



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة العليا لإدارة الأعمال-تلمسان



التخصص: إدارة أعمال واستراتيجيات المؤسسات

مشروع تخرج لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

عنوان المشروع:



من إعداد الطالبتين:

برماتي أميرة وشويعل ألاء ابتهال

المناقشة بتاريخ:

2023/07/12

لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيس	أستاذ التعليم العالي	أ. د مزيان التاج
مشرف	أستاذة محاضرة-أ-	د. بوري صراح
مساعد مشرف	أستاذة محاضرة-أ-	د. براهيمية آسية
ممثل الحاضرة	أستاذة محاضرة-أ-	د. تابت دراز إيمان
ممتحن	أستاذ محاضر-أ-	د. سالم عبد الجبار
شريك اقتصادي واجتماعي	رئيس محقق رئيسي للمنافسة	د. عشبوش محمد

السنة الجامعية: 2022-2023

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق والسداد وأنعم علينا بإتمام مسيرتنا الدراسية

الحمد لله الذي بفضلہ تتم الصالحات.

والصلاة والسلام على أشرف خلق الله حبيبنا ومعظيمنا وقائدنا سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام بعد شكر الله عز وجل والصلاة والسلام على رسوله الكريم من لا نبي بعده صلاة تقضي بها الحاجات وترفعنا بها أعلى الدرجات . نتقدم بأجمل عبارات الشكر والتقدير لأستاذتنا المشرفة والمؤطرة الدكتورة "بوري صراج" منبع العون والعتاء التي زرعت فينا روح الأمل والإرادة والتفائل وأشرفت على موضوعنا ولم تبخل علينا لا بوقتها ولا بذاتها طيلة فترة انجاز المذكرة. نتمنتنا بتوجيهاتها ونصائحها وإرشاداتها التي طورت من فكرة مشروعنا وأدت إلى نضوجه جزاها الله ألفه خير وبارك فيها ووفقها في حياتها.

كما يسرنا أن نشكر المشرفة المساعدة الدكتورة "براهيمي أسية" التي وجدنا منها الكثير من الدعم والمساندة والتحفيز المعنوي وكذا الإرشادات القيمة جزاها الله كل الخير.

شكرنا الخاص لمن ساهم في مساعدتنا في إعداد خطتنا المالية ودراساتها بشكل مفصل ودقيق الطالب سكران مصطفى تخصص - إدارة مالية - بالمدرسة.

كما يسرنا أن نشكر أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذه المذكرة.

وفي الأخير يسرنا أن نتقدم بالشكر الجزيل لجميع أساتذتنا الكرام بالمدرسة العليا لإدارة الأعمال- تلمسان وجميع من ساعدنا وساهم في تكويننا طيلة مشوارنا الدراسي، وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.

إهداء

بسم الله والحمد لله والصلاة والسلام على أشرف خلق الله قبل الإهداء لا بد من الثناء والشكر لله عز وجل الذي وفّقنا بإنجاز هذا العمل المتواضع اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا.

أهدي تخريجى وعملى هذا إلى:

أمى التى ربّنتى وأنارت دريى والتى أهدتني الحياة، تلك المرأة الغالية الطاهرة ذات الفضل لما أنا عليه اليوم، إلى سندی وفرحتي ورفيقتي دريى بحبها الكبير "أمى زهراء"

أمى التى أنجبتني للحياة، منبع الحنان، ذات القلب الأبيض الصافي، درعي الواقى بدعائها الدائم "أمى جوهرة"

عزيزي الذي تمنى هذه اللحظة بفارغ الصبر ولم يشاهدني أتوج اليوم، الذي أحبني طيلة حياته وبقى تحفيزه في جوفى للنجاح، "أبي الغالي" رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه.

إلى أعمز أستاذتي وأقربهم إلى قلبي، التي عمّرتني بعطائها وزرعت في أعماقي نواة الجد والطموح إلى مشرفتي وغاليتي «د. بوري صراح»

إلى أستاذتي الفاضلة، نبع الحيوية والابتسامة "د. براهيمى أسية"

إلى من أقاسمها أفراحي وأحزاني أختي شقيقتي الوحيدة "ابتهاال" وبقاتي إختوتي وأختوتي

إلى حبيبتي الغالية صديقتي ورفيقتي من الصغر "هدى"

إلى أختي التى أنجبتها الحياة، التى ساندتني طيلة مشوارى الجامعي، سمرك معي وحفزتني في كل خطواتي "فتيحة"

إلى جميع أستاذتي في الأطوار الثلاثة الذين ساهموا في تعليمي وحسن أخلاقي

إلى جميع صديقاتي وحبيبات فؤادي: رفيقة، شهرزاد، مارية.

أميرة

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين خاتم الأنبياء والرسل سيدنا محمد ﷺ
وعلى آله وصحبه أجمعين وأما بعد:

أحمد الله عز وجل كثيرا واشكره على توفيقه لي في إنجاز هاته الخطوة من مسيرتي الدراسية فله
الحمد أولا وأخرا.

وأقدم بأسمى عبارات الشكر والامتنان إلى من كانت الداعم الأول لي في كل خطوة أخطوها
لتحقيق طموحاتي، إلى من زرعته فيا روح الأمل، إلى مصدر إلهامي، ومن أبصرت بها طريق حياتي
واعتزازي بذاتي إلى القلب إلى من كانت دعواتها تحيطني وتسعدني.

إليك يا وردتي أمي الحبيبة.

إلى سدي في الحياة ومصدر السلام والأمان، إلى من استمد قوتي منه، إلى رفيق دربي الذي
لم يبخل عليا يوما من وده وكرمه وذلعي الثابت الذي لا يميل.

إليك أبي الحبيب.

إليهم اهدي هذا العمل المتواضع لا سبابه نجاحي حفظهما الله، شكرا جزيلاً لكما جزاكما الله عني
كل خير.

إلى مصدر السرور في حياتي إخوتي:

أحمد راني، رباب فلة، يارا حفظهم الله ووفقهم في مشوارهم الدراسي.

إلى أستاذتي الفاضلة التي قدمت لي الكثير الدكتوراة "بوخاتم نذيرة" حفظها الله.

إلى كل أفراد عائلتي، إلى أستاذتي الأفاضل، إلى كل من ساندني ودعمني طوال مشواري
الدراسي ولو بكلمة طيبة أهدىكم هذا العمل المتواضع.

ألاء ابتهاج

بطاقة معلومات:

حول فريق الإشراف وفريق العمل

1 . فريق الإشراف:

فريق الإشراف	
المشرف الرئيسي: د. بوري صراح	التخصص: اقتصاد نقدي ومالي / مالية
المشرف المساعد: د. براهيمي أسية	التخصص: إدارة المنظمات

2 . فريق العمل:

المدرسة	التخصص	فريق المشروع
المدرسة العليا لإدارة الأعمال- تلمسان	إدارة أعمال واستراتيجيات المؤسسات	الطالبة: برماتي أميرة
المدرسة العليا لإدارة الأعمال- تلمسان	إدارة أعمال واستراتيجيات المؤسسات	الطالبة: شويعل ألاء ابتهال

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
-	الشكر والتقدير
-	الإهداء
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الجداول
-	قائمة الأشكال
-	قائمة الملاحق
1	المقدمة العامة
	المحور الأول: تقديم المشروع
2	1. فكرة المشروع (الحل المقترح)
4	2. القيم المقترحة
5	3. فريق العمل
6	4. أهداف المشروع
7	5. جدول الزمني لتحقيق المشروع.
8	6. الجانب القانوني
	المحور الثاني: الجوانب الابتكارية
18	1. طبيعة الابتكارات
21	2. مجالات الابتكارات
	المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق
24	1. عرض القطاع السوقي
32	2. قياس شدة المنافسة
37	3. الاستراتيجية التسويقية
	المحور الرابع: نموذج العمل التجاري BMC
42	1. شرائح العملاء
43	2. القيمة المقترحة
44	3. القنوات
44	4. العلاقات مع العملاء
47	5. مصادر الإيرادات
	6. الأنشطة الرئيسية

47	7. الموارد الرئيسية للمشروع
47	8. الشركاء الرئيسيون
48	9. هيكل التكاليف
	المحور الخامس: الخطة المالية
51	1. الميزانية الافتتاحية
51	2. تقدير المصاريف والمبيعات
55	3. جدول حسابات النتائج
56	4. جدول تدفقات الخزينة حسب الطريقة المباشرة
	المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي
59	1. شعار المشروع
63	2. النموذج الأولي
67	الخاتمة العامة
69	قائمة المراجع
72	قائمة الملاحق
84	ملخص المشروع

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
7	جدول زمني لإنجاز مشروع Celiospace	(01)
8	تواريخ مهام إنجاز المشروع	(02)
26	مدى صعوبة تأقلم العينة مع المرض	(03)
27	عدد زيارة مرضى السيلياك لطبيب الجهاز الهضمي في الشهر	(04)
34	المنافسين المباشرين لتطبيق Celiospace	(05)
35	الحصص السوقية للمنافسين الغير مباشرين	(06)
43	أرباح الإشهار من ADMOB	(07)
43	أرباح الإعلانات من الشركات	(08)
43	أرباح الاستشارات الطبية مع طبيب الأطفال في السنة الأولى من النشاط	(09)
44	أرباح الاستشارات الطبية مع طبيب الجهاز الهضمي في السنة الأولى من النشاط	(10)
44	أرباح الاستشارات مع أخصائي التغذية في السنة الأولى من النشاط	(11)
44	أسعار بيع المنتجات الخالية من الجلوتين في السنة الأولى من النشاط	(12)
46	التكاليف الثابتة (طويلة المدى)	(13)
47	التكاليف المتغيرة (قصيرة المدى)	(14)
47	تكاليف شراء المنتجات الخالية من الجلوتين في السنة الأولى من النشاط	(15)
50	الميزانية الافتتاحية	(16)
51	تقدير مبيعات عجائن خالية من الجلوتين في السنة الأولى	(17)
51	تقدير مبيعات عجائن خالية من الجلوتين في السنة الثانية	(18)
51	تقدير مبيعات عجائن خالية من الجلوتين في السنة الثالثة	(19)
52	تقدير مبيعات شامبو خالي من الجلوتين في السنة الأولى	(20)
52	تقدير مبيعات شامبو خالي من الجلوتين في السنة الثانية	(21)
52	تقدير مبيعات شامبو خالي من الجلوتين في السنة الثالثة	(22)
53	تقدير فيتامين د 3 في السنة الأولى	(23)
53	تقدير فيتامين د 3 في السنة الثانية	(24)
54	تقدير فيتامين د 3 في السنة الثالثة	(25)
54	جدول حسابات النتائج	(26)
55	جدول تدفقات الخزينة حسب الطريقة المباشرة	(27)
56	التدفقات الصافية لمدار 3 سنوات	(28)

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
3	مخطط توضيحي للفكرة	(01)
6	مراحل ربحية المشروع	(02)
18	مصفوفة أنواع الابتكار بدلالة عدم التأكد التكنولوجي وعدم التأكد في السوق	(03)
24	هرم ما سلو للحاجات الخاص بتطبيق Celiaspace	(04)
25	توزيع مرضى السيلياك حسب السن	(05)
26	توزيع مرضى السيلياك حسب الجنس	(06)
27	مدى صعوبة تأقلم العينة مع المرض	(07)
28	عدد زيارة مرضى السيلياك لطبيب الجهاز الهضمي في الشهر	(08)
28	نسبة زيارة مرضى السيلياك لأخصائي التغذية	(09)
29	المسافة بين المرضى ومتاجر بيع المنتجات الخالية من الجلوتين	(10)
29	نسبة توفر المنتجات الخالية من الجلوتين في المتاجر التقليدية	(11)
30	عدد مرات اقتناء المنتجات الخالية من الجلوتين	(12)
32	قوى بورتر الخمسة لتطبيق Celiaspace	(13)
37	عناصر تخديم المنتج	(14)
40	تحديد عملائنا اعتمادا على استراتيجية STP	(15)
41	رسم تخطيطي يوضح الاستشارات الطبية في التطبيق	(16)
60	لوحة الألوان المستعملة في تصميم الشعار	(17)
60	إصدارات الشعار الممكنة	(18)
61	خلفيات التطبيق	(19)
62	رمز شعار Celiaspace	(20)
62	بطاقة العمل	(21)
64	شاشة تسجيل الدخول	(22)
64	الشاشة الرئيسية لتطبيق Celiaspace	(23)

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
72	الميزانية الافتتاحية	(01)
73	جدول حسابات النتائج	(02)
74	جدول تدفقات الخزينة.	(03)
75	النشاط 607074.	(04)
76	النشاط 607074.	(05)
77	قيد المؤسسات الناشئة في السجل التجاري.	(06)
78	استبيان تحسيبي حول مرض السيلياك.	(07)
80	فاتورة إنشاء وتطوير التطبيق.	(08)
81	صورة لعجائن خالية من الجلوتين في صيدلية السيد بن حسان	(09)
82	نموذج العمل التجاري.	(10)
83	أسعار المكملات الغذائية في الصيدلية	(11)

المقدمة العامة

المجتمع الجزائري بالتحامه وصلابته يبني الدولة الجزائرية ويكتب تاريخها، ولكن إذا حدث فيه خلل أو أصاب مكروه لشرائحه يحدث مشكلة في الدولة ويعرقل تطوره. مثل جسم الإنسان الذي إذا مرض عضو تأثر كل الجسد بالمرض، فعن النعمان بن بشير -رضي الله عنهما- قال: قال رسول الله ﷺ: "مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى"¹.

مرض السيلياك يهدد فئة من مجتمعنا الجزائري ويسبب لهم صعوبات ومشاكل صحية، كما يولد لهم أمراض خطيرة أخرى كقفر الدم، داء السكري، الحساسية الجلدية المفرطة، مشكلات في الغدة الدرقية، اضطرابات الجهاز العصبي أمراض الكبد وقد تصل أحيانا إلى سرطان الأمعاء الدقيقة. بزيادة هذه الأمراض تزيد أعباء الدولة ويزيد عدد المرضى المصرحون في صندوق. CNAS

لكن إذا اتبع المرضى نظام غذائي صحي والتزموا بالمتابعة الطبية من قبل الأطباء المختصين وأخصائيين التغذية وقاموا بتطبيق نصائحهم وارشاداتهم، يسهل التأقلم مع المرض (لأن العلاج النهائي منه نسبته ضئيلة جدا) وتقل الأمراض الخطيرة الأخرى (النتيجة عن مرض السيلياك الذي يتلف شعيرات الامتصاص الموجودة في الأمعاء الدقيقة مما يؤدي إلى قلة امتصاص البروتينات والجزئيات الغذائية الضرورية في الجسم). وعليه سنحاول حل المشكلة بفكرتنا الابتكارية المقترحة والمتمثلة في تطبيق الكتروني يوفر المنتجات والخدمات الضرورية لهذه الفئة من المجتمع. تطبيقنا يحتوي على: منتجات خالية من الجلوتين، استشارات طبية ومتابعة من قبل أخصائيين التغذية، مدونات ومقالات مفيدة حول المرض ومشاركة المرضى السابقين ذو خبرة في المرض تجاربهم مع المرضى الجدد.

مشروعنا يستهدف الولايات الجنوبية تحديدا أضرار كوجبة أولية لقلّة نقاط بيع المنتجات الخالية من الجلوتين فيها وكذا معاناة سكانها من النقص في التوعية والحملات التحسيسية بالمرض بغاية تحقيق التنمية المستدامة بكافة أنواعها في صحراء الجزائر.

¹ أخرجه مسلم، كتاب البر والصلة والآداب، باب تراحم المؤمنين وتعاطفهم وتعاضدهم، (4 / 1999)، برقم: (2586)، والبخاري، كتاب الأدب، باب رحمة الناس والبهائم، (8 / 10) برقم: (6011)، بلفظ: ترى المؤمنين في تراحمهم وتوادهم وتعاطفهم كمثل الجسد، إذا اشتكى عضو تداعى له سائر جسده بالسهر والحمى.

المحور الأول تقديم المشروع



1. فكرة المشروع (الحل المقترح):

مسار الفكرة: من نشأتها الى تطورها

بدأت فكرة المشروع من خلال ملاحظة معاناة زميلتنا في الدراسة المصابة بمرض السيلياك من ندرة المنتجات بدون جلوتين وغلاء أسعارها بالإضافة إلى قلة متاجر بيع هذا النوع من المنتجات، وبعد دراسات معمقة اكتشفنا أن عدد المصابين بالمرض أكثر من 10%، أي من بين كل عشر عائلات يوجد عائلة أحد أفرادها أو أكثر يعانون من المرض وهذا حسب إحصائيات أخرى 5 سنوات والعدد في تزايد مستمر.

كما لا ننسى النقص في الحملات التحسيسية وغياب الوعي للنظام الصحي لمرضى السيلياك، وكل هذه الأسباب خاصة ندرة المنتجات الخالية من الجلوتين تدفعهم أحيانا إلى التنقل لولاية أخرى للحصول على غذائهم. مرض السيلياك وهو مرض مناعي ذاتي مزمن، فيه يهاجم الجسم نفسه، وتحديداً الأمعاء الدقيقة عند تناول الجلوتين. قد يكون وراثي في بعض الحالات يصيب الصغار والكبار أيضا فعند تناول مادة الجلوتين المتواجدة في العديد من الأطعمة سواء الطبيعية أو الصناعية يستجيب الجهاز المناعي بمهاجمة الأمعاء الدقيقة مما يؤثر على عملية امتصاص المغذيات فيؤدي ذلك لتلف شعيرات الأمعاء مع مرور الوقت.

مرض السيلياك هو مرض له العديد من الأنواع ودرجات أكثرها انتشارا:

- السيلياك الكلاسيكي.
- السيلياك الغير كلاسيكي.
- السيلياك الصامت.

السيلياك بجميع أنواعه ودرجاته ليس له علاج لحد الآن وعلاجه الوحيد هو إتباع حمية غذائية خالية من الجلوتين مدى الحياة وهذا ما نسعى إليه من خلال التطبيق.

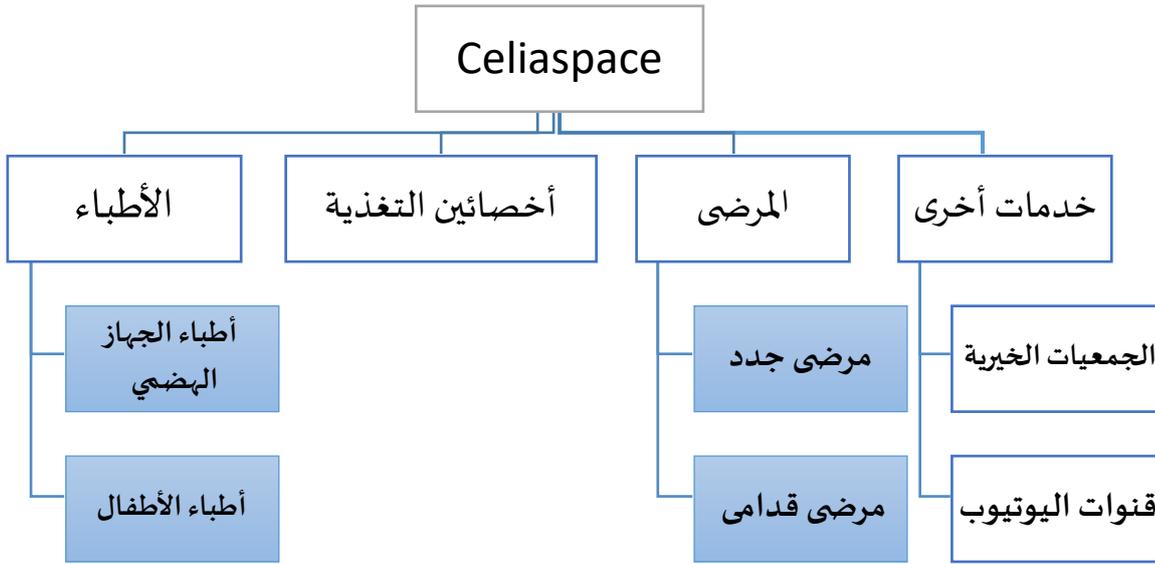
مجال النشاط:

يكمُن نشاط الفكرة في تقديم مجموعة من الخدمات، النصائح والمنتجات الخاصة بمرضى السيلياك عبر تطبيق حديث.

ما الذي سنقوم به وكيف سيكون ذلك:

سنقوم بإنشاء تطبيق الكتروني لتسهيل الحياة اليومية لمرضى السيلياك. ويتم ذلك باحتواء التطبيق على جميع المعلومات والخدمات والمنتجات الخاصة بالداء الزلاقي، وكذا المتابعة الطبية للمريض لتسهيل عملية العلاج بالاعتماد على أحدث التكنولوجيا في المجال.

