



# شرکت روناک طب ویدا

Ronak Teb Vida Company

# معرفی شرکت

## About Us

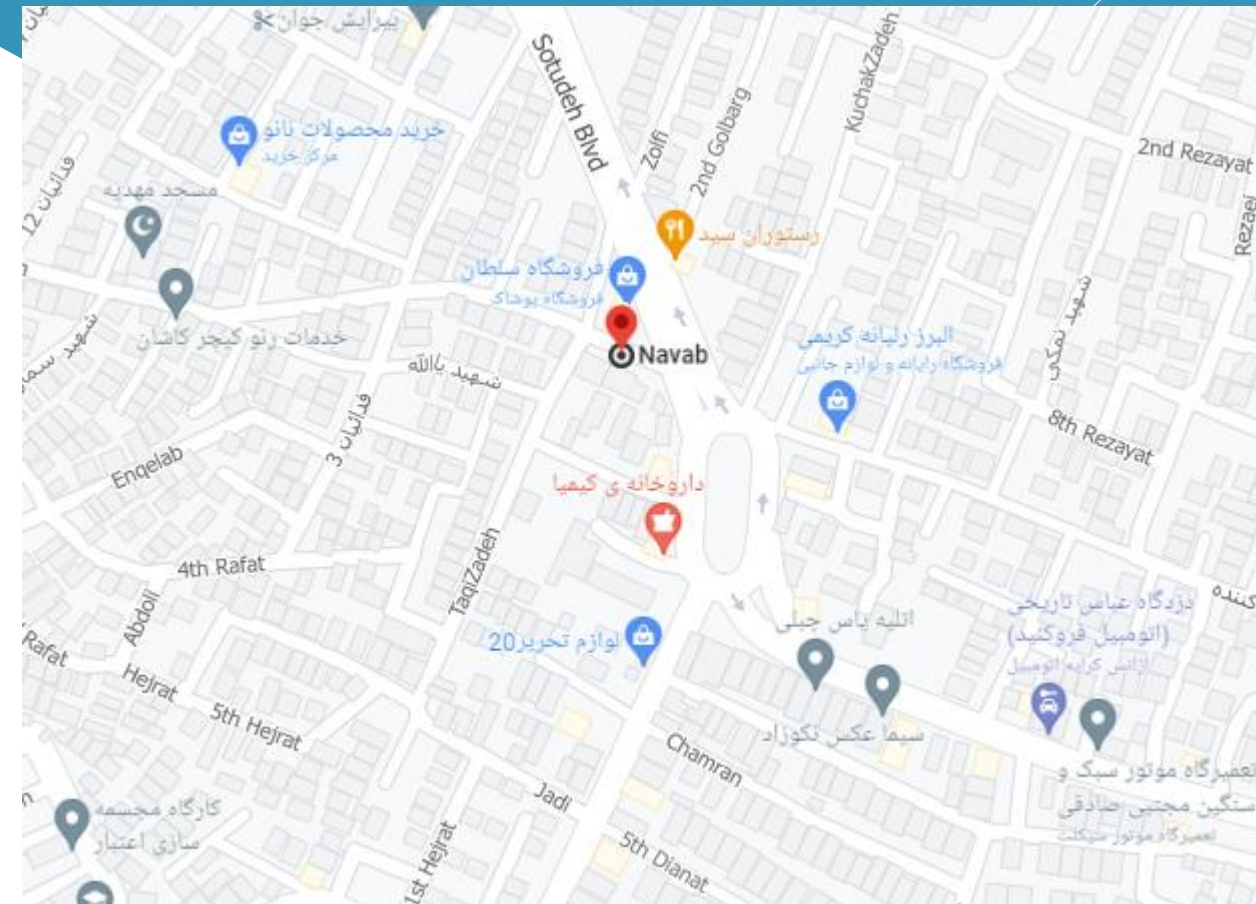
شرکت روناک طب ویدا با شماره ثبت 7232 در سال 1400 به صورت رسمی تاسیس شد . عمده فعالیت های شرکت در حوزه تولید تجهیزات مصرفی آزمایشگاه های درمانی و تحقیقاتی می باشد . تمامی محصولات با متریال داخلی بر پایه دانش بنیان تولید و عرضه می شود . طراحی ، تحقیق و توسعه محصولات شرکت توسط دانش آموختگان دانشگاه علوم پزشکی کاشان انجام شده است

# ارتباط با شرکت

## Contact Us

- Phone : 031-55543022
- Mobile : 09016693332
- Website : [www.R-tebvida.ir](http://www.R-tebvida.ir)
- Instagram : R\_tebvida

کاشان - میدان شورا - ساختمان نوآوری  
سلامت واحد شرکت روناک طب ویدا



# Certificate

شماره: ۵۰۱۰۰/۴۳۱۱  
تاریخ: ۱۳۰۰/۱۲/۱۱  
پرست: ندارد

جمهوری اسلامی ایران  
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی  
دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی گاهان

تولید، پشتیبانی، منع زدايي ها - اتمام معظم رهبري ا

باسمه تعالی

**جناب آقای علی بیگی**  
**نماینده محترم شرکت فناور روناک طب ویدا**

با سلام و احترام؛  
بدین وسیله باستحضار می رساند بر اساس بند ۵ مصوبه پانزدهمین جلسه شورای فناوری دانشگاه مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۰۸، استقرار و فعالیت شرکت روناک طب ویدا (سهامی خاص) در مرکز رشد فناوری سلامت مورد تایید می باشد.

