

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الإبتكار
وحاضنات الأعمال الجامعية

دليل مشروع



للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة
في إطار القرار الوزاري 1275

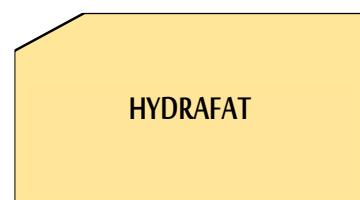
جوان 2024



عنوان المشروع:

مادة أولية لصناعة مستحضرات التجميل

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275



: السنة الجامعية

2024- 2023

بطاقة معلومات:

1- فريق الاشراف:

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

2- فريق العمل:

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

فهرس

المحتويات



فهرس المحتويات

المحور الأول: تقديم المشروع

6	1. فكرة المشروع (الحل المقترن)
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 الانتاج والتنظيم

19	1. عملية الانتاج
20	2. التموين
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 المتوقعة
26	4. خطة الخزينة

المحور السادس : النموذج الأولي التجريبي

المحور الأول

تقديم المشروع



فكرة المشروع (الحل المقترن) :

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 ألف 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 المنتوجات الطبيعية مثل " الصابون الصلب الطبيعي "، و كان الهدف هو تجسيد منتجات بطيقتين 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، وبغض النظر عن عدد و تنوع الشركات في الجزائر التي تبيع 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 تكثير البقايا الحيوانية (فائض الشحوم) بطريقة (Wet rendering)؛ و أفضل أنواع الشحوم التي يتم إستخلاصها هي الشحوم البقرية وهذا يسبب انخفاض نسبة الماء في أنسجة هذا النوع من الدهون و نقطة انصهاره المنخفضة وغيرها ، 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 الزيون، 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 المنتوجات البديلة التي لها خاصية الترطيب.
- _ تثمين فائض الشحوم الحيوانية من خلال استغلال المادة المحلية.
- _ فعالية المنتج أي قدرته على الترطيب الكبيرة والسرعة بتشبعه بالعديد من الأحماض الدهنية المفيدة على البشرة.
- _ استغلال نفاثات 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

تدبر 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 الطرق إستخلاص المواد الأولية والأعشاب وغيرها وهذا من خلال دراستها لمقرارات والأعمال التطبيقية في سنتين الماستر، وبعض الدراسات الخارجية كما لها القدرة على توسيع 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 متكملاً 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 .

- ـ التشجيع على الصناعة المحلية من خلال توفير مناصب شغل متنوعة .
- ـ توسيع نطاق السوق من خلال الوصول إلى أسواق جديدة و الولايات أخرى خلال السنوات القادمة .
- ـ توفير عروض مختلفة حسب طلب شرائح العملاء مع منح تخفيضات معتبرة للشركاء و العملاء الرئيسيين .
- ـ تشجيع الناس على الإستثمار في المجال الحيواني و ذلك من خلال استغلال بقایا الغير صالحة و بناء على ذلك سازيد الثورة الحيوانية و تنخفض الأسعار و هذا يعود بالنفع على المواطنين و الدولة و المشروع نفسه بحيث يزيد الطلب على منتوجاته .
- ـ التعاون مع شركات أخرى لتنفتح 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		
					✓	✓	✓	✓	تجهيز الوثائق المطلوبة مع تحديد مقر الإنتاج	
				✓	✓				اختيار مقر الإنتاج (المصنع)	
			✓						تجهيز المقر الإنتاج	
		✓							تجهيز المعدات و تركيبها	
	✓								اقناء المواد الأولية	
✓									بداية إنتاج أول منتج	

المصدر - من إعداد الطالبة ببناء على محاكاة تجسيد المشروع -

المحور الثاني

الجوانب الإبتكارية

innovation

creativity
inspiration
technology
analysis
values
mission
business
solution
process
tactic
research
SUCCESS
synergy
development
project
strategy
growth
target
skill
planning
corporate



⋮

1. طبيعة الإبتكار

تعتبر منتجات "HYDRAFAT" من الابتكارات المتزايدة، حيث تعدّ الشحوم الحيوانية مصدرًا طبيعياً متجدداً لمواد مستحضرات التجميل، مما يقلل من الاعتماد على الموارد المشتقة من البترول وغيره مقارنة بالمنتجات الأخرى المتوفرة في أسواق مستحضرات التجميل؛ وبالتالي نقول أن منتجنا هو عبارة عن مادة أولية جديدة تحسينية في سوق المرطبات الجزائري.

