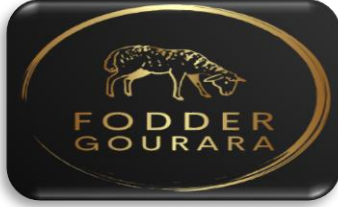




عنوان المشروع

مؤسسة قورارة لإنتاج الأعلاف البديلة



الاسم التجاري:

أعلاف قورارة

التخصص	فريق الإشراف
علم الاجتماع	المشرف الرئيسي: د/ بوزناد سميرة
علم النفس	المشرف المساعد: د/ ضياف زين الدين

التخصص:	فريق المشروع:
علم النفس العمل والتنظيم وتسيير موارد بشرية	الطالب: دحو عبد المالك
علم النفس العمل والتنظيم وتسيير موارد بشرية	الطالب: جحا توفيق

الموسم الجامعي: 2024/2023

فهرس المحتويات

Table des matières

1	المحور الأول: تقديم المشروع.....
1	تقديم المشروع:
1	- فكرة المشروع (الحل المقترح):
2	خطوات التنفيذ:
2	مكان إنجاز المشروع:
2	2 - القيم المقترحة لإنشاء مشروع إنتاج الأعلاف من بقايا النخيل:
2	1-2 المواد الخام طبيعية: يحتوي المنتج على مواد أولية طبيعية
2	2-2 - التقنيات والتكنولوجيا المناسبة:
3	3-2 مراقبة الجودة:
3	4-2 - المنتجات:
3	5-2 - الترويج والتسويق:
3	6-2 - تحديد السعر:
4	7-2 - خفض التكاليف:
4	8-2 - الجدوى الاقتصادية:
4	2 - 9- الجدوى البيئية:
4	- فريق العمل: 3
5	أهداف المشروع: 4 -
6	5- الجدول الزمني لتحقيق المشروع:
8	المحور الثاني: الجوانب الابتكارية.
8	1 - منصة رقمية:
8	2 - وسائل التواصل الاجتماعي:
8	3 - الآلات والمعدات الحديثة المزود بالتكنولوجيا:
8	4 - تقنيات المعالجة:
9	5 - تركيبات الأعلاف وإضافة مواد محسنة للأعلاف:
9	6 - التسويق والبيع:
9	7 - إنشاء علامة تجارية:
11	المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق..
11	السوق المحتمل:
11	السوق المستهدف:
11	مميزات اختيار السوق المستهدف:
12	(2) - قياس شدة المنافسة:

13	3- الإستراتيجيات التسويقية:
16	المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم.
16	1 - عملية الإنتاج:
18	2 - التمويل:
18	2-1 - تحديد سياسة الشراء (مواد أولية، مواد ولوازم، تجهيزات)
18	2-2 - تحديد أهم الموردين:
19	2-3 - تحديد سياسة الدفع ووقت الاستلام:
19	3 - اليد العاملة:
20	4 - الشراكات الرئيسية:
20	1 - الشراكات مع المزارعين:
20	2 - الشراكات مع الجامعات ومراكز البحث:
21	3 - الشراكات مع الحكومة:
21	4 - الشراكات مع القطاع الخاص:
23	المحور الخامس: الخطة المالية.
23	الخطة المالية:
23	1- التكاليف والاعباء:
25	2- رقم الاعمال:
27	المحور السادس: النموذج الاولي التجريبي
29	قائمة الملاحق :



المحور الأول تقديم المشروع



المحور الأول: تقديم المشروع.....

تقديم المشروع:

تعد الجزائر من بين الدول المنتجة للنخيل خاصة في ولايتها الجنوبية بحيث بلغ عدد النخيل سنة 2023 ازيد من 19 مليون نخلة، كما تستخدم النخيل في العديد من الأغراض ومختلف الصناعات وتعتبر جزءا هاما من التراث الزراعي والثقافي في البلاد.

تنتج زراعة النخيل كميات هائلة من المخلفات حيث يبلغ وزن المخلفات للنخلة الواحدة 70كجم سنويا وتتمثل هاته المخلفات في: (سعف النخيل، الجريد، التمور الرديئة، الجذوع، نواة التمر، حطب النخيل) والتي أضحت تمثل مشكلا عويصا للفلاحين في كيفية التخلص منها في ظل ما ينتج أو يترتب عنها من آثار سلبية على البيئة ومخلفات ذات جوانب وأبعاد بيئية واقتصادية وحتى اجتماعية.

- فكرة المشروع (الحل المقترح):

تُعدّ بقايا النخيل مصدراً وفيراً بالمواد العضوية، وقد قدرت كمية بقايا النخيل المنتجة سنويا في الجزائر بحوالي 2 مليون طن سنويا، تمثل هذه الكمية فرصة كبيرة لإنتاج الأعلاف الحيوانية، مما يُساهم في تحسين الأمن الغذائي للمواشي وتعزيز قطاع الثروة الحيوانية

الفكرة:

يأتي هذا المشروع كحلّ مبتكر لتحويل هذه المخلفات إلى مورد ذو قيمة، من خلال وتحويلها إلى أعلاف حيوانية غنية بالعناصر الغذائية التي تعتمد عليها المواشي والأنعام في تغذيتها.

مجال نشاط: ينشط المشروع في القطاع الفلاحي وهدفه بالدرجة الأولى إنتاج الأعلاف وذلك من خلال تحويل مخلفات النخيل إلى أعلاف ذات قيمة غذائية عالية يتم بيعها بأسعار مناسبة للمربي المواشي وبأقل تكلفة.

المشروع عبارة عن إنشاء ورشة إنتاج يتم من خلاله إنتاج الأعلاف الحيوانية البديلة وذلك من خلال تحويل مخلفات أشجار النخيل وبقايا المحاصيل الزراعية من صورتها الأساسية إلى الصورة النهائية المتمثلة في أعلاف غذائية مهمة يحتاجها مربي المواشي والفلاحين في تغذية أنعامهم.

خطوات التنفيذ:

- جمع وتهئية بقايا النخيل: يتم جمع بقايا النخيل من مزارع النخيل ومراكز التغليف والتخزين ثم يتم تنظيفها من الشوائب.
- طحن بقايا النخيل: يتم طحن بقايا النخيل إلى مسحوق ناعم.
- خلط المسحوق مع المكونات الأخرى: يتم خلط مسحوق بقايا النخيل مع المكونات الأخرى مثل الملح المعدني وبعض الفيتامينات والمعادن لإنشاء خليط علف متوازن.
- تعبئة وتغليف الأعلاف: يتم تعبئة وتغليف أعلاف النخيل في أكياس مناسبة.
- تسويق وتوزيع الأعلاف: يتم تسويق وتوزيع أعلاف النخيل لمزارع الحيوانات ومربي الماشية.

مكان إنجاز المشروع:

تم اختيار منطقة (تيميمون) نظرا لقربها من واحات النخيل الشاسعة وتوفر الموارد الأولية بها كما أنها بيئة مساعدة لاحتضان المشروع والتقدم فيه بالإضافة إلى قرب هذه المنطقة من عدة مناطق اخرى توجد بها المادة الأولية كولاية أدرار وغرداية وولاية المنيعه ، ولاية بشار إذ تعرف هذه الولايات انتشارا واسعا لواحات النخيل ، والمنطقة التي قمنا باختيارها تأتي في الوسط أي أنها طريق رئيسي بالإضافة إلى احتواء المنطقة على مساحات شاسعة بعيدة عن المناطق السكنية مما يسهل إنشاء المصنع وتكلفة الأرض تعد مناسبة كما توجد شبكة جيدة من الطرق في المنطقة تربط و تسهل عملية التزود بالمادة الأولية.

2 – القيم المقترحة لإنشاء مشروع إنتاج الأعلاف من بقايا النخيل:

القيم المقترحة:

- 2-1 المواد الخام طبيعية: يحتوي المنتج على مواد أولية طبيعية
- استخدام بقايا النخيل بما في ذلك الجذوع والأوراق والأغصان كمادة خام رئيسية لإنتاج الأعلاف.
- إضافة مواد خام أخرى مثل المخلفات الزراعية لتحسين القيمة الغذائية للأعلاف.
- استخدام بقايا ثمار النخيل مثل جوز النخيل والجلد في تركيب الأعلاف كمصدر للطاقة والدهون.

