



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون تيارت
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



الطور: الماستر
التخصص: إدارة الموارد البشرية

عنوان المشروع:

إنتاج الأزولا الاقتصادية بتقنية التجفيف الآلي

مشروع مقدم لنيل شهادة جامعية - مؤسسة اقتصادية في إطار القرار الوزاري

008 المؤرخ في 23 فيفري 2025 المعدل والمتمم للقرار 1275

العلامة التجارية:



الإسم التجاري للمشروع:



السنة الجامعية

2025-2024

بطاقة معلومات:

فريق الاشراف وفريق العمل:

1- فريق الاشراف:

فريق الاشراف	
المشرف الرئيسي: بلخضر طيفور	الرتبة: أستاذ محاضر قسم "أ"
مساعد المشرف: وضاحي ميلود	التخصص: أستاذ محاضر قسم "أ"

2- فريق العمل:

فريق المشروع	التخصص	الكلية
الطالب: عبيد هواري	إدارة الموارد البشرية	كلية الحقوق و العلوم السياسية



شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على المصطفى وكل التابعين

نشكر المولى سبحانه وتعالى على أنه أمدنا

بالصحة والعافية و أفرغ علينا صبرا وجهدا لإتمام هذا العمل.

قال الله تعالى ***رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا تراضاه

وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين *** سورة النمل- الآية 19

نتقدم

بالشكر إلى كل من علمنا علما نافعا.

يشرفنا من هذا المقام ان نتوجه بالشكر الجزيل المرفوق بأسمى عبارات التقدير والإحترام والإمتنان

إلى :

كل من أساتذتنا المشرفين: الأستاذ بلخضر طيفور والأستاذ وضاحي ميلود على كل النصيح والتوجيه

والإرشاد الذي خصانا به فجزاهما المولى خير الجزاء وأمد في عمرهما ومتعهما بالصحة والعافية.

وأشكر الأساتذة الكرام الذين رافقونا طيلة خمس سنوات ولم يبخلوا علينا بشيء قدموا بسخاء

المعرفة والخبرة.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى كافة موظفي جامعة ابن خلدون - تيارت من أساتذة وعمال

وإداريين وكل من له علاقة بكلية الحقوق والعلوم السياسية.

وفي الأخير نشكر كل من ساهم بتنويرنا من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة صادقة.

إهداء

إلى والديّ العزيزين اللذين كانا لي دائماً مصدر إلهام ودعم، إلى من غرس فيّ حب العلم والتعلم، وإلى من لم يبخلوا عليّ بالنصح والإرشاد، إلى من كانا لي سنداً في كل خطوة خطوتها في حياتي العلمية والعملية أهدي هذا البحث تعبيراً عن شكري وامتناني العميقين، وأرجو أن يكون هذا العمل ثمرة تعبكم وجهودكم.

إلى زوجتي الحبيبة، شريكة حياتي ورفيقة دربي التي كانت داعمة وصابرة، إلى من وقفت بجانبني في كل لحظة، في الأوقات الصعبة قبل الأوقات السعيدة، إلى من كانت لي سنداً وعاوناً في كل خطوة خطوتها في رحلتي العلمية، إلى من تحملت معي ضغوط الدراسة والعمل، وإلى من كانت لي دائماً مصدر قوة وثبات، لقد كنت لي دائماً النور الذي يضيء طريقي، والصوت الذي يشجعني على المضي قدماً، شكراً.

إلى أساتذتي الأفاضل الذين لم يبخلوا عليّ بعلمهم ونصائحهم وتوجيهاتهم، إلى من كانوا لي قدوة ومثالاً يحتذى به في حب العلم والتعلم، إلى من غرسوا فيّ حب البحث والاستكشاف. أهدي هذا البحث المتواضع الذي أنتم جزء منه تعبيراً عن شكري وتقديري لجهودكم الكريمة، وأرجو أن يُخلد اسمكم ومكانتكم في التاريخ العلمي والمعرفي.

إلى كل زملائي طلبة قسم العلوم السياسية الذين رافقتهم طيلة هذه السنوات أهديكم هذا العمل تعبيراً عن شكري وامتناني العميقين.

