

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية  
Salon de l'artisanat et des industries traditionnelles  
algériennes

مشروع للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

المشرف الرئيسي: د. النذير قوادرية

المشرف المساعد: د. أمال معوشي

فريق العمل:

الاسم واللقب	التخصص	الكلية	الصفة
شهرزاد حاجي	تاريخ الغرب الإسلامي في العصر الوسيط	العلوم الانسانية والاجتماعية	رئيس المشروع
سهام سعيدة	تاريخ الغرب الإسلامي في العصر الوسيط	العلوم الانسانية والاجتماعية	عضو
سامية فنيش	تاريخ الغرب الإسلامي في العصر الوسيط	العلوم الانسانية والاجتماعية	عضو

جوان 2025

المحور الأول: تقديم المشروع .

1. فكرة المشروع..... 3
2. القيم المقترحة..... 4
3. فريق العمل..... 5
4. أهداف المشروع..... 6
5. جدول زمني لتحقيق المشروع..... 8

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية .

1. تخصيص العروض حسب الطلب..... 9
2. تقنيات الإنتاج المستخدم..... 10
3. الابتكار في التسويق..... 10
4. تجربة العملاء وخدمة ما بعد البيع..... 10
5. الإبداع في تصميم المنتجات..... 10
6. التجارب الحسية المتكاملة..... 10

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق.

1. عرض القطاع السوقي..... 11
2. قياس شدة المنافسة..... 15
3. الاستراتيجية التسويقية..... 16

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم .

1. عملية الإنتاج..... 18
2. التمويل..... 18
3. اليد العاملة..... 19
4. الشراكات الرئيسية:..... 19

المحور الخامس: الخطة المالية.

1. الميزانية المالية + جدل التكاليف والإرادات..... 20
2. جدول التدفقات المالية والنقدية..... 21
3. رقم الأعمال..... 21

## المحور الأول: تقديم المشروع

### 1. فكرة المشروع.

"معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" هو مشروع مؤسسة ناشئة في الجزائر تهدف إلى الحفاظ على التراث الجزائري الغني والمتنوع من خلال عرض وتوثيق الحرف والصناعات التقليدية التي تعكس تاريخ البلاد وهويتها الثقافية كما يركز على عرضها بلمسة من الحداثة ليكون بذلك وجهة ثقافية وتعليمية وسياحية رائدة تعزز مكانة الحرفيين وتنقل مهاراتهم للأجيال القادمة ، وتدعم استدامة التراث والتعريف به وتطويره في حالة أخذ المشروع منحى التطور والنجاح على المستوى الدولي ولاقي إقبال من المهتمين بذلك بعد تخطيه للمنافسة المحلية والوطنية .

### أهداف المشروع:

1. تقديم منتجات و عروض ذات جودة عالية:تقديم عروض وتشكيلات أساسها ما هو تقليدي بقالب فخم فريد عالي الجودة .
2. الابتكار والتجديد: تطوير المنتجات والحرف التقليدية بإضفاء لمسات عصرية تتماشى مع الأذواق المتغيرة للسوق.
3. التميز في التصميم: تقديم المنتجات التقليدية بقالب عصري أنيق.
4. الانتشار المحلي والدولي:التوسع في الأسواق المحلية والمعارض ومن ثم الانطلاق نحو الأسواق الدولية.

### خطة العمل:

1. البحث والتطوير:إنشاء معرض يضم قاعات عرض وورشات تدريب لنقل المهارات وتنظيم أمسيات تشمل عروض فنية وموسيقية مستوحاة من التراث ، متجر يضم منتجات يدوية حصرية لحرفيين ..... .
2. الإنتاج: في البداية سنقوم بإنشاء معرض صغير لعرض المنتجات الأثرية باستخدام التقنيات المتاحة.
3. التسويق: وضع استراتيجية تسويقية قوية تشمل التسويق الرقمي والإعلانات التقليدية، بالإضافة إلى التعاون مع المؤثرين والمشاهير ( سياح من داخل الوطن وخارجه، مؤرخين ،طلبة .....).
4. التوزيع: بناء شبكة توزيع تشمل المتاجر والمعارض المحلية والوطنية والمنصات الإلكترونية.(منصة تراثنا :

<https://turathnadz.com/>)

الفريق: يتكون فريق "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" من:

1. الخبراء وأصحاب ورشات الخياطة والتطريز ومصانع النسيج والزراي والفخار و.....
2. مصممو المنتجات: متخصصون في تصميم الأزياء التقليدية والحلي والفخار بطريقة تجذب العملاء.
3. فريق التسويق والمبيعات:متخصصون في وضع وتنفيذ استراتيجيات التسويق والمبيعات.
4. الإدارة: تتولى التخطيط والإشراف على جميع الأنشطة .

## التحديات:

1. المنافسة: التنافس مع العروض المحلية الوطنية والدولية.
2. الجودة: الحفاظ على مستوى عالٍ من الجودة والأصالة في كل مرحلة من مراحل الإنتاج.
3. التوسع: التوسع في الأسواق الوطنية والدولية يتطلب موارد واستثمارات مالية كبيرة.

## الفرص:

1. السوق المحلية: الطلب المتزايد على المنتجات الحرفية والصناعات التقليدية في الجزائر .
2. السوق العالمية: في حالة نجاح المشروع وطنيا فبالأكيد هناك إمكانية للتوسع إلى الأسواق المجاورة والدولية ( معارض ، فنادق ..... )
3. التكنولوجيا: استخدام التكنولوجيا في التسويق والإنتاج لتحسين الكفاءة.

## رؤية المستقبل:

تسعى " معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية " لأن تحقق الريادة في الجزائر وأن تحقق شهرة واسعة على مستوى المنطقة، من خلال تقديم عروض تلبية تطلعات الزبائن.

## 2. القيم المقترحة:

إذا أردنا نجاح هذا المشروع فمن المهم تحديد القيم الأساسية التي ستوجه عمليات المؤسسة وتجذب العملاء، وهذه بعضها:

1. الجودة العالية: ضمان استخدام مكونات عالية الجودة في جميع المنتجات لضمان رضا الزبائن والتميز في السوق.
2. الابتكار والإبداع: السعي لخلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة ( حرف ، تعليم ، سياحة ) لتقديم عروض جديدة وفريدة من نوعها تجذب مختلف الأذواق وتلبي احتياجات العملاء المختلفة.
3. التميز في الخدمة: توفير خدمة عملاء متميزة، بما في ذلك الاستجابة السريعة والفعالة لاستفسارات وشكاوى الزبائن.
4. الشفافية: الالتزام بالشفافية في جميع جوانب العمل، من مكونات المنتجات إلى الأسعار.
5. الاستدامة والمسؤولية البيئية: استخدام ممارسات صديقة للبيئة والمواد المستدامة في مختلف الحرف والصناعات ( إعادة تدوير بعض المنتجات الصناعية ) .
6. الأصالة والتراث: تسليط الضوء على تنوع وثراء الحرف التقليدية كمصدر فخر وطني وتقديم عروض تحمل طابعا تراثيا أصيلا وتدعم استدامته مع الاهتمام بالهوية الثقافية للجزائر وتعزيز الشعور بالانتماء لها والفخر بها .
7. التعاون والشراكة: بناء علاقات قوية ودائمة مع الموردين والشركاء المحليين والدوليين لتعزيز نمو المؤسسة وتوسيعها ( التعاون مع الحكومة الجزائرية ووزارة الثقافة وإبرام شراكات مع منظمات دولية تهتم بحماية التراث الثقافي مثل اليونيسكو ) .

8. الاهتمام بالتفاصيل: العناية الدقيقة بكل جوانب المنتج و العرض من التصميم إلى تجربة المستخدم، لضمان تقديم تجربة أنيقة وفاخرة وشاملة.

9. المسؤولية الاجتماعية: الالتزام بدعم المجتمع المحلي من خلال المبادرات الاجتماعية والخيرية .

هذه القيم يمكن أن تساعد "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" في بناء سمعة قوية وجذب قاعدة عملاء واسعة، بالإضافة إلى التميز في السوق التنافسي.

