

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

مشروع للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

القرية التراثية والسياحية بمنطقة المعاضيد
Heritage and tourist village in Maadid region

المشرف الرئيسي: د. النذير قوادرية
التخصص: علم الآثار

فريق العمل:

الاسم واللقب	التخصص	الكلية	الصفة
عبد الله يحيياوي	تاريخ الجزائر الحديث	العلوم الإنسانية والاجتماعية	رئيس المشروع
المختار مجير	تاريخ الجزائر الحديث	العلوم الإنسانية والاجتماعية	عضو
سمية عبد المولى	تاريخ المشرق العربي	العلوم الإنسانية والاجتماعية	عضو
حنان دحماني	تاريخ الوطن العربي المعاصر	العلوم الإنسانية والاجتماعية	عضو
فتيحة نش	تاريخ الوطن العربي المعاصر	العلوم الإنسانية والاجتماعية	عضو
سعدية قرّة	تاريخ الوطن العربي المعاصر	العلوم الإنسانية والاجتماعية	عضو

جوان 2024

فهرس المحتويات

المحور الأول: تقديم المشروع.....	1
1. فكرة المشروع.....	1
2. القيم المقترحة.....	2
3. فريق العمل.....	3
4. جدول زمني لتحقيق المشروع.....	5
المحور الثاني: الجوانب الابتكارية.....	8
1. التكنولوجيا الحديثة والتجربة الافتراضية.....	8
2. التجارب الثقافية الحية.....	8
3. الاستدامة البيئية.....	8
4.التسويق الرقمي.....	8
5. التعاون المحلي والدولي.....	8
6. البنية التحتية والخدمات الذكية.....	9
7. التعليم والتوعية.....	9
المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق.....	10
1. عرض القطاع السوقي.....	10
2. قياس شدة المنافسة.....	12
3. الاستراتيجية التسويقية.....	14
المحور الرابع: خطة الاستغلال والتنظيم.....	18
1- التحليل الأولي.....	18
2. التخطيط.....	18
3. التمويل والاستثمار.....	19
4. التنفيذ.....	19

19	5. التسويق والترويج
20	6. التشغيل والتقييم
21	المحور الخامس: الخطة المالية
21	1. التكاليف والأعباء
22	2. رقم الأعمال
23	3. جدول حسابات النتائج المتوقعة
23	4. خطة الخزينة
25	نموذج العمل التجاري

المحور الأول: تقديم المشروع

1. فكرة المشروع.

يهدف المشروع إلى إنشاء قرية تراثية سياحية في منطقة المعاضيد بالجزائر، تُعتبر نقطة جذب للسياح الراغبين في استكشاف التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة، وهذا المشروع يسعى للحفاظ على التراث المحلي وتعزيزه من خلال توفير تجربة فريدة تجمع بين الأصالة والحداثة.

1.1. أهداف المشروع:

- الحفاظ على التراث الثقافي: حماية وترويج الثقافة المحلية والأنشطة التراثية.
- تنشيط السياحة: جذب السياح المحليين والدوليين من خلال تقديم تجربة سياحية مميزة.
- تحقيق التنمية الاقتصادية: خلق فرص عمل للسكان المحليين وتعزيز الاقتصاد المحلي.
- التعليم والتوعية: نشر الوعي بأهمية التراث الثقافي والتاريخي بين السياح.

2.1. مكونات المشروع:

- منازل تقليدية: إعادة بناء وترميم المنازل التقليدية لتوفير إقامة سياحية أصيلة.
- متحف تراثي: عرض القطع الأثرية والأدوات التقليدية لتعليم الزوار عن تاريخ المنطقة.
- مطاعم تقليدية: تقديم الأطعمة المحلية والمأكولات التراثية.
- ورش حرفية: عرض الحرف التقليدية مثل النسيج والفخار وتعليم الزوار كيفية صنعها.
- سوق محلي: بيع المنتجات الحرفية المحلية والمأكولات التقليدية.

3.1. الأنشطة والخدمات:

- جولات سياحية: تنظيم جولات سياحية داخل القرية وحول المنطقة للتعريف بالمواقع التاريخية.

- فعاليات ثقافية: تنظيم مهرجانات وفعاليات تراثية لتعزيز الفنون التقليدية.
- برامج تعليمية: تقديم ورش عمل ودورات تعليمية حول التراث والثقافة المحلية.

4.1. الفئة المستهدفة:

- السياح المحليين والدوليين: الراغبين في استكشاف التراث والثقافة الجزائرية.
- الباحثين والطلاب: المهتمين بالدراسات الثقافية والتاريخية.
- العائلات: الباحثة عن تجارب تعليمية وترفيهية لأطفالها.

5.1. القيمة المضافة:

- تجربة فريدة وأصيلة: توفير بيئة تعكس الحياة التقليدية للمجتمع المحلي.
- التفاعل مع التراث: إتاحة الفرصة للزوار للمشاركة في الأنشطة التراثية والحرفية.
- التنمية المستدامة: التركيز على استخدام الموارد المحلية وتوفير فرص عمل مستدامة للسكان المحليين.

6.1. الإستدامة:

- الشراكات المحلية: التعاون مع المجتمعات المحلية والمؤسسات الثقافية لضمان الدعم المستمر.
- التسويق الرقمي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية للترويج للمشروع وجذب الزوار.
- التمويل: تأمين التمويل من خلال المنح الحكومية والشراكات مع الجهات الخاصة والاستثمارات السياحية.

7.1. التحديات والمخاطر:

- الحفاظ على التراث: تحدي الحفاظ على أصالة التجربة في ظل التحديثات المستمرة.
- التمويل: تأمين التمويل الكافي لإقامة المشروع واستدامته.
- التسويق: جذب عدد كافٍ من الزوار لضمان النجاح المالي.