عبيد هواري

فهرس المحتويات :

المحور الأول: تقديم المشروع

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

المحور الخامس: الخطة المالية

المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

المحور السابع: نموذج العمل التجاري BMC

مقدمة :

- كما نعلم كلنا اليوم هناك غلاء كبير في الأعلاف الخاصة بالحيوانات لعدة أسباب منها الجفاف وكذلك سياسة الدولة للحد من الإستيراد.
 - نتيجة لذلك تحول الموالون والمربون عموما إلى أعلاف بديلة تقلل من التكلفة.
 - يسعى المنتجون إلى تبني زراعة أعلاف بديلة بعدة أصناف نذكر منها : الذرة الرفيعة، والأزولا، عدس الماء، الشوفان وقشور الخضروات، ومخلفات مصانع البسكويت، ومخلفات المكرونة...
 - بالنسبة للمشروع قيد الدراسة تم اختيار نبتة الأزولا لأنها صديقة للبيئة، وقليلة التكاليف، كما أنها تحتوي على نسبة عالية من البروتين تتراوح ما بين 25 إلى 30% من وزنها الجاف، فهي تمثل أحد المصادر غير التقليدية في إنتاج الأعلاف محلية الصنع ومنخفضة التكلفة وعالية القيمة الغذائية، وبذلك تحل الأزولا محل خامات الأعلاف المستوردة مرتفعة الأسعار.
- الأزولا يزرع مرة واحدة، ويعطي إنتاج مستمر فيمكن الحصول على إنتاج يومي من الأزولا تعتمد كميته على برامج الرعاية والتغذية المتبعة مع الأزولا، وتصل إنتاجية الفدان الواحد (4200.83 مترمربع) إلى 30 طن شهريا من الأزولا.
- وفي إطار القرار الوزاري 008 المعدل والمتمم للقرار 1275 الذي جاء لتجسيد سياسة قطاع التعليم العالي والبحث العلمي الساعية إلى تنمية الأعمال والمشاريع التي يتم إنجازها من طرف الطلبة أثناء مساهم التكويني عند إعداد مشاريع نهاية التكوين، تم السعي لبلورة فكرة إنشاء المشروع الذي من خلاله نستطيع تقديم حلول علمية ومبتكرة للتقليل من كلفة غلاء أسعار المواشي والأعلاف خاصة في ظل التحديات التي يواجهها قطاع الفلاحة في المرحلة الراهنة.



المحور الأول: تقديم المشروع

بطاقة تقنية للمشروع

اسم ولقب المسير: عبيد هوارى

نوع المؤسسة: إنتاجية

تختص المؤسسة: بإنتاج نبتة الأزولا وتجفيفها بواسطة آلة مبتكرة

زبائن المؤسسة:

أصحاب المشاريع الفلاحية - المزارعين والفلاحين وأصحاب المشاتل - أصحاب مكاتب الدراسات الفلاحية وحتى الأقطاب الجامعية المتخصصة - مربى المواشى والدواجن وأصحاب السمكات - الموالين - البيطرة - أصحاب المصانع الغذائية التحويلية - موردي الماكينات الفلاحية

الاسم التجاري للمشروع: مؤسسة NutriZolla لإنتاج الأزولا



الشعار:

الصفة القانونية للمشروع: ش.ذ.م، sarl

تستجيب المؤسسة إلى: حاجة السوق لمنتجات نباتية طبيعية وغير مكلفة

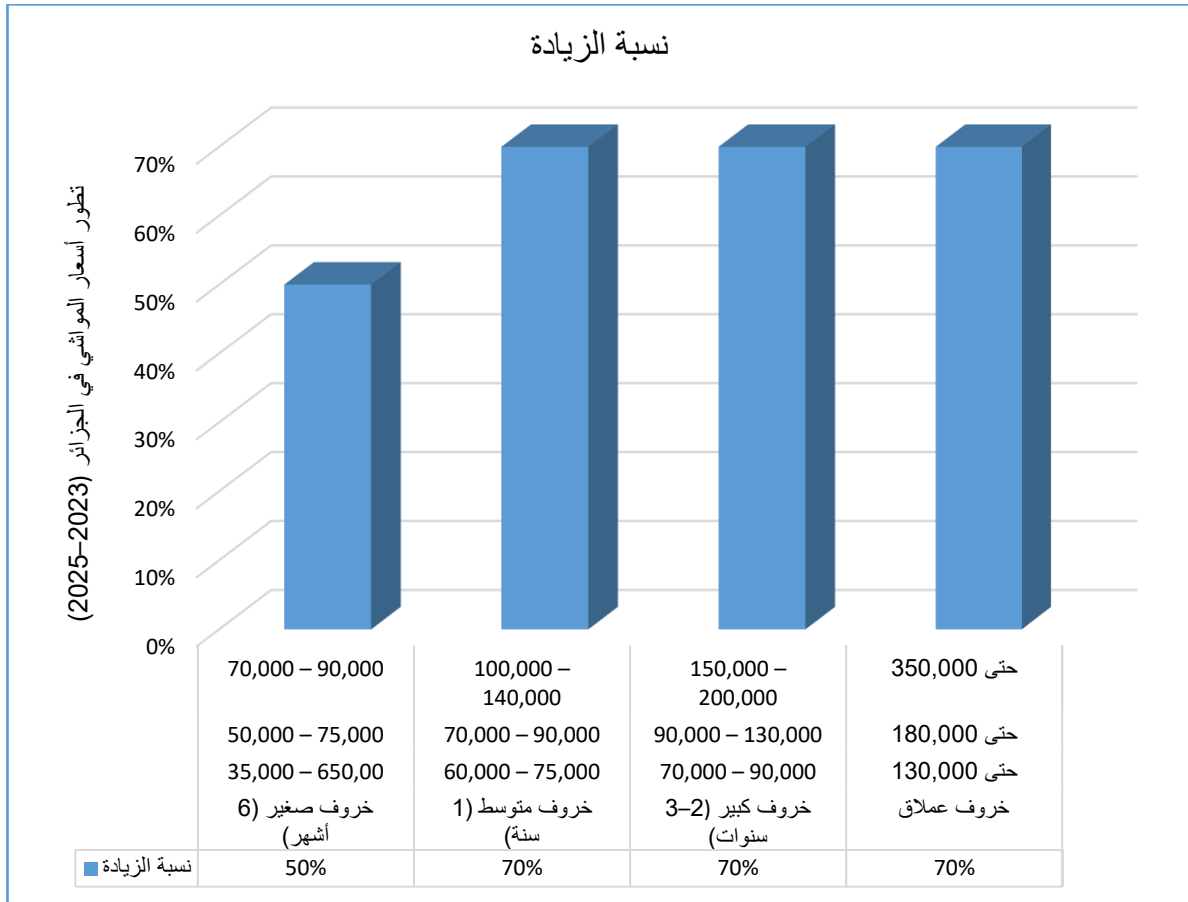
مقر مزاولة النشاط: ولاية تيارت

المحور الأول: تقديم المشروع

المشكلة: تعد مشكلة غلاء الأعلاف قضية عالمية تؤثر على قطاعات واسعة من مربي الماشية والدواجن. تؤدي هذه المشكلة إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج، مما يهدد استمرارية المزارع الصغيرة والمتوسطة، ويؤثر على أسعار المنتجات الحيوانية مثل اللحوم والألبان والبيض. تتفاقم المشكلة بسبب عدة عوامل، منها ارتفاع أسعار العملات الأجنبية، وتكاليف النقل، والظروف المناخية مثل الجفاف، بالإضافة إلى مشاكل في سلاسل الإمداد.

