



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
مركز تطوير المقاولاتية لجامعة المسيلة



المعهد: تسيير التقنيات الحضرية

القسم: تسيير مدينة

المستوى والتخصص: السنة الثانية ماستر تسيير مدينة

مذكرة التخرج لنيل شهادة جامعية – مشروع مؤسسة اقتصادية
عنوان المشروع:
وكالة السفر والسياحة

مقدمة في إطار الحصول على شهادة مؤسسة اقتصادية (مصغرة) في إطار القرار الوزاري 1275
المعدل والمتمم بالقرار الوزاري 008 المؤرخ في 23 فيفري 2025

الاسم التجاري للمؤسسة:

Smart Visit Boussaâda



اعداد الطالبة: بشيري شيماء.
اشراف الاستاذ: سليمان نبيل.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

في ختام هذا المشوار الطويل، يطيب لي أن أتوقف لحظة امتناناً أُعبّر فيها عن شكري لكل من كان له أثر في هذا العمل.

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف سليمان نبيل، الذي رافق هذا المشروع بعين الخبير توجهاته لم تكن مجرد ملاحظات علمية، بل كانت إضاءات حقيقية في كل مرحلة من مراحل الإنجاز.

وأشكر جميع أساتذة معهد تسيير التقنيات الحضرية وأساتذتي في قسم تسيير المدينة الذين أعطوا بسخاء ولم يبخلوا بعلم ولا بوقت ما تعلمته في قاعات هذا المعهد كان اللبنة الأولى لكل ما بُني بعده.

وأخيراً، أشكر نفسي على كل ليلة لم أستسلم فيها، وكل لحظة شك تجاوزتها، وكل تعب سنوات لم أدعه يهزمي. هذه اللحظة تستحق كل ما مررت به.

اللجنة الوطنية للتنسيقية لهتابة
الجمعية الوطنية للمهنيين
NCCFIUE

إهداء

إلى من لا تكفيهما كلمات... إلى من علّمني أن الحياة تستحق العطاء إلى من كانا بجاني في كل لحظة بالكلمة حين احتجت من يسمعي، وبالفعل حين احتجت من يساندني، وبالقلب حين احتجت من يؤمن بي حتى في اللحظات التي شككت فيها بنفسي إلى من لم يتركاني يوماً أشعر أنني وحدي في هذا الطريق إلى أبي وأمي الكريمين، حفظهما الله وأطال في عمرهما وأدامهما نعمة في حياتي هذا العمل ليس إنجازي وحدي هو ثمرة من ثمار تضحياتكما، وما أنا إلا امتداد لما غرستمه في قيم وإصرار وحب للعلم.

وإلى أربعة أرواح غالية لا يزال القلب يحمل حنينها أجدادي زهراء وعلجية وبلقاسم وذوايدي رحمهم الله جميعاً وأسكنهم فسيح جناته

وإلى إخوتي الأعزاء: صدام، صلاح، هبة، ولياء... أنتم شركاء العمر، ورفقاء الطريق، والسند الذي أستاذت إليه دون خوف. شكراً لمحببتكم، لقربكم، ولكل موقف جميل خفف تعب الأيام وجعل الرحلة أكثر قوة ودفئاً. وجودكم نعمة، وفخري بكم أكبر مما تصفه الكلمات.

إلى أولاد أختي الصغار الذين يجعلون الحياة أجمل بوجودهم قصي ولؤي، وآخر هدايا العمر الحلو معاذ كبروا في خير وعافية يا بهجة القلب.

وإلى ساجدة صديقتي المفضلة التي عرفت كيف تكون هناك حين يحتاج الإنسان من يفهمه قبل أن يتكلم شكراً لأنك كنت دائماً معي.

إلى عائلتي الكبيرة، كل اسم يسكن القلب وإن ضاق المقام عن ذكره. وإلى كل صديق وصديقة رافقوا هذا المشوار ولو بكلمة تشجيع أو ابتسامة في لحظة إرهاق. أهدي ثمرة سنوات من التعب والإصرار والحلم.

بشيري شيماء

الفهرس

أولاً: فريق العمل والإشراف

- 1- فريق العمل
- 2- فريق الإشراف

ثانياً: تعريف المشروع

1. تحديد النشاط
2. قطاع النشاط
3. رمز النشاط

ثالثاً: وصف فكرة المشروع

1. ما هي منتجاتي / خدماتي
2. من سيشتري منتجاتي / خدماتي
3. أين سيقام مشروع وكيف ستصل منتجاتي/خدماتي للزبائن
4. كيف سيتشغل مشروع
5. مبررات اختيار فكرة مشروع

رابعاً: دراسة السوق

1. طبيعة وحجم المنافسة: من هم المنافسون المباشرون وغير المباشرين؟
2. حجم السوق المستهدف والمحتمل
3. تحليل SWOT: نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لمشروع

4. نموذج العمل التجاري BMC لمشروع

خامساً: الدراسة التقنية

1. احتياجات المشروع من الموارد البشرية: (ما هي الاحتياجات من الموظفين؟)
2. موقع إقامة مشروع ومبررات اختياره: أين سيكون موقع مشروع؟

سادساً: تقدير تكاليف وإيرادات مشروع

1 - تقدير تكاليف مشروع

- 1.1 تقدير المبلغ الإجمالي للاستثمار في مشروع
- 2.1 تقدير مشتريات مشروع من المواد الأولية في مشروع
- 3.1 تقدير تكاليف اليد العاملة في مشروع
- 4.1 تقدير التكاليف المشتركة لمشروع
- 5.1 تقدير تكاليف اهتلاك الاستثمارات لمشروع

2- تقدير إيرادات مشروع

- 1.2 تقدير حجم المبيعات السنوية لمشروع
- 2.2 حساب النتيجة السنوية لمشروع

ملخص

بوسعادة مدينة تختزن تراثاً استثنائياً وتستقبل آلاف الزوار سنوياً، غير أنها تفتقر إلى ما يُنظّم هذا الزخم ويُحوّله إلى تجربة سياحية متكاملة. من هذه الحاجة الحقيقية وُلد مشروع **Smart Visit Boussaâda**.

Smart Visit Boussaâda وكالة سفر وسياحة متكاملة، مسجلة وفق الرمز 605012 تحت القانون 99-06، تجمع في كيان واحد بين خدمات الوكالة السياحية التقليدية الشاملة من باقات محلية ورحلات جماعية وتنظيم حج وعمره وسياحة خارجية وبين منصة رقمية ذكية تُقدّم المدينة بصورة موحّدة للزائر وتُتيح للمتعاملين المحليين من فنادق ومطاعم وحرفيين واجهة رقمية تُوسّع حضورهم وتُعظّم عائداتهم.

