

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد بوضياف

حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

عنوان المشروع:

" مؤسسة إنتاج وتوزيع مأكولات تراثية تقليدية "

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

العلامة التجارية:



الاسم التجاري:

بنة بكري

السنة الجامعية: 2025/2024

بطاقة معلومات

حول فريق الاعداد وفريق الاشراف



1- فريق الاشراف :

التخصص: تاريخ	المشرف الرئيسي (01): الدكتور : مقدر نور الدين	
التخصص: تاريخ	المشرف المساعد: الدكتورة : معوشي آمال	

2- فريق العمل :

الكلية	التخصص	فريق المشروع	
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية	تاريخ	الطالبة : ملكي احمد	
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية .	تاريخ	الطالب : دوغم عبد المالك	



✓ المحور الأول: تقديم المشروع

✓ المحور الثاني : الجوانب الابتكارية

✓ المحور الثالث : التحليل الاستراتيجي للسوق

✓ المحور الرابع : خطة الإنتاج و الخطة المالية

✓ المحور الخامس : نموذج العمل التجاري

المحور الأول :

تقديم المشروع





1) فكرة المشروع : (الحل المقترح)

تتمثل فكرة المشروع في إنشاء مؤسسة متخصصة في إنتاج وتوزيع مأكولات تراثية جزائرية تقليدية مثل: الكسكس، الرفيس، البقلاوة، المقروط، المحاجب، البوراك، الحريرة، الشوربات التقليدية، وغيرها من المنتجات الغذائية المصنوعة يدوياً وفقاً للوصفات الأصيلة.

الهدف هو الحفاظ على التراث الغذائي المحلي وتقديمه بطريقة عصرية وصحية، تلبية احتياجات السوق المحلي وفتح المجال للتصدير في المستقبل.

✓ مجال النشاط

مجال النشاط

مجال النشاط : تجاري - إنتاجي - غذائي.

يجمع المشروع بين:

- الإنتاج الغذائي: تحضير المأكولات في وحدات مطابقة للمعايير الصحية.
- التوزيع التجاري: عبر محلات، نقاط بيع متنقلة، أو التوصيل المباشر.
- الابتكار في التغليف والعرض: بطريقة عصرية جذابة مع الحفاظ على الطابع التراثي

✓ كيف بدأت الفكرة وكيف تطورت ؟

بدأت الفكرة من الملاحظة المتزايدة بأن هناك أطعمة تقليدية جزائرية تتراجع في الانتشار، خصوصاً في المدن الكبرى والحضرية، بسبب ضغوط الحياة المعاصرة.

تم تطوير الفكرة من خلال:

- تجميع وصفات الجدات والأمهات.
- إجراء تجارب أولية في تحضير كميات صغيرة للتذوق في الأسواق التقليدية والمناسبات.
- تطوير خطة عمل تشمل سلسلة إنتاج محترفة، وتصميم هوية بصرية للمؤسسة تعكس الطابع التراثي.

✓ ما الذي سوف نقوم به؟

المؤسسة ستقوم بما يلي:

- 1 إنتاج المأكولات التقليدية بكميات تجارية، وبمواصفات صحية عالية.
- 2 تغليف المنتجات بشكل عصري يسمح بالحفاظ عليها ونقلها بسهولة.
- 3 توزيع المنتجات عبر قنوات مختلفة: محلات متخصصة، الأسواق الأسبوعية، والمبيعات عبر الإنترنت.
- 4 المشاركة في المعارض المحلية والوطنية للتعريف بالمنتج التراثي الجزائري.

✓ كيف سيكون ذلك؟

سيتم تنفيذ المشروع على النحو التالي:

- إعداد مطبخ إنتاج محترف (وحدات صغيرة أو متوسطة) مع احترام شروط السلامة الصحية.
- توظيف يد عاملة متقنة لفنون الطهي التقليدي.
- تسويق عبر المنصات الرقمية (فيسبوك، إنستغرام، منصات التوصيل).
- بناء شراكات مع الفنادق، محلات بيع المواد الغذائية، المعارض التقليدية لتنظيم مشاركات في مناسبات ثقافية.