2. القيم المقترحة.

- لإنشاء مشروع قرية تراثية سياحية في منطقة المعازيد ولاية المسيلة، يمكن النظر في القيم المقترحة التالية لضمان نجاح المشروع وجذب السياح مع الحفاظ على التراث المحلي:
- الحفاظ على التراث: التركيز على الحفاظ على التراث المحلي للمعازيد، بما في ذلك العمارة التقليدية، الثقافة المحلية، الحرف اليدوية، والعادات والتقاليد.
 - الإستدامة البيئية: تبني ممارسات صديقة للبيئة لضمان استدامة المشروع، مثل استخدام مواد بناء محلية ومستدامة، إعادة تدوير المياه، وتوليد الطاقة من مصادر متجددة.
 - التعليم والتوعية: من خلال توفير برامج تعليمية وتوعوية للزوار حول التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة، بالإضافة إلى ورش عمل لتعليم الحرف اليدوية التقليدية.

- **التفاعل المجتمعي:** إشراك المجتمع المحلي في المشروع من خلال توفير فرص عمل وتدريب لأهالي المنطقة، وتشجيعهم على المشاركة في الأنشطة والفعاليات.
- **التجربة السياحية المتكاملة:** تقديم تجربة سياحية متكاملة تشمل الإقامة في منازل تقليدية، تجربة الطعام المحلي، والمشاركة في الفعاليات والأنشطة الثقافية.
- **الابتكار والتجديد:** الجمع بين التراث والحداثة بطرق مبتكرة، مثل استخدام التكنولوجيا لتعزيز التجربة السياحية (مثلاً، جولات افتراضية، تطبيقات معلوماتية)، وتجديد الفعاليات الثقافية بطرق تجذب الشباب.
- **التسويق والشراكات:** تطوير استراتيجية تسويق قوية لجذب السياح من داخل الجزائر وخارجها، والتعاون مع وكالات السفر والمنظمات الثقافية لترويج القرية التراثية السياحية.
- **البنية التحتية والخدمات:** ضمان وجود بنية تحتية جيدة وخدمات مريحة للسياح مثل مرافق الإقامة، المطاعم، وسائل النقل، والخدمات الصحية.
- **الأمان والراحة:** توفير بيئة آمنة ومريحة للزوار، مع الحفاظ على المعايير الصحية والنظافة.
- **التنوع والتعدد الثقافي:** تقديم عروض وأنشطة تمثل تنوع الثقافة الجزائرية وتاريخها الغني، مما يوفر للزوار فرصة للتعرف على مختلف جوانب الثقافة الجزائرية.

3. فريق العمل.

لإنشاء قرية تراثية سياحية بمنطقة المعاضيد، ينبغي تكوين فريق عمل متعدد التخصصات لضمان نجاح المشروع، فبالإضافة إلى الشركاء الستة، يمكننا اقتراح ما يلي:

1.3. مدير المشروع: وتتمثل مهمته فيما يلي:

- مسؤول عن التخطيط والتنفيذ والإشراف على جميع جوانب المشروع.
- يضمن تحقيق الأهداف في الوقت المحدد وضمن الميزانية المخصصة.

2.3. المهندس المعماري والمخطط الحضري: يقوم بما يلي:

- تصميم البنية التحتية والمرافق داخل القرية.
- ضمان الانسجام مع التراث الثقافي والطبيعي للمنطقة.
- تخطيط الاستخدام الأمثل للمساحات والمباني التراثية داخل القرية.

3.3. مهندس الإنشاءات: يقوم بما يلي:

- الإشراف على جميع أعمال البناء والتأكد من مطابقتها للمواصفات والمعايير.
- 4.3. خبير التراث الثقافي:** يستحسن أن يكون مختص في علم الآثار، ويقوم بما يلي:
 - الحفاظ على التراث الثقافي وتقديم الاستشارات حول كيفية دمج العناصر الثقافية في المشروع.
 - تنظيم الفعاليات الثقافية والتراثية.
- 5.3. مدير التسويق والعلاقات العامة:** وظيفته هي:
 - وضع استراتيجيات لجذب السياح والترويج للقرية التراثية.
 - التواصل مع وسائل الإعلام وإدارة العلاقات العامة.
- 6.3. مسؤول السياحة والضيافة:** وظيفته:
 - إدارة الأنشطة السياحية وتقديم خدمات الضيافة.
 - التأكد من تقديم تجربة مميزة للزوار.
- 7.3. مسؤول التمويل والاستثمار:** وظيفته:
 - إعداد الميزانية وإدارة الموارد المالية.
 - البحث عن مستثمرين وجذب التمويل اللازم.
- 8.3. محلل السوق والدراسات السياحية:** وظيفته:
 - إجراء دراسات السوق وتحليل التوجهات السياحية.
 - تقديم توصيات بناءً على البيانات المستخلصة.
- 9.3. مسؤول الموارد البشرية:** وظيفته:
 - توظيف وتدريب الكوادر اللازمة للمشروع.
 - إدارة الأمور الإدارية واللوجستية المتعلقة بالموظفين.
- 10.3. فريق الدعم الفني:** وظيفته:
 - يتضمن مهندسي تكنولوجيا المعلومات والدعم التقني لتطوير وصيانة الموقع الإلكتروني ونظم الحجز الإلكتروني.
- 11.3. فريق الخدمات اللوجستية:** وظيفته:
 - إدارة النقل والخدمات اللوجستية داخل القرية وخارجها.
 - ضمان توفر جميع المواد والمعدات اللازمة للبناء والصيانة.

