یک

روش برای تبلیغ محصول خود برای والدین و یا دانشجویان استفاده کنید. شما همچنین

باید از روشهای مختلفی استفاده کنید و خود را مقید به یک شیوه نکنید.

در آخر توصیه می کنم مقدار بودجه تان را فراموش نکنید پرواضح است یک تبلیغ

تلویزیونی از آگهی های روزنامه ای و یا خانه به خانه موثرتر باشد اما به همان میزان بودجه

تان را مصرف می کند پس نتایج تبلیغ خود را بعد از رعایت تمام موارد بالا مورد بررسی

قرار دهید و یک روش مفید را انتخاب کنید.

تاریخچه پیدایش و ظهور بازاریابی:

پس از دوران و عهد کشاورزی که مربوط به دوران اولیه تمدن بشر می باشد عهد صنعتی

شدن به وجود آمد و انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته اولین ظواهر رشته بازاریابی در

سالهای اولیه قرن بیستم پس از انقلاب صنعتی که منجر به افزایش تولید و لزوم استفاده از

واسطه ها در معادلات گردید پدید آمد. در این امر قدرت تولیدی کارخانه ها و موسسات

آمریکایی و کانادایی به سرعت شگرفی افزایش یافته و می توانست با تولیدات کارخانه

های اروپایی برابری کند. به بیان روشنتر، تاریخ علم بازاریابی حدود سالهای ۱۹۲۰ آغاز

شده است.

مهمترین اقدام در شروع مطالعه بازاریابی به صورت علمی و پژوهشی با نمونه برداری از

موسسات انتفاعی بازرگانی در سال ۱۹۲۹ در ایالات متحده آمریکا شروع گردید. در این

آمارگیری موسسات بازرگانی و اقتصادی از جنبه های مختلفی نظیر نوع مالکیت، محل

جغرافیایی نوع فعالیت موسسه، شناسایی مدیران و سهام داران و نوع فعالیت و روش عملیات اجرایی مورد شناسایی و طبقه بندی قرار گرفتند. بواسطه توسعه تولیدات و تقاضا که سبب افزایش ماشین آلات و در نتیجه حجم تولیدات شد در پایان جنگ جهانی دوم تولیدات آمریکایی علاوه بر احتیاجات داخلی به بازار صادرات هم راه پیدا نمود.

در سالهای ۱۹۵۰ بود که وسایل جدید، ابزار جدید، جریان های تولیدی جدید و پژوهش های بازار پیشرفت نمود و یک توسعه چشمگیر در راه تولید را برای آمریکا به وجود آورد و چون آمریکا در آن سالها تولیداتی زاید بر احتیاج داشتند برای فروش محصولات و خدمات خود متوجه بازارهای خارجی شدند و در بازاریابی به دوره جدیدی از فعالیت خود گام نهاد تا جایی که گروهی از آشنایان دهه ۱۹۵۰ را عهد بازاریابی نامیده اند.

هدف از مطالعه بازاریابی:

هدف نهایی کلیه فعالیتهای اقتصادی بهبود اوضاع اقتصاد جامعه و رفع احتیاجات افراد است که لاجرم ارتقاء سطح زندگی افراد جامعه را دربردارد. همچنین هدف از بررسی فعالیتهای بازاریابی شناسایی روشهایی است که در تأمین خواستههایی مردم مؤثر هستند به عنوان مثال افراد بشر بدین جهت از محصولات کشاورزی استفاده نمی کنند که برای زارعین بازار به وجود آورند، بلکه چون محصولات مورد احتیاج همگان است تولید می شود.

مسئله ای که باید مد نظر قرار گیرد اینست که کالاها و خدمات تخصصی موجودیت یافته

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید

مدتی در تکوین و رشد هستند و بعد از بین می‌روند بدین ترتیب اگر چه امکان دارد عمر کالاها و خدمات کوتاه باشد اما واقعیت انکارناپذیر اینکه بازارها باید ادامه یابند تا مؤسسات اقتصادی بتوانند به موجودیت خود ادامه دهند. این وضع بشرطی مقدور و امکان پذیر است که با استفاده از دانش پیشرفته بازاریابی و مدیریت بازار کالاها و خدماتی که به بازار عرضه می‌شوند تغییر یافته با احتیاجات و خواسته‌های خریداران سازگار گردند و در نهایت روابط خریدار و فروشنده پایدار گردد. چون در بازاریابی استقرار مداوم روابط بین خریدار و فروشنده پایدار گردد. چون در بازاریابی استقرار مداوم روابط بین خریدار و فروشنده حائز اهمیت می‌باشد و لازمه ادامه حیات صنعت و تجارت مستلزم دوام روابط خریدار و فروشنده است.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

فصل چهارم

بررسی اقتصادی طرح

۱-۴- نیروی انسانی مورد نیاز:

نیروی انسانی و بکارگیری بهینه آن در امر تولید یکی از پارامترهای موثر در میزان تولید می باشد. با توجه به تعداد دستگاه ها و دو شیفت بودن کارگران میزان کارگر و امور اداری این واحد تولید نخ دندان به صورت جدول زیر در نظر گرفته می شود.

