

تم تحضيره بواسطة
شذى أيمن دحدوح

دراسة جدوى متجر إلكتروني للأزياء بطابع شرقي



مسابقة دراسة الجدوى

للتالبة: شذى أيمن دحدوح

بإشراف الدكتور باسل الحسن



المحتوى



01 أسم و فكرة المشروع

02 أهداف المشروع

03 دراسة المنديل

04 دراسة ما قبل الجدوى

05 تحليل SOWT

06 تحليل PESTEL

المحتوى



07 الدراسة الفنية

08 الدراسة المالية

09 تحليل الحساسية

10 مطبوفة اتخاذ القرار AHP

11 خطة العمل



فكرة المشروع

متجر إلكتروني متخصص في بيع
الملابس العصرية بطابع شرقي

وشيجه تعني الرابطة العميقة أو الصلة ويبرز
الرابط بين الشرق التقليدي و الموضة العصرية

أهداف المشروع

- 01 تصميم ملابس عصرية بطابع شرقي
- 02 تعزيز الهوية الشرقية للشباب
- 03 إبراز الهوية الشرقية للعالم
- 04 زيادة الثقة في المنتجات الشرقية



دراسة المنديل

في ظل سعي الشباب اليوم للتميز والتعبير عن أنفسهم من خلال المظهر، يهدف متجر وشيجة إلى تقديم أزياء عصرية بطابع شرقي فريد يُبرز الهوية الثقافية ويجسد جمال التطاميم الشرقية الأصيلة. يتيح المتجر تجربة تسوق إلكترونية سلسة، وتعتمد استراتيجيته المالية على المبيعات المباشرة للملابس عبر المنصة

وشيجة
للأزياء الشرقية رقمية

التحليل الديموغرافي

سوف نركز على فئة
الشباب من ذكور وإناث
من اعمار ما بين 18 إلى 45

التحليل السلوكي

عادة يكثر شراء الملابس
في المناسبات كالأعياد

التحليل النفسي

نستهدف المهتمين بالموضة و
الباحثين عن افكار ملابس مميزة

التحليل الجغرافي

سوف نبدأ من المنطقة المحلية
و بعد ذلك سنتمكن من التوسع
إلى المنطقة المحيطة بنا

دراسة ما قبل الجدوى

تحليل السوق المستهدف

المنافسين الغير المباشرين

محلات التجزئة التقليدية
التي في الأسواق أو
المتاجر الكبرى

المنافسين المباشرين

المتاجر الإلكترونية
المحلية أو الحسابات على
منصات التواصل الاجتماعي
المتخصصة في بيع الملابس

دراسة ما قبل الجدوى

تحليل المنافسين

المساحة و المرافق

سوف نبدأ من مساحة في المنزل للتغليف لأننا سنتعاون مع مصممين ومعامل خياطه لطنع الملابس ,بالأضافة سنتعاقد مع شركات للشحن

المتطلبات التقنية

- يجب أن نحجز (DOMAIN)
- ان نشترك في منصة تجارة إلكترونية (مثل سلة)
- الاشتراك في بوبات دفع الكتروني

دراسة ما قبل

الجدوى

التقييم الفني

المخاطر السوقية

ظهور منافسين جدد يبيعون
بأسعار منخفضة مقارنة
بمتجرنا

الحل : استعدادا لذلك يجب أن
نركز على بناء علامة تجارية
ذات جودة وتجربة مستخدم
مميزة

المخاطر التشغيلية

يمكن ان تتلف المنتجات اثناء
الشحن أو تأخر الموردين ،

الحل : استعدادا لذلك يمكن ان
نتعامل مع أكثر من مورد
وفحص الشحنات بدقة

دراسة ما قبل الجدوى

تحليل المخاطر

تحليل SOWT

الضعف

- محدودية الطاقة الإنتاجية
- عدم وجود علامة تجارية معروفة بعد
- الشحن الخارجي : قد يؤثر تذبذب الأسعار في شركات الشحن او تأخر التوظيف على تجربة العميل

القوة

- مرونة التصميم و التخطيط
- انخفاض التكاليف الرأسمالية
- التحكم في الجودة
- الهوية البصرية المميزة

