

دراسة الجدوى الاقتصادية لمشروع

السوائل الوريدية الطبية

المقدم من شركة: آمال الحياة (Life hopes)

المقر: الرياض، المدينة الصناعية الثالثة

الموقع الإلكتروني: WWW. Life hopes.COM

البريد الإلكتروني: Life hopes@gmail.com

حساب تويتر: @Life hopes

المقدمة

المشروع عبارة عن شركة تهدف إلى تصنيع منتجات طبية وتحديدًا السوائل الوريدية (Intravenous fluids). حيث يقوم المصنع بصناعة المحاليل الطبية التي تستخدم في التحكم في كمية السوائل التي يتلقاها المصاب عن طريق الوريد أو من خلال مجرى الدم، ويتم إعطاؤها من خلال كيس متصل بخط وريدي.

أهداف المشروع

يهدف المشروع إلى تقديم منتجات طبية محددة. وسيكون خطوة في مواكبة التطور الصناعي والاقتصادي الذي تشهده المملكة عن طريق الإضافة في عملية الصناعة ويساهم في زيادة الإنتاج القومي والإنتاجية ذات الكفاءة العالية في هذا القطاع.

منتجات المشروع

- ستكون منتجات المشروع هي محاليل طبية محددة ومعروفة في قطاع الخدمات الطبية وهي:
- Saline (0.9% NaCl)
- Ringer Lactate (Na+cl+lactate+K)
- Dextrose

- العملاء

- مشتريات وزارة الصحة
- المستشفيات والمستوصفات والعيادات الخاصة
- الصيدليات

طريقة البيع

- البيع المباشر عن طريق خدمة البيع من المسوقين ومندوب المبيعات
- بيع المنتج عن طريق الموقع الالكتروني
- عقد الاتفاقيات مع العملاء المستهدفين
- تصدير المنتج وبيعه للجهات ذات العلاقة في المستقبل

الشكل القانوني للمشروع

المشروع جديد وهو عبارة عن شركة ذات مسؤولية محدودة مكونة من شخصين، تكون ملكية الشركة محددة الأسهم أو الوحدات التي يملكها كل شريك في رأس المال. أي أن الشركاء مسؤولين عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها بمقدار حصتهم من رأس المال، ولكل شريك مهام محددة ومفصلة في الهيكل التنظيمي في الدراسة الإدارية على أن يكون القرار النهائي بالاتفاق. وتنتقل حصة الشريك إذا توفي إلى ورثته.

بداية الإنتاج وأوقات العمل

سيبدأ المشروع بالعمل بعد استكمال المتطلبات اللازمة من دراسة الجدوى الاقتصادية وإصدار التراخيص والسجلات اللازمة، وتوفير الآلات والأجهزة وتجهيز الموقع بشكل كامل.

ويتوقع أن يكون ذلك في تاريخ ١/١/١٤٤٨ هـ الموافق ١٦/٦/٢٠٢٦ م

وسيكون عمل المشروع ستة أيام في الأسبوع من السبت إلى الخميس

وساعات الدوام ١٠ ساعات على مدار فترة واحدة ٧ صباحاً – ٥ مساءً

يتخللها فترة استراحة من الساعة ١٢-١

وستكون الإجازات على النحو التالي:

- يوم الجمعة من كل أسبوع
- إجازة عيد الفطر (٢٨ رمضان – ٤ شوال)، وإجازة عيد الأضحى (٨ ذو الحجة – ١٤ ذو الحجة)
- إجازة اليوم الوطني ٢٣ سبتمبر من كل عام
- إجازة يوم التأسيس ٢٢ فبراير

شعارنا

لابد من وضع الشعار + مدلولاته (دلالة الشكل ، اللون،....) الشعار يمثل هوية للمشروع

دراسة السوق والدراسة التسويقية

نبذة عن المنتج

المنتج هو عبارة عن إنتاج محاليل وسوائل وريدية والتي تستخدم في الخدمات الطبية التي تقدم للمرضى وهي محاليل

- Normal saline (المحلول الملحي) والذي يستخدم لتعويض نقص السوائل في الجسم، وتعويض النزيف في الدورة الدموية، وحل بعض الأدوية والمضادات الحيوية التي تعطى عن طريق الوريد، كما يعتبر سائل معقم لغسيل الجروح والحروق.
- Ringer Lactate والذي يستخدم لتعويض نقص السوائل في الجسم، وتعويض النزيف في الدورة الدموية، وحل بعض الأدوية والمضادات الحيوية التي تعطى عن طريق الوريد، كما أنها تستخدم لمعادلة حموضة الدم عن طريق الناتج من عملية الأيض في الكبد للاكتات.
- Dextrose والذي يستخدم لتعويض نقص السكر الحاد في الجسم وعلاج الغيبوبة السكرية.

