

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم النفس وعلوم التربية



منتجع تنزهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275



منتجع
دريديا لبساتين النخيل

2024/2023

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

بطاقة المعلومات

حول فريق العمل والإشراف:

فريق الاشراف	
الدكتور عادل مرابطي	المشرف الرئيسي

فريق العمل:

الكلية	التخصص	فريق المشروع
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية	علم النفس العيادي	عبد المجيد دربالي

عنوان المشروع: منتج ترفيهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

فهرس المحتويات

صفحة 4	المحور الأول تقديم مشروع
صفحة 12	المحور الثاني الجوانب الابتكارية
صفحة 15	المحور الثالث التحليل الإستراتيجي للسوق
صفحة 24	المحور الرابع خطة الإنتاج والتنظيم
صفحة 31	المحور الخامس الخطة المالية
صفحة 37	المحور السادس نموذج الأولي التجريبي



المحور الأول

تقديم المشروع



عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

.المحور الأول: تقديم المشروع

تنبثق فكرة مشروعنا من ملاحظتنا لانخفاض مستوى جودة الحياة وعدم الاكتراث لها، فضلاً عن التحديات التي يواجهها الأشخاص الراغبون في البحث عن المنتجعات التي تساعد على تحسين مستوى جودة حياتهم. ومن هذه التحديات:

❖ الحاجة إلى أماكن هادئة:

يرغب بعض الزوار في قضاء بعض الوقت في أماكن هادئة بعيدة عن الضوضاء والتلوث.

❖ الحاجة إلى أماكن جلوس مُريحة:

يرغب العديد من الزوار في الجلوس في ظل أشجار النخيل والاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة في أماكن بسيطة بديكور تقليدي.

❖ الحاجة إلى أنشطة ترفيهية:

يرغب بعض الزوار في ممارسة أنشطة ترفيهية مثل المشي التأريضي وركوب الخيل والتأمل.

❖ الحاجة إلى خدمات علاجية:

يرغب بعض الزوار في الحصول على خدمات علاجية مثل التدليك والعلاج الطبيعي والاستشارات النفسية،

❖ الحاجة إلى برامج تنقيفية:

يرغب بعض الزوار في معرفة المزيد عن فوائد الاسترخاء في الطبيعة والخدمات النفسية التي يمكن أن نحقق فوائدها من خلال السياحة والسفر، بالإضافة إلى:

❖ التوتر والضغط النفسي:

يعاني بعض الزوار من التوتر والقلق والضغط النفسي بسبب نمط حياتهم اليومية المليء بالمسؤوليات والالتزامات. والتي تؤثر على الصحة النفسية والجسدية كونهما مؤشرات رئيسية لجودة الحياة،

❖ الشعور بالوحدة والعزلة:

قد يعاني بعض الزوار من الشعور بالوحدة والعزلة، خاصةً إذا كانوا يعيشون في مدن مكتظة بالسكان ويضعف المؤشر الاجتماعي كونه من مؤشرات الرئيسية لجودة الحياة .

و لاحظنا معاناة الأشخاص في البحث عن هذا النوع من المنتزهات و إن وجدت في بعض الأحيان نجد أنها تعاني من نقص عديد من الخدمات مثل:

➤ نقص المرافق الأساسية: مثل أماكن الجلوس والمظلات ودوريات الأمن.

➤ نقص في تكثيف الغطاء النباتي ودمج غابات النخيل بأشجار مختلفة

➤ نقص الخدمات الترفيهية: مثل الألعاب الشعبية والأنشطة الموجهة للأطفال والعائلات.

➤ نقص أماكن الإقامة: مثل الاقامات التقليدية والبيوت الطينية تعزز الاسترخاء .

➤ نقص الخدمات الغذائية: الأكل الشعبي و الاكل الصحي والمقاهي الشعبية .

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

➤ نقص الخدمات الصحية: مثل مراحيض مُنظفة ومرافق إسعافات أولية.

➤ نقص خدمات النقل: مثل سيارات الأجرة والحافلات.

ونسعى من خلال مشروعنا الى تحسين مستوى جودة الحياة بالإضافة الى تقديم تجربة سياحية استرخائية التأملية فريدة من نوعها للزوار في المنتجع وسط بساتين النخيل، وذلك من خلال توفير مزيج فريد من المرافق والخدمات والأنشطة التي تلبى احتياجات مختلف الزوار ومن بينها:

● الاسترخاء في أحضان الطبيعة:

- الاستمتاع بالمناظر الخلابة لغابة النخيل.
- الجلوس في أماكن هادئة ومريحة تحت ظلال أشجار النخيل.
- الاستماع إلى أصوات الطبيعة المهدئة.
- التنفس بالهواء النقي.

● الهدوء والسكينة:

- الابتعاد عن صخب المدينة وضغوط الحياة اليومية.
- قضاء وقت هادئ مع النفس أو مع العائلة والأصدقاء.
- الاستمتاع بالنوم الهانئ في بيئة هادئة.

● الأنشطة الترفيهية:

- ممارسة الرياضات والأنشطة في الهواء الطلق، مثل المشي والجري.
- المشاركة في الألعاب الشعبية والأنشطة المُوجهة للأطفال والعائلات.
- حضور عروض فنية وثقافية ونشاطات مجتمع مدني.
- الاستمتاع بتجارب تذوق الطعام المحلي والاكل الصحي .
- برامج تخييم لتعزيز الجانب العلائقي في حياة الفرد .

● العناية بالصحة:

- الاسترخاء والاستمتاع بتدليك علاجي.
- الاستفادة من العلاجات الطبيعية باستخدام منتجات طبيعية.
- اتباع نظام غذائي صحي متوازن.
- استشارات نفسية

● التواصل مع الثقافة المحلية:

- التعرف على عادات وتقاليد السكان المحليين.
- زيارة الأماكن السياحية على مستوى الولاية والتعريف لها .
- تذوق المأكولات المحلية التقليدية.

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

أثار انخفاض جودة الحياة وغياب هذا النوع من المنتجعات :

- - زيادة مستويات القلق والمشكلات النفسية
- - زيادة مستويات الاكتئاب
- - زيادة المشكلات الاجتماعية
- احباط الأفراد من نقص مثل هذه المنتجعات ونقص في وجود فضاءات منفتحة على الطبيعة .
- غياب فرص حقيقية في القطاع الاقتصادي نتيجة عدم التركيز على تأسيس خدمات سياحية تعزز من جودة الحياة

ملخص المشروع:

إسم المشروع	منتج تزهى لتعزيز جودة الحياة
العنوان التجاري	منتج دريديا لبساتين النخيل
مجال النشاط	السياحة الصحية
نوع المؤسسة	مؤسسة ناشئة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
منتجات المشروع	خدمات سياحية وصحية
اليد العاملة	24

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

فكرة المشروع: (الحل المقترح)

تأسيس منتج سياحي وسط غابات النخيل بنمط معماري تقليدي يعمل على رفع مؤشرات جودة الحياة الرئيسية وفق تعريف منظمة الصحة العالمية وهي :

- مؤشر الصحة النفسية من خلال تقديم بعض التقنيات النفسية كالإسترخاء النفسي واليقظة العقلية وغيرها من التقنيات كخدمات ضمن هذا المنتج مع علاجات نفسية مختصرة .

- مؤشر الصحة الجسدية من خلال تقديم العلاجات الطبيعية ضمن خدمات المنتج .

- مؤشر الاجتماعي من خلال تقديم أنشطة جماعية وفعاليات ثقافية ضمن خدمات المنتج وكذا بعض العلاجات الجماعية كالعلاج بالرسم .

