



الموضوع:

مخطط الأعمال لمشروع انتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج في ولايتي بسكرة و أولاد جلال

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: مقاولاتية

الأستاذ المشرف

- قشوط الياس

من إعداد الطالب :

- شرون ياسر

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر أ	- رماني أحمد
بسكرة	مقرا	- أستاذ مساعد أ	- قشوط الياس
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر أ	- فرحات سميرة

الموسم الدراسي 2024/2023





الموضوع:

مخطط الأعمال لمشروع انتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج في ولايتي بسكرة و أولاد جلال

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: مقاولاتية

الأستاذ المشرف

- قشوط الياس

من إعداد الطالب :

- شرون ياسر

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر أ	- رماني أحمد
بسكرة	مقرا	- أستاذ مساعد أ	- قشوط الياس
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر أ	- فرحات سميرة

الموسم الدراسي 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{بِرَفْعِ الْقَلَمِ الْفَنِيكِ أَمَّنُوا مِنْكُمْ وَالْفَنِيكِ أَوْتُوا الْعِلْمَ وَرَجَانِ}

إهداء

اهدي عملي هذا الى والدي
الى خالتي الغالية
الى عائلتي الصغيرة والكبيرة
الى روح جدي الطاهرة رحمه الله

كلمة شكر وتقدير

شكرا لأبي و أمي الذان لولاهما لما وصلت الى هنا ، الشكر و كل
الشكر الى خالتي التي كانت نعم السند ، شكرا لأستاذي ومشرفي
الدكتور الياس قشوط ، شكرا لكل أساتذتي في جميع الأطوار
الدراسية ولكل من علمني حرفا ، شكرا لكل من ساندنا وشجعنا
ودعمنا خاصة أسرة الهلال الأحمر بجامعة محمد خيضر ، وكذا
رفاق النضال .

زملاء دفعة ماستر مقاولاتية 2024/2023

ملخص الدراسة

ملخص

تهدف هذه الدراسة المفصلة لتسليط الضوء على الأفاق الجديدة التي أصبحت محط اهتمام العديد من الشباب في إنشاء مشاريع مقاولاتية خاصة تحمل بصمة صاحبها و تكسر القيود التقليدية للحياة العملية المعروفة في انتظار الوظيفة هي من تأتي إليه , لكن الدخول إلى عالم المال و الأعمال لا يخضع لقوانين العشوائية بل لا بد من وجود مسار محدد يسير عليه كل من يريد تحقيق الاستقلالية المالية و غيرها و هذا المسار هو ما يعرف بمخطط الأعمال الذي هو بمثابة الخريطة التي تقودك من نقطة تشغيلك للمحرك المتمثل في عقلك و الخروج بفكرة إلى أن تصل إلى المحطة المنشودة التي تنعكس في إنشاء مؤسسة خاصة و هذا ما تضمنه محتوى هذه الدراسة في تبين أهمية مخطط الأعمال و أهم مكوناته أو مخططاته الجزئية التي تشمل كل من المخطط التسويقي , الإنتاجي , التنظيمي و المالي و إبراز أهم الخطوات اللازمة لإنشائه كما حاولنا جاهدا لترجمه هذه المراحل و الخطوات في فكرة مشروع الموسومة ب "انتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج بولايي بسكرة و أولاد جلال " و تقديم كل التفاصيل المتعلقة بالفكرة من كونها كخاطرة في الذهن إلى مؤسسة قائمة بذاتها .

الكلمات المفتاحية : المقاولاتية ، مخطط الأعمال ، الفطر الباريسي الطازج .

Summary :

This detailed study aims to shed light on the new horizons that have become the focus of interest for many young people in establishing their own entrepreneurial projects that bear their own imprint and break the traditional constraints of the known practical life, where waiting for a job is what comes to them. However, entering the world of money and business does not follow random rules, but rather requires a defined path that anyone who wants to achieve financial independence and more must follow. This path is known as a business planThe one that serves as the map that leads you from your starting point, which is your mind, to the desired destination of creating a private institution, and this is what the content of this study includes in demonstrating the importance of the business plan and its important components or sub-plans, which include the marketing plan, production plan, organizational plan, and financial plan, and highlighting the necessary steps to create it. We have tried hard to translate these stages and steps in the idea of the project titled "Producing fresh white button mushrooms in the states of Biskra and Ouled Djellal" and providing all the details related to the idea from being a thought in the mind to a self-standing institution.

Keywords: entrepreneurship, business plan, fresh white button mushrooms

قائمة الأشكال والجداول والملاحق

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
.1	جدول التعريف بالمشروع	17
.2	التعريف بصاحب المشروع	18
.3	تحليل البيئة الخارجية PESTEL	23
.4	نقاط القوة ونقاط الضعف	23
.5	الفرص والتحديات	24
.6	معالجة نقاط الضعف	24
.7	تحديد وتحليل الموردين	25
.8	المنافسون	26
.9	وسائل الترويج	30
.10	مخطط شهري لمبيعات للسنة الاولى	33
.11	التجهيزات المكتبية	36
.12	الالبسة	37
.13	معدات الانتاج	38
.14	الموارد البشرية	42
.15	اجور الموظفين	43
.16	اقتطاعات الضمان الاجتماعي	43
.17	رقم الاعمال المتوقع	45
.18	التكاليف التشغيلية	45
.19	التكاليف الاستثمارية	46
.20	اهتلاكات الاستثمارات	47
.21	الميزانية الافتتاحية 2025/1/1	47
.22	جدول حسابات النتائج التقديري لسنة 2025	48

49	التدفقات النقدية لسنة 2025	.23
50	الميزانية الختامية 2025/12/31	.24
51	حساب صافي القيمة الحالية VAN	.25
52	التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة	.26

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1	تموضع المشروع داخل النموذج التمثيلي LA CSIP	22
2	تحليل القوى الثنائية POERTER	31
3	الهيكل التنظيمي	44
.4	فترة استرداد المشروع	54

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	التصريح بالنزاهة
02	مدونة النشاطات الخاضعة للسجل التجاري
03	فاتورة شكلية

مقدمة

المقاولاتية مصطلح تردد في شتى المجالات بين ألسنة مختلف الفئات و خاصة الشبابية , حيث تزايد الاهتمام به في الآونة الأخيرة سواء من طرف الأفراد أو الحكومة , و أصبح يعتبر كموضة أعمال رائجة في الوقت الحالي خاصة للدور الكبير الذي تلعبه المقاولاتية في كونها العمود الفقري للقطاع الخاص و آلية لترجمة و استغلال أفكار الشباب الإبداعية و تحويلها لفرص عمل ناجحة لمحاربة البطالة من جهة و دفع عجلة التنمية الاقتصادية من جهة أخرى , من خلال توفير تشكيلة جديدة و متنوعة من السلع و الخدمات للسوق و كذا توفير مناصب شغل للعاطلين عن العمل , حيث تجلت اهتمامات الحكومة في الجانب المقاولاتي من خلال توفير أجهزة و هياكل دعم , ترقية , استشارة و مرافقة حاملي المشاريع المقاولاتية و كذا تقديم امتيازات ضريبية مساعدة إلى جانب صناديق التمويل الخاصة بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و المؤسسات الناشئة التي تم استحداثها سنة 2020 , فعملية إنشاء مشروع مقاولاتي ناجح تبدأ بفكرة نيرة تحمل طموحات و آمال صاحب المشروع التي تتمتع مع دوافعه الداخلية و قدراته في المبادرة و تحمل المخاطرة المصاحبة لثقلته بنفسه في تحقيق مشروعه على أرض الواقع , إلا أن عملية تجسيد مشروع مقاولاتي بشكل ناجح يضمن استمراريته في بيئة ديناميكية شديدة المنافسة ليس بالأمر السهل و البسيط فهو يعتمد بشكل كبير على مجهودات المقاول في دراسة مختلف جوانب المشروع و الإلمام بكافة تفاصيله من كل الزوايا للتحقق من مدى جدوى و مردودية فكرته , و هذا بالاعتماد على ما يسمى ب " مخطط الأعمال " "Business Plan" الذي يعتبر الركيزة الأساسية في بناء أي مشروع اقتصادي ناجح من خلال مساهمته في اتخاذ القرار الأمثل في ظل ظروف سوقية معينة و موارد محدودة , كما و تتجلى أهميته في كونه وسيلة هامة في يد حامل المشروع لإقناع البنوك و المؤسسات المالية و جذب المستثمرين لتمويل مشروعه , ولهذا وجب على معدي مخطط الأعمال أن يأخذوا الوقت الكافي لإعداده ودراسة كافة جوانبه للخروج بدراسة تفصيلية تتسم بالمصداقية حول إمكانية تطبيق المشروع من فشله .

1_ إشكالية الدراسة :

و نظرا لأهمية مخطط الأعمال سنحاول في هذه الدراسة التطرق بالتفصيل لكل الخطوات المتعلقة بكيفية إنشاء مؤسسة و إعداد مخطط الأعمال المناسب لها في جانبين جانب نظري يتناول بعض المفاهيم المتعلقة بهذا الأخير و جانب تطبيقي يتضمن إعداد مخطط أعمال لمشروع إنتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج بولايي بسكرة وأولاد جلال "MUSHROOM LAND". و بالتالي من خلال هذه الدراسة سنحاول الإجابة على الإشكالية التالية :

➤ ماهي متطلبات اعداد مخطط أعمال لمشروع انتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج بولايي بسكرة وأولاد جلال "MUSHROOM LAND"

ومن خلال الإشكالية المطروحة نطرح التساؤلات التالية:

الأسئلة البحثية:

➤ ما هو مخطط الأعمال , و ما هي أهميته ؟

➤ ما هي متطلبات إعداد مخطط الأعمال ؟

➤ كيف يتم إنجاز مخطط أعمال لمشروع إنتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج بولايتي بسكرة وأولاد جلال
"MUSHROOM LAND".

3_ أهمية الدراسة :

تكمّن أهمية الدراسة فيما يلي :

أ_ من الجانب النظري :

- المشاريع المقاولاتية محط اهتمام العديد من الأفراد في الوقت الحالي خاصة مع قلة مناصب الشغل العمومية
- نجاح أي مشروع مقاولاتي يعتمد على إنجاز مخطط أعمال ناجح
- معرفة تفاصيل إنجاز مخطط الأعمال مفتاح نجاح أساسي لإنشاء المؤسسات
- توضيح معالم نجاح و فشل المشاريع المقاولاتية و تقليل نسبة المخاطرة و التحديات التي تواجهها .

ب_ من الجانب التطبيقي :

- معرفة الخطوات الأساسية لتحويل فكرة مشروع إنتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج إلى مؤسسة قائمة .
- الدراسة متعلقة بمشروع جديد له آفاق مستقبلية في ولايتي بسكرة وأولاد جلال.

4_ أهداف الدراسة :

- إبراز أهمية مخطط الأعمال في نجاح المشاريع المقاولاتية .
- توضيح المسار الأمثل لكيفية تحويل الفكرة الأولية إلى مؤسسة قائمة منافسة في السوق .
- معرفة جدوى فكرة مشروع الفطر الباريسي الأبيض الطازج بولايتي بسكرة وأولاد جلال
- "MUSHROOM LAND" و مدى إمكانية تطبيقها على أرض الواقع .
- تشجيع فكرة إنتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج و الابتعاد عن الفطر المعلب .
- اكتشاف و اقتناص و استغلال الفرص المحلية المتاحة في إقامة مشروع خاص .

5_ أسباب اختيار الموضوع :

هناك عدة أسباب دفعتني لاختيار هذا الموضوع للدراسة منها أسباب شخصية و أسباب موضوعية :

أ / الأسباب الشخصية :

- الرغبة الشديدة في إنشاء مشروع خاص و مستقل .

- الاهتمام الشخصي بالفطر والزراعة بصفة عامة .
- الرغبة القوية في تقديم فكرة مشروع جيدة تحمل آفاق مستقبلية .

ب/ أسباب موضوعية متعلقة بالموضوع في حد ذاته :

- استغلال المحيط القريب في خلق فرص عمل _ ولاية بسكرة_ .
- فكرة متميزة تحمل جانب تحفيزي كبير سواء من الجانب المالي أو الاقتصادي .
- الآفاق الواسعة التي تحملها فكرة المشروع في التوسع.
- لا يوجد من قامالفطر الباريسي الأبيض الطازح بولايتي بسكرة وأولاد جلال .
- خلق فرص و مناصب عمل للعاطلين عن العمل .

6_ هيكل الدراسة :

سوف نتطرق في دراستنا لهذا الموضوع إلى فصلين أساسيين , الفصل الأول يتناول الجانب النظري لمخطط الأعمال بصفة عامة و المفاهيم المتعلقة به , و الفصل الثاني متعلق بالجانب التطبيقي لمخطط أعمال مشروع إنتاجالفطر الباريسي الأبيض الطازح بولايتي بسكرة وأولاد جلال "MUSHROOM LAND", و سيكون هيكل الدراسة بشكل مختصر كما يلي :

الفصل الأول : الإطار النظري لمخطط الأعمال

المبحث الأول : عموميات حول مخطط الأعمال

المبحث الثاني : المخطط التسويقي

المبحث الثالث المخطط الإنتاجي

المبحث الرابع : المخطط التنظيمي

المبحث الخامس : المخطط المالي .

الفصل الثاني : إعداد مخطط أعمال مشروع إنتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازح.

المبحث الأول : وصف المشروع .

المبحث الثاني : المخطط التسويقي للمشروع .

المبحث الثالث : المخطط الإنتاجي للمشروع .

المبحث الرابع : المخطط التنظيمي للمشروع .

المبحث الخامس : المخطط المالي للمشروع .

7_ منهج الدراسة :

إن موضوع الدراسة يعتمد على إعداد مخطط أعمال لمشروع إنتاج الفطر الباريبي الأبيض الطازح بولاية بسكرة وأولاد جلال "MUSHROOM LAND", و بهذا سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي نظرا لملاءمته لطبيعة الموضوع و تماشيا مع أهدافه و عناصره المكونة له , سواء من الجانب النظري في وصف الدور الذي يلعبه مخطط الأعمال في إنجاح المشاريع المقاولاتية , أو من الجانب التطبيقي في عرض البيانات و المعطيات المتحصل عليها .

8_ صعوبات البحث :

- صعوبة الحصول على البيانات الصحيحة الحقيقية من السوق .
- صعوبة التواصل مع الموردين .
- صعوبة تحديد السوق المستهدف .