12.3. فريق الأمن والسلامة: وظيفته: وظيفته:

- ضمان سلامة الزوار والعاملين.
- إدارة النواحي الأمنية ومراقبة الأنشطة.
- الإشراف على كاميرات المراقبة وتفريغها دورياً.

4. جدول زمني لتحقيق المشروع:

إنشاء جدول زمني لتنفيذ مشروع القرية التراثية السياحية بمنطقة المعاضيد، يتطلب تقسيم المشروع إلى مراحل واضحة وتحديد الأهداف والمهام لكل مرحلة، لذلك فيمكننا وضعنا هذا الجدول الذي يمتد على مدى سنتين (24 شهراً):

المرحلة الأولى: التخطيط (1-3 أشهر):

- الشهر الأول:
- دراسة جدوى المشروع.
- البحث عن التمويل والمستثمرين.
- الحصول على التراخيص والموافقات القانونية.
- الشهر الثاني:
- وضع خطة تفصيلية للمشروع (الميزانية، الجداول الزمنية، الموارد البشرية).
- تشكيل فريق العمل الأساسي (مدير مشروع، مهندسين، مصممين، مستشارين قانونيين).
- الشهر الثالث:
- إجراء بحوث سوقية واستقصاءات لفهم احتياجات السوق المستهدف.
- وضع خطط التسويق الأولية.
- المرحلة الثانية: التصميم والتخطيط المعماري (4-6 أشهر).
- الشهر الرابع:
- بدء التصميم المعماري والتخطيط التفصيلي للقرية التراثية.
- إشراك مستشاري التراث الثقافي للتأكد من المحافظة على الطابع التراثي.
- الشهر الخامس:
- مراجعة التصميم والحصول على الموافقات النهائية.
- إعداد نماذج ثلاثية الأبعاد وخطط بناء تفصيلية.

- الشهر السادس:
- التخطيط للبنية التحتية (الطرق، المياه، الكهرباء، الصرف الصحي).
- تحضير الموقع للبناء والترميم (إزالة العقبات، تسوية الأرض).
- المرحلة الثالثة: البناء (7-18 أشهر).**
- من الشهر 7-12:
- بدء البناء الأساسي (المباني، الطرق، المرافق العامة).
- متابعة تقدم العمل وضمان الالتزام بالجدول الزمني.
- تنفيذ البنية التحتية (مد شبكات المياه والكهرباء والصرف الصحي).
- من الشهر 13-18:
- استكمال المباني والمنشآت الرئيسية.
- بدء العمل على التفاصيل الداخلية والتشطيبات.
- تنفيذ المناظر الطبيعية (الحدائق، المناطق الترفيهية).
- المرحلة الرابعة: التجهيز والتسويق (19-24 أشهر).**
- من الشهر 19-21:
- تجهيز المباني والمرافق (الأثاث، المعدات، الديكورات).
- اختبار الأنظمة والتأكد من جاهزيتها للعمل.
- من الشهر 22-24:
- وضع خطة تسويق تفصيلية وإطلاق حملات تسويقية.
- تعيين الموظفين وتدريبهم.
- إجراء افتتاح تجريبي (Soft Opening) لجمع الملاحظات وتحسين الخدمات.
- الشهر 24:
- الافتتاح الرسمي للقرية التراثية السياحية.
- متابعة مستمرة لعمليات التشغيل والتأكد من رضا العملاء.
- ملاحظة:**
- سنراجع الجدول الزمني بانتظام وتعديله وفقاً لتطورات المشروع وأي تحديات تواجهها.
- سنحتفظ بخطة بديلة لمواجهة أي طوارئ أو تأخيرات غير متوقعة.

- سنتعاون باستمرار مع السلطات المحلية والمجتمع المدني المحلي لضمان دعمهم ومشاركتهم في المشروع.

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

إنشاء هذه القرية التراثية السياحية في منطقة المعاصيد، يمكن أن يتضمن العديد من الجوانب الابتكارية لتعزيز جاذبيتها وزيادة قيمتها الثقافية والسياحية، وفيما يلي بعض الأفكار الابتكارية التي يمكن دمجها في المشروع:

1. التكنولوجيا الحديثة والتجربة الافتراضية:

- تطبيقات الجولات الذكية: إنشاء تطبيقات مخصصة للجولات السياحية مع خرائط تفاعلية ومعلومات مفصلة عن المواقع المختلفة في القرية، بما في ذلك القصص التاريخية والأنشطة المتاحة.

2. التجارب الثقافية الحية:

- ورشات عمل الحرف اليدوية التقليدية: تنظيم ورشات عمل تفاعلية للزوار لتعلم الحرف اليدوية التقليدية مثل الفخار، النسيج، والخياطة.

- الفعاليات الثقافية والمهرجانات: تنظيم مهرجانات ثقافية تعرض الفنون التقليدية، والموسيقى، والطعام المحلي.

3. الاستدامة البيئية:

- البناء المستدام: استخدام مواد بناء تقليدية صديقة للبيئة وتقنيات بناء مستدامة للحفاظ على البيئة المحلية.

- الزراعة العضوية: إنشاء مزارع عضوية في القرية يمكن للزوار المشاركة فيها والتعرف على أساليب الزراعة التقليدية.

4. التسويق الرقمي:

- الوسائط الاجتماعية والتسويق عبر الإنترنت: إنشاء حملات تسويقية على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت لجذب السياح.

- التعاون مع المدونين والمؤثرين: دعوة المدونين والمؤثرين في مجال السفر والثقافة لزيارة القرية والترويج لها.

5. التعاون المحلي والدولي:

- الشراكات مع الجامعات والمؤسسات الثقافية: التعاون مع الجامعات والمؤسسات الثقافية لتنظيم برامج تعليمية وبحثية تركز على التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة.