الشكل رقم (01): مخطط توضيحي للفكرة



المصدر: من إعداد الطالبتين.

لماذا سيتم إنجازه في الصحراء؟

مبدئياً تم اختيار الولايات الجنوبية لدراسة السوق بالخصوص ولاية ادرار وذلك لقلّة نقاط بيع المنتجات الخالية من الجلوتين مقارنة مع نسبة مرضى السيلياك في الولاية، ولفك العزلة عن المناطق النائية الصحراوية. وهذا بدوره يعتبر أحد مؤشرات التنمية الاجتماعية والاقتصادية وبالتالي تحقيق التنمية المستدامة بمختلف أبعادها.

الفكرة تجيب عن انشغال سكان ولايتي وما جاورها لأن هذا النوع من التطبيقات غير موجود في الولاية والوطن الجزائري ككل بالمقارنة مع الحاجة الماسة لرقمنة الخدمات، فبعد الدراسة المعمقة اتضح أن سوق ولاية ادرار شبه فارغ وشبه خالي من المؤسسات الناشئة.

التطبيق متاح لجميع ولايات الوطن، ولكن تم التركيز أكثر على الولايات الصحراوية. إذا نجحت الفكرة ولاقت صدى إن شاء الله ولأنها مؤسسة ناشئة قابلة للنمو سنعممها على ولايات أخرى تدريجياً.

2. القيم المقترحة:

يمكن لتطبيق Celiaspace خلق قيمة مضافة من خلال:

- توفير جميع أنواع المنتوجات الخالية من الجلوتين بمعايير عالمية وبأسعار تنافسية في متناول جميع فئات المرضى (غذائية، تجميلية ومكملات غذائية).
- المتابعة الطبية للمرضى اون لاين من قبل أطباء الجهاز الهضمي وأطباء الأطفال.
- الاستفادة من استشارات أخصائي التغذية لنظام صحي ملائم لكل مريض حسب حالته الصحية.
- زيادة الوعي من طرف أخصائيين التغذية، وذلك بإتباع الحمية الغذائية المناسبة لكل مريض للتعايش مع المرض من وجبات غذائية متوازنة، فيتامينات ومكملات غذائية الخ.
- تقليص احتمال تعرض المريض لأي آثار جانبية جراء استهلاكه لمنتج جديد عن طريق التعريف بالمنتج من قبل أخصائي التغذية ومدى ملائمته حسب حالة كل مريض.
- الاستفادة من تجارب المرضى السابقين في التعايش مع المرض واستشاراتهم.
- توفير أكالات منزلية وحلويات تقليدية خالية من الجلوتين ذات جودة عالية عند الطلب.
- نوفر خدمة توصيل المنتجات، وبذلك توفير الجهد والوقت للمريض.
- يوفر التطبيق مدونات ونصائح يومية للمرضى من طرف مختصين.
- تخصيص ركن للأطفال المصابون بمرض السيلياك وتقديم نصائح وإرشادات للآباء لمعرفة طرق التعامل معهم وكذا الحفاظ على حميتهم الغذائية.
- سهولة الوصول لتطبيق وكذا استخدامه مجاناً والاطلاع على جميع خدماته ومقالاته العلمية والنصائح الطبية.
- عرض سلل متوازنة ومتجانسة تحتوي على المنتوجات الخالية من الجلوتين التي يحتاجها المريض في الأسبوع أو الشهر أو 3 أشهر وبسعر مناسب.
- توفير الفيتامينات والمكملات الغذائية التي يحتاجها المريض لاستهلاكها (موجودة في الجلوتين) مثل: ال فيتامين D، كبد الحوت فيتامين ب، الزنك، الحديد، الكالسيوم.
- تعريف المرضى بقنوات اليوتيوب ذات المحتوى المفيد والقيم حول مرض السيلياك.
- تسعير المنتجات من أجل تمكين المستهلك من مقارنتها وشراء التي يتوافق سعرها مع ميزانيته الشهرية.

- تعريف المريض بالجمعيات الخيرية الخاصة بمرض السيلياك لتمكنه من الاطلاع على برامجها الخيرية والاستفادة من صدقاتها.
- يوفر التطبيق الأمان والخصوصية لبيانات المرضى وذلك بتنفيذ مختلف التدابير الأمنية المتقدمة لحماية بيانات المستخدم.

3. فريق العمل:

يتكون فريق عمل المشروع من الأعضاء الآتية:

- **الطالبة (01):** برماتي أميرة تخصص إدارة أعمال واستراتيجيات المؤسسات في المدرسة العليا لإدارة الأعمال قامت بدورات تدريبية في مجالات متنوعة أهمها: دورة في التفكير التصميمي، دورة في الإعلام الآلي ودورة في اللغة الإنجليزية، ورشات تدريبية حول المؤسسات الناشئة .
 - **الطالبة (02):** شويعل آلاء اهتمال تخصص إدارة أعمال واستراتيجيات المؤسسات في المدرسة العليا لإدارة الأعمال قامت بدورات تدريبية في مجالات عديدة أهمها: دورة التسويق للمؤسسات الناشئة، الدورات التدريبية لكيفية تأسيس شركة ناشئة، دورة في اللغة الإنجليزية ودورة في التفكير التصميمي.
- يتمثل دور الطالبة برماتي أميرة في الدراسة المعمقة للمشروع بتطبيق مبادئ التفكير التصميمي في التطبيق والبحث عن الشركاء والمتعاملين لمعرفة الأسواق المناسبة لبداية المشروع.
- أما دور الطالبة شويعل آلاء اهتمال في تسيير المشروع والبحث عن موردي المنتجات الخالية من الجلوتين وكذا الأساليب المناسبة لتسويق للمشروع.
- قام الأساتذة المشرفين وأعضاء الفريق بمجهودات للدراسة التحليلية للسوق والبحث عن الشركاء الرئيسيين للمشروع ومحاولة الفهم الصحيح لحاجيات الزبون لتلبيتها بأقل التكاليف، كما تمت الدراسة المالية للمشروع على مدى 3 سنوات للوصول إلى توقعات مالية منطقية وقريبة للواقع.
- وقد تم التواصل بين الفريق عن طريق إجراء اجتماعات أسبوعية حضوريا وعبر منصات التواصل الاجتماعي كتطبيق الزووم وتطبيق قوقل مييت، تحت المتابعة والتصحيح المستمر من طرف المشرفة الرئيسية والمشرفة المساعدة وإرشادهما للفريق.

4. أهداف المشروع:

هدفنا الأساسي أن نخلق قيمة مضافة للبلاد على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي. وذلك بتغيير حياة المستهلكين وإيجاد حلولاً دائمة لهم، لنصبح التطبيق الإلكتروني الأول والمتعامل الأساسي مع مرضى السيلياك الذي يلبي جميع احتياجاتهم واستفساراتهم ويوفر لهم فضاء خاص بهم، فيه يتشاركون تجاربهم ونمط حياتهم اليومي، وكذا يشاركون نصائحهم مع المرضى الجدد ويستفيدون من خبرات المرضى السابقين. كذلك نهدف من وراء هذا المشروع إلى زيادة التوعية بانتشار هذا المرض وتوفير الدعم النفسي للمريض.

كما نهدف بالتعريف والإشهار لتطبيقنا عبر المشاركة في مختلف المعارض، خاصة التي تقام في اليوم العالمي لمرض السيلياك يوم 16 ماي وإيصال صوتنا من خلال البث الإذاعي والتلفزيوني.

الأهداف المنشودة خلال 5 سنوات المقبلة:

- **السنة 1:** تسديد 40% من تكاليف الاستثمار، التعريف بالمشروع في المناسبات والمعارض على مستوى ولاية أدرار والإقليم الصحراوي بهدف الحصول على شريحة معتبرة من الزبائن تفوق 1500 مريض.
- **السنة 2:** تسديد باقي التكاليف والتي تقدر ب 60% والتوسع في ولايات أخرى صحراوية: تمنراست، اليزي، تندوف، برج باجي المختار. تدريباً حسب عدد المرضى والاحتياج مع الأخذ بعين الاعتبار الربح/التكاليف.
- **السنة 3:** تحقيق أرباح وخلق ثروة مالية للمساهمة في ناتج الدخل الوطني الخام، المساهمة في النمو الاقتصادي والاجتماعي بتوفير وظائف شغل جديدة على المدى الطويل، استهداف ولايات صحراوية أخرى: بشار، ورقلة، غرداية، المنيعه.
- **السنة 4:** نهدف إلى تصنيع المواد الغذائية الأساسية الخالية من الجلوتين بدءاً بالعجائن ودقيق الأرز ودقيق الذرة والتوسع في السوق.
- **السنة 5:** زيادة الحصة السوقية وإنشاء مطعم للأكل الخالي من الجلوتين.

الشكل رقم (02) : مراحل ربحية المشروع



المصدر: من إعداد الطالبتين.

5. جدول زمني لتحقيق المشروع:

أهم خطوة لنجاح المشروع هي التخطيط بكل جدية وإتقان، يجب أن نتحلى بالدقة في كل خطوة من خطوات العمل، لضمان البقاء في السنة الأولى والثانية. وتحقيق نمو سريع في باقي سنوات المستقبل. تم وضع جدول زمني لتنظيم خطوات العمل كما قمنا بتحديد مختلف المهام الواجبة لتحقيق المشروع، تحت تأطير الأساتذة المشرفين منذ ظهور الفكرة إلى تحقيقها على أرض الواقع. تتمثل المهام في:

- الدراسات الأولية للمشروع BMC: بدراسة الجدوى الاقتصادية والاجتماعية للفكرة، والمصادقة عليها من طرف اللجنة التابعة للمدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان والمتخصصة في تكوين المؤسسات الناشئة.
- القيام بدورات تكوينية: على مستوى المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان تحت إشراف أساتذة ومتخصصين في مجال ريادة الأعمال.
- دراسة السوق (ولاية أدرار): تعد هذه المرحلة كنقطة فاصلة في المشروع، لأنه بعد الدراسة نتخذ قرار تطبيق الفكرة أو التخلي عنها. تمت عن طريق زيارة أطباء متخصصين وأخصائيين التغذية كذلك منافسين غير مباشرين كالصيدليات دون نسيان العميل الأساسي وهم مرضى السيلياك.
- الدراسة المالية: تحديد مختلف التكاليف والأرباح للمشروع للقادرة على تحديد تكلفة الاستثمار الإجمالية.
- البحث عن شركاء للمشروع
- إنشاء التطبيق: قامت المشرفة الرئيسية وفريق العمل بالبحث عن مبرمج أو مطور انترنت منذ شهر فيفري، حيث واجهنا الكثير من التحديات تتعلق بالثقة وسعر الخدمة.

- اقتناء المنتجات من مصانع جزائرية لتدعيم المنتج المحلي.
- بداية عملية البيع.

وبالاعتماد على مكتسبات مقياس Management des projets قمنا بتنظيم المعطيات في مخطط قانت diagramme de GANTT، والشكل أدناه يوضح الجدول الزمني لإنجاز المشروع:

الجدول رقم (01): جدول زمني لإنجاز مشروع Celiaspace



المصدر: من إعداد الطالبتين.

الجدول رقم (02): تواريخ مهام إنجاز المشروع

المرحلة	Colonne4	Colonne3	Colonne2	Colonne1	تاريخ البداية	المدة	تاريخ النهاية
الدراسات الأولية للمشروع و إنجاز نموذج BMC					28/11/2022	101	09/03/2023
القيام بدورات تدريبية على مستوى المدرسة العليا لإدارة الأعمال					10/02/2023	27	09/03/2023
دراسة سوق ولاية ادرار					14/03/2023	65	18/05/2023
الدراسة المالية للمشروع					10/04/2023	45	25/05/2023
البحث عن شركاء للمشروع					14/03/2023	175	05/09/2023
انشاء النموذج الاولي للتطبيق					10/06/2023	23	03/07/2023
المرحلة التجريبية للتطبيق					06/07/2023	15	21/07/2023
القيام بالإجراءات الادارية					10/07/2023	5	15/07/2023
اقتناء مختلف المنتجات الخالية من الجلوتين					20/07/2023	43	01/09/2023
بداية عملية تقديم الخدمات و كذا عملية البيع					07/08/2023		

المصدر: من إعداد الطالبتين.

6. الجانب القانوني:

- الأشكال القانونية لإنشاء مؤسسة:

يعد اختيار الشكل القانوني المناسب أمرا حاسما في تطوير مشروع المؤسسة إذ يجب دراسة هذه الخطوة المهمة مع مراعاة عدة عوامل مثل عدد الشركاء وحماية التراث وحجم المشروع ورأس المال والضرائب... إلخ. إذا كان أي شخص طبيعي يرغب في إنشاء مؤسسة خاصة به يوجد شكلين قانونيين لذلك¹:

- المؤسسة الفردية (الشخص الطبيعي)
 - المؤسسة ذات الشخص الوحيد وذات المسؤولية المحدودة: وهي مؤسسة لشخص واحد يتمثل الحد الأدنى لرأس المال المطلوب في 100.000 دج
- أما في حالة وجود عدة شركاء يرغبون في إنشاء مؤسسة فهناك عدة أشكال قانونية:
- شركة التضامن: وهي مؤسسة أشخاص، وعادة ما تكون مؤسسة عائلية، لا تتاج لرأس مال الحد الأدنى لعدد الشركاء هو اثنان.
 - مؤسسة ذات مسؤولية محدودة: وهي مؤسسة رؤوس أموال، الحد الأدنى لرأس المال المطلوب هو 100000 دج، الحد الأدنى لعدد الشركاء هو اثنين.
 - شركة ذات أسهم وهي شركة ينقسم رأس مالها إلى أسهم، الحد الأدنى لرأس المال المطلوب 5.000.000 دج في حالة الطرح العام و1.000.000 دج خلاف ذلك، الحد الأدنى لعدد الشركاء هو سبعة.
 - شركة التوصية البسيطة: وهي نادرة جدا في الجزائر مزيج من الأشخاص بالنسبة للشركاء المتضامنين ورؤوس أموال بالنسبة للشركاء الموصيين.
 - شركة التوصية ذات الأسهم: هي مزيج بالنسبة للمتضامنين ورؤوس الأموال بالنسبة للموصيين، الحد الأدنى لرأس المال المطلوب هو 5.000.000 دج في حالة الطرح العام و1.000.000 دج خلاف ذلك.

● إجراءات إنشاء مؤسسة:

يتطلب إنشاء مؤسسة أو ممارسة نشاط تجاري بصفة عامة التسجيل في السجل التجاري حسب ما جاء في المادة 4 من القانون 08-04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 المو افق 14 أوت سنة 2004. يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية. والتي تنص على: "يلزم كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في ممارسة نشاط تجاري، بالقيود في السجل التجاري، ولا يمكن الطعن فيه في حالة النزاع أو الخصومة إلا أمام الجهات القضائية المختصة. يمنح هذا التسجيل الحق في الممارسة الحرة للنشاط التجاري، باستثناء النشاطات

¹ دليل إنشاء مؤسسة، متوفر في: <https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/> تاريخ الزيارة (18/04/2023).

والمهن المقننة الخاضعة، للتسجيل في السجل التجاري والتي تخضع ممارستها إلى الحصول على ترخيص أو اعتماد. يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري ومحتواه عن طريق التنظيم¹.

أيضا المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 97-41 المؤرخ في 9 رمضان عام 1417 الموافق ل 18 يناير 1997، الذي يتعلق بشروط القيد في السجل التجاري وضحت بدقة التجار الذين ألزمهم القانون بالقيد في السجل التجاري وهم كالتالي²:

- كل تاجر، شخص طبيعي أو معنوي.
- كل مؤسسة تجارية مقرها في الخارج وتفتح في الجزائر وكالة أو فرعا أو أي مؤسسة أخرى.
- كل ممثلية تجارية أو وكالة تجارية تابعة للدول أو الجماعات أو المؤسسات العمومية الأجنبية التي تمارس.
- كل مؤسسة حرفية وكل مؤدي خدمات سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا.
- كل مستأجر مسير محلا تجاريا.
- كل شخص معنوي تجاري بشكله أو بموضوعه التجاري مقره في الجزائر أو يفتح بها وكالة أو فرعا أو أية مؤسسة أخرى.
- كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطا يخضع قانونا للقيد في السجل التجاري.

هذا وقد جاء المرسوم التنفيذي رقم 15-249 المؤرخ في 15 ذي الحجة 1436 الموافق ل 29 سبتمبر 2015 يحدد محتوى وتمحور وكذا شروط تسيير مدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري وحسب المادة 3 "تشكل مدونة الأنشطة الاقتصادية من قطاعات النشاطات الآتية"³:

- إنتاج السلع.
- مؤسسات الإنتاج الحرفي.
- التوزيع بالجملة.
- الاستيراد لإعادة البيع على الحالة.
- التوزيع بالتجزئة (القارة وغير القارة).

¹قانون رقم 04-08 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 أوت سنة 2004، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 18 أوت 2004، الجزائر.

²المرسوم التنفيذي رقم 97-41 المؤرخ في 9 رمضان عام 1417 الموافق ل 18 يناير 1997، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 5، 19 جانفي 1997، الجزائر.

³المرسوم التنفيذي رقم 15-249 المؤرخ في 15 ذي الحجة 1436 الموافق ل 29 سبتمبر 2015، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 30 سبتمبر 2015، الجزائر.

- الخدمات.
- التصدير.

- القيد في السجل التجاري:

على التاجر أن يتوجه إلى المركز الوطني للسجل التجاري، ويتقدم بالملف الذي ينص عليه القانون، حيث تقوم مصالح المركز المختصة بفحص الملف بحضور الخاضع للقيد، فإذا كان مطابقا يسلم للشخص المعني وصل إيداع في انتظار تسليم مستخرج السجل التجاري، أما إذا تبين أن الملف غير كامل أو يحمل وثائق غير مطابقة في شكلها أو في مضمونها فيتم رفضه مباشرة.

وتجدر الإشارة إلى أنه لا بد على المعني بالأمر الحرص على صحة المعلومات التي يحتويها الملف إذ أنه كل من يقوم بسوء نية بالإدلاء بتصريحات غير صحيحة أو يبدل بمعلومات غير كاملة بهدف القيد في السجل التجاري يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج (المادة 33 من القانون 04-108).

- أجل تسليم مستخرج السجل التجاري:

في الوقت الحالي ومن أجل تحسين الخدمة العمومية يتم تسليم مستخرج السجل التجاري في ظرف 24 ساعة بدءا من تاريخ تسليم وصل الإيداع.

الوثائق الواجب تسليمها من أجل القيد في السجل التجاري؟ (المرسوم التنفيذي 111-15 المؤرخ في 3 ماي 2015 م) تتمثل في²:

أولا. بالنسبة للشخص الطبيعي: الملف يجب أن يحتوي على الوثائق التالية:

- طلب ممضي ومحرر على استمارات يسلمها المركز الوطني للسجل التجاري.

- إثبات وجود محل مؤهل لاستقبال نشاط تجاري بتقديم إما:

- سند ملكية أو عقد إيجار.

- أو امتياز لوعاء عقاري الذي يحوي النشاط التجاري.

- أو كل عقد أو مقرر ترخيص مسلم من طرف هيئة عمومية.

- وصل تسديد حقوق الطابع الضريبي المنصوص عليه في التشريع الجبائي المعمول به (4000 دج).

¹قانون رقم 04-08 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق ل 14 أوت سنة 2004، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 18 أوت 2004، الجزائر.

²المرسوم التنفيذي رقم 15-111 مؤرخ في 14 رجب 1436 الموافق ل 3 ماي 2015، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، 13 ماي 2015، الجزائر.

- وصل دفع حقوق القيد في السجل التجاري كما هو محدد في التنظيم المعمول به.
- نسخة من بطاقة المقيم بالنسبة للخاضعين من جنسية أجنبية.
- نسخة من الرخصة أو الاعتماد المؤقت اللذان تسلمهما الإدارات المختصة عندما يتعلق الأمر بممارسة نشاطات أو مهن مقننة.

ثانيا. القيد بالنسبة لشخص معنوي: الملف يجب أن يحتوي على الوثائق التالية:

- طلب ممضي ومحرر على استمارات يسلمها المركز الوطني للسجل التجاري.
- إثبات وجود محل مؤهل لاستقبال نشاط تجاري بتقديم إما:
 - سند ملكية أو عقد إيجار.
 - أو امتياز لوعاء عقاري الذي يحوي النشاط التجاري.
 - أو كل عقد أو مقرر ترخيص مسلم من طرف هيئة عمومية.
- نسخة (01) من القانون الأساسي المتضمن تأسيس الشركة أو نسخة من النص التأسيسي للشركة عندما يتعلق الأمر بمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري.
- نسخة من إعلان نشر القانون الأساسي للشركة في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.
- وصل تسديد حقوق الطابع الضريبي المنصوص عليه في التشريع الجبائي المعمول به (4000 دج).
- وصل دفع حقوق القيد في السجل التجاري كما هو محدد في التنظيم المعمول به.
- نسخة من الرخصة أو الاعتماد المؤقت اللذان تسلمهما الإدارات المختصة عندما يتعلق الأمر بممارسة نشاطات أو مهن مقننة.

