

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République algérienne démocratique et populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
Université –Ain Temouchent- Belhadj Bouchaib



مشروع التخرج
كجزء من القرار الوزاري 1275
«دبلوم أو شركة ناشئة / مشروع مصغر أو براءة اختراع
من أجل الحصول على شهادة ماستر
كلية: الحقوق
تخصص: قانون خاص

الاستثمار الزراعي
(الزراعة المائية – المعلبة – Pack Vert)

قدم من طرف :

بن صالح محمد
بداد يوسف

أمام اللجنة المكونة من:

الجامعة	الدرجة العلمية	الاسم واللقب	الصفة
جامعة عين تموشنت	أستاذة محاضرة "أ"	لاكلي نادية	رئيس
جامعة عين تموشنت	أستاذ محاضر "ب"	خلفة علي	ممتحن
جامعة عين تموشنت	أستاذة محاضرة "أ"	بن عزة أمال	مشرف
جامعة عين تموشنت	أستاذة محاضرة "أ"	سي بوعزة إيمان	مندوب الحاضنة
مديرية الفلاحة ولاية عين تموشنت	مهندس رئيسي	بوكراع عمر	الشريكي الاقتصادي والاجتماعي

السنة الجامعية: 2022-2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
حاضنة الأعمال عين تموشنت



ملحق نموذج العمل التجاري

البطاقة التقنية للمشروع **Fiche technique du projet**

بن صالح محمد بداد يوسف	الاسم واللقب Votre prénom et nom Your first and last Name
الزراعة المائية المعلبة (pach vert)	الاسم التجاري للمشروع Intitulé de votre projet Title of your Project
0658357342 0541389094	رقم الهاتف Votre numéro de téléphone Your phone number
mahastar.77memo@gmail.com ybedad7@gmail.com packvert46@gmail.com	البريد الإلكتروني Votre adresse e-mail Your email address
ولاية عين تموشنت بلدية سيدي بن عدة	مقر مزاولة النشاط (الولاية- البلدية) Votre ville ou commune d'activité Your city or municipality of activity

طبيعة المشروع **Nature de projet**

الزراعة في وسط مائي بدون تربة، تحت إسم الزراعة المائية، هي تقنية طورت من الفكر الزراعي ومنحته مرونة وسلاسة في النمو والتطور.

مشروعنا ذو طابع إنتاجي يكمن في زراعة المحاصيل في الأنظمة المائية وحصادها بعد فترة النمو من ثم تعليبها وتسويقها لمختلف شرائح الزبائن.

المشكلة المراد حلها:

بالرغم من التقدم التكنولوجي الذي تميز به العصر الحديث تظل الموارد الطبيعية محور الاهتمام والشغل الشاغل لدول العالم المتقدم منها والنامي، نظرا لأن الموارد الطبيعية تمثل أحد عناصر البقاء، وتأتي المياه في مقدمة تلك الموارد الطبيعية على أساس أنها تمثل القوة الموجهة التي تركز عليها جهود التنمية الاجتماعية والاقتصادية ونظم الحياة وخاصة المياه الصالحة للشرب.

في وقت باتت فيه أزمة وشح وكذلك تبذير المياه وتقلص المساحات القابلة للزراعة وظاهرة التقلبات المناخية تشكل تهديدا حقيقيا على القطاع الفلاحي وتراجع وضعف عملية الاستثمار الزراعي وندرة الخضروات والفواكه وكذلك قلة المنتجات المصنعة طبيعيا تسبب في تدني الجودة وإنتاجية مختلف المحاصيل.

في ظل ارتفاع الطلب على الغذاء لتلبية حاجات البشر ادى ذلك إلى انعدام الكفاءة الذاتية، هنا تبرز أهمية تقنية الزراعة المائية لتشكيل حلا محتملا يتصدى لتحديات الأمن الغذائي والمائي، وداعما أساسيا للاقتصادات المحلية.

استخدام هذه التقنية الحديثة يساهم في تقليل هدر المياه وذلك مع استخدام 20% منها لمعالجة المشاكل البيئية وزيادة إنتاجية المحصول الزراعي بنسبة تصل إلى 40%، فتبني هذا النوع من الزراعات سيكون له نطاق أوسع للرفع من الاقتصاد الوطني.

