



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة زيان عاشور الجلفة
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

تخصص: ريادة أعمال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي

وشهادة مؤسسة ناشئة وفق القرار 1275

بعنوان :

مؤسسة انتاج مواد التعبئة والتغليف

تحت اشراف الاستاذ :

د. بن سعد عائشة

من اعداد الطالب :

سعدالله المداني

الصفة	الرتبة	اعضاء اللجنة
رئيس اللجنة		العسالي جمال
مشرفا ومقرا		بن سعد عائشة
ممتحنا		علوط فتيحة

الموسم الجامعي: 2024-2025

الاسم التجاري للمشروع :

PACK PRO EXPRESS

الصورة التجارية للمشروع :



شكر و تقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه تُنال الغايات
... بعد مشوار طويل مليء بالتحديات، يقف هذا العمل اليوم شاهداً على تعب وجهد وسهر
. وبيداً ممدودة لكل من كان له في القلب أثر وفي النجاح يد.

أتوجه بخالص الشكر والتقدير لوالديّ العزيزين،
فبدعائكما ودعمكما غير المشروط، كان لهذا الإنجاز أن يتحقق
كنتما دوماً مصدر القوة، والسند الحقيقي في كل خطوة على هذا الطريق.

إلى عائلتي الكريمة،
التي كانت ملجأى الدائم، وملاذني في لحظات التعب والتردد، شكراً على كل لحظة دعم،
وكل ابتسامة شجعتني على الاستمرار.

كما أخصّ بالشكر أصدقائي وزملائي،
الذين شاركوني هذه الرحلة بكل تفاصيلها، بخلوها ومرّها، وتركوا في الذاكرة مواقف لا
تُنسى.

وأ تقدّم بجزيل الشكر والتقدير لمشرفتي الفاضلة
الاستاذة: **بن سعد عائشة**
على توجيهها الكريم، وصبرها الكبير، وملاحظاتها القيمة التي كان لها الأثر البالغ في
إخراج هذا العمل بهذا الشكل.
شكراً لاحتوائك ودعمك طوال فترة البحث.

هذا العمل ثمرة تعاون وجهد مشترك، وهو إهداء بسيط لكل من كان لي عوناً وسنداً في هذه
المرحلة

الإهداء

...إلى أمي الحبيبة

يا من كنتِ الدعوة المستجابة، والنور اللي رافقتني في كل لحظة تعب وخوف،
يا من علّمتني الصبر، واحتويت قلبي، وكنتِ دائماً الداعم الأول في صمتك، وفي دعواتك
...الخفية

أنتِ تاج هذا الإنجاز، وروحه

...إلى أبي الغالي

سندي الأول، ومعلمي في الصبر،
كل خطوة خطوتها كانت بدعائك، ووجودك اللي عطاني إحساس الأمان في أصعب
الظروف،

أنت الفخر اللي أتمناه، والقوة اللي أطمح لها

إلى عائلتي الجميلة،

...كل لحظة حب، كل دعم بسيط، كل ضحكة صدرت منكم كانت تبني داخلي قوة
أنتم الهدوء اللي أرجع له لما يشتد الزحام، وأنتم الدافع في كل مرة شعرت أنني لا أستطيع

وإلى أصدقائي المخلصين،

...يا من كنتم النور وسط ظلمة المذاكرة، والضحكة اللي تصنع الفارق في أيام الجد
أنتم الجزء الجميل من هذه الرحلة، ومشاركتم لي في كل تفصيل صنعت ذكرى لا تُنسى

□ بل لكم كلكم ... هذا الإنجاز ليس لي وحدي

شكراً من القلب، ومن أعرق نقطة فيه

الطالب : سعدالله المداني

فهرس المحتويات

المحور الأول: تقديم المشروع

- فكرة المشروع المقترحة
- القيمة المضافة
- أهداف المشروع
- الجدول الزمني لتحقيق المشروع

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

- عرض القطاع السوقي
- قياس شدة المنافسة
- الاستراتيجية التسويقية

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

- عملية الإنتاج
- اليد العاملة
- الشراكات الرئيسية

المحور الخامس: الخطة المالية

- التكاليف والأعباء
- الإيرادات المتوقعة
- جدول النتائج المتوقعة

المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

المحور السابع: نموذج العمل التجاري

المحور الأول

تقديم المشروع



المحور الأول

تقديم المشروع

فكرة المشروع (الحل المقترح):

- بدأت فكرة مشروع إنتاج مواد التعبئة والتغليف من خلال دراسة معمقة للسوق توصلت إلى مجموعة من الحقائق المهمة. أظهرت الدراسة أن الطلب على مواد التعبئة والتغليف في الجزائر يشهد نمواً متزايداً بنسبة كبيرة بسبب توسع القطاعات الصناعية والتجارية والفلاحية، حيث تعتمد 70% من هذه القطاعات على مواد تغليف بجودة عالية لضمان حماية منتجاتها ووصولها إلى المستهلك بحالة ممتازة
- كما أوضحت الدراسة أن الشركات الناشئة والمتوسطة تشكل حوالي 60% من السوق، وتعاني غالباً من مشاكل في تكلفة التغليف وجودته. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الأبحاث أن هناك توجه متزايد نحو استخدام مواد تغليف صديقة للبيئة، حيث يفضل 4 من كل 10 شركات هذه الخيارات بسبب القيود البيئية العالمية.
- من هنا وبناء على المعطيات، نشأت فكرة إنشاء مؤسسة محلية متخصصة في إنتاج مواد التعبئة والتغليف كحل مبتكر لسد الفجوة في السوق، تجمع بين الابتكار، الجودة، والوعي البيئي. تقدم المؤسسة مجموعة متكاملة من المنتجات تشمل: الأكياس الورقية والبلاستيكية بمختلف الأحجام والاستخدامات، العلب الكرتونية وصناديق الشحن، لفائف التغليف (Stretch) و(Shrink Film)، بالإضافة إلى العبوات البلاستيكية للمجالات الغذائية والتجميلية. كما توفر الشركة حلول تغليف صديقة للبيئة وأخرى مبتكرة مستوحاة من العلامات العالمية مثل "ستاربكس"، من بينها أكواب ورقية راقية، أكمام حرارية، وعبوات تفاعلية تحمل رموز QR، مع التركيز على المنتجات المستدامة والمرنة التي تدعم الشركات الصغيرة والناشئة.
- مشروع إنتاج مواد التعبئة والتغليف يهدف إلى تلبية الاحتياجات الأساسية للسوق في البداية من خلال تقديم حلول بسيطة وفعالة بتكلفة تنافسية.
- سنركز في المرحلة الأولى على إنتاج أنواع تغليف أساسية مثل الأكياس البلاستيكية والصناديق الورقية، مع مراعاة الجودة والتصميم المستوحى من ماركات عالمية وسهولة الاستخدام لتلبية الطلب المتزايد. مع مرور الوقت، سنعمل على تطوير منتجاتنا بإدخال تقنيات حديثة وتصاميم مبتكرة، مثل مواد تغليف صديقة للبيئة وقابلة للتحلل، بما يتماشى مع التوجهات العالمية نحو الاستدامة.
- نستهدف بشكل خاص التعاون مع الشركات الناشئة، حيث نساهم في تخفيف عبء الإنتاج عليها، إذ نأخذ على عاتقنا جانب التغليف، مما يسمح لها بالتركيز على تحسين منتجاتها. بهذه الطريقة، نوفر لها شريكاً موثوقاً في التغليف ، يضمن تقديم منتجاتها بأفضل صورة للسوق.

