



جامعة محمد خيضر بسكرة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية

ثانية ماستر اقتصاد وتسيير المؤسسات

فكرة مشروع مؤسسة ناشئة

ضمن القرار الوزاري 1275

بطاقة معلومات

1- لجنة المناقشة:

مشرفا	د. عبابسة الهاشمي
رئيسا	د. بن فرحات عبد المنعم
مناقشا	د. مناصرية اسماعيل
ممثل عن الحاضنة	د. مسعود الربيع
ممثل الشريك الاقتصادي والاجتماعي	د. سيريتي محمد علي

2- فريق الإشراف:

فريق الإشراف	
التخصص: علوم التسيير	المشرف الرئيسي (1) : عبابسة الهاشمي

1- فريق العمل:

الكلية	التخصص	فريق المشروع
--------	--------	--------------

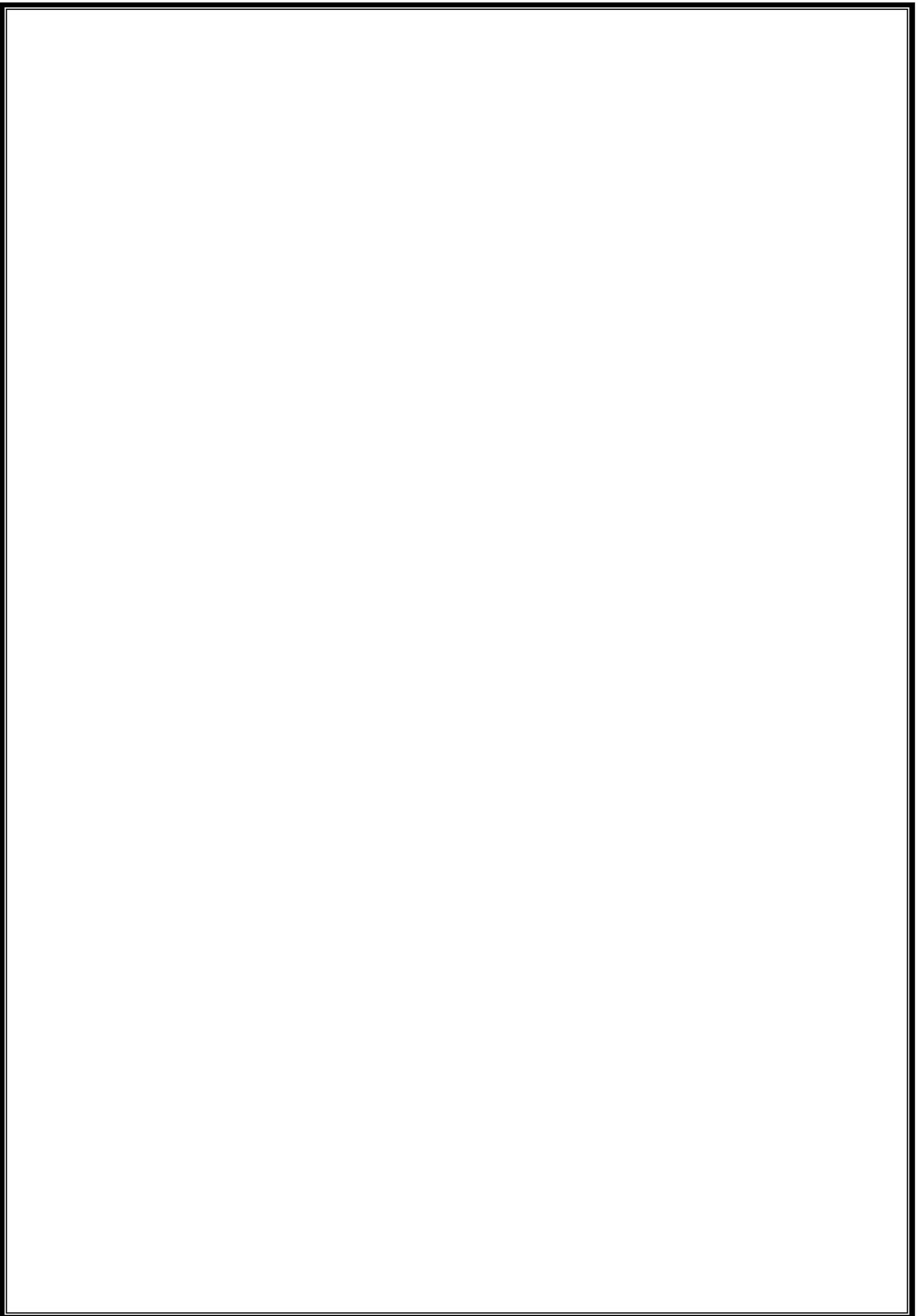
العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	اقتصاد وتسيير المؤسسات	الطالب: بوخبلة منار
العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	اقتصاد وتسيير المؤسسات	الطالب: قاسم بسمة
كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة	نظام الإعلام الآلي	الطالب: خان فريال
كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة	نظام الإعلام الآلي	الطالب: خرفي عبد العزیز

2024/2023

عنوان المشروع:

مرافقي

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في اطار القرار الوزاري 1275



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الفهرس

01	المحور الأول: تقديم المشروع
02	فكرة المشروع (الحل المقترح)
02	القيم المقترحة
02	فريق العمل
03	أهداف المشروع
03	الجدول الزمني لتحقيق المشروع
04	المحور الثاني: الجوانب الابتكارية
05	طبيعة الابتكارات
05	مجالات الابتكارات
06	المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق
07	عرض القطاع السوقي
07	التحليل الاستراتيجي للسوق
07	تحليل المتغيرات الكلية (PESTEL)
09	تحليل القوى التنافسية (PORTER)
10	تحليل SWOT
13	المزيج التسويقي
16	قياس شدة المنافسة
16	الاستراتيجيات التسويقية
17	المحور الرابع: خطة الانتاج والتنظيم
18	عملية الانتاج
23	التمويل
23	اليد العاملة
23	الشراكات الرئيسية
24	المحور الخامس: الخطة المالية
25	ميزانية المؤسسة الناشئة
28	جدول حسابات النتائج المتوقعة
31	المحور السادس: BMC

33	BMC
34	الملاحق

قائمة الجداول	
03	الجدول الزمني لتحقيق المشروع
12	مصفوفة SWOT للتشخيص الاستراتيجي

قائمة الأشكال	
19	مخطط يوضح ترتيب مراحل تقديم خدمة الرعاية الصحية المنزلية

شعار المؤسسة:



المحور الأول: تقديم المشروع

1- فكرة المشروع (الحل المقترح):

يتمثل نشاطنا في تقديم خدمات في المجال الصحي، حيث بدأت فكرة المشروع عند تصفحنا لمواقع التواصل الاجتماعي، حينها لاحظنا العديد من الأسئلة والطلبات حول من يريدون الاستفادة من الخدمات الطبية والتمريضية لأوليائهم وكذا لأجدادهم وجداتهم أي بصفة عامة لكبار السن لديهم، وذلك بمكان تواجدهم. وهنا جاءت فكرة فتح مكتب لتقديم خدمة الرعاية الصحية المنزلية وكخطوة نبدأ بها لتحقيق مشروعنا قررنا إنجاز تطبيق عملي يربط بين مقدمي خدمات الرعاية الصحية من أطباء وممرضين وبين المستفيدين منها وهم كبار السن وعائلاتهم، بحيث تكون خدمة رعاية صحية متكاملة للمسنين تشمل الرعاية المنزلية ومرافقة كبار السن في المستشفيات، وتقديم خدمات طبية ونفسية واجتماعية متخصصة.