1- القيمة المقترحة:

- توفير استدامة الموارد الطبيعية في المنطقة.
- استغلال المياه لتوليد نظما الزراعية
- توفير منتج ذو جودة عالية وقيمة غذائية جيدة بسعر تنافسي في السوق
- خلق العديد من فرص العمل
- تجربة زراعة المحاصيل المستوردة مثل (الألار، الموز...)

1- Value proposition:

القيمة هي مجموعة مبادئ وأسس تحدد مدى معاملاتنا وخدماتنا التي سيحصل عليها عملائنا عند إقتناؤه لمنتجاتنا.



من القيم الممنوحة لعملائنا:

- تسهيل اقتناء الموارد الغذائية في أي وقت من الموسم.
- توفير آليات بسيطة وسهلة للتواصل معنا.
- توفير قيمة استهلاكية وتسويقية لمنتجاتنا وخدمتنا.

1/1- القيمة التي نقدمها للعميل:

في مشروعنا هناك قيمتين مهمتين هما:

أ. القيمة بالسعر:

تكون هي الفائدة التي يحصل عليها العميل من المنتج أو الخدمة مقابل الثمن المدفوع، تحديدها يعتبر عاملا مهما في تحديد الإقبال على المنتج أو الخدمة، لذلك وفرنا هاته القيمة لتباين استراتيجياتنا التسويقية والتسعيرية بأقل تكلفة.

ب. القيمة بسهولة الاستخدام:

تعتبر من القيم المهمة في تحديد مدى رضا العميل عن المنتج أو الخدمة بحيث تسهل عليه عملية الاقتناء والاستغلال الشامل لمنتجاتنا وبذلك تختصر له الوقت والجهد.

2/1- المشاريع الأخرى التي استهدفت نفس المشكلة:

قمنا بواجبنا وتمكنا من تسليط الضوء على بعض المشاريع المنافسة في الجزائر:

- مشروع الزراعة المائية لفاكهة الفرولة للدكتور يعقوب بوعلاق في ولاية تيسة.
 - مشروع الزراعة المائية في ولاية غرداية للطالب مصطفى حجاج والمهندس الزراعي محرز.
 - مشروع الزراعة المائية لإنتاج العلف وزراعة الطماطم للمهندس إبراهيم خاد جنوب الجزائر.
 - مشروع الزراعة المائية للمستثمر نصر الدين شملول في ولاية وهران.
- ستكون لدينا ميزة تنافسية في تغليب المنتجات والقيام بتجربة زراعة محاصيل أجنبية مثل: الأرز، الموز، البن.

-2Customer segments:



-2 شرائح العملاء

عروض عمل عين تموشنت
Mohamed Ben Salah · 31 May ·

السلاام عليكم
ما رأيكم في مشروع زراعي إستثماري يوفر الوقت و
يحقق الإكتفاء الذاتي و يرفع من الإنتاج في مدة قصيرة
جدا و يعطي منتج ذو جودة عالية و غذاء صحي على
مدار السنة
الرجاء ملئ الخانة و ترك آراكم في الأسفل 🙏 شكرا

2 مهمم

2 مهمة

2 غير مهمم

+ Add poll option...

111 votes

Like Comment Send

Scanned with CamScanner

Scanned with CamScanner

View 1 reply...
View 1 reply...
View 1 reply...
View 1 reply...

Saïd Saïd shb مهمم
3w Love Reply

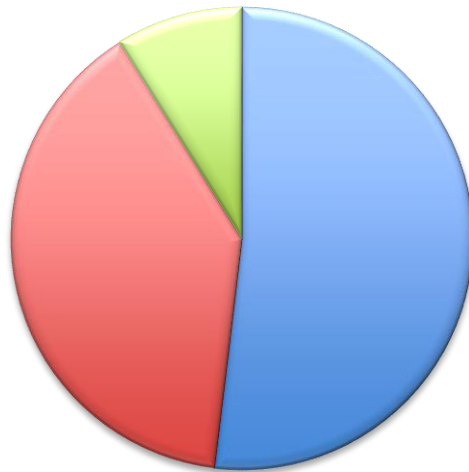
Mohamed Benamara مهمم
3w Love Reply

Hakim Megune مهمم
3w Love Reply

Habib Bennouna مهمم
3w Love Reply

👤 Hôûdâ 🤝 مهمم

دراسة سوقية



- مهمم 55%
- مهمة 40%
- غير مهمم 5%

الشريحة المستهدفة من العملاء:

✓ المطاعم والفنادق:

من خلال نظام الزراعة المائية لدينا، سنتمكن من تزويدهم بكافة المنتجات الغذائية بكميات كبيرة على أساس يومي.

