

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار الشليجي بالأغواط

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

قسم علوم التسيير تخصص مقاولاتية



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر:

اعداد مخطط أعمال لمشروع بديل الكاكاو

مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات شهادة الماستر شعبة علوم تسيير تخصص: مقاولاتية

تحت إشراف: أ.رحماني يوسف

من إعداد الطلبة:

- ولحاج صهيب عبد الله

- دهيبة أيمن

السنة الجامعية: 2024/2023

الفهرس

الصفحة	العنوان
6-5	الاهداء
7	الشكر و التقدير
4	قائمة الجداول
8	مقدمة
الفصل الأول : الأدبيات النظرية و التطبيقية	
10	<u>المبحث الأول : مفهوم المقاول و المقاولاتية</u>
11	المطلب الأول : نشأة و تطور المقاولاتية
12	المطلب الثاني : تعريف المقاولاتية
13-12	المطلب الثالث : تعريف المقاول و خصائصه
14	<u>المبحث الثاني : المقاولاتية و المؤسسة</u>
16-15	المطلب الأول : تعريف المؤسسة الاقتصادية
18-16	المطلب الثاني : تعريف المؤسسة الصغيرة و المتوسطة
19-18	المطلب الثالث : خصائص المؤسسة الصغيرة و المتوسطة
21-19	المطلب الرابع : المؤسسة المقاول

22	<u>الفصل الثاني</u>
23	تمهيد
24	تقديم المشروع
25-24	الخصائص و المميزات
26-25	التعريف بالمشروع: أهميته، أهدافه
27	تحليل SWOT
28	المدة الزمنية اللازمة الشروع في المشروع
30	الرؤية و الرسالة و الشعار
31	دراسة السوق
32	<u>دراسة جدوى المشروع</u>
33	الاحتياجات المالية والبشرية والمادية.
34	<u>الاستراتيجيات المعمول بها (الخطة التسويقية):</u>
40	<u>التكاليف: (الإضافية)</u>
41	الخاتمة
42	<u>المراجع</u>
43	الملحقات

قائمة الأشكال :

الصفحة	الشكل
43	الشكل 1 يمثل الشكل الأولي المنتج النهائي

قائمة الجداول:

العنوان	رقم الجدول
يوضح المدة الزمنية للبدء وإنجاز المشروع	1.
يوضح أوقات العمل	2.
يوضح دراسة جدوى المشروع	3.
يوضح الاحتياجات المادية والمالية	4.
يوضح الاحتياجات البشرية للمشروع	5.



اهداء

ما أجمل أن يجود المرء بأعلى ما لديه والأجمل أن يهدي الغالي للأعلى

هي ذي ثمرة جهدي أجنيتها اليوم هي هدية أهديتها إلى:

أمي العزيزة أطال الله عمرها

وإلى أبي الغالي حفظه الله

وإلى اخوتي وسندي إلى أعز الناس وأقربهم إلى قلبي

إلى أصدقائي وإلى كل من دعمني في إنجاز هذا العمل.

حبا...

وإكراما...

وعرفانا...

ولحاج صهيب عبد الله





اهداء

إلى كل من علمني حرفا في هذه الدنيا

إلى أمي الغالية وإلى أبي حفظه الله ورعاه

إلى إخوتي وأخواتي وإلى كل عائلتي

إلى أصدقائي وإلى كل من ساندني في إنجاز هذا العمل.

دهينة أيمن





الشكر

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق والسداد ومنحنا الثبات أعاننا على إتمام هذا العمل بعد ان سافرنا لنضع النقاط على الحروف ونكشف ما وراء ستار العمل والمعرفة فها هي ثمار عملنا قد اينعت وحان قطافها هذه كلماتنا الصغيرة نهمس بها في أذن كل من يفتح هذه المذكرة لينهل معها ما يشاء ويشتهي وينقد ما يرفض ويبتغي هي أيضا كلمات شكر إلى كل من حثنا وغرس فينا الأمل والإرادة إلى الأستاذ المشرف رحمانى يوسف وجميع الأساتذة وإلى جميع من ساعدنا من قريب او بعيد .



مقدمة:

عرفت الساحة الاقتصادية سلسلة من التغيرات والتحولات التي دفعت مختلف الباحثين والاقتصاديين من مختلف الدول الصناعية المتقدمة وحتى النامية إلى الاهتمام بمجال المقاولاتية، الذي أصبح يلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادي باعتباره أفضل الوسائل للإنعاش الاقتصادي نظرا لسهولة تكيفه ومرونته التي تجعله قادرا على الجمع بين التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل، وقدرته على الإبداع والابتكار والتجديد وتطوير منتجات جديدة، لذلك كان من الضروري على الدول خاصة النامية منها، العمل على زيادة فعالية المقاولاتية وتذليل كافة الصعوبات التي تواجهها، من خلال إنشاء هيئات وإنشاء المؤسسات، وكذا تبني برامج لرعايتها وضمان البيئة المناسبة وأساليب لدعم ومرافقة المقاولاتية لاستمرارها وتطورها. الجزائر على غرار هذه الدول، أدركت مكانة المقاولاتية في اقتصاداتها خاصة بعد ما آلت إليه الوضعية الاقتصادية بعد انهيار أسعار البترول، بحيث أصبح المخرج من هذه الأزمة هو نشر ثقافة وروح المقاولاتية في أوساط الشباب الجامعيين، من خلال إدراج دراسات أكاديمية و تخصصات في مجال نشاء المؤسسات المقاولاتية ، لهدف تنشيط وتطوير النسيج الصناعي خارج قطاع المحروقات .

الإشكالية :

- فماهي المقاولاتية ؟

- و من هو المقاول ؟

الفصل

الأول

المبحث الأول :

مفهوم المَقَاوِل و المَقَاوِلَاتِيَّة

المطلب الأول : نشأة و تطور المقاولاتية¹

المقاولاتية أو ريادة الأعمال (Entrepreneurship) : هي عملية بدء وإدارة عمل تجاري بهدف تحقيق الربح وتحقيق أهداف شخصية أو اجتماعية. تعود جذور المقاولاتية إلى العصور القديمة، لكنها تطورت بشكل كبير مع مرور الوقت، خصوصاً مع التقدم الصناعي والتكنولوجي .

نشأة وتطور المقاولاتية :

العصور القديمة والوسطى : كانت التجارة هي الشكل الأساسي للمقاولاتية، حيث كان الأفراد يتاجرون بالسلع والخدمات . ظهور الأسواق والطرق التجارية القديمة مثل طريق الحرير ساهم في تعزيز النشاطات التجارية .