فقط تجدر الإشارة إلى الإرسالية الصادرة عن السيد الأمين العام لوزارة التجارة تحت رقم 1742 المؤرخة في 24/10/2019 والتي تم إرسالها لمأموري الفروع المحلية للمركز الوطني للسجل التجاري بخصوص قيد المؤسسات الناشئة في السجل التجاري حيث تضمنت الإرسالية ما يلي: "أوفيكم علما أن المؤسسات الناشئة الناشطة في ميادين التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال تندرج أليا في المفهوم الشامل للمستثمر الأولي و بالتالي فهي معفاة من تقديم المبرر المتعلق بجزاية المحل التجاري أثناء عملية القيد في السجل التجاري لأول مرة طبقا لأحكام المادة 21 من القانون 04-08 المؤرخ في 14/08/2004، المعدل و المتمم بموجب أحكام المادة 7 من القانون رقم 13-06 المؤرخ في 23/07/2013 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية التي تقضي بأن يعتد بمقر الإقامة بالنسبة للأشخاص

الطبيعيين وبعنوان محافظ الحسابات ، أو الخبير المحاسب أو المحامي أو الموثق أو عنوان إقامة الممثل القانوني للشركة ، بالنسبة للأشخاص المعنويين¹. هذه النشاطات تتمثل فيما يلي:²

- 607.001: مكتب الدراسات والاستشارات في الإعلام الآلي
- 607.002: تركيب الشبكات ومعالجة المعطيات
- 607.019: مؤسسة الهندسة في الإعلام الآلي الصناعي والإنتاجي.
- 607.025: إنشاء واستغلال خدمات النفاذ إلى الإنترنت.
- 607.065: إنشاء واستغلال خدمات تحويل الصوت عبر الأنترنت.
- 607.069: برمجة أنظمة الإعلام الآلي.
- 613.233: تركيب، صيانة وتصليح التجهيزات والبرامج المعلوماتية للترميز.

تجدر الإشارة أن النشاطات المنظمة تبقى دائما مرهونة بتقديم الاعتماد أو الرخصة الخاصة بها بالإضافة إلى مستخرج السجل التجاري يجب على كل مؤسسة استخراج البطاقة الضريبية (NIF)، حيث يتم تخصيص رقم تعريف جبائي لها يستخدم في جميع إجراءاتها الإدارية وحتى مع مصلحة الضرائب الجزائرية. يجب أن تسجل المؤسسة المنشأة حديثاً في الضريبة على القيمة المضافة حتى تتمكن من تسوية التزاماتها الضريبية.

للقيام بذلك، يجب على المسير تقديم الوثائق التالية³:

- نسخة مصادق عليها من السجل التجاري.
- القانون الأساسي للشركة.
- سند ملكية المحل التجاري أو عقد إيجار موثق (باسم الشركة).
- استمارة مقدمة من مفتشية الضرائب، تملء وتوقع وتختم باسم الشركة.
- ويمكن طلبه إلكترونياً على موقع وزارة المالية المديرية العامة للضرائب.
- <https://nifenligne.mfdgi.gov.dz>

¹قانون رقم 08-04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 أوت سنة 2004، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 18 أوت 2004، الجزائر.

²القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

³براهيمي أسية، محاضرات في القانون 08-04 موجهة لطلبة السنة الرابعة تخصص إدارة مالية، قسم الطور الثاني، المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان، 2022-2023.

بالإضافة أيضا إلى استخراج رقم التعريف الإحصائي (NIS):

للحصول على رقم التعريف الإحصائي (ر.ت.إ)، يتوجب تقديم ملف إداري لدى المصالح الإحصائية التابعة للملحقات الجهوية للديوان الوطني للإحصائيات. يختلف هذا الملف، اعتمادًا على نوع المؤسسة (شخص معنوي أو شخص طبيعي)، ويتكون من المستندات المدرجة أدناه

أ. الأشخاص الطبيعيون:

- نسخة من البطاقة الضريبية أو التصريح بالوجود.
- صورة من السجل التجاري أو التصريح بممارسة النشاط أو بطاقة الحرفي.
- مستخرج شهادة الميلاد رقم 12.
- تعبئة استمارة طلب رقم التعريف الإحصائي مع وضع ختم المؤسسة.

ب. الأشخاص المعنويون:

- نسخة من البطاقة الضريبية أو التصريح بالوجود.
- صورة من السجل التجاري أو التصريح بممارسة النشاط.
- تعبئة استمارة طلب رقم التعريف الإحصائي مع وضع ختم المؤسسة

وأخيرا فتح حساب بنكي حيث يجب أن يكون لكل مؤسسة حساب بنكي. ولفتحه يجب تقديم الوثائق

التالية:

- السجل التجاري.
- بطاقة التسجيل الضريبي.
- القانون الأساسي للشركة.
- إعلان النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.

التعريف بفكرة مشروعنا قانونيا

مشروع مبتكر تحت اسم (Celiospace) بمنطقة أدرار كوجهة الأولى (وباقى الولايات الجنوبية) هدفنا هو تحويله إلى مؤسسة ناشئة تكون في قطاع الخدمات حيث أن رمز هذا النشاط هو 607.025، تسمية النشاط أي التسمية القانونية: إنشاء واستغلال خدمات توفير النفاذ إلى الإنترنت. وهذا القيد يدخل ضمن قائمة النشاطات المقننة أي يحتاج إلى رخصة من المصالح المعنية. النشاط 607.025 يحتاج إلى رخصة من الوزارة المكلفة بالاتصال.

الحالة الأولى:

تتمثل فيما يلي¹:

-رمز هذا النشاط: 607025 وهو نشاط مقنن. (نشاط منظم).

-التسمية القانونية: إنشاء واستغلال خدمات توفير النفاذ إلى الإنترنت.

-مضمون النشاط: (607025).

-استغلال خدمات الإنترنت.

-خدمات تفاعلية للاطلاع أو إبقاء الصفحات الإعلامية المتعددة، نصوص، مخطوطات، صوت أو صورة.

-خدمات خاصة بتبادل الرسائل الإلكترونية ما بين المستعملين.

-خدمات الدخول لاستغلال جهاز كمبيوتر مركزي على حساب أجهزة أخرى بعيدة.

-خدمات تشحين البطاقة عن بعد، بطريقة نقطة بنقطة.

-خدمات تسمح لمجموعة من المستخدمين يتقاسمون نفس المصلحة في موضوع خاص، من تبادل المعلومات

-الحقوق المدفوعة: رسوم الطابع الضريبي (4000 دينار جزائري)، رسوم متعلقة بالنشاط (3712 دينار جزائري).

¹المركز الوطني للسجل التجاري، متوفر في <https://sidjilcom.cnrc.dz/recherche-nae> ، تاريخ الزيارة 04/07/2023.

بالإضافة إلى الحصول على ترخيص من الوزارة المكلفة بالاتصال حسب المرسوم التنفيذي رقم 00-307 المؤرخ في 2000/10/14

الحالة الثانية¹:

تتمثل فيما يلي:

- رمز هذا النشاط: 607074 وهو نشاط غير مقنن .
- التسمية القانونية: التجارة الإلكترونية.
- مضمون النشاط (607033): النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان أو توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية. (باستثناء المواد الممنوعة في المعاملات عن طريق الاتصالات الإلكترونية).
- ووفقاً لأحكام المواد 03 و 05 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المذكورة كالتالي:
- لعب القمار والرهان واليانصيب.
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.
- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.
- العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات و /أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.

¹ لمركز الوطني للسجل التجاري، متوفر في <https://sidjilcom.cnrc.dz/recherche-nae> ، تاريخ الزيارة 04/07/2023 .)



المحور الثاني الجوانب الابتكارية



عرفت التنمية الاقتصادية في الجزائر تغييرا جذريا في السنوات الأخيرة، فبعد اعتمادها على المشاريع الكبرى والتخطيط المركزي أولت أهمية للإبداع والابتكار على النطاق الجماعي والفردي. ما جعلها تشجع وتنشط المؤسسات الناشئة وتوسع لخلق نظام بيئي ملائم لها.

حتى يتمكن أصحاب المشاريع المبتكرة من تجسيد أفكارهم، كان لابد من تعزيز النظام البيئي للابتكار في بلادنا لكي يرقى إلى طموحات شبابنا. نظام بيئي يضمن لهم ميكانيزمات تمويل ملائمة، رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد تبون في المؤتمر الوطني للمؤسسات الناشئة "أل جيريا ديسرابت 2020"، المنعقد، في طبعته الأولى، شهر أكتوبر 2020 بالجزائر العاصمة¹.

كما اعتبرت السلطات العليا المؤسسة الناشئة الحل الأمثل للتقليل من حدة البطالة والقضاء على هاجس البحث عن العمل لدى الشباب، فبدل أن يبقى الشاب يبحث عن وظيفة بعد تخرجه يصبح بإمكانه خلق وظائف لغيره تساهم في الدخل الوطني وتخلق قيمة مضافة وبالتالي تطوير حلول جديدة للمشاكل القائمة أو استغلال الفرص الجديدة في السوق. ما دفعها لوضع قانون جديد خاص بالجامعات والمدارس العليا التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي المتمثل في القرار الوزاري 1275 للحصول على شهادة. مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر.

1. طبيعة الابتكارات

1.1. تعريف الابتكار:

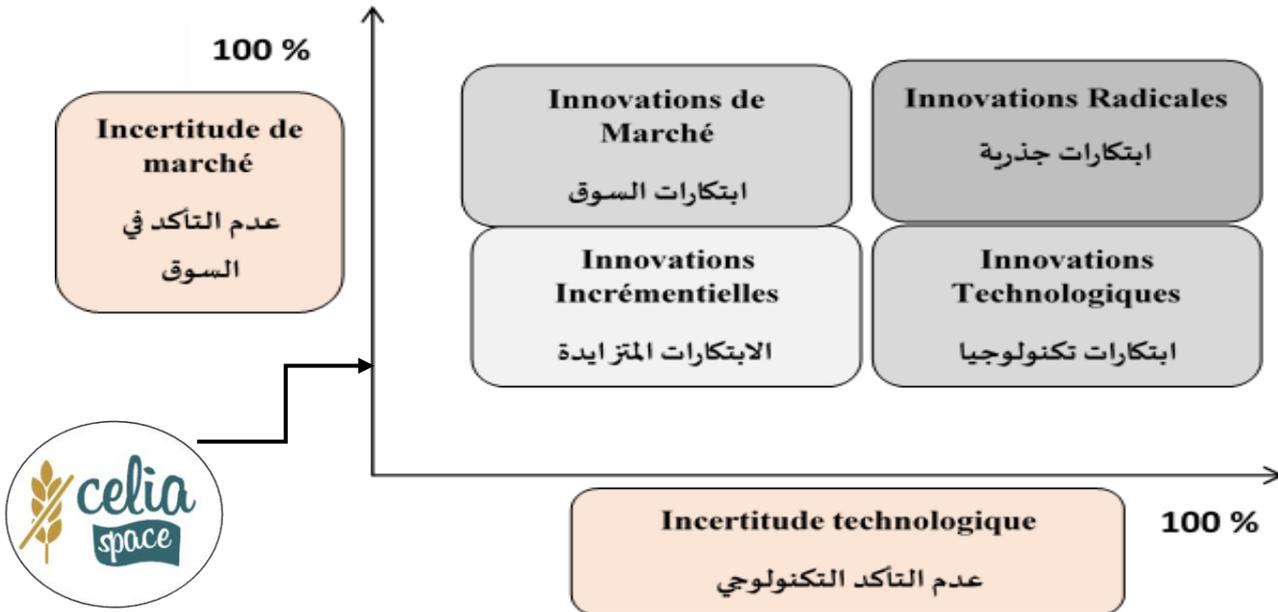
ورد تعريفه في قاموس Longman بأنه: " أي اختراع جديد أو طريقة محسنة في إنتاج سلعة أو أي تغيير في طرق لإنتاج والتي تعطي المنتج أفضلية عن المنافسين في تحقيق احتكار مؤقت"².

تم تصنيفها إلى أربع أنواع رئيسية حسب التواجد في السوق وحدثة التكنولوجيا وهي:

- ابتكارات متزايدة.
- ابتكارات جذرية.
- ابتكارات تكنولوجية.
- ابتكارات السوق.

¹ ياسمين. ن، تبون المؤسسات الناشئة ستكون قاطرة النموذج الاقتصادي الجديد، 04 تشرين 2020، متاح في <https://www.sawtalahrar.dz>
² بوبعة عبد الوهاب، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية، جامعة منتوري-قسنطينة، 2011-2012، ص32.

الشكل رقم (03): مصفوفة أنواع الابتكار بدلالة عدم التأكد التكنولوجي وعدم التأكد في السوق



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على دليل مشروع للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

2.1. الطبيعة الابتكارية لتطبيق Celiospace

يندرج تطبيقنا في الابتكارات التكنولوجية أو ما تسمى بالابتكارات التخريبية، وهذا لأننا قمنا بتحسين خدمات موجودة في السوق وإعطائها ميزات تكنولوجية جديدة، وذلك من خلال رقمنة كل من المتابعة الطبية وعملية اقتناء المنتجات الخالية من الغلوتين وخدمات أخرى، لتسهيل الاستخدام وتوفير الراحة للمرضى وحتى خفض الأسعار. ويعرف Clayton Christensen (1997) الابتكار التخريبي على أنه: "الابتكار الذي يخلق، يحول أو يخرب سوق".¹

وبالاستناد إلى تعريف Clayton للابتكار، فإن مشروع Celiospace يخلق سوق الكتروني جديد ويحول تجارة تقليدية إلى تجارة عبر الانترنت تسهلا لحياة المريض وكذا ضمان وصول منتجات خالية من الجلوتين لمستهلكين في حاجة ماسة لها ولا يجدون أماكن قريبة لهم لاقتنائها. وإذا قمنا بالنظر على المدى الطويل، فإن هذا التطبيق سيزيح منافسين موجودين في السوق.

توضيح: بعد انتشار التطبيق في الولايات الصحراوية واعتياد المريض أن يتسوق من متجر يوفر له جميع أنواع المنتجات التي يحتاجها وبأسعار تنافسية، سيستغني عن الصيدليات التي تباع هذه المنتجات بأسعار مرتفعة وبأنواع وكميات محدودة، مما يؤدي في النهاية إلى إزاحة منافسين موجودين حاليا في السوق.

¹ Dominique Guelle & INNOVATIONS DE RUPTURE : DÉFINITIONS, POSITION DE LA FRANCE, POLITIQUES PUBLIQUES ,France,better policiers for betterlives , 16 NOVEMBRE 2015, p03.

✓ عدم التأكد في السوق: بالنسبة للمنتجات والخدمات التي نوفرها في التطبيق موجودة بالفعل في السوق ولكن في أماكن محددة وبكميات قليلة وبطرق متعبة للمستهلك، فنحن نسعى إلى رقمنة هذه الخدمات أي تحسينها لإرضاء العملاء.

✓ عدم التأكد التكنولوجي: غالباً ما تنشأ الشركات الناشئة نتيجة لهذا النوع من الابتكار، لأنها تطور منتجات وخدمات موجودة بالفعل ولكن معقدة قليلاً، فبالاعتماد على التكنولوجيا تجعلها أسرع وأسهل. هدفنا من خلال التطبيق إدخال تغيير وترقية عروض السوق بإضافة جوانب تقنية لها وإجراء تغييرات تكنولوجية مهمة عليها، لتلبية احتياجات العملاء ورغباتهم وحل مشكلة في السوق.

3.1. نماذج الابتكار:

يوجد نموذجين للابتكار والمتمثلان في:

(1) نموذج التفكير في التصميم Design thinking:

هو الأسلوب الذي يستخدمه المصممون لحل مشاكل العملاء المعقدة بأفضل الطرق بالاعتماد على (المنطق، الخيال والتفكير المنهجي)، من أشهر منهجيات التصميم التي قدمتها مدرسة التصميم في جامعة ستانفورد الأمريكية والتي اقترحت خمس مراحل متمثلة في التقمص العاطفي، مرحلة التعريف، مرحلة التصور، مرحلة بناء النموذج الأولي ومرحلة الاختبار¹.

بتطبيق نموذج التفكير في التصميم على تطبيق Celaspace نجد:

✓ التقمص العاطفي: عن طريق الإحساس بالألم المرضى واحتياجاتهم ومعاناتهم اليومية من مضاعفات واستجابات مناعية بالإضافة للأسعار الخيالية للمنتجات الخالية من الجلوتين وصعوبة التنقل لاقتنائها أي وضع أنفسنا في مكان المريض.

✓ مرحلة التعريف: يتم في هذه المرحلة التعرف أكثر على الحاجيات اليومية للمرضى ورسم التقنيات التي نستعملها في بناء التطبيق.

✓ مرحلة التصور: بالاعتماد على تقنية العصف الذهني بين أعضاء الفريق تم توليد العديد من الأفكار الجديدة لتلبية مختلف حاجيات مرضى الداء السيلياك.

✓ مرحلة بناء النموذج الأولي: يتم في هذه المرحلة إنشاء التطبيق الهاتفي وتصميمه كنموذج أولي قابل للتجريب.

¹ جامعة الفيصل، مقدمة عن نماذج الابتكار لنموذج Design thinking. في موقع كورسا، متوفر

في <https://www.coursera.org/lecture/innovation-models-/mqdm-n-nmdhj-lbtkr-nmwdhj-l-design-thinking-gMxft> تمت الزيارة بتاريخ 05/04/2023.

✓ مرحلة الاختبار: استضافة التطبيق (على منصة Play store لاستعماله من قبل المرضى والأخذ بعين الاعتبار النواقص والاقتراحات المتحصل عليها).

2. مجالات الابتكار:

يشمل الابتكار في هذه الحالة إضافة مميزات جديدة، وهذا يعني تقديم خدمات محسنة لمرضى السيلياك نذكرها فيما يلي:

أ. أقاليم جغرافية جديدة:

تم استهداف سكان المناطق الصحراوية والمناطق النائية والبعيدة التي لا تصلها المنتجات الضرورية واللازمة لمرضى السيلياك، فبعد دراسة السوق الجنوبية وبالخصوص ولاية أدرار، اتضح لنا خلوها من المؤسسة الناشئة بكل أنواعها وبتطبيق الفكرة على أرض الواقع فإن سوق المؤسسات الناشئة يتوسع ليشمل إقليم وشريحة جديدة من المجتمع، لتحقيق التنمية المستدامة في صحراء الجزائر.

ب. الأمن الغذائي:

مساعدة المريض على إتباع حمية غذائية متوازنة ومناسبة لوضعه الصحي، حيث توفر له منتجات صحية خالية من الجلوتين ومكملات غذائية متنوعة وفيتامينات تعويضية للفيتامينات الغير ممتصة. المنتجات المتواجدة في متجرنا الالكتروني محلية ومتوفرة في جميع الأوقات، وهذا في سبيل تحقيق الأمن الغذائي في صحراء الجزائر، فالتقيد بإرشادات أخصائيين التغذية والأطباء يقي من أمراض كثيرة مترتبة عن السيلياك قد تكون أخطر منه مثل: السكري، فقر الدم، نقص في النظر، طفح جلدي، وقد تصل إلى اضطرابات عصبية خطيرة.

ت. عروض جديدة (متابعة طبية):

أين يقوم الطبيب بمتابعة المريض عن بعد باستعمال الشات والمكالمة الصوتية والفيديو، يرسل المريض له تحاليله الطبية ويقوم بتشخيصها ووصفه للدواء المناسب حسب حالته. المتابعة الالكترونية تكون بسعر أقل من المتابعة حضوريا وكذا توفر الجهد وتكاليف النقل وكذا الطابور الممل والمنهك في قاعات الانتظار.

ث. استهداف شريحة مرضى جديدة:

مرضى السيلياك يعانون بشدة، فرغم خطورة وضعهم هناك نقص في الحملات التحسيسية والتوعوية بالمرض. دليلا على ذلك نقص الإحصائيات التي تعكس واقع المصابين بالمرض في الجزائر، فالهدف من استهدافنا لهذه الشريحة حل صعابهم ومشكلاتهم الصحية وتحسين نمط حياتهم، بالإشارة إلى أن عددهم في تزايد.

