



الجمهورية اليمنية
جامعة العلوم والتكنولوجيا
كلية العلوم الإدارية
إدارة أعمال دولية

بذرة ذهبية



لاستكمال متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في إدارة الأعمال الدولية

إعداد الطالبات:-

أفراح أحمد أحمد الظهرة

يسرى علي ناجي الظهرة

ملاك مهدي مهدي مهدي

إشراف الدكتورة/ جميلة

٢٠٢٦م / ١٤٤٧هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوْتَئِدَ وَالنَّجْمَ
وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ وَالْجِبَالَ
وَالرِّجَالَ وَالشَّجَرَةَ وَالْحَيَاةَ
وَالْمَوْتَ وَالْحَبْلَ وَالْأَرْضَ
وَالسَّمَاءَ وَالْمَاءَ وَالنَّارَ
وَالْهَوَاةَ وَالْجَنَّةَ وَالنَّارَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوْتَئِدَ وَالنَّجْمَ
وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ وَالْجِبَالَ
وَالرِّجَالَ وَالشَّجَرَةَ وَالْحَيَاةَ
وَالْمَوْتَ وَالْحَبْلَ وَالْأَرْضَ
وَالسَّمَاءَ وَالْمَاءَ وَالنَّارَ
وَالْهَوَاةَ وَالْجَنَّةَ وَالنَّارَ

المفهرس

رقم الصفحة	البيان	٤
٤	الاهداء	١
٥	المقدمة	٢
٨-٧	القسم الأول :- الموجز التنفيذي	٣
١٠	القسم الثاني :- وصف فكرة المشروع	٤
١١	الاستبيان	٥
١٣	القسم الثالث :- تحليل Swat	٦
١٤	تحليل المنافسين	٧
١٥	الميزة التنافسية	٨
١٨-١٧	القسم الرابع :- النموذج التجاري	٩
٢٠	القسم الخامس :- الخطة التشغيلية	١٠
٢١	رحلة العميل	١١
٢٢	الموارد التشغيلية	١٢
٢٧-٢٤	القسم السادس :- الخطة التسويقية	١٣
٣١-٢٩	القسم السابع :- الخطة المالية	١٤
٣٣-٣٢	نقطة التعادل	١٥
٣٤	مؤشرات قياس الأداء Kpls	١٦
٣٥	الخلاصة والتوصيات	١٧
٣٦	الملاحق	١٨
٣٧	دور فريق المشروع	١٩

الإهداء

إلى أرض اليمن الطيبة... إلى جبال حراز الشامخة التي أنجبت حبات البنّ كالجواهر،
إلى ذلك العطر الفاخر الذي يسافر من المدرجات الزراعية إلى فناجين العالم،
نهدي هذا العمل المستلهم من فخامة البن الحرازي وجودته وندرته،
ذلك البن الذي لم يكن مجرد محصول زراعي، بل إرثاً حضارياً وهويةً وطنيةً وقصة كفاحٍ متجددة. إلى
عائلاتنا الكريمة...

السند الأول، والظلّ الوارف في مسيرتنا العلمية، إلى من آمنوا بنا حين تعثّرنا، وشجّعونا حين تعبنا،
وبذلوا من أجلنا الدعم المادي والمعنوي والدعاء الصادق، فكانوا الركيزة التي ارتكزنا عليها حتى بلغنا
هذه المرحلة إليهم نهدي هذا الإنجاز، عرفاناً بجميلهم، وامتناناً لعطائهم الذي لا يُقدّر بثمن.
وإلى أستاذتنا الفاضلة الدكتورة جميلة...

التي أضاعت لنا درب البحث بعلمها وتوجيهها، وأحاطتنا برعايتها الأكاديمية ونصائحها القيّمة،
فكان لإشرافها أثرٌ عميق في صقل أفكارنا وإخراج هذا العمل بالصورة التي نفخر بها اليوم.
لها منا خالص الشكر والتقدير والاحترام.

نسأل الله أن يجعل هذا العمل خطوة مباركة في مسيرتنا العلمية،
وأن يكون إسهاماً متواضعاً في خدمة البن اليمني الأصيل ورفع قيمته ومكانته.

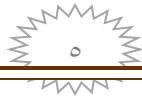
المقدمة


الحمد لله الذي خلق الإنسان وعلمه وزينه بالخلق والإيمان وأمره بالعدل والإحسان وكلفه بالخلافة والعمران. والحمد لله والشكر له من قبل ومن بعد على عونه وتوفيقه وكرم فضله ونعمه والصلاة والسلام على نبينا محمد نور هذه الأمة وضيائها وشفيعنا يوم الحساب.

وبعد،،

يُعد البن اليمني من أجود أنواع البن عالمياً، ويتميز البن الحرازي بجودة عالية ونكهة فريدة ناتجة عن العوامل البيئية والطبيعية في مناطق زراعته. ورغم هذه المكانة المرموقة، يواجه هذا القطاع تحديات عدة، أبرزها ضعف التصنيع المحلي ومحدودية التوسع التسويقي، مما يحول دون تحقيق القيمة الاقتصادية الكاملة لهذا المنتج.

يهدف هذا المشروع إلى تقديم نموذج استثماري متكامل لتطوير البن الحرازي، من خلال إنشاء معمل تحميص متخصص، وكافيه يقدم القهوة للمستهلك النهائي، ومتجر إلكتروني للتسويق المحلي والخليجي. ويسعى المشروع من خلال هذه المكونات إلى تعزيز القيمة المضافة للبن اليمني، ودعم المزارعين المحليين، والحفاظ على التراث اليمني المرتبط بزراعة وإعداد القهوة



The background of the page is a light beige color with a subtle, embossed pattern of coffee cups and steam. In the top-left and bottom-right corners, there are clusters of dark brown coffee beans, some green and red coffee cherries, and a few light green coffee leaves. In the top-right corner, there is a simple line drawing of a coffee cup on a saucer with steam rising from it. The text is centered in the middle of the page.

القسم الأول الموجز التنفيذي

اسم المشروع	بذرة ذهبية
العلامة التجارية	
شعار المشروع	من حراز إلى العالم
الرؤية	أن يكون المشروع نموذجًا استثماريًا متميزًا في تقديم البن الحرازي المحمص محليًا، بما يساهم في رفع قيمته السوقية وتعزيز حضوره في السوق المحلي وأسواق دول الخليج.
الرسالة	تقديم بن حرازي عالي الجودة من خلال التحميص المتخصص والتغليف المناسب، وتوفيره للمستهلك عبر كافيه ومتجر إلكتروني، بما يحقق قيمة مضافة للمنتج ويلبي احتياجات المستهلكين الباحثين عن الجودة والأصالة.
النشاط الرئيسي للمشروع	يتمثل النشاط الرئيسي للمشروع في تحميص البن الحرازي وتغليفه وفق معايير جودة مناسبة، وتقديمه للمستهلك عبر كافيه متخصص يعرض القهوة اليمنية بطرق حديثة، إضافة إلى تسويقه عبر متجر إلكتروني يستهدف السوق المحلي وأسواق دول الخليج.
الأهداف الاستراتيجية	<ol style="list-style-type: none"> ١. تطوير المنتج تحميص البن الحرازي بدرجات مدروسة تبرز خصائصه وتحسن من جودته ونكهته. ٢. زيادة القيمة المضافة تحويل البن من منتج خام إلى منتج جاهز للاستهلاك من خلال التحميص والتغليف والتسويق. ٣. التوسع في قنوات البيع الجمع بين البيع المباشر عبر الكافيه والتسويق الإلكتروني للوصول إلى شريحة أوسع من المستهلكين. ٤. تعزيز القدرة التنافسية تقديم منتج يتميز بالجودة والثبات في التحميص مقارنة بالمشاريع التقليدية في السوق. ٥. تحقيق عائد اقتصادي مستدام تنويع مصادر الدخل بما يضمن استمرارية المشروع ونموه على المدى المتوسط. ٦. دعم المنتج المحلي الإسهام في دعم البن الحرازي من خلال الاعتماد عليه كمادة أساسية للمشروع. ٧. تحسين تجربة المستهلك تقديم تجربة متكاملة للمستهلك تجمع بين جودة المنتج وسهولة الحصول عليه.

