



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



مشروع تخرج لنيل شهادة مؤسسة اقتصادية (Attestation) في إطار القرار  
الوزاري 1275

## Thème

### **SPORTIFY**

A mobile application for sports equipment &  
healthy nutrition products

تطبيق محمول لبيع المستلزمات الرياضية ومنتجات التغذية الصحية





# بطاقة معلومات

حول فريق الاشراف وفريق العمل

## 1- فريق الاشراف

المشرف الرئيسي  
التخصص

- جابو سليم
- اسواق مالية

## 2- فريق العمل

### الكلية

- كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير

### التخصص

- محاسبة ومالية

### فريق المشروع

- الطالبة
- ايت جودي اوفلة
- شيما





دليل مشروع للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275



# فهرس المحتويات





# فهرس المحتويات

## 1 ..... المحور الأول: تقديم المشروع

- 1 ..... 1. فكرة المشروع (الحل المقترح)
- 2 ..... 2. القيم المقترحة
- 3 ..... 3. فريق العمل
- 4 ..... 4. اهداف المشروع
- 4 ..... 5. جدول زمني لتحقيق المشروع

## 5 ..... المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

- 6 ..... 1. طبيعة الابتكارات
- 6 ..... 2. مجالات الابتكارات

## 7 ..... المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

- 8 ..... 1. عرض القطاع السوقي
- 8 ..... 2. قياس شدة المنافسة
- 9 ..... 3. الاستراتيجية التسويقية

## 10 ..... المحور الرابع : خطة الإنتاج والتنظيم

- 11 ..... 1. عملية الإنتاج
- 12 ..... 2. التمويل
- 12 ..... 3. اليد العاملة
- 12 ..... 4. الشراكات الرئيسية

## 13 ..... المحور الخامس : الخطة المالية

- 14 ..... 1. التكاليف والاعباء
- 14 ..... 2. رقم الأعمال
- 14 ..... 3. جدول حسابات النتائج المتوقع
- 14 ..... 4. خطة الخزينة

## 15 ..... المحور السادس : النموذج الأولي التجريبي





دليل مشروع للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275



# المحور الأول تقديم المشروع



# المحور الأول

تقديم المشروع

شهدت التجارة الإلكترونية تطورًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة، مما ساهم في تغيير سلوكيات المستهلكين وفتح آفاق جديدة لرواد الأعمال. وفي ظل تزايد الوعي بأهمية الرياضة والتغذية الصحية أصبح الأفراد يبحثون عن حلول مبتكرة تسهل عليهم الوصول إلى المنتجات التي تدعم نمط حياتهم الصحي. من هنا برزت الحاجة إلى منصات إلكترونية متخصصة توفر تجربة تسوق متكاملة تجمع بين الأدوات والألبسة الرياضية والمنتجات الغذائية الصحية مما يتيح للأفراد تحسين لياقتهم البدنية وتعزيز نظامهم الغذائي بطريقة أكثر فعالية وراحة

## 1. فكرة المشروع (الحل المقترح):

Sportify هو مشروع مبتكر في مجال التجارة الإلكترونية، يهدف إلى دمج قطاعي الرياضة والتغذية الصحية ضمن منصة رقمية واحدة. يعتمد المشروع على تطبيق إلكتروني يوفر للمستخدمين تجربة سهلة في شراء المنتجات الرياضية والغذائية الصحية.

يقدم Sportify مجموعة متنوعة من المنتجات تشمل الملابس والمعدات الرياضية، والمنتجات الغذائية الصحية، عبر واجهة سلسة تسهل عملية البحث والشراء. يعتمد التطبيق على نموذج عمل تجاري رقمي (E-commerce B2C) يتيح للمستخدمين طلب المنتجات سواء عبر التطبيق أو الموقع الإلكتروني، مع توفير خيارات توصيل مباشرة وخدمة دعم عملاء متخصصة.

تم تطوير فكرة Sportify بناءً على متابعة الاتجاهات العالمية المتزايدة نحو الصحة والرياضة، وملاحظة فجوة واضحة في السوق الجزائري فيما يتعلق بتوفير منصات موثوقة ومتنوعة تخدم هذه المجالات، خصوصًا في المناطق التي تفتقر إلى هذه الخدمات خارج المدن الكبرى.

## 2- القيم المقترحة:

يمكن ان تنشأ القيم المقترحة او المقدمة للزبائن من خلال العناصر التالية:

1. تجربة تسوق متكاملة توفر الأدوات والألبسة الرياضية والمنتجات الغذائية الصحية في منصة واحدة.
2. جودة موثوقة عبر تقديم منتجات من علامات تجارية معتمدة تلبى معايير الصحة واللياقة.
3. سهولة الاستخدام من خلال تطبيق إلكتروني بواجهة سلسة وخيارات تصفح متقدمة.
4. مرونة الدفع عبر توفير عدة طرق، بما في ذلك الدفع الإلكتروني والدفع عند الاستلام.
5. سرعة التوصيل لضمان وصول المنتجات إلى العملاء بأسرع وقت ممكن.
6. عروض وخصومات حصرية لتعزيز رضا العملاء وتشجيعهم على الشراء المستمر.
7. دعم أسلوب حياة صحي بتوفير منتجات طبيعية، عضوية، وخالية من المواد الضارة.
8. خدمة عملاء فعالة تضمن الرد السريع وحل المشكلات بكفاءة.



### 3- فريق العمل :

#### التكوين والدورات المعتمدة

- شهادة في الريادة الاعمال والتسويق الرقمي
- تكوين تدريبي في قسم المحاسبة والمبيعات لمؤسسة خاصة
- دورات تكوينية معتمدة من حاضنة الاعمال الجامعية:
- ورشة عمل في اعداد مخطط نموذج الاعمال BMC
- دورة تدريبية خاصة بكيفية كتابة الملحق
- دورة تدريبية في اعداد دراسة مالية للشركات الناشئة
- دورة في ريادة الاعمال

الاسم: Chaima Ait djoudi oufella

السن: 22 سنة

الصفة: مؤسسة مشروع Sportify

طالبة ماستر2 تخصص محاسبة ومالية

جامعة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تبسة

مهتمة بريادة الاعمال والصحة والتغذية

#### الأستاذ المشرف

الاسم: سليم جابو

تخصص: أسواق مالية

رتبة: أستاذ تعليم عالي

### 4- اهداف المشروع :

ان يصبح sportify store المنصة الرائدة في مجال المنتجات الرياضية والتغذية الصحية في الجزائر وتحقيق استدامة مالية طويلة الاجل مع تأثير إيجابي على صحة المجتمع

وذلك من خلال مجموعة هذه الأهداف:

تحقيق نمو مستدام في الإيرادات من خلال توسيع قاعدة العملاء وزيادة حجم المبيعات.

اكتساب حصة سوقية تنافسية عبر تقديم منتجات متميزة وتجربة تسوق فريدة.

بناء علامة تجارية قوية تعزز الثقة بين العملاء وتحقق ولاءً مستدامًا.

خفض تكاليف التشغيل من خلال تحسين إدارة المخزون وسلاسل التوريد.

تنويع مصادر الدخل عبر تقديم خدمات إضافية مثل الاشتراكات الشهرية، والعروض الحصري





التوسع الجغرافي في السوق المحلي ثم التوسع إقليمياً في المستقبل.

