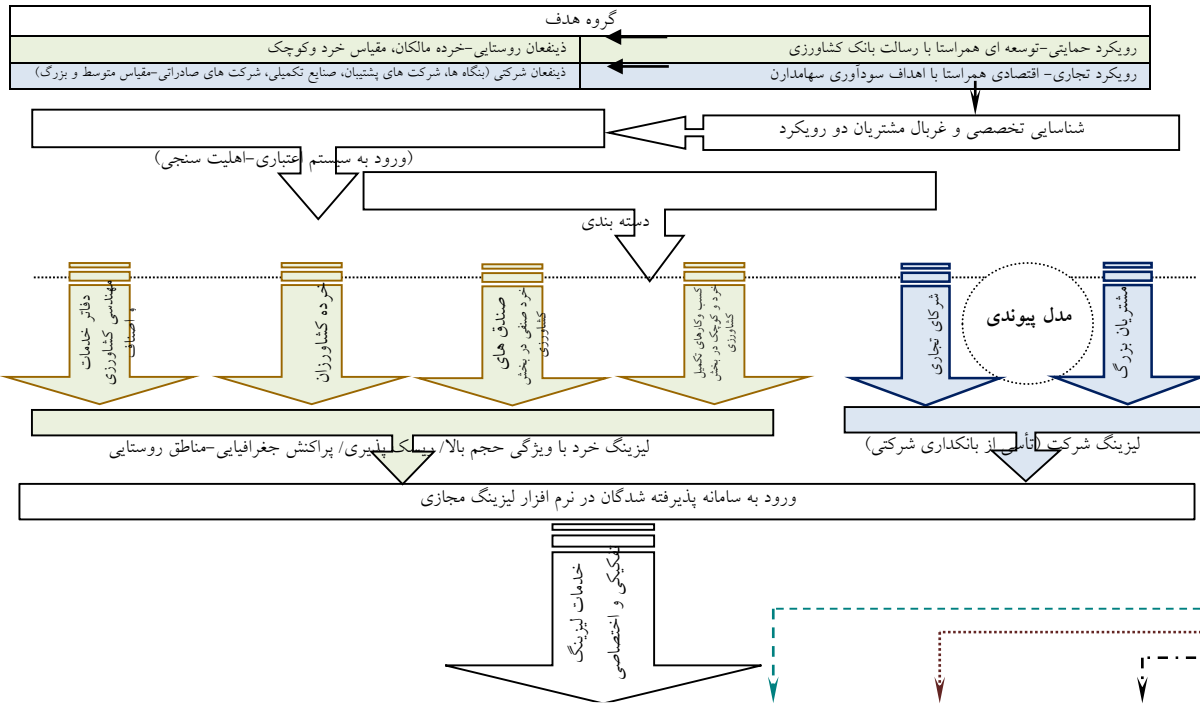


مدل جامع عملکردی شرکت لیزینگ مجازی-دیجیتال مهر کشاورزی با رویکرد مدلسازی سازمانی Ambidextrous-کارکرد دوسویه