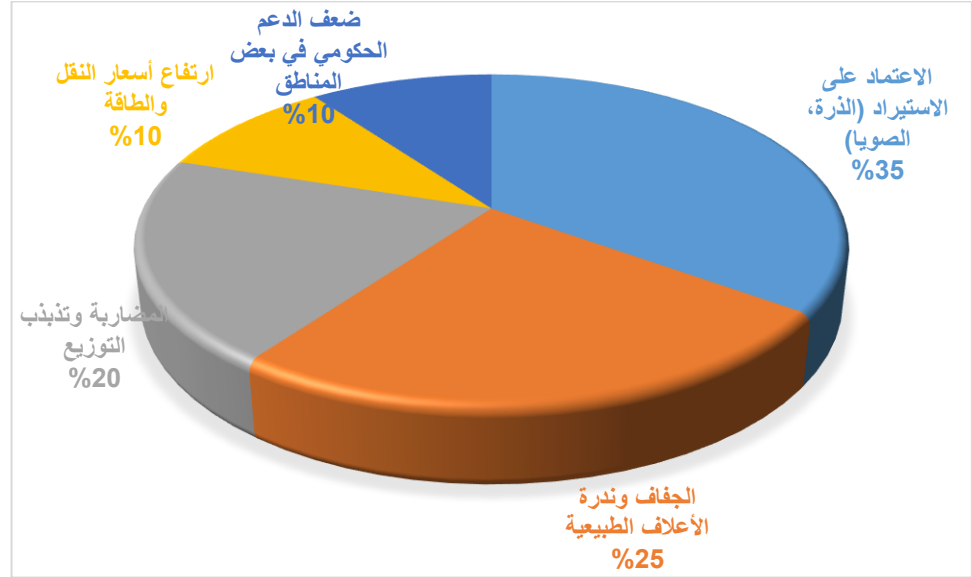
إنتاج الأزولا الاقتصادية بتقنية التجفيف الآلي:

بدأت فكرة المشروع منذ حوالي 3 سنوات من كتابتي لهذه الأسطر، أي في منتصف سنة 2022 حيث بدأت أسعار الأعلاف، واللحوم بأنواعها، وكذلك الأسماك في ارتفاع مستمر. فكرت في إنتاج نبتة الأزولا السرخسية وتحويلها إلى سماد حيوي وكعلف حيواني يساهم في التقليل من تكلفة غلاء أسعار الأعلاف التقليدية واللحوم.



رسم بياني يوضح غلاء أسعار الماشية في الجزائر ما بين 2023 و2025، مع المقارنة حسب الفئة العمرية والسعر.

توزيع نسبي لأسباب غلاء الأعلاف في الجزائر



رسم بياني يوضح أسباب غلاء الأعلاف بين عامي 2023 و2024

النسب تقريبية وتعتمد على تحليل تقارير وزارة الفلاحة ومصادر إعلامية جزائرية خلال 2023-2024.

www.aps.dz - madr.gov.dz

1. فكرة المشروع (الحل المقترح):

سأقوم بإنجاز وحدة إنتاجية لزراعة نبتة الأزولا بالاعتماد على – السماد العضوي (الكمبوست):

الطبيعي 100 % وبالاعتماد على مجموعة من الابتكارات لتطوير هذه الشعبة واستعمالها لعدة أغراض منها اعتمادها كعلف مكمل للأعلاف التقليدية وكمشروع يساهم في تقليل تكلفة تغذية الانعام والطيور والاسماك، إضافة الى الجانب الصحي من حيث جودة اللحوم وخلوها من الامراض التي تسببها المواد الكيماوية الموجودة في علف الحيوانات.

تم اختيار منطقة ذات بيئة ملائمة لزراعة هذا النوع من النباتات – منطقة بدائرة مغيلة ولاية تيارت .

2. القيم المقترحة:

الحدثة : تلبية احتياجات جديدة للزبائن بمختلف تخصصاتهم سواء الزراعية أو المنتجين للثروة الحيوانية وحتى البيطرة والمولين .

الأداء : ان يكون المنتج في مستوى طموح الزبائن او اعلى .

التكيف : المرونة في تعديل انتاج النبتة وتكييفها تبعا للاحتياجات المحددة للعملاء- متطلبات السوق –

التصميم : جعل التصميم يتوافق مع رغبات كل عميل وظروفه .

السعر : التقليل من سعر المنتج امر لا بد منه لتلبية رغبات العملاء وجذبهم وكسب رضاهم .

خفض التكاليف : سواء بالنسبة للمؤسسة الإنتاجية او العملاء.

الحد من المخاطر : البحث عن الطرق الأنسب للتقليل من احتمال تعرض المؤسسة والعملاء للمخاطر .بالنسبة للعملاء تقديم ضمانات كافية .

سهولة التسويق والوصول الى العملاء – تقديم خدمة التوصيل مثلا .

القيمة المضافة تكمن في ان هذا المشروع قليل التكلفة مقارنة بغيره من المنتجات ، حيث ان المنتج يزرع مرة واحدة ويتكاثر بسرعة .اضافة الى انه يقلل من كمية الماء مقارنة بسقي بقية الاعلاف .