✓ من الذي سينجز ذلك؟

- الفريق الأساسي: مؤسسي المشروع مع مساعدين في الإنتاج.
- طهارة تقليديون (نساء غالباً، لخبرتهن).
- مسوق رقمي أو وكالة تسويق إلكتروني للترويج.
- مسؤول توزيع/لوجستيك لضمان وصول المنتجات بفعالية.

✓ أين سيتم إنجازُه ؟

- الموقع المفضل : مدينة ذات طابع سياحي أو ثقافي كبوسعادة ، والمسيلة كمرحلة أولى ثم التوسع في مناطق أخرى.
- الإنتاج : في محلات وورش مناسبة.
- التوزيع : عبر نقاط بيع داخل المدن، المعارض التقليدية، والتوصيل عبر الإنترنت إلى الزبائن في كافة المناطق المجاورة.

(2) القيم المقترحة :

يمكن أن تنشأ القيم المقترحة أو المقدمة للزبائن من خلال العناصر التالية:

- طعام تقليدي محضّر بطريقة منزلية أصلية.
- أطباق ساخنة من المطعم مباشرة إلى العميل
- التركيز على الوجبات التقليدية النادرة والغير موجودة عند المنافسين .
- استخدام مكونات طازجة ومحلية.
- توفير الوقت والجهد على العملاء.
- تجربة طعام أصيلة تلامس وتحاكي الذوق والتنوع الثقافي لكل منطقة.
- إمكانية الطلب حسب الذوق (أقل دسم، حار/غير حار...).

(3) فريق العمل :

✓ يتكوّن فريق العمل من طالبين جامعيين وهما:

_ ملكي أحمد

_ دوغم عبد المالك

✓ وهما شريكان في تطوير هذا المشروع المتخصص في إنتاج وتوزيع المأكولات التراثية التقليدية الجزائرية.

المهارات والمؤهلات العلمية والدورات التدريبية

• ملكي أحمد:

○ طالب متحصل على ليسانس تاريخ من جامعة المسيلة

○ يمتلك مهارات في الإعلام الآلي ووسائل التواصل الاجتماعي.

• دوغم عبد المالك:

○ طالب متحصل على ليسانس تاريخ من جامعة المسيلة

○ يمتلك مهارات في التجارة والتسويق الإلكتروني:

✓ لتنظيم المناسب (توزيع المهام والمسؤوليات).

تم تقسيم المهام بين أعضاء الفريق وفقاً للتكامل في المهارات:

المهام والمسؤوليات	العضو
إدارة الإنتاج، ضمان الجودة، تطوير وصفات المنتجات، التنسيق مع العمال، الإشراف على عمليات التعبئة.	ملكي أحمد
التسيير المالي، التخطيط التجاري، إعداد الصفقات والعقود، التسويق الرقمي، إدارة علاقات الزبائن والشركاء.	دوغم عبد المالك

يُشرف كلا العضوين على الجوانب الإدارية والتواصل مع الجهات الرسمية والتمويلية.

✓ طرق التفاعل والتواصل بين الفريق.

- اجتماعات دورية أسبوعية لمراجعة التقدم وتوزيع المهام القادمة.
- استخدام أدوات رقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لتسهيل التنسيق والعمل التشاركي عن بُعد.
- تحديد جدول زمني موحد وخطة عمل شهرية توضح الأهداف المرحلية والمسؤوليات.
- تبني أسلوب التقييم الذاتي والجماعي لتعزيز الأداء والتحسين المستمر.