وستكون عملية تصنيع المنتج في مبنى مخصص لذلك تتوفر فيه كل الاشتراطات الهندسية والفنية والصحية. بواسطة موارد بشرية متخصصة ومتميزة بالخبرة والكفاءة.. كما يهدف المشروع إلى تقديم خدمات اجتماعية هدفها تحسين الوضع الاقتصادي لإفراد المجتمع. وفائدة اقتصادية من خلال المساهمة في زيادة الناتج القومي وتخفيض الاستيراد (بسبب زيادة الإنتاج المحلي)، والمساهمة في زيادة الصادرات.

طريقة الإنتاج

المرحلة	متطلباتها
بناء المبنى	تصميم يتناسب مع تصنيع المنتج والخدمات المساندة الأخرى
تجهيز المبنى	جودة عالية في التأثيث والديكور والتجهيزات المساندة في المبنى
توظيف الموارد البشرية المؤهلة	درجة عالية من التأهيل والكفاءة والخبرة
تصنيع المنتجات المحددة	كفاءة في تصنيع المنتج بطريقة تتوافق مع أفضل الأساليب العلمية الحديثة في تصنيع هذه المنتجات
الدقة في العمل	اكتساب رضى وجذب العميل

أهداف وأسباب اختيار المشروع

- الخبرة الأكاديمية في العمل التجاري والخبرة الاقتصادية وضرورة استغلالها وتوظيفها بشكل عملي وممّني.
- الخبرة الأكاديمية والشهادة العلمية في الإنتاج الكيميائي عند أحد الشركاء، والتي ستكون مفيدة عند القيام بعملية تصنيع منتجات المشروع.
- وفرة في الموارد المالية التي لابد من توظيفها في استثمار منتج.
- المساهمة في توظيف الاستثمار في الاقتصاد الوطني بشكل إيجابي، ورفع معدل الإنتاج والنمو الوطني من خلال زيادة فرص نجاح ودعم الاستثمار.
- تصنيع منتجات طبية تساهم في سد فجوة الطلب، يتم تعويضها بالاستيراد.
- تقديم منتجات محلية هدفها المساهمة في تحسين الوضع الاقتصادي والاجتماعي.

أنواع السوق

من الممكن توضيح نوعية السوق للمنتج كالتالي:

١. حسب درجة التشنت النوعي وطبقاً لنوعية العملاء يعتبر السوق من النوع الرأسي ويخدم نوع محدد من العملاء، وهذا يعني أن الطلب سيكون لفئة محددة من المجتمع وهذه ميزه يمكن الاستفادة منها في تحقيق أهداف المشروع.
٢. ومن الممكن تقسيم السوق حسب المعايير التالية:
 - حسب المعايير الجغرافية سيقوم المشروع بتقديم إنتاجه في السوق المحلية، كما سيقوم بتصدير منتجاته للأسواق الخارجية في المستقبل.
 - وحسب المعايير الصحية يعتبر السوق هو سوق مرضى (ممن يعانون من أمراض أو اعتلالات صحية محددة)
 - وحسب معيار طبيعة المنتجين يعتبر السوق هو سوق احتكار قلة، يوجد في السوق مشروعات مشابهة قليلة، مما يعني أن المنافسة المحدودة ستجعلنا نهتم بتقديم جودة عالية وأساليب تسويقية حديثة.

استراتيجيات السوق

سيتم إتباع الاستراتيجيات التالية في السوق:

١. استراتيجية قيادة التكلفة

من خلال تطوير جودة المنتجات مما يساعد في انتشار اسم المشروع بشكل كبير. كما سيقوم المشروع باختيار الموارد البشرية المؤهلة والعمل على تطوير كفاءة المورد البشري والاستفادة من دور ذلك في تخفيض التكاليف.

٢. استراتيجية التميز

وذلك عن طريق تمييز منتجات المشروع بجودة مرتفعة، وسيحرص المشروع على تكوين علاقة جيدة مع العملاء.

تحليل الوضع التنافسي (لايد من وضع ثلاثة منافسين على الأقل)

المنشأة	الموقع	الخدمات المقدمة	الأسعار
شركة مصنع المحاليل الطبية المحدودة PSI	● جدة (المنطقة الصناعية الأولى)	. Standard IV Solutions . Plasma Volume Substitutes . Antibiotics . Local Anesthetics . Anti-Muscarinic . Oral Solutions . Irrigation Solutions عدة الحقن الوريدية. أمبولات. علب زجاجية وبلاستيكية.	أسعار تتراوح بين ٥ ريال: ٦٠ ريال، حسب نوعية المنتجات
الشركة السعودية للمحاليل الطبية SMSCO	الرياض (المنطقة الصناعية الثالثة)	. Peracide . Citrucide . Smscocide Opa . Peracide II . Septafoam . Irrigation Solution	أسعار مختلفة حسب المنتجات
مجموعة سعيد رداد	المنطقة الشرقية	ديكستروز ٥٪. ديكستروز ٩٪. كلوريد الصوديوم ٥٪. كلوريد بوتاسيوم ٥٪. محلول غسيل كلوي.	أسعار مختلفة حسب المنتجات