## 5- جدول زمني لتحقيق المشروع:

### من فكرة الى مشروع تخرج

الشهر 6 العرض و التقديم	الشهر 2 - 5 التحليل و التصميم	الشهر 1 التخطيط والاعداد
<ul style="list-style-type: none"><li>اعداد العرض التقديمي</li><li>اطلاق النسخة التجريبية للتطبيق</li><li>مناقشة مشروع التخرج</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>تصميم نموذج اولي للتطبيق prototype</li><li>انشاء نموذج العمل bmc</li><li>اعداد الدراسة المالية</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>صياغة الفكرة</li><li>اجراء دراسة شاملة للسوق</li><li>اعداد خطة عمل مفصلة</li></ul>

### من مشروع تخرج الى شركة حقيقية

المرحلة الاولى شهر	المرحلة الثانية 5 اشهر	المرحلة الثالثة 3 اشهر	المرحلة الرابعة 6 اشهر	المرحلة الخامسة بعد السنة الثالثة
البحث عن التمويل	التأسيس الرسمي	بناء الفريق و تدريبه	الاطلاق الرسمي و النمو	التوسع و الاستمرارية
اعداد ملف التمويل التقديم لبرامج الدعم و التمويل سواء من صناديق التمويل الوطنية او المستثمرون الافراد	-الإجراءات القانونية والإدارية المتعلقة بالاسم والسجل التجاري وغيرها - توفير البنية التحتية من مقر اداري ومخزن -التعاقد مع الموردين و توفير المنتجات	تحديد المناصب الأساسية اختيار الموظفين المناسبين تدريب الفريق و تهيئتهم للعمل	الترويج للتطبيق عبر حملات إعلانية واسعة في مواقع التواصل الاجتماعي إطلاق التطبيق في السوق google Play+ site web بدا عمليات التوصيل والتعامل مع الزبائن فعلياً	إضافة خدمات ومنتجات جديدة انشاء نقاط بيع وتوزيع في مختلف الولايات التوسع إقليمياً







1275  
للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275  
وإصدار مشروع

--	--	--	--	--





# المحور الثاني الجوانب الابتكارية

activity  
inspiration  
technology challenge  
analysis values mission  
**innovation**  
business solution process tactic  
research success synergy  
development project  
strategy growth target  
skill planning  
corporate





## 1. طبيعة الابتكار

يتجلى الابتكار في مشروع sportify في شموليته وتنوع ابعاده حيث يجمع بين الحلول التقنية التجارية مما يمنحه ميزة تنافسية قوية في السوق

### الابتكار التراكمي

#### ( Incremental Innovation)

يقوم المشروع على تطوير ودمج خدمات ومنتجات موجودة سابقًا بطريقة جديدة من خلال جمع المستلزمات الرياضية والمنتجات الغذائية الصحية في تطبيق موحد، ما يُحسّن تجربة المستخدم دون إحداث تغيير جذري في طبيعة السوق أو التكنولوجيا

### ابتكار تكنولوجي

#### (Innovation Technological)

يوظف Sportify التكنولوجيا الرقمية لتوفير تجربة استخدام مرنة وسريعة، تشمل التوصيات الشخصية، واجهة استخدام ذكية، الدفع الإلكتروني وخدمة التوصيل، مما يُعزز من فاعلية الوصول إلى هذه المنتجات

### الابتكار السوقي

#### (Market Innovation)

يستهدف المشروع شريحة من الزبائن لم تُلبّ حاجياتها بالشكل الكافي في السوق الجزائري، مثل الأشخاص المهتمين بالتغذية الصحية أو المصابين بحساسيات غذائية، ما يتيح له التمرکز في سوق ناشئة وغير مشبعة





## 2-مجالات الابتكار

### ابتكار في الخدمة

من خلال توفير منصة رقمية موحدة تُمكن المستخدم من اقتناء كل من المستلزمات الرياضية والمنتجات الغذائية الصحية، مع تخصيص العرض حسب احتياجاته الشخصية

### ابتكار في المنتج

يتمثل في إدراج منتجات غذائية صحية متخصصة ونادرة في السوق الجزائري، خاصة تلك المناسبة لذوي الحساسيات الغذائية، إلى جانب المنتجات الرياضية، مما يشكل عرضاً متكاملاً غير متوفر في السوق التقليدي.

### إمكانية الابتكار في الإنتاج مستقبلاً

في حال تم تطوير منتجات خاصة بنا بالتعاون مع موردين محليين أو إنتاج خطوط خاصة، فإن الابتكار قد يمتد ليشمل سلسلة الإنتاج أيضاً

### ابتكار في التسويق

يعتمد المشروع على استراتيجيات رقمية حديثة تركز على التوعية، بناء الثقة، وتخصيص التواصل مع الفئة المستهدفة، وهو ما يُعتبر توجهاً غير مستغل بالشكل الكافي في السوق المحلي





إطار مشروع للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275



# المحور الثالث التحليل الاستراتيجي للسوق



## المحور الثالث

### التحليل الاستراتيجي للسوق

#### 1- عرض القطاع السوقى :

**السوق المحتمل:** يوجه sportify الى مجموعة متنوعة وكبيرة من الافراد والمؤسسات المهتمون بالرياضة والتغذية الصحية

**السوق المستهدفة:** هو الجزء الأكثر قابلية للتحويل الى عملاء حقيقيين ودائمين وبالتالي سيتم توجيه جهود التسويق وتطوير المنتجات والخدمات نحوها ويتمثل في: الرياضيون، أصحاب القاعات الرياضية والمدربين، المرضى بحساسيات غذائية والأشخاص المهتمون باللياقة ونمط الحياة الصحي

#### مميزات اختيار السوق المستهدفة:

قدرة sportify على تلبية احتياجات السوق المستهدفة بشكل فعال وتوفير حلول مبتكرة لمشاكل هذا السوق ووجود فرصة للنمو والتوسع فيه وذلك نظرا لتزايد الوعي والطلب على المنتجات الرياضية والغذائية الصحية والتالي تحقيق الربحية والنجاح.

#### 2- قياس شدة المنافسة :

اهم المنافسين في السوق الجزائرية

##### المحلات التجارية المحلية

**نقاط القوة:** تجربة شراء فعلية – استشارات مباشرة من الباعين.

**نقاط الضعف:** خيارات محدودة – أسعار مرتفعة بسبب تكاليف التشغيل.

##### جوميا الجزائر (Jumia Algeria)

**نقاط القوة:** منصة معروفة بتغطية واسعة لمختلف المنتجات.

توفر الدفع الإلكتروني وخدمة التوصيل.

عروض وتخفيضات موسمية.

**نقاط الضعف:**

غياب التخصص في الرياضة أو التغذية الصحية.

جودة المنتجات غير مضمونة (بائعون متعددون).

تجربة المستخدم غير شخصية، وضعف في خدمة ما بعد البيع.

##### الجزائر Decathlon

###### نقاط القوة

علامة عالمية معروفة بجودة منتجاتها

.تنوع كبير في المعدات والملابس الرياضية

تواجد في محلات فعلية بعدة ولايات (الجزائر، وهران،

قسنطينة...)