4) اهداف المشروع :

يسعى هذا المشروع إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تجمع بين الحفاظ على التراث الغذائي الجزائري وابتكار وسائل حديثة في الإنتاج والتسويق. وتتمثل الأهداف الابتكارية فيما يلي

1 : إعادة بعث التراث الغذائي بأساليب حديثة

- تقديم وصفات تقليدية قديمة بصيغة عصرية تتناسب مع نمط الحياة الحديث (مثل تحضير مأكولات تراثية جاهزة أو شبه جاهزة للتسخين).
- اعتماد وصفات أصيلة من مختلف مناطق الجزائر وتوحيدها ضمن هوية وطنية غذائية.

2 : ابتكار في التغليف والتعليب

- تطوير عبوات عصرية تحافظ على النكهة والجودة، مع احترام المقاييس الصحية.
- استخدام مواد تغليف صديقة للبيئة، وتصميم بصري يعكس الموروث الثقافي للمنتج.

3 : رقمنة عملية التوزيع والتواصل

- تصميم منصة إلكترونية أو صفحة تفاعلية لطلب المنتجات عبر الإنترنت.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج، مع محتوى بصري تراثي معاصر.

4 : إدخال تقنيات حديثة في الإنتاج الحرفي

- تطوير ورشة إنتاج تعتمد أدوات حديثة تحافظ على الطابع اليدوي، مما يضمن جودة وسرعة في التوزيع.

- استعمال تقنيات الطهي بالبخار لحفظ الطابع التقليدي مع تقليل الجهد اليدوي باستعمال الآلات الحديثة.

5: إشراك وتوظيف العنصر النسوي في آلية الإنتاج.

- اعتماد مقاربة اجتماعية-اقتصادية مبتكرة من خلال تمكين النساء الحرفيات في القرى وتوفير مصدر دخل مستدام لهن عبر تكامل الإنتاج من المصدر.

جدول زمني لتحقيق المشروع :

لتنفيذ مشروع "مؤسسة إنتاج وتوزيع مأكولات تراثية تقليدية"

يمكن تقسيم الجدول الزمني إلى مراحل رئيسية

المرحلة	الأنشطة الرئيسية	المدة الزمنية
المرحلة الأولى: التخطيط والتحضير	<ul style="list-style-type: none"> - تحليل السوق والمنافسين - - تحديد الشريحة المستهدفة - - إعداد خطة العمل وتحديد الأهداف - - الإجراءات القانونية وتسجيل المؤسسة - البحث عن مصادر التمويل - 	إلى 6 أشهر 4
المرحلة الثانية: الإعداد والتنفيذ	<ul style="list-style-type: none"> - تطوير المنتجات التقليدية وضبط الجودة - تجهيز البنية التحتية والمعدات - - تعيين وتدريب الموظفين - 	إلى 4 أشهر 2
المرحلة الثالثة: الانطلاق والتسويق	<ul style="list-style-type: none"> - إطلاق المنتجات في السوق - - تنفيذ خطة التسويق الرقمي - والتقليدي - جمع التغذية الراجعة وتحسين الأداء - - التوسع التدريجي محليًا - 	إلى 6 أشهر 3

www.egyptianjournal.com

المحور الثاني : الجوانب الابتكارية



www.egyptianjournal.com



1) دمج التراث الغذائي بالتكنولوجيا الحديثة

- اعتماد وصفات تقليدية من مختلف مناطق الجزائر.
- تقديم المأكولات في شكل عصري: مغلقة، منظمة، قابلة للحفظ.
- استخدام أدوات رقمية للتسيير والتسويق الإلكتروني.

2. تغليف مبتكر مستوحى من التراث

- تصاميم تعبئة تعكس الهوية الجزائرية (ألوان، نقوش شعبية).
- استخدام مواد تغليف صديقة للبيئة.
- توحيد الهوية البصرية للمنتجات التراثية.

