

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
اللجنة الوطنية للتنسيقية لمتابعة الابتكار
وحاضنات الأعمال الجامعية

دليل مشروع

للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة
في إطار القرار الوزاري 1275

جوان 2024



عنوان المشروع:

مادة أولية لصناعة مستحضرات التجميل

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275



HYDRAFAT

السنة الجامعية :

2024- 2023

بطاقة معلومات:

1- فريق الاشراف:

فريق الاشراف	
المشرف الرئيسي :	التخصص:
الدكتور عبد الله خرياش	قسم الأحياء الدقيقة والكيمياء الحيوية

2- فريق العمل:

فريق المشروع	التخصص	الكلية
الطالب: نعومي أم الخير	البيوكيمياء التطبيقية	علوم

فهرس المحتويات



فهرس المحتويات



المحور الأول: تقديم المشروع

- 6 1. فكرة المشروع (الحل المقترح)
- 7 2. القيم المقترحة
- 7 3. فريق العمل
- 8 4. اهداف المشروع
- 8 5. جدول زمني لتحقيق المشروع

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

- 10 1. طبيعة الابتكارات
- 10 2. مجالات الابتكارات

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

- 12 1. عرض القطاع السوقي
- 13 2. قياس شدة المنافسة
- 16 3. الاستراتيجية التسويقية

المحور الرابع : خطة الإنتاج والتنظيم

- 19 1. عملية الإنتاج
- 20 2. التمويل
- 20 3. اليد العاملة
- 21 4. الشراكات الرئيسية

المحور الخامس : الخطة المالية

- 23 1. التكاليف والاعباء
- 24 2. رقم الأعمال
- 25 3. جدول حسابات النتائج المتوقع
- 26 4. خطة الخزينة

المحور السادس : النموذج الأولي التجريبي



المحور الأول

تقديم المشروع



فكرة المشروع (الحل المقترح):

يشهد سوق مستحضرات التجميل، انتشارا واسعا على المستوى العالمي حيث يقدر حجم سوقه 50.1 مليار دولار في عام 2022 من موقع (Vik Chauhan , LinkedIn).

حيث يسعى هذا السوق دائما ليلبي إحتياجات المستهلكين المتطورة و تواكب أحدث الإتجاهات و من بين ذلك نجد العمل على تطوير منتجات مصنوعة من مواد طبيعية بعيدا عن المواد الكيميائية، و ايضا استخدام التكنولوجيا الحديثة التي توفر في وجودها العديد من المزايا، و هذا ما أشارت اليه عدد الإبتكارات السنوية في هذا السوق التي صعب تقديرها لعدم وجود بيانات محددة، و التنوع الكبير في المنتجات، إلا ان العدد يتراوح بين آلاف إلى عشرات الآلاف وهذا ما يشير إلى الإنتشار الخيالي لسوق مستحضرات التجميل خاصة في عشر السنوات الأخيرة.

ومن خلال تخصصي و عدد الدورات التكوينية التي قمت بها في عالم و فن مستحضرات التجميل بدأت فكرة المشروع، حيث حاولت التعمق في مكونات هذه المركبات أثناء تطبيق بعض المنتجات الطبيعية مثل "الصابون الصلب الطبيعي"، و كان الهدف هو تجسيد منتوجات بطريقتين أولهما الإبداع و الشيء الثاني هو التوفير، حتى جابهنا مشكلات عديدة، من بين ذلك وجدنا صعوبة في توفير الخامات و الزيوت التي لا يخلو منها أي مستحضر تجميلي سواء لسعرها أو لتواجدها في الأسواق.

الزيوت الصلبة أو السائلة سواء كانت حيوانية أو نباتية، التي أغلبها يعمل على خاصية الترطيب تباع كمواد أولية تستخدم في صناعة مستحضرات التجميل، و بغض النظر عن عدد و تنوع الشركات في الجزائر التي تباع المواد الأولية إلا أن أغلبها يتم استيراده حيث تبلغ نسبة سوق المرطبات وهذا حسب الإحصائيات ومن المتوقع أن يصل حجمه إلى 32.4 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2027، بمعدل نمو سنوي مركب قدره 4.8٪ خلال الفترة من عامي 2022 و 2027 (حسب شركة Market Research Future)، و تم تحديد نسبة استيراد هذه المواد بنسب كبيرة حسب الأرقام التي تحصلت عليها "الخبر" من الجمارك، فإن الجزائر اقتنت خلال 5 أشهر الأولى من السنة الجارية 329 ألف طن من الزيوت والشحوم النباتية، لتدفع ما قيمته 329,42 مليون دولار، (الخبر، 2014).

حيث سنقوم بعملية تكرير البقايا الحيوانية (فائض الشحوم) بطريقة (Wet rendering)؛ و أفضل انواع الشحوم التي يتم إستخلاصها هي الشحوم البقرية وهذا بسبب انخفاض نسبة الماء في أنسجة هذا النوع من الدهون و نقطة انصهاره المنخفضة وغيره، حيث سنقوم بإنتاج مادة أولية طبيعية تعمل على الترطيب في مجموعة نسبة الزيوت الصلبة و السائلة في تركيبة المستحضر التجميلي، و سوف تكون بأحجام مختلفة حسب حاجة الزبون، وهذه المنتوجات سوف توجه بعد ذلك إلى شركات بيع المواد الأولية في الجزائر، و المؤسسات التي في هذا المجال.

و كل هذا سيقام وسط هيكل إنتاجي مجهز بالمعدات اللازمة و حبذا لو يتواجد مقر الإنتاج قرب مسالخ لحمية و مصانع صنع الأغذية لسهولة التواصل مع الموردين الأساسيين.

1. القيم المقترحة

- _ يعتبر منتج "HYDRAFAT" أول منتج جزائري يستخدم في صناعة منتجات مستحضرات التجميل كعامل ترطيب عالي , باستخدام الشحوم الحيوانية .
- _ ذات سعر منخفض مقارنة مع المنتجات البديلة التي لها خاصية الترطيب.
- _ تثمين فائض الشحوم الحيوانية من خلال استغلال المادة المحلية.
- _ فعالية المنتج أي قدرته على الترطيب الكبيرة والسريعة بتشبعه بالعديد من الأحماض الدهنية المفيدة على البشرة.
- _ استغلال نفايات العملية (بقايا التكرير) في صناعة أغذية الحيوانات لإضافة قيمة غذائية أخرى .
- _ يستخدم منتج "HYDRAFAT" في العديد من الصناعات (مثل صناعة الشموع).
- _ المساعدة على زيادة الإنتاج المحلي لمستحضرات التجميل في الجزائر.

2. فريق العمل

تدير هذه المؤسسة "HYDRAFAT" السيدة نعومي أم الخير , طالبة سنة ثانية ماستر تخصص الكيمياء الحيوية , قامت بالعديد من الدورات في إنتاج مستحضرات التجميل بالإضافة إلى خبرتها لطرق إستخلاص المواد الأولية و الأعشاب و غيرها و هذا من خلال دراستها لمقرارات والأعمال التطبيقية في سنتين الماستر, و بعض الدراسات الخارجية كما لها القدرة على تولي إدارة هذا المشروع و التعامل مع احتياجاته و العمل على تطويره لإتقانها اللغة _ الإنجليزية _ و و عيها الكامل بأهمية المحافظة على البيئة .

بالإضافة إلى فريق عمل متكامل موزع حسب الوظائف المطلوبة لهذا المشروع سوف نتفصل أكثر في ذلك في الجدول الخاص بتقسيم اليد العاملة .

3. أهداف المشروع

نهدف و بإصرار ليكون هذا المنتج محققا لأهداف التالية :

_ نهدف في السنة الأولى , إلى إنتاج وبيع أكثر من 15000Kg من المادة الأولية .

_ تطوير و تنويع منتجات جديدة من الشحوم الحيوانية .

_التشجيع على الصناعة المحلية من خلال توفير مناصب شغل متنوعة .

_توسيع نطاق السوق من خلال الوصول إلى أسواق جديدة و ولايات أخرى خلال السنوات القادمة .

_توفير عروض مختلفة حسب طلب شرائح العملاء مع منح تخفيضات معتبرة للشركاء و العملاء الرئيسيين .

_تشجيع الناس على الإستثمار في المجال الحيواني و ذلك من خلال استغلال بقاياها الغير صالحة و بناء على ذلك ستزيد الثروة الحيوانية و تنخفض الأسعار و هذا يعود بالنفع على المواطنين و الدولة و المشروع نفسه بحيث يزيد الطلب على منتوجاته .

_ التعاون مع شركات أخرى لتنفذ نحو أسواق جديدة .

4. جدول زمني لتحقيق المشروع :

من المتوقع أن يتجسد مشروع "HYDRAFAT" بعد 9 أشهر من الآن، حيث نتوقع أن يمر بالمراحل التالية :

الجدول (1) : الجدول الزمني لتحقيق مشروع (HYDRAFAT)

	9	8	7	6	5	4	3	2	1		
1						✓	✓	✓	✓	تجهيز الوثائق المطلوبة مع تحديد مقر الإنتاج	
2					✓	✓				اختيار مقر الإنتاج (المصنع)	
3				✓						تجهيز المقر الإنتاج	
4			✓							تجهيز المعدات و تركيبها	
5		✓								اقتناء المواد الأولية	
6	✓									بداية إنتاج أول منتج	

المصدر - من إعداد الطالبة بناء على محاكاة تجسيد المشروع -



المحور الثاني الجوانب الابتكارية

innovation

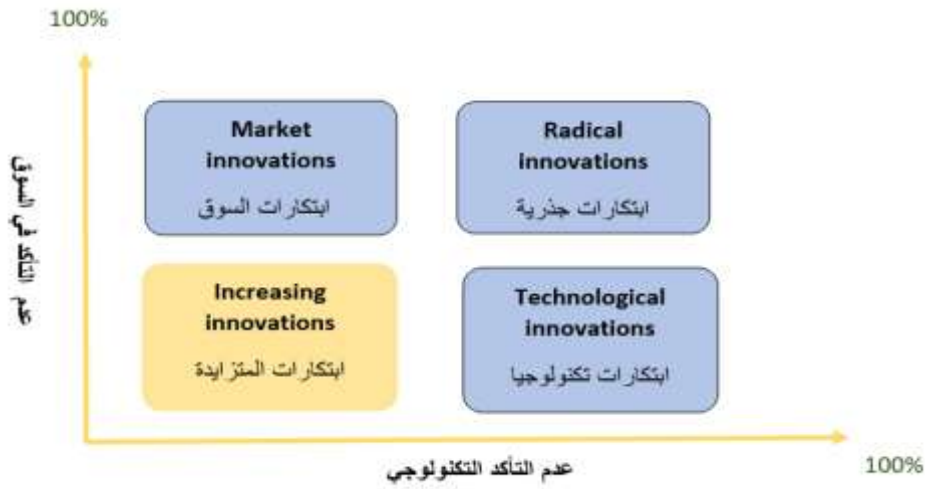
business solution process tactic
research success synergy
development project
strategy growth target
skill planning
corporate



1. طبيعة الابتكار

تعتبر منتوجات "HYDRAFAT" من الابتكارات المتزايدة، حيث تعدّ الشحوم الحيوانية مصدرًا طبيعيًا متجددًا لمواد مستحضرات التجميل، مما يُقلّل من الاعتماد على الموارد المشتقة من البترول وغيره مقارنة بالمنتوجات الأخرى المتوفرة في أسواق مستحضرات التجميل ; و بالتالي نقول أن منتوجنا هو عبارة عن مادة أولية جديدة تحسينية في سوق المرطبات الجزائري.

شكل رقم (1): أنواع الابتكارات



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على النموذج المسطر في دليل مشروع مؤسسة ناشئة

2 الجوانب الابتكارية :

تتمثل الجوانب الابتكارية في مشروعنا كونه :

- _ ابتكار تركيبة جديدة لمستحضرات التجميل باستخدام الشحوم الحيوانية، بامتلاكها خصائص ترطيب ممتازة مما يوفر فرصة لاستخدام الشحوم الحيوانية كمكون طبيعي في مستحضرات التجميل.
- _ استهداف فئات جديدة من العملاء (مؤسسات صناعة الشموع و الأدوية وغيره ...).
- _ تثمين النفايات و تحويلها لمنتج قابل للطلب داخل الأسواق التجميلية كونه أول مشروع في الجزائر ذات قدرة كبيرة على تحطيم المنتوجات الأخرى المشابهة.



المحور الثالث التحليل الاستراتيجي للسوق



يُعدّ قطاع مستحضرات التجميل سوقًا ضخمًا وناضجًا و متنوعًا، حيث هذا المحور يضع دراسة تحليلية تفصيلية لسوق مستحضرات التجميل و بالأخص منتجاتنا وهو المادة الأولية التي تعمل كمرطب.

1. عرض القطاع السوق

السوق المحتمل : (النسب تقديرية فقط لعدم توفر بيانات عالمية دقيقة)

_الصناعات الكيماوية: تُستخدم دهون الحيوانات المكررة في العديد من المنتجات الكيماوية، بما في ذلك صناعة الشموع (مما يجعلها تحترق لفترة أطول وأكثر سطوعًا) وتشير التقديرات إلى أن حوالي 10% من الشموع المصنعة في العالم تحتوي على شحوم حيوانية، مما يعني أن عدد الأشخاص الذين يستخدمونها قد يصل إلى مئات الملايين، و أيضا المواد البلاستيكية ...

_صناعة الجلود: تُستخدم دهون الحيوانات المكررة في معالجة الجلود، مما يجعلها ناعمة ومقاومة للماء كما تُستخدم أيضًا في صناعة الأحذية والحقائب والأثاث .

_صناعة الأدوية: تُستخدم دهون الحيوانات المكررة في بعض الأدوية بما في ذلك المراهم الطبية و بعض المكملات الغذائية .

السوق المستهدف :

منتوجنا يستهدف فئة معينة و جانب خاص وهو سوق مستحضرات التجميل كما نعلم ان هذا السوق له ازدياد و توسع كبير سنة تلوى الأخرى، و هذا راجع لعدة عوامل نذكر منها ازدياد الوعي بجمال البشرة و البحث عن مواد من مصادر طبيعية بحت ; لذا نسعى بمنتوجنا لنغطي احتياجات هذا السوق الكبير الرائج و من بين المراكز و المحطات التي سوف توفر لها هذا المركب الطبيعي كالتالي :

✓ شركات بيع المواد الأولية لصناعة مستحضرات التجميل في الجزائر

_شركة "كوزما الجزائر" (Cosma Algérie) تُعدّ شركة "كوزما الجزائر" من الشركات الرائدة في مجال بيع المواد الأولية و الخامات لصناعة مستحضرات التجميل في الجزائر كما أنها تُقدم هذه الشركة مجموعة واسعة من المنتجات من مختلف المصادر العالمية و بأسعار تنافسية. الموقع الإلكتروني

[/https://cosmosalgerie.com/contact](https://cosmosalgerie.com/contact)

شركة "ألفا كوزميتيكس" (Alpha Cosmetics) تقدم الشركة خدمات تصنيع مستحضرات التجميل حسب الطلب وتتميز بمنتجاتها العضوية الخالية من المواد الكيميائية الضارة. الموقع الإلكتروني [/https://www.alphacosmetics.kr](https://www.alphacosmetics.kr)

بالإضافة إلى شركات صغرى أخرى معروفة مثل SERAL EMERALD

✓ العيادات الجلدية ومراكز التجميل: كعلاجات جلدية لترطيب البشرة وعلاج الجفاف (مثل عيادة الدكتور أوغانم في الجزائر العاصمة).

✓ صانعي مستحضرات التجميل مثل (الصابون الصلب) فهم المقاولون الذين يستهدفهم هذا المنتج لإدخاله في تركيباتهم الخاصة و خاصة الأشخاص الذين يهتمون بأسعار منتجاتهم .

✓ كل النساء والرجال الذين يبحثون عن نضارة و رطوبة بشرتهم من مصادر طبيعية مستدامة خالية من أي مواد كيميائية مضافة .

و نظرا لهذه الفئة الكبيرة و التي تتوسع لتصبح أكبر من شريحة العملاء بأن يغطي هذا المنتج احتياجاتهم الكاملة خاصة في ولاية المسيلة مكان الإنتاج و هذا خلال السنة الأولى فقط و من ثم نتوسع تدريجيا في السنة التي تليها للولايات المجاورة مثل الجلفة و سطيف و غيرهام ;و بعد خمسة سنوات من الإنتاج و التغلب على كل صعوبات السوق و المنافسة سوف يكون منتجنا على كل بقاع الوطن الجزائري و هذه الغاية التي نسعى لتحقيقها خلال خمس سنوات الأول من إنشاء و تجسيد الشركة و بعد هذا سوف نصبح من المصدرين لهذا المنتج و تشكيلته الطبيعية.

2. قياس شدة المنافسة

تتوفر بعض المنتجات البديلة لمنتجنا في سوق مستحضرات التجميل، والتي تلي نفس احتياجات العملاء بشكل كلي أو جزئي و التي تعتبر من المنافسون المباشرين؛ لكن هذا لا يغطي نقاط ضعفهم سواء من حيث السعر أو التوفير و هذا من الأسباب التي تجعلنا نسرع في عملية إنتاج منتجنا .

و من بين المنتجات التنافسية نجد :

الزيوت النباتية:

زيت جوز الهند: يُعد من أكثر الزيوت النباتية شيوعًا في مستحضرات التجميل، حيث يُستخدم كمُرطب ومُضاد للأكسدة. [/https://www.eatingwell.com/article/7923262/coconut-oil-for-skin](https://www.eatingwell.com/article/7923262/coconut-oil-for-skin)

زيت النخيل : تُعد ماليزيا أكبر مصدر لزيت النخيل في العالم، و الجزائر دولة مستوردة لهذا الزيت النباتي بشكل مرتفع

الزيوت المعدنية: تشمل هذه الزيوت الفازلين وزيت الأطفال تُستخدم هذه الزيوت كمُرطبات فعّالة للبشرة الجافة .

المواد الاصطناعية: تشمل هذه المواد السيليكون والبارابين. تُستخدم هذه المواد كمُرطبات ومُحافظات على المنتجات

المنتجات الطبيعية الأخرى: زبدة الشيا تُستخدم كمُرطب ومُضاد للأكسدة، كما تُعرف بخصائصه المُضادة للالتهابات.

أما بالنسبة إلى المنافسون الغير مباشرون يمكن حصرهم في :

منتجات العناية بالبشرة البديلة: منها الزيوت النباتية مثل زبدة الكاكاو و صمغ النحل و التي تعمل كمُرطبات و مغذيات للبشرة.

منتجات التجميل البديلة: وهي مجموعة منتجات العناية بالبشرة مثل الصابون السائل و غيره.

تقنيات العناية بالبشرة البديلة:

العلاجات الطبية: تشمل هذه العلاجات البوتوكس، والفيلر، والليزر، وغيرها. تُستخدم هذه العلاجات لتحسين مظهر البشرة، وتُعد بدائل لمنتجات العناية بالبشرة التي تحتوي على منتج تكرير الشحوم الحيوانية.

ولفهم المشروع بكل نقاطه السلبية والإيجابية يمكننا رسم مخطط توضيحي بسيط , بالاعتماد على

مصفوفة (SWOT)

❖ نقاط القوة

- مكونات طبيعية :يُفضل بعض المستهلكين المنتجات الطبيعية على المنتجات الاصطناعية، و يعد هذا المنتج الخيار الأفضل لهم .

- خصائص فريدة :تتمتع شحوم الحيوانية المكررة بخصائص فريدة تجعلها مناسبة لمستحضرات التجميل، ولها القدرة على الترطيب و تغذية البشرة.

- مصدر مستدام: يمكن الحصول على شحوم الحيوانات من مصادر مستدامة مثل منتجات اللحوم و الأغذية.

❖ نقاط ضعف

- السمعة: قد يكون لبعض المستهلكين انطباع سلبي عن شحوم الحيوانات

- المنافسة: هناك العديد من الشركات التي تنتج مكونات مستحضرات التجميل الأخرى

❖ الفرص

- الوعي المتزايد بالمكونات الطبيعية: يصبح المستهلكون أكثر وعيًا بالمكونات الطبيعية في مستحضرات التجميل، وهذا

قد يمثل فرصة لمنتجاتنا داخل هذا السوق الكبير.

- الطلب المتزايد على منتجات مستحضرات التجميل المستدامة: يصبح المستهلكون أكثر اهتمامًا بالمنتجات المستدامة،

وهذا قد يمثل فرصة لمنتجات تكرير الشحوم الحيوانية من مصادر مستدامة.

- تطوير منتجات جديدة: هناك إمكانية لتطوير منتجات جديدة تحتوي على المادة الأولية المكررة، مثل الكريمات المرطبة

وأحمر الشفاه ومنتجات العناية بالبشرة.

- التوسع في أسواق جديدة: هناك إمكانية لتوسيع نطاق بيع المنتج الجديد في أسواق جديدة، مثل الدول النامية.

❖ التهديدات

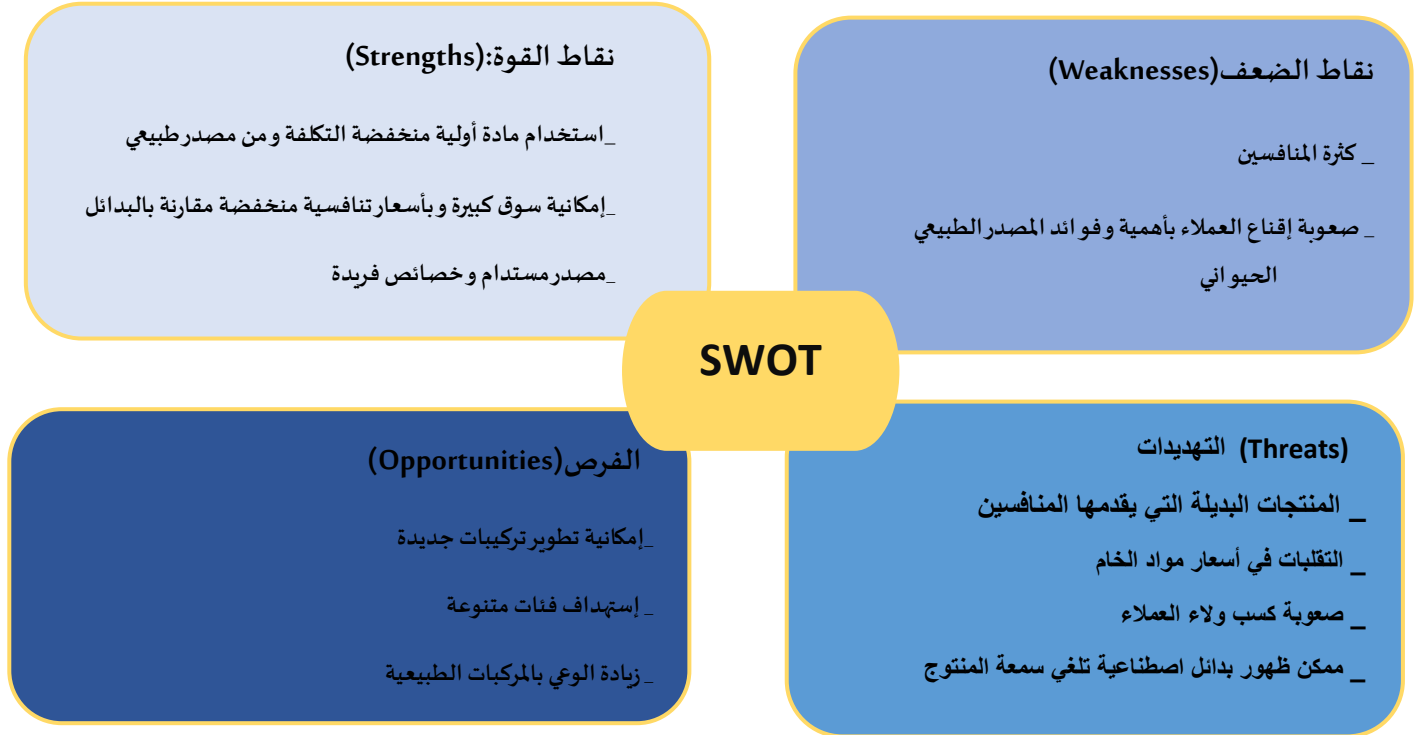
- التقلبات في أسعار المواد الخام: قد تتقلب أسعار المواد الخام مثل شحوم الحيوانات، مما قد يؤثر على ربحية الشركة.

- التغيرات في اتجاهات المستهلكين: قد تتغير اتجاهات المستهلكين بعيدًا عن المنتجات التي تحتوي على شحوم حيوانية،

مما قد يؤثر سلبًا على المبيعات.

- البدائل الاصطناعية: هناك العديد من البدائل الاصطناعية لشحوم الحيوانات في مستحضرات التجميل.

مصفوفة SWOT



3. الإستراتيجية التسويقية

نسعى من خلال منتجنا "HYDRAFAT" إلى تقديم مرطبات طبيعية تدمج بين عملية تثمين البقايا الحيوانية و عملية إنتاج المواد الأولية لصناعة إحدى مكونات مستحضرات التجميل, و الأمر الذي يضمن تطور و هيمنة منتجنا في السوق الجزائري هو السعر الذي يعتبر منخفض نوعا ما مقارنة بالمنتجات المتوفرة, الذي سوف يساعد كل طبقات العملاء و المستهدفين مقارنة بما هو موجود حاليا و هذا من جهة، ومن جهة أخرى نحاول قدر الإمكان في السنوات الأولى من نشاطنا إلى توفير تسهيلات للعملاء لمساعدتهم و تشجيعهم على الاستثمار في صناعة مواد التجميل مما يساهم في زيادة الإنتاج المحلي لهذا العالم و الفن الحديث لأنه في تزايد مستمر و سريع .

أما من الناحية التسويقية، فنسعى لبناء علاقة متينة و وثيقة عنوانها الثقة و الموثوقية لنصل إلى ولاء مع عملائنا و إلى نزاهة تامة في الخدمة المقدمة من خلال تبني مختلف إستراتيجيات البيع :

- ✓ التعليم والتوعية من خلال تقديم معلومات كافية تشرح فوائد هذا المنتج و طبيعته و مكوناته لجذب العملاء و هذا من خلال التسويق بالمحتوى و كذا الإعلانات الإلكترونية و غيره بغية الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من السوق المستهدف.
- ✓ التواجد في المعارض و الفعاليات حيث سنشارك في المعارض و الفعاليات ذات صلة لعرض منتوجنا و توضيح فوائده و قيمته و نقوم أيضا بتوفير فرصة للحاضرين للكشف عن المنتج و تقديم ملاحظات و أيضا منحهم فرصة الاستفادة من العروض الترويجية.
- ✓ إنشاء مجتمع و فضاء خاص بمستخدمين هذا المنتج وهذا من خلال مواقع تواصل الاجتماعي بما في ذلك الفيسبوك ،انستغرام للمشاركة تجاربهم حول هذا المنتج و إدارة الشكاوي و التعطيلات في التواصل إن وجدت.
- ✓ التعاون مع الشركاء سنقوم بالتعاون مع الشركات ذات صلة مثل الشركات التي تبيع المنتوجات الطبيعية و هذا بهدف الوصول إلى الجمهور المستهدف.
- ✓ بناء علاقات مع المؤثرين ذات صلة بجمهور المستهدف والتعاون معهم للترويج للمنتج.
- ✓ تقديم عروض وخصومات يمكنها أن تساعد في جذب شركات بيع مستحضرات التجميل و غيرهم إلى تجربة المنتج.



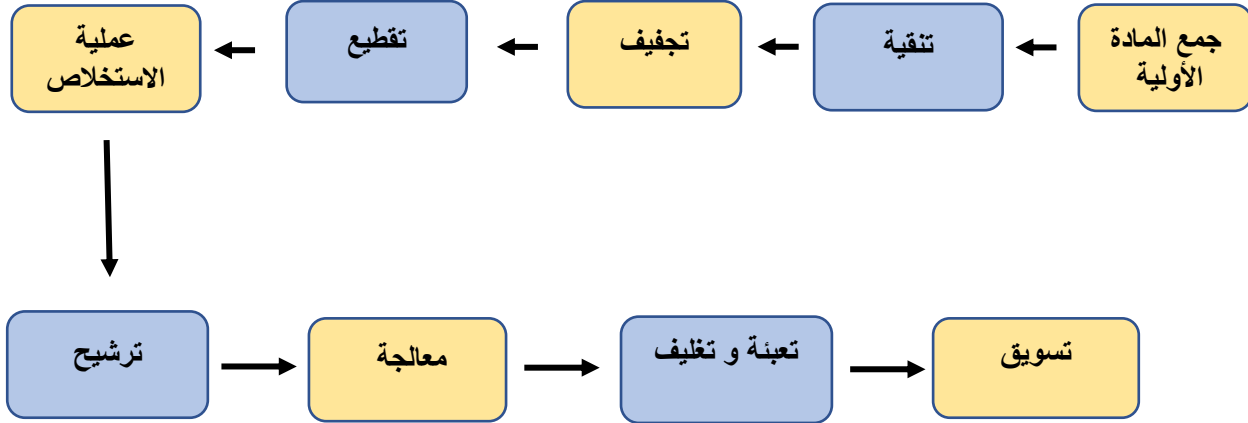
المحور الرابع

خطة الإنتاج والتنظيم



(1) عملية الإنتاج

تمر العملية الإنتاجية لتصنيع المنتج النهائي بعدة مراحل وهي كالتالي :



بحيث :

_ المادة الأولية تجمع من المسالخ اللحمية و غيره قد تكون بسعر رمزي جدا لأنها ممزوجة بالعديد من البقايا و بعد ذلك تحمل بواسطة شاحنات باردة إلى مكان المصنع .

_ التنقية وهي المرحلة التي يتم وضع فيها الشحوم في محطة المياه لتغسل جيدا من كل العوالق

_ التجفيف وذلك من أجل التخلص من كل بقايا الماء في المرحلة السابقة

_ التقطيع من أجل تقليص سطح التفاعل و لتسريع العملية القادمة

_ الاستخلاص

_ الترشيح لإزالة مخلفات الاستخلاص

_ المعالجة وهي مرحلة الإضافات التي يحتاجها المنتج

_ تعبئة و تغليف

_ تسويق

تُعدّ هذه العملية ضرورية لإنتاج منتج نهائي ذات جودة عالية مناسب للاستخدامات الصناعية بما في ذلك صناعة بعض مستحضرات التجميل مثل الصابون الصلب و أحمر شفاه

كما أن هناك بعض التفاصيل يمكن مراعاتها :

✓ التحكم في درجة الحرارة : يجب التحكم في درجات الحرارة بدقة لمنع تدهور جودة الشحوم و يفضل أن تكون على درجة منخفضة وفي وقت أطول لتبقى تركيبة المادة كما هي.

✓ وقت المعالجة: من المستحسن أن تضاف الإضافات على المادة المستخلصة في درجة حرارة أقل من 40 درجة مئوية .

✓ كما اننا نقوم بتحديد معايير الجودة المطلوبة و ضمان تحقيقها ، باختبارات و الفحوصات النوعية على المادة الأولية .

تحليل العملية الإنتاجية و تحديد المجالات التي يمكن تحسينها ، و إضافة لقد تركنا المجال لفئات المستهدفة من أجل تقديم رأيهم حول المنتج و اقتراح إضافات و تعديلات يمكننا العمل عليها .

(2) التموين

نتعامل في عملية شراء المادة الأولية مع المذايح وشركات صناعة المواد الغذائية بطريقة مباشرة، حيث توفر المذايح مجموعة متنوعة من المواد الخام، بما في ذلك دهون البقر والغنم، حيث نعتمد في سياسة الشراء على كميات غير محدودة حسب ما هو متوفر و بشكل دوري ولا نحتاج لأي اقتناءات و تجهيزات خارجية، وهذا ما يعتبر ميزة تنافسية لمنتوجنا.

(3) اليد العاملة

يعدّ توزيع المناصب في شركة "HYDRAFAT" الموجهة لسوق مستحضرات التجميل أمراً بالغ الأهمية لضمان سير العمل بسلاسة وتحقيق الأهداف المرجوة ، وهذه المؤسسة تهدف لخلق قيمة مضافة في المجتمع خاصة عن طريق إتاحة فرص عمل جديدة ، و لتحقيق الهدف و نشأة هذه الشركة معا لابد من وضع الموظف المناسب في القسم المناسب و هذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (1) : يوضح توزيع مناصب العمل

العدد	المناصب
1	المسير
1	المهندس
3	تقني
2	عامل
7	مجموع

المصدر - من إعداد الطالبة -

(و يبقى هذا التقسيم قابل للتغيير و الازدياد خلال السنوات القادمة لتأثير بعض العوامل على استراتيجية توزيع المناصب)

4) الشراكات الرئيسية

الشراكات الرئيسية التي يضمها مشروعنا هي :

_الموردين الأساسيين

- المذايح: تبرم المؤسسة عقودًا طويلة الأجل مع المذايح لضمان إمدادات ثابتة من المواد الخام.
- مجمعات تصنيع الأغذية: تُنتج مجمعات تصنيع الأغذية كميات كبيرة من بقايا الحيوانات قابلة للتكرير.

_الممولين المباشرين مثل الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة

_التعامل مع المؤسسات المحلية المدنية (لنشر الوعي و الترويج للمنتج)

_اقامة شراكة مع المؤسسات البحث و التطوير لتحسين عملية الإنتاج و إضافة قيمة أعلى

_اقامة شراكة مع المؤسسات الأخرى التي تباع المواد الأولية الطبيعية .



المحور الخامس ال خطة المالية



المحور الخامس
ال خطة المالية

1) تكاليف والأعباء

- حساب تكلفة شراء المواد الأولية (تكاليف مباشرة)

التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
مادة أولية (الشحوم الحيوانية)	24000	100,00	2400000,00
مادة أولية 2 (فيتامين و لوازم أخرى)	24000	25,00	600000,00
تغليب	24000	100,00	2400000,00
المجموع السنوي			5400000,00

- حساب تكلفة الإنتاج

✓ اليد العاملة (تكاليف مباشرة)

النوع	المصاريف الشهرية+(التأمين + الضرائب) (دج)	العدد	المصاريف الشهرية الكلية
المسير	70000,00	1	70000,00
المهندس	60000,00	1	60000,00
تقني	40000,00	3	120000,00
عامل	25000,00	2	50000,00
مصاريف الأجور الشهرية			300000,00
مصاريف الأجور السنوية			3 600 000,00
مجموع العمال			

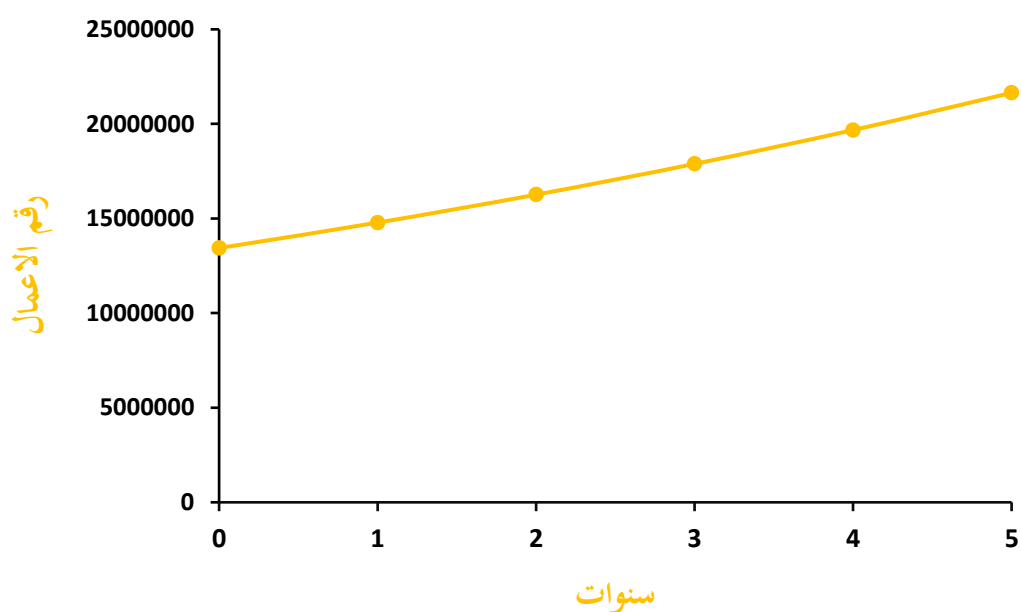
✓ مصاريف غير مباشرة

التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
ايجار	12	60000,00	720000,00
الطاقة	1	240000,00	240000,00
الانترنت	1	30000,00	30000,00
التأمين	1	60000,00	60000,00
تعاقداات	12	40000,00	480000,00

✓ بالإضافة إلى مجموعة التجهيزات المختلفة التي يقدر مبلغها الإجمالي ب 4268100,00 da

(2) رقم الأعمال

Produit A destiné Client	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit A			16800	18480	20328	22360,8	24596,88	27056,568
Prix HT produit A			800	800	800	800	800	800
Ventes produit A			16800	18480	20328	22360,8	24596,88	27056,568
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL			13440000,00	14784000,00	16262400,00	17888640,00	19677504,00	21645254,40



تطور رقم الأعمال بدلالة السنوات

(3) جدول حسابات النتائج المتوقعة

COMPTE DE RUSULTAT PREVISIONNEL DE STARTUP : HYDRAFAT

En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N-1	N-2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes			13440000	14784000	16262400	17888640	19677504	21645254
Variation des stocks produits finis et encours								
Production immobilisée								
Subvention d'exploitation								
Production de l'exercice			13440000	14784000	16262400	17888640	19677504	21645254
Achats consommés			5400000	5940000	6534000	7187400	7906140	8696754
Services Extérieurs et autres consommations			1650000	1815000	1996500	2196150	2415765	2657342
Consommation de l'exercice			7050000	7755000	8530500	9383550	10321905	11354096
Valeur ajoutée d'exploitation			6390000	7029000	7731900	8505090	9355599	10291159
Charges de personnel			3600000	3960000	4356000	4791600	5270760	5797836
Impôts et taxes et versement assimilés								
Excédent Brut d'Exploitation			2790000	3069000	3375900	3713490	4084839	4493323
Autres produits opérationnels								
Autres charges opérationnelles								
Dotations aux amortissements, Provisions			853620	853620	853620	853620	853620	853620
Reprise sur pertes de valeurs et provisions								
Résultat opérationnel			1936380	2215380	2522280	2859870	3231219	3639703
Produits Financiers								
Charges financières								
Résultat financier								
Résultat Ordinaire avant impôt			1936380	2215380	2522280	2859870	3231219	3639703
Impôt exigible sur résultat ordinaire								
Impôt différé sur résultat ordinaire								
Total des produits des activités ordinaires								
Total des charges des activités ordinaires								
Résultat net des activités ordinaires			1936380	2215380	2522280	2859870	3231219	3639703
Eléments extraordinaire (produits)								
Eléments extraordinaire (produits)								
Eléments extraordinaire (charges)								
Résultat extraordinaire								
RESULTAT NET DE L'EXERCICE			1 936 380,00	2 215 380,00	2 522 280,00	2 859 870,00	3 231 219,00	3 639 702,90

(4) حسابات الخزينة

En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N-1	N-2	N-3	N+4	N-5
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles								
Résultat net de l'exercice			1936380,00	2215380,00	2522280,00	2859870,00	3231219,00	3639702,90
Ajustements pour :								
- Amortissements et provisions			853620,00	853620,00	853620,00	853620,00	853620,00	853620,00
- Variation des impôts différés								
- Variation des stocks								
- Variation des clients et autres créances								
- Variation des fournisseurs et autres dettes								
- Plus ou moins-values de cession, nettes d'impôts								
Flux de trésorerie générés par l'activité (A)			2790000,00	3069000,00	3375900,00	3713490,00	4084839,00	4493322,90
Flux de trésorerie provenant des opérations d'investissement								
Décassements sur acquisitions d'immobilisations			4268100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Encaissements sur cessions d'immobilisations								
Incidence des variations de périmètre de consolidation (1)								
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)			-4268100	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie provenant des opérations de financement								
Dividendes versés aux actionnaires				1936380,00	2215380,00	2522280,00	2859870,00	3231219,00
Augmentation de capital/ Part ASF			4268100,00					
Augmentation de capital/ Part startupeur								
Injection en compte courant associé ASF								
Remboursements capital ASF (en valeur nominale)			2000000,00			2000000,00	2000000,00	
Remboursements compte courant associé ASF								
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement (C)			2268100	-1936380	-2215380	-4522280	-4859870	-3231219
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)			790000	1132620	1160520	-808790	-775031	1261103,9
Trésorerie d'ouverture (Début de la période)			0	790000	1922620	3083140	2274350	1499319
Trésorerie de clôture (Fin de la période)			790000	1922620	3083140	2274350	1499319	2761422,9