ج. تجارب جديدة من خلال:

▪ متجر الكتروني خاص بالمنتجات الخالية من الجلوتين:

تتعدد المتاجر الالكترونية في مجال الألبسة والرياضة وغيرها من المنتجات، ولكن لا توجد متاجر خاصة ببيع المنتجات الخالية من الجلوتين، حتى أن وجدت فهي فقط صفحات على وسائل التواصل الاجتماعي وقد تكون مجموعات خاصة لا يمكن للمريض الدخول إليها، لهذا فكرنا في متجرنا المتاح لجميع المرضى لولاية أدرار وكامل الولايات الجنوبية وولايات الوطن، والذي يعتبر الأول من نوعه في الجزائر.

■ التواصل بين مرضى السيلياك:

يعتبر أول تطبيق يتيح للمرضى التواصل بينهم وكذا استشارة المرضى القدامى والاستفادة من تجاربهم مع المرض، بدءا من مرضى السيلياك المتواجدين في ولاية أدرار وباقي الولايات الصحراوية وصولا لكامل المرضى المتواجدين فوق التراب الوطني.

ح. نماذج جديدة:

التوعية للمرض تكون من خلال المنشورات والمدونات المعروضة في التطبيق، والحملات التحسيسية التي تقوم بها الجمعيات الخيرية وكذا مشاركتنا في مختلف المعارض واللقاءات الوطنية الخاصة بالمرض، كما لا ننسى دور أخصائيين التغذية في نشرهم لحميات غذائية ونصائح للتعایش خاصة للأطفال. كذلك نضع روابط قنوات اليوتيوب ذات المحتوى القيم لأصحاب السيلياك.



المحور الثالث التحليل الاستراتيجي للسوق



تعتبر الدراسة التحليلية للسوق من العناصر الأساسية لتكوين قاعدة للقرارات التسويقية، حيث تعمل على تحديد حجم الزبائن المحتملين وفهم احتياجاتهم، تقييم المنافسة وإيجاد طرق للتمييز عن المنافسين وكذا تحديد الأخطار والاستفادة من فرص التمويل.

تتم هذه الدراسة بالاعتماد على التسويق الاستراتيجي من خلال جمع البيانات والمعلومات الضرورية وتحليلها، عن طريق: الاستبيان، المقابلات، الملاحظات وغيرها. اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان وإجراء المقابلات مع العملاء المستهدفين والشركاء: أطباء الجهاز الهضمي وأطباء الأطفال وأخصائيين التغذية.

1. عرض القطاع السوق:

لدراسة السوق يجب تعيين الفئة المستهدفة لما لها من أهمية في تحديد النظرة والإطار الاستراتيجي للتسويق لأي منتج أو خدمة. فهو يشير لتحديد العملاء المحتملين الذين سنوجه لهم جهودنا التسويقية. لاحظنا أن مرضى السيلياك يواجهون العديد من الصعوبات في رحلة البحث عن غذائهم الخالي من الجلوتين بالإضافة لحالات العزلة والحرمان التي يعانون منها والأسعار الخيالية في الأسواق الجزائرية وقلّة مصنعها لذلك قمنا بدراسة سوق المنتجات الخالية من الجلوتين في الجزائر بالتركيز على ولايات الجنوب بالتحديد ولاية أدرار.

1.1 السوق المحتمل:

يشمل العملاء والمحتملين وغير المستهلكين النسبيين، هم الأشخاص الذين يتشاركون نفس الحاجة مع عملاء الشركة ولكن يستخدمون منتج بديل¹.

يعتبر السوق المحتمل لتطبيق Celiapace جميع الأشخاص الذين يتبعون حمية غذائية خالية من الجلوتين، بداية من مرضى السيلياك كمستهلكين أساسيين، والمصابون بأمراض أخرى الذي يستحسن علمهم الامتناع عن الجلوتين للتجاوب السريع للعلاج أهمها: مرض الصدفية، مرض كرون، مرض التوحد.

مرضى الحساسية الجلدية والمشاهير يندرجون في سوقنا المحتمل بالنسبة للمواد التجميلية الخالية من الجلوتين. لأن الجلوتين يهيج بشرة مرضى الحساسية الجلدية، ووجوده في المواد التجميلية يزيد من أعراض الشيخوخة ويقلل نظارة البشرة، هذا ما يدفع المشاهير لشراء المنتجات التجميلية الخالية من الجلوتين.

1.1.1. تطبيق هرم ما سلو للحاجات على تطبيقنا Celiapace:

¹Marc Legrain, la recherche en marketing avec Abaques, Edipro, Esplanade de l'Europe ; 2 Bte 5 à 4020 Liège Belgique, 2007, p11.

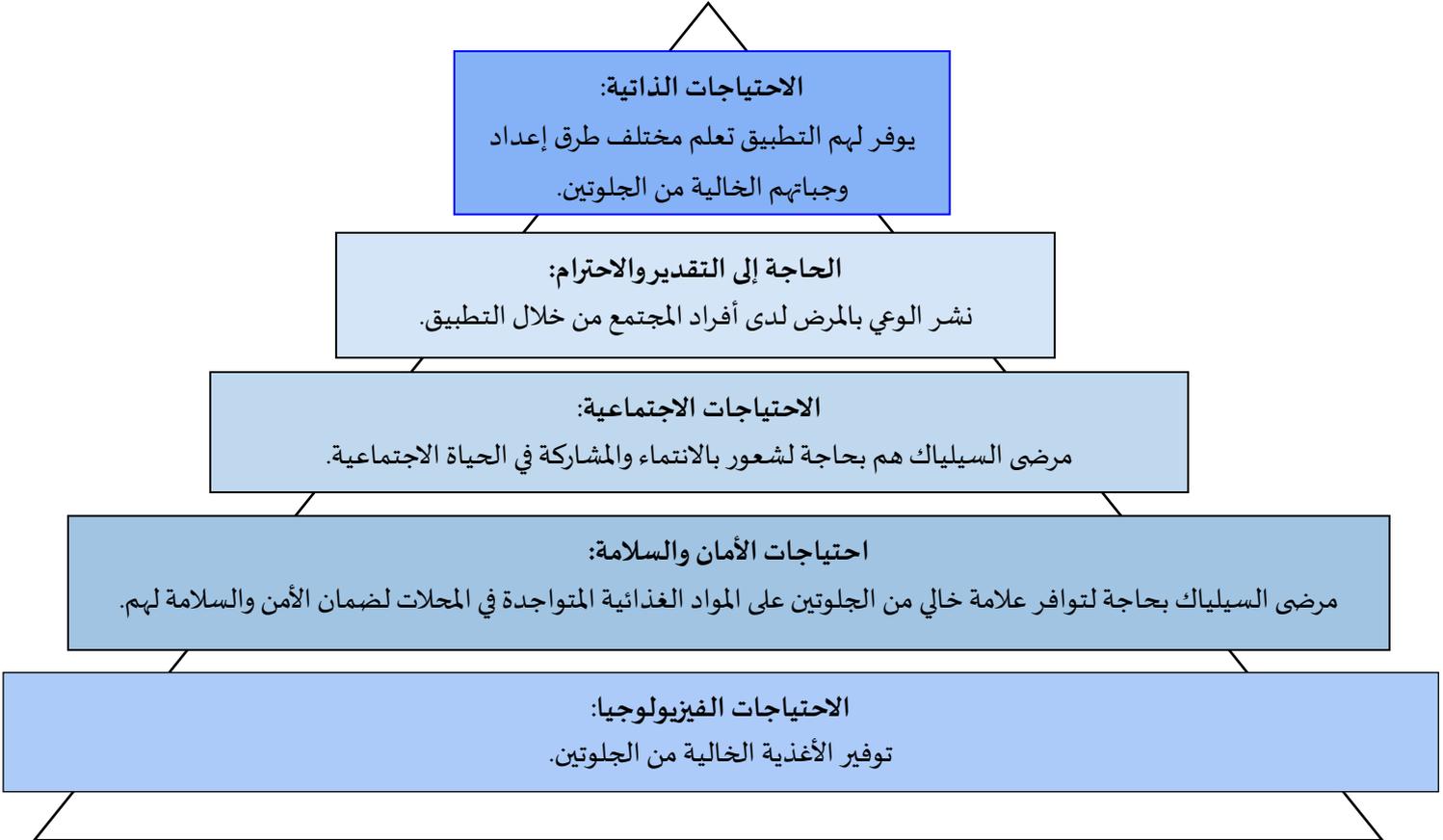
احتياجات مرضى السيلياك الفيزيولوجية هي توفير الأغذية الخالية من الجلوتين لأن الجلوتين يسبب لهم أضرار في أمعائهم الدقيقة كما أنهم بحاجة لتوفير علامة خالي من الجلوتين على المواد الغذائية المتواجدة في المحلات لضمان الأمن والسلامة لهم وكذا الأكل في المطاعم دون الخوف من احتواء الطعام على الجلوتين. وبخارجة أيضا للشعور بالانتماء والمشاركة في الحياة الاجتماعية. فمن خلال تطبيقنا:

✓ سنقدم لهم كل الدعم الاجتماعي والمساندة عبر التواصل مع أطباء وأخصائيين إضافة لأشخاص آخرين يعانون من نفس المشكل.

✓ نشر الوعي لدى أفراد المجتمع بالحملات التحسيسية لتعريف بالمرض وطرق التعامل معه بتوفير المعلومات الأزمة لذلك.

فتطبيقنا يلي كل هذه الاحتياجات بشكل تدريجي، بداية من الاحتياجات الأساسية وصولا لتحقيق الاحتياجات الذاتية.

الشكل رقم (04): هرم ما سلو للحاجات الخاص بتطبيق Celiacspace



المصدر: من إعداد الطالبتين.

2.1.1. دراسة ميدانية:

لفهم سلوكيات عملائنا المستهدفين وحاجياتهم، قمنا بطرح أسئلة تم اختبارها ميدانيا وتحليلها إحصائيا على عينة دراسة تجاوزت 150 مريض سيلياك.

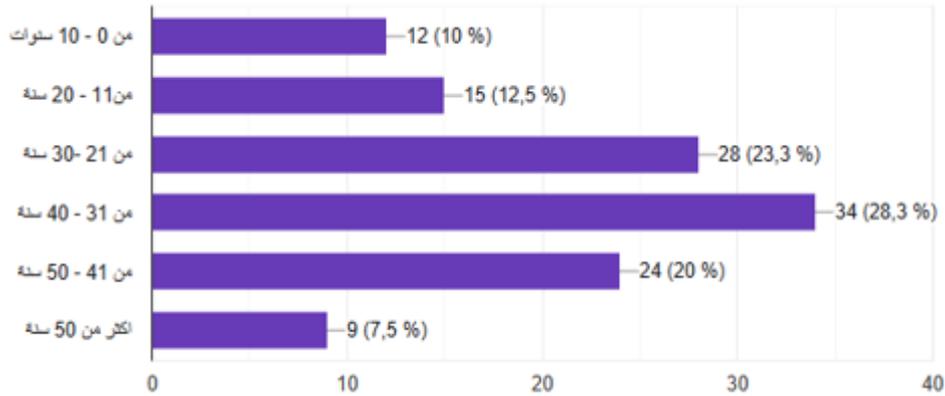
أ. التحليل الوصفي للعينة:

سنقوم بالتحليل الوصفي الإحصائي لمرضى السيلياك على الخصائص الديموغرافية (السن والجنس).

➤ توزيع مرضى السيلياك حسب السن:

تبين لنا من نتائج الاستبيان أن الفئة العمرية الأكثر إصابة بمرض السيلياك هي فئة الكهول والمحصورة بين (31 إلى 50 سنة) بنسبة 51%، تليها فئة الأطفال الأقل من 20 سنة التي تمثل 27% من عينة الدراسة. فئة الشباب المصابون بالمرض تقدر ب 23%، أما النسبة المتوية لمرضى الكهول لا تتجاوز 5،7% وذلك بسبب أن المرض فتاك وإذا لم يتم علاجه وإتباع حمية غذائية سيؤدي بصاحبه إلى الموت ولا يمكنه تجاوز سن الشباب.

الشكل رقم (05): توزيع مرضى السيلياك حسب السن

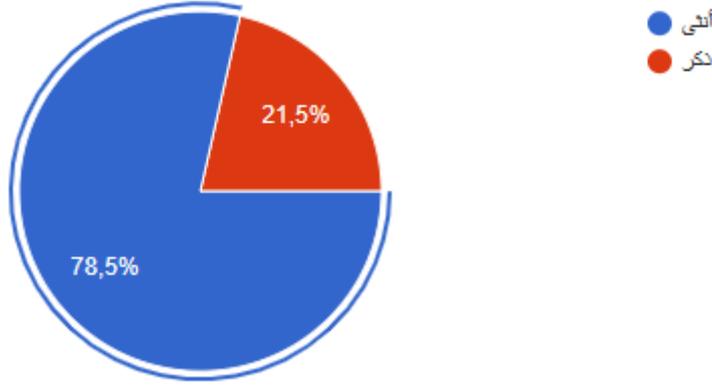


المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

➤ المرضى الأكثر إصابة بالمرض حسب الجنس:

اتضح لنا من خلال النتائج أن النساء أكثر إصابة بالمرض مقارنة بالرجال، حيث يصيب 78,3% أنثى من عينة الدراسة، ويسبب لهن العقم والإجهاض المتكرر أو ولادة أطفال مصابين بتشوهات خلقية.

الشكل رقم (06): توزيع مرضى السيلياك حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

ب. التحليل الإحصائي لمعطيات الاستبيان:

للتأكد من مدى قابلية مرضى السيلياك لتطبيقنا المقترح Celiaspace، تمت الاستعانة باستبيان إلكتروني من أجل التعرف على الحاجيات والصعوبات الحقيقية لمرضى السيلياك.

➤ حسب الحاجة للإرشاد من المرضى السابقين:

قمنا بطرح سؤال: "ما مدى صعوبة تأقلمك مع مرض السيلياك وتكييف مطبخك حسب المعايير اللازمة له؟" للتأكد من إلى الحاجة الماسة للمرضى إلى المساعدة والإرشاد للتأقلم والتكيف مع المرض وإتباع الحمية الغذائية الصحيحة، خاصة في بداية الإصابة.

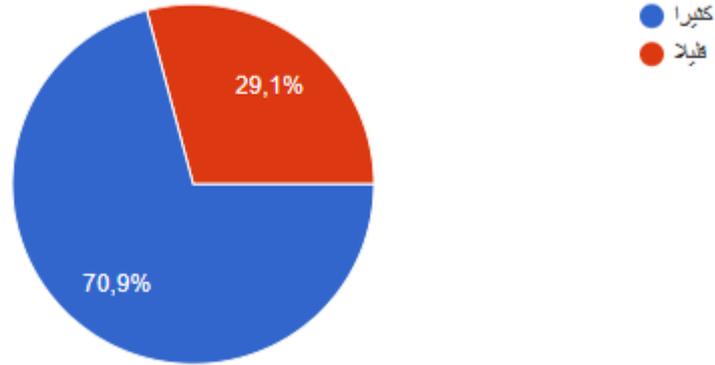
الجدول رقم (03): مدى صعوبة تأقلم العينة مع المرض

النسبة	التكرار	درجة الصعوبة في التأقلم
70.9%	107	عالية
29.1%	44	منخفضة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

تمت الإجابة بنعم عن هذا السؤال: بنسبة 70.9%. تشير هذه النتيجة إلى دور المرضى القدامى في مشاركة تجاربهم وخبراتهم السابقة على التطبيق، عبر صفحة النصائح والإرشادات ليستفيد المرضى الجدد منها، ويسهل تأقلمهم وتعايشهم مع المرض.

الشكل رقم (07): مدى صعوبة تأقلم العينة مع المرض



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

➤ حسب الحاجة لزيارة طبيب الجهاز الهضمي وأخصائي التغذية :

قمنا بطرح سؤالين:

- السؤال الأول: للتأكد من حاجة المرضى للمريض شهريا وهو كالاتي: كم عدد المرات التي تقومون بزيارة طبيب متخصص في أمراض الجهاز الهضمي في الشهر؟

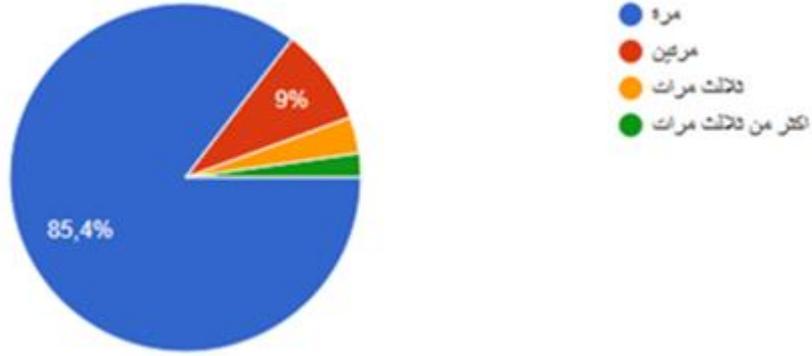
الجدول رقم (04): عدد زيارة مرضى السيلياك لطبيب الجهاز الهضمي في الشهر

عدد زيارات الطبيب	التكرار	النسبة
مرة	128	%85.4
مرتين	13	%9
ثلاث مرات	6	%3.5
مرتين	3	%2.1

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

أظهرت النتائج أن غالبية المرضى يزورون الطبيب مرة أو أكثر في الشهر، وهذا يحتاج إلى تكاليف النقل، وقت انتظار عند طابور الطبيب وكذلك رسوم استشارة باهظة الثمن تبدأ من 2000 دينار جزائري.

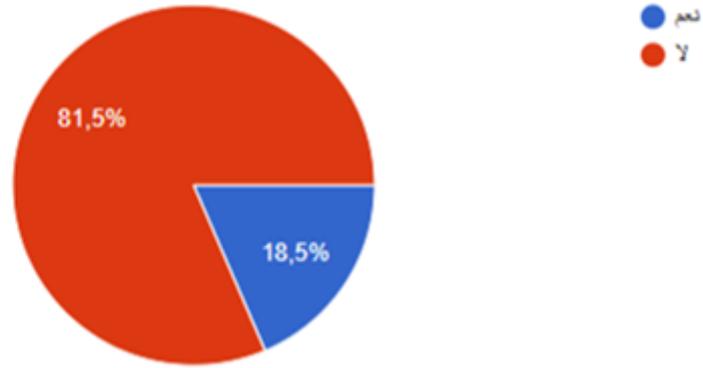
الشكل رقم (08): عدد زيارة مرضى السيلياك لطبيب الجهاز الهضمي في الشهر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

■ السؤال الثاني: هل لكم أخصائي تغذية يقوم بمتابعتكم بصفة مستمرة.

الشكل رقم (09): نسبة زيارة مرضى السيلياك لأخصائي التغذية



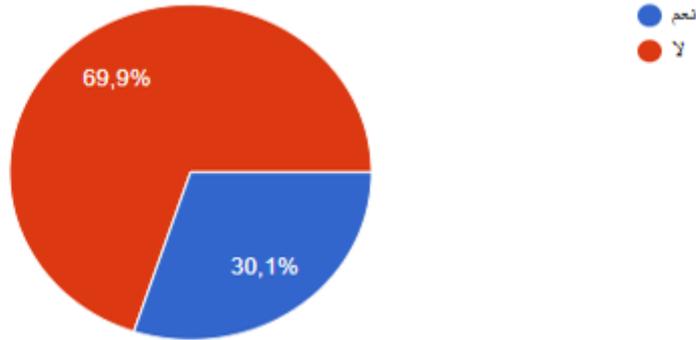
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

بالنسبة لأخصائي التغذية فأغلب المرضى لا يلجؤون لاستشارته حول نظامهم الغذائي، مما يؤدي إلى إتباعهم نظام غذائي خاطئ قد يسبب لهم أمراض خطيرة أخرى. سنقوم بتوفير متابعة طبية من قبل أطباء الجهاز الهضمي وأطباء الأطفال، وكذا تعريف المرضى بأخصائي التغذية للاستفادة من إرشاداتهم واستشارتهم عند الحاجة.

➤ حسب رضا العملاء عن الطرق التقليدية لاقتناء المنتجات الخالية من الجلوتين:

قمنا بطرح 3 أسئلة حول المتاجر التقليدية التي تباع المنتجات الخالية من الجلوتين لقياس نسبة رضا الزبائن عنها، تمثلت النتائج في:

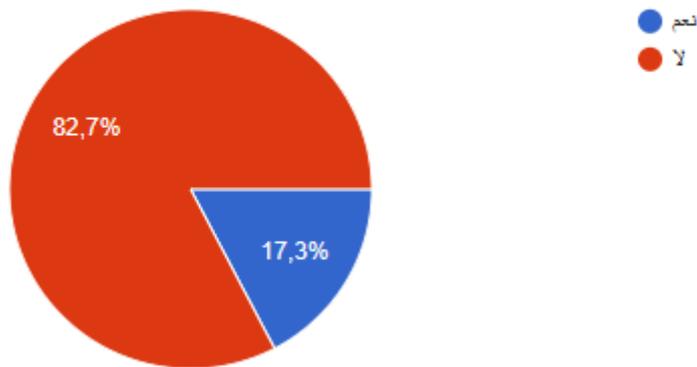
الشكل رقم (10): المسافة بين المرضى ومتاجر بيع المنتجات الخالية من الجلوتين



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

أظهرت النتائج أن متاجر بيع المنتجات الخالية من الجلوتين بعيدة عن 69.9% من عينة الدراسة.