2- القيم المقترحة:

يمكن أن تنشأ القيم المقترحة والمقدمة للمرضى من خلال العناصر التالية:

- تقديم الرعاية المنزلية والصحية للمسنين.
- تلبية احتياجات شريحة مهمة من المجتمع تعاني من الإهمال.
- تخفيف عبء العائلات في رعاية كبار السن.
- الأمان والثقة والراحة.
- مجالسة المسنين والتحدث معهم والاستماع إليهم.
- التخفيف من الاكتظاظ في المستشفيات.

3- فريق العمل:

يتكون فريق المشروع من:

- الطالب (1): بوحبله منار، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، وشهادة ليسانس ادارة الأعمال، لغة فرنسية.
- الطالب (2): قاسم بسمة، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، شهادة ليسانس في إدارة الموارد البشرية، وقامت بدورات تدريبية في مجال الصيدلة، لغة الإنجليزية B1.
- الطالب (3): خان فريال تخصص نظام الإعلام الآلي، قامت بدورات تدريبية في الإعلام الآلي والمعلوماتية. لغة الإنجليزية B2

• الطالب (4): خريفي عبد العزيز تخصص نظام الإعلام الآلي، قام بدورات تدريبية في مجال التسويق.

يتمثل دور الطالب (1) في إدارة وتسيير الأعمال وكذا إدارة المخزون.

يتمثل دور الطالب (2) في إدارة وتسيير التوظيف والأجور العاملين بهذا المشروع.

يتمثل دور الطالب (3) في معالجة طلبات الخدمة على التطبيق وكذا تسجيل البيانات بقاعدة البيانات الخاصة.

يتمثل دور الطالب (4) في صيانة التطبيق وتطويره وكذا ترويج وتسويق الخدمات.

4- أهداف المشروع:

- تحديد احتياجات كبار السن.
- تقديم خدمات رعاية منزلية وصحية متكاملة تلبي احتياجات كبار السن.
- تحسين جودة حياة كبار السن.
- خلق فرص عمل جديدة.
- الوصول إلى حصة سوقية معتبرة.

5- الجدول الزمني لتحقيق المشروع:

إن تحقيق أي مشروع يمر بعدة مراحل وعبر فترات زمنية معينة ومنتالية، ومشروعنا هذا سيمر بالجدول الزمني

الموضح في الجدول كالاتي:

الأشهر							
المراحل:	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع
أ	✓	✓					
ب		✓	✓	✓			
ج				✓			
د					✓	✓	
هـ							✓

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

1- طبيعة الابتكارات:

يمكن أن تشمل الابتكارات في مشروع تقديم خدمات الرعاية الصحية والمنزلية لكبار السن في بسكرة "مرافقي" ما يلي:

- إنشاء برامج رعاية نهارية لكبار السن توفر لهم الأنشطة الاجتماعية والتفاعلية.
- تقديم خدمات الرعاية المنزلية المتخصصة، مثل الرعاية التلطيفية وإدارة الأدوية.
- توفير برامج تدريبية للعاملين في مجال الرعاية الصحية حول رعاية كبار السن.
- تعليم كبار السن كيفية استخدام التكنولوجيا للحصول على الرعاية الصحية والمعلومات.
- رفع مستوى الوعي لدى المجتمع بأهمية رعاية كبار السن.

2- مجالات الابتكارات:

يمكن أن تركز الابتكارات في مشروع تقديم خدمات الرعاية الصحية والمنزلية لكبار السن في بسكرة على المجالات التالية:

- تقديم خدمات الرعاية الصحية المنزلية للمرضى الذين يعانون من أمراض مزمنة مثل السكري وأمراض القلب.
- توفير التعليم والتدريب للمرضى حول كيفية إدارة حالتهم.
- ربط المرضى بموارد المجتمع للحصول على الدعم.
- تقديم خدمات الاستشارة والدعم النفسي لكبار السن.
- توفير فرص للتواصل الاجتماعي والتفاعل.
- مساعدة كبار السن على البقاء نشطين ومنخرطين في مجتمعاتهم.

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

1- عرض القطاع السوقى:

- السوق المحتمل: جميع أفراد المجتمع المدني والمحتمل أن يستفيدوا من خدماتنا.
- السوق المستهدف: شريحة كبار السن من ذكر وأنى.
- مبررات اختيار هذا السوق: قد أدت التغييرات فى التركيبة السكانية والقيم الاجتماعية إلى تراجع أعداد أفراد الأسرة المتوفرين للعناية بأقاربهم من كبار السن، وازداد الطلب على خدمات الرعاية الصحية والمنزلية للمسنين ، وذلك عائد إلى عدة أسباب:
 - ارتفاع نسبة الشيخوخة فى الجزائر.
 - تزايد حالات الأمراض المزمنة بين المسنين.
 - تفضيل العديد من كبار السن البقاء فى منازلهم بدلا من الذهاب إلى دور رعاية المسنين.
 - زيادة أعداد النساء العاملات: حيث كانت الكثير من النساء تتولى مهمة رعاية الأبوين عند تقدمهما فى السن، إلا أن متطلبات سوق العمل الحالية قلصت من أعداد النساء القادرات على القيام بذلك.

ولعل ذلك يُنبئ بالحاجة إلى المزيد من خدمات الرعاية المقدمة من أشخاص غير الأهل والأصدقاء.

التحليل الاستراتيجى للسوق:

تحليل المتغيرات الكلية:

نستخدم نموذج PESTEL لتحليل عوامل البيئة الخارجية التى تؤثر على نشاط المؤسسة

1/ العوامل الاقتصادية:

- مستوى الدخل: ان زيادات الرئيس الأخيرة فى الأجور أدت لارتفاع مستوى الدخل مما يدفع العائلات الى الاستعانة بخدمات رعاية كبار السن بدلا من رعاية أفراد الأسرة لهم بأنفسهم.
- النمو المتزايد للمؤسسات الناشئة فى الجزائر.

2/ العوامل السياسية:

- الاستقرار السياسى فى الدولة مما يشجع من فرص الاستثمار.
- التشريعات القانونية المشجعة على انشاء المشاريع ودعم المقاولاتية.

• السياسة الحكومية الداعمة للمنتجات المحلية عن طريق تشجيع الطلبة في انشاء مشاريعهم الخاصة تحت القرار الوزاري 1275.

• اهتمام الحكومة بالبنية التحتية للتكنولوجيا وذلك بزيادة تدفق سرعة الأنترنت في الجزائر، مما يساهم في الوصول بسرعة للتطبيق وتلبية الخدمات.

• النظام الضريبي والاعفاءات التي يستفيد منها المستثمرين.

3/ العوامل الاجتماعية:

• زيادة متوسط الأعمار: (76.4عاما) مما أدى إلى زيادة أعداد كبار السن. وبالتالي، فإن أبناءهم الذين يُفترض بهم أن يكونوا من مقدمي رعاية، قد يكونون مسنين أيضًا.

• تأخر الإنجاب: (ارتفعت من 15 الى 20 في المئة) لقد أدى التأخر بالإنجاب، بالإضافة إلى زيادة العمر الافتراضي، إلى نشوء جيل من مقدمي الرعاية الذين يهتمون بأطفالهم وذويهم في نفس الوقت.

• التوزع الجغرافي الواسع للعائلة الواحدة، وزيادة معدلات الطلاق: حيث ازداد معدل التنقلات، وأصبح من الأرجح أن يكون أعضاء الأسرة متباعدين جغرافيًا عن بعضهم البعض، مما قد يُضعف الروابط الأسرية.