2-2 - التقنيات والتكنولوجيا المناسبة:

- تحديد العمليات والتقنيات التي سيتم استخدامها في عملية تحويل بقايا النخيل إلى أعلاف، مثل الطحن والتجفيف والتخزين.

- الاعتماد على الآلات الحديثة والأجهزة المزودة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والإنترنت.

- تقديم خدمات العرض والطلب على المنصة الرقمية التي وضعت لتسهيل عملية التسويق والبيع للعملاء وكذا التعريف بالمنتج من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

3-2 مراقبة الجودة:

وذلك من خلال وضع نظام لمراقبة الجودة يتميز بالصرامة لضمان منتجات تلبى معايير الجودة والسلامة الغذائية.

- تحسين نوعية الأعلاف المنتجة من أجل ضمان تغذية جيدة للمواشي غنية بالبروتينات والفيتامينات والأملاح المعدنية.

- الحرص على نظافة الأعلاف من أية شوائب أو مواد غير مرغوب فيها مثل العفن، الطفيليات، أو المواد الكيميائية الضارة.

- تصنيع أعلاف سهلة الهضم وقابلة للاستفادة منها بشكل كامل من قبل المواشي.

4-2 - المنتجات:

- تصنيع وإنتاج أنواع مختلفة من الأعلاف من بقايا النخيل، مثل الأعلاف المركبة والأعلاف المعالجة مسبقاً بالإضافة إلى الأعلاف المكملة.

- تعتمد نوعية الأعلاف على تقنيات التجهيز والمواد الخام المستخدمة في عملية الإنتاج.

- تحديد تاريخ الإنتاج والمدة المقدرة للاستهلاك وتاريخ نهاية صلاحية المنتج.

5-2 - الترويج والتسويق:

- وضع خطة تسويقية فعالة للترويج للمنتجات وزيادة الوعي بالعلامة التجارية الخاصة.

- المشاركة في المعارض والمؤتمرات الوطنية وحتى الدولية لعرض المنتج على الهيئات الوصية.

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت من أجل تسويق المنتج.

6-2 - تحديد السعر:

- تقديم أعلاف صحية ذات قيمة غذائية وغنية بالمعادن بأسعار تنافسية.

- نسبة مساهمة الدعم الحكومي للمشروع الذي يؤثر على سعر الأعلاف.

7-2 - خفض التكاليف:

- تكلفة الإنتاج للأعلاف منخفضة من خلال الاعتماد على مواد أولية محلية متوفرة بكثرة بالإضافة إلى استخدام تكنولوجيا متطورة من أجل الإنتاج.
- يساعد مشروعنا على خفض تكاليف العملاء وذلك من خلال تقديم خدمة النقل والتوصيل بأقل سعر وإذا كان عميل دائما ستقدم له الخدمة مجانا على مستوى الولاية التي ينشط فيها المشروع.

8-2 - الجدوى الاقتصادية:

- توفير العملة الصعبة: يمكن تصدير أعلاف من مخلفات النخيل إلى الدول المجاورة، مما يساهم في توفير العملة الصعبة للبلاد.

9-2 - الجدوى البيئية:

- يساهم مشروع إنتاج الأعلاف من بقايا النخيل في تقليل كمية النفايات الزراعية، مما يحافظ على البيئة.
- يساهم مشروع في تحسين خصوبة التربة حيث يمكن استخدام مخلفات الإنتاج كسماد عضوي.
- بدل من التخلص من بقايا النخيل بطرق غير مستدامة مثل حرقها والتخلص منها في المزابل يتم استخدامها كمادة خام لإنتاج أعلاف مفيدة.
- دعم الزراعة المستدامة فمن خلال إنتاج الأعلاف من بقايا النخيل والتي تعتبر موارد طبيعية يمكن تلبية احتياجات الجيل الحالي من المزارعين والمستهلكين دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها وكذلك الحفاظ على التنوع البيولوجي.

3 - فريق العمل :

- **الطالب الأول:** جحا توفيق، طالب سنة 02 ماستر، تخصص: علم النفس العمل والتنظيم وتسيير موارد بشرية متحصل على شهادة تكوين في تسيير تربية الأغنام والماعز بالمناطق الصحراوية من قبل المعهد التكنولوجي المتخصص للتكوين في الفلاحة الصحراوية بتيميمون.

- **الطالب الثاني:** دحو عبد المالك طالب جامعي بجامعة محمد بوضياف المسيلة

تخصص علم النفس عمل وتنظيم وتسيير الموارد البشرية ماستر 2

صاحب مشروع مصغر لإنتاج اعلاف المواشي بولاية تيميمون.

- يتمثل دور الطالب الأول في البحث عن المادة الأولية وشرائها وكذا عملية البحث

عن الأسواق وتسويق المنتج







- يتمثل دور الطالب الثاني في عملية التسيير للمشروع

4 - أهداف المشروع:

- **استدامة بيئية:** يُساهم المشروع في تقليل كميات النفايات الناتجة عن زراعة النخيل، ممّا يحافظ على البيئة ويُقلّل من التلوث.
- **خلق فرص عمل:** يوفر المشروع فرص عمل جديدة في مجال جمع ومعالجة بقايا النخيل وتحويلها إلى أعلاف.
- **دعم الثروة الحيوانية:** يساهم المشروع في توفير مصدر غني بالبروتين والألياف للأعلاف الحيوانية، ممّا يعزّز صحة الحيوانات ويحسن من إنتاجيتها
- **تقليل تكاليف الأعلاف:** تُعدّ أعلاف النخيل بديلا اقتصاديا للأعلاف التقليدية، ممّا يقلل من تكاليف تربية الحيوانات.
- **تحقيق الأمن الغذائي:** يُساهم المشروع في توفير مصدر مستدام للأعلاف الحيوانية، مما يُساهم في تقليل الاعتماد على الواردات وتحسين الأمن الغذائي.
- **دعم سياسة الاكتفاء الذاتي:** يُساهم المشروع في تقليل الاعتماد على الواردات وتحقيق الاكتفاء الذاتي من الأعلاف الحيوانية.
- **دعم المزارعين:** يساعد المشروع المزارعين على الاستفادة من بقايا النخيل وتحويلها إلى مصدر دخل إضافي.
- **تحسين صحة الحيوانات:** تُعدّ أعلاف بقايا النخيل غنية بالعناصر الغذائية العامة للحيوانات، مما يُساهم في تحسين صحتها وزيادة مقاومتها للأمراض.

نسعى من خلال هذا المشروع إلى اكتساب مكانة في السوق الجزائرية في العام الأول ونحاول جاهدين إلى أن نكون المنتج رقم واحد وخاصة أن المنتج يعتمد على مادة أولية طبيعية محلية (جزائرية)، والوصول إلى حصة سوقية تقدر ب 10 بالمئة

5- الجدول الزمني لتحقيق المشروع:

الشهور														
12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1			
									✓	✓	✓	الدراسات الأولية: اختيار مقر الوحدة الإنتاجية، تجهيز الوثائق المطلوبة		1
					✓	✓	✓	✓				بناء مقر للإنتاج (المصنع)		2
				✓	✓							طلب التجهيزات		3
			✓									تركيب المعدات		4
	✓	✓										اقتناء الموارد الأولية		5
✓												بداية إنتاج أول منتج		6



المحور الثاني الجوانب الابتكارية



المحور الثاني: الجوانب الابتكارية.