يرتكز المشروع على سوق فعلية موثقة: أكثر من 20,000 زائر سنوياً، و 2,249 حرفياً مسجلاً، و 18 منشأة إيواء، و 339 منشأة إيطعام كلها موارد قائمة تنتظر منظومة تُفعّلها وتوصلها إلى الزائر. ويثبت التحليل المالي المفصّل جدوى المشروع عبر مسار إيرادي تصاعدي مستدام على مدى ثلاث سنوات.

Smart Visit Boussaâda ليست مجرد وكالة سفر بل مبادرة لتحويل مدينة تمتلك كل مقومات الوجهة السياحية الناجحة إلى وجهة ذكية فعلاً، تُدار باحترافية وتُسوّق رقمياً وتخدم زوارها بمستوى يليق بتراثها.

Abstract

Boussaâda holds an exceptional heritage and welcomes thousands of visitors every year yet it lacks the structure to organize that momentum and transform it into a complete, professional tourism experience. **Smart Visit Boussaâda** was born from this real and pressing need.

Smart Visit Boussaâda is a full-service travel and tourism agency, registered under code 605012 in accordance with Law 06-99, combining under one roof the full range of traditional agency services local packages, group tours, Hajj and Umrah organization, and outbound travel with a smart digital platform that presents the city as a unified destination, while offering local hotels, restaurants, and artisans the digital presence they need to reach more clients and grow their revenue.

The project is grounded in a real, documented market: over 20,000 annual visitors, 2,249 registered artisans, 18 accommodation facilities, and 339 dining establishments existing resources waiting for a system that activates and connects them to the visitor. The detailed financial analysis confirms the project's viability through a sustained and growing revenue trajectory across three years of operation.

Smart Visit Boussaâda is more than a travel agency it is an initiative to transform a city that holds every asset of a thriving tourism destination into one that is genuinely smart: professionally run, digitally marketed, and delivering an experience worthy of its heritage.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
 REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
 MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
 جامعة محمد بوضياف - المسيلة
 Université Mohamed Boudiaf - M'SILA
 معهد تسيير التقنيات الحضرية
 Institut de Gestion des Techniques Urbaines



ملحق بالقرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020
 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها
 الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي : جامعة محمد بوضياف - المسيلة

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز بحث

أنا الممضي أسفله:

السيد [ة]: بشيري شيماء الصفة (أستاذ، باحث، طالب) : طالبة سنة ثانية ماستر
 الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم : 110031022020770004 والصادرة بتاريخ : 05\06\2023
 المسجل [ة] بكلية /معهد : تسيير التقنيات الحضرية قسم : تسيير مدينة
 والمكلف [ة] بانجاز أعمال بحث [مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه]
 عنوانها : مذكرة تخرج ماستر /مؤسسة اقتصادية مصفرة وكالة السفر والسياحة Smart Visit Boussaâda

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والتزامه الأكاديمية المطلوبة في انجاز
 البحث المذكور أعلاه.

التاريخ : 03/06/2026

توقيع المعني [ة]

BP: 166 – M'sila 2800
 33. 23.18

Tél : 035
 ص ب : 166 - المسيلة 28000
 الهاتف : 035.33.23.18

المقدمة

تتجه المدن السياحية حول العالم اليوم نحو توظيف التكنولوجيا الرقمية في تنظيم تجربة الزائر وتعظيم القيمة الاقتصادية للموروث المحلي، وهو ما يندرج ضمن مفهوم "السياحة الذكية" وهي نموذج يجعل المعلومة في متناول السائح، ويربط مختلف مكونات المنظومة السياحية في واجهة رقمية موحدة. وفي هذا الإطار، تسعى الجزائر إلى رقمنة خدماتها السياحية وتطوير بوابات إلكترونية موحدة، تعزيزاً لقطاع يراهن عليه بوصفه ركيزة من ركائز التنويع الاقتصادي.

وفي قلب هذا التحول تقع مدينة بوسعادة وهي المدينة التي تختزن موروثاً ثقافياً أعطاهها صبغة وطنية وعالمية، من زواياها ومساجدها العتيقة وأزقتها ذات الخصوصية العمرانية الفريدة، إلى واديها الشهير وإرث الرسام العالمي نصر الدين دينيه. وقد نالت المدينة مؤخراً استقلاليتها الإدارية كولاية، مما يفتح أمامها آفاقاً أوسع للاستثمار السياحي والتنمية المحلية.

في هذا الواقع الواعد، باتت الحاجة ملحة إلى واجهة رقمية ذكية تُقدّم المدينة بصورة موحدة ومتكاملة، منصة تجمع معالم بوسعادة وفنادقها ومطاعمها وحرفييها وخدمات السفر المتاحة، وتُوصل كل ذلك إلى الزائر قبل وصوله وتُرافقهُ طوال تجربته. فالسائح اليوم يبحث ويحجز ويُخطّط رقمياً، وغياب هذه الواجهة يعني في الغالب تفويت فرص خدمات لا يعلم بوجودها.

من هذا المنطلق جاء مشروع **Smart Visit Boussaâda**؛ وكالة سفر وسياحة تُقدّم خدماتها التقليدية الشاملة من باقات سياحية محلية وتنظيم حج وعمرة وسياحة خارجية، مدعومةً بمنصة رقمية ذكية تجعل كل ما تُقدّمه بوسعادة في متناول كل زائر، تجسّيداً فعلياً لمفهوم السياحة الذكية على المستوى المحلي.

تُقدّم هذه المذكرة دراسة متكاملة لهذا المشروع في إطار متطلبات شهادة مؤسسة اقتصادية وشهادة الماستر في تسيير المدينة، منطلقاً من معطيات ميدانية رسمية وتحليل دقيق لبيئة السوق المحلية، بهدف إثبات الجدوى الاقتصادية والتقنية لهذه المبادرة وإبراز قيمتها المضافة على الاقتصاد المحلي والوطني.