تحليل SOWT

وشيجة
للإستشارات والتدريب

المخاطر

- المنافسة الشديدة: هناك وفرة في البدائل الجاهزة و المستوردة
- تغير سعر المواد الخام
- تغير خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي

الفرص

- نمو سوق المنتجات الفريدة
- قوة التسويق الإلكتروني
- سهولة التوسع الجغرافي

تحليل PESTEL

العوامل السياسية

العوامل السياسيّة في سلطنة عمان

- **الخطة الوطنية:** توافق المتجر مع أهداف رؤية عمان الرقمية لتحويل السلطنة إلى مركز إقليمي للتجارة الإلكترونية.
- **لائحة التجارة الإلكترونية:** الالتزام بالقرار الوزاري الصادر عن وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار لتوثيق المتجر رسمياً.
- **الرقابة والشفافية:** الخضوع لإشراف الجهات الحكومية للحد من الاحتيال وحماية حقوق المستهلك

تحليل PESTEL

العوامل الاقتصادية

- **حجم السوق:** ينمو سوق التجارة الإلكترونية في عمان بشكل متسارع ليصل إلى مليارات الدولارات، مما يوفر فرصة كبيرة لزيادة المبيعات.
- **رؤية الدولة:** يدعم الاقتصاد الرقمي وبرامج التحول الوطني التوجه نحو الشراء عبر الإنترنت ويزيد ثقة المستهلكين
- **دعم ريادة الأعمال:** تقدم الجهات المعنية تسهيلات تمويلية وبرامج تدريبية مخصصة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة لتشجيعها على دخول قطاع التجارة الإلكترونية

تحليل PESTEL

العوامل الاقتصادية

- **التأسيس والتشغيل:** تشمل تكاليف تصميم المنصة، استضافة الموقع، التسويق الرقمي، وإصدار التراخيص الرسمية.
- **الشحن والتوصيل:** تؤثر تكاليف وقرش السرعة لخدمات التوصيل المحلي وسلاسل الإمداد على هامش أرباح المتجر.
- **بوابات الدفع:** توفر وسائل الدفع الرقمي الحديثة وتطبيقات الهاتف المحمول سهولة في تحصيل الأموال لكنها تترتب عليها رسوم تشغيلية.

تحليل PESTEL

العوامل الاجتماعية

- **الاتجاه نحو التميز و الأناقة:** زاد وعي وفخر المستهلكين بإقتناء قطع فريدة من متاجر مميزة محلية تعبر عن هويتهم, بدلا من المنتجات الاستهلاكية المكررة
- **ثقافة دعم المشاريع المحلية:** هناك الكثير من الأشخاص يميلون لدعم المشاريع الصغيرة و تثنى الجهد المبذول في التصميم
- **سلوك الشراء عبر منصات التواصل:** تحول سلوك التسوق ليصبح قائما على التوصيات و التقييمات و طور وتجارب المشترين الآخرين (social proof)

تحليل PESTEL

العوامل التكنولوجية

- **تطور منصات المتاجر الجاهزة:** سهولة تأسيس المتجر وإدارته عبر منصات مرنة وربطها ببوابات الدفع الإلكتروني دون حاجة لمعرفة برمجية معقدة
- **أدوات التصميم المتقدمة:** الاعتماد على برامج و مواقع التصميم الحديثة لإنشاء الهوية البصرية, وتصميم واجهات المتجر, وتعديل صور ومقاطع الحقائق باحترافية و سرعة
- **قوة الخوارج ميات:** التكنولوجيا تتيح للقطاع المميزة أن تصبح رائجة (ترند) وتصل لآلاف العملاء بشكل مجاني تماما إذا تم توظيف صناعة المحتوى البصري بشكل صحيح

تحليل PESTEL

العوامل البيئية

- **نفايات التغليف و التعبئة:** الاعتماد على العبوات البلاستيكية و الكرتونية يولد نفايات ضخمة , الحل ان نحول نحو التغليف المستدام و القابل للتحليل
- **التغير المناخي والكوارث:** تؤثر الظروف الجوية القاسية والفيضانات على سلاسل الإمداد وتتسبب في تأخير عمليات الشحن والتوصيل للمستهلكين
- **الوعي البيئي للمستهلك:** تغير تفضيلات العملاء ودعمهم للشركات التي تتبنى ممارسات صديقة للبيئة أصبح محركاً أساسياً لنجاح المتاجر