تتمثل الجوانب الابتكارية في مشروعنا في كونه يحتوي على:

1 - منصة رقمية:

- تقدم المنصة الرقمية خدمة الطلب على المنتج ويقوم العميل بملاء استمارة تتكون من اسم ولقب العميل، مكان الإقامة، الكمية المطلوبة ب (طن)، رقم الهاتف، البريد الإلكتروني، تحتفظ الإدارة بنسخة وترسل نسخة أخرى للعميل عبر بريده الإلكتروني.
- توفير معلومات وموارد حول استخدام بقايا النخيل كعلف للحيوانات بما في ذلك الفوائد الغذائية والطرق الصحيحة لتحضيرها واستخدامها.
- إظهار فوائد الأعلاف المشتقة من بقايا النخيل والطرق الفعالة للاستفادة منها، مما يساهم في زيادة الطلب على هذا المنتج.
- تشجيع الابتكار في مجال استخدام بقايا النخيل كعلف، من خلال مشاركة أفكار وتجارب ناجحة للمزارعين وتحفيزهم على ابتكار طرق جديدة للاستخدام هذا العلف.

2 – وسائل التواصل الاجتماعي:

- يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوعية والتثقيف ونشر المعلومات حول فوائد استخدام بقايا النخيل كعلف للحيوانات ومشاركة مقاطع فيديو توضح كيفية استخدام بقايا النخيل وتحويلها إلى أعلاف.
- إنشاء مجموعات في تطبيق فيسبوك ومجموعات دردشة في تطبيق ماسنجر بحيث تساهم هذه المجموعات في تبادل المعلومات بين المزارعين وأصحاب الحيوانات وهدفها الجمع بين المهتمين بالموضوع لتبادل الخبرات والتجارب.
- الترويج والتسويق وذلك بإنشاء حملات ترويجية على مواقع التواصل الاجتماعي وتسلط الضوء على المنتج المقدم وكذلك التسويق الممنهج والمدروس لبيع المنتج في السوق المستهدفة.

3 – الآلات والمعدات الحديثة المزود بالتكنولوجيا:

- آلات الضغط والشكل: تستخدم لضغط وتشكيل العلف المصنوع من بقايا النخيل إلى أشكال يتم تحديدها على جهاز الحاسوب أو جهاز خاص يقوم بتشكيل العلف إلى أشكال هندسية.
- آلات التجفيف: تستخدم لتجفيف الأعلاف المصنوعة من بقايا النخيل في وقت وجيز بدلا من أشعة الشمس لأن الكميات المصنعة من الأعلاف كبيرة وتحتاج مساحات كبيرة وكذلك تساهم هذه الآلات في الحفاظ على صلاحية وجودة الأعلاف.
- معدات التحكم والرصد: تستخدم لمراقبة عمليات إنتاج الأعلاف وضبط المعاملات اللازمة لضمان جودة المنتج النهائي.
- معدات التشغيل والصيانة: تستخدم لتشغيل الآلات بكفاءة عالية، والحفاظ على هذه الآلات من خلال عمليات صيانة دورية.

4 – تقنيات المعالجة:

- وذلك بتطوير تقنيات جديدة لمعالجة مخلفات النخيل لتحسين كفاءة المنتجة وتقليل تكاليف الإنتاج واستخدام تقنيات متقدمة مثل:
 - التخمير.

- التحليل الحراري.

5 – تركيبات الأعلاف وإضافة مواد محسنة للأعلاف:

تطوير تركيبات أعلاف جديدة تلبى احتياجات المواشي المختلفة مع مراعاة خصائص مخلفات النخيل وتشمل هذه التركيبات:

- أعلاف مخصصة لأنواع مختلفة من المواشي.

- أعلاف غنية بالعناصر الغذائية الأساسية.

- أعلاف محسنة هضمها.

بالإضافة إلى زيادة مواد محسنة للأعلاف مثل:

- الإنزيمات.

- البر وبيوتيك.

- المضادات الحيوية الطبيعية.

6 – التسويق والبيع:

تطوير استراتيجيات تسويقية جديدة لجذب العملاء واقناعهم بفوائد أعلاف مخلفات النخيل وتشمل هذه الاستراتيجيات:

- التسويق الرقمي.

- التسويق بالمحتوى.

- المشاركة في المعارض والمؤتمرات لزيادة الوعي بالمنتجات وبناء علاقات مع العملاء المحتملين.

7 – إنشاء علامة تجارية:

إنشاء علامة تجارية قوية لمنتجات الأعلاف تميزها عن منافسيها وتعزز ثقة العملاء ويشمل ذلك:

- تصميم شعار مميز.

- الحصول على شهادات الجودة (شهادات الايزو) لإثبات جودة المنتجات.



المحور الثالث التحليل الاستراتيجي للسوق



المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق..

عرض القطاع السوقي:

السوق المحتمل:

شركات تجارة الأعلاف: يمكن التواصل مع شركات تجارة الأعلاف التي تعمل في قطاع توريد الأعلاف المختلفة وعرض منتجات الأعلاف المصنعة من بقايا النخيل.

الصناعات الحيوانية: مصانع إنتاج اللحوم والألبان والبيض التي تهتم بجودة التغذية للحيوانات المربية.

الصناعات البيولوجية: شركات إنتاج المستحضرات البيولوجية والأدوية الحيوانية والتي تحتاج إلى مصادر طبيعية للتغذية.

الصناعات الزراعية: شركات الزراعة والمزارع التي تحتاج إلى أعلاف عالية الجودة للحيوانات المنتجة.

السوق المستهدف:

نسعى إلى تقديم الأعلاف لكل من:

مربي المواشي: يُعد مربي المواشي من أهم العملاء المستهدفين لهذا المشروع، حيث يُمكنهم استخدام هذه الأعلاف لتغذية الأبقار والأغنام والماعز وغيرها من الحيوانات.

مزارع الحيوانات: يمكن التواصل مع مزارع الحيوانات المختلفة لعرض منتجات الأعلاف المصنعة من بقايا النخيل والتوصل معهم إلى تحديد احتياجاتهم وتوفير الكميات المطلوبة.

متاجر ومحلات بيع الأعلاف: يمكن التعاقد مع محلات بيع الأعلاف الموجودة داخل نطاق المؤسسة أو داخل الولاية وكذلك البيع للمحلات الموجودة خارج الولاية والولايات المجاورة.

المزارع الصغيرة أو المتوسطة: الذين يربون الحيوانات اللاحمة للاستهلاك المحلي أو التسويق المحلي.

مديرية الفلاحة: التي من شأنها أن تساهم في عملية التسويق لهذه الأعلاف لأن الطلبات التي يقدمها الفلاحون من أجل تدعيم مواشيهم بالأعلاف قد أنتقلت كاهل الدولة لذا سنتنظر للأعلاف المنتجة من بقايا النخيل بنظرة إيجابية وتساعدنا في تسويق هذا المنتج.

مبررات اختيار السوق المستهدف:

تم اختيار واستهداف هذا السوق نظرا لوجود القابلية عندهم لشراء هذا النوع من الأعلاف وخاصة أن الأعلاف التقليدية باهظة الثمن ومكلفة وبعضها معالج كيميائيا مما قد يشكل خطرا على صحة الماشية ويعرض صاحبها إلى خسائر هو في غنى عنها.

- ارتفاع أسعار الأعلاف الجنوني الذي أدى ببعضهم إلى اعتزال مهنة تربية الأغنام.

- السوق المحلي: يعد السوق المحلي الجزائري سوقا كبيرا لبيع أعلاف مخلفات النخيل نظرا لوجود أعداد كبيرة من المواشي في البلاد.
- التوافق مع القدرات والموارد: تم اختيار هاته الأسواق لأنها تتناسب مع قدرات شركتنا ومواردها المتاحة مما يمكن أن يساعد على تحقيق النجاح بشكل أكبر.
- فرص النمو: تم تحديد هذه الأسواق لأنها توفر فرص لنمو وازدهار مشروع إنتاج الأعلاف من بقايا النخيل وذلك من خلال الإقبال على هاته الأعلاف والطلب المتزايد عليها.
- الدعم الحكومي: إذا أن الدولة تشجع المشاريع الفلاحية والزراعية التي من شأنها المساهمة في الحفاظ على الثروة الحيوانية وتخصص قروض وميزانيات لهذه مشاريع.
- توفر مصادر المواد الأولية بكثرة وخاصة في الجنوب الجزائري بالإضافة إلى الطلب الحالي والمستقبلي لهاته الأعلاف.
- البيئة الصحراوية مشجعة على غرس أشجار النخيل بكثرة مما يساهم في زيادة مخلفات النخيل التي بدورها تعد مورد أساسي للمشروع.