3. الربط بين الاقتصاد الثقافي والاقتصاد الاجتماعي

- تصنيف المشروع ضمن الاقتصاد الثقافي المحلي.
- إشراك الحرفيين والنساء في الإنتاج.
- حفظ وتدوير المعارف التقليدية ضمن نموذج اقتصادي.

4. نموذج تجاري مرن وقابل للتوسع

- قابل للتطبيق على مأكولات من مختلف المناطق.
- توسع محتمل نحو خطوط إنتاج جديدة أو أسواق خارجية.
- إمكانية فتح نقاط بيع محلية جديدة.

5. جاهزية للتصدير بنموذج مبتكر

- استهداف الجالية الجزائرية بالخارج.
- تقديم منتجات بعلامة "صنع في الجزائر - تقليدي أصيل".
- إمكانية دخول أسواق المنتجات الحلال والثقافية.

6. استخدام وسائل ترويج تفاعلية مبتكرة

- إنتاج محتوى مرئي تفاعلي (قصص، فيديوهات، وصفات).

- حملات تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

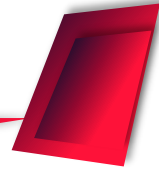
- إشراك مؤثرين في مجال الأكل التقليدي الجزائري

المحور الثالث : التحليل الاستراتيجي للسوق



المحور الثالث :

التحليل الاستراتيجي للسوق



1) عرض القطاع السوقي :

✓ السوق المحتمل: السوق المحتمل لمشروعنا يشمل مجموعة واسعة من الأفراد والمؤسسات التي تهتم باستهلاك أو تسويق منتجات غذائية تراثية تقليدية، وهي كالاتي:

الخصائص	الجهة
خصوصاً في المدن ، حيث يقل وقت تحضير الطعام ويزيد الطلب على مأكولات جاهزة صحية وتقليدية.	العائلات الجزائرية
بحثون عن وجبات منزلية سريعة في أماكن العمل أو السكن	العمال والموظفون
يحتون للمأكولات التقليدية ويرغبون في تذوقها بجودة أصلية.	المغتربون العائدون في العطل
تقدم أطباقاً تراثية ضمن قوائمها، وتبحث عن مصادر موثوقة لتوفيرها بجودة ثابتة.	المطاعم والفنادق
تستقبل طلباً متزايداً على منتجات تقليدية محلية مصنعة.	الأسواق الأسبوعية.

✓ السوق المستهدف (الشريحة) :

نستهدف بشكل مباشر الفئات التالية:

- 1 النساء العاملات والموظفين الحضريين: ممن يبحثون عن وجبات سريعة، صحية، تقليدية.
- 2 الطبقة المتوسطة المهتمة بالتراث والتغذية المنزلية.
- 3 المطاعم والفنادق الراقية: التي تقدم قائمة أطباق تراثية وتحتاج مزوداً بالجودة والموثوقية.
- 4 محلات بيع المواد الغذائية للسياح أو المناسبات كالأعراس والفعاليات المختلفة.

✓ مبررات اختيار هذ السوق:

- 1 ارتفاع الوعي بقيمة الأكل التقليدي في مواجهة الأكل السريع غير الصحي.
- 2 قلة علامات تجارية المختصة في هذا المجال، مما يمنحنا فرصة زيادة السوق.
- 3 الرغبة في الجمع بين الجودة والطابع المنزلي وهو أمر تفتقر إليه المنتجات الصناعية.
- 4 السوق المستهدف مرن وسريع التفاعل مع الحملات التسويقية الرقمية.

✓ تحديد إمكانية إبرام عقود شراء مع بعض الزبائن المهمين.

توجد إمكانية حقيقية لإبرام عقود شراء وتوريد منتظم مع جهات مثل:

- فنادق محلية (خصوصاً فنادق 3 نجوم فما فوق) لتوفير مأكولات في الإفطار أو المناسبات.
 - مطاعم شعبية تقدم مأكولات جزائرية تقليدية.
 - شركات التمويل للمؤسسات والإدارات.
 - محلات بيع المواد الغذائية الراقية التي تدمج المنتجات المحلية المغلفة في عروضها.
 - المناسبات والمراكز الثقافية التي تنظم مناسبات محلية.
- ومع الانطلاق سنبدأ في التواصل مع بعض المحلات والفنادق المحلية لإجراء تجارب بيع أولية وعروض نموذجية.

