



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



خطة عمل

Business Plan

إعداد وتدريب :

أحمد خالد عاشور

Ah.ashour232@gmail.com



المحتويات

1 الملخص التنفيذي
5 الخطة التسويقية
8 1.1.1 تجزئة السوق
8 1.1.2 الزبائن
8 1.1.3 المنافسين
8 1.1.3.1 المنافسين
8 1.1.3.2 الميزة التنافسية
9 1.1.4 حجم الطلب الكلي
9 1.1.5 الحصة السوقية
9 1.2 التسويق
9 1.2.1 وصف الخدمة
10 1.2.2 التسعير
10 1.2.3 قنوات التوزيع
10 1.2.4 وسائل التسويق والترويج
13 الخطة التشغيلية
14 2.4 مدخلات الانتاج
14 2.4.1 المعدات والأجهزة المطلوبة
15 2.4.2 التكلفة التشغيلية اللازمة للمشروع
15 2.4.2.1 تكلفة المواد الخام
Error! Bookmark not defined. 2.4.2.2 الأيدي العاملة
15 2.4.2.3 مصاريف تشغيلية اخرى
22 الخطة الادارية
18 3.1 الاسم التجاري للمشروع

18	3.2 شعار المشروع / العلامة التجارية
18	3.3 الشكل القانوني للمشروع
18	3.6 الهيكل التنظيمي
19	3.7 المصاريف الادارية
19	3.8 مصاريف التأسيس
25	الخطة المالية
21	4.1 التكاليف التأسيسية
21	4.2 التكاليف الثابتة والمتغيرة
22	4.3 القوائم المالية
22	4.3.1 قائمة الدخل / الربح والخسارة
24	4.3.2 قائمة التدفق النقدي
25	4.5 فترة الاسترداد
25	4.6 نقطة التعادل
26	4.7 المؤشرات المالية

الخطة التمهيدية



معلومات عامة	
	اسم المشروع
	الشخص المسؤول
	المؤهل العلمي / الخبرات
	الهاتف
	البريد الالكتروني
	طبيعة نشاط المشروع
	موقع المشروع
وصف فكرة المشروع	
أهداف المشروع	
المنتجات / الخدمات التي يقدمها المشروع	
يقوم مُعد الدراسة بوصف السلعة التي سيقوم بتسويقها وصفا دقيقا يوضح نوعها وحجمها وتكوينها الأساسي وطرق ومكان تسويقها والصورة التي ستصل بها الى المستهلك	

السوق المستهدف (الزبائن المحتملين والمستهلكين النهائيين)

عدد العاملين في المشروع

رأس المال التأسيسي

اجمالي رأس المال التأسيسي للمشروع

عوامل نجاح المشروع

مؤشرات نجاح المشروع

العائد على الاستثمار =

فترة الاسترداد =

الربح للسنة الأولى =

الخططة التسويقية



1.1 السوق

1.1.1 تجزئة السوق

يقوم معد الدراسة بتحديد خصائص الفئة المستهدفة، وتجزئتها حسب (المنطقة الجغرافية، الفئة العمرية، مستوى الدخل... الخ)

1.1.2 الزبائن

يقوم معد الدراسة بوصف السلعة التي سيقوم بتسويقها وصفا دقيقا يوضح نوعها وحجمها وتكوينها الأساسي وطرق ومكان تسويقها والصورة التي ستصل بها الى المستهلك

1.1.3 المنافسين

1.1.3.1 المنافسين

يسرد معد الدراسة أهم المنافسين المباشرين (يقدمون نفس المنتج أو الخدمة) والغير مباشرين (يقدمون سلع أو خدمات بديلة) للمشروع داخل منطقة التنافس