(2)- قياس شدة المنافسة:

- يواجه مشروع إنتاج الأعلاف من بقايا النخيل بعض المنافسة من:
 - منتجي الأعلاف التقليديين:** مثل الذرة والشعير والصويا.
 - منتجي الأعلاف المصنعة:** مثل الأعلاف المركبة والمدعمة.
 - منتجي السماد العضوي:** الذين يُمكنهم شراء بقايا النخيل من المشروع واستخدامها في تصنيع السماد.
 - منتجي الفحم المضغوط:** الذين يُمكنهم شراء مخلفات النخيل واستخدامها في صناعة الفحم المضغوط.
- ف نجد أهم المنافسين في السوق الجزائرية أغلبهم ينتجون الاعلاف بمواد كيميائية
حافطة:
- الأعلاف التقليدية:** مثل الذرة والشعير، وهي أكثر شيوعا ورخيصة في بعض المناطق.
- الأعلاف غير التقليدية:** مثل الأعلاف المائية، وذباب الجندي الأسود.
- المخلفات الزراعية:** مثل قش الأرز وقش القمح، وهي متاحة بكثرة في بعض المناطق.
- مخلفات الصناعات الغذائية:** بقايا الفواكه والخضروات ولب القشور.
- بالنسبة لنقاط القوة لهؤلاء المنافسين يمكن حصرها:**
 - الأقدمية في السوق الجزائرية مما يتيح لهم فرص أكبر في بيع الأعلاف.
 - قوة العلامة التجارية لديهم ويرجع ذلك إلى سنين طويلة في مجال إنتاج الأعلاف بالإضافة إلى الخبرة المكتسبة على مر السنين.
 - علاقات قوية مع العملاء ويرجع ذلك إلى ثقة العملاء في المنتج والقائمين على إنتاج المنتج.

- استقطاب شركات وعقد صفقات من داخل وخارج الوطن من قبل مستثمرين ورجال أعمال بعدما لاحظوا مدى نجاح هذا المشروع.

بالنسبة لنقاط الضعف لهؤلاء المنافسين:

- اعتمادهم على مواد وموارد معدلة أو تحتوي على مواد كيميائية.
- غلاء المادة الأولية التي يعتمدون عليها في إنتاج أعلافهم وقد يتم استيرادها من الخارج نظرا لعدم توفرها على مدار العام.
- عدم الاستدامة على المدى الطويل ويرجع ذلك إلى نقص الموارد الطبيعية كالمياه والأراضي الصالحة للزراعة مما يؤدي إلى صعوبة إنتاج الأعلاف التقليدية.
- الاعتماد بشكل كبير على الحبوب والبقوليات كمكونات أساسية في الأعلاف مما يجعلها عرضة لتقلبات أسعار هذه المواد في السوق.

3- الإستراتيجيات التسويقية:

1 - تحديد الجمهور المستهدف:

- مزارع الأبقار: تبحث عن أعلاف غنية بالبروتين بأسعار معقولة.
- مزارع الأغنام: تبحث عن أعلاف غنية بالألياف بأسعار معقولة.
- المصانع والمستودعات: تبحث عن حلول للتخلص من بقايا النخيل بطريقة مستدامة.

2 - رسائل التسويق:

- أعلاف غنية بالبروتين والألياف بأسعار معقولة، مصنوعة من مواد خام مستدامة.
- نقدم حولا صديقة للبيئة للتخلص من بقايا النخيل وتحويلها إلى أعلاف ذات قيمة.
- نساهم في دعم مزارع الحيوانات وتقليل اعتمادهم على الأعلاف المستوردة.
- تعتبر مؤسستنا زبائننا رأس مالها ولهذا نتيح لهم تقديم الشكاوى والمقترحات عبر المنصة الإلكترونية ومعالجتها بأسرع وقت ممكن.

3- قنوات التسويق:

الإنترنت: إنشاء موقع إلكتروني وصفحات على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات حول المنتجات والخدمات.

الإعلانات: استهداف مزارعي الحيوانات في المجلات والصحف المتخصصة.

المعارض التجارية: المشاركة في معارض الحيوانات والزراعة للترويج لمنتجاتنا والتواصل مع العملاء المحتملين.

العلاقات العامة: بناء علاقات مع وسائل الإعلام لنشر مقالات إخبارية حول مشروعنا.

التسويق المباشر: التواصل مع مربحي الحيوانات بشكل مباشر عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني.

4 - برامج التسويق:

العروض الترويجية: تقديم خصومات أو عروض مجانية لجذب عملاء جدد.
برامج الولاء: مكافأة العملاء الدائمين على استمرارية شرائهم بمنحهم تخفيضات على سعر الأعلاف.

الشراكات: التعاون مع مربى الحيوانات وموردي المواد الخام لتوسيع نطاق الوصول.
البرامج التعليمية: تنظيم ورشات عمل وندوات لتثقيف مربى الحيوانات حول فوائد استخدام أعلاف بقايا النخيل.

5 - قياس النتائج:

مراقبة المبيعات: تتبع عدد العملاء الجدد وحجم المبيعات.
قياس الوعي بالعلامة التجارية: إجراء مسوحات لقياس مدى معرفة العملاء بمنتجاتنا وخدماتنا
تقييم رضا العملاء: جمع التعليقات من العملاء حول منتجاتنا وخدماتنا.

6 - تحسين الإستراتيجية:

تحليل البيانات: تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال قنوات التسويق المختلفة لتقييم فعالية استراتيجيات التسويق.
إجراء التعديلات: إجراء التعديلات اللازمة على استراتيجيات التسويق بناءً على البيانات المجمعة.
البقاء على اطلاع: مواكبة أحدث اتجاهات التسويق في مجال الزراعة والأعلاف الحيوانية.



المحور الرابع خطة الإنتاج والتنظيم



المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم..

1 - عملية الإنتاج:

تمر عملية الإنتاج في مشروعنا بعدة مراحل نذكرها على التوالي:

المرحلة الأولى: يتم جلب المواد الأولية اللازمة من أجل إنتاج أعلاف مكون من بقايا النخيل (سعف النخيل، جدوع النخيل، التمر الرديء، حطب النخيل، نواة التمر ... إلخ).

المرحلة الثانية: يتم وضع المادة الأولية في الآلة من أجل طحنها وتطحن كل مادة على حدا مثلا: يطحن سعف النخيل لوحده، يطحن حطب النخيل لوحده وهكذا.