- هذه الاستراتيجية ستساعدنا على بناء شراكات قوية مع هذه الشركات، مما يساهم في توسيع قاعدة عملائنا وتعزيز مكانتنا في السوق، مع استهداف التوسع التدريجي نحو الأسواق المحلية والإقليمية.
 - تهدف المؤسسة إلى تزويد المقاهي، المطاعم، والمشاريع الناشئة في قطاع الأغذية والمشروبات، بمجموعة من حلول التغليف المتطورة التي تجمع بين الوظيفة، الجمالية، والاستدامة البيئية.
- سيتم إنجازها في ولاية سطيف لتوفرها على اسواق الجملة ولتسهيل الوصول إلى العملاء والأسواق المستهدفة.

القيم المقترحة :

- **الأداء:** نلتزم بضمان أن تكون منتجات التعبئة والتغليف المقدمة ذات جودة عالية تفوق أو تساوي توقعات العملاء. تتميز منتجاتنا بالمتانة والقدرة على حماية المنتجات أثناء النقل والتخزين، وهو ما يُعد ضرورياً لضمان سلامة البضائع ووصولها إلى الأسواق في أفضل حالة ممكنة. هذا الالتزام بالأداء يعزز ثقة العملاء في منتجاتنا ويجعلنا الخيار الأول لديهم
- **التكليف:** نركز على تقديم مرونة عالية في تصميم منتجات التعبئة والتغليف. نحن ندرك أن احتياجات العملاء تختلف وفقاً لنوع المنتج، حجمه، وشكله، ولهذا نتيح لهم خيارات تخصيص واسعة تشمل الأحجام، الأشكال، ونوعية المواد المستخدمة. هذا يضمن أن المنتجات تلبى احتياجات العملاء بشكل دقيق، مما يجعلنا شريكاً متميزاً لهم في تعزيز أعماله
- **خفض التكاليف:** نهدف إلى مساعدة العملاء على تقليل تكاليف التعبئة دون المساس بالجودة. من خلال استخدام تقنيات إنتاج حديثة واعتماد استراتيجيات توريد فعالة، نقدم حلولاً تغليفية بأسعار تنافسية. هذا لا يساهم فقط في خفض التكاليف التشغيلية للعملاء، ولكنه يعزز أيضاً كفاءتهم في العمليات اللوجستية، مما يساهم في زيادة أرباحهم.
- **سهولة الوصول:** نضمن توفر منتجات التعبئة والتغليف بشكل مستمر في السوق من خلال وضع استراتيجيات إنتاج وتوزيع فعالة. نعمل على توفير نقاط بيع قريبة من العملاء وتقديم خيارات تسهل عليهم الحصول على المنتجات بسرعة وسهولة، سواء عن طريق الطلبات المباشرة أو الإلكترونية.
- **التصميم:** التصميم هو إحدى نقاط قوتنا الأساسية، حيث نعمل على تقديم منتجات تغليف مبتكرة وجذابة تلبى متطلبات الجمالية والوظيفية. نحرص على أن تكون تصاميمنا ملائمة لعلامة العميل التجارية، مما يساهم في تعزيز صورة منتجاتهم في السوق ويعطيها قيمة مضافة
- **الحد من المخاطر:** نلتزم بتقليل مخاطر العملاء من خلال تقديم ضمانات للجودة والالتزام بالمواصفات الفنية المتفق عليها. هذا يشمل ضمان سلامة المواد المستخدمة، توافقها مع المعايير الدولية، وتقديم دعم فني مستمر لحل أي مشاكل قد تواجه العملاء أثناء استخدام المنتجات.

أهداف المشروع :

- تقديم منتجات مرنة ومخصصة.
- دعم الشركات الصغيرة والناشئة.
- تحقيق نمو وتوسع تدريجي في السوق المحلي والإقليمي.
- دمج التكنولوجيا والابتكار في التشغيل.

1. جدول زمني لتحقيق المشروع:

يوضح الجدول التالي كيفية تقسيم الهدف النهائي للمشروع إلى مهام فردية مع تحديد الوقت اللازم لكل مهمة

النتائج الرئيسية	المدة الزمنية	المهمة	المرحلة		
تحديد موقع المثالي واستكمال التراخيص القانونية	شهرين	اختيار مقر الوحدة الإنتاجية وتجهيز الوثائق المطلوبة	دراسات الأولية		1
استلام المعدات الضرورية للمصنع	ثلاثة أشهر	طلب المعدات والخطوط الإنتاجية من الخارج	طلب التجهيزات		2
الانتهاء من بناء مقر جاهز لت تركيب المعدات	أربعة أشهر	بناء المصنع ومرافقه	بناء مقر الإنتاج		3
إعداد خط الإنتاج للتشغيل	شهرين	تركيب وتجهيز الآلات	تركيب المعدات		4
تخزين المواد الأولية في مقر المصنع	شهر واحد	شراء المواد اللازمة للإنتاج	اقتناء المواد الأولية		5
إطلاق أول دفعة من منتجات التعبئة والتغليف	شهر واحد	لخط الإنتاج وإنتاج أول منتج	بداية الإنتاج		6

والنتائج الرئيسية المتوقعة:

الشكل 01: جدول زمني لتحقيق

❖ التفاصيل الزمنية:

- الشهر الأول والثاني: إجراء دراسات ميدانية واختيار المقر مع تجهيز الوثائق القانونية اللازمة.