### 3. فريق العمل.

تأسيس مؤسسة ناشئة، يتطلب فريق عمل متكامل يغطي جميع الجوانب الضرورية لضمان نجاح المشروع، لذلك سنبدأ في المرحلة الأولى بالفريق التالي:

#### 1. المدير التنفيذي:

- المهام: قيادة المشروع، وضع الاستراتيجيات العامة، اتخاذ القرارات الكبرى، تمثيل المؤسسة أمام المستثمرين والعملاء.
- الصفات: رؤية واضحة، قدرات قيادية، مهارات في اتخاذ القرارات.

#### 2. مدير التسويق:

- المهام: تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق، إدارة حملات التسويق الرقمي والتقليدي، تعزيز العلامة التجارية.
- الصفات: إبداع، خبرة في التسويق، مهارات تحليلية.

#### 3. مدير المبيعات:

- المهام: تطوير استراتيجيات المبيعات، إدارة فريق المبيعات، تحقيق أهداف المبيعات.
- الصفات: مهارات تفاوض، قدرات في بناء العلاقات، معرفة واسعة بسوق ومعارض المنتجات التقليدية

#### 4. مدير الإنتاج:

- المهام: الإشراف على عملية انتقاء وعرض المنتجات، ضمان الجودة والإبداع، إدارة سلسلة التوريد والإنتاج.
- الصفات: خبرة في التصميم، مهارات تنظيمية، دقة في العمل.

#### 5. مدير العمليات:

- المهام: إدارة العمليات اليومية، تحسين الكفاءة التشغيلية، الإشراف على الشؤون الإدارية.
- الصفات: مهارات تنظيمية وإدارية، قدرة على حل المشكلات، خبرة في إدارة العمليات.
- 

#### 6. مدير الموارد البشرية:

- المهام: توظيف وتدريب الموظفين، إدارة سياسات الموارد البشرية، تعزيز بيئة العمل.
- الصفات: اتقان مهارات التواصل، وخبرة في الموارد البشرية، وقدرة على التعامل.

#### 7. مدير مالي:

- المهام: إدارة الشؤون المالية، وإعداد الميزانيات، والتقارير المالية.
- الصفات: المهارات التحليلية، وخبرة في المحاسبة والتمويل، والقدرة على اتخاذ القرارات المالية الصائبة.

#### 8. مديرة تقنية المعلومات:

- المهام: تطوير وإدارة البنية التحتية التقنية، ودعم المبادرات الرقمية.
- الصفات: خبرة تقنية، قدرة على الابتكار، مهارات حل المشكلات.

#### 9. مختص بالتصاميم:

المهام: تطويرا لتصاميم واختبار الجودة، متابعة الاتجاهات الحديثة في تحديث الأزياء والصناعات والحرف...

- الصفات: إبداع، وخبرة في تطوير التقليدي، وذوق رفيع.

#### 10. مدير التجارة الإلكترونية:

- المهام: إدارة موقع البيع الإلكتروني، تحسين تجربة المستخدم، تعزيز المبيعات عبر الإنترنت.
- الصفات: معرفة بتقنيات التجارة الإلكترونية، ومهارات في التسويق الرقمي، وفهم سلوك المستهلك.

إن توزيع هذه الأدوار بشكل مناسب ضمن الفريق سيساهم في بناء أساس قوي لنجاح مؤسسة "معرض الحرف الصناعات التقليدية الجزائرية" وضمان تقديم منتجات عالية الجودة تجمع بين الأصالة والمعاصرة مع تحقيق رضا الزبائن ونمو الأعمال.

### 4. أهداف المشروع.

أهداف هذا المشروع يمكن أن تشمل عدة جوانب بناءً على طموحات المؤسسة في عرض المنتجات التقليدية. وفيما يلي بعض الأهداف:

#### 1. الحفاظ على التراث الثقافي بإبرازه وضمان استمراريته:

- إبراز التنوع الثقافي بين مختلف مناطق الجزائر بالحرص على تنوع العروض بتسليط الضوء عليها كمصدر فخر وطني بشكل فاخر ومستدام.
- توثيق وعرض الحرف التقليدية ( فخار ، زرابي ، طرز ، ألبسة وحلي تقليدية ، نحاسيات ) بشكل مبتكر فريد ومميز بلمسة عصرية تلي أذواق المستهلكين المختلفة والمتنوعة .

#### 2. الترويج للسياحة الثقافية:

- تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لتعزيز الوعي بأهمية التراث الثقافي ( تقديم ورش عمل تستهدف الأجيال الجديدة ، توفير منصة لتعليم وتسويق منتجات الحرف اليدوية الفريدة والنادرة لجذب الزبائن ).

- استقطاب السياح من داخل وخارج الجزائر .
  - تنظيم معارض مؤقتة وفعاليات ثقافية لتعزيز تجربة الزوار وإنشاء هوية مميزة ترتبط بالجودة والأناقة والتميز بالجمع بين الأصالة والمعاصرة
  - 3. تمكين الحرفيين والتوسع في السوق:
    - توفير منصة تعليمية تسويقية لمنتجات الحرف اليدوية وتعزيز مكانة الحرفيين الاقتصادية ودعمهم لتطوير أعمالهم ودخلهم
    - الوصول إلى أسواق جديدة على المستوى المحلي والوطني والدولي والتعاون مع الحكومة الجزائرية ووزارة الثقافة والمجتمع المدني
    - إبرام شراكات مع منظمات دولية تهتم بحماية التراث الثقافي ( اليونيسكو )
    - استقطاب السياح والمهتمين بهذا المجال .
  - 4. الابتكار والبحث والتطوير:
    - مواصلة تقديم العروض بلمسات جديدة .
    - متابعة أحدث الاتجاهات في الصناعات و الحرف التقليدية لتقديم منتجات (عروض) محدثة تلي توقعات وأذواق المستهلكين (تنظيم ورشات عمل تعليمية حية لمشاركة تجربة الحرف التقليدية) .
  - 5. تحقيق رضا الزبائن:
    - تقديم خدمة عملاء ممتازة تضمن تجربة شراء مريحة وممتعة ( سياح ، مؤرخين ، عائلات ) .
    - جمع وتحليل ملاحظات الزبائن لتحسين العروض والخدمات بشكل مستمر.
  - 6. الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية:
    - تسليط الضوء على ثراء وتنوع الحرف التقليدية كمصدر فخر وطني
    - المساهمة في المجتمع من خلال مبادرات المسؤولية الاجتماعية ( تعزيز الشعور بالانتماء والفخر بالهوية الجزائرية وتوطيد العلاقات بين الأجيال من خلال التعلم المشترك وورشات تعلم ميداني ) .
    - اعتماد ممارسات صديقة للبيئة ( إعادة تدوير بعض المنتجات الصناعية كالفخار ..... ) .
    - خلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة في مجالات الحرف و التعليم والسياحة ....
  - 7. الربحية والاستدامة المالية:
    - تحقيق نمو مستدام ( تطوير التراث ) وربحية طويلة الأمد لضمان استمرارية ونجاح المؤسسة من خلال تخصيص جزء من أرباح السوق وورش العمل لدعم الأنشطة المستقبلية .
    - برامج تعليم وتدريب مستدامة لضمان استمرارية نقل المهارات ونشاط المؤسسة .
- هذه الأهداف يمكن تعديلها وتكييفها بناءً على رؤية وأهداف مؤسسي مؤسسة "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" والسوق المستهدفة.

#### 5. جدول زمني لتحقيق المشروع:

لتنفيذ مشروع "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية"، يمكن تقسيم الجدول الزمني إلى مراحل رئيسية لضمان تحقيق كل جانب من جوانب المشروع بفعالية، ونوجزها في الجدول الزمني التالي:

#### المرحلة الأولى: التخطيط والتحضير (من 1 - 2 شهر).

1. بحث السوق والتحليل (من 1-2 شهر).
  - دراسة السوق والمنافسين.
  - تحديد الشريحة المستهدفة من الزبائن.
2. وضع خطة العمل (من 3-4 أشهر).
  - كتابة خطة العمل التفصيلية.
  - تحديد الأهداف والرؤية.
3. إجراءات قانونية وتسجيل المؤسسة (من 5-6 أسابيع).
  - تسجيل المؤسسة واستخراج التراخيص اللازمة.
  - تجهيز الوثائق القانونية والعقود.
4. تمويل المشروع (من 7-8 أسابيع).
  - البحث عن مصادر التمويل (مستثمرين، قروض، تمويل حكومي لإنشاء البنية التحتية للمعرض ، التعاون مع الحكومة الجزائرية ، شراكة مع منظمات دولية تهتم بحماية التراث كاليونيسكو ...)
  - إعداد خطة مالية وتقدير التكاليف.