.منصة إلكترونية فعالة للشراء عبر الإنترنت

شراكة إنتاج محلي مع شركة Tayla

###### نقاط الضعف

- التركيز على بيع المنتجات الرياضية فقط

- ضعف التركيز على السوق المحلي حيث رغم

تواجدها في الجزائر الا انها تبقى ذات طابع أجنبي ولا

تراعي خصوصيات المستهلك الجزائري

- ارتفاع الأسعار لا يناسب شريحة واسعة من المستهلكين

- ضعف في خدمات ما بعد البيع عبر الانترنت

##### واد كنيس (Ouedkniss)

**نقاط القوة:** قاعدة مستخدمين كبيرة وقاعدة جماهيرية واسعة

- تنوع الباعين والمنتجات

- انتشار الإعلانات في جميع الولايات.

- سهولة النشر والاستخدام للباعين.

###### نقاط الضعف:

-لا يضمن جودة أو مصداقية المنتجات المعروضة.

-لا يوجد إشراف مباشر أو تجربة شراء موحدة.

-لا يدعم الدفع الإلكتروني أو التوصيل.

## تحليل swot

### نقاط الضعف weaknesses

- حداثة المشروع: غياب الثقة من الزبائن في مرحلة الإطلاق لكونه غير معروف بعد في السوق.
- التبعية على الاتصال بالإنترنت: يتطلب استخدام التطبيق اتصالاً دائماً
- بالإنترنت مما يمكن أن يشكل تحدياً في المناطق ذات تغطية ضعيفة للإنترنت.
- محدودية الموارد البشرية واللوجستية: صعوبة في ضمان تغطية وطنية فعالة وسريعة لطلبات التوصيل.
- نقص التجربة في إدارة سلسلة التوريد

### نقاط القوة Strengths

- تخصص العرض يجمع بين بيع المنتجات الغذائية الصحية والمستلزمات الرياضية في منصة واحدة.
- استهداف فئات ذات احتياجات حقيقية (رياضيون، شباب، مرضى بحساسيات غذائية).
- تصميم واجهة استخدام سهلة وسريعة
- مرونة التوسع الرقمي
- امان وسرية البيانات
- سياسة تسعير تتماشى مع القدرة الشرائية للمستخدم

### التحديات Threats

- احتمالية دخول منافسين بنفس النموذج أو ببدائل رقمية.
- تقلبات أسعار المنتجات المستوردة (بسبب سعر الصرف أو الضرائب).
- صعوبات التوصيل في بعض المناطق الداخلية والجنوبية.
- مقاومة بعض الفئات للتسوق الإلكتروني: خاصة في المنتجات الغذائية التي تتطلب ثقة عالية في الجودة والمصدر
- التغيرات التقنية والتكنولوجية السريعة التي تتطلب تطويراً مستمراً للتطبيق وتجربة المستخدم

### الفرص Opportunities

- ضعف التخصص في هذا المجال من طرف المنافسين المحليين.
- تزايد الوعي الصحي: الإقبال المتزايد على المكملات والأغذية الصحية في الجزائر يعزز فرص النمو.
- التحول الرقمي السريع: انتشار الإنترنت والهاتف الذكي يسهل الوصول إلى شرائح أوسع من الزبائن.
- الدعم المؤسسي للمشاريع الناشئة: توفر إعفاءات وتسهيلات حكومية بشكل فرصة لتقليل تكاليف الإطلاق والتوسع.

يتبين من تحليل السوق أن المنافسة في مجال المستلزمات الرياضية والمنتجات الغذائية الصحية في الجزائر موجودة لكنها غير متكاملة. فمعظم المنافسين يقدمون عروضاً جزئية: Decathlon يركّز على المعدات الرياضية دون تغطية جانب التغذية، في حين تخصصت منصات مثل NutritionDZ و DZFit في المكملات فقط، بينما تظل Jumia و OuedKniss منصات عامة تفتقر إلى التخصص والدقة في استهداف فئات محددة.

أمام هذا الواقع، يبرز مشروع Sportify كفكرة مبتكرة تُقدم عرضاً موحّداً يجمع بين المنتجات الرياضية والمكملات الغذائية الصحية، بما في ذلك المنتجات الموجهة لفئات خاصة مثل مرضى الحساسية والاضطرابات الهضمية.

كما يتميز المشروع بأسعار مدروسة تتناسب مع القدرة الشرائية للشباب، وجودة مضمونة من خلال اختيار موردين موثوقين، إضافة إلى توفير خدمة توصيل فعالة تغطي مختلف ولايات الوطن، مما يمنحه ميزة تنافسية واضحة ضمن سوق يعاني من تشتت العرض وضعف التغطية الشاملة.



### 3-الاستراتيجيات التسويقية :

يهدف Sportify Store إلى ترسيخ مكانته في السوق الجزائرية من خلال استراتيجية تسويقية متكاملة تعتمد على بناء علامة تجارية قوية، والتسويق الرقمي الفعّال، وتعزيز تجربة العملاء لضمان نمو مستدام.

#### 1-استراتيجية التموقع (Positioning Strategy)

تم تصميم محتوى التطبيق وصورته الذهنية ليُنظر إليه كمنصة موثوقة وشاملة تجمع بين المنتجات الرياضية والتغذية الصحية في مكان واحد ما يمنح المستخدم راحة وسرعة في التصفح والشراء. ويُعزز هذا التموقع عبر:

-التركيز على الجودة والموثوقية في المنتجات.

-اعتماد شعار واضح يعكس القيم الصحية واللياقة مثل: "كل ما تحتاجه لحياة صحية ورياضية في مكان واحد

-تصميم واجهات استخدام سهلة ومتكيفة مع كل الفئات المستهدف

#### 2- استراتيجية الترويج الرقمي (Digital Promotion Strategy)

تم اختيار قنوات الترويج استنادًا إلى سلوك الفئات المستهدفة، وتشمل:

-وسائل التواصل الاجتماعي: نشر محتوى جذاب على Instagram, Facebook, TikTok

-الإعلانات الرقمية: استهداف العملاء المهتمين بالرياضة عبر Google Ads و Facebook Ads، مع

تحسين الظهور في محركات البحث.(SEO).

-التسويق عبر المؤثرين (Influencer Marketing): التعاون مع مدربين رياضيين وخبراء تغذية

جزائريين لتعزيز الثقة ونشر المصداقية.

#### 3-استراتيجية التسعير (Pricing Strategy)

تم اعتماد سياسة تسعير تنافسي لجذب أكبر عدد من العملاء في البداية، خاصة أن السوق يعاني من تفاوت في الأسعار وقلة الخيارات:

-عروض اطلاق خاصة وتحفيزية (Promo codes – تخفيضات الاشتراك الشهري)

-حزم موجهة خصيصًا للرياضيين أو لأصحاب الأمراض المزمنة.

#### 4-استراتيجية التوزيع (Distribution Strategy)

-اعتماد نظام توصيل محلي سريع خاصة في المدن المجاورة

-توفير خاصية Pick-up Point مع شركاء محليين لتقليل تكلفة الشحن وتحسين سرعة التسليم.

#### 5- استراتيجية الحفاظ على العملاء (Retention Strategy)

-خدمة عملاء سريعة عبر WhatsApp و Messenger

-برامج ولاء (نقاط لكل عملية شراء).

