

المشروع : الامل للمربيات_ Amal jam.

صاحب المشروع : عائشة ديب Aysha Dip.

العنوان : تركيا شانلي اورفا TURKIYE -urfa

المشكلة : ايجاد منتج طبيعي ١٠٠/١٠٠ صحي ومصنوعة وفق المعايير الصحية وبجودة عالية ومميزة

قمنا بتصنيع كافة انواع الفواكه إلى مربيات لذيذة وصحية وملائمة لجميع الاذواق. ومنها أحد أهم الخيارات الخيارات في نظامنا الغذائي وهي لذيذة ومفيدة وغنية. بالفيتامينات. فهي طعام صحي للعديد من المستهلكين فهي صناعة إيجابية تساعد في تحسين المناعة وتمد الجسم بالطاقة. ومناسبة لجميع الاعمار والاذواق مما أدى إلى زيادة الطلب على المنتج.

المنتجات : تصنيع كافة انواع المربيات مثل :

١- المشمش : ثلاثة أنواع .

٢-التين :نوعان .

٣-الكرز .

٤الفراولة .

٥-القرع .

٦-الكيوي .

فريق العمل : ثلاثة أشخاص . نعمل سويا من أجل تحسين الإنتاج أكثر فأكثر . نبحث دائما عن تطوير المنتج وتقديم كل ما هو جديد و مميز . ومن الممكن زيادة طاقم العمل بعد التوسع في العمل ..

الرؤيا : مشروع لمدة خمس سنوات والتطوير .

الهدف: التوسع في العمل من أجل إنتاج كميات أكبر تغطي احتياجات السوق المحلي ودخول أسواق جديدة . واستهداف عملاء جدد.

-الميزة التنافسية : - لان الطعام الصحي هدف الجميع

لان المربيات غنية بالفيتامينات وهي طعام صحي ازداد الطلب عليها . لذلك قمنا بتصنيع المنتج وتقديم انواع جديدة إلى السوق غير متواجدة سابقا قدمناها بطريقة عصرية وبجودة عالية للاستحواذ على القسم الأكبر من السوق وإيجاد فرق بين منتجاتنا والمنتج الاعتيادي المتواج في السوق .

-السوق. :هناك نظرة إيجابية في السنوات القادمة بسبب التغيير في عادات الطعام واذواق المستهلكين وزيادة الطلب على الأطعمة الصحية كل هذا أدى إلى نمو السوق ومن أهم العوامل التي ساعدتنا في لتقدم على المنافسين هو تطوير المنتج وتحسينه وتقديمه بجودة عالية وبطريقة عصرية وسهولة إيصال المنتج للعميل وتعريف العملاء الجدد بالمنتج من خلال تقديم عينات صغيرة. وكفالة المنتج. والترويج له على مواقع التواصل الاجتماعي. -

-ومن أهم العملاء : ١-مستهلكين مباشرين (كافة الفئات العمرية).

٢-المحلات التجارية .

٣-محلات الحلويات .

٤-المطاعم .

_السعر. : نقدم المنتج بسعر يتناسب مع السوق المحلي ومرضي العملاء الذين يبحثون عن كل ما هو مميز ولذيذ وبسعر يتناسب مع دخلهم ويلبي احتياجاتهم .

.....

نظرا لازدياد عدد الباحثين عن الجودة والطعام الصحي قمنا بتصنيع منتجاتنا الغذائي من المربيات بجودة عالية وبطريقة مميزة من حيث الطعم والتقديم . فنحن قمنا بالبحث و التطوير وتقديم كل ما هو جديد وقمنا بتقديم أصناف حصريا لدينا غير متواجدة بالسوق المحلي واصبحنا نستحوذ على قسم لا بأس به من السوق المحلي . وساعدنا في ذلك على زيادة الطلب على المنتج وهو دليل على رضى العميل حيث قمنا بتقديم عينات تجريبية ومن ثم ارسال الكميات المطلوبة بسرعة ودقة في المواعيد .

كما قمنا بوضع سعر مناسب لكل عبوة حسب الحجم والوزن بحيث تكون اسعار مقبولة متناسبة مع دخل المستهلك وقدمنا عبوات صغيرة ومتوسطة وكبيرة متنوعة حتى يتمكن العميل من الشراء بدون صعوبة . وقمنا بحملات دعاية للمنتج على المحلات التجارية المجاورة والبازارات والمطاعم و محلات المعجنات .