جدول (۱-۶) - مشخصات نیروی انسانی

ردیف	شرح پرسنل	تعداد
۱	مدیر	۱
۲	مدیر فروش (بازرگانی)	۱
۳	انجام کارهای اداری و منشی	۲
۴	حسابدار	۱
۵	مهندس ساختمان	۲
۶	سرپرست کارگران	۲
۸	کارگرساده	۱۰
۱۰	نگهبان و خدمات	۱
	جمع کل	۲۰

۲-۴- حقوق و دستمزد:

مبنای محاسبه حقوق ماهیانه هر یک از پرسنل معیارهای متداول میباشد. کلیه برآوردهای نیروی انسانی مورد نیاز و هزینه های مربوط به حقوق و مزایای سالیانه هر یک از آنها و جمع کل هزینه های مزبور تعیین میگردند لازم به ذکر است جهت برآورد نسبتاً دقیق از پاداش وعیدی و اضافه کاری احتمال محاسبه حقوق سالیانه بر مبنای ۱۶.۴ ماه در سال انجام می گیرد همچنین بر اساس مصوبات سازمان بیمه تامین اجتماعی ۲۳ درصد از کل حقوق پرسنل به عنوان حق بیمه تامین اجتماعی (شامل بیمه خدمات درمانی بیمه از کار افتادگی بیمه بازنشستگی و بیمه بیکاری) هزینه بیمه سهم کارفرما می باشد که باید به مجموع حقوق پرداخت شده اضافه گردد. جدول (۲-۴) چکیده ای از محاسبات را نشان می دهد.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۲-۴) - حقوق و دستمزد

شرح	تعداد	متوسط حقوق ماهانه (ریال)	حقوق و مزایای سالانه (ریال)	جمع کل (ریال)
مدیر	۱	۴۰۰۰۰۰	۶۵۶۰۰۰۰	۶۵۶۰۰۰۰
مدیر فروش (بازرگانی)	۱	۲۸۰۰۰۰۰	۴۵۹۲۰۰۰۰	۴۵۹۲۰۰۰۰
انجام کارهای اداری و منشی	۲	۲۲۰۰۰۰۰	۳۶۰۸۰۰۰۰	۷۲۱۶۰۰۰۰
حسابدار	۱	۲۲۰۰۰۰۰	۳۶۰۸۰۰۰۰	۳۶۰۸۰۰۰۰
مهندس ساختمان	۲	۲۸۰۰۰۰۰	۴۵۹۲۰۰۰۰	۹۱۸۴۰۰۰۰
سرپرست کارگران	۲	۲۲۰۰۰۰۰	۳۶۰۸۰۰۰۰	۷۲۱۶۰۰۰۰
کارگر ساده	۱۰	۱۸۳۰۰۰۰	۳۰۰۱۲۰۰۰	۳۰۰۱۲۰۰۰۰
نگهبان و خدمات	۱	۱۸۳۰۰۰۰	۳۰۰۱۲۰۰۰	۳۰۰۱۲۰۰۰
جمع کل				۷۱۳۸۹۲۰۰۰

۳-۴- شرح وظایف پرسنل:

۱-۴-۳-وظایف پرسنل تولیدی:

در این بخش با توجه به مهارت های هر نفر کار هر نفر تعیین شده است. درجه بندی پرسنل بر اساس مراتب روبرو است: مهندس و سرپرست کارگر و کارگر ساده.

که پرسنل تولیدی در نظر گرفته شده دارای وظایف زیر می باشد:

دو نفر مهندس ساختمان جهت نظارت بر کارهای ساخت قالب و نظارت بر تولید قالب های فلزی در نظر گرفته می شود. در این قسمت مهندسين ساختمان با طرح نقشه های مختلف نظارت خود را بر ساخت قالب های فلزی اعمال می کنند.

دو نفر سرپرست کارگران جهت نظارت بر کار کارگران و اجرای دستورات مهندسين ساختمان براساس کار و اندازه های داده شده به کارگران داده تا کارها را به طور صحیح انجام دهند.

کارگران این کارگاه به ساخت قالب های فلزی پرداخته و سعی می کنند که به بهترین کیفیت این قالب را بسازند.

۲-۳-۴- وظایف پرسنل غیرتولیدی:

در این قسمت با توجه به تعداد پرسنل تولیدی و میزان مبادلات تجاری واحد و..... وظایف پرسنل غیرتولیدی واحد برآورد می شود شامل زیر است.

مدیریت: یکی از ارکان اساسی واحد تولیدی بوده و اگر نقش مدیریت دریک واحد بخوبی ایفا شود تاثیر مهمی در رسیدن به اهداف مورد نظر دارد مدیر عامل مسئول مستقیم کلیه

**جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید**

عملیات مدیریتی خواهد بود که یک نفر برای تصدی این مسئولیت کافی است.

مدیر فروش (بازرگانی): که مهندس صنایع یا مدیریت صنعتی بوده و وظیفه آن بازاریابی و

تبلیغات جهت فروش تولیدات واحد می باشد.

پرسنل اداری مالی و خدماتی: برای انجام امور دفتری و کارگزینی ۱ نفر و یک نفر منشی نیز