مؤشر البيئة من خلال تصميم منتج متصل بالطبيعة بنمط معماري تقليدي يحقق الاستدامة يمكن أن يتطور المشروع مستقبلاً ليصبح نواة قرية سياحية متكاملة بعد إشراك المجتمع المحلي في الأهداف المستقبلية لتطوير المنتج .

القيمة المقترحة :

• تجربة سياحية فريدة:

يُقدم منتج التزهى لتعزيز جودة الحياة للزوار تجربة سياحية فريدة في الجزائر. يجمع المنتج بين الاسترخاء في أحضان الطبيعة وممارسة الأنشطة الترفيهية المتنوعة والاستمتاع بأفضل الخدمات , ما ينعكس على الفرد من شعور بالرضا والامتنان و السعادة :

• الاستجمام والترفيه:

يُعدّ منتج التزهى لتعزيز جودة الحياة المكان المثالي للاستجمام والترفيه عن النفس وقضاء وقت ممتع مع العائلة والأصدقاء ما يعزز الشعور بالانتماء , يُقدم المنتج مجموعة متنوعة من الأنشطة التي تُناسب جميع الأعمار والاهتمامات.

• الراحة والاسترخاء:

يُتيح منتج غابة النخيل للزوار فرصة الاسترخاء في أحضان الطبيعة بعيداً عن صخب المدينة وضغوط الحياة اليومية. يُقدم المنتج مرافق وخدمات مُصممة خصيصاً لراحة الزوار واسترخائهم.

• اكتشاف الثقافة المحلية:

يُتيح منتج غابة النخيل للزوار فرصة التعرف على الثقافة المحلية من خلال العروض الفنية والثقافية وتذوق المأكولات المحلية.

و من الفوائد المتوقعة للمشروع :

• تحسين تجربة الزوار:

من خلال توفير الخدمات التي يحتاجون إليها.

عنوان المشروع: منتج تنزهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

• زيادة عدد الزوار:

مما قد يؤدي إلى زيادة الإيرادات السياحية.

• خلق فرص عمل:

للسكان المحليين من خلال إشراك المجتمع المحلي في توسيع المشروع لقرية سياحية .

• تعزيز جودة الحياة:

من خلال خلق الشعور بالرضا والامتنان والسعادة للزوار .

• تنمية الاقتصاد المحلي:

من خلال دعم الشركات المحلية.

• الحفاظ على البيئة:

من خلال تقليل النفايات وتحسين المرافق .

فريق العمل :

عبد المجيد دربالي

قام الفريق بدورات تدريبية في :

DESIGN THINKING ○

BUSINESS MODEL CANVAS ○

SWOT / PORTER ○

DIGITAL MARKETING ○

8. أهداف المشروع :

أهداف مشروع منتج التنزهي لتعزيز جودة الحياة :

أهداف مرتبطة بالجانب النفسي : تطوير أساليب البحث للوصول إلى طرق رفع من مستويات جودة الحياة لدى الأفراد وتعزيزها .

(Specific): محددة:

- زيادة عدد زوار المنتجع إلى 100,000 زائر سنويًا خلال 5 سنوات
- تحقيق معدل إشغال 90% لمراكز الإقامة التقليدية والبيوت الطينية خلال موسم الذروة في الشتاء.
- خلق 100 فرصة عمل جديدة للسكان المحليين خلال 3 سنوات.

عنوان المشروع: منتج ترفيهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

(Measurable): قابلة للقياس:

- قياس عدد زوار المنتج بشكل شهري وسنوي.
- قياس معدل إشغال الفندق والبيوت التقليدية بشكل شهري وسنوي.
- متابعة تقييمات الزوار على منصات الحجز الإلكترونية بشكل دوري.
- إحصاء عدد فرص العمل الجديدة التي تم إنشاؤها.
- قياس جودة الحياة الزوار من خلال مقياس الخاص بمنظمة الصحة العالمية المكيف مع البيئة الجزائرية

(Achievable): قابلة للتحقيق:

- تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لجذب المزيد من الزوار.
- تقديم خدمات عالية الجودة تلبى احتياجات الزوار وتتجاوز توقعاتهم.
- الحفاظ على أسعار تنافسية تُشجع الزوار على الحجز في المنتجع.
- التعاون مع الشركات والمؤسسات المحلية لخلق فرص عمل جديدة
- استخدام تقنيات موفرة للطاقة والطاقة المتجددة.

عنوان المشروع: منتج ترفيهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

الجدول الزمني لتحقيق المشروع:

الشهر

7	6	5	4	3	2	1		
					⊗	⊗	1	تحديد أهداف المشروع وتحديد المخرجات المتوقعة.
				⊗	⊗	⊗	3	تحديد الموارد والمصاريف الادارية اللازمة للمشروع
			⊗	⊗	⊗	⊗	4	اختيار موقع المنتج وتصميمه.
	⊗	⊗	⊗	⊗			5	تجهيز مرافق وخدمات المنتج.
	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗		6	دراسة أسواق لتحديد احتياجات المستهدفين.
⊗	⊗	⊗	⊗				7	تقديم خدمات عالية الجودة تلبي احتياجات الزوار
⊗	⊗	⊗					8	مراقبة أداء المنتج وإجراء التعديلات اللازمة.
⊗	⊗						9	متابعة أداء وتفاعل المشاركين وتوفير الدعم الفني اللازم.

المحور الثاني



الجوانب الابتكارية



عنوان المشروع: منتج تنزه سياحي لتعزيز جودة الحياة

1. طبيعة الابتكارات :

من خلال هذه الجوانب الابتكارية، يهدف منتج التنزه لتعزيز جودة الحياة وسط غابات النخيل إلى أن يكون وجهة سياحية رائدة تُقدم للزوار تجربة فريدة لا مثيل لها.

• مفهوم سياحي فريد:

- دمج تجربة الاسترخاء و اليقظة العقلية في أحضان الطبيعة مع الأنشطة الترفيهية المتنوعة .
- تقديم خدمات ثقافية مميزة تُبرز التراث الثقافي للجزائر عامة والثقافات الفرعية الأخرى.

• تصميم مبتكر:

- تصميم فريد تطغى عليه العمارة التقليدية التي تعكس النمط المعماري للمنطقة مع بعض لمسات الحديثة.
- استغلال المساحات الخضراء بشكل فعال لخلق بيئة طبيعية رائعة.

• تقنيات حديثة:

- استخدام أنظمة ذكية لإدارة الطاقة والمياه.
- تقديم خدمات إلكترونية حديثة للزوار
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال للتسويق والترويج.

• برامج وفعاليات مبتكرة:

- تنظيم برامج ترفيهية متنوعة تناسب جميع الأعمار والاهتمامات.
- إقامة فعاليات ثقافية تُعرض الفنون والحرف اليدوية المحلية ومخيمات تدريب .
- تقديم برامج تعليمية حول البيئة والحفاظ على الطبيعة .

• الإلتزام بالاستدامة:

- دعم التنمية المجتمعية من خلال توفير فرص عمل للسكان المحليين.
- المشاركة في مبادرات الحفاظ على البيئة وحماية الموارد الطبيعية.

مجالات الابتكارات :

يمكن تقسيم مجالات الابتكار في مشروع دريديا لبساتين النخيل إلى فئات رئيسية، تشمل:

ابتكار السياحة الذكية:

- استخدام أنظمة ذكية لإدارة الطاقة والمياه في المرافق.
- تقديم خدمات إلكترونية حديثة للزوار، مثل أنظمة الحجز الإلكترونية وخدمات طلب الطعام.
- استخدام تطبيقات الهاتف المحمول لتقديم معلومات وخدمات مُخصصة للزوار

ابتكار التصميم الداخلي المُريح:

- استخدام مواد طبيعية وديكورات تُضفي شعورًا بالراحة والاسترخاء والحضور الذهني .
- تصميم أثاث مُريح ومُناسب لاحتياجات الزوار.
- توفير مساحات مفتوحة تُتيح للزوار الاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة.