#### المرحلة الثانية: الإعداد والتهيئة (من 3 - 5 أشهر).

1. تطوير المنتجات (3 اشهر).
  - تطوير وعصرنة الحرف والصناعات التقليدية .
  - انتقاء نماذج العرض وضبط الجودة.
2. البنية التحتية والتجهيزات (4 أشهر).
  - اختيار موقع المعرض وتجهيزه.
  - تجهيز المعدات والمواد الخام.
3. التوظيف والتدريب (5 أشهر).
  - تعيين الموظفين الرئيسيين (ادارة المبيعات، التسويق، إلخ).
  - تدريب الموظفين على المنتجات والخدمات.

#### المرحلة الثالثة: الإطلاق والتسويق (من 6 - 7 أشهر).

1. إطلاق تجريبي (6 أشهر).
  - تشغيل المعرض لفترة تجريبية.

○ جمع ردود الفعل من العملاء الأوليين.

2. حملة تسويقية (7 أشهر).

○ إطلاق حملة تسويقية شاملة.

○ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات.

المرحلة الرابعة: التشغيل والتوسع (من 8 – 12 شهر).

1. تحسين العمليات (من 8-9 أشهر).

○ تحليل الأداء والتغذية الراجعة.

○ تحسين العمليات والإجراءات.

2. التوسع والشراكات (من 10-12 شهر).

○ البحث عن فرص للتوسع (فروع جديدة، شراكات).

○ تطوير استراتيجيات طويلة الأجل للنمو.

المرحلة الخامسة: التقييم والمراجعة (نهاية السنة الأولى).

1. التقييم النهائي (الشهر 12).

○ تقييم شامل لأداء المشروع.

○ مراجعة وتحليل الإنجازات والتحديات.

○ وضع خطط لتحسين الأداء والتوسع في السنة التالية.

يمكن تعديل هذا الجدول الزمني وفقاً للاحتياجات المحددة والموارد المتاحة للمشروع. من المهم الالتزام بمراحل التنفيذ لضمان نجاح المشروع وتحقيق أهدافه.

## المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

يمكن لمشروعنا أن يتميز بعدة جوانب ابتكارية لضمان التفرد والنجاح في سوق المنتجات التقليدية، وهذه بعض الأفكار التي يمكن اعتمادها في هذا المشروع:

### 1. تخصيص العروض حسب الطلب.

• إمكانية التعديل: توفير خدمة تعديل المنتج التقليدي بعد التجربة الأولى بناءً على ملاحظات الزبون.

## 2. تقنيات الإنتاج المستدام.

- مكونات مستدامة: التركيز على الطابع التقليدي للمنتجات مع التطوير ، مما يعزز من جاذبية الزبائن الذين يهتمون بالتراث والتقاليد .
- الاتقان: الالتزام بالإتقان والجودة العالية بشكل مستدام .

## 3. الابتكار في التسويق.

- برنامج اشتراك: توفير برنامج اشتراك شهري للحرف والصناعات التقليدية ، حيث يمكن للعملاء الحصول على عرض جديد أو مخصص كل شهر.
- شراكات مع مؤثرين: التعاون مع مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لترويج الحرف والصناعات التقليدية وتقديم تجارب شخصية لزيادة الوعي بأهمية التراث .

## 4. تجربة العملاء وخدمة ما بعد البيع.

- خدمة عملاء متميزة: تقديم خدمة عملاء استثنائية تشمل الاستشارات الشخصية في مجال الحرف والصناعات التقليدية، وخدمات التوصيل السريع.

## 5. الإبداع في تصميم المنتجات.

- تصاميم فريدة للمنتجات : ابتكار تصاميم فريدة وجذابة للمنتجات تعكس تراث البلاد وهوية العلامة التجارية وتوفر تجربة مرئية وحسية فريدة.
- إصدارات محدودة: إصدار عروض خاصة ومحدودة في المناسبات الخاصة أو كجزء من سلسلة حصرية لجذب المزيد من العملاء.

## 6. التجارب الحسية المتكاملة.

- ورش عمل وتدريب: تقديم برامج تدريبية للشباب والأطفال لنقل المهارات التقليدية وتعزيز الوعي بأهمية التراث الثقافي
- معارض وأحداث مباشرة: إقامة فعاليات ومعارض تفاعلية بتقنيات الواقع الافتراضي حيث يمكن للعميل تجربة الحرف والصناعات التقليدية والتعرف على العملية الإبداعية وراءها (إقامة قاعات متخصصة لكل نوع من الحرف مع شاشات عرض رقمية ، تنظيم فعاليات ترويجية للمنتجات التقليدية) .

إن اعتماد هذه الجوانب الابتكارية يمكن أن يساعد في جعل "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" مشروعاً مميزاً وجذاباً في الحرف والصناعات التنافسية .

### 1. عرض القطاع السوقى.

عرض القطاع السوقى لمشروع مؤسسة "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" يتطلب تحليلاً مفصلاً للسوق الذي ستعمل فيه المؤسسة، وسيقسم هذا العرض إلى عدة أجزاء تشمل:

#### 1.1. نظرة عامة على المعارض المحلية :

- حجم السوق والنمو: تقديم تقديرات عن حجم سوق المعارض المحلية والوطنية وحتى الدولية في مرحلة ما، والنمو المتوقع في السنوات المقبلة.
- اتجاهات السوق: ذكر الاتجاهات الحديثة مثل الطلب على المنتجات والعروض التقليدية، واللمسات المضافة لها .

#### 2.1. تحليل السوق المستهدف:

- العملاء المحتملون: تحديد الفئات المستهدفة من العملاء ( الأسر والعائلات ) لتقديم تجربة ترفيهية وتعليمية،(الباحثين و المؤرخين والطلبة) لتوفر مصدر غني بالمعلومات ،والسياح من داخل الوطن وخارجه الباحثين عن تجربة ثقافية غنية وأصيلة ) ومعرفة تفضيلاتهم وسلوكياتهم الشرائية.
- التوزيع الجغرافي: تحليل الأسواق الجغرافية التي ستستهدفها المؤسسة (محلي، وطني، ودولي).

#### 3.1. تحليل المنافسين:

- الشركات المنافسة: تحديد المنافسين الرئيسيين في السوق، وتحليل نقاط القوة والضعف لديهم.
- الأسعار والجودة: مقارنة بين أسعار وجودة منتجات و عروض المنافسين وما يمكن أن تقدمه "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" كمزايا تنافسية.

#### 4.1. القنوات التسويقية والتوزيع:

- القنوات الإلكترونية: ذكر استراتيجيات البيع عبر الإنترنت مثل الموقع الإلكتروني، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- القنوات التقليدية: تحديد المتاجر الفعلية( ورشات خياطة ، محلات صناعة الفخار )، والتوزيع عبر محلات التجزئة، والشراكات مع محلات الصناعات والحرف التقليدية .

#### 5.1. استراتيجيات التسويق:

- استراتيجية التسويق الرقمي: تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وحملات الإعلانات المدفوعة.

- التسويق التجريبي: تنظيم فعاليات وتجارب حية للعملاء لتجربة الحرف والصناعات التقليدية .
- التسويق بالمؤثرين: التعاون مع مؤثرين في مجال التقليد و العصرية ( الموضة ) لزيادة الوعي بأهمية التراث ماضيا وحاضرا ومستقبلا .

#### 6.1. تحليل: نقاط القوة، ونقاط الضعف، والفرص، والتهديدات:

- نقاط القوة: مثل الابتكار من خلال الجمع بين الأصالة والموضة في المنتجات، العلامة التجارية الفريدة، جودة المكونات.
- نقاط الضعف: مثل نقص الخبرة السوقية، الحاجة لرأس المال، الاعتماد على الموردين.
- الفرص: مثل التوسع في أسواق جديدة، والإقبال على المنتجات التقليدية المعاصرة ، والشراكات مع مؤسسات ومعارض أخرى.
- التهديدات: مثل المنافسة الشديدة، وتغيرات في تفضيلات المستهلكين ، اكتساح التكنولوجيا .