متن مصوبه به شرح ذیل می باشد:

با درخواست واحد فناور "میکرولب" مبنی بر تغییر وضعیت حقوقی خود و استقرار شرکت "روناک طب ویدا" موافقت به عمل آمد و مقرر گردید فضای کارگاهی جهت فعالیت این شرکت از طرف مرکز رشد دانشگاه تامین گردد.

کاتب: فرات طب روانی  
بزار پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی گاهان، معاونت تحقیقات و فناوری  
کمیسیون: ۸۷۱۵۸۸۱۴۱  
تلفن: ۰۳۱۵۵۸۹۳۲۹  
فکس: ۵۸۸۱۱۴  
آدرس: بیل  
Research@kaums.ac.ir  
آدرس وب سایت:  
Research.kaums.ac.ir

شماره پیگیر: ۵۷۳۳۳۲

رونوشت:  
سرپرست محترم مرکز رشد معاونت تحقیقات و فناوری جناب آقای دکتر علی محمد نیک فرجام





تاسیس ۱۳۶۵  
معاونت تحقیقات و فناوری

- دانشگاه بزرگ فرانس  
- دانشگاه تپ یکه از سال ۱۳۹۲  
- ربه اول دانشگاهای علوم پزشکی کشور در نظام بین المللی گزین شده (۲۰۲۰)  
- ربه سوم دانشگاهای علوم پزشکی کشور در ربه بندی بین المللی (۲۰۲۱)



انجمن صنفی متخصصین تجهیزات پزشکی گاهان  
**IMEDS**  
Iranian Medical Device Society

شماره گواهینامه: ۰۰۰۲۸۷۰۰۷۸/الف ک  
تاریخ صدور: ۱۴۰۱/۰۲/۰۶

**گواهینامه پایان دوره آموزشی**

گواهی می شود خانم/آقای **علی بیگی** فرزند **حسن** متولد **۱۳۶۶/۰۳/۱۰** دارای شماره ملی **۱۲۹۲۰۷۳۱۱۱**

دوره آموزشی "مسئول فنی تولیدکنندگان و واردکنندگان تجهیزات پزشکی"

که با همکاری و نظارت اداره کل نظارت و ارزیابی تجهیزات و ملزومات پزشکی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برگزار گردیده را به مدت **۵۶** ساعت از تاریخ **۱۴۰۰/۱۲/۲۲** لغایت **۱۴۰۰/۱۲/۲۲** با موفقیت به پایان رسانده است.

مهندس مهرداد سرکشی  
دبیر انجمن

مهندس احمد صعلی  
رئیس هیات مدیره انجمن

**IMEDS**  
انجمن صنفی متخصصین تجهیزات پزشکی گاهان



# جامعه هدف

Target Population



- مراکز درمانی
  - بیمارستان ها
  - کلینیک و پلی کلینیک
  - آزمایشگاه های دولتی و خصوصی
  - آزمایشگاه های تحقیقاتی و سرطان
- در حال حاضر بیش از **92.8%** از محصولات مصرفی در کشور به صورت وارداتی می باشد



