



خطة العمل

Nima Epoksi Work

اسم رائد الأعمال

نعمة معطي

Bursa -Turkey

ادخال فن الإيبوكسي في مجال الديكور العقاري الحديث لفئة العملاء من الطبقة الراقية
أصحاب الذوق الرفيع

11.07.2023

تم انجاز هذه الدراسة برعاية حاضنة بناء



المحتويات

4.....	ملخص تنفيذي للمشروع (صفحتان):
6.....	دراسة السوق:
10.....	الدراسة الفنية والتنفيذية:
13.....	الدراسة القانونية , والمقترح الاستثماري والتمويلي:

ملخص تنفيذي للمشروع (صفحتان):

١. فريق المشروع

- نعمة معطي: صاحبة المشروع والمنفذ الرئيسي لأعمال الإيبوكسي
- م. آلاء زكريا: مسؤولة التسويق والميديا
- م. حسين الغزي: مسؤول التصميم والتنفيذ

٢. قطاع الأعمال: يندرج مشروع Nima Epoksi Work تحت تصنيف أعمال الديكور

٣. وصف المشروع:

هو مشروع ادخال فن الإيبوكسي في مجال الديكور العصري الحديث للطبقة من العملاء أصحاب الذوق الرفيع. حيث ستعمل شركتنا التي ستقام في مدينة بورصة _ تركيا على توفير منتجات ذات جودة عالية وتصاميم مميزة جزء منها سيدخل به ذوق العميل بما يتناسب مع الديكور الخاص بعقاره.

٤. السوق والزبائن:

- السوق ينقسم إلى قسمان: سوق داخل تركيا، وأسواق خارجية الزبائن تقسم إلى قسمان:
- B 2 C: وهي امرأة ربة منزل أو مستقلة مادياً، العمر ٢٥- ٤٥ سنة , ذات دخل متوسط إلى عالي , اقامتها في مجمع سكني او فيلا
- B 2 B: أصحاب المشاريع العقارية السياحية, أصحاب المحلات التجارية والمولات المتعددة المنتجات

٥. المنتجات والخدمات:

- طاولات الإيبوكسي: وتتضمن كل أنواع الطاولات وتقسم الى ثلاثة أقسام
- أ- طاولات الإيبوكسي صب صاف بتصاميم وألوان مختلفة يصب في قوالب سيلكون
- ب- طاولات الإيبوكسي صب الإيبوكسي مباشرة على الأخشاب الملساء الجاهزة والمعالجة
- ت- طاولات الإيبوكسي تطعيم الخشب الطبيعي بالإيبوكسي وتعتبر الأكثر صعوبة في التصميم والأجمل في الديكور
- ساعات الإيبوكسي: وتقسم الى ثلاثة أقسام
- أ- ساعات الصب الصاف في قوالب السيلكون

ب- ساعات الصب فوق الخشب
ت- ساعات تطعيم الخشب الطبيعي بالإيبوكسي
لوحات الإيبوكسي:
والطريقة الأساسية هي سكب الإيبوكسي على لوحات كانفس أو خشبية جاهزة مسبقاً

منتجات مكملات لديكورات العقارات كإكسسوارات الزينة والضيافة

٦. التحليل المالي (رأس مال المشروع، معدل المبيعات السنوية، العائد على الاستثمار)

السنة	1	2	3	4	5
العائد على المبيعات %ROS	45%	41%	34%	29%	24%
العائد على رأس المال %ROI	1111%	2372%	3002%	3792%	4780%
فترة إسترداد رأس المال Payback period	4	شهور			
الحد الأدنى لرأس المال المطلوب Capital	250,000	ليرة تركية			
نقطة التعادل بالإيرادات	865,009	1,009,918	1,258,222	1,568,602	1,956,576

٧. لماذا هذا المشروع مهم؟ (القيمة التنافسية)

حاجة السوق لمنتجات متنوعة ومتجددة

٨. مقترح الشراكة والنسبة (التمويل):

قيمة التمويل المطلوبة ٢٥٠,٠٠٠ ليرة تركية بنسبة ٢٠٪ من أرباح الشركة لصالح المستثمر.

