

باسمه تعالی

تیر ۱۴۰۳

گزارش ارزیابی شرکت راهبردهای شبکه خلاق پارس

هسته آفرین  
گروه تامین مال جمع



ارزیاب: امیرمحمد نجف پور کردی

[Amirnajafpour7@gmail.com](mailto:Amirnajafpour7@gmail.com)

تیر ۱۴۰۳

## فهرست

۳.....	چکیده طرح .....
۳.....	معرفی شرکت و سوابق فعالیت آن .....
۳.....	اطلاعات شرکت .....
۴.....	اساسنامه شرکت .....
۴.....	اعضای هیئت مدیره .....
۴.....	سوابق اجرایی هیئت مدیره و مدیر عامل و اشخاص کلیدی .....
۵.....	ترکیب سهامداران .....
۵.....	مجوزها .....
۶.....	محل های فعالیت شرکت / اجرای طرح .....
۷.....	اطلاعات طرح .....
۹.....	مطالعات بازار .....
۹.....	بازار هدف .....
۱۰.....	هزینه ها .....
۱۰.....	نحوه بازاریابی .....
۱۱.....	مزیت رقابتی .....
۱۱.....	هدف از اجرای طرح .....
۱۱.....	ریسکهای طرح .....
۱۲.....	کاربرد .....
۱۲.....	زیرساختها .....
۱۲.....	مشتریان .....
۱۲.....	کانال توزیع و فروش .....
۱۴.....	اطلاعات گزارش اعتبارسنجی .....
۱۴.....	گزارش ارزش آفرین اعتماد: .....
۱۵.....	گزارش ارزش آفرین اعتماد .....
۱۷.....	اطلاعات مالی .....
۱۷.....	اقلام مهم صورت های مالی .....
۱۷.....	نسبت های مالی .....
۱۷.....	گزارش ارزیابی داخلی .....
۱۸.....	جمع بندی ارزیابی .....

## چکیده طرح

شرکت به منظور تامین سرمایه در گردش لازم برای "خرید تلویزیون برند ایکسویژن بصورت نقد از شرکت مادیران" و توزیع به صورت عمده، قصد تامین مالی به مبلغ ۲۵۰,۰۰۰ میلیون ریال از طریق سکوی تامین مالی جمعی هم آفرین را دارد. شرکت قصد دارد با بررسی نیاز بازار و مشتریان اقدام به خرید تلویزیون برند ایکسویژن از تولیدکننده به مبلغ ۲۵۰,۰۰۰ میلیون ریال نماید و سپس محصولات خریداری شده را بصورت نقد و اقساط با حفظ حاشیه سود برآورد شده در طرح به فروش برساند.

## معرفی شرکت و سوابق فعالیت آن

بازرگانی "کالای خونه" از سال ۱۳۷۲ در حوزه فروش لوازم خانگی به صورت عمده و خرده فعالیت داشته است. فعالیت‌های بازرگانی کالای خونه، با ثبت شرکت "راهبردهای شبکه خلاق پارس" در سال ۱۳۹۵ به صورت رسمی شکل گرفت و برند "کالای خونه" نیز در سال ۱۳۹۹ ثبت گردید. کالای خونه قصد دارد با تمرکز بر تقویت فروش آنلاین لوازم خانگی ایرانی در سراسر ایران و توسعه شعب تک فروشی و عمده فروشی خود، در راستای توسعه زنجیره تامین از تولیدکنندگان و ارائه خدمات بهتر به مصرف کنندگان گام بردارد. کالای خونه در حال حاضر دو انبار کالا در تهران، و یک انبار کالا در استان فارس، جهت توزیع لوازم خانگی در جنوب کشور، داشته و قصد دارد با توجه به گستره جغرافیایی فروش خود، در مراکز استان‌های بزرگ نیز انبار تاسیس نماید.

کسب و کار کالای خونه را می‌توان در گروه کسب و کارهای B2B، C2B و G2B قرار داد. مشتریان ما مصرف کنندگان، فروشندگان فیزیکی لوازم خانگی، سازمان‌ها (جهت فروش نقدی و اقساطی به اعضای سازمان) و فروشگاه‌های آنلاین (جهت تامین کالا) می‌باشند.

## اطلاعات شرکت

۱- نام شرکت:	راهبردهای شبکه خلاق پارس	۲- شماره ثبت:	۴۹۲۴۴۰	۳- شناسه ملی:	۱۴۰۰۵۸۷۲۵۱۶
۴- تاریخ ثبت:	۱۳۹۵/۰۳/۰۸	۵- محل ثبت:	تهران	۶- سرمایه ثبتی (ریال):	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۷- کد معاملاتی بورس (کدسجام):	شرک ۶۷۵۳۱	۸- دارندگان حق امضا:	۱- عباس اسماعیل زاده ۲- امیرحسین زینعلی	۹- نماینده شرکت:	آرزو اسحاقی
۱۰- سمت نماینده:	کارشناس اعتبارات	۱۱- شماره نماینده شرکت:		۱۲- شماره شبا شرکت:	
۱۳- نام بانک عامل:	بانک سینا	۱۴- صورتهای مالی حسابرسی شده:	دارد <input checked="" type="checkbox"/> / ندارد <input type="checkbox"/>	۱۵- وضعیت صورتهای مالی:	مقبول <input checked="" type="checkbox"/> / مشروط <input type="checkbox"/>