• زيادة أعداد النساء العاملات: 57.4% في القطاع العام و 42.6% في القطاع الخاص حيث كانت الكثير من النساء تتولى مهمة رعاية الأبوين عند تقدمهما في السن، إلا أن متطلبات سوق العمل الحالية قلّصت من أعداد النساء القادرات على القيام بذلك.

ولعل ذلك يُنبئ بالحاجة إلى المزيد من خدمات الرعاية المقدمة من أشخاص غير الأهل والأصدقاء.

4/ العوامل التكنولوجية:

• يؤثر التغير التكنولوجي السريع في العالم على استخدام التطبيق ايجابا.

• مشاكل الأمان و الاختراقات لقواعد بيانات المستخدمين تؤثر سلبا على استخدام التطبيق.

• التطور المستمر للبرامج الذكية يساعد في التغلب على العديد من المشاكل التي تواجه التطبيق.

5/ العوامل القانونية:

• يجب التقيد بقوانين الصحة المنصوص عليهم بالجريدة الرسمية والهدف منها تجسيد حقوق وواجبات المواطنين في مجال الصحة.

- احترام القوانين المتعلقة بسوق العمل.
- قانون حماية الحقوق الفكرية للتطبيق.

6/ العوامل البيئية:

المؤسسة لا تقوم بأي نشاط يضر بالبيئة أو بإمكانه التأثير عليها وبالتالي فهي صديقة للبيئة وتشجع الاستدامة.

تحليل القوى التنافسية:

1/ قوة التفاوض للمشتريين:

- عدد المشتريين مرتفع: وجود عدد كبير من كبار السن
- قوة التفاوض للمشتريين عالية: يمكن للمشتريين مقارنة الأسعار والخدمات من مختلف مقدمي الخدمات.
- التكلفة المنخفضة للتحويل: يمكن للمشتري بسهولة التنقل للمستشفى بدل طلب الخدمة المنزلية.
- تعدد قوة التفاوض للمشتريين مرتفعة.

2/ قوة التفاوض للموردين:

- عدد الموردين كبير: وجود عدد كبير من مقدمي الرعاية الصحية (نسبة البطالة مرتفعة في الجزائر)، وأيضا بالنسبة لموردي اللوازم الصيدلانية وشبه الصيدلانية.
- قوة التفاوض للموردين منخفضة: يمكن لمؤسسة "مرافقي" بمقارنة الأسعار والخدمات من مختلف الموردين.
- التكلفة المنخفضة للتحويل: يمكن لمؤسسة "مرافقي" التحويل لمورد آخر بسهولة.
- تعدد قوة التفاوض للموردين منخفضة.

3/ تهديد دخول المنافسين الجدد:

- حواجز الدخول عالية: بسبب متطلبات رأس المال الكبيرة واللوائح الحكومية.
- يعد تهديد دخول منافسين جدد منخفض للسوق.
- الحماية الفكرية للتطبيق عائق أمام المنافسين المحتملين للدخول الى السوق.

4/ قوة المنافسة الحالية:

هناك العديد من دور الرعاية الصحية التقليدية وعدم وجود مؤسسات خاصة تنشط عبر تطبيق الكتروني يخفض من شدة المنافسة الحالية وبالتالي فرصة "مرافقي" عالية في الوصول لحصة سوقية معتبرة.

5/ تهديد المنتجات البديلة:

لا يوجد عدد كبير من الخدمات البديلة المتاحة لكبار السن و لذلك يعد تهديد الخدمات البديلة منخفض في هذا السوق.

من خلال تحليل نموذج القوى الخمس لبورتر، فان قوة التفاوض للمشتريين مرتفعة لذلك يجب على "مرافقي":

- تقديم خدمات عالية الجودة بأسعار تنافسية لجذب المشتريين.
- بناء علاقات قوية مع الموردين للحصول على أفضل الأسعار والخدمات.
- مراقبة دخول المنافسين الجدد و اتخاذها الاجراءات اللازمة للحفاظ على حصتها السوقية من خلال الابتكار المستمر.

تحليل swot :

1/ نقاط القوة:

- تطبيق ذكي سهل الاستخدام.
- توفير الأمان والثقة.
- أسعار تنافسية.
- فريق عمل مؤهل (طلبة ذات تخصصات مختلفة: ادارة الأعمال، ادارة الموارد البشرية، اقتصاد وتسيير المؤسسات، الاعلام الآلي).
- يوفر المشروع الحصول على خدمات متعددة من مكان تواجدك.
- موارد بشرية مؤهلة.

2/ نقاط الضعف:

- قلة الموارد المالية.
- قلة الوعي بالخدمات المقدمة.
- الأعطاب غير المتوقعة في التطبيق.
- صعوبة جذب المستخدمين الجدد والمحافظة عليهم.

3/ الفرص:

- زيادة عدد كبار السن في الجزائر.
- زيادة الوعي بأهمية رعاية كبار السن.
- الدعم الحكومي للمؤسسات الناشئة.
- الشراكات مع المنظمات غير الحكومية لتوسيع نطاق الخدمات (مثلا تقديم رعاية مجانية او بأسعار أقل لكبار السن الذين يعانون من ضائقة مالية بالشراكة مع الجمعية الجزائرية لرعاية كبار السن للوصول لشريحة عملاء جديدة، اجراء أبحاث حول احتياجات كبار السن بالشراكة مع مركز البحوث والدراسات حول الشيخوخة بهدف فهم احتياجات عملائها بشكل أفضل).
- زيادة الطلب على التطبيقات المساعدة في ادارة الحياة اليومية.
- عدم توفر هذا النوع من التطبيقات في المنطقة.

4/ التهديدات:

- التغييرات في اللوائح الحكومية والتشريعات.
 - التقدم التكنولوجي السريع يشكل خطر ظهور خدمات جديدة منافسة.
 - تطوير وتأمين التطبيق من الاختراقات.
- من خلال تحليل SWOT فان نقاط القوة لـ "مرافقي" وفرصها تقدم لها فرصة كبيرة للنجاح، ومع ذلك يجب على المؤسسة اتخاذ خطوات لمعالجة نقاط الضعف وتجنب التهديدات.
- يجب على مؤسسة "مرافقي"

- التركيز على بناء علامة تجارية قوية لضمان ولاء عملائها وبالتالي يضعف المنافس أمامها.
- توسيع نطاق خدماتها لتلبية احتياجات مختلف شرائح السوق.
- الشراكة مع المنظمات غير الحكومية.
- الاستمرار في الاستثمار في التكنولوجيا.

الجدول رقم (02): مصفوفة SWOT للتشخيص الاستراتيجي

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> • تطبيق ذكي سهل الاستخدام. • توفير الأمان والثقة. • أسعار تنافسية. • فريق عمل مؤهل. • يوفر المشروع الحصول على خدمات متعددة ذات جودة من مكان تواجدك. • موارد بشرية مؤهلة. 	<ul style="list-style-type: none"> • قلة الموارد المالية. • قلة الوعي بالخدمات المقدمة. • الأعطاب غير المتوقعة في التطبيق. • صعوبة جذب المستخدمين الجدد والمحافظة عليهم.
الفرص	التحديات
<ul style="list-style-type: none"> • زيادة عدد كبار السن في الجزائر. • زيادة الوعي بأهمية رعاية كبار السن. • الدعم الحكومي للمؤسسات الناشئة. • الشراكات مع المنظمات غير الحكومية لتوسيع نطاق الخدمات. 	<ul style="list-style-type: none"> • التغييرات في اللوائح الحكومية والتشريعات. • التقدم التكنولوجي السريع يشكل خطر ظهور خدمات جديدة منافسة. • تطوير وتأمين التطبيق من الاختراقات

- زيادة الطلب على التطبيقات المساعدة في ادارة الحياة اليومية.
- عدم توفر هذا النوع من التطبيقات في المنطقة.