الفصل الأول: الإطار

النظري لمخطط الأعمال

المبحث الأول: عموميات حول مخطط العمل

المطلب الأول: مفهوم وخصائص مخطط العمل

وفي هذا الصدد يجب علينا في هذه الدراسة و كذا ما تقتضيه الحماية البحثية ابراز مفهوم عام لمخطط العمل و عليه نجد العديد منها لكن نسلط الضوء على هذا الاخير الذي يمتاز بانه مفهوم شامل مانع " يعتبر مخطط الأعمال من الوسائل ذات الأهمية الكبرى من اجل تطوير منظومة الموارد البشرية ودعم دورها في تطوير المؤسسات، وعملا على حث الناس على اقتحام العمل المستقل ومضاعفة مساهمتهم في طرح المشاريع وإحداث المؤسسات الجديدة والمجددة .

ويعتبر مخطط الأعمال وثيقة عمل تضبط إستراتيجية المؤسسة وتعرض كل الجوانب المتعلقة بمجالات نشاطها المنتجات والخدمات والسوق والتسويق والإنتاج والتنظيم. (الزعي، 2012، صفحة 8)

و نجد كذلك من خلال بحثنا بمختلف المراجع و الدراسات السابقة مفهوما جد مختصر وجاء في فحواه "يعتبر مخطط الأعمال وثيقة عمل تضبط إستراتيجية المؤسسة أو باعث مشروع لبلوغ أهداف مضبوطة خلال مدة زمنية و بوسائل بشرية و تقنية و مالية محددة، المتعلقة بمجالات نشاطها المنتجات والخدمات والسوق والتسويق والإنتاج والتنظيم."

و من خلال هذا المفهوم نجد الخصائص مخطط العمل والتي تعتبر أداة تصرف على:

إحداث مؤسسة جديدة.

عرض خدمة أو منتج جديد.

اكتساح سوق جديدة.

إبرام اتفاقية تعاون صناعية أو تجارية.

البحث عن شركاء لتمويل المشروع.(قبة، 2012، صفحة 5)

المطلب الثاني: أهمية واهداف مخطط العمل

و في هذه الجزئية وجب علينا تقصي اهمية مخطط العمل و التي وقفت عليها بشكل دقيق من خلال الدراسة و وجدة " أنه أداة فعالة للحصول على الأموال اللازمة وجذب انتباه المستثمرين، وهو وثيقة تحدد بوضوح ودقة أهداف وغايات النشاط والأساليب المستخدمة لتحقيق هذه الأهداف، كما يعتبر أداة اتصال وإقناع ممتازة للمستثمرين الراغبين في استثمار أموالهم". (الزعي، 2012، صفحة 8)

ومنه نستكشف اهداف مخطط العمل و هي كالتالي:

الفصل الأول: الإطار النظري لمخطط الأعمال

يشمل كل الجوانب الضروري لتنفيذ للمشروع.

- يوضح فكرة المشروع بشكل بسيط وسهل.
- يتضمن مفردات بسيطة ومناسبة لمجال العمل.
- متكامل من حيث المعلومات بشكل يضمن تناسق المعطيات والإمكانات مع الأهداف.
- الإيجاز والتلخيص حيث يسمح فقط بعرض الأمور الأساسية بعناية واختصار.
- الميكلة الجيدة كتصنيف هذا الأخير إلى عناصر أساسية وأخرى ثانوية.
- التناسق في عرض المعطيات والأرقام حيث لا يظهر التناقض في المضامين.

المطلب الثالث : وصف و انواع مخطط العمل

تنوع أشكال ومظاهر مخطط الأعمال باختلاف الهدف والجانب الذي يسعى محرره لدراسته حيث يمكن أن نميز بعض هذه الأنواع كما يلي:

1التصنيف الأول:

1_1/المخطط المختصر : هي خطة قصيرة ومركزة تعرض الجوانب المهمة جدا و القضايا الرئيسية التي لا يجب أن يخلو منها أي مخطط أعمال وتحاول إسقاط الأهم منها للعمل الجديد وتعد الخطة المختصرة خطة عرضية لكل من الممولين والمستثمرين على حد سواء، خاصة عند احتوائها على تنبؤات مالية متعلقة بالمشروع، ويتميز هذا النوع من الخطط بالمحدودية في حالة عدم التأكد عالي في البيئة التي سوف يتواجد فيها العمل الجديد أو المشروع الجديد، إذ أن المخطط المختصر ما هو إلا مخطط عمل مبدئي البداية النشاط، ووجوده هو أفضل في جميع الأحوال من عدم وجود خطة على الإطلاق.

2_1/المخطط الشمولي : في العادة يفضل المقاولون والمستثمرون كتابة خطة العمل وفق هذا الأسلوب والنوع، فهي خطة عمل كاملة ودقيقة وهذا لما تتوفر عليه من تحليل معمق للعوامل المهمة والحرجة التي من شأنها تحديد نجاح أو فشل المشروع الذي براد تجسيده على أرض الواقع تحت مختلف الأحوال والافتراضات ويكون هذا النوع من خطط الأعمال مفيدا ومتميزا عندم يحتوي على:

-مواجهة التغييرات في العمل أو بيئة الخارجية.

-يصف الفرصة الجديدة والتي سيبدأ بها كعمل جديد.

-التوضيح المعمق والواقعي للمواقف التي من شأنها تعقيد العمل.

-تحديد ووصف الفرص والية التعامل معها بشكل واضح ودقيق.

2- التصنيف الثاني:

2_1/المخطط القصير أو المصغر : حيث من المحتمل أن يحتوي على (10) صفحات بالإضافة إلى أنه يجب أن يشمل أيضً على تركيز الاهتمام على الأمور الأساسية مثل: مفهوم العمل والاحتياجات المالية، وخطة التسويق والكشوفات المالية، وخاصة كشف التدفقات النقدية والعائد المستهدف وكشف الموازنة، وهنا لابد من الحذر في الإساءة لاستخدام المخطط الصغير لأنه ليس البديل عن الخطة التفصيلية المطلوبة والكاملة للمشروع.

2_2/مخطط العمل : هو عبارة عن الأداء المستخدمة في تشغيل وإدارة المشروع من قبل المقاول، ويتوجب أن يكون هذا المخطط طويل ويحتوي على جميع التفاصيل، كما يمكن أن يكون في بعض الأحيان قصير في عرض المشروع.

2_3/مخطط التقديم : وهو مخطط العمل، ويستخدم هذا المخطط عادة في البنوك أو المستثمرين وغيرهم من خارج الشركة العرض الحصول على التمويل المائي وتذهب جميع المعلومات الموجودة في مخطط التقديم تقريبا إلى مخطط العمل مع بعض الاختلافات المحددة.

2_4/المخطط الإلكتروني : تجري معظم مخططات وبرامج الأعمال بواسطة الحاسب بشكل أو بآخر، ومن ثم يتم طبعها على نسخ ورقية متعددة .

كما يجري من وقت لآخر إرسال الكثير من الوثائق الحاملة للمعلومات بواسطة الحاسب ما بين الأطراف المختلفة للأعمال، ومن الممكن هنا أن يجد المقاول أكثر ملاءمة له الاحتفاظ بطبعة (نسخة الكترونية) من خطته، ويستخدم العرض المستند على الحاسب في تقديم المخطط الإلكتروني وتحتاج كل خطة من الخطط الأربعة إلى مقدار مختلف من حجم القوى العاملة، ولا يؤثر هذا الحجم على حجم المخرجات من المشروع، لأن حجم المخرجات يتأثر بنمط المنتج .

3- التصنيف الثالث:

يتكون مخطط الأعمال الكلي خطط أعمال فرعية على حسب حاجة المؤسسة، يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

3_1/معياري مخطط البدء هو المخطط الذي يحدد الخطوات اللازمة للأعمال تجارية جديدة، وهو يغطي المواضيع بما في ذلك مستوى المؤسسة، المنتج أو الخدمة، السوق، التنبؤات، إستراتيجية ومراحل التنفيذ، فريق الإدارة والتحليل المالي، تبدأ هذه الخطة مع مجز تنفيذي وينتهي مع ملاحق شهرية تبين التوقعات بالنسبة للسنة الأولى.

3_2/مخطط العمليات: يمكن أيضا أن تسمى خطة داخلية أو خطة سنوية، قد تكون عادة أكثر تفصيلا عن معالم محددة للتنفيذ والتواريخ والمواعيد النهائية، ومسؤوليات فريق العمل والمديرين، كما البد من تحديد الأولويات الرئيسية من خلال التركيز على تواريخ مفصلة ومسؤوليات محددة.

3-3 مخطط النمو: مخطط التوسع أو مخطط جديد للمنتج يركز أحيانا على منطقة محددة من الأعمال، أو مجموعة فرعية من رجال الأعمال ، ويمكن أن تكون مخطط داخلي أم لا، وهذا يتوقف على ما إذا كان يتم ربطه بطلبات.

4_3 مخطط الجدوى كما هناك خطة الجدوى وهي بسيطة جدا لبدء الخطة التي تتضمن ملخصا، بيان للمهمة ، مفاتيح النجاح، التعليم الأساسي وتحليل السوق، تحليل أولي للتكاليف، التسعير، النفقات المحتملة. هذا النوع جيد لمعرفة ما إذا كان هناك عمل يستحق المتابعة أو عدم المضي في العمل.(شابي ، 2021/2020، ص15)

المطلب الرابع: مكونات و مراحل إعداد مخطط العمل

و نجد في هذا الصدد و بشكل بسيط و موفصل مايلي:

1- بلورة الفكرة المقاولاتية بشكل جيد واذ تنتقل من مفهوم واسع إلى أن تصبح أكثر دقة ، وهنا تجب الإشارة إلى انه تتطلب حماية الفكرة وذلك بحماية الملكية الفكرية أو تطوير استراتيجيات الحماية السوق.

2- اختبار الفكرة لمعرفة مدى إمكانية تنفيذها في خلق فرصة أعمال وذلك بدراساتها في الإطار الاقتصادي والاجتماعي للمؤسسة ومدى ملاءمتها له.

3- نمذجة العرض : يقوم المقاول بوضع نموذج للأعمال يوضح فيه جوهر الأعمال وكذا كيف ستتولد الأموال وكيف ستكون العلاقة التبادلية بين أصحاب المصالح هذا النموذج عبارة عن نموذج للإستراتيجية الاقتصادية التي تسمح للمؤسسة بتوليد العوائد وهو بذلك يسمح لها بامتلاك رؤية واضحة حول مصادر العوائد.

4- تصور حاضر ومستقبل الأعمال : يجب تعريف المكونات الأساسية للرؤية الجديدة يتعلق الأمر بتوضيح عوامل النجاح المؤثرة وكذا تصميم تصنيع المنتج وتقديم الخدمة وكذا مختلف العمليات المتعلقة بتسيير المشروع.

5- كتابة الرؤية في مخطط الأعمال : يجب أن يقوم مخطط الأعمال بإقناع أن نموذج الأعمال يستحق الدعم بفضل ملاءمة الرؤية الإستراتيجية الموضحة في تفاصيله لأصحاب المصالح او الفريق وهنا لا يجب النظر إليه على انه عالق وإنما فرصة التحديد الإستراتيجية.

المبحث الثاني: وصف المشروع و مخطط العمل التسويقي

المطلب الأول : وصف المشروع

وفي اطار هذه الدراسة التي تشمل العناصر التالية:

1- ملخص المشروع : هو عبارة عن ملخص للنقاط المهمة في مخطط الأعمال الذي يتجاوز الصفحة فهو يسمح للقارئ بتشكيل فكرة واضحة حول المشروع، ويكون إعدادة كمرحلة أخيرة بعد إعداد مخطط الأعمال.

2-فكرة الشروع و تشمل:

2_1-الفكرة الأولية : هي الفكرة الخام التي ينطلق منها المشروع و هي ليست بالضرورة الفكرة التي سيتم خلالها إنشاء المؤسسة بل يتم صقلها وتعديلها على حسب متغيرات المحيط.

2_2-تقييم الفرصة : هنا يمكن التطرق لنوعين من الفرصة:

2_2_1-الفرصة المقاولانية: هي نتيجة المزيج جديد من عوامل الإنتاج والذي ينعكس في إدخال منتج جديد، طريقة عمل جديدة في الإنتاج أو عند استغلال سوق جديد و الولوج إلى مصدر جديد للتمويل و أخيرا شكل جديد المنظمة صناعية.

2_2_2-فرصة الأعمال: يمكن تعريفها بأن المشروع قد يؤدي إلى أحد الأنشطة الخالفة (المنشئة) للقيمة (القيمة الإبداعية) ذات مردودية ومع احتمالية الاستمرارية والتطوير و الأخذ بعين الاعتبار فرصة السوق والموارد المتاحة للفرد و تشمل:

الفرد : رغباته ، إمكانياته المالية ، دوافعه ، قيمه، مهاراته، علاقاته ، معرفته.

الوقت الوقت ضروري من أجل تحديد إبعاد المشروع وتقدير الموارد الضرورية ولكي يتم الحصول على الفرصة يتطلب تفكيك الفكرة الأصلية من خلال النزول إلى السوق وتحويل الفكرة الأولية إلى فرصة من خلال المراحل التالية:

أ- تفكيك وإعادة تكوين الفكرة الأصلية:

الفكرة الجيدة ليست سوى أداة في يد الفرد أو الجماعة، وليست الفكرة المكون الرئيسي وإنما العمل الذي يمكن القيام به من الفكرة أي أنه لا توجد فكرة جيدة وأخرى سيئة بل العمل هو المحدد الرئيسي لها.

الأفكار الجيدة ليست بالضرورة فرصة جيدة قد تكون فكرة بسيطة وتخلق قيمة كبيرة وقد تكون الفكرة عبقرية وتخلق قيمة وذلك يحدد حسب شروط البيئة والمحيط.

النقاط الأفكار الناشئة الجديدة يعني يجب على الفرد أن يمتلك اليقظة المقاولانية التي تساعد على تطوير القدرة على الاستماع والمراقبة الجيدة لطرح الأسئلة حول ما يحيط بالفكرة، وذلك لأن الفرد حامل المشروع يجب أن يعمل مثل الإسفنحة لامتصاص أكبر قدر ممكن من المعلومات والأفكار قبل القيام بفرز أو ترك العملية التسويقية لا يستطيع المقاول تفكيك الفكرة الأولية إلا إذا كانت لديه مهارات وكفاءات وكذلك الاستعانة بمكاتب الاستشارة، والزبائن الجمع معلومات عن المحيط الخاصة بالمشروع.

ب- تقييم البدائل تتمثل في مجموعة من الاختيارات التي تشكلت من تفكيك الفكرة الأولية للاستفادة منها عن طريق توسع في النشاط، وعند مواجهة الصعوبات في تطبيق الفكرة المختارة تختار بديل آخر من هذه البدائل.