تحليل PESTEL

العوامل القانونية

- القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية في سلطنة عمان
- التسجيل عبر بوابة عمان للأعمال
- تأسيس شركة تجارية مقيدة في سجل تجاري وفقاً لقانون استثمار رأس مال أجنبي، حيث تقتصر تراخيص الأفراد بدون سجل على العمانيين فقط
- ترخيص التجارة الإلكترونية: إلزامية إصدار ترخيص مزاول النشاط الرقمي إلكترونياً عبر النظام، وربطه برابط المتجر الافتراضي وقنوات التواصل.
- الموافقات الخاصة: الحصول على تراخيص إضافية من الجهات المختصة حسب طبيعة السلع أو الخدمات المباعة

تحليل PESTEL

العوامل القانونية

- القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية في سلطنة عمان
- **السياسات والشفافية:** إبراز سياسات واضحة للاستبدال والاسترجاع، وتقديم وصف تفصيلي للخدمات أو المنتجات، وتحديد قنوات التواصل بوضوح.
- **التوثيق الرسمي:** توثيق المتجر الرقمي عبر المنصات المعتمدة لضمان الموثوقية وحماية حقوق المستهلكين.
- **البيان الجمركي:** تقديم فواتير تفصيلية أصلية أو إلكترونية لجميع البضائع المستوردة للمتجر.

الدراسة الفنية: الموقع

الموقع الجغرافي الفعلي

مكان الإدارة في بداية
الأمر سيكون من المنزل
لستلام الملابس من
مصنع الخياطة
وتغليفيها وأرسالها
لشركات الشحن

الموقع الرقمي

- أولا نختار منصة للتجارة
الإلكترونية لأستضافة
المتجر مثل (سلة)
- ثانيا أن نحجز (Domain)
مميز وسهل

الدراسة الفنية الأرض و المباني

بما أن المتجر إلكتروني لاحتاج لشراء أرض
أوبناء محلات ,
سوف نكتفي بشتتجار مستودع عند
التوسع لحفظ البضائع و بالإضافة لمساحة
مكتبية صغيرة في المكان لإدارة الموقع
و التطوير وتغليف الطلبات

الدراسة الفنية المعدات

- نحتاج إلى لابتوب و هاتف ذكي لإدارة المتجر و التواصل مع العملاء ومتابعة الطلبات
- معدات تطوير (كاميرا او هاتف بجودة تطوير ممتازة و أضاءه وخلفية) لتطوير الأزياء
- طباعة فواتير وبطاقات الشحن
- أدوات التجهيز والتغليف (مقصات آلات لزيادة إحكام إغلاق الصناديق)
- رفوف ووحدات تخزين لتنظيم الملابس حسب المقاسات و الموديلات

الدراسة الفنية: التخطيط الداخلي

منطقة التخزين

منطقة استلام
الملابس وفحص
الجودة

منطقة التجهيز
والتغليف

منطقة التطوير

الدراسة الفنية: المواد الخام

أنواع الخيوط

• البوليستر



• فيكزور



أنواع الأقمشة

• القطن



• لينن



الدراسة الفنية: المواد الخام

مواد التغليف الداخلي والمباشر للقطعة :

- **أكياس الحماية الشفافة :** أكياس بلاستيكية (أو قابلة للتحلل) تُغلف فيها كل قطعة على حدة داخل المصنع للحماية المنتج
- **ورق التغليف الحريري :** ورق خفيف أنيق يُلف حول القطعة داخل علبة الشحن لإعطاء لمسة فاخرة.
- **ملصقات الإغلاق :** ملصقات صغيرة بشعار المتجر لتثبيت ورق التغليف الحريري.
- **بطاقات الشكر والإهداء :** بطاقات تُرفق مع كل طلب تحتوي على رسالة شكر للعميل، تعليمات العناية بالقطعة، أو كود خصم للطلب القادم.

مواد التغليف الخارجي للشحن :

- **أكياس الشحن البلاستيكية :** أكياس شحن مقاومة للماء والتمزق، مخصصة للملابس، ومطبوع عليها هوية وشعار المتجر.
- **صناديق الشحن الكرتونية :** صناديق كرتونية مقواة تُستخدم مع القطع الفاخرة أو الطلبات الكبيرة لضمان وصولها بشكل مرتب ودون تجعد.
- **شريط التغليف اللاصق :** شريط لاصق مقوى لإغلاق الكراتين، يُمكن طباعة الشعار عليه.