۱۶- حسابرس شرکت	ادیب	۱۷- حسابرس طرح	ادیب	۱۸- اظهارنامه مالیاتی	دارد / ندارد <input type="checkbox"/>
۱۹- تعداد کارکنان شرکت:	۴۲ نفر	۲۰- وبسایت شرکت:	kalayekhoone.com	۲۱- ایمیل شرکت:	info@kalayekhoone.com
۲۲- نوع شرکت:	تولیدی <input type="checkbox"/> / خدماتی <input type="checkbox"/> / بازرگانی <input checked="" type="checkbox"/>	۲۳- شرکت دانش بنیان:	بلی <input type="checkbox"/> / خیر <input checked="" type="checkbox"/>		
۲۴- مدیر عامل و اعضای هیأت مدیره فاقد سوء پیشینه می باشد:	بلی <input checked="" type="checkbox"/> / خیر <input type="checkbox"/>				
۲۵- تأمین مالی از سایر سکوهای تأمین مالی جمعی:	* حلال فاند / ۱۰۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال / ۱۴۰۲/۰۹/۱۲ * حلال فاند / ۹۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال / ۱۴۰۲/۱۰/۱۷ * هم آفرین / ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال / ۱۴۰۳/۰۱/۱۰				

### اساسنامه شرکت

ماده ۲: موضوع فعالیت شرکت عبارت است از:

تصدی به فعالیت در زمینه کاریابی ، مشاوره شغلی ، ارائه تسهیلات به جویندگان کار ، مشاوره روابط کار و کارگر ، ارائه کلیه خدمات در زمینه سرمایه گذاری در پروژه های صنعتی ، خرید فروش واردات صادرات تهیه توزیع تولید و بسته بندی کلیه کالاهای مجاز بازرگانی ، اخذ وام و تسهیلات ارزی ریالی از کلیه بانکها و موسسات مالی اعتباری دولتی و خصوصی ، شرکت در مناقصات و مزایدهات ، اخذ و اعطای نمایندگی در داخل و خارج کشور ، انعقاد قرار داد با کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی دولتی و خصوصی ، برپایی و شرکت در کلیه همایشها ، نمایشگاهها و سمینارهای داخلی و خارجی . انجام کلیه فعالیت های فوق در صورت لزوم پس از اخذ مجوز های لازم .

### اعضای هیئت مدیره

ردیف	نام و نام خانوادگی	نوع شخصیت	سمت	شماره ملی	شماره موبایل
۱	عباس اسماعیل زاده	حقیقی	رئیس هیات مدیره		
۲	امیر حسین زینعلی	حقیقی	نائب رئیس		
۳	مجتبی شفیعی اردکانی	حقیقی	مدیر عامل		

### سوابق اجرایی هیئت مدیره و مدیر عامل و اشخاص کلیدی

ردیف	نام و نام خانوادگی	شرح سوابق اجرایی
۱	عباس اسماعیل زاده	سابقه فعالیت در شرکت راهبردهای شبکه خلاق پارس
۲	امیر حسین زینعلی	سابقه فعالیت در شرکت راهبردهای شبکه خلاق پارس
۳	مجتبی شفیعی اردکانی	سابقه فعالیت ۲۰ ساله در حوزه فروش عمده و خرده لوازم خانگی ایرانی بزرگترین بانک دار شرکت مادران و جزو ۷ بانک دار اصلی شرکت اسنوا

ترکیب سهامداران

ردیف	نام سهامدار	شماره ملی/شناسه ملی	نوع شخصیت	درصد مالکیت
۱	عباس اسماعیل زاده		حقیقی	۷۹
۲	امیرحسین زینعلی		حقیقی	۲۰

مجوزها

ردیف	شرح مجوز، تأییدیه و...	مرجع صادر کننده	تاریخ صدور	مدت اعتبار
۱	گواهی نامه ثبت علامت	سازمان ثبت اسناد و املاک کشور	۱۴۰۱/۰۷/۱۱	-
۲	پروانه کسب	اتحادیه کسب و کارهای مجازی	۱۴۰۱/۰۹/۲۳	-
۳	کارت بازرگانی	وزارت صنعت، معدن و تجارت	-	-

  
 سازمان ثبت اسناد و املاک کشور  
**گواهی نامه ثبت علامت**

شناسه یکتا: ۱۴۰۱۰۰۳۴۰۰۰۱۰۳۷۳۳۴  
 رمز تصدیق: ۹۶۸۹۹۳

شماره اظهارنامه علامت تجاری: ۱۴۰۱۰۰۱۴۰۰۰۱۰۳۰۵۳۹  
 شماره ثبت علامت تجاری: ۴۳۶۷۸۵  
 تاریخ اظهارنامه علامت تجاری: ۱۴۰۱/۰۴/۱۸  
 تاریخ ثبت علامت تجاری: ۱۴۰۱/۰۷/۱۱

**اجزاء علامت تجاری**

کلمات کالای خونه پارسه به فارسی و تصویر یک سبد (خرید) است که درون آن از چهار مستطیل که در کنار هم یک پنجره را شکل می دهند، قرار دارد. بصورت فانتزی برنگهای قرمز-مشکی طبق نمونه ضمناً متقاضی نسبت به کلمه کال و همچنین نسبت به کلمات خونه پارسه بپنجاهی حق استفاده انحصاری ندارد.

