



Work Of Art

“Teknologjia dhe dizajni në një sipërfaqe të vetme”

Plan Biznesi

Shkolla Profesionale Teknike Korçë

PASQYRA E RAPORTIT

1. Struktura Organizative	3
2. Vizioni i kompanisë	4
3. Ecuria e kompanisë	6
4. Plani sipas departamenteve	7
5. Analiza SWOT	8
6. Pasqyrat financiare	11
7. Potenciali i kompanisë në të ardhmen	13

1. STRUKTURA ORGANIZATIVE

President: Dhionis Vaska
Drejtori i Marketingu: Armando Xhuti
Drejtori i Financës: Mario Dervishi
Drejtori i Prodhimit: Oliger Agastra
Drejtori i Marrëdhënieve me Publikun: Damiano Matraku

2. VIZIONI I KOMPANISË

Misioni i Shoqërisë:

Të krijojmë mobilie inovative që ndërthurin teknologjinë, dizajnin dhe funksionalitetin për të përmirësuar ambientet moderne të jetesës dhe punës.

Objektivi ynë:

Të bëhemi një markë lider në prodhimin e mobilieve inteligjente në Shqipëri dhe më gjerë.

Vizioni ynë:

Të sjellim në treg produkte unike, të personalizueshme dhe me vlerë të lartë estetike dhe teknologjike.

3. ECURIA E KOMPANISË

Produkti ynë inovativ, **tavolina me prekje (Smart Touch Table)**, është rezultat i një bashkëpunimi të suksesshëm ndërmjet tre drejtimeve të shkollës sonë: **ndërtim, mekanikë dhe elektrike**. Ky bashkëpunim ka bërë të mundur krijimin e një produkti unik që ndërthur mjeshtërinë artizanale me teknologjinë moderne.

Tavolina është konceptuar si një mobilie multifunksionale dhe moderne, e cila mund të përshtatet sipas kërkesave të klientit, duke e bërë atë një produkt fleksibël dhe të personalizueshëm për çdo ambient.

Nga ana strukturore, tavolina është ndërtuar me **këmbëza metalike të thjeshta**, por të punuara me shumë imtësi dhe precizion, duke garantuar qëndrueshmëri dhe jetëgjatësi. Pjesa kryesore e saj përbëhet nga një **pllakë druri e përpunuar me kujdes**, e cila është trajtuar dhe kombinuar me **rezinë**, duke i dhënë një pamje estetike shumë të veçantë dhe moderne.

Një nga elementët më dallues të këtij produkti është integrimi i **dritave LED**, të cilat jo vetëm e zbukurojnë tavolinën, por krijojnë edhe një atmosferë unike në ambientin ku vendoset. Për më tepër, tavolina është e pajisur me **sensorë me prekje**, që i japin asaj funksionalitet shtesë dhe e bëjnë një produkt inteligjent dhe bashkëkohor.

Falë këtij kombinimi të materialeve dhe teknologjisë, tavolina nuk është thjesht një mobilie, por një element dekorativ dhe funksional njëkohësisht.

Përdorimi i saj është i gjerë:

- Në **zyra**, si një tavolinë moderne pune
- Në **restorante dhe ambiente biznesi**, për të tërhequr klientë dhe për të krijuar ambient unik
- Në **shtëpi**, si një element dekorativ dhe funksional

Ky produkt përfaqëson një shembull të qartë të ndërthurjes së praktikës profesionale me kreativitetin dhe inovacionin.

Nga ana financiare, procesi i krijimit dhe ndërtimit të produktit kërkoi vlerësim të kujdesshëm të kostove dhe një planifikim të detajuar të burimeve në dispozicion. Kostot e prodhimit u ndanë në katër kategori kryesore: **materialet bazë të**

ndërtimit, procesi i personalizimit dhe dizajnit, shpenzimet e marketingut dhe reklamimit, si dhe kostot operative dhe logjistike. Bazuar në strukturën tonë financiare fillestare, 40% e buxhetit u alokua për blerjen e materialeve si çeliku dhe zinxhirët e sigurisë, që janë thelbësore për krijimin e efektit të iluzionit; 20% e buxhetit u dedikua për personalizim dhe përpunim artistik; ndërsa pjesa tjetër u shpërnda mes promovimit dhe menaxhimit të projektit.

Investimi fillestar u mbështet përmes kontributeve të vetë anëtarëve dhe partnerëve të mundshëm biznesi që panë potencialin e këtij produkti për të konkurruar në një segment të veçantë të tregut – atë të mobilieve dekorative për ambiente komerciale si baret, restorantet, ambientet lounge dhe hapësirat urbane me stil industrial. Projekti ynë ka një përqindje të lartë **fitimprurësie**, duke marrë parasysh se kostot e prodhimit për një njësi janë të qëndrueshme, ndërsa **çmimi i shitjes** reflekton vlerën e shtuar që ofron produkti përmes dizajnit të tij të pazakontë dhe karakterit të personalizueshëm.