(2) قياس شدة المنافسة :

✓ تحديد المنافسين المباشرين وغير المباشرين.

1- أولا المنافسون المباشرون:

هم الذين يقدمون منتجات مشابهة (مأكولات تقليدية) بنفس الطريقة أو لفئة السوق نفسها. من بينهم :

نوع النشاط	المنافس
إنتاج يدوي لأطباق مثل الكسكس، الشخشوخة، الزفيطي، إلخ.	ورشات أو مقاولات صغيرة عائلية
تقدم أطباق جاهزة بشكل فوري، ولا توفرها معلبة أو مغلفة.	مطاعم متخصصة في المأكولات التقليدية
تنتج مواد غذائية تراثية في إطار الاقتصاد المنزلي.	تعاونيات نسوية

2- ثانيا المنافسون غير المباشرين

المخابز الصناعية: تقدم بعض الحلويات التقليدية بكميات كبيرة، لكنها تفتقر إلى النكهة الأصلية والجودة.

محلات الأطعمة السريعة: لا تقدم مأكولات تقليدية لكنها تنافسنا على "الراحة" والسهولة.

المنتجات النصف جاهزة (قليلة ، لكنها موجودة ببعض الأسواق).

✓ اعدادهم وحصصهم السوقية :

من الصعب تحديد أرقام دقيقة، لكن وفقاً للملاحظات الميدانية والتقارير المحلية:

- ورشات الإنتاج الحرفي : أكثر من 20 وحدة في مدينة المسيلة وبوسعادة.
- المخابز والحلويات الكبيرة : تمثل حوالي 30-40% من سوق الحلويات التقليدية.
- المطاعم التقليدية : عددها متزايد، لكن تأثيرها محدود في التوزيع الواسع.
- لا توجد علامة وطنية قوية متخصصة فقط في المأكولات التراثية الجاهزة، مما يُمثل فرصة للمشروع ليكون فاعل مهيكّل على المستوى المحلي

✓ نقاط القوة والضعف للمنافسين :

نقاط الضعف	نقاط القوة	المنافسون
ضعف التنظيم – ضعف التغليف – عدم القدرة على التوزيع الواسع	جودة منزلية – خبرة تقليدية – أسعار مرنة	الورشات الحرفية الصغيرة
فقدان النكهة الأصلية – وصفات غير تقليدية – استخدام مكثف للمواد الحافظة	قدرة إنتاج كبيرة – توزيع واسع	المخابز الصناعية
غير موجهة للبيع خارج فضاء المطعم – غياب التغليف	توفر الخدمة السريعة – تنوع الأطباق	المطاعم

المحور الرابع :

خطة الإنتاج والخطة

المالية



رقم الأعمال

	REALISATION			PREVISION				
Produit A destiné Client	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit A			0,00	21 600,00	23 760,00	26 136,00	28 749,60	31 624,56
Prix HT produit A			0,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Ventes produit A			0,00	21 600,00	23 760,00	26 136,00	28 749,60	31 624,56
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	-	-	0,00	19 440 000,00	21 384 000,00	23 522 400,00	25 874 640,00	28 462 104,00
Quantité produit B			0,00	4 320,00	4 752,00	5 227,20	5 749,92	6 324,91
Prix HT produit B			0,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Ventes produit B			0,00	4 320,00	4 752,00	5 227,20	5 749,92	6 324,91
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	-	-	0,00	864 000,00	950 400,00	1 045 440,00	1 149 984,00	1 264 982,40
Quantité produit C			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Prix HT produit C			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventes produit C			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	-	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Quantité produit D			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Prix HT produit D			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventes produit D			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	-	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Quantité produit E			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Prix HT produit E			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventes produit E			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	-	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	-	-	0,00	20 304 000,00	22 334 400,00	24 567 840,00	27 024 624,00	29 727 086,40