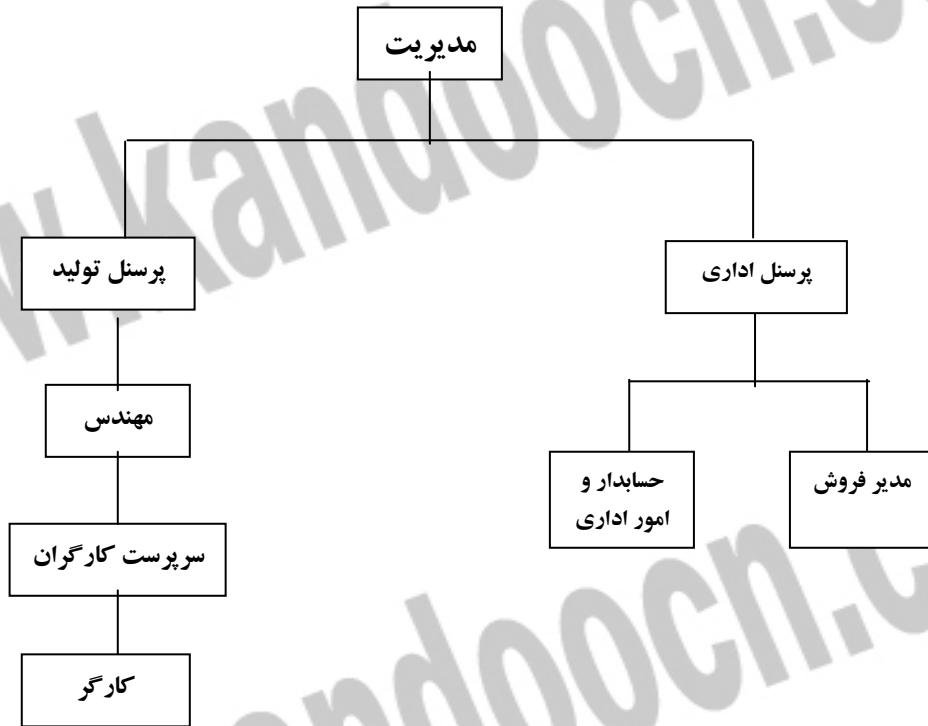
برای دفتر مدیریت کارگاه و ۱ نفر برای حسابداری در نظر گرفته می شود. همچنین برای

امور سرایداری و نگهداری واحد کارگاهی یک نفر نگهبان در نظر گرفته شده است.

۴-۴- سازماندهی نیروی انسانی:

سازماندهی نیروی انسانی این طرح به صورت زیر است.

نمودار (۱-۶)- سازماندهی نیروی انسانی



۵-۴- زمین مورد نیاز طرح:

مقدار زمین مورد نیاز برای این طرح به متراژ ۱۲۰۰ مترمربع می باشد.

جدول شماره (۳-۴)- زمین مورد نیاز

شرح	مقدار (مترمربع)	هزینه واحد (هزارریال)	هزینه کل (میلیون ریال)
زمین	۱۲۰۰	۳۰۰۰	۳۶۰۰

توضیح: این طرح در محلی از شهر ایجاد شده که در آنجا برای مشتری ها قابل دید و در اینجا نیاز به تبلیغات می باشد که محل شرکت بیشتر مشخص شود.

۶-۴- ساختمانهای اداری:

از آنجائی که سرویسهای دیگر شرکت مثل بخشهای اداری رفاهی و خدماتی نیز ایفای وظایف واحد نقش عمده ای دارند لازم است فضای مورد نیاز این بخشها نیز به طریق مناسب برآورد شود. بخشهای اداری به منظورهای مختلف مثل اداره شرکت ارائه سرویس به کارکنان ارائه سرویس به مشتریان و طرفهای قرار داد تامین مواد و..... در شرکت ها احداث می شوند.

بخشهایی که جهت امور اداری و مالی مورد نیازی باشد شامل اتاق مدیریت و منشی به ابعاد ۶×۵ متر اتاق حسابداری و مالی ۴×۵ متر اتاق جلسات ۵×۸ متر اتاق مستخدم و آبدارخانه ۴×۴ متر اتاق بایگانی و مدارک ۲×۳ متر سریس بهداشتی ۲×۴ متری گردد که در صورت منظور نمودن راهروها حداکثر متراژ لازم ۱۲۰ مترمربع تعیین می گردد.

۷-۴- ساختمان واحد تولید:

چون محل ساخت قالب ها بیشتر در محل ساختمان ها بوده پس ما نیاز به ساختمان تولید آن چنان عظیمی نمی باشیم. ساختمان تولید فقط زمینی است که در آنجا فقط کارهایی که لازم نیست در سر ساختمان های بتنی انجام شود باید در این مکان انجام شود. پس برای ساختمان تولید میزان ۲۰۰ متر مربع زمین کافی می دانیم. اما قسمت انبارهای نگهداری مواد اولیه به علت حجیم این مواد زمین بسیار زیادی موردنیاز است که این ساختمان به عنوان انبار مواد اولیه موردنیاز می باشد. که ما مقدار ۶۰۰ متر مربع زمین را برای نگهداری مواد اولیه قالب بندی در نظر می گیریم.

۸-۴- هزینه ساختمان سازی و محوطه سازی:

هزینه خرید زمین و هزینه محوطه سازی (خاکبرداری و تسطیح و خیابان کشی و پارکینگ فضای سبز دیوار کشی و چراغهای پایه بلند برای روشنایی محوطه) و نیز هزینه های ساختمان سازی (سالن تولید انبارها تعمیرگاه تاسیسات و آزمایشگاه ساختمانهای اداری و سایر موارد) تماما براساس قیمت های اخذ شده برای شرایط محل احداث واحد محاسبه می گردد محاسبه ساختمان سازی را می توان در جدول (۴-۳) و محاسبه محوطه سازی در جدول (۵-۳) ملاحظه کرد.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۴-۴) - هزینه ساختمان سازی