عنوان المشروع: منتج ترفيهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

ابتكار السياحة الخضراء:

- إنشاء مرافق صديقة للبيئة باستخدام مواد قابلة للتجديد مثل الخشب المُعاد تدويره والحجر الطبيعي.
- تطبيق ممارسات مستدامة لتوفير الطاقة والمياه والتقليل من النفايات.
- تنظيم برامج توعية بيئية للزوار ونشر ثقافة الحفاظ على البيئة.

الابتكار في التسويق:

- استخدام قنوات تسويقية مُبتكرة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي، لجذب الزوار من جميع أنحاء العالم.
- التعاون مع شركات سياحية عالمية لتعزيز مكانة المنتج على خريطة السياحة العالمية.
- إنشاء برامج تسويقية مُستهدفة تلي احتياجات مختلف شرائح السوق.

من خلال التركيز على هذه المجالات، يمكن لمشروع منتج غابة النخيل أن يُصبح وجهة سياحية رائدة تُقدم للزوار تجربة فريدة لا مثيل لها، وتُساهم في تنمية الاقتصاد المحلي وحماية البيئة.

المحور الثالث



التحليل الاستراتيجي للسوق



عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق:

السوق المستهدف:

يتكون السوق المستهدف لمشروع منتج دريديا لبساتين النخيل من:

السياح المحليون:

العائلات:

تبحث العائلات عن أماكن لقضاء وقت ممتع معاً في أحضان الطبيعة، وتُفضل المنتجعات التي تقدم أنشطة ترفيهية مناسبة للأطفال.

الشباب:

يبحث الشباب عن تجارب ترفيهية مثيرة ومغامرة، ويُفضلون المنتجعات التي تقدم أنشطة رياضية ورحلات استكشافية.

الطلبة الجامعيين:

يبحث الطلبة على المخيمات التدريبية وهذا ما يوفره المنتجع.

السوق المحتمل

السياح الدوليون:

الزوار من الدول المجاورة:

تُعد الدول العربية المجاورة، مثل تونس وليبيا، من أهم الأسواق المصدرة للسياح إلى الجزائر.

الزوار من الدول الأوروبية:

تُعد الدول الأوروبية، خاصة فرنسا وإيطاليا وإسبانيا، من أسواق مهمة للسياحة الجزائرية.

الزوار من دول الخليج العربي:

تُعد دول الخليج العربي، خاصة المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، من أسواق واعدة للسياحة الجزائرية.

ممرات اختيار القطاع:

قبل الكلام عن الممرات الاقتصادية، تتقاطع السياحة مع مؤشرات جودة الحياة ويمكن دمجها ضمن خدمات موحدة للارتقاء بالسياحة من جهة ومن جهة أخرى الارتقاء بجودة حياة الافراد.

ويُعدّ قطاع المنتجعات في الجزائر قطاعاً واعداً ذا فرص نمو كبيرة، وذلك لعدة أسباب:

الموقع الجغرافي المميز:

• ازدياد الطلب على السياحة الخضراء

تُقدم المنتجعات تجربة سياحية فريدة متوافقة مع اتجاهات السياحة الخضراء، حيث توفر للزوار فرصة الاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة والهواء النقي والأنشطة الترفيهية المتنوعة في الهواء الطلق.

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

• اهتمام الحكومة الجزائرية بتطوير قطاع السياحة:

تُولي الحكومة الجزائرية اهتمامًا كبيرًا بتطوير قطاع السياحة، حيث أطلقت العديد من المبادرات والمشاريع لتحسين البنية التحتية السياحية وتشجيع الاستثمار في هذا القطاع.

• نقص منتجعات الغابات في الجزائر خاصة غابات النخيل:

على الرغم من توفر الإمكانيات الطبيعية لإنشاء المنتجعات في الجزائر، إلا أن عدد هذه المنتجعات مازال محدودًا، مما يُقدم فرصة كبيرة للمستثمرين لدخول هذا السوق الواعد.

• إمكانيات النمو الكبيرة

يُتوقع أن يشهد قطاع السياحة في الجزائر نموًا كبيرًا خلال السنوات القادمة، مدفوعًا بارتفاع الدخل الفردي وتحسن مستوى المعيشة.

يُمكن لمنتجعات الغابات أن تُساهم في هذا النمو من خلال جذب المزيد من السياح المحليين والدوليين.

مشروعنا لتشجيع السياحة الصحراوية في ولاية بسكرة وبعث نموذج مستقبلي لبسكرة القديمة عندما كانت منتجع سياحي مفتوح على الطبيعة قبل أن تشوهها التوسعات العمرانية العشوائية.

تتمتع ولاية بسكرة بموقع استراتيجي في قلب الصحراء الجزائرية، مما يجعلها وجهة مثالية لتطوير السياحة الصحراوية.

• مقومات السياحة الصحراوية في بسكرة:

المناظر الطبيعية الخلابة: تتميز بسكرة بمناظر طبيعية خلابة، تشمل الكثبان الرملية، والوديان، وال واحات النخيل، مما يجعلها وجهة مثالية لمحبي الطبيعة والمغامرة.

المعالم التاريخية والثقافية: تضم بسكرة العديد من المعالم التاريخية والثقافية، مثل: مدينة بسكرة القديمة: التي تتميز ببيوتها الطينية وأزقتها الضيقة.

متحف بسكرة: الذي يعرض قطع أثرية من مختلف الحضارات التي سكنت المنطقة.

الحرف اليدوية: تشتهر بسكرة بحرفها اليدوية التقليدية، مثل:

صناعة السجاد: باستخدام الصوف والوبر.

صناعة الفخار: بتصميمات مميزة وألوان زاهية.

صناعة المجوهرات: باستخدام الفضة والذهب.

المهرجانات والفعاليات: تنظم بسكرة العديد من المهرجانات والفعاليات على مدار العام، مثل:

مهرجان بسكرة الدولي للتمر: الذي يُقام في شهر أكتوبر من كل عام.

المعالم الثقافية والسياحية والتاريخية في بسكرة:

إن الموقع الممتاز للولاية والذي يتشكل من عدة فضاءات سياحية متنوعة، أعطى طابعا خاصا للحركة السياحية للمنطقة، أهلها أن تكون قبلة للسواح وقطبا سياحيا هاما. فبسكرة تمنح للزائر إمكانية التعرف على مختلف مظاهر الطبيعة من خلال التمازج والتناسق بين الجبال والأودية والصحراء، معطية بذلك مناظر خلابة مزينة بغابات النخيل وأشجار الفواكه وكثبان الرمال.

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

من أهم هذه المناظر: منحرجات امشونش، منحرجات ومضيق القنطرة، فج بني سويك، غابات جبال عين زعطوط، حدائق 05 جويلية و20 أوت ولندو ببسكرة، سد فم الغرزة بسيدي عقبة، بالإضافة إلى بساتين النخيل عبر مختلف بلديات الولاية.