كما قمنا بالتعريف المنتج على منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى عملاء جدد ولاقينا قبول جيد بين العملاء وتلقينا توصيات وطلبات على المنتج بشكل إيجابي كان حافزا لنا للسعي إلى التقدم في المشروع والتوسع والاستمرارية ودخول أسواق جديدة والمساهمة في تغطية احتياج السوق للمنتج وتقديم كل ما هو مميز

خطة الإنتاج

.....

نحن نقوم بتصنيع منتجات غذائية من المربيات الطبيعية ذات الطعم المميز والجودة العالية وبطريقة تلامس أذواق العملاء الذين يفضلون الطعام الصحي وبناء على انطباعات العملاء قمنا بتنفيذ المشروع وقمنا بإنتاج المربيات الطبيعية اللذيذة وفق اجود المعايير الصحية حيث تكون الوحيدة من نوعها في السوق من حيث الطعم والجودة والشكل .

_خطة التطوير

.....

أهم أهداف المشروع أن يكون منتجنا مميز وغير اعتيادي للتفوق على المنافسين والتغلب على مخاطرهم . حيث قدمنا انواع جديدة ليست متواجدة عند المنافس لافتة للإنتباه العميل . ومن أهم أهدافنا توسيع العمل وتقديم منتج خاص بنا ليكون علامة فارقة من حيث الطعم و الجودة والشكل وإنتاج كميات أكبر ونصبح علامة تجارية مرموقة ودخول أسواق كبرى .

أما بالنسبة للتغليف. ستكون ضمن عبوات أنيقة وجذابة ولافتة للإنتباه .

_اما عن البيع سيكون أما مباشر للمحلات التجارية والمستهلكين مباشرين (حسب التواصي).و المطاعم والفنادق .

او البيع اون لاين عبر منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى مناطق أخرى واستهداف عملاء جدد . سيكون لدينا حاجة إلى موارد مالية لإعداد فريق عمل متكامل مراقبة وتتبع لمعالجة المشاكل المحتملة من عمال عاديين ومراقب جودة ومبرمج حتى يشرف على المواقع الترويجية للمنتج

الدراسة التنفيذية للمشروع :

.....

الموقع : أن يكون موقعا مناسباً يتيح لنا العمل بأرباحية وسهولة. سيكون قسم للتصنيع وقسم للعرض حتى يتيح لعملائنا إمكانية العثور على المنتج بسهولة .

البنية التحتية :،

.....

ستكون مناسبة أكثر للمشروع من كهرباء وماء وخطوط صرف صحي وإضاءة وتبريد وتهوية جيدة للموقع .

عوامل فنية :

.....

الات لغسيل الفواكه وتقطيعها ومواقد وأدوات تعبئة وتغليف ومعدات سلامة. وإطفاء وبرادات للتخزين هذا الجزء مهم جدا للمشروع من أجل سلامة المنتج .

تصميم علامة تجارية :،

.....

من أجل التعريف بالمنتج واخبار المستهلكين بالمنتج .

متطلبات المشروع :

.....

ايجار مكان للعمل ٥٠٠دولار	أدوات تعبئة وتغليف ٥٠٠دولار
تجهيز قسم اداري ٥٠٠دولار	مواد خام ٢٠٠٠دولار
تأسيس كيان قانوني ١٥٠دولار	أجور عمال ٥٠٠دولار
تصاريح وتراخيص ١٥٠دولار	حملات ترويج ٣٠٠دولار
قسم تخزين ٥٠٠دولار	تصميم موقع ويب ٤٠٠دولار
تصميم علامة تجارية ٢٠٠دولار	نقل بضائع ٥٠٠دولار
معدات إطفاء ٣٠٠دولار	
الات ومعدات لغسيل وتقطيع الفواكه ٤٠٠٠دولار	المجموع قدره : ١٤ الف دولار

دراسة السوق :