- التبادل الثقافي: تنظيم برامج تبادل ثقافي مع قرى تراثية وسياحية في دول أخرى لتعزيز التفاهم الثقافي وتبادل الخبرات.

6. البنية التحتية والخدمات الذكية:

- البنية التحتية السياحية المتطورة: تطوير بنية تحتية سياحية متكاملة تشمل مرافق بيئية، ومطاعم تقدم المأكولات المحلية، ومحلات تجارية تعرض المنتجات اليدوية.

- الخدمات الذكية: تقديم خدمات ذكية مثل حجز التذاكر إلكترونياً، الدليل السياحي الرقمي، وخدمات الترجمة الفورية للزوار الأجانب.

7. التعليم والتوعية:

- برامج تعليمية: تنظيم برامج تعليمية للأطفال والشباب لتعريفهم بالتراث الثقافي والتاريخي للمنطقة.

- مركز معلومات: إنشاء مراكز معلومات سياحية تقدم تفاصيل دقيقة وشاملة عن القرية وما تقدمه من أنشطة وتجارب.

دمج هذه الجوانب الابتكارية يمكن أن يجعل مشروع القرية التراثية في منطقة المعاضيد تجربة فريدة وجاذبة للسياح، مما يساهم في الحفاظ على التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة وتعزيز الاقتصاد المحلي.

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

1. عرض القطاع السوقي:

لإعداد عرض شامل للقطاع السوقي، يجب تحليل عدة جوانب تتعلق بالسوق المستهدف، الفئات السياحية، والمنافسة، واستراتيجيات التسويق. وفيما يلي العرض التفصيلي:

1.1 نظرة عامة على السوق السياحي في الجزائر:

- **السياحة الداخلية:** يشهد قطاع السياحة الداخلية في الجزائر نموًا متزايدًا، حيث يهتم المواطنون الجزائريون باكتشاف تراثهم الثقافي والمواقع السياحية المحلية.
- **السياحة الخارجية:** تستقطب الجزائر عددًا من السياح الأجانب بفضل مواقعها التاريخية، الطبيعية، والثقافية، إلا أن هذا القطاع يحتاج إلى تطوير بنية تحتية وتسويق أفضل لجذب المزيد من السياح.

2.1 الفئة المستهدفة:

- **السياح المحليين:** يشمل العائلات، الأفراد، المجموعات المدرسية، والنوادي الثقافية المهتمة بالتراث والتاريخ الجزائري.
- **السياح الأجانب:** يستهدف السياح من أوروبا، أمريكا الشمالية، والشرق الأوسط المهتمين بالتاريخ، الثقافة، والمغامرات.
- **الشباب والمغامرين:** يستهدف الشباب الذين يبحثون عن تجارب جديدة ومغامرات في بيئات طبيعية وثقافية.

3.1 تحليل السوق المستهدف:

- **الفئات العمرية:** الفئات العمرية بين 20-50 سنة هي الأكثر اهتمامًا بالسياحة الثقافية والتجريبية.
- **الاهتمامات والأنشطة:** الفئات التي تهتم بالتراث الثقافي، والتاريخ، والحرف اليدوية التقليدية، وحب الطبيعة.
- **المواسم السياحية:** تزداد السياحة خلال الفصول المعتدلة (الربيع والخريف) بسبب المناخ المناسب.

4.1. تحليل المنافسة:

- المواقع التراثية الأخرى: تشمل المنافسة المواقع التراثية والسياحية الأخرى في الجزائر مثل قصبة الجزائر، وتيمقاد، وجميلة وغيرها.
- القرى السياحية الأخرى: القرى السياحية والتراثية الأخرى التي تقدم تجارب مشابهة قد تكون منافسة قوية.
- المزايا التنافسية: يمكن للقرية التراثية في المعاضيد أن تتميز بتركيزها مستقبلا على التجربة التفاعلية، وورشات العمل الحرفية، والتقنيات الحديثة مثل الواقع المعزز.

5.1. استراتيجيات التسويق:

- التسويق الرقمي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، موقع إلكتروني تفاعلي، وإعلانات عبر الإنترنت للترويج للقرية.
- الشراكات مع وكالات السفر: التعاون مع وكالات السفر المحلية والدولية لتقديم عروض سياحية مميزة تشمل زيارة القرية.
- الفعاليات والمهرجانات: تنظيم مهرجانات وفعاليات ثقافية لجذب الزوار والتعريف بالقرية.
- التسويق عبر المحتوى: إنتاج محتوى إعلامي (مقالات، مدونات، فيديوهات) يركز على تاريخ وتراث المنطقة لتثقيف وجذب السياح.

6.1. التوقعات المالية والعائد على الاستثمار:

- الإيرادات المتوقعة: من المتوقع أن تأتي الإيرادات من مبيعات التذاكر، ورش العمل، الإقامة، والمطاعم.
- التكاليف التشغيلية: تشمل التكاليف التشغيلية الصيانة، والأجور، والمواد الخام للحرف اليدوية، والتسويق.
- العائد على الاستثمار: تحليل مفصل للعائد على الاستثمار يمكن أن يتم من خلال تقدير عدد الزوار المتوقع والإيرادات المرتبطة بكل نشاط.

7.1. التحديات والفرص:

- التحديات: تشمل التحديات تطوير البنية التحتية، جذب التمويل، والترويج الفعال للمشروع.
- الفرص: يمكن استغلال الدعم الحكومي للمشاريع السياحية، والتعاون مع منظمات ثقافية، وجذب استثمارات خاصة لتعزيز المشروع.