تحليل SWOT من اعداد الطالبين

المزيج التسويقي:

الخدمة: تقدم الخدمات لاشباع حاجات كبار السن باستخدام تطبيق الكتروني سهل الاستخدام لحجز الخدمات وتتبعها وادارة حسابات العملاء، وتقديم رعاية عالية الجودة من قبل مقدمي رعاية مؤهلين ومدربين والتأكد من حصول كبار السن على رعاية آمنة وموثوقة.

التسعير: يتم تقديم أسعار تنافسية وتسعى ممرضتي لتقديم عروض وخصومات خاصة لجذب عملاء جدد والمحافظة على العملاء الحاليين. والتأكد من أن قيمة الخدمات المقدمة تفوق سعرها.

التوزيع: يتم تقديم الخدمات من خلال فريق داخلي من مقدمي الرعاية المدربين والمؤهلين.

الاعلان عن الخدمات من خلال موقع الويب والتطبيق الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي.

ابرام شراكات لتوسيع نطاق الوصول.

الترويج:

التسويق الرقمي: انشاء موقع ويب جذاب وسهل الاستخدام يقدم معلومات حول الخدمات والأسعار وفريق مقدمي الرعاية.

استخدام الإعلانات المدفوعة على المنصات مثل Google و Facebook و Instagram.

التسويق بالمحتوى من خلال كتابة مقالات ونشرها على مدونة الموقع الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي حول مواضيع تهم كبار السن وعائلاتهم.

استخدام التسويق عبر البريد الإلكتروني لإرسال رسائل إخبارية وعروض ترويجية للعملاء الحاليين والمحتملين.

التسويق التقليدي:

الإعلان في المطبوعات المحلية، مثل الصحف والمجلات.

توزيع منشورات وكتيبات إعلانية في مراكز الرعاية النهارية ومرافق الرعاية الصحية الأخرى.

المشاركة في المعارض التجارية والمؤتمرات المتعلقة برعاية كبار السن.

التسويق بالعلاقات:

بناء علاقات مع مقدمي الرعاية الصحية ومرافق الرعاية الأخرى.

تقديم برامج ولاء العملاء.

تشجيع العملاء على نشر ملاحظاتهم الإيجابية على الإنترنت.

العنصر البشري:

فريق مقدمي الرعاية :

توظيف مقدمي رعاية مؤهلين ومدربين ولديهم خبرة في رعاية كبار السن.

توفير تدريب منتظم لمقدمي الرعاية حول أحدث ممارسات رعاية كبار السن.

ضمان حصول مقدمي الرعاية على تعويضات ومزايا تنافسية.

فريق خدمة العملاء :

توفير خدمة عملاء ممتازة على مدار 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع.

الرد على جميع استفسارات العملاء وشكاوهم في الوقت المناسب.

حل مشكلات العملاء بكفاءة وفعالية.

جمع ملاحظات العملاء وتحسين الخدمات باستمرار.

عملية تقديم الخدمة:

عملية حجز سهلة :

السماح للعملاء بحجز الخدمات من خلال التطبيق الإلكتروني أو موقع الويب أو الهاتف.

تقديم خيارات متنوعة لحجز الخدمات، مثل الحجز الفوري أو الحجز المسبق.

إرسال رسائل تأكيد للعملاء بعد حجز الخدمات .

تقييم احتياجات العملاء :

إجراء تقييم شامل لاحتياجات كل عميل لضمان توفير الرعاية المناسبة.

مراعاة التفضيلات الشخصية للعملاء واحتياجاتهم الصحية.

تطوير خطة رعاية مخصصة لكل عميل.

مراقبة جودة الخدمة :

إجراء عمليات تفتيش منتظمة لمقدمي الرعاية للتأكد من تقديمهم للخدمات وفقاً للمعايير المحددة.

جمع ملاحظات العملاء حول جودة الخدمات.

إجراء التعديلات اللازمة على الخدمات لتحسين رضا العملاء.

الدليل المادي:

التطبيق الإلكتروني والمكتب .

من خلال المزيج التسويقي لمؤسسة " مرافقي " يمكنها:

التركيز على بناء علاقات قوية مع العملاء.

خلق شعور بالمجتمع بين كبار السن.

تقديم محتوى تعليمي وتنقيفي حول قضايا الشيخوخة.

المساهمة في الأبحاث المتعلقة بالشيخوخة.

2- قياس شدة المنافسة:

المنافسة في هذا السوق محدودة، حيث لا توجد مؤسسة أو شركة تقدم خدمات الرعاية الصحية والمنزلية المتكاملة للمسنين، على غرار مستشفى حكيم سعدان لكنه يقدم خدمات صحية فقط.

الاستراتيجيات التسويقية:

توجد العديد من الإستراتيجيات التنافسية الملائمة لمشروع "ممرضى" لتقديم الخدمات المتعددة، إلا أننا قمنا باختيار الإستراتيجيات الآتية:

استراتيجية التركيز:

استراتيجية التركيز على التكلفة المنخفضة: تركز "مرافقي" على تقديم خدمات بأسعار منخفضة لجذب العملاء الحساسين للسعر.

استراتيجية التركيز على التمييز: تركز "مرافقي" على تقديم خدمات ذات جودة عالية و ميزات فريدة تميزها عن المنافسين.

استراتيجية التركيز على التركيبة السكانية: تركز "مرافقي" على خدمة مجموعة محددة من العملاء بناءً على خصائص مثل العمر (كبار السن) و الجنس (نساء ورجال) و الموقع الجغرافي (بسكرة).

استراتيجية التركيز على المزايا التنافسية: تركز على استغلال نقاط القوة الفريدة للمؤسسة في شريحة محددة من السوق ينتج عنها استراتيجية الهجوم فهي نتيجة تقاطع بين نقاط القوة للمؤسسة والفرص المتواجدة في السوق وتهدف الى بناء المركز التنافسي للمؤسسة من خلال عدة أساليب منها التوسع، الابتكار، التجديد، غزو السوق الجديدة وتقديم الخدمات.

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

1- عملية الإنتاج

بما أن مشروعنا عبارة عن تقديم خدمات وليس إنتاج منتج، فإننا سنركز على العمليات التي تقدم من خلالها الخدمة، بحيث تشمل جميع خطوات تقديم الخدمة، بدءً بتلقي الطلب حتى تقديمها وتلقي الدفع، وذلك عبر المراحل التالية:

1. الدخول إلى التطبيق:

- تأكد من أن لديك اتصالاً بالإنترنت.
- الدخول إلى تطبيق Play Store.
- انقر على مستطيل البحث وكتابة اسم التطبيق: مرافقي .
- يظهر التطبيق الخاص بنا على نتائج البحث.
- قم بتنزيل التطبيق على الهاتف.
- افتح التطبيق انطلق على هاتفك الذكي.
- سجّل الدخول إلى حسابك أو أنشئ حساباً جديداً إذا لم يكن لديك حساب بالفعل.

2. تصفح الخدمات:

- تصفح قائمة الخدمات المتاحة على التطبيق.
- يمكنك البحث عن خدمة محددة باستخدام شريط البحث.
- قراءة وصف كل خدمة لمعرفة المزيد عنها.