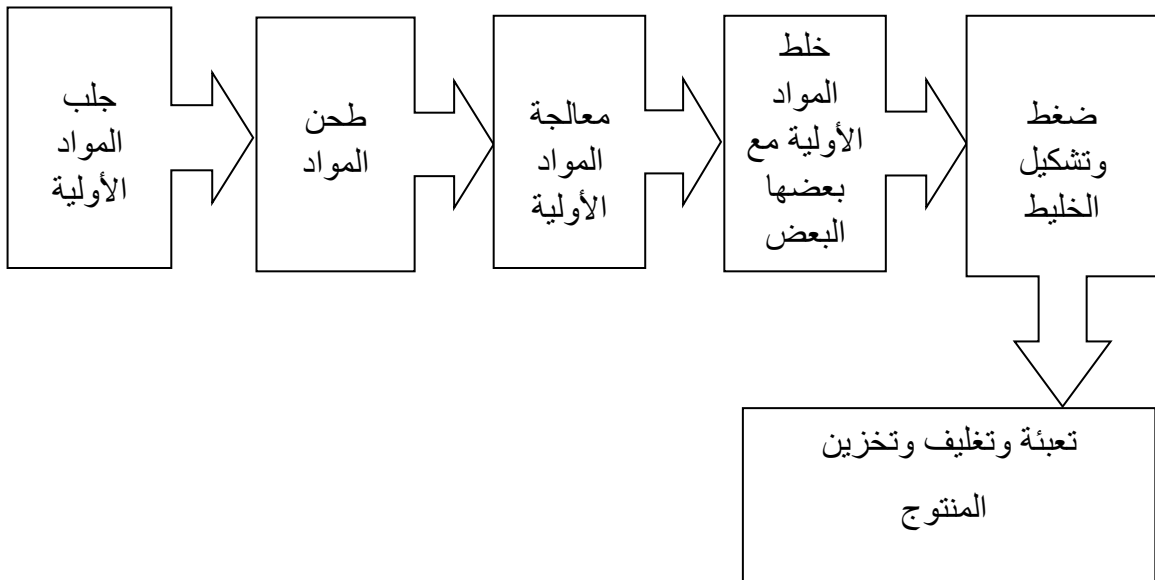
المرحلة الثالثة: يتم في هذه المرحلة معالجة المادة الأولية عن طريق تخميرها من أجل المحافظة على القيمة الغذائية لها.

المرحلة الرابعة: عندما يتم طحن كل المواد الأولية كلا على حدا، يتم نقلها إلى آلة الخلط حيث تقوم الآلة بخلط هاته المواد من أجل خلق خليط متجانس مع إضافة مكونات أخرى مثل الفيتامينات والمعادن لتحقيق التركيبة الغذائية اللازمة.

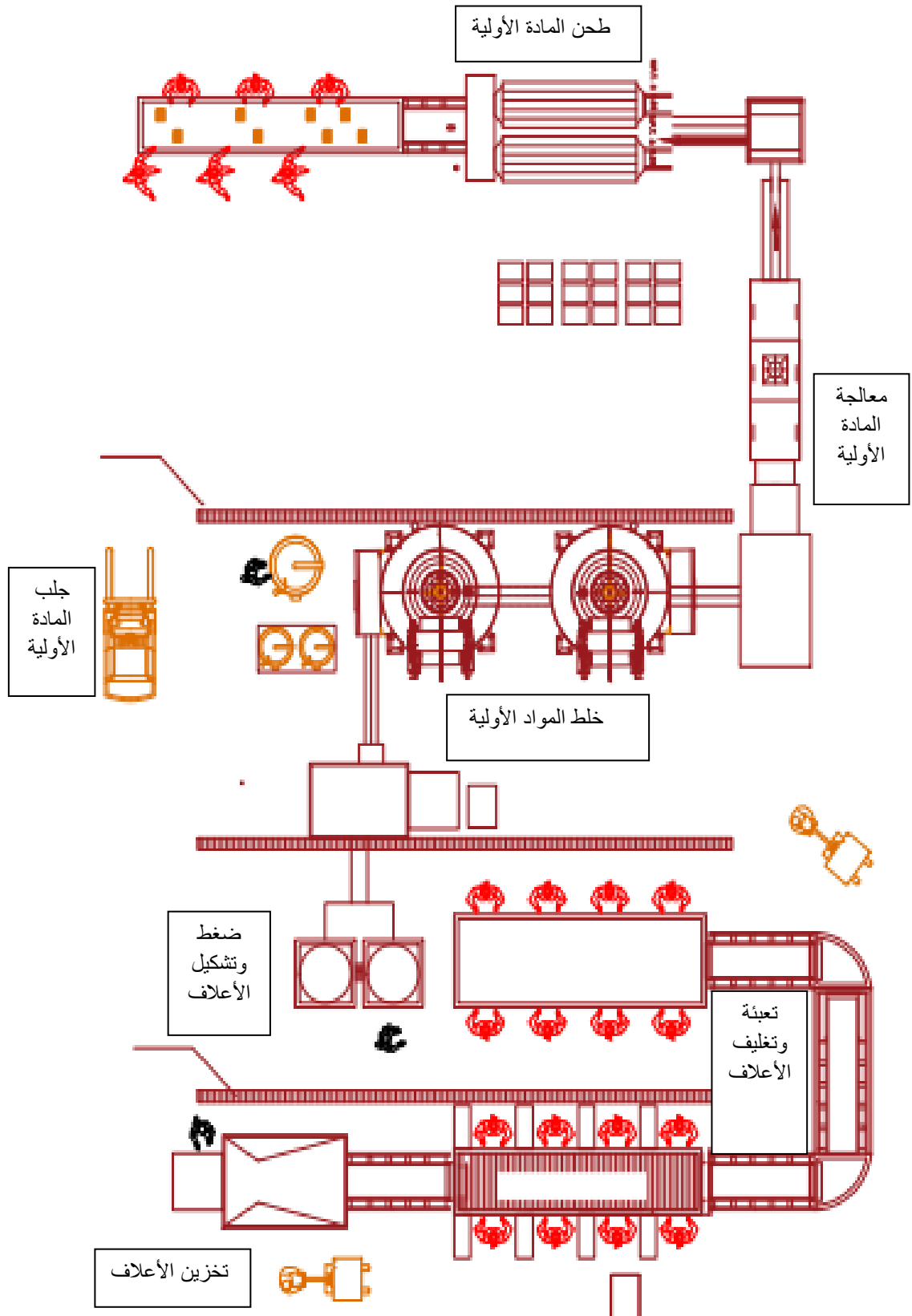
المرحلة الخامسة: يتم في هذه المرحلة ضغط الخليط المحصل عليه من المرحلة السابقة وتشكيل هذا الخليط وفق أشكال وأحجام مختلفة.

المرحلة السادسة: في هذه المرحلة يتم تعبئة وتغليف العلف المحصل عليه من خلال المراحل السابقة في أكياس وأوعية مناسبة للتخزين والتوزيع.

مخطط يشرح مراحل عملية الإنتاج:



الشكل رقم (1): يوضح عملية سير المراحل السالفة الذكر من أجل إنتاج الأعلاف المصنعة من مخلفات النخيل:



2 - التموين:

2-1 - تحديد سياسة الشراء (مواد أولية، مواد ولوازم، تجهيزات)

المواد الأولية:

- ✓ تحديد أنواع مخلفات النخيل المناسبة:
- يتم فيها تقدير ثمن المواد الأولية الإجمالي، ومدى توافرها في السوق
- التركيز على مخلفات النخيل ذات الجودة العالية، مثل: سعف النخيل وجريد النخيل وقشور النخيل .
- تحليل محتوى العناصر الغذائية في أنواع مخلفات النخيل المختلفة.
- اختيار أنواع مخلفات النخيل التي تلبي احتياجات الإنتاج من حيث القيمة الغذائية والخصائص الفزيائية.
- ✓ شروط شراء مخلفات النخيل:
- تحديد شروط صارمة لجمع ومعالجة مخلفات النخيل لضمان سالمته وصحتها الحيوانية.
- تحديد معايير محددة لجودة مخلفات النخيل، بما في ذلك: الرطوبة، ومحتوى الرماد، ومحتوى العناصر الغذائية.
- وضع نظام لفحص مخلفات النخيل عند استلامها للتأكد من مطابقتها للمواصفات.

المواد والتجهيزات:

- الآلات والمعدات: تحديد نوعية وكمية الآلات والمعدات اللازمة لمعالجة مخلفات النخيل وإنتاج الاعلاف، مثل آلات التجميع والتخزين، آلات الغسيل والتجفيف، آلات التقطيع، آلات الخلط، آلات التعبئة والتغليف.
- مستلزمات التشغيل: تحديد نوعية وكمية مستلزمات التشغيل اللازمة للمشروع، مثل الوقود(البنزين) والطاقة(الكهرباء) والماء.
- المواد المضافة: الفيتامينات والأحماض الأمنية.
- أكياس التخزين: من أجل تعبئة وتخزين الأعلاف.
- الملصقات: تتضمن الملصقات معلومات عن محتوى العلف وطريقة استخدامه بالإضافة إلى تاريخ الإنتاج وتاريخ النهاية.