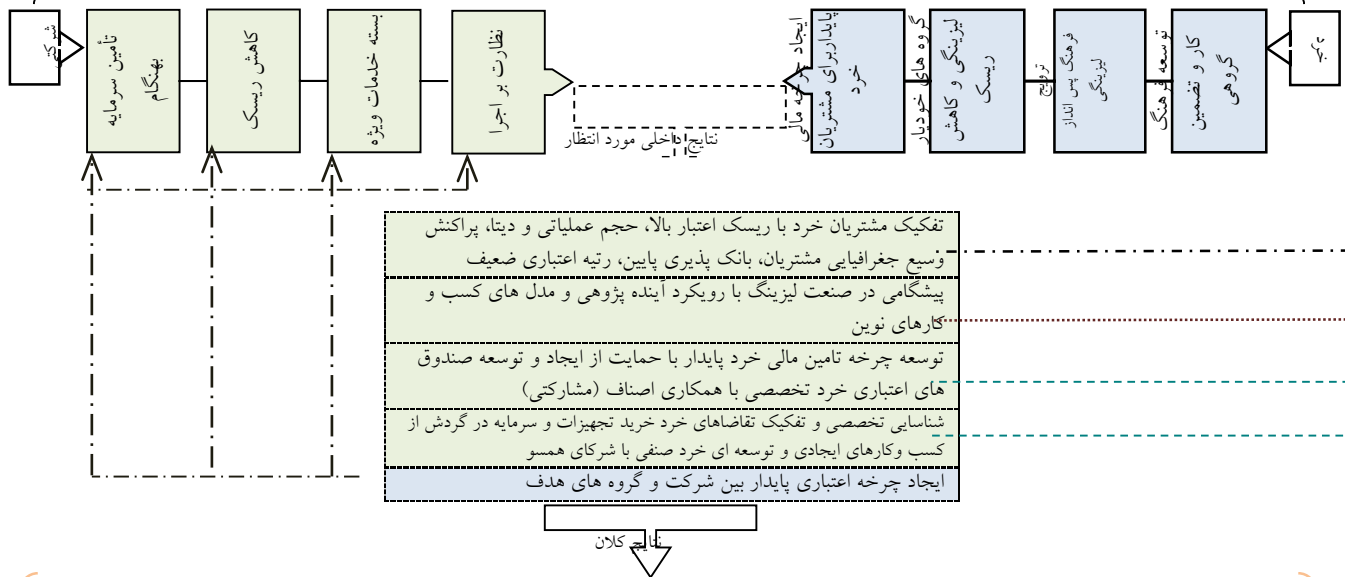
کارکرد بال یک مدل: لیزینگ خرد: مشتریان حمایتی و اجتماعی در راستای هم افزایی با (رسالت توسعه ای بانک مادر

کارکرد بال دوم مدل: لیزینگ شرکتی: مشتریان بزرگ در راستای (رسالت تجاری و سودآوری حداکثری شرکت



در دست تکمیل

لیزینگ خرد (پیوندی)		لیزینگ فخرانه		لیزینگ صنعتی		مشتریان بنگاهی (لیزینگ شرکتی)		لیزینگ سبز		لیزینگ اجتماعی	
خامشترک	نوع مشارکت	خامشترک	خامشترک	حلیت شرکت	نوع مشارکت	خامشترک	نوع مشارکت	خامشترک	نوع مشارکت	خامشترک	نوع مشارکت
هم افزایی با منابع بانک	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه آموزش آبی نامه بانجلی کوپری	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات ویژه مشتریان شرکتی	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای
معرفی توانکنندگان دارای تخفیف	ارائه تسهیلات	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه آموزش آبی نامه بانجلی کوپری	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات ویژه مشتریان شرکتی	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای
هم افزایی با منابع بانک	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه آموزش آبی نامه بانجلی کوپری	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات ویژه مشتریان شرکتی	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای	ارائه خدمات پیمانه ای و مشاوره ای



- توسعه مدل های نوین پرداخت لیزینگ و گذر از لیزینگ سنتی خودرود محور
- تاسیس نخستین شرکت لیزینگ مجازی کشور با ارزش های مشتری مداری، لیزینگ سبز، لیزینگ پیوندی و لیزینگ اجتماعی
- کاهش حجم مراجعات مشتریان خرد بانک کشاورزی برای ماشین الات و تجهیزات کشاورزی و مدرنیزاسیون تاسیسات آبرسانی و غیره
- شناسایی مشتریان شرکتی بزرگ و پایدار، عقد قراردادهای گسترش پاینده و ایجاد چرخه درآمد پایدار برای لیزینگ
- ایجاد حاکمیت شرکتی و سه جانبه گرایی دولت (بانک و لیزینگ)، بخش خصوصی (تولیدکنندگان) و مردم (مشتریان نهایی)

مدل کسب و کار: مجموعه ای از عناصر و نحوه ارتباط آنها و شیوه منطقی در آمد زایی بر مبنای بوم کسب و کار استراواالدر.