الثورة الصناعية (القرن 18 والقرن 19): شهدت هذه الفترة تغييرات جذرية في طريقة الإنتاج بفضل الابتكارات التكنولوجية . بدأ الأفراد يؤسسون شركات ومصانع، مثل رواد الأعمال في بريطانيا الذين أسسوا الصناعات النسيجية والحديدية .

القرن العشرين : تطورت المقاولاتية بشكل كبير مع ظهور الشركات الكبيرة والابتكارات التقنية . تأسيس شركات مثل فورد، كوكاكولا، و IBM يعكس روح المقاولاتية في هذا العصر. زيادة في الاهتمام بالمقاولاتية نتيجة للحاجة إلى الابتكار والتطوير الاقتصادي .

العصر الرقمي (القرن 21) : الثورة التكنولوجية والإنترنت غيرا بشكل كبير المشهد المقاولاتي . ظهور الشركات التقنية الناشئة (Startups) التي أصبحت تهيمن على السوق مثل جوجل، فيسبوك، وأمازون . تمويل رأس المال المخاطر (Venture Capital) أصبح عنصراً رئيسياً في دعم المقاولات الناشئة.

¹راكر، بيتر ف. (1985). الابتكار والمقاولاتية: الممارسات والمبادئ. هاربر أند رو. هيسریتش، روبرت د.، بيترز، مايكل ب.، وشيفيرد، دين أ. (2013). المقاولاتية. ماكجرو-هيل إديوكيشن.

المطلب الثاني : تعريف المقاولاتية²

المقاولاتية، المعروفة أيضاً بزيادة الأعمال، هي عملية تحديد الفرص التجارية الجديدة، وتطوير أفكار مبتكرة، وتحويلها إلى مشاريع وأعمال تجارية ناجحة. تتضمن المقاولاتية عدة مراحل بدءاً من الفكرة، ثم التخطيط والتنفيذ، وصولاً إلى إدارة وتطوير المشروع لتحقيق الربح وتحقيق الأهداف المحددة.

المطلب الثالث : تعريف المقاول و خصائصه³

لمقاول هو شخص يبتكر وينشئ ويدير مشروعاً تجارياً أو مبادرة جديدة، ويتحمل المخاطر المالية والمسؤوليات القانونية المرتبطة بها بهدف تحقيق الربح. المقاول هو الذي يحدد الفرص التجارية، يجمع الموارد اللازمة، ويقوم بتنظيم وتوجيه العمليات لتحقيق أهداف المشروع. يتميز المقاول بروح الابتكار والقدرة على اتخاذ القرارات، والتكيف مع التغيرات والتحديات التي تواجه المشروع .

خصائص المقاول⁴:

المقاولون يتميزون بعدة خصائص وصفات تساعدهم على النجاح في إنشاء وإدارة المشاريع التجارية. من أبرز هذه الخصائص:

- الابتكار والإبداع: القدرة على توليد أفكار جديدة وحلول مبتكرة للمشكلات.
- التفكير خارج الصندوق واستكشاف طرق غير تقليدية لتحقيق الأهداف.
- تحمل المخاطر: الاستعداد لمواجهة وتحمل المخاطر المالية وغير المالية المرتبطة بإطلاق وإدارة المشروع.
- القدرة على اتخاذ قرارات جريئة بالرغم من عدم اليقين.
- الدافعية الذاتية: الحافز الداخلي القوي لتحقيق النجاح.
- القدرة على العمل بشكل مستقل وتحقيق الأهداف بدون إشراف خارجي.
- الرؤية والتخطيط: وضع رؤية واضحة للمشروع وتحديد أهداف طويلة وقصيرة الأجل.
- القدرة على تطوير خطط عمل وتنفيذها بفعالية.
- المهارات القيادية : القدرة على قيادة وتوجيه فريق العمل لتحقيق الأهداف المشتركة.
- المهارات في التواصل والتحفيز وإدارة الصراعات.
- المثابرة والصبر: القدرة على العمل بجهد وتحمل الفشل والصعوبات دون الاستسلام.

² هيسرنتش، روبرت د، بيترز، مايكل ب، وشيفيرد، دين أ. (2013). المقاولاتية. ماكجرو-هيل للتعليم، الصفحة 10.

³ نفس المرجع، الصفحة 8.

⁴ نفس المرجع، الصفحات 20-23.

- المثابرة في متابعة الأهداف حتى تحقيقها.
- القدرة على التكيف: القدرة على التكيف مع التغيرات في السوق والبيئة التجارية.
- المرونة في تعديل الاستراتيجيات والخطط حسب الحاجة.
- إدارة الوقت والموارد: القدرة على إدارة الوقت بفعالية وتخصيص الموارد بشكل صحيح.
- تحديد الأولويات والتركيز على الأنشطة الأكثر أهمية لتحقيق الأهداف.

المبحث الثاني :

المقاولة

والمؤسسة

تمهيد :

لقد شغلت المؤسسة الاقتصادية حيزا معتبرا في كتابات وأعمال الاقتصاديين بمختلف اتجاهاتهم الإيديولوجية، باعتبارها النواة الأساسية في النشاط الاقتصادي الوطني والعالمي. فبالرغم من التوجهات العالمية الحالية نحو العولمة والتكتلات الكبرى، إلا أن الاهتمام وجه خاصة للمؤسسات والأعمال الصغيرة والمتوسطة، باعتبارها مصدر للثروة وتراكمها، و نظرا لمجموعة الخصائص التي تتميز بها وتجعلها أكثر مرونة وتكيفاً مع الأوضاع المختلفة.

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الاقتصادية:

إن إعطاء تعريف موحد وواضح للمؤسسة الاقتصادية يعتبر أمر بالغ الصعوبة، فقد تعددت وتباينت آراء الاقتصاديين حول مفهوم المؤسسة الاقتصادية، بسبب وجود جملة من الأسباب التي أدت إلى عدم الوقوف على تعريف موحد للمؤسسة الاقتصادية أهمها:⁵

- التطور المستمر الذي شهدته المؤسسة الاقتصادية في طرق تنظيمها، وفي أشكالها القانونية منذ ظهورها، وخاصة في هذا القرن .
- تشعب واتساع نشاط المؤسسة الاقتصادية، سواء الخدماتية منها أو الصناعية، وقد ظهرت عدة مؤسسات تقوم بعدة أنواع من النشاطات في نفس الوقت، وفي أمكنة مختلفة مثل المؤسسات المتعددة الجنسيات والاحتكارات .
- اختلاف الاتجاهات الاقتصادية والإيديولوجية، حيث أدى ذلك إلى اختلاف نظرة الاقتصاديين في النظام الاشتراكي إلى المؤسسة عن نظرة الرأسماليين، و عليه إعطاء تعريف مختلفة للمؤسسة. ومن هنا جاءت تعريف شاملة تشمل مختلف أنواع المؤسسات، سواء من ناحية الأنظمة الاقتصادية أو نوعية النشاط والأهداف نذكر منها ما يلي:
- تعرف المؤسسة على أنها " اندماج عدة عوامل بهدف إنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، وهذا في إطار قانوني ومالي اجتماعي معين، ضمن شروط تختلف تبعا لمكان وجود المؤسسة وحجم ونوع النشاط الذي تقوم به، ويتم هذا الاندماج لعوامل الإنتاج بواسطة تدفقات نقدية حقيقية وأخرى معنوية وكل منها يرتبط ارتباطا وثيقا بالأفراد، وتتمثل الأولى في الوسائل والمواد المستعملة في نشاط المؤسسة، أما الثانية فتتمثل في الطرق والكيفيات والمعلومات المستعملة في تسيير ومراقبة الأولى⁶ .