2-2 - تحديد أهم الموردين:

- أصحاب مزارع النخيل: إذا تعد مزارع النخيل أحد المصادر الرئيسية لمخلفات النخيل وذلك بعد عملية تقليم أشجار النخيل وكذا عملية جني التمور.
- مصانع تحويل ثمار النخيل: هي مصانع تقوم بعصر وتحويل ثمار النخيل إلى منتجات أخرى مثل زيوت النخيل مما ينتج مخلفات النخيل كمادة أولية.
- مراكز جمع مخلفات النخيل: توجد مراكز مخصصة لجمع مخلفات النخيل وتصنيفها ويمكن اعتمادها كيد ثانية موردة لمخلفات النخيل.
- إطلاق إعلانات وحملات خاصة للأشخاص والمؤسسات لمن لديهم مخلفات النخيل في حقولهم بأن مؤسستنا سنتكف بعملية رفع مخلفات النخيل من حقولهم مجاناً أو شرائها.

2-3 - تحديد سياسة الدفع ووقت الاستلام:

سياسة الدفع:

الدفع مقدّمًا: يمكن للعملاء الدفع مقدّمًا للحصول على خصم على سعر الأعلاف.

الدفع عند الاستلام: يمكن للعملاء الدفع عند استلام الأعلاف.

الدفع الأجل: يمكن للعملاء الدفع على أقساط معينة.

الحساب الائتماني: فتح حساب ائتماني للعملاء الذين يشترون كميات كبيرة أو بانتظام (زبون دائم) ويمكنهم الدفع مقابل مشترياتهم على فترات زمنية أطول.

وقت الاستلام:

التسليم الفوري: يمكن للعملاء استلام الأعلاف فوراً بعد الإنتاج.

التسليم المؤجل: يمكن للعملاء ترتيب تسليم الأعلاف في تاريخ لاحق.

التسليم في الموقع: يمكن للعملاء طلب تسليم الأعلاف إلى موقعهم.

عوامل يجب مراعاتها عند تحديد سياسة الدفع ووقت الاستلام:

- حجم المشروع : المشاريع الكبيرة قد تتطلب شروط دفع مختلفة عن المشاريع الصغيرة .
- القدرة المالية للعملاء : مراعاة قدرة العملاء على الدفع عند تحديد شروط الدفع.
- احتياجات العملاء : مراعاة احتياجات العملاء من حيث وقت الاستلام.
- التكاليف اللوجستية : مراعاة تكاليف النقل والتخزين عند تحديد وقت الاستلام.
- العوامل القانونية : مراعاة جميع القوانين واللوائح ذات الصلة عند تحديد سياسة الدفع ووقت الاستلام.
- العوامل الضريبية : مراعاة جميع الضرائب المطبقة عند تحديد سعر الأعلاف وسياسة الدفع.
- العوامل التنافسية : مراعاة أسعار الأعلاف المقدمة من قبل المنافسين عند تحديد سعر الأعلاف وسياسة الدفع.

3 - اليد العاملة:

يعمل مشروعنا على خلق حوالي 6 مناصب عمل مباشر في عامه الأولى والعدد قابل للزيادة في حالة توسع المشروع وتحقيق نتائج إيجابية على المستوى الوطني، بالإضافة يمكن أن يخلق مناصب غير مباشرة.

يحتاج مشروعنا إلى (1 تقني) بالإضافة إلى عامل ذو مستوى جامعي واربعة عمال عادييين لتسيير مختلف النشاطات الأخرى مثل:

الأنشطة الفنية: وتعنى بالأنشطة المتعلقة بعملية إنتاج السلع والخدمات.

الأنشطة التجارية: تعنى بالأنشطة المتعلقة بشراء وتوؤن عناصر الإنتاج .

الأنشطة المالية: أي تؤمن رأسمال المنظمة لتغطية كافة نشاطاتها والتزاماتها المالية وحسن التصرف بأموال المنظمة.

أنشطة ضمان والوقاية: تلك التي تتعلق بالمحافظة على أصول وخصوم المنظمة وحماية الوثائق والسجلات.

أنشطة المحاسبة: تعنّ الأنشطة التي تهتم بحساب وتدوين التكاليف والنفقات المالية .

الأنشطة الإدارية: من تنظيم وتخطيط وتوجيه ورقابة للموارد البشرية وهي أساس المشروع.

4 – الشراكات الرئيسية:

أهم الشراكات في مشروعنا:

1 – الشراكات مع المزارعين:

شراء مخلفات النخيل:

- التواصل مع المزارعين وإنشاء شبكة معهم لتوريد مخلفات النخيل بأسعار مناسبة.

- تقديم حوافز للمزارعين لتشجيعهم على المشاركة في المشروع.

- وضع شروط ومعايير لضمان جودة المخلفات.

تزويد المزارعين بالأعلاف:

- دعم المزارعين في تحسين ممارساتهم الزراعية.

- تقديم خدمات استشارية للمزارعين حول كيفية استخدام الأعلاف بشكل فعال ومضمون.

- بيع الأعلاف المنتجة للمزارعين بأسعار تنافسية.

2 – الشراكات مع الجامعات ومراكز البحث:

البحث والتطوير:

- إجراء دراسات لتقييم قيمة الأعلاف الغذائية.

- اختبار الأعلاف على الحيوانات لضمان سلامتها وفعاليتها.

- التعاون في تطوير تقنيات جديدة لإنتاج الأعلاف من مخلفات النخيل.

التدريب:

- تنظيم ورشات عمل ومؤتمرات لنشر المعرفة حول المشروع.

- تدريب المزارعين والعمال على تقنيات إنتاج الأعلاف واستخدامها.

- مشاركة المعرفة والخبرات مع الشركاء الآخرين.

3 - الشراكات مع الحكومة:

الحصول على الدعم من الحكومة:

- التقدم بطلبات للحصول على دعم حكومي للمشروع.
- الاستفادة من الحوافز الضريبية والبرامج الحكومية.
- التعاون مع الجهات الحكومية المعنية بالزراعة والثروة الحيوانية.
- التوسع في الأسواق الوطنية والخارجية:
- تصدير الأعلاف إلى الدول الأخرى.

- المشاركة في المعارض التجارية والمؤتمرات الدولية.
- بناء وتوطيد علاقات مع الشركاء في الدول الأخرى.

4 - الشراكات مع القطاع الخاص:

تمويل المشروع:

- جذب الاستثمار من القطاع الخاص لتمويل المشروع.
- التعاون مع المؤسسات المالية لمنح قروض لتمويل المشروع.

التسويق والتوزيع:

- تسويق الأعلاف المنتجة للشركات الزراعية والحيوانية.
- إنشاء شبكة توزيع قوية لتوصيل الأعلاف إلى العملاء.
- التعاون مع شركات النقل والشحن.



المحور الخامس الخطة المالية



المحور الخامس: الخطة المالية.