أولاً: فريق العمل والإشراف

1-فريق العمل

فريق المشروع	التخصص	الكلية/ المعهد	الخبرة/ الكفاءة في مجال المشروع
الطالب: بشيري شيماء	تسيير مدينة	تسيير التقنيات الحضرية	معرفة ميدانية مباشرة بالمحيط السياحي لمدينة بوسعادة ومقوماته بحكم الإقامة

2-فريق الإشراف

المشرف	التخصص	الكلية
المشرف الرئيسي: سليمان نبيل	تسيير مدينة	معهد تسيير التقنيات الحضرية

ثانياً: تعريف المشروع: يكون النشاط وفقاً للمدونات التي تحدد قائمة الأنشطة لكل هيئة تسجيل (المركز الوطني للسجل التجاري، الفلاحة، الصناعة التقليدية والحرف)؛

تحديد النشاط	قطاع النشاط	رمز النشاط (وفق مدونة الأنشطة للمركز الوطني للسجل التجاري cnrc)
وكالة السفر والسياحة	الخدمات	605012

- ❖ في حالة نشاط مقنن، أو نشاط يحتاج إلى اعتمادات أو تراخيص خاصة، يجب ذكرها وذكر الجهة المانحة لها
- ❖ يخضع نشاط وكالة السفر والسياحة للقانون رقم 99-06 المؤرخ في 04 أبريل 1999، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار ويستوجب الحصول على رخصة استغلال من الولاية المختصة قبل الشروع في ممارسته.
- ثالثاً: وصف فكرة المشروع:
- ينبغي ان يكون صاحب / أصحاب المشروع على دراية بكل تفاصيل المشروع وقادرين على تقديم وصف ملخص ودقيق عنه، من خلال الإجابة بدقة على العناصر التالية:

ما هي منتجاتي أو خدماتي:

أولاً العروض السياحية المتكاملة (البيع المباشر)

- باقات سياحية شاملة "Experience Boussaâda" (نقل + إرشاد + إقامة)
- باقات عائلية
- رحلات جماعية (طلابية، نسائية، ترفيهية)
- رحلات خارجية (تونس، تركيا، الإمارات)
- باقات العمرة والحج المتكاملة

ثانياً خدمات الإقامة

- بيع وتنظيم باقات الإقامة الليلية بالتنسيق مع مؤسسات الإيواء المحلية

ثالثاً خدمات الوساطة والتمثيل

- عمولات على حجوزات الإقامة والإطعام
- بيع تذاكر النقل (حافلة، قطار، طيران)
- بيع باقات الوكالات الكبرى بعمولة متفق عليها
- تمثيل وكالات سياحية أجنبية واستقبال سياحها
- عمولة على بيع الصناعات التقليدية المحلية

رابعاً خدمات الإرشاد والتصوير

- إرشاد سياحي معتمد للمواقع الأثرية والتراثية
- تصوير تذكاري احترافي للزوار

خامساً خدمات النقل الخاص

- كراء سيارات بسائق للرحلات الخاصة والعائلية

سادساً تنظيم الفعاليات

- تنظيم تظاهرات ثقافية وترفيهية بالتنسيق مع الجهات المحلية

سابعاً الخدمات الرقمية عبر المنصة B2C و B2B

- اشتراكات ظهور مميز للحرفيين وأصحاب المحلات والفنادق
- اشتراكات Premium للزوار
- مساحات إعلانية للمؤسسات
- اشتراكات إدارة الحجوزات للشركاء المحليين
- تقارير إحصائية دورية لأصحاب المؤسسات السياحية

من سيشتري منتجاتي/ خدماتي (حدد زبائنك بدقة) :

الشريحة الأولى السائح المحلي الزوار القادمون من مختلف ولايات الجزائر، يشمل العائلات الباحثة عن باقات منظمة، الوفود الطلابية الراغبة في رحلات تعليمية وتاريخية، مجموعات الشباب وهواة الاستكشاف والمغامرة، والمجموعات النسائية. بلغ عددهم خلال موسم السياحة الصحراوية 2025-2026 ما مجموعه 7,946 زائراً جزائرياً.

الشريحة الثانية السائح الأجنبي زوار من جنسيات متعددة يتوافدون خلال موسم السياحة الصحراوية، يبحثون عن تجربة ثقافية أصيلة ويحتاجون إلى مرافقة متخصصة ودليل سياحي متعدد اللغات. يشمل الباحثين عن السياحة الثقافية (متحف نصر الدين دينيه، الزوايا التاريخية)، المصورين والمستكشفين، والمغتربين الجزائريين العائدين في العطل. بلغ عددهم خلال نفس الموسم 541 سائحاً أجنبياً.

الشريحة الثالثة الراغبون في الحج والعمرة والسياحة الخارجية سكان مدينة بوسعادة والولاية الراغبون في السفر إلى الخارج سواء لأداء الشعائر الدينية أو لأغراض سياحية (تونس، تركيا، الإمارات). يحتاجون إلى وكالة موثوقة وقريبة تتكفل بجميع إجراءات السفر والحجز. يمثل هذا القطاع طلباً منتظماً ومتجدداً على مدار السنة.

الشريحة الرابعة الحرفيون ومنشآت الإيواء والإطعام (B2B) المستفيدون من المنصة الرقمية، ويشملون 2,249 حرفياً مسجلاً (صناع السجاد، الحلي الفضية، الخناجر البوسعدية وغيرها)، إضافة إلى 18 منشأة إيواء و339 منشأة إطعام. توفر لهم المنصة واجهة إلكترونية للظهور والترويج واستقطاب الزبائن مباشرة، فضلاً عن الشركات والمؤسسات الراغبة في تنظيم رحلات جماعية لموظفيها.

أين سيقام مشروعك وكيف تصل منتجاتك / خدماتك للزبائن:

يقع المقر الرئيسي لمؤسسة Smart Visit Boussaâda في حي "الهضبة" بمدينة بوسعادة، وهو موقع تم اختياره بناءً على معايير الجدوى الاقتصادية والقرب من النسيج السياحي للمدينة:

- القرب من مرافق الإقامة: يتميز الموقع بتوسطه لأهم نقاط الإيواء، حيث يقع على مسافة قريبة جداً من فندق كردادة العريق والمراقد السياحية المحيطة، مما يسهل الوصول المباشر للسياح المقيمين.
- القرب من السوق التقليدية يتيح للمشروع الربط المباشر مع الحرفيين وتجار المنتجات المحلية، وهم من الشركاء الأساسيين في المنصة.
- نقطة ارتكاز سياحية: حي الهضبة يعتبر من الأحياء الحيوية التي تسهل انطلاق الرحلات السياحية نحو المعالم التاريخية ومركز المدينة.

تعتمد المؤسسة استراتيجية "التحويل الرقمي الميداني"، حيث يتم الوصول للزبائن عبر المنصة الذكية للحجز المسبق، واستخدام تقنية QR Codes الموزعة في نقاط الجذب السياحي (معالم، فنادق، مرافد، أسواق) لتحويل الزوار إلى زبائن فوريين. كما تعتمد على التسويق بالمحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي لاستهداف العائلات والوفود، بالإضافة إلى نظام الشراكات مع مقدمي الخدمات المحليين لضمان وصول الخدمة للسائح في كافة مراحل رحلته.