- الشهر الثالث إلى الخامس:تقديم طلبات المعدات من الموردين الخارجيين.
- الشهر السادس إلى التاسع:بناء مقر المصنع وتجهيزه بالكامل.
- الشهر العاشر والحادي عشر:تركيب المعدات وتجهيز خط الإنتاج.
- الشهر الثاني عشر:اقتناء المواد الأولية، بدء الإنتاج وإطلاق أول منتج في السوق

المحور الثاني

الجوانب الابتكارية



المحور الثاني

الجوانب الابتكارية

طبيعة الابتكارات:

في هذا المشروع، المتعلق بإنتاج مواد التعبئة والتغليف، تلعب الجوانب الابتكارية دورًا رئيسيًا في تعزيز تنافسية المؤسسة وجذب العملاء من مختلف القطاعات الصناعية. يمكن تصنيف الابتكارات في المشروع وفقًا للمجالات التالية:

- **الابتكارات التكنولوجية:** تعتمد على تطوير تقنيات جديدة لتحسين جودة المنتج وكفاءة التصنيع، مثل:
 - استخدام الذكاء الاصطناعي لتصميم مواد تغليف أكثر فعالية.
 - تطوير مواد تغليف ذكية تحتوي على مستشعرات تكشف عن مدى صلاحية المنتج.
 - اعتماد الطباعة ثلاثية الأبعاد لإنشاء تصاميم مخصصة للعبوات.
- **ابتكارات السوق:** توفير حلول مخصصة للشركات الناشئة والصناعات الصغيرة، بحيث يمكنها الحصول على مواد تعبئة بتكاليف مناسبة دون الحاجة إلى الاستثمار في معدات باهظة الثمن. كما نركز على تلبية احتياجات المستهلكين وتحقيق ميزة تنافسية، مثل:
 - تصميم عبوات قابلة لإعادة الاستخدام وفقًا لأسلوب حياة المستهلكين.
 - توفير خيارات تغليف صديقة للبيئة لتلبية الطلب المتزايد على المنتجات المستدامة.
- **الابتكارات المتزايدة:** تطوير المنتجات الحالية عبر تحسين المتانة، مضادة للماء وتقليل الوزن، واستخدام مواد صديقة للبيئة، مما يعزز كفاءة سلسلة التوريد ويقلل التكاليف التشغيلية للعملاء.
- **الابتكارات الجذرية:** إدخال نماذج أعمال جديدة، مثل توفير خدمات تعبئة وتغليف متكاملة للشركات التي تفضل التركيز على الإنتاج فقط، بينما نقوم نحن بتوفير حلول التعبئة المبتكرة لها.
- **عدم التأكد في السوق:** يواجه المشروع تحديات تتعلق بعدم اليقين في السوق، مثل تغير تفضيلات العملاء، تطور احتياجات الصناعات المختلفة، وظهور منافسين جدد يقدمون حلولًا بديلة. لضمان نجاح المشروع، يتم الاعتماد على استراتيجيات مرنة تشمل دراسة السوق بشكل دوري، وتطوير منتجات قابلة للتخصيص تلي متطلبات العملاء المتغيرة.
- **عدم التأكد التكنولوجي:** التقدم السريع في تقنيات التعبئة والتغليف يفرض تحديات تتعلق باختيار التكنولوجيا المناسبة وتحديث خطوط الإنتاج بشكل مستمر. لضمان مواكبة التطورات، يعتمد المشروع على البحث والتطوير المستمر، والاستثمار في تقنيات حديثة مثل التغليف الذكي والمواد القابلة للتحلل، مما يقلل المخاطر المرتبطة بعدم اليقين التكنولوجي.

المحور الثالث

التحليل الاستراتيجي للسوق



المحور الثالث

التحليل الاستراتيجي للسوق

عرض القطاع السوقي:

في مشروعنا :

✓ السوق المحتمل:

الشركات الناشئة المنتجة

جميع المقاهي، المطاعم، محلات العصير والمثلجات.

جميع المخابز والحلويات.

الشركات المصنعة للمنتجات الغذائية المحلية.

شركات التوصيل (Delivery) التي تحتاج تعبئة للمنتجات.

الفنادق والمنتجعات.

التجارة الالكترونية

الصناعات الطبية و الصيدلانية و منتجات التجميل

المستوردين الذين يحتاجون الى التعبئة

تقدير تقريبي للسوق المحتمل:

أكثر من 50,000 مؤسسة غذائية تحتاج تغليفًا يوميًا.

نمو سوق التغليف في الجزائر يُقدر بأكثر من 5% سنويًا.

✓ السوق المستهدف: المقاهي الراقية والمتوسطة (مثل: Rêve Café ، Barista Lounge ، Coffee Time).

المخابز والحلويات الحديثة التي تهتم بالتصميم والتغليف (مثل: Frou-Frou ، La Brioche Dorée).

المصانع الغذائية التي تحتاج تغليف جذاب

الشركات الناشئة المنتجة التي تعاني في نقص من التمويل

المؤسسات التي تحتاج تغليف صديق للبيئة

المؤسسات الصغيرة

الحلويات المنزلية

✓ السوق المتاح :

العائلات المنتجة للحلويات

المقاهي و المطاعم

المؤسسات الناشئة المصنعة

1. قياس شدة المنافسة:

أهم المنافسين في السوق الجزائري لمواد التعبئة والتغليف يحتلون مراكز متفاوتة، ومن بين أبرز الشركات الرائدة في هذا المجال:

- شركة – EMB Algeria تعد واحدة من الشركات الرائدة في إنتاج مواد التعبئة والتغليف، حيث تمتلك خبرة طويلة في السوق وتعتمد على أحدث التقنيات في التصنيع، مما يمنحها ميزة تنافسية كبيرة. تقوم بانتاج العبوات المعدنية
- شركة – SOPRO Emballage تحتل مرتبة قوية بفضل قدرتها على توفير حلول تغليف متنوعة تستهدف عدة قطاعات، مثل الصناعات الغذائية والصيدلانية.
- شركة – PLASTALG تركز على إنتاج حلول التعبئة والتغليف البلاستيكية، مستفيدة من شبكة توزيع واسعة في مختلف أنحاء الجزائر.
-