3. اختيار الخدمة:

- حدد الخدمة التي تريد الحصول عليها.
- اقرأ بعناية شروط وأحكام الخدمة قبل المتابعة.

4. إدخال المعلومات:

- أدخل جميع المعلومات المطلوبة لإكمال طلب الخدمة.
- تشمل هذه المعلومات اسمك، عنوانك، ورقم هاتفك.

5. مراجعة الطلب:

- راجع طلبك للتأكد من صحة جميع المعلومات.
- أدخل أي تغييرات ضرورية.

6. تأكيد الطلب:

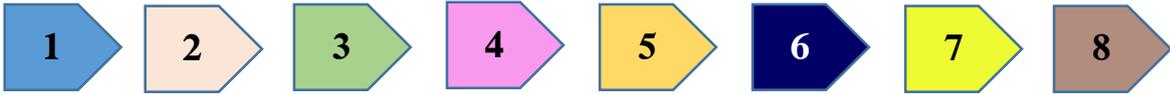
- أكد طلبك.
- ستلقى رسالة تأكيد على هاتفك أو بريدك الإلكتروني.

7. استلام الخدمة:

- بمجرد اكتمال طلبك، ستلقى إشعارًا بذلك.

8. الدفع:

- يتم الدفع بعد تقديم الخدمة مباشرة نقدا ويدا بيد.



الشكل رقم (01): مخطط يوضح ترتيب مراحل تقديم خدمة الرعاية الصحية المنزلية

رابط التطبيق:

<https://drive.google.com/file/d/1eJUMSPDY9nrq9D3Pb30dB6dxv3hWIJKp/view?usp=sharing>

6:57



please enter your information to login

UserName

Password

remember me [i forgot my password](#)

login

or login with

SignUp

6:57



please enter your information to signUp

FirstName

LastName

Date of birth : JUN 17 2024

Email

Phone

Adress

Username

Password

Confirm Password

Sign Up

6:54

Home

Hey, Dr. Mostafa!
Welcome Back, I hope u doing well

Search patients, New appointment.

Appointment **Consulation**

PROFESSIONAL TEAM





6:54



Hello world

Categorie:1

- Home
- List of nurse
- List of appointment
- Call admins

Categorie:2

- Your profile
- Logout

6:54

Nurses List

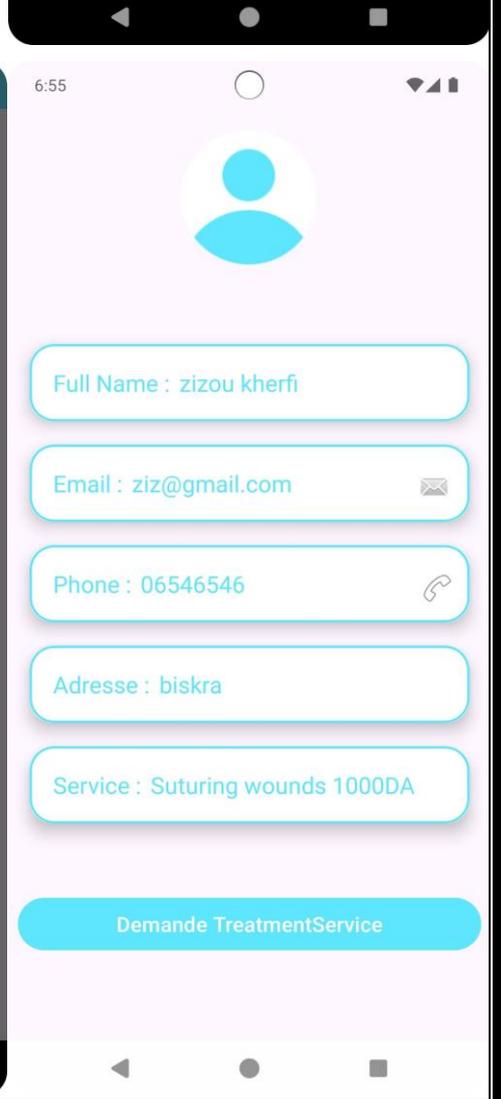
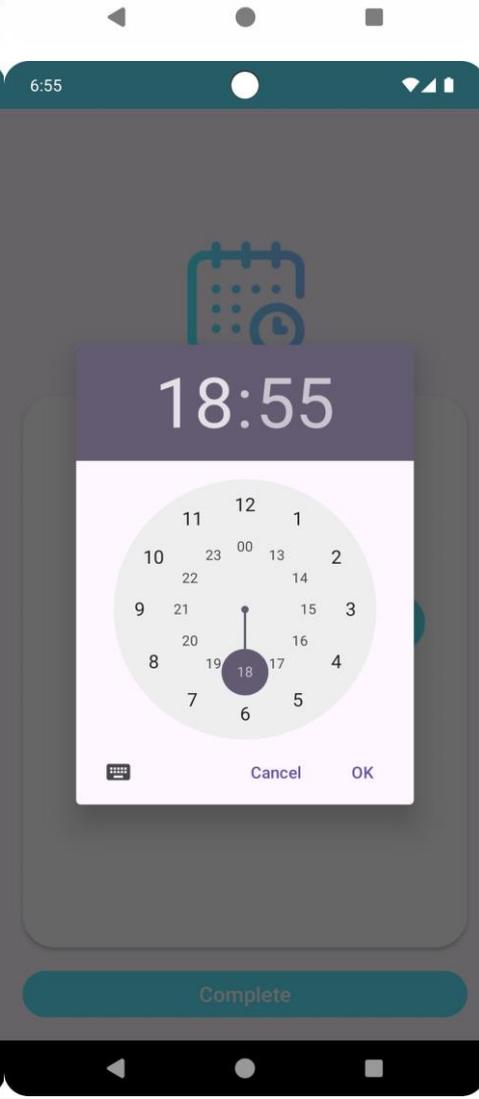
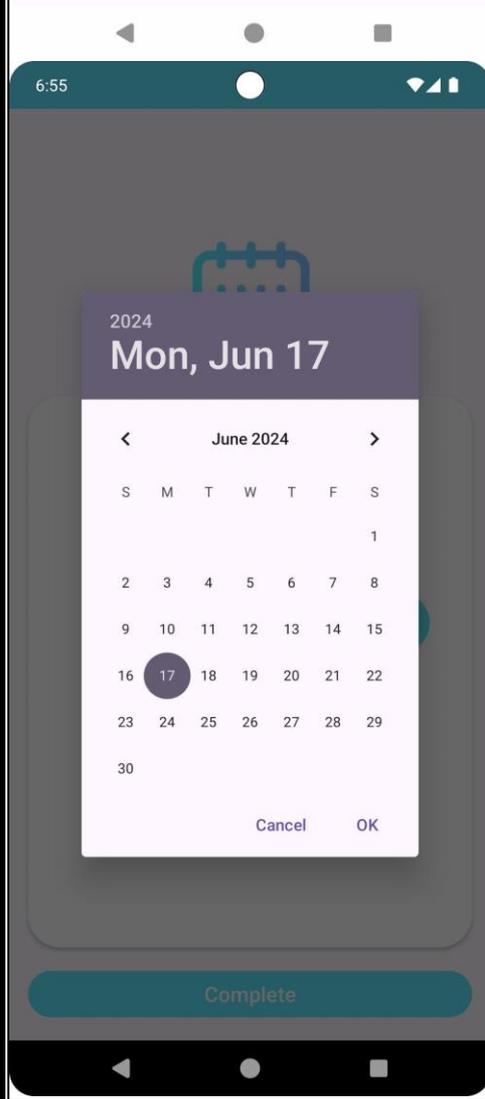
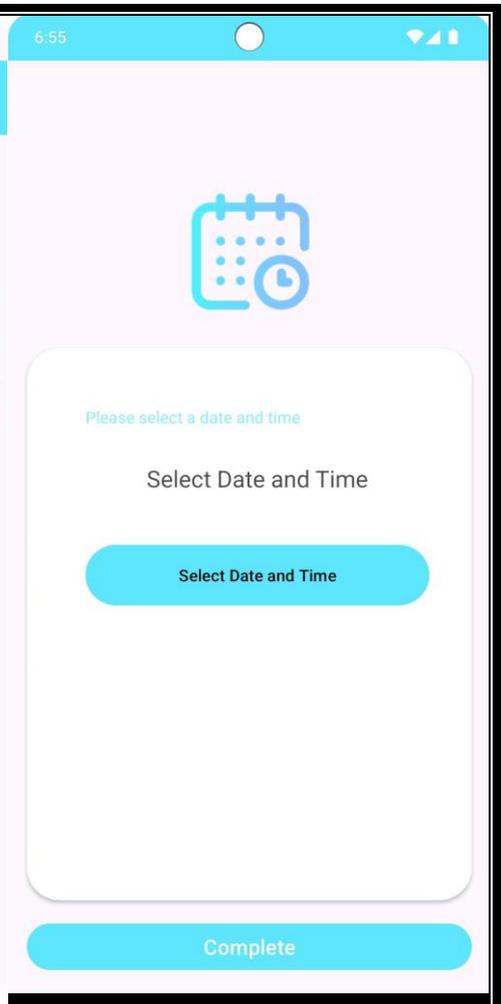
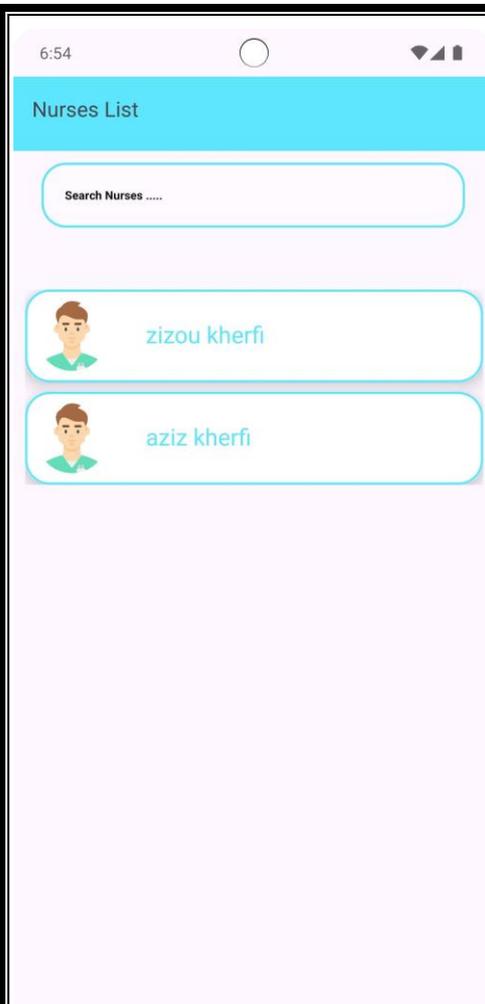
Search Nurses