⁵- ناصر دادي عدون، إقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، الطبعة الثانية، 1998 ص 8.

⁶- مرجع سابق، ص 10.

"وتعرف كذلك على أنها " شكل اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي بهدف إنتاج سلع أو وسائل الإنتاج أو تقديم خدمات متنوعة⁷ .

"كما تعرف بشكل عام بأنها:" وحدة اقتصادية تضم أكثر من شخص تستخدم عوامل إنتاج من أجل الإنتاج أو تبادل السلع أو خدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين بهدف إشباع حاجات ورغبات المستهلكين التي قد تكون سلعة أو خدمة وتحصل مقابل ذلك على ربح يؤمن استمرارية بقائها وتطورها."

المطلب الثاني : تعريف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة

لا يوجد تعريف موحد للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة وهذا راجع لعدم وجود اتفاق بين الدول المتقدمة والدول النامية على تعريف موحد لهذا النوع من المؤسسات بسبب اختلاف الإمكانيات والقدرات الاقتصادية والاجتماعية ومراحل النمو إذ توجد مجموعة من المعايير التي قد تساعد في الوصول إلى مفهوم مشترك نسبيا للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة، هذه المعايير صنفين كمية ونوعية، فالمعايير الكمية تهتم بتصنيف المؤسسات اعتمادا على مجموعة السمات الكمية التي تبرز الفروقات بين الأحجام المختلفة للمؤسسات مثل معيار عدد العمال، رأس المال، حجم الإنتاج ، القيمة المضافة ومجموع الميزانية السنوية، في حين تهتم المعايير النوعية بتصنيف المؤسسات بصورة موضوعية بالاعتماد على عناصر التشغيل الرئيسية مثل نمط الإدارة والملكية، الحصة من السوق. فمن بين التعاريف المتعارف عليها دوليا نجد :

- تعريف الولايات المتحدة الأمريكية: قامت إدارة المشروعات الصغيرة بتقديم تعريف للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة بالاعتماد على معايير كمية أهمها عدد العمال، ويتم تغيير هذه المعايير حسب القطاع الذي تنتمي إليه المؤسسة بحيث تعرف على أنها :

" المؤسسة التي يعمل بها 250 عامل ويمكن أن يصل العدد إلى 1500 عامل ولا تزيد قيمة الأموال المستثمرة فيها 9 ملايين دولار⁸ "

- التعريف البريطاني: عرف قانون الشركات البريطاني الذي صدر عام 1985 المشروع الصغير أو المتوسط بأنه كل مشروع يستوفي شرطين أو أكثر من الشروط التالية • :حجم تداول سنوي لا يزيد عن

⁷- صمويل عبود، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1982، ص 58.

⁸- فتحي السيد عبده أبو سيد أحمد، الصناعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، 2004، ص 54.

16 مليون دولار أمريكي • حجم رأس مال المستثمر ال يزيد عن 65,6 مليون دولار أمريكي • عدد العمال ال يزيد على 250 شخص.

ونظرا لتعدد مجالات المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، ظهرت هناك مجموعة من الاختلافات والفروقات التي تم معالجتها من خلال إعطاء تعريف خاص بكل قطاع اقتصادي⁹.

- تعريف الاتحاد الأوربي: قام الاتحاد الأوربي بإعطاء تعريف كمي للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة بالاعتماد على معياري عدد العمال وإلي ارد السنوي أو إجمالي الأصول، إضافة إلى معيار الاستقلالية، بحيث تعرف المؤسسة الصغيرة علة أنها المؤسسة التي تضم أقل من 50 عاملا، ويكون رقم أعمالها أقل من 7 مليون وحدة نقدية أوروبية، أو إجمالي أصولها أقل من 5 مليون وحدة نقدية أوروبية، أما المؤسسة المتوسطة فهي المؤسسة التي يتراوح عدد العمال فيها ما بين 50 و 250 عامل، ويكون رقم أعمالها أقل من 40 مليون وحدة أوروبية، أو مجموع أصولها أقل من 27 مليون وحدة نقدية أوروبية، أما المؤسسة المصغرة فهي تلك التي تضم أقل من 10 عمال، بالإضافة إلى المعايير السابقة يضاف معيار الاستقلالية، وهو أن تكون المؤسسة غير مملوكة، وال يوجد بها حقوق تصويت بنسبة 25% أو أكثر من طرف مؤسسة أخرى، غير خاضعة لتعريف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة¹⁰.

- تعريف الجزائر: إن الاستراتيجية التي اتبعتها الجزائر في مسيرتها التنموية عملت على تهميش المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مما أدى إلى غياب تعريف دقيق لهذه المؤسسات لفترة طويلة، باستثناء بعض المحاولات الفردية، فلقد ظهرت أول محاولة لتعريف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من خلال المخطط الرباعي (1974-1977) والذي يعرفها كما يلي: "تسمى مؤسسة صغيرة ومتوسطة كل وحدة إنتاجية مستقلة قانونيا، وتشغل أقل من 500 عامل، وتحقق رقم أعمال سنوي أقل من 15 مليون دينار جزائري، أو يستلزم تأسيسها مبلغ ثابت خام أقل من 10 مليون دج"

نفس البيان يحدد أن كلمة مؤسسة تؤخذ بالمفهوم الواسع، بحيث يجب أن تتوفر على أن طبيعة الإنتاج ال يجب أن تكون حرفية، هذا يعني أن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة يمكن أن تكون نظام أكثر تعددا، أي

⁹- نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PME des Gestion ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2007 ص. 25

¹⁰- طيب لحيح، دور المؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في تنمية أقطار المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب)، الملتقى الدولي حول: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، يومي 17-18 أبريل، 2006، جامعة الشلف.