✓ تحليل تنافسي بين شركتي الناشئة والمنافسين الرئيسيين:

❖ نقاط القوة المشتركة بين هذه الشركات:

- تنوع المنتجات: تقدم هذه الشركات مجموعة واسعة من حلول التعبئة والتغليف لتلبية احتياجات مختلف الصناعات.
- الخبرة المحلية: فهم عميق للسوق الجزائري واحتياجاته، مما يسمح بتقديم حلول مخصصة وفعالة.
- شبكات التوزيع: امتلاك شبكات توزيع واسعة تضمن وصول المنتجات إلى مختلف المناطق في الجزائر.
- الابتكار: القدرة على تقديم حلول تغليف مبتكرة تلي متطلبات العملاء المتغيرة.
- تقديم حلول تغليف مبتكرة ومستدامة باستخدام مواد صديقة للبيئة.
- تقديم أسعار تنافسية مقارنة بالمنافسين الكبار، مما يسمح بجذب الشركات الناشئة والمتوسطة الحجم.
- التركيز على خدمات مخصصة حسب احتياجات العملاء، مثل تصاميم فريدة وتغليف متطور للمنتجات الغذائية.

❖ نقاط الضعف لدى المنافسين والتي يمكن استغلالها:

- اعتماد بعض الشركات على المواد البلاستيكية التقليدية، مما يخلق فرصة لشركتي لتقديم حلول صديقة للبيئة.
 - محدودية التنوع في المنتجات لبعض المنافسين، مما يمنحنا فرصة للتوسع في حلول تغليف متعددة الاستخدامات.
 - تركيز بعض الشركات الكبرى على العملاء الكبار فقط، مما يتيح لنا فرصة استهداف الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تحتاج إلى حلول مرنة ومبتكرة.
- بناءً على هذا التحليل، ستبنى شركتي استراتيجية تسويقية تركز على الابتكار، الاستدامة، والتكلفة التنافسية، بهدف تحقيق حضور قوي في السوق الجزائري خلال السنوات الخمس الأولى.

الاستراتيجيات التسويقية:

للتفوق على شركات التعبئة والتغليف والبلاستيك في الجزائر، هذه أهم النقاط

تطوير المنتجات :

إنتاج حلول تعبئة مستدامة وصديقة للبيئة

التركيز على الابتكار والتقنيات الحديثة

التسويق الرقمي :

تعزيز الحضور على مواقع التواصل الاجتماعي

الاستثمار في الإعلانات الرقمية للوصول لشريحة أكبر من العملاء

تحسين تجربة العملاء :

تقديم خدمة عملاء ممتازة

عرض أسعار تنافسية تجذب الزبائن وتحافظ عليهم

التوسع الجغرافي :

البحث عن فرص في ولايات جديدة داخل الجزائر

استكشاف فرص التصدير إلى الدول المجاورة

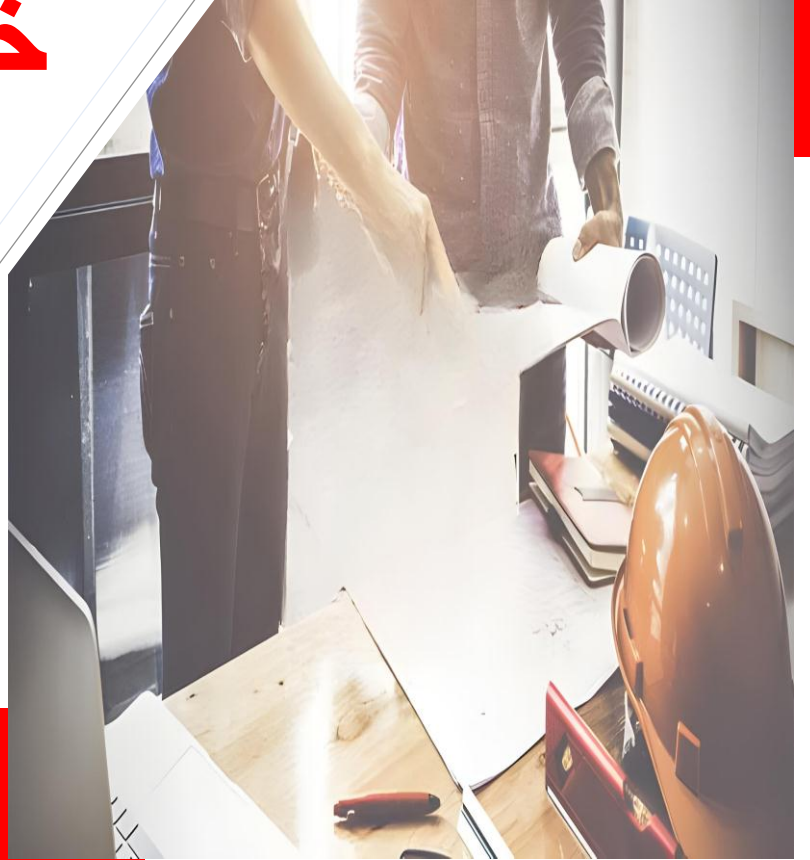
الشراكات الاستراتيجية :