إلى جانب ذلك تزخر الولاية بعدة معالم ثقافية ودينية أهمها:

الأثار الرومانية: توجد بكل من بادس ، زريبة الوادي ، اورلال ، امليبي، تهودة بسيدي عقبة، طولقة القديمة، ليوة، - الحوش، بسكرة، القنطرة، جمورة، الفيض، لوطاية، برانيس ، ليشانة

الأثار الإسلامية: ضريح عقبة ابن نافع، اثار تركيبة بالحوش وبسكرة، أقدم نقشية عربية غير منقوطة بسيدي عقبة، - باب المسجد المهدي

الأثار والمخطوطات: آثار جمينة تاجمونت بمزيرة-

آثار الثورات الشعبية ضد الاستعمار الفرنسي: ثورة الزعاطشة بليشانة ثورة العامري بالغروس، محتشد بريح بن عزوز، - معركة سريانة

المعالم الثقافية ذات الطابع الديني: مسجد وضريح عقبة ابن نافع، مسجد سيدي مبارك بخنقة سيدي ناجي، ضريح - سيدي زرزور ببسكرة، الزاوية العثمانية بطولقة، المسجد العتيق سيدي عيسى -مقبرة دريد ببوشقرون، وزوايا مختلفة عبر الولاية

4. تحليل المنافسة:

المنافسون المباشرين:

المنتجعات السياحية الأخرى في المنطقة.
الفنادق في المدن القريبة.

المنافسون غير المباشرين:

الوجهات السياحية الأخرى في الجزائر.
الوجهات السياحية في الدول المجاورة.

نقاط قوة المنتج:

موقعه الفريد في أحضان الطبيعة.
تصميمه المعماري المبتكر.
خدماته المتنوعة وفريدة من نوعها.
التزامه بالاستدامة البيئية.
علامته التجارية القوية.

نقاط ضعف المنتج:

منتجع جديد نسبياً في السوق.
قد يواجه صعوبة في جذب الزوار في البداية.
قد يواجه منافسة قوية من المنتجعات السياحية الأخرى.

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

فرص السوق:

- ازدياد الطلب على السياحة في الجزائر.
- تطور البنية التحتية السياحية في الجزائر.
- دعم الحكومة الجزائرية لقطاع السياحة.
- الاهتمام المتزايد بالسياحة الخضراء والسياحة الثقافية.
- زيادة استخدام التكنولوجيا في قطاع السياحة.

قياس شدة المنافسة:

1. المنافسون المباشرون:

• المنتجعات السياحية الأخرى في المنطقة:

تشمل هذه المنتجعات تلك التي تقع في نفس المنطقة الجغرافية وتقدم خدمات مُماثلة، مثل الفنادق والشاليهات والنوادي الترفيهية.

• المنتجعات السياحية في المدن القريبة:

قد تُشكل هذه المنتجعات منافسة قوية، خاصة إذا كانت تُقدم خدمات مُتعددة وبأسعار مُنافسة.

المنافسون غير المباشرين:

• الوجهات السياحية الأخرى في الجزائر:

قد تُشكل الوجهات السياحية الأخرى، مثل الشواطئ والجبال والمدن التاريخية، منافسة غير مباشرة لمنتج غابة النخيل، خاصة إذا كانت تُقدم تجارب سياحية مُختلفة.

• الوجهات السياحية في الدول المجاورة:

قد تُشكل الوجهات السياحية في الدول المجاورة، مثل تونس والمغرب، منافسة غير مباشرة لمنتج غابة النخيل، خاصة إذا كانت تُقدم خدمات مُماثلة بأسعار مُنافسة.

استراتيجيات لمواجهة المنافسة:

- تطوير منتجات وخدمات مُميزة وفريدة من نوعها لا يُقدمها المنافسون.
- تقديم أسعار مُنافسة مع الحفاظ على جودة الخدمات.
- استهداف شرائح سوق محددة لا تركز عليها المنتجعات السياحية الأخرى.
- التركيز على التسويق والترويج لمنتج غابة النخيل من خلال قنوات مُختلفة.
- تقديم خدمة عملاء مُميزة تُعزز رضا العملاء وتُشجعهم على العودة مرة أخرى.

عنوان المشروع: منتج ترفيهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

تحليل قوى بورتر لمشروع المنتج:

1. قوة التفاوض لدى الموردين:

تعتمد قوة التفاوض لدى الموردين على عدد الموردين المتاحين في السوق وسهولة الاقتراب من موردين بديلين. التأثير على ربحية المنتج:

يمكن للموردين ذوي قوة التفاوض العالية أن يفرضوا أسعارًا مرتفعة على المنتج، مما قد يؤدي إلى انخفاض ربحه.

2. قوة التفاوض لدى المشترين:

قوة التفاوض:

تعتمد قوة التفاوض لدى المشترين على عدد المشترين المتاحين في السوق وسهولة الحصول على بدائل مثل الفنادق والشاليهات الأخرى.

التأثير على ربحية المنتج:

يمكن للمشترين ذوي قوة التفاوض العالية أن يطالبوا بأسعار مُخفضة، مما قد يؤدي إلى انخفاض ربحية المنتج.

3. دخول المنافسين الجدد:

تهديد دخول المنافسين الجدد:

تعتمد إمكانية دخول منافسين جدد على مدى صعوبة التغلب على حواجز الدخول.

التأثير على ربحية المنتج:

دخول منافسين جدد يؤدي إلى زيادة المنافسة في السوق، مما قد يؤدي إلى انخفاض أسعار الخدمات ورباحية المنتج.

4. وجود منتجات بديلة:

تعتمد جاذبية المنتجات البديلة على جودتها وخصائصها ومدى تلبيتها لاحتياجات العملاء.

التأثير على ربحية المنتج:

وجود منتجات بديلة يؤدي إلى زيادة الخيارات المتاحة للعملاء، مما قد يؤدي إلى انخفاض الطلب على خدمات المنتج.

5. قوة المنافسة بين الشركات الموجودة:

علامات تجارية قوية:

وجود علامات تجارية قوية للمنتجات السياحية في السوق.

التأثير على ربحية المنتج:

المنافسة الشديدة بين الشركات الموجودة تؤدي إلى انخفاض الأسعار وزيادة التكاليف، مما قد يؤدي إلى انخفاض ربحية المنتج.

تحليل PESTEL:

يتضمن تحليل PESTEL تحليل العوامل التالية:

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

<p>العوامل الاجتماعية:</p> <p>** التغيرات الديموغرافية:** * ازدياد عدد السكان في الجزائر يؤدي إلى زيادة الطلب على الخدمات السياحية. * الاهتمامات الثقافية:** * تتمتع الجزائر بثقافة غنية وتنوع ثقافي فريد، مما يُشكل عامل جذب للسياح. * المسؤولية الاجتماعية:** يجب على المشروع أخذ المسؤولية الاجتماعية بعين الاعتبار من خلال توفير فرص عمل للقائمين في المنطقة المحيطة بالمنتجع، ودعم المبادرات المحلية.</p>	<p>العوامل الاقتصادية:</p> <p>**النمو الاقتصادي:** * يُتوقع أن يشهد الاقتصاد الجزائري نموًا كبيرًا خلال السنوات القادمة، مما سيؤدي إلى ارتفاع دخل الفرد وتحسين مستوى المعيشة، وبالتالي زيادة الطلب على السياحة. * أسعار العملات:** * قد تؤدي التقلبات في أسعار العملات إلى زيادة تكاليف تشغيل المشروع وتقليل قدرته على الربح. * مستوى المعيشة:** * ارتفاع مستوى المعيشة في الجزائر يؤدي إلى زيادة الطلب على الخدمات السياحية عالية الجودة.</p>	<p>العوامل السياسية:</p> <p>**الاستقرار السياسي:** * يُعد الاستقرار السياسي في الجزائر شرطًا أساسيًا لنجاح أي مشروع سياحي، حيث قد تؤدي الاضطرابات السياسية إلى تراجع قطاع السياحة. * السياسات الحكومية:** * تقدم الحكومة الجزائرية دعمًا كبيرًا لقطاع السياحة، مما يُساعد المشروع على الحصول على التمويل اللازم وتطوير مرافقه. * القوانين واللوائح:** * يجب على المشروع الامتثال للقوانين واللوائح المنظمة لقطاع السياحة في الجزائر، بما في ذلك قوانين الاستثمار والضرائب والعمالة.</p>
<p>العوامل القانونية:</p> <p>** القوانين واللوائح:** * يجب على المشروع الامتثال للقوانين واللوائح المنظمة لقطاع السياحة في الجزائر، بما في ذلك قوانين الاستثمار والضرائب والعمالة. * الحقوق الملكية الفكرية:** * مثل علامته التجارية وشعارته. * القوانين المتعلقة بحماية البيئة:** * على المشروع الامتثال للقوانين المتعلقة بحماية البيئة في الجزائر.</p>	<p>العوامل البيئية:</p> <p>** الحفاظ على البيئة:** * يجب على المشروع الالتزام بالحفاظ على البيئة من خلال استخدام ممارسات صديقة للبيئة في جميع مرافقه. * التغيرات المناخية:** * مثل الجفاف والفيضانات، مما قد يؤثر على سلامة الزوار ويُلحق الضرر بمرافق المشروع. * الوعي البيئي:** * ازدياد الوعي البيئي لدى السياح يؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجات</p>	<p>العوامل التكنولوجية:</p> <p>* التقدم التكنولوجي: * يمكن للمشروع الاستفادة من التقدم التكنولوجي لتحسين خدماته وتجارب العملاء، مثل استخدام أنظمة حجز الإلكترونيّة وتقديم خدمات الإنترنت اللاسلكي. * التغيرات في التكنولوجيا: * يجب على المشروع مواكبة التغيرات في التكنولوجيا لتجنب التخلف عن المنافسين.</p>