# لیست محصولات

## Product List



<p><b>۱</b> بخش‌های مشتری</p> <p>هر بخش از مشتری خود را لیست کنید</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- بیمارستان</li> <li>- کلینیک و پلی کلینیک های پزشکی</li> <li>- آزمایشگاه های خصوصی و دولتی</li> <li>- آزمایشگاه های تحقیقاتی</li> <li>- کشورهای همسایه</li> <li>- تجهیزات پزشکی</li> </ul>	<p><b>۷</b> برتری مطلق</p> <p>مزیتی که به آسانی خریداری یا کپی نمی شود</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- پیچیدگی فنی</li> <li>- تحقیق و توسعه ۵ ساله محصولات</li> </ul>	<p><b>۳</b> ارزش پیشنهادی یکتا</p> <p>چرا متفاوت هستید و ارزش توجه دارید؟</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- قیمت رقابتی</li> <li>- کیفیت رقابتی با بیش از ۹۸٪</li> <li>- ۰/۳g وزن محصول کمتر</li> <li>- ارسال رایگان در اطراف محدوده شرکت</li> <li>- پشتیبانی همه جانبه</li> </ul>	<p><b>راه حل</b></p> <p>راه حل ممکن برای حل هر مسئله</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- وزن پایین تر محصول در نتیجه ↓ قیمت محصولات</li> <li>- استفاده از مواد اولیه داخلی برای تولید باکیفیت</li> <li>- تایم تحویل محصولات کمتر از ۶۸ ساعت</li> </ul>	<p><b>مسئله</b></p> <p>حداکثر سه مسئله اصلی</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- نیاز داخلی به تجهیزات مصرفی AZ</li> <li>- هزینه بالا واردات محصولات خارجی و خروج ارز از کشور</li> <li>- پشتیبانی ضعیف فنی و فروش محصولات وارداتی</li> <li>- بالا بودن بازه زمانی تولید تا مصرف محصولات خارجی</li> <li>- بومی سازی و جلوگیری از خام فروشی</li> </ul>
<p><b>پذیرندگان آغازین</b></p> <p>نخستین مشتریانی که احتمالاً محصولات را دوست داشته باشند</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- بیمارستان های علوم پزشکی کاشان</li> <li>- تجهیزات پزشکی کاشان</li> </ul>	<p><b>۴</b> کانال‌ها</p> <p>کانال‌های دسترسی به بخش مشتریان را بنویسید</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- بسته های دیجیتال ← وب سایت / page</li> <li>- بازاریاب حضوری</li> <li>- تبلیغات محیطی</li> <li>- تبلیغات دهان به دهان</li> </ul>	<p><b>۶</b> سنج‌های کلیدی</p> <p>سنج‌های کلیدی که می‌گویند راه را درست می‌روید</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- مانند شرکت FL</li> <li>- تولید داخل</li> <li>- پشتیبانی فنی و فروش همه جانبه</li> <li>- قیمت پایین تر</li> </ul>	<p><b>۶</b> سنج‌های کلیدی</p> <p>سنج‌های کلیدی که می‌گویند راه را درست می‌روید</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- میزان فروش و ثبت سفارش</li> <li>- بالا بودن و نزدیک بودن به استانداردهای کیفی محصولات</li> <li>- عیوب محصولات</li> <li>- میزان بازدید از صفحات دیجیتال</li> </ul>	<p><b>جایگزین‌های موجود</b></p> <p>مسئله (ها) امروز چگونه حل می‌شوند</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- تولید محدود محصولات مصرفی AZ</li> </ul>

**۵** جریان‌های درآمدی

جریان‌های درآمدی خود را لیست کنید (ترجیحاً به تفکیک هر بخش از مشتری)

- فروش مستقیم
- فروش اینترنتی

**۵** ساختار هزینه‌ها

هزینه‌های مورد نیاز برای ارائه راه حل، ارزش پیشنهادی و ... خود را لیست کنید

- مواد اولیه
- تولید
- کنترل کیفی
- انبار
- حمل و نقل
- پرسنل
- تبلیغات
- نگهداری و تعمیرات
- R&D و محصولات جدید
- حقوق و مالیات
- اجاره دفتر و انبار
- زیرساخت فنی و مهندسی

# هدف

Goal

بومی سازی و تولید دانش بنیان  
محصولات مصرفی آزمایشگاه





# چشم انداز

Vision

چشم انداز شرکت روناک طب ویدا، تبدیل شدن به یکی از پنج تولیدکننده برتر محصولات مصرفی آزمایشگاهی در داخل و همچنین نفوذ به بازارهای منطقه طی پنج سال آینده می باشد. در راستای تحقق این چشم انداز، شرکت روناک طب بیدار با بهره گیری از نیروی انسانی متخصص و متعهد داخلی با بومی سازی محصولات مصرفی آزمایشگاهی علاوه بر افزایش تولید خود، سعی در تکمیل سبد و تنوع محصولات دانش بنیان خود دارد.