Synimi ynë është që brenda vitit të parë të kemi prodhuar dhe shitur të paktën **20 njësi**, duke bashkëpunuar me të paktën 10 klientë biznesi, ndërsa në vitin e tretë synojmë të arrijmë një volum shitjesh prej **80 njësisish**, me zgjerim në tregje të reja brenda vendit dhe rajonit. Ne besojmë se investimi në dizajnin dhe identitetin unik të produktit do të na pozicionojë si një **lider në segmentin e mobilieve të personalizuar**, duke ofruar jo vetëm produkte, por përvoja që shtojnë vlerë në ambientin e klientëve tanë.

Për më tepër, produkti jonë mbështet vlerat e **qëndrueshmërisë** dhe **shfrytëzimit të përgjegjshëm të burimeve**, pasi për prodhimin e tij përdorim materiale të ricikluara kur është e mundur dhe inkurajojmë një cikël prodhimi me mbetje të ulëta. Kjo i shton një dimension etik dhe bashkëkohor kompanisë sonë, duke e bërë më tërheqëse për një klientelë gjithnjë e më të ndjeshme ndaj çështjeve të mjedisit.

4. PLANI SIPAS DEPARTAMENTEVE

Marketingu:

- Reklamim në rrjetet sociale (Instagram, Facebook, Pinterest)
- Promovim përmes ekspozitave dhe panairove
- Marketing i drejtpërdrejtë me biznese të industrisë së bareve dhe restoranteve
- Krijimi i një faqeje online për shfaqjen dhe porositjen e produkteve

Burimet Njerëzore:

- Formimi i një grupi të vogël, por efikas
- Përfshirja e anëtarëve sipas rolit dhe aftësive
- Pagesa sipas produktivitetit dhe kontributit në projekt

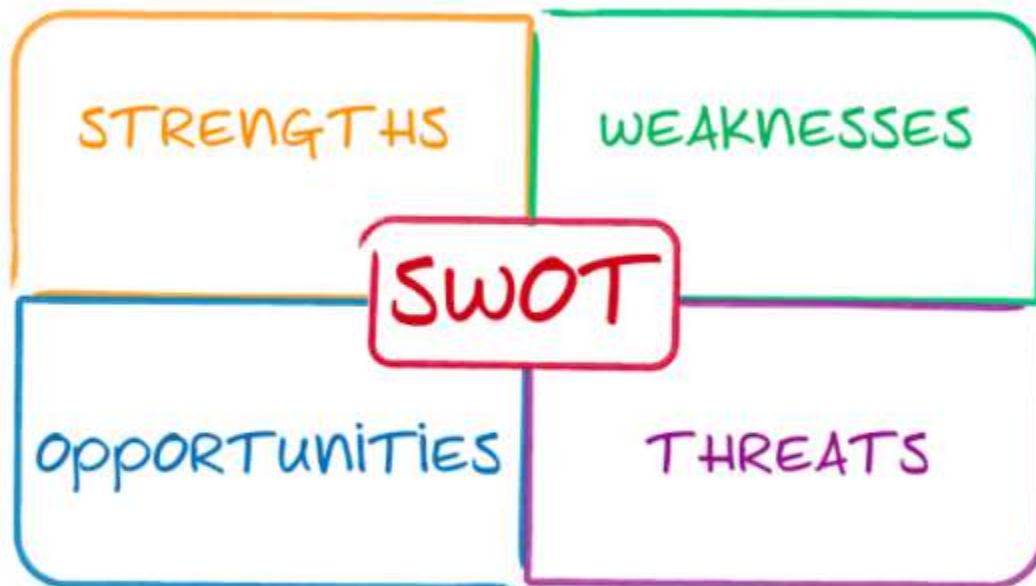
Prodhimi:

- Material: Hekur/çelik i përpunuar
- Struktura në formë X, zinxhirë për efekt iluzioni
- Testim i produktit për siguri dhe stabilitet
- Personalizim sipas kërkesës së klientëve

Marrëdhëniet me Publikun:

- Komunikim vizual përmes videove dhe fotove të produktit
- Bashkëpunime me arkitektë dhe dizajnerë të brendshëm
- Ndërtim i një narrative unike për çdo product