تصویر علامت

فتو کپی برابر اصل است  
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۷/۱۱  
سر دفتر محمد عثمانی

  
**گالای خونه پارسه**

**مشخصات مالک**

شرکت راهبردهای شبکه خلاق پارس سهامی خاص، شماره ثبت: ۴۹۲۳۴۰، شناسه ملی: ۱۴۰۰۵۸۷۳۵۱۶، نشانی: استان تهران - منطقه ۱۹، شهرستان تهران، بخش مرکزی، شهر تهران، محله دریا، تابعیت جمهوری اسلامی ایران

**کالا و خدمات و طبقه بندی بین المللی**

طبقه ۲۵: ایجاد و برقراری ارتباط مجازی بین صاحبان کسب و کار، تامین کنندگان و توزیع کنندگان کالا و خدمات و مصرف کنندگان به روش تجارت الکترونیکی، ارائه یک بازار آنلاین برای خریداران و فروشندگان کالا و خدمات.

مدت اعتبار: ۱۰ سال  
 تاریخ شروع اعتبار: ۱۴۰۱/۰۴/۱۸  
 تاریخ پایان اعتبار: ۱۴۱۱/۰۴/۱۸

رئیس اداره ثبت علامت تجاری و نشانه های جغرافیایی: مهرداد کریم زاده  
 تاریخ: ۱۴۰۱/۰۷/۱۸ امضاء:

\* این ثبت مجوزی برای فعالیتهای تبلیغی، نام گذاری اماکن و محصولات در داخل کشور نبوده و انجام این امر منوط به اخذ مجوزهای قانونی لازم از دستگاه های ذیربط می باشد  
 \* جهت تصدیق اقلام اطلاعاتی مندرج در این گواهی نامه الکترونیک به آدرس اینترنتی [my.ssaa.ir](http://my.ssaa.ir) مراجعه کنید  
 \* در صورت تعدد مالکان، نشانی و یا تغییرات، مراتب به شرح مندرج در پیوست گواهی نامه می باشد



جمهوری اسلامی ایران  
بیات عالی نظارت بر سازمان های صنعتی کشور  
دبیرخانه هیئت عالی نظارت  
اتحادیه کشوری صنف کسب و کارهای مجازی (اتحادیه کشوری)



نوع شخص: حقوقی  
نوع فعالیت: توزیعی  
کد آپسیک: ۵۲۱۱۲۳

شماره صنفی: ۰۴۶۷۷۹۷۶۹۵  
تاریخ صدور: ۱۴۰۰/۰۹/۲۳  
تاریخ انقضا: ۱۴۰۵/۰۹/۲۳  
مباشر ندارد



## پروانه کسب

رسته شغلی: عرضه انواع کالا در فروشگاههای مجازی

شماره ثبت: ۴۹۲۴۴۰  
کد ملی: [REDACTED]

شناسه ملی: ۱۴۰۰۵۸۷۲۵۱۶  
شماره شناسنامه: ۰

نام شرکت: راهبردهای شبکه خلاق پارس  
نام: عباس  
نام پدر: مظفر  
استان: تهران  
نشانی: تهران - دریا - [REDACTED]

پلاک آبی: [REDACTED]  
پلاک نئیتی: [REDACTED]

نام خانوادگی: اسماعیل زاده  
تاریخ تولد: ۱۳۷۱/۰۴/۰۲  
شهرستان: تهران  
شهر/بخش: تهران

کدپستی: [REDACTED]

نامبرده مجازی باشد بر اساس قانون نظام صنفی و مقررات مربوط در این مکان واحد صنفی دایر نماید.

هویت اعتبار یا انقضای پروانه کسب منوط به استعلام شناسه صنفی آن از سایت [www.iranianasnaf.ir](http://www.iranianasnaf.ir) می باشد



جمهوری اسلامی ایران  
بیات عالی نظارت بر سازمان های صنعتی کشور  
کمیسیون نظارت شهرستان سپیدان  
فروشندگان لوازم خانگی (اتحادیه شهرستان)



نوع شخص: حقیقی  
نوع فعالیت: توزیعی  
کد آپسیک: ۵۲۳۳۱۸

شماره صنفی: ۰۴۶۷۲۵۷۶۱۹  
تاریخ صدور: ۱۳۹۹/۰۸/۲۵  
تاریخ انقضا: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵  
مباشر ندارد



## پروانه کسب

رسته شغلی: خرده فروشی لوازم خانگی

کد ملی: [REDACTED]

شماره شناسنامه: ۱۱۳

نام خانوادگی: شفیعی اردکانی  
نام پدر: اسمعیل  
استان: فارس  
نشانی: اردکان - بازار - کوچه مسجدالزهر - [REDACTED]