مصاريف المستخدمين :

المصاريف الشهرية الكلية	العدد	المصاريف الشهرية (التأمين + الضرائب) (دج)	النوع
100 800,00	2	50 400,00	طباخ رئيسي
75 600,00	2	37 800,00	مساعد طباخ
37 800,00	1	37 800,00	مسير
176 400,00	5	35 280,00	نادل
70 560,00	2	35 280,00	عمال توزيع
35 280,00	1	35 280,00	عمال التغليف
496 440,00			مصاريف الأجور الشهرية
5 957 280,00			مصاريف الأجور السنوية
13			مجموع العمال

التجهيزات :

اجمالي المبلغ	المبلغ	العدد	التعيين
200 000,00	200 000,00	01	ثلاجة كبيرة
200 000,00	100 000,00	02	ثلاجة صغيرة
500 000,00	100 000,00	05	موقد حجم كبير
250 000,00	50 000,00	05	موقد حجم صغير
600 000,00	300 000,00	02	دراجة توزيع
50 000,00	10 000,00	05	قدر كبير سعة 50 لتر (برمة + كسكاس)
75 000,00	15 000,00	05	قدر ضغط كبير حجم 50 لتر
500 000,00	500 000,00	01	آلة تجفيف الكسكس والمعجنات
100 000,00	100 000,00	01	مطحنة كهربائية لطحن الحبوب
2 475 000,00			المجموع الكلي

التجهيزات :

التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
مواد غذائية مستهلكة في انتاج الوجبات	1,00	11 664 000,00	11 664 000,00
أدوات ولوازم التغليف والتعبئة	12,00	20 000,00	240 000,00
المجموع السنوي			11 904 000,00

مصاريف اضافية

التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
الإيجار	1,00	960 000,00	960 000,00
كهرباء/غاز/ماء	1,00	84 000,00	84 000,00
مصاريف التسويق	1,00	120 000,00	120 000,00
مصاريف الهاتف والانترنت	1,00	42 000,00	42 000,00
مصاريف التدريب والتكوين	1,00	119 145,60	119 145,60
مصاريف الصيانة	1,00	60 000,00	60 000,00
أتعاب مختلفة (موثق، محاسب، محامي)	1,00	80 000,00	80 000,00
مصاريف أخرى	1,00	120 000,00	120 000,00
المجموع السنوي			1 585 145,60