الدراسة الفنية: الطاقة الإنتاجية

القدرة التشغيلية اليومية

- الحد الأقصى للطلبات التي يمكن للمتجر تجهيزها وشحنها يوميا دون تأخير هي 30 إلى 50 طلب
- ويمكن ان يتغير هذا العدد في أوقات المواسم

القدرة الاستيعابية و التخزينية

القدرة الاستيعابية التي يمكن للمخزن استيعابها تقريبا 500 إلى 1000 قطعة في الشهر كبداية

الدراسة الفنية: الهيكل الإداري

مسؤول العمليات و الدعم الفني

يتابع حالة المتجر الإلكتروني ،
يعالج المشاكل التقنية و يتواصل
مع شركات الشحن

المدير العام

الشخص المسؤول عن الرؤية العامة
،الأشراف على تصاميم و القرارات
المالية الاستراتيجية

مسؤول خدمة العملاء

للرد على استفسارات العملاء
ومتابعة الشكاوى و الاستبدال

مسؤول التسويق وطناعة المحتوى

يتولى إدارة حسابات التواصل
الإجتماعي و إعداد حملات إعلانية و
تنسيق جلسات التصوير

الدراسة الفنية: العمالة المطلوبة

عمال التجهيز والتغليف

في البداية نحتاج إلى موظف للقيام
بعمليات جرد المخزون و ترتيب
الملابس و تغليف الطلبات

مطعم أزياء

ويجب ان يمتلك ذوقا بين
الحداثة و اللمسة
الشرقية

مسؤول تسويق رقمي

يجب ان يكون خبير في إعلانات
لجذب الزوار للمتجر الإلكتروني

مطور محترف

لأبراز جمال التطاميم من
خلال التطوير

الدراسة المالية

التكلفة التأسيسية الأولى

التكاليف التأسيسية الأولية (تدفع مره واحده)			
الأمر	التكلفة	المده	المجموع
تصميم الأزياء	ريال عماني 308	--	
تصنيع الدفعة الأولى من الملابس	ريال عماني 400	--	
جلسة تصوير احترافية(مصور +استيديو)	ريال عماني 359		
تصميم الهوية البصرية والشعار	ريال عماني 154		
تغليف ومطبوعات متخصصة	ريال عماني 250		
شراء قالب المتجر	ريال عماني 38,5		
رسوم توثيق ورخصة المتجر	ريال عماني 51,5		
إجمالي التكلفة	---	---	ريال عماني 2,347

الدراسة المالية

التكلفة التشغيلية المستمرة

التكاليف التشغيلية المستمرة (تدفع شهريا)			
المجموع	المدّة	التكلفة	الأمر
	شهريا	ريال عماني 30,7	اشتراك منصة المتجر (باقة سلة برو)
	شهريا	ريال عماني 20,5	اشتراكات التطبيقات (تسويق + SEO + واتساب)
	سنويا	ريال عماني 6,5	حجز أسم النطاق (Domain Name)
	شهريا	ريال عماني 30,8	الصيانة والدعم الفني الطارئ
ريال عماني 82,5	---	---	إجمالي التكاليف التشغيلية الثابتة شهريا
ريال عماني 990	----	---	إجمالي التكاليف التشغيلية الثابتة سنويا

الدراسة المالية

التكلفة المتغيرة

التكاليف المتغيرة (مع كل عملية بيع)			
النسبة		المدى	
بين 1% و 2.75% + 0.100 ريال عماني عن كل عملية شراء		عمولة بوابة الدفع الإلكتروني	
بين 2.500 و 3.500 ريال عماني لكل طلب		تكلفة الشحن و التوصيل	