3. فريق العمل

لدي فريق عمل يتكون من ثلاثة شركاء - قابل للارتفاع - يساعدوني في عملية الإنتاج. أحدهم متخصص في البيولوجيا. و اخر متخصص في التسويق والثالث للعناية و الصيانة الدورية والمراقبة العامة .

4. أهداف المشروع

نسعى من خلال هذا المنتج الى : التعريف بالمنتج وتسويقه لأكبر شريحة ممكنة .

كسب ثقة العملاء

الحصول على أرباح في ظرف قصير

توسيع المؤسسة وخلق فروع لها .

تطوير المنتج ليخدم أغراض أخرى غير الاعلاف.

5. جدول زمني لتحقيق المشروع :

الربع الأول (الشهور 1-3): التأسيس والتخطيط

دراسة جدوى تفصيلية (سوق، منافسين، تكلفة، جدوى بيئية).

تحديد الرؤية والرسالة وأهداف المؤسسة بصفة نهائية.

تسجيل النشاط واختيار الهيكل القانوني.

إعداد خطة عمل شاملة (تشغيل، تسويق، تمويل).

بدء البحث عن التمويل أو الشركاء (قروض، دعم حكومي، مستثمرين).

الربع الثاني (الشهور 4-6): التصميم والإعداد التقني

تجهيز ورشة العمل أو المصنع (شراء معدات، تركيب الأنظمة).

تطوير المنتجات أو الخدمات الأساسية (نماذج أولية أو خطوط الإنتاج).
توظيف أول فريق عمل، وبناء ثقافة داخلية قائمة على الاستدامة والابتكار.
البدء بتجارب سوق محدودة لجمع الملاحظات.

الربع الثالث (الشهور 7-9): التشغيل واختبار السوق

الإطلاق التجريبي للمنتجات/الخدمات.
مراقبة الجودة وتحسين العمليات الإنتاجية.
تعزيز الوجود الرقمي (موقع إلكتروني، صفحات التواصل...).
بناء شبكة علاقات مع العملاء، الموردين، والموزعين.
متابعة الأداء المالي والمبيعات وتعديل الخطة حسب النتائج.

الربع الرابع (الشهور 10-12): التوسع والتثبيت

إطلاق رسمي واسع النطاق.
المشاركة في معارض أو منافسات لدعم الظهور.
تحسين نظام التجفيف والتوزيع والتخزين.
التقييم الشامل للمؤسسة (نقاط القوة والضعف، تحليل الأداء).
وضع خطة للسنة الثانية (توسيع الإنتاج، تطوير منتجات جديدة، دخول أسواق أخرى).

الجوانب الابتكارية:

- ✓ أول مشروع يسعى لتجفيف النبتة آليا ويدويا.
- ✓ أول مشروع يعتمد على المواد العضوية الطبيعية بعيد عن المواد الكيماوية.
- ✓ إدخال التكنولوجيا الحديثة في عملية مراقبة الإنتاج والتقليل من التكلفة.
- ✓ مشروع صديق للبيئة إذ يعتمد على زراعة نبتة الأزولا داخل أحواض تساهم هذه الأخيرة في تنقية المياه والهواء وتقلل من المساحة المستغلة للزراعة.
- ✓ تغيير النمط السائد لدى مجتمع العملاء بالاعتماد على أساليب الزراعة التقليدية.
- ✓ التغيير الشامل لشعبة اللحوم غير الصحية.
- ✓ ابتكار آلة متخصصة في تجفيف النباتات السرخسية والطبية بتقنية تعتمد التكنولوجيا الذكية.



المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

التحليل الاستراتيجي للسوق:

بالنسبة للسوق المحتمل لدينا شريحة واسعة تطلب هذا المنتج :

- ✓ أصحاب المشاريع الفلاحية.
- ✓ المزارعين والفلاحين وأصحاب المشاتل.
- ✓ أصحاب مكاتب الدراسات الفلاحية وحتى الأقطاب الجامعية المتخصصة.
- ✓ مربى المواشي والدواجن وأصحاب المسمكات - الموالين -- البيطرة.
- ✓ أصحاب المصانع الغذائية التحويلية -- موردين الماكينات الفلاحية.