-  **Suturing wounds**
1000
-  **Blood type detection**
1000
-  **Blood tests**
1000
-  **serum**
1000
-  **medical injection**
1000

6:54

Choose Gender of Nurse

Female **Male**



6:56 Mon, Jun 17

100%

Internet

Bluetooth

Flashlight

Do Not Disturb



StartupProjecte • now



Appointment accepted

Your appointment accepted

Open



Manage

Clear all

2- التمويين

اللوازم والمعدات: يتم اقتناء المواد الأولية والمتمثلة في المواد الصيدلانية وشبه الصيدلانية من مؤسسة طهراوي لبيع المواد الصيدلانية وشبه الصيدلانية، وسيتم اعتماده كمورد دائم وهو ما يعتبر نقطة إيجابية لنا لأننا سنصبح زبائن أوفياء.

سياسة الدفع:

سيتم اعتماد ثلاثة طرق في سياسة الدفع والمتمثلة في:

- الدفع عند الاستلام.
- الدفع بواسطة صك بريدي.
- الدفع عن طريق تسبيقات بنكية.

3- اليد العاملة

يخلق مشروعنا حوالي عشر (10) مناصب كمرحلة أولية موزعة كآآتي:

- ممرضين: 4 مناصب.
- متخصصين في التأهيل الحركي: 2 مناصب.
- المرافقة النهارية والليلية: 4 مناصب.

4- الشراكات الرئيسية

أهم الشراكات في مشروعنا ستكون مع:

- المستثمرون.
- الموردون: موردو المواد الصيدلانية وشبه الصيدلانية.
- شركاء التسويق.
- المستشارون القانونيون.

المحور الخامس: الخطة المالية

الملحق رقم 01: ميزانية المؤسسة الناشئة

STARTUP BILANS DE : مرافقي

ACTIF								
En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Incorporelles Immobilisation	-	-	-	50,000.00	60,000.00	180,000.00	220,000.00	220,000.00
Corporelles Immobilisation	-	-	-	371,305.80	445,566.96	490,120.00	490,120.00	490,120.00
Terrain					-			
Bâtiment				120,000.00	120,000.00	240,000.00	360,000.00	360,000.00
Immobilisations Corporelles Autres					-			
concession Immobilisations en					-			
cours Immobilisation en	-	-	-	-	-	-	-	-
Financières Immobilisations	-	-	-	-	-	-	-	-
équivalence Titres mis en					-			
et créances rattachées Autres participations					-			
immobilisés Autres Titres					-			
titres financiers non Prêts et autres courants					-			
Impôts différés actif					-			
ACTIF NON COURANT	-	-	-	541,305.80	625,566.96	910,120.00	1,070,120.00	1,070,120.00
Stocks et encours	-	-	-	96,637.74	115,965.29	330,000.00	470,000.00	610,000.00

assimilés Créances et emplois	-	-	-	-	-	-	-	-
Clients								
Autres débiteurs								
Impôts et assimilés								
emplois assimilés Autres créances et								
assimilés Disponibilités et	-	-	-	-	-	-	-	-
actifs financiers Placements et autres								
courants								
Trésorerie				75,000.00	97,500.00	120,000.00	175,000.00	192,000.00
ACTIF COURANT	-	-	-	171,637.74	213,465.29	450,000.00	645,000.00	802,000.00
TOTAL ACTIF	-	-	-	712,943.54	839,032.25	1,360,120.00	1,715,120.00	1,872,120.00
PASSIF								
	REALISATION			PREVISION				
En milliers DZD	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CAPITAUX PROPRES								
Capital émis				250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00
Capital non appelé					-			
Ecart de réévaluation					-			
Réserves Consolidées Primes et réserves-					-			
du groupe Résultat net- RN part				323,000.00	416,000.00	890,345.00	1,201,050.00	1,310,215.00
propores- report à nouveau Autres capitaux					-			
consolidante (1) Part de la société					-			