شرح	نوع ساختمان	مساحت (مترمربع)	قیمت واحد (ریال)	کل هزینه (ریال)
سالن تولید	آجری آهنی	۲۰۰	۱۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰۰
انبار فروش و مواد خام	سوله فلزی	۶۰۰	۴۰۰۰۰۰	۲۴۰۰۰۰۰۰
ساختمان اداری ورفاهی	آجری آهنی	۲۵۰	۱۰۰۰۰۰۰	۲۵۰۰۰۰۰۰۰
پارکینگ	ایرانی	۴۰	۱۵۰۰۰۰	۶۰۰۰۰۰۰
جمع کل زیربنا		۱۰۹۰	جمع کل هزینه	۶۹۶۰۰۰۰۰۰

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۴-۵) - محاسبه هزینه محوطه سازی

شرح	مقدار کار	قیمت واحد (ریال)	کل هزینه (ریال)
خاکبرداری و تسطیح	۱۰۰۰	۲۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰
دیوارکشی	۳۰۰	۱۰۰۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰۰۰۰
آسفالت	۱۵۰	۱۰۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰۰۰
روشنایی	۲	۱۰۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰
جمع کل			۳۳۷۰۰۰۰۰۰

۹-۴- پلان طرح:

نقشه پیشنهادی جانمایی ساختمان ها اعم از سالن تولید انبارها تعمیرگاهها و..... بر اساس

بهینه سازی مسیرهای حمل و نقل مواد و پرسنل مطابق اصول مهندسی صنایع در شکل (۱)-

(۴) مشاهده می شود که هر کدام از قسمتها به شرح زیر می باشد.

۱- سالن تولید

۲- امور اداری

۳- ساختمان رفاهی

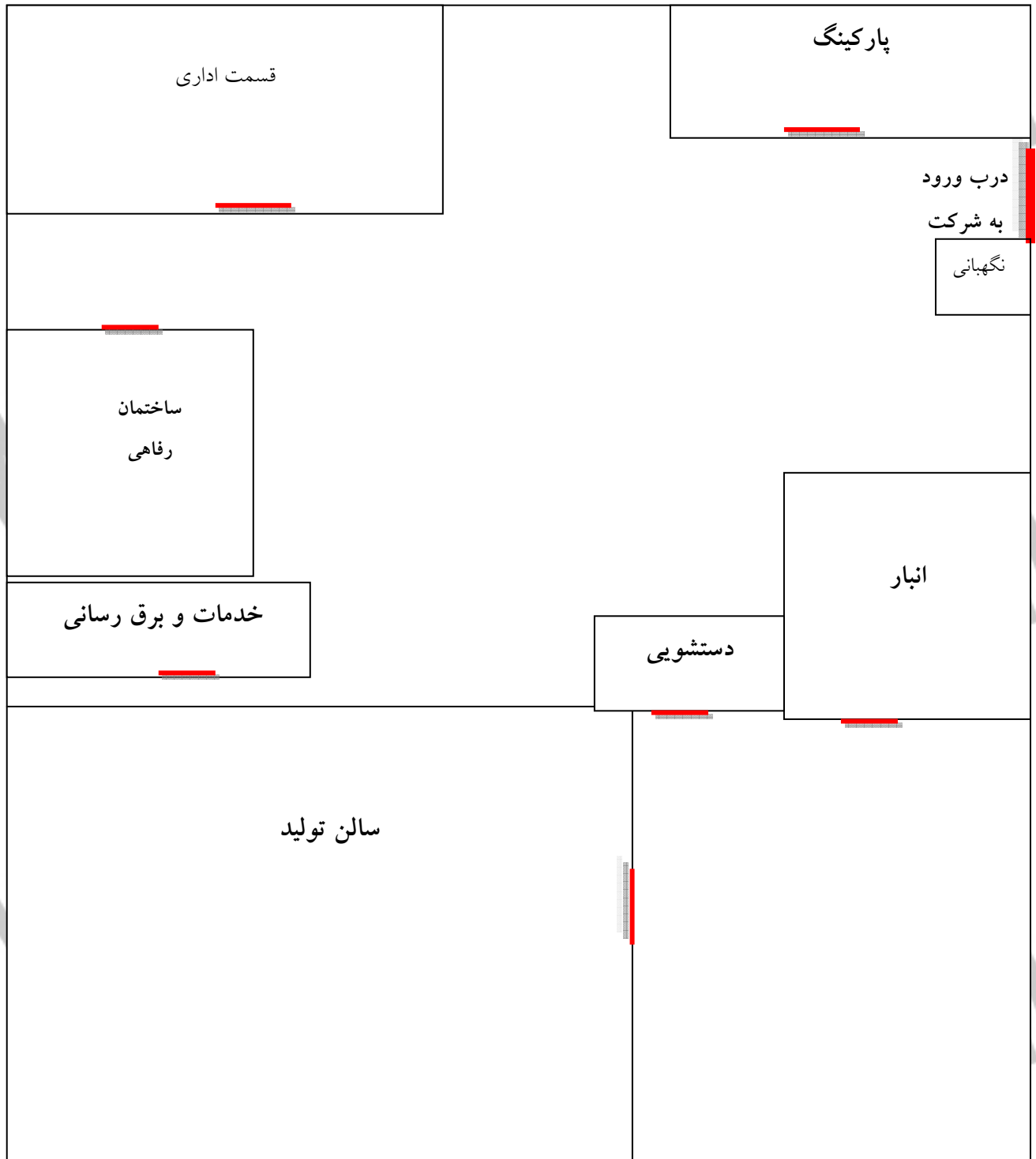
۵- انبارها

۶- نگهبانی

۷- پارکینگ

۸- فضای سبز

نقشه شماره (۱-۴) - پلان طرح



۱۰-۴- انرژی برق:

به علت آنکه بیشترین کار تولید قالب های فلزی در سر ساختمان انجام می شود. لذا تولید برق موردنیاز به عهده کسی که ساختمان را با ایشان پیمانکاری کرده اند می باشد. تنها برق مورد نیاز ما برای روشنایی قسمت های مختلف اداری، انبار مواد اولیه و قسمت تولید شرکت می باشد که این مقدار برق را ما در نظر گرفته و علاوه بر آن ما برای تولید برق اضافی در ساختمان ها به خرید یک ژنراتور برق اقدام کرده که در قسمت تجهیزات این ژنراتور ذکر شد و به محاسبه قیمت آن پرداخته شد.