المطلب الثاني: مفهوم واهمية مخطط التسويق

1- تعريف مخطط الأعمال التسويقي:

لقد تعددت تعاريف مخطط الأعمال التسويقي سنحاول ذكر بعضها:

يعرفه فايول: " بأنه في الواقع يشمل التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل مع الاستعداد لهذا في المستقبل.."

أما جورج تيري "أنه الاختيار المرتبط بالحقائق ، ووضع واستخدام الفروض المتعلقة بالمستقبل عند تصور الأنشطة المقترحة التي يعتقد بضرورتها لتحقيق النتائج المنشودة."

و يضيف تعرف آخر و يعتبره " أداة حيوية لنجاح المشروع واستمرار حياته."

و يمكننا القول أنه التنبؤ بما سيقع في المستقبل بخصوص عناصر العمل التي تستوجب لتحقيق الأهداف المطلوبة، والاستعداد لمواجهة عوارض الأداء، والسعي لحلها والاستفادة من النتائج المحمودة المتوقعة في المستقبل في إطار زمني محدد، ومتابعة هذا الأمر في التنفيذ .

و منه نلاحظ أن جميع التعريفات تتفق على أن المخطط التسويقي هو اتخاذ قرار حاضر بشأن حدث مستقبلي، أو اختيار بديل من عدة بدائل لتنفيذه مستقبلا، ويمكننا القول بأنه يعني:

-تمثل الاختيار من عدة بدائل.

-توجيه للمستقبل.

-عملية مستمرة.

-تقدم على اتخاذ قرارات.

-البدء حيث ينتهي تحديد الهدف.(مراد وشلعاف، 2012، صفحة9)

المطلب الثالث : مراحل إعداد مخطط التسويق

تبدأ الخطة التسويقية بفهم السوق المستهدف والجمهور المحدد. من خلال :

1. تحديد من هم العملاء المحتملين وفهم احتياجاتهم ورغباتهم، وبالتالي يمكنك توجيه استراتيجيات التسويق بشكل أفضل.
2. تحديد الأهداف Setting goals
3. وضع استراتيجية التسويق Marketing Strategy

الفصل الأول: الإطار النظري لمخطط الأعمال

وضع استراتيجيات التسويق في الخطة التسويقية يمكن أن يكون دليلاً هاماً لتحقيق النجاح في التسويق. إنه يساعد في تحديد الاتجاهات و الأهداف وكيفية تحقيقها بشكل أفضل.

4. التكنيكات والأشخاص ACTICS

الأشخاص في فرق التسويق هم المسؤولون عن تنفيذ التكنيكات وتحويلها من مفهوم إلى واقع. إنهم يضمنون تنفيذ الخطة وفقاً للمواعيد والمعايير المحددة.

5. الميزانية والتخطيط الزمني Budget

كيف ستحدد سعر منتجك أو خدمتك؟ هل ستتبع استراتيجية التسعير المنخفضة اختراق السوق أم التسعير العالي للتمييز؟ يجب وضع استراتيجية تسعير تتناسب مع قيمة المنتج وتوقعات الجمهور

6. تقييم الأداء Evaluation

يجب وضع طرق لقياس نجاح الحملة التسويقية. مثال، متابعة مبيعات المنتج، تحليل الحملات التسويقية، واستطلاع رأي العملاء.

(شابي، 2021/2020، صفحة 68)

المطلب الرابع : مكونات و عناصر خطة التسويق

يعد التسويق أحد أهم ركائز العمل الناجح، لذلك عند البدء بأي مشروع جديد، لا بد من إعداد خطة تسويقية متكاملة لزيادة فرص النجاح، والجدير بالذكر أنه مهما اختلفت استراتيجيات التسويق المتبعة، إلا أن جميع الخطط التسويقية لا بد لها من امتلاك عناصر متشابهة من ناحية المبدأ، وغالباً ما تكون هذه العناصر أساسية في خطة التسويق، وقد تزيد أو تنقص عناصر الخطة التسويقية، بحسب الاستراتيجية المتبعة من قبل فريق التسويق، وللتعرف على أهم عناصر الخطة التسويقية الأساسية، سنتناول أبرزها خلال هذا الدراسة الأكاديمية بحيث بعد عملية البحث و التحري حو المادة العلمية محل الدراسة يبرز لنا ان أهم عناصر الخطة التسويقية فيما يلي توضيح لأبرز العناصر التي تمتلكها أغلب الخطط التسويقية:

1-تحديد السوق:

لكل عمل يقدم سواء سلع أو خدمات شريحة مستهدف في السوق، فيمكن أن تكون هذه الشريحة مرتبطة بالجنس أو السن أو الطبقة الاجتماعية، لذلك يستوجب معرف ما هي الشريحة المستهدفة في السوق في بداية الأمر، وذلك من أجل وضع الخطة التسويقية المناسبة، والتي تتوافق مع طبيعة المستهلكين المهتمين في السلع أو الخدمات التي يتم التسويق لها.

2_دراسة السوق:

تعد دراسة السوق من أهم عناصر الخطة التسويقية، وقد تكون من أولها تنفيذاً، وتتضمن القيام بجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها، والجدير بالذكر أن هذه المعلومات بالضرورة تكون مرتبطة بنطاق العمل الذي يتم التسويق له، ومن أهم الجوانب التي يتم دراستها تقلبات السوق من حيث العرض والطلب وطبيعة المستهلكين، وتوافر المنتجات المنافسة في الأسواق، بالإضافة إلى توجهات المنافسين.

3_أهداف العمل:

من أهم واجبات التسويق هو تحقيق أهداف العمل، وبالتالي يجب عند وضع خطة تسويقية أن يكون من ضمنها تحديد وتوضيح للأهداف المراد تحقيقها، والتي يمكن أن تشمل على زيادة المبيعات والأرباح، ونشر اسم الشركة أو العلامة التجارية للمنتجات، أو زيادة قاعدة العملاء، وغيرها من الأهداف.

4_الاستراتيجية:

يقصد هنا بالاستراتيجية تحديد قنوات الإعلان أو التسويق التي سوف يتم استخدامها لتنفيذ الخطة التسويقية، والتي يمكن أن تتضمن نوعاً واحداً أو عدة أنواع من طرق التسويق، وعادة ما يستخدم مجموعة واسعة من طرق التسويق، والتي تتضمن الإعلان عبر الإنترنت سواء بالبريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي، أو الإعلانات على صفحات الويب أو التسويق عبر محركات البحث، بالإضافة إلى استخدام الطرق الأخرى التقليدية، والتي تتضمن الإعلانات في الطرق وعلى التلفاز.

5_الميزانية:

كغيره من نشاطات أي عمل يحتاج التسويق للتمويل، ومن الممكن أن تكون تكلفة التسويق لبعض الخطط التسويقية مرتفعة، لذلك لا بد من وضع ميزانية يتم خلالها تحديد أوجه الإنفاق وحجمه على مدار الخطة التسويقية، وكذلك لا بد من توزيع هذا الإنفاق بشكل منطقي على الفترة الزمنية التي يتم تنفيذ الخطة خلالها، وتجدر الإشارة أيضاً إلى ضرورة مراقبة الإنفاق بشكل مستمر ووضوح حدود له.

6_التقييم:

للتأكد من أن الخطة التسويقية تحقق الأهداف المرجوة منها لا بد من مراقبة النتائج وتحليلها بشكل دوري، ويتم ذلك من خلال استخدام الأدوات المتاحة لجمع المعلومات، فعلى سبيل المثال في حال كانت الحملة التسويقية عبر الإنترنت، يمكن استخدام أدوات مثل إحصاءات جوجل للتتبع ومراقبة النتائج، وبناءً عليها يمكن تعديل الخطة أو تحسينها للحصول على نتائج أفضل في حال استدعت الحاجة.

المبحث الثالث: المخطط الانتاجي

المطلب الأول : مفهوم و اهمية المخطط الانتاجي

تعريف تخطيط الإنتاج: تعددت التعاريف لتخطيط الإنتاج بتعدد الباحثين في هذا المجال ومن بين التعاريف تذكر:

عرفه البعض بأنه: جميع القرارات التي تتعلق بتحديد وإعداد وتنظيم القوى العاملة والآلات وأساليب الإنتاج ورؤوس الأموال المطلوبة لإنتاج كمية معينة من منتج واحد أو مجموعة منتجات خلال فترة زمنية معينة في المستقبل بأقل تكلفة ممكنة:

-يعرفه الحسين على أنه وظيفة من أبرز وظائف إدارة الإنتاج والعمليات، فهو يمثل نشاط محوري يتكامل ويتقاطع مع مختلف نواحي الأنشطة الأخرى في المنظمة كما يمكن تعريفه بأنه تصميم واستخدام نظام إجرائي لأعداد الخطط والتحكم في كل عناصر النشاط الإنتاجي.(المغربي، 2007، صفحة337)

من التعاريف السابقة لكل من التخطيط وكذا الإنتاج والتعاريف المقدمة لتخطيط الإنتاج يمكن تعريف هذا الأخير بشكل عام بأنه الوظيفة التي تسعى إلى تحديد الأهداف النهائية والجزئية المتمثل في إنتاج كميات مطلوبة من المنتجات في الوقت المناسب وبتكاليف أقل وبأفضل الطرق.(زهواني، 2007، صفحة61)

المطلب الثاني : مراحل إعداد مخطط الانتاجي

- تحديد عدد الوحدات الإنتاجية وما يرتبط بها من نوع التكنولوجيا المستخدمة.
- تحديد التجهيزات الرأسمالية والخصائص الأساسية للمنتجات.
- تحديد الطاقة الإجمالية المتاحة للإنتاج.
- تحديد الخيارات الخاصة بالعمليات مثل التكامل العمودي والأفقي.
- تحديد البنية التحتية التصنيعية مثل نظم تخطيط الإنتاج والرقابة.
- تحديد الروابط مع الأنشطة الأخرى كالأنشطة التسويقية والمالية وغيرها.

تتضمن إستراتيجية المنتج ثلاثة عناصر كما يلي:

- تحديد المنتجات التي ستنج من خلال تعريفها بوضوح.
- اختيار المنتجات من بين التشكيلة التي تم تعريفها.
- تصميم هذه المنتجات.

تحديد المنتج يعني تحديد مجموعة من الأفكار لمنتجات يحتاجها السوق والمجتمع، سواء كانت سلعة أو خدمات، وتأتي الأفكار عادة من مصادر متعددة، مثل:

➤ المصادر الداخلية:

قسم البحث والتطوير.

تحليل اقتراحات واحتياجات العملاء.

العاملين.

➤ المصادر الخارجية:

بحوث السوق.

سلوك المنافسين.

اقتراحات خارجية.

البحوث والمؤتمرات والمجلات العلمية. (زرزوة، 2016/2015، صفحة 61)

المطلب الثالث : تحديد احتياجات المشروع

و في هذا الصدد نجد العديد من الانظمة و من ابرزها على أنه النظام معلومات " Material Requirement Planning MRP" يعرف نظام يساعد عن طريق برامج حاسوبية خاصة في ترجمة الكتب على السلع تامة الصنع إلى احتياجات من المواد الأولية والمتطلبات اللازمة لإنتاجها، أو هو المجموعة من الاجراءات المتسلسلة والمكملة بعضها لبعض الآخر، فهو عبارة عن تصميم قيود خاصة لترجمة جدولة الإنتاج الرئيسية إلى صافي الاحتياجات لكل عنصر من عناصر المخزون، وتحديد الزمن اللازم لتوفيرها للمتمكن المؤسسة الصناعية من الوفاء بالتزاماتها تجاه زبائنها يسمى أيضا بنظام تخطيط احتياجات الإنتاج من المواد الأولية، وهو نظام طور من طرف " Josephe Orticky" العلاقات من سنة 1965، حيث أصبح النظام الأكثر استعمالا في المؤسسات الأمريكية والأوروبية، كان هدفه تحويل المخططات الإنتاجية إلى مخططات مشتريات، ثم طور في سنة 1972 في سنة 1971 MRP1 MRP2 ليصبح MRPI أدمج الحاجة إلى الطاقة فهذا النظام يجيب عن التساؤل: هل أن النظام الإنتاج فيالمؤسسة القدرة على تقديم المنتجات اللازمةMRP2أدمج، إضافة إلى الحاجة إلى الطاقة، الحاجات المالية والمحاسبية، تسعى المؤسسة من خلال العمل وفق نظام MRP إلى إعادة تمويل المخزون بالمواد الأولية، ليس أخذا بعين الاعتبار حجم استهلاك المخزونات فقط، وإنما أخذا بعين الاعتبار الاحتياجات المستقبلية النظامالإنتاج، وهو ما يمكن من رفع احتمالية إنتاج المنتجات بدون الاعتماد على فكرة مخزون الأمان و يتعلق الأمر، إذن في هذا النظام بتسيير المخزون الصناعي في المؤسسة، بالطريقة تسمح بتوفيرالمكونات اللازمة في الوقت المحدد، وبالكمية المناسبة لإنتاج منتج معين، فالهدف، كما أشرنا سابقا، هو تحويل المخططات الإنتاجية إلى مخططات مشتريات.

التقارير والأوامر:

تتمثل مخرجات نظام MRP في مجموع التقارير التي تصدر بعد معالجة البيانات المشار إليها سابقا، وعموما، تتمثل أهم هذه المخرجات في ما يلي :

1- تقارير تتعلق بالطلبات المخطط إكمالها أو تسلمها، حيث يوضح فيها كميات عناصر الإنتاج الموجودة في مخازن المؤسسة والتي ينتظر أن تصل إلى ورشات المؤسسة، إضافة إلى كميات طلبات الشراء المنتظر تسلمها من موردي المؤسسة.

2- تقارير تتعلق بالطلبات المخطط إطلاقها.

3- تقارير بحجم المخزون المتاح المتوقع الاحتفاظ به في نهاية كل مدة زمنية .

4- تقارير بإلغاء بعض الطلبات المخططة أو تغيير تاريخ تسلمها في حالة إلغاء بعض الطلبات من الجدول الرئيسي للإنتاج.

5- تقارير خاصة يمكن أن تطلبها الإدارة العام للمؤسسة من أجل مساعدتها على اتخاذ قرارا معينة. (زرولة، 2016/2015، صفحة93)

المطلب الرابع : اختيار موقع المشروع و العوامل المؤثرة فيه

وفي هذا الجزء من الدراسة نقسم دراستنا الى :

➤ **الموقع:** وهو الحيز المكاني الذي سيتم تشييد عليه المشروع و هو بشكل أدق و مختصر الموقع الجغرافي للمشروع او محل و مكان تواجد.