يمكن أن تكون مؤسسة تابعة للجماعات المحلية، فروع لمؤسسات وطنية، شركات مختلطة، مؤسسات مسيرة ذاتيا، تعاونيات، أو مؤسسات خاصة.

أما التعريف الحالي المعتمد في الجزائر الخاص بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو التعريف الذي حدده الاتحاد الأوربي سنة 1996، والذي كان موضوع توصية لكل البلدان الأعضاء، وقد صادقت الجزائر على تعريف المرسوم في جوان 2000، وهو ميثاق يكرس التعريف الأوربي للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة¹¹، ويرتكز على ثلاثة مقاييس وهي: المستخدمون ورقم الأعمال، الحصيلة السنوية واستقلالية المؤسسة. وفي 12 ديسمبر 2001 تم إصدار القانون 18 يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، حيث تم تعريفها مهما كان وضعها القانوني بأنه: "كل مؤسسة إنتاج سلع و/أو خدمات تشغلّ من 1 إلى 250 شخص ولا يتجاوز رقم أعمالها ملياري (2 مليار) دينار جزائري، أو لا يتعدى مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دج، وهي تحترم معايير الاستقلالية¹²".

- تعرف المؤسسة المتوسطة: بأنها مؤسسة تشغل من 50 إلى 250 شخص ويتراوح رقم أعمالها بين 200 مليون، ومليار دينار جزائري أو التي تتراوح حصيلتها الإجمالية بين 100 و 500 مليون دج.

-تعرف المؤسسة الصغيرة: بأنها مؤسسة تشغل من 10 إلى 49 شخص ولا يتعدى رقم أعمالها السنوي 200 مليون دج، أو لا تتجاوز حصيلتها الإجمالية 100 مليون دج.

تعرف المؤسسة المصغرة: بأنها مؤسسة تشغل من 1 إلى 9 أشخاص ولا يتعدى رقم أعمالها السنوي 20 مليون دج، أو لا تتجاوز حصيلتها الإجمالية 10 مليون دج.

المبحث الثالث: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة موضوع اهتمام الكثير من الدول خاصة رجال الأعمال والمال، وهذا لامتلاكها لمجموعة من الخصائص المشجعة على تأسيسها والتي من أهمها :

1- ضآلة رأس مالها: مما هو ملاحظ هو أن هذه المؤسسات لا تتطلب رؤوس أموال كبيرة كما هو الحال بالنسبة للمؤسسات الكبرى، فقلة أرس مالها يسهل عملية تأسيسها وإدارتها ، كما تعطي الفرصة لأي

¹¹- التعريف الذي قدم مسبقا في تعريف الاتحاد الأوربي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

¹²- المؤسسة المستقلة هي مؤسسة ال تكون نسبة 25% وأكثر من رأسمالها أو حقوق الانتخاب في حوزة مؤسسة أخرى أو مشتركة بين عدة مؤسسات أخرى ال تتطابق في حد ذاتها مع التعريف الخاص بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

شخص قادر على إدارة مؤسسة تأسيس هذا النوع من المؤسسات دون أن يتطلب الأمر الاستدانة أو الاقتراض من الغير¹³ .

2- صغر حجمها: فالحجم الصغير لهذا النوع من المؤسسات يعطيها ميزة التكيف السريع والتأقلم مع الأوضاع الاقتصادية المحلية والوطنية، وقدرة الاستجابة لمتطلبات محيطها، إلى جانب سهولة انتقال المعلومات بين وحداتها، كذلك صغر حجمها يسمح لها باختيار موقعها بسهولة أكبر من الصناعات الكبرى بحيث تستطيع الانتشار في المناطق الداخلية والاقتراب من الأسواق .

3- بساطة الهيكل التنظيمي: مما يسهل عملية اتخاذ القرارات السريعة والسهلة من طرف صاحب المشروع فيما يخص الإنتاج أو التسويق والعمليات المالية، إلى جانب هذا يستطيع صاحب العمل حل المشاكل التي تظهر في حينها وبكل سهولة وهذا لعدم تعقد هيكلها التنظيمي، كما أن درجة المخاطرة فيها ليست كبيرة¹⁴ .

4- سهولة اندماجها في النسيج الوطني: حيث تعدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يؤدي إلى تعدد الأنشطة الاقتصادية، وهذا يعمل على خلق فضاء صناعي وحرفي متطور ومتكامل .

5- قلة تكاليفها: هذا النوع من المؤسسات لا يتطلب في إنشائها أو نشاطها تكاليف باهظة خاصة فيما يخص المواد الأولية أو أجور العمال، فغالبا ما تستغل هذه المؤسسات الموارد المحلية¹⁵ . والأيدي العاملة غير المؤهلة من نساء وشباب من المنطقة، وهذا أمر لا يتطلب تكاليف نقل أو شحن وال تكاليف باهظة لتدريب عمالها.

المطلب الرابع: المؤسسة المقاولية:

إن الأنشطة المقاولاتية تقوم على عدة محاور أهمها :

- الأفكار و الأنشطة الجديدة التي تقوم بعرض منتج وأفكار جديدة .
- الأفكار الحالية والأنشطة الجديدة وهي تتعلق بتقديم منتجات وخدمات جديدة بعد تطوير المنتجات القديمة .

¹³ -محمد نبيل جامع، اجتماعيات التنمية الاقتصادية لمواجهة العولمة وتعزيز الأمن القومي، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2000، ص.220

¹⁴ -د.محمد هيكل، مهارات إدارة المؤسسات الصغيرة، مجموعة النيل العربية، طبعة 2003، ص.21

¹⁵ -د.محمد محروس إسماعيل، اقتصاديات الصناعة والتصنيع، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة، الإسكندرية، 1997، ص.211