هرمترمربع ازساختمانها ومحوطه نیازبه ۲۰ و ۱۰ وات برق ومصرف برق روشنائی محوطه وساختمان ۱۸ کیلووات برآورد می گردد. جدول(۴-۶) محاسبه برق واحد را نشان میدهد.

جدول(۴-۶)- محاسبه برق واحد

توان برق موردنیاز (کیلووات)	نوع مصرف
۵۰	قسمت کارگاه ها
۱۸	روشنائی محوطه وساختمان
۵۰	تهویه و وسایل برقی
۱۱۸	جمع کل

۱۱-۴- انرژی آب:

حفریک حلقه چاه عمیق یا نیمه عمیق(بسته به منطقه ای که شرکت درآن احداث می

شود). وهم چنین وجود يك عدد الكترو پمپ مناسب ويك مخزن ذخيره آب ضروري است ميزان مصرف آب آشاميدنی وبهداشتی به ازای هرنفر ۲۰۰ لیتر برآورد می گردد بدین ترتیب به حدود ۴ متر مکعب آب درروز جهت این مصارف احتیاج خواهد بود.

۱۲-۴- سوخت:

مقدار سوخت مورد نیاز این طرح در جدول (۷-۴) شرح داده شده است.

جدول (۷-۴)- انرژی سوخت مصرفی

شرح	واحد	مصرف سالیانه
گازوئیل	لیتر	۳۵۰۰۰
بنزین	لیتر	۱۰۰۰
نفت سیاه	مترمکعب	۰
جمع کل		۳۶۰۰۰

۱۳-۴- تاسیسات حرارتی:

جدول (۸-۴)- تاسیسات حرارتی

شرح	مشخصات فنی	تعداد
وسائل گرمایشی	بخاری کارگاهی	۱

۱۴-۴- تاسیسات برودتی:

به ازای هر ۱۰۰ مترساختمان اداری يك كولر وبه ازای هر ۲۰۰ تا ۲۵۰ متر فضای کارگاهی يك عدد كولر ۶۰۰۰ آبی درنظرمی گیریم.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

تعداد کولر مورد نیاز در این طرح ۲ کولر ۶۰۰۰ و برای ساختمان اداری ۲ کولر است.

۱۵-۴- ارتباط:

برای هر واحد تولیدی حداقل دو خط تلفن و یک دستگاه فاکس پیش بینی می شود که هزینه آن برابر ۴ میلیون ریال پیش بینی می شود و برای هزینه های مصرفی تلفن در سال ۸۵ اجرای هر پالس ۴۸ ریال پیش بینی می شود.

۱۶-۴- تاسیسات تهویه و اطفاع حریق:

در واحد هیچگونه مسئله عمده آتش سوزی وجود ندارد اما به لحاظ پیش گیری باید در نقاط حساس مانند سالن تولید مخزن نگهداری گازوئیل کوره شوفاژ تابلوهای برق انبار مواد و آزمایشگاه بطور منطقه ای از کپسولهای قابل حمل و نقل استفاده گردد لذا در مجموع ۵ عدد کپسول آتش نشانی مورد نیاز می باشد.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۹-۴) - هزینه های سرمایه ای تاسیسات و انرژی

عنوان	شرح	مشخصات فنی	هزینه (ریال)
برق رسانی	برق شهری	تابلوی برق - کنتور - ترانس	۱۰۰۰۰۰۰۰
آب رسانی	آب خام	کنتور - لوله کشی	۱۱۰۰۰۰۰۰
سوخت رسانی	گازئیل و بنزین	مخزن نگهداری	۲۵۰۰۰۰۰۰
وسایل سرمایش و گرمایش	کولر - تهویه - بخاری - آبگرم کن	کولر آبی - بخاری	۱۱۰۰۰۰۰۰
وسایل حفاظتی و ایمنی	کپسول آتش نشانی	۵۰ کیلویی	۱۳۰۰۰۰۰
ارتباطات	۳ خط تلفن	۱ خط فاکس	۶۰۰۰۰۰۰
	جمع کل		۱۵۴۳۰۰۰۰۰ ریال

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooch.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۱۰-۴) - هزینه های مصرفی انرژی

شرح	واحد	مصرف روزانه	مصرف سالیانه	هزینه واحد	هزینه کل (ریال)
آب مصرفی	مترمکعب	۴	۱۴۰۰	۳۰۰	۴۲۰۰۰۰
برق مصرفی	کیلو وات	۱۱۸	۴۱۳۰۰	۲۵۰	۱۰۳۲۵۰۰۰
ارتباطات	پالس	۲۰۰	۵۴۰۰۰	۴۸	۲۵۹۲۰۰۰
گازوئیل	لیتر	۱۰۰	۳۵۰۰۰	۳۰۰	۱۰۵۰۰۰۰۰
بنزین	لیتر	۳	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰
	جمع کل				۲۴۸۳۷۰۰۰

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoochn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

فصل پنجم

بررسی مالی طرح

۱-۵- سرمایه کل و منابع تامین آن:

باتوجه به مقادیر سرمایه گذارین ثابت و در گردش محاسبه شده کل سرمایه گذاری این طرح مطابق جدول (۱-۵) برآورد می گردد لازم به ذکر است که معادل ۶۰ درصد سرمایه ذاری ثابت از طریق دریافت وام بلند مدت ۵ ساله با بهره ۱۵ درصد و معادل ۸۰ درصد سرمایه در گردش از طریق دریافت وام کوتاه مدت ۱ ساله با بهره ۲۲ درصد تامین خواهد شد که در تنظیم ترازهای مالی طرح بازپرداخت آن مدنظر قرار گرفته است.