1.1.3.2 الميزة التنافسية

1.1.4 حجم الطلب الكلي

1.1.5 الحصة السوقية

1.2 التسويق

1.2.1 وصف الخدمة

1.2.2 استراتيجية التسعير

يحدد معد الدراسة الاستراتيجيات التي سيتبعها في تسعير المنتجات

1.2.3 قنوات التوزيع

يحدد معد الدراسة الاستراتيجيات التي سيتبعها في تسعير المنتجات

1.2.4 وسائل التسويق والترويج

يحدد معد الدراسة الاستراتيجيات التي سيتبعها في تسعير المنتجات

1.1 المبيعات المتوقعة

2.1.1 المبيعات المتوقعة خلال السنة الأولى

الجدول أدناه يوضح المبيعات المتوقعة للسنة الأولى مفصلة بشكل شهري، في حالة المشاريع التجارية التي تشمل عدد كبير من الأصناف، يمكن الاختصار على توقع إجمالي حجم المبيعات الشهري دون التطرق لعدد الوحدات وسعر الوحدة.

السنة الأولى	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	المجموع
العدد													
السعر													
الإجمالي													
أرباع السنة													

2.1 المبيعات المتوقعة

الجدول أدناه يبين احتياجات و تكاليف التسويق للسنة الأولى للمشروع

البند	عدد الوحدات	تكلفة الوحدة	التكلفة السنوية	ملاحظات
وسائل النقل				
الإعلانات				
الترويج				
أخرى/حدد				
المجموع				

الخطوة الفنية



2.1 موقع المشروع / المنطقة الجغرافية

2.2 مراحل عملية الحصول على الخدمة

ينطبق هذا الجدول على المشروعات التي تقدم خدمات وعمليات متشابهة

المؤهلات المطلوبة	المعدات والأدوات المطلوبة	الفترة الزمنية اللازمة	مدخلات	الخطوات

يفضل عمل Gantt Chart لعملية انتاج السلعة حتى تتمكن من حساب الزمن الكلي لإنتاج كمية معينة من الصنف

2.3 القدرة الانتاجية القصوى / المستغلة

2.4.2 التكلفة التشغيلية اللازمة للمشروع

2.4.2.1 تكلفة المواد الخام

** ينطبق هذا الجدول على المشاريع التي تحتاج إلى مواد خام في عملية إنتاج السلعة

البند	عدد الوحدات	سعر الوحدة	الإجمالي	مدة النفاذ (الشهر)	عدد دورات الشراء	التكلفة السنوية
المجموع						0

2.4.2.3 مصاريف تشغيلية اخرى

نوع التكاليف	عدد المرات في السنة	التكلفة	التكلفة السنوية
تكاليف صيانة وتصلية الماكينات			
إيجار المحل			
الكهرباء			
المياه			
اهلاك الماكينات			
أخرى			
المجموع			

2.4 الخطة الزمنية لعمل المشروع

8	7	6	5	4	3	2	1	المهمة

الدراسة الإدارية



3.1 الاسم التجاري للمشروع

3.2 شعار المشروع / العلامة التجارية

3.3 الشكل القانوني للمشروع

3.6 الهيكل التنظيمي

كيف سوف يتم تنظيم وإدارة وتشغيل المؤسسة/ من الذي سوف يقوم بالبيع (الاتصال، الترويج، التواصل، الخدمات، الخ...)? من الذي سوف يقوم بالتصنيع (شراء المواد الخام، التصنيع، مراقبة الجودة، توجيه العمال، الحفاظ على الأجهزة، الخ...)? من الذي سوف يقوم بالأعمال المالية (دفع الرواتب، الحسابات البنكية، الممولين، التسجيل المالي، الخ...)?

أرسم/ أوصف الهيكل التنظيمي للمشروع (حتى لو كان بسيطاً)

3.7 المصاريف الادارية

ملاحظات	الاجمالي	تكلفة الوحدة	عدد الوحدات	البند
				هاتف وانترنت
				قرطاسية
				ضيافة
				مواصلات
				أخرى/حدد
				المجموع

3.8 مصاريف التأسيس

المبلغ	البند
	المجموع

الدراسة المالية