الخطة المالية:

1- التكاليف والاعباء:

اليد العاملة						
فئة اليد العاملة	الكفاءة والمؤهلات	عدد المناصب	طبيعة العقد	الأجرة الشهرية	مصاريف التأمين	مصاريف المستخدمين
إطار في المؤسسة	شهادة ليسانس	1	دائم	45,000.00	12,500.00	195,000.00
أعوان التحكم	تقني سامي	1	دائم	35,000.00	10,000.00	155,000.00
أعوان التنفيذ	-	4	دائم	28,000.00	8,250.00	127,000.00
عامل يومي	-	6	موسمي	27,000.00	8,000.00	123,000.00
				المجموع الكلي مصاريف المستخدمين	38,750.00	600,000.00

معدات النقل	
الآلات	الأسعار
شاحنة النقل	1,400,000.00
المجموع	1,400,000.00

التجهيزات والمعدات الإنتاج				
البيان	العدد	السعر	التكلفة	
آلة الطحن	1	420,000.00	420,000.00	
آلة الخلط	1	170,000.00	170,000.00	
آلة الضغط	1	650,000.00	650,000.00	
آلة التعبئة	1	90,000.00	90,000.00	
شاحنة نقل	1	1,400,000.00	1,400,000.00	
التكلفة الاجمالية		2,730,000.00	2,730,000.00	

معدات النقل	
الآلات	الأسعار
شاحنة النقل	1,400,000.00
المجموع	1,400,000.00

تجهيزات المكتب	
100,000.00	اجهزة اعلام الي
150,000.00	تجهيزات المكتب
250,000.00	المجموع

مصاريف متنوعة	
التكاليف	المبالغ الشهرية
300,000.00	ثمن ايجار المحل
360,000.00	استهلاك الكهرباء
16,800.00	استهلاك الماء
10,000.00	إعلانات ممولة
25,000.00	تكاليف المنصة
711,800.00	اجمالي التكاليف

تكلفة شراء المواد الأولية			
طبيعة المادة	الكمية /كلغ	سعر /كلغ	اجمالي تكلفة الشراء
جريد	140,000	10.00	1,400,000.00
جريد	100,000	-	-
ملح	70,200	20.00	1,404,000.00
تمر رديئ	150,000	20.00	3,000,000.00
المجموع الكلي	460,200	50.00	5,804,000.00

تكاليف أخرى	
تكاليف أخرى	المبالغ
تهيئة ورشة التصنيع	100,000.00
المجموع	100,000.00

تكاليف مباشرة	
التعيين	المبالغ
المواد الأولية	5,804,000.00
ثمن ايجار المحل	300,000.00
مصاريف مستخدمين مباشرة موسمية	123,000.00
مصاريف مستخدمين مباشرة دائمة	282,000.00
المجموع	6,509,000.00

تكاليف غير مباشرة	
التعيين	المبالغ
استهلاك الكهرباء	360,000.00
استهلاك الماء	16,800.00
إعلانات ممولة	10,000.00
تكاليف المنصة	25,000.00
مصاريف مستخدمين غير مباشرة	195,000.00
المجموع	606,800.00

الاهتلاكات السنوية		
التعيين	قيمة المحاسبية	قسط الاهتلاك السنوي
التجهيزات والمعدات الإنتاج	2,730,000.00	273,000.00
معدات النقل	1,400,000.00	140,000.00
تجهيزات المكتب	250,000.00	50,000.00
تهيئة ورشة التصنيع	100,000.00	20,000.00
مجموع الاهتلاكات السنوي		483,000.00

تكلفة انتاج وحدة واحدة من المنتج كيس 50 كلف		
التعيين	متوسط التكلفة للكيس الواحد	
تكلفة الشراء كلف	12.612	630.60
يد العاملة	600,000.00	68.62
تكاليف متنوعة	811,800.00	92.84
تكاليف التعليب الاكياس	80,000.00	109.79
تكلفة انتاج الوحدة واحدة		901.85

القدرة الإنتاجية للمصنع		
التعيين	السنوي	الشهري
استخدامات المادة الأولية و- كلف	460,200	38,350
المنتج النهائي و- كلف	437,190	36,433
عدد الوحدات المنتجة كيس 50 كلف	8,744	729

2- رقم الاعمال:

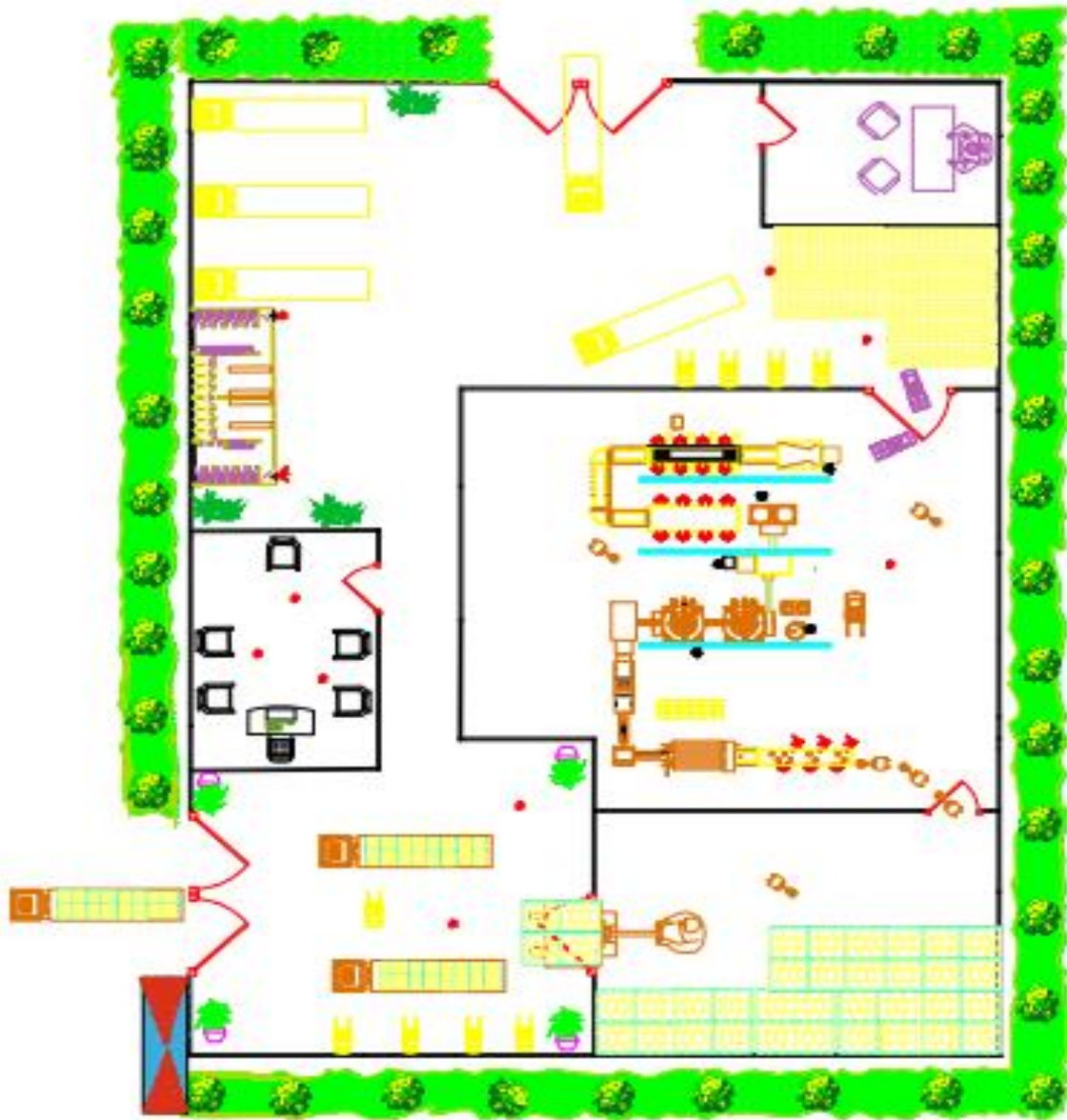
رقم الأعمال					
PREVISION					
N+5	N+4	N+3	N+2	N+1	المنتج
12802	11638	10580	9618	8744	كمية الإنتاج الوحدة 1كيس=50 كلف
2,196.15	1,996.50	1,815.00	1,650.00	1,500.00	سعر البيع للمنتج 1كيس/50كلف
12162	10474	8464	6733	5684	الكمية المباعة من المنتج
26,709,545.29	20,912,214.67	15,362,508.48	11,109,252.00	8,525,400.00	اجمالي رقم الاعمال



المحور السادس النموذج الأولي التجريبي



المحور السادس: النموذج الاولي التجريبي





قائمة الملاحق



قائمة الملاحق :

الملحق رقم 1:

• ميزانية المؤسسة الناشئة:

ACTIF					
En milliers DZD	PREVISION				
	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Immobilisation Incorporelles					
Immobilisation Corporelles	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000
Terrain					
Bâtiment					
Autres Immobilisations Corporelles					
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	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000
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
TOTAL ACTIF	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000