شكل رقم (1) : أنواع الإبتكارات



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على النموذج المسطـر 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 والأدوية وغيرها ...).
- _ 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 سوقاً ضخماً وناضجاً و متنوعا، حيث هذا المحور يضع دراسة تحليلية تفصيلية لسوق مستحضرات التجميل و بالأخص منتجنا وهو المادة الأولية التي تعمل كمرطب.

1. عرض القطاع السوقي

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

الصناعات الكيميائية: تُستخدم دهون الحيوانات المكررة في العديد من المنتجات الكيميائية، بما في ذلك صناعة الشموع (مما يجعلها تحرق لفترة أطول وأكثر سطوعاً) 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، وأيضاً المواد البلاستيكية ...

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

صناعة الأدوية: تُستخدم دهون الحيوانات المكررة في بعض الأدوية بما في ذلك المراهم الطبية وبعض المكمّلات الغذائية .

السوق المستهدف :

متوجنا يستهدف فئة معينة و جانب خاص وهو سوق مستحضرات التجميل كما نعلم ان هذا السوق له ازيداد و توسيع كبير سنة تلوى الأخرى، وهذا راجع لعدة عوامل منها ازيداد الوعي بجمال البشرة و البحث عن مواد من مصادر طبيعية بحث ; لذا نسعى بمتوجنا لنغطي احتياجات هذا السوق الكبير الرائج و من بين المراكز و المحطات التي سوف نوفر 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 كوزميتิกس" Alpha Cosmetics () تُقدم 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 EMERAL

✓ **العيادات الجلدية ومراكيز 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 منتوجاتهم .

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

و نظراً لهذه الفئة الكبيرة و التي تتبعها شريحة العملاء بأن يغطي هذا المنتج احتياجاتهم الكاملة خاصة في ولاية المسيلة مكان الإنتاج و هذا خلال السنة الأولى فقط و من ثم نتوسع تدريجياً في السنة التي تليها للولايات المجاورة مثل الجلفة و سطيف و غيرهم ; وبعد 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 المصدررين لهذا المنتج و تشكيلته الطبيعية .

2. قياس شدة المنافسة

تتوفر بعض المنتجات البديلة لمنتجنا في سوق مستحضرات التجميل، والتي تلبي نفس احتياجات العملاء بشكلٍ كلي أو جزئي و التي تعتبر من المنافسون المباشرون، 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:

ـ زيت جوز الهند: يُعد من أكثر الزيوت النباتية شيوعاً في مستحضرات التجميل، حيث يُستخدم كمرطب 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، والجزائر دولة مستوردة لهذا الزيت النباتي بشكل مرتفع

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

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

المنتجات الطبيعية الأخرى: زبدة الشيا تُستخدم كمُرطب ومضاد للأكسدة، كما تُعرف بخصائصه المضادة للالتهابات.

أما بالنسبة إلى المنافسون الغير مباشرون يمكن حصرهم في :

منتجات العناية بالبشرة البديلة: منها الزيوت النباتية مثل زبدة الكاكاو و صمغ التحل و التي تعمل كمرطبات 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 البوتكس، 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 : يفضل 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 الحيوانية من مصادر مستدامة مثل منتجات اللحوم والأغذية.

❖ نقاط ضعف

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

- 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 لمنتجنا 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.