تحليل pestel

العوامل الفانونية L	العوامل البيئية E	العوامل التكنولوجيا T	العوامل الا جتماعية S	العوامل الا قتصادية E:	العوامل السياسية p:
الالتزام بقوانين العمل و الحصول على تراخيص واذونات اللازمة للمشروع وحماية المستهلك	تتأثر المشاريع بـ الكوارث الطبيعية والزلا زل وغيرها وامناخ أيضا	ساعدت التكنولوجيا على الانتشار السريع للمنتج وذلك عبر مواقع التواصل الا جتماعية . والا نترنت	العادات الا جتماعية تؤثر أيضا بشكل كبير على القوة الشرائية و القبول على المنتجات الغذائية العالية الجودة والمميزة ولأن منتجنا عادة غذائية من عادات الشعوب في الإفطار قدمنا منتجاتنا من المربيات بشكل يرضي المحيط الا جتماعي .	معدل النمو سعر الفائدة التضخم سعر صرف العم لات أهم العوامل الا قتصادية المؤثرة في المشروع والنمو الاقتصادي في تركيا ملائم جدا للقيام بالمشروع والا ستمرار فيه .	من أهم العوامل المؤثرة على السوق الوضع السياسي فـ المشروع بحاجة ماسة إلى الا ستقرار السياسي في المنطقة للنمو بالمشروع واستمرار العمل فيه والان بعد الا نتخابات أصبح الوضع أكثر استقرارا وفضل للهوض بـ المشروع

تحليل : SWOT

نقاط القوة	نقاط الضعف
١_منتج طبيعي ١٠٠% ٢_ انتاج انواع جديدة من المربيّات غير متواجدة بالسوق حصريا لدينا . ٢_التفوق على المنافسين. بالجودة العالية . ٤_السعر مناسب .	١_وجود منافسين . ٢_عدم استقرار الأسعار . ٢_حاجة المشروع للتمويل
الفرص	المخاطر
١_العمل على إنتاج اجود انواع المربيّات وتطويرها وتقديمها بشكل لافت ويجذب انتباه العملاء ٢_استغلال المواسم خلال العام	١_عدم انتاج كميات كبيرة تغطي حاجة السوق . ٢_عدم استقرار الأسعار . ٣_زيادة عدد المنافسين

المربيات : التغيير وزيادة الوعي لدى المستهلك والبحث الدائم عن الطعام الصحي أصبح هدف الجميع وكل ذلك أدى إلى زيادة الطلب على الاطعمة الصحية ونمو السوق ومن أهم العوامل التي ساعدتنا على التقدم و التميز عن المنافسين من حيث تطوير المنتج وتحسينه وتقديمه بطريقة عصرية تلامس أذواق المستهلكين الباحثين عن أجود انواع المربيات المصنوعة من أجود انواع الفواكه الغنية بالفيتامينات والمفيدة للصحة قمنا بتقديم انواع جديدة من الفواكه غير متواجدة لدى المنافسين . كما ساعدنا أيضا بالنمو والاستمرار بالعمل هو زيادة الطلب على المنتج ورضى العملاء عن المنتج وهذا يعتبر عاملا مهما لزيادة الكميات

دراسة المنافسين :

يوجد عدد لا بأس به من المنافسين في السوق المحلي من شركات تركية وشركات سورية لكن المنتجات الموجودة في السوق هي منتجات اعتيادية جودتها منخفضة بأسعار مرتفعة وهذا ساعدنا أكثر في التميز عن باقي المنتجات . وتقديم الأفضل من المربيات

فنحن نقدم منتجاتنا بجودة عالية وطعم مميز و طبيعية ١٠٠% وبسعر مناسب وعبوات مختلفة الأحجام بأسعار مختلفة حتى يتمكن المستهلك من الحصول على المنتج .

على سبيل المثال

شركة الدرة	مربي اعتيادي. ذو جودة منخفضة سعر مرتفع
شركة بولميكس	منتجات اعتيادية سعرها مرتفع

الشرائح المستهدفة :

١-مستهلكين مباشرين باحتين عن منتج طبيعي وصحي

٢-محلات تجارية

٣-سوبر ماركت

٤-مطاعم .

الميزة التنافسية :

انتاج انواع جديدة من المربيات حصريا لدينا والجودة العالية والسعر المناسب

من أهم العوامل التي ساعدتنا على الاستمرار بالعمل وتقديم كل ما هو مميز ولذيذ .