المحور السادس

النموذج الأولي التجريبي



منتج HYDRAFAT





صيدلية الأعشاب و بعض المواد الأولية

قائمة الملاحق



ملحق رقم (1) : نموذج العمل التجاري لمنتج HYDRAFAT

 <p>الشرائح المستهدفة</p> <ul style="list-style-type: none">- رواد أعمال التجميل- العيادات التجميلية و مراكز التجميل- الأشخاص المهتمون بالمنتجات الطبيعية والمستدامة- من هم على الميزانية	 <p>العلاقة مع العملاء</p> <ul style="list-style-type: none">- إنشاء مجتمع و فضاء خاص بمستخدمين هذا المنتج وهذا من خلال مواقع تواصل الاجتماعي- التعليم و التوعية حول فوائد هذا المنتج و طبيعته- ادارة الطلبات و شكاوي العملاء مع توفير عروض و خصومات	 <p>القيمة الأساسية</p> <ul style="list-style-type: none">- أول منتج جزائري يستخدم في صناعة منتجات مستحضرات التجميل كعامل ترطيب عالي، باستخدام الشحوم الحيوانية- يستخدم في العديد من الصناعات (الجلود و الشموع)- تثمين فائض الشحوم الحيوانية من خلال استغلال المادة المحلية- ذات سعر منخفض مقارنة مع المنتجات البديلة	 <p>المهام الأساسية</p> <ul style="list-style-type: none">- جمع المادة الأولية- عملية التكرير و المعالجة- تجهيز وتعبئة منتجات الشحم (كميات مختلفة حسب حاجة العميل)- توفير خدمة العملاء و الدعم (سهولة التسليم)- تسويق و بيع منتجات الشحم (مع تصميم يوضح استخدامه و فوائده)	 <p>الشركاء الأساسيون</p> <ul style="list-style-type: none">- المسالخ و شركات تصنيع الأغذية- المسوقين التابعين- إقامة شراكة مع مؤسسات بيع مواد الطبيعية و المستدامة- المؤثرين و تجار التجزئة- الممولين المباشرين
 <p>مصادر الدخل</p> <ul style="list-style-type: none">- بيع منتجات الشحم- تأجير المشروع لزيادة الدخل- بيع بقايا الإنتاج لأغراض أخرى مثل صناعة أعلاف الحيوانات الأخرى	 <p>هيكلية التكاليف</p> <ul style="list-style-type: none">- تكلفة شراء مواد الخام (سعرها و كيفية الحصول عليها)- تكلفة الإنتاج (الأجهزة و اليد العاملة)- تكاليف الصيانة (التعبئة و التوصيل ...)- تكلفة الموقع و المتجر الإلكتروني			

ملحق رقم (2) : شهادة توطين

	<p>الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة محمد بوضياف بالمسيلة حاضنة الأعمال</p>		
الرقم: 65 / الحاضنة/2024			
شهادة توطين / تحضين "مشروع مبتكر ضمن القرار 1275"			
أنا الممضي أسفله، السيد: زيد أيمن مدير حاضنة الأعمال : لجامعة المسيلة المقر الاجتماعي/العنوان: جامعة المسيلة القطب الجامعي شمال رقم علامة الحاضنة : 0804213017 تاريخ تسليم العلامة : 2021/04/12 أشهد أن الطالب / الطلبة التالية أسمائهم :			
الاسم واللقب	الطور الدراسي	التخصص	الكلية
نعومي ام الخير	ماستر 02	بيولوجيا	العلوم
تحت إشراف الأستاذ/الأستاذة التالية أسمائهم :			
الاسم واللقب	الرتبة	التخصص	الكلية
خرباش عبد الله	أستاذ محاضر (ب)	بيوكيمياء	العلوم
تم احتضانه على مستوى حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة بمشروع تحت اسم : The New Casetic Product خلال السنة الجامعية 2024/2023. سلمت هذه الشهادة بطلب من المعني(ة) للإدلاء بها في حدود ما يسمح به القانون . حرر في المسيلة بتاريخ: 2024/05/26 مدير الحاضنة مدير حاضنة الأعمال جامعة المسيلة الدكتور: أيمن زيد			
			



ATTESTATION
DE PARTICIPATION

Ceci est pour attester que

Naoumi oum Elkheir

a activement participé(e) à la formation de formulation des produits cosmétiques naturels

Formatrice & dermo-
conseillère
Benharaid Manel

الميزانية المالية

ACTIF								
	REALISATION			PREVISION				
En milliers DZD	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Immobilisation Incorporelles								
Immobilisation Corporelles			0	0	0	0	0	0
Terrain								
Bâtiment								
Autres Immobilisations Corporelles			4268100	4268100	4268100	4268100	4268100	4268100
Immobilisations en concession								
Immobilisation en cours								
Immobilisations Financières								
Titres mis en équivalence								
Autres participations et créances rattachées								
Autres Titres immobilisés								
Prêts et autres titres financiers non courants								
Impôts différés actif								
ACTIF NON COURANT			4268100	4268100	4268100	4268100	4268100	4268100
Stocks et encours								
Créances et emplois assimilés								
Clients								
Autres débiteurs								
Impôts et assimilés								
Autres créances et emplois assimilés								
Disponibilités et assimilés								
Placements et autres actifs financiers courants								
Trésorerie								
ACTIF COURANT			0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIF			4268100	4268100	4268100	4268100	4268100	4268100

PASSIF								
	REALISATION			PREVISION				
En milliers DZD	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CAPITAUX PROPRES								
Capital émis			4268100	4268100	4268100	4268100	4268100	4268100
Capital non appelé								
Ecart de réévaluation								
Primes et réserves- Réserves Consolidées								
Résultat net- RN part du groupe								
Résultat net- RN part du groupe								
Autres capitaux propres- report à nouveau								
Part de la société consolidante (1)								
CAPITAUX PROPRES			4268100	4268100	4268100	4268100	4268100	4268100
PASSIFS NON-COURANTS								
Emprunts et dettes financières								
Impôt différé passif								
Autres dettes non courantes								
Provisions et produits constatés d'avance								
PASSIFS NON-COURANTS			0	0	0	0	0	0
PASSIFS COURANTS								
Fournisseurs et comptes rattachés								
Impôts								
Autres dettes								
Trésorerie passif								
PASSIFS COURANTS			0	0	0	0	0	0
TOTAL PASSIF			4268100	4268100	4268100	4268100	4268100	4268100
Vérification de l'équilibre Actif/Passif			0	0	0	0	0	0