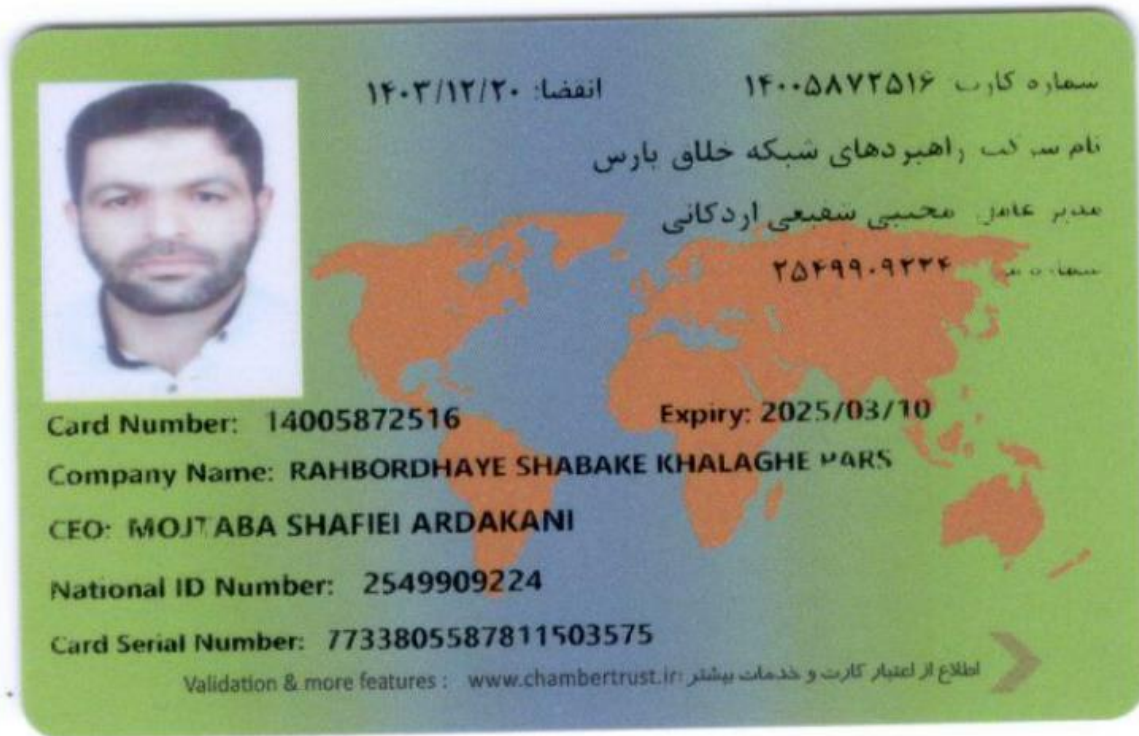
پلاک آبی: [REDACTED]  
پلاک نئیتی: [REDACTED]

نام خانوادگی: شفیعی اردکانی  
تاریخ تولد: ۱۳۶۴/۰۱/۰۳  
شهرستان: سپیدان  
شهر/بخش: اردکان

کدپستی: [REDACTED]

نامبرده مجازی باشد بر اساس قانون نظام صنفی و مقررات مربوط در این مکان واحد صنفی دایر نماید.

هویت اعتبار یا انقضای پروانه کسب منوط به استعلام شناسه صنفی آن از سایت [www.iranianasnaf.ir](http://www.iranianasnaf.ir) می باشد



### محل های فعالیت شرکت / اجرای طرح

کاربری	نشانی	تلفن	مالک/استیجاری
دفتر مرکزی	تهران، سعادت آباد، میدان کتاب		استیجاری
فروشگاه	استان فارس، شهرستان سپیدان		مالک
انبار	جاده قدیم قم بعد از ایران ترانسفور		استیجاری
فروشگاه	ابتدای خیابان ری بعد از حسینیه همدانیه روبروی		استیجاری

### اطلاعات طرح

صنعت لوازم خانگی یکی از متنوع ترین صنایع کشور و محصولات آن جزء جدایی ناپذیر زندگی روستایی و شهری می باشد. با توجه به به اهمیت رونق تولید و حمایت از کالای ایرانی، مخصوصاً در شرایط کنونی از اهمیت بسیاری برخوردار است که یکی از تأثیرات انکارنشدنی آن مربوط به حوزه توسعه اقتصاد و اشتغال زایی در کشور است. از سوی دیگر با توجه به تحریم واردات لوازم خانگی و افزایش قیمت لوازم خانگی با برندهای خارجی، استقبال مشتریان از تولیدات داخلی افزایش پیدا کرده است.

شرکت راهبردهای شبکه خلاق قصد دارد با تمرکز بر تقویت فروش آنلاین لوازم خانگی ایرانی در سراسر ایران و توسعه شعب تک فروشی و عمده فروشی خود، در راستای توسعه زنجیره تامین از تولیدکنندگان و ارائه خدمات بهتر به مصرف کنندگان گام بردارد.

شرکت، لوازم خانگی را به صورت نقدی از تولیدکنندگان مطرح ایرانی خریداری می کند و در درگاه های فروش، نظیر وبسایت کالای خونه، وبسایت های فروش لوازم خانگی و فروشگاه های متعلق به شرکت و به صورت عمده و خرد و با شرایط نقد و یا اقساطی عرضه می نماید. شرکت جهت خرید محصولات مذکور با تولیدکنندگانی نظیر اسنوا، مادیران و ... همکاری می نماید. مشتریان شرکت فروشگاه های لوازم خانگی، وبسایت های فروشگاه های لوازم خانگی، مشتریان خرد لوازم خانگی، مشتریان عمده لوازم خانگی و نمایندگان فروش و سازمان و ارگان های دولتی و خصوصی می باشند.