كما يضيف فوقها الميدان ان هذا الاخير يكون اختيار الموقع من الكل الى الجزء بمعنى البدا من :

1. الناحية او الاقليم.

2. المدينة

3. الحي

4. المكان الاستراتيجي و الملائم للمشروع بالحي

حيث تساهم فيه نوعية النشاط بحظ ذاتها.

مثال :

مشروع تجاري : يلائم موقعه المكان الذي يكون في الطريق الرئيسي و يحتوي على شريط ركن السيارات.

مشروع صناعي مصغر "ورشة" : يلائمها مكان بعيد عن التجمع السكاني بالحي بهدف عدم اجعاز و تعكير مجاز سكان الحي بصوت الآلة و الماكينات.

➤ العوامل المؤثرة :

و نجدها تتمحور في :

- 1_القرب من مصدر المادة الخام : وهو مصدر المادة الاساسية مثل ورشة صناعة المسامير الحديدية و قريبا من نقاط بيع مادة الحديد او مصنع الصلب و الحديد و ذلك مراعاتا للخفض تكلفت النقل و وفرة المادة الاساسية.
- 2_القرب من موقع السوق: و تبقى مع نفس المثال وهو موقع بيع المنتج النهائي للورشة بحيث يمكن اشباع الطلب ، مثال لسوق او نقاط بيع مواد البناء و ورشات النجارة.
- 3_القارب من خطوط النقل و الطرقات لوجهة البيع.
- 4_الاخذ بعين الاعتبار الاحوال الجوية والظروف الطبيعية للتصنيع : مثال تخزين المنتج النهائي باقليم التخزين ، لكن الظروف الجوية "رطوبة ، امطار ، حرارة" تأثر على جودة المنتج بشكل مباشر مما يؤدي الى تلف المنتج . (الزعي، 2012، ص 28)

خلاصة الفصل الأول :

و في نهاية هذا الفصل نستخلص مما تطرقنا إليه سابقا أن إعداد مخطط الأعمال للمؤسسة المراد إنشاؤها على أرض الواقع يعطي لحامل المشروع تصورا عميقا و شاملا حول كل العناصر التي يرتبط بها هذا الأخير و التي لها الدور الكبير في إنجاح أو فشل المشروع , فقد أصبح الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها أي مشروع سواء قبل أو أثناء أو بعد انطلاقه نظرا للأهمية الكبيرة التي يتمتع بها و التي ذكرناها سلفا حول دوره في تحديد الأخطار والعراقيل التي تحدق بالمشروع من أجل استباقها أو تجنبها في الوقت المناسب فهو يساعد على تجسيد الفكرة المبتكرة على أرض الواقع تماشيا مع ما يقدمه المحيط من إشارات سواء في صالح المشروع كفرصة أو معيقة للمشروع كتهديد ، ويساعد كذلك على تقصي وتحليل معوقات الواقع المقاولاتي المهني، ومعالجتها وذلك من خلال الحصول على المعلومات الملائمة من الأطراف المناسبة وتحديد الإستراتيجيات المتبعة , و لهذا وجب على حامل المشروع أن يقوم بالدراسة المفصلة لكل أجزاء مخطط الأعمال انطلاقا من الدراسة التسويقية التي تعتبر الحجر الأساس الذي تبنى عليه بقية الدراسات الأخرى التي يحتاجها المشروع سواء الإنتاجية و التنظيمية و مرورا إلى الدراسة المالية المهمة التي تسعى لتحديد و الحصول على الموارد المالية التي تحول المشروع من كونه فكرة على الأوراق إلى مؤسسة قائمة بذاتها على أرض الواقع تقدم سلعا و خدمات .

و لهذا في الفصل الثني أن نعكس و نترجم كل العناصر النظرية حول مخطط الأعمال و مكوناته إلى دراسة حقيقية تطبيقية متعلقة بمشروع " انتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج بولايتس بسكرة وأولاد جلال "

الفصل الثاني : مخطط

أعمال لإنجاز مشروع إنتاج

الفطر الباريسي الطازج

تمهيد الفصل الثاني :

بعد الدراسة النظرية التي تطرقنا اليها من خلال الفصل السابق والمتمثلة في الجانب النظري لمخطط الأعمال بالتفصيل سنحاول في هذا الفصل التطبيقي وضع الاسس اللازمة لتطبيق مختلف المفاهيم النظرية في فكرة مشروع انتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج ولهذا تم تقسيم الفصل الثاني الى:

المبحث الأول: الملخص التنفيذي للمشروع

المبحث الثاني: المخطط التسويقي للمشروع

المبحث الثالث: المخطط الإنتاجي للمشروع

المبحث الرابع: المخطط التنظيمي للمشروع

المبحث الخامس: المخطط المالي للمشروع

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

المبحث الأول: الملخص التنفيذي للمشروع :

في هذا المبحث سنتطرق بالتفصيل الى التعريف بالمشروع و صاحبه وكذا الأسباب التي أدت الى اختياره ومنه سنوضح الأهداف و الآفاق المستقبلية له والطموحات التي نسعى الى تحقيقها مستقبلا

المطلب الأول: الملخص التمهيدي و وصف المشروع

1_ الملخص التمهيدي :

1_1_ التعريف بالمشروع :

جدول رقم : (1) : جدول للتعريف بالمشروع

العنصر	الشرح
طبيعة المشروع	انتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج
اسم المشروع	MUSHROOM LANDH أرض الفطر
صاحب المشروع	شرون ياسر
موقع المشروع	حي الزهور بلدية طولقة ولاية بسكرة
منتجات المشروع	فطر باريسي أبيض طازج
النطاق	على مستوى ولايتي بسكرة و أولاد جلال الموقع على خرائط غوغل : https://maps.app.goo.gl/eQGafMig67VP6Qcz5
الفتنة المستهدفة	<ul style="list-style-type: none"> ● المطاعم ● الفنادق ● مطاعم الأكل السريع ●
عدد العمال	07 عمال
رمز النشاط في السجل التجاري	101110
تسمية النشاط	مؤسسة انتاج وحفظ الفطريات المزروعة

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

كل نشاط انتاج وحفظ الفطريات المزروعة	مضمون النشاط
توزيع المنتجات المحددة في مضمون النشاط لتجار الجملة وتجار التجزئة و الجماعات	النشاطات الاضافية
EURL مؤسسة ذات الشخص الوحيد ذات المسؤولية المحدودة	الشكل القانوني للمؤسسة
فردية خاصة	الملكية
ذاتي	شكل التمويل
الانفتاح أكثر حول الانتاج حول الانتاج والصناعات الغذائية الطبيعية	رؤية المؤسسة
المساهمة في تنوع النمط الغذائي للمستهلك	رسالة المؤسسة
8498546 دج	رأس مال المشروع
سنة أشهر و 15 يوم	فترة الاسترداد

المصدر : من إعداد الطالب

2_1_ التعريف بصاحب المشروع :

جدول رقم(2) : التعريف بصاحب المشروع

الشرح	العنصر
شرون ياسر	الإسم و اللقب
yassercherron@gmail.com	البريد الإلكتروني
شهادة ليسانس في إدارة الموارد البشرية 2021 شهادة ماستر مقاولاتية 2024	الشهادات العلمية
اعداد مخطط أعمال اعداد مخطط نموذج الأعمال	التكوينات
القيادة سرعة التعلم التفاوض مهارة التسيير , التنظيم , التنسيق	المهارات

المصدر : من إعداد الطالب

2- وصف المشروع

2_1_ فكرة المشروع :

جاءت الفكرة لما قال لي أحد أصدقائي ان الاستثمار في الفطر هو أحد المشاريع الناجحة والتي لها مستقبل واعد في الجزائر لكن الفكرة كانت ضبابية والطريقة التي كان يتكلم عليها بدائية.

قمت ببحث بسيط في اليوتيوب و مواقع التواصل الاجتماعي فوجدت أنه بالفعل هناك استثمارات على أرض الواقع و بطرق حديثة وعلمية وبما أن استهلاك المستهلك الجزائري عادة مايكون محصورا في الفطر المعلب الذي يكون أقل جودة و أعلى ثمنا , وكذلك وجود طلب على هذا المنتج الذي يدخل في العديد من الأطباق الحديثة المستهلك المحلي و كذلك هناك العديد من محلات الأكل الخفيف والمطاعم والفنادق تقوم باستعماله بصفة دائمة و الأمر الذي شجعني أكثر على اقتحام عالم هذا المنتج هو أنه لا يوجد منتجون له بالمنطقة وكذلك لما له وعوائد مادية ممتازة و استغلال توجه الدولة نحو التقليل من الاستيراد وكذلك لما له من آفاق اخرى يمكن التوسع فيها من تصبير تجفيف و انتاج أنواع مختلفة

2_2_ الشعار

2_3_ التعريف بالمشروع والمنتجات التي يقدمها:

المشروع عبارة عن مؤسسة انتاجية تقوم بانتاج الفطر الباريسي الأبيض الطازج داخل غرف خاصة ، ومن ثم قطفها وتعليبها وايصالها للزبائن .

المنتجات:

✓ فطر باريسي طازج بعلب ذات سعة 250 غرام

2-4_ تعريف الفطر الباريسي الأبيض:

الفطر هو أحد الكائنات الحية، التي تنتمي الى مملكة الفطريات ، ولا ينتمي الى عائلة النباتات ، حيث أنه لايعتمد على عملية التمثيل الضوئي كباقى النباتات ، لكن يتغذا على البقايا العضوية الجاهزة، حيث أنه يتميز بمضم خارجي عن طريق افرازات انزيمية تقوم بتحليل المواد العضوية ليوقوم بامتصاصها خارجيا عن طريق الخلايا، وله ثلاث تقسمات مشهورة وهي الفطر الصالح للأكل و الفطر الطبي و الفطر السام .

يتمثل منتوجنا في الفطر الصالح للأكل الذي يعتبر منتوجنا ضمن هذا التقسيم ، حيث يعتبر الفطر الباريسي الأبيض هو أحد أشهر أنواع الفطر الصالحة للأكل، و أكثرها استهلاكا في العالم .حيث يتميز بقيمة غذائية عالية وشكل محبب للمستهلك حيث أن النظرة الكلاسيكية للفطر مأخوذ من شكله

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

يتميز الفطر الباريسي بطول فترة تخزينه التي تصل ال 15 يوما

المطلب الثاني: أهداف و دوافع المشروع

1_ أهداف المشروع

- ✓ تحقيق عوائد من خلال تغطية الفجوة السوقية
- ✓ النجاح والنمو و الاستمرارية
- ✓ تغطية الطلب المحلي
- ✓ توفير مناصب عمل
- ✓ تشجيع استهلاك الفطر لما له من قيمة غذائية عالية
- ✓ منافسة من استهلاك الفطر المصير
- ✓ تشجيع الانتاج المحلي
- ✓ التقليل من المنتجات المستوردة

2_ الدوافع

- ✓ مشروع قابل للتوسع
- ✓ تكلفة التشغيل والاستمرار مقبولة
- ✓ مشروع صديق للبيئة
- ✓ تشجيع الدولة على الانتاج و تخفيض الاستيراد
- ✓ تحقيق مداخيل ممتازة
- ✓ فترة تحقيق الدخل قصيرة
- ✓ توفر البيئي المناسبة

المطلب الثالث : نوع وتصنيف المشروع

1_ نوع المؤسسة :

يعرف المشرع الجزائري بمقتضى القانون رقم 17-02 المؤرخ في 10 يناير سنة 2017 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها مؤسسة :

- انتاج السلع و/او الخدات مهما كانت طبيعتها القانونية
- تشغل من 1 الى 250 شخصا
- لا يتجاوز رقم الاعمال السنوي 4ملايير دينار جزائري او لا يتجاوز حصيلتها السنوية 1مليار دينار جزائري

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

فإن المؤسسة تنتمي لقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة PME

المطلب الرابع : تموضع المشروع النموذج التمثيلي للمشروع LA CSIP

بامكاننا تحديد التموضع الفعلي للمشروع من خلال نموذج لاصحاب المشروع والذي يمثل عملية التقاطع بين تطلعات صاحب المشروع و مهاراته والامكانيات المتاحة في المحيط من فرص يمكن تلخيصها في ما يلي:

1_ تطلعات صاحب المشروع :

- الرغبة في انشاء مشروع خاص
- الاستقلال المالي.
- تحقيق أرباح معتبرة.
- دخول السوق بقوة بما أن المنافسة ضعيفة.
- توفير منتج يلبي رغبات المستهلك .
- توفير مناصب عمل.
- انتاج منتج صحي.

2_ تكوينات و مهارات صاحب المشروع :

- متحصل على شهادة ليسانس في تسيير الموارد البشرية.
- متحصل على شهادة ماستر في المقاولاتية.
- تكوين في اعداد مخطط الأعمال.
- تكوين في تسيير المؤسسات.
- امتلاك معلومات جوهرية حول المشروع.
- ضمان المرافقة من قبل بعض المؤسسات التي لها سبق في المجال في ولايات أخرى.
- امتلاك العقار.

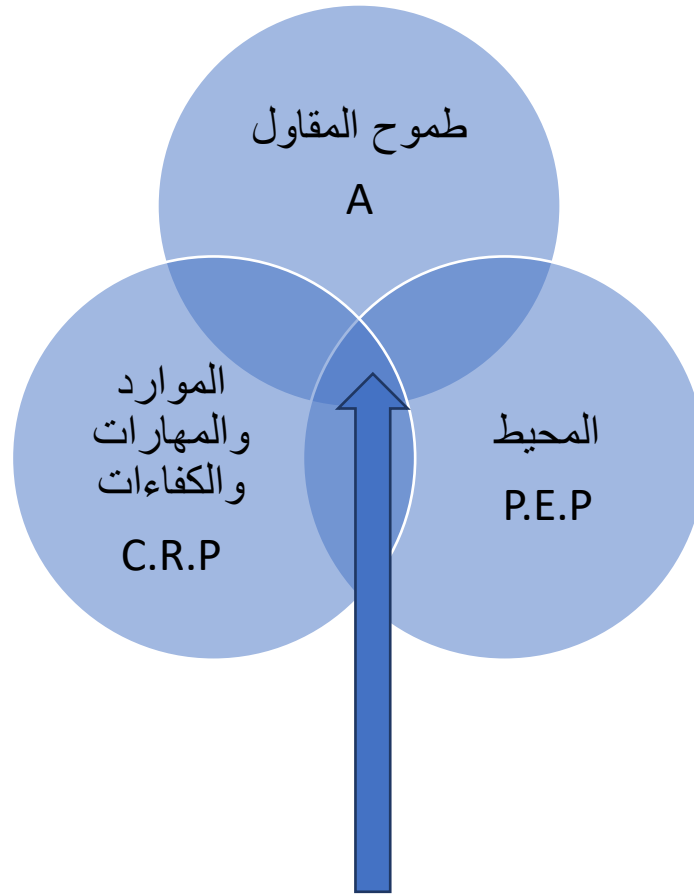
3_ ما يقدمه المحيط من إمكانيات :

- تشجيع الدولة على الاستثمار خاصة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة خاصة.
- رغبة المستهلك في الأكل الصحي الطبيعي.
- وجود دور المرافقة في انشاء المشاريع.
- توفر المادة الأولية.