<p>نقاط القوة (Strengths)</p> <p>الموقع الجغرافي المميز: يتمتع منتج غابة النخيل بموقع جغرافي فريد في أحضان الطبيعة</p> <p>التصميم المعماري الفريد: يتميز المنتج بتصميم معماري مُبتكر يُحاكي البيئة الطبيعية،</p> <p>الخدمات المتنوعة: يُقدم المنتج مجموعة واسعة من الخدمات المتنوعة مما يلبي احتياجات جميع الزوار.</p> <p>الالتزام بالاستدامة البيئية: يُولي المنتج اهتمامًا كبيرًا بحماية البيئة، ويستخدم ممارسات صديقة للبيئة في جميع مرافقه.</p>	<p>نقاط الضعف (Weakness)</p> <p>الافتقار إلى الخبرة: في إدارة المشاريع السياحية.</p> <p>ارتفاع تكاليف تشغيل المنتج مرتفعة، خاصة في ظل ارتفاع أسعار الطاقة والمواد الخام.</p> <p>الموارد المالية المحدودة: قد لا يتمتع المنتج بموارد مالية كافية لتغطية جميع احتياجاته</p> <p>قلة الوعي بالعلامة التجارية: مما قد يُعيق قدرته على جذب العملاء.</p>
<p>الفرص (Opportunities)</p> <p>ازدياد الطلب على السياحة الخضراء: مما يُقدم فرصة كبيرة لمنتج غابة النخيل لجذب المزيد من السياح.</p> <p>دعم الحكومة الجزائرية للسياحة: تُقدم الحكومة الجزائرية دعمًا كبيرًا لقطاع السياحة</p> <p>النمو الاقتصادي للجزائر: مما سيؤدي إلى ارتفاع دخل الفرد وتحسين مستوى المعيشة، وبالتالي زيادة الطلب على السياحة.</p> <p>التنوع الثقافي للجزائر: تتمتع الجزائر بثقافة غنية وتنوع ثقافي فريد، مما يُشكل عامل جذب للسياح.</p>	<p>التحديات (Threats)</p> <p>المنافسة: يُواجه المنتج منافسة قوية من المنتجعات السياحية الأخرى في الجزائر، خاصة تلك التي تتمتع بخبرة واسعة وعلامة تجارية قوية.</p> <p>الاضطرابات السياسية: قد تؤدي الاضطرابات السياسية في الجزائر إلى تراجع قطاع السياحة، مما قد يؤثر على إيرادات المنتج.</p> <p>التغيرات المناخية: قد تؤدي التغيرات المناخية إلى حدوث ظواهر طبيعية قاسية، مثل الجفاف والفيضانات، مما قد يؤثر على سلامة الزوار ويُلحق الضرر بمرافق المنتج.</p>

عنوان المشروع: منتج ترفيهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

الاستراتيجية التسويقية:

المزيج التسويقي لمشروع منتج الترفيهي لتعزيز جودة الحياة:

1. المنتج (Product):

يُقدم المنتج مجموعة واسعة من الخدمات، بما في ذلك: الإقامة فندق حجري وبيوت طينية ذات تصاميم مُبتكرة. تناول الطعام في مطاعم ومقاهي تُقدم مأكولات شعبية وصحية. الاسترخاء في حمامات السباحة والمنتجعات الصحية. حضور العروض الثقافية والفنية. تقديم خدمات استشارات النفسية ودورات علمية.

2. السعر (Price):

وفقاً لأبحاث السوق ولتزويد عملائنا بخدمات المنتج الواسعة قمنا بتحديد أسعار في متناول الجميع مع الحفاظ على جودة ونوعية الخدمات المقدمة، سيكون السعر 2000 دج للغرفة أما الغرف الطينية ف6000 دج مما يعني أنه يتكيف مع القدرة الشرائية للمستهلك مع تقديم سعر مناسب جدا لباقي الخدمات. لتحديد الأسعار اتبعنا استراتيجيات تسعير مختلفة، مثل: التسعير القائم على التكلفة: يتم تحديد السعر بناءً على إجمالي تكاليف تقديم الخدمة. التسعير القائم على القيمة: يتم تحديد السعر بناءً على القيمة التي يقدمها المنتج أو الخدمة للعملاء. التسعير القائم على المنافسة: يتم تحديد السعر بناءً على أسعار المنتجعات السياحية الأخرى في السوق.

3. الترويج (Promotion):

أفضل طريقة لتنمية أعمالنا هي العمل على التسويق عبر الإنترنت وخارجه، نحن نخطط للترويج لمنتجنا من خلال حساباتنا الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشر محتويات مفيدة حول السياحي و السفر ومحاولة أن نكون قريبين جداً من جمهورنا، سننشئ حملات فعالة من خلال عمل إعلانات على Facebook و Instagram و Tiktok و Google و البريد الإلكتروني، ومن خلال الاستعانة بالمؤثرين، ينصب تركيزنا على بناء حضور قوي عبر الإنترنت، نحن نركز أيضاً على التسويق غير المتصل بالإنترنت من خلال الأحداث (المشاركة في المعارض... الخ) والبيانات الصحفية والإعلانات في الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية مثل القنوات التي تهتم بالجانب السياحي والترحال (حيث أن جميع مشاهديها تقريباً من محبي السفر)، كما أننا سنروج لمنتجنا عبر الوكالات السياحية و مؤسسات النقل الخاصة بالسياحة.

يُريد المنتج إيصال رسالة مفادها أنه يوفر تجربة سياحية فريدة وسط الطبيعة، مع التركيز على الاسترخاء والاستجمام والتمتع بجمال البيئة والسياحة التأملية المدمجة باليقظة العقلية. وصناعة المحتوى السياحي والنفسي.

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

4. المكان (Place):

سوف يكون موقع المنتجع في مكان استراتيجي بالضبط في ولاية بسكرة وكما أننا سنتواجد في موقعنا الرسمي وحساباتنا على وسائل التواصل الاجتماعي.