## مطالعات بازار

انتخاب بر اساس سلیقه جهانی، بهره گیری از جدید ترین نوآوری و فن آوری ها، مقایسه پا یا پای محصولات تولید داخل با رقبای خارجی شان، رقابت را در این گروه محصولات بسیار تنگاتنگ کرده است. خریداران این دسته از محصولات به دنبال محصولی با قیمت مناسب هستند که بیشترین امکانات و فن آوری های نوین را نیز در خود جای داده باشد. به همین منظور لزوم حضور مقتدرانه و حساب شده در این بازار رقابتی بیش از پیش احساس می شود. موسسه جامعه نگر به عنوان یکی از بزرگ ترین شرکت ها در عرصه تحقیقات بازار و با سابقه اجرایی بلند مدت و همچنین با برخورداری از نیروهای مجرب و آموزش دیده در بخش تحقیقات بازار برای گروه لوازم خانگی و الکترونیک، آماده ارائه تمامی خدمات تحقیقاتی به مشتریان خود (تولیدکنندگان و واردکنندگان) می باشد. از میان روش های متعدد تحقیقاتی مصاحبه در محل مرکزی تست محصول (C.L.T.)، (Gang) و بازدید از منزل (H.V.) بیشترین کاربرد را برای این گروه داراست. مصاحبه در محل مرکزی تست محصول در سالن مخصوص برگزاری پرسشگری با گنجایش بین ۲۰ تا ۲۵ نفر انجام می گیرد، گروهی از پیش غربال شده به محل مصاحبه دعوت شده و ۸ تا ۱۰ نوع محصول به نمایش گذاشته شده را تست و بررسی کرده و نظرات خود را ثبت می نمایند. در بازدید از منازل (Home Visit) نیز پرسشگران به همراه کارفرمایان به منزل پاسخگویانی که از قبل محصول مورد نظر را خریداری کرده اند، مراجعه می کنند و درمورد عادات مصرف، مزایا، معایب و انتظارات مصرف کنندگان از محصول، مشاهدات خود را ثبت می نمایند. خدمات قابل ارایه در این صنعت بررسی بازار و ضریب نفوذ برند، محصول و یا خدمات بررسی کیفیت محصول بررسی بازار محصول یا خدمات جدید (تست محصول) تحقیق در مورد قیمت گذاری تحقیق پیرامون تقسیم بندی بازار و مشتریان بررسی جایگاه برند در ذهن مخاطبان تحلیل رفتار و عادات مصرف کنندگان تحلیل رفتار فروشندگان تحقیق پیرامون تبلیغات (ارزیابی تبلیغ پیش از پخش و سنجش اثربخشی آن در حین و پس از پخش) بررسی رضایت مندی مشتریان پایش بازار و کانال های توزیع و فروش و غیره

## بازار هدف

بر اساس تحقیقات گسترده انجام شده، قطعا به این نتیجه خواهید رسید که وجود برخی عوامل در پروسه بازاریابی لوازم خانگی، به طور مستقیم با افزایش فروش و جذب مشتری لوازم خانگی ارتباط دارند. در ادامه سعی می کنیم تا به معرفی مهم ترین عوامل و ایده ها بپردازیم:

- حتما به خواسته مشتریان و سلیقه آن ها توجه کنید و در این خصوص با آن ها ارتباط برقرار کنید.
- از نظرات مشتریان قبلی که از لوازم خانگی شما خرید کرده اند، جویا شوید.
- هنگام بسته بندی و ارسال، تمامی استانداردها را در نظر بگیرید.
- محصولات خود را از برندهای معتبر تهیه کنید تا اعتماد مخاطبین و مشتریان به شما بیشتر شود.
- اجناس و کالاهای متنوع ارائه دهید و همواره به روزترین لوازم خانگی را به مشتریان خود پیشنهاد دهید.
- همواره در ارتباط و تعامل با مخاطبین و مشتریان، اطلاعات درست و حقایق را بازگو کنید. این کار باعث می شود تا حس اعتماد و تاثیرگذاری شما در آن ها بیشتر شود.
- سعی کنید به منظور جذب مشتریان جدید از تبلیغات گسترده و در بسترهای مختلف بهره ببرید.
- در تعیین قیمت برای لوازم خانگی خود با دقت عمل کنید و در صورت امکان، روش های تسهیل در پرداخت مشتریان را برای محصولات کسب و کارتان در نظر بگیرید.

## هزینه ها

هزینه ی این بخش شامل تمام هزینه های تولید انبوه، حمل و نقل و انبارداری محصول الکترونیکی است. اگر روند موفقیت آمیزی در پیش داشته باشید باید انتظار یک رابطه ی بلندمدت با این عدد و رقم ها را داشته باشید. هرچه تلاش تان برای کاهش این هزینه ها بیشتر باشد، پول بیشتری نیز عایدتان می شود. برای بیشتر محصولات می توانید قیمت مصرف کننده پیشنهادی محصولاتان را ۲ تا ۴ برابر هزینه ی قطعات مصرفی بر آورد کنید.

هزینه های موجودی کالا، همیشه بیشترین هزینه را به شرکت های تولیدی تحمیل می کند. بنابراین برای تخمین هزینه ی موجودی کالا، نیازمند دانستن هزینه های تولید هر عدد محصول هستیم.

لازم به گفتن نیست که محاسبه هزینه های تولید نهایی (و قیمت تولید انبوه محصولات الکترونیکی) باید در ابتدای مراحل تصمیم گیری صورت گیرد. منطقی نیست که شما سال ها زمان و هزینه برای طراحی و تولید محصولی بگذارید که تولید آن هیچ سودی ندارد.

هزینه های مربوط به مواد اولیه، نیروی انسانی،

هزینه های تولید و بسته بندی محصول،

## نحوه بازاریابی

مهم ترین مرحله در بازاریابی لوازم خانگی، انتخاب مناسب ترین روش برای فروش و تبلیغ محصولات است. البته مدیران کسب و کارهای بزرگ توان خود را به کار می گیرند تا از اکثر روش ها استفاده کنند. در ادامه به بررسی انواع مختلف این روش ها می پردازیم.

– استفاده از شبکه های اجتماعی

اگر در شبکه های اجتماعی مختلف مخصوصا اینستاگرام، در زمینه لوازم خانگی تحقیق کنید، قطعاً با تعداد زیادی بیزینس فعال در حوزه لوازم خانگی روبه رو می شوید که از طریق استفاده از خدمات شبکه های مجازی اقدام به تولید محتوا برای معرفی، تبلیغ و در نهایت فروش محصولات خود می کنند. داشتن اکانت در شبکه های اجتماعی مختلف نه تنها برند شما را در ذهن مخاطبان ماندگار می کند، بلکه باعث آشنایی شما با دیگر کسب و کارها در این زمینه و امکان همکاری با آنها می شود.