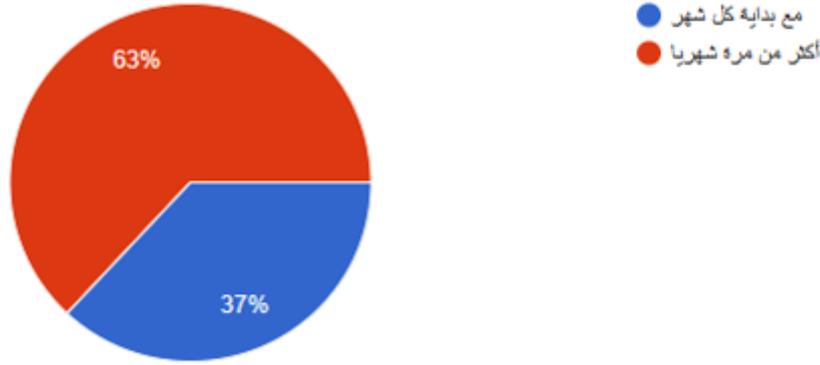
الشكل رقم (11): نسبة توفر المنتجات الخالية من الجلوتين في المتاجر التقليدية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

الدراسة بينت وجود ندرة في المواد الخالية من الجلوتين في المتاجر الخاصة بها.

الشكل رقم(12): عدد مرات اقتناء المنتجات الخالية من الجلوتين



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني Google Forms

أغلبية المرضى يقتنون موادهم الغذائية الخالية من الجلوتين أكثر من مرة في الشهر.

ت. تحليل نتائج الدراسة:

بتحليل النتائج تبين أن المرضى يحتاجون إلى شراء منتجاتهم الخالية من الجلوتين أكثر من مرة شهريا، لكن السوق لا يوفر لهم جميع المنتجات وبالإضافة إلى ذلك المتاجر بعيدة عنهم. من خلال التطبيق سنسعى لتوفير المنتجات الخالية من الجلوتين في جميع الأوقات، ونوفر خدمة التوصيل لجميع الأقاليم الصحراوية والمناطق النائية التي لا تصلها المنتوجات الخالية من الجلوتين في ولاية أدرار.

2.1 السوق المستهدف:

هو مجموعة الأشخاص الأكثر لشراء المنتج، نستهدف كوجبة أولية مرضى السيلياك (رجالاً، نساء، وخاصة الأطفال) القاطنين بولاية أدرار ومناطق النائية التابعة لها كمستهلكين أساسيين والتي وصل عدد المرضى بها أكثر من 1000 مريض بالسيلياك هذه السنة و العدد في تزايد مستمر، تم اختيار هذه الشريحة نظرا لنقص المنتجات الخالية من الجلوتين وأسعارها الخيالية بالإضافة لزيادة عدد المرضى سنويا في هذه المناطق، وكذا المصابون بأمراض أخرى من المستحسن الاستغناء عن الجلوتين في حميتهم كمرض الصدفية، كرون، التوحد المتواجدين في الولاية كمستهلكين ثانويين.

بالنسبة للإحصائيات لا توجد إحصائيات دقيقة ورسمية للمرض، لهذا قمنا بجمع عدد المرضى المسجلين عند الأطباء (أطباء الأطفال وأطباء الجهاز الهضمي) وكذا المسجلين في المستشفى والعيادة المتعددة الخدمات، في

ثلاث سنوات (2021-2022-2023) وتحصلنا على مجموع: 300 مريض. تحصي صفحة الفاييسبوك الخاصة بمرضى السيلياك على مستوى ولاية أدرار أكثر من 500 مريض.

نشير إلى أن عدد المرضى المتحصل عليهم فقط الذين يقومون بمتابعة طبية مستمرة أو أجروا فحوص في العيادات التابعة للقطاع العام وكذا المسجلين في الصفحة الفاييسبوك، أما في الحقيقة فولاية أدرار تحصي أكثر من 1000 مريض.

2. قياس شدة المنافسة:

1.2 القوى التنافسية الخمسة لبورتر:

نستعمل هذه الأداة من أجل تحليل سوق العمل ومقارنته مع البيئة الخارجية وكذا تقييم للمميزات التنافسية وعلاقة المؤسسة المتبادلة مع السوق. القوى التنافسية الخمسة لتطبيقنا Celiaspac هي:

- الخدمات البديلة: أطباء المتخصصين بمتابعة مرضى السيلياك وكذا المتاجر التي تباع المنتجات الخالية من الجلوتين، تحصي ولاية أدرار (الوجهة الأولى) 5 أطباء أخصائيين في الجهاز الهضمي تابعين للعيادات العامة:

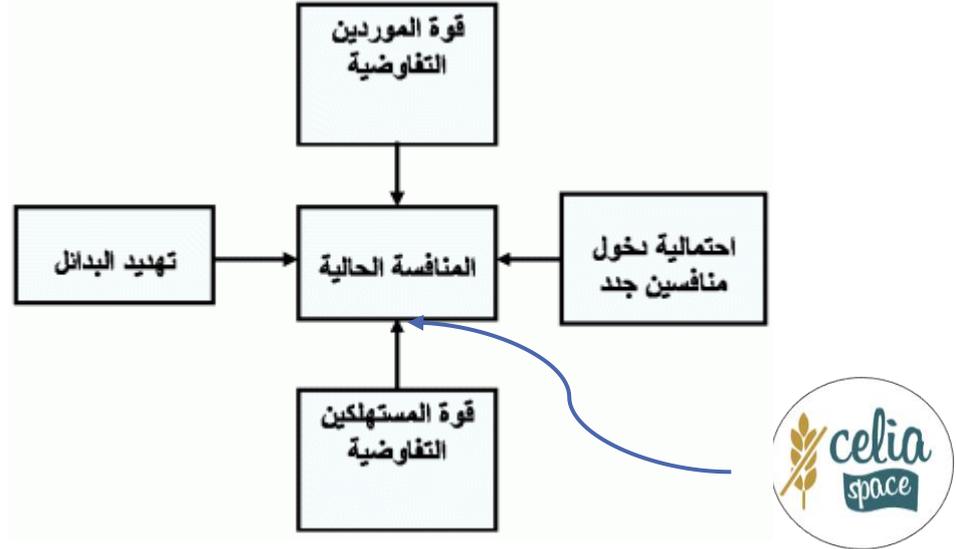
- د. كرابشي.
- د. عقاقبة.
- د. زروانة.
- د. حوتي.
- د. البريشي.

و3 أطباء في الجهاز الهضمي قطاع خاص، من بينهم: د. بلال. كذلك 5 أطباء أطفال في القطاع العام، أهمهم: د. بن جلول وعيادتين طب أطفال في القطاع الخاص:

- عيادة الدكتور بن حسان.
- عيادة الدكتور بابا.

- المنافسون الجدد: التطبيقات الطبية في حالة أضافت ركن خاص بمرضى السيلياك 3 في الجزائر.
- حدة المنافسة من الخصوم: التطبيقات التي توفر نفس خدماتنا على الصعيد العالمي أو خدمات مشابهة لنا على الصعيد الوطني نذكر منها تطبيق **Schär**
- قدرة المشترين: تقييم الوضعية المالية لمرضى السيلياك أكثر من مليون مريض في الجزائر (2%)
- قدرة الموردين: تنوع الموردين بالتركيز على المنتج الجزائري والمتمثلين في مصانع المنتوجات الخالية من الجلوتين، نذكر منها: AGRODIV.

الشكل رقم (13): قوى بورتر الخمسة لتطبيق Celiastace



المصدر: الإدارة والهندسة الصناعية، تحليل بورتر، 1 جوان 2006 بواسطة سامح محمد، متاح في

[/https://samehar.wordpress.com/2006/06/01/a61](https://samehar.wordpress.com/2006/06/01/a61)

2.2 تحليل PESTEL لتطبيق Celiastace:

- تساهم هذه الأداة دراسة البيئة العامة المحيطة بالمؤسسة وتأثيرها عليها.
- العوامل السياسية: تتضمن كلاً من الضرائب (إعفاء 4 سنوات)، الرسوم الجمركية، المعاهدات التجارية والعقود وقوانين العمل.
 - العوامل الاقتصادية: الوضعية الاقتصادية للجزائر، تعتبر فرصة لنا لأن سوق المؤسسات الناشئة خاصة في الجنوب الجزائري خالي.
 - العوامل الاجتماعية الثقافية الخصائص الديموغرافية، تفضيلات الزبائن (مرضى السيلياك).
 - العوامل التكنولوجية: الانترنت وشبكة الاتصالات.
 - العوامل البيئية: توفر المواد الأولية لصناعة المنتجات الغذائية الخالية من الجلوتين: الأرز والذرة بالإضافة إلى حبوب الكينوا المفيدة جدا والمستعملة أيضا في صناعة الشامبو.
 - العوامل القانونية: نشاطنا مرخص قانونيا تحت تسمية إنشاء واستغلال خدمات توفير النفاذ إلى الأنترنت
- ورمز 607025.

3.2 تحليل SWOT:

1.3.2 نقاط القوة:

- تطبيقنا الأول من نوعه في السوق الجزائرية.
- توفير خدمات ومنتجات عالية الجودة وجزائرية الصنع.
- الخدمة متوفرة لجميع أنواع الهواتف والأجهزة اللوحية.
- المصداقية والسرعة في التعامل مع المرضى.
- قلة المنافسين الرقميين في مجالنا.
- أسعارنا تنافسية وفي متناول الجميع.
- يشمل تطبيقنا استشارات ومتابعات طبية لكل مريض على حدى اون لاین.
- التطبيق الوحيد الذي يجمع بين جميع مرضى السيلياك في الوطن (الاستفادة من الخبرات).

2.3.2 نقاط الضعف:

- غلاء منتوجات بدون جلوتين .
- نقص الوعي الحملات التحسيسية بالمرض (صعوبة التعرف على العملاء).

3.3.2 الفرص:

- قلة منتوجات دون جلوتين في الولايات الجنوبية
- محدودية التجار واستعمالهم لتجارة التقليدية.
- زيادة الحملات التحسيسية والوعي من قبل الأطباء والجمعيات لمرض السيلياك.
- إمكانية التوسع في عدة أسواق بداية من السوق الصحراوية إلى السوق الجزائرية عامة.
- زيادة الطلب على المنتوجات الخالية من الجلوتين.

4.3.2 التهديدات:

- الزيادة المستمرة في أسعار المواد الأولية لصناعة المنتوجات الخالية من الجلوتين.
- القرصنة الالكترونية.

4.2 دراسة المنافسين لمشروعنا:

1.4.2 المنافسين المباشرين:

لا يوجد منافسين مباشرين في الجزائر لتطبيقنا، ولكن على الصعيد العالمي يمكن ذكر:

- التطبيقات الطبية الخاصة ببعض الأمراض كالسكري، (في حالة قامت بزيادة خدمات خاصة لمرضى السيلياك في المستقبل أي مشابهة لتطبيقنا).
- التطبيقات الخاصة بالمنتجات الخالية من الجلوتين ومدونات السيلياك: مايو كلينيك MAYO CLINIC

الجدول رقم(05): المنافسين المباشرين لتطبيق Celiaspace

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على متجر بلاي ستور.

معلومات حوله	التطبيق
تطبيق إيطالي يعرض الوصفات والمنتجات الخالية من الجلوتين وأكثر من 70000 موقع للمطاعم والمتاجر الخاصة بمرضى السيلياك حول العالم.	تطبيق Schär 
متجر إلكتروني لبيع المنتجات الخالية من الجلوتين إضافة إلى مقالات علمية متنوعة حول مرض السيلياك وكيفية إعداد مختلف الأطعمة الخالية من الجلوتين.	تطبيق Eat! Gluten-Free 
تطبيق خاص بصحة أطفال السيلياك ينشر الوعي ويوفر العديد من المواد التعليمية للتعايش مع المرض ونصائح للتسوق إضافة إلى التثقيف الغذائي.	تطبيق Gluten Free Guide 
موقع الكتروني إماراتي يوفر المنتجات الخالية من الجلوتين ومقالات علمية خاصة بداء السيلياك وطرق التعايش معه	موقع Treat Me Gluten free 
تطبيق جزائري للاستشارات الطبية من خلال ربط عن طريق المكالمات الصوتية او المحادثات النصية بين المريض مع الأطباء.	تطبيق الطبي _ استشر طبيب 
هو الدليل للمريض الجزائري للأطباء ت والعيادات، المستشفيات ومخابر التحاليل الطبية في جميع ولايات الوطن.	تطبيق Guide Médical 
الاستشارات الطبية والدعم النفسي لسكان الدول الفقيرة والنامية.	تطبيق طبيبي 

التحليل الاستراتيجي للمنافسين المباشرين:

● نقاط الضعف:

- وجود نقص في توفير المنتجات الخالية من الجلوتين من فترة لأخرى
- الأسعار الخيالية للمنتجات الخالية من الجلوتين مقارنة بالقدرة الشرائية للمريض الجزائري
- وجود عدد قليل من الصيدليات التي توفر بعض من المنتجات الخالية من الجلوتين
- دفع الضرائب.
- تستهدف عدد قليل من الزبائن، فقط القاطنين بالولاية

● نقاط القوة:

- الأقدمية في السوق الجزائري
- لديهم عملاء أوفياء

2.4.2 المنافسين الغير مباشرين:

الجدول رقم(06): الحصة السوقية للمنافسين غير المباشرين لتطبيق Celiastace

الحصة السوقية	المنافس
تمثل 30% من مجموع البقالات وطنيا على مستوى ولاية أدرار: 2 ((Touat market ; superette el baraka))	البقالات والمحلات الكبيرة التي تباع المنتجات الخالية من الجلوتين.
5 مصانع وطنيا أهمها LINAT ; AGRODIV:	تعتبر مصانع المنتجات الخالية من الجلوتين منافس غير مباشر لأنها تتعامل مع عملائنا بطريقة غير مباشرة.
تمثل 35% من مجموع الصيدليات وطنيا على مستوى ولاية أدرار توجد 3 صيدليات أهمها pharmacie ben Hassan	الصيدليات التي تباع المنتجات الخالية من الجلوتين والمكملات الغذائية الضرورية لمرضى السيلياك.
يهمل أخصائي التغذية فئة مرضى السيلياك وبالتالي حصتهم السوقية صغيرة جدا.	أخصائيين التغذية

المصدر: من إعداد الطالبتين.

نعتمد في استراتيجيتنا التسويقية على استراتيجية البحر الأزرق **bleau ocean strategy** من أجل تحقيق التمايز التنافسي وبناء هوية قوية في السوق. تناسب هذه الاستراتيجية طبيعة المؤسسات الناشئة الابتكارية، وهذا لأننا نخلق قيمة جديدة في سوق خال من المنافسة المباشرة.

3. المزيج التسويقي

لوضع استراتيجية تسويقية واضحة وملائمة لمشروعنا الابتكاري، ندرس العناصر العشرة للمزيج التسويقي P10 ولا نقتصر فقط على أسس التسويق التقليدية 4P أو 7P، لأن كل عنصر من العناصر العشرة لا يقل قيمة عن غيره ولأن المزيج الترويجي التقليدي أصبح لا يدرس كل نقاط الخدمة أو المنتج خاصة في مجال التكنولوجيا و البرمجيات الحديثة.

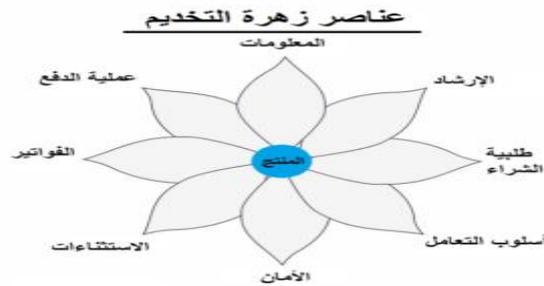
1.3 المنتج:

تنوع المنتجات الخالية من الجلوتين، جودة الاستشارات الطبية والمقالات العلمية، تلبية حاجات عملائنا من خلال توفير كل متطلباتهم في تطبيق واحد قابل للتطوير. تصميمنا للعلامة التجارية سهلة لشد انتباه العملاء وخلق ذاكرة لها في أذهانهم.

- استخدام المنتج:

وضع العالمان ثمانية عناصر أساسية تسهل من عملية بيع المنتج وتشجع الزبون لشراء المنتج أو أحد إصداراته المستقبلية مرة أخرى. المنتج الأساسي يمثل مركز الزهرة والعناصر الثمان الإضافية تشكل أوراقها¹، وهي:

الشكل رقم (14): عناصر استخدام المنتج



المصدر: خمسات لبيع وشراء الخدمات المصغرة، التسويق الرقمي: من p4 إلى p7: ما هو المزيج التسويقي Marketing Mix؟،

2021، متاح في <https://blog.khamsat.com/marketing-mix>

2.3 التسعير:

¹ خمسات لبيع وشراء الخدمات المصغرة، التسويق الرقمي: من p4 إلى p7: ما هو المزيج التسويقي Marketing Mix؟، 2021، متاح في

<https://blog.khamsat.com/marketing-mix>

- تخفيض تكلفة شراء المنتجات الخالية من الجلوتين وبالتالي تخفيض سعر البيع.
- سيكون سعر الاستشارة الطبية في تطبيقنا منخفض عن الاستشارة الحضورية بنسبة 25%.
- قدرة المريض على الدفع.
- التناسب مع تكلفة إنشاء هذا التطبيق.

3.3 الترويج:

من أجل الترويج لتطبيقنا وإعلام المستهلك لشراء منتجاتنا والاستفادة من خدماتنا، اعتمدنا على التسويق الإلكتروني ودخ مبالغ استثمارية كافية (مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام والاتصال) إضافة إلى حضور ندوات وبرامج تلفزيونية وإذاعية وكذا على توصيات الأطباء للمرضى بتحميل هذا التطبيق.

4.3 المكان:

خدماتنا تتوفر في تطبيق يتم تحميله من متجر بلاي ستور وكذا موقع Google لجميع مرضى السيلياك والأطباء في جميع أنحاء ولايات الوطن.

5.3 الأفراد:

يعتمد مشروعنا بدرجة كبيرة على المورد البشري من مرضى السيلياك (خاصة القدامى)، فهم العنصر الفعال لنجاح هذا التطبيق، وأيضا الأطباء وأخصائيين التغذية ذوي الكفاءات والخبرات عالية المستوى.

6.3 العمليّات:

الاعتماد على التقنيات التكنولوجية الحديثة في معاملاتنا (طلبية الشراء، التوصيل، الدفع وغيره) لجعل التعامل مع الزبون سلس وسهل.

7.3 العيّنات المادّية:

زبائن وفين ينقلون صورة حسنة عن التطبيقية (سفرء للتطبيق)، نتيجة لرضاهم عن خدماتنا وولائهم لعلامتنا التجارية.

8.3 الشراكة:

سنقوم بالشراكة مع صناع المحتوى القيم في اليوتيوب أو غيره من مواقع الاتصال، تخفيضات للمرضى الأوفياء للتطبيق والذين يجلبون عملاء جدد لنا.

9.3 التخصيص:

تكييف تطبيقنا حسب حاجيات المرضى ومتطلباتهم، حيث نتيح لهم إمكانية تقييم التطبيق ونأخذ تقييمهم بعين الاعتبار زيادة رضا العملاء.