الدراسة المالية

تحليل السيناريوهات و المؤشرات المالية

تحليل السيناريوهات و المؤشرات المالية			
المؤشر المالي	السيناريو المرتفع	السيناريو المتوسط	السيناريو المنخفض
حجم المبيعات الشهري	طلب 60	طلب 30	15 طلب
حجم المبيعات السنوي	قطعة 720	قطعة 360	قطعة 180
الأيراد السنوي الإجمالي	14400 ريال عماني	7200 ريال عماني	3600 ريال عماني
صافي التدفق النقدي (السنة الأولى)	4410 ريال عماني	1710 ريال عماني	360 ريال عماني
فترة الاسترداد (Payback period)	ستة اشهر	سنة وخمسة اشهر	ستة سنوات
عائد الاستثمار (ROI- خلال ثلاث سنوات)	620%	240%	50.00%
صافي القيمة الحالية (NPV)	"ريال عماني +9647.1"	"ريال عماني +2303.8"	"ريال عماني -1367.9"

تحليل الحساسية

تحليل الحساسية على السيناريو الثاني المتوسط

تحليل الحساسية					
العامل	نسبة التغير	التأثير على صافي الربح السنوي	صافي القيمة الحالية (NPV)	فترة الاسترداد	التقييم
السيناريو الأساسي	0%	ربال عماني 1710	ربال عماني "+2303.8"	سنة 1.4	ممتاز ومجد
انخفاض سعر البيع	(أصبح 18 ربال عماني) "-10%"	ربال عماني 990	ربال عماني "+517.5"	سنة 2.4	ما زال مجديا
ارتفاع التكاليف المتغيرة	(أصبحت 14.37 ربال عماني) "15%"	ربال عماني 1035	ربال عماني "629.1"	سنة 2.3	مجد ويتحمل الزيادة
انخفاض المبيعات	(أصبح 24 طلب) "-20%"	ربال عماني 1170	ربال عماني "+963.9"	سنة 2.0	مجد ومستقر
أسوأ حالة مجتمعة	(% انخفاض سعر 10 % + انخفاض المبيعات 10)	ربال عماني 522	ربال عماني "+642.6"	سنة 4.5	منطقة مخاطرة

مصفوفة تقييم وترجيح الخيارات

(AHP Decision Matri)

مصفوفة تقييم وترجيح الخيارات (AHP Decision Matri)			
المؤشر المالي	السيناريو المرتفع	السيناريو المتوسط	السيناريو المنخفض
الربحية و العائد (45%)	100%	75%	20%
الأمان و انخفاض المخاطرة (35%)	50%	85%	30%
سهولة التشغيل و التسويق (20%)	40%	70%	90%
النتيجة الترجيحية النهائية (AHP scoer)	71%	(الخيار الأفضل و الموصى به) 77.5%	37.50%

وشيجة

للأزياء الشارقة رقية

خطة العمل:

المرحلة الأولى

من الشهر الأول إلى الثالث

- أخراج التراخيص
- إنشاء المتجر الإلكتروني (من هوية بصرية وشعار...إلخ)
- المنتجات و التصنيع
- توظيف العمالة المطلوبة

الخطوة الثانية

من الشهر الرابع إلى السادس

- الإنتاج و جلسات التصوير
- الحملة التسويقية

وشيجة

للأزياء الشارقة رقمية

خطة العمل:

المرحلة الثانية

- الإطلاق الرسمي
- إستهداف اول 20 عميل

المرحلة الثالثة

من الشهر السابع إلى العاشر

- تحليل البيانات و الخدمة
- بناء قاعدة عملاء وفية
- تحسين سلاسل الإمداد
- توسيع خطوط المنتجات

بناءً على ما تم استعراضه في دراسة الجدوى الشاملة (التسويقية، الفنية، والمالية) لمشروع **متجر وشيجة** تُظهر النتائج أن المشروع يمتلك مقومات نجاح عالية وقدرة تنافسية ممتازة في سوق الأزياء والملابس الإلكترونية.