كيف سيشغل مشروعك:

تدار مؤسسة Smart Visit Boussaâda من خلال هيكل تكاملي يجمع بين فريق عمل داخلي (موظف حجوزات، مسؤول عمليات السياحية) وشبكة شركاء محليين؛ حيث يتولى الفريق الإداري والتقني إدارة المنصة الرقمية، وتطوير الباقات، والتنسيق التجاري، بينما يقوم فريق الميدان من مرشدين ومرافقين بتنفيذ العمليات السياحية. ويساهم في نجاح المشروع كشركاء أساسيين كل من أصحاب الفنادق والمرافد والمطاعم من خلال توفير الخدمات اللوجستية، إضافة إلى الحرفيين المحليين الذين يمثلون المورد الأساسي للمنتجات الثقافية، والمرشدين والمصورين والسائقين، والمطور التقني للمساعدة في المنصة وهذا يخلق منظومة عمل متكاملة تضمن جودة الخدمة من الحجز الرقمي حتى التجربة الميدانية.

أما من الجانب الشخصي والمهني، فإن انتمائي لمدينة بوسعادة ورغبتني الطموحة كمختصة في "تسيير المدينة" دفعتني للمساهمة في ترقية صورتها الحضرية. إن هدفي هو تحويل مدينتي من مجرد محطة عبور إلى وجهة نموذجية، عبر تسخير التكنولوجيا لخدمة التراث المحلي وإبراز الهوية البوسعيدية الأصيلة للعالم بطريقة عصرية ومستدامة.

1. طبيعة وشدة المنافسة: من هم المنافسون المباشرون وغير المباشرون؟

أذكر استراتيجيات مؤسستك في التعامل مع منافسيها:

- التميز الرقمي عن الوكالات التقليدية تقديم خدمات متكاملة في منصة واحدة تجمع الحجز، الإرشاد، النقل والحرف التقليدية مع بناء شراكات استراتيجية مع الموردين المحليين (فنادق وحرفيين) لضمان تقديم أسعار تنافسية وحصرية لا تستطيع الوكالات العامة توفيره

- المنافسة بالجودة والتنظيم ضد صفحات فيسبوك توفير معلومات سياحية دقيقة وموثوقة ومحدثة وشاملة
- تحويل المرشدين وسائقي الكراء غير الرسميين من منافسين إلى شركاء دمجهم في شبكة المنصة مقابل عمولة
- سد الفراغ امام منصات مثل Booking وTripAdvisor وDzair Travel التخصص الكامل في بوسعادة بمحتوى محلي دقيق لا تملكه المنصات الدولية والوطنية .

2. حجم السوق المستهدف والمحتمل:

حجم السوق المستهدف:

- تستهدف مؤسسة Smart Visit Boussaâda أربع شرائح رئيسية:
- الشريحة الأولى السائح المحلي: يشمل الزوار القادمين من جميع ولايات الجزائر، دوافعهم اكتشاف معالم مدينة بوسعادة الثقافية والصحراوية، ويحتاجون إلى خدمات تنظيم الرحلات والحجز والإرشاد السياحي.
- الشريحة الثانية السائح الأجنبي: يشمل زواراً من جنسيات متعددة، يتوافدون أساساً خلال موسم السياحة الصحراوية، ويحتاجون إلى خدمات مرافقة متخصصة ودليل سياحي متعدد اللغات.
- الشريحة الثالثة الراغبون في أداء فريضة الحج والعمرة والسياحة الخارجية: يشمل سكان مدينة بوسعادة والولاية الراغبين في السفر إلى الخارج سواء لأداء الشعائر الدينية أو لأغراض سياحية، ويحتاجون إلى وكالة موثوقة قريبة تتكفل بجميع إجراءات السفر والحجز.
- الشريحة الرابعة الحرفيون والصنّاع التقليديون ومنشآت الإيواء والإطعام: تضم هذه الشريحة 2,249 حرفياً مسجلاً بمختلف أنواع الحرف، إضافةً إلى 18 منشأة إيواء و 339 منشأة إطعام، وجميعهم مستفيدون من المنصة الرقمية التي توفر لهم واجهة إلكترونية للظهور والترويج واستقطاب الزبائن مباشرةً.

حجم السوق المحتمل: اللجنة الوطنية للتسيقية لهتابة

- بلغ إجمالي الزوار الوافدين إلى مدينة بوسعادة خلال عام 2025 ما مجموعه 20,150 سائحاً، وهو المؤشر الرسمي المعتمد لقياس حجم الطلب السياحي الفعلي.
- وخلال موسم السياحة الصحراوية (أكتوبر 2025 — أبريل 2026) سُجِّل 8,487 سائحاً، منهم 7,946 جزائرياً من مختلف ولايات الوطن و 541 أجنبياً من جنسيات متعددة.
- أما على صعيد السياحة الخارجية والدينية، فيمثل سكان ولاية بوسعادة قاعدةً محلية مستهدفة للخدمات المتعلقة بتنظيم رحلات الحج والعمرة والسياحة الخارجية، وهو قطاع يتسم بطلب منتظم ومتجدد على مدار السنة.
- تعمل في هذا السوق 32 وكالة سفر و سياحة داخل الولاية، مما يُثبت وجود طلب حقيقي وسوق نشطة.
- غير أن مؤسسة Smart Visit Boussaâda تتميز عن هذه الوكالات بكونها الوحيدة التي تجمع بين الخدمات التقليدية للوكالة السياحية ومنصة رقمية متكاملة، مما يمنحها ميزة تنافسية واضحة في استقطاب شريحة أوسع من الزبائن.

3. تحليل SWOT: نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لمشروع:

- نقاط القوة: كل العناصر (داخل المؤسسة) التي تشكل مصدر قوة لمشروع (قد تكون: مهارات خاصة، موارد بشرية، موارد مادية،)
- نقاط الضعف: كل العناصر (داخل المؤسسة) التي تشكل نقطة ضعف أو تقف عائقاً امام مشروع حالي أو مستقبلي
- الفرص: كل العناصر الخارجية التي لها أثر إيجابي على تنفيذ مشروع أو تطوره في المستقبل

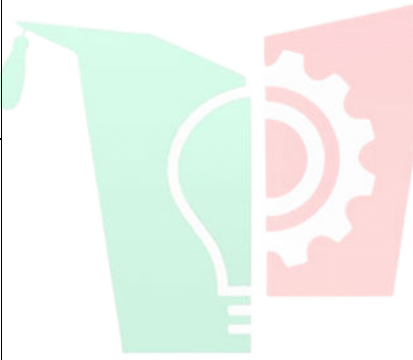
- التهديدات: كل العناصر الخارجية التي لها أثر سلبي على تنفيذ مشروعي أو تطوره في المستقبل