PASSIF					
	PREVISION				
En milliers DZD	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CAPITAUX PROPRES					
Capital émis	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000
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	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000	4,380,000
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
PASSIFS COURANTS					
Fournisseurs et comptes rattachés					
Impôts					
Autres dettes					
Trésorerie passif					
PASSIFS COURANTS	0	0	0	0	0
TOTAL PASSIF	4380000	4380000	4380000	4380000	4380000
Vérification de l'équilibre Actif/Passif	-	-	-	-	-

الملحق رقم 2: جدول حسابات النتائج المتوقعة:

En milliers DZD	PREVISION				
	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes	8,525,400.00	11,109,252.00	15,362,508.48	20,912,214.67	26,709,545.29
Variation des stocks produits finis et en cours					
Production immobilisée					
Subvention d'exploitation					
Production de l'exercice	8,525,400.00	11,109,252.00	15,362,508.48	20,912,214.67	26,709,545.29
Achats consommés	5,804,000.00	6,384,400.00	7,022,840.00	7,725,124.00	8,497,636.40
Services Extérieurs et autres consommations	711,800.00	782,980.00	861,278.00	947,405.80	1,042,146.38
Consommation de l'exercice	6,515,800.00	7,167,380.00	7,884,118.00	8,672,529.80	9,539,782.78
Valeur ajoutée d'exploitation	2,009,600.00	3,941,872.00	7,478,390.48	12,239,684.87	17,169,762.51
Charges de personnel	600,000.00	660,000.00	726,000.00	798,600.00	878,460.00
Impôts et taxes et versement assimilés					
Excédent Brut d'Exploitation	1,409,600.00	3,281,872.00	6,752,390.48	11,441,084.87	16,291,302.51
Autres produits opérationnels					
Autres charges opérationnelles					
Dotations aux amortissements, Provisions	483,000.00	483,000.00	483,000.00	483,000.00	483,000.00
Reprise sur pertes de valeurs et provisions					
Résultat opérationnel	926,600.00	2,798,872.00	6,269,390.48	10,958,084.87	15,808,302.51
Produits Financiers					
Charges financières					
Résultat financier					
Résultat Ordinaire avant impôt	926,600.00	2,798,872.00	6,269,390.48	10,958,084.87	15,808,302.51
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	926,600.00	2,798,872.00	6,269,390.48	10,958,084.87	15,808,302.51
Eléments extraordinaire (produits)					
Eléments extraordinaire (produits)					
Eléments extraordinaire (charges)					
Résultat extraordinaire					
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	926,600.00	2,798,872.00	6,269,390.48	10,958,084.87	15,808,302.51

الملحق رقم 3

حسابات الخزينة:

STARTUP:

En milliers DZD	PREVISION				
	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles					
Résultat net de l'exercice	926,600.00	2,798,872.00	6,269,390.48	10,958,084.87	15,808,302.51
Ajustements pour :					
- Amortissements et provisions	483,000.00	483,000.00	483,000.00	483,000.00	483,000.00
- 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)	443,600.00	2,315,872.00	5,786,390.48	10,475,084.87	15,325,302.51
Flux de trésorerie provenant des opérations d'investissement					
Décassements sur acquisition d'immobilisations	-	-	-	-	-
Encaissements sur cessions d'immobilisations					
Incidence des variations de périmètre de consolidation (1)					
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)	-	-	-	-	-
Flux de trésorerie provenant des opérations de financement					
Dividendes versés aux actionnaires	300,000.00	1,500,000.00	1,700,000.00	1,900,000.00	2,200,000.00
Augmentation de capital/ Part ASF					
Augmentation de capital/ Part startupeur					
injection en compte courant associé ASF					
Remboursements capital ASF (en valeur nominale)					
Remboursements compte courant associé ASF					
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement (C)	300,000.00	1,500,000.00	1,700,000.00	1,900,000.00	2,200,000.00
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)	143,600.00	815,872.00	4,086,390.48	8,575,084.87	13,125,302.51
Trésorerie d'ouverture (Début de la période)	-	143,600.00	959,472.00	5,045,862.48	13,620,947.35
Trésorerie de clôture (Fin de la période)	143,600.00	959,472.00	5,045,862.48	13,620,947.35	26,746,249.86
Variation de trésorerie					

الملحق رقم 4

مخطط النموذج العمل التجاري BMC

<p>الشركاء الرئيسيون:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● مزارع النخيل ومصانع التمور. ● شركات المنتجات الزراعية. ● مديرية الفلاحة. ● مديرية التجارة. ● الولاية. ● مؤسسات التمويل. 	<p>الأنشطة الرئيسية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● جمع ونقل بقايا النخيل من مزارع النخيل ومصانع التمور الى منشأة الإنتاج. ● معالجة بقايا النخيل لجعلها مناسبة للاستخدام كعلف حيواني. ● تصنيع الأعلاف التي تحتوي على بقايا النخيل والمكونات الأخرى. ● تغليف وتخزين الاعلاف. ● تسويق وتوزيع الأعلاف إلى العملاء. 	<p>القيمة المقترحة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● توفير مصدر ذو جودة عالية ومستدامة للأعلاف بأسعار مناسبة. ● المساهمة في تقليل كمية بقايا النخيل وتحويلها إلى منتج ذي قيمة. ● تحسين الصحة البيئية من خلال تقليل مخاطر التلوث الناجم عن تراكم بقايا النخيل. ● خلق فرص عمل جديدة في مجال تصنيع الأعلاف. ● الاعتماد على منصة الكترونية لتسويق المنتج. 	<p>العلاقات مع العملاء:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● تقديم اعلاف ذو جودة وبقية غذائية عالية ● تنظيم دورات تدريبية حول فوائد استخدام اعلاف مخلفات النخيل. ● تقديم منتجات بأسعار رخيصة مقارنة بالمنتجات المنافسة. ● جمع التعليقات من العملاء لتحسين جودة منتجاتنا. ● التعاون مع الجامعات ومراكز البحوث لتطوير تقنيات تقديم اعلاف ذو جودة وبقية 	<p>شرائح العملاء:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● مزارع الحيوانات في الجزائر (الأغنام، البقر، الإبل). ● مربو المواشي (الأغنام، الماعز) ● شركات تجارة الأعلاف.
	<p>الموارد الرئيسية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● منصة إلكترونية. ● منشأة لجمع بقايا النخيل كمادة أولية أساسية. ● معدات النقل والتخزين. ● المواد اللازمة للمعالجة والتغليف. ● القوى العاملة المدربة ● المعدات اللازمة لتحويل بقايا النخيل إلى اعلاف. ● مصادر الطاقة (كهرباء، بنزين). 		<p>قنوات التوصيل:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● الاتصال المباشر بالمزارعين. ● التعاون مع مصانع الأعلاف الحيوانية لتصنيع وتسويق الأعلاف التي تحتوي على بقايا النخيل. ● المشاركة في المعارض الزراعية والفعاليات المتعلقة بالثروة الحيوانية. ● الترويج للمشروع من خلال وسائل الإعلام المختلفة، مثل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية. 	
<p>هيكل التكاليف:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● تكاليف إنشاء المصنع. ● تكاليف شراء الآلات والمعدات والمواد اللازمة. ● تكاليف جمع ومعالجة مخلفات النخيل. ● تكاليف النقل والتخزين. ● تكاليف التسويق والتوزيع. ● تكاليف المصاريف الإدارية والتشغيل. 		<p>مصادر الإيرادات:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● بيع المنتجات (الأعلاف). ● بيع بقايا الإنتاج لاستخدامها كسماد عضوي أو فحم حيوي يستخدم كوقود. ● منصة إلكترونية، تشمل الاشتراكات الشهرية أو السنوية للمزارعين ومربي الحيوانات ومنحهم مزايا مثل الخصومات على الأعلاف أو خدمات إضافية. ● دورات تدريبية حول كيفية إنتاج واستخدام أعلاف مخلفات النخيل في إطعام المواشي. 		