<p>شرکای کلیدی EBusinesses - - بانک کشاورزی - شرکت های بیمه - شرکت های رتبه سنجی - نرم افزار آپ - تولیدکنندگان محصولات و بخش کشاورزی در همه حلقه های زنجیره - تولیدکنندگان محصولات سبز و سازگار با محیط زیست - تولیدکنندگان فعال در تولید تجهیزات انرژی پاک - صادرکنندگان</p>	<p>فعالیت های اصلی - لیزینگ سبز - لیزینگ شرکتی - لیزینگ خرد - لیزینگ پیوندی - لیزینگ اجتماعی منابع اصلی - بانک کشاورزی و پشتوانه عظیم فعالیت تخصصی و توسعه ای - نرم افزار جامع لیزینگ مجازی برای نخستین بار در کشور - تولیدکنندگان بخش کشاورزی</p>	<p>ارزش پیشنهادی - لیزینگ مجازی و غیرحضوری - تفکیک لیزینگ خرد و شرکتی لیزینگ پیوندی و مشارکتی - کاهش حداکثری هزینه های مبادله - کاهش قیمت تمام شده پول - رایه لیزینگ سبز و اجتماعی</p>	<p>ارتباط با مشتریان - شبکه زنجیره عرضه مشتریان - اپلیکیشن ها - دسترس مجازی مشتریان - عاملان طرف قرارداد کانال توزیع - شبکه نمایندگی مشتریان شرکتی - شعبه های شرکای تجاری - سازوکار ارسال به مشتری</p>	<p>بخش مشتریان - مشتریان خرد ماشین آلات کشاورزی و سایر نهادها مشتریان شرکتی (تولیدکنندگان نهادها ها) - کسب و کارهای مجازی به عنوان اولین تجربه لیزینگ مجازی - مشتریان دولتی و خصوصی تولیدکننده تجهیزات مبارزه با خشکسالی و انرژی های پاک</p>
<p>میان هزینه</p> <ul style="list-style-type: none"> - هزینه تولید نرم افزار جامع - هزینه فرهنگ سازی برای لیزینگ مجازی - هزینه های جاری - هزینه های سرمایه ای 		<p>میان درآمد</p> <ul style="list-style-type: none"> - تسهیلات بانکی / - اوراق مشارکت / تسهیلات مشارکتی / - خرید و فروش پتنت ها و ایده های تجاری / - حق عضویت باشگاه مشتریان / - حق عاملیت / - سود سپرده / - کارمزد فروش آنلاین محصولات نهادها های کشاورزی / - سرمایه گذاری خطرپذیر VC / - فعالیت های E Business / - مشارکت در صادرات و واردات 		

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	عوامل داخلی عوامل خارجی
<p>W1- عدم آشنایی کامل نیروی انسانی شرکت با فرصت های لیزینگ در دنیا</p> <p>W2- محافظه کاری حوزه IT در تدوین ابزار دیجیتال</p> <p>W3- نبودن نمونه اولیه لیزینگ دیجیتال برای مطالعه و Benchmarking</p> <p>W4- دارا نبودن نیروهای خبره در ارتباطات بین المللی</p> <p>W5- عدم توانایی تغییر سیاست های دولتی و اجبار در سازگاری</p>	<p>S1- امکان گسترش شبکه در تمام شعب بانک کشاورزی و در دورافتاده ترین مناطق کشور</p> <p>S2- تمرکز بر سیستم دیجیتال و کانال های ارتباطی الکترونیکی</p> <p>S3- نیروی انسانی متعهد و کارشناس</p> <p>S4- دارا بودن تجربه داخلی از استقرار صندوق های خرد روستایی</p> <p>S5- توانایی در ارائه لیزینگ های شرکتی</p>	
استراتژیهای مبتنی بر نقاط ضعف و فرصتها (WO) مطابق با استراتژی های محافظه کارانه	استراتژیهای مبتنی بر قدرت و فرصتها (SO) مطابق با استراتژی های تهاجمی	فرصت (O)
<p>W4O2- تقویت نیروی انسانی برای توسعه ارتباطات بین الملل</p> <p>W1O6, W3O5- بررسی و پژوهش خدمات برتر لیزینگ در دنیا و آینده پژوهی این صنعت و آموزش کارکنان بر آن اساس</p> <p>W2O5- آموزش نیروی IT یا برون سپاری پروژه</p> <p>W3O9- استراتژی همکاری مشترک با سازمان های لیزینگ بین الملل</p>	<p>S1O1, S1O4- توسعه صندوق های خرد صنفی</p> <p>S1O1- توسعه خدمات لیزینگ اجتماعی</p> <p>S1O3, S1O4- توسعه خدمات لیزینگ کشاورزی و لیزینگ سبز</p> <p>S2O5- توسعه لیزینگ دیجیتال و فناورانه</p> <p>S3O6, S3O10- تنوع و توسعه محصولات جدید در بازار فعلی</p>	<p>O1- پشتوانه بانک کشاورزی</p> <p>O2- عدم تحریم بانک و بستر مناسب تر برای کار زیرمجموعه</p> <p>O3- انحصاری بودن حوزه کشاورزی</p> <p>O4- امکان توسعه کشاورزی و تقویت پتانسیل های روستایی</p> <p>O5- توسعه یافتگی بستر IT در کشور</p> <p>O6- امکان تنوع بخشی محصولات و خدمات قابل ارائه در صنعت</p> <p>O7- حوزه کشاورزی و توسعه روستایی مانند اقیانوس آبی در صنعت لیزینگ</p> <p>O8- عدم فعالیت رقبا در حوزه های سرمایه گذاری طرح های بزرگ و زیربنایی</p> <p>O9- ارائه خدمات مشاوره ای و طرح های مشترک حمایتی توسط موسسات بین المللی</p>