5. ANALIZA SWOT



Pikat e Forta:	Pikat e Dobëta:
<ul style="list-style-type: none"> • Produkt unik dhe inovativ • Strukturë metalike e qëndrueshme • Stil modern dhe atraktiv • Kombinim i teknologjisë me dizajnin • Personalizim sipas klientit 	<ul style="list-style-type: none"> • Kosto të larta fillestare • Njohja e kufizuar në treg
Mundësitë:	Kërcënimet:
<ul style="list-style-type: none"> • Bashkëpunim me dizajnerë dhe arkitektë • Hyrje në tregje ndërkombëtare • Zgjerim me linja të tjera mobilieash 	<ul style="list-style-type: none"> • Konkurrenca me mobilet e zakonshme dhe më të lira • Ndryshimet në preferencat e tregut

6. PASQYRAT FINANCIARE

Burimet e financimit viti I I-rë I Kompanisë

Nr.	Përshkrimi i financimit	TOTALI NË LEKË
1	Financim nga Grande	50.000 lekë
2	Kontributi i vet organizates(kompanisë)	150.000 lekë
3	Burime të tjera financiare	Nuk aplikohet
	TOTALI I BURIMEVE Të FINANCIMIT NË LEK	200.000 leke

PLANI FINANCIAR

Kostot e prodhimit per vitin e I-rë per 20 njësi				
Nr.	Emri i makinerise/pajisjes	Sasia	Çmimi për njësi në Lekë	Kosto Totale në Lekë
1.	Profil Hekuri 30*30	9 ml*20 copë=180 ml	210	37.800 lekë
2	Profil Hekuri 30*30	1 ml*20 copë=20 ml	120	2.400 lekë
3	Zinxhir Ø6	2.5ml*20 copë =50 ml	250	12.500 lekë
4	Rezinë	0.5 ml*20 copë=10 ml	300	3.000 lekë
5	Ulëse 50*50 dru bredhi	20 copë	1500	30.000 lekë
6	Boje anti ndryshk	20 l	600	12.000 lekë
7	Bojë vaji e zezë	20 l	600	12.000 lekë
8	Llak druri	20 l	300	6.000 lekë
9	Bojë druri	10 l	600	6.000 lekë
	TOTALI në LEKE			121.700 leke

Tabela 2. PAGAT E PUNONJESVE

Pozicioni i punes	Nr punonjesve	Muaj	Paga mujore	Sigurimet shendets e shoqerore 16.7%	Totali mujor	Totali vjetor
Drejtor Marketingu	1	12	300	50	350	4200
Punonjës	1	12	220	37	257	3084
Drejtor Finance	1	12	300	50	350	4200
Punëtori i I-re	1	12	220	37	257	3084
Drejtor Prodhimi	1	12	300	50	350	4200
Punëtori i I-re	1	12	200	33	233	2796
Punetore	4	12	180	30	840	10080
Departamenti marredhenieve me publikun	1	12	300	50	350	4200
TOTALI në LEKE						35.844 lekë

Tabela 3. PARASHIKIMET E LIKUIDITETIT – VITI I-RE

	VITI	Total
A	GJENDJA NE FILLIM	-
B	HYRJET NE PARA (1-5)	220.000
1	Të ardhurat nga shitja e produkteve	20.000
2	Hyrje nga debitorët	-
3	Kreditë bankare	-
4	Kapitali i pronarit	150.000
5	Të ardhura nga granti	50.000
C	DALJET NE PARA GJITHSEJ	176.900
	Blerja e lëndëve të para/produkteve (variabël)	121700
	Qeraja e ndërtesës	2000

	Paga +Sigurimet shoq + shendetsore	35.844
	Energjia elektrike	2156
	Uji +karburant	1200
	Telefon +Internet	-
	Materiale zyre /administrative	-
	Reklama /Marketing	2000
	Interesi	-
	Pagesat e kredisë	-
	Pagesa pajisje me qira	-
	Pagesa për mjete transporti	-

	Siguracione makine	-
	Riparime	-
	Taksat bashkie	12,000

	Kosto te tjera	-
D.	TEPRICA/ DEFICITI (B-C)	43.100
E.	GJENDJA NE FUND TE PERIUDHES (A+B-C)	43.100

TABELA 4: PARASHIKIMI I HUMBJE/ FITIMIT PER NJE PERIUDHE 3-VJECARE			
Vitet	2026	2027	2028
Shitjet	431.200	529.300	855.400
Shpenzime			
Kosto e mallrave te shitura	240.000	350.000	392.500
Shpenzimet operacionale	105.000	150.000	290.500
Fitimi Neto(shitje –kosto-shpenz op)	86.200	129.300	172.400

Nga analiza financiare shohim tendencen e rritjes së fitimit ne 3 vitet e para të saj dhe kjo kompani rezultonme potencial rrites 200% nga viti I parë në të tretë.