2. قياس شدة المنافسة:

قياس شدة المنافسة لمشروع القرية التراثية السياحية يتطلب تحليلاً دقيقاً للعوامل التي تؤثر على المنافسة في سوق السياحة التراثية. سنستخدم نموذج القوى الخمس لبورتر لتحليل هذه العوامل وتقديم رؤية شاملة لشدة المنافسة.

1.2. تهديد الداخلين الجدد:

- العوائق أمام الدخول:

- التكاليف الابتدائية المرتفعة: إنشاء بنية تحتية سياحية متكاملة قد يتطلب استثمارات كبيرة.
- المتطلبات التنظيمية: التصاريح والتراخيص اللازمة من الجهات الحكومية قد تشكل عائقاً.
- العلامة التجارية والسمعة: وجود مشاريع تراثية قائمة تمتلك سمعة جيدة يمكن أن يجعل من الصعب على القادمين الجدد التنافس.

- إمكانية الدخول:

- المشاريع المدعومة من الحكومة أو المؤسسات الدولية قد تجد سهولة في الدخول إلى السوق.

2.2. تهديد المنتجات أو الخدمات البديلة:

- البدائل المباشرة:

- المواقع التراثية الأخرى في الجزائر مثل قصبة الجزائر، وتيمقاد، وجميلة.

- البدائل غير المباشرة:

- الأنشطة السياحية الأخرى مثل السياحة الشاطئية، والسياحة الصحراوية، والسياحة الحضرية.

- القيمة المقترحة:

- تقديم تجربة فريدة وتفاعلية في القرية التراثية يمكن أن يقلل من تأثير البدائل.

3.2. قوة التفاوض للموردين:

- عدد الموردين وتنوعهم:

- إذا كانت المواد الحرفية والتقنيات التقليدية متوفرة بشكل محدود، يمكن للموردين فرض أسعار أعلى.

- تكلفة الانتقال:

- تكلفة تغيير الموردين إذا كانت عالية يمكن أن تمنح الموردين قوة تفاوضية أكبر.

- العلاقات الاستراتيجية:

- بناء علاقات قوية مع الموردين المحليين يمكن أن يخفف من تأثير قوتهم التفاوضية.

4.2. قوة التفاوض للمشتريين:

- عدد المشتريين:

- تزايد عدد السياح يمكن أن يقلل من قوة التفاوض لديهم.

- تنوع الخيارات:

- وجود العديد من المواقع السياحية البديلة يمكن أن يمنح المشتريين قوة تفاوضية أكبر.

- حساسية السعر:

- إذا كان المشترون حساسين للأسعار، قد يتوجب على المشروع تقديم تسعير تنافسي وخدمات ذات قيمة مضافة.

5.2. التنافس بين المنافسين الحاليين:

- عدد المنافسين:

- وجود عدة مواقع تراثية وسياحية في الجزائر.

- نسبة النمو في القطاع:

- النمو السريع في السياحة يمكن أن يقلل من حدة المنافسة.

- التمايز:

تقديم تجارب مميزة وفريدة في القرية التراثية يمكن أن يساعد في تمييز المشروع عن المنافسين.

تحليل المنافسين الرئيسيين:

- قصبة الجزائر:

- مزايا تنافسية: موقع تاريخي عالمي.

- نقاط الضعف: قد تكون محدودة في تقديم تجارب تفاعلية وحديثة.

- تيمقاد:

مزايا تنافسية: موقع أثري روماني.

- نقاط الضعف: الاعتماد بشكل كبير على السياحة الثقافية التقليدية.
- مزايا تنافسية: آثار رومانية محفوظة جيدًا.
- نقاط الضعف: نقص في البنية التحتية السياحية المتطورة.
- استراتيجيات لمواجهة المنافسة:
- الابتكار والتكنولوجيا:
- استخدام تقنيات الواقع المعزز والافتراضي لخلق تجارب تفاعلية فريدة.
- التسويق المتكامل:
- حملات تسويقية شاملة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.
- الشراكات الاستراتيجية:
- التعاون مع وكالات السفر والمجموعات الثقافية لتعزيز الجذب السياحي.
- تحسين التجربة السياحية:
- توفير خدمات متميزة مثل ورشات العمل، والفعاليات الثقافية، والإقامة الفاخرة.

3. الاستراتيجية التسويقية:

يهدف مشروع القرية التراثية السياحية في منطقة المعاضيد، إلى تقديم تجربة سياحية مميزة تركز على التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة، ولتحقيق نجاح المشروع، يجب تطوير استراتيجية تسويقية شاملة وفعالة لجذب السياح. وفيما يلي عرض تفصيلي للاستراتيجية التسويقية المقترحة:

1.3. تحليل السوق المستهدف:

- الفئات المستهدفة:
- السياح المحليين: العائلات، الأفراد، المدارس، والنوادي الثقافية.
- السياح الأجانب: من أوروبا، أمريكا الشمالية، والشرق الأوسط.
- الشباب والمغامرين: الذين يبحثون عن تجارب جديدة ومغامرات ثقافية.

2.3. الأهداف التسويقية:

- زيادة الوعي بالقرية التراثية: تعزيز معرفة الجمهور المحلي والدولي بالقرية.
- جذب السياح: تحقيق عدد مستهدف من الزوار سنويًا.
- تعزيز التجربة السياحية: تقديم خدمات وتجارب ذات جودة عالية.

- بناء سمعة قوية: كوجهة سياحية مميزة تجمع بين التاريخ والتكنولوجيا الحديثة.

3.3. المزيج التسويقي:

- المنتج :

- تجارب تفاعلية: استخدام تقنيات الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) لتقديم تجارب غامرة.

- ورشات عمل حرفية: تقديم ورش عمل تفاعلية للحرف اليدوية التقليدية.