التسويق للمنتج :

.....

بناء على حاجة العملاء لمنتج صحي وطبيعي ومميز قدمنا منتجاتنا من المربيات الطبيعية الغنية بالفيتامينات ومفيدة للصحة بأسعار مناسبة نحن نقوم بالبيع المباشر على المستهلكين ونقوم أيضا بالبيع على المحلات التجارية والسوبر ماركت والمطاعم.

التسعير :

.....

بالنسبة للسعر نحن نقدم منتجاتنا بسعر مناسب مع السوق المحلي ومرضي للعملاء الذين يبحثون عن منتجات صحية وذات جودة عالية وتتناسب مع قدرته الشرائية. حيث خصصنا عبوات متنوعة الحجم ومتفاوتة السعر حتى يتمكن المستهلك من الحصول على المنتج.

مثلا : _ ١٠٠٠ غرام /سعرها ١٠٠ ليرة تركية

_ ٥٠٠ غرام /سعرها ٥٠ ليرة تركية .

_ ٣٥٠ غرام. / سعرها ٣٥ ليرة تركية .

وهكذا بحسب الوزن يختلف السعر .

نحن نقوم ببيع شهريا ٢٠٠ كيلو حيث تبلغ حصتنا من السوق المحلي من ١٠_٢٠% من المنتجات ونتطلع إلى زيادة الإنتاج لتغطية السوق بكميات اكثر لـ الاستحواذ على أعلى نسبة . لذلك لدينا حاجة مالية ومادية للتوسيع المشروع وزيادة كمية الإنتاج

الدراسة القانونية للمشروع المربيات

.....

تأسيس كيان قانوني لنشاطنا التجاري سيكون عبارة عن شركة شخصية محدودة و سنقوم بتسجيل النشاط التجاري والحصول على أذونات وفقا للوائح وقوانين العمل التي تخص المنتجات الغذائية والتراخيص اللازمة والحصول على رخصة تجارية وتقديم كافة الضرائب المترتبة على النشاط التجاري بانتظام وفق المعايير المحددة على المشروع والحصول على عدم ممانعة من مجلس مكافحة التلوث في الولاية لبدء العمل.

سيكون هناك حاجة إلى مسؤول مالي ومتخصص بالتسويق ومحامي للمساعدة في الشؤون القانونية المتعلقة بالمشروع

نحن بحاجة إلى ممول للمشروع بمبلغ قدره 14 ألف دولار . مقابل 10% ستكون فترة استرداد المبلغ 4 سنوات .

الاوراق المطلوبة لتأسيس الشركة :

1_صورة عن إقامة الشريك .

2_ صورة شخصية بيومترية بيضاء عدد6

3_صورة مترجمة عن الباسبور عدد 3

4_رقم ضريبي للشريك .

5_عنوان إقامة الشريك .

6_عقد إيجاد المكان المستأجر الذي سيصبح مقر الشركة .

Ayse_FP_002.xlsx



الإفتراضات

	A	B	C
1	إفتراضات الدراسة		
2	العملة	ليرة تركي	
3	التضخم السنوي	٤٠%	سنوياً
4	معامل الخصم	٢٠%	سنوياً
5	العمر الإفتراضي للآلات	٧-يناير	سنوات
6	ضريبة الدخل	٢٢%	من صافي الأرباح
7	نسبة نمو المبيعات	٤٠%	سنوياً
8	الرواتب	١٠,٠٠٠	شهرياً
9	إيجار المقر	١٥,٠٠٠	شهرياً
10	الفواتير	١٠,٠٠٠	شهرياً
11	الدعاية و الإعلان	٥,٠٠٠	شهرياً
12	مصاريف أخرى	-٠٠	شهرياً
13	قيمة الأصول الثابتة	١٥٠,٠٠٠	لبداء العمل

الإيرادات و التكاليف المباشرة

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	الشهر	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧
	إيرادات المنتج /							
	م.د.							