– استفاده از وبسایت

حتماً می دانید که تقریباً تمامی کاربران فضای مجازی برای تامین نیازهای خود و آشنایی با محصولات مختلف به جستجو در گوگل می پردازند تا به اطلاعات مدنظرشان دسترسی پیدا کنند. بازاریابی اینترنتی لوازم خانگی از طریق وبسایت، یکی دیگر از روش های جذاب و کاربردی است که می توانید از آن بهره ببرید. اگر بتوانید در رتبه های بالاتر و صفحه اول گوگل قرار بگیرید، مطمئن باشید که در کوتاه ترین زمان درآمد شما چند برابر می شود.

– تبلیغات آفلاین

علی رغم اینکه امروزه اکثر روش های سنتی تبلیغات و بازاریابی لوازم خانگی منسوخ شده و جای خود را به روش های نوین بازاریابی داده اند، اما همان طور که می دانید، بیشتر تاجران باسابقه در بازار لوازم خانگی و برخی از مخاطبین و مشتریان شاید آشنایی چندانی با ابزار دیجیتال مارکتینگ و تبلیغات در بستر مجازی نداشته باشند.

– تبلیغات آنلاین

در کنار تبلیغات آفلاین مانند نصب پوستر، چاپ تراکت، کارت تجاری و غیره، بیشترین انرژی خود را صرف تولید و نشر محتواهای تبلیغاتی در بستر مجازی کنید. خرید اغلب وسایل و تجهیزات مورد نیاز، به خصوص پس از شروع دوران پاندمی

کرونا، در بستر مجازی انجام می‌شود. بنابراین، اگر در تولید محتوای جذاب، داشتن برند معتبر و معرفی جامع محصولات خود موفق عمل کنید، قطعاً جذب مشتری لوازم خانگی شما هم بیشتر خواهد شد.

### مزیت رقابتی

شرکت جهت خرید محصولات مذکور با تولیدکنندگانی نظیر اسنوا، مادیران و ... همکاری می‌نماید. مشتریان شرکت فروشگاه‌های لوازم خانگی، وبسایت‌های فروشگاه‌های لوازم خانگی، مشتریان خرد لوازم خانگی، مشتریان عمده لوازم خانگی و نمایندگان فروش و سازمان و ارگان‌های دولتی و خصوصی می‌باشند و رقابت بسیار پایینی دارد.

### هدف از اجرای طرح

شرکت به منظور تامین سرمایه در گردش لازم برای خرید تلویزیون ایرانی بصورت نقد از شرکتهای تولید کننده، قصد تامین مالی به مبلغ ۲۵۰,۰۰۰ میلیون ریال از طریق سکوی تامین مالی جمعی هم آفرین را دارد. سرمایه پذیر قصد دارد با بررسی نیاز بازار و مشتریان اقدام به خرید تلویزیون ایرانی از تولیدکنندگان به مبلغ ۲۵۰,۰۰۰ میلیون ریال نماید و سپس محصولات خریداری شده را از طریق کانال‌های فروش که در قبل به آن اشاره شد بصورت نقد و اقساط با حفظ حاشیه سود برآورد شده در طرح به فروش برساند.

### ریسک‌های طرح

ریسک افزایش بهره: ریسک حاصل از استهلاک ارزش اوراق بهادار و سایر سرمایه گذاری‌های در آمد ثابت به عنوان ریسک نرخ بهره شناخته می‌شود. در ابتدا، ریسک نرخ بهره به دلیل نوسانات موجود در بازار رخ می‌دهد و در ادامه، این ریسک انواع سرمایه گذاری‌های مختلف را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ این ریسک در ابتدای امر بر سرمایه گذاری‌هایی با درآمد ثابت مانند سهام اوراق قرضه و اسناد رسمی تأثیر می‌گذارد. معمولاً، با افزایش نرخ سود اوراق قرضه و اسناد رسمی، کاهش قیمت اوراق بهادار رخ می‌دهد. علاوه بر آن، افزایش هزینه فرصت، منجر به افزایش نرخ بهره می‌شود.

ریسک اتفاقات سیاسی و اجتماعی: کسب و کارها هم‌چنین تحت تأثیر تصمیمات سیاسی نیز قرار می‌گیرند. تصمیمات مختلفی که دولت‌ها اتخاذ می‌کنند ممکن است بر مشاغل، صنایع و کل اقتصاد آن‌ها تأثیر بگذارد. این تصمیمات شامل مالیات، مخارج، مقررات، ارزش گذاری ارز، تعرفه‌های تجاری، قوانین کار مانند حداقل دستمزد و مقررات زیست محیطی هستند. مقررات حتی اگر فقط پیشنهاد شوند، می‌توانند تأثیر قابل توجهی داشته باشند.