#### نظرة عامة على سوق الحرف والمنتجات التقليدية :

##### حجم السوق والنمو:

حسب بعض التقديرات فإن سوق الحرف والصناعات التقليدية يشهد توسعا مستمرا، وهذا نتيجة زيادة الإقبال على كل ما هو تقليدي بلمسات عصرية واستثماره كمورد اقتصادي لدفع عجلة التنمية الوطنية وذلك على المستوى العالمي في الأماكن الرسمية والعامة ومختلف التظاهرات الثقافية ( معارض دولية ، تظاهرات رياضية ، فنادق ، مطاعم .....)

##### الاتجاهات السوقية الحديثة:

- المنتجات التقليدية والعصرية: تزايد الطلب على المنتجات التي تمزج بين الأصالة والحداثة .
- التخصيص والتفصيل: زيادة الإقبال على اقتناء كل ما هو تقليدي تمسكا وتعبيرا عن الهوية الوطنية.
- التقنيات الحديثة: استخدام التكنولوجيا والعصرية في مختلف التشكيلات التقليدية وتطويرها .

##### تحليل السوق المستهدف:

##### العملاء المحتملون:

- الأسر والعائلات : لتقديم تجربة ترفيهية تعليمية للأطفال والكبار .
- السياح داخل الوطن وخارجه: الباحثين عن تجربة ثقافية غنية وأصيلة
- الباحثون ومؤرخون (تاريخ، علم الآثار): لتوفير مصدر مادي غني بالمعلومات والدراسات عن التراث الجزائري .
- الشباب والطلاب : لتشجيعهم على الحرف التقليدية وتقديرها .

##### التوزيع الجغرافي:

- محليًا: المدن الكبرى والمناطق الحضرية.
- إقليميًا: دول الخليج العربي والمغرب العربي.
- دوليًا: الأسواق الأوروبية والآسيوية.

تحليل المنافسين:

المعارض المنافسة :

- دوليا : معارض دولية ( الصالون الدولي للصناعة التقليدية .المنستير.تونس ).
- محليا : متاحف ولاية المسيلة (الحضنة بالمسيلة، قلعة بني حماد بالمعاضيد، سوق الصناعات التقليدية بوسعادة)

الأسعاروالجودة:

"معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية " يمكن أن تتميز بتقديم منتجات عالية الجودة بأسعار تنافسية، مع التركيز على عروض تجمع بين الأصالة والمعاصرة .

القنوات التسويقية والتوزيع:

القنوات الإلكترونية:

- موقع إلكتروني: للتجارة الإلكترونية وعرض المنتجات.
- وسائل التواصل الاجتماعي: مثل Instagram ، Facebook ، Twitter.

القنوات التقليدية:

- المتاجر الفعلية: محلات وورشات خياطة و طرز و الفخار والحلي والزرابي ومختلف الحرف والمعارض .
- التجزئة:التعاون مع تجار التجزئة.

استراتيجيات التسويق:

استراتيجية التسويق الرقمي:

- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام الإعلانات المدفوعة.
- التسويق بالمحتوى: إنتاج محتوى يتعلق بالحرف والصناعات التقليدية .

## التسويق التجريبي:

- تنظيم فعاليات : لتجربة الحرفيين ميدانيا أمام الزوار من خلال متجر ( سوق الحرف التقليدية )، مركز أنشطة تدريبية وتعليمية تفاعلية للشباب والأطفال لنقل المهارات وتمكينهم من تجربة العمل بأنفسهم .
- التجارب الحية: في المتاجر الفعلية لزيادة التفاعل مع العملاء ( استضافة معارض مؤقتة وفعاليات ثقافية، تقنيات الواقع الافتراضي وشاشات عرض رقمية لتاريخ الحرف ، متاجر لمنتجات يدوية حصرية ، برامج تدريبية ، أمسيات ثقافية وعروض موسيقية وفنية مستوحاة من التراث )

## التسويق بالمؤثرين:

- التعاون مع مؤثرين: لديهم قاعدة جماهيرية كبيرة في مجال التراث ( سياح ، مؤرخين وباحثين ، طلبة ..... )

## تحليل:

### نقاط القوة:

- الابتكار من خلال إضافة لمسة حداثة على كل ما هو تقليدي .
- جودة التصميم وقوة العراقة .
- هوية علامة تجارية فريدة ( التقليدي العصري والحصري )

### نقاط الضعف:

- نقص الخبرة في السوق.
- الحاجة إلى استثمارات كبيرة للتوسع وهو ما نعاني منه نحن في البداية.
- الاعتماد على موردين محددین، نظرا لقلّة الامكانيات والاهتمام بالتراث يقتصر على فئات محدودة .

## الفرص:

- التوسع في أسواق جديدة بالانفتاح على معارض دولية وتبادل الموروث الثقافي الدولي واستثماره في التجديد .
- الإقبال على التقليدي كونه جزء لا يتجزأ من الهوية الوطنية .
- الشراكات مع مؤسسات أخرى متى أتاحت الفرصة.

## التحديات:

- المنافسة الشديدة ( خاصة المحلية في البداية ) .
- التقلبات الاقتصادية ( اكتساح التكنولوجيا للميدان ) .
- تغييرات في تفضيلات المستهلكين.

"معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" تمتلك الفرصة لدخول سوق المنتجات التقليدية بقوة من خلال التركيز على الابتكار والتجديد والجودة والتسويق الفعال، من خلال تحليل دقيق للسوق وتطبيق استراتيجيات تسويقية مستحدثة، ويمكن للمؤسسة أن تكون نموذجا يحتذى به في مجال الحفاظ على التراث الثقافي وتعزيز السياحة الثقافية من خلال مزج التقاليد بالتكنولوجيا، كما يسعى المعرض أن يكون جسرا بين الماضي والمستقبل وعامل انفتاح على مختلف الثقافات المحلية والدولية داعما بذلك للهوية الجزائرية ومصدرا للإلهام والابتكار، ووجهة تعزز التقدير العالمي للثقافة الجزائرية الغنية.

## 2. قياس شدة المنافسة:

لقياس شدة المنافسة لمشروع مؤسسة ناشئة مثل "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية"، يمكن اتباع الخطوات التالية لتحليل السوق والمنافسين:

### 1.2. تحليل السوق:

- حجم السوق:
  - تقييم حجم سوق المنتجات التقليدية في المنطقة المستهدفة. يمكن الحصول على بيانات من تقارير السوق أو الجهات الحكومية المختصة.
- نمو السوق:
  - دراسة معدلات نمو السوق السنوية. هل السوق في حالة توسع أم انكماش؟

### 2.2. تحليل المنافسين:

- تحديد المنافسين الرئيسيين:
  - حدد المعارض الكبرى والمتوسطة والصغيرة التي تقدم (عروض) منتجات مشابهة.
- تحليل المنتجات والخدمات:
  - قارن عروض ومنتجات المنافسين من حيث الجودة، الأسعار، التشكيلة، والتوزيع.
  - حدد نقاط القوة والضعف لكل منافس.
- استراتيجيات التسويق:
  - راقب استراتيجيات التسويق والترويج المستخدمة من قبل المنافسين.
  - حدد القنوات التسويقية التي يستخدمونها (مثل المتاجر الإلكترونية، المتاجر التقليدية، وسائل التواصل الاجتماعي).

### 3.2. تحليل العميل المستهدف:

- حدد فئة العملاء الذين يستهدفهم المنافسون. هل يركزون على السياح من داخل الجزائر ام من خارجها ، مؤرخين وباحثين عائلات وأسر ، شباب وأطفال ؟.
- تفضيلات العملاء:
- دراسة تفضيلات العملاء من حيث المنتجات التقليدية (أزياء تقليدية ، تحف أثرية ، زرابي ، حلي....)، الأسعار، وتفضيلات العلامة التجارية .

### 4.2. الابتكار والتميز:

- تحديد عوامل التميز:
- ابتكار منتجات جديدة أو تحسين المنتجات الحالية.
- تقديم خدمات مميزة (مثل خدمة العملاء، التوصيل السريع) .

### 5.2. تحليل الاتجاهات المستقبلية:

- التكنولوجيا:
- كيف يمكن للتكنولوجيا تحسين عمليات الإنتاج والعرض والتسويق؟
- البيئة:
- كيف يمكن للمشروع تبني ممارسات صديقة للبيئة لجذب شريحة أكبر من العملاء؟

### الخاتمة:

قياس شدة المنافسة يتطلب جمع وتحليل الكثير من البيانات من مصادر متنوعة، ويمكن أن تكون هذه العملية معقدة لكنها ضرورية لتطوير استراتيجية ناجحة لمشروع "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية". بناء على هذا التحليل، يمكن اتخاذ قرارات صائبة بشأن كيفية التميز في العرض السوق وجذب العملاء .