تحليل SWOT:

العناصر	التحليل
• نقاط القوة (Strengths)	- إنتاج عصري ومراعي للبيئة - استخدام زراعة لمرة واحدة يخفض التكاليف - مهارة عالية في الزراعة وتكثيف الإنتاج - مرونة التطوير كمؤسسة ناشئة
• نقاط الضعف (Weaknesses)	- موارد مالية وبشرية محدودة - ضعف في التواجد السوقي - غياب قنوات توزيع فعالة - نقص في التسويق الرقمي والخبرة التجارية
• الفرص (Opportunities)	- تنامي الطلب على منتجات بيئية - مبادرات حكومية وخضراء داعمة - شراكات محتملة مع جمعيات ومراكز بحث - ازدهار سوق النباتات الطبية والعطرية - منتجات المنافسين الكيميائية تبرز ميزة منتجنا النقي
• التهديدات (Threats)	- منافسة من منتجي أعلاف تقليدية - تأخيرات إدارية وتشريعية ممكنة - ضعف القوة الشرائية للمستهلك - اضطرابات في سلاسل التوريد - عدم وضوح مصادر تمويل مستقر



المحور الرابع : خطة الإنتاج والتنظيم

خطة الإنتاج والتنظيم:

أولاً: تنظيم الهيكل الداخلي

الإدارة العامة: توجيه المشروع، اتخاذ القرارات، التواصل مع الشركاء.

قسم التصميم والبحث والتطوير (R&D): تطوير وتحسين المنتج، دراسة الجدوى الفنية.

قسم الإنتاج: الزراعة، مراقبة الجودة. التجفيف. التعبئة والتعليب.

قسم التسويق والتواصل: الترويج، إدارة الهوية البصرية، التواصل مع الزبائن.

قسم التمويل والإمداد: ضبط الميزانية، إدارة المواد الأولية، المصاريف.

➤ عملية الإنتاج هي سلسلة من الأنشطة التي تهدف إلى تحويل الموارد (مواد خام، طاقة، عمل بشري) إلى منتجات أو خدمات ذات قيمة مضافة. وهي جوهر أي مؤسسة إنتاجية، سواء كانت صناعية، زراعية، أو خدمية.

مراحل عملية الإنتاج الأساسية:

المدخلات:(Inputs)

مواد خام (مثل المعادن، الخشب، النباتات).

طاقة (كهرباء، شمسية، حرارية).

موارد بشرية وتقنية.

التحويل:(Transformation)

عمليات ميكانيكية، حرارية، كيميائية أو رقمية.

مثال: تجفيف النباتات باستخدام حرارة الشمس وتيار هوائي مضبوط.

المخرجات:(Outputs)

منتجات نهائية جاهزة للاستهلاك أو البيع.

خدمات (مثل التركيب أو الصيانة).

عناصر الإنتاج الأربعة الكلاسيكية:

الأرض: الموارد الطبيعية والنباتية.

العمل: المورد البشري.

رأس المال : المعدات، الآلات، التمويل.

التنظيم : الإدارة والتخطيط والتنسيق والرقابة .

المشروع في بدايته يخلق من 3 الى 10 مناصب عمل لموظفين مباشرين وأكثر من 50 موظف غير مباشرين.

بالنسبة للشراكات الرئيسية : نعتد في إنجاح المشروع أولاً على المؤسسات الممولة للمشروع خاصة بنك الفلاحة والتنمية وحاضنات الاعمال بالإضافة الى التمويل الذاتي .

أنواع المنافع الناتجة عن الإنتاج:

منفعة شكلية: تحويل المادة الخام إلى منتج

منفعة مكانية: نقل المنتج إلى حيث يُستهلك.

منفعة زمانية: تخزينه لحين الحاجة.

منفعة تملكية: تمكين المستهلك من امتلاك المنتج قانونياً.