# ماموریت

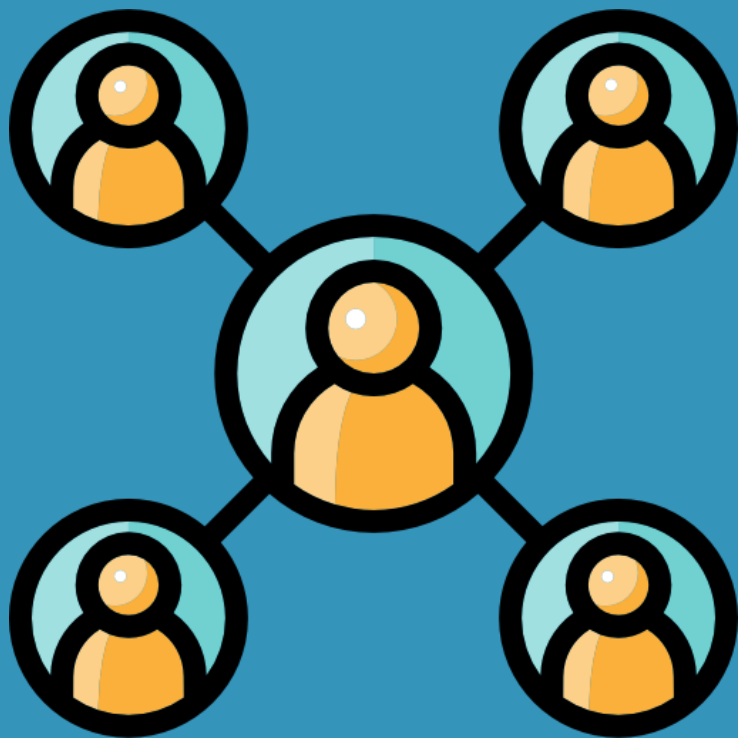
Mission

ماموریت سازمان توسعه تکنولوژی در زمینه علوم آزمایشگاهی با تولید بهترین و جدیدترین محصولات دانش بنیان پیشرفته در حوزه علوم آزمایشگاهی با تکیه بر دانش نوین و بومی است.



# ارزش های سازمانی

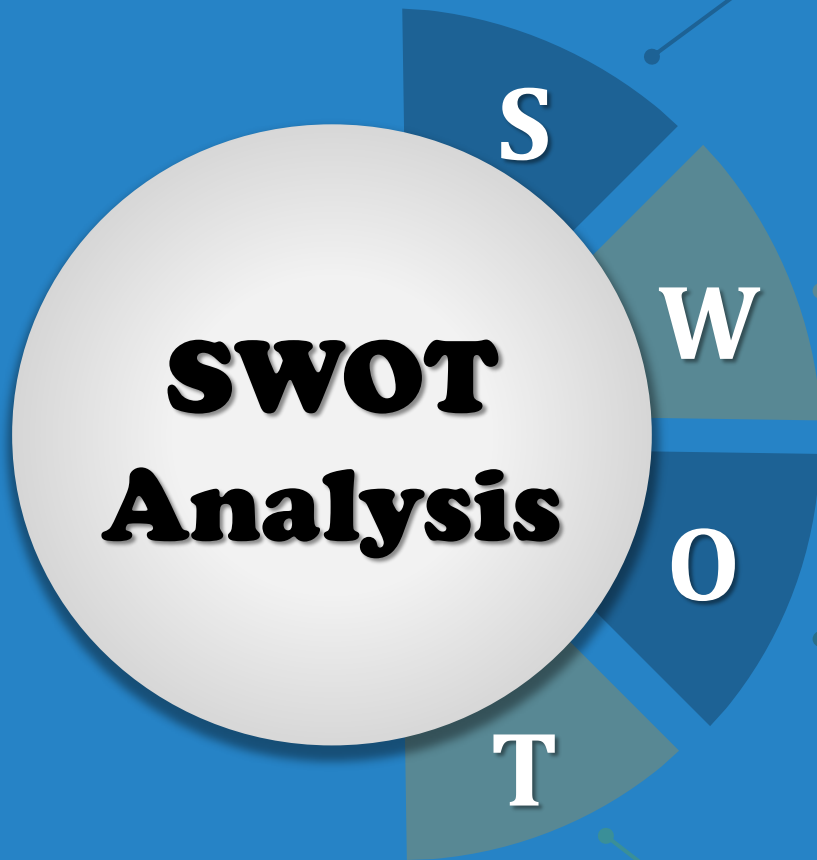
Organizational values



- به کارگیری افراد متخصص داخلی
- نوآوری و کیفیت بالای محصولات
- در دسترس بودن و پشتیبانی بی قید و شرط
- تعامل بالا با مشتری
- بومی سازی و به کارگیری مواد اولیه داخلی و جلوگیری از خام فروشی



# شعار سازمانے



## Strength



- S1: دانش تخصصی در زمینه تولید لوله های آزمایشگاهی
- S2: در اختیار داشتن نیرو جوان نخبه
- S3: کیفیت و کنترل کیفیت قابل رقابت با نمونه ایتالیایی
- S4: قیمت تمام شده رقابتی پایین نسبت به رقبا

## Weakness



- W1: عدم تولید اتوماتیک
- W2: عدم تنوع محصول
- W3: کمبود تبلیغات و بازاریابی
- W4: عدم تکمیل منابع انسانی
- W5: کمبود منابع مالی