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

- تزايد عدد المطاعم والفنادق والمحلات التجارية.
- اتجاه بعض المستهلكين الى الفطر كونه مصدر جيد للبروتين.
- تشجيع الدولة على تقديم منتجات صديقة للبيئة.

الشكل رقم (1) تموضع المشروع النموذج التمثيلي للمشروع LA CSIP



منطقة التوافق لمشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

من اعداد الطالب من محاضرات الاستاذة جودي حنان مقياس انشاء المؤسسات

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

المبحث الثاني : المخطط التسويقي

من خلال دراستنا للمخطط التسويقي سنحاول اسقاط عناصره على مشروعنا

المطلب الأول: دراسة السوق

1_السوق المستهدف :بعد الدراسة التي قمنا بها حول استهلاك الفطر ، تم اختيار كل من ولايتي بسكرة و أولاد جلال كونهما سوق مستعد لاستقبال المنتج ، وقابل للنوسع .

1_1الزبائن المستهدفين:

- ✓ الفنادق
- ✓ مطاعم ومطاعم الأكل السريع
- ✓ السوبرات

الفرع الأول: تحليل البيئة الخارجية الكلية

جدول رقم (3) : تحليل البيئة الخارجية PESTEL

العوامل السياسية
✓ البيروقراطية والعراقيل الادارية (سلي)
✓ تغير السياسات الاقتصادية (سلي)
✓ توجه الدولة نحو التنوع الاقتصادي(اليجابي)
✓ تحديد استيراد لبعض المنتجات (اليجابي)
العوامل الاقتصادية
✓ الاعفاءات الضريبية كمحفز لانشاء المشاريع (اليجابي)
✓ تدني القدرة الشرائية (سلي)
العوامل الاجتماعية والثقافية
✓ النمو الديموغرافي (اليجابي)
✓ وعي المستهلك بضرورة التوجه نحو منجات طبيعية (اليجابي)
✓ تنوع مصادر البروتين (اليجابي)

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

✓ دخول الفطر في العديد من الأطباق الحديثة (ايجابي)
العوامل التكنولوجية
✓ التذبذب في الكهرباء (سلبي) ✓ توفر الالات بالاسواق (ايجابي) ✓ توفر الانترنت (ايجابي)
العوامل البيئية
✓ انتاج سماد بعد عملية القطف (ايجابي) ✓ مناخ حار صيفا يزيد زيادة استهلاك الكهرباء (سلبي)
العوامل القانونية
✓ تشجيع القوانين على المحافظة على البيئة (ايجابي) ✓ الاعاءات الضريبية للمؤسسات الصغيرة (ايجابي)

تحليل SWOT

يتم من خلاله تحديد نقاط القوة والضعف وتحديد الفرص والتهديدات للمشروع مما يسهل علينا معرفة المحيط أكثر وتجنب المخاطر والتهديدات قدر الإمكان .

تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف: يمكن تلخيص نقاط القوة والضعف بالنسبة للمشروع في الجدول التالي:

الجدول رقم (4)

نقاط القوة	نقاط الضعف
شبكة العلاقات جيدة	مؤسسة جديدة في السوق وغير معروفة
توفر يد عاملة ماهرة ومؤهلة	بعد المسافة مع الزبائن

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

امتلاك مكان المشروع	مدة صلاحية قصيرة
تقديم تحفيزات للزبائن الأوفياء كتوفير خدمة التوصيل المجاز	صعبة تقبل الفكرة لدى البعض
المنتج يلبي حاجة دائمة ومستمرة لمكون يدخل في كثير من الأطباق الحديثة	بعد المسافة مع بعض الزبائن

المصدر: من إعداد الطالب

تحديد الفرص والتهديدات: خلال دراسة وتقييم البيئة الخارجية وتحليل كل من الزبائن والمنافسين غير المباشرين، يمكننا تلخيص الفرص والتهديدات للمشروع كما هو موضح في الشكل التالي:

الجدول رقم (5)

الفرص	التهديدات
طبيعة المشروع الجديدة على المنطقة مما يؤدي إلى الفضول وإكتشاف الخدمات المقدمة وهي فرصة لكسب الزبائن	إمكانية دخول منافسين جدد وتقليد المشروع
التشجيع والدعم الذي تلقاه النشاطات الحرفية من طرف الدولة	تغير سلوك المستهلك
توفر المواد الأولية	البيروقراطية
عدم وجود المنافسين المباشرين	—
الفئة المستهدفة كبيرة	—

المصدر: من إعداد الطالب

كيفية تصحيح نقاط الضعف وتفادي التهديدات: من أجل الدخول الجيد في السوق ورفع نسبة نجاح المشروع سنعمل على معالجة وتصحيح نقاط الضعف لتفادي التهديدات من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (6) معالجة نقاط الضعف

معالجة نقاط الضعف	تفادي التهديدات
الإعتماد على الدورات التكوينية لكسب معرفة أكثر بالجوانب والحصول على سمعة وإسم في السوق	تقديم خدمات ذات جودة لكسب ولاء الزبائن ولجعل الداخلين الجدد يجدون صعوبة في مواكبة المنتج
القيام بعملية ترويج فعالة	بذل جهد في إيصال فكرة المشروع من خلال حملات توعوية

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

تقديم تحفيزات لكسب زبائن جدد	اكتساب مهارات تسويقية وتعلم طرق التسيير
—	حسن الاستقبال والمعاملة من طرف العمال ذوي الخبرة لإعطاء صورة جيدة للمنتج

المصدر: من إعداد الطالب

تحليل السوق المستهدفة سيتم تحليل سوق الذي سينشط فيه المشروع من خلال تحديد الزبائن المحتملين والمقصود تحديد الفئة الموجهة إليها الخدمات، كما نحدد الموردين للمشروع

أ. تحديد وتحليل الزبائن: المنتج سيقدم لفئة معينة من المجتمع وهي فئة أصحاب الفنادق والمطاعم ومحلات الأكل السريع.

وما يحفز الزبائن على المنتج دون غيره كونه صحي وطازج خالي من المواد الحافظة، إضافة إلى سرعة تقديم الخدمة والثقة والأمان مع وجود خدمات مجانية للزبائن الأوفياء.

ب. تحديد و تحليل الموردين: بعد البحث والتقصي على موردين جيدين ومناسبين لمشروعنا ارتأينا إختيار الموردين كما هو موضح في

الجدول التالي :

الجدول رقم (7): تحديد وتحليل الموردين

إسم المورد	مكان التواجد	وصف المنتج	المزايا المقدمة
مؤسسة زغداني لإنتاج الفطر والأعلاف الخضراء "ZEM ومضاعفة البذور"	ولاية عنابة	تجهيزات غرف الإنتاج	- جود خدمة توصيل. - كوين في المجال. - سعار جيدة. - لصيانة الدورية.
بن قيقانة لإنتاج البيتموس والكمبوست وبذور الفطر	ولاية قسطنطينة	الكمبوست الميسيليوم	- جود خدمة توصيل. -


الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

كوبن في المجال. - سعار جيدة. - قديم التوجيهات .			
_ أسعار جيدة _ قرب المسافة	علب التغليف	بلدية طولقة	محل الياسمين لمواد التغليف
_ قرب المسافة	تربة البيتموس	بلدية بسكرة	محل CHI ALI

المصدر: من إعداد الطالب

ت. المنافسون: لا يوجد منافسون مباشرون في مجال الفطر الطازج ، لكن تأتي المنافسة من منتجي الفطر المعلب . بعد المقابلة التي قمنا بها مع أصحاب المطاعم والمحلات وجدنا أن نوعين هما الأكثر استهلاكاً موضحان في الجدول التالي :

الجدول رقم (8) المنافسون

الصورة	الاسم	المنافس
/	/	المباشرون
	CASTILLO	الغير مباشر

	LE JARDINIER	
---	---------------------	--

المطلب الثاني : الإستراتيجية التنافسية

1. **التموضع الإستراتيجي :** كما هو الحال مع مختلف المؤسسات سواء الخدمية أو الإنتاجية والتي تبني تموضعها في السوق على استراتيجيات معينة، فإن مؤسستنا تهدف إلى تحقيق الأسبقية بهذه الفكرة ومن خلال الإعتماد على استراتيجية التميز كما يلي :
 - **جودة الخدمات :** يكون ذلك من خلال تقديم فطر طازج وصحي بدون مواد حافظة بتعليب جيد .
 - **تسهيلات في طريقة الطلب والدفع :** بحيث يكون ذلك من خلال خدمة التوصيل المجانية و الدفع عند الاستلام دون عناء الحضور ، مما يؤدي إلى تحقيق رضا الزبون وشعوره بالتميز .
 - **سرعة تقديم الخدمة :** من خلال تقديم الطلبات في وقت قصير مما يؤدي إلى كسب ولاء الزبون للمنتج.
 - **الاستقبال الجيد .**
2. **رسالة المشروع:** المساهمة في تنوع النمط الغذائي للمستهلك
3. **رؤية المشروع:** الانفتاح أكثر حول الانتاج حول الانتاج والصناعات الغذائية الطبيعية

4. العلامة التجارية:

الشعار من اعداد الطالب



ملسق العلب من اعداد الطالب

فطر باريسي أبيض طازج

**MUSHROOM
LAND**

حي الزهور طولقة بسكرة

للتواصل معنا



تاريخ الإنتاج
تاريخ نهاية الصلاحية

يحفظ في مكان بارد وجاف

100%
NATURAL



الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

المطلب الثالث: المزيج التسويقي

1. الخدمات: تعتمد مؤسستنا على تقديم منتج صحي وطازج طبيعي وذلك في محاولة منا تطبيق اسراتيجية التميز، من خلال تلبية رغبات وحاجات الزبائن معتمدين على مواد أولية طبيعية 100% .
2. التسعير : لقد اعتمدنا في تحديد تسعير المنتج الذي تقدمه المؤسسة وذلك بعد الإطلاع على أسعار منتجي الفطر الباريسي الأبيض الطازج في ولايات أخرى بالإضافة إلى أسعار المنافسين الغير مباشرين في السوق كما إعتدنا في تحديد السعر على نتائج المقابلة الذي قمنا بإجرائها مع الزبائن ، والتي تعتبر متغيرة غير خاضعة لمعايير محددة، حيث حددنا سعر 300 دج لكل علبة وزن 250 غ كما هو مبين في الصورة أسفله .



3. الترويج : من أجل التعريف بالمنتج وحتى تتمكن من جذب أكبر عدد ممكن من الزبائن فإننا سنعتمد على مزيج ترويجي يسمح بتسهيل عملية الإتصال بين المؤسسة والزبائن من خلال تنويع وسائل الترويج المستخدمة والتي نذكرها في الجدول التالي :

الجدول رقم (9) وسائل الترويج

التكلفة (دج)	التفاصيل	الوسيلة الترويجية
مجانية	Facebook/Instagram/YouTube/LinkedIn.. نشر منشورات ك فيديوهات في المجموعات التي تتواجد فيها الشرحية المستهدفة بكثرة كإرسائل رسائل للشرحية عن طريق الإيميل E-MAIL	الدعاية والإعلان على مواقع التواصل الإجتماعي

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

التظاهرات والأحداث	الترويج والإشهار عن المطعم في الأحداث المهمة والمعارض المحلية .	مجانية
بطاقات الزيارة	يتم تصميم بطاقات عمل و توزيعها على الأشخاص المهتمين بالمنتج .	3000 = 15*200 دج
فتح موقع	فتح موقع إلكتروني خاص بالمؤسسة من أجل تسهيل عملية الطلب ومعرفة التفاصيل .	مجاني
المجموع		3000 دج

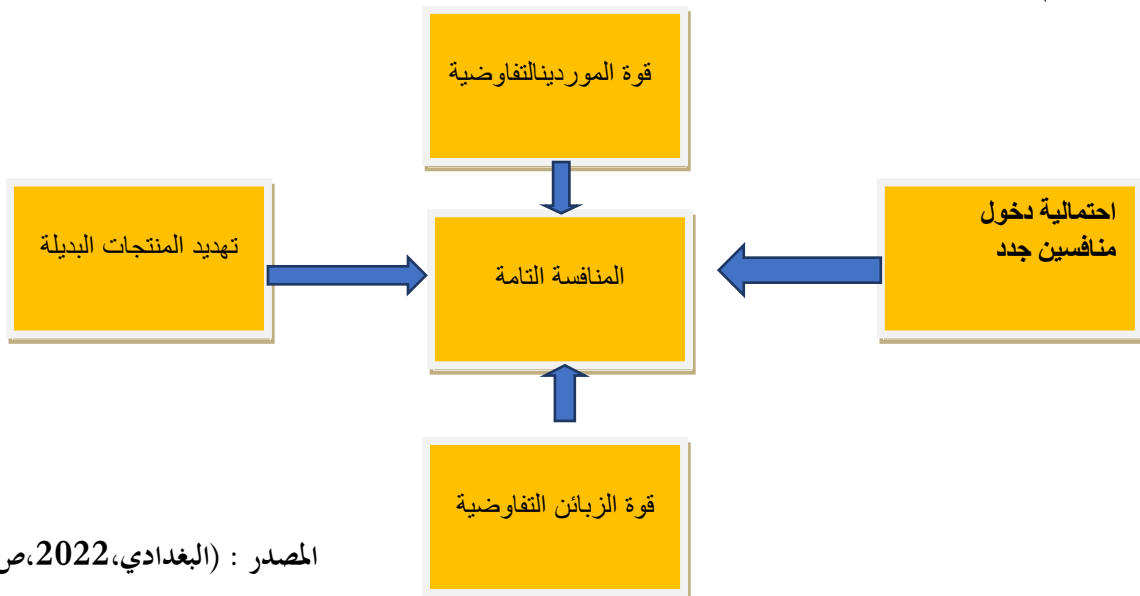
المصدر: من إعداد الطالب

التوزيع:

1. الأفراد : نظرا لما تتطلبه خدمات مؤسستنا من مهارات التعامل والإتقان في العمل بغية لكسب والحفاظ على الزبائن يلتزم علينا إختيار عمال يتميزون بالمهارة و الانضباط والمظهر وكذلك الخبرة في مجال العمل ، اما التوزيع فسيكون عن طريق شاحنة تبريد من الوزن الخفيف.