- فعاليات ثقافية: تنظيم مهرجانات وفعاليات دورية تعرض التراث الثقافي والفني.

- الإقامة والطعام: توفير خيارات إقامة مريحة ومطاعم تقدم الأطباق التقليدية.

- السعر:

- التسعير التنافسي: تحديد أسعار تنافسية لجذب مجموعة واسعة من الزوار.

- الحزم والعروض: تقديم حزم سياحية وعروض ترويجية خاصة للعائلات والمجموعات.

- التذاكر المجمعة: توفير تذاكر مجمعة تشمل ورش العمل والفعاليات والإقامة.

- المكان:

- موقع إلكتروني تفاعلي: إنشاء موقع إلكتروني يعرض معلومات شاملة عن القرية والخدمات المتاحة.

- وكالات السفر: التعاون مع وكالات السفر المحلية والدولية لتسويق القرية.

- الشبكات الاجتماعية: استخدام منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع.

- الترويج:

- التسويق الرقمي: استخدام إعلانات غوغل، وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق عبر البريد الإلكتروني للوصول إلى الزوار المحتملين.

- المحتوى الإعلامي: إنتاج مقاطع فيديو ترويجية، مدونات، ومقالات تبرز مميزات القرية وتجارب الزوار.

- الفعاليات والشراكات: تنظيم فعاليات ترويجية والتعاون مع المؤثرين والمدونين في مجال السياحة والثقافة.

- العلاقات العامة: التواصل مع وسائل الإعلام المحلية والدولية لنشر أخبار ومقالات حول القرية.

4.3. استراتيجيات الترويج:

- التسويق الرقمي:
 - موقع ويب متكامل: تصميم موقع ويب يتضمن معلومات تفصيلية، حجوزات إلكترونية، ومدونة تحتوي على مقالات عن تاريخ القرية وتجارب الزوار.
 - وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام Facebook، Instagram، Twitter، و YouTube ، للترويج للقرية من خلال محتوى مرئي ومكتوب، بالإضافة إلى التفاعل المباشر مع الجمهور.
 - إعلانات مدفوعة: استخدام إعلانات مدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث للوصول إلى جمهور مستهدف أكبر.
 - التسويق التقليدي:
 - المنشورات والكتيبات: توزيع منشورات وكتيبات في الفنادق، المطارات، ووكالات السفر.
 - المعارض السياحية: المشاركة في المعارض والمؤتمرات السياحية المحلية والدولية للترويج للقرية.
 - العلاقات العامة: إقامة علاقات قوية مع الصحف والمجلات السياحية لنشر مقالات وتقارير عن القرية.
 - التسويق التجريبي:
 - الأحداث والفعاليات: تنظيم أحداث محلية ودولية لجذب الزوار وتعريفهم بالقرية.
 - الجولات الترويجية: تنظيم جولات تعريفية للصحفيين والمؤثرين في مجال السياحة لزيارة القرية وكتابة تقارير عنها.
- ### 5.3. تقييم الأداء:
- مؤشرات الأداء الرئيسية: تتبع عدد الزوار، الإيرادات، رضا العملاء، والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي.
 - استبيانات الزوار: جمع ملاحظات الزوار لتحسين الخدمات والتجارب المقدمة.
 - تحليل البيانات: استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك الزوار وتفضيلاتهم وتوجيه استراتيجيات التسويق المستقبلية بناءً على هذه البيانات.
- تتطلب استراتيجية التسويق لمشروع القرية التراثية السياحية في منطقة المعاصيد نهجًا متعدد الأبعاد يجمع بين التسويق الرقمي والتقليدي والتجربي. من خلال التركيز على تقديم

تجارب فريدة وتفاعلية، واستخدام تقنيات حديثة، والتعاون مع الشركاء المحليين والدوليين،
يمكن للمشروع جذب عدد كبير من الزوار وتحقيق نجاح مستدام.

المحور الرابع: خطة الاستغلال والتنظيم

إعداد خطة استغلال وتنظيم لمشروع قرية تراثية سياحية في منطقة المعاضيد بالجزائر يتطلب مراعاة عدة جوانب هامة لضمان نجاح المشروع واستدامته. سنقسم الخطة إلى عدة مراحل رئيسية تشمل التحليل، التخطيط، والتنفيذ.

1. التحليل الأولي:

- دراسة السوق:
- تحليل الطلب السياحي: تحديد الجمهور المستهدف (سياح محليون، دوليون، عائلات، أفراد، إلخ)
- تحديد الفصول السياحية: معرفة الأوقات التي يزداد فيها الإقبال السياحي على المنطقة.
- منافسي السوق: تحليل مشاريع مماثلة في المنطقة أو في مناطق أخرى للاستفادة من تجاربها وتفاذي أخطائها.
- دراسة الموقع:
- موقع المشروع: دراسة الموقع الجغرافي، والطرق المؤدية إليه، والبنية التحتية الحالية.
- الموارد الطبيعية والثقافية: تقييم الموارد المتاحة، بما في ذلك التراث الثقافي، والمعالم الطبيعية، والحرف اليدوية المحلية.

2. التخطيط:

- تصميم القرية التراثية:
- الهندسة المعمارية: اعتماد تصميمات تعكس الطراز المعماري التقليدي للمنطقة.
- البنية التحتية: تخطيط الطرق الداخلية، والممرات، وأماكن الإقامة، والمرافق الخدمية (كهرباء، ماء، صرف صحي).
- المرافق السياحية: تحديد أماكن الأنشطة السياحية مثل: المتاحف الصغيرة، والورشات الحرفية، وأماكن العروض التقليدية، والمطاعم، والمقاهي.
- الأنشطة والخدمات:
- الأنشطة الثقافية: تنظيم ورشات عمل حرفية، وعروض فنية وموسيقية، وجولات إرشادية في الأماكن السياحية بمنطقة المعاضيد.