٨. التمهيد للتوسع المستقبلي

تهيئة المشروع للتوسع التدريجي في الأسواق الخارجية، خاصة أسواق دول الخليج

القيم الأخلاقية

- ١- الجودة والشفافية :- تقديم منتج عالي الجودة بشفافية مع العملاء والموردين
- ٢- دعم المنتج المحلي :- التركيز على البن الحرازي اليمني لدعم المزارعين والاقتصاد المحلي
- ٣- الاستدامة البيئية :- تبني ممارسات صديقة للبيئة في التحميص والتعبئة
- ٤- العدالة في التسعير :- أسعار منصفة للمزارعين والمستهلكين على حد سواء
- ٥- الحفاظ على التراث :- إبراز الهوية اليمنية المرتبطة بالقهوة
- ٦- المسؤولية المجتمعية :- توفير فرص عمل وتدريب للمجتمع المحلي
- ٧- خصوصية العملاء :- حماية بيانات مستخدمي المتجر الإلكتروني

الشكل القانوني للمشروع

شركة أشخاص (ذات مسؤولية محدودة)

فكرة المشروع


يقوم المشروع على استغلال البن الحرازي كمنتج محلي ذي قيمة اقتصادية عالية، من خلال تحميصه وتغليفه محلياً وبيعه مباشرة للمستهلك عبر كافيه متخصص، مع التوسع لاحقاً في التسويق الإلكتروني للوصول إلى أسواق خارجية، خاصة دول الخليج، بما يسهم في زيادة القيمة المضافة للبن اليمني.

قدرات رائد الأعمال والفريق التنفيذي

- القدرة على إدارة المشروع والتخطيط له بصورة منظمة.
- الإلمام بأساسيات تحميص القهوة وطرق تقديمها.
- القدرة على التعامل مع الموردين والمستهلكين.
- مهارات أولية في التسويق وإدارة المبيعات.
- الاستعداد لتطوير المشروع والتعلم المستمر.

الميزة التنافسية

١. تحميص مخصص حسب الطلب:
٢. يمكن أن تقدمي تحميصاً مخصصاً لكل عميل، بحيث يتم ضبط درجة التحميص وفقاً لتفضيلاتهم الشخصية.
٣. تغليف ذكي ومستدام:
٤. يمكن استخدام مواد تغليف تحافظ على جودة البن لفترة أطول وتكون صديقة للبيئة، مع تصاميم تراثية تعكس هوية البن اليمني.
- ٥- شفافية المصدر:
- تقديم معلومات مفصلة عن كل دفعة من البن، من المزرعة إلى الفنجان، مع قصص المزارعين، مما يضيف شفافية وموثوقية.
- ٦- ابتكار في النكهات:
- تطوير نكهات مميزة من خلال مزج أنواع مختلفة من البن الحرازي بطرق مبتكرة



القسم الثاني
وصف فكرة المشروع

فكرة المشروع

مشروع "البنّ اليمني بين تجميع وكافية" هو مشروع استثماري يهدف إلى إنتاج وتسويق البنّ الحرازي اليمني يقوم على ثلاثة مكونات رئيسية: معمل لتجميع البنّ، وكافيه متخصص، ومتجر إلكتروني للبيع المباشر تعتمد خطة التنفيذ على مرحلتين: افتتاح الكافيه في ٢٠٢٦/٦/١م، ثم إطلاق المتجر الإلكتروني في ٢٠٢٧/١/١م، بما يحقق توسعاً تدريجياً وتنويعاً لقنوات البيع لتعظيم القيمة المضافة وتحقيق عائد اقتصادي مستدام.

تحديد المشكلة

على الرغم من انتشار محامص القهوة، يفتقر السوق إلى مشاريع تجمع بين التجميع الاحترافي للبنّ الحرازي، وضمان جودة ثابتة، والبيع المباشر للمستهلك النهائي ويهدف المشروع إلى سد هذه الفجوة عبر نموذج استثماري متكامل يركز على التميز والجودة.

الفئة المستهدفة

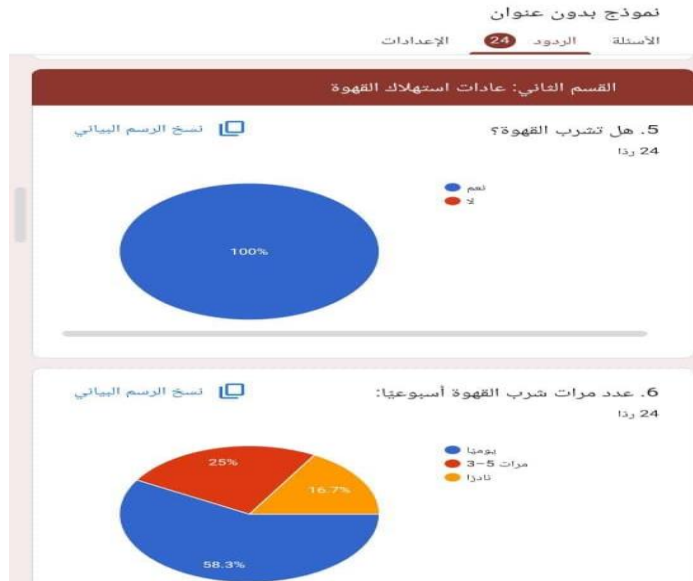
يستهدف المشروع فئتين رئيسيتين:

- ١- المستهلكين المهتمين بالقهوة المختصة داخل السوق المحلي.
- ٢- المستهلكين في أسواق الخليج العربي ممن يفضلون البنّ الحرازي عالي الجودة، عبر المتجر الإلكتروني.