بناء علاقات قوية مع الموردين وشبكات التوزيع

تطوير شبكة دعم لوجستي تسهل التوسع والنمو

المحور الرابع

خطة الإنتاج و التنظيم

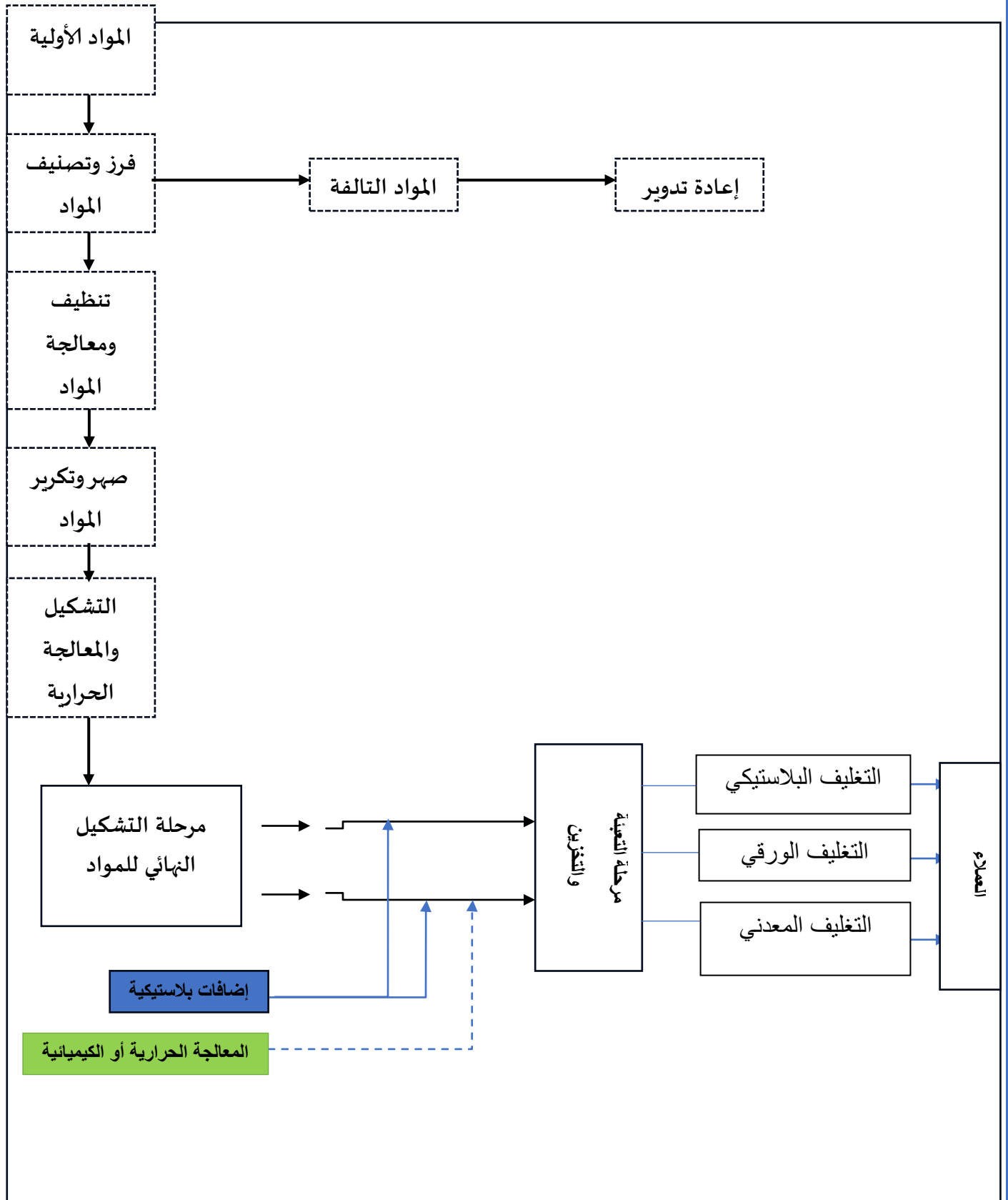


خطة الإنتاج والتنظيم

عملية الإنتاج :

❖ تمر عملية إنتاج مواد التعبئة والتغليف بعدة مراحل:





التموين :

في مشروعنا، يعتمد التموين على التخطيط الدقيق لضمان توفر المواد الأولية، التجهيزات، والخدمات الضرورية للإنتاج بكفاءة عالية

سياسة الشراء:

اختيار المواد والمعدات بعناية:

يجب وضع سياسة شراء واضحة تحدد المواد الأولية الأساسية، المعدات اللازمة، والإمدادات التشغيلية وفقاً لاحتياجات الإنتاج.

✓ أولاً: المواد الأولية الأساسية

أنواع المواد الأولية المستخدمة في التعبئة والتغليف:

- البلاستيك: مثل البولي إيثيلين (PE)، البولي بروبيلين (PP)، والبولي فينيل كلوريد (PVC) المستخدم في تصنيع العبوات المرنة والصلبة.
- الكرتون والورق المقوى: المستخدم في صناديق التغليف والغلب الصديقة للبيئة.
- المعادن (الألمنيوم، القصدير): تُستخدم في إنتاج بعض أنواع العبوات المعدنية للحفاظ على المنتجات الحساسة.
- المواد القابلة للتحلل والتدوير: مثل البلاستيك الحيوي والأوراق المعاد تدويرها، والتي تُستخدم استجابةً للطلب المتزايد على حلول تغليف مستدامة
- القصب، أشجار النخيل، التبن

معايير اختيار المواد الأولية:

- الجودة والمتانة: لضمان أن مواد التعبئة والتغليف تحمي المنتجات وتحافظ على جودتها.
- التوافق مع المعايير البيئية: استخدام مواد صديقة للبيئة للامتثال للمتطلبات التنظيمية العالمية.
- التكلفة التنافسية: اختيار المواد التي توفر أفضل توازن بين السعر والجودة.
- سهولة التوريد والتوافر: لتجنب تأخير الإنتاج بسبب نقص المواد الخام.

✓ ثانيًا: المعدات والتجهيزات

يحتاج المشروع إلى مجموعة من الآلات والمعدات لضمان الإنتاج بالجودة والكفاءة المطلوبة، ومنها:

- آلات التشكيل والقولبة: تُستخدم لإنتاج العبوات البلاستيكية والكرتونية بأشكال وأحجام مختلفة.
- آلات الطباعة والتصميم: لطباعة الشعارات والمعلومات على العبوات وفقًا لمتطلبات السوق.
- معدات القطع والتغليف النهائي: لتقطيع الكرتون، التشكيل النهائي، وإغلاق العبوات.
- أنظمة التحكم بالجودة: لمراقبة معايير الإنتاج وضمان الامتثال للمواصفات المطلوبة.

✓ ثالثًا: معايير اختيار المعدات:

- الكفاءة الإنتاجية العالية: لضمان تلبية احتياجات السوق بكفاءة.
- التكنولوجيا المتطورة: لاستخدام تقنيات حديثة تقلل من استهلاك المواد وتحسن الجودة.
- سهولة الصيانة والدعم الفني: لضمان استمرارية العمل دون انقطاع بسبب الأعطال.