## Opportunity

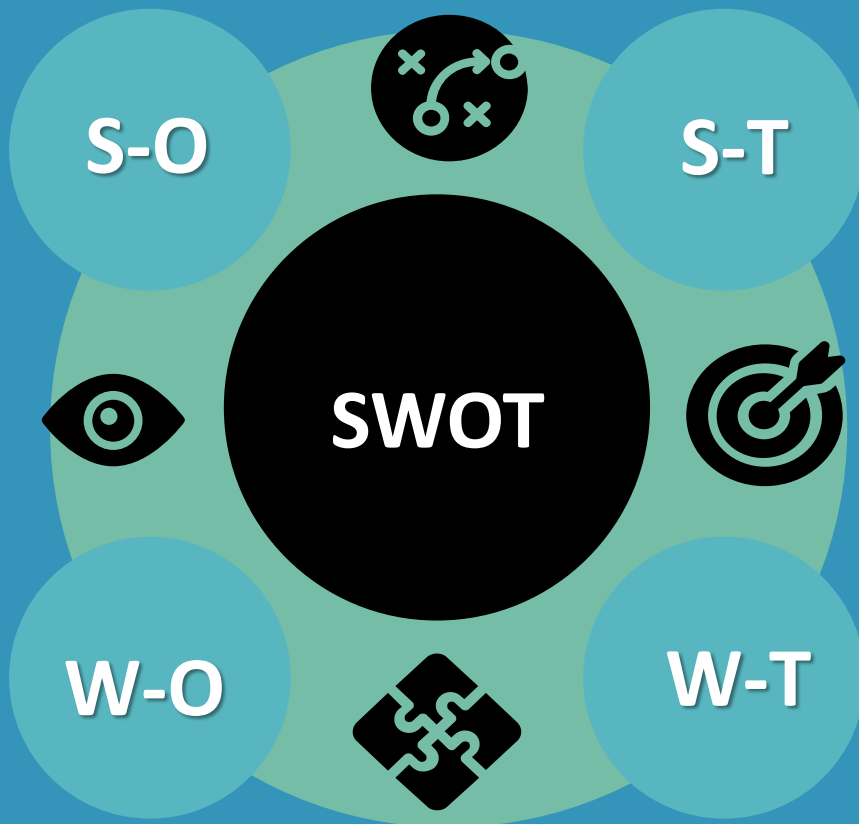


- O1: برخورداری از حمایت های دولتی و سایر مزایای دانش بنیان بودن
- O2: روند روبه رشد تاسیس مراکز آزمایشگاه تشخیص طبی
- O3: افزایش تقاضای محصول باتوجه به افزایش بیماران ، روند اهمیت بهداشت و روند پیری جمعیت
- O4: وجود منابع اولیه بومی و غنی در کشور
- O5: وجود نیروکار ارزان در کشور و پایین آمدن قیمت تمام شده نسبت به رقبای خارجی
- O6: ارتباط و تعامل با محیط دانشگاهی، پارک علم و فناوری و مرکز رشد
- T1: تحریم بین المللی ایران که منجر به ضعف در تامین از تامین کنندگان مناسب و صادرات محصول در بازار های جهانی میشود
- T2: انحصار و واسطه گری محصولات داخلی
- T3: کاهش پوشش بیمه ای و مراجعه کمتر مردم به مراکز تشخیص طبی
- T4: سیاست های سخت بانکی که منجر به مشکل در تامین مالی میشوند
- T5: موانع دریافت مجوزهای لازم از سازمان های مربوطه
- T6: ورادات بی رویه تجهیزات آزمایشگاهی
- T7: زیر ساخت های ضعیف علمی و فنی در کشور