-إشعارات ذكية بالتجديد والتخفيضات.

#### 6-التسويق الشبكي

-الاستفادة من العلاقات الشخصية والشبكات المهنية للترويج للتطبيق والحصول على الدعم.

#### 7-التواجد المحلي

-من خلال المشاركة في فعاليات محلية والتعاون مع المؤسسات المحلية ذات الصلة

#### 8-التوسع والشراكات

-التعاون مع القاعات الرياضية لعرض المنتجات داخل الأندية.

-إمكانية فتح نقاط بيع مستقبلية داخل المراكز التجارية.







للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

وإدارة مشروع



# المحور الرابع

## خطة الإنتاج والتنظيم





## المحور الرابع

### خطة الإنتاج والتنظيم

#### 1- عملية الإنتاج

تتم عملية الإنتاج في عدة مراحل يمكن توضيحها في الخطوات التالية

1. اختيار المنتجات والموردين  
-تحديد المنتجات الرياضية والصحية المطلوبة  
-البحث عن موردين موثوقين والتفاوض معهم
2. التعاقد والتوريد  
-إبرام عقود شراء مع الموردين  
-ضمان الجودة والامتثال للمعايير الصحية
3. التخزين وإدارة المخزون  
-تنظيم المخزون وفقاً لمتطلبات الطلب  
-توفير بيئة تخزين مناسبة خاصة للمنتجات الغذائية
4. عرض المنتجات على المنصة  
-إدخال بيانات المنتجات وصورها على التطبيق  
-تحديد الأسعار والعروض الترويجية
5. معالجة الطلبات والتوصيل  
-استقبال الطلبات عبر المنصة  
-تجهيز الشحنات والتنسيق مع شركات التوصيل
6. خدمة ما بعد البيع  
-متابعة رضا العملاء وحل المشكلات  
-معالجة عمليات الإرجاع والاستبدال

#### سياسة الشراء

تعتد سياسة الشرائية على مزيج من التخطيط الدقيق والتفاوض الاستراتيجي، حيث نختار المنتجات بناءً على جودتها ومدى توافقها مع احتياجات السوق. كما نعتد على عقود توريد مرنة تضمن استمرارية التوفر بأسعار تنافسية، مع تطبيق نظام طلبات دوري يوازن بين المخزون وحجم المبيعات.

#### 2- التمويين

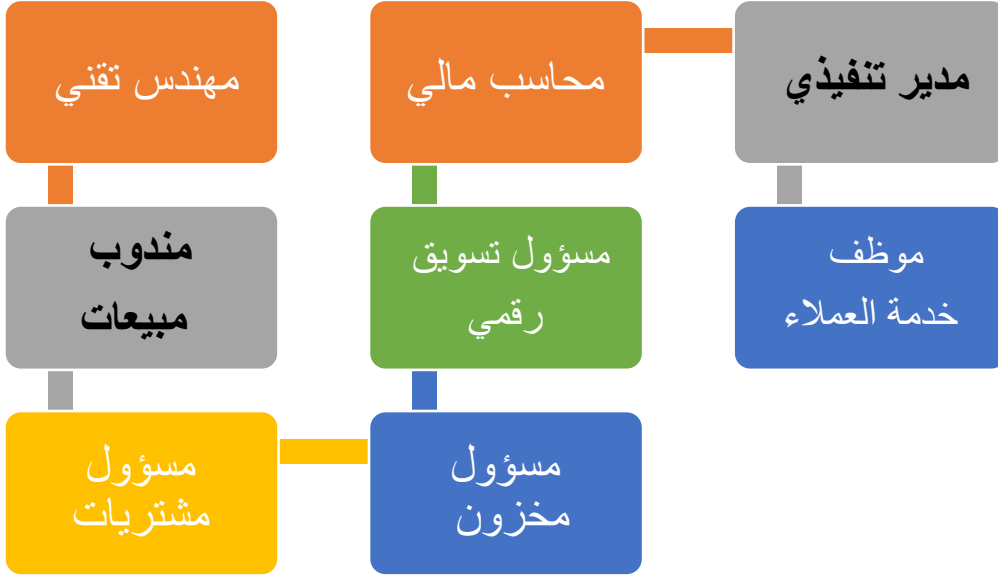
##### الموردين

نتعامل مع شبكة متنوعة من الموردين المحليين والدوليين، تشمل الشركات المتخصصة في تصنيع الألبسة والمعدات الرياضية، بالإضافة إلى موردين معتمدين للمنتجات الغذائية الصحية والمكملات الغذائية.



### 3-اليد العاملة

في المرحلة الأولى سيعمل في المشروع حوالي من 5 إلى 10موظف مع إمكانية التوسع مستقبلا



### 4-الشركات الرئيسية

اهم الشركات في المشروع كانت مع كل من

- ✓ الموردون والمصنعون للمنتجات الرياضية والغذائية الصحية
- ✓ البنوك ومزودو خدمات الدفع الإلكتروني
- ✓ خبراء اللياقة والتغذية
- ✓ المؤسسات الممولة للشركات الناشئة
- ✓ حاضنة الاعمال الجامعية





# المحور الخامس الخطة المالية





## المحور الخامس

### الخطة المالية

تهدف الدراسة المالية إلى تقديم تصور شامل ودقيق للوضع الاقتصادية والتمويلية لمشروع "Sportify" من خلال تحليل مختلف مكوناته التقديرية خلال السنوات الثلاث الأولى من النشاط. وقد تناول التكاليف والأعباء المرتبطة بتسيير المشروع سواء كانت ثابتة أو متغيرة مع تحديد طرق ومصادر التمويل الممكنة لتغطية الاحتياجات الاستثمارية والتشغيلية. كما تضمنت الدراسة إعداد ميزانية افتتاحية تقديرية توضح الوضع المالي الأولي للمشروع، وتقدير رقم الأعمال المتوقع بناءً على فرضيات مدروسة تتماشى مع طبيعة السوق المستهدفة بالإضافة إلى ذلك شملت الدراسة إعداد جدول حسابات النتائج المتوقعة لقياس الأداء الربحي، إلى جانب حساب الحاجة في رأس المال العامل (BFR) انطلاقاً من آجال الدفع والتحصيل وأخيراً تم إعداد خطة خزينة تقديرية لرصد التدفقات النقدية الشهرية ما يسمح بتقدير مدى قدرة المشروع على الحفاظ على توازنه المالي خلال فترة الإطلاق والتشغيل





## 1- التكاليف و الاعباء

### Bilan prévisionnel

#REF!

