

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

عنوان المشروع:

Les alternatives au lait de vache (à base d'amande, d'avoine, de
soja)

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

صورة العلامة التجارية



الاسم التجاري

soflac

2023 / 2024

Les alternatives au lait de vache (à base d'amande, d'avoine, de soja, ...)

بطاقة معلومات:

حول فريق الاشراف وفريق العمل

1- فريق الاشراف:

فريق الاشراف	
التخصص: التغذية والصحة	(01) المشرف الرئيسي رحالي عبد الله

2- فريق العمل:

الكلية	التخصص	فريق المشروع
العلوم	جودة المنتجات ومراقبة الاغذية	الطالبة: رحمون مروة

فهرس المحتويات

المحور الأول: تقديم المشروع

1/ فكرة
المشروع.....	1.....
2/ القيم
المقترح.....	1.....
3/ اهداف
المشروع.....	2.....
4/ جدول زمني لتحقيق
المشروع.....	3.....
.....	
المحور الثاني: الجوانب الابتكارية.....	
.....	
المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق.....	
1/ عرض القطاع السوقى للمشروع.....	4.....
2/ قياس شدة
المنافسة.....	4.....
3/ الاستراتيجيات التسويقية.....	4.....
.....	
المحور الرابع : التكاليف و الأعباء.....	
1/ التكاليف و الأعباء.....	5.....
2/ رقم الاعمال.....	5.....
.....	
المحور الخامس : النموذج الاولي التجريبي.....	
10.....
.....	
الملحق :نموذج العمل	
التجاري.....	11.....

عنوان المشروع:

Les alternatives au lait de vache (à base d'amande, d'avoine, de soja.)

المحور الأول

تقديم المشروع

فكرة المشروع:

يتمحور المشروع حول تصنيع الحليب النباتي، وقد بدأت الفكرة من خلال ملاحظة الزيادة المستمرة في الطلب على بدائل الحليب النباتي من قبل المستهلكين الذين يعانون من عدم تحمل اللاكتوز، والنباتيين، والأفراد المهتمين بالصحة والبيئة. قيمته الغذائية العالية، وفوائده الصحية، وإمكانيات الزراعة المستدامة. تطورت الفكرة بعد إجراء دراسات وأبحاث حول الإمكانيات المختلفة في إنتاج الحليب النباتي، بما في ذلك اختبارات الطعم والقيمة الغذائية، وتحليل السوق لتحديد الاحتياجات والتفضيلات الاستهلاكية.

سأعمل على تطوير منتجات حليب نباتي متنوعة، تشمل حليب الصويا، الشوفان، اللوز، بالإضافة إلى مكون طبيعي ذو النوق وقيمة غذائية. كما سأستهدف الأشخاص الذين يعانون من حساسية اللاكتوز وطلق حملات تسويقية لتعريف المستهلكين بالمنتج الجديد وفوائده. سيتم تكوين الفريق البحثي، الذي يضم الفريق الإنتاجي المكون من مهندسين وخبراء في عمليات الإنتاج كفاءة وسلامة الإنتاج. سيتولى الفريق التسويقي، المتخصص في التسويق، إطلاق وترويج المنتج في الأسواق المستهدفة.

ستوزع المنتجات من خلال قنوات متعددة، تشمل محلات السوبر ماركت، ومتاجر الأغذية الصحية، والمنصات الإلكترونية. يهدف المشروع إلى تقديم بدائل حليب نباتي مبتكرة ومستدامة، مما يلبي احتياجات المستهلكين الصحية والبيئية ويساهم في تطوير الاقتصاد الزراعي المحلي من خلال ممارسات زراعية وصناعية متكاملة ومستدامة.

القيم المقترحة لمشروع بدائل الحليب النباتي :

تنشأ القيم المقترحة أو المقدمة للزبائن من خلال العناصر التالية:

1/ الحداثة

تلبية احتياجات جديدة: تقديم حليب نباتي مبتكر، وهو منتج غير تقليدي يملأ فجوة في السوق لبدايل الحليب البقر الفريدة والبديلة للخيارات الشائعة مثل حليب اللوز أو الصويا ، شوفان .

2 / الأداء: ضمان أن يكون حليب نباتي م ذو قيمة غذائية عالية، بما في ذلك كونه غنياً بالفيتامينات والمعادن، ويقدم نكهة مميزة تجعل تجربة تناوله ممتعة ومشبعة لتوقعات العملاء.

3 /التكليف: إمكانية تقديم مجموعة متنوعة من منتجات حليب نباتي بأشكال ونكهات مختلفة لتلبية احتياجات وأذواق العملاء المختلفة.