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

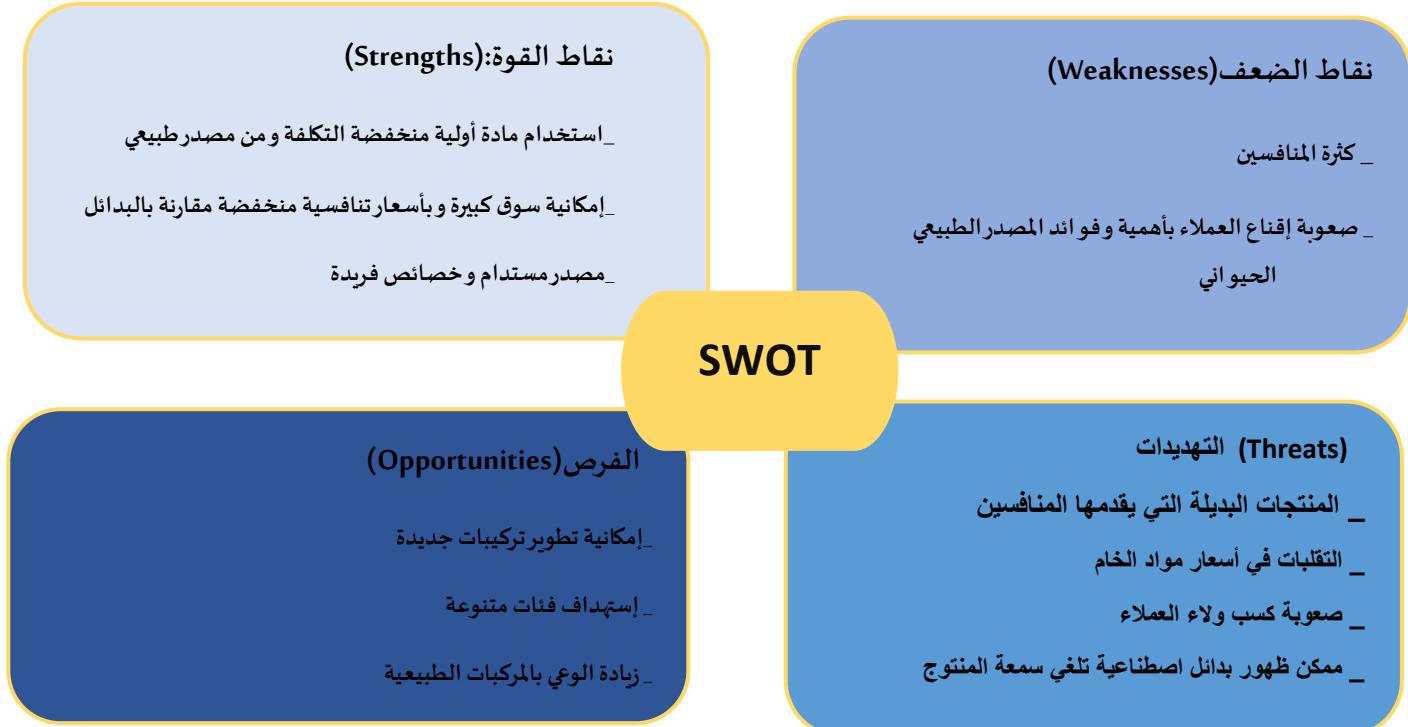
❖ التهديدات

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

- التغيرات في اتجاهات المستهلكين: قد تغير اتجاهات المستهلكين بعيداً عن المنتجات التي تحتوي على شحوم حيوانية، مما قد يؤثر سلباً على المبيعات.

- البديل الاصطناعية: هناك العديد من البديل الاصطناعية لشحوم الحيوانية 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، والأمر 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 والمستهدفين 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 ووثيقة عنوانها الثقة و الموثوقية لنصل إلى ولاء مع عمالئنا 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 موقع تواصل الاجتماعي بما في ذلك الفيسبوك ،انستغرام للمشاركة تجارتهم حول هذا المنتج و إدارة الشكاوى و التعطيلات في التواصل إن وجدت.
- ✓ التعاون مع الشركاء سنقوم بالتعاون مع الشركات ذات صلة مثل الشركات التي تبيع المنتوجات الطبيعية وهذا هدف الوصول إلى الجمهور المستهدف.
- ✓ بناء علاقات مع المؤثرين ذات صلة بجمهور المستهدف والتعاون معهم للترويج للمنتج.
- ✓ تقديم عروض وخصومات يمكنها أن تساعده في جذب شركات بيع مستحضرات التجميل و غيرهم إلى تجربة المنتج.