INVESTISSEMENTS	Montant
<b>Immobilisations incorporelles</b>	<b>180 000</b>
<i>Frais d'établissement</i>	40 000
<i>Dépôt marque, brevet, licence...</i>	20 000
<i>Logiciels</i>	60 000
<i>Droits d'entrée</i>	
<i>Droit au bail</i>	60 000
<i>Fonds de commerce</i>	
<i>Caution ou dépôt de garantie</i>	0
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>840 000</b>
<i>Terrains</i>	0
<i>Constructions, bâtiments</i>	0
<i>Matériel technique</i>	80 000
<i>Travaux et aménagements</i>	160 000
<i>Matériel de Transport</i>	
<i>Matériel de bureau</i>	500 000
<i>Mobilier</i>	100 000
<b>Autres Frais immobilisés</b>	<b>280 000</b>
<i>Frais de dossier</i>	50 000
<i>Honoraires conseils</i>	80 000
<i>Publicité de départ</i>	150 000
<b>Stock de matières et produits</b>	<b>200 000</b>
<b>Trésorerie de départ</b>	<b>100 000</b>
<b>TOTAL BESOINS</b>	<b>1 600 000</b>
FINANCEMENTS	Montant
<b>Apport en fond propre</b>	<b>100 000</b>
<i>Associé (1)</i>	100 000
<i>Associé (2)</i>	0
<i>Associé (3)</i>	0
<b>Apport autre</b>	<b>1 000 000</b>
<i>Subventions</i>	1 000 000
<i>0</i>	0
<b>Apport par emprunt</b>	<b>500 000</b>
<i>Prêt n°1 (Libellé)</i>	
<i>Taux</i>	<i>Durée en mois</i>
	0,00%
	60
	500 000
	0
<b>TOTAL RESSOURCES</b>	<b>1 600 000</b>





## Vos charges fixes :

Saisir Valeurs annuelles ↓

Nature / Dépenses	Poste	Total Année 1	Total Année 2	Total Année 3
Matmut	Assurances, Primes versées	40 000	40 000	40 000
Free	Télécom,internet	60 000	84 000	96 000
Entretien	Entretien et réparations	25 000	30 000	40 000
Loyer	Locations autres	360 000	360 000	360 000
EDF	Eau,Electricité	100 000	100 000	150 000
BNA	Frais Bancaires	2 000	3 000	4 000
	Fournitures administratives			
	Selectionner un poste			
	Selectionner un poste			
	Selectionner un poste			
Impôts et Taxes (CFE, CVAE, Taxe apprentissage...)	Impôts et Taxes			
<b>TOTAL</b>		<b>587 000</b>	<b>617 000</b>	<b>690 000</b>

## Salaires employés et rémunération chef d'entreprise

Saisir Valeurs mensuelles ↓

Saisissez un % d'augmentation annuel → 10% 20%

	1er mois	2e mois	3e mois	4e mois	5e mois	6e mois	7e mois	8e mois	9e mois	10e mois	11e mois	12e mois	Total Année 1	Total Année 2	Total Année 3
Salaires bruts personnel	0	0	0	0	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	800 000	880 000	1 056 000
Charges sociales 35%	0	0	0	0	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	280 000	308 000	369 600
Dirigeant	0	0	0	0	0	0	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	60 000	66 000	79 200
Taux de charges 0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>135 000</b>	<b>135 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>1 140 000</b>	<b>1 254 000</b>	<b>1 504 800</b>





## 2- رقم الاعمال

Activité de VENTE	Poste	1er mois	2e mois	3e mois	4e mois	5e mois	6e mois	7e mois	8e mois	9e mois	10e mois	11e mois	12e mois	Total Année 1	Total Année 2	Total Année 3
		Ventes de produits finis. Saisir votre CA HT →	100 000	200 000	200 000	250 000	300 000	500 000	400 000	450 000	480 000	500 000	600 000	600 000	4 580 000	5 038 000
Ventes de marchandises														0	0	0
Autres Produits divers														0	0	0
TOTAL Chiffre d'Affaires		100 000	200 000	200 000	250 000	300 000	500 000	400 000	450 000	480 000	500 000	600 000	600 000	4 580 000	5 038 000	7 557 000







### 3-جدول حسابات النتائج المتوقع

En DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes	-	-		4 580 000,00	5 038 000,00	7 557 000,00	9 068 400,00	11 335 500,00
Variation des stocks produits finis et en cours	-	-		-	-	-	-	-
Production immobilisée	-	-	-	-	-	-	-	-
Subvention d'exploitation	-	-	-	-	-	-	-	-
Production de l'exercice	-	-		4 580 000,00	5 038 000,00	7 557 000,00	9 068 400,00	11 335 500,00
Achats consommés	-	-		2 100 000,00	2 310 000,00	3 465 000,00	4 158 000,00	5 197 500,00
Services Extérieurs et autres consommations	-	-		587 000,00	617 000,00	690 000,00	828 000,00	1 035 000,00
Consommation de l'exercice	-	-		2 687 000,00	2 927 000,00	4 155 000,00	4 986 000,00	6 232 500,00
Valeur ajoutée d'exploitation	-	-		1 893 000,00	2 111 000,00	3 402 000,00	4 082 400,00	5 103 000,00
Charges de personnel	-	-		1 140 000,00	1 254 000,00	1 504 800,00	1 805 760,00	2 257 200,00
Impôts et taxes et versement assimilés	-	-	-	-	-	-	-	-
Excédent Brut d'Exploitation	-	-		753 000,00	857 000,00	1 897 200,00	2 276 640,00	2 845 800,00
Autres produits opérationnels	-	-	-	-	-	10 000,00	12 000,00	15 000,00
Autres charges opérationnelles	-	-	-	-	-	15 000,00	18 000,00	22 500,00
Dotations aux amortissements, Provisions	-	-		277 333,33	277 333,33	237 333,33	284 800,00	356 000,00
Reprise sur pertes de valeurs et provisions	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat opérationnel	-	-		475 666,67	579 666,67	1 654 866,67	1 985 840,00	2 482 300,00
Produits Financiers	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges financières	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat financier	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat Ordinaire avant impôt	-	-		475 666,67	579 666,67	1 654 866,67	1 985 840,00	2 482 300,00
Impôt exigible sur résultat ordinaire	-	-		118 916,67	144 916,67	413 716,67	496 460,00	620 575,00
Impôt différé (variation) sur résultat ordinaire	-	-		-	-	-	-	-
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	-	-		4 580 000,00	5 038 000,00	7 567 000,00	9 080 400,00	11 350 500,00
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	-	-		4 223 250,00	4 603 250,00	6 325 850,00	7 591 020,00	9 488 775,00
RESULTA NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	-	-		356 750,00	434 750,00	1 241 150,00	1 489 380,00	1 861 725,00
Éléments extraordinaire (produits)	-	-	-					
Éléments extraordinaire (charges)	-	-	-					
Résultat extraordinaire	-	-		-	-	-	-	-
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	-	-		356 750,00	434 750,00	1 241 150,00	1 489 380,00	1 861 725,00





## Besoin en fonds de roulement moyen

Analyse clients / fournisseurs :

Besoins	délai jours	Année 1	Année 2	Année 3
Crédit client	6	4 580 000	82 816	124 225
<b>Ressources</b>				
Dettes fournisseurs	30	50 000	189 863	284 795
<b>Besoin en fonds de roulement</b>		<b>4 530 000</b>	<b>-107 047</b>	<b>-160 570</b>

## Seuil de rentabilité

	Année 1	Année 2	Année 3
<b>Ventes + Production réelle</b>	<b>4 580 000</b>	<b>5 038 000</b>	<b>7 557 000</b>
Achats consommés	2 100 000	2 310 000	3 465 000
<b>Total des coûts variables</b>	<b>2 100 000</b>	<b>2 310 000</b>	<b>3 465 000</b>
Marge sur coûts variables	2 480 000	2 728 000	4 092 000
<b>Taux de marge sur coûts variables</b>	<b>54%</b>	<b>54%</b>	<b>54%</b>
Coûts fixes	2 004 333	2 148 333	2 432 133
<b>Total des charges</b>	<b>4 104 333</b>	<b>4 458 333</b>	<b>5 897 133</b>
Résultat courant avant impôts	475 667	579 667	1 659 867
<b>Seuil de rentabilité (chiffre d'affaires)</b>	<b>3 701 551</b>	<b>3 967 487</b>	<b>4 491 601</b>