المحور الخامس: الخطة المالية

PLAN FINANCIER

الخططة المالية PLAN FINANCIER

البند	التكلفة التقديرية (بالدينار)
تسجيل الشركة والتراخيص بحكم أن السلطات تعفي المؤسسة من الضرائب	80 000
شراء المعدات والآلات والمواد الأولية	1 200 000
إعداد الورشة أو المصنع + كراء الأرض في حالة عدم وجود دعم حكومي	2 000 000
تصميم الهوية البصرية والتسويق الأولي	100 000
تطوير النماذج الأولية	100 000
المجموع	3 480 000

2. التكاليف التشغيلية الشهرية (Monthly Operating Costs)

البند	التكلفة الشهرية (بالدينار)
أجور الموظفين 5 موظفين	150000
مواد خام (خشب، ألواح شمسية- بيوت بلاستيكية.....)	20000
الصيانة	50000
تسويق وتوزيع	50000
مصاريف إدارية	30000
المجموع الشهري	300000
المجموع السنوي	3600000
إجمالي التكاليف السنوية	

3. الإيرادات المتوقعة (Expected Revenues) خلال السنة الأولى:

سعر بيع الوحدة: القنطار الواحد: 70 000 دج

عدد الوحدات المتوقع بيعها في السنة: 200 قنطار

الإيرادات السنوية = 14 000 000 دج

4. تحليل الربحية (Profitability)

إجمالي التكاليف السنوية = 3 480 000 دج (تأسيس) + 3 600 000 دج (تشغيل) = 7 080 000 دج

الربح المتوقع = 14 000 000 دج - 7 080 000 دج = 6,920,000 دج

5. مصادر التمويل (Funding Sources)

- ✓ تمويل ذاتي (مدخرات).
- ✓ دعم حكومي أو برامج تمويل ناشئة - البنوك - المؤسسات ذات الصلة الخاصة بتمويل المؤسسات الناشئة.
- ✓ شراكات أو مستثمرين.
- ✓ قروض صغيرة بفوائد منخفضة.

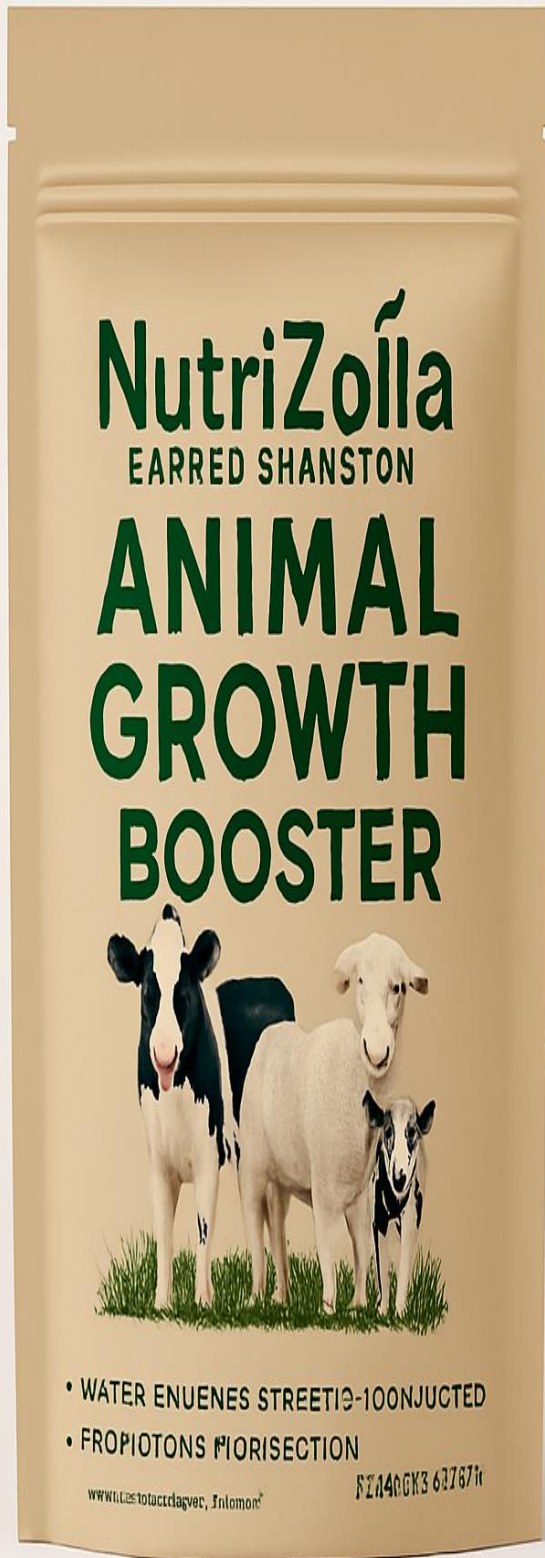


المحور السادس: النموذج الأولي

المحور السادس : النموذج الأولي التجريبي

كيس بوزن 3 أو 5 كلغ يحمل اسم الشركة واسم المنتج والسعر





الرؤية المستقبلية لمشروع NutriZolla :

أن تصبح NutriZolla علامة رائدة في الجزائر وشمال إفريقيا في مجال تغذية الأنعام وتكنولوجيا التجفيف المستدام، من خلال:

➤ إنتاج أعلاف طبيعية ذات جودة عالية، تعتمد على نبات الأزولا كمصدر بروتين نباتي بيئي وآمن.