CAPITAUX PROPRES	-	-	-	573,000.00	666,000.00	1,140,345.00	1,451,050.00	1,560,215.00
PASSIFS NON-COURANTS								
financières Emprunts et dettes				50,000.00	65,000.00	84,500.00	109,850.00	142,805.00
impôt différé passif								
courantes Autres dettes non								
produits constatés d'avance Provisions et								
PASSIFS NON-COURANTS	-	-	-	50,000.00	65,000.00	84,500.00	109,850.00	142,805.00
PASSIFS COURANTS								
comptes rattachés Fournisseurs et				40,643.00	60,500.00	69,575.00	80,120.00	92,000.00
Impôts				3,500.00	4,200.00	4,700.00	5,600.00	6,100.00
Autres dettes								
Trésorerie passif				45,800.54	43,332.25	61,000.00	68,500.00	71,000.00
PASSIFS COURANTS	-	-	-	89,943.54	108,032.25	135,275.00	154,220.00	169,100.00
TOTAL PASSIF	-	-	-	712,943.54	839,032.25	1,360,120.00	1,715,120.00	1,872,120.00
l'équilibre Actif/Passif Verification de	-	-	-	-	-	-	-	-

الملحق رقم 02: جدول حسابات النتائج المتوقعة

COMPTE DE RESULTAT

مرافقي : STARTUP PREVISIONNELDE

En Milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes				1,397,790.00	1,533,500.00	2,466,000.00	2,851,000.00	3,036,000.00
Variation des stocks produits finis et en cours								
Production immobilisée								
Subvention d'exploitation								
Production de l'exercice	-	-	-	1,397,790.00	1,533,500.00	2,466,000.00	2,851,000.00	3,036,000.00
Achats consommés				280,000.00	310,000.00	420,000.00	428,000.00	456,000.00
Services Extérieurs et autres consommations				115,000.00	118,000.00	152,000.00	153,500.00	175,000.00

Consommation de l'exercice	-	-	-	395,000.00	428,000.00	572,000.00	581,500.00	631,000.00
Valeur ajoutée d'exploitation	-	-	-	1,002,790.00	1,105,500.00	1,894,000.00	2,269,500.00	2,405,000.00
Charges de personnel				600,000.00	600,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00
Impôts et taxes et versement assimilés				54,000.00	54,000.00	79,000.00	79,000.00	79,000.00
Excédent Brut d'Exploitation	-	-	-	348,790.00	451,500.00	1,015,000.00	1,390,500.00	1,526,000.00
Autres produits opérationnels				210,000.00	222,500.00	251,600.00	262,500.00	263,100.00
Autres charges opérationnelles				134,000.00	137,200.00	163,100.00	165,200.00	166,300.00
amortissements, Provisions Dotations aux				58,000.00	58,000.00	58,000.00	58,000.00	58,000.00
valeurs et provisions Reprise sur pertes de					10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00

Résultat opérationnel	-	-	-	366,790.00	488,800.00	1,055,500.00	1,439,800.00	1,574,800.00
Produits Financiers				64,976.00	72,000.00	92,790.00	93,170.00	94,540.00
Charges financières				33,000.00	47,220.00	49,100.00	50,200.00	51,800.00
Résultat financier	-	-	-	31,976.00	24,780.00	43,690.00	42,970.00	42,740.00
avant impôt Résultat Ordinaire	-	-	-	398,766.00	513,580.00	1,099,190.00	1,482,770.00	1,617,540.00
résultat ordinaire Impôt exigible sur				75,766.00	97,580.00	208,845.00	281,720.00	307,325.00
(variation) sur résultat Impôt différé ordinaire								
<i>ACTIVITES TOTAL DES PRODUITS DES ORDINAIRES</i>	-	-	-	<i>1,672,766.00</i>	<i>1,838,000.00</i>	<i>2,820,390.00</i>	<i>3,216,670.00</i>	<i>3,403,640.00</i>

<i>ACTIVITES TOTAL DES CHARGES DES ORDINAIRES</i>	-	-	-	<i>1,349,766.00</i>	<i>1,422,000.00</i>	<i>1,930,045.00</i>	<i>2,015,620.00</i>	<i>2,093,425.00</i>
ACTIVITES ORDINAIRES RESULTA NET DES	-	-	-	323,000.00	416,000.00	890,345.00	1,201,050.00	1,310,215.00
extraordinaire (produits) Eléments								
extraordinaire (charges) Eléments								
Résultat extraordinaire	-	-	-	-	-	-	-	-

المحور السادس: BMC

<p>➤ الشراكات الرئيسية</p>  <ul style="list-style-type: none"> • المستثمرون. • الموردون: موردو المواد الصيدلانية وشبه الصيدلانية. • شركاء التسويق. • المستشارون القانونيون. 	<p>➤ الأنشطة الرئيسية</p>  <ul style="list-style-type: none"> • تقديم خدمات الرعاية والمتابعة للمستخدمين. • توفير التدريب والدعم لمقدمي الرعاية. • تطوير وصيانة التطبيق الالكتروني. 	<p>➤ القيم المقترحة</p>  <ul style="list-style-type: none"> • خدمات الرعاية المنزلية لكبار السن. • الأمان والثقة والراحة. • أسعار مناسبة. • الحداثة وسهولة الوصول. • تخفيف عبئ العائلات في رعاية كبار السن. • مجالسة المسنين والتحدث معهم والاستماع إليهم. • تقديم الملاحظات والشكاوى حول مقدمي الخدمة وكذا المستفيدين منها. 	<p>➤ العلاقات مع العملاء</p>  <ul style="list-style-type: none"> • موظف للرد على انشغالات العملاء. • تقديم دعم فني ورعاية شخصية. • توفير خدمات متخصصة ومتكاملة لتلبية احتياجات كبار السن. • إمكانية تقييم الخدمات عبر التطبيق. 	<p>➤ شرائح العملاء</p>  <ul style="list-style-type: none"> • كبار السن الذين يعيشون وحدهم. • أفراد الأسرة ورعاة الأسرة. • النطاق الجغرافي: مدينة بسكرة. <p>➤ القنوات</p>  <ul style="list-style-type: none"> • التطبيق الالكتروني. • مواقع التواصل الاجتماعي. • الاتصالات الهاتفية.
<p>➤ هياكل التكاليف</p>  <ul style="list-style-type: none"> • تكاليف الايجار. • تكاليف التجهيز. • تكاليف التطوير والصيانة للتطبيق. • تكاليف التسويق والاعلان. • تكاليف تشغيلية. 		<p>➤ مصادر الإيرادات</p>  <ul style="list-style-type: none"> • الخدمات المقدمة. • رسوم الاشتراك الشهرية أو السنوية للمستخدمين. 		