كتابة مشكلة المشروع

يعاني قطاع البنّ اليمني من ضعف التصنيع المحلي وقلة المشاريع المتخصصة في تجميع البنّ الحرازي وتسويقه بأساليب عصرية مما يؤدي الى تصديره كمادة خام وفقدان القيمة المضافة المحلية ومحدودية استفادة السوق والمزارعين من العائد الاقتصادي الكامل لهذا المنتج

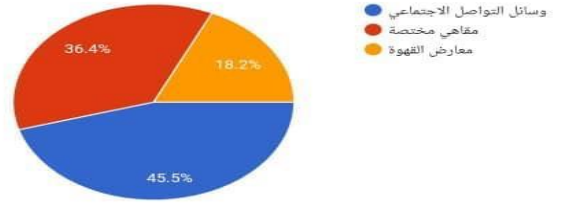
الاستبيان



نموذج بدون عنوان

الأسئلة الردود 24 الإعدادات

9. في حال كانت الإجابة نعم، من أين عرفت عنه؟
رذا 22

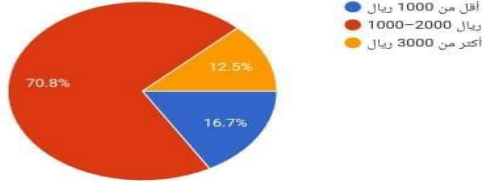


نموذج بدون عنوان

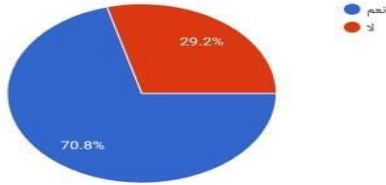
الأسئلة الردود 24 الإعدادات

القسم الخامس: السعر والجودة

14. ما السعر المناسب لك لشراء 250 غرام من البن الحرازي
رذا 24



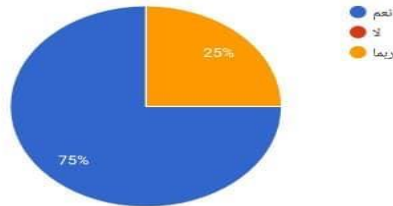
15. هل ترى أن الجودة العالية تبرر السعر المرتفع؟
رذا 24



نموذج بدون عنوان

الأسئلة الردود 24 الإعدادات

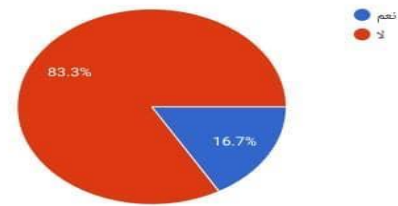
19. هل ترى أن تسويق البن الحرازي كمنتج فاخر (Premium) فكرة مناسبة؟
رذا 24



نموذج بدون عنوان

الأسئلة الردود 24 الإعدادات

11. هل سبق لك شراء القهوة عبر الإنترنت؟
رذا 24



14 اقتراحاتك أو ملاحظاتك لتطوير وتسويق البن الحرازي عالمياً:
رذا 14

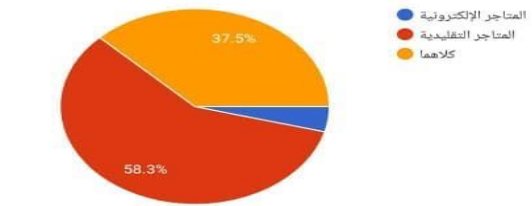
تالفا: التسويق الذكي (Marketing Intelligence)
رابفا: الهيكل التجاري واللوجستي
البن الحرازي منتج نخوي وليس سلعة جماهيرية.
قيمه في: الندرة، التاريخ، الارتفاع، الطعم المعقد.

ياختصار: الطريق الصحيح: جودة ثابتة + قصة قوية + سوق مختص = سعر مرتفع واستدامة.

البن الحرازي هو نوع آخر من أنواع البن في العالم
يعتبر أفضل بن في العالم

لا يوجد

12. أيهما تفضل لشراء القهوة؟
رذا 24



القسم الثالث
تحليل SWOT

تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمشروع SWOT

<p>ارتفاع تكلفة الإنتاج والتحميص مقارنة بالمنافسين.</p> <ul style="list-style-type: none"> - الحاجة إلى خبرات فنية متخصصة في التحميص وإدارة الكافيه. - محدودية رأس المال في المراحل الأولى. - ضعف البنية التحتية اللازمة لضمان الجودة المستدامة. - اعتماد المشروع على محصول زراعي قد يتأثر بالعوامل المناخية 	<p>الاعتماد على البن الحرازي ذي النكهة الفريدة والندرة العالية.</p> <ul style="list-style-type: none"> - إمكانية تقديم خصومات استراتيجية مثل: خصومات للطلبات الكبيرة عروض المواسم - إمكانية ضبط التكاليف التحميص الداخلي يقلل الاعتماد على محامص خارجية ويخفض تكلفة الوحدة على المدى المتوسط. - إمكانية بناء علامة تجارية تعكس الهوية والتراث اليمني. - تنوع مصادر الدخل (بيع البن، الكافيه، الطلبات الإلكترونية). - القيمة المضافة الناتجة عن التحميص والتعبئة المحلية بدل بيع البن خام.
--	--

التحديات	الفرص
<p>وجود منافسة قوية من محامص وكافيهات قائمة.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تقلب أسعار البن وتكاليف التشغيل. - التحديات اللوجستية المرتبطة بالشحن الخارجي. - تغير أذواق المستهلكين وسرعة تطور السوق. - تقلبات أسعار الشحن والتصدير 	<p>تزايد الاهتمام العالمي بالقهوة المتخصصة والمنتجات ذات القصة والتراث.</p> <p>نموذج متكامل يجمع بين التحميص والكافيه والتجارة الإلكترونية.</p> <ul style="list-style-type: none"> - إمكانية التوسع في التصدير إلى أسواق الخليج العربي. - زيادة الطلب على القهوة المتخصصة في السوق المحلي ودول الخليج. - إمكانية الشراكة مع مزارع محلية لدعم الاستدامة والجودة. - إمكانية التوسع في التسويق الإلكتروني والوصول إلى أسواق جديدة. - إمكانية تطوير منتجات جديدة (خلطات خاصة، تحميص حسب الطلب).

٣. شركة موكا ستوري (Mokha Story	٢. متجر درر القهوة المختصة (Durar Specialty Coffee	١. مقهى حراز كوفي (Haraaz Coffee	
صنعا	صنعا - الرويشان	صنعا - نادي الوحدة - شارع صفر حدة	الموقع
تصدير قهوة يمنية فاخرة	متجر قهوة مختصة مع محمص	مقهى متخصص في قهوة حراز اليمنية الفاخرة	التخصص
• شهادة تذوق دولية من معهد CQI • محتوى تسويقي قوي على إنستغرام • تصدير إلى أمريكا منذ ٢٠١٧ • علاقات مباشرة مع المزارعين • خبرة في التذوق والجودة	• مراكز إنتاجية لمعالجة البن في مناطق المدرجات الريفية • إشراك المجتمعات المحلية المنتجة للبن • تدريب وتأهيل المزارعين • منتجات محدودة ومميزة من مناطق مختلفة	• أكبر مقهى في اليمن • قسم خاص للنساء • تجربة فريدة مع أجواء خاصة • تقديم قهوة حراز بمعايير عالية • فعاليات وتسويق قوي على السوشال ميديا	نقاط قوة
مشروبات القهوة المختصة مشروبات القهوة المقطرة مشروبات منعشه حلويات	حرازي لاهواني (٢٣٥٠م) • حيمي طبيعي (٢٢٠٠م) • حمادي طبيعي (١٨٠٠م) • إنسي فضلي لاهواني (٢٣٥٠م)	قهوة تركية، إسبريسو، كابتشينو، لاتييه، قهوة عربية	المنتجات
الأسواق الأمريكية والعالمية	عشاق القهوة المختصة والتقطير	يشمل عشاق القهوة عالية الجودة، والشباب ورواد الكافيهات، والعائلات، والطلاب والموظفين، وكذلك المهتمين بثقافة وتراث القهوة اليمنية	السوق المستهدف
mouka-store.com	durar.coffee	emdcoffee.com	الموقع الالكتروني

الميزة التنافسية لمشروع

يتمتع المشروع بميزة تنافسية متكاملة تقوم على أربعة محاور استراتيجية:

أولاً: الموقع الاستراتيجي

يقع المشروع في مول حدة التجاري بصنعاء، أحد أكثر المواقع حركة ونشاطاً، مما يضمن كثافة مرورية يومية، وسهولة وصول، وبيئة مناسبة للعائلات، مقارنة بالمحاصص التقليدية.