- الأفكار والأنشطة الحالية والتي يتم فيها تقديم منتجات وخدمات مع القليل من الابتكار والإبداع مع وجود بعض المخاطر المالية .وعليه فالمؤسسة المقاوله هي التي تركز على إحدى المحاور السابقة بحيث قدمت لها العديد من التعاريف التي تحدد خصائصها ومميزاتها والتي نذكر منها:
- عرفها Gregory Lumpkin بأنها : " تلك المؤسسات التي تبني شيئاً من ال شيء، وكذلك التي تقوم باغتنام الفرص بناء على الموارد والمصادر وضمن رؤية محددة مع الأخذ بالاعتبار تقدير المخاطر ".
- عرفها Robert Histrich و Peter Michael على أنها: " تلك المنظمة التي تكون قادرة على إيجاد شيء جديد ذي قيمة في الوقت المناسب، مع الأخذ بالاعتبار الموارد المالية ، المعنوية ، المخاطر الاجتماعية و توفير الحوافز والاستقلالية للعاملين لكسب قناعاتهم "وقد حدد عدة مفاهيم مرتبطة بالمؤسسة المقاوله وهي :
- 1- المقاوله مرتبطة بإيجاد أشياء جديدة ذات قيمة (ابتكار أعمال جديدة أو إجراءات إدارية جديدة، أو تطوير أسلوب الخدمة في المؤسسة غير الربحية).
- 2- المقاوله مرتبطة بالمخاطرة .
- 3- المقاوله مرتبطة بتوفير الحوافز للعاملين والاستقلالية من أجل زيادة القناعات لديهم .
- أما Davidson فلقد عرف المؤسسة المقاوله على أنها: تلك التي تعمل على إيجاد مخاطرة جديدة وتنفيذ تكنولوجيا جديدة وكذلك قسمها إلى نوعين هما :
- مؤسسات مرتبطة بالابتكار والنمو .
- مؤسسات مرتبطة بالمخرجات وهي الربحية والقيمة المضافة .
- أما Meier Robert عرفها فقال: " هي التي تنتج عن الابتكار سواء أكان لمنتجات جديدة أم طرق إنتاج جديدة أم أسواق جديدة أم نماذج جديدة من المنظمات، وأن الابتكار يأتي من الحاجات الجديدة للزبائن، والذي ينتج عن قيمة مضافة للزبائن تساعد في تحقيق و إشباع حاجاتهم."

- إن التعريف الأخير كان تعريفا شاملا بحيث يمكن استنتاج أن المؤسسة المقابلة هي كل مؤسسة تقدم شيء جديد وتغتتم الفرص وتبحث عن المخاطرة بالاعتماد على مجموعة من المصادر والموارد المتوفرة لديها.

الفصل

الثاني

/ تمهيد:

تشهد العصور الحديثة تحولاً ملحوظاً في مفهوم الغذاء والابتعاد التدريجي عن المكونات الصناعية نحو الخيارات الطبيعية والصحية. تقدم مؤسسات الأغذية الناشئة فرصاً مثيرة للاهتمام، ومن بين هذه المبادرات تبرز شركات تقوم بتقديم بدائل صحية ولذيذة للمنتجات التقليدية. تعد مؤسساتنا الناشئة، التي تركز على إنتاج مسحوق الخروب كبديل للشوكولاتة، رمزاً للابتكار والاستجابة لتطلعات المستهلكين نحو نمط حياة صحي ومستدام.

مسحوق الخروب، الذي يأتي من مصدر طبيعي وغني بالعناصر الغذائية، يعكس روح المشروع الذي يسعى لتحقيق توازن مثالي بين اللذة والصحة. يتيح للمستهلكين الاستمتاع بنكهة لذیذة دون التنازل عن جودة التغذية .

الإشكالية :

- هل سينجح هذا المشروع ام سيفشل ؟
- وماهي الحلول في حالة الفشل ؟

الفرضيات :

- ربما سينجح المشروع في حالة الدراسة المتقنة والكاملة للمشروع.
- ربما اللجوء الى منتج بديل او استراتيجية بديلة سيكون حلا في حالة الفشل .

1/ تقديم المشروع:

- طبيعة المشروع انتاجي وهو عبارة بديل صحي ولذيذ للكاكاو، المشتق من قرون شجرة الخروب ، يتم تصنيع مسحوق الخروب عن طريق طحن قرون الخروب المجففة والمحمصة إلى مسحوق ناعم، والذي يمكن استخدامه في مجموعة متنوعة من الوصفات كبديل لمسحوق الكاكاو أو رقائق الشوكولاتة.
- بالإضافة الى مختلف الحلويات المصنوعة منه (مسحوق الخروب).
- أتت الفكرة نتيجة لما تسببه الشوكولاتة و الكاكاو من أضرار و أمراض كالحساسية¹⁶ .
- ومشروعنا تحت اسم: CARRWAT .
- مكان النشاط : مستودع مستأجر وسط ولاية المنية .

2/ الخصائص و المميزات:

- خصائص ومميزات الخروب هو : نبات يستخدم منذ العصور القديمة كبديل للكاكاو وكغذاء صحي. يحتوي الخروب على العديد من الفوائد الصحية والقيم الغذائية التي تجعله خيارًا مميّزًا في العديد من التطبيقات الغذائية.

الخصائص الغذائية للخروب: 17

. الألياف : يحتوي الخروب على نسبة عالية من الألياف الغذائية التي تساعد في تحسين الهضم وصحة الأمعاء.

. البروتينات: يعتبر مصدرًا جيدًا للبروتينات النباتية، مما يجعله خيارًا مناسبًا للنباتيين.

. الفيتامينات: غني بفيتامينات A و B، مما يعزز مناعة الجسم وصحة الجلد والعينين.

. المعادن: يحتوي على معادن مهمة مثل الكالسيوم والمغنيسيوم والبوتاسيوم، التي تساهم في تقوية العظام وتنظيم ضغط الدم.

¹⁶ - الأكاديمية الأمريكية للحساسية والربو والمناعة (AAAAI). "مراجعة شاملة للحساسية الغذائية". متاح على الإنترنت (تم الوصول في يوليو 2024).

¹⁷ - مؤسسة التغذية والصحة. "فوائد الخروب الصحية". متاح على الإنترنت (تم الوصول في يوليو 2024).

- الفوائد الصحية للخروب: 18

. منخفض السعرات الحرارية: يحتوي على سعرات حرارية أقل مقارنة بالكاكاو، مما يجعله مناسباً لمن يتبعون نظاماً غذائياً منخفض السعرات.

. خالي من الكافيين: لا يحتوي على الكافيين، مما يجعله خياراً مناسباً للأشخاص الذين يعانون من حساسية الكافيين أو يفضلون تجنبه.

. خالي من الجلوتين: يعتبر الخروب خالياً من الجلوتين، مما يجعله مناسباً للأشخاص الذين يعانون من حساسية الجلوتين أو مرض السيلياك.

. مضاد للأكسدة: يحتوي على مضادات أكسدة قوية تساعد في مكافحة الجذور الحرة وتقليل خطر الأمراض المزمنة.

التطبيقات والاستخدامات

. بديل للكاكاو والشوكولاتة: يمكن استخدام مسحوق الخروب كبديل صحي للكاكاو في وصفات الحلويات والمشروبات.

. المخبوزات: يستخدم في صناعة المخبوزات كالبسكويت والكعك لإضافة نكهة مميزة وفوائد صحية.

. المشروبات: يمكن تحضير مشروبات ساخنة أو باردة باستخدام مسحوق الخروب كبديل للشوكولاتة الساخنة.