10.3 التموضع في السوق:

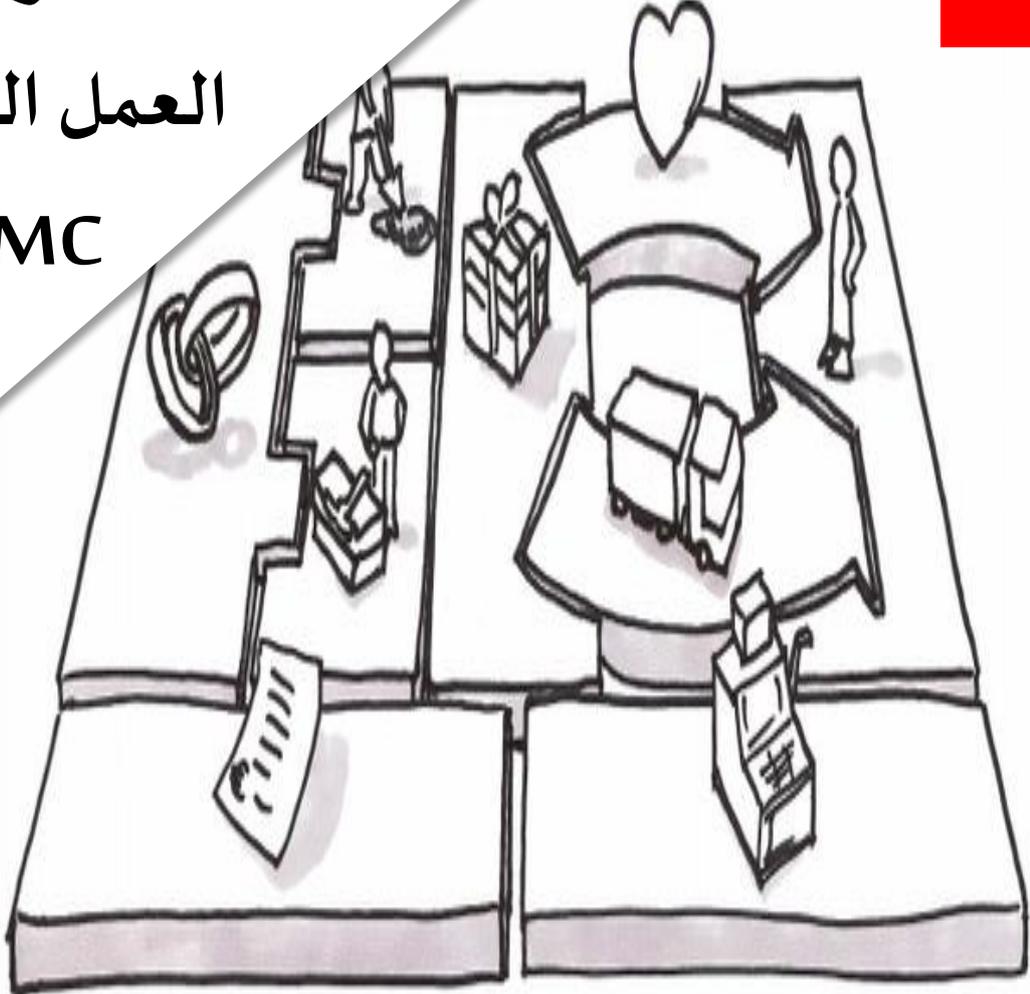
إنشاء صورة جيدة للعلامة التجارية راسخة في أذهان المستهلكين، والتأثير على تصوراتهم عنها بتوفير فائدة مميزة وجديدة، بداية من سهولة اسمنا التجاري وتصميم التطبيق.

المحور الرابع:

نموذج

العمل التجاري

BMC

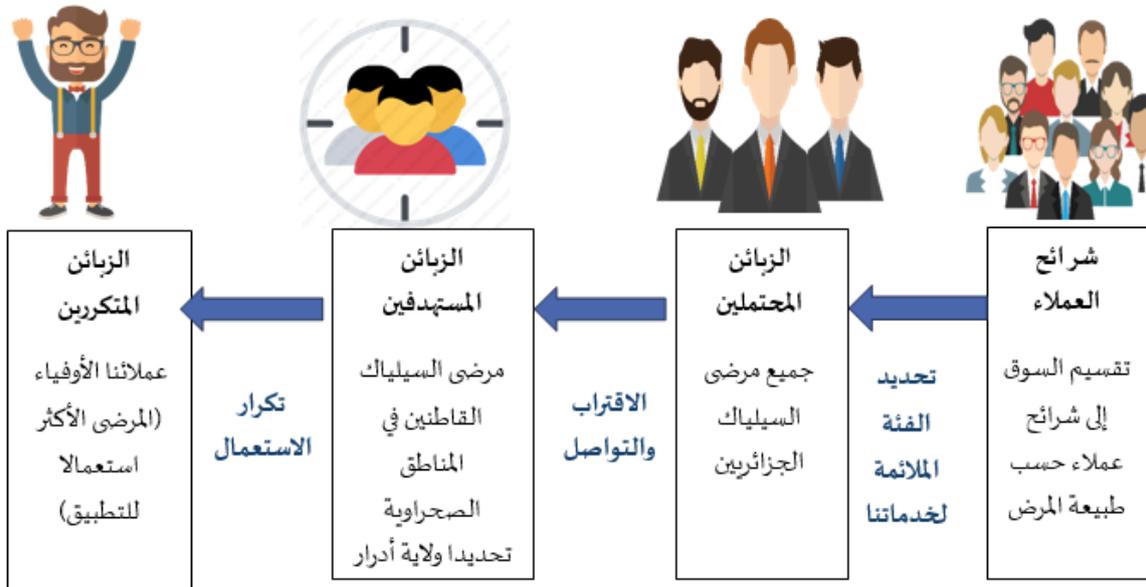




1. شرائح العملاء:

نستهدف كوجبة أولية مرضى السيلياك (رجالاً، نساءً، وخاصة الأطفال) القاطنين بولاية أدرار والمناطق النائية التابعة لها كمستهلكين أساسيين والتي وصل عدد المرضى بها أكثر من 1000 مريض بالسيلياك هذه السنة والعدد في تزايد مستمر، كما نسعى للتوسع في باقي الولايات الصحراوية الأخرى في السنوات القادمة: تمناست، اليزي، تندوف، برج باجي المختار. تدريجياً حسب عدد المرضى والاحتياج مع الأخذ بعين الاعتبار الربح/التكاليف وصولاً لكامل ولايات الوطن، حيث يتجاوز عدد المرضى وطنياً مليون مريض. توصلنا لتحديد فئتنا المستهدفة بشكل دقيق اعتماداً على استراتيجية STP (تقسيم السوق، استهداف فئة، التموضع).

الشكل رقم (15): تحديد عملائنا اعتماداً على استراتيجية STP



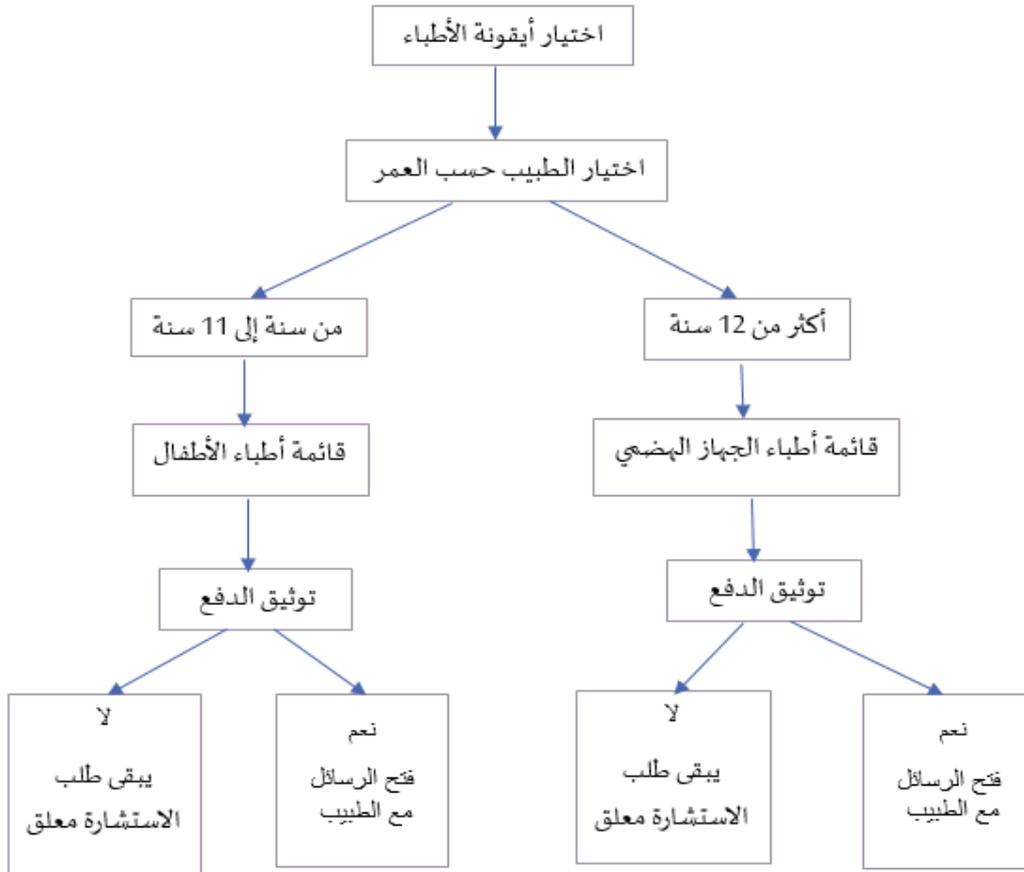
المصدر: من إعداد الطالبتين.



2. القيمة المقترحة:

- منتجات ذات جودة عالية بأسعار تنافسية مناسبة لكل شرائح المجتمع.
- الاستشارات الطبية من قبل أطباء الأطفال وأطباء الجهاز الهضمي، والتي تتم من خلال:

الشكل رقم (16): رسم تخطيطي يوضح الاستشارات الطبية في التطبيق



المصدر: من إعداد الطالبتين.

- خاصية الدردشة الفردية لكل مريض مع أي طبيب او مختص من اختياره.
- نصائح وتوجيهات من قبل أخصائيين تغذي
- مشاركة المرضى لتجارهم وتأقلمهم مع المرض.
- مدونات يومية من الأطباء وأخصائيين التغذية لنشر الوعي.
- عرض صفحات مختلف صناعات المحتوى المخصص لمرضى السيلياك عبر قنوات اليوتيوب.
- ركن خاص بالأطفال والحمية الصحيحة لهم.
- مشاركة التبرعات والبرامج التحسيسية للجمعيات الخيرية.



3. القنوات:

- مكان التواجد: تطبيقنا B2C متاح في متجر بلاي ستور.
- وسائل التسويق: الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي للتعريف بالتطبيق .
- وسائل الدفع: شراء المنتجات عند الاستلام، والاستشارات الطبية عن طريق الحساب البريدي الجاري أو الحساب البنكي.
- توصيل المنتجات: عن طريق شركات التوصيل كشركة ياليدين.



4. العلاقات مع العملاء:

- مشاركة المرضى في تطوير التطبيق: نتيج لزيائننا إبداء آرائهم وتساؤلاتهم وكذا طرح احتياجاتهم في ركن تقييمك للتطبيق.
- مدونات يومية: نتيج للمرضى مقالات مفيدة حول مرض السيلياك ونزودهم بالنصائح اليومية لإتباع حمية غذائية صحيحة والتأقلم مع الداء. حيث يقوم كل من الطبيب و أخصائي التغذية و المرضى القدامى بنشر مقالات ومدونات إرشادية تحتوي على: نصائح، وصفات أكل بدون غلوتين، أنظمة غذائية وحميات متوازنة، الطرق الصحيحة للتكيف مع المرض، وركن خاص بالمرضى الأطفال.
- إرسال تنبيه للمرضى: لديمومة علاقتنا مع المرضى نقوم بإرسال رسائل تذكيرية فردية مخصصة لكل مريض باسمه.



5. مصادر الإيرادات:

قمنا بدراسة تنبؤية حول أرباحنا تمثلت في:

➤ إيرادات التطبيق على متجر بلاي ستور وابل ستور من إعلانات Admob: 20000 دج سنويا

الجدول رقم (07): أرباح الإشهار من ADMOB

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
1900	2800	4500	6700	8300	10500	12500	16000	18000	19500	23000	34000	عدد الزيارات في الشهر
256,5	378	607,5	904,5	1120,5	1417,5	1687,5	2160	2430	1661	3105	4590	الأرباح

المجموع

20318

المصدر: من إعداد الطالبتين.

➤ الإعلانات لمنتجات غذائية وخدمات تجارية على تطبيقنا: 410000 دج

الجدول رقم (08): أرباح الإعلانات من الشركات

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
50000	30000	60000	20000	0	0	70000	60000	0	0	50000	70000	أرباح الإيهار من الشركات
المجموع 410000												

المصدر: من إعداد الطالبتين.

➤ رسوم الوساطة بين مرضى السيلياك والأطباء وأخصائي التغذية: 15%

أ. طبيب الأطفال:

الجدول رقم (09): أرباح الاستشارات الطبية مع طبيب الأطفال في السنة الأولى من النشاط

												سعر الاستشارة الطبية: 1500 دج	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر	
5	12	28	50	97	135	125	65	95	103	154	174	عدد الاستشارات الطبية	
750	1800	4200	7500	14550	20250	18750	9750	14250	15450	23100	26100	هامش الربح 150(%)= دج	
												156450	إجمالي الربح

المصدر: من إعداد الطالبتين

ب. طبيب الجهاز الهضمي:

الجدول رقم (10): أرباح الاستشارات الطبية مع طبيب الجهاز الهضمي في السنة الأولى من النشاط

												سعر الاستشارة الطبية: 1500 دج	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر	
4	9	15	23	37	42	58	67	81	93	103	115	عدد الاستشارات الطبية	
600	1350	2250	3450	5550	6300	8700	10050	12150	13950	15450	17250	هامش الربح 150(%)= دج	
												97050	إجمالي الربح

المصدر: من إعداد الطالبتين

ت. أخصائي التغذية:

الجدول رقم (11): أرباح الاستشارات مع أخصائي التغذية في السنة الأولى من النشاط

												سعر الاستشارة: 600 دج
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
3	11	16	36	54	79	67	51	84	93	101	116	عدد استشارات أخصائيين التغذية
360	1320	1920	4320	6480	9480	8040	6120	10080	11160	12120	13920	هامش الربح (20%)= 120دج
											85320	إجمالي الربح

المصدر: من إعداد الطالبتين.

➤ إيرادات بيع المنتجات الخالية من الجلوتين والتي تختلف قيمتها من منتج لآخر

الجدول رقم (12): أسعار بيع المنتجات الخالية من الجلوتين السنة الأولى من النشاط

سعر البيع	المنتج
1-المنتجات الغذائية:	
130دج	باستا (كود06) من اقروديف
120دج	عجائن خالية من الجلوتين (شعيرات الذرة) من أقروديف
190دج	كسكس خالي من الجلوتين من لينات
250دج	دقيق الذرة
120دج	الشكولاتة من المرجان
170دج	بسكويت من زيرو
120دج	فلان من مداس
2-المنتجات التجميلية:	
650دج	شامبو من هريل اسنس
670دج	صابون لليدين من TEA TREE
3250دج	كريمة للترطيب من لا فيرا
750دج	شامبو للأطفال جانسوا
2960دج	كريم واقي من الشمس من alba
3-المكملات الغذائية:	

فيتامين د 3	610دج
فيتامين ب 12	320دج
فيتامين س	270دج
فيتامين كبد الحوت	1350دج

المصدر: من إعداد الطالبتين.

تم تسعير المنتجات اعتمادا على معيار التفاؤل والتشاؤم، أخذنا بعين الاعتبار المناسبات والمواسم والقدرة الشرائية للزبائن، حيث سلعنا سعرها أقل من أسعار المنافسين.



6. الأنشطة الرئيسية للمشروع:

توفير المنتجات الخالية من الجلوتين، تقديم خدمات ضرورية لمرضى السيلياك و المتمثلة في : متابعة الطبية أطباء الجهاز الهضمي وأطباء الأطفال وكذا أخصائين التغذية وإرشادات المرضى القدامى. تم التفصيل في المحور الأول.



7. الموارد الرئيسية للمشروع:

تنقسم مواردنا الرئيسية إلى موارد ملموسة وغير ملموسة

- الموارد الملموسة: تتمثل في مسير استراتيجي، مسؤول عن التسويق، تجهيزات الإعلام الآلي ومخزن للسلع
- الموارد الغير ملموسة: تتمثل في مهارات وكفاءات أعضاء الفريق.

هام: نعمل على تكوين وتدريب مواردنا البشرية بصفة مستمرة خاصة الذين في تواصل مباشر مع المرضى.



8. الشركاء الرئيسيون:

- أخصائين التغذية.
- أطباء الأطفال وأمراض الجهاز الهضمي.
- شركات التوصيل كشركة ياليدين Yalidine.
- موردو المنتجات الخالية من الجلوتين.
- المرضى القدامى الذين لديهم الخبرة في التعامل مع السيلياك.
- بريد الجزائر.
- البنوك الجزائرية.
- المنظمات الغير حكومية.
- الجمعيات الخيرية الخاصة بمرضى السيلياك.



9. هيكل التكاليف:

- تكاليف ثابتة طويلة المدى:

الجدول رقم(13): التكاليف الثابتة (طويلة المدى)

التثبيت	التكلفة	سنوات الاهتلاك	الاهتلاك السنوي
إنشاء التطبيق	45000 دينار جزائري	3	15000 دج
التكاليف الإدارية	20000 دينار جزائري	0	0
وضع التطبيق في متجر بلاي ستور	3500 دينار جزائري	0	0
تجهيزات الإعلام الآلي	200000 دينار جزائري	3	66660 دج
وسيلة النقل	3000000 دينار جزائري	5	600000 دج
أجهزة التبريد	60000 دينار جزائري	10	6000 دج
الشعار	2500 دينار جزائري	0	0

المصدر: من إعداد الطالبتين

مجموع التكاليف الثابتة: 723660 دينار جزائري

- تكاليف متغيرة قصيرة المدى:

الجدول رقم(14): التكاليف المتغيرة (قصيرة المدى)

الاحتياجات	فترة الاحتياج	التكلفة حسب الفترة	التكلفة سنويا
اشتراك الانترنت	شهريا	1200 دج	14400 دج
الكهرباء	3 أشهر	4000 دج	16000 دج
البحث والتطوير	سنة	30000 دج	30000 دج
التسويق	3 أشهر	30000 دج	120000 دج
تجهيزات المكتب	سنة	60000 دج	60000 دج

المصدر: من إعداد الطالبتين

- إضافة إلى تكاليف اقتناء المنتجات الخالية من الجلوتين.

الجدول رقم (15): تكاليف شراء المنتجات الخالية من الجلوتين في السنة الأولى من النشاط

سعر البيع	المنتج
1-المنتجات الغذائية:	
80دج	باستا (كود06) من أقروديف
80دج	عجائن خالية من الجلوتين (شعيرات الذرة) من أقروديف
120دج	كسكس خالي من الجلوتين من لينات
220دج	دقيق الذرة
80دج	الشكولاتة من المرجان
145دج	بسكويت من زيرو
90دج	فلان من مداس
2-المنتجات التجميلية:	
510دج	شامبو من هربل اسنس
600دج	صابون لليدين من TEA TREE
3100دج	كريمة للترطيب من لا فيرا
680دج	شامبو للأطفال جانسوا
2800دج	كريم واقي من الشمس من alba
3-المكملات الغذائية:	
500دج	فيتامين د 3
290دج	فيتامين ب 12
220دج	فيتامين س
1240دج	فيتامين كبد الحوت

المصدر: من إعداد الطالبتين



المحور الخامس الخطة المالية



1. الميزانية الافتتاحية :

الجدول رقم(16):الميزانية الافتتاحية

المبالغ	الخصوم	المبالغ	الأصول
	<u>رؤوس الأموال الخاصة</u>		<u>الأصول غير الجارية</u>
3888500	رأس المال	48500	التثبيثات المعنوية
		48500	برمجيات المعلوماتية (تطبيق)
		3160000	التثبيثات العينية
3888500	مجموع رؤوس الأموال الخاصة	3000000	معدات النقل
0	<u>الخصوم غير الجارية</u>	60000	معدات مكتب
		100000	تثبيثات العينية الأخرى
		3208500	مجموع الأصول غير الجارية
			<u>الأصول الجارية</u>
150000	<u>الخصوم الجارية</u>	800000	مخزونات البضائع
150000	ديون الموردين	30000	السيولة
150000	مجموع الخصوم الجارية وغير الجارية	830000	مجموع الأصول الجارية
4038500	المجموع العام للخصوم	4038500	المجموع العام للأصول

المصدر: من إعداد الطالبتين.

➤ تم تقدير الثروات الخاصة بمشروعنا في السنة الأولى من النشاط ب: **4038500** دينار جزائري .

2. التقدير المصاريف والمبيعات :

تم تنبؤ مبيعات ثلاث سنوات من بداية النشاط للمنتوجات الخالية من الجلوتين و كذا أرباح الاستشارات الطبية.

أ. المنتجات الغذائية، نأخذ كمثال عجائن خالية من الجلوتين (شعيرات الذرة)، تكلفة شراء المنتج: 80 دج ،

سعر بيع المنتج : 120 دج .

السنة الأولى :

الجدول رقم (17): تقدير مبيعات عجائن خالية من الجلوتين في السنة الأولى

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
18	36	55	85	124	150	185	210	252	312	385	445	عدد المبيعات
1440	2880	4400	6800	9920	12000	14800	16800	20160	24960	30800	35600	تكلفة الشراء الإجمالي
2160	4320	6600	10200	14880	18000	22200	25200	30240	37440	46200	53400	رقم الأعمال
											270840	إجمالي رقم الأعمال:
											180560	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين.