		<p>O10- نبودن تنوع در ابزارهای اعتباری موجود و امکان نوآوری در خدمات</p> <p>O11- توسعه لیزینگ اسلامی</p> <p>O12- تمرکز رقبا بر لیزینگ خودرو</p> <p>□</p>
<p>استراتژیهای مبتنی بر نقاط ضعف و تهدیدها (WT) مطابق با استراتژی های تدافعی</p>	<p>استراتژیهای مبتنی بر نقاط قوت و تهدیدها (ST) مطابق با استراتژی های رقابتی</p>	<p>تهدیدها (T)</p>
<p>W5T2- ایجاد هلدینگ برای پوشش بخش های محدودیت ساز</p> <p>W4T1- آموزش نیروی انسانی به منظور مقابله و رقابت برون مرزی با سایر فعالان صنعت</p> <p>W3T3, W3T2- بررسی و پژوهش در مورد موانع و ظرفیت های پیشگامان و نمونه های موفق در صنعت و سرمایه گذاری بر روی پژوهش های پایه</p>	<p>T3S5, T1S5- استراتژی های لیزینگ پیوندی</p> <p>T1S4- توسعه خدمات لیزینگ خرد</p>	<p>T1- نوپابودن شرکت در بازار و حضور رقبای متعدد</p> <p>T2- محدودیت های سیاسی و قانونی</p> <p>T3- محدودیت های ناشی از میزان سرمایه و حمایت های مالی</p> <p>T4- عدم هماهنگی دستورالعمل های وزارت اقتصاد و سازمان ملیاتی</p> <p>T5- نبودن شفافیت اقتصادی در کشور</p> <p>T6- اشباع بازار لیزینگ در بخش کالاهای بادوام</p> <p>T7- وابستگی میزان سودآوری لیزینگ به میزان رونق اقتصادی</p> <p>T8- نرخ بالای عقود و نبودن تقاضای مستمر در صنعت</p> <p>T9- رکود اقتصادی و مشکلات تامین مالی</p> <p>T10- توسعه نیافتگی نظام پولی و مالی</p>

توضیحات همدل (در دست تهیه)

دو سو توانی:

لیزینگ سبز و خرد

لیزینگ سبز (لیزینگ نامه های مجاز، لیزینگ های با کارایی بالا یا لیزینگ های انرژی کارآمد)، با ایجاد انگیزه های مالی در کاهش مصرف انرژی توسط صاحبان املاک و مستاجرین، صرفه جویی در هزینه های سوخت، صرفه جویی در منابع زیست محیطی، اطمینان از عملکرد کارآمد ملک، تمرکز بر فعالیت های حامی محیط زیست، توسعه کشاورزی و حمایت های اجتماعی، ایفای نقش می کنند. این نوع قراردادهای لیزینگ بر اساس اصول پایداری محیط زیست تنظیم شده و هزینه های مربوط به انرژی، آب، زباله و منابع دیگر را کاهش می دهند.