- مطعم المركزي لجامعة بلحاج بوشعيب (ولاية عين تموشنت).

- فندق EDEN STOP (ولاية عين تموشنت) رقم الهاتف: 043 79 19 19

✓ المتاجر وشركات التغذية (أسواق المنتجات الطازجة):

- سنتصل بالعديد من المتاجر وشركات المواد الغذائية القريبة منا لتزويدهم بمنتجاتنا.

- لذلك سنقدم العديد من الخصومات للتعرف عليها، وسيكون هذا السوق ضروريا لإنشاء هوية العلامة التجارية (pack vert).

- تجار الأسواق الأسبوعية (السوق الأسبوعي لبلدية سيدي بن عدة) ولاية عين تموشنت.

- محلات بيع الخضر والفواكه.

✓ المشترون الأفراد (المستهلكين):

ستكون أيضا مجموعة من عملائنا المستهدفين هم سكان عين تموشنت الذين من المتوقع أن يشتروا منتجاتنا.

✓ تجار الجملة:

الحفاظ على العلاقات مع تجار الجملة يعتبر بمثابة صمام أمان لأعمالنا ولمنتجاتنا.



جذب انتباه العملاء إلى منتجاتك أو خدماتك:

جذب إنتباه العملاء بحملات تسويقية مبتكرة ومنظمة من طرفنا نبين له جودة منتجاتنا ومقارنتها مع الزراعات التقليدية وذلك عن طريق تجربتها وتذوقها بالإضافة إلى إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك توفير عروض خاصة وتخفيضات لزيادة الجاذبية.

تشجيع العميل لشراء منتجك أو خدماتك:

- تشجيع العميل لشراء منتجنا يكون عن طريق تقديم محتوى تسويقي جذاب عن منتجاتنا أو خدماتنا، مثل الفيديوهات والمنشورات.
- يمكننا تقديم تجربة شراء سهلة ومريحة مثل توفير خيارات الدفع المتعددة والتوصيل السريع.
- تقديم خدمة عالية الجودة وتوفير جميع المنتجات التي يحتاجها العملاء بأسعار تنافسية.
- تحسين تجربة الخدمة ما بعد البيع والتواصل مع عملائنا بشكل دائم وكسب ثقتهم ورضاهم على منتجاتنا وخدماتنا وتلبية جميع احتياجاتهم.

كيف يستفيد العميل من منتجك أو خدماتك:

يستفيد عملائنا من منتجاتنا أو خدماتنا من خلال التجربة والخدمة ما بعد البيع وكذلك الاستفادة من العروض والخصومات التي نقدمها من حين لآخر.

الطرق المستعملة لخدمة ما بعد بيع منتجك أو خدماتك:

- يتم توفير خدمة ما بعد البيع للعملاء من خلال فريق الدعم الفني لدينا الذي يتولى تقديم الخدمات عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني لضمان رضا العملاء.
- توفير تحديثات وإصلاحات لخدماتنا الخاصة مما يساعد العملاء على الحصول على خدمة ما بعد البيع متكاملة وفعالة.
- توفير خدمة الاستشارة للعملاء في حالة الحاجة إلى معرفة المزيد عن منتجاتنا أو خدماتنا.

4- Channels :



4- القنوات :

كيف يعلم الجمهور بوجودنا أو منتجنا أو خدمتنا:

- يمكننا الترويج بوجودنا عن طريق الإشهارات والإعلانات.
- تحسين محركات البحث لجعل منتجاتنا أو خدماتنا أكثر وضوحا.
- الانضمام إلى المعارض والمؤتمرات التجارية لترويج منتجاتنا أو خدماتنا.
- تقديم عينات مجانية من منتجاتنا للجمهور لغرض التجربة.