- الخدمات السياحية: توفير خدمات الإقامة، والمطاعم، والدليل السياحي، ونقاط بيع المنتجات المحلية.

3. التمويل والاستثمار:

- إعداد الميزانية:
- التكاليف الأولية: تقدير تكلفة البنية التحتية، والتصميم، والبناء، والتسويق.
- المصروفات الجارية: تقدير المصاريف التشغيلية الدورية مثل الرواتب، والصيانة، والخدمات.
- الإيرادات المتوقعة: تقدير الإيرادات من خدمات الإقامة، والأنشطة السياحية، والمبيعات.
- مصادر التمويل:
- الشركاء والمستثمرين: البحث عن مستثمرين محليين أو دوليين، والتعاون مع مؤسسات تمويلية.
- التمويل الحكومي: التقدم للحصول على دعم مالي من الحكومة أو الجهات المختصة.
- القروض والمنح: البحث عن قروض ميسرة أو منح مخصصة للمشاريع السياحية والثقافية.

4. التنفيذ:

- مراحل البناء:
- المرحلة الأولى: البدء بالبنية التحتية الأساسية (طرق، خدمات).
- المرحلة الثانية: بناء الهياكل الأساسية (أماكن الإقامة، والمرافق السياحية).
- المرحلة الثالثة: تجهيز المرافق بالخدمات الأساسية والأثاث والتجهيزات.
- التوظيف والتدريب:
- التوظيف المحلي: توظيف القوى العاملة من السكان المحليين لتعزيز الاقتصاد المحلي.
- التدريب: تنظيم برامج تدريبية للعاملين على كيفية تقديم خدمات سياحية مميزة.

5. التسويق والترويج:

- خطة التسويق:
- العلامة التجارية: تطوير علامة تجارية تعكس التراث الثقافي للمنطقة.

- القنوات التسويقية: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع السياحية، والتعاون مع وكالات السفر.
- الأحداث والفعاليات: تنظيم فعاليات افتتاحتية، ودعوة الصحافة ووسائل الإعلام لتغطية المشروع.

6. التشغيل والتقييم:

- تشغيل المشروع:
 - التشغيل اليومي: إدارة الأنشطة اليومية، وضمان الجودة في تقديم الخدمات.
 - الصيانة الدورية: تنفيذ خطط الصيانة الدورية للمرافق.
 - التقييم والمراقبة:
 - مراقبة الأداء: استخدام مؤشرات الأداء لتقييم النجاح (عدد الزوار، الإيرادات، رضا العملاء).
 - التغذية الراجعة: جمع آراء الزوار لتحديد نقاط القوة ومجالات التحسين.
- وفي الأخير يمكن القول أن نجاح مشروع قرية تراثية سياحية يتطلب تخطيطاً دقيقاً وتنفيذاً متقناً لمختلف الجوانب المذكورة، بالإضافة إلى المرونة في التكيف مع التغيرات السوقية والتكنولوجية، والتزاماً بتقديم تجربة سياحية غنية بالتراث والثقافة للسياح.

المحور الخامس: الخطة المالية

لإنشاء خطة مالية متكاملة لمشروع "القرية التراثية والسياحية" بالدينار الجزائري، سنقسم العمل إلى العناصر الأربعة المذكورة: التكاليف والأعباء، ورقم الأعمال، وجدول حسابات النتائج المتوقعة، وخطة الخزينة.

1. التكاليف والأعباء:

1.1. تكاليف الكراء والترميم والتجهيز:

- كراء المنازل التقليدية القديمة (10 منازل):
 - متوسط كراء المنزل الواحد شهريًا: 50,000 دج
 - التكلفة السنوية: $10 \times 50,000 \times 12 = 6,000,000$ دج
- تكاليف الترميم (لكل منزل):
 - ترميم المنزل الواحد: 500,000 دج
 - التكلفة الإجمالية: $10 \times 500,000 = 5,000,000$ دج
- تكاليف التجهيز والتأثيث (لكل منزل):
 - تجهيز وتأثيث المنزل الواحد: 300,000 دج
 - التكلفة الإجمالية: $10 \times 300,000 = 3,000,000$ دج
- إيصال الماء والكهرباء والطريق:
 - التكلفة الإجمالية المقدرة: 2,000,000 دج

2.1. تكاليف إنشاء المرافق:

- إنشاء متجر للتحف التقليدية:
 - تكلفة الإنشاء والتجهيز: 2,000,000 دج
- إنشاء مقهى ومطعم تقليدي:
 - تكلفة الإنشاء والتجهيز: 3,000,000 دج

3.1. التكاليف التشغيلية السنوية:

- أجور الموظفين (إدارة، خدمة عملاء، طهارة، نُذُل، إلخ):
 - عدد الموظفين: 20
 - متوسط الأجر الشهري: 30,000 دج

- التكلفة السنوية: $20 \times 30,000 \times 12 = 7,200,000$ دج
- تكاليف التسويق والإعلان:
- التكلفة السنوية المقدرة: 1,000,000 دج
- تكاليف الصيانة والمرافق العامة:
- التكلفة السنوية المقدرة: 1,000,000 دج

4.1. التكاليف الإجمالية:

- كراء المنازل: 6,000,000 دج
- ترميم المنازل: 5,000,000 دج
- تجهيز المنازل: 3,000,000 دج
- إيصال المرافق: 2,000,000 دج
- إنشاء المتجر: 2,000,000 دج
- إنشاء المقهى والمطعم: 3,000,000 دج
- الأجور السنوية: 7,200,000 دج
- التسويق والإعلان: 1,000,000 دج
- صيانة المرافق: 1,000,000 دج
- الإجمالي: 30,200,000 دج