### 3.الاستراتيجية التسويقية:

لإعداد استراتيجية عرض تسويقية فعالة لمؤسسة ناشئة تُسمى "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية"، يمكن اتباع الخطوات التالية:

### 1.3 تحديد الفئة المستهدفة.

- الديموغرافية: تحديد الفئة (أسر وعائلات ، مؤرخين وطلبة ، شباب و أطفال ، سياح)، ومستوى الدخل.
- الجغرافية: التركيز على المناطق الجغرافية التي تستهدفها.
- الاهتمامات والسلوكيات: فهم تفضيلات العملاء.

### 2.3. وضع العلامة التجارية.

- الشعار والاسم: التأكد من أن الاسم والشعار يعكسان الأصالة والفخامة والأناقة.
- الرؤية والرسالة: تحديد الرؤية والرسالة التي تتماشى مع قيم المؤسسة.
- تصميم المنتج: العناية بالتصميم لجذب العملاء وتقديم تجربة فريدة.

### 4.3. استراتيجيات التسعير.

- تسعير تنافسي: تحديد أسعار تنافسية مقارنة بالمنافسين.
- تسعير ممتاز: وضع أسعار مرتفعة للمنتجات الراقية التي تستهدف العملاء المتميزين كتحف لرموز السيادة الوطنية بالنسبة للسياح الأجانب.

### 5.3. قنوات التوزيع.

- المتاجر الإلكترونية: إنشاء موقع إلكتروني لبيع مختلف المنتجات.
- التوزيع عبر الشركاء: التعاون مع معارض وورشات عمل محلية للمنتجات التقليدية.
- المتاجر الخاصة: فتح متاجر وورش عمل في الأماكن الاستراتيجية.

### 6.3. استراتيجيات التسويق الرقمي.

- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام انستغرام، و فيسبوك، وتيك توك لنشر محتوى جذاب.
- التسويق عبر المؤثرين: التعاون مع المؤثرين.

### 7.3. الحملات الترويجية.

- العروض الترويجية: تقديم خصومات وعروض خاصة في المناسبات.
- الهدايا المجانية: تقديم هدايا مجانية لجذب العملاء.
- الفعاليات والمعارض: المشاركة في الفعاليات والمعارض لتسويق المنتجات.

### 8.3. بناء علاقات مع العملاء.

- خدمة العملاء: توفير خدمة عملاء ممتازة والاستجابة السريعة للاستفسارات.
- البرامج: إنشاء برامج لزيادة تكرار الشراء.

باتباع هذه الاستراتيجيات، يمكن لمؤسسة "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" بناء علامة تجارية قوية وتحقيق النجاح في سوق الحرف والمنتجات التقليدية الجزائري وربما حتى الدولي مستقبلا.

## المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

إطلاق مشروع مؤسسة "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" يتطلب تخطيطاً دقيقاً وتنظيماً محكماً لضمان النجاح، لذلك وضعنا الخطة التالية:

### 1. عملية الإنتاج:

#### 1.1. تصميم المنتج:

- اختيار نماذج من المنتجات التقليدية: البدء بانتقاء الأكثر طلباً وتطويرها بما يلي أذواق مختلفة. يمكن ذلك من خلال استشارة خبراء في التصميم.
- تطوير النماذج: تجربة وتعديل مختلف التشكيلات التقليدية حتى الوصول إلى النماذج النهائية المطلوبة.

#### 2.1. التصنيع:

- المعدات: تجهيز مساحات مخصصة لمشاركة الحرفيين تجربتهم الحية أمام الزوار، قاعات وورش العرض والأمسيات الثقافية والعروض الموسيقية، سوق الحرف التقليدية، شراء وتركيب شاشات العرض التفاعلية وتوصيل وتفعيل تقنيات الواقع الافتراضي.....
- خطة الإنتاج: تحديد خطوات العرض بدءاً من جلب المنتجات من مراكز تصنيعها إلى عرضها وتسويقها وتوصيلها
- الجودة: وضع معايير صارمة للجودة وإجراء اختبارات لضمان سلامة المنتجات وجاذبيتها.

### 2. التموين:

#### 1.2. المواد الخام:

- الموردون: التعاقد مع موردين موثوقين للمواد الخام مثل جودة المادة الأولية ( حرير ، طين ، نحاس ..... ) .
- التخزين: توفير مساحة تخزين مناسبة للحفاظ على جودة المواد الخام ونظافة المنتجات وسلامتها.

#### 2.2. إدارة المخزون:

- أنظمة المخزون: استخدام نظام إدارة مخزون لمتابعة الكميات المتاحة والطلب.
- المراقبة: مراقبة المخزون بانتظام للتأكد من عدم وجود نقص أو فائض.

#### 1.3. التوظيف:

- العمالة الفنية: تعيين مصممين وحرفيين متخصصين في مختلف الصناعات .
- العمالة التشغيلية: توظيف عمال لتشغيل خط الإنتاج والتوصيل والتسويق .
- التدريب: توفير برامج تدريب للعاملين لضمان إتباع معايير الإنتاج والجودة والاقتناء والتسويق .

#### 2.3. بيئة العمل:

- السلامة: توفير بيئة عمل آمنة للعاملين، وتطبيق إجراءات السلامة المهنية.
- التحفيز: تقديم حوافز للعاملين لزيادة الإنتاجية وضمان رضاهم.

### 4. الشراكات الرئيسية:

#### 1.4. الشراكات الاستراتيجية:

- الموزعون: التعاقد مع موزعين رئيسيين لتوزيع العروض ( المنتجات التقليدية ) على مستوى واسع .
- التجار: التعاون مع متاجر التجزئة والعلامات التجارية الكبرى لبيع المنتجات ( العروض )

#### 2.4. التسويق والترويج:

- العلامات التجارية: التعاون مع شخصيات معروفة للترويج للمنتجات.
- المعارض والفعاليات: المشاركة في المعارض التجارية والفعاليات للترويج وتعزيز الوعي بأهمية التراث كمصدر فخر وطني مادي ومعنوي غني بالمعلومات .

#### 3.4. البحث والتطوير:

- الشركات البحثية: التعاون مع معارض و ورشات لتطوير منتجات جديدة وتحسين المنتجات الحالية.
- الجامعات: عقد شراكات مع جامعات ومعاهد علمية لإجراء أبحاث ودراسات ميدانية لتطوير العروض .

هذه الخطة ستساعد مؤسسة "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية" على تنظيم عملية الإنتاج وعرض وتسويق وتوصيل المنتجات بفعالية، ، وتوظيف اليد العاملة المناسبة، وبناء شراكات قوية لدعم نمو المؤسسة وتحقيق النجاح في سوق المنتجات التقليدية .

## 1- الجدول الأول : الميزانية المالية: (BILAN)

هذا الجدول يمثل الميزانية المالية (Bilan) للمشروع على مدى زمني يمتد من سنتين سابقتين (N1 ، N2) وسنة حالية (N) بالإضافة إلى توقعات مالية لخمسة أعوام (من N+1 إلى N+5) وينقسم إلى قسمين:

- الأصول: (Actif) تشمل الممتلكات والمعدات والاستثمارات.
- قيمة كل أصل في السنوات المختلفة، موضحة بالآلاف الدنانير الجزائرية. (en milliers DZD)

- عناصر رئيسية:

- Immobilisation Incorporelles (أصول غير مادية) — مثال: البرمجيات أو حقوق الملكية الفكرية.
- Immobilisation Corporelles (أصول مادية) — مثل: الأراضي، المباني، التجهيزات.
- Autres Immobilisations Corporelles (أصول مادية أخرى): وتحتوي على مبلغ كبير يصل إلى 920,000 د.ج.