٩. أهداف المشروع:

- إضافة منتجات جمالية راقية ونادرة وفريدة من نوعها إلى سوق الديكور
- الأسعار المنافسة والجودة العالية
- تحقيق عائد جيد على المشروع
- تطوير المشروع تدريجياً بهدف الوصول إلى الريادة في أعمال الديكور وخاصة الإيبوكسي.

١٠. معلومات اصحاب المشروع وملخص سيرة ذاتية

- ١- نعمة معطي: صاحبة المشروع والمنفذ الرئيسي لأعمال الإيبوكسي
اختصاص فيزياء – جامعة البعث (حمص-سوريا)
خبرة ٧ سنوات في التدريس
٣ سنوات عمل في شركات التسويق الالكتروني، سنتين عمل كوسيط تجاري في التجارة الخارجية
خبرة سنة في مجال الإيبوكسي والتطريز البرازيلي
- ٢- م. آلاء زكريا: بكالوريوس في تكنولوجيا المعلومات جامعة دمشق (٢٠٠٧-٢٠١٣) قسم هندسة البرمجيات ونظم المعلومات
عمل في شركة MTN SYRIA قسم تطوير التطبيقات (مدير تخطيط موارد المؤسسات) العمل كمطور تطبيقات مستقل
- ٣- م. حسين الغزي:
- مساعد مجاز في الهندسة الميكانيكية – ميكانيك دقيق (المعهد الثالث المتوسط في دمشق)
- إجازة في الهندسة الميكانيكية – اختصاص الهندسة النووية (هيئة الطاقة الذرية جامعة دمشق)
- متعاقد في مؤسسة الإسكان العسكرية تركيب صوامع الحبوب ٢٠٠٣ , موظف في شركة شاب الصناعية أبو ظبي ٢٠٠٤ , شريك في شركة المكتسح للكمبيوتر (الدمام-المملكة العربية السعودية)، موظف في شركة EFE lazer (تركيا- بورصة)

دراسة السوق:

دراسة بيئة العمل: سياسي اجتماعي اقتصادي قانوني ...PESTEL

١. تقييم المشروع: نقاط القوة والضعف / الفرص والمخاطر SWOT

- نقاط القوة:
 - الأفكار الإبداعية ومواكبة جميع تطورات التصاميم بيد مختصين
 - سهولة الوصول للأسواق الخارجية لتعدد اللغات العربية والأجنبية
 - الأسعار المنافسة
 - تنوع شريحة العملاء بين المستهلك النهائي والجملة
- نقاط الضعف:
 - الشريحة المستهدفة صغيرة نوعاً ما
 - مادة الإيبوكسي مقارنة بالمواد المنافسة ذات سعر مرتفع نسبياً
 - تنفيذ المشروع في بلد يعاني من الغلاء والتضخم

- الفرص:
 - فرصة الحصول على الريادة كمشروع بدأ مع بداية الإيبوكسي كمادة قوية في مجال الديكور والصناعة
 - فرصة الدخول لأسواق متعددة جغرافياً وصناعياً
- التهديدات:
 - ظهور شركة قوية ذات إمكانيات عالية في نفس الفكرة والمجال
 - ظهور منتج جديد ينافس الإيبوكسي في آلية عمله وجودته
 - منتجات حساسة جداً للعوامل البيئية أثناء عملية التصنيع

٢. دراسة العرض: عروض المنافسين في السوق

- kilis :Selahaddin.cilo



- Istanbul :Rustik-ahsap



٣. دراسة الطلب: تقسيم واستهداف المستهلكين وفهم سلوك العملاء

يقسم العملاء إلى ٣ شرائح:

- السيدات ربات المنازل أو العاملات المستقلات مادياً كعملاء مباشرين
- أصحاب المشاريع العقارية السياحية كعميل غير مباشر
- أصحاب المحلات التجارية الكبيرة كعميل غير مباشر
- يتحدد الطلب على سوق الإيبوكسي وفقاً للوضع الاقتصادي للعملاء والسوق الجغرافي
- يزداد الطلب لبعض المنتجات كالإكسسوار ومكملات الديكور في مواسم المناسبات

٤. استراتيجية دخول السوق 4 or 6 Ps و تشمل:

استراتيجية المنتجات: السلع والخدمات

- تعريف بالمنتجات والخدمات: يعتمد المشروع على تقديم منتجات الديكور التي تعتمد اعتماداً خاصاً على مادة الإيبوكسي التي تعتبر من أفضل المواد حالياً في المجال الفني
- آليات الجودة والتميز: مواد ذات جودة عالية والعناية بالتفاصيل للحصول على قطع خالية من أي مشاكل
- أساليب رضا وقبول العملاء والزبائن: خصومات على الكميات الكبيرة , هدايا وعروضات , خدمة عملاء ممتازة على مبدأ العميل دائماً على حق

استراتيجية السعر:

- المنافسة السعرية: المنتجات منافسة في الجودة والسعر مقارب لسعر المنافسين
- تكلفة الوحدة: يتحدد وفقاً لكمية المواد المستخدمة في صناعة المنتج وتكلفة استخدام الآلات
- استراتيجية وتحديد سعر البيع: سعر البيع يحدد اعتماداً على تكلفة المنتج بنسبة ١٠٠-٢٠٠٪ (+ ١٠٪)

استراتيجية المكان والتوزيع:

- التواجد والتوزيع: متجر وموقع الكتروني. ومتجر أوف لائن
- الاسواق والدول المستهدفة: محلي وخارجي

استراتيجية الاتصال والدعاية

- اهداف الخطة: الوصول لأكبر عدد من العملاء محلياً وخارجياً وبالتالي التعريف الأكبر عن الشركة
- وسائل الخطة: مسؤول التسويق والميديا اعتماداً على (وسائل التواصل الاجتماعي، موقع ومتجر الكتروني، الأشخاص المؤثرون، تواصل مباشر مع العملاء عن طريق الإيميل) إضافة إلى الاعلان التعاوني مع عملاء B 2 B
- برنامج الخطة:
 - التسويق نوعين :
 - عروض عمل مشترك مع مكاتب هندسية ومحلات تجارية وأصحاب العقارات السياحية كتسويق مباشر
 - تسويق عبر موقع الكتروني ومتجر الكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي
 - الوصول إلى قيمة الأهداف الشهرية وأكثر
 - تأمين خدمة عملاء ممتازة
- الموازنة :
 - مبلغ التسويق الشهري \$٢٠٠ سنوي \$٢٤٠٠

الدراسة الفنية والتنفيذية:

- خطة وطريقة تطوير المنتج او الخدمة Development Plan
تحديث التقنيات

• خريطة العمل / الانتاج / Production Plan - Process Workflow

- بادئ العمل يكون بتصميم قالب الخاص بالشكل المطلوب لتصميم الساعات والطاولات، يليه رصف الأخشاب بالشكل المطلوب ومن ثم سكب الإيبوكسي بعد خلطه بالنسب والكمية والألوان المطلوبة، ينتهي العمل بعد التصلب بسنفرة وتلميع القطعة، هذا بالنسبة لتطعيم الخشب بالإيبوكسي
- أما بالنسبة للساعات والطاولات واللوحات التي تكون بآلية سكب الإيبوكسي فوق الخشب: فيكون أولاً بتجهيز القطعة الخشبية للسكب وذلك اما باستخدام خشب ذو سطح أملس أو تجهيز القطعة اللازمة بمادة تمنع امتصاص الإيبوكسي , يليه بعد الجفاف صب الإيبوكسي بالطريقة المطلوبة
- توفير مخزون المواد (الإيبوكسي، الألوان، المواد المكملة، مواد السنفرة، مواد التلميع) يجب أن يكون لمدة لا تقل عن أربع أشهر
- عدد العمال المبدئي ٢ عامل، قابل للزيادة في حال ارتفاع عدد الطلبات والضغط
- مدة التسليم بين (١٥-٤٥) يوم حسب حجم العمل والعوامل البيئية التي تؤثر في التصلب
- الموارد البشرية
 - الهيكل التنظيمي
 - نعمة معطي: صاحب المشروع و المسؤول التنفيذي (أخصائي أعمال الإيبوكسي)
 - م. آلاء زكريا: مسؤول التسويق والميديا
 - م. حسين الغزي: فني التصميم والتنفيذ
 - التوصيف الوظيفي
 - نعمة معطي: المدير العامة للمشروع بمهامه الإدارية و المنفذ الرئيسي لأعمال الإيبوكسي
 - م. آلاء زكريا: المسؤول الأساسي عن أعمال ال IT بما فيها تصميم الموقع والمتجر الإلكتروني إضافة لمهمتها في التسويق الإلكتروني للمشروع
 - م. حسين الغزي: مهندس ميكانيك أخصائي بأعمال تصنيع مكملات القطع خارج أعمال الإيبوكسي كصناعة قواعد الطاولات

- خطة التوظيف: ستبدأ على المدى البعيد عند زيادة ضغط العمل والحاجة لمزيد من الموظفين وسيحدد العدد حسب الحاجة وستكون على الشكل التالي :
 - استقطاب الكفاءات العالية من الأشخاص المختصين بأعمال الإيبوكسي
 - أشخاص صناعيين (نجارة + حدادة)
 - موظفين خدمة الزبائن

- آليات تنفيذ المشروع Implementation Plan
 - ١- تنفيذ مشاريع المكاتب الهندسية (هندسة الديكور) حسب عقود عمل واضحة تتضمن (الموديلات وفترة التسليم والسعر وطريقة الدفع)
 - ٢- تنفيذ طلبات العملاء الفردية
 - ٣- تصاميم خاصة تباع في المتاجر (offline-online)
- خطة المبيعات
 - عقود المكاتب الهندسية (هندسة الديكور)
 - المتجر الإلكتروني
 - طلبات خاصة عبر الموقع الإلكتروني وصفحات السوشال ميديا
- خطة الموارد المطلوبة Resources Plan
 - ورشة مجهزة بأدوات التشغيل الأساسية
 - موارد المواد الأولية ذات جودة عالية من الإيبوكسي وأخشاب شجر الزيتون
 - مشاور مالي
 - توظيف عمال حدادة ونجارة وخدمة عملاء عند ارتفاع حجم الطلب وحسب حاجة العمل
- تقدير مصاريف التأسيس والتشغيل
 - مصاريف التأسيس ستكون موزعة على المعدات والمواد، ايجار المقر، رواتب ٢ موظف، الدعاية والاعلان بما فيه الموقع والمتجر الإلكتروني



الدراسة القانونية، والمقترح الاستثماري والتمويلي:

- الخيار القانوني واسبابه: محدودة المسؤولية Limited وذلك لأن المستثمر سيكون شريك في الأرباح بنسبة ٢٠٪
- الحصص والشركاء: الملكية حالياً للمؤسس
- الأوراق اللازمة والتراخيص
 - التراخيص: ترخيص البلدية فقط بصفتها ورشة صناعية غير طبية أو غذائية
 - الأوراق لشركة محدودة المسؤولية:
 - ١- عقد الإيجار للورشة + صورة الطابو
 - ٢- عقد الشراكة ويتضمن عدد الشركاء وأوراقهم النظامية في البلد كهوية أو إقامة أو هوية حماية مؤقتة + نسب الشراكة + رأس مال الشركة + فعاليات الشركة والفعالية الأم للشركة + اسم الشركة
- الضمانات المقدمة: النسبة المئوية من ملكية الشركة ٢٠٪
- نوع التمويل المطلوب مبلغ ٢٥٠,٠٠٠ ليرة تركية بما يعادل ٩,٢٤٤ دولار أمريكي مقابل حصة في الشركة