قنوات التوزيع التي يفضلها العملاء:

- تكون عن طريق التواصل المباشر في المقر.
- إقامة زيارات الميدانية.
- التواصل عبر البريد الإلكتروني أو الموقع الإلكتروني الخاص بنا.
- التواصل عن طريق الاتصال الهاتفي أو البريد العادي.
- ما هي القنوات الأكثر فعالية مقارنة مع تكلفتها
- البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي هي القنوات الأكثر فعالية وأقل تكلفة للوصول إلى العملاء.

1/4- الآليات والطرق لإعلام بمنتوجنا أو خدمتنا:

- إقامة معارض تجارية: المعارض التجارية تكون بمثابة صورة أو واجهة رسمية لمنتوجاتنا أو خدمتنا التي سيقيد منها عملائنا وذلك بتعريفهم على نظام الزراعة المائية ومحاصيلنا الزراعية وكل هذا عن قرب.
- إقامة خرجات وزيارات ميدانية: مثل هذه التنقلات تسلط الضوء على منتوجاتنا وبالتالي الترويج لهذه الأخيرة وكذلك تسهل على عملائنا التعرف إلينا وإلى منتجاتنا.
- التسويق عبر الشبكات الاجتماعية: كما هو معروف ويات في وقتنا الحالي أضحت وسائل التواصل الاجتماعي عاملا مهما في إقامة العلاقات والملتقيات العملية بين العملاء، فاستغلالها يمكنه تسهيل علينا التواصل مع زبائننا.

Key partners: -5



-5 الشركات الرئيسية:

1/5- الشركاء الرئيسيون الذين يمكن مساعدتنا:

الحاضنة الجامعية (جامعة بلحاج بوشعيب) رقم الهاتف: 043.60.33.97

هي مؤسسة تعني بتوفير الدعم والمساعدة للشركات والمشاريع الناشئة الصغيرة والمتوسطة، كما توفر الحاضنة الجامعية بيئة مشجعة ومحفزة للإبداع والابتكار وتطوير الأفكار وتحويلها إلى منتجات وخدمات ناجحة.

مركز التكوين المهني (عين تموشنت) رقم الهاتف: 06 62 88 32 63

الاستفادة من الدورات التدريبية والبرامج التعليمية لتعليم المهارات المهنية والتقنية لنظم الزراعة المائية.

يتم تصميم هذه الدورات لتلبية احتياجات العملاء في الزراعة وتزويدهم بالمهارات اللازمة للعمل في مجالات محددة.

تعاونية الوطنية للحبوب ومشتقاته:

تتمتع بخبرة واسعة في مجال الزراعة، يتمثل نشاطها الرئيسي في إنتاج الحبوب والأعلاف وغيرها من المنتجات المشتقة من الحبوب.

مديرية تشغيل الشباب (عين تموشنت) رقم الهاتف: 043 79 82 08

هي مؤسسة حكومية تعني بتوفير فرص العمل والتدريب المهني للشباب وتعمل على توفير الدعم اللازم من خلال توجيههم وتدريبهم وتوفير فرص العمل لهم بهدف تحسين فرصهم في الحصول على وظائف مناسبة للمجتمع بشكل عام.

مديرية المصالح الفلاحية (عين تموشنت) رقم الهاتف: 043 77 97 96

هي مؤسسة حكومية تعني بتطوير القطاع الزراعي ودعم المزارعين والفلاحين بهدف تحسين الإنتاجية الزراعية ودعم الفلاحين في تحقيق أرباح أفضل.

محافظة الغابات (عين تموشنت):

هي مؤسسة تعني بالحفاظ على الغابات والحياة البرية تعمل على المحافظة على الغابات والنباتات وكافة الكائنات الحية.