جدول تحليل SWOT

عوامل تعطل تحقيق الأهداف	عوامل تساعد في تحقيق الأهداف	SWOT
Weaknesses نقاط الضعف المنافسة العالية محلياً (32 وكالة) محدودية رأس المال التأسيسي تُقيد القدرة على التوسع السريع وتطوير المنصة وتمويل حملات التسويق في المراحل الأولى. المشروع حالياً مجرد "نموذج أولي" يحتاج لجهد كبير ليصبح تطبيقاً فعلياً في الميدان. الانطلاق من الصفر بدون قاعدة بيانات سابقة للزبائن أو علاقات مسبقة مع الفنادق. غياب ميزانية مخصصة للتسويق، والاعتماد فقط على النشر المجاني في البداية. الاعتماد على الكراء في النقل (حافلات وسيارات) دون امتلاكها يقلص هامش الربح غياب الخبرة التشغيلية الميدانية في تسيير وكالة سياحية، كون المشروع هو التجربة الأولى في القطاع	Strengths نقاط القوة منصة رقمية موحدة تجمع (الفندق، المطعم، الحرفي) في واجهة واحدة لأول مرة في بوسعادة. استخدام الذكاء الاصطناعي للإرشاد الفوري، مما يوفر قاعدة بيانات ومعلومات موثوقة للسائح على مدار الساعة. دعم المنصة لثلاث لغات، مما يفتح المجال لشرائح واسعة تشمل المغتربين والسياح الأجانب. توفير خيارات تواصل متعددة (واتساب، اتصال مباشر، حجز آلي) تناسب كافة مستويات الوعي الرقمي لدى الزبائن. القدرة على جمع وتحليل بيانات سلوك السياح وتفضيلاتهم داخل مدينة بوسعادة لتطوير الخدمات مستقبلاً. تقديم خدمات متنوعة في آن واحد (وكالة + منصة) مما يجعلك مصدراً شاملاً للسائح	عوامل داخلية
Threats التهديدات سيطرة المجموعات غير الرسمية على السوق بأسعار منخفضة جداً تغري شريحة واسعة من الزبائن. سهولة استنساخ الفكرة من طرف منافسين (وكالات كبرى) يمتلكون رأس مال وقدرات تسويقية ضخمة. تذبذب خدمات الإنترنت والكهرباء في بعض المناطق، مما قد يؤثر على تجربة المستخدم مع المنصة. الموسمية السياحية؛ حيث يتركز النشاط في فترات معينة (شتاءً وربيعاً) ويشهد ركوداً في فترات أخرى. تأخر أو صعوبة الحصول على اعتماد الحج الرسمي من الديوان الوطني	Opportunities الفرص فراغ السوق الرقمي في بوسعادة، حيث لا يوجد منافس واحد يقدم خدمة رقمية متكاملة للمدينة. تحول بوسعادة لولاية جديدة يزيد من زخم الاستثمار والتدفق السياحي الرسمي إليها. النمو السريع في استخدام الهواتف الذكية وتوجه الجزائريين للبحث عن الترحال عبر الإنترنت. الموروث الثقافي والحرفي الغني للمدينة، الذي يوفر محتوى جذاباً للترويج السياحي عبر المنصة. توجه الدولة نحو رقمنة الخدمات ودعم المشاريع الشبابية المبتكرة في قطاع السياحة. الطلب المتزايد على العمرة والحج من الولاية طوال السنة	عوامل خارجية

4. نموذج العمل التجاري BMC لمشروع:

الشركاء الرئيسيون	الأنشطة الرئيسية	القيمة المقترحة	العلاقة مع العملاء	العملاء
الفاعلون السياحيون المحليون من فنادق و إقامات سياحية ومطاعم وأصحاب صناعات تقليدية في بوسعادة. المرشدون السياحيون المحترفون والمحليون المؤهلون لقيادة الجولات الميدانية. المصورون المستقلون لتوفير خدمة التصوير الاحترافي حسب الطلب. شركات النقل وكراء السيارات بسائقين لتغطية احتياجات الرحلات الجماعية والخاصة. المؤسسات التعليمية من جامعات ومدارس كشركاء	الإدارة والتشغيل الرقمي عبر تحديث بيانات الفنادق والمطاعم والأسعار يومية لضمان دقة الحجوزات. الاستقبال والخدمة الميدانية من خلال مكتب حي الهضبة للرد على استفسارات الزبائن عبر الحضور المباشر والواتساب والمنصة. تنظيم اللوجستيك الميداني بالتخطيط للرحلات الجماعية وتنسيق المواعيد مع المرشدين وشركات النقل. تنظيم ملفات السفر من معالجة وثائق وتأشيرات الحج والعمرة والرحلات الخارجية وحجوزات الطيران. إدارة التدفقات المالية عبر معالجة عمليات الدفع الإلكتروني وضمان تحويل حقوق الشركاء والعمولات. التسويق وصناعة المحتوى بإنتاج صور وفيديوهات احترافية لترويج معا	رقمنة التجربة السياحية عبر منصة واحدة تجمع كل خدمات بوسعادة من فنادق ومطاعم وحرفيين ومرشدين. توفير الوقت والجهد في التخطيط والحجز والتنقل لجميع فئات الزبائن. تخصيص التجربة السياحية عبر التحليل الذي لسلوك السائح وتفضيلاته. الأمان والراحة في التنظيم لخدمات الحج والعمرة والرحلات الخارجية من وكالة محلية موثوقة. إزالة حاجز اللغة عبر مرشد سياحي ذي متعدد اللغات يخدم السياح الأجانب و المغتربين. برامج تعليمية متخصصة برحلات مصممة لطلبة الجامعات والمدارس.	المرافقة الشخصية عبر موظف الاستقبال في المكتب والمنظمين في الميدان. دعم ومرافقة رقمية عبر المنصة على مدار الساعة. تواصل متعدد القنوات عبر واتساب، اتصال مباشر، وحجز آلي يناسب جميع فئات الزبائن. مرشد سياحي ذي متعدد اللغات لتقديم المعلومات الفورية للسائح. تخصيص التجربة السياحية حسب اهتمامات وتفضيلات كل سائح. برامج ولاء وعروض خاصة للعلماء الدائمين. تقييم ذي مستمر لتحسين تجربة المستخدم باستمرار.	السياح المحليون والمغربيون الجزائريون الباحثون عن تنظيم احترافي وموثوق. السياح الأجانب المحتاجون إلى مرافقة متخصصة وإرشاد متعدد اللغات. المؤسسات التعليمية من مدارس وجامعات تنظم رحلات استكشافية وميدانية. السكان المحليون الراغبون في السياحة الخارجية أو أداء فريضة الحج والعمرة. الشركات والمؤسسات الراغبة في تنظيم رحلات جماعية لموظفيها. المتعاملون السياحيون من فنادق ومطاعم وحرفيين يسعون للتواجد الرقمي وتوسيع قاعدة زبائنهم.