3/ التعريف بالمشروع: أهميته و أهدافه

- أهمية المشروع:

يعد هذا المشروع أحد المشاريع التي تساهم في دعم القطاع الاقتصادي صنف السلع الاستهلاكية .

18- " PubMed. الخصائص الغذائية للخروب ."متاح على الإنترنت (تم الوصول في يوليو 2024).

خيار صحي: يعتبر مسحوق الخروب بديلاً صحياً للكاكاو أو مساحيق الشوكولاتة الأخرى في تحضير المشروبات والحلويات، حيث يحتوي على نكهة طبيعية مميزة وقليلة السعرات الحرارية وخالية من الكافيين.

- أهداف المشروع:

- . زيادة وعي الزبائن بالمؤسسة عن طريق تشجيع السلوكيات الصحية الغذائية باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي واستغلال الفرص عن طريق الحضور في الفعاليات التي تتناسب مع نشاطنا .
- . دعم وتحسين الصحة العامة .
- . تقليل السعرات الحرارية .
- . تعزيز النمو و التطور، والوقاية من الأمراض المزمنة (كالسكري)

4/ تحليل SWOT :

- نقاط القوة " Strengths " :

- . منتج طبيعي وصحي : الخروب بديل طبيعي للكاكاو، يحتوي على نسبة منخفضة من الدهون والسكر.
- . تنوع الاستخدامات : يمكن استخدام مسحوق الخروب في العديد من المنتجات الغذائية مثل الحلويات، المخبوزات، والمشروبات.
- . طلب متزايد: ازدياد الوعي الصحي والتوجه نحو المنتجات الطبيعية يزيد من الطلب على مسحوق الخروب.
- . وفرة المواد الخام : إمكانية زراعة الخروب في مناطق واسعة مما يضمن توفر المواد الخام بشكل مستمر.

- نقاط الضعف " Weaknesses " :

- . معرفة محدودة : الوعي بمنتج مسحوق الخروب قد يكون محدودًا بين المستهلكين مقارنة بالكاكاو.
- . تكنولوجيا الإنتاج : قد تكون تكنولوجيا الإنتاج مكلفة وتتطلب استثمارًا كبيرًا في البداية .
- . تحديات الجودة : الحفاظ على جودة المنتج يحتاج إلى عمليات مراقبة وإدارة صارمة.

- الفرص " Opportunities " :

- . توسع السوق : إمكانية دخول أسواق جديدة محلية ودولية نظرًا لزيادة الطلب على المنتجات الصحية.
- . تطوير منتجات جديدة : إمكانية تنويع المنتجات وتطوير أشكال مختلفة مثل المشروبات الصحية، المكملات الغذائية، والمنتجات الغذائية الأخرى.
- . التعاون مع شركات صحية : فرص التعاون مع شركات إنتاج الأغذية الصحية والمتاجر العضوية لتعزيز التوزيع والوعي بالمنتج.
- . الترويج الرقمي : استخدام التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بالمنتج وجذب العملاء.

- التهديدات " Threats " :

- . المنافسة : وجود منافسة قوية من منتجات الكاكاو والشوكولاتة التقليدية وكذلك البدائل الصحية الأخرى.
- . تغير الأذواق : تغير أذواق المستهلكين قد يؤثر على الطلب على مسحوق الخروب.
- . العوامل المناخية : قد تؤثر التغيرات المناخية على زراعة الخروب وإنتاجه.
- . التشريعات : قد تؤثر التشريعات والقوانين الصحية على عملية الإنتاج والتسويق.

5/ المدة الزمنية اللازمة الشروع في المشروع:

الأنشطة والمهام المتعلقة بالمشروع	المدة الزمنية اللازمة للنشاط
بحوث ودراسات حول ما يتعلق بهذه الخدمة من متطلبات ومعدات وطريقة اقتنائها وموارد مادية وبشرية.	حوالي شهرين.
البحث عن أنسب مكان للشركة في المنطقة	حوالي 45 يوما.
المعاملات القانونية والإدارية والوثائق الواجب تسليمها إلى المصالح المختصة.	حوالي 45 يوما.
تهيئة الآلات ونقلها الى مكان العمل.	حوالي 7 أيام.
الإشهار والترويج للخدمة من خلال إعداد إعلان على شكل بطاقات تضم كل المعلومات ورقم الهاتف وإنشاء حساب في مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من أساليب الترويج.	تقدر بحوالي 10 أيام فقط.
في الأخير نبدأ مزولة النشاط.	بعد حوالي 167 أيام.

الجدول رقم (1) يوضح المدة الزمنية للبدء وإنجاز المشروع

6/ الرؤية و الرسالة و الشعار :

الرؤية : نطمح الى تعزيز الصحة والعافية من خلال تقديم منتج فريد من نوعه يجمع بين الطعم اللذيذ و القيم الغذائية العالية ، لنكون الخيار الأول للأشخاص الذين يسعون لأسلوب حياة صحي و متوازن .

الرسالة : "مسحوق الخروب الطبيعي - الصحة والجودة في كل ملعقة" مسحوق الخروب الطبيعي هو البديل المثالي للكاكاو، يوفر لك طعامًا لذيذًا وفوائد صحية رائعة. مصنوع من أجود أنواع الخروب، نقدم لك منتجًا طبيعيًا خاليًا من المواد الحافظة والملونات الصناعية. سواء كنت تبحث عن خيار صحي لإعداد مشروباتك المفضلة أو إضافة لمسة مميزة إلى وصفاتك، مسحوق الخروب الطبيعي هو اختيارك الأمثل.

شعار المنتج : "نقاء الطبيعة في كل ذرة"

7/ أوقات العمل: (بالنسبة للموظفين)

اليوم	الأسبوع	الشهر	السنة
8 ساعات في اليوم	6 أيام	26 يوم	286 يوم

الجدول رقم (2) يوضح أوقات العمل

اما بالنسبة للمدير و المسير فالعمل على مدار اليوم للوقوف على جميع أنشطة المؤسسة لتحسين الأداء.

8/ دراسة السوق:

• المنافسون:

المنافسون الحاليون في الجزائر هو منتج CAROMA لشركة بتلمسان لإنتاج مسحوق الخروب . وكذلك تعتبر المطاحن و محلات بيع التوابل من ابرز المنافسين و الأكثر انتشارا . مشروعنا " CARRWAT " يعتبر هو البديل المثالي للكاكاو .

• الفئة المستهدفة:

هم جميع فئات المجتمع على وجه العموم ومرضى السكري و الذين يعانون من الحساسية اتجاه الكاكاو خاصة وتعد فئة النساء الأكثر استهدافا نظرا لكثرة استعمالهن لكاكاو في العديد من الوصفات.