ریسک قانونی زمانی مطرح می‌شود که یک معامله از نظر قانونی قابل انجام نباشد. ریسک قانونی در کل با ریسک اعتباری مرتبط است زیرا طرفین معامله در صورت زیان در یک معامله به دنبال بستر قانونی برای زیر سؤال بردن اعتبار معامله می‌گردند

این ریسک می‌تواند به صورت شکایت سهام‌داران علیه شرکتی که ضررده باشد ظاهر شود. ریسک‌های قانونی از طریق سیاست‌هایی که قسمت حقوقی مؤسسه با مشاوره مدیر ریسک و مدیریت سطح بالا اعمال می‌کند کنترل می‌شود. مؤسسات باید مطمئن باشند قراردادهای طرفین قابلیت اجرا دارد. با این حال وقتی پای زبان‌های بزرگ در میان باشد کشمکش‌های هزینه‌بر به وجود می‌آید زیرا منافع زیادی درگیر است

ریسک قانونی که ریسک حقوقی نیز نامیده می‌شود، یکی از ریسک‌های اثرگذار بر فعالیت شرکت‌ها است. دو عامل مهم در میزان ریسک حقوقی تأثیرگذار هستند. عامل اول ایجادکننده ریسک حقوقی، نوع و ساختار قوانین، روند قانونگذاری، و

همچنین تغییرات قوانین می باشد. عامل دوم ایجادکننده ریسک حقوقی، روابط حقوقی بین بانک و اشخاص حقیقی و حقوقی مرتبط با بانک می باشد

### کاربرد

لوازم خانگی، دستگاه‌هایی هستند که کارهای روزانه خانه‌داری را آسان تر می کنند. این وسایل زندگی انسان را متحول کرده‌اند و سبب بهبود بهداشت و تغذیه عمومی شده‌اند. برخی از گونه‌های وسایل خانگی مانند چراغ خوراک پزی، یخچال، فریزر، چرخ گوشت، مخلوط‌کن و مایکروفر، برای تهیه و نگهداری

### زیرساخت‌ها

فروشگاه

وبسایت

سیستم حمل و نقل

نمایندگی برندهای مطرح

### مشتریان

فروشگاه‌های لوازم خانگی

وبسایت فروشگاهی لوازم خانگی

مشتریان خرد لوازم خانگی

مشتریان عمده لوازم خانگی و نمایندگان فروش

### کانال توزیع و فروش

وبسایت و فروشگاه‌های کالای خانه و فروشگاه‌های طرف قرارداد



عنوان طرح:	تأمین سرمایه در گردش به منظور خرید و فروش تلویزیون ایرانی
نوع طرح: تولیدی <input type="checkbox"/> / خدماتی <input type="checkbox"/> / بازرگانی <input checked="" type="checkbox"/>	طرح دانش بنیان: بلی <input type="checkbox"/> / خیر <input checked="" type="checkbox"/>
مبلغ درخواستی:	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
بهای تمام شده:	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
پیش بینی فروش:	۴۲۳,۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
درصد سود پیش بینی شده:	۶۹.۵٪ با احتساب ۴ دوره گردش در سال
درصد سود پیش بینی شده برای سرمایه گذار:	۴۲٪
زمانبندی پرداخت سود سرمایه گذاران:	سه ماه یکبار
زمان تسویه حساب کامل:	یکساله

اطلاعات گزارش اعتبارسنجی  
گزارش اعتبار شرکت رتبه‌بندی اعتبار ایران:

گزارش اعتبار رتبه‌بندی اعتباری ایران برای شرکت و هیأت مدیره

<p>بر اساس آخرین به روز رسانی شرکت فاقد چک برگشتی است. مبلغ سررسید نشده واماها: ۱۲۵,۷۴۹,۰۶۵,۸۹۵ مبلغ سررسید شده پرداخت نشده: ندارد</p> <hr/> <p>پیش بینی میزان خوش حسابی(بازپرداخت مناسب) ۸۳.۱٪ الی ۸۸.۷٪</p> <hr/>	<p>خلاصه وضعیت:</p> <hr/> <p>چک برگشتی: ندارد</p>		<p>شرکت</p>
			<p>هیأت مدیره</p>
<p>نائب رئیس هیأت مدیره مجتبی شفیع اردکانی</p>	<p>رئیس هیأت مدیره عباس اسماعیل زاده</p>	<p>مدیرعامل امیرحسین زینعلی</p>	
<p>بر اساس آخرین به روز رسانی شخص فاقد چک برگشتی است. مبلغ سررسید نشده واماها: ۱,۱۴۰,۳۵۸,۵۵۶ مبلغ سررسید شده پرداخت نشده: ندارد</p> <hr/> <p>پیش بینی میزان خوش حسابی(بازپرداخت مناسب) ۸۳.۱٪ الی ۸۸.۷٪</p> <hr/>	<p>بر اساس آخرین به روز رسانی شخص فاقد چک برگشتی است. مبلغ سررسید نشده واماها: ۹,۶۵۵,۴۷۵,۱۰۳ مبلغ سررسید شده پرداخت نشده: ندارد</p> <hr/> <p>پیش بینی میزان خوش حسابی(بازپرداخت مناسب) ۷۵.۶٪ الی ۸۳.۱٪</p> <hr/>	<p>بر اساس آخرین به روز رسانی شخص فاقد چک برگشتی است. مبلغ سررسید نشده واماها: ۱,۲۹۶,۱۰۰,۰۰۰ مبلغ سررسید شده پرداخت نشده: ندارد</p> <hr/> <p>پیش بینی میزان خوش حسابی(بازپرداخت مناسب) ۸۸.۷٪ الی ۹۲.۵٪</p> <hr/>	

## گزارش ارزش آفرین اعتماد

## گزارش ارزش آفرین اعتماد

## رفتار اعتباری چک:

شخص حقوقی چک برگشتی رفع سوءاثر نشده ندارد.

## رفتار اعتباری وام و تعهدات:

پایبندی شخص به وام‌ها و تعهدات خود بالا است.

## رفتار اعتباری ضمانت نامه:

شخص حقوقی ضمانت نامه فعال ندارد.

## رفتار اعتباری وام:

شخص حقوقی پرونده باز وام ندارد.

## لیست سیاه صندوق‌ها و موسسات طرف تفاهم:

شخص حقوقی در لیست سیاه صندوق‌ها و موسسات مالی طرف تفاهم قرار ندارد.