جدول (۱-۵)- سرمایه گذاری کل

ارزش کل			شرح
جمع (میلیون ریال)	(هزار دلار)	(میلیون ریال)	
۶۳۶۵/۲۷	%	۶۳۶۵/۲۷	سرمایه ثابت
۷۹۵/۵۲	%	۷۹۵/۵۲	سرمایه در گردش
۷۱۶۰/۷۹		جمع سرمایه گذاری کل	

۲-۵- سرمایه ثابت:

منظور از سرمایه ثابت آن گروه اذداری های متعلق به واحد صنعتی است که ماهیت نسبتاً ثابت یا دائم دارند و به منظور استفاده و جریان عملیات جاری شرکت و نه برای فروش نگهداری می شوند به سرمایه ثابت دارایی های سرمایه ای یادداری بلند مدت نیز اطلاق می گردد. از اجزای تشکیل دهنده سرمایه ثابت می توان دستگاهها و تجهیزات خط تولید تاسیسات زیربنایی زمین ساختمان و محوطه سازی و وسائل نقلیه اثاثیه و لوازم اداری هزینه

های قبل از بهره برداری و... را نام برد گرچه هیچ معیاری برای حداقل طول عمر لازم جهت مشمول یک دارایی در طبقه سرمایه وجود ندارد اما این قبیل دارایی ها باید بیش از یک سال دوام داشته باشند زیرا هزینه های پرداخت شده برای اقلامی که هر ساله از بین می روند جزئی هزینه های تولید سالیانه محسوب می شود.

با گذشت زمان سرمایه های ثابت به استثنای زمین (منظور زمینی است که برای احداث ساختمان

مورد استفاده قرار می گیرد) قابلیت بهره دهی خود را از دست می دهند بدین لحاظ بهای تمام شده این قبیل دارایی ها باید در طی عمر مفیدشان به طور منظم به تدریج به حساب هزینه منظور گردد این کاهش تدریجی بهای تمام شده «استهلاک» خوانده می شود ارزش قابل بازیافت دارایی مستهلک شده در تاریخ خروج از خدمت ارزش اسقاطی خوانده می شود.

مازاد بهای تمام شده نسبت به ارزش اسقاط دارایی ثابت نشان دهنده مبلغی است که باید طی

دوره عمر مفید دارایی به عنوان هزینه استهلاک در حسابها منظور شود.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۲-۵) محاسبه سرمایه ثابت

ارزش کل		شرح
جمع (میلیون ریال)	(میلیون ریال)	
۱۴۰	۱۴۰	تجهیزات تولیدی
۸۹/۰۳	۸۹/۰۳	هزینه تعمیر و نگهداری
۴۶۰	۴۶۰	وسائل نقلیه
۳۶۰۰	۳۶۰۰	زمین
۱۰۳۳	۱۰۳۳	ساختمان و محوطه سازی
۵۰	۵۰	اثاثیه و لوازم اداری
۵۳۷	۵۳۷	هزینه های پیش بینی نشده
۴۵۶/۲۴	۴۵۶/۲۴	هزینه های قبل از بهره برداری
۶۳۶۵/۲۷		جمع کل

جدول (۳-۵) هزینه های قبل از بهره برداری

شرح	مبلغ (ریال)
هزینه های تهیه طرح مشاوره اخذ مجوز (۴ درصد هزینه سرمایه ای)	۲۶۸۱۹۰۱۲۰
هزینه آموزش پرسنل (۲ درصد کل حقوق سالیانه)	۱۴۲۷۷۸۴۰
هزینه های راه اندازی و تولید آزمایشی (۱۵ روز هزینه کمی آب برق تلفن و مواد اولیه)	۱۷۳۷۷۸۷۲۸
جمع کل	۴۵۶۲۴۶۶۸۸

۳-۵- سرمایه در گردش:

سرمایه در گردش طرح براساس محاسبه مواد وانرژی مورد نیاز و همچنین پرسنل

واحد مطابق الگوی ذیل انجام می شود:

الف- مواد اولیه و قطعات مورد نیاز:

هزینه مواد اولیه و قطعات مصرفی واحده برای یک دوره سفارش (مواد داخلی ۴۵

روز کاری و مواد خارجی ۱۰۰ روز کاری) به عنوان بخشی از سرمایه در گردش منظور می

شود.

ب- حقوق و دستمزد کارگر:

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

هزینه حقوق و دستمزد کارکنان به مدت ۰.۲۵ سال (معادل ۶۸ روز کاری محاسبه

و دربرآورد سرمایه در گردش منظوری شود.

ج- انرژی مورد نیاز:

هزینه تامین انرژی مورد نیاز ۶۵ روز کاری واحد به عنوان بخش دیگری از سرمایه

در گردش در محاسبات منظوری گردد.