✓ الشراكات الرئيسية	✓ الأنشطة الرئيسية	✓ القيم المقترحة	✓ العلاقات مع العملاء	✓ شرائح العملاء
<ul style="list-style-type: none"> - موردو المواد الغذائية. - شركات توصيل محلية. - صفحات ترويج محلية أو مؤثرين. - طهارة مستقلون عند الحاجة لطلب كبير. 	<ul style="list-style-type: none"> - جلب وتحضير المواد الأساسية من مكونات وغيرها - تحضير وتجهيز الوجبات. التواصل مع العملاء واستلام الطلبات - - وصيل الطلبات . تسويق المشروع وبناء قاعدة عملاء . - تطوير وصفات جديدة. 	<ul style="list-style-type: none"> - طعام تقليدي محضّر بطريقة منزلية أصلية. - التركيز على الوجبات التقليدية النادرة والغير موجودة عند المنافسين - استخدام مكونات طازجة ومحلية. 	<ul style="list-style-type: none"> - تواصل شخصي ومباشر مع الزبائن. - العروض الخاصة للعملاء خاصة الأوفياء والدائمين. - استطلاعات رأي لتحسين الجودة. - الرد السريع على الطلبات والشكاوى. 	<ul style="list-style-type: none"> - العائلات التي تفضل المأكولات التقليدية - كبار السن الذين يفضلون نكهات الأكل المنزلي - العمال الذين لا يجدون وقتا للطبخ . - السياح الذين يرغبون في تجربة الطعام المحلي - المناسبات والولائم(حفلات خطوبة أعراس ...)
	<p style="text-align: center;">✓ الموارد الرئيسية</p> <ul style="list-style-type: none"> - طهارة ماهرون في الطبخ التقليدي. - مطبخ مجهّز بأدوات صحية ومهنية. - موردون موثوقون للمواد الأساسية(خضار، لحوم...). - وسائل نقل/توصيل (شخصية أو متعاقدة). - صفحات على مواقع التواصل + أرقام هاتف مخصصة. 	<ul style="list-style-type: none"> - توفير الوقت والجهد على العملاء. - تجربة طعام أصيلة تلامس الذوق والتنوع الثقافي لكل منطقة. - إمكانية الطلب حسب الذوق (أقل دسم، حار/غير حار...). 	<p style="text-align: center;">✓ قنوات التوصيل</p> <ul style="list-style-type: none"> - الطلب عبر الهاتف. - التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي (إنستغرام، فيسبوك، واتساب الخ). - تطبيقات التوصيل المحلية. - استلام مباشر من المحلات. موقع إلكتروني خاص بالمشروع (لاحقاً) - . معرض خاص بمنتجاتنا لتعريف عن شركتنا ومنتجاتنا 	

✓ مصادر الإيرادات

- إيرادات بيع الأطباق حسب الطلب.
- إيرادات طلبات المناسبات بكميات كبيرة.
- مداخيل الاشتراكات/ أسبوعية/شهرية (وجبات منزلية منتظمة).
- إيرادات بيع منتجات غذائية تقليدية نصف جاهزة (مثل الكسكس المجفف، شرائح الشخشوخة وغيرها...).

✓ هيكل التكاليف

- تكلفة شراء المواد الخام.
- أجور العمال و الطباخين.
- تكاليف التوصيل.
- تكاليف تغليف الطعام. تكاليف التسويق (إعلانات على فيسبوك/إنستغرام).
- تكاليف المطبخ (كراء , غاز، كهرباء، ماء...).

ملخص المشروع :

يهدف هذا المشروع إلى تأسيس مؤسسة ناشئة متخصصة في إنتاج وتوزيع المأكولات التراثية الجزائرية التقليدية، مع تقديمها بطريقة عصرية وجاهزة للاستهلاك. يتمحور المشروع حول استعادة الأطعمة التقليدية التي بدأت تختفي من المائدة الجزائرية بسبب تغير أنماط الحياة، حيث يتم إنتاج هذه الأطعمة باستخدام وصفات أصيلة محفوظة من مختلف المناطق الجزائرية. يتم تغليف المنتجات بطريقة مبتكرة تضمن الحفاظ على جودتها وسهولة استهلاكها، مما يلبي حاجة الزبائن لمأكولات سريعة وصحية تحمل نكهة البلد.

يعد المشروع خطوة نحو الجمع بين التراث الغذائي الجزائري والتكنولوجيا الحديثة في مجالات الإنتاج والتسويق. فإلى جانب الحفاظ على الهوية الثقافية الغذائية، يوفر المشروع فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، خاصة للنساء الحرفيات في المناطق الريفية. كما يسعى لتوسيع نطاق عمله ليشمل الأسواق الوطنية.

يستند المشروع إلى فريق شاب من الطلاب الجامعيين الذين يتمتعون بالخبرة في مجالات التصميم، الإعلام الآلي، والتسيير المالي. يركز الفريق على تطوير منتج غذائي مميز يعكس تراث الجزائر العريق ويسهم في تعزيز الفخر الثقافي والتجاري للبلاد.