4 /إنجاز المهمة: دعم العملاء الذين يبحثون عن بدائل صحية للنظام الغذائي التقليدي، سواء لأسباب صحية مثل عدم تحمل اللاكتوز أو لأسباب أخلاقية مثل النباتية.

5 /التصميم: تصميم عبوات جذابة وسهلة الاستخدام تعكس جودة المنتج وطبيعته الصحية، وتوفير تصميمات تتناسب مع رغبات وظروف العملاء، مثل العبوات الصغيرة المناسبة للأطفال أو العبوات الكبيرة للعائلات.

Les alternatives au lait de vache (à base d'amande, d'avoine, de soja.)

6 / الحد من المخاطر : تقديم ضمانات على الجودة والنقاء، واستخدام مكونات طبيعية 100% خالية من المواد الحافظة والملونات الصناعية، مما يقلل من مخاوف العملاء الصحية والبيئية.

7/ سهولة الوصول : إتاحة المنتجات ضمان توفر حليب النباتي في مختلف الأسواق، بما في ذلك المتاجر الكبرى، متاجر الأطعمة الصحية، ومنصات التجارة الإلكترونية، مما يجعل الوصول إليه سهلاً لمختلف العملاء.

8/ الملاءمة/سهولة الاستخدام : توفير منتج سهل التحضير والاستخدام في مختلف الوصفات والأغراض، سواء كان للاستخدام في الطهي، الخبز، أو كمشروب مباشر.

9/ سعر تنافسي : منتجات عالية الجودة بأسعار تنافسية.

أهداف المشروع :

تسعى أهداف المشروع الابتكارية إلى خلق منتج حليب نباتي يجمع بين الجودة العالية، الفوائد الصحية، والاستدامة البيئية. هذه الأهداف تدعم تقديم براءة اختراع تسلط الضوء على الابتكارات الفريدة في تركيبة المنتج، العمليات الإنتاجية، مما يمكن المشروع من التميز في السوق وجذب المستهلكين المحليين الذين يبحثون عن بدائل صحية ومستدامة لمنتجات الحليب التقليدية.

جدول زمني لتحقيق المشروع:

- تحديد النتائج الرئيسية لكل مهمة.
- الشهر الأول الي الثاني : البحث في قواعد البيانات الخاصة ببراءات الاختراع وجمع المعلومات .
- الشهر الثالث الي الخامس : تجهيز البنية التحتية و شراء المعدات.
- الشهر السادس الي السابع: الشروع في الاختبارات المخبرية لإعداد النموذج الأولي.
- الشهر الثامن الي الثاني عشر : تجريب النموذج الأولي و بيع المنتجات .

المحور الثاني

الجوانب الابتكارية

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

الهدف الابتكاري:

تقديم منتج جديد في سوق بدائل الحليب النباتي، يمتاز بفوائد صحية فريدة وطعم مميز. تزويد المستهلكين بديل صحي غني بالعناصر الغذائية الأساسية مع تنوع القيمة الغذائية حسب حاجة المستهلك.

خلق تنوع في الخيارات المقدمة للمستهلكين، مما يزيد من جاذبية المنتج في السوق و مع تطور المشروع سيتم توسع في مختلف أنواع اخري من مواد الأولية .

استهداف عملاء جدد بحيث يتم تحفيز عامة الناس علي خلق توازن بين استهلاك البروتينات الحيوانية و البروتينات النباتية.

خدمات توصيل منزلية للتشجيع الزبلاء علي شراء مكونات غذائية مبتكرة لتحسين الصحة و تسهيل عليهم الوصول الي المنتج.

المحور الثالث:

التحليل

الاستراتيجي للسوق

1/ عرض القطاع السوق:

منتجاتنا موجهة إلى المستهلكين الذين يعانون من عدم تحمل اللاكتوز، والنباتيين، والأفراد المهتمين بالصحة. هؤلاء المستهلكون يبحثون عن بدائل للحليب التقليدي تكون خالية من اللاكتوز، وتلائم نظامهم الغذائي النباتي، وتكون غنية بالعناصر الغذائية. الحساسية الغذائية وعدم تحمل اللاكتوز، إلى جانب الاهتمام بالصحة واللياقة، تحفز هؤلاء الأفراد على اختيار منتجاتنا. يتواجدون بشكل أساسي في محلات الأطعمة الصحية والمواقع الإلكترونية التي تبيع المنتجات الطبيعية. تشير الدراسات إلى أن نسبة الأفراد الذين يعانون من عدم تحمل اللاكتوز تتراوح بين 60% من سكان الجزائر، كما أن نسبة النباتيين والنباتيين الصارمين تتزايد سنوياً، حيث تقدر بحوالي 10-15%.

يحفز المستهلكين لذلك الجودة العالية للحليب النباتي والوعي المتزايد بأهمية القيمة الغذائية لكل نوع من الحليب النباتي.