د- هزینه فروش:

هزینه های فروش ۲۰ روز واحد قسمت دیگری از سرمایه در گردش را تشکیل می

دهد لازم به ذکر است که هزینه های فروش ۰.۵ درصد ارزش فروش سالیانه می باشد.

ه- سایر هزینه ها:

در خاتمه برای افزایش قابلیت اطمینان محاسبات و کاهش ریسک احتمالی ۵ درصد موارد

فوق به جمع حاصله اضافه می شود تا موارد احتمالی که در نظر گرفته نشده است جبران

شود جمع اقلام سرمایه در گردش در جدول (۳-۵) ارائه گردیده است.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۴-۵) - برآورد سرمایه در گردش

عنوان	شرح	مبلغ (ریال)
مواد اولیه و بسته بندی	۲ ماه مواد اولیه و بسته بندی	۶۷۱۶۶۶۶۶۶
حقوق و دستمزد	۲ ماه هزینه های حقوق و دستمزد	۱۱۸۹۸۲۰۰۰
تنخواه گردان	۱۵ روز هزینه های انرژی و تعمیر و نگهداری	۴۸۸۰۰۱۴
	جمع کل	۷۹۵۵۲۸۶۸۰

۴-۵- هزینه تولید سالیانه طرح:

هزینه های تولید سالیانه طبق جدول زیر برآورد می شود که هر کدام از مواد

ذکر شده در قسمتهای بعدی به صورت مفصل توضیح داده شده است.

جدول (۵-۵) - هزینه تولید سالیانه طرح

مبلغ (ریال)	شرح
۴۰۳۰۰۰۰۰۰	هزینه مواد اولیه و بسته بندی
۷۱۳۸۹۲۰۰۰	هزینه حقوق و دستمزد
۲۴۸۳۷۰۰۰	هزینه انرژی (آب - برق - سوخت)
۸۹۰۳۰۰۰۰	هزینه تعمیر و نگهداری
242887950	هزینه پیش بینی نشده تولید
51006469	هزینه اداری و فروش
۱۲۷۳۰۵۴۰	هزینه بیمه کارگاه
۱۹۰۷۵۰۰۰۰	هزینه استهلاک
۹۱۲۴۹۳۳۷	هزینه استهلاک قبل از بهره برداری
۵۴۴۶۳۸۳۲۹۶	جمع کل

۱-۴-۵- هزینه مواد اولیه:

قیمتهای مواد اولیه براساس استعلام ازشرکتهای معتبرداخلی وبازارهای عمده

فروشی تعیین گردیده است که درجدول(۱-۲) محاسبه شده است.

۲-۴-۵- هزینه حقوق ودستمزد:

برآوردتعداد نیروی انسانی مورد نیازدررده های مختلف دربخش (۱-۶) انجام گردیده است و مبنای محاسبه حقوق ماهیانه هریک ازپرسنل نیزمعیارهای متداول باشد براساس مبنای فوق کلیه برآوردهای نیروی انسانی مورد نیازوهزینه های مربوط به حقوق ومزایای سالیانه هریک ازآنها و جمع کل هزینه های مزبورتعیین میگردد لازم به ذکر است جهت برآورد نسبتا دقیق ازپاداش وعیدی واضافه کاری احتمالی محاسبه حقوق سالیانه برمبنای ۱۶.۴ ماه درسال انجام می گیرد که درجدول(۲-۶) محاسبه شده است.

۳-۴-۵- هزینه انرژی:

انواع انرژی موردنیازشامل آب برق وسوخت می باشد بهای واحد هریک ازانواع انرژی برمبنای آخرین نرخ های اعلام شده ازسوی وزارتخانه های مربوطه تعیین گشته وبرمبنای آن هزینه مربوط به آنها محاسبه شده است که هزینه سالیانه انرژی ۵۹۷۰۸۵۰۰ریال می باشد که نتیجه این اطلاعات در جدول (۶-۵) قابل مشاهده می باشد.

۴-۴-۵- هزینه تعمیرونگهداری:

ابزاروماشین آلات و..... طرح نیازبه تعمیرونگهداری دارند تا همیشه آماده خدمت باشند هزینه تعمیر ونگهداری هریک ازموارد فوق درجدول(۸-۵) منظور شده است.

جدول (۵-۶) - هزینه تعمیر و نگهداری

هزینه تعمیرات و نگهداری		درصد	شرح
جمع (میلیون ریال)	میلیون ریال		
۷	۱۴۰	۵	تجهیزات
۱۵/۴۳	۱۵۴/۳	۱۰	تاسیسات عمومی
۴۶	۴۶۰	۱۰	وسایل نقلیه
۱۳/۹	۶۹۶	۲	ساختمان
۶/۷	۳۳۷	۲	محوطه سازی
۸۹/۰۳		جمع کل	

۵-۴-۵- هزینه استهلاک:

ماشین آلات و وسایل نقلیه و... طرح بر اثر مرور فرسوده شده و استهلاک خواهند

داشت که میزان این استهلاک برای هر یک از موارد فوق در جدول (۵-۹) منظور شده است.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جدول (۷-۵) - هزینه استهلاک

هزینه استهلاک		درصد	شرح
جمع (میلیون ریال)	میلیون ریال		
۱۴	۱۴۰	۱۰	تجهیزات
۱۵/۴	۱۵۴/۳	۱۰	تاسیسات
۴۶	۴۶۰	۱۰	وسایل نقلیه
۳۴/۸	۶۹۶	۵	ساختمان سازی
۱۰	۵۰	۲۰	وسایل دفتری
۵۳/۷	۵۳۷	۱۰	هزینه پیش بینی نشده
۱۶/۸۵	۳۳۷	۵	محوطه سازی
۱۹۰/۷۵		جمع کل	

۵-۵- هزینه ثابت و متغیر:

هزینه های ثابت و متغیر تولید به هزینه هایی اطلاق می گردد که با توجه به میزان تغییر تولید باید هزینه ثابت تقریباً ثابت ولی متغیر تابع آن باشد.