ثانياً: التسعير التنافسي

يعتمد المشروع على استراتيجية السعر المتوسط التنافسي، حيث يتراوح سعر الكوب بين ١٥٠-٢٥٠ ريال، وسعر الكيلو المحمص بين ٤٥٠-٥٠٠ ريال، وسعر المتجر الإلكتروني بين ٣٥٠٠-٤٠٠٠ ريال، مما يحقق معادلة "القيمة مقابل السعر".

ثالثاً: التكامل التشغيلي

يجمع المشروع بين معمل التحميص، والكافيه، والمتجر الإلكتروني، والبيع بالجملة، وباقات الهدايا، في نموذج متكامل متعدد القنوات، مما ينوع مصادر الدخل ويقلل المخاطر.

رابعاً: التجربة الثقافية

يقدم المشروع تجربة متكاملة تعكس هوية البن الحرازي اليمني، عبر الديكور التراثي، وشفافية المصدر من المزرعة إلى الفنجان، والتحميص حسب الطلب، مما يعزز الولاء للعلامة التجارية.

خامساً: التحكم بالجودة

يتيح التحميص الداخلي تحكماً مباشراً بجودة المنتج، وثبات النكهة، وخفض التكاليف، وإمكانية تطوير خلطات خاصة

القسم الرابع
النموذج التجاري

١. شرائح العملاء (الفئات المستهدفة)

- مستهلكون محليون من محبي القهوة داخل مدينة صنعاء وفي المحافظات الاخر .
- رواد الكافيهات وعشاق القهوة المختصة.
- أسر تشترى البن المحمص للاستخدام المنزلي.
- عملاء خارجيون في دول الخليج يتم الوصول إليهم عبر المتجر الإلكتروني.
- المقاهي والمطاعم التي تبحث عن بن يماني محمص بجودة ثابتة

٢. القيمة المقترحة

- تقديم بن حرازي محمص محليًا بجودة ثابتة وطزاجة عالية.
- تحويل البن من منتج خام إلى منتج جاهز للاستهلاك.
- توفير تجربة متكاملة تجمع بين التحميص والكافيه في مشروع واحد.
- إتاحة القهوة اليمنية للوصول إلى أسواق خارجية بطريقة منظمة.

٣. قنوات الوصول

- **الطرق التي يصل بها المنتج أو الخدمة إلى العميل**
- ✚ يعتمد مشروع البن الحرازي بين تحميص وكافيه على مزيج من القنوات التقليدية والرقمية للوصول إلى العملاء، وتشمل:

- الكافيه كنقطة بيع مباشر للمستهلك النهائي.
- متجر بيع البن المحمص والمغلف داخل المشروع.
- متجر إلكتروني لتلقي الطلبات المحلية والخارجية.
- وسائل التواصل الاجتماعي كقناة تعريف وتوجيه العملاء لنقاط البيع.

٤. العلاقة مع العملاء

- تواصل مباشر مع العملاء داخل الكافيه.
- الرد على استفسارات العملاء عبر وسائل التواصل والمتجر الإلكتروني.
- متابعة الطلبات الإلكترونية بعد البيع لضمان رضا العملاء.
- بناء علاقة طويلة الأمد من خلال جودة المنتج واستمرارية الخدمة.
- دعم فني واستشارات حول اختيار البن وطرق التحضير.

٥. مصادر الإيرادات

مبيعات القهوة المُعدة والمقدمة داخل الكافيه.
بيع البن المحمص والمعبأ للاستخدام المنزلي.
إيرادات الطلبات الخارجية عبر المتجر الإلكتروني ومنصات البيع الرقمية.
بيع باقات القهوة والهدايا المخصصة للأفراد والشركات.

٦. الموارد الرئيسية

الموارد البشرية: الإدارة، المحاسبة، مختصو التحميص، الباريستا، وفريق التسويق.
المعدات: آلات تحميص البن، أجهزة إعداد القهوة، ومعدات التغليف.
المواد الخام: البن الحرازي عالي الجودة كمكون أساسي.
الموارد المالية: رأس مال تشغيلي يغطي النفقات اليومية والتوسعية.

٧. الأنشطة الرئيسية


تحميص البن وفق معايير جودة دقيقة ومتابعة ضبط الجودة.
تشغيل الكافيه وتقديم تجربة قهوة مميزة للعملاء.
تعبئة وتغليف المنتجات وتجهيزها للبيع والتوزيع.
إدارة التسويق الإلكتروني، استقبال الطلبات، ومتابعة عمليات التوصيل.

٨. الشركاء الرئيسيون

مزارعو البن الحرازي لضمان استدامة وجودة الإمدادات.
موردو معدات القهوة وآلات التحميص.
شركات الشحن والتوصيل المحلية والدولية.
مزودو ومنصات الدفع الإلكتروني.

٩. هيكل التكاليف

تكاليف شراء البن الخام والمواد الأولية.
رواتب وأجور العاملين.
مصاريف التشغيل والصيانة الدورية.
تكاليف التسويق، الشحن، والتوصيل.



القسم الخامس
اعداد الخطة التشغيلية + رحلة العميل

(١) كيف تبدأ الخدمة؟

- تبدأ الخدمة بتوريد البن الحرازي الخام من المزارعين.
- يتم فحص البن وفرزه قبل إدخاله إلى مرحلة التحميص.
- تجهيز الكافيه والمعمل لاستقبال التشغيل اليومي.

(٢) كيف تُقدّم الخدمة؟

- يتم تحميص البن داخل المعمل وفق درجات محددة.
- يُغلف البن ويُجهز للبيع أو للاستخدام داخل الكافيه.
- تُقدّم القهوة في الكافيه للمستهلك النهائي، ويُعرض البن المحمص للبيع المباشر.
- تُستقبل طلبات الشراء عبر المتجر الإلكتروني (حسب مرحلة التشغيل).

(٣) من المسؤول عن كل خطوة؟

- إدارة المشروع: الإشراف العام واتخاذ القرارات التشغيلية.
- محمص البن: مسؤول عن تحميص البن وضبط الجودة.
- البارستا: تحضير القهوة وتقديم الخدمة داخل الكافيه.
- مسؤول التغليف والمبيعات: تجهيز المنتج والتعامل مع العملاء.
- الدعم التقني: إدارة المتجر الإلكتروني والطلبات.

● ثانيًا: رحلة العميل (Customer Journey)

المسؤول	الإجراءات التشغيلية بالمشروع	تفاعل العميل	المرحلة
إدارة المشروع	<ul style="list-style-type: none"> • إبراز الموقع • نشر محتوى تعريفي • توضيح نوع القهوة والبن 	<ul style="list-style-type: none"> • يتعرف العميل على المشروع عبر: • الموقع الجغرافي للكافيه. • الاطلاع عبر وسائل التواصل الاجتماعي. • التوصيات الشخصية. • تتكون لدى العميل رغبة في تجربة القهوة أو شراء البن. 	١) قبل الخدمة
الباريسستا / مسؤول المبيعات	<ul style="list-style-type: none"> • استقبال الطلب • تحضير القهوة • جودة ثابتة • تقديم الطلب 	<ul style="list-style-type: none"> • يدخل العميل إلى الكافيه أو يطلب عبر المتجر الإلكتروني. • يختار نوع القهوة أو البن. • يتم تحضير الطلب وتقديمه بجودة ثابتة. • يتلقى العميل الخدمة بشكل مباشر وواضح. 	٢) أثناء الخدمة
إدارة المشروع	<ul style="list-style-type: none"> • متابعة رضا العملاء • الرد على الملاحظات • الحفاظ على الجودة 	<ul style="list-style-type: none"> • يقيم العميل التجربة (رضا / عدم رضا). • يعود مرة أخرى في حال كانت التجربة إيجابية. • يتابع المشروع عبر المنصات الرقمية. 	٣) بعد الخدمة

تحديد الموارد التشغيلية

الموارد البشرية	الموارد النقدية	الموارد المكانية
مدير المشروع.	آلة تجميع	معمل تجميع
محمّد بن.	الات تحضير القهوة	كافية
باريستا.	نظام نقاط بيع	مساحة تخزين البن
مسؤول مبيعات وتغليف.	منصة متجر الكتروني	
دعم تقني (جزئي).		

● نقطة فشل محتملة في رحلة العميل

- تأخر تحضير الطلب أو عدم ثبات جودة القهوة قد يؤدي إلى عدم رضا العميل وفقدان ولاءه.

آلية المعالجة

تدريب الباريستا، وتوحيد معايير التجميع والتحضير.

القسم السادس
الخطة التسويقية

ماذا سوف يقدم المقهى (متجري)

يقدم المشروع نموذجاً متكاملًا يجمع بين تحميص البن الحرازي محلياً، وتشغيل كافيه متخصص، ومتجر إلكتروني، بهدف تحويل البن من مادة خام إلى منتج نهائي عالي القيمة، مع الاعتماد على تقنيات حديثة وجودة ثابتة لتلبية احتياجات العملاء.

المنتجات التي يقدمها المشروع

المنتج الذي سيقدمه المشروع	أقسام الزبائن	احتياجات كل قسم من الزبائن وما يفضلونه	المنافسون
القهوة اليمينية (البن الحرازي) (المحمص محلياً)	أفراد محليون (ذكور وإناث)	قهوة عالية الجودة وطازجة مع تجربة مريحة داخل الكافيه	بعض الكافيهات المحلية
مشروبات القهوة المختصة داخل الكافيه	عشاق القهوة المختصة	نكهة مميزة وطريقة تحضير احترافية	محامص وكافيهات مختصة
بيع البن المحمص والمغلف للاستخدام المنزلي	مستخدمو القهوة في المنازل	جودة ثابتة وتغليف عملي وسهل التخزين	محامص البن التجارية
الطلب عبر المتجر الإلكتروني	عملاء داخل المدينة وخارجها ودول الخليج	سهولة الطلب وسرعة التوصيل وضمان الجودة	متاجر إلكترونية للقهوة
باقات الهدايا ومنتجات القهوة	أفراد وشركات	هدايا مميزة بطابع تراثي وجودة عالية	متاجر الهدايا ومحامص القهوة

سلة المنتجات

الورد (القيمة المقدمة)	الخصائص	المنتجات / الخدمات (توليد الدخل)
تجربة قهوة مميزة، تعزيز الوعي بالقهوة اليمنية	تقديم القهوة اليمنية بطرق حديثة في موقع جذاب مستوحى من التراث	كافيه متخصص
تحويل البن الخام إلى منتج جاهز، رفع القيمة المضافة	تحميص البن الحرازي بدرجات مدروسة لضمان ثبات الجودة وتميز النكهة	تحميص البن
سهولة الوصول لأسواق جديدة (محلي وخليجي)، زيادة المبيعات	منصة رقمية لبيع البن المحمص مع دفع إلكتروني وتوصيل محلي ودولي	المتجر الإلكتروني
تعزيز العلاقة التجارية، دعم التوسع المستقبلي	منتجات قهوة مقدمة كهدايا بطابع تراثي	باقات الهدايا

تسعر المنتجات

منتجات المتجر الإلكتروني	منتج التخصيص	منتج الكافية	
إدارة الموقع، التسويق الإلكتروني، التغليف الشحن، عمولات الدفع	شراء البن الأخضر، التخصيص أجور العمال، التعبئة والتغليف	بن، حليب، إضافات، أجور عمال، إيجار خدمات، مواد تغليف إيجار محل	الكلفة المحددة
من ٢٥ الى ٣٥ زبون يوميا	من ٢٠ الى ٢٥ زبون يوميا	من ٤٠ إلى ٥٠ زبون يوميا	عدد الزبائن المتوقع
هامش ربح على المنتج + تقليل التكاليف التشغيلية	هامش ربح على الكيلو + ربح الكميات	هامش ربح على الوحدة الواحدة (الكوب)	كم سيدفع المستفيدون
٩,٠٠٠ - ١٣,٠٠٠ ريال للكيلو	١٠,٠٠٠ - ١٥,٠٠٠ ريال للكيلو	٣٠٠ - ٦٠٠ ريال	أسعار المنافسين
ريال للكيلو ١١٠٠٠ - ٧٠٠٠	٨,٠٠٠ - ١١,٥٠٠ ريال للكيلو	١٥٠ - ٢٥٠ ريال للكوب	السعر المعتمد
سهولة الشراء والوصول للمنتج مع الحفاظ على هامش ربح مناسب	جودة عالية مع سعر تنافسي أقل من العلامات الكبيرة	سعر متوسط يجمع بين الجودة وإمكانية الوصول لشريحة واسعة	سبب اختيار السعر
نعم - بشكل أساسي العملاء الجدد والمتكررون المواسم والعروض	نعم - بشكل مرن الكافيات، التجار بالجملة، العملاء المتكررون	نعم - بشكل محدود الزبائن الدائمون، الطلبات الجماعية، أوقات الركود	ستمح الخصومات للزبائن التالي ذكرهم
لا بسبب مخاطر عدم السداد	نعم بشروط (عقد، مدة سداد، عملاء موثوقون)	لا بسبب صغر الفاتورة وصعوبة التحصيل	سبب بالدين للزبائن التالي ذكرهم

المكان والتوزيع

الموقع: يمن مول - صنعاء - حدة - جولة الرويشان (الدور الأرضي، واجهة مباشرة).

تم اختيار موقع المشروع داخل مول حدة التجاري لواجهته المباشرة وموقعه الحيوي، لما يتمتع به المول من حركة تجارية نشطة تتناسب مع الفئات المستهدفة وطبيعة الكافية. كما يتيح الموقع تشغيل أنشطة التخصيص والمتجر الإلكتروني ضمن المساحة نفسها، مما يحقق التكامل بين الأنشطة، ويخفض التكاليف التشغيلية، ويدعم القدرة التنافسية للمشروع.

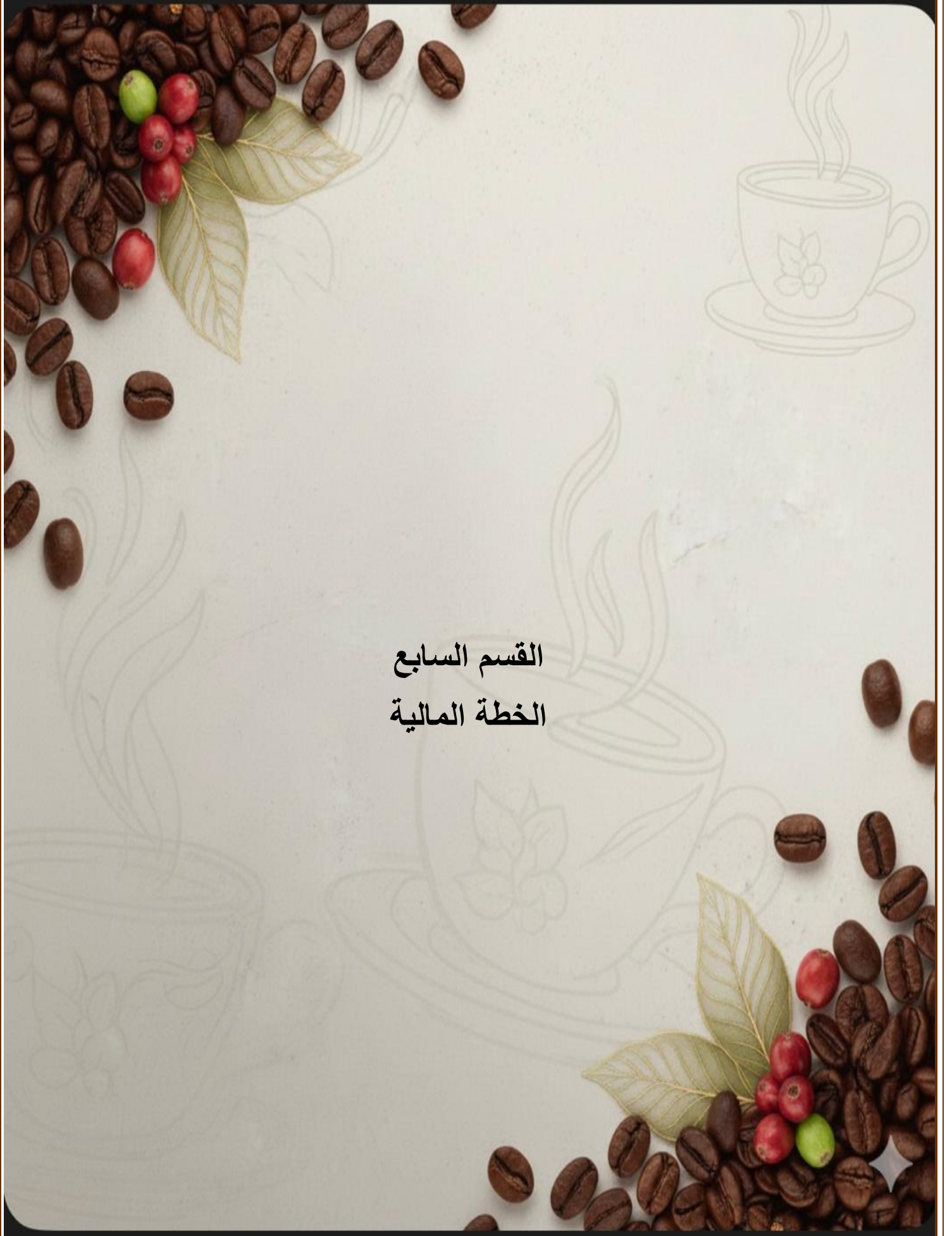
طريقة التوزيع:

القناة	طريقة التوزيع	التفاصيل
الكافية	مباشر	بيع المشروبات الجاهزة للاستهلاك داخل الكافية أو للطلب الخارجي (Take-away). يتميز بتحكم كامل بجودة المنتج والخدمة، وإمكانية تقديم عروض ترويجية وعينات مجانية.
معمل التحميص	جملة و تجزئة	الجملة: بيع البن المحمص للكافيهات والمطاعم والمتاجر بكميات كبيرة، مع التوصيل المباشر أو الاستلام من الموقع. - التجزئة: بيع كميات محدودة للأفراد عبر الطلب المسبق أو من موقع المعمل.
المتجر الإلكتروني	توصيل الكتروني	بيع البن المحمص عبر منصة إلكترونية مع إتاحة الشحن المحلي والدولي، للوصول لعملاء خارج المدينة ودول الخليج

الخطة الترويجية

المحور	الوسائل الترويجية	الفئة المستهدفة	التكلفة التقديرية
التسويق المباشر داخل الموقع (In-store Marketing)	- لافتات جذابة عند مدخل المول. - عينات مجانية للزبائن الجدد. - بطاقات ولاء (كل ٥ مشتريات كوب مجاني). - عروض موسمية (رمضان، العيد، مناسبات). - تنظيم جلسات قهوة وورش عن التحميص.	زبائن الكافية	٢٠٠٠٠
(التحميص) التسويق عبر العلاقات التجارية (B2B Marketing)	- عينات مجانية للكافيهات والمتاجر. - توقيع عقود توريد شهرية أو نصف سنوية. - نشرات إلكترونية بتحديثات أصناف البن. - مشاركة في معارض محلية ومتخصصة. - خصومات على الكميات الكبيرة.	كافيهات - مطعم -متاجر	١٥٠٠٠
المتجر الإلكتروني التسويق الرقمي (Digital Marketing)	- صفحات رسمية على وسائل التواصل (فيسبوك، إنستغرام، تيك توك). - إعلانات موجهة لفئات محددة (محبو القهوة، سكان المدينة). - تسويق عبر البريد الإلكتروني للعملاء السابقين. - محتوى بصري (صور وفيديوهات) للمنتجات والديكور.	أفراد (محليا و خليجيا)	٣٠٠٠٠

القسم السابع
الخطة المالية



جدول التكاليف (راس المال المطلوب) :-

ملاحظات	التكلفة (ريال)	البيان
ديكور بسيط - لوحة - تراخيص وتجهيز محل	١٠٠٠٠٠٠	تكاليف التأسيسية
آلة تحميص - ماكينة قهوة - اثاث الكافية	٧٣٠٠٠٠٠	أصول ثابتة (معدات)
رواتب - مواد خام - اجار كهرباء	٢٥٠٠٠٠٠	راس مال تشغيلي اول ٣ شهور
عشرة مليون ريال يماني	١٠٠٠٠٠٠٠	الإجمالي

مصاريف ما قبل التشغيل (التأسيسية) :-

التكلفة	البيان
٢٠٠٠٠٠	دراسة جدوى وتراخيص
٣٠٠٠٠٠	حملة إعلانية للافتتاح
٥٠٠٠٠٠	ديكورات وتجهيز اولي
١٠٠٠٠٠٠	الإجمالي

جدول الأصول الثابتة (المعدات والاثاث) :- التكاليف الاستثمارية

قسط الاهلاك السنوي	نسبة الاهلاك	التكلفة (ريال)	البيان
٤٥٠٠٠٠	%١٥	٣٠٠٠٠٠٠	آلة تحميص بن احترافية
٢٧٠٠٠٠	%١٥	١٨٠٠٠٠٠	ماكينة إسبريسو (راسين) ومطاحن
١٠٠٠٠٠	%١٠	١٠٠٠٠٠٠	اثاث الكافية وديكورات خشبية
٥٠٠٠٠	%١٠	٥٠٠٠٠٠	منظومة طاقة شمسية وتكييف
٢٠٠٠٠٠	%٢٠	١٠٠٠٠٠٠	أجهزة كمبيوتر ونظام محاسبي
١٠٧٠٠٠٠		٧٣٠٠٠٠٠	الإجمالي

سعر الخدمة / المنتج

م	اسم المنتج / الخدمة	الوصف	سعر البيع (ريال يمني)
١	بن حرازي محمص عبوة ٢٥٠ جرام	بن حرازي فاخر محمص ومغلف	٤٥٠٠
٢	بن حرازي محمص عبوة ٥٠٠ جرام	بن حرازي فاخر محمص ومغلف	٨٥٠٠
٣	مشروبات القهوة (إسبريسو / لاتييه)	متوسط سعر الكوب داخل الكافية	١٢٠٠
٤	قهوة مقطرة كيمكس	قهوة مختصة من البن الحرازي	١٨٠٠

جدول الأجور والمرتببات شهريا :-

الوظيفة	العدد	الراتب الفردي	الإجمالي الشهري	الإجمالي السنوي
مدير المشروع	١	١٥٠٠٠٠	١٥٠٠٠٠	١٨٠٠٠٠٠
حمّاص بن (خبير جودة)	١	١٢٠٠٠٠	١٢٠٠٠٠	١٤٤٠٠٠٠
باريستا (محضر قهوة)	٢	٨٠٠٠٠	١٦٠٠٠٠	١٩٢٠٠٠٠
مسؤول مبيعات وتغليف	١	٧٠٠٠٠	٧٠٠٠٠	٨٤٠٠٠٠
محاسب ومسؤول مخزن	١	١٠٠٠٠٠	١٠٠٠٠٠	١٢٠٠٠٠٠
عامل نظافة وسيرفس	١	٥٠٠٠٠	٥٠٠٠٠	٦٠٠٠٠٠
الإجمالي	٧		٦٥٠٠٠٠	٧٨٠٠٠٠٠

الإيرادات المتوقعة (شهريا وفصليا) :-

المبيعات ستكون من (أكياس بن محمص) + (مشروبات داخل الكافية)

الخدمة	الإيراد الشهري	الفصل ١ (%٢٠)	الفصل ٢ (%٢٠)	الفصل ٣ (%٢٠)	الفصل ٤ (%٢٠)	السنوي
مبيعات بن حرازي مغلف	١٢٠٠٠٠٠	٢٨٨٠٠٠٠	٣٦٠٠٠٠٠	٣٦٠٠٠٠٠	٤٣٢٠٠٠٠	١٤٤٠٠٠٠٠
مبيعات الكافية (مشروبات)	٨٠٠٠٠٠	١٩٢٠٠٠٠	٢٤٠٠٠٠٠	٢٤٠٠٠٠٠	٢٨٨٠٠٠٠	٩٦٠٠٠٠٠
الإجمالي	٢٠٠٠٠٠٠	٤٨٠٠٠٠٠	٦٠٠٠٠٠٠	٦٠٠٠٠٠٠	٧٢٠٠٠٠٠	٢٤٠٠٠٠٠٠

قائمة الدخل الشامل (السنة الأولى) :-

البيان	كلي (ريال)
اجمالي الإيرادات السنوية	٢٤٠٠٠٠٠٠
(يخصم) تكلفة البن الخام والتغليف	٨٠٠٠٠٠٠
(يخصم) الرواتب والأجور	٧٨٠٠٠٠٠
(يخصم) ايجار ومرافق (كهرباء وماء)	٢٤٠٠٠٠٠
(يخصم) مصاريف إدارية وتسويق	٧٣٠٠٠٠٠
(يخصم) اهلاك الأصول	١٠٧٠٠٠٠
صافي الربح قبل الزكاة	٢٥٧٠٠٠٠
الزكاة (٢,٥%)	٦٤٢٥٠
ضريبة الدخل (٢٠%)	٥١٤٠٠٠
صافي الربح بعد الضريبة	١٩٩١٧٥٠

حساب نقطة التعادل (بشكل بسيط):-

نقطة التعادل هي المرحلة التي يتساوى فيها الإيراد مع المصروف (لا ربح ولا خسارة)

نقطة التعادل (ريال) = التكاليف الثابتة ÷ (١ - نسبة التكاليف المتغيرة)

$$= (١ - ٠,٣٣٣٣) ÷ ١١,٣٧٠,٠٠٠$$

$$= ٠,٦٦٦٧ ÷ ١١,٣٧٠,٠٠٠$$

$$= ١٧,٠٥٥,٠٠٠ ريال سنوياً$$

(أي حوالي ١,٤٢١,٠٠٠ ريال شهرياً)

يحتاج المشروع لبيع منتجات بقيمة ١٧,٠٥٥,٠٠٠ ريال سنوياً

لتغطية تكاليفه الثابتة والمتغيرة دون ربح أو خسارة

فترة الاسترداد = رأس المال ÷ صافي الربح السنوي

النتيجة الصحيحة

فترة استرداد رأس المال ≈ ٥,٠٢ سنة

أي تقريباً ٥ سنوات وشهر واحد.

تحليل فترة استرداد رأس المال (٥ سنوات)

المعطيات الأساسية

رأس المال المستثمر = ١٠,٠٠٠,٠٠٠ ريال

صافي الربح السنوي = ١,٩٩١,٧٥٠ ريال

التدفق التراكمي للأرباح خلال ٥ سنوات

السنة	صافي الربح السنوي (الريال)	الربح التراكمي (ريال)	المتبقي من رأس المال
الأولى	١,٩٩١,٧٥٠	١,٩٩١,٧٥٠	٨,٠٠٨,٢٥٠
الثانية	١,٩٩١,٧٥٠	٣,٩٨٣,٥٠٠	٦,٠١٦,٥٠٠
الثالثة	١,٩٩١,٧٥٠	٥,٩٧٥,٢٥٠	٤,٠٢٤,٧٥٠
الرابعة	١,٩٩١,٧٥٠	٧,٩٦٧,٠٠٠	٢,٠٣٣,٠٠٠
الخامسة	١,٩٩١,٧٥٠	٩,٩٥٨,٧٥٠	٤١,٢٥٠ فقط

الاستنتاج المالي

بعد ٤ سنوات لم يتم استرداد رأس المال بالكامل.

في نهاية السنة الخامسة يصبح المبلغ المتبقي فقط ٤١,٢٥٠ ريال (قريب جداً من نقطة التعادل الاستثمارية).

يتم استرداد رأس المال بالكامل تقريباً في بداية السنة السادسة (بعد حوالي شهر واحد).

مشروع بذرة ذهبية (KPIs) مؤشرات قياس الأداء الرئيسية

لقياس مدى نجاح (Key Performance Indicators) تُستخدم مؤشرات قياس الأداء الرئيسية مشروع «بذرة ذهبية» في تحقيق أهدافه الاستراتيجية والتشغيلية والمالية. وتعتمد هذه المؤشرات على الجوانب البيعية والمالية والتشغيلية وخدمة العملاء.

أولاً: مؤشرات الأداء البيعي

المؤشر	طريقة القياس	الهدف المستهدف	الغرض من القياس
إجمالي المبيعات الشهرية	+مجموع مبيعات البن مبيعات الكافيه	ريال ٢,٠٠٠,٠٠٠ شهرياً	قياس تحقيق المستهدف المالي
معدل نمو المبيعات السنوي	مبيعات السنة الحالية - (السابقة) ÷ السابقة	سنوياً ١٠٪	قياس التوسع والاستدامة
متوسط قيمة الفاتورة	عدد ÷ إجمالي الإيرادات العملاء	زيادة تدريجية سنوياً	قياس القوة الشرائية للعميل

ثانياً: مؤشرات العملاء

المؤشر	طريقة القياس	الهدف المستهدف	الغرض من القياس
عدد العملاء اليومي	عدد الفواتير اليومية	عميل يومياً ٤٠-٥٠	قياس الإقبال على الكافيه
معدل تكرار الشراء	÷ العملاء المتكررين إجمالي العملاء	فأكثر ٦٠٪	قياس الولاء
نسبة رضا العملاء	استبيانات وتقييمات	فأكثر ٨٥٪	قياس جودة الخدمة

ثالثاً: مؤشرات التشغيل والجودة

المؤشر	طريقة القياس	الهدف المستهدف	الغرض من القياس
زمن تحضير الطلب	متوسط وقت إعداد الكوب	أقل من ٥ دقائق	تحسين تجربة العميل
ثبات جودة التحميص	÷ دفعات مطابقة إجمالي الدفعات	فأكثر ٩٥٪	ضمان الجودة

رابعاً: المؤشرات المالية

المؤشر	طريقة القياس	النتيجة المتوقعة	الأهمية
هامش الربح الصافي	صافي الربح ÷ إجمالي الإيرادات	١٠-١٢٪	قياس الكفاءة المالية
نقطة التعادل	÷ التكاليف الثابتة هامش المساهمة	ريال ١,٩٠٠,٠٠٠ شهرياً	تحديد الحد الأدنى الآمن
مدة استرداد رأس المال	رأس المال ÷ صافي الربح السنوي	٥.٠٢ سنة	تقييم الجدوى الاستثمارية

الخلاصة

تعكس مؤشرات الأداء السابقة قدرة مشروع «بذرة ذهبية» على تحقيق أهدافه الاستراتيجية، وتساعد الإدارة في اتخاذ قرارات مبنية على بيانات دقيقة لضمان الاستمرارية والتوسع المستقبلي.

مشروع "بذرة ذهبية" هو نموذج استثماري متكامل يهدف إلى تعزيز القيمة المضافة للبن الحرازي اليمني. يقوم المشروع على فكرة الجمع بين ثلاثة مكونات رئيسية: معمل تحميص متخصص، كافيه عصري، ومتجر إلكتروني يستهدف السوق المحلي والخليجي. يسعى المشروع لسد الفجوة في السوق عبر تحويل البن من مادة خام إلى منتج نهائي محمص بجودة احترافية، مع الحفاظ على الهوية التراثية والارتباط بالمزارعين المحليين.

التوصيات (Recommendations)

بناءً على تحليل SWOT والدراسة المالية والتشغيلية في المشروع، يمكن تلخيص أهم التوصيات فيما يلي:-

التوسع الرقمي: ضرورة إطلاق المتجر الإلكتروني في موعده المحدد (بداية عام ٢٠٢٧) للوصول إلى أسواق الخليج وتعظيم الأرباح.

ضبط الجودة: الالتزام بمعايير تحميص دقيقة (ثبات الجودة بنسبة ٩٥٪ فأكثر) لضمان ولاء العملاء في ظل المنافسة القوية.

دعم المزارعين: الاستمرار في بناء علاقات مباشرة مع مزارعي حراز لضمان استدامة الإمدادات وشفافية المصدر.

التدريب المستمر: تأهيل الكادر الفني (الباريستا والمحمصين) لمواكبة تطورات القهوة المختصة وتجنب نقاط الفشل في رحلة العميل.

الاستدامة المالية: مراقبة نقطة التعادل الشهرية (المقدرة بـ ١,٤ مليون ريال) لضمان تغطية التكاليف في السنوات الأولى.

الملاحق

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

أهلنا الكرام من المزارعين ومزارعات البن 🌱🍵

ندعوكم للمشاركة في استبيان مهم حول مشروع البن اليمني بهدف جمع آراءكم وخبراتكم في الزراعة، الإنتاج، العمالة، والتسويق، وذلك للمساهمة في إعداد دراسة تطويرية تدعم المزارعين ويبنى عليها برامج دعم مستقبلية.

رابط الاستبيان: 🔗



<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeG^zJOi^x^YBlg c^Lp^hNMCA^ItxOr^Fif^ULdnefz^TLA/viewform?usp=header>

🕒 لن يستغرق أكثر من دقائق قليلة، ومشاركاتكم تهمنا جدًا لأنها تمثل صوت المزارعين الحقيقي في المشروع.

📌 لماذا المشاركة؟

لتوثيق واقع البن اليمني من مصدره الحقيقي

لرفع التحديات التي تواجهكم

وللمساهمة في حلول عملية تخدمكم



دور أعضاء الفريق في المشروع:

الاسم :- أفراح احمد احمد يحيى الظهرة
دورها في المشروع :- عضو فريق الإعداد والتطوير
مساهماتها الفعلية:

- المشاركة في صياغة الملخص التنفيذي للمشروع.
- المساهمة في تطوير فكرة المشروع وهيكلته العامة.
- المشاركة في إعداد النموذج التجاري وتحليل عناصره.
- الإشراف على الخطوط التأسيسية والهوية البصرية للمشروع.
- مساهمة خفيفة في إعداد الخطة التسويقية

الاسم :ملاك مهدي مهدي

دورها في المشروع: عضو فريق البحث والتنظيم

مساهماتها الفعلية:

- جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بفكرة المشروع.
- المساهمة في تحديد الميزة التنافسية للمشروع.
- ترتيب وتنظيم محتوى المشروع قبل التسليم.
- المساعدة في إعداد العرض التقديمي.
- المشاركة في مناقشة الأفكار واتخاذ بعض القرارات داخل الفريق.
- المساهمة في اقتراح أفكار تطوير إضافية للمشروع.

الاسم: يسرى علي ناجي الظهرة

الدور: عضو فريق الإعداد والتطوير

المساهمات الفعلية:

- إعداد الخطة التسويقية.
- إعداد الخطة المالية.
- مساهمة خفيفة في تحليل SWOT وتحديد المنافسين.