2/5-الموردين الرئيسيين:

السيد مصطفى حجاج لبيع لوازم الزراعة المائية (ولاية غرداية) رقم الهاتف : 44 28 18 55 05

6- Key activities:



6- الأنشطة الرئيسية:

1/6- المراحل الرئيسية:

- تسجيل الشركة في سجل تجاري.
- إكتساب علامة تجارية ومكانة في السوق.
- إقامة معاض تجارية لتعريف بمنتجاتنا.
- خلق يد عاملة محلية محترفة في مجال الزراعة المائية.
- تطوير آليات الزراعة المائية.
- تعزيز فكرة الزراعة المائية في ولاية عين تموشنت.
- فتح آفاق جديدة للإستثمار الزراعي في الولاية.
- خلق مهارات حديثة في الزراعة المائية مثل (السقي ومراقبة المحاصيل بالذكاء الاصطناعي).
- جلب محاصيل أجنبية وتجربة زراعتها هنا في البلاد.

مراحل الإنتاج والزراعة:

التخطيط والتصميم:

في هذه المرحلة يتم تحديد المنتجات أو الخدمات التي يجب تصنيعها أو تقديمها، وبعد ذلك يتم تحويل الفكرة إلى تصميم واقعي.

الإنتاج والتصنيع:

يتم فيها تحديد واقتناء المواد الأولية اللازمة للإنتاج بهدف بدأ النشاط الإنتاجي وتهيئة المحيط للزراعة المائية، وبالتالي تحقيق الأهداف التي وجد من أجلها المشروع.

التعليب والتسويق:

في هذه المرحلة تتم عملية تعليب المنتجات والمحاصيل وعرضها إلى السوق لتلبية احتياجات العملاء.

7- Key Resources



7- الموارد الرئيسية:

1/7- الموارد المادية:

المورد fournisseur	مصدر محلي أو أجنبي	الموارد Ressources
محلية لبيع معدات ولوازم الزراعة (ولاية عين تموشنت)	محلي	- مواسير زراعية (pvc)
	محلي	- البيوت المحمية (البلاستيكية)
	محلي	- خزانات مياه الري والمحاليل
	محلي	- مضخات ماء
	محلي	- مولد كهربائي
	محلي	- خلايا التبريد
	محلي (ولاية عين تموشنت)	- مراوح الهواء
		- لوحة تشغيل
		- خراطيم ووصلات
	مصطفى حجاج لبيع لوازم الزراعة المائية (ولاية غرداية)	محلي (ولاية غرداية)
		- أجهزة قياس ال pH و TDS
		- الأوساط الزراعية (الصوف الصخري، الحجر البركاني، حجر الطيني)
		- أكواب الشتلات

2/7- الموارد البشرية:

العدد	صنف المورد البشري
01	أخصائي المجال
02	عمال الصيانة
01	مهندس فلاح

3/7-الموارد المالية:

المورد المالي	الاحتياج
الكهرباء والغاز والماء	37000,00 دج
كراء	10000,00 دج
عناصر أخرى	////////

Cost Structure -8



8- هيكل التكاليف:

1/8- هيكل التكاليف structure Costs

15000,00 دج	تكاليف التعريف بالمنتج أو المؤسسة Frais d'établissement
9000,00 دج	تكاليف الحصول على العدادات (الماء-الكهرباء) Frais d'ouverture de compteurs (eaux-gaz-....)
////////	تكاليف (التكوين - برامج الاعلام الالي المختصة) Logiciels, formations
////////	Dépôt marque, brevet, modèle تكاليف براءة الاختراع والحماية الصناعية والتجارية
////////	Droits d'entrée تكاليف الحصول على تكنولوجيا او ترخيص استعمالها
////////	Achat fonds de commerce ou parts شراء الأصول التجارية أو الأسهم
60000,00 دج	Droit au bail الحق في الإيجار
////////	Caution ou dépôt de garantie وديعة أو وديعة تأمين

وصل التسجيل في السجل التجاري: 5000,00 دج وصل تسديد حقوق الطابع الضريبي: 4000,00 دج	Frais de dossier رسوم إيداع الملفات
30000,00 دج	Frais de notaire ou d'avocat تكاليف الموثق-المحامي-.....
10000,00 دج	Enseigne et éléments de communication تكاليف التعريف بالعلامة وتكاليف قنوات الاتصال
//////////	Achat immobilier شراء العقارات
20000,00 دج	Travaux et aménagements الأعمال والتحسينات الاماكن
150000,00 دج	Matériel الآلات-المركبات-الاجهزة
//////////	Matériel de bureau تجهيزات المكتب
10000,00 دج	Stock de matières et produits تكاليف التخزين
100000,00 دج	trésorerie de départ التدفق النقدي (الصندوق) الذي تحتاجه في بداية المشروع.