## مبلغ مانده وام‌های بانکی شرکت:

۱۸۰,۷۶۴ میلیون ریال

## بیشترین مبلغ وام دریافتی از بانکها:

۸۴,۳۱۳ میلیون ریال

## مبلغ ضمانت نامه های فعال:

۶۶,۰۰۰ میلیون ریال

## استعلام بانکی

## رفتار اعتباری چک

■ شخص حقوقی چک برگشتی رفع سوءاثر نشده ندارد.

■ شخص حقوقی در یک سال اخیر مورد استعلام منفی در صدور چک داشته است.

### رفتار اعتباری وام و تعهدات

- پایبندی شخص به وامها و تعهدات خود بالا است.
- شخص حقوقی دارای دیرکرد در وامها و تعهدات فعال خود نیست.
- مجموع مبالغ وامها و تعهدات فعال بیشتر از ۲.۵ میلیارد تومان است.
- نسبت مانده بدهی وامها به کل وامها و تعهدات فعال بیشتر از ۸۰ درصد است.
- شخص حقوقی در یک سال اخیر مورد استعلام منفی در بازپرداخت اقساط وام و تعهدات داشته است.

### سابقه اعتباری در صندوقها و موسسات مالی طرف تفاهم

#### رفتار اعتباری ضمانتنامه

- شخص حقوقی ضمانت نامه فعال ندارد.
- مجموع مبالغ ضمانت نامه فعال صفر است.
- شخص حقوقی ضمانت نامه ی واخواست شده ندارد.
- تعداد ضمانت نامه های فعال صفر است.
- شخص حقوقی در یک سال اخیر مورد استعلام منفی در دریافت ضمانت نامه داشته است.

#### رفتار اعتباری وام

- شخص حقوقی پرونده باز وام ندارد.
- شخص حقوقی در یک سال اخیر مورد استعلام منفی در بازپرداخت اقساط وام داشته است.

#### لیست سیاه صندوقها و موسسات طرف تفاهم

- شخص حقوقی در لیست سیاه صندوق ها و موسسات مالی طرف تفاهم قرار ندارد.



**اطلاعات مالی**
**اقلام مهم صورت های مالی**

\*مبالغ به میلیون ریال هستند.

۱۴۰۰	۱۴۰۱	شرح (مبالغ به میلیون ریال می باشد)
۱۷۲,۰۸۴	۵۶۸,۰۴۶	جمع دارایی ها
۱۷۶,۶۵۱	۴۵۳,۶۹۵	جمع بدهی ها
۲۵,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	سرمایه
-۲۹,۵۶۸	۱۴,۳۵۱	سود(زیان) انباشته
-۴,۵۶۸	۱۱۴,۳۵۱	جمع حقوق مالکانه
۱۱۶,۵۱۲	۶۴۹,۳۹۶	درآمدهای عملیاتی
-۹,۹۳۲	۴۳,۸۰۲	سود(زیان) عملیاتی
-۱۹,۳۴۶	۴۳,۹۱۹	سود(زیان) خالص

**نسبت های مالی**

۱۴۰۰	۱۴۰۱	سال مالی	سود آوری	۱۴۰۰	۱۴۰۱	سال مالی	نقدینگی
٪۱۶.۶-	٪۶.۸	حاشیه سود خالص		۰.۹۶	۱.۱۰	نسبت جاری	
٪۱۱.۲-	٪۷.۷	بازده دارایی ها	۰.۴۶	۰.۷۴	نسبت آنی		
۱۴۰۰	۱۴۰۱	سال مالی	فعالیت	۱۴۰۰	۱۴۰۱	سال مالی	اهرمی
۱۴۶.۷۴	۹.۵۷	فروش به دارایی های ثابت		۰.۰۳-	۰.۲۰	حقوق مالکانه به دارایی ها	
۰.۶۸	۱.۱۴	فروش به دارایی ها		۳۸.۶۷-	۳.۹۷	بدهی به حقوق مالکانه	

**گزارش ارزیابی داخلی**

خلاصه وضعیت امتیاز متقاضی بر اساس ارزیابی داخلی		
امتیاز شرکت در هر طبقه	کل امتیاز هر طبقه	شرح
۵۵	۱۰۰	مالی
۸۰	۱۰۰	طرح
۶۵	۱۰۰	مدیریت
۱۰۰	۱۰۰	وضعیت حقوقی
۳۰۰	۴۰۰	مجموع کل

## جمع بندی ارزیابی

با توجه به ارزیابی انجام شده شرکت تسهیلات پرداخت نشده و چک برگشتی نداشته و وضعیت اعتباری مناسبی دارد. شرکت رشد درآمد عملیاتی مطلوبی در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰ داشته است. به انضمام اینکه حاشیه سود خالص شرکت رو به بهبود می باشد. شرکت مجموعاً از نظر فیلترهای اعتبارسنجی داخلی، مطلوب ارزیابی می شود.

### تذکر:

\* گزارش ارزیابی ارائه شده در سایت صرفاً جهت اطلاع رسانی و شفاف سازی مطابق ماده ۲۵ دستورالعمل تأمین مالی جمعی می باشد و به هیچ عنوان جنبه توصیه ندارد.  
\* امتیازدهی سنجش شده در گزارش ارزیابی براساس ارزیابی داخلی سکوی هم آفرین بوده و به هیچ عنوان رتبه اعتباری و یا درجه بندی ریسک نمی باشد.

\* در ضمن لازم به ذکر است ناظر طرح جناب آقای مهندس سعید جعفرپیشه می باشند.