## Threats



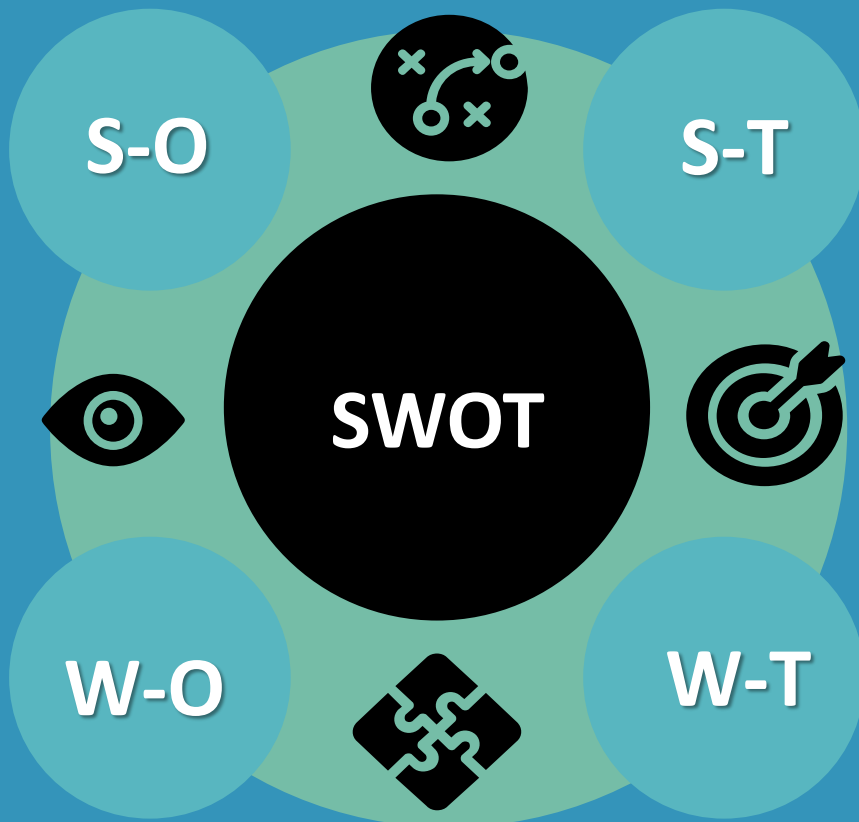
# تدوین استراتژی ها



تعیین روش نوع بازی در کسب و کار را استراتژی گوئیم که ما را بر اساس وضعیت رقابتی در بازار رقابتی کمک می کند تا به اهداف سازمان برسیم. استراتژی های مختلف، جهتگیری های اصلی سازمان در حوزه های مختلف را مشخص و بر اساس برنامه های عملیاتی را مشخص می کنند.

با استفاده از SWOT و برقراری ارتباط میان فاکتورهای خاص داخلی و خارجی می توانیم استراتژی ها را تدوین کنیم. در شرایط کلی، چهار ترکیب عمده استراتژیک متداول عبارتند از:

# تدوین استراتژی ها



استراتژی های قوت ها / فرصت ها (ماکسی-ماکسی) : سازمان باید با تکیه بر نقاط قوت خود، بتواند از فرصت های بالقوه محیطی حداکثر بهره برداری را کند.

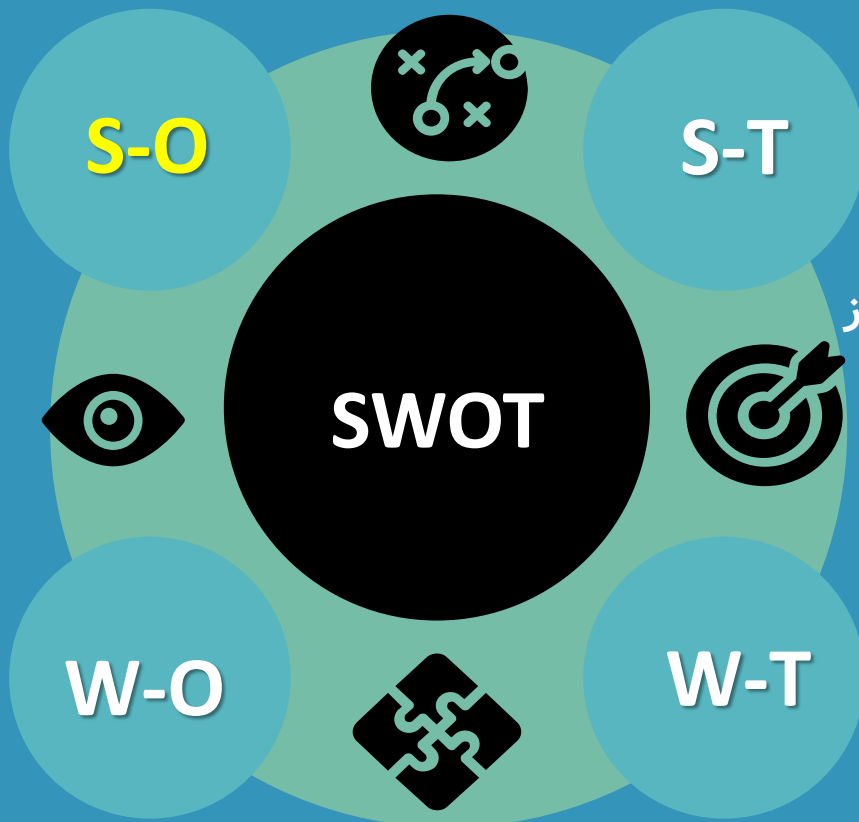
استراتژی های قوت ها / تهدیدات (ماکسی-مینی) : سازمان باید از نقاط قوت خود برای محو یا به حداقل رساندن تهدیدات استفاده کند.

استراتژی های ضعف ها / فرصت ها (مینی-ماکسی) : سعی می شود ضعف ها با بیشترین بهره گیری از فرصت ها به حداقل برسد.

استراتژی های ضعف ها / تهدیدات (مینی-مینی): این استراتژی ها بیشتر از نوع تدافعی است یعنی ضعف های سازمان را به حداقل رسانیده تا از تهدیدات خارجی در امان بماند.