## 2- جدول التكاليف والإيرادات (TCR – Tableau des Charges et Revenus)

هذا الجدول يعرض النتائج المالية المتوقعة والحقيقية للمشروع، ويُعرف غالبًا بـ "جدول الاستغلال" أو بيان حسابات الأرباح والخسائر. يقارن بين:

- REALISATION: (الإنجازات الفعلية) للسنتين N-1 وN-2
- PREVISION: (التوقعات المالية) من السنة N إلى N+5

يركّز على:

- الإيرادات (المبيعات)
- التكاليف المباشرة وغير المباشرة
- القيمة المضافة (Valeur ajoutée) الناتجة عن النشاط

## 3- الجدول 3: جدول التدفقات المالية النقدية (TFT – Tableau de Financement de Trésorerie)

جدول TFT هو جدول التدفقات النقدية التقديرية، ويستخدم لتحليل تطور السيولة النقدية في المشروع خلال السنوات القادمة، سواء من:

- الموارد: أي دخول الأموال (كالتموليل، المبيعات، الإعانات، رأس المال...)
- الاستخدامات: أي مصاريف وخروج الأموال (كالشراء، الرواتب، الضرائب، الاستثمار...)

يقيس هذا الجدول قدرة المشروع على:

- تغطية مصاريفه التشغيلية والاستثمارية
- الحفاظ على توازن الخزينة
- تقدير الحاجة إلى تمويل إضافي إن وُجدت فجوات.

#### 4- الجدول رقم 4: رقم الأعمال (Chiffre d'affaires):

يمثل الجدول تطور رقم الأعمال الخاص بمنتج A الموجه للزبائن خلال فترة تمتد من السنة المرجعية (N) حتى خمس سنوات لاحقة. (N+5) يبين الجدول الكمية المتوقعة من المبيعات، وسعر البيع بدون ضرائب (HT)، وحجم المبيعات لكل سنة، مما يسمح بحساب رقم الأعمال الإجمالي السنوي. انطلقت التوقعات من بيع 1,440 وحدة في السنة N+1 بسعر 5,000 دج للوحدة، لتصل تدريجياً إلى 2,108 وحدة في السنة N+5، مما أدى إلى ارتفاع رقم الأعمال من 7,200,000 دج إلى 10,541,520 دج. يعكس هذا الجدول نمواً منتظماً في المبيعات والإيرادات على مدار السنوات، ما يدل على تطور إيجابي للنشاط التجاري.

-1 الجدول الأول: الميزانية المالية: (BILAN)

ACTIF								
En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Immobilisation Incorporelles			280,000.00	280,000.00	280,000.00	280,000.00	280,000.00	280,000.00
Immobilisation Corporelles			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Terrain			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Bâtiment			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Autres Immobilisations Corporelles			920,000.00	736,000.00	552,000.00	368,000.00	184,000.00	0.00
Immobilisations en concession			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Immobilisation en cours			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Immobilisations Financières			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Titres mis en équivalence			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Autres participations et créances rattachées			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Autres Titres immobilisés			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Prêts et autres titres financiers non courants			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Impôts différés actif			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ACTIF NON COURANT</b>	0.00	0.00	1,200,000.00	1,016,000.00	832,000.00	648,000.00	464,000.00	280,000.00
Stocks et encours			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Créances et emplois assimilés			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Clients			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Autres débiteurs			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Impôts et assimilés			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Autres créances et emplois assimilés			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Disponibilités et assimilés			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Placements et autres actifs financiers courants			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Trésorerie			2,629,525.33	2,985,365.33	3,803,725.33	5,130,857.33	7,017,638.53	9,520,033.85
<b>ACTIF COURANT</b>	0.00	0.00	2,629,525.33	2,985,365.33	3,803,725.33	5,130,857.33	7,017,638.53	9,520,033.85
<b>TOTAL ACTIF</b>	0.00	0.00	3,829,525.33	4,001,365.33	4,635,725.33	5,778,857.33	7,481,638.53	9,800,033.85



**(TCR – Tableau des Charges et Revenus) جدول التكاليف والإيرادات -2**

En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes			0.00	7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00
Variation des stocks produits finis et en cours								
Production immobilisée								
Subvention d'exploitation								
<b>Production de l'exercice</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>7,200,000.00</b>	<b>7,920,000.00</b>	<b>8,712,000.00</b>	<b>9,583,200.00</b>	<b>10,541,520.00</b>
Achats consommés			0.00	1,836,000.00	2,019,600.00	2,221,560.00	2,443,716.00	2,688,087.60
Services Extérieurs et autres consommations			0.00	1,379,360.00	1,453,240.00	1,534,508.00	1,623,902.80	1,722,237.08
<b>Consommation de l'exercice</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>3,215,360.00</b>	<b>3,472,840.00</b>	<b>3,756,068.00</b>	<b>4,067,618.80</b>	<b>4,410,324.68</b>
<b>Valeur ajoutée d'exploitation</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>3,984,640.00</b>	<b>4,447,160.00</b>	<b>4,955,932.00</b>	<b>5,515,581.20</b>	<b>6,131,195.32</b>
Charges de personnel			0.00	3,628,800.00	3,628,800.00	3,628,800.00	3,628,800.00	3,628,800.00
Impôts et taxes et versement assimilés								
<b>Excédent Brut d'Exploitation</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>355,840.00</b>	<b>818,360.00</b>	<b>1,327,132.00</b>	<b>1,886,781.20</b>	<b>2,502,395.32</b>
Autres produits opérationnels								
Autres charges opérationnelles								
Dotations aux amortissements, Provisions	0.00	0.00	0.00	184,000.00	184,000.00	184,000.00	184,000.00	184,000.00
Reprise sur pertes de valeurs et provisions								
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>171,840.00</b>	<b>634,360.00</b>	<b>1,143,132.00</b>	<b>1,702,781.20</b>	<b>2,318,395.32</b>
Produits Financiers								
Charges financières								
Résultat financier	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Résultat Ordinaire avant impôt</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>171,840.00</b>	<b>634,360.00</b>	<b>1,143,132.00</b>	<b>1,702,781.20</b>	<b>2,318,395.32</b>
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	0.00	0.00	0.00	171,840.00	634,360.00	1,143,132.00	1,702,781.20	2,318,395.32
Eléments extraordinaire (produits)								
Eléments extraordinaire (charges)								
Résultat extraordinaire	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>RESULTAT NET DE L'EXERCICE</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>171,840.00</b>	<b>634,360.00</b>	<b>1,143,132.00</b>	<b>1,702,781.20</b>	<b>2,318,395.32</b>

(TFT – Tableau de Financement de Trésorerie) الجدول 3: جدول التدفقات المالية النقدية

En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
<b>Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles</b>								
Encaissements reçus des clients			0.00	7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00
Sommes versées aux fournisseurs et au personnel			0.00	-6,844,160.00	-7,101,640.00	-7,384,868.00	-7,696,418.80	-8,039,124.68
Intérêts et autres frais financiers payés								
Impôts sur les résultats payés								
Flux de trésorerie avant éléments extraordinaires								
Flux de trésorerie lié à des éléments extraordinaires								
<b>Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles (A)</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>355,840.00</b>	<b>818,360.00</b>	<b>1,327,132.00</b>	<b>1,886,781.20</b>	<b>2,502,395.32</b>
<b>Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissement</b>								
Décassements sur acquisitions d'immobilisations corporelles ou incorporelles		0.00	-1,200,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Encaissements sur cessions d'immobilisations corporelles ou incorporelles								
Décassements sur acquisitions d'immobilisations financières								
Encaissements sur cessions d'immobilisations financières								
Intérêts encaissés sur placements financiers								
Dividendes et quote-part de résultats reçus								
<b>Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissements (B)</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>-1,200,000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Flux de trésorerie provenant des activités de financements</b>								
Encaissements suite à l'émission d'actions		0.00	3,829,525.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Dividendes et autres distributions effectuées								
Encaissements provenant d'emprunts		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Remboursements d'emprunts ou d'autres dettes assimilées								
<b>Flux de trésorerie net provenant des activités de financement (C)</b>			3,829,525.33	-	-	-	-	-
Incidences des variations des taux de change sur liquidités et quasiliquidités								
<b>Variation de trésorerie de la période (A+B+C)</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>2,629,525.33</b>	<b>355,840.00</b>	<b>818,360.00</b>	<b>1,327,132.00</b>	<b>1,886,781.20</b>	<b>2,502,395.32</b>
<b>Trésorerie ou équivalent de trésorerie au début de la période</b>		0	0.00	2,629,525.33	2,985,365.33	3,803,725.33	5,130,857.33	7,017,638.53
<b>Trésorerie ou équivalent de trésorerie à la fin de la période</b>		0.00	2,629,525.33	2,985,365.33	3,803,725.33	5,130,857.33	7,017,638.53	9,520,033.85
<b>Variation de la trésorerie de la période</b>		0.00	2,629,525.33	355,840.00	818,360.00	1,327,132.00	1,886,781.20	2,502,395.32
<b>résultat comptable</b>		<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>171,840.00</b>	<b>634,360.00</b>	<b>1,143,132.00</b>	<b>1,702,781.20</b>	<b>2,318,395.32</b>
<b>Rapprochement avec le résultat comptable</b>		0.00	2,629,525.33	184,000.00	184,000.00	184,000.00	184,000.00	184,000.00