2/ قياس شدة المنافسة:

اعتماد المستهلكين على منتجات أوروبية هم شركات إنتاج بدائل الحليب النباتي، والتي تعرف ارتفاعاً محسوساً في السعر وهم منافسون مباشرون للمنتج.

بينما المنافسون غير المباشرين هم منتج الحليب الحيواني الخالي من اللاكتوز لكنها قد تكون متاحة بسهولة في بعض الأسواق. أما المنافسون غير المباشرين فيقدمون حلاً فعالاً لمشكلة عدم تحمل اللاكتوز، وتتوفر منتجاتهم على نطاق واسع، لكن اعتمادهم على الحليب الحيواني يجعلهم غير مناسبين للنباتيين. بناءً على تحليل المنافسين.

سأركز على توفير منتجات ذات قيمة غذائية عالية بأسعار تنافسية، وضمان التواجد في الأسواق عبر قنوات توزيع متعددة، وتعزيز الوعي بعلامتنا التجارية من خلال حملات تسويقية مبتكرة ومستدامة.

3/ الاستراتيجيات التسويقية:

ترويج منتج صحي ذو قيمة غذائية من خلال حملات إعلانية وترويجية.
تطبيق مخصص لبيع وتثقيف المستهلكين عن المنتجات الغذائية لحليب النباتي.
تعاون مع المطاعم والفنادق لتوسيع زيادة المبيعات.

المحور الرابع

التكاليف والأعباء

Les alternatives au lait de vache (à base d'amande , d'avoine , de soja)

		رقم الأعمال						
		PREVISION						
Produit destiné Client	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	
Quantité produit A		10000	20000	30000	40000	50000	60000	
Prix HT produit A (AMANDE)		500.00	500.00	600.00	600.00	600.00	600.00	
Ventes produit A (Amande)		10000	20000.0	30000.0	40000.0	50000.0	60000.0	
Quantité produit B (Soja)		10000	50000	60000	90000	135000	202500	
Prix HT produit B		400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	
Ventes produit B (Soja)		10000	454545	545455	818182	1227273	1840909	
Quantité produit C (Avoine)		10000	7000	10500	14000	17500	21000	
Prix HT produit C		400.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	
Ventes produit C (Avoine)		10000	7000	10500	14000	17500	21000	
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	0		217,000,000.00	268,500,000.00	398,000,000.00	597,500,000.00	867,000,000.00	

1/مصاريف المستخدمين			
المصاريف الشهرية الكلية	العدد	المصاريف الشهرية+ (التأمين + الضرائب) (دج)	النوع
60,000.00	1	60000.00	المسير
270,000.00	3	90000.00	عمال قسم الإنتاج , التسويق
20,000.00	1	20000	أعوان النظافة
28,000.00	1	28000.00	أعوان الأمن والوقاية
378,000.00			مصاريف الأجر الشهرية
4,536,000.00			مصاريف الأجر السنوية
300,000.00	1	300000.00	CONTROLEUR LABO
-			مصاريف الأجر الشهرية
3,600,000.00			مصاريف الأجر السنوية
7			مجموع العمال

8/ مصاريف أخرى			
اجمالي المبلغ	المبلغ	العدد	التعيين
50,000.00	50,000.00	1	صيانة المعدات
200,000.00	200,000.00	1	الطاقة
60,000.00	60,000.00	1	الماء
30,000.00	30,000.00	1	الغاز
10,000.00	10,000.00	1	النقل و التوزيع
300,000.00	300,000.00	1	تعليب
650,000.00			المجموع السنوي

Les alternatives au lait de vache (à base d'amande , d'avoine , de soja)

4 / التجهيزات			
التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
جهاز منشف الهواء	1	150,000.00	150,000.00
آلة صمغ	1	150000	150000
خلاط صناعي	1	300,000.00	300,000.00
آلة تصفية	1	50,000.00	50,000.00
مبادل حراري بسترة	1	750,000.00	750,000.00
آلة تعبئة وتغليف	1	300,000.00	300,000.00
chambre de Réfrigération	1	500,000.00	500,000.00
تجهيزات المكتب	1	169,000.00	169,000.00
عينينة المعرف (خلاط- صيانة)	1	500,000.00	500,000.00
المجموع القطر			2,869,000.00

5/مستلزمات المخبر			
التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
centrefegeuse	1	75,000.00	75,000.00
icubateur	1	75,000.00	75,000.00
ميزان	1	15,000.00	15,000.00
ph mètre	1	14,500.00	14,500.00
analyse de viscosité	1	150,000.00	150,000.00
autoclave	1	150,000.00	150,000.00
Verre de labo	1	72,500.00	72,500.00
kits microbiologique	1	14,500.00	14,500.00
المجموع القطر			566,500.00