جدول (۵-۸) - هزینه ثابت و متغیر

هزینه کل (میلیون ریال)	هزینه ثابت (میلیون ریال)		هزینه متغیر (میلیون ریال)		شرح
	درصد	مقدار	درصد	مقدار	
۴۰۳۰	-	-	۱۰۰	۴۰۳۰	مواد اولیه و قطعات
۷۱۳/۸۹	۶۵	۴۶۴/۰۲	۳۵	۲۴۹/۸	حقوق و مزایای کارکنان
۲۴/۸۳	۲۰	۴/۹	۸۰	۱۹/۸۳	هزینه انرژی
۸۹/۰۳	۲۰	۱۷/۸	۸۰	۷۱/۲	هزینه تعمیر و نگهداری
۵۳۷	۱۵	۸۰/۵۵	۸۵	۴۵۶/۴۵	هزینه پیش بینی نشده
۵۱	-	-	۱۰۰	۵۱	اداری و فروش
۱۲/۷۳	۱۰۰	۱۲/۷۳	-	-	هزینه بیمه کارخانه
۱۹۰/۷۵	۱۰۰	۱۹۰/۷۵	-	-	هزینه استهلاک
۹۱/۲۴	۱۰۰	۹۱/۲۴	-	-	هزینه استهلاک قبل از بهره برداری
۵۷۴۰/۲۷		۸۶۱/۹۹		۴۸۷۸/۲۸	جمع کل

۶-۵- محاسبه نقطه سر به سر تولید:

$$\text{نقطه سر به سر تولید} = \frac{\text{هزینه ثابت}}{\text{هزینه متغیر - فروش کل}} \times 100$$

$$\text{نقطه سر به سر} = \frac{۸۶۱۹۹۰۰۰۰}{۲۷۴۶۶۵۶۰۰۰} \times ۱۰۰ = ۳۱$$

۷-۵- محاسبه قیمت تمام شده محصول:

$$\text{قیمت تمام شده محصول} = \frac{\text{جمع هزینه های تولید سالیانه}}{\text{میزان تولید سالیانه}}$$

$$= \frac{۵۴۴۶۳۸۳۲۹۶}{۴۰۰۰} = ۱۳۶۱۵۹۵ \text{ (ریال)}$$

بنابراین هر قالب فلزی برای ما ۱۳۶۱۵۹۵ ریال تمام می شود.

۸-۵- محاسبه قیمت فروش محصول:

۱- براساس متوسط قیمت محصول مشابه استاندارد موجود در بازار.

۲- براساس در نظر گرفتن ۳۰ تا ۴۰ درصد سود نسبت به قیمت تمام شده و محاسبه آن

براساس رابطه زیر

$$\text{قیمت تمام شده} = \text{قیمت فروش محصول} \times \frac{۱}{۳۰}$$

$$= ۱۳۶۱۵۹۵ \times \frac{۱}{۴۰} = ۱۹۰۶۲۳۴ \text{ (ریال)}$$

۹-۵- محاسبه سود ناخالص:

هزینه تولید سالانه - مجموع فروش کل = سود ناخالص

$$2178552704 = 7624936000 - 5446383296$$

۱۰-۵- محاسبه سود خالص طرح:

سودی است که کلیه هزینه تولید و کسورات تولید از آن کسر گردیده است که براساس رابطه زیر است.

هزینه های استهلاک قبل از بهره برداری + هزینه های استهلاک سالیانه = هزینه های سربار

$$281999337 = \text{هزینه های سربار}$$

(کسورات قانونی + هزینه های سربار) - سود ناخالص = سود خالص

$$217855270(281999337)$$

$$= 1896553367 \text{ ریال سود خالص شرکت می باشد.}$$

۱۱-۵- محاسبه دوره برگشت سرمایه:

مدت زمانی است که مجموع سرمایه ثابت و سرمایه متغیر (سرمایه کل) از سود خالص

برگشت داده می شود حداکثر مدت برگشت سرمایه حداکثر ۳ ساله است که براساس

رابطه زیر حساب می شود.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

کل سرمایه گذاری
دوره برگشت = _____

استهلاک + هزینه تسهیلات مالی + سود

$$\text{دوره برگشت} = \frac{7160790000}{190958100 + 281999337 + 2178552704} = 2/7$$

$$32/4 = 12 \times 2/7 \text{ ماه}$$

۱۲-۵- توجیه اقتصادی طرح:

۱- دوره برگشت سرمایه در مدت کوتاه کمتر از سه سال

۲- اشتغال زایی برای ۲۰ نفر

۳- همچنین این طرح باعث آلودگی محیط زیست نمی گردد

۴- داشتن سود در حدی که حداقل آن ۲۵ درصد باشد (بیشتر از سود بانکی)

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید

منابع و مأخذ:

1-www.istgah.com

2-www.edutebyan.net

۳- استفاده از کتاب آرماتوربندی و قالب بندی رشته ساختمان هنرستان

۴- استفاده از مطالب به دست آمده و اطلاعات به دست آمده از شرکت قالب بندی فلزی

۵- استفاده از نظرات کارشناسانه استاد محترم جناب آقای میرجلیلی