السنة الثانية :

الجدول رقم (18): تقدير مبيعات عجائن خالية من الجلوتين في السنة الثانية

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
501	623	856	1000	1258	1572	1802	2000	2111	2277	2363	2400	عدد المبيعات
25050	31150	42800	50000	62900	78600	90100	100000	105550	113850	118150	120000	تكلفة الشراء الإجمالي
60120	74760	102720	120000	150960	188640	216240	240000	253320	273240	283560	288000	رقم الأعمال
											2251560	إجمالي رقم الأعمال:
											938150	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين.

السنة الثالثة :

الجدول رقم (19): تقدير مبيعات عجائن خالية من الجلوتين في السنة الثالثة

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
2478	2567	2698	2800	2954	3000	3170	3780	3973	4000	3780	3500	عدد المبيعات
123900	128350	134900	140000	147700	150000	158500	189000	198650	200000	189000	175000	تكلفة الشراء الإجمالي
297360	308040	323760	336000	354480	360000	380400	453600	476760	480000	453600	420000	رقم الأعمال
											4644000	إجمالي رقم الأعمال:
											1935000	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين.

ب. المنتجات التجميلية (منتجات العناية بالبشرة)، نأخذ كمثال : شامبوا خاليمن الجلوتين لمن يعانون الحساسية

الجلدية من جلوتين ، تكلفة شراء المنتج: 510دج ، سعر بيع المنتج: 650دج

السنة الأولى:

الجدول رقم(20): تقدير مبيعات شامبوا خالي من الجلوتين في السنة الأولى

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
4	5	11	8	14	21	13	5	26	37	52	49	عدد المبيعات
2040	2550	5610	4080	7140	10710	6630	2550	13260	18870	26520	24990	تكلفة الشراء الإجمالي
2600	3250	7150	5200	9100	13650	8450	3250	16900	24050	33800	31850	رقم الأعمال
											159250	إجمالي رقم الأعمال:
											124950	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين

السنة الثانية :

الجدول رقم(21): تقدير مبيعات شامبوا خالي من الجلوتين في السنة الثانية

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
52	44	56	75	35	66	60	49	78	96	112	124	عدد المبيعات
20280	17160	21840	29250	13650	25740	23400	19110	30420	37440	43680	48360	تكلفة الشراء الإجمالي
30680	25960	33040	44250	20650	38940	35400	28910	46020	56640	66080	73160	رقم الأعمال
											499730	إجمالي رقم الأعمال:
											330330	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين

السنة الثالثة:

الجدول رقم(22): تقدير مبيعات شامبوا خالي من الجلوتين في السنة الثالثة

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
118	147	134	132	144	150	165	160	184	199	213	250	عدد المبيعات
46020	57330	52260	51480	56160	58500	64350	62400	71760	77610	83070	97500	تكلفة الشراء الإجمالي
69620	86730	79060	77880	84960	88500	97350	94400	108560	117410	125670	147500	رقم الأعمال
											1177640	إجمالي رقم الأعمال:
											778440	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين

ت. المكملات الغذائية، نأخذ كمثال فيتامين د 3 ،تكلفة شراء المنتج:500دج ، سعر بيع المنتج:610دج

السنة الأولى:

الجدول رقم(23): تقدير فيتامين د 3 في السنة الأولى

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
4	9	18	23	41	64	83	94	103	128	142	153	عدد المبيعات
2000	4500	9000	11500	20500	32000	41500	47000	51500	64000	71000	76500	تكلفة الشراء الإجمالي
2440	5490	10980	14030	25010	39040	50630	57340	62830	78080	86620	93330	رقم الأعمال
											525820	إجمالي رقم الأعمال:
											431000	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين.

السنة الثانية:

الجدول رقم (24): تقدير فيتامين د 3 في السنة الثانية

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
160	172	193	207	218	234	269	295	312	328	340	374	عدد المبيعات
46400	49880	55970	60030	63220	67860	78010	85550	90480	95120	98600	108460	تكلفة الشراء الإجمالي
94400	101480	113870	122130	128620	138060	158710	174050	184080	193520	200600	220660	رقم الأعمال
											1830180	إجمالي رقم الإعمال:
											899580	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين.

السنة الثالثة :

الجدول رقم (25): تقدير فيتامين د 3 في السنة الثالثة

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	الأشهر
380	395	401	420	435	441	463	481	500	513	520	538	عدد المبيعات
110200	114550	116290	121800	126150	127890	134270	139490	145000	148770	150800	156020	تكلفة الشراء الإجمالي
224200	233050	236590	247800	256650	260190	273170	283790	295000	302670	306800	317420	رقم الأعمال
											3237330	إجمالي رقم الإعمال:
											1591230	التكلفة الإجمالية:

المصدر: من إعداد الطالبتين.

3. جدول حسابات النتائج:

الجدول رقم(26): جدول حسابات النتائج

السنة الثالثة	السنة الثانية	السنة الأولى	البيان
87320535	42272090	9225055	رقم الأعمال
42508530	20496045	7464560	تكلفة البضائع المباعة
44812005	21776045	1760495	هامش الربح الإجمالي
190000	200000	184000	خدمات خارجية وخدمات خارجية أخرى
190000	200000	184000	استهلاك السنة المالية
44622005	21576045	1576495	القيمة المضافة للاستغلال
480000	456000	420000	أعباء المستخدمين
			الضرائب و الرسوم و المدفوعات المماثلة
44142005	21120045	1156495	إجمالي فائض الاستغلال
			المنتجات العملية الأخرى
			الأعباء العملية الأخرى
632000	632000	632000	الاهتلاكات وخسائر القيمة
			الاسترجاعات عن الاهتلاكات و خسائر القيمة
43510005	20488045	524495	النتيجة العملية
			المنتجات المالية
			الأعباء المالية
0	0	0	النتيجة المالية
43510005	20488045	524495	النتيجة للأنشطة العادية قبل الضرائب
0	0	0	الضريبة على الأرباح
43510005	20488045	524495	النتيجة الصافية للأنشطة العادية
820243,5	428819,5	91894	منتجات غير عادية
0	0	0	أعباء غير عادية
820243,5	428819,5	91894	النتيجة غير عادية
44330248,5	20916864,5	616389	النتيجة الصافية للسنة المالية

المصدر: من إعداد الطالبين.

الجدول رقم (27): جدول تدفقات الخزينة حسب الطريقة المباشرة

السنة الأولى	البيان
	التدفقات النقدية المتعلقة بنشاط المؤسسة
616389	النتيجة الصافية للسنة المالية
632000	الاهتلاكات و خسائر القيمة
0	فائض قيمة عن تنازل التثبيثات العينية
1248389	هامش الربح لقدرة التمويل الذاتي
680000	احتياجات رأس مال العامل
91894	منتوجات غير عادية
2020283	صافي التدفق النقدي الناتج عن النشاط
	التدفقات النقدية المتعلقة بنشاط الاستثمار
3208500	اقتناء التثبيثات
3208500	صافي التدفق النقدي الناتج عن الاستثمار
	التدفقات النقدية المتعلقة بنشاط التمويل
/	الأرباح الموزعة
0	صافي التدفق النقدي الناتج عن التمويل
5228783	تغيرات الخزينة
30000	الخزينة الافتتاحية
5258783	الخزينة الختامية

المصدر: من إعداد الطالبين.

- حساب احتياج رأس المال BFR: نقوم بحسابه لتحديد الاحتياجات الضرورية المرتبطة بدورة الاستغلال وكذا رأس المال الذي نحتاجه لتغطية المستحقات لنشاطنا.

احتياجات رأس المال = أصول جارية - خصوم جارية

$$BFR = 830000 - 150000 = 680000$$

الجدول رقم(28): التدفقات الصافية لمدار 3 سنوات

السنة الأولى	السنة الثانية	السنة الثالثة	
616389	20916864,5	44330248,5	التدفقات الصافية
616389	21533253,5	65863502	مجموع التدفقات الصافية
$I_0 = 4038500$			

المصدر: من إعداد الطالبين.

- حساب فترة الاسترداد:

$$DRC = \text{Année min} + 12 \times (I_0 - V. \text{Min}) / (V. \text{Max} - V. \text{Min})$$

$$DRC = 1\text{an} + 12 \times (4038500 - 616389) / (21533253,5 - 616389)$$

$$DRC = 1\text{an et 1 mois et 29 jours.}$$

المدة الزمنية المطلوبة لاسترداد رأس المال هي "الوقت اللازم لاسترداد الاستثمار من خلال التدفقات النقدية الصافية للمشروع. وبعبارة أخرى، فإن المدة الزمنية لاسترداد هي الفترة التي تستغرقها لاستعادة المبالغ المستثمرة اذن تسترجع مؤسستنا الناشئة رأس مالها بعد سنة وشهرين تقريبا.



المحور السادس النموذج الأولي التجريبي



1. شعار المشروع

ما هو اسمنا التجاري؟

اسمنا التجاري هو: **Celiaspace** تعبر سيليا سبيس، المشتقة من "سيليا" (اختصار للسيلياك) و"سبيس" (تمثل مكان التجمع)، عن رؤيتنا في توفير منصة مخصصة للأفراد الذين يعانون من حساسية تجاه الجلوتين. في سوق الجزائر، تفتقر التطبيقات المتاحة لتلبية احتياجات الأشخاص المصابين بالحساسية، وهنا يأتي دورهم كرواد، حيث يقدمون الحل الابتكاري الأول من نوعه، ليتمكن المستخدمون من اكتشاف وشراء منتجات خالية من الجلوتين بكل سهولة. سيليا سبيس هو المكان الذي تتلاقى فيه سهولة الوصول والشمولية، ويحدث ثورة في طريقة توفير احتياجات الأشخاص الذين لديهم قيود في النظام الغذائي.

تصميم الشعار:

تم بناء مفهوم تصميم الشعار استنادًا إلى تحليل السوق، حيث تبين أن الشركات تستخدم خطوط جمالية وتدرجات ألوان جاذبة. استخدام الالفة لكلمة "سبايس" يهدف لإيصال شعور بالانتماء والأهمية. تم كتابة "سيليا" بخط أكبر لإبراز أهمية توجه التطبيق وتبسيط الضوء على الهدف الرئيسي لاستخدام التطبيق. تم استخدام رسمة القمح لإيضاح مفهوم الخالي من الجلوتين بشكل أكبر، مما يعزز الرسالة البصرية بشكل قوي وفعال.

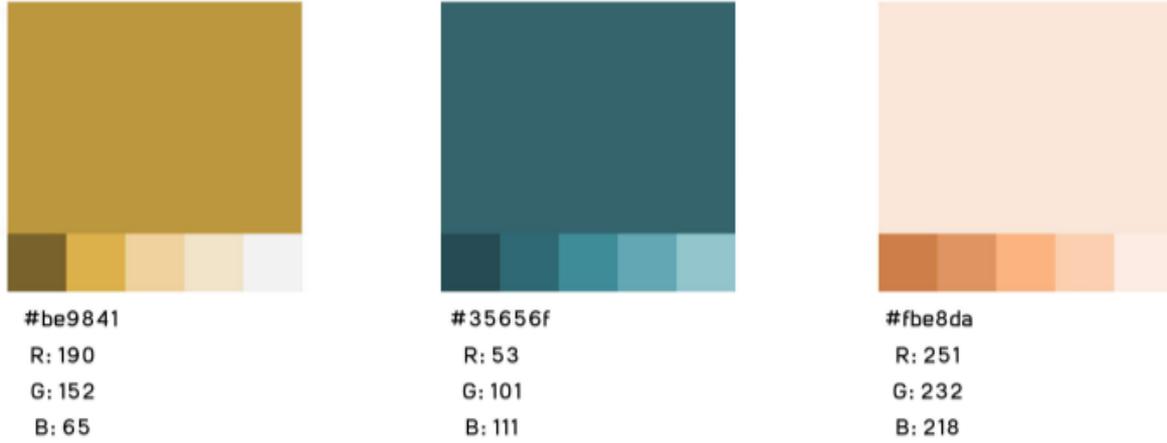
عقد إنشاء الشعار:

تم التأكيد بشكل كبير على تنوعه ومرونته لاستخدامه عبر منصات وأشكال مختلفة. تم إنشاء ثلاثة تنوعات متميزة، تمثل كل منها رمزًا فريدًا. تمكن هذه التنوعات من دمج سلس مع وسائل مختلفة، مما يضمن توحيد الهوية البصرية والتأثير البصري المتناسق عبر تطبيقات متنوعة.

لوحة الألوان:

تم اختيار ألوان أساسية متعددة تناسب بعناية مع مجموعة من التباينات، مكتملة بذلك استخدامها في جميع أنحاء التطبيق وعلى منصات التواصل الاجتماعي المختلفة. تتناغم الدرجات الدافئة للون الذهبي مع الأزرق وتعزز غناه، مما يخلق تركيبة تبدو جذابة وأنيقة في نفس الوقت. تتوافق هذه الجمع بشكل مثالي مع رسالة وقيم العلامة التجارية.

الشكل رقم (17): لوحة الألوان المستعملة في تصميم الشعار



المصدر: من إعداد الطالبتين.

ما هي الإصدارات الممكنة للشعار؟

قمنا بتطوير أربعة إصدارات مختلفة لتطبيق سيليا سيس، مصممة للاستخدام في مناسبات مختلفة على مدار العام. يُعزز لوحة الألوان المتقنة جاذبية التصميم البصري، مما يجعل التطبيق جذاباً ومليئاً بالمتعة للعين، ومتميزاً عن التطبيقات الأخرى.

الشكل رقم (18): إصدارات الشعار الممكنة



المصدر: من إعداد الطالبتين

خلفيات التطبيق. السوداء والبيضاء:

تعتمد شعار سيليا سبيس لونًا ذهبيًا على خلفية بيضاء وخلفية داكنة لإلهام الشعور بالفخر والتميز والتعبير الذاتي. تساعد النسخة البيضاء والداكنة من الشعار على جعل الشركة متعددة الاستخدامات وقادرة على التكيف على مدار العام. الهدف من النسختين تكيفه مع الأشخاص ذوي ضعف البصر وأولئك الذين يستخدمون التطبيق خلال ساعات متأخرة من الليل. يضمن هذا النهج الدقيق إمكانية الوصول وسهولة الاستخدام للمستخدمين ذوي احتياجات بصرية مختلفة.

الشكل رقم (19): خلفيات التطبيق



المصدر: من إعداد الطالبتين.

ما هو رمز شعارنا المعتمد؟

تم تصميم رمز شعار سيليا سبيس بخلفية بيضاء عمدًا لإيصال شعور بالاسترخاء والوضوح، بالإضافة إلى تعبيره عن الصدق. يجمع بين اللون الأزرق العميق والذهبي بشكل متقن ليعزز فكرة الجمال والإبداع، فضلاً عن إحساس المجتمع والانتماء إلى شيء كبير. يتجسد في هذا الرمز المصمم بعناية جوهر سيليا سبيس، ويعكس قيمه بشكل موجز ومعبر.

الشكل رقم(20) : رمز شعار Celiastace



المصدر: من إعداد الطالبتين

بطاقة العمل:

بطاقة العمل تجذب الانتباه بتصميمها الجذاب والملفت للنظر، محققة توازنًا بين الوضوح والجمال. تعرض بطاقة العمل معلومات مهمة حول الشركة.

الشكل رقم(21): بطاقة العمل



المصدر: من إعداد الطالبتين.

2. النموذج الأولي

دفتر الشروط:

تضم هذه الوثيقة جميع وظائف تطبيق «CeliSpace» استناداً إلى معلومات تم جمعها من العميل قابلة للتطور وفقاً للاحتياجات.

■ تعريف المشروع:

يكمن المشروع في تطوير تطبيق إلكتروني للهاتف المحمول يهدف إلى مساعدة المرضى السيلياك للعثور على الدعم الطبي، وتحسين الوصول إلى المنتجات الصيدلانية والغذائية الخالية من الجلوتين وكذا البيئة الاجتماعية التي تسمح بالتفاعل بين الأفراد المصابون بالمرض. كما سيسمح لأخصائيين تغذية محترفين لتقديم أنظمة غذائية تتكيف مع احتياجات كل مريض. وأخيراً، سيتاح قسم للرباطات والأنشطة التطوعية وكذا قنوات اليوتيوب.

نميز 4 أدوار داخل تطبيق الهاتف المحمول: المريض، الطبيب، أخصائي التغذية والرابطة الطوعية

■ الوظائف:

شاشة تسجيل الدخول:

- شاشة الشعار.
- التسجيل باستعمال البريد الإلكتروني.
- نموذج تفاصيل المريض.
- اختيار دور المستخدم (طبيب، أخصائي تغذية، جمعية، مريض ذو خبرة).

الشكل رقم (22): شاشة تسجيل الدخول



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على النموذج الأولي للتطبيق.

الشاشة الرئيسية:

- الطبيب
- المتجر
- تجرّبي مع السيلياك
- وصفات للوجبات الخالية من الجلوتين
- مدونات ونصائح
- استشارة أخصائي التغذية

الشكل رقم(23): الشاشة الرئيسية لتطبيق Celiastore



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على النموذج الأولي للتطبيق.

التطبيق متاح بثلاث لغات (اللغة العربية ، اللغة الفرنسية ، اللغة الانجليزية)

الشكل رقم (24): إصدارات اللغة المتوفرة في التطبيق



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على النموذج الأولي للتطبيق.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة

مرضى السيلياك في معاناة يومية كبيرة وعددهم في تزايد مستمر، حيث أنهم يعانون من نقص في توفر الحاجات الضرورية واللازمة للعيش ويجدون صعوبة في التأقلم مع المرض وإتباع الحمية الغذائية الصحية الواجبة. هذا ما يؤدي إلى ظهور أمراض خطيرة أخرى أهمها: سرطان الأمعاء الدقيقة. من بين مشاكلهم البارزة والتي نسعى لحلها من خلال التطبيق: نقص في نقاط البيع المخصصة للمنتجات الخالية من الجلوتين إضافة إلى غلاء أسعارها، غياب الوعي و التحسيس من قبل المختصين وغلاء أسعار الاستشارات الطبية، وكذا صعوبة التأقلم وقلة التواصل بين مرضى السيلياك فيما بينهم، سنسعى من خلال فكرة تطبيق سيلياسيس لمساعدة هاته الفئة من المجتمع من خلال توفير متجر الكتروني يحتوي على كل أنواع و أصناف المنتجات الخالية من الجلوتين بأسعار في متناول المواطن الجزائري مع وجود خدمة توصيل المنتجات إضافة إلى الخدمات الضرورية (الاستشارات الطبية، النصائح) لضمان المرافقة المستمرة للمرضى من طرف أطباء مختصين في أمراض الجهاز الهضمي و أطباء الأطفال وكذا أخصائي التغذية بأسعار مناسبة و من المنزل وبدون عناء زيارة العيادات الخاصة، والتي تكون بعيدة عن سكان المناطق النائية.

هدفنا من خلال هذا التطبيق تسهيل حياة مرضى السيلياك والتخفيف من الأهم، أممين الدعم المادي من الدولة لمشروعنا وتخصيص أموال وجهات خاصة للتكفل بفئة مرضى السيلياك.

آفاق الدراسة:

مشروعنا عبارة عن مؤسسة ناشئة ستكون على مستوى ولاية ادرار كوجهة أولية ثم نتوسع إلى باقي الولايات الجنوبية والجزائرية بغاية تلبية احتياجات جميع مرضى السيلياك في الوطن. هدفنا هو المساهمة في تنمية الجنوب الجزائري وفك العزلة عن المناطق النائية والصحراوية للمساهمة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية (الزيادة في ناتج الدخل الوطني الخام) وتحقيق التنمية المستدامة،

صعوبات الدراسة: واجهنا العديد من الصعوبات خلال انجازنا للمشروع أهمها:

- عدم وجود إحصائيات دقيقة مصرح بها من طرف الوزارة المعنية، مما دفعنا لجمع إحصائيات مرضى السيلياك من مختلف المستشفيات والعيادات المتعددة الخدمات والعيادات الخاصة.
- نقص الدعم من طرف الحاضنة فيما يخص تمويل المشروع لإنشاء وتطوير النموذج الأولي، مما دفعنا لدفع مبالغ مالية طائلة لإنشاء التطبيق وتصميم رمز للتطبيق.
- التأكد من مهارة وكفاءة الأطباء وأخصائيين التغذية الموجودون في التطبيق.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

• الكتب:

1. أخرجه مسلم، كتاب البر والصلة والآداب، باب تراحم المؤمنين وتعاطفهم وتعاضدهم، (4/ 1999)، برقم: (2586)، والبخاري، كتاب الأدب، باب رحمة الناس والبهائم، (8/ 10) برقم: (6011)، بلفظ: ترى المؤمنين في تراحمهم وتوادهم وتعاطفهم كمثل الجسد، إذا اشتكى عضو تداعى له سائر جسده بالسهر والحمى.
2. Dominique Guelle & INNOVATIONS DE RUPTURE : DÉFINITIONS, POSITION DE LA FRANCE, POLITIQUES PUBLIQUES, France, better policemen for better lives, 16 NOVEMBRE 2015.
3. Marc Legrain, la recherche en marketing avec Abaqes, Edipro, Esplanade de l'Europe ; 2 Bte 5 à 4020 Liège Belgique, 2007.

• المذكرات والأطروحات:

1. بوبعة عبد الوهاب، " دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية، جامعة منتوري-قسنطينة، 2011-2012، ص32.
2. براهيم أسية، محاضرات في القانون 08-04 موجهة لطلبة السنة الرابعة تخصص إدارة مالية، قسم الطور الثاني، المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان، 2022-2023.

• القرارات، القوانين والمراسيم:

1. قانون رقم 08-04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 أوت سنة 2004، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 18 أوت 2004، الجزائر.
2. المرسوم التنفيذي رقم 97-41 المؤرخ في 9 رمضان عام 1417 الموافق ل 18 يناير 1997، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 5، 19 جانفي 1997، الجزائر.
3. المرسوم التنفيذي رقم 15-249 المؤرخ في 15 ذي الحجة 1436 الموافق ل 29 سبتمبر 2015، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 30 سبتمبر 2015، الجزائر.
4. قانون رقم 08-04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 أوت سنة 2004، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 18 أوت 2004، الجزائر.
5. المرسوم التنفيذي رقم 15-111 مؤرخ في 14 رجب 1436 الموافق ل 3 ماي 2015، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، 13 ماي 2015، الجزائر.

قائمة المراجع

6. القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
 7. قانون رقم 08-04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 أوت سنة 2004، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 18 أوت 2004، الجزائر.
- مواقع الانترنت:
 1. دليل إنشاء مؤسسة، متوفر في: <https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/> تاريخ الزيارة (18/04/2023).
 2. ياسمين. ن، تبون المؤسسات الناشئة ستكون قاطرة النموذج الاقتصادي الجديد، 04 تشرين 2020، متاح في <https://www.sawtalahrar.dz>.
 3. جامعة الفيصل، مقدمة عن نماذج الابتكار لنموذج Designthinking. في موقع كورسا، متوفر في <https://www.coursera.org/lecture/innovation-models-/mqdm-n-nmdhj-lbtkr-nmwdhj-l-design-thinking-gMxft> . (05/04/2023)تمت الزيارة بتاريخ
 4. خمس سنوات لبيع وشراء الخدمات المصغرة، التسويق الرقمي: من p4 إلى p7: ما هو المزيج التسويقي Marketing Mix؟، 2021، متاح في <https://blog.khamsat.com/marketing-mix/>
 5. لمركز الوطني للسجل التجاري، متوفر في <https://sidjilcom.cnrc.dz/recherche-nae> ، تاريخ الزيارة (04/07/2023).

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق:

الملحق رقم (1): الميزانية الافتتاحية.

المبالغ	الخصوم	المبالغ	الأصول
	<u>رؤوس الأموال الخاصة</u>		<u>الأصول غير الجارية</u>
3888500	رأس المال	48500	<u>التثبيثات المعنوية</u>
		48500	برمجيات المعلوماتية (تطبيق)
		3160000	<u>التثبيثات العينية</u>
3888500	مجموع رؤوس الأموال الخاصة	3000000	معدات النقل
0	<u>الخصوم غير الجارية</u>	60000	معدات مكتب
	-	100000	تثبيثات العينية الأخرى
		3208500	مجموع الأصول غير الجارية
			<u>الأصول الجارية</u>
150000	<u>الخصوم الجارية</u>	800000	مخزونات البضائع
150000	ديون الموردين	30000	السيولة
150000	مجموع الخصوم الجارية وغير الجارية	830000	مجموع الأصول الجارية
4038500	<u>المجموع العام للخصوم</u>	4038500	<u>المجموع العام للأصول</u>

الملحق رقم(2):جدول حسابات النتائج.

السنة الثالثة	السنة الثانية	السنة الأولى	البيان
87320535	42272090	9225055	رقم الأعمال
42508530	20496045	7464560	تكلفة البضائع المباعة
44812005	21776045	1760495	هامش الربح الإجمالي
190000	200000	184000	خدمات خارجية و خدمات خارجية أخرى
190000	200000	184000	استهلاك السنة المالية
44622005	21576045	1576495	القيمة المضافة للاستغلال
480000	456000	420000	أعباء المستخدمين
			الضرائب و الرسوم و المدفوعات المماثلة
44142005	21120045	1156495	إجمالي فائض الاستغلال
			المنتجات العملية الأخرى
			الأعباء العملية الأخرى
632000	632000	632000	الاهتلاكات وخسائر القيمة
			الاسترجاعات عن الاهتلاكات و خسائر القيمة
43510005	20488045	524495	النتيجة العملية
			المنتجات المالية
			الأعباء المالية
0	0	0	النتيجة المالية
43510005	20488045	524495	النتيجة للأنشطة العادية قبل الضرائب
0	0	0	الضريبة على الأرباح
43510005	20488045	524495	النتيجة الصافية للأنشطة العادية
820243,5	428819,5	91894	منتجات غير عادية
0	0	0	أعباء غير عادية
820243,5	428819,5	91894	النتيجة غير عادية
44330248,5	20916864,5	616389	النتيجة الصافية للسنة المالية

الملحق رقم(3): جدول تدفقات الخزينة.

السنة الأولى	البيان
	التدفقات النقدية المتعلقة بنشاط المؤسسة
616389	النتيجة الصافية للسنة المالية
632000	الاهتلاكات و خسائر القيمة
0	فائض قيمة عن تنازل التثبيثات العينية
1248389	هامش الربح لقدرة التمويل الذاتي
680000	احتياجات رأس مال العامل
91894	منتوجات غير عادية
2020283	صافي التدفق النقدي الناتج عن النشاط
	التدفقات النقدية المتعلقة بنشاط الاستثمار
3208500	اقتناء التثبيثات
3208500	صافي التدفق النقدي الناتج عن الاستثمار
	التدفقات النقدية المتعلقة بنشاط التمويل
/	الأرباح الموزعة
0	صافي التدفق النقدي الناتج عن التمويل
5228783	تغيرات الخزينة
30000	الخزينة الافتتاحية
5258783	الخزينة الختامية

الملحق رقم (4): النشاط 607074.

Ooredoo 15:37 55 %

sidjilcom.cnrc.dz

وزارة التجارة و ترقيّة الصادرات
المركز الوطني للسجل التجاري

مدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للتقيد بالسجل التجاري

رمز النشاط: 607074
تسمية النشاط: التجارة الإلكترونية

مضمون النشاط:
النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني ، عن طريق الاتصالات الإلكترونية (باستثناء المواد الممنوعة في المعاملات عن طريق الاتصالات الإلكترونية وفقاً لأحكام المواد 03 و 05 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 05-10-2018 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية المذكورة كالآتي :
- لعب القمار و الزهارة و البانصيب ؛
- المشروبات الكحولية و التبغ ؛
- المنتجات الصيدلانية ؛
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية ؛
- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به .
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي .
العداد و التجهيزات و المنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به ، وكذا كل المنتجات و /أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني و النظام العام و الأمن العمومي).

النشاطات الإضافية:

Ouvrir dans...

← → + 8 ...

المصدر <https://sidjilcom.cnrc.dz/recherche-nae> , CNRC.

الملحق رقم (5): النشاط 607074

Ooredoo 16:04 68 %

sidjilcom.cnrc.dz

وزارة التجارة و ترقيّة الصادرات
المركز الوطني للسجل التجاري

مدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للتقيد بالسجل التجاري

رمز النشاط: 607025

تسمية النشاط: إنشاء و استغلال خدمات توفير النفاذ إلى الأنترنت (نشاط منظم)

مضمون النشاط:

باستغلال خدمات الأنترنت:
- خدمات تقاطعية للإبلاغ أو إيحاء الصفحات الإعلامية المتعددة : نصوص، مخطوطات، صوت أو صورة؛
- خدمات خاصة بتبادل الرسائل الإلكترونية ما بين المستعملين؛
- خدمات الدخول لاستغلال جهاز كمبيوتر مركزي على حساب أجهزة أخرى بعيدة؛
- خدمات تخزين البطاقة عن بعد، بطريقة نقطة بنقطة؛
- خدمات تسمح لمجموعة من المستعملين، يتقاسمون نفس المصلحة في موضوع خاص، من تبادل المعلومات.

النشاطات الإضافية:

111

Ouvrir dans...



Source : CNRC, disponible sur <https://sidjilcom.cnrc.dz/recherche-nae>

الملحق رقم(6): قيد المؤسسات الناشئة في السجل التجاري

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة
المركز الوطني للسجل التجاري

Le Directeur Général
المدیر العام

الجزائر، في: 27 07 2019
الرجوع: 708 / 2019

مذكرة إلى
السيدات والسادة مأموري
الفروع المعنية للمركز الوطني للسجل التجاري

الموضوع: قيدي المؤسسات الناشئة START UP في السجل التجاري.

تعملاً لرسالة المسافرة عن السيد الأمين العام لوزارة التجارة تحت رقم 1742 المؤرخة في 2019/10/24 أيديكم عظاماً أن المؤسسات الناشئة START UP الناشئة في ميادين الثقيلت الحنيئة للإعلام و الإتصال، تندرج نيا في المفهوم الشامل للمستثمر الأولي (primo-investisseur) و يقتالي فهي معفاة من تقديم السيرور المتعلق بحيازة المعهل التجاري أثناء عملية القيد في السجل التجاري لأول مرة، طبقاً لأحكام المادة 21 من القانون رقم 08-04 المؤرخ في 2004/08/14، المعدل و المتمم بموجب أحكام المادة 07 من القانون رقم 06-13 المؤرخ في 2013/07/23، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، التي تقتضي بأن يعتد بمقر الإقامة بالنسبة للأشخاص الطبيعيين و بعنوان محافظ الحسابات، أو الخبير المحاسب أو المحام أو الموثق أو عنوان إقامة المسأل القانوني للشركة، بالنسبة للأشخاص المعنويين.

هذه النشاطات تتمثل فيما يلي:

- مكتب الدراسات والإستشارة في الإعلام الألي (كونسولتينج) (607.001).
- تركيب الشبكات و معالجة المعطيات (607.002).
- مؤسسة الهندسة في الإعلام الألي الصناعي و الإنتاجي (607.019).
- إنشاء و استغلال خدمات توفير النفاذ إلى الأنترنت (607.025).
- إنشاء و استغلال خدمات تحويل الصوت عبر الأنترنت (607.065).
- برمجة أنظمة الإعلام الألي (607.069).
- تركيب، صيانة و تصليح التجهيزات و البرامج المعلوماتية للترميز (613.233).

تجدر الإشارة أن النشاطات المنظمة تبقى دائما مرهونة بتقديم الاعتماد أو الرخصة
سة بها.

أولي إهتماما بالغا، للتطبيق الصارم لهذه المذكرة.

المدیر العام
تعليمات

مركز الوطني للسجل التجاري

رقم 24 السيدو، المحمدية الجزائر - ص.ب 18 برج الكيفان - الرمزا ليريد
El Mohammadia Alger, BP 18 Bordj El Kiffan, C.P 16031. Tél : 023 80.43.14 / 023 80.43.42 / 023 80.43.73 Fax : 023 80.43.05 / P

المصدر: المركز الوطني للسجل التجاري.

الملحق (7): استبيان تحسيبي حول مرض السيلياك.

البريد الإلكتروني

Votre réponse

في أي عمر اكتشفتم مرضكم بالسيلياك

Votre réponse

ما مدى صعوبة تأقلمك مع مرض السيلياك وتكييف مطبخك حسب المعايير اللازمة له

كثيرا

قليلا

هل أماكن التسوق لمنتجاتكم بدون غلوتين قريبة من أماكن سكنكم

نعم

لا

المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على Google Forms

الجنس:

هل تقومون بتحديد منتجاتكم بدون غلوتين قبل الذهاب لتسوق

- نعم
- لا
- احيانا

عدد المرات التي تفتنون فيها موادكم الغذائية بدون غلوتين

- مع بداية كل شهر
- أكثر من مرة شهريا

توفر المتاجر كل متطلباتكم من السلع بدون غلوتين

- نعم
- لا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على Google Forms

الملحق رقم (8): فاتورة إنشاء وتطوير التطبيق.

SARL TALABA STORE PRIME

Agence de communication et de publicité
Adresse : Incubateur du Cyberpark de Sidi Abdellah
16121 Rahmania, Alger
Téléphone : +213 (0) 557969321 •213 (0) 98 240 3535
Contacts : www.talabastore.dz / contact@talabastore.dz

DEVIS

Référence D020-23
Date 11/06/2023

Client:
BOURIT Maria
Bouritim@hotmail.fr

Développement d'Application Mobile & Web

Ce devis a été conçu en s'appuyant sur le cahier des charges joint en annexe

Ref	Désignation	Qté	Prix U HT	TVA	Montant Total HT
01	Application Mobile : - Voir cahier des charges Application Web « Administrateur » : - Voir cahier des charges Développement Natif (React/ReactNative/NodeJS/MongoDB) Délai de livraison 3 à 4 mois Maintenance de 3 mois après livraison Déploiement	1	980 000.00	/	980 000.00

Devis arrêté à la somme neuf cent quatre-vingt mille Dinars Algériens

Total HT: 980 000.00 DZD

Conditions de paiements

30% à la commande, 30% à la moitié du délai et 40% à la livraison du projet

TVA : /

Modalités de paiements Chèque, Virement bancaire.

Total TTC: 980 000.00 DZD

DATE : 11/06/2023

Signature :



الملحق رقم (09): صور لمجموعة من العجائن الخالية من الجلوتين المنتجات الخالية من الجلوتين الموجودة في
صيدلية السيد بن حسان

Produit	N° Lot	Type	Date entrée	P. achat HT	Tva %	P. achat TTC	PPA sans Shp	Marge %	Shp	PPA	Stock initial	Stock actuel
PATES SANS GLUTEN (CHARGI HOURI)	37124G	BL	21-08-2022	160.00	0.00	160.0	200.00	25.00	0.00	200.00	5	5

المصدر: من تصوير الطالبتين.

Produit	N° Lot	Type	Date entrée	P. achat HT	Tva %	P. achat TTC	PPA sans Shp	Marge %	Shp	PPA	Stock initial	Stock actuel	Pw	Code barre	Fournisseur
PATES SANS GLUTEN (VERMICELLE)	013712	BL	21-08-2022	160.00	0.00	160.0	200.00	25.00	0.00	200.00	4	2	04/24	6016611	Stock initial

المصدر: من تصوير الطالبتين.

الشركاء الرئيسيين

- أخصائيين التغذية.
- أطباء الأطفال وامراض الجهاز الهضمي.
- شركات التوصيل كشركة باليدين.
- موردين المنتجات الخالية من الجلوتين.
- المرضى القدامى الذين لديهم الخبرة في التعامل مع السيلياك.
- بريد الجزائر.
- البنوك.
- المنظمات الغير حكومية.
- الجمعيات الخيرية الخاصة بمرضى السيلياك.

الأنشطة الرئيسية

وتوفير المنتجات الخالية من الجلوتين وتقديم خدمات ضرورية لمرضى السيلياك و المتمثلة في: متابعة الطبيب أطباء الجهاز الهضمي وأطباء الأطفال وكذا أخصائيين التغذية وإرشادات المرضى القدامى

الموارد الرئيسية

- مسيرين.
- مسؤول عن التسويق.
- تجهيزات الاعلام الالي
- مخزن السلع

القيم المقترحة

- منتجات ذات جودة عالية بأسعار تنافسية مناسبة لكل شرائح المجتمع.
- المتابعات الاستشارات الطبية.
- خاصية الردثة الفريدة لكل مريض مع أي طبيب أو مختص من اختياره.
- خصائص وتوجيهات من قبل أخصائيين تغذية
- مشاركة المرضى لتجاربهم وتألمهم مع المرض
- مدونات يومية من الأطباء وأخصائيين التغذية
- نشر الوعي.
- مرضى صفحات مختلف صناع المحتوى المخصص لمرضى السيلياك عبر قنوات اليوتيوب .
- ركز خاص بالأطفال والحبة الصحية لهم
- مشاركة الفيرمات والبرامج التحسيسية للجمعيات الخيرية

العلاقة مع العملاء

- مشاركة المرضى في تطوير التطبيق بإبداء آرائهم.
- مدونات يومية لاتباع حمية غذائية صحيحة ولعزيم من المعلومات حول السيلياك.
- إرسال تنبيه للمرضى
- المتابعة الطبية المستمرة للمرضى.

القنوات

- وضع التطبيق في متجر بلاي ستور
- الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي للتعريف بالتطبيق.
- الدفع الالكتروني او عند الاستلام.
- توصيل المنتجات عن طريق شركات التوصيل كشركة باليدين

شرائح العملاء

- مرضى السيلياك
- من كل شرائح المجتمع
- الولايات المعنية: تم اختيار الولايات الجنوبية بالتركيز على ولاية أدرار و التي يقدر عدد المرضى فيها حوالي 1000 مريض (المتابعين لدى أطباء الجهاز الهضمي)

هيكل التكاليف

- تكاليف انشاء التطبيق 45000 دينار جزائري.
- تكلفة استضافة التطبيق 80000 دينار جزائري
- تكلفة وضع التطبيق في متجر بلاي ستور و التي تقدر ب 25 دولار أي حوالي 3420 65 دينار جزائري
- تكاليف اقتناء المنتجات الخالية من الجلوتين.
- التكاليف الإدارية 20000 دج

مصادر الإيرادات

- إيرادات التطبيق على متجر بلاي ستور وإبل ستور من إعلانات Admob : 20000 دج سنويا
- إيرادات بيع المنتجات الخالية من الجلوتين والتي تختلف قيمتها من منتج لآخر: 865150 دج
- رسوم الوساطة بين مرضى السيلياك والأطباء وأخصائيي التغذية : 15%
- الإعلانات لمنتجات غذائية وخدمات تجارية على تطبيقنا: 410000 دج

الملحق رقم(11): أسعار المكملات الغذائية في الصيدلية

	Pd'ochot	PPA
Vitamine D ₃ =	500,00	650,00
Vitamine A =	—	—
Vitamine B ₁₂ =	291,67	350,00
Vitamine C =	216,67	309,40
HFM =	1233,33	1480,00

المصدر: من صيدلية لوصيف بأدرار



ملخص المشروع

Celiaspace هو تطبيق الكتروني موجه لمرضى السيلياك، يوفر المنتجات والخدمات الضرورية لاحتياجاتهم. حيث يجد مستخدمين ثلاثة أنواع من المنتجات الخالية من الجلوتين. بالإضافة إلى ذلك، سيُجرون استشارات طبية مع أطباء الجهاز الهضمي وأطباء الأطفال وكذا متابعة لدى خبراء التغذية.

تُكمن الميزة التنافسية لتطبيقنا في مشاركة تجارب الأشخاص المصابين بمرض السيلياك الذين عاشوا مع هذه الحالة لفترة طويلة. كما نقدم النصائح والتعليمات من خبراء التغذية، بالإضافة إلى المقالات التي تنشرها المنظمات التطوعية وقنوات YouTube وغيرها من المعلومات المفيدة لهذه الفئة.

Résumé du projet

Celiaspace est une application mobile dédiée aux personnes atteintes de la maladie cœliaque, proposant une gamme de produits et de services adaptés à leurs besoins. Les utilisateurs de notre application pourront trouver trois types de produits sans gluten. En plus de cela, ils auront accès à des consultations médicales avec des gastro-entérologues et des pédiatres. De plus, des consultations avec des nutritionnistes.

L'avantage majeur de notre application réside dans le partage d'expériences des personnes atteintes de la maladie cœliaque qui ont vécu avec cette condition pendant une longue période. Nous offrons également des conseils et des instructions de nutritionnistes, ainsi que des articles publiés par des organisations bénévoles, des chaînes YouTube et d'autres informations utiles pour répondre aux besoins essentiels des personnes atteintes de la maladie cœliaque.

Project Summary

Celiaspace is a mobile application for special clients :Celiac patients it offers a variety of products and services tailored to their needs. Users of our app will be able to find three types of gluten-free products. In addition, they will have access to medical consultations with gastroenterologists and pediatricians, nutritionists.

The major advantage of our application: the sharing of experiences of people with celiac disease who have lived with this condition for a long time. We also offer advice and articles published by volunteer organizations, YouTube channels and other useful information to meet the basic needs of people with celiac disease.