## 4- خطة الخزينة

### Budget prévisionnel de trésorerie

Année 1

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	TOTAL
Apports	100 000												100 000
Emprunts	500 000												500 000
Subventions	1 000 000												1 000 000
Autres financements	0												0
Encaissements clients (Ventes)	100 000	200 000	200 000	250 000	300 000	500 000	400 000	450 000	480 000	500 000	600 000	600 000	4 580 000
Encaissements clients (Services)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>100 000</b>	<b>200 000</b>	<b>200 000</b>	<b>250 000</b>	<b>300 000</b>	<b>500 000</b>	<b>400 000</b>	<b>450 000</b>	<b>480 000</b>	<b>500 000</b>	<b>600 000</b>	<b>600 000</b>	<b>4 580 000</b>
Investissements incorporels	180 000												180 000
Investissements corporels	840 000												840 000
Autres Frais immobilisés	280 000												280 000
<b>Immobilisations</b>	<b>1 300 000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 300 000</b>
Acquisition stocks départ	200 000												200 000
Remboursement capital Emprunt	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Paiements fournisseurs	0	50 000	100 000	100 000	100 000	150 000	150 000	200 000	250 000	300 000	300 000	350 000	2 050 000
Charges externes	48 917	48 917	48 917	48 917	48 917	48 917	48 917	48 917	48 917	48 917	48 917	48 917	587 000
Impôts et taxes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salaires employés	0	0	0	0	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	800 000
Charges sociales employés	0	0	0	0	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	280 000
Prélèvement dirigeant	0	0	0	0	0	0	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	60 000
Charges sociales dirigeant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total charges de personnel</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>135 000</b>	<b>135 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>145 000</b>	<b>1 140 000</b>
Intérêts emprunts	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total des décaissements</b>	<b>1 548 917</b>	<b>98 917</b>	<b>148 917</b>	<b>148 917</b>	<b>283 917</b>	<b>333 917</b>	<b>343 917</b>	<b>393 917</b>	<b>443 917</b>	<b>493 917</b>	<b>493 917</b>	<b>543 917</b>	<b>5 277 000</b>
<b>Total des encaissements</b>	<b>1 700 000</b>	<b>200 000</b>	<b>200 000</b>	<b>250 000</b>	<b>300 000</b>	<b>500 000</b>	<b>400 000</b>	<b>450 000</b>	<b>480 000</b>	<b>500 000</b>	<b>600 000</b>	<b>600 000</b>	<b>6 180 000</b>
Solde précédent	0	151 083	252 167	303 250	404 333	420 417	586 500	642 583	698 667	734 750	740 833	846 917	
<b>Solde du mois</b>	<b>151 083</b>	<b>101 083</b>	<b>51 083</b>	<b>101 083</b>	<b>16 083</b>	<b>166 083</b>	<b>56 083</b>	<b>56 083</b>	<b>36 083</b>	<b>6 083</b>	<b>106 083</b>	<b>56 083</b>	
<b>Solde de trésorerie</b>	<b>151 083</b>	<b>252 167</b>	<b>303 250</b>	<b>404 333</b>	<b>420 417</b>	<b>586 500</b>	<b>642 583</b>	<b>698 667</b>	<b>734 750</b>	<b>740 833</b>	<b>846 917</b>	<b>903 000</b>	





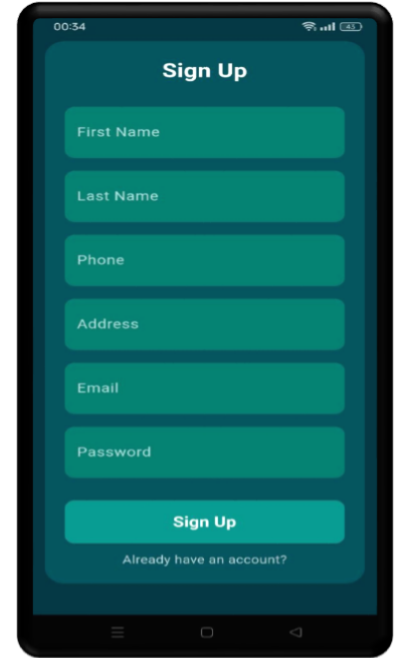
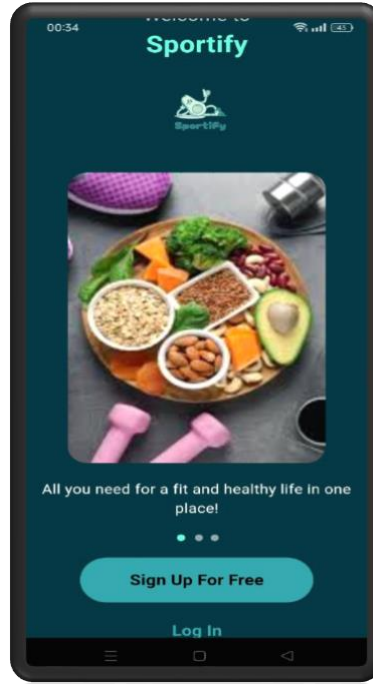
# المحور السادس النموذج الأولي التجريبي





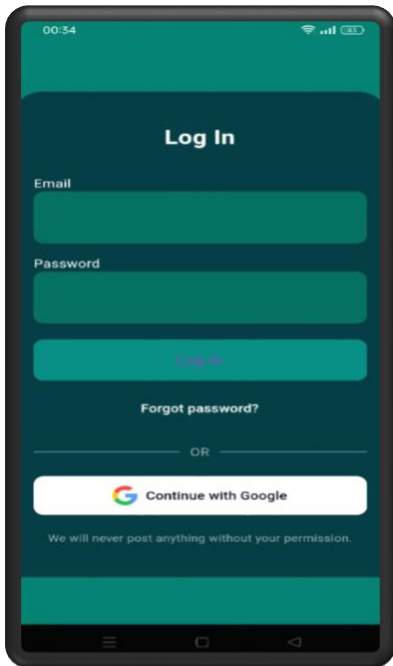
## Welcom screen

اول واجهة تظهر للمستخدم عند فتح التطبيق  
تعرض شعار sportify مع صور متحركة  
تلقائية ورسالة قصيرة تعريفية تبرز محتوى  
التطبيق وترسيخ الهوية البصرية له  
تعرض خيارين  
فتح حساب جديد او تسجيل الدخول