الإيرادات و التكاليف المباشرة[illegible]

Ayse_FP_002.xlsx



قائمة الدخل

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
1	الشهر	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	سنة خامسة	%	5 سنوات
2	الإيرادات	١٤٣,٥٠٠	٩٢,٥٠٠	١٥٠,٠٠٠	١٥٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	٢٢٥,٠٠٠	١١٥,٠٠٠	١٣٧,٥٠٠	١٣٧,٥٠٠	١,١٤٧,٥٠٠	٢,٢٣٤,٠٠٠	٦,٣٣٨,٦٤٠	١٢,٤٢٣,٧٣٤	٢٤,٣٥٠,٥١٩	٤٧,٤٩٤,٣٩٤	
3	التكاليف المباشرة	٤٢,٧٥٠	٢٧,٧٥٠	٤٥,٠٠٠	٤٥,٠٠٠	٧٥,٠٠٠	٧٥,٠٠٠	٧٥,٠٠٠	٧٥,٠٠٠	٣٦,٧٥٠	٣٤,٥٠٠	٤١,٢٥٠	٤١,٢٥٠	٣٤٤,٢٥٠	٩٧٠,٢٠٠	١,٩٠١,٥٩٢	٣,٧٢٧,١٢٠	٧,٢٠٥,١٥٦	١٤,٢٤٨,٣١٨	
4	الربح المجمع	٩٩,٧٥٠	٦٤,٧٥٠	١٠٥,٠٠٠	١٠٥,٠٠٠	١٧٥,٠٠٠	١٧٥,٠٠٠	١٧٥,٠٠٠	١٧٥,٠٠٠	٨٨,٢٥٠	٨٠,٥٠٠	٩٦,٢٥٠	٩٦,٢٥٠	٨٠٣,٢٥٠	٢,٢٦٣,٨٠٠	٤,٤٣٧,٠٤٨	٨,٦٩٦,٦١٤	١٧,١٤٥,٣٦٤	٣٣,٢٤٦,٠٧٦	٧٠%
5	الرواتب	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٢,٠٠٠	١٦,٨٠٠	٢٣٥,٢٠٠	٣٣٩,٢٨٠	٤٦٠,٩٩٢	١,٣١٣,٤٧٢	
6	إيجار المقر	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٨,٠٠٠	٢٥٢,٠٠٠	٣٥٢,٨٠٠	٤٩٣,٩٢٠	٦٩١,٤٨٨	١,٩٧٠,٢٠٨	
7	الفواتير	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٢,٠٠٠	١٦,٨٠٠	٢٣٥,٢٠٠	٣٣٩,٢٨٠	٤٦٠,٩٩٢	١,٣١٣,٤٧٢	
8	الدعاية و الإعلان	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٦,٠٠٠	٨,٤٠٠	١١٧,٦٠٠	١٦٤,٦٤٠	٢٣٠,٤٩٦	٦٥١,٧٣٦	
9	استهلاك المعدات	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٢,٥٠٠	٣,٠٠٠	٣,٠٠٠	٣,٠٠٠	٣,٠٠٠	٣,٠٠٠	١٥,٠٠٠	
10	مصاريف أخرى	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	
	إجمالي																			
11	المصاريف الإدارية	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٤٢,٥٠٠	٥١,٠٠٠	٧٠,٢٠٠	٩٧,٠٨٠	١,٢٣٤,١٢٠	٢,٨٧٢,٩٦٨	٥,٤٠٣,٨٨٨	
12	الربح الصافي قبل الضريبة	٥٧,٢٥٠	٢٢,٢٥٠	٦٢,٥٠٠	٦٢,٥٠٠	-	-	-	-	٤٢,٢٥٠	٣٨,٠٠٠	٥٣,٧٥٠	٥٣,٧٥٠	٢٩٣,٢٥٠	١,٥٦١,٨٠٠	٣,٤٦٦,٢٤٨	٧,٢٤٤,٤٩٤	١٥,١٧١,٣٩٦	٢٧,٨٤٦,١٨٨	
13	الضريبة	١٢,٥٩٥	٤,٨٩٥	١٣,٧٥٠	١٣,٧٥٠	-	٥,٥٠٠	-	٥,٥٠٠	-	٩,٥١٥	٨,٣٦٠	١١,٨٢٥	١١,٨٢٥	٦٤,٥١٥	٢٤٣,٥٩٦	٣٦٢,٥٧٥	١,٦١٦,٨٨٩	٣,٣٣٧,٧٠٧	٦,١٢٥,٣٨١
14	صافي الربح	٤٤,٦٥٥	١٧,٣٥٥	٤٨,٧٥٠	٤٨,٧٥٠	١٩,٥٠٠	١٩,٥٠٠	١٩,٥٠٠	١٩,٥٠٠	٣٢,٧٣٥	٢٩,٦٤٠	٤١,٩٢٥	٤١,٩٢٥	٢٢٨,٧٣٥	١,٥١٧,٢٨٥	٣,١٠٢,٦٧٣	٥,٩٢١,٩١٥	١٣,٥٥٤,٥٠٩	٢١,٧٢٠,٤٨١	٤٦%
15	مجموع صافي الربح	٤٤,٦٥٥	٦٢,٠١٠	١١٠,٧٦٠	١٥٩,٥١٠	١٤٠,٠١٠	١٢٠,٥١٠	١٠١,٠١٠	٨١,٥١٠	١١٥,٢٥٥	١٤٤,٨٨٥	١٨٦,٨١٠	٢٢٨,٧٣٥	٢٢٨,٧٣٥	٤,٤٤٦,٩٣٩	٤,٤٥٠,٦١٢	٩,٨٨٢,٢١٨	٢١,٦٧١,٠٦٦		
16	صافي الربح المخصوم													١٩٠,٦١٣	٨٥٥,٩٧٥	١,٥٦٤,٦٦٦	٢,٧١٤,٥٧٧	٤,٧٥٥,٦٩٤	١٠,١٦٤,٤٧٤	٢١%
18	العائد على المبيعات ROS %													١٧%	٢٦%	٢٥%	٢٢%	٢٠%	٢١%	
	العائد السنوي على رأس المال ROI%													٥١%	٢٢٦%	٤١٧%	٧٣٧%	١٦٣٨%	٢٦٩٩%	
20	نقطة التعادل	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٦٠,٧١٤	٧٢٨,٥٧١	١,٠٠٢,٤٥٧	١,٣٨٦,٥٥٧	١,٩٢٤,٤٥٧	٢,٦٧٧,٠٩٧	٣,٧١٩,٨٤٠	
21	فترة استرداد رأس المال	٤ سنوات																		
22	رأس المال المطلوب	٣٥٠,٠٠٠																		