الفرع الثاني : تحليل القوى الخمس لبورتر : POERTER

شكل رقم (02) : تحليل القوى التنافسية لبورتر



المصدر : (البغدادى، 2022، ص175)

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

1- المنافسون الحاليين : بما أن المشروع جديد في ولايتي بسكرة وأولاد جلال فانه لا توجد منافسة مباشرة

2- تهديد دخول المنافسين الجدد :

قد يجد المنافسون الجدد سهولة في دخول السوق مما يتطلب التركيز على الحصول على أكبر حصة سوقية ممكنة عن طريق استراتيجية تسويقية محكمة وبناء علاقة جيدة مع الزبائن

3- القوة التفاوضية للموردين :

ان نقص الموردين يعتبر عائق كبير أمام المشروع حيث يرفع القدرة التفاوضية لدى المورد لذلك نسعى في مشروعنا الى اختيار أفضل الموردين مع مراعات الجودة والسعر والتوصيل في الآجال المطلوبة

4- القوة التفاوضية للزبائن :

بما أننا سنكون المنتجين الوحيدين لهذا المشروع في المنطقة ,سنعمل على اقناع المستهلكين بضرورة اختيار منتجنا كونه ذو جودة وقيمة غذائية عالية أفضل من الفطر المعلب .

5- تهديد دخول المنتجات البديلة :

المنتجات البديلة لا تشكل تهديدا كبيرا كون الفطر الطازج صحي وطبيعي ويلبي رغبة المستهلك .

الفرع الثالث: تحديد العرض والطلب

❖ تحديد الطلب:

بعد المقابلة التي قمنا بها مع أصحاب المطاعم وجدنا أن الطلب على الفطر المعلب ما بين علبة الى أربع علب (العلبة الواحدة 150 غ) أي بمتوسط 300 غرام يوميا ، 60% منهم أبدوا استعدادهم لاستبدال الفطر المعلب بالفطر الطازج .

عدد المطاعم و مطاعم الأكل السريع في ولايتي بسكرة و أولاد جلال 1374 مطعم

بالنظر الى النسبة التي توافق على استبدال الفطر الطازج بالمفطر المعلب نجد 824 مطعم

عند ضرب متوسط الاستهلاك اليومي في عدد المطاعم نجد أن اجمالي الطلب هو 247 كلغ يوميا

❖ تحديد العرض :

ان عرض الفطر الباريسي الطازج ضئيل جدا في السوق

❖ الفجوة السوقية

هي الفرق بين العرض والطلب

247 كلغ - 0 = 247 كلغ

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

الفرع الرابع : تقدير المبيعات السنوي

بتقدير أن الطلب ثابت وبناء على القدرة الانتاجية التي تبلغ 666.67 كلغ في الشهر ومتوسط السعر الذي يبلغ 1200 دج

للكلغ نتحصل على الجدول التالي يمثل المخطط الشهري لمبيعات السنة الأولى :

الجدول رقم (10): المخطط الشهري للمبيعات للسنة الاولى

الأشهر	سعر الكيلوغرام دج	عدد الوحدات	المجموع
جانفي	1200	666.66	800000
فيفري	1200	666.66	800000
مارس	1200	666.66	800000
أفريل	1200	666.66	800000
ماي	1200	666.66	800000
جوان	1200	666.66	800000
جويلية	1200	666.66	800000
أوت	1200	666.66	800000
سبتمبر	1200	666.66	800000
أكتوبر	1200	666.66	800000
نوفمبر	1200	666.66	800000
ديسمبر	1200	666.66	800000
المجموع	/	8000	9600000

المصدر: من اعداد الطالب

المبحث الثالث: المخطط الانتاجي

سنتطرق في هذا المبحث الى مختلف الجوانب التقنية والفنية وكذا احتيات المشروع من عملية الانطلاق الى عملية الانتاج

المطلب الأول : موقع المشروع

تم اختيار بلدية طولقة لسببين أساسيين هما

- وجود عقار للعائلة صالح للمشروع
- توسط بلدية طولقة ولايتي بسكرة و أولاد جلال

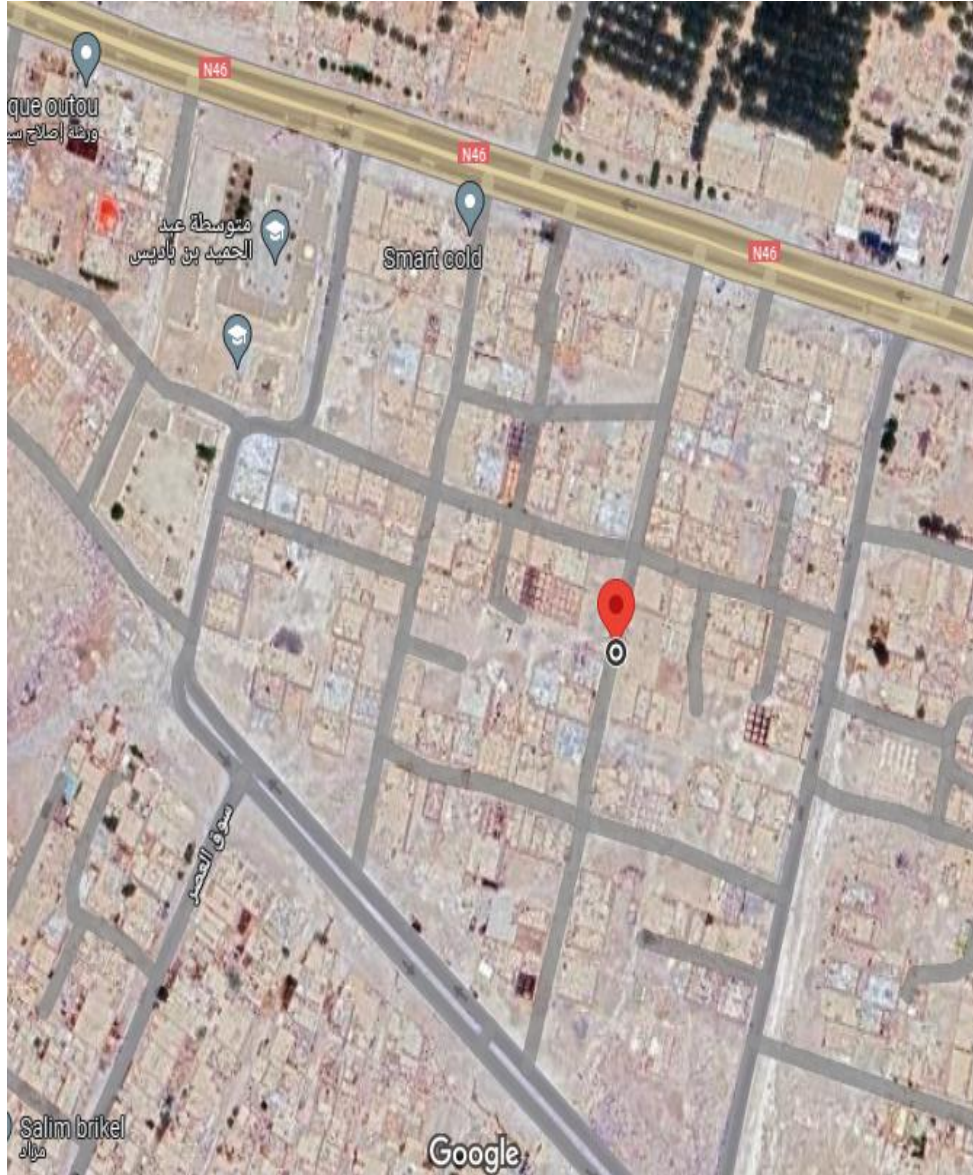
الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

وهذه الصورة لخريطة ولاية بسكرة وبلدية طولقة باللون الأصفر



الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

الصورة التالية لموقع العقار بواسطة خرائط غوغل



رابط الموقع على جوجل للخرائط <https://maps.app.goo.gl/eQGafMig67VP6Qcz5>

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

المطلب الثاني: التجهيزات

التجهيزات المكتبية: يحتاج مشروعنا الى مجموعة من التجهيزات المكتبية نلخصها في الجدول التالي

الجدول رقم (11): التجهيزات المكتبية للمشروع

المعدات	التمندج	المبلغ الاجمالي دج	الشكل
مكتب	68000	136000	
كرسي مكتب دوار	20000	40000	
كرسي عادي	8800	17600	
حاسوب	90000	180000	

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

	99000	49500	طابعة
	90000	45000	خزانة
	23500	23500	ثلاجة
	130000	65000	مكيف هوائي
	20000	20000	معدات وادوات اخرى مختلفة
/	736100	/	المجموع

من اعداد الطالب

الجدول رقم (12) الألبسة :

الفئة	العدد	سعر الوحدة دج	السعر الاجمالي دج
لباس الدخول لغرفة التحضين وعملية التوظيف	6	2500	15000

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

الجدول رقم (13): معدات الانتاج

المعدات	الثلثن دج	المبلغ الاجمالي دج	الشكل
غرف انتاج بحجم 112 متر مكعب التفاصيل في الملحق رقم 03.	3546200	3546200	
6 طن كومبست	56000	448000	
60 كلغ بيتموس	130 كلغ	7800	
57 لتر ميسيليوم	1500	85000	
المجموع	/	3962000	

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

وسيلة النقل : نحتاج شاحنة تبريد وزن خفيف سعرها 2000000 دج كما هو مبين في الصورة



مراحل انتاج الفطر الباريسي :

الخطوة الأولى : الزراعة

تكمّن الخطوة الأولى في تحضير الكمبوست ووضعها على الرفوف المخصصة لذلك بعد خلطه بالميسيليوم بنسبة 7 لتر ميسيليوم الى كل واحد طن كمبوست كما هو موضح في الشكلين التاليين :



الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

الخطوة الثانية : التحضين

حيث يتم وضع الخليط في وسط مظلم بدرجة حرارة ما بين 24_25 درجة مئوية ورطوبة في حدود 85 % لمدة 15 يوم , في هذه المرحلة يتم انتشار الميسيليوم في كامل الوسط الزراعي كما هو موضح في الشكل أسفله .



الخطوة الثالثة : الترتيب

في هذه المرحلة يتم تغطية الكمبوست بتربة البيتموس وذلك لاجبار الفطر بالانتقال من مرحلة التحضين الى مرحلة الاثمار , تستمر هذه العملية مدة 15 يوم أو أقل .

الخطوة الرابعة : القطف

في هذه المرحلة يكون الفطر جاهزا لقطفه وتعليبه ومن ثم تسويقه للمستهلك , تستمر هذه العملية مدة 60 يوم حيث يكون انتاج الطن الواحد من الكمبوست من 250 كلغ الى 300 كلغ من الفطر في المتوسط كما هو في الشكل أسفله .



المرحلة الخامسة : التعليب

يتم وضع الفطر في علب معقمة بعد فرزهِ وغسله و وزنه , تلسق عليها ملسقات تحمل اسم و شعار المؤسسة ومعلوماتها كما هو موضح في لأشكال التالية .



فطر باريسي أبيض طازج
MUSHROOM LAND
 حي الزهور طولقة بسكرة
 للتواصل معنا
 تاريخ الإنتاج
 تاريخ نهاية الصلاحية
 يحفظ في مكان بارد وجاف

ملصق فوق العلب من اعداد الطالب

المبحث الثالث : المخطط التنظيمي

المطلب الأول: الموارد البشرية

يحتاج المشروع الى اليد العاملة حسب موسم القطف اذ انه في السنة لدينا أربع مواسم أي انه سيكون لدينا عمال ثابتون وعمال مؤقتون

الجدول رقم (14) الموارد البشرية للمشروع

المؤهل المطلوب	العدد	الوظيفة
شهادة الماستر مقاولاتية	01	المسير
شهادة الماستر بيولوجيا علم الاحياء	01	بيولوجي
التمتع بالمهنية	02	عاملات توظيف
رخسة سياقة وزن خفيف صنف ب خبرة في قيادة شاحنة التبريد 03 سنوات	2	سائق
التمتع باللياقة البدنية اللازمة للقيام بالنشاط	02	حارس
	08	المجموع

من اعداد الطالب

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

الجدول رقم (15): اجور الموظفين

الوظيفة	المهام	الاجر
المسير	تسيير المؤسسة وعملية التوظيف ومتابعة النشا والقيام بالأعمال الاضافية	60000 دج
بيولوجي	متابعة العملية الانتاجية (الحرارة والرطوبة والمؤشرا الحيوية الأخرى)	50000 دج
عاملات التوظيف	قطف و توظيف الفطر	45000 دج للفرد
سائق	توصيل الطلبات للزبائن	45000 دج
2 حارس	حراسة المؤسسة خارج أوقات الدوام	25000 دج
المجموع	/	25000 دج

من اعداد الطالب

ملاحظة:

- ✓ الاجور تم تحديدها مقارنة باجور لاعمال بمؤسسات اخرى
- ✓ الضمان الاجتماعي سيتم توضيحه في الجدول ادناه
- ✓ العطل تأخذ نفس اجراءات المؤسسات الاخرى مع ضمان التناوب.