2. رقم الأعمال:

1.2. إيرادات الإقامة:

- عدد الزوار المتوقع شهرياً: 300 زائر
- سعر الليلة الواحدة: 5.000 دج
- إيرادات الإقامة الشهرية: $5000 \times 300 = 1.500.000$ دج
- إيرادات الإقامة السنوية: $12 \times 1.500.000 = 1.800.000$ دج

2.2. إيرادات المتجر:

- متوسط الإيرادات الشهرية: 500.000 دج
- إيرادات المتجر السنوية: $12 \times 500.000 = 6.000.000$ دج

3.2. إيرادات المقهى والمطعم:

- عدد الزوار اليومي المتوقع: 100 زائر
- متوسط الإنفاق اليومي لكل زائر: 1000 دج
- الإيرادات الشهرية: $100 \times 1000 \times 30 = 3.000.000$ دج
- الإيرادات السنوية: $3.000.000 \times 12 = 36.000.000$ دج

4.2. إجمالي الإيرادات السنوية:

- إيرادات الإقامة: 18,000,000 دج
- إيرادات المتجر: 6,000,000 دج
- إيرادات المقهى والمطعم: 36,000,000 دج
- الإجمالي: 60,000,000 دج

3. جدول حسابات النتائج المتوقعة:

- الإيرادات السنوية: 60,000,000 دج
- التكاليف السنوية: 30,200,000 دج
- الربح الصافي المتوقع: $60,000,000 - 30,200,000 = 29,800,000$ دج

4. خطة الخزينة:

1.4. تدفقات الخزينة الشهرية:

- الإيرادات الشهرية: $60.000.000 / 12 = 5.000.000$ دج
- التكاليف الشهرية: $30.200.000 / 12 = 2.516.667$ دج

2.4. الفائض النقدي الشهري:

- الإيرادات الشهرية: 5,000,000 دج
- التكاليف الشهرية: 2,516,667 دج
- الفائض النقدي الشهري: $5,000,000 - 2,516,667 = 2,483,333$ دج

3.4. الرصيد النقدي السنوي:

- الفائض النقدي الشهري: 2,483,333 دج
- الفائض النقدي السنوي: $2,483,333 \times 12 = 29,800,000$ دج

بالنظر إلى هذه التقديرات الأولية فإن مشروع "القرية التراثية والسياحية" سيكون لديه تدفقات نقدية قوية وربحية جيدة، مما يوفر قاعدة مالية متينة لاستمرارية النمو والتوسع المستقبلي، خاصة وأن المنافسة في ولاية المسيلة عموما ومنطقة المعاضيد خصوصا ضئيلة وتكاد تكون منعدمة.

نموذج العمل التجاري □

BUSINESS MODEL CANVAS

شرائح العملاء (Customer Segments) - السياح المحليون والدوليون المهتمون بالثقافة والتراث. - المدارس والجامعات التي تبحث عن رحلات تعليمية وثقافية. - العائلات التي تبحث عن أنشطة ترفيهية وتعليمية. - الشركات التي ترغب في تنظيم فعاليات ومؤتمرات في بيئة ثقافية مميزة.	العلاقات مع الزبائن (Customer Relationships) - توفير جولات إرشادية وتعليمية للسياح. - تقديم برامج ولاء للعملاء الدائمين. - تنظيم فعاليات ومهرجانات دورية لجذب الزوار. - تقديم خدمات استفسار ودعم عبر الإنترنت والهاتف. قنوات الوصول (Channels) - الموقع الإلكتروني للقرية وحسابات وسائل التواصل الاجتماعي. - مكاتب السياحة والسفر. - الشراكات مع الفنادق والمنتجعات القريبة. - المشاركة في المعارض السياحية والثقافية.	القيمة المقدمة (Value Proposition) - تقديم تجربة ثقافية وتراثية فريدة للزوار من خلال العروض الثقافية، الحرف اليدوية التقليدية، والمأكولات المحلية. - توفير بيئة تعليمية حول تاريخ وثقافة المنطقة للزوار المحليين والدوليين. - تعزيز الوعي بالتراث الجزائري والحفاظ عليه.	الأنشطة الرئيسية (Key Activities) - إدارة وتشغيل القرية التراثية. - تنظيم الفعاليات الثقافية والتعليمية. - تسويق القرية والتراث الثقافي للمنطقة. - تطوير البرامج التعليمية والتجارب السياحية. الموارد الرئيسية (Key Resources) - القرية التراثية والبنية التحتية. - الموظفون المدربون والمرشدون السياحيون. - الحرفيون والفنانون المحليون. - الشراكات مع الجهات السياحية والثقافية.	الشركات الرئيسية (Key Partners) - الإدارات الحكومية المحلية والوطنية. - منظمات السياحة والثقافة. - المدارس والجامعات. - الفنادق والمنتجعات القريبة. - المستثمرون والداعمون الماليون.
مصادر الإيرادات (Revenue Streams) - تذاكر الدخول للقرية التراثية السياحية. - إيرادات المطاعم والمقاهي والمتاجر. - بيع المنتجات الحرفية والهدايا التذكارية. - تنظيم الفعاليات والمهرجانات الثقافية. - تأجير الأماكن للشركات والمؤسسات لعقد الفعاليات الخاصة.	هيكل التكاليف (Cost Structure) - تكاليف الصيانة والتشغيل للموقع. - رواتب الموظفين والمرشدين السياحيين. - تكاليف التسويق والترويج. - تكاليف تنظيم الفعاليات والبرامج الثقافية. - تكاليف الشراكات والتعاونات مع الجهات المختلفة.			