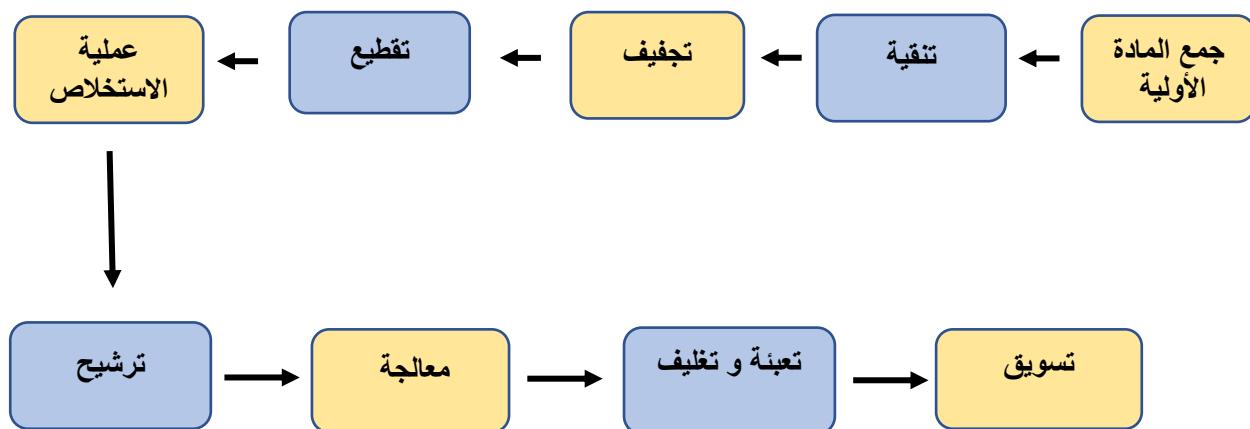


المحور الرابع خطة الإنتاج والتنظيم



1) عملية الإنتاج

تمر العملية الإنتاجية لتصنيع المنتج النهائي بعدة مراحل وهي كالتالي :



بحيث :

_ المادة الأولية تجمع من المسالخ اللحمية وغيره 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 لغسل جيدا من كل العوالق

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

_ التقطيع من أجل تقليل سطح التفاعل و لتسريع العملية القادمة

_ الاستخلاص

_ الترشيح لإزالة مخلفات الاستخلاص

_ المعالجة وهي مرحلة الإضافات التي يحتاجها المنتج

_ تعبئة و تغليف

_ تسويق

تُعد هذه العملية ضرورية لإنتاج منتج نهائي ذات جودة عالية مناسب للاستخدامات الصناعية بما في ذلك صناعة بعض مستحضرات التجميل مثل الصابون الصلب وأحمر 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 انا نقوم بتحديد معايير الجودة المطلوبة و ضمان تحقيقها ، باختبارات و الفحوصات النوعية على المادة الأولية .

تحليل العملية الإنتاجية و تحديد المجالات التي يمكن تحسينها ، وإضافة 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 المذايحة وشركات صناعة المواد الغذائية بطريقة مباشرة، حيث توفر المذايحة مجموعة متنوعة من المواد الخام، بما في ذلك دهون البقر والغنم، حيث نعتمد في سياسة الشراء على كميات غير محدودة حسب ما هو متوفّر وبشكل دوري ولا نحتاج لأي اقتناءات وتجهيزات خارجية، وهذا ما يعتبر ميزة تنافسية لمنتوجنا.

(3) اليد العاملة

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

جدول (1) : يوضح توزيع مناصب العمل

المنصب	العدد
المدير	1
المهندس	1
تقني	3
عامل	2
مجموع	7

المصدر - من إعداد الطالبة –

(ويبقى هذا التقسيم قابل للتغيير والازدياد خلال السنوات القادمة لتأثير بعض العوامل على استراتيجية توزيع المناصب)

٤) الشراكات الرئيسية

الشراكات الرئيسية التي يضمها مشروعنا هي :

_الموردين الأساسيين

- المذابح: تبرم المؤسسة عقوداً طويلة الأجل مع المذابح لضمان إمدادات ثابتة من المواد الخام.

- مجموعات تصنيع الأغذية: تُنتج مجموعات تصنيع الأغذية كميات كبيرة من بقايا الحيوانات قابلة للتكرير.

_الممولين المباشرين مثل الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة

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

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

_اقامة شراكة مع المؤسسات الأخرى التي تبيع المواد الأولية الطبيعية .

.....

المحور الخامس الخطة المالية



(1) تكاليف والأعباء

- حساب تكلفة شراء المواد الأولية (تكاليف مباشرة)

التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
مادة أولية (الشحوم الحيوانية)	24000	100,00	240000,00
مادة أولية 2 (فيتامين و لوازم أخرى)	24000	25,00	600000,00
تعليب	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	120000,00	3	400000,00
عامل	50000,00	2	25000,00
مصاريف الأجور الشهرية	300000,00		
مصاريف الأجور السنوية	3 600 000,00		
مجموع العمال			