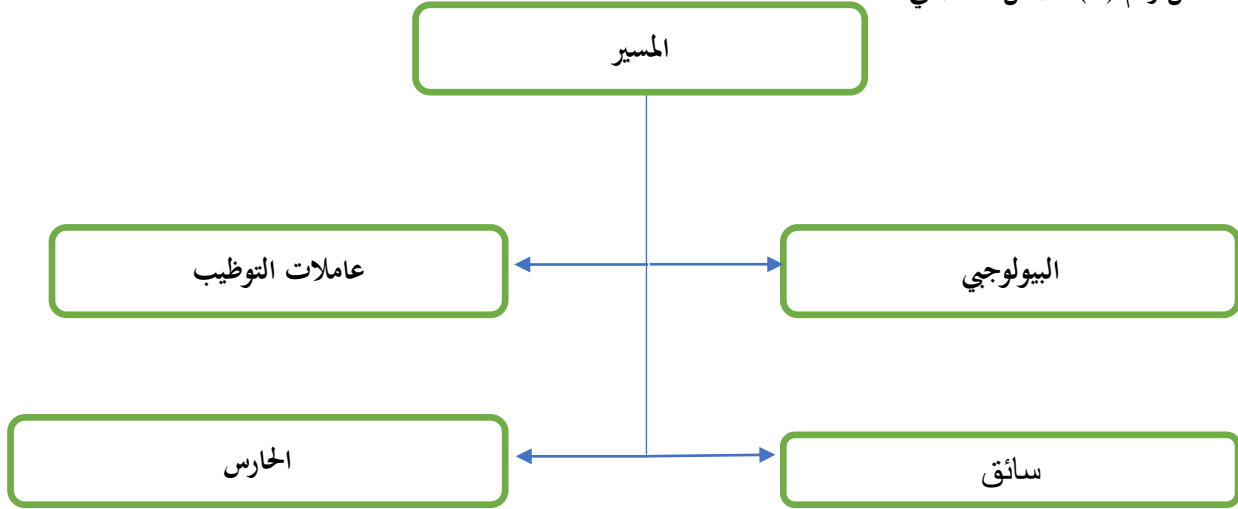
الجدول رقم (16): اقتطاعات الضمان

الوظيفة	الاجر	نسبة الضمان الاجتماعي	مبلغ الضمان الاجتماعي
المسير	60000 دج	26%	15600 دج
بيولوجي	50000 دج	26%	13000 دج
عاملات التوظيف	45000 دج / للفرد	26%	11700 دج للفرد
سائق	45000	26%	11700 دج
حارس ليبي	25000	26%	6500 دج
المجموع	245000 دج	26%	70200 دج

من اعداد الطالب

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي

الشكل رقم (3) الهيكل التنظيمي



المطلب الثالث : الشكل القانوني والملف الاداري

يتطلب لإنشاء مؤسسة mushroom land مجموعة من الإجراءات القانونية تتمثل فيما يلي :

1_ الشكل القانوني للمؤسسة :

هي مؤسسة مكونة من شخص واحد، يحدد رأسمالها الإجتماعي بحرية من طرف الشريك في القانون الأساسي للمؤسسة، تكون الأملاك الشخصية لمستحدث المؤسسة منفصلة عن أملاك مؤسسته و لا يلتزم إثر ذلك بديون المؤسسة إلا في حدود الرأسمال الإجتماعي. القيد في السجل التجاري يكسب المؤسسة الشخصية المعنوية و صفة التاجر لمسيرها.

القانون التجاري، المعدل والمتمم (564 و 565 ، 590 مكرر، 590 مكرر 2 و 591 من القانون التجاري)

خصائصها

- عدد الشركاء شريكين كحد ادنى وخمسون شريك كحد اقصى
- الشريك في هذا النوع من الشركات يسأل الا بقدر حصته من راس المال عن ديون الشركة
- اسم الشركة يجوز ان يكون اسما خاصا مشتقا من غرضها او اسم احد الشركاء متبوعا ب وشركائه
- الرأسمال الاجتماعي لهذا الشكل من المؤسسات (الحد الأدنى المطلوب هو 100.000 دج)
- تكون الأملاك الشخصية لمنشئ المؤسسة منفصلة عن أملاك المؤسسة
- يمنح التسجيل لدى السجل التجاري صفة الشخصية المعنوية للمؤسسة و صفة التاجر للمسير
- يخضع لنوع واحد من الضرائب (الضريبة على الأرباح)

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

2_ ملف التسجيل في السجل التجاري :

يتطلب إنشاء سجل تجاري توفر مجموعة من الوثائق هي :

- 2 شهادة ميلاد
- شهادة سوابق عدلية
- 2 شهادة إقامة
- طلب مضمي، و محرر على استمارات يسلمها المركز الوطني للسجل التجاري
- إثبات وجود محل مؤهل لاستقبال نشاط تجاري بتقديم امتياز للوعاء العقاري الذي يجوي النشاط التجاري
- نسخة (01) من القانون الأساسي المتضمن تأسيس الشركة
- نسخة من إعلان نشر القانون الأساسي للشركة

المبحث الخامس : المخطط المالي للمشروع

المطلب الأول : رقم الأعمال المتوقع والهيكلة التكاليف

سنقوم بتمويل المشروع بواسطة التمويل الذاتي

الفرع الأول: رقم الأعمال المتوقع

سنويا بالاعتماد على دراسة معطيات نمو المؤسسات في السوق وزيادة % - نتوقع أن نشاط المؤسسة ينمو بمعدل 2 الانتاج في السنوات القادمة , فان رقم الأعمال المتوقع لخمس سنوات القادمة يمكن توضيحه في الجدول التالي :

الوحدة: دينار جزائري

الجدول رقم (17) رقم الاعمال المتوقع

السنوات	نسبة النمو	رقم الأعمال { دج }
2025	/	9600000
2026	2.5	9840000
2027	2.5	10086000
2028	2.5	10338150
2029	2.5	10596603.75

المصدر: من اعداد الطالب

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

المطلب الثاني : تكاليف المشروع

أولا : التكاليف التشغيلية

تتضمن تكاليف التشغيل كل التكاليف اللازمة لتشغيل الطاقة المتاحة للمشروع خلال سنتها الأولى

الجدول رقم (18): التكاليف التشغيلية

المصاريف	المبلغ السنوي
المواد الأولية	2165200
ولوازم التشغيل	45000 دج
أجور العاملين	3300000
تكاليف الترويج	36000
تكاليف الكهرباء	100000
الصيانة	150000
التأمينات	80000
تكاليف أخرى	15000
المجموع	5846200

المصدر: من اعداد الطالب

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

الجدول رقم (19): التكاليف الاستثمارية

المبالغ المنفقة	تكاليف الاستثمار
50000	مصاريق اعدادية
3546200	المعدات والألات
766100	التجهيز المكتبي
1500000	وسائل النقل
216000	مركبة التوزيع
487183.33	رأس مال العامل
6565483.33	المجموع الكلي للتكاليف

المصدر: من اعداد الطالب .

حساب رأس مال العامل = التكاليف التشغيلية/12
رأس المال العامل = 487183.33 = 12/5846200

المطلب الثاني: إهلاكات الاستثمارات والهيكلة التوميلي للمشروع

الفرع الأول: حساب أقساط إهلاك الاستثمارات:

تحتسب اقساط الاهتلاكات في نهاية كل سنة محاسبية 12/31، من خلال ملاحظة وتسجيل كل انخفاض في قيمة الاستثمارات نتيجة التقادم،

بالنسبة للمشروع تم الاعتماد في حساب الاهتلاكات على طريقة الاهتلاك الخطي الثابت كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (20) اهتلاك الاستثمارات

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

الاستثمار	تكلفة الشراء	معدل الاهتلاك السنو	قسط الاهتلاك الثابت
المباني	2500000	3%	75000
المعدات و الآلات	3546200	10%	354620
وسائل النقل	1500000	20%	300000
الأثاث المكتبي	766100	10%	76610
المجموع	8312300	المجموع	806230

المصدر: من اعداد الطالب

الفرع الثاني: الهيكل التمويلي للمشروع

تعتمد هذه المؤسسة على التمويل الذاتي من صاحب المشروع 100 %

المطلب الثالث: اعداد القوائم المالية

الفرع الأول: الميزانية الافتتاحية

جدول رقم (21): الميزانية الافتتاحية بتاريخ 2025/01/01

N الخصوم			N الأصول		
المبالغ	التعين	الحساب	المبالغ	التعين	الحساب
8498546	أموال خاصة	10	2500000	مباني	213
			3546200	الألات والمعدات	215
			766100	أثاث المكتب	218
			1500000	وسائل لنقل	2182
			186246	الصندوق	512
8498546	مجموع الخصوم		8498546	مجموع الأصول	

وحدة القياس: الدينار الجزائري

المصدر: من اعداد الطالب

الفرع الثاني: جدول حسابات النتائج التقديري:

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

جدول رقم: (22) : جدول حسابات النتائج التقديري لسنة 2025

العناصر	2025	2026	2027	2028	2029
70 رقم الاعمال	9600000	9840000	10086000	10338150	10596603.75
1 انتاج السنة المالية	7200000	7380000	7564500	7753612.5	7947452.81
60 مشتريات المادة الأولية	2165200	2219330	2274813.25	2331683.58	2389975.67
مشتريات مواد التغليف	45000	46125	47278.125	48460.08	49671.58
61 الإيجار	/	/	/	/	/
62 التأمينات	80000	80000	80000	80000	80000
الترويج	36000	36000	36000	36000	36000
الخدمات الأخرى	365000	365000	365000	365000	365000
2 استهلاك السنة المالية	2691200	2746455	2803091.37	2861143.58	2920647.25
3 (2-1) القيمة المضافة للاستغلال	4508800	4633545	4761408.63	4892468.92	5026805.56
63 أجور العمال	3300000	3300000	3300000	3300000	3300000
4 الفائض الإجمالي للاستغلال	1208800	1333545	1461408.63	1592468.92	1726805.56
المخصصات للاهلاك والمؤونات	806230	806230	806230	806230	806230
5 نتيجة العملياتية	284570	412315	540178.63	671238.92	805575.56
النتيجة المالية	0	0	0	0	0
6 (6+5) النتيجة العادية قبل الضريبة	284570	412315	540178.63	671238.92	805575.56
7 الضريبة على أرباح الشركات	0	0	0	0	0
النتيجة الصافية	2799570	2987315	3176678.63	3370776.42	3569725.75

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

المصدر: من اعداد الطالب

الموازنة التقديرية

جدول رقم (23): التدفقات النقدية السنوية لسنة 2025

رصيد الاستغلال	المدفوعات	المقبوضات	الرصيد الأولي	
7095046	2691200	9600000	186246	2025
14188491	2746455	9840000	7095046	2026
22245499.63	2803091.37	10086000	14188491	2027
29722506.05	2861143.58	10338150	22245499.63	2028
37398462.55	2920647.25	10596603.75	29722506.05	2029

المصدر: من إعداد الطالب

ملاحظة: في حساب المدفوعات تم جمع مختلف المصاريف التي تخرج من خزانة المؤسسة من مواد أولية أجور و غيرها ...

الميزانية الختامية:

جدول رقم (24): الميزانية الختامية للمشروع 31/12/2023

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

الخصوم			الأصول				
المبالغ	التعيين	الحساب	المبلغ الصافي	الاهتلاكات مؤوناء	المبالغ	التعيين	الحساب
8498546	أموال خاصة	10	2425000	75000	2500000	مباي	213
2799570	نتيجة السنة مالية	12	3191580	354620	3546200	الألات والمعدات	215
		164	689490	76610	766100	أثاث المكتب	218
		401	1200000	300000	1500000	وسائل النقل	2182
			3792046	/	3792046	الصندوق	512
11298116	مجموع الخصوم		11298116	806230	12104346	المجموع الأصول	

المصدر : من إعداد الطالبة

المطلب الرابع : التقييم المالي للمشروع :

الجدول رقم (25) حساب صافي القيمة الحالية VAN:

المجموع	2029	2028	2027	2026	2025	
	2799570	2987315	3176678.63	3370776.42	3569725.75	النتيجة الصافية
	806230	806230	806230	806230	806230	الاهتلاكات
7320028.11	3605800	3793454	3982908.63	4177006.42	4375955.75	التدفقات النقدية الصافية
19935124.8	19935124.8	16329324.8	12535870.8	8552962.17	4375955.75	التدفقات النقدية الصافية المتراكمة

المصدر: من اعداد الطالب

$$\diamond VAN = \sum NR(1+Ri)^{-n} - I_0$$

$$VAN = 19935124.8 - 8498546$$

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

VAN =+ 11436578.8

بما أن صافي القيمة الحالية موجبة هذا يعني أن المشروع هو مشروع مربح و تطبيقه سيحقق أرباح كبيرة .

تحليل التكاليف:

في هذا العنصر سيتم تحديد و الفصل بين التكاليف الثابتة و المتغيرة للمشروع كما يلي :

جدول رقم(26) : التكاليف المتغيرة و الثابتة و الكلية للمشروع

المبلغ	مصدر التكلفة المتغيرة CV
2165200	المواد الأولية
45000	مواد التعبئة و التغليف
350000	خدمات الطاقة (كهرباء/وقود/ماء+ص)
2560200	تكاليف المتغيرة CV
0.73	نسبة الهامش على التكلفة المتغيرة CV %
المبلغ	مصادر التكلفة الثابتة CF
3300000	أجور اليد العاملة
15000	تكاليف أخرى (ألبسة)
36000	الإشهار و الترويج
80000	التأمينات
806230	أهتلاكات
4026230	مجموع التكاليف الثابتة CF
6586430	مجموع التكاليف الكلية CT

وحدة القياس: دينار جزائري

المصدر: من إعداد الطالب

__عتبة المرودية :

يتم حساب عتبة المرودية من أجل معرفة النقطة التي تتساوى فيها الإيرادات مع التكاليف و التي تعكس مدى قدرة المؤسسة على تغطية كل تكاليفها و سداد كل ديونها كما و تبين رقم الأعمال الذي يحقق هذا التوازن و الكمية اللازمة لتحقيقه و المدة الزمنية

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

التي سوف تستغرق بالإضافة لإمكانية تحديد هامش الأمان الذي يمثل المساحة الآمنة التي يمكن للمؤسسة أن تتحرك فيها دون تحقيق أي خسائر أي حتى و إن خفضت في السعر لن تتضرر بشرط أن لا تصل للحد الأدنى من السعر اللازم و هذا ما نمثله في المعادلات التالية :

1_ حساب عتبة المردودية بالقيمة CA^* :

أي حساب رقم أعمال التوازن الذي يحقق التوازن بين الإيرادات و التكاليف و يكون كما يلي :

$$CA^* = CF / Mcv \% \quad CA^* = 4026230 / 0.73 = 5515383.56$$

التحليل:

تحتاج المؤسسة لتحقيق رقم أعمال يقدر ب $= 5515383.56$ دج لكي تستطيع تغطية كافة التكاليف و تحقق التوازن .

1_ حساب عتبة المردودية بالكمية Q^* :

$$Q^* = CA^* / P \longrightarrow Q^* = 5515383.56 / 1200 = 4596.15 \text{ kg} \quad \dots\dots\dots p = 1200$$

التحليل : بالاعتماد على السعر المعتمد في تقدير المبيعات فإن المؤسسة تحتاج لإنتاج كمية من تقدر ب 43458.11 kg لتحقيق التوازن و هي ما تعرف بكمية التوازن أي الكمية اللازم إنتاجها لتحقيق عتبة مردودية .