الملاحق

TAHRAOUI

s.a.r.l

Commerce Gros De Produits Parapharmaceutiques, Matériels &
Instruments Médico-Chirurgicaux, Leurs Accessoires & Consommables

Biskra le : 04/06/2024

Facture Pro N° : DE2024/00089

Etablie par : mohamed

CLIENT : meryem

ADRESSE :

Mode de paiement :

RC :

Délai de paiement :

MF :

N°	Référence	Désignation	Qté	PU HT	Montant HT	TVA %
1	SKH034 20L	POUBELLE EN ACIER INOXYDABLE	6	4 120,00	24 720,00	19
2	MO2A	MASQUE A OXYGENE ADULTE	3	210,00	630,00	19
3	ALCOOL 1L	ALCOOL 70° - 1L	10	650,00	6 500,00	0
4	00GLM	GANT LATEX M	50	0,00	0,00	0
5	BABIOWASE	BAVETTE BIOBASE	50	50,42	2 521,00	19
6	AV91/MJ90	TENSIOMETRE ROSSMAX	10	5 450,00	54 500,00	19
7	32566	STETHOSCOPE TRAD TÊTE DOUBLE - Y rouge	10	580,00	5 800,00	19
8	25544	THERMOMÈTRE NUMÉRIQUE GRENOUILLE " C - HANG BOX	10	630,00	6 300,00	19
9	B-CREPE 4X5	Bande de crepe 4m x 05cm	20	32,00	640,00	19
10	B-JERSEY 5M (10/15)	Bande JERSEY 5M (10/15)	5	151,00	755,00	19
11	HB 5106	BANDAGE DU TENDON ROTULIEN	5	920,00	4 600,00	19

Total HT 106 966,00

Total TVA 19 088,540

Remise Globale 0,0000

Total TTC 126 054,54

Timbre

SARL TAHRAOUI Au Capital de : 250 200 000 DA
R.C.N° 98/B/0242117 / NIF : 099407010144733 / Compte CPA Biskra N° 305.400.2306811-88 / Compte BEA Biskra N° 56.61.871.E
Siège Social : 8, Avenue Hakim Saâdane 07000 Biskra – Algérie
Tél / Fax : (+213) 033-53-60-39 / (+213) 033-53-29-28
Email : medical@groupetahraoui.com - matmedsante@gmail.com / Web : www.tahraouimedicale.com

Net A Payer

126 054,54

on :

Validité d'offre: 07 jours

Méthodes de paiement: - Les paiements sont acceptés en espèce, cheque ou virement bancaire.

- En cas de paiement en espèce et si le client demande une facture, il devra ajouter le droit de timbre fiscal.

- En cas de paiement par chèque ou virement bancaire, ces derniers devront être sous la nom de : SARL TAHRAOUI MEDICALE

Visa Client

CACHET & SIGNATURE

SARL TAHRAOUI Au Capital de : 250 200 000 DA
R.C N° 98/B/0242117 / NIF : 099407010144733 / Compte CPA Biskra N° 305.400.2306811-88 / Compte BEA Biskra N° 56.61.871.E
Siège Social : 8, Avenue Hakim Saâdane 07000 Biskra – Algérie
Tél / Fax : (+213) 033-53-60-39 / (+213) 033-53-29-28
Email : medical@grouptahraoui.com - matmedsante@gmail.com / Web : www.tahraouimedicale.com

PAPWILAYA

[Description du magasin]

Devis / Proformat

DV0030/24

KARIM | Caisse A

Mardi, 04-06-2024 | 08:22:58

Client divers

Nom d'article	Qté	Prix	Montant
STYLO UNIMAX DC BV/N/R	50	40.00	2 000.00
RAME A4 500F ELHILAL rouge	1	650.00	650.00
NOTE BOOK A5 exine	1	580.00	580.00
STICK NOTTES MULTI-COULEUR 76*76	1	100.00	100.00

3 330.00 DA



Avec nos remerciements !

VENTE MATERIEL INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE / MOBILE
ACCESSOIRES / MAINTENANCE

Ouamane Mounir
R.C.N° 06/A/1230470 ART 07010103907
M. Fiscal 176070102250137
113 Av. Zaatcha Biskra
Agence BNA Biskra Compte N° 001 00 386 0300102567-33



Adresse: BISKRA

Date: 14/05/2024

FACTURE PROFORMA

N°	Désignation	Unité	Qté	Prix U	Montant en HT
1	PC DE BUREAU HP 17 RAM 16g/ D Dure HDD 1 T+SSD 256G/ grav dvd/ ecran 19"	U	1	147500,00	147 500,00
2	MICRO PORTABLE HP PROBOOK RYZEN 3 SSD 256G/ RAM 16G/ ECRAN 15,6	U	1	135600,00	135 600,00
				Montant Total en HT	283 100,00
				TVA 19%	53 789,00
				Montant Total en TTC	336 889,00

Arreté la Présente Facture proforma à la somme de:

Trois cent trente six mille huit cent quatre-vingt neuf Dinars Algériens Et 00 CTS.

Gérant:





ETABLISSEMENT BAHRI ZOUINA

Equipement Administratif-Scolaire et Informatique

Rue famille Ben Jedidi n°17 - Dali-Ali Khoudja - Biskra

E-mail: ets-annasr@hotmail.fr - Tel / Fax n°: 033-55-86-75

Registre de commerce n° 1221149 A 01 du 25/03/2001

Compte bancaire n° RIB 004-00305-400-0027536-92 C. P. A. Agence 305 Biskra

Matricule fiscal : 897607090005033 / Article d'imposition : 07010113283

033-55-86-75|@ETSANNASRI NIS N° 897607090005033 --NIF N° 263070900050412

Date :14/05/2024

Page: 1/1

Facture proforma N° : FP2024/0296

N°	REF.	DESIGNATION	QUANTITE	PRIX HT	TOTAL HT
1	1423/160	BUREAU 1.60M MDF 3T 1423	1	60 504,20	60 504,20
2	5714/4214	BUREAU 1.40 MDF 5714	1	39 915,97	39 915,97
3		CHAISE VISITEUR B33 NOIR IMPORTATION	4	4 621,85	18 487,40
4	HZ2617	CHAISE DIRECTEUR HZ2617	2	16 596,64	33 193,28
5	IMP CANON 3010	IMPRIMANTE CANON LASER MF 3010	1	47 478,99	47 478,99

Modalité de paiement : Chèque

Reste à payer :

237 500,01

Total H.T.

199 579,84

TVA 19,00%

37 920,17

Net à payer

237 500,01

Arrêtée la présente facture proforma à la somme de : Deux Cent Trente Sept Mil le Cinq Cent Dinars Un Centime





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة
حاضنة أعمال جامعة بسكرة



رقم 155 / الحاضنة / 2024

شهادة توظيف / تحضين "مشروع مبتكر ضمن قرار 1275"

انا الممضي أسفله، السيد: محمد جلاب

مسير(ة) حاضنة الأعمال: جامعة محمد خيضر - بسكرة.

المقر الاجتماعي / العنوان: المجمع الإداري المقابل لكلية العلوم الاقتصادية، الطابق الثاني، جامعة بسكرة 07000

رقم علامة الحاضنة: 2311223051

تاريخ تسليم العلامة: 23 نوفمبر 2022

أشهد أن الطالب / الطلبة التالية أسمائهم:

الاسم و اللقب	الطور الدراسي	التخصص	الكلية
بوخبلة منار	ثانية ماستر	اقتصاد وتسيير مؤسسات	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قاسم بسمة	ثانية ماستر	اقتصاد وتسيير مؤسسات	العلوم الاقتصادية و علوم التسيير
خان فريال	ثالثة ليسانس	نظم الإعلام الآلي	العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة و الحياة
خرفي عبد العزيز	ثالثة ليسانس	نظم الإعلام الآلي	العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة و الحياة

تحت إشراف الاستاذ/الاساتذة التالية أسمائهم:

الاسم و اللقب	الرتبة	التخصص	الكلية
الهاشمي عباسية	دكتور	إحصاء	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تم احتضانه على مستوى حاضنة أعمال جامعة محمد خيضر - بسكرة بمشروع تحت اسم:

"....." هـ. ا. ف. ق. ي.

خلال السنة الجامعية 2023/2024.

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

بسكرة بتاريخ 2024/06/19

مدير الحاضنة

جامعة محمد خيضر بسكرة
حاضنة المؤسسات الناشئة
Start Up Incubator
UNIVERSITY OF BISKRA

مسؤول حاضنة المؤسسات الناشئة

د / محمد جلاب