7. POTENCIALI I KOMPANISË NË TË ARDHMEN

Tavolina me prekje (Smart Touch Table) përfaqëson një hap të rëndësishëm drejt ndërthurjes së teknologjisë me mobilitet moderne, duke krijuar një produkt që nuk është vetëm funksional, por edhe estetik dhe inovativ. Duke qenë një krijim i realizuar nga bashkëpunimi i tre drejtimeve kryesore të shkollës sonë – ndërtim, mekanikë dhe elektrike – ky produkt mbart në vetvete një potencial të madh zhvillimi si në aspektin teknik, ashtu edhe në atë ekonomik dhe tregtar.

Në një botë ku kërkesa për produkte inteligjente dhe të personalizuar është në rritje të vazhdueshme, tavolina me prekje paraqet një mundësi reale për t'u pozicionuar në treg si një produkt unik dhe i diferencuar. Konsumatorët modernë nuk kërkojnë më vetëm mobilie të thjeshta, por produkte që ofrojnë eksperiencë, komoditet dhe teknologji të integruar. Në këtë drejtim, tavolina jonë plotëson këto kërkesa duke ofruar ndriçim LED, sensorë me prekje dhe një dizajn të veçantë që e bën atë të dallohet në çdo ambient.

Një nga aspektet më të rëndësishme të potencialit të këtij produkti është mundësia e personalizimit. Çdo tavolinë mund të përshtatet sipas kërkesave të klientit, duke ndryshuar dimensionet, materialet, ngjyrat e ndriçimit apo elementët dekorativë. Kjo fleksibilitet e bën produktin të përshtatshëm për një gamë të gjerë klientësh, duke filluar nga individë që kërkojnë mobilie të veçanta për shtëpitë e tyre, e deri tek biznese si restorante, bare, hotele apo zyra moderne që synojnë të krijojnë një ambient tërheqës dhe unik për klientët e tyre.

Në të ardhmen, një nga drejtimet kryesore të zhvillimit do të jetë përmirësimi i mëtejshëm i teknologjisë së integruar në tavolinë. Integrimi i funksioneve të avancuara si karikimi wireless, lidhja me pajisje të tjera smart apo kontrolli përmes aplikacioneve mobile mund ta transformojë këtë produkt në një mobilie plotësisht inteligjente. Këto zhvillime do të rrisin ndjeshëm vlerën e produktit dhe do ta bëjnë atë më konkurrues në tregun e mobilieve moderne.

Një tjetër element me rëndësi është zgjerimi i tregut. Fillimisht, produkti mund të prezantohet dhe shitet në nivel lokal, duke u fokusuar në bizneset dhe klientët në zonën e Korçës dhe më gjerë. Me kalimin e kohës dhe me rritjen e kapaciteteve prodhuese, ekziston mundësia për t'u zgjeruar në tregun kombëtar dhe më pas në atë rajonal. Duke qenë një produkt i veçantë dhe i personalizueshëm, ai ka potencial të tërheqë interes edhe në tregje ndërkombëtare, sidomos në segmentin e mobilieve artizanale dhe moderne.

Nga ana ekonomike, tavolina me prekje paraqet një mundësi të mirë për gjenerimin e të ardhurave të qëndrueshme. Edhe pse kostot fillestare të prodhimit mund të jenë relativisht të larta për shkak të materialeve cilësore dhe komponentëve elektronikë, vlera e shtuar që ofron produkti justifikon një çmim më të lartë në treg. Kjo krijon mundësi për një marzh fitimi të kënaqshëm, sidomos në rastet e porosive të personalizuar.

Një rol të rëndësishëm në zhvillimin e mëtejshëm të produktit luan edhe bashkëpunimi me profesionistë të fushave të ndryshme, si arkitektë, dizajnerë interiori dhe kompani ndërtimi. Këto bashkëpunime mund të ndihmojnë në promovimin e produktit dhe në integrimin e tij në projekte më të mëdha, si arredimi i ambienteve komerciale apo rezidenciale. Për më tepër, pjesëmarrja në panairë, ekspozita dhe evente teknologjike do të ndihmojë në rritjen e njohjes së produktit dhe në krijimin e lidhjeve të reja me klientë potencialë.

Në përfundim, tavolina me prekje ka një potencial të madh për t'u zhvilluar dhe për t'u kthyer në një produkt të suksesshëm në tregun e mobilieve moderne. Me përmirësime të vazhdueshme në dizajn dhe teknologji, zgjerim të tregut dhe mbështetje nga partnerë të ndryshëm, ky produkt mund të shndërrohet në një markë të njohur dhe të kërkuar. Ai përfaqëson një kombinim të shkëlqyer të kreativitetit, teknologjisë dhe punës praktike, duke treguar qartë se inovacioni mund të vijë edhe nga iniciativa të tilla arsimore dhe të kthehet në një mundësi reale suksesi në të ardhmen.

Me respekt: Dhionis Vaska

President i Work of Art