في تنظيم الرحلات التعليمية والميدانية. الوكالات السياحية الأجنبية الراغبة في تمثيل محلي موثوق لاستقبال سياحها في بوسعادة.	لم بوسعادة والخدمات المتاحة على المنصة. بناء الشراكات المحلية وتجديدها مع الفنادق وشركات النقل والحرفيين لضمان جودة الخدمة واستمراريتها.			الوكالات السياحية الأجنبية الباحثة عن ممثل محلي موثوق في بوسعادة.
الديوان الوطني للحج والعمرة كجهة رسمية مُخوَّلة لتقديم خدمات تنظيم رحلات الحج والعمرة. المطور التقني شريك خارجي مرتبط بعقد صيانة شهري مسؤول عن متابعة المنصة وضمان استمرارية الخدمة الرقمية.	الموارد الرئيسية المنصة الرقمية موقع وتطبيق وبوابة دفع إلكتروني، وهي المحرك الأساسي للمشروع. الموارد البشرية مديرة المؤسسة، مسؤول العمليات السياحية، موظف الاستقبال، وعون النظافة. المورد المادي مكتب المؤسسة في حي الهضبة وأجهزة الحاسوب. الترخيص القانوني السجل التجاري واعتماد وكالة السياحة والأسفار الصادر عن الجهات الرسمية. العلامة التجارية الهوية البصرية والسمعة التي تبنيها المؤسسة كمرجع سياحي رقمي في بوسعادة.		قنوات توزيع المنصة الرقمية الواجهة الرئيسية للحجز والدفع الإلكتروني. المكتب الميداني في حي الهضبة نقطة الاستقبال والتوجيه والإدارة المباشرة. واتساب والاتصال المباشر للرد الفوري على الاستفسارات وإتمام الحجوزات. شبكات التواصل الاجتماعي عبر محتوى بصري احترافي وحملات إعلانية رقمية مستهدفة. QR Codes في المواقع السياحية لتوجيه الزوار مباشرة نحو المنصة.	

شبكة الشركاء المحليين من فنادق ومطاعم يُرشّحون زبائنهم إلى خدمات الوكالة	قاعدة بيانات الشركاء العلاقات المبنية مع الفنادق والمطاعم والمرشدين وشركات النقل. قاعدة بيانات الزبائن المعلومات المترابطة عن سلوك السياح وتفضيلاتهم، وهي أصل تنافسي يتنامى مع الوقت.
الإيرادات	التكاليف
تعتمد المؤسسة على مصدرين رئيسيين للدخل:	أولاً تكاليف التأسيس
أولاً إيرادات الوكالة السياحية	• تهيئة المحل وتجهيزه
• بيع الباقات السياحية الشاملة (نقل + إرشاد + إقامة)	• تطوير المنصة الرقمية عبر مطور خارجي
• تنظيم رحلات الحج والعمرة والسياحة الخارجية	• استخراج الوثائق القانونية والتراخيص
• عمولات حجز تذاكر السفر (طيران، قطار، حافلات)	• شراء المعدات المكتبية الضرورية
• عمولات حجز الفنادق والإقامة	ثانياً التكاليف الشهرية الثابتة
• عائدات خدمة التصوير التذكاري الاحترافي للزوار	• إيجار المحل
ثانياً إيرادات المنصة الرقمية	• رواتب الموظفين الأربعة
• اشتراكات المتعاملين المحليين (فنادق، مطاعم، حرفيون) مقابل الظهور على المنصة	• عقد صيانة المنصة مع المطور التقني
• مساحات إعلانية للمؤسسات والشركاء	• اشتراكات استضافة المنصة والنطاق والأدوات الرقمية
• عمولات الحجز الإلكتروني	• فواتير الكهرباء والإنترنت والهاتف
• نسبة من مبيعات متجر الحرف التقليدية	
• بيع التقارير الإحصائية السياحية للمتعاملين والهيئات	

خامساً: الدراسة التقنية

1. احتياجات المشروع من الموارد البشرية:

الكفاءات / الشهادات	العدد	طبيعة المستخدمين
ليسانس في تسيير المدينة ماستر قيد الإنجاز شهادة في الإعلام الآلي شهادة التخطيط الاستراتيجي شهادة Design Thinking	1	المسيرة: بشيري شيماء
شهادة من معهد الفنادق والسياحة مع الخبرة إتقان اللغات (العربية، الفرنسية، والإنجليزية) (ضرورية للسياح الأجانب) قدرة عالية على التفاوض والإقناع للتعامل مع الفنادق والمرشدين.	1	مسؤول العمليات والسياحية
شهادة تقني سامي (TS) في الاستقبال، الأمانة إتقان التعامل مع الحاسوب، إدارة لوحة تحكم المنصة	1	عون استقبال وتوجيه (Réceptionniste)
لا يشترط شهادة عليا، ولكن يفضل من لديه خبرة في صيانة المكاتب. الأمانة والسرعة في العمل	1	عون نظافة (جزئي)

2. اختيار موقع إقامة المشروع: أين سيكون موقع المشروع ومبررات اختياره؟

تقع مؤسسة Smart Visit Boussaâda في حي الهضبة بمدينة بوسعادة، موقع استراتيجي يجمع:

القرب من المعالم السياحية الرئيسية وفندق كردادة، المراقد، ودور الإقامة، مما يضمن تدفقاً مستمراً للسياح بالقرب من الوكالة

القرب من سوق الصناعات التقليدية يسهل التنسيق المباشر مع الحرفيين الشركاء في المتجر الإلكتروني

سهولة الوصول الحي مرتبط بباقي أحياء المدينة بشكل جيد

تكلفة إيجار معقولة: أقل من وسط المدينة مما يخفف الأعباء المالية في مرحلة الانطلاق

البيئة الهادئة: ملائمة لتقديم خدمة سياحية احترافية بعيداً عن الازدحام

سادسا: تقدير تكاليف وإيرادات المشروع

1 - تقدير تكاليف المشروع

1.1 تقدير المبلغ الإجمالي للاستثمار: (تكلفة المشروع)

المبلغ (دج)	البيان
258,000 دج	العتاد الإعلامي والاتصالات (حاسوب مكتبي، طابعة، روتر إنترنت)
240,000 دج	تهيئة المحل
150,000 دج	تطوير المنصة الرقمية
30,000 دج	مصاريف التأسيس (سجل تجاري، توثيق، تأمينات أولية)
310,000 دج	العتاد المكتبي (مكاتب، كراسي، خزانة ملفات، أريكة استقبال)
520,000 دج	رأس المال العامل (المادة الأولية)
1,508,000 دج	المبلغ الإجمالي للاستثمار (تكلفة المشروع)