استراتيجيات لتحويل المشروع إلى وجهة سياحية رائدة:

تقديم تجربة سياحية فريدة:

التركيز على العناصر التي تُميز المشروع عن غيره من الوجهات السياحية. توفير مرافق وخدمات عالية الجودة تلبي احتياجات مختلف الزوار. تنظيم فعاليات وأنشطة مُبتكرة تجذب الزوار من جميع أنحاء الوطن والدول العربية.

التسويق الفعال:

وضع خطة تسويقية شاملة تستهدف مختلف شرائح السوق. استخدام وسائل التسويق المختلفة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات والفعاليات الترويجية وصناعة محتوى رقمي خاص بالمنتجع.

التعاون مع وكالات السفر وشركات السياحة لبيع باقات سياحية. المشاركة في معارض السياحة المحلية والدولية.

بناء علاقات قوية مع الزوار:

تقديم خدمة عملاء ممتازة تُلبي احتياجات الزوار وتُتجاوز توقعاتهم. جمع التعليقات من الزوار وتحسين الخدمات بناءً على هذه التعليقات. بناء علاقات شخصية مع الزوار وتشجيعهم على العودة مرة أخرى.

الحفاظ على استدامة المشروع:

اتباع ممارسات صديقة للبيئة. استخدام الطاقة والمياه بكفاءة. تقليل النفايات. دعم التنمية المجتمعية.

المحور الرابع



خطة الإنتاج والتنظيم



عنوان المشروع: منتج تنزه سياحي لتعزيز جودة الحياة

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

تهدف خطة الإنتاج والتنظيم إلى تحديد كيفية إنتاج وتقديم خدمات منتج التنزه لتعزيز جودة الحياة بكفاءة وفعالية.

مراحل تقديم الخدمة:

• مرحلة الحجز:

يتلقى المنتج طلبات الحجز من خلال الموقع الإلكتروني أو الهاتف أو وكالات السفر والسياحة. يقوم موظفو الحجز بالتحقق من توفر الغرف أ والبيوت الطينية المطلوبة وتأكيد الحجز. يتم إرسال رسالة تأكيد إلى العميل تتضمن جميع تفاصيل الحجز.

• مرحلة الاستقبال:

عند وصول العميل إلى المنتج، يتم استقبله من قبل موظفي الاستقبال. يتم تسجيل العميل وتسجيل دخوله إلى الغرفة أو البيوت الطينية. يتم تزويد العميل بجميع المعلومات اللازمة حول المنتج وخدماته.

• مرحلة تقديم الخدمات:

يقدم المنتج مجموعة واسعة من الخدمات للعملاء، بما في ذلك: الإقامة في غرف وأكواخ خشبية وبيوت طينية ذات تصاميم مُبتكرة. تناول الطعام في مطاعم تقليدية ومقاهي تُقدم مأكولات متنوعة. الاسترخاء في حمامات السباحة والمنتجعات الصحية. حضور العروض الثقافية والفنية. يقوم موظفو المنتج بتقديم الخدمات للعملاء بكفاءة وفعالية.

• مرحلة المغادرة:

عند مغادرة العميل للمنتج، يتم تسجيل خروجه من أماكن الحجز. يقوم موظفو الاستقبال بتسليم الحساب من العميل. يتم الحصول على ملاحظات العميل حول تجربته في المنتج وماهي النقائص التي وجدها. خطوات الحصول على الخدمة من خلال موقع منتج التنزه لتعزيز جودة الحياة: عند الدخول إلى الموقع، ستجد قائمة بالخدمات التي يقدمها المنتج، مثل: الإقامة.

تناول الطعام.

الأنشطة الترفيهية.

العروض الخاصة.

اختر الخدمة التي ترغب في الحصول عليها:

• حجز الغرفة أو البيوت مستقلة:

إذا كنت ترغب في حجز غرفة أو او كوخ أو بيت طيني، فستحتاج إلى تحديد:

تاريخ الوصول.

تاريخ المغادرة.

عدد الأشخاص.

عنوان المشروع: منتج تنزه سياحي لتعزيز جودة الحياة

نوع الغرفة أو الكوخ أو البيت الطيني.

• ملء بيانات الحجز:

ستحتاج إلى إدخال بعض المعلومات الشخصية، مثل:
اسمك.

عنوان بريدك الإلكتروني.

رقم هاتفك.

بيانات بطاقة الائتمان الخاصة بك.

تأكد من مراجعة جميع المعلومات بدقة قبل تأكيد الحجز.

• تأكيد الحجز:

بعد تأكيد الحجز، ستلقى رسالة تأكيد على بريدك الإلكتروني تتضمن جميع تفاصيل الحجز.
يمكنك طباعة رسالة التأكيد أو الاحتفاظ بها على هاتفك.

الوصول إلى المنتج:

عند الوصول إلى المنتج، يرجى إبراز رسالة التأكيد إلى موظفي الاستقبال.
سيتم تسجيل دخولك إلى الغرفة أو الكوخ الخشبي أو البيت الطيني وتزويدك بجميع المعلومات اللازمة حول المنتج وخدماته.

التمويل:

يسعى منتج التنزه لجودة الحياة إلى توفير تجربة سلسلة ومريحة لجميع عملائه،
ولذلك يقدم مجموعة متنوعة من خيارات الدفع لتسهيل عملية الحجز والدفع.

1. الدفع عبر الإنترنت:

يمكن للعملاء حجز غرفهم وشالهماتهم ودفع ثمنها إلكترونياً من خلال موقع المنتج الإلكتروني أو من خلال منصات الحجز الإلكترونية مثل تطبيق شارجيلي.

2. الدفع عند الوصول:

يمكن للعملاء أيضاً حجز أماكن إقامتهم المفضلة مسبقاً ودفع ثمنها عند الوصول إلى المنتج.
يتوفر الدفع عند الوصول نقداً أو باستخدام بطاقات الائتمان أو بطاقات الخصم.

3. الدفع عبر الهاتف:

يمكن للعملاء حجز غرفهم ودفع ثمنها عبر الهاتف عن طريق الاتصال بمركز الحجز في المنتج.
يتوفر الدفع عبر الهاتف باستخدام بطاقات الائتمان أو بطاقات الخصم.

4. التحويل المصرفي:

يمكن للعملاء أيضاً حجز أماكن إقامتهم ودفع ثمنها عن طريق تحويل الأموال إلى حساب المنتج المصرفي.
يُنصح بالاتصال بالمنتج مسبقاً للحصول على تفاصيل الحساب المصرفي.

5. الدفع نقداً:

يتوفر الدفع نقداً في جميع مرافق المنتج، بما في ذلك مكتب الاستقبال والمطاعم والمتاجر.
بالإضافة إلى خيارات الدفع المذكورة أعلاه.

لضمان تشغيل سلس وفعال لمشروع منتج التنزه لتعزيز جودة الحياة.

عنوان المشروع: منتج ترفيهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

من المهم توفير مجموعة متنوعة من المعدات والتجهيزات التي تلبى احتياجات جميع أقسام المنتجع. فيما يلي بعض أهم المعدات والتجهيزات التي يجب توفيرها:

1. معدات الاستقبال:

- نظام حجز إلكتروني
- نظام إدارة علاقات العملاء
- أجهزة الكمبيوتر وهواتف وأجهزة الطباعة

2. معدات المطعم:

معدات الطبخ:
المواقد والثلاجات والأفران ومعدات التحضير.
أدوات المائدة:
تشمل هذه الأدوات الأطباق والأكواب والأدوات الفضية تقليدية ممزوجة بالحدائثة.
أثاث المطعم:
يشمل هذا الأثاث الطاولة والكراسي تقليدي
نظام نقاط البيع: POS
يستخدم هذا النظام لأخذ طلبات الضيوف ومعالجة مدفوعاتهم.