- الجدول رقم 4: رقم الأعمال (Chiffre d'affaires):

رقم الأعمال

Produit A destiné Client	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit A			0.00	1,440.00	1,584.00	1,742.40	1,916.64	2,108.30
Prix HT produit A			0.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Ventes produit A			0.00	1,440.00	1,584.00	1,742.40	1,916.64	2,108.30
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL</b>	-	-	0.00	7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00
Quantité produit A			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Prix HT produit A			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ventes produit A			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL</b>	-	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL</b>	-	-	0.00	7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00

مصاريف المستخدمين

المصاريف الشهرية الكلية	العدد	المصاريف الشهرية (التأمين + الضرائب) (دج)	النوع
100,800.00	1	100,800.00	مسير
126,000.00	2	63,000.00	موظف مبيعات
75,600.00	1	75,600.00	مصمم محتوى المنصة
302,400.00			مصاريف الأجر الشهرية
3,628,800.00			مصاريف الأجر السنوية
4			مجموع العمال

## التجهيزات

اجمالي المبلغ	المبلغ	العدد	التعيين
285,000.00	95,000.00	3	حاسوب مكتبي
94,000.00	47,000.00	2	طابعة
112,000.00	28,000.00	4	مكاتب وكراسي
180,000.00	180,000.00	1	تصميم الشعار وتطوير التطبيق
100,000.00	100,000.00	1	مصاريف التسجيل وتراخيص ممارسة النشاط
75,000.00	25,000.00	3	خزانات
158,000.00	79,000.00	2	مكيفات هواء
120,000.00	120,000.00	1	نظام أمن
76,000.00	19,000.00	4	رفوف عرض
1,200,000.00			المجموع الكلي

## مواد مستهلكة

اجمالي المبلغ	المبلغ	العدد	التعيين
1,800,000.00	150,000.00	12.00	مواد أولية (قماش، خيط، نحاس، فخار...الخ)
36,000.00	3,000.00	12.00	لوازم مكتبية (ورق، حبر، أقلام...الخ)
1,836,000.00			المجموع السنوي

## مصاريف أخرى

اجمالي المبلغ	المبلغ	العدد	التعيين
540,000.00	540,000.00	1.00	الإيجار
40,800.00	40,800.00	1.00	كهرباء/غاز/ماء
150,000.00	150,000.00	1.00	مصاريف التسويق
55,200.00	55,200.00	1.00	مصاريف الهاتف والانترنت
45,360.00	45,360.00	1.00	مصاريف التدريب والتكوين
96,000.00	96,000.00	1.00	مصاريف الصيانة
120,000.00	120,000.00	1.00	مصاريف تشغيل المنصة (استضافة، نطاق، حماية...الخ)
252,000.00	252,000.00	1.00	مصاريف النقل والتوزيع
80,000.00	80,000.00	1.00	أتعاب مختلفة (محاسب، موقت، محامي...الخ)
1,379,360.00			المجموع السنوي

## نموذج العمل التجاري "معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية"

الشركات الرئيسية (Key Partners)	الأنشطة الرئيسية (Key Activistes)	القيمة المقدمة (Value Proposition)	العلاقات مع العملاء (Customer Relationships)	شرائح العملاء (Customer Segments))
<p>- حاضنة جامعة المسيلة.</p> <p>- الصندوق الوطني لدعم المشاريع الناشئة.</p> <p>- السجل التجاري.</p> <p>- دار المقاولاتية.</p> <p>- شركات التأمين.</p> <p>- شركاء التوزيع (تجار الجملة والتجزئة).</p> <p>- المعارض والورشات.</p>	<p>- التخطيط للمشروع ودراسة الجدوى الاقتصادية .</p> <p>- التمويل بالقروض ، تمويل ذاتي ، دعم الحاضنة .</p> <p>- كراء مقر لإقامة المعرض .</p> <p>- شراء مختلف المعدات والتجهيزات .</p> <p>- تكوين فرق عمل وتحديد المهام والعلاقات .</p> <p>- توظيف حرفيين ومصممين وإداريين وعمال نظافة وعمال تشغيل خط الإنتاج والتوصيل والتسويق.</p> <p>- انتقاء المنتجات التقليدية الأكثر طلبا وتطويرها .</p> <p>- تعديل مختلف التشكيلات التقليدية حتى الوصول إلى النماذج النهائية المطلوبة .</p> <p>- وضع استراتيجية تسويقية (تسويق رقمي . . . )</p> <p>- بناء شبكة توزيع (متاجر، معارض محلية ووطنية)</p> <p>- تطوير التطبيق و المنصة .</p> <p>- الظهور الرقمي للعلامة والترويج لها .</p> <p>- فتح المعرض وتقديم عروض بتصاميم تمثل تجربة فريدة تعكس الأصالة والاناقة وتتماشى مع قيم المؤسسة وتراعي تفضيل العميل .</p>	<p>" معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية " هو مشروع تعليمي ثقافي اجتماعي اقتصادي نسعى من خلاله لتقديم جملة من القيم منها :</p> <p>✓ قيمة الابتكار و الإبداع بتقديم عروض تقليدية بتصاميم أنيقة ومميزة مقارنة بالموجودة في السوق لخلق هوية تجارية فريدة وحصريّة</p> <p>✓ جودة المنتجات والعروض من خلال استخدام مكونات عالية الجودة</p> <p>✓ الخدمة المخصصة والمميزة أي تخصيص العروض بناء على تفضيلات العملاء وإمكانية التوصيل بألية سريعة وسهلة</p> <p>✓ التزام الشفافية في جميع جوانب المنتج من المكونات الى التصميم والعرض والاسعار .</p> <p>✓ التزام المسؤولية الاجتماعية وذلك بتوطيد العلاقة بين الأجيال من خلال خلق فرص عمل للحرفيين وتعزيز دورهم بفضل التعلم المشترك والميداني للحرف .</p> <p>✓ الاستدامة والمسؤولية البيئية باعتماد ممارسات صديقة للبيئة .</p> <p>✓ تعزيز الشعور بالانتماء الوطني بتسليط الضوء على تنوع التراث الوطني كمصدر فخر .</p> <p>✓ التعاون والشراكة من خلال بناء علاقات قوية ودائمة مع الموردين والشركاء لدعم نمو الاقتصاد الوطني .</p>	<p><b>- خلق العلاقة :</b> من خلال عرض المنتجات التي يقدمها المعرض عبر وسائل التواصل الاجتماعي في محتوى جذاب ومبتكر ومحفز بما يلبي أذواق وتفضيلات العميل ويجعله يقيم العرض والخدمة مقارنة بالمنافسين وذلك بمساعدة مؤثرين ومشاهير</p> <p><b>- تطوير العلاقة :</b> بدعم العملاء عبر الهاتف والبريد الإلكتروني والاستجابة السريعة للاستفسارات وتقديم برامج ولاء لتشجيع الشراء المتكرر من خلال تخفيضات وعروض خاصة في المناسبات وتقييم هدايا مجانية وتنظيم فعاليات وتجارب معارض</p> <p><b>- استدامة العلاقة :</b> من خلال خدمة ما بعد البيع وإمكانية التعديل للمنتجات التقليدية حسب ملاحظات الزبائن وتخصيص العروض حسب الطلب مع التزام الإتقان والجودة بشكل مستدام واعتماد استراتيجيات تسعير تعتمد على تحديد أسعار تنافسية مقارنة بالمنافسين وأسعار مرتفعة للمنتجات الراقية التي تستهدف العملاء المتميزين ( السياح ) .</p>	<p><b>الفئة المستهدفة :</b></p> <p>- أسر وعائلات .</p> <p>- باحثين ومؤرخين وطلاب .</p> <p>- المتاجر المتخصصة في الحرف والصناعات التقليدية وورشات الخياطة</p>
	<p><b>الموارد الرئيسية (Key Resources)</b></p> <p>- موارد بشرية : الطاقم الإداري ، فريق التسويق ، المكلفون بالتسويق والنظافة .</p> <p>- موارد مالية: قروض ، تمويل ذاتي ، دعم الحاضنة</p> <p>- موارد مادية: المقر، تجهيزات ومعدات ، مواد خام ، وسائل نقل .....</p> <p>- موارد فكرية : الموظفون المهرة الخبراء ( صناع ، حرفيون ، مختصون في التصميم وبرامج تسويق التطبيق الإلكتروني والتعليمي والتجاري .....</p>		<p><b>قنوات الوصول والتوزيع (Channes)</b></p> <p>- الزبائن المستهدفين من خلال المعرض بشكل مباشر .</p> <p>- المتاجر الفعلية: منافذ بيع في المولات والأسواق الكبرى .</p> <p>- الشراكات مع تجار التجزئة: توزيع المنتجات عبر المتاجر المتخصصة في المناسبات التقليدية</p> <p>- المتجر الإلكتروني : موقع وتطبيق إلكتروني لتعليم وعرض وبيع المنتجات التقليدية</p> <p>- مواقع التواصل الاجتماعي ، الهاتف ، الإيميل . . .</p>	
		<p><b>هيكل التكاليف (Cost Structure)</b></p> <p>- تكاليف إيجار المقر ، رواتب الموظفين ، تكاليف البحث عن الحرفيين ، تجهيزات المعرض (قاعات العرض والورشات ، معدات وأجهزة وديكور داخلي ، نظام تكييف ، نظام أمني . . ) ، تكاليف الإنتاج من مواد أولية وتكاليف العرض ، تكاليف التشغيل من كهرباء وماء وصيانة ، تكاليف العمليات اللوجستية من تراخيص وتسجيل وتخزين وتوزيع ، تكاليف الإعلان والتسويق ( حملات ترويجية وعمليات تسويق ) . . .</p>	<p><b>مصادر الإيرادات (Revenue Streams)</b></p> <p>- أسعار عرض وبيع مختلف المنتجات</p> <p>- الدخل الإضافي من الطلبات المخصصة .</p> <p>- اشتراكات برامج شهرية لتلقي عروض جديدة بشكل منتظم .</p> <p>- عدد زيارات و تحميلات التطبيق والاعلانات الخاصة بالشركاء من خلاله .</p> <p>- إيرادات المنصة . منصة تراثنا : (<a href="https://turathnadz.com/">https://turathnadz.com/</a>)</p>	

## معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية

هو مشروع مؤسسة اقتصادية في منطقة المسيلة تهدف إلى الحفاظ على التراث الجزائري الغني والمتنوع، من خلال عرض وتوثيق الحرف والصناعات التقليدية، التي تعكس تاريخ البلاد وهويتها الثقافية، كما يركز على عرضها بلمسة من الحداثة، ليكون بذلك وجهة ثقافية وتعليمية وسياحية رائدة، تعزز مكانة الحرفيين وتنقل مهاراتهم للأجيال القادمة، وتدعم استدامة التراث والتعريف به وتطويره، وفي حالة أخذ المشروع منحى التطور والنجاح على المستوى الدولي ولاقى إقبال من المهتمين بذلك بعد تخطيه للمنافسة المحلية والوطنية.

ويهدف هذا المشروع إلى تقديم منتجات وعروض ذات جودة عالية، أساسها تقليدي ويقال فخم وفريد عالي الجودة، والابتكار والتجديد من خلال تطوير المنتجات الحرفية التقليدية، بإضفاء لمسة عصرية عليها تتماشى مع الأذواق المتغيرة للسوق، والتميز في التصميم، بواسطة تقديم المنتجات التقليدية بقالب عصري أنيق، والانتشار المحلي والدولي عن طريق التوسع في الأسواق المحلية والمعارض، ومن ثمة الانطلاق نحو الأسواق الدولية.

**الكلمات المفتاحية:** معرض، الحرف والصناعات التقليدية، الأسواق، الجزائر.

Abstract :

### **Exhibition of Algerian crafts and traditional industries**

It is an economic institution project in the M 'Sila region that aims to preserve the rich and diverse Algerian heritage, by displaying and documenting traditional crafts and industries that reflect the country's history and cultural identity. It also focuses on displaying them with a touch of modernity, thus becoming a leading cultural, educational and tourism destination that enhances the status of craftsmen and transfers Their skills for future generations, and supports the sustainability, definition and development of heritage If the project takes the direction of development and success at the international level and receives interest from those interested in it after passing the local and national competition.

This project aims to provide high-quality products and offers, with a traditional basis and a luxurious and unique high-quality template, and innovation and innovation through the development of traditional craft products, by giving them a modern touch in line with the changing tastes of the market, and excellence in design, by presenting traditional products in an elegant modern template. Local and international spread through expansion in local markets and exhibitions, and then moving towards international markets.

**Keywords:** exhibition, crafts, traditional industries, markets, Algeria.



## شهادة توظيف مشروع مبتكر ضمن القرار 008

تشهد السيد (ة): مدير (ة) حاضنة الأعمال ل: جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

أن المشروع المقترح تحت عنوان:

### معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية ومنصة

أن الطالب/الطالبة التالية أسماؤهم:

اللقب	الاسم	الطور الدراسي	التخصص	الكلية
حاجي	شهرزاد	M2	تاريخ	العلوم الإنسانية والاجتماعية
سعيدة	سهام	M2	تاريخ	العلوم الإنسانية والاجتماعية
فنيش	سامية	M2	تاريخ	العلوم الإنسانية والاجتماعية

تحت إشراف الأستاذ/الأستاذة التالية

اللقب	الاسم	الرتبة	التخصص	الكلية
قوادرية	النذير	أستاذ محاضر أ	تاريخ	العلوم الإنسانية

تم تسجيله على مستوى حاضنة الأعمال ل: جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

2025/2024

خلال السنة الجامعية:

ضمن القرار 008 (شهادة جامعية-شهادة مؤسسة اقتصادية) المعدل والمتمم للقرار الوزاري 1275.

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

حرر في: المسيلة بتاريخ: 2025/06/17

مدير الحاضنة:



Mohamed Boudiaf University -M'sila- Business Incubator, B.P. Ichbilia -28000 -M'sila

Mail: incubateur@univ-msila.dz Tel \_Fax. 035.13.38.49

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية

إعداد الطلبة:

- 1- حاجي شمس زراد رقم التسجيل:  
2- سميرة سويحي رقم التسجيل:  
3- فتيحة سامية القسم: التاريخ الشعبي:  
إشراف: د. فؤاد كريمة النذير الرتبة: أستاذ محاضر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2024-2025 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

حذوق حكيم

رئيس القسم



رئيس قسم التاريخ  
أ.د. عبد الحميد عمران



كلية العلوم  
الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and

Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2024/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): سعيدة سهام

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): صالي

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 203583596

الصادرة بتاريخ: 23, 10, 2018 عن دائرة: ادلاءدي لقيالة

المسجل(ة) بكلية: العلوم الانسانية والاجتماعية التاريخ:

تخصص: علم الاجتماع تحت رقم التسجيل:

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها:

معنى الحرف والاصناف التقليدية الجزائرية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في  
انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2025/06/19

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 2016-07-28 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): حاجب شحور

الصفة (طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 202406240

الصادرة بتاريخ: 2018/04/25 عن دائرة: بلدية برصوم

المسجل (ة) بكلية: قسم التاريخ

تخصص: عرب اسلامي تحت رقم التسجيل:

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها:

معرض الحرف والصناعة التقليدية الجزائرية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في  
انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2025/06/17

امضاء المعني (ة):

Hadjji

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): حسين سماحي

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 208592189

الصادرة بتاريخ: 2022/12/08 عن دائرة: بلدية المطرفة

المسجل(ة) بكلية: علوم إنسانية والاجتماعية قسم: تاريخ

تخصص: عشرية اسلامية تحت رقم التسجيل:

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها:

معرض الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في  
انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2025/06/17

امضاء المعني (ة):

[Signature]

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.