



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زيان عاشور

مركز تطوير المقاولاتية لجامعة زيان عاشور بالجللفة



الكلية/ المعهد علوم الطبيعة والحياة

القسم علوم فلاحية وبيطرة

المستوى و التخصص: ثانية ماستر الغذاء و مرقبة النوعية

مذكرة التخرج لنيل شهادة جامعية – مشروع مؤسسة اقتصادية

عنوان المشروع:

تثمين نبات الصبر كبدائل في الصناعات الغذائية والعلاجية

مقدمة في اطار الحصول على شهادة مؤسسة اقتصادية (مصغرة) في اطار القرار الوزاري 1275

المعدل و المتمم بالقرار الوزاري 008 المؤرخ في 23 فيفري 2025

الاسم التجاري للمؤسسة

كنوز الصبر



السنة الجامعية: 2025 / 2026

الفهرس

أولاً: فريق العمل والإشراف

- 1- فريق العمل
- 2- فريق الإشراف

ثانياً: تعريف المشروع

1. تحديد النشاط
2. قطاع النشاط
3. رمز النشاط

ثالثاً: وصف فكرة المشروع

1. ما هي منتجاتي / خدماتي
2. من سيشتري منتجاتي / خدماتي
3. أين سيقام مشروعك وكيف ستصل منتجاتي/خدماتي للزبائن
4. كيف سيتشغل مشروعك
5. مبررات اختيار فكرة مشروعك

رابعاً: دراسة السوق

1. طبيعة وحجم المنافسة: من هم المنافسون المباشرون وغير المباشرين؟
2. حجم السوق المستهدف والمحتمل
3. تحليل SWOT: نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لمشروعك
4. نموذج العمل التجاري BMC لمشروعك

خامساً: الدراسة التقنية

1. احتياجات المشروع من الموارد البشرية: (ما هي الاحتياجات من الموظفين؟)
2. موقع إقامة مشروعك ومبررات اختياره: أين سيكون موقع مشروعك؟

سادساً: تقدير تكاليف وإيرادات مشروعك

1 - تقدير تكاليف مشروعك

- 1.1 تقدير المبلغ الإجمالي للاستثمار في مشروعك
- 2.1 تقدير مشتريات مشروعك من المواد الأولية في مشروعك
- 3.1 تقدير تكاليف اليد العاملة في مشروعك
- 4.1 تقدير التكاليف المشتركة لمشروعك
- 5.1 تقدير تكاليف اهتلاك الاستثمارات لمشروعك

2- تقدير إيرادات مشروعك

- 1.2 تقدير حجم المبيعات السنوية لمشروعك
- 2.2 حساب النتيجة السنوية لمشروعك

1-فريق العمل

فريق المشروع	التخصص	الكلية/ المعهد	الخبرة/ الكفاءة في مجال المشروع
قرونوط أم الخير	الغذاء ومراقبة النوعية	علوم الطبيعة والحياة	تكنولوجيا مجال في بكفاءة الجودة، ومراقبة الأغذية تطوير في للمساهمة تؤهل مراقبة الطبيعية، المنتجات عمليات وإدارة الجودة، والتحويل الإنتاج.
علي سناء صبرينة	الغذاء ومراقبة النوعية	علوم الطبيعة والحياة	تكنولوجيا مجال في بكفاءة الجودة، ومراقبة الأغذية تطوير في للمساهمة تؤهل مراقبة الطبيعية، المنتجات عمليات وإدارة الجودة، والتحويل الإنتاج.

2-فريق الإشراف

المشرف	التخصص	الكلية
المشرف الرئيسي: غافول منير	علوم فلاحية	علوم الطبيعة والحياة
المشرف المساعد: شقراني محمد	إدارة أعمال	العلوم الاقتصادية

ثانياً: تعريف المشروع: يكون النشاط وفقاً للمدونات التي تحدد قائمة الأنشطة لكل هيئة تسجيل (المركز الوطني للسجل التجاري، الفلاحة، الصناعة التقليدية والحرف)؛

رمز النشاط (وفق مدونة الأنشطة للمركز الوطني للسجل التجاري cnrc)	قطاع النشاط	تحديد النشاط
104213 107612	الصناعات الغذائية والصناعات التجميلية الطبيعية (تحويل و ترمين المنتجات النباتية).	تصنيع وتطوير وتسويق المنتجات الغذائية والتجميلية الطبيعية المشتقة من نبات الألو فيرا.

- ❖ في حالة نشاط مقنن، أو نشاط يحتاج إلى اعتمادات أو تراخيص خاصة، يجب ذكرها وذكر الجهة المانحة لها
- ❖ يتطلب النشاط الحصول على السجل التجاري، وشهادات المطابقة والاعتمادات اللازمة للمنتجات الغذائية والتجميلية وفق التشريع الساري، بالإضافة إلى التراخيص الصحية الخاصة بعمليات الإنتاج والتسويق. وتُمنح هذه الوثائق من قبل الجهات المختصة المكلفة بالتجارة والرقابة الصحية ومراقبة جودة المنتجات.

ينبغي ان يكون صاحب / أصحاب المشروع على دراية بكل تفاصيل المشروع وقادرين على تقديم وصف ملخص ودقيق عنه ، من خلال الإجابة بدقة على العناصر التالية :

ما هي منتجاتي أو خدماتي: (حدد بدقة منتجاتك. خدماتك):

تختص مؤسستنا في ترمين نبات الصبر (Aloe vera) من خلال تطوير وإنتاج مجموعة متكاملة من المنتجات الغذائية والتجميلية الطبيعية ذات القيمة المضافة، والمصنعة محلياً وفق مقاربة تعتمد على الابتكار والجودة والاستدامة.