❖ تحديد أهم الموردين: بناء علاقات استراتيجية

يُعد اختيار الموردين عنصرًا حيويًا في ضمان توفير المواد والمعدات في الوقت المناسب وبالجودة المطلوبة. يتم تصنيف الموردين إلى الفئات التالية:

✓ أولاً: موردو المواد الأولية

الشركات التي توفر البلاستيك، الورق، المعادن، والمواد القابلة للتحلل،

الفلاحين الذين يوفر التبن قصب السكر وأشجار النخيل

✓ ثانيًا: موردو المعدات والتجهيزات

الشركات المتخصصة في توريد الآلات والمعدات، ويتم اختيارها بناءً على:

- حداثة التكنولوجيا وكفاءة المعدات.
- وجود خدمات الصيانة والدعم الفني.
- القدرة على توفير التكوين والتدريب للموظفين على استخدام الآلات.

❖ إدارة عمليات الشراء والتوريد: المرونة والكفاءة

✓ أولاً: تحديد سياسة الدفع

- الدفع المسبق (جزئيًا أو كليًا): لبعض الموردين الذين يقدمون خصومات عند الدفع المسبق.

- الدفع بعد التسليم: يمنح المؤسسة مرونة مالية لتدوير رأس المال.
- عقود التوريد طويلة الأجل: تساعد في تثبيت الأسعار وتقليل تأثير تقلبات السوق.

○ ثانيًا: تحديد وقت الاستلام وجدولة الطلبات

- يتم تحديد جدول زمني دقيق لاستلام المواد الأولية وفقًا لاحتياجات الإنتاج.
- يتم الاتفاق مع الموردين على خدمات التوريد في الوقت المناسب (Just-In-Time) لتقليل تكاليف التخزين.

❖ الميزة التنافسية في التموين: التوريد المباشر من المنتجين

إحدى الميزات التنافسية الرئيسية لمشروعنا هي التعامل المباشر مع أصحاب المزارع والموردين المحليين للمواد الأولية.

❖ استراتيجيات التحسين في التموين

✓ أولاً: بناء مخزون استراتيجي

- الاحتفاظ بمخزون احتياطي من المواد الأساسية لضمان استمرارية الإنتاج في حالات التأخير أو الأزمات.
- تحسين أنظمة إدارة المخزون باستخدام البرمجيات الذكية لتتبع الكميات المتوفرة وتوقع الطلبات المستقبلية.

✓ ثانيًا: تنوع مصادر التموين

- عدم الاعتماد على مورد واحد فقط، بل التعاقد مع عدة موردين لضمان استقرار التوريد.
- استكشاف مصادر توريد جديدة يمكن أن توفر مزايا إضافية مثل التكلفة المنخفضة أو الجودة الأعلى.

✓ ثالثًا: اعتماد التكنولوجيا في إدارة التموين

- استخدام أنظمة إدارة سلسلة التوريد (SCM) لمراقبة حركة المواد والتخطيط بفعالية.
- توظيف تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي لتوقع اتجاهات الأسعار وتحسين قرارات الشراء.

1. اليد العاملة في مشروع إنتاج مواد التعبئة والتغليف

تلعب اليد العاملة دورًا حاسمًا في نجاح المشروع، حيث يجب تحديد الاحتياجات بدقة لضمان تشغيل المصنع بكفاءة وتحقيق الإنتاجية المطلوبة. يعتمد المشروع على توظيف العمالة المناسبة وفقًا للمهام المختلفة، مع إمكانية اللجوء إلى المناولة في بعض الحالات لتخفيض التكاليف وتحقيق مرونة أكبر في الإنتاج.

❖ المناصب التي يوفرها المشروع وتأثيره الاقتصادي

- المناصب المباشرة: حوالي 50 منصب عمل دائم داخل المصنع.
- المناصب غير المباشرة: حوالي 100 فرصة عمل في قطاعات النقل، التسويق، التوزيع، والمناولة.
- ❖ تحديد سياسة التوظيف واليد العاملة المطلوبة

يتطلب المشروع تكوين فريق متكامل يضم مهندسين، تقنيين، وعمال مهرة في مختلف أقسام الإنتاج والتشغيل. يتم تحديد الاحتياجات بناءً على طبيعة المهام المطلوبة في المصنع، حيث يمكن تصنيف اليد العاملة إلى:

✓ الوظائف التقنية والإدارية الأساسية

1. المهندسون (3 مهندسين):

- مختصون في هندسة الميكانيك، هندسة الإنتاج، أو الهندسة الصناعية لمراقبة عمليات التشغيل والصيانة.
- مسؤولون عن تحسين كفاءة خطوط الإنتاج وضمان الامتثال لمعايير الجودة.

2. التقنيون (6 تقنيين):

- يشرفون على تشغيل وصيانة الآلات المتطورة.
- لديهم خبرة في التعامل مع معدات القولية، الطباعة، والتغليف.

3. عمال التشغيل والإنتاج (30 عاملاً):

- يشملون العمال المسؤولين عن تشغيل آلات التشكيل والتغليف، ومراقبة الإنتاج.
- لا يتطلب هذا القسم مهارات تقنية متقدمة، بل يمكن الاعتماد على تدريب داخلي.

4. فريق مراقبة الجودة (5 موظفين):

- يشرفون على فحص المنتجات والتأكد من توافقها مع المعايير المطلوبة.
- لديهم خبرة في تطبيق معايير الجودة الصناعية ISO.

5. موظفو الإدارة والتوزيع (6 موظفين):

- مسؤولون عن إدارة المشتريات، المخزون، التسويق، والتوزيع.
- يشملون محاسبين، موظفي الموارد البشرية، ومسؤولي المبيعات.

❖ تحديد أماكن تواجد اليد العاملة

يمكن استقطاب اليد العاملة من المناطق القريبة من المصنع لتقليل تكاليف النقل وتحفيز التشغيل المحلي.

- المهندسون والتقنيون: يتم توظيفهم من الجامعات والمعاهد التقنية الوطنية.

- عمال التشغيل والإنتاج: يمكن توظيفهم من المناطق الصناعية القريبة بعد تلقيم التدريب المناسب.
- فريق مراقبة الجودة والإدارة: يتم تعيينهم من أصحاب الخبرة في الصناعات المماثلة.