المجموع = 413000.00 دج

2/8- نفقاتك أو التكاليف الثابتة الخاصة بمشروعك

35000.00 دج	Assurances التأمينات
الأترنت: 24000.00 دج الهاتف: 14400.00 دج	Téléphone, internet الهاتف والانترنت
//////////	Autres abonnements اشتراكات أخرى
20000.00 دج	Carburant, transports الوقود وتكاليف النقل
20000.00 دج	Frais de déplacement et hébergement تكاليف التنقل والمبيت
الكهرباء: 30000.00 دج الماء: 7000.00 دج	Eau, électricité, gaz فواتير الماء - الكهرباء - الغاز

30000.00 دج	Mutuelle الاجتماعية التعاضدية
//////	Fournitures diverses لوازم متنوعة
//////	Entretien matériel et vêtements صيانة المعدات والملابس
//////	Nettoyage des locaux تنظيف المباني
50000.00 دج	Budget publicité et communication ميزانية الإعلان والاتصالات

المجموع = 230400.00 دج

3/8 - رواتب الموظفين ومسؤولين الشركة

30000.00 دج	رواتب الموظفين Salaires employés
33000.00 دج	صافي أجور المسؤولين Rémunération nette dirigeant



9- مصادر الإيرادات

الزراعة والتدريب:

تهيئة محيط الزراعة المائية واعتمادنا على برامج تدريب للمزارعين لتقنية الزراعة بدون تربة وتعليمهم جميع المراحل والاستراتيجيات لنجاح النظام.

إقامة معارض تجارية:

تعتبر قطاعا يمكن فيه رؤية مدى تطور ونمو حجم الأعمال والخدمات وتعتبر حصيلة للمنتجات بهدف ترويجها للعملاء.

المبيعات المباشرة والتسويق: تسهيل اقتناء المنتجات على عملائنا وتلبية كافة متطلبات السوق.

1/9- الإيرادات الإجمالية:

- عدد الوحدات: 80 كغ
- سعر البيع: 250 دج
- الإجمالي: 20000,00 دج ا المنوية للزيادة

3/9- النسبة المنوية للزيادة في حجم الأعمال:

سنسعى إلى تكثيف مجهوداتنا لزيادة وتيرة الأعمال تدريجيا بين كل شهر بهدف تحقيق أكبر عدد من العملاء.

إذا بلغ عدد عملائنا في الشهر الأول حوالي 600 عميل نسعى في الشهور القادمة إلى زيادة الأعمال للوصول إلى 900 عميل.

- السنة الأولى سنحقق نسبة 70% (عدد العملاء 42000).
- السنة الثانية سنحقق 80% (عدد العملاء 72000).

الفرس

الصفحة	فهرس محتويات
01	البطاقة التقنية للمشروع
01	طبيعة المشروع
02	المشكلة المراد حلها
02	1- القيمة المقترحة
03	1/1- القيمة التي نقدمها للعميل
03	أ- القيمة بالسعر
03	ب- القيمة بسهولة الاستخدام
03	2/1- المشاريع الأخرى التي استهدفت نفس المشكلة
04	2- شرائح العملاء
06	3- العلاقات مع العملاء
07	4- القنوات
08	5- الشركات الرئيسية
08	1/5- الشركاء الرئيسيون الذين يمكن مساعدتنا
09	2/5-الموردين الرئيسيين
09	6- الأنشطة الرئيسية
10	7- الموارد الرئيسية
10	1/7- الموارد المادية
11	2/7- الموارد البشرية
11	8- هيكل التكاليف
11	1/8- هيكل التكاليف structure Costs
12	2/8- نفقاتك أو التكاليف الثابتة الخاصة بمشروعك
13	3/8- رواتب الموظفين ومسؤولين الشركة
13	9- مصادر الإيرادات
14	1/9- الايرادات الاجمالية
14	3/9-النسبة المئوية للزيادة في حجم الأعمال