1- بودرة الصبر (الألوفيرا)

مسحوق طبيعي يتم الحصول عليه من جل نبات الصبر بعد استخراجة وتجفيفه ثم طحنه وغربلته. يتميز بسهولة التخزين والنقل وطول مدة الحفظ، كما يمكن استعماله في الصناعات الغذائية والتجميلية، ويعد منتجاً ذا قيمة اقتصادية مرتفعة.

2- جل شد البشرة

منتج تجميلي طبيعي يحتوي على مستخلص الصبر والجيلاتين النباتي وفيتامين E وماء الورد. يساعد على ترطيب البشرة وتحسين مرونتها ومنحها مظهراً صحياً، بفضل احتوائه على مركبات مرطبة ومضادات أكسدة طبيعية.

3- جل تقوية الشعر

منتج طبيعي غني بمستخلص الصبر وفيتامين C، يساعد على ترطيب الشعر وتحسين مظهره وتقليل التقصف، ويواكب الطلب المتزايد على المنتجات الطبيعية للعناية بالشعر.

4- صابون الصبر الصلب

صابون طبيعي مدعم بمستخلص الصبر وفيتامين E، يساهم في تنظيف البشرة بلطف وترطيبها، ويتميز بكونه مناسباً للبشرة الحساسة وصديقاً للبيئة.

5- صابون سائل للملابس

منظف سائل مخصص لغسل الملابس يحتوي على مستخلص الصبر، يساعد على تنظيف الأقمشة ومنحها رائحة منعشة، مع تقليل تأثير المواد الكيميائية القاسية، وهو منتج اقتصادي وصديق للبيئة.

6- عصير الصبر

مشروب طبيعي يتم تحضيره من جل الصبر وفق شروط صحية دقيقة لضمان الجودة والسلامة. يتميز باحتوائه على مركبات طبيعية ومضادات أكسدة، ويواكب الطلب المتزايد على المشروبات الصحية الطبيعية.

7- مربى الصبر والخوخ

منتج غذائي مبتكر يجمع بين الخوخ وخصائص الصبر. وقد أظهرت النتائج الحسية أن التركيبة المحتوية على 15% صبر و85% خوخ حققت أعلى قبول من حيث الطعم والقوام والجودة العامة.

تكمُن أهمية المشروع في الاستغلال المتكامل لنبات الصبر وتحويله إلى مجموعة متنوعة من المنتجات الغذائية والتجميلية، مما يساهم في رفع القيمة المضافة للمادة الأولية، ودعم الاقتصاد المحلي، وتقديم منتجات طبيعية مبتكرة ذات قدرة تنافسية في السوق.

من سيشتري منتجاتي/ خدماتي (حدد زبائنك بدقة) :

يستهدف المشروع شريحة واسعة من الزبائن تشمل الأفراد والعائلات المهتمة بالمنتجات الطبيعية والصحية ، محلات بيع مواد التجميل والعناية الشخصية، مراكز التجميل والعناية بالبشرة والشعر، محلات المنتجات الطبيعية، محلات المواد الغذائية، والفنادق ومراكز الاستجمام التي تعتمد منتجات طبيعية ذات جودة عالية.

عنوان المشروع ترمين نبات الصبر كبدايل في الصناعات الغذائية والعلاجية

أين سيقام مشروعى وكيف تصل منتجاتى / خدماتى للزبائن: (بين مكان إقامة مشروعك و طرق التواصل مع زبائنك)

تم اختيار إقامة المشروع داخل مشتل للكرام بولاية الجلفة لاعتبارات علمية وتقنية مرتبطة بطبيعة المادة الأولية (نبات الصبر – الألوفيرا)، حيث يُعد الجل مادة حساسة قابلة للتدهور السريع بفعل الحرارة والضوء وتأخر النقل، مما قد يؤدي إلى فقدان جزء من خصائصه الحيوية. إن القرب من مصدر المادة الأولية يسمح بالحفاظ على جودة الجل وتقليل عمليات الأكسدة والتلف، وبالتالي الحصول على منتج أولي ذو جودة عالية، مع تقليص تكاليف النقل والتخزين وتحسين كفاءة الإنتاج.

أما تسويق المنتجات فيتم عبر البيع المباشر داخل موقع المشروع، إضافة إلى قنوات توزيع متعددة تشمل محلات التجميل والعناية بالبشرة والشعر، محلات المنتجات الطبيعية، محلات المواد الغذائية، والفنادق ومراكز الاستجمام، كما سيتم الاعتماد على التسويق الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وخدمة التوصيل لضمان وصول المنتجات إلى مختلف الزبائن المستهدفين.

كيف سيشتغل مشروعى (بين من سيقوم بتشغيل المشروع ومن سيساهم في ذلك):

سيتم تشغيل المشروع من طرف فريق عمل مكون من صاحبة المشروع وزميلتها، وكلاهما متخصصتان في تكنولوجيا الأغذية، حيث تتولى بشكل مشترك عمليات التسيير والإنتاج ومرافقة الجودة. يشمل العمل مراحل التحضير، الاستخلاص، التحويل، التعبئة والتغليف والتسويق، مع تقسيم المهام بين أعضاء الفريق حسب الكفاءة. كما يمكن الاستعانة بيد عاملة مساعدة عند الحاجة في بعض العمليات الإنتاجية. ومع تطور المشروع يتم توسيع الفريق وفق حجم النشاط والطلب في السوق.

مبررات اختيار فكرة مشروعى (اشرح لماذا تم اختيار هذه الفكرة بالذات):

تم اختيار فكرة المشروع انطلاقاً من القيمة العالية لنبات الصبر (الألوفيرا) كمادة طبيعية غنية بالمركبات الحيوية ذات الاستخدامات المتعددة في المجالين الغذائي والتجميلي، إضافة إلى توفره محلياً وإمكانية ترمينه وتحويله إلى منتجات ذات قيمة مضافة. كما جاء هذا الاختيار استجابة للطلب المتزايد على المنتجات الطبيعية والبدايل الصحية الخالية من المواد الكيميائية، سواء في مجال الأغذية أو العناية الشخصية.

ويتميز المشروع بإمكانية استغلال مادة أولية واحدة لإنتاج مجموعة متنوعة من المنتجات (عصير، مربى، بودرة، صابون، وجل تجميلي)، مما يعزز الجدوى الاقتصادية ويرفع من مردودية المشروع. كما يساهم في دعم الاقتصاد المحلي من خلال ترمين الموارد النباتية المتاحة وتحويلها إلى منتجات مبتكرة قادرة على المنافسة في السوق.

إضافة إلى ذلك، فإن خلفيتي الأكاديمية في تكنولوجيا الأغذية مع وجود شريكة في نفس التخصص توفران أساساً علمياً وتقنياً قوياً يضمن التحكم في جودة الإنتاج وتطوير منتجات مطابقة للمعايير.

رابعاً: دراسة السوق

1. طبيعة وشدة المنافسة: من هم المنافسون المباشرون وغير المباشرون؟

شدة المنافسة

طبيعة المنافسة

عنوان المشروع تمييز نبات الصبر كبديل في الصناعات الغذائية والعلاجية

المنافسون	مباشرة	غير مباشرة	قوية	متوسطة	ضعيفة
محلات التجميل والصيدليات	X		X		
مؤسسات إنتاج المربى والعصائر	X			X	
المنتجات الصناعية (صابون كيميائي و عصائر ومربيات تجارية)		X	X		
المشاريع المنزلية الصغيرة		X			X

أذكر استراتيجيات مؤسستك في التعامل مع منافسيها:

تعتمد مؤسستنا في استراتيجيتها التنافسية على مقارنة علمية مدروسة تستند إلى خلفيتنا الأكاديمية في تكنولوجيا الأغذية، مما يضمن التحكم الدقيق في عمليات التحويل وجودة المنتجات في جميع مراحل الإنتاج. كما تركز على استراتيجية التميز من خلال تمييز نبات الصبر (الألوفيرا) وتحويله إلى منتجات غذائية وتجميلية مبتكرة ذات قيمة مضافة عالية، عوض الاقتصار على منتج واحد تقليدي.

وتتبنى المؤسسة كذلك سياسة تسعير تنافسية مدروسة تعتمد على الإنتاج المحلي وتقليل تكاليف الوساطة والاستيراد، في ظل هيمنة المنتجات المستوردة في السوق، مما يسمح بتقديم منتجات طبيعية بجودة عالية وسعر مناسب مقارنة بالمنتجات الأجنبية.

إضافة إلى ذلك، تعتمد المؤسسة على استراتيجية الابتكار المستمر، والتسويق الرقمي الحديث، وبناء علاقة مباشرة مع المستهلك، مما يعزز الثقة في العلامة التجارية ويمنح المشروع قدرة تنافسية قوية ومستدامة في السوق المحلي.

وبذلك يسعى المشروع إلى ترسيخ مكانته كمبادرة ريادية مبتكرة في مجال تمييز النباتات، تجمع بين العلم والاقتصاد والاستدامة، مع طموح تدريجي للتوسع والمنافسة خارج النطاق المحلي.

2. حجم السوق المستهدف والمحتمل:

- حجم السوق المستهدف: يمثل مجموعة الافراد أو المؤسسات والتي تقدم لها او تعرض عليها - منتجاتك/خدماتك. (يطلب تحديد الشريحة المستهدفة، تعدادها، مكان تواجدها،

عنوان المشروع ترمين نبات الصبر كبداية في الصناعات الغذائية والعلاجية

- يمثل السوق المستهدف لمؤسستنا شريحة محددة ومباشرة داخل ولاية الجلفة والمناطق المجاورة، تتكون من المستهلكين ذوي التوجه نحو المنتجات الطبيعية والصحية، خاصة فئة النساء والشباب الذين يهتمون بالعناية بالبشرة والشعر والتغذية الصحية. كما يشمل هذا السوق الصيدليات محلات التجميل الاحترافية، محلات المنتجات الطبيعية، ومراكز العناية والاستجمام التي تعتمد على منتجات ذات جودة عالية ضمن عروضها.
- ويتميز هذا السوق بكونه سوقاً ناشئاً لكنه مستقر الطلب يعتمد على الاستهلاك اليومي والمتكرر لمنتجات العناية والتغذية، مما يجعله سوقاً ذا قابلية عالية للاستمرارية والنمو داخل النطاق المحلي والجهوي.

- **حجم السوق المحتمل:** السوق المحتمل هو مجموعة الافراد او المؤسسات التي تطلب أو يحتمل ان تطلب منتجاتك او خدماتك لإشباع حاجاتهم ورغباتهم. (من يشتري منتجاتنا/ خدماتنا؟ من وما الذي يحفزها على ذلك؟ أين يتواجدون؟ كم أعدادهم؟).

يمثل السوق المحتمل امتداداً استراتيجياً واسعاً يشمل السوق الوطني، مع إمكانية التوسع نحو قنوات توزيع رقمية وتجارية أكثر تطوراً. ويضم هذا السوق فئات متعددة من المستهلكين على مستوى المدن الكبرى والمتوسطة، خاصة النساء والشباب الباحثين عن بدائل طبيعية آمنة، إضافة إلى الصيدليات، سلاسل التوزيع ومحلات البيع المتخصصة في المنتجات الصحية والطبيعية.

ويحفز هذا السوق بعوامل هيكلية أهمها: التحول العالمي نحو المنتجات الطبيعية، ارتفاع الطلب على البدائل النباتية، وتزايد الوعي الصحي، مقابل ارتفاع أسعار المنتجات المستوردة. كما يتميز باتساعه الكبير حيث يمكن الوصول إلى آلاف إلى عشرات الآلاف من المستهلكين المحتملين عبر التسويق الرقمي التجارة المحلية، وقنوات التوزيع الحديثة، مما يمنح المشروع قابلية توسع تدريجية ومستدامة.

3. تحليل SWOT: نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لمشروع:

- **نقاط القوة:** كل العناصر (داخل المؤسسة) التي تشكل مصدر قوة لمشروع (قد تكون: مهارات خاصة، موارد بشرية، موارد مادية،
- **نقاط الضعف:** كل العناصر (داخل المؤسسة) التي تشكل نقطة ضعف أو تقف عائقاً امام مشروع حالياً أو مستقبلياً
- **الفرص:** كل العناصر الخارجية التي لها أثر إيجابي على تنفيذ مشروع أو تطوره في المستقبل
- **التهديدات:** كل العناصر الخارجية التي لها أثر سلبي على تنفيذ مشروع أو تطوره في المستقبل

جدول تحليل SWOT

عوامل تعطل تحقيق الأهداف	عوامل تساعد في تحقيق الأهداف	SWOT
<p>نقاط الضعف Weaknesses</p> <p>1. حادثة المشروع في السوق المحلي مما يستلزم وقتاً لبناء علامة تجارية وترسيخ الثقة لدى المستهلك.</p> <p>2. محدودية الموارد المالية في مرحلة الإطلاق مقارنة بالمؤسسات الصناعية القائمة.</p> <p>3. الحاجة إلى تطوير قنوات توزيع وتسويق موسعة للوصول إلى أسواق أكبر خارج النطاق المحلي.</p>	<p>نقاط القوة Strengths</p> <p>1. ترمين مورد نباتي محلي عالي القيمة (نبات الصبر) وتحويله إلى منتجات متعددة الاستخدام (غذائية وتجميلية)، مما يرفع القيمة المضافة ويعزز الاستدامة.</p> <p>2. تكوين أكاديمي متخصص في تكنولوجيا الأغذية يضمن التحكم العلمي في عمليات التحويل، الجودة، والسلامة الغذائية والتجميلية.</p> <p>3. تنوع خطوط الإنتاج داخل نفس المؤسسة (مربى، عصائر، صابون، جل، بودرة) مما يعزز المرونة التشغيلية ويقلل الاعتماد على منتج واحد.</p>	<p>عوامل داخلية</p>
<p>التهديدات Threats</p> <p>1. المنافسة القوية من المنتجات المستوردة منخفضة السعر والتي تستهدف نفس الفئات الاستهلاكية.</p> <p>2. تغير سريع في اتجاهات السوق في قطاع التجميل والغذاء الصحي مما يتطلب تحديثاً مستمراً للمنتجات.</p> <p>3. احتمال دخول منافسين جدد عند نجاح الفكرة مما قد يزيد من حدة المنافسة مستقبلاً.</p>	<p>الفرص Opportunities</p> <p>1. تزايد عالمي ومحلي في الطلب على المنتجات الطبيعية والعضوية في مجالي الغذاء والعناية الشخصية.</p> <p>2. ضعف التغطية السوقية للمنتجات المبتكرة المعتمدة على الألويفرا محلياً مما يفتح مجالاً لخلق ميزة تنافسية.</p> <p>3. إمكانية التوسع التدريجي نحو التجارة الإلكترونية والأسواق الوطنية مع ارتفاع توجه المستهلك نحو الشراء الرقمي.</p>	<p>عوامل خارجية</p>

4. نموذج العمل التجاري BMC لمشروع:

الشركاء الرئيسيون:	الأنشطة الأنشطة الرئيسية	القيمة المقترحة:	العلاقة مع العملاء:	العملاء
المشكلة المستأجرة بولاية الجلفة: توفير فضاء احتضان المشروع والإنتاج. المختبرات المرجعية ومخابر مراقبة الجودة وقمع الغش: ضمان مطابقة المنتجات للمعايير الصحية والغذائية والتجميلية. وكالة دعم وتنمية المقاولاتية (NESDA): المرافقة، التوجيه، ودعم إنشاء المؤسسة. مركز تطوير المقاولاتية (CDE): التكوين، الاستشارة، وتطوير المهارات المقاولاتية. البنوك والمؤسسات المالية: تمويل النشاط ودعم التوسع المستقبلي. CASNOS: ضمان التغطية الاجتماعية لصاحبات المشروع. CNAS: ضمان التغطية	1. التزويد والإقتناء: تقوم المؤسسة باقتناء المواد لأولية من نبات الصبر (الألوفيرا) عالي الجودة، إضافة إلى الفواكه، المواد الخام، والمكونات التجميلية والغذائية اللازمة لعملية التحويل والإنتاج. 2 التحويل والإنتاج: تشمل هذه المرحلة تحويل المواد الأولية إلى منتجات نهائية ون صف مصنعة، من خلال عمليات علمية دقيقة مثل: استخراج جل الألوفيرا التحضير والتنقية التقطيع والطحن والتجانس الخلط والتركيب وفق نسب مدروسة	تقدم مؤسستنا عرض قيمة متكامل يعتمد على تثمين نبات الصبر (الألوفيرا) وتحويله إلى مذ تجات غذائية وتجميلية ونصف مصنعة ذات جودة عالية، تجمع بين الابتكار العلمي والقيمة المضافة المحلية. 1. القيمة المبتكرة: توفير منتجات طبيعية متعددة الاستخدام (غذائية وتجميلية) مبنية على تحويل مورد نباتي واحد إلى عدة منتجات ذات قيمة اقتصادية وصحية. 2. قيمة الحد من المخاطر: تقديم بدائل طبيعية آمنة للمنتجات الكيميائية والمستورد ة، مع تقليل المخاطر الصحية الم رتبطة بالمواد الصناعية في التج ميل والغذاء.	1. تفاعل شخصي مباشر: بناء علاقة ثقة وتواصل مستمر مع العملاء لفهم احتياجاتهم وتقديم تجربة مخصصة. 2. دعم استشاري صحي: تقديم إرشادات ونصائح حول الاستخدام الأمثل للمنتجات الغذائية والتجميلية لضمان أفضل النتائج. 3. متابعة وتجربة مستمرة: متابعة رضا العملاء بعد الاستخدام واستقبال الملاحظات بهدف التحسين المستمر للجودة وتطوير المنتجات. 4. تثقيف وتوعية صحية: نشر محتوى توعوي حول فوائد المنتجات الطبيعية ودور تثمين نبات الصبر في تعزيز نمط حياة صحي. 5. برنامج ولاء العملاء: تقديم امتيازات تحفيزية للعملاء الدائمين مثل الهدايا، المنتجات المجانية، والعروض الخاصة لتعزيز الاستمرارية والارتباط بالمؤسسة. 6. إرشادات غذائية وصحية عامة:	(أفراد B2C): المستهلكون من الأفراد والعائلات المهتمين بالمنتجات الطبيعية والصحية، خاصة فئة النساء والشباب في مجالي العناية بالبشرة والشعر والتغذية الصحية. (شركات B2B): محلات التجميل والعناية، محلات المواد الغذائية والمنتجات الطبيعية، إضافة إلى المؤسسات الصغيرة والصناعات الغذائية والتجميلية التي تعتمد على الجل وبودرة الألوفيرا كمادة أولية أو نصف مصنعة في تركيباتها.

<p>الاجتماعية للعمال عند التوظيف مستقبلاً. جامعة زيان عاشور بالجلفة ومخابر البحث العلمي: الدعم العلمي والتقني وتطوير المنتجات. تجار الجملة والتجزئة ومحلات المواد الغذائية والمنتجات الطبيعية: المساهمة في تسويق وتوزيع المنتجات.</p>	<p>الطهي أو التسخين عند الحاجة (مثل المرابي والصابون) 3. التطوير والتركيب : تصميم تركيبات مبتكرة للمنتجات الغذائية والتجميلية مرابي، عصائر، صابون، جل (بودرة) مع تحسين الجودة الحسية و الوظيفية لكل منتج 4. التعبئة والتغليف : تعليب المنتجات بطريقة صحية ومعقمة، مع استخدام تغليف مناسب يحافظ على الجودة و يضمن السلامة الغذائية والتجميلية، إضافة إلى تصميم ملصقات تعريفية احترافية 5. مراقبة الجودة : إجراء مراقبة دورية لمراحل لإنتاج لضمان مطابقة المنتجات المعايير النظافة السلامة، و الجودة الفيزيائية والكيميائية و</p>	<p>3. قيمة الأداء والجودة : منتجات ذات فعالية عالية من حيث الترطيب، التغذية، والعناية بفضل الخصائص الحيوية للألوفيرا، مع التحكم في الجودة عبر مقارنة علمية دقيقة. 4. قيمة السعر: اعتماد سياسة تسعير تنافسية مبنية على الإنتاج المحلي وتقليل تكاليف الاستيراد والوساطة، مما يسمح بتقديم منتجات عالية الجودة بسعر مناسب مقارنة بالمنتجات المستوردة. 5. قيمة التخصيص والتنوع : تنوع المنتجات بين الغذائي والتجميلي والنصف مصنع، بما يلبي احتياجات مختلف شرائح العملاء (أفراد ومؤسسات صناعية). 6. قيمة سهولة الاستخدام : منتجات مصممة بطريقة عملية وسهلة الاستخدام سواء في الأسته</p>	<p>تقديم توصيات عامة لاستخدام المنتجات ضمن نظام غذائي صحي ومتوازن يعزز الفائدة الصحية ويزيد من القيمة المضافة للمنتجات.</p>
---	---	---	---

<p>الحسية. 6. التسويق والترويج : الترويج للمنتجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق المباشر، والمعارض المحلية، مع بناء هوية علامة تجارية تعكس الجودة والطبيعة. 7. التوزيع وإدارة الطلبات : إيصال المنتجات إلى العملاء عبر البيع المباشر قنوات التجزئة و الجملة، وخدمات التوصيل المحلية.</p>	<p>هالك المباشر أو في الإدماج الصناعي كمادة أولية أو نصف مصنعة. 7. المشكلة التي يحلها المشروع يساهم المشروع في حل مشكلتين رئيسيتين: الاعتماد الكبير على المنتجات المستوردة مرتفعة التكلفة أو غير الطبيعية ضعف استغلال الموارد النباتية المحلية ذات القيمة العالية مثل الألويفرا</p>		
<p>الموارد الرئيسية: 1. الموارد الرئيسية لتدفقات الإيرادات : مورد نباتي استراتيجي عالي القيمة (نبات الصبر). خبرة علمية وتقنية في تحويل وتثمين المنتجات الطبيعية. تجهيزات الإنتاج والتحويل والتعبئة. علامة تجارية وهوية تسويقية</p>		<p>قنوات توزيع: تعتمد المؤسسة على استراتيجية توزيع متعددة القنوات (channel-Omni) لضمان وصول المنتجات الطبيعية إلى مختلف شرائح العملاء بكفاءة وسرعة، مع الحفاظ على جودة الخدمة والقيمة المقدمة. 1. البيع المباشر: بيع المنتجات مباشرة من مقر المشروع (المشتلة) إلى المستهلكين، مما يضمن</p>	

<p>مميزة.</p> <p>2. الموارد الرئيسية لعلاقات العملاء :</p> <p>قاعدة عملاء مستهدفة ومتنوعة (B2C) و (B2B).</p> <p>قنوات تواصل رقمية فعالة.</p> <p>نظام متابعة وولاء العملاء.</p> <p>خبرة استشارية في مجال المنتجات الطبيعية.</p> <p>3. الموارد الرئيسية لقنوات التوزيع :</p> <p>موقع إنتاج استراتيجي داخل المشتلة.</p> <p>شبكة شركاء التوزيع ونقاط البيع.</p> <p>الموارد الرئيسية لقنوات التوزيع</p> <p>موقع إنتاج استراتيجي داخل المشتلة.</p> <p>شبكة شركاء التوزيع ونقاط البيع.</p> <p>خدمات النقل والتوصيل.</p> <p>منصات التسويق والبيع الرقمي.</p> <p>4. الموارد الرئيسية لعروض</p>	<p>تقليل الوسطاء وتعزيز الثقة بين المؤسسة والزبون.</p> <p>2. التسويق والبيع عبر وسائل التواصل الاجتماعي :</p> <p>استخدام منصات مثل Facebook و Instagram لعرض المنتجات، الترويج لها، واستقبال الطلبات بشكل مباشر، مع التفاعل الفوري مع العملاء.</p> <p>3. البيع عبر الهاتف والطلب المباشر: تمكين العملاء من الطلب عبر الهاتف أو الرسائل لتسهيل عملية الشراء خاصة للزبائن المحليين والمؤسسات.</p> <p>4. قنوات التجزئة والجملة : توزيع المنتجات عبر محلات التجميل، الصيدليات، ومحلات المواد الغذائية، بالإضافة إلى تجار الجملة لضمان وصول أوسع للسوق المحلي والجهوي.</p> <p>5. الأكشاك والمعارض الترويجية : المشاركة في المعارض المحلية والأسواق الموسمية لتعزيز التعريف بالمنتجات وزيادة الانتشار.</p> <p>6. شركات النقل والتوزيع : الاعتماد على خدمات التوصيل المحلية</p>
---	--

	<p>القيمة :</p> <p>المعرفة العلمية المتخصصة في تكنولوجيا الأغذية وتثمين الموارد النباتية.</p> <p>. منتجات مبتكرة غذائية و تجميلية ونصف مصنعة مشتقة من نبات الصبر.</p> <p>نظام جودة وسلامة يضمن مطابقة المنتجات للمعايير.</p> <p>. قدرة تنافسية قائمة على الابتكار الجودة، والسعر المدروس</p>	<p>لضمان إيصال المنتجات بسرعة وأمان إلى الزبائن، خاصة خارج منطقة الإنتاج.</p>	
<p>التكاليف:</p> <p>التكاليف الثابتة :</p> <p>إيجار المشتلة ومقر النشاط.</p> <p>الكهرباء والماء والغاز.</p> <p>خدمات الإنترنت والاتصالات.</p> <p>اشتراكات CASNOS.</p> <p>مصاريف التسيير والإدارة.</p> <p>التكاليف المتغيرة :</p> <p>اقتناء المواد الأولية (نبات الصبر، الفواكه، المكونات الغذائية والتجميلية).</p>	<p>الإيرادات:</p> <p>تعتمد المؤسسة على نموذج إيرادات متنوع ومستدام يجمع بين البيع المباشر ونماذج الأعمال الحديثة، بما يضمن الاستمرارية المالية وتعزيز القدرة التنافسية في السوق.</p> <p>1. بيع المنتجات:</p> <p>تشمل الإيرادات الأساسية بيع المنتجات الغذائية والتجميلية المشتقة من نبات الصبر مثل مربى الصبر، عصير الصبر، ومسحوق الألوفيرا، سواء للأفراد أو المؤسسات، مع اعتماد متوسط هامش ربح يقدر بـ 20% من سعر البيع حسب نوع المنتج وقناة التوزيع.</p> <p>2. الاشتراكات:</p> <p>توفير نظام اشتراك شهري أو دوري يتيح للعملاء الحصول على صنابير منتجات طبيعية</p>		

<p>مواد التعبئة والتغليف والملصقات. النقل والتوصيل. التسويق الرقمي والإعلانات. صيانة المعدات والتجهيزات عند الحاجة. الموارد الرئيسية الأكثر تكلفة : تجهيزات ومعدات الإنتاج والتحويل. المواد الأولية عالية الجودة. مواد التعبئة والتغليف. أنشطة التسويق والترويج. الأنشطة الرئيسية الأكثر تكلفة : التحويل والإنتاج. التعبئة والتغليف. التسويق والترويج. التوزيع وإدارة الطلبات. يرتكز هيكل التكاليف على التحكم في المصاريف التشغيلية مع إعطاء الأولوية للجودة، والابتكار، والتسويق الفعال، بما يضمن استدامة المؤسسة وتعزيز قدرتها التنافسية في السوق.</p>	<p>(Healthy Boxes) تحتوي على مجموعة مختارة من منتجات المؤسسة، مما يضمن دخلاً منتظماً ومستداماً. 3. الترخيص والإعارة: إمكانية تحقيق إيرادات من خلال ترخيص تركيبات المنتجات أو العلامة التجارية لمؤسسات أخرى، أو توفير مواد نصف مصنعة (مثل جل وبودرة الألوفيرا) ضمن اتفاقيات تجارية. 4. الإعلانات والشراكات: تحقيق دخل إضافي من خلال التعاون مع محلات التوزيع أو العلامات التجارية للإعلان عن المنتجات داخل نقاط البيع أو عبر المنصات الرقمية.</p>
--	--

1. احتياجات المشروع من الموارد البشرية: حدد بدقة احتياجات مشروعك من الموارد البشرية

الكفاءات / الشهادات	العدد	طبيعة المستخدمين
المسير	2	المسير
الإطارات	0	الإطارات (مهندسين، رؤساء المصالح، المكلفين بالتسويق، رؤساء الورشات...إلخ).
عمال التحكم	0	عمال التحكم (المكلفين بالمخزن، السكرتاريا...إلخ).
عمال التنفيذ	0	عمال التنفيذ (السائق، الحارس، عامل النظافة...إلخ).

2. اختيار موقع إقامة المشروع: أين سيكون موقع المشروع ومبررات اختياره؟ (قدم المبررات اللازمة لاختيار موقع المشروع)

تم اختيار إقامة المشروع داخل مشتل بولاية الجلفة نظراً لما يوفره هذا الموقع من مزايا استراتيجية وتقنية تتماشى مع طبيعة النشاط القائم على تـمـيـن نـبـات الصـبـر وتحويله إلى منتجات غذائية وتجميلية ذات قيمة مضافة. يسمح موقع المشروع بالقرب من مصدر المادة الأولية بتقليل مدة نقل نبات الصبر بعد الحصاد، مما يساهم في الحفاظ على خصائصه الفيزيائية والكيميائية وجودته الحيوية، ويحد من الفاقد الناتج عن التخزين أو النقل لمسافات طويلة. كما يوفر فضاء المشتل بيئة ملائمة للزراعة والمتابعة التقنية والتوسع المستقبلي للإنتاج. ويتميز الموقع بسهولة الوصول إلى شبكات النقل والأسواق المحلية، مما يسهل عمليات التوزيع والتسويق ويخفض التكاليف اللوجستية. إضافة إلى ذلك، تُمكن ولاية الجلفة من الاستفادة من الموارد الزراعية المتاحة واليد العاملة المحلية، مما يعزز استدامة المشروع ويساهم في خلق قيمة اقتصادية محلية. ويُعد هذا الاختيار منسجماً مع رؤية المؤسسة الرامية إلى بناء سلسلة قيمة متكاملة تبدأ من الإنتاج النباتي وتنتهي بمنتجات نهائية مبتكرة وعالية الجودة قادرة على المنافسة في السوق.

سادسا: تقدير تكاليف وإيرادات المشروع

1 - تقدير تكاليف المشروع

1.1 تقدير المبلغ الإجمالي للاستثمار: (تكلفة المشروع)

المبلغ (دج)	البيان
350000	آلات ومعدات الإنتاج
80000	تهيئة المحل
50000	الأصول البيولوجية (الحيوانات- الأشجار...)
0	العتاد المتنقل
40000	العتاد المكتبي
70000	عتاد الإعلام الآلي
0	عتاد السمعي البصري
10000	عتاد الاتصالات
20000	تركيب التجهيزات
30000	المصاريف العامة المتعلقة بالإنشاء
50000	رأس المال العامل (المادة الأولية)
700000	المبلغ الإجمالي للاستثمار (تكلفة المشروع)

اللجنة الوطنية للتسييقية لهنايعة

2.1 تقدير مشتريات المشروع من المواد الأولية

السنة 3	السنة 2	السنة 1	قائمة المواد الأولية
700	500	300	المادة الأولية 1: الفواكه (الخوخ ومكونات المربي والعصير)
120	120	120	سعر الوحدة
84000	60000	36000	تكلفة شراء المادة الأولية 1
2500	1500	1000	المادة الأولية 2: مواد التعبئة والتغليف
25	25	25	سعر الوحدة
62500	375000	25000	مبلغ المادة الأولية 2
500	350	250	المادة الأولية 3: مكونات غذائية وتجميلية مساعدة
200	200	200	سعر الوحدة
100000	70000	50000	تكلفة شراء المادة الأولية 3
246500	167500	111000	إجمالي مبالغ المشتريات من المواد الأولية

3.1 – تقدير تكاليف اليد العاملة

قيمة الاجر			عدد العمال			تسمية المنصب
السنة 3	السنة 2	السنة 1	السنة 3	السنة 2	السنة 1	
30000	25000	20000	2	2	2	المسير / أو المسيرين
5500	0	0	1	0	0	الإطارات (مهندسين، رؤساء المصالح، المكلفين بالتسويق، رؤساء الورشات... إلخ.)
40000	0	0	1	0	0	عمال التحكم (المكلفين بالمخزن، السكرتاريا... إلخ.)
40000	35000	0	2	1	0	عمال التنفيد (السائق، الحارس، عامل النظافة... إلخ.)

- ينبغي ان لا يقل الاجر الشهري الصافي عن الحد الأدنى المضمون

4.1 تقدير التكاليف الخارجية للمشروع

السنة 03	السنة 02	السنة 01	البيان
36000	30000	24000	مصاريف الكهرباء / الغاز / الماء
20000	15000	10000	تكاليف الصيانة و التصليح
60000	60000	60000	تكاليف الايجار
12000	10000	8000	مصاريف تأمين العتاد و المعدات
60000	45000	30000	مصاريف التسويق (الدعاية والإشهار)
10000	10000	15000	تكاليف التكوين والتدريب
25000	20000	15000	مصاريف عامة (أعباء خارجية) أخرى
223000	190000	162000	المجموع

5.1 تقدير تكاليف اهتلاك الاستثمارات

قسط الاهتلاك السنوي (دج)	مدة الاهتلاك (بالسنوات)	البيان
35000	10	آلات ومعدات الإنتاج
0		العتاد المتنقل
4000	10	العتاد المكتبي
14000	5	عتاد الإعلام الآلي
13000		عتاد السمعي البصري
1000	5	عتاد الاتصالات
	
67000		المبلغ الإجمالي

عنوان المشروع : تثمين نبات الصبر كبدائل في الصناعات الغذائية والعلاجية

- يطبق الاهتلاك الخطي (تحدد مدة الاهتلاك وفقا لقرار وزارة المالية المؤرخ في 14 أفريل 2025 المعدل والمتمم للقرار الصادر بتاريخ 25 فيفري 2024 الذي يحدد مدة اهتلاك التثبيات المطبقة لتحديد النتيجة الجبائية – الجريدة الرسمية عدد 29 لسنة 2025)

3-تقدير إيرادات المشروع

1.3 تقدير حجم المبيعات السنوية

السنة 3	السنة 2	السنة 1	البيان	
1400	1000	700	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 1:
4486	4331	400	سعر الوحدة	
628100	433100	280000	قيمة مبيعات المنتج 1	
1000	1000	650	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 2
410	290	300	سعر الوحدة	
410000	290000	195000	قيمة مبيعات المنتج 2	
700	500	330	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 3:
5313	5038	500	سعر الوحدة	
371900	251900	165000	قيمة مبيعات المنتج 3	
1410000	9755000	640000	إجمالي المبيعات	

2.3 حساب النتيجة السنوية

السنة 03	السنة 02	السنة 01	البيان
1410000	975000	640000	رقم الأعمال (المبيعات) ... (1)
226500	153500	111000	المشتريات المستهلكة ... (2)
223000	190000	162000	الأعباء الخارجية ... (3)
960500	631500	367000	القيمة المضافة ... (4) = (1) - (2) - (3)
750000	600000	480000	الأجور و الأعباء الاجتماعية ... (5)
210500	31500	113000	إجمالي فائض الاستغلال ... (6) = (4) - (5)
67000	67000	67000	الإهلاكات و المؤونات ... (7)
143500	35500	180000	نتاج الاستغلال (8) = (6) - (7)
14350	0	0	الضرائب على الشركات / IFU (9)
129150	35500	180000	صافي الدخل (10) = (8) - (9)
نمو ب44%	نمو ب52%	بداية النشاط	تطور رقم الأعمال

خاتمة:

تكمن القيمة المضافة المتوقعة للمشروع على الاقتصاد المحلي والوطني في كونه يُمثل نموذجاً تطبيقياً حقيقياً لتحويل المعرفة الأكاديمية والمخبرية إلى مشروع استثماري إنتاجي مستدام، ويتضح ذلك من خلال الأبعاد التالية:

تثمين الموارد النباتية المحلية برؤية علمية: استغلال نبات الصبر (الألوفيرا) المتوفر في البيئة المحلية لولاية الجلفة وتثمين مركباته الحيوية عبر صناعات تحويلية متعددة (غذائية وتجميلية)، مما يرفع من القيمة الاقتصادية المضافة للمادة الأولية محلياً بدل استهلاكها بشكلها الخام التقليدي.

دعم الأمن الغذائي والصحي (بديل الاستيراد): تقديم منتجات طبيعية ومبتكرة، خالية من المواد الكيميائية القاسية وذات جودة خاضعة لرقابة صارمة، مما يوفر بدائل محلية ذات جودة عالية وسعر تنافسي قادرة على تقليص فاتورة استيراد مستحضرات العناية ومنتجات غذائية، تماشياً مع التوجهات الاستراتيجية للدولة الجزائرية.

تحفيز روح المقاولة وخلق مناصب الشغل: يساهم المشروع في إثبات قدرة الجامعة على تزويد السوق بـ "مؤسسات مصغرة" تقودها كفاءات نسوية متخصصة، مع وجود مخطط تشغيلي مرن يسمح بالانتقال التدريجي من مرحلة التسيير الثنائي إلى توظيف عمال إضافيين وإطارات مع توسع النشاط في السنوات الثلاث القادمة.

بناءً على الدراسات التقنية والتسويقية والمالية المنجزة، فإن مشروع "كنوز الصبر" لا يهدف فقط إلى نيل شهادة جامعية، بل يطمح ليكون لبنة حقيقية في نسيج المؤسسات المصغرة والناشئة التي تدعم التنوع الاقتصادي والتنمية المستدامة محلياً ووطنياً.

اللجنة الوطنية للتسويقية لهيئة
NCCFIUE