• **الموردون:** هم المزارع (مزارع متواجدة بولاية المنيعه تنتج ثمار الخروب بوفرة).

• سياسة التسعير:

وبعد حساب جميع التكاليف ونظرا لسعر المنتج المنافس و المنتجات البديلة وضعنا سعر اولي للمنتج وهو 110دج لكيس 250غ من الخروب

في البداية فقط أي (3سنوات الأولى فقط) لأن المؤسسة مصغرة .

9/ دراسة جدوى المشروع:

من الناحية القانونية	من الناحية التسويقية	من الناحية الفنية	من الناحية المالية
<p>(1) مرحلة الإنجاز:</p> <p>- إعطاء قروض بنكية لتسديد الأعباء الاستثمارية.</p> <p>- إعفاء التجهيزات من الرسم على القيمة المضافة.</p> <p>- تسهيلات تخص الإجراءات الإدارية.</p> <p>(2) مرحلة الاستغلال:</p> <p>- إعفاءات جبائيه تصل إلى خمس سنوات.</p> <p>- إعفاء من الرسم على النشاط المهني لمدة 3 سنوات.</p>	<p>- تجسيد إسم وشعار مميز للمشروع.</p> <p>- التسويق الإلكتروني عبر شبكة التواصل الاجتماعي.</p> <p>- دعاية بالكروت المهنية.</p> <p>- توفير خدمات التعاقد والاشتراكات الشهرية وذلك لجعل العميل يلجأ لنا عند الحاجة.</p>	<p>- 4 أيدي عاملة للوقوف على الآلات.</p> <p>- مدير و مسير.</p> <p>- 2 مراقبين تقنيين .</p> <p>- معدات وآلات وتجهيزات مكتبية (أجهزة كمبيوتر).</p>	<p>- تقدر التكاليف الأولية للمشروع:</p> <p>- تكاليف الآلات والمعدات:</p> <p>6500000 د.ج</p> <p>- أجره العامل الواحد السنوية:</p> <p>480000 د.ج</p>

جدول رقم (3) يوضح دراسة جدوى المشروع

10/ الاحتياجات المالية والبشرية والمادية:

المبلغ	الإحتياجات المادية
1000000 دج	حافلة لنقل البضائع
150000 دج	تجهيز مكثبي (مكتب المدير)
250000 دج	تجهيزات الكترونية (حواسيب)
10000 دج	زينة وغيرها لتجهيز مكتب المدير
1410000 دج	المجموع

جدول رقم (4) يوضح الاحتياجات المادية والمالية

الأجر الشهري	الاحتياجات البشرية
45000 دج	المدير
40000 دج	المسير
40000 دج	4 موظفين (أيدي عاملة)
40000 دج	2 مراقبين تقنيين

جدول رقم (4) يوضح الاحتياجات البشرية والمالية

11/ الاستراتيجيات المعمول بها (الخطة التسويقية) :

- إحدى الاستراتيجيات المعمول بها هي تعزيز التعاون مع المنافس. يمكنك تطوير شراكة استراتيجية تعود بالفائدة لنا وللمنافس عبر تبادل المعلومات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن توجيه الجهود نحو تحسين تكنولوجيا المنتج أو تطوير خدمات جديدة بالتعاون مع المنافس لتحقيق ميزة تنافسية مشتركة.
- بناء الوعي بالعلامة التجارية: يجب أن نحرص على بناء الوعي بالعلامة التجارية لمنتجاتنا الجديد، حتى يتعرف عليه المستهلكون ويثقون به.
- الوصول إلى الجمهور المستهدف وذلك من خلال اختيار القنوات التسويقية المناسبة.
- وأفضل استراتيجية سنستخدمها هي استراتيجية التسويق الشامل .

الاستراتيجية الترويجية :

- المشاركة في المعارض الدولية و الوطنية .
- الترويج عبر الاشهار في القنوات التلفزيونية.
- استخدام الصفحات الإعلانية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
- استخدام اللافتات الاعلانية .

الاستراتيجية التوزيعية :

اختيار قنوات التوزيع:

. التوزيع المباشر:

- 1- المتاجر الكبرى والسوبرماركت: التعاون مع سلاسل المتاجر الكبرى لتوزيع المنتج.
- 2- المتاجر العضوية ومتاجر الأطعمة الصحية: استهداف المتاجر التي تركز على المنتجات الصحية والطبيعية.

. التوزيع الإلكتروني:

1- المتاجر الإلكترونية: إنشاء موقع إلكتروني خاص بالمنتج، واستخدام منصات التجارة الإلكترونية المحلية مثل Jumia و Ouedkniss.

2- وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام فيسبوك وإنستغرام للترويج وبيع المنتج مباشرة للمستهلكين.

الشراكات والتعاونات:

1- التعاون مع المطاعم والمقاهي: تقديم مسحوق الخروب كبديل صحي للكاكاو في المشروبات والحلويات.
2- الشراكة مع النوادي الصحية وصلات الألعاب الرياضية: توفير المنتج للأشخاص المهتمين باللياقة البدنية والصحة.

التوزيع الجغرافي:

1- التوزيع في المدن الكبرى: البدء بتوزيع المنتج في المدن الكبرى مثل الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، عنابة، حيث يوجد تركيز سكاني أكبر.
2- التوسع إلى المناطق الريفية: بعد تحقيق نجاح في المدن الكبرى، يمكن التوسع إلى المناطق الريفية باستخدام موزعين محليين.

الخدمات اللوجستية:

1- اختيار مستودعات استراتيجية: اختيار مواقع مستودعات قريبة من المناطق المستهدفة لتقليل تكاليف النقل والتوزيع.
2- التعاقد مع شركات النقل: التعاون مع شركات النقل المحلية لضمان تسليم المنتج بشكل فعال وسريع.

الترويج والتسويق:

حملات تسويقية محلية: تنظيم حملات تسويقية محلية لتعريف المستهلكين بالمنتج وفوائده.
عروض ترويجية وخصومات: تقديم عروض خاصة وخصومات لجذب العملاء الجدد.
التواجد في الفعاليات والمعارض: المشاركة في المعارض الغذائية والفعاليات الصحية لزيادة الوعي بالمنتج.

- استراتيجية الخروج أو البديل :

البديل : مكن استخدام يمكن استخدام مسحوق الخروب كبديل لمسحوق الكاكاو في العديد من الوصفات، مثل البراونيز، والكعك، والبسكويت. يمكن استخدامه أيضاً كبديل للشوكولاتة في الكاكاو الساخن أو كطبقة علوية للزبادي أو الآيس كريم.