قائمة التدفق النقدي

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
1	الشهر	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	سنة خامسة
2	صافي التدفق النقدي التشغيلي	٥٩,٧٥٠	٢٤,٧٥٠	٧٥,٥٠٠	٦٥,٥٠٠	١٠٢,٥٠٠	٢٢,٥٠٠	٢٢,٥٠٠	٢٢,٥٠٠	٥١,٧٥٠	٤٨,٠٠٠	٣٣,٧٥٠	- ٨,٣٦٥	١,٢٤٨,٢٠٤	٢,٧٢٣,٦٧٣	٥,٧٦٢,٦٠٥	١١,٨٦٣,٦٨٩
3	التحصيلات النقدية	١٤٢,٥٠٠	٩٢,٥٠٠	١٥٠,٠٠٠	١٥٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	٢٢٥,٠٠٠	١١٥,٠٠٠	١٣٧,٥٠٠	١٣٧,٥٠٠	٣,٢٣٤,٠٠٠	٦,٣٣٨,٦٤٠	١٢,٤٢٣,٧٣٤	٢٤,٣٥٠,٥١٩
4	المبذات	٤٢,٧٥٠	٢٧,٧٥٠	٤٥,٠٠٠	٤٥,٠٠٠	٧٥,٠٠٠	٧٥,٠٠٠	٧٥,٠٠٠	٧٥,٠٠٠	٣٦,٧٥٠	٣٤,٥٠٠	٤١,٢٥٠	٤١,٢٥٠	٩٧٠,٢٠٠	١,٩٠١,٥٩٢	٣,٧٢٧,١٢٠	٧,٢٠٥,١٥٦
5	الرواتب	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٦,٨٠٠	٢٣٥,٢٠٠	٣٣٩,٢٨٠	٤٦٠,٩٩٢
6	إيجار المقر	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	١٥,٠٠٠	٢٥٢,٠٠٠	٣٥٢,٨٠٠	٤٩٣,٩٢٠	٦٩١,٤٨٨
7	الفواتير	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠	١٦,٨٠٠	٢٣٥,٢٠٠	٣٣٩,٢٨٠	٤٦٠,٩٩٢
8	الدعاية والإعلان	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٥,٠٠٠	٨,٤٠٠	١١٧,٦٠٠	١٦٤,٦٤٠	٢٣٠,٤٩٦
9	مصاريف أخرى	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~
10	الضريبة													٦٤,٥١٥	٢٤٣,٥٩٦	٣٦٢,٥٧٥	١,٦١٦,٨٨٩
	صافي التدفق النقدي الاستثماري	٢٢٥,٠٠٠	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~
12	اللات والمعدات	١٥٠,٠٠٠															
13	الإستثمار الوارد	٣٧٥,٠٠٠															
14	صافي التدفق النقدي التمويلي	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~
15	القروض																
16	السداد																
17	صافي التدفق النقدي	٢٨٤,٧٥٠	٣٤,٧٥٠	٧٥,٥٠٠	٦٥,٥٠٠	١٠٢,٥٠٠	- ٢٢,٥٠٠	- ٢٢,٥٠٠	- ٢٢,٥٠٠	- ٥١,٧٥٠	٤٨,٠٠٠	٣٣,٧٥٠	- ٨,٣٦٥	١,٢٤٨,٢٠٤	٢,٧٢٣,٦٧٣	٥,٧٦٢,٦٠٥	١١,٨٦٣,٦٨٩
18	التدقيق النقدي التراكمي	٢٨٤,٧٥٠	٣٠,٩٥٠	٣٧,٠٠٠	٣٨٢,٠٠٠	٤٨٤,٥٠٠	٤٦٢,٠٠٠	٤٣٩,٥٠٠	٤١٧,٠٠٠	٣٦٥,٢٥٠	٤١٢,٢٥٠	٤٤٧,٠٠٠	٤٣٨,٧٣٥	١,٦٨٦,٩٣٩	٤,٤٢٠,٦١٢	١٠,١٨٢,٢١٨	٢٢,٠٤٦,٨٠٦