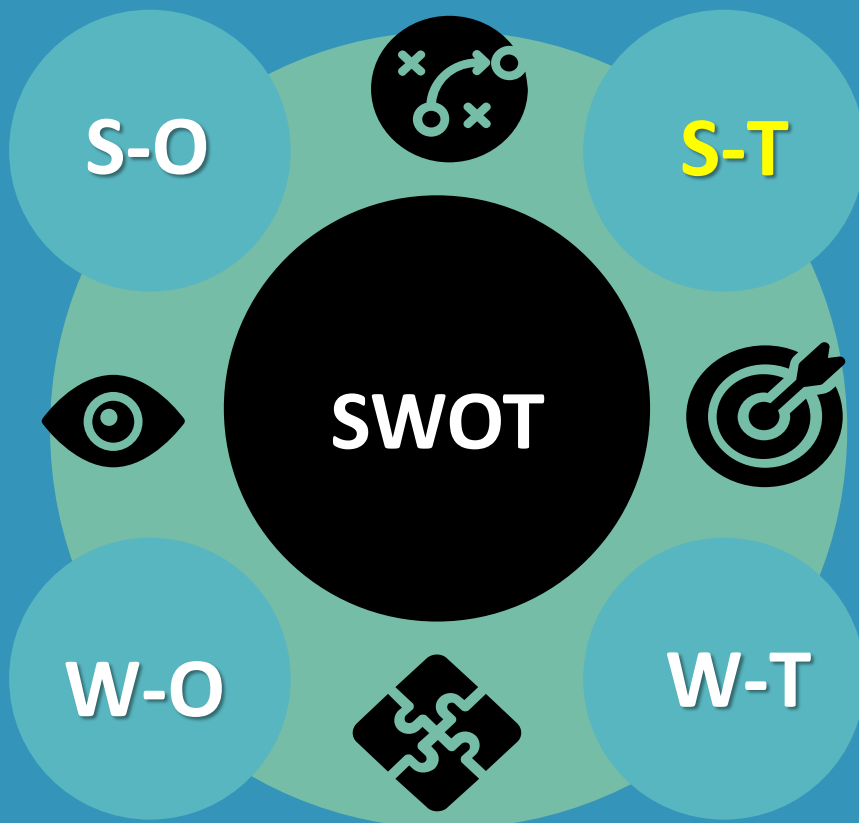


# S-O



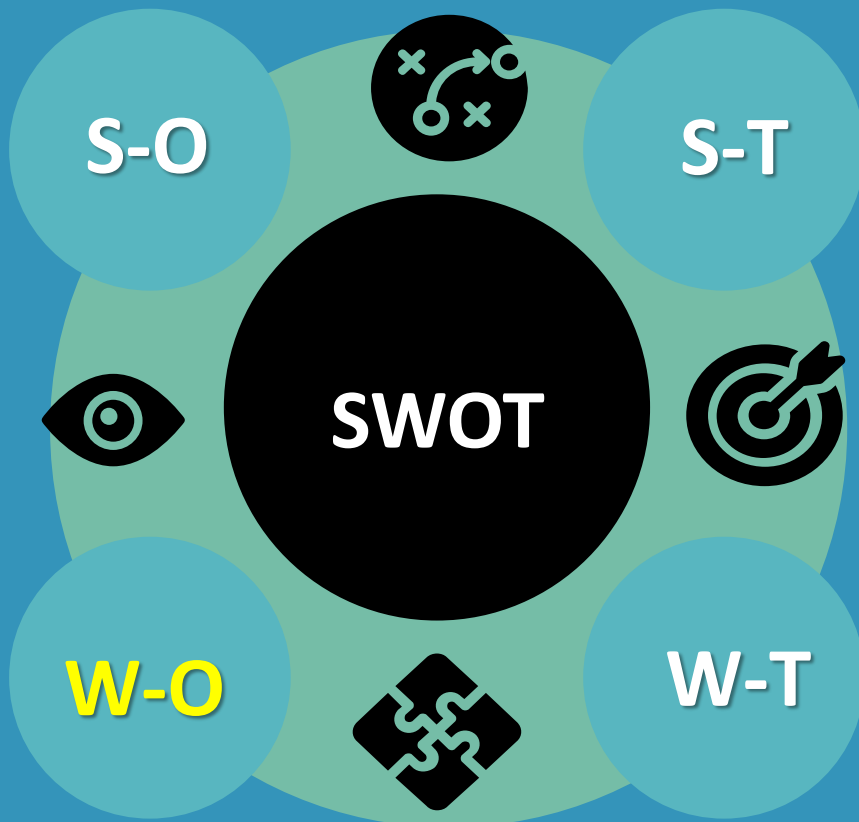
- استفاده از دانش تخصصی و نیروهای نخبه در جهت پاسخگویی به افزایش تقاضای ناشی از رشد مراکز آزمایشگاهی و روند صعودی اهمیت بهداشت S1,2-02,3
- استفاده از کیفیت بالا و قیمت پایین جهت تصاحب بازار در حال افزایش S3,4-02,3
- استفاده مناسب از منابع اولیه بومی و داخلی با استفاده از دانش تخصصی موجود S1-04
- آموزش و هدایت نیروهای جوان شرکت با استفاده از محیط دانشگاهی و علمی S2-06