➤ تصنيع آلات تجفيف ذكية تعمل بالطاقة الشمسية، لتوفير حلول منخفضة التكلفة وصديقة للبيئة.

➤ تطوير سلسلة إنتاج متكاملة تشمل: الزراعة، التجفيف، التغليف، والتوزيع.

➤ نقل التكنولوجيا إلى المزارع الصغيرة وتمكينهم من الاكتفاء الذاتي وتحقيق الربحية.

➤ دعم الابتكار الأخضر المحلي والمساهمة في الاقتصاد الأخضر والتخفيف من التبعية للاستيراد.

➤ الانفتاح على الأسواق الإفريقية والعربية كمصدر لحلول غذائية وتقنية من الجزائر إلى الخارج

المحور السابع : نموذج العمل التجاري BMC

• الشراكات الرئيسية (Key Partnerships)

- ✓ فريق العمل المساعد، شركات التوصيل، منصات التواصل الاجتماعي للتسويق، شركات الطباعة والتغليف.

• الأنشطة الرئيسية (Key Activities)

- ✓ زراعة النبتة
- ✓ التجفيف الآلي
- ✓ التعبئة والتغليف
- ✓ التسويق الرقمي
- ✓ التواصل مع العملاء
- ✓ تحضير الطلبات والتوصيل

• عرض القيمة (Value Proposition)

- ✓ توفير نبتة سرخسية طبيعية 100٪، خالية من المواد الكيميائية، مجففة يدويًا للحفاظ على قيمتها الغذائية، ومعبأة داخل أكياس احترازية مع ملصق معلومات تفصيلي عن المنتج.

• علاقات العملاء (Customer Relationships)

- ✓ تقديم محتوى تعليمي عبر وسائل التواصل يوضح فوائد النبتة وكيفية استخدامها كعلف بديل، الرد على الاستفسارات والتساؤلات، نصائح عملية لخلطها مع الأعلاف التقليدية للحصول على أفضل نتائج.

• شرائح العملاء (Customer Segments)

- ✓ أصحاب المشاريع الفلاحية
- ✓ المزارعين والفلاحين وأصحاب الماشات
- ✓ أصحاب مكاتب الدراسات الفلاحية وحتى الأقطاب الجامعية المتخصصة
- ✓ مربو المواشي والدواجن وأصحاب السمكات
- ✓ الموالين
- ✓ البيطرة
- ✓ أصحاب المصانع الغذائية التحويلية
- ✓ موردين الماكينات الفلاحية.

• الموارد الرئيسية (Key)

(Resources)

✓ النبتة السرخسية
الخام، أدوات ومعدات التجفيف
اليدوي او الالي، أكياس تعبئة،
ملصقات تغليف بمعلومات المنتج،
وسائل نقل وتخزين، منصات
تواصل اجتماعي، فريق عمل
صغير أو مساعدين.

• قنوات التوزيع

(Channels)

✓ نقطة بيع محلية،
التسويق عبر المنصات
الإلكترونية (فيسبوك،
إنستغرام، واتساب... إلخ)
✓ التوصيل المباشر عبر
شركات الشحن المتاحة

• هيكل التكاليف (Cost Structure)

✓ تكلفة زراعة النبتة، معدات وأدوات التجفيف، مواد التعبئة
والتغليف، تكاليف التوصيل، التسويق الرقمي، رواتب الفريق.
التمويل مبدئياً ذاتي إلى حين إيجاد ممولين وداعمين للتوسع

• مصادر الإيرادات (Revenue Streams)

✓ بيع مباشر للمنتج، باقات بالجملة للمربين، اشتراكات شهرية للتوصيل المنتظم،
عروض موسمية وخصومات للكميات الكبيرة