الميزانية الختامية

Ayse_FP_002.xlsx



التراكمي

الميزانية الختامية

	A	B	C	D
1	الميزانية الختامية - نهاية السنة الأولى			
2	الأصول		المطالب	
3	النقدية	٢٨٧٣٥	رصيد الموردين	~
4	رصيد العملاء	٤٥٠٠٠	رصيد الرواتب	~
5	الأصول الثابتة	١٥٠٠٠٠	رصيد الإيجار	~
6	مخصصات الإهلاك	- ٣٠٠٠٠	رصيد الفواتير	~
7	المخزون	~	رصيد الدعاية و الإعلان	~
8			مصاريف أخرى	~
9			رأس المال	٣٧٥٠٠٠
10			نتيجة أعمال السنة الأولى	٢٢٨٧٣٥
11	إجمالي الأصول	٦٠٣٧٣٥	إجمالي المطالب	٦٠٣٧٣٥
12	الفرق	~		
14	الميزانية الختامية - نهاية السنة الثانية			
15	الأصول		المطالب	
16	النقدية	١٦٨٦٩٣٩	رصيد الموردين	~
17	رصيد العملاء	٤٥٠٠٠	رصيد الرواتب	~
18	الأصول الثابتة	١٥٠٠٠٠	رصيد الإيجار	~
19	مخصصات الإهلاك	- ٦٠٠٠٠	رصيد الفواتير	~
20	المخزون	~	رصيد الدعاية و الإعلان	~
21			مصاريف أخرى	~
22			رأس المال	٣٧٥٠٠٠
23			نتيجة أعمال السنة الأولى	٢٢٨٧٣٥
24			نتيجة أعمال السنة الثانية	١٢١٨٢٠٤
25	إجمالي الأصول	١٨٢١٩٣٩	إجمالي المطالب	١٨٢١٩٣٩
26	الفرق	~		
28	الميزانية الختامية - نهاية السنة الثالثة			
29	الأصول		المطالب	
30	النقدية	٤٤٢٠٦١٢	رصيد الموردين	~
31	رصيد العملاء	٤٥٠٠٠	رصيد الرواتب	~
32	الأصول الثابتة	١٥٠٠٠٠	رصيد الإيجار	~
33	مخصصات الإهلاك	- ٩٠٠٠٠	رصيد الفواتير	~
34	المخزون	~	رصيد الدعاية و الإعلان	~
35			مصاريف أخرى	~
36			رأس المال	٣٧٥٠٠٠
37			نتيجة أعمال السنة الأولى	٢٢٨٧٣٥
38			نتيجة أعمال السنة الثانية	١٢١٨٢٠٤
39			نتيجة أعمال السنة الثالثة	٢٧٠٣٦٧٣
40	إجمالي الأصول	٤٥٢٥٦١٢	إجمالي المطالب	٤٥٢٥٦١٢
41	الفرق	~		
43	الميزانية الختامية - نهاية السنة الرابعة			
44	الأصول		المطالب	
45	النقدية	١٠١٨٣٢١٨	رصيد الموردين	~
46	رصيد العملاء	٤٥٠٠٠	رصيد الرواتب	~
47	الأصول الثابتة	١٥٠٠٠٠	رصيد الإيجار	~
48	مخصصات الإهلاك	- ١٢٠٠٠٠	رصيد الفواتير	~
49	المخزون		رصيد الدعاية و الإعلان	~
50			مصاريف أخرى	~
51			رأس المال	٣٧٥٠٠٠
52			نتيجة أعمال السنة الأولى	٢٢٨٧٣٥
53			نتيجة أعمال السنة الثانية	١٢١٨٢٠٤
54			نتيجة أعمال السنة الثالثة	٢٧٠٣٦٧٣
55			نتيجة أعمال السنة الرابعة	٥٧٣٢٦٠٥
56	إجمالي الأصول	١٠٢٥٨٢١٨	إجمالي المطالب	١٠٢٥٨٢١٨
57	الفرق	~		
59	الميزانية الختامية - نهاية السنة الخامسة			
60	الأصول		المطالب	
61	النقدية	٢٢٠٤٦٩٠٦	رصيد الموردين	~
62	رصيد العملاء	٤٥٠٠٠	رصيد الرواتب	~
63	الأصول الثابتة	١٥٠٠٠٠	رصيد الإيجار	~