❖ اللجوء إلى المناولة: تحقيق مرونة في التشغيل

أين يمكن اللجوء إلى المناولة؟

- الخدمات اللوجستية والنقل: يمكن التعاقد مع شركات متخصصة في توزيع المنتجات بدلاً من إنشاء أسطول نقل داخلي.
- التعبئة والتغليف النهائي: بعض عمليات التغليف يمكن إسنادها لشركات متخصصة لخفض التكاليف وزيادة السرعة.
- الصيانة الدورية للمعدات: الاعتماد على شركات متخصصة لصيانة الآلات الحديثة بدلاً من تعيين فريق صيانة داخلي دائم.

2. الشراكات الرئيسية:

تمثل الشراكات الاستراتيجية عنصرًا أساسيًا في نجاح المشروع، حيث تساعد في توفير الموارد، ضمان الجودة، تعزيز الابتكار، وتمويل العمليات. تعتمد هذه الشراكات على التعاون مع موردين، مؤسسات حكومية، هيئات علمية، وبنوك لضمان سير العمل بكفاءة وتحقيق النمو المستدام.

❖ الموردون: العمود الفقري لسلسلة التوريد

- أنواع الموردين الذين نتعامل معهم:

- موردو المواد الأولية: يزودون المصنع بالمواد الأساسية مثل البلاستيك، الورق المقوى، والألومنيوم. قصب السكر ا شجار النخيل التبن
- موردو المواد الكيميائية: يوفرون الأحبار، المواد اللاصقة، والمواد المضافة الأخرى المستخدمة في عمليات التصنيع.
- موردو المعدات والتجهيزات: يقدمون الآلات والمعدات الحديثة اللازمة للتعبئة والتغليف.
- موردو خدمات الصيانة والتدريب: يساهمون في ضمان استمرارية التشغيل من خلال توفير الخبرة التقنية والصيانة الدورية.

❖ الهيئات العمومية: دعم تنظيمي وتقني

✓ الشراكات مع الهيئات العمومية تشمل:

- وزارة الصناعة والتجارة: لدعم المشاريع الإنتاجية ومساعدتها في دخول الأسواق المحلية والدولية.

- وكالة دعم وتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: لتوفير الإرشاد والتسهيلات المالية.
- الهيئات البيئية: لضمان مطابقة المنتجات للمعايير البيئية وتشجيع الإنتاج المستدام.
- المخابر والمعاهد العلمية: ضمان الجودة والابتكار
✓ الشراكات مع المخابر والمعاهد تشمل:
- المعهد الوطني لقياس والمحافظة على الجودة: لضمان أن منتجاتنا تتوافق مع المعايير الصناعية.
- مراكز البحث الجامعية: للمساعدة في تطوير حلول تغليف جديدة وأكثر كفاءة.
- مختبرات الفحص والتدقيق: لإجراء الاختبارات الدورية على المواد والمنتجات النهائية.
✓ البنوك والمؤسسات المالية: تمويل المشروع ودعمه مالياً
- الشراكات المحتملة مع المؤسسات المالية:
- البنوك المحلية: لتمويل شراء المعدات والبنية التحتية.
- صناديق دعم المشاريع الناشئة: للحصول على منح أو قروض بفوائد مخفضة.
- مؤسسات التمويل الإسلامي: لتوفير حلول تمويلية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية.
✓ حاضنات الأعمال: دعم الابتكار والتطوير
- شراكتنا مع حاضنات الأعمال:
- حاضنة الأعمال التابعة لجامعة الجلفة. لدعم تطوير المشروع من الناحية التقنية والإدارية.
- الاستفادة من برامج الحاضنات في تطوير نموذج العمل وضمان نجاح المشروع على المدى البعيد.

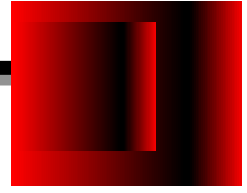
المحور الخامس

الخطوة المالية



المحور الخامس

الخطة المالية



تلعب الخطة المالية دورًا حاسمًا في ضمان الاستدامة المالية للمشروع، تقدير التكاليف، وتحديد استراتيجيات التمويل. من خلال تحليل الاستثمار الأولي، مصادر التمويل، وتوقعات الأرباح والخسائر، يمكن للمشروع تحقيق إدارة مالية فعالة تؤدي إلى تحقيق الاستقرار والنمو المستدام.

1. التكاليف والأعباء :

1.1. التكاليف والاستثمارات المطلوبة

يمكن تقسيم التكاليف إلى قسمين رئيسيين:

- التكاليف الاستثمارية (الثابتة): وهي النفقات التي تُدفع لمرة واحدة عند تأسيس المشروع.
- التكاليف التشغيلية (المتغيرة والجارية): وهي المصاريف المتكررة التي تُدفع للحفاظ على استمرارية الإنتاج.

التكاليف الاستثمارية (رأس المال الثابت):

شراء الأرض أو تأجيرها:

- مساحة المصنع 5000 - 1000 م² حسب حجم المشروع.
- تكلفة الأرض أو الإيجار السنوي: 700 مليون

إنشاء المباني والتجهيزات:

التكاليف التقديرية (سنتيم)	العنصر
3 مليار	انشاء المصنع (قاعات الإنتاج و المخازن)
700 مليون	المكاتب الادارية
500 مليون	أنظمة الكهرباء و المياه و التكييف
200 مليون	أنظمة الأمان و الحماية من الحرائق
500 مليون	الديكورات و التجهيزات المكتبية

المجور الخامس : الخطة المالية

التكاليف التقديرية (سنتيم)	المعدات و الآلات
1.5 مليار	ماكينات التشكيل الحراري
700 مليون	ماكينات الطباعة و التغليف
2 مليار	خطوط إنتاج البلاستيك أو الورق
600 مليون	معدات التقطيع و التصفيح
500 مليون	أنظمة النقل و التخزين
300 مليون	الصبانة و قطع الغيار

التراخيص و التسجيلات القانونية

التراخيص و التسجيلات القانونية :

- تكاليف تسجيل الشركة و الحصول على التصاريح 70 :مليون.
- تكاليف الاستشارات القانونية و المحاسبة 70 :مليون سنويًا.

أنظمة البرمجيات و التكنولوجيا :

التكاليف التقديرية (سنتيم)	العنصر
1 مليار	أنظمة إدارة الإنتاج (ERP)
300 مليون	برامج المحاسبة و إدارة المخزون
200 مليون	تطوير موقع إلكتروني و تطبيقات تسويق

التسويق و الإعلان الأولي

- حملات تسويق و إعلانات 500 :مليون
- طباعة كتالوجات و بروشورات 500 مليون.