أبرز معالم الجدوى

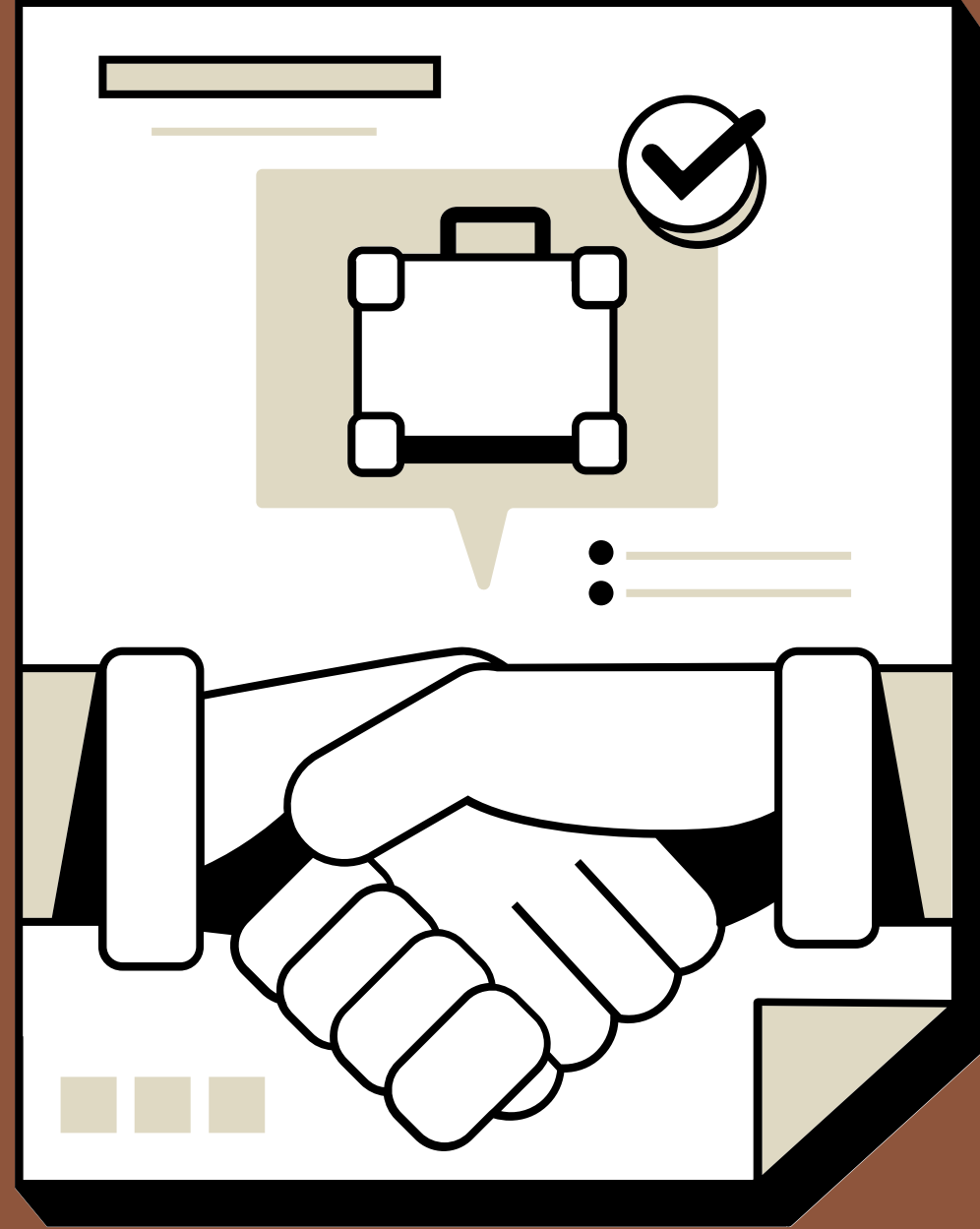
- **الفرصة السوقية:** وجود طلب متزايد وفجوة واضحة في السوق لنوعية الأزياء العصرية التي تجمع بين الأصالة والهوية الشارقة، مع الاعتماد على نموذج البيع الإلكتروني منخفض التكاليف التشغيلية.

• أبرز معالم الجدوى

- **المؤشرات المالية:** تشير التقديرات المالية إلى تحقيق نقطة التعادل خلال [سنة و أربع أشهر] من إطلاق المشروع، مع معدل عائد على الاستثمار (ROI) متوقع يبلغ [240%] وفترة استرداد لرأس المال قدرها [سنة ونصف].

• التوصيات

نوصي بالمضي قدماً في تنفيذ المشروع والبدء في الخطوات التنفيذية (تجهيز التصاميم، إنشاء المتجر الإلكتروني، وإطلاق الحملة التسويقية الافتتاحية)، حيث يُعد المشروع فرصة استثمارية واعدة تحقق أرباحاً مجدية وتساهم في تقديم براند متميز في السوق.



شكراً

عمل الطالبة: شذى أيمن دحدوح