المنافس	المميزات	السلبات
شركة مصنع المحاليل الطبية المحدودة PSI	. انتشار واسع، خارج وداخل المملكة. المورد المعتمد عليه بشكل أكبر في السوق.. "الممارسات GMP. الإنتاج وفقاً لمعيار التصنيعية الجيدة" من منظمة الصحة العالمية لضمان الجودة.	. لا يوجد
الشركة السعودية للمحاليل الطبية SMSCO	. تقديم منتجات نادرة التوفر بالسوق . انتشار واسع، خارج وداخل المملكة. "الممارسات GMP. الإنتاج وفقاً لمعيار التصنيعية الجيدة" من منظمة الصحة العالمية لضمان الجودة.	. قلة في الكمية المعروضة المتوفرة من المنتجات
مجموعة سعيد رداد	. شركة قوية ولها شراكة مع شركة سويسرية عريقة ولها ثقل في الصناعة . إدارة متميزة	. لا يوجد

تحليل سوات للمشروع

نقاط القوة	نقاط الضعف	
توفر راس المال. الخبرة الواسعة في إدارة العمل التجاري ومتطلباته الخبرة في منتجات المشروع من الناحية الكيميائية القدرة على إجراء أبحاث علمية في مجال منتجات المشروع بكفاءة عالية القدرة على التفاوض وعقد الاتفاقيات وإدارة الأزمات الاستفادة من مميزات وإيجابيات التجارة الالكترونية	صعوبة الحصول على المورد البشري المؤهل	البيئة الداخلية للمشروع
الفرص الخارجية	التحديات الخارجية	
الاستفادة من دعم الدولة للقطاع الصناعي بشكل عام ودعم الصناعات الطبية بشكل خاص. الاستفادة من الإجراءات الهادفة لتصحيح السوق	تغير القوانين المتعلقة بالاستثمار في فترات متقاربة	البيئة الخارجية للمشروع

	تكثيف الدعاية والإعلان وتنفيذ استراتيجيات السوق والتسويق المحددة بكل دقة.	
المبادرات المبنية على مواطن القوة الداخلية والتهديدات الخارجية	المبادرات المبنية على مواطن القوة والضعف الداخلية	المبادرات
اتباع كل الاستراتيجيات التي تؤدي جذب العملاء وتحقيق رضا العملاء	- الاهتمام بزيادة إنتاجية رأس المال - تطوير كفاءة الموارد البشرية من خلال برامج التدريب والتطوير وتحفيزهم، لإنهم عنصر مهم يساهم بتصنيع المنتجات بجودة مرتفعة بشكل دائم. - والاهتمام بجودة المكان وأن يكون بيئة مناسبة لعمل الموظف وجاذبه له. - الاهتمام بجودة المنتجات وفعاليتها، والاهتمام بالموارد البشري ذو الكفاءة العالية - متابعة أحدث أساليب الدعاية والإعلان وما يتناسب مع المشروع	
المبادرات المبنية على مواطن الضعف والتهديدات الخارجية	المبادرات المبنية على مواطن الضعف والفرص الخارجية	
متابعة الإجراءات الحكومية والقوانين الجديدة وتطبيقها	- الاستفادة من فرص الدعم الحكومي - التسويق لخدمات المشروع لضمان عمليات بيع أكثر	

أدوات تسويق المنتج

١. المنتج

مراعاة تصنيع منتج ذا جودة عالية والمحافظة على الجودة المقدمة وأن تتوافق مع أحدث الأساليب العلمية.

٢. السعر

طريقة تسعير المنتجات هي نفسها الطريقة العلمية المتبعة في التسعير.

٣. الترويج

سنعتمد في الترويج لخدماتنا على عقد الاتفاقيات، ومناديب البيع والتسويق. كما سنعتمد على استراتيجية تسويق تهدف إلى الوصول إلى أكبر عدد من العملاء المحددين. والسعي إلى تكوين علاقات جيدة مع العملاء.

٤. المكان

سيتم بيع خدمات المشروع بشكل مباشر عن طريق الاتفاقيات وموظفي المبيعات وبشكل غير مباشر عن طريق مندوبي التسويق، والاستفادة من الموقع الالكتروني لإجراء عمليات بيع غير مباشرة.

استراتيجيات تسويق المنتج

بما أن منتجات المشروع في مرحلة النضج فإنه سيتم إتباع الاستراتيجيات التالية:

١. استراتيجية تطوير السوق

من خلال توسيع سوق المنتج، وبيع منتجات المشروع من خلال الموقع.

٣. استراتيجية تطوير المنتج

سيقوم المشروع بتبني أنشطة البحث والتطوير لتصنيع المنتج بكفاءة عالية. من أجل جذب العملاء لشراء منتج منافس من ناحية الجودة.