في حالة الفشل في المشروع يجب اتباع هذه الخطوات للخروج بأقل الأضرار :

1. تحليل الوضع الحالي : وذلك بإجراء تقييم شامل لأسباب الفشل و مدى تأثيره على الشركة .
2. التواصل مع العملاء : ابلاغ العملاء بقرار الانسحاب بشكل شفاف و صريح مع تقديم الشكر لهم على الدعم و توضيح الأسباب التي أدت الى هذا القرار .
3. تصفية المخزون : محاولة بيع المخزون المتبقي بأسعار منخفضة أو تقديم عروض خاصة للتخلص منها بسرعة .
4. إدارة الالتزامات المالية: العمل على تسوية الديون والمستحقات المالية مع الموردين والموزعين بشكل منظم لتجنب النزاعات القانونية.
5. إعادة تخصيص الموارد: القيام بتحليل كيفية الاستفادة من الموارد المتبقية في الشركة (مثل المعدات، الموظفين، والمواد الخام) في مشاريع أخرى أو بيعها إن أمكن.
6. التخطيط للمستقبل: استخدام الخبرات المكتسبة من الفشل لتطوير استراتيجيات جديدة للمشاريع المستقبلية، وتعلم من الأخطاء السابقة لتجنب تكرارها.
7. التواصل مع الموظفين: ابلاغ الموظفين بقرار الانسحاب وخطط الشركة للمستقبل، مع مراعاة حقوقهم وتقديم الدعم الممكن لهم.
8. إغلاق العمليات بشكل قانوني: التأكد من إتمام جميع الإجراءات القانونية المتعلقة بإغلاق العمليات، مثل إلغاء التراخيص وتصفية الأعمال التجارية الرسمية.

لإنتاج مسحوق الخروب كمنتج نهائي قابل للطرح في الأسواق، يمكن استخدام الآلات التالية:

- آلة تنظيف الخروب: تستخدم لإزالة الشوائب والأجزاء غير المرغوب فيها من الخروب. تقدر تكلفتها ب: 1,500,000 دينار جزائري.



- آلة تجفيف: تستخدم لتجفيف الخروب بعد التنظيف للحصول على مسحوق. يمكن أن تتراوح تكلفتها ب: 3,000,000 دينار جزائري.



- آلة طحن: تستخدم لطحن الخروب المجفف للحصول على مسحوق ناعم. تتراوح تكلفتها ب: 2,000,000 دينار جزائري.



(أسعار الآلات من موقع علي بابا بتاريخ 2020/12/12)

12/ التكاليف: (الإضافية)

- تكلفة التغليف .
- تكلفة الترويج .
- تكلفة صيانة الآلات .
- تكلفة المشاركة في المعارض .
- تكلفة التخزين .
- تكلفة المكان (مكان المؤسسة مستأجر).
- تكلفة التوزيع .

مع العلم ان جميع هذه التكاليف في 3 سنوات الأولى للمشروع .

13/ الخاتمة

في ختام هذه المذكرة، نبرز أن مؤسستنا المصغرة الطامحة للنمو و التوسع لا تمثل مجرد مبادرة تجارية، بل تمثل رؤية مستدامة لمستقبل صحي ولذيذ. بواسطة إدراك قيمة مسحوق الخروب كبديل مبتكر للكاكاو، نسعى لتحفيز تغييرات إيجابية في سلوك المستهلكين وتعزيز وعيهم بأهمية اتخاذ قرارات غذائية مستدامة. مع تزايد الاهتمام بالتغذية الصحية والوعي بأصول المكونات، يعكس اعتمادنا على مصدر الخروب هذه الاتجاهات الحديثة. يسعى فريقنا إلى مواصلة البحث والابتكار لتطوير المزيد من المنتجات الصحية واللذيذة، والمساهمة في بناء مجتمع يتسم بالوعي الغذائي والاستدامة. بهذا، نعلن عن استعدادنا للمضي قدماً في رحلة مساهمتنا في تحسين صحة المجتمع وجعلها تجربة لا تُنسى من خلال ابتكاراتنا اللذيذة والمستدامة.

المراجع:

مراجع الفصل الأول

- ¹راكر، بيتر ف. (1985). الابتكار والمقاولاتية: الممارسات والمبادئ. هاربر آند رو. هيسريتش، روبرت د.، بيترز، مايكل ب.، وشيفيرد، دين أ. (2013). المقاولاتية. ماكجرو-هيل إديوكيشن.
- ¹هيسريتش، روبرت د.، بيترز، مايكل ب.، وشيفيرد، دين أ. (2013). المقاولاتية. ماكجرو-هيل للتعليم، الصفحة 10.
- ¹نفس المرجع، الصفحة 8.
- ¹نفس المرجع، الصفحات 20-23.
- ¹ناصر دادي عدون، إقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، الطبعة الثانية، 1998 ص. 8.
- ¹مرجع سابق، ص. 10.
- ¹صمويل عبود، إقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1982 ص. 58.
- ¹فتحي السيد عبده أبو سيد أحمد، الصناعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، 2004 ص. 54.
- ¹نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PME des Gestion، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2007 ص. 25.
- ¹- طيب لحيح، دور المؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في تنمية أقطار المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب)، الملتقى الدولي حول: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، يومي 17-18 أبريل، 2006 جامعة الشلف.
- ¹- التعريف الذي قدم مسبقاً في تعريف الاتحاد الأوربي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ¹- المؤسسة المستقلة هي مؤسسة ال تكون نسبة 25% وأكثر من رأسمالها أو حقوق الانتخاب في حوزة مؤسسة أخرى أو مشتركة بين عدة مؤسسات أخرى ال تتطابق في حد ذاتها مع التعريف الخاص بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ¹- محمد نبيل جامع، اجتماعيات التنمية الاقتصادية لمواجهة العولمة وتعزيز الأمن القومي، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2000 ص. 220.
- ¹- د.محمد هيكل، مهارات إدارة المؤسسات الصغيرة، مجموعة النيل العربية، طبعة، 2003 ص. 21.
- ¹- د.محمد محروس إسماعيل، اقتصاديات الصناعة والتصنيع، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة، الإسكندرية، 1997 ص. 211.

مراجع الفصل الثاني :

- ¹- الأكاديمية الأمريكية للحساسية والربو والمناعة (AAAAI). "مراجعة شاملة للحساسية الغذائية". متاح على الإنترنت (تم الوصول في يوليو 2024).
- ¹- مؤسسة التغذية والصحة. "فوائد الخروب الصحية". متاح على الإنترنت (تم الوصول في يوليو 2024).
- ¹- "PubMed. الخصائص الغذائية للخروب". [متاح على الإنترنت](#) (تم الوصول في يوليو 2024).

الملحقات :

الشكل الأولي للمنتج النهائي:



شكل رقم (1) يوضح اللوغو الخاص بالمشروع