3_ حساب عتبة المردودية بالزمن T^* :

$$T^* = CA^* / CA \longrightarrow T^* = 5515383.56 / 50460753.75 = 0.1093 \text{ مدة}$$

بما أن حساب رقم الأعمال و الكمية كان على أساس 5 سنوات فسيتم تحديد عتبة المردودية بالزمن كما يلي :

$$0.1093 * 5 \text{ سنوات} = 0.55 \text{ سنة}$$

$$0.55 \text{ سنة} = 12 * 0.55 = 6.6 \text{ شهر}$$

$$T^* = 6 \text{ mois} + 15 \text{ jours} \longleftarrow 0.6 \text{ شهر} = 26 * 0.6 = 15 \text{ ايام}$$

التحليل : تحتاج المؤسسة 6 أشهر و 9 ايام من العمل لتحقيق عتبة مردودية

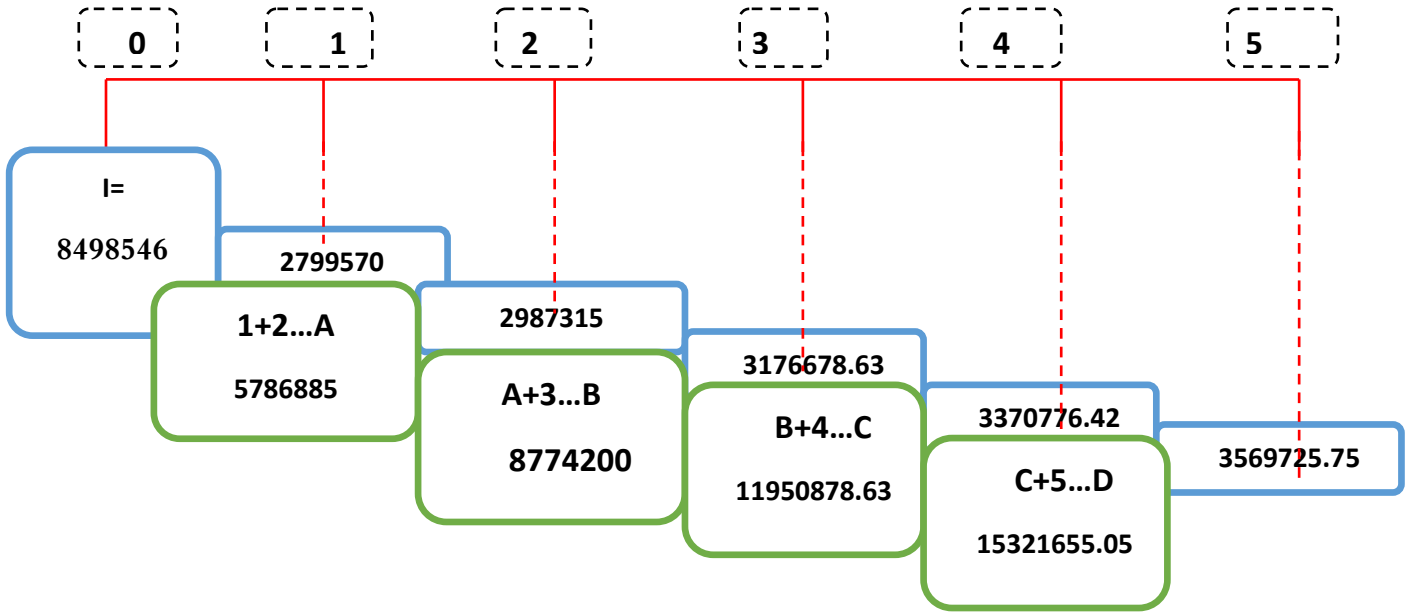
_ فترة الاسترداد

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

يتم فيها تحديد المدة الزمنية التي يمكن أن تسترجع فيها قيمة الاستثمار و تتحدد عنها يتحقق الشرط التالي :

$$\odot \text{VAN} = 0 \longrightarrow I_0 = \sum NR(1+Ri)^{-n}$$

شكل رقم (4): فترة استرداد المشروع



ومنه نجد أن فترة الاسترداد تقع في السنة الاولى

الخاتمة

إن التحولات الكبيرة التي يشهدها القطاع الاقتصادي الإقليمي و الدولي وتداعياته على الأوضاع الاقتصادية المحلية كفيل للجوء إلى القطاع الخاص و تطويره و إنشاء المشاريع المقاولاتية التي تدعو للتقليل من الانعكاسات السلبية للتغيرات المستمرة ، وتعظيم الايجابيات التي تضمن توازن المصالح الاقتصادية في ظل الآليات الجديدة التي تفرضها هذه التغيرات، و إمكانية تحقيق ذلك تكون إلا بتبني إستراتيجية واضحة، تركز على تنمية هذا النوع من المؤسسات للتخفيف من المشكلات الداخلية ، و الحديث عن إنشاء المشاريع المقاولاتية يقودنا للتطرق لجملة من المراحل التي يمر بها الفرد المقاول من أجل تبني هذا النوع من الأعمال و الوصول إلى فكرة و تجسيدها على أرض الواقع وكذا متابعتها ، فالنواة المركزية التي لا يمكن من دونها التحدث عن إنشاء مشروع هي الفكرة ، و لهذا فإن إعداد وتنفيذ مخطط أعمال سواء تعلق الأمر بإنشاء مقاول جديدة أو بإدخال جملة من التعديلات التنظيمية و الفنية و غيرها على مؤسسة قائمة ، يتطلب عدة قرارات متداخلة فيما بينها، واتخاذ هذه القرارات يتوقف على مدى دقة المعلومات المتحصل عليها بالنسبة لوضعية السوق، المنافسة، الزبائن... الخ، إضافة إلى الإمكانيات المؤسسة المادية والبشرية و لكن وجود مختلف العناصر المذكورة سابقا لا يكفي للحدوث عن مؤسسة أو مشروع ناجح فالمتحكم الأول و الأساسي على كفاءة العمليات هو مخطط الأعمال الذي يحاول جمع و تحليل و تصنيف مختلف المعلومات المتحصل عليها للخروج بمسار واضح يسير عليه الفرد المقاول من خلال مجموعة من الخطوات التي تساعده على محاكاة المستقبل و إسقاط التوقعات على الحاضر و بناء إستراتيجية مثلى تأخذ في عين الاعتبار الأهداف الحالية و المستقبلية المراد تحقيقها .

و في إطار العملية الرامية لإنشاء مشروع مقاولاتي قمنا من خلال هذه الدراسة بالتطرق للجانب النظري لمخطط الأعمال و إبراز أهم مكوناته وعناصره و أهميته بالنسبة للمقاول و الأطراف الأخرى و إسقاطه على فكرة مشروع في قطاع الصناعة " صناعة الخشب" الذي يهدف لتقديم قيمة مضافة للمحيط و للفرد في حد ذاته من خلال النواتج التي يطرحها سواء في تقديم منتج جديد و مطلوب في السوق الوطنية و توفير بعض مناصب العمل ، حماية البيئة .. الخ حيث توصلنا إلى مجموعة من النتائج هي :

- ❖ مخطط الأعمال وسيلة جد مهمة لا يمكن الاستغناء عند اتخاذ قرار إنشاء مشروع استثماري
- ❖ مخطط الأعمال يساعد صاحب المشروع في معرفة كل التفاصيل عن مشروع و بالتالي يكتسب معرفة جيدة أكثر
- ❖ إنشاء مشروع مقاولاتي يعني المرور بمجموعة من المراحل المتسلسلة التي لا يمكن تجاوز أي مرحلة منها و التي تشمل :
- ❖ المخطط التسويقي: حجر أساس المشروع فإعداده بشكل جيد و مضبوط يضمن نجاح بقية المخططات فهو يساعد على تقدير و التنبؤ بحجم مبيعات المؤسسة التي سوف تنعكس على رقم الأعمال في الأخير .
- ❖ المخطط الإنتاجي: يساعد صاحب المشروع على التخصص أكثر و الإحاطة بمختلف الجوانب التقنية و كذا معرفة مختلف الاحتياجات التي يجب توفيرها من أجل تحويل الفكرة الاستثمارية إلى منتج ملموس بخصائص معينة
- ❖ المخطط التنظيمي : يساعد على تحديد فريق العمل الذي له تأثير جد مهم على عملية التنفيذ و مخرجات المشروع
- ❖ المخطط المالي: يترجم كل ما سبق لجوانب مالية على أساسها يتم تحديد مدى مردودية المشروع المالية من عدمها.
- ❖ إعداد مخطط أعمال ليس بالأمر السهل فهو يتطلب توفر مجموعة مهارات محاسبية تسويقية شبكة علاقات... الخ

فهرس المحتويات

البسمة

اهداء

كلمة شكر وتقدير

الفصل الأول: الاطار النظري لمخطط الأعمال

المبحث الاول: عموميات حول مخطط العمل.....2

المطلب الاول : مفهوم و خصائص مخطط العمل2

المطلب الثاني : اهمية و اهداف مخطط العمل2

المطلب الثالث : وصف و انواع مخطط العمل3

المطلب الرابع :مكونات و مراحل إعداد مخطط العمل5

المبحث الثاني:وصف المشروع و مخطط العمل التسويقي5

المطلب الأول : وصف المشروع5

المطلب الثاني: مفهوم و اهمية مخطط التسويق7

المطلب الثالث : مراحل إعداد مخطط التسويق7

المطلب الرابع : مكونات و عناصر خطة التسويق8

المبحث الثالث: المخطط الانتاجي10

المطلب الاول : مفهوم و اهمية المخطط الانتاجي10

المطلب الثاني : مراحل إعداد مخطط الانتاجي10

المطلب الثالث : تحديد احتياجات المشروع11

المطلب الرابع : اختيار موقع المشروع و العوامل المؤثرة فيه12

الفصل الثاني: مخطط أعمال لانجاز مشروع انتاج الفطر الباريسي الطازج

المبحث الأول :الملخص التنفيذي للمشروع :17

المطلب الأول :الملخص التمهيدي و وصف المشروع17

المطلب الثاني: أهداف و دوافع المشروع20

المطلب الثالث : نوع وتصنيف المشروع20

23	المبحث الثاني : المخطط التسويقي
23	المطلب الأول: دراسة السوق
28	المطلب الثاني : الإستراتيجية التنافسية
30	المطلب الثالث: المزيج التسويقي
33	المبحث الثالث :المخطط الانتاجي
33	المطلب الأول : موقع المشروع
36	المطلب الثاني: التجهيزات
42	المبحث الثالث : المخطط التنظيمي
42	المطلب الأول: الموارد البشرية
44	المطلب الثالث :الشكل القانوني والملف الاداري
45	المبحث الخامس : المخطط المالي للمشروع.....
45	المطلب الأول : رقم الأعمال المتوقع والهيكل التكاليف
46	المطلب الثاني : تكاليف المشروع
47	المطلب الثاني: إهتلاكات الاستثمارات والهيكل التوميلي للمشروع.....
48	المطلب الثالث: اعداد القوائم المالية
51	المطلب الرابع : التقييم المالي للمشروع :

الخاتمة

فهرس المحتويات

المراجع

الملاحق

قائمة المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية

1. -زرولة .ادارة الإنتاج و العمليات . جامعة 8 ماي 1945 . 2015/2016
2. شابي اعمار . مذكرة ماستر . إعداد مخطط اعمال لمشروع "إعداد بديل الخشب المضغوط من مخلفات النخيل. جامعة محمد خيضر MDF2021/2020 .
3. علالي الزهراء الزعبي.الايام العلمية الدولية الثانية حول المقاولاتية .جامعة محمد خيضر بسكرة
4. علي فلاح الزعبي.الايام العلمية الدولية الثانية حول المقاولاتية .جامعة محمد خيضر بسكرة
5. قبة فاطمة. الايام العلمية الدولية الثانية حول المقاولاتية .جامعة محمد خيضر بسكرة . الحاضنات...كالية لضمان نجاح مخطط العمل 2012 /17/18/19 ص5
6. مخطط العمل كمدخل استشاري في تطوير الأداء المؤسسي في عصر ما بعد الصناعة في منظمات الاعمال الأردنية 2012
7. مراد اسماعيل / شلغاف بن اعمر. اهمية مخطط الأعمال التسويقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة. الايام العلمية الدولية الثانية حول المقاولاتية .جامعة محمد خيضر بسكرة . 2012 افريل 17/18/19

القوانين والمراسيم

- 1- المرسوم التنفيذي رقم 90 - 78 المؤرخ في 27 فبراير سنة 1990 المتعلق بدراسة التأثير في البيئة

المراجع باللغة الأجنبية

1. -"Lucy Friend, "How to Design an Organizational Structure" www.smallbusiness.chron.com, Retrieved 14-9-2018. Edited.
2. -"Types of Organizational Structures to Consider for Your Business", businessnewsdaily, Retrieved 20-7-2022. Edited. ↑ "HOW TO CREATE AN ORGANIZATIONAL CHART"

الملاحق

الملحق رقم 01

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la
Recherche Scientifique
Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion
Département des Sciences de Gestion



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز بحث

(ملحق القرارالقرار 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020)

أنا الممضي أدناه:
الصفة: طالب قسم: علوم التسيير تخصص:
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية / رخصة السياقة رقم:
الصادرة بتاريخ:
والمكلف بإنجاز: مذكرة ماستر
تحت عنوان:
.....

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة
الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث وفق ما ينصه القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد
للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

التاريخ:
.....

إمضاء الطالب



وزارة التجارة و ترقية الصادرات
المركز الوطني للسجل التجاري



مدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للتقيد بالسجل التجاري

رمز النشاط: 101110

تسمية النشاط: مؤسسة إنتاج و حفظ الفطريات المزروعة

مضمون النشاط: - كل نشاط إنتاج و حفظ الفطريات المزروعة

النشاطات الاضافية:

- توزيع المنتجات المحددة في مضمون النشاط، لتجار الجملة، التجزئة، و الجماعات.

Facture pro-forma

Entreprise Zeghdani production des champignons

N de carte fellah 1285237-06-03B-09-41

Compte de ccp 0018662210 clé 36

Numéro de tel : 0664717519

Boite mail : zeghdaniimene@gmail.com

Client : Tarek Rouichi

Numéro de tel : 0776217272

Elément	Qunt	Prix da
Panneaux sandwich + porte + accroire ep 600 MM	Unité de production	87 000 000
Etagère galvanisé	01	97 000 000
Système contrôle de chaleur climatiseur armoire + accroire	01	47 000 000
Système contrôle d'air gène d'o2 et co2	01	23 000 000
Système contrôle d'humidité humidificateur	01	17 000 000
Système contrôle de lumière	01	14 000 000
Armoire de commande électrique	01	13 000 000
	Totale	298 000 000
	Tva 19	
	Totale en ttc	354 620 000

Payement par chèque la somme total

ZEGHDANI IMENE
Multiproduction de Champignons
DIREA ALAIX ANGLAS