# S-T



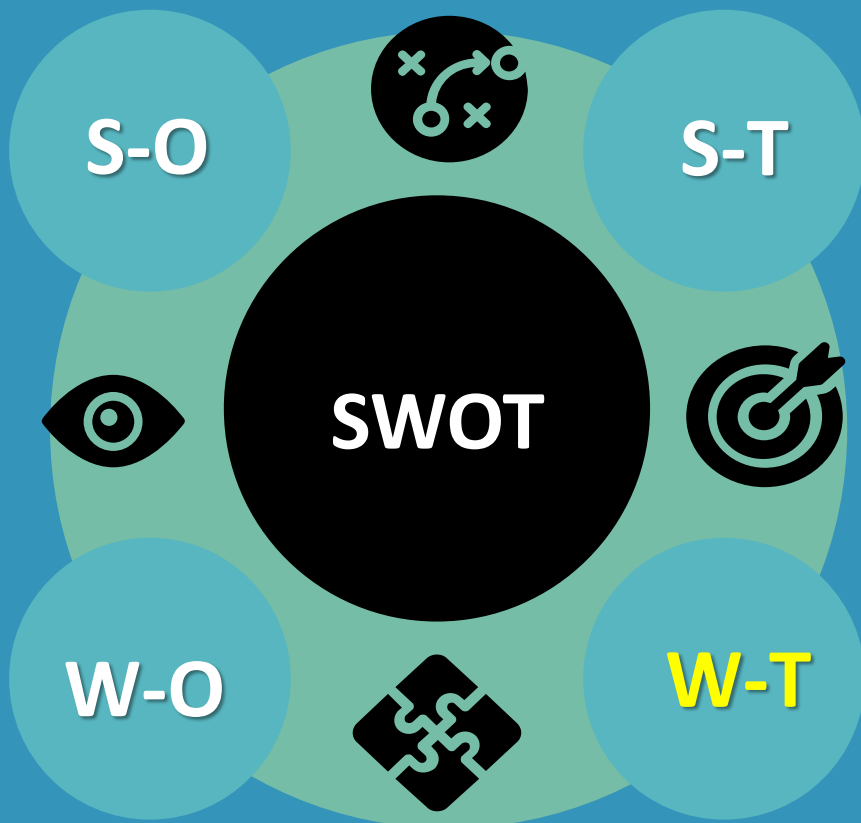
- استفاده از دانش تخصصی موجود و نیروهای نخبه جهت بی اثر کردن تحریم ها و حفظ و رضایت مشتریان S1,2-T1,3
- کم‌رنگ کردن انحصار و مقابله با واردات بی رویه بواسطه قیمت پایین و کیفیت بالای محصولات S3,4-T2,6
- استفاده بهینه از نیرو جوان و نخبه برای کاهش هزینه ها و رفع مشکل تامین مالی S2-T4
- استفاده از دانش تخصصی موجود و نیروهای نخبه جهت کم‌رنگ کردن مشکلات زیرساختی علمی و فنی در کشور S1,2-T7

# W-O



- استفاده از حمایت های دولتی و مزایا دانش بنیان برای تامین مالی، تولید اتوماتیک و بهبود تبلیغات  
W1,3,5-01
- استفاده از محیط دانشگاهی و علمی جهت افزایش تنوع محصول و تکمیل منابع انسانی W2,4-06
- استفاده هوشمندانه از نیرو کار ارزان در واحدهای ممکن، برای استفاده بهینه از منابع مالی W5-05
- تاثیر مثبت استفاده از منابع بومی و جلوگیری از خام فروشی در بازاریابی و تبلیغات و استفاده بهینه از منابع مالی W3,5-04

# W-T



- بهبود تبلیغات و بازاریابی جهت حفظ و رضایت مشتریان W3-T3
- افزایش تنوع و مقدار تولید جهت کاهش اثرات تحریم، انحصارگری و واردات بی رویه W1,2-T1,2,6
- بهبود تبلیغات و بازاریابی محصول جهت کاهش اثرات تحریم و انحصارگری W3-T1,2

# چارتر سازمانی



# ارتباط با شرکت

## Contact Us

- Phone : 031-55543022
- Mobile : ۰۹۰۱۶۶۹۳۳۳۲
- Website : [www.R-tebvida.ir](http://www.R-tebvida.ir)
- Instagram : R\_tebvida

کاشان - میدان شورا - ساختمان نوآوری سلامت  
واحد شرکت روناک طب ویدا





# شرکت روناک طب ویدا

Ronak Teb Vida Company