3. معدات الغرف والبيوت الطينية:

أسرة مفروشات أجهزة تلفزيون.
ثلاجات صغيرة صناديق أمانات.

4. معدات التنظيف:

المكنسة الكهربائية والممسحة والمواد الكيميائية.
عربات التنظيف.

5. معدات الصيانة:

تشمل هذه الأدوات المطارق والمفكات والمفاتيح.
قطع الغيار.
سيارة صيانة.

أهم الموردين المحتملين لمشروع ::

ومع ذلك، إليك بعض أهم فئات الموردين المحتملين التي يجب مراعاتها:

1. موردو مواد البناء:

شركات المقاولات المهتمة بتطوير المناطق السياحية القديمة.
شركات توريد مواد البناء الصديقة للبيئة.
شركات تصنيع الأثاث التقليدي.

2. موردو معدات الضيافة:

شركات توريد معدات المطاعم والمقاهي.
شركات توريد معدات الفنادق.

عنوان المشروع: منتج تنزهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

شركات توريد معدات التنظيف والصيانة.

3. موردو الخدمات:

شركات خدمات التنظيف.

4. موردو التكنولوجيا:

شركات توريد أنظمة حجز الفنادق.

شركات توريد أنظمة نقاط البيع.

5. موردو التسويق والإعلان:

وكالات الإعلان.

وسائل الإعلام والمؤثرين.

شركات التسويق الرقمي.

اليد العاملة:

يساهم مشروع منتج التنزهي لتعزيز جودة الحياة في خلق العديد من فرص العمل في مختلف المجالات،

وتشمل قائمة الوظائف المتاحة (حوالي 10 مناصب) ما يلي:

1. وظائف الاستقبال :

- موظف استقبال
- عامل حجز

2. وظائف المطعم:

- طاهٍ
- نادل
- عامل غسيل الصحون

3. وظائف التنظيف:

- عامل نظافة
- بستاني

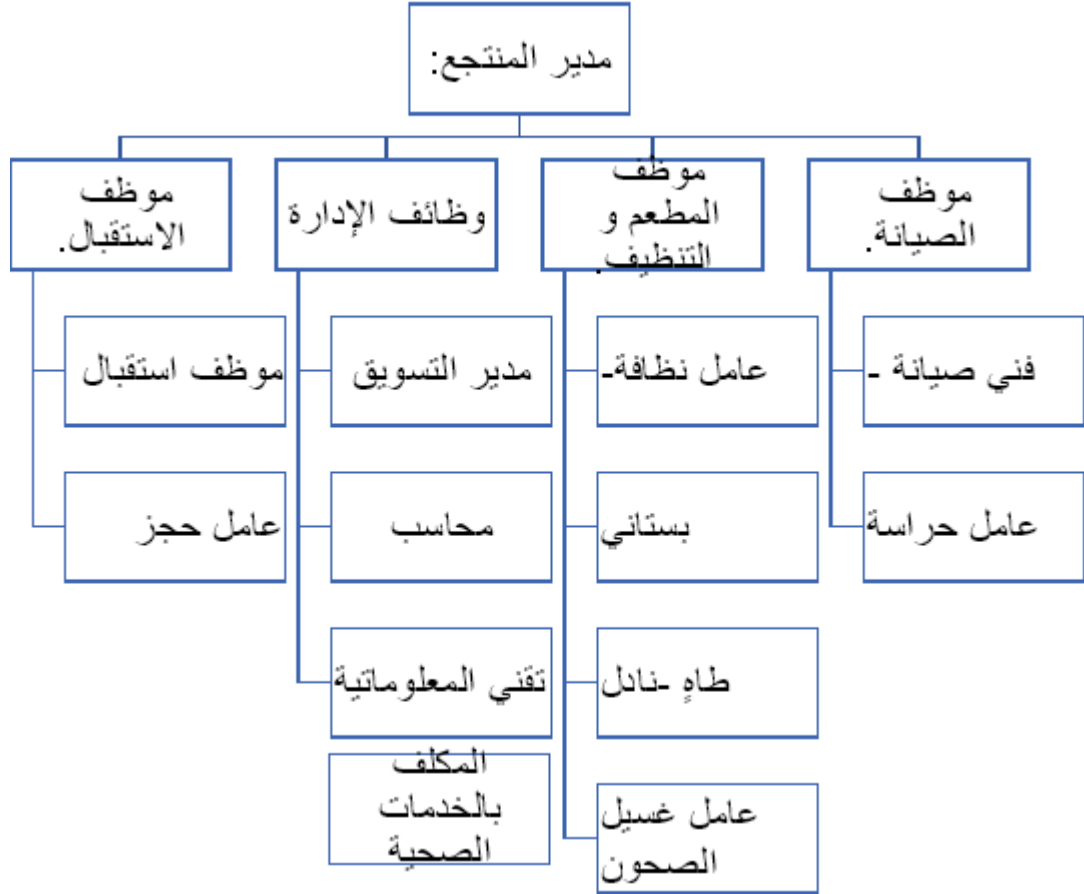
4. وظائف الصيانة:

- فني صيانة
- عامل حراسة

5. وظائف الإدارة:

- مدير المنتجع
- مدير التسويق
- محاسب
- المكلف بالخدمات الصحية

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة



الشراكات الرئيسية:

- يعتمد نجاح المشروع على بناء شراكات قوية وفعالة مع الجهات المعنية المختلفة. ولذلك، فإن بناء شراكات رئيسية ضروري لضمان تقديم خدمات منتج بستان النخيل بكفاءة واحترافية في الجزائر.
- 1. شراكات مع وكالات السفر والسياحة:**

تساعد الشراكات مع وكالات السفر والسياحة في الوصول إلى قاعدة واسعة من العملاء المحتملين والترويج للمنتج على مستوى دولي وأيضاً مساعدة المنتج في حجز الغرف والشاليهات وتقديم خدمات أخرى للضيوف.
 - 2. شراكات مع شركات النقل:**

تساعد الشراكات مع شركات النقل في توفير خدمات نقل مريحة للضيوف من وإلى المطار وأيضاً تقديم خدمات نقل أخرى، مثل رحلات استكشافية ورحلات صحراوية.
 - 3. شراكات مع الشركات المحلية:**

يمكن أن تساعد الشراكات مع الشركات المحلية في دعم الاقتصاد المحلي وتعزيز صورة المنتج وأيضاً توفير المنتجات والخدمات التي يحتاجها المنتج، مثل المواد الغذائية والمشروبات والحرف اليدوية.
 - 4. شراكات مع المنظمات الحكومية:**

تساعد الشراكات مع المنظمات الحكومية في الحصول على التراخيص والتصاريح اللازمة لتشغيل المنتج.

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

وأيضًا تقديم الدعم والتوجيه في مجالات مختلفة، مثل الضرائب واللوائح البيئية.

5. شركات مع المنظمات غير الحكومية:

تساعد الشركات مع المنظمات غير الحكومية في دعم المبادرات الاجتماعية والبيئية.

وأيضًا مساعدة المنتج في تعزيز مسؤوليته الاجتماعية ومشاركته في المجتمع.

6. شركات مع الفاعلين في ميدان علم النفس:

أخصائيين نفسيين ومخابر بحث.

