



## خطة العمل

١٧

تمرين رقم

## المكونات التفصيلية لخطة العمل:

## ١ الملخص التنفيذي:

تعريف بمشروعك، وماذا سيقدم للعملاء، وتكلفة المشروع، وعدد المستهدف من العملاء، توقعات نمو الإيرادات في السنة الأولى، والسنة الثانية والسنة الثالثة.

## الرسالة: الغرض من إنشاء الشركة .

.....

.....

## أهداف المشروع:

- يصنف كأفضل مشروع في مجال ... من قبل ... .
- كسب أرباح من الأشهر الأولى من بدء التشغيل.
- الحفاظ على هامش ربح ٣٣٪.

.....

.....

.....

## مفاتيح نجاح المشروع:

- تصميم جذاب.
- تدريب مستمر للموظفين لضمان الجودة.
- إطلاق حملة تسويقية عن المشروع.

.....

.....

.....

## ٢ ملخص الشركة:

## ملكية الشركة:

الإطار القانوني: شركة، مثلاً: يملك أحمد ٧٠٪ من أسهم الشركة، ويملك سلمان ٣٠٪ من أسهم الشركة. «توزيع نسب واضحة لأسهم الشركة»

.....

.....

## فريق العمل:

المؤهلات والخبرات والمواهب.

.....

.....

## ملخص تكاليف البدء بالمشروع: تسمى مصاريف بدء التشغيل.

.....

.....



## تمرين رقم

١٧

## خطة العمل

موقع الشركة.

التجهيزات المطلوبة.

## ٣ المنتجات:

مواصفات المنتج: وصف مفصل للمنتج.

فوائده للعملاء:

الفرق بينه وبين المنتجات الموجودة في السوق:

## ٤ تحليل السوق:

تجزئة السوق وتحديد العملاء المحتملين:

الطلاب

الأساتذة

الزوار

العمال

وصف خصائص العملاء: وصف لعادات العملاء.

تحليل الموردين: رصد الموردين في قائمة.

تحليل المنافسة: المنافسون المتوقعون.

الميزة التنافسية: عرض مزايا منتجك أو الخدمة التي ستقدمها.





## خطة العمل

١٧

تمرين رقم

## ٧ الخطة المالية:

افتراضات مهمة: تكلفة المنتج، السعر، حجم المبيعات، هامش الربح  
وضع جدول للافتراضات المهمة لـ ٣ سنوات .

التدفقات النقدية المتوقعة: وهي القائمة التي توضح النقدية الواردة و الصادرة لفترة زمنية محددة.  
جدول للتدفقات المالية المتوقعة شهرياً ولمدة سنة.

المؤشرات المالية: جدول للسنة الأولى والثانية والثالثة (مبيعات، نفقات، هامش الربح).

تحليل نقطة التعادل: هي النقطة عندما تتساوى التكاليف الكلية مع الإيرادات.

توقعات الربح والخسارة.

المخاطر وكيفية تلافيها.

## ٨ الملاحق:

الرسومات البيانية.

الجدول والقوائم المالية.

السير الذاتية.

## ٩ العلامة التجارية :

العلامة التجارية، هي علامة مميزة أو مؤشر يستخدمه فرد أو منظمة أعمال، أو أي كيان قانوني آخر للدلالة على أن المنتجات أو الخدمات المقدمة للمستهلك والتي تظهر عليها العلامة التجارية تنشأ من مصدر وحيد، ولتمييز منتجاتها أو خدماتها عن منتجات وخدمات الآخرين.