59	الميزانية الختامية - نهاية السنة الخامسة			
60	الأصول		المطالب	
61	النقدية	٢٢,٠٤٦,٩٠٦	رصيد الموردين	٠٠٠
62	رصيد العملاء	٤٥,٠٠٠	رصيد الرواتب	٠٠٠
63	الأصول الثابتة	١٥٠,٠٠٠	رصيد الإيجار	٠٠٠
64	مخصصات الإهلاك	- ١٥٠,٠٠٠	رصيد الفواتير	٠٠٠
65	المخزون	٠٠٠	رصيد الدعاية و الإعلان	٠٠٠
66			مصاريف أخرى	٠٠٠
67			رأس المال	٣٧٥,٠٠٠
68			نتيجة أعمال السنة الأولى	٢٢٨,٧٣٥
69			نتيجة أعمال السنة الثانية	١,٢١٨,٢٠٤
70			نتيجة أعمال السنة الثالثة	٢,٧٠٣,٦٧٣
71			نتيجة أعمال السنة الرابعة	٥,٧٣٢,٦٠٥
72			نتيجة أعمال السنة الخامسة	١١,٨٣٣,٦٨٩
73	إجمالي الأصول	٢٢,٠٩١,٩٠٦	إجمالي المطالب	٢٢,٠٩١,٩٠٦
74	الفرق	٠٠٠		

الملخص المالي

	A	B	C	D	E	F
1	السنة	١	٢	٣	٤	٥
2	ROS% العائد على المبيعات	١٧%	٢٦%	٢٥%	٢٢%	٢٠%
3	ROI% العائد على رأس المال	٥١%	٢٢٦%	٤١٧%	٧٣٧%	١٢٦٨%
4	Payback فترة إسترداد رأس المال period	٤	شهور			
5	الحد الأدنى لرأس المال المطلوب Capital	٣٧٥,٠٠٠	ليرة تركي			
6	نقطة التعادل بالإيرادات	٧٢٨,٥٧١	١,٠٠٢,٨٥٧	١,٢٨٦,٨٥٧	١,٩٢٤,٤٥٧	٢,٦٧٧,٠٩٧