المحور الخامس

الخطة المالية



عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

المحور الخامس: الخطة المالية

التكاليف الاستثمارية:

التكلفة الاستثمارية (بالدينار الجزائري)	المعدات والتجهيزات	الفئة
100 000	مكاتب وكراسي للمعالجين النفسيين	أثاث المنتجع
200 000	طاوليات وكراسي للانتظار	
100 000	خزائن لتخزين الملفات	
105 000	أجهزة كمبيوتر	
40 000	طابعات	
40 000	هواتف	
100 000	الثلاجات	
75 000	الأفران	
10 000	معدات التحضير	
5 000 000	مستلزمات الغرف	
1 000 000	اختبارات نفسية	
100 000	أرائك للاسترخاء	
200 000	كتب ومجلات علم النفس	
200 000	برامج كمبيوتر للعلاج النفسي	معدات تقنية
100 000	كاميرات مراقبة (اختياري)	
1 000 000	نظام تهوية وتكييف	تكاليف تأسيس المنتجع
100 000 000	الإقامة الفندقية	
40 000 000	البيوت طينية	
10 000 000	مسيح هواء الطلق	المجموع
158 370 000		

المصدر : إعداد الطالب

عنوان المشروع: منتجع تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

التكاليف التشغيلية:

المسمى الوظيفي	العدد	الراتب الشهري(بالدينار الجزائري)	الراتب الشهري الإجمالي (بالدينار الجزائري)
عامل حجز	1	25000	25000
إداري	2	35000	70000
موظف استقبال	2	30000	60000
طاه	2	55000	110000
نادل	4	30000	120000
عامل غسيل الصحون	2	25000	50000
مدير المنتجع	1	50000	50000
مدير التسويق	1	35000	35000
محاسب	1	35000	35000
عامل نظافة	2	30000	60000
بستاني	1	30000	30000
فني صيانة	1	35000	35000
عون أمن	2	30000	60000
المكلف بالخدمات الصحية	2	30000	60000
المجموع	24		800000

المصدر : من إعداد الطالب

المصاريف التشغيلية:

البند	التكلفة الشهرية (بالدينار الجزائري)
صيانة المعدات والتجهيزات	50 000
استهلاك الطاقة	120 000
الإيجار	240 000
التأمين	15 000
اللوازم الطبية	20 000
التسويق والإعلان	200 000
الخدمات الأخرى	100 000
المجموع	745 000

المصدر: من إعداد الطالب

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

الفئة	التكلفة بالدينار الجزائري
التكاليف الاستثمارية	158 370 000
التكاليف التشغيلية	745 000
الرواتب الشهرية	800 000
المجموع	159915000

المصدر: من إعداد الطالب

حساب رقم الأعمال السنوي:

إيرادات الإقامة:

عدد الغرف المتاحة: 100

متوسط سعر الغرفة: 2000 دج

عدد البيوت الطينية التقليدية 20

متوسط سعر البيوت الطينية 6000 دج

متوسط مدة الإقامة 3 أيام

الخدمة	رقم الأعمال
الإقامة بالنسبة للغرف	600 000
الإقامة بالنسبة البيوت الطينية التقليدية	360 000
الخدمات النفسية	5 400 000
الطعام والشراب	15 000 000
الأنشطة التدريبية والفعاليات الثقافية	2 400 000
المسبح والحمام	600 000
المنتوج الفلاحي	10 000 000
المجموع	34 360 000

المصدر : من إعداد الطالب

عنوان المشروع: منتج تنزه سياحي لتعزيز جودة الحياة

إيرادات الطعام والشراب السنوية:

500 دج/ضيف / 100 ضيف/يوم 300 يوماً
إيرادات الأنشطة والفعاليات السنوية: 500,000 دج

إيرادات الخدمات النفسية:

10 حالات في اليوم / 15000 دج في اليوم / في الشهر 450000 دج في العام 5400000 دج

إيرادات الأنشطة التدريبية والفعاليات الثقافية:

40 شخص في الشهر الإيرادات 200000 دج في العام 2400000 دج
إيرادات المنتج الفلاحي: 10000000 دج

إيرادات المسبح والحمام:

100 شخص في اليوم السعر للفرد الواحد 500 دج للشهر 50000 دج للعام 600000 دج

السنة	عدد العملاء شهرياً	إيرادات شهرية	إيرادات سنوية
2024	300	600 000	6 000 000
2025	450	900 000	9 000 000
2026	675	1 350 000	13 500 000
2027	800	1 600 000	16 000 000
2028	1 000	2 000 000	20 000 000

المصدر: من إعداد الطالب

نموذج العمل التجاري:

1. شرائح العملاء:

يستهدف المنتج التنزه لتعزيز جودة الحياة بشكل أساسي على سياح العطلات والترفيه. يشمل ذلك السياح المحليين والسياح الدوليين. يهدف المنتج أيضاً إلى جذب رجال الأعمال والمؤتمرات والفعاليات. المنتج يستهدف مخيمات التدريب الطلابية.

2. قيمة الاقتراح:

يقدم المنتج التنزه لجودة الحياة للضيوف تجربة ضيافة فريدة من نوعها في بيئة طبيعية خلابة. تشمل قيمة الاقتراح ما يلي:
غرف وبيوت طينية فاخرة ومريحة.
مطاعم تقدم مأكولات محلية ووطنية وعربية.
مرافق ترفيهية متنوعة، مثل حمامات سباحة، مسبح وصالة ألعاب رياضية مفتوحة على الطبيعة ومنتجع صحي.

عنوان المشروع: منتج ترفيهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

حدائق ومناطق خضراء واسعة.
أنشطة وفعاليات ترفيهية تناسب جميع الأعمار.
خدمات مرتبطة بالجانب النفسي
منتجع عالية الجودة بمعايير عالمية يضمن راحة المسافر، ويوفر متعة كبيرة وتجربة فريدة.

3. قنوات التواصل:

موقع إلكتروني ووسائل تواصل اجتماعي قوية.
حملات إعلانية في وسائل الإعلام المختلفة.
المشاركة في معارض السفر والسياحة.
التعاون مع وكالات السفر والسياحة.
برامج الولاء لكبار العملاء.

4. العلاقات مع العملاء:

يسعى منتج الترفيهي لتعزيز جودة الحياة إلى بناء علاقات قوية ودائمة مع عملائه.
سيتم تحقيق ذلك من خلال:
تقديم خدمة عملاء ممتازة.
الحصول على تعليقات العملاء وتحليلها.
تقديم برامج وعروض خاصة للعملاء المميزين.
تنظيم فعاليات وفعاليات خاصة للعملاء.

5. الموارد الرئيسية:

الموارد الرئيسية للمنتج تشمل:
المرافق والبنية التحتية، مثل الغرف والبيوت الطينية والمطاعم والمرافق الترفيهية.
الموظفون المدربون والمؤهلون.
أنظمة التكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
العلامة التجارية القوية والسُمعة الطيبة.
الشراكات مع الجهات المعنية المختلفة.

6. الأنشطة الرئيسية:

تشمل الأنشطة الرئيسية لمنتج دريديا لبساتين النخيل ما يلي:
تشغيل وإدارة المرافق والبنية التحتية.
توفير خدمات الضيافة والإطعام للضيوف.
تنظيم الأنشطة والفعاليات الترفيهية.
التسويق والترويج للمنتج.
إدارة الموارد البشرية والمالية.
الحفاظ على علاقات قوية مع العملاء والشركاء.

7. هيكل التكلفة:

تشمل التكاليف الرئيسية للمنتج ما يلي:

عنوان المشروع: منتج تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

- تكاليف تأسيس المنتج
- تكاليف التشغيل والصيانة للمرافق والبنية التحتية.
- رواتب الموظفين ومزاياهم.
- تكاليف الطعام والشراب.
- تكاليف التسويق والإعلان.
- التكاليف الإدارية والعامه.

8. قنوات الإيرادات:

- ستأتي إيرادات المنتج من المصادر الرئيسية التالية:
- إيرادات الإقامة من حجز الغرف
- إيرادات الطعام والشراب من المطاعم.
- إيرادات الأنشطة والفعاليات الترفيهية.