إجمالي التكاليف الاستثمارية 13,74 : مليار سنتيم

التكاليف التشغيلية (التكاليف المتغيرة و الجارية):

المواد الأولية:

المجور الخامس : الخطة المالية

التكاليف التقديرية (سنتيم)	المواد
700 مليون	البلاستيك و الورق المقوى
200 مليون	الأحبار و المواد الكيميائية
150 مليون	مواد التغليف الإضافية

أجور الموظفين

التكاليف التقديرية (سنتيم)	الراتب الشهري (دج)	العدد	الوظيفة
135 مليون	150,000	9	مهندسون و تقنيون
120 مليون	40,000	30	عمال الإنتاج
36 مليون	60,000	6	إداريون و محاسبون
35 مليون	70,000	5	موظفو التسويق و المبيعات

تكاليف الطاقة والصيانة

العنصر	التكلفة الشهرية (سنتيم)	التكلفة السنوية (سنتيم)
الكهرباء و الطاقة	100 مليون	1.2 مليار
المياه و الصرف الصحي	10 مليون	120 مليون
الصيانة و الإصلاحات	50 مليون	600 مليون

إجمالي التكاليف التشغيلية الشهرية 1,5 مليار سنتيم.

إجمالي التكاليف التشغيلية السنوية 18 مليار سنتيم.

طرق ومصادر التمويل:

مصادر التمويل المحتملة تشمل:

رأس المال الذاتي: مساهمات الشركاء والمستثمرين.

القروض البنكية: تمويل من البنوك الجزائرية مثل (BADR، BEA، CPA)

الدعم الحكومي: الاستفادة من ANSEJ أو CNAC أو دعم الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI.

شراكات استراتيجية: مع مستثمرين أو موردين محليين وأجانب.

برامج الحاضنات: دعم من الجامعات ومراكز الابتكار.

كيفية استرداد الأموال (جدول العوائد المتوقعة):

تحليل استرداد الأموال بناءً على الإيرادات المتوقعة:

المجور الخامس : الخطة المالية

السنة	الإيرادات (مليار)	المصاريف (مليار)	الأرباح قبل الضرائب (مليار)	فترة الاسترداد
السنة 1	25	35	- 10	-
السنة 2	40	38	2	-
السنة 3	55	45	10	بداية الاسترداد
السنة 4	70	50	20	50 % استرداد
السنة 5	90	55	35	الاسترداد الكامل

يتم استرداد رأس المال المستثمر بالكامل خلال 4-5 سنوات، وبعدها يبدأ تحقيق أرباح صافية.

رقم الأعمال :

رقم الأعمال (Chiffre d'Affaires) هو إجمالي الإيرادات الناتجة عن بيع المنتجات والخدمات، وهو مؤشر رئيسي

لقياس أداء المشروع. يمكن تقدير رقم الأعمال وفقًا لسيناريوهين مختلفين:

- سيناريو تفاؤلي: يفترض نموًا سريعًا في الطلب وزيادة العملاء.
 - سيناريو تشاؤمي: يفترض تحديات في السوق، مثل المنافسة الشديدة أو تقلبات الأسعار.
- تفاصيل المبيعات المتوقعة:

قائمة المنتجات الأساسية:

المنتج A: عبوات بلاستيكية للأغذية

Produit A destiné Client	REALISATION		PREVISION			
	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit A(en millions d'unités)	8	10	12	14	16	18
Prix HT produit A(DZD)	35	38	40	42	45	48
Ventes produit A (en milliards)	280	380	480	588	720	864
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	280	380	480	588	720	864

الجدول :جدول تفاصيل المبيعات المتوقع خلال 5 سنوات

2. جدول حسابات النتائج المتوقع

المجور الخامس : الخطة المالية

يوضح هذا الجدول النتائج المالية المتوقعة للمؤسسة خلال السنوات المقبلة، حيث يبين إجمالي المبيعات (رقم الأعمال)، التكاليف التشغيلية، والربح الصافي بعد خصم جميع الأعباء والضرائب.

البند	المبلغ (مليون)
رقم الاعمال (إجمالي المبيعات)	500
تكلفة البضائع المباعة	250
المصاريف التشغيلية	120
إجمالي الربح	130
الضرائب و الرسوم	30
صافي الربح	100

تحليل الجدول :

رقم الأعمال: يمثل إجمالي مبيعات المؤسسة سنويًا.

تكلفة البضائع المباعة: تشمل تكاليف المواد الخام، الإنتاج، والنقل.

المصاريف التشغيلية: تشمل الرواتب، الصيانة، الإيجارات، والمصاريف الإدارية.

الربح الإجمالي: يتم حسابه بطرح تكلفة البضائع المباعة والمصاريف التشغيلية من رقم الأعمال.

الضرائب والرسوم: تشمل الضرائب على الأرباح ورسوم أخرى.

الربح الصافي: يمثل النتيجة النهائية بعد خصم جميع التكاليف والضرائب، وهو المؤشر الأساسي لنجاح المشروع.

الوثيقة

الجدول التقديري لخطة الخزينة خلال السنة الأولى (بالمليون دج)

الشهر	إيرادات المبيعات	التكاليف التشغيلية	أجور العمال	الضرائب والرسوم	التكاليف الإضافية	التدفق النقدي الصافي
يناير	20	10	5	2	3	0
فبراير	25	12	5	2	3	3
مارس	28	14	5	2.5	3.5	3
أبريل	30	15	6	3	4	2
مايو	35	18	6	3.5	4.5	3
يونيو	40	20	7	4 *	5	4
يوليو	38	19	7	4	5	3
أغسطس	42	21	7	4.5	5.5	4
سبتمبر	45	23	8	5	6	3
أكتوبر	48	24	8	5	6	5
نوفمبر	50	25	9	5.5	6.5	4
ديسمبر	55	28	9	6	7	5

إجمالي الإيرادات السنوية المتوقعة: 456 مليون

إجمالي النفقات السنوية المتوقعة: 360 مليون

التدفق النقدي الصافي السنوي: 96 مليون (ربح متوقع)

المحور السادس النموذج الأولي التجريبي



المحور السادس : النموذج الأولي التجريبي

كوب مع الغطاء في قطعة واحدة :



التغليف الخاص بالمؤسسة الناشئة ملبنة جودي



نموذج العمل التجاري