فيما يتعلق بالجوانب المالية، يتوقع المشروع تحقيق نمو تدريجي في رقم الأعمال، مع قابلية التوسع في الإنتاج والتوزيع. بالإضافة إلى ذلك، تم وضع خطة شاملة للتمويل تشمل البحث عن مستثمرين اقتصاديين ومصادر تمويل محلية ودولية. وقد تم تحديد مرحلة التعادل المالي بناءً على هامش ربح ثابت، حيث يحتاج المشروع لتحقيق حجم مبيعات يكفي لتغطية التكاليف وتحقيق الأرباح في الختام، يمثل هذا المشروع فرصة استثمارية واعدة تدمج بين التراث والابتكار، وتساهم في تنمية الاقتصاد المحلي وخلق فرص عمل مستدامة، فضلاً عن تعزيز الهوية الجزائرية في الأسواق الوطنية.

Project Summary (In English)

This project aims to establish a startup specializing in the production and distribution of traditional Algerian heritage foods, presented in a modern and ready-to-consume format. The project revolves around reviving traditional foods that have gradually disappeared from the Algerian table due to changing lifestyles. These foods are produced using original recipes preserved from various Algerian regions. The products are innovatively packaged to ensure quality retention and ease of consumption, catering to the growing demand for fast, healthy, and authentic foods that carry the essence of the country.

The project is a step towards combining Algerian food heritage with modern technology in the fields of production and marketing. In addition to preserving cultural food identity, the project provides direct and indirect job opportunities, especially for female artisans in rural areas. The project also seeks to expand into international markets, initially focusing on the Algerian diaspora abroad.

The team behind the project consists of two university students who bring academic expertise and hands-on skills: Mr. Melki Ahmed, a master's student in History, with a background in design and content production, leads the creative and visual aspects of the project; and Mr. Abdelmalek Woghm, a master's student in Business Management, responsible for financial planning, strategy, and marketing. The project focuses on developing a distinctive food product that reflects Algeria's rich heritage while promoting cultural and commercial pride.

From a financial standpoint, the project is expected to achieve steady revenue growth, with potential for expansion in both production and distribution. A comprehensive funding plan is in place, which includes searching for investment sources such as private investors, economic contributors, and government programs. The break-even point is projected to be achieved after approximately 25 million DZD in sales, with a profit margin of 20%.

In conclusion, this project represents a promising investment opportunity that combines heritage and innovation, contributing to local economic development, job creation, and enhancing Algerian identity in national markets.

الرقم: 2025/ح/0197

شهادة توظيف مشرور مبتكر ضمن القرار 008

تفهد المسيد (س): مديور (س) حاضنة الأعمال لـ جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

أن المشرور المقترح تحت عنوان:

مؤسسة إنتاج وتوزيع الماكولات التراثية التقليدية.

أن الطالب/الطالبة التالية أسماءهم:

اللقب	الاسم	الطور الدراسي	التخصص	الكلية
ملكي	احمد	M2	تاريخ	العلوم الإنسانية والاجتماعية
دوغم	عبد المالك	M2	تاريخ	العلوم الإنسانية والاجتماعية

27

تحت إشراف الأستاذ/الأستاذة التالية

اللقب	الاسم	الرتبة	التخصص	الكلية
مفتي	نور الدين	أستاذ محاضر أ	التاريخ	العلوم الإنسانية والاجتماعية
معوخي	أمال	أستاذ محاضر أ	التاريخ	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

تم تسجيله على مستوى حاضنة الأعمال لـ جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

خلال السنة الجامعية: 2025/2024

ضمن القرار 008 (شهادة جامعية-شهادة اقتصادية مؤسسة للمعدل والمتعم للقرار الوزاري 1275.

سلمت هذه الشهادة بطلب من المعني (س) للإدلاء بها في حدود ما يسمح به القانون.

حرد في: المسيلة بتاريخ: 2025/06/17