لیزینگ شرکتی

وجوه تمایز لیزینگ شرکتی و اختصاصی با لیزینگ خرد به طور خلاصه عبارتند از:

- کمک به رشد و بالندگی صنایع و کاهش قیمت تمام شده محصولات تولیدی و خدمات.
- ایجاد توازن بین عرضه و تقاضای محصولات تولیدی شرکت های طرف قرارداد با شرکت لیزینگ.
- استفاده از بازارهای مکمل مشتریان شرکتی و ایجاد هم افزایی بازارهای ثانویه شرکت ها در مقایسه با مشتریان حقیقی که مصداقی برای آن وجود ندارد.
- کمک به صنایع متوسط و تبدیلی در جهت نوسازی خطوط تولید و تجهیزات و افزایش میزان صادرات.
- رغبت و انگیزه مشتریان به ارتقای لیزینگ الکترونیک و تمایل این مشتریان به استفاده از ابزارهای نوین و الکترونیک.
- قابلیت اعتبارسنجی و ایجاد رتبه بندی اعتباری قابل اتکاتر مشتریان شرکتی نسبت به مشتریان خرد.
- لیزینگ اجتماعی، لیزینگ پیوندی، حاکمیت شرکتی،

شرکای تجاری

شرکتها و مؤسساتی که در زنجیره تامین انواع کارکردهای اعتباری، مالی، فناوری/محصولات/خدمات به عنوان شریک، پیمانکار، تامین کننده و ... با شرکت همکاری می کنند. هدف از کار با شرکای تجاری عبارت است از:

نوآوری های مدل

۱) پیاده سازی مدل نوین لیزینگ شرکتی برای نخستین بار در کشور بر پایه مدل لیزینگ مجازی

Virtual Leasing

- شناسایی مشتریان بزرگ و عقد قراردادهای بلند مدت و طراحی ارائه خدمات خاص مناسب با نیازهای حال و آتی مشتریان.

۲) طراحی نخستین نرم افزار جامع و یکپارچه تاریخ صنعت لیزینگ Core Leasing

۲) پیاده سازی مدل های نوین اجرایی در حوزه لیزینگ سبز و لیزینگ اجتماعی

- حفظ محیط زیست

- فروش ماشین آلات غیر آلاینده

- ادوات انرژی های خورشیدی سیار و روستایی

- تجهیزات تصفیه های آب آشامیدنی سیار و روستایی

۳) توجه به همکاری با شرکت های دانش بنیان، استارت آپ ها، مراکز شتاب دهنده، مدل های نوین

کسب و کار و سرمایه گذاری نظیر CV، CVC، SPIN OUT، SPIN OFF، کسب و کارهای

کارآفرینانه، کسب و کارهای الکترونیکی-مجازی، کسب و کارهای خدمات رسان با هزینه مبادله

پایین، پتنت ها، کسب و کارهای برآمده از مراکز رشد با محوریت بخش کشاورزی، شرکت های دانش

بنیان، تامین کنندگان مالی جمع سپاری و مشارکتی

۴) توسعه و گسترش راهکارهای تأمین منابع مالی ارزان قیمت

- عملکرد تجاری- اجتماعی در راستای سیاست های اقتصادی و توسعه ای بانک کشاورزی

در قالب یکپارچه گرایی در بسته زنجیره ارزش خدمات بانک با کارگزاری لیزینگ به

صورت هوشمند و برخط و بر مبنای اهرمی بودن شرکت برای توسعه خدمات بانک

- بهره گیری از امکانات تجاری لیزینگ در حوزه خرید و سرمایه گذاری و توجه به مزیت

های اقتصادی صنایع به تفکیک، در بخش های کشاورزی، دامداری و دامپروری، ماکیان،

طیور و شیلات، لبنیات صنعتی، صنایع تکمیلی و تبدیلی، صادرات، انبار و نگهداری

محصولات کشاورزی به صورت محوری و تخصصی و در کنار آن خودروسازی، صنایع

سنگین، راهسازی و همچنین مشارکت مستقیم در فرآیند تولید و فروش محصولات

صنعتگران کشور.