## sign up

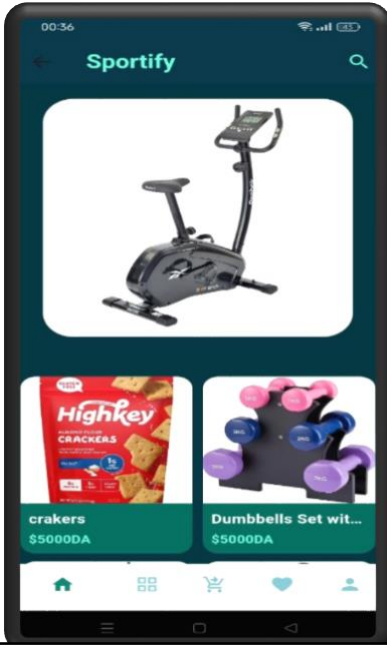
تتيح هذه الصفحة إنشاء حساب عن طريق إدخال  
المعلومات المطلوبة كما تحتوي على رابط لتسجيل الدخول  
في حال كان لدى المستخدم حساب بالفعل



## login

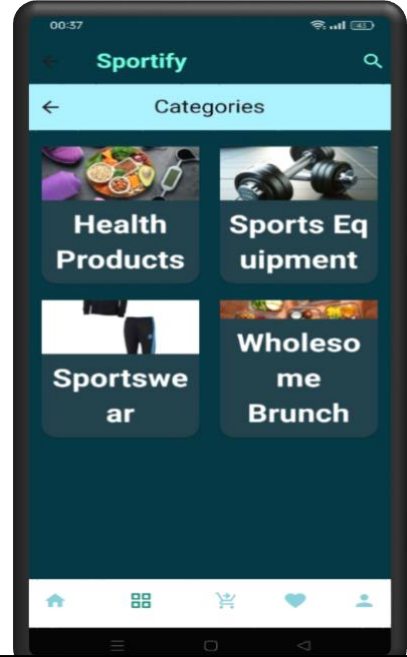
تتيح صفحة تسجيل الدخول للمستخدمين الذين يملكون حسابات عن  
طريق إدخال المعلومات المطلوبة كما تحتوي الصفحة أيضا  
على رابط لاستعادة كلمة المرور في حال نسيانها بالإضافة إلى  
رابط لإنشاء حساب جديد إذا لم يكن لديه حساب





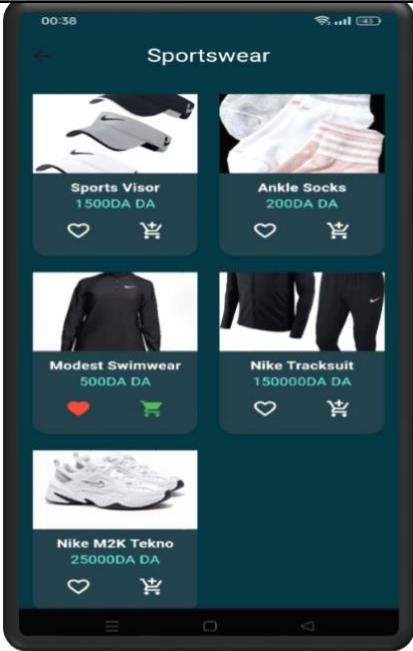
### Home screen

تتيح الصفحة الرئيسية للمستخدمين استعراض مجموعة متنوعة من المنتجات مع رؤية أسعارها كما تتضمن بلانر اعلاني للعروض وايقونات توفر الوصول المباشر والسريع الى البحث، السلة، الحساب الشخصي



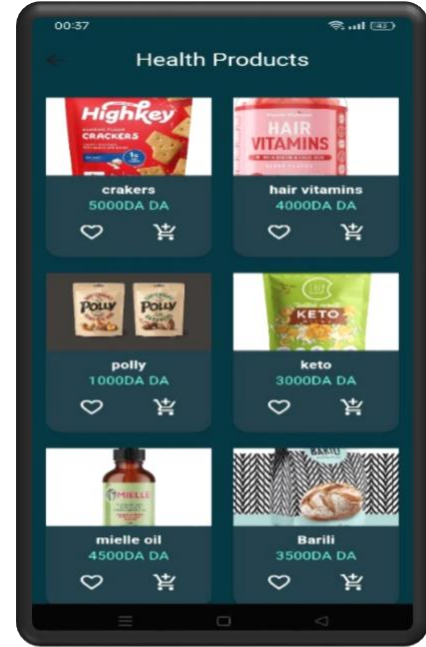
### Catégories screen

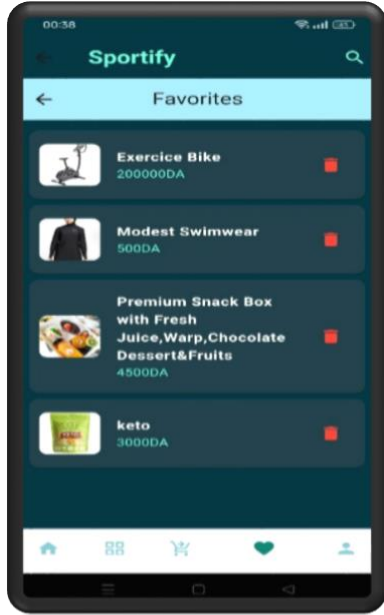
تحتوي هذه الصفحة على مجموعة من الفئات المختلفة للمنتجات يمكن للمستخدمين النقر على أي فئة لاستكشاف المنتجات الموجودة ضمنها



### Shop screen

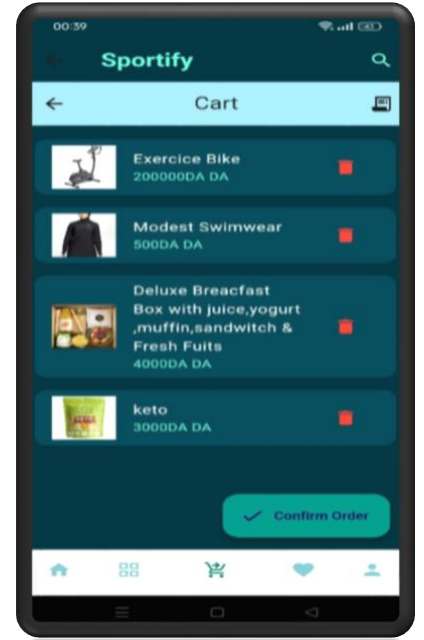
بالنقر على أي فئة من الفئات الأربعة تظهر المنتجات الخاصة بها كل منتج يظهر بصورة وسعر وايقونات تمكن من اضافته للسلة او المنتجات المفضلة





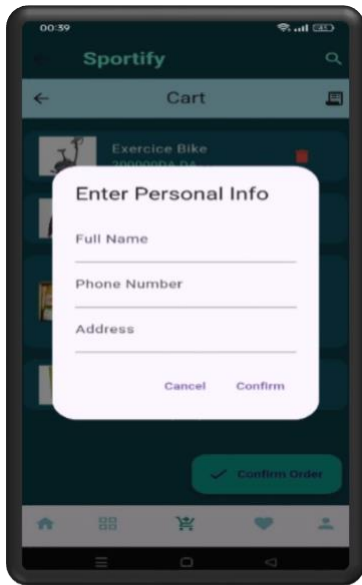
## Favorites screen

تُعرض فيها المنتجات التي قام المستخدم بوضعها في قائمة المفضلة مع لحفظها والرجوع إليها لاحقًا. تشمل صور المنتجات، الأسعار، خاصية الحذف تتيح تجربة تسوق أكثر تنظيمًا وسرعة للمستخدم.