6/مستلزمات الإدارة			
التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
مكتب	1	50,000.00	50,000.00
خزانة	1	10,000.00	10,000.00
كرسي مكتب	1	4,000.00	4,000.00
هاتف ثابت	1	5,000.00	5,000.00
جهاز تكييف	1	60,000.00	60,000.00
طباعة	1	40,000.00	40,000.00
المجموع السنوي			169,000.00

7 / مواد أولية مستهلكة			
التعيين	العدد	المبلغ	اجمالي المبلغ
AMANDE	2000	1500.00	3,000,000.00
SOJA	2000	600.00	1,200,000.00
AVOINE	2000	350.00	700,000.00
autres matériaux	4000	300.00	1,200,000.00
المجموع السنوي			6,100,000.00

المحور السادس النموذج الأولي التجريبي

Les alternatives au lait de vache (à base d'amande, d'avoine, de soja.)

النموذج الاولي التجريبي

النموذج الأولي التجريبي لمشروع بدائل الحليب النباتي

المنتج النهائي هو حليب نباتي مكون من ثلاث أنواع صويا، شوفان، لوز، لواحد لتر من كل نوع.

الجودة: يتم اختيار افضل مواد الأولية لضمان اعلي جودة للحليب.

نوع التغليف : يتم استخدام قارورة زجاجية لضمان الجودة .

العلامة التجارية : يوضع شعار الشركة و اسم المنتج و المعلومات الغذائية علي القارورة.

تاريخ الإنتاج و الانتهاء : يتم وضع تاريخ الإنتاج و تاريخ انتهاء الصلاحية بوضوح علي القارورة.

يتم تخزين المنتج في الثلاجات عند درجة حرارة معتدلة للحفاظ علي نضارة الحليب.

يتم توزيع المنتج علي محلات سوبرماركت و المطاعم .

شكل المنتجات النهائية



الملحق رقم 04: نموذج العمل التجاري

<p>الشراكات الرئيسية</p> <p>1/ موردو المواد الخام الفلاحين 2/ تجار التجزئة و المتاجر 3/ تعاون مع شركات تصنيع و تعبئة 4/ مؤسسات التمويل 5/ حاضنة الاعمال</p>	<p>الأنشطة الرئيسية</p> <p>1/ البحث و التطوير 2/ عملية الإنتاج 3/ التعبئة و التغليف 4/ التسويق و التوزيع 5/ مراقبة الجودة 6/ تصنيع يقايا المكسرات 7/ التوريد</p> <p>الموارد الرئيسية</p> <p>1/ فريق بحث و تطوير لايتكار المنتجات 2/ مواد خام عالية الجودة 3/ تقنيات معالجة الأعنية (الاجهزة) 4/ شبكة توزيع و الخدمات 5/ مرافق الإنتاج و التعبئة 6/ مصدر التمويل</p>	<p>القيم المقترحة</p> <p>1/ حليب ومشتقاته خالية من اللاكتوز 2/ بدائل صحية نباتية (شوفان، جوز، اللوز، صويا...) 3/ مجموعة متنوعة من النكهات والقوام والقيمة الغذائية</p>	<p>العلاقات مع الزبائن</p> <p>1/ توفير منتج صحي 2/ خدمة عملاء سريعة الاستجابة 3/ التواصل عبر الشبكات التواصل الاجتماعي للتوعية والتثقيف بفوائد الحليب النباتي.</p> <p>القنوات</p> <p>1/ أطباء التغذية 2/ موزعي المواد الشبه صيدلانية 3/ محلات تجارية للمواد الغذائية 4/ صوبق الإلكتروني 5/ المطاعم والمقاهي 6/ معرض لإشهار عن منتجاتنا</p>	<p>شرائح العملاء</p> <p>1/ الأشخاص الذين يعانون من عدم تحمل اللاكتوز 2/ النباتيون 3/ المهتمون بالصحة واللياقة البدنية (الحمية) 4/ مرضى السكري 5/ عامة الناس</p>
<p>هيكل التكاليف</p> <p>1/ تكاليف المواد الخام 2/ تكاليف الإنتاج 3/ تكاليف التعبئة و التغليف 4/ تكاليف التسويق و التوزيع 5/ تكاليف الإدارة 6/ تكاليف البحث و التطوير 7/ تكاليف الأجور و التجهيزات</p>			<p>مصادر الإيرادات</p> <p>1/ المبيعات المباشرة للمنتجات بالإضافة الى منتجات مشتقة مثل الزبادي و الكريمة النباتية 2/ بيع البعايا تميمين و استعمال النفايات 3/ بيع الزيوت المستخلصة</p>	

Les alternatives au lait de vache (à base d'amande, d'avoine, de soja.)