2.1 تقدير مشتريات المشروع من المواد الأولية

السنة 3	السنة 2	السنة 1	قائمة المواد الأولية	
18	15	12	الكمية المشتريات	المادة الأولية 1:
			سعر الوحدة	حبر الطباعة
8,000	8,000	8,000	تكلفة شراء المادة الأولية 1	
144 000	120 000	96 000	الكمية المشتريات	المادة الأولية 2:
700	600	500	سعر الوحدة	مطويات سياحية
130	120	120	مبلغ المادة الأولية 2	
91 000	72 000	60 000	الكمية المشتريات	المادة الأولية 3:
30	24	20	سعر الوحدة	ورق طباعة A4
650	650	650	تكلفة شراء المادة الأولية 3	
19 500	15 600	13 000	الكمية المشتريات	المادة الأولية 4:
300	300	500	سعر الوحدة	بطاقات العمل (cartes de visite)
25	25	25	تكلفة شراء المادة الأولية 4	
7500	7500	12,500	الكمية المشتريات	المادة الأولية 5:
مجموعة 1	مجموعة 1	مجموعة 1		

3500	3500	3500	سعر الوحدة	أدوات مكتبية
3500	3500	3500	تكلفة شراء المادة الاولية 5	
265,500 دج	218,600	185,000 دج	إجمالي مبالغ المشتريات من المواد الاولية	

3.1 - تقدير تكاليف اليد العاملة

قيمة الاجر			عدد العمال			تسمية المنصب
السنة 3	السنة 2	السنة 1	السنة 3	السنة 2	السنة 1	
888 000	864 000	840000	1	1	1	المسير
636 000	612 000	600000	1	1	1	مسؤول العمليات والسياحة
488 400	468 000	456000	1	1	1	عون استقبال وتوجيه (Réceptionniste)
180 000	180 000	180000	1	1	1	عون نظافة (جزئي اسبوعي)

- ينبغي ان لا يقل الاجر الشهري الصافي عن الحد الأدنى المضمون

4.1 تقدير التكاليف الخارجية للمشروع

السنة 03	السنة 02	السنة 01	البيان
34,280	33,120	32,000	مصاريف الكهرباء/الغاز/الماء
15,000	15,000	15,000	تكاليف الصيانة والتصلح
120,000	120,000	120,000	تكاليف الايجار
10,000	10,000	10,000	مصاريف تأمين العتاد والمعدات
20,000	20,000	60,000	مصاريف التسويق (الدعاية والإشهار)
51,420	49,680	48,000	اشتراك الإنترنت والاتصالات
35,000	35,000	35,000	استضافة المنصة
—	—	25,000	تكاليف التكوين والتدريب
36,000	36,000	36,000	رصد الذكاء الاصطناعي API
10,000	10,000	10,000	مصاريف عامة (أعباء خارجية) أخرى
331,700 دج	328,800 دج	391,000 دج	المجموع

1.5 تقدير تكاليف اهتلاك الاستثمارات

البيان	مدة الاهتلاك (بالسنوات)	قسط الاهتلاك السنوي (دج)
العتاد الإعلامي والاتصالات	4 سنوات	64,500
تطوير المنصة الرقمية	3 سنوات	50,000
العتاد المكتبي	5 سنوات	62,000
تهيئة المحل	15 سنوات	16,000
المبلغ الإجمالي		192,500 دج

- يطبق الاهتلاك الخطي (تحدد مدة الاهتلاك وفقا لقرار وزارة المالية المؤرخ في 14 أبريل 2025 المعدل والمتمم للقرار الصادر بتاريخ 25 فيفري 2024 الذي يحدد مدة اهتلاك التثبيات المطبقة لتحديد النتيجة الجبائية - الجريدة الرسمية عدد 29 لسنة 2025)

3-تقدير إيرادات المشروع

1.3 تقدير حجم المبيعات السنوية

البيان	السنة 1	السنة 2	السنة 3
المنتج / الخدمة 1: باقعة الجولات يومية	الكمية المباعة	126	170
	سعر الوحدة	2 600	2 750
	قيمة مبيعات المنتج 1	327 600	467 500
المنتج / الخدمة 2: باقعة إقامة ليلتان	الكمية المباعة	87	117
	سعر الوحدة	5 150	5 400
	قيمة مبيعات المنتج 2	448 050	631 800
المنتج / الخدمة 3: باقعة عائلية 4 أشخاص / يومان	الكمية المباعة	21	28
	سعر الوحدة	16 800	17 600
	قيمة مبيعات المنتج 3	352 800	492 800
المنتج / الخدمة 4: عمرة / شخص	الكمية المباعة	42	57
	سعر الوحدة	22 000	22 000
	قيمة مبيعات المنتج 4	924 000	1 254 000
المنتج / الخدمة 5: حج / شخص	الكمية المباعة	11	15
	سعر الوحدة	45 000	45 000
	قيمة مبيعات المنتج 5	495 000	675 000

Smart Visit Boussaâda

34	25	18	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 6: رحلة خارجية تونس / شخص
14 000	14 000	14 000	سعر الوحدة	
476 000	350 000	252 000	قيمة مبيعات المنتج 6	
15	11	8	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 7: رحلة خارجية تركيا / إمارات
22 000	22 000	22 000	سعر الوحدة	
330 000	242 000	176 000	قيمة مبيعات المنتج 7	
463	343	245	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 8: رحلة جماعية
1 000	950	900	سعر الوحدة	
463 000	325 850	220 500	قيمة مبيعات المنتج 8	
397	294	210	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 9: رحلة طلابية
770	735	700	سعر الوحدة	
305 690	216 090	147 000	قيمة مبيعات المنتج 9	
331	245	175	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 10: رحلة نسائية
880	840	800	سعر الوحدة	
291 280	205 800	140 000	قيمة مبيعات المنتج 10	
6	4	3	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 11: تنظيم تظاهرة ثقافية / حدث
40 000	40 000	40 000	سعر الوحدة	
240 000	160 000	120 000	قيمة مبيعات المنتج 11	
117	87	62	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 12: خدمة دليل سياحي
1 500	1 500	1 500	سعر الوحدة	
175 500	130 500	93 000	قيمة مبيعات المنتج 12	
28	21	15	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 13: بيع باقات وكالات كبرى عمولة 8%
6 000	6 000	6 000	سعر الوحدة	
168 000	126 000	90 000	قيمة مبيعات المنتج 13	
19	14	10	الكمية المباعة	

Smart Visit Boussaâda

5 000	5 000	5 000	سعر الوحدة	المنتج / الخدمة 14:
95 000	70 000	50 000	قيمة مبيعات المنتج 14	تمثيل وكالات أجنبية رسوم / سائح
14	9	6	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 15:
6 600	6 300	6000	سعر الوحدة	اشترك مؤسسات الإقامة/مطاعم
92 400	56 700	36000	قيمة مبيعات المنتج 15	سنويا
25	18	13	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 16:
4 600	4 400	4200	سعر الوحدة	اشترك حرفيين سنويا
115 000	79 200	54,600	قيمة مبيعات المنتج 16	
280	207	148	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 17:
900	900	900	سعر الوحدة	عمولة حجز إقامة
252 000	186 300	133 200	قيمة مبيعات المنتج 17	
280	207	148	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 18:
500	500	500	سعر الوحدة	عمولة حجوزات (5%)
140000	103500	74000	قيمة مبيعات المنتج 18	
265	196	140	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 19:
400	400	400	سعر الوحدة	عمولة مبيعات حرفيين (10%)
105840	78400	56000	قيمة مبيعات المنتج 19	
76	56	40	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 20:
1 500	1 500	1 500	سعر الوحدة	عمولة كراء سيارة بسائق / يوم
114 000	84 000	60 000	قيمة مبيعات المنتج 20	
378	280	200	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 21:
400	400	400	سعر الوحدة	بيع تذاكر النقل عمولة / تذكرة
151 200	112 000	80 000	قيمة مبيعات المنتج 21	
142	105	75	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 22:
1 320	1 260	1200	سعر الوحدة	اشترك Premium

Smart Visit Boussaâda

187 440	132,300	90000	22 قيمة مبيعات المنتج	المنتج / الخدمة 23: إعلان مميز للأعمال سنويا
11	8	6	الكمية المباعة	
5 500	5 250	5000	سعر الوحدة	
60 500	42 000	30000	23 قيمة مبيعات المنتج	
47	35	25	الكمية المباعة	المنتج / الخدمة 24: تقارير إحصائية تقييمية PDF
1 100	1 050	1 000	سعر الوحدة	
51 700	36 750	25000	24 قيمة مبيعات المنتج	
217	161	115	الكمية المباعة	
880	840	800	سعر الوحدة	المنتج / الخدمة 25: التصوير احترافي
190 960	135 240	92 000	25 قيمة مبيعات المنتج	
7,544,570 دج	5,435,605 دج	3,808,100 ج	إجمالي المبيعات	

2.3 حساب النتيجة السنوية

البيان	السنة 01	السنة 02	السنة 03
رقم الأعمال (المبيعات) ... (1)	3,808,100	5,435,605	7,544,570
المشتريات المستهلكة ... (2)	185,000	218,600	265,500
الأعباء الخارجية ... (3)	391 000	328 800	331 700
القيمة المضافة ... (4) = (1) - (2) - (3)	3,232,100	4,888,205	6,947,370
الأجور والأعباء الاجتماعية ... (5)	2 076 000	2 124 000	2 192 400
إجمالي فائض الاستغلال ... (6) = (4) - (5)	1,156,100	2,764,205	4,754,970
الإهلاكات والمؤونات (7)	192,500	192,500	192,500
نتاج الاستغلال (8) = (6) - (7)	963,600	2,571,705	4,562,470
الضرائب على الشركات / IFU (9)	30 000	30 000	30 000
صافي الدخل (10) = (8) - (9)	933,600 دج	2,541,705	4,532,470
تطور رقم الأعمال	—	+43%	+39%

خاتمة:

القيمة المضافة المتوقعة للمشروع على الاقتصاد المحلي والوطني

يقدم مشروع **Smart Visit Boussaâda** حلا ذكيا لإشكالية حقيقية، تتمثل في وجود ثروة سياحية وحرفية ضخمة في مدينة بوسعادة تفتقر إلى منظومة رقمية تنظمها وتوصلها إلى الزبون. من خلال مشروع سياحي رقمي متكامل، يحقق هذا العمل قيمة مضافة على مستويين:

على المستوى المحلي، ينشط دورة الاقتصاد المحلي بتوجيه الزوار نحو منشآت الايواء والاطعام واتاحة منتجات 2249 حرفيا لجمهور اوسع، مع خلق مناصب شغل في قطاع لم يبلغ طاقته الاستيعابية بعد.

على المستوى الوطني، يندرج المشروع ضمن مسار رقمنة الخدمات السياحية ودعم الاقتصاد، مجسدا التحول من الطرح النظري الى الحل الميداني القابل للتطبيق والتكرار في مدن سياحية جزائرية اخرى.

اللجنة الوطنية للتسييقية لهتابة
السياحة والفرحة
NCCFIUE

وكالة السفر والسياحة Smart Visit Boussaâda

تحت اشراف الاستاذ: سليمان نبيل.

من اعداد الطالبة: بشيري شيماء.

ملخص

بوسعادة مدينة تختزن تراثاً استثنائياً وتستقبل آلاف الزوار سنوياً، غير أنها تفتقر إلى ما يُنظّم هذا الزخم ويُحوّله إلى تجربة سياحية متكاملة. من هذه الحاجة الحقيقية وُلد مشروع Smart Visit Boussaâda.

وكالة سفر وسياحة متكاملة، مسجلة وفق الرمز 605012 تحت القانون 99-06، تجمع في كيان واحد بين خدمات الوكالة السياحية التقليدية الشاملة من باقات محلية ورحلات جماعية وتنظيم حج وعمرة وسياحة خارجية وبين منصة رقمية ذكية تُقدّم المدينة بصورة موحّدة للزائر وتُتيح للمتعاملين المحليين من فنادق ومطاعم وحرفيين واجهة رقمية تُوسّع حضورهم وتُعظّم عائداتهم.

يرتكز المشروع على سوق فعلية موثقة: أكثر من 20,000 زائر سنوياً، و 2,249 حرفياً مسجلاً، و 18 منشأة إيواء، و 339 منشأة إطعام كلها موارد قائمة تنتظر منظومة تُفعّلها وتوصلها إلى الزائر. ويُثبت التحليل المالي المفصّل جدوى المشروع عبر مسار إيرادي تصاعدي مستدام على مدى ثلاث سنوات.

Smart Visit Boussaâda ليست مجرد وكالة سفر بل مبادرة لتحويل مدينة تمتلك كل مقوّمات الوجهة السياحية الناجحة إلى وجهة ذكية فعلاً، تُدار باحترافية وتُسوَّق رقمياً وتخدم زوارها بمستوى يليق بتراثها.

الكلمات المفتاحية: اللجنة الوطنية للتسيقية لهتابة

السياحة الذكية، وكالة السفر والسياحة، المنصة الرقمية السياحية، مدينة بوسعادة، المقاولاتية.

NCCFIUE