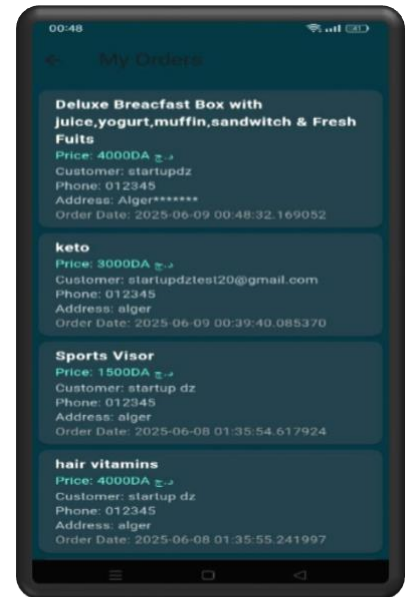


## سلة المشتريات Cart

تمكن المستخدم من مراجعة طلباته تعديل الكميات او حذف المنتجات قبل تأكيد الشراء



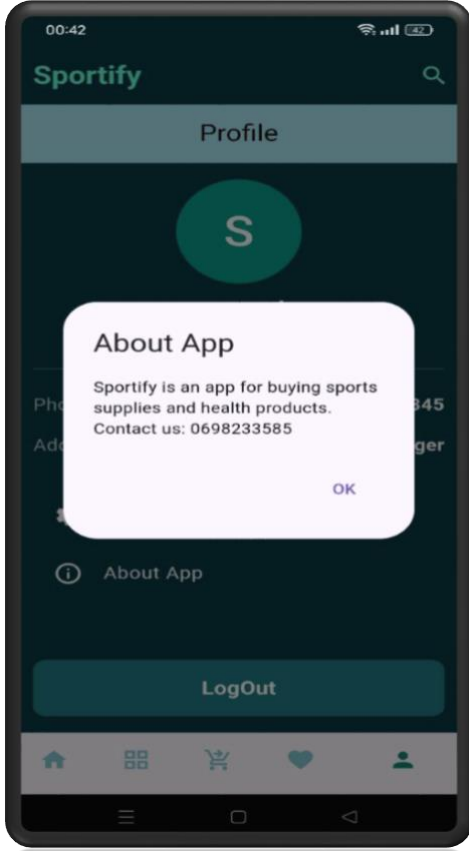
يتم ادخال معلومات المستخدم ثم تأكيد الشراء



## Orders screen

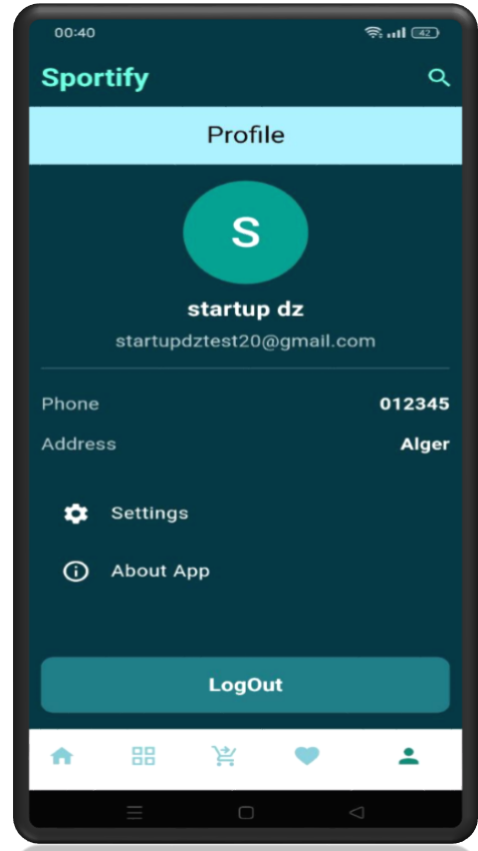
تعرض الصفحة معلومات تفصيلية لعملية الشراء كل منتج





### الإعدادات (Settings)

تمكن المستخدم من تخصيص تجربته: تغيير اللغة، تفعيل الإشعارات، ومعلومات الاتصال بخدمة العملاء.



### حساب المستخدم (Profile)

يعرض كل بيانات المستخدم الشخصية، الاسم العنوان رقم الهاتف والبريد الإلكتروني، وإعدادات الحساب، مع إمكانية التعديل وتسجيل الخروج.







## قائمة الملاحق





للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275  
وإطار مشروع

## نموذج العمل التجاري

**Business model canvas**

**BMC**





KEY PARTNERS الشراكات الرئيسية	KEY ACTIVITIES الأنشطة الرئيسية	VALUE PROPOSITIONS القيمة المقدمة	CUSTOMER RELIATIONSHIPS العلاقات مع العملاء	CUSTOMER SEGMENTS شرائح العملاء
- حاضنة الاعمال الجامعية - المؤسسات الممولة للشركات الناشئة الموردون والمصنعون للمنتجات الرياضية والغذائية الصحية خبراء التغذية والصحة مركز الضرائب والضمان الاجتماعي وغيرها	- تطوير و تحسين التطبيق - إدارة سلسلة التوريد والتخزين - تسويق المنتجات وبناء العلامة التجارية - إدارة التكاليف - إدارة العمليات اللوجستية و توصيل الطلبات - إدارة العلاقات مع العملاء, الموردين و الشركاء - تحليل البيانات وتحسين تجربة المستخدم	- منصة موحدة ومتكاملة تجمع بين المنتجات الرياضية و الغذائية الصحية - تصنيف مخصص للمنتجات حسب الفئات - جودة عالية بأسعار مناسبة - إمكانية الاشتراك في خطط غذائية و صحية - تجربة تسوق سهلة و خدمة توصيل سريعة	- دعم فني مباشر و استشارات حول المنتجات عبر التطبيق وجميع وسائل التواصل الاجتماعي - برامج ولاء و مكافآت للعملاء - تحديثات دورية لتحسين تجربة المستخدم - اشعارات مخصصة بالعروض و المستجدات	- الافراد المهتمون بالصحة واللياقة و التغذية السليمة - المرضى ذوي الحساسيات الغذائية - الرياضيون المحترفون والهواة - النوادي الرياضية
	KEY RESOURCES الموارد الرئيسية		CHANNELS القنوات	
	- بنية تحتية رقمية (التطبيق و الموقع) - الأجهزة و المعدات - فريق التطوير التسويق - خدمة العملاء و التغذية - الهوية و العلامة التجارية - قاعدة بيانات العملاء - راس المال التأسيسي		- التطبيق و الموقع الإلكتروني - مواقع التواصل الاجتماعي - التسويق عبر المؤثرين في المجال الغذائي و الرياضي	

COST STRUCTURE هيكل التكاليف	REVENUE STREAMS مصادر الدخل
- تكاليف تطوير و صيانة التطبيق - تكاليف التسويق و الإعلانات - تكاليف الشراء و التخزين - أجور الموظفين و خدمة العملاء - تكاليف الشركات و التراخيص - تكاليف التوصيل و الخدمات اللوجستية	- مبيعات المنتجات من التطبيق - الشركات و الإعلانات مع العلامات التجارية الرياضية و الصحية - رسوم التوصيل و الطلبات





1275 في إطار القرار الوزاري 1275  
للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة  
وإدارة مشروع

--	--	--	--





1275  
للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275  
وإطار مشروع 6