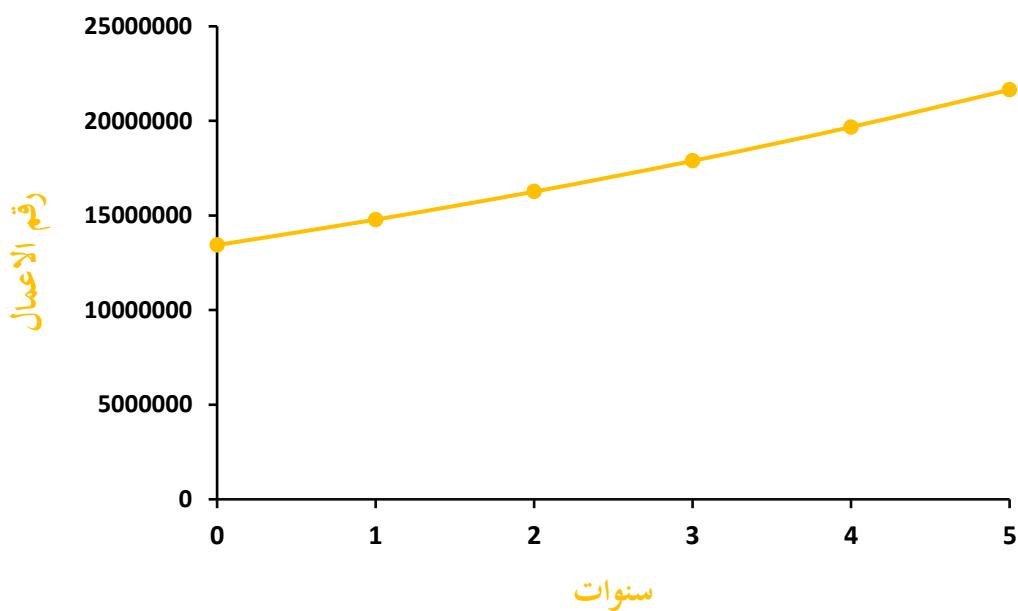
▼ مصاريف غير مباشرة

التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
إيجار	12	60000,00	720000,00
طاقة	1	240000,00	240000,00
الإنترنت	1	30000,00	30000,00
التأمين	1	60000,00	60000,00
تعاقدات	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 RUSLTAT PREVISIONNEL DE STARTUP : HYDRAFAT

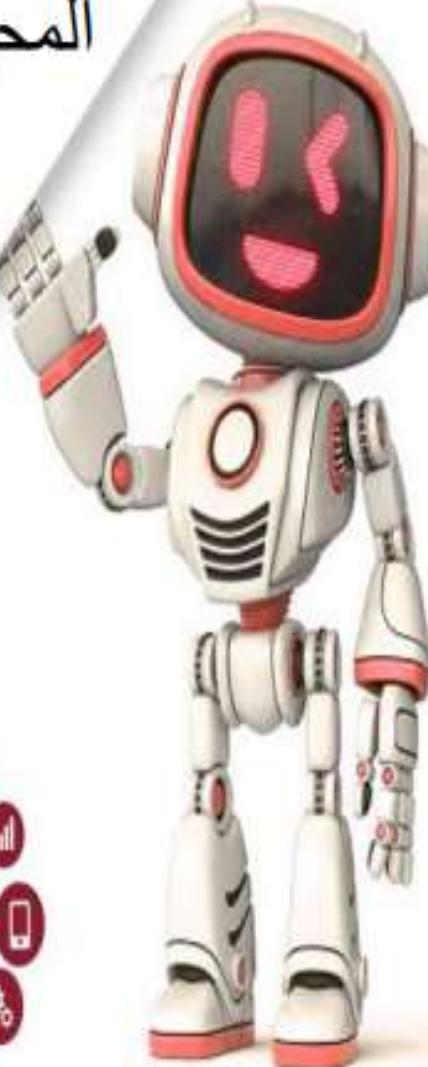
En milliers DZD	REALISATION				PREVISION			
	N-2	N-1	N	N+1	N-2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes			13440000	14784000	16262400	17888640	19677504	21645254
Variation des stocks produits finis et encours								
Production immobilisée								
Subvention d'exploitation								
Production de l'exercice		13440000	14784000	16262400	17888640	19677504	21645254	
Achats consommés		540000	594000	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 enjouable 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								
Décaissements sur acquisition 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 startupper								
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	-2522280	-2859870	-3231219
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)			790000	1132620	1160520	-308790	-775031	1262103,9
Tresorerie d'ouverture (Début de la période)			0	790000	1922620	3083140	2274350	1499319
Tresorerie 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

الشركاء الأساسيون	المهام الأساسية	القيمة الأساسية	العلاقة مع العملاء	الشريان المستهدفه
- المسالخ و شركات تصنيع الأغذية	- جمع المادة الأولية - عملية التكرير و المعالجة	- أول منتج جزائري يستخدم في صناعة منتجات مستحضرات التجميل كعامل ترطيب عالي، بإستخدام الشحوم الحيوانية	- إنشاء مجتمع و فضاء خاص بمستخدمين هذا المنتج و هذا من خلال موقع توافق الاجتماعي	رواد أعمال التجميل - العيادات التجميلية و مراكز التجميل - الأشخاص المهتمون بالمنتجات الطبيعية والمستدامة - من هم على الميزانية
- المسوقيين التابعين	- توفير خدمة العملاء و الدعم (سهولة التسليم) - تسويق و بيع منتجات الشحم (مع تصميم يوضح استخدامه و فوائده)	- يستخدم في العديد من الصناعات (الجلود و الشموع)	- إدارة الطلبات و شكاوى العملاء مع توفير عروض و خصومات	القوافل
- المؤثرين و تجار التجزئة	- المصادر الأساسية - المادة الأولية (الشحوم) - بد عاملة مخصصة - المعدات و أجهزة معالجة الشحوم - مواد التعبئة و التغليف - الموقع و المتجر الإلكتروني	- تثمين فائض الشحوم الحيوانية من خلال استغلال المادة المحلية ذات سعر منخفض - مقارنة مع المنتوجات البديلة	- عبر وسائل التواصل الاجتماعي (المؤثرين و الصفحات الرانجية) - نقاط بيع المواد الأولية المستخدمة في صناعة مواد التجميل - إقامة شراكة مع شركات الأخرى التي تتبع المنتجات الطبيعية و المستدامة - المشاركة في المعارض الوطنية	
هكلة التكاليف				<p>- تكلفة شراء مواد الخام (سعرها و كيفية الحصول عليها)</p> <p>- تكلفة الإنتاج (الأجهزة و اليد العاملة)</p> <p>- تكاليف الصيانة (التعبئة و التوصيل ...)</p> <p>- تكلفة الموقع و المتجر الإلكتروني</p>
مصادر الدخل				<p>- بيع منتجات الشحم</p> <p>- تأجير المشروع لزيادة الدخل</p> <p>- بيع بقايا الإنتاج لأغراض أخرى مثل صناعة أعلاف الحيوانات الأخرى</p>

ملحق رقم (2) : شهادة توطين

	الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة محمد بوضياف بالمسيلة حاضنة الأعمال		
الرقم: 65 / الحاضنة/ 2024			
شهادة توطين / تحضين" مشروع مبتكر ضمن القرار 1275 "			
أنا الممضي أعلاه، السيد: زيد أيمن مدير حاضنة الأعمال: جامعة المسيلة المقر الاجتماعي/ العنوان: جامعة المسيلة القطب الجامعي شمال رقم علامة الحاضنة: 0804213017 تاريخ تسليم العالمة: 2021/04/12. أشهد أن الطالب / الطلبة التالية أسمائهم:			
الكلية	الشخص	الاسم و اللقب	
العلوم	بيولوجيا	نعموني ام الغير	
تحت إشراف الأستاذ/الأستاذة التالية أسمائهم:			
الكلية	الشخص	الرتبة	الاسم و اللقب
العلوم	بيوكيمياء	أستاذ محاضر (ب)	خرياش عبد الله
تم احتضانه على مستوى حاضنة الأعمال جامعة المسيلة بمشروع تحت اسم: The New Casetic Product			
خلال السنة الجامعية 2023/2024			
سلمت هذه الشهادة بطلب من المعفي(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

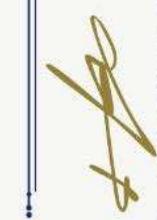
Ceci est pour attester que

Naoumia Elsheir

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

Formatrice & dermo-
conseillère

Benharrad Manel



الميزانية المالية

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	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	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	0
PASSIFS COURNANTS								
Fournisseurs et comptes rattachés								
Impôts								
Autres dettes								
Trésorerie passif								
PASSIFS COURANTS		0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASSIF		4268100	4268100	4268100	4268100	4268100	4268100	4268100
Vérification de l'équilibre Actif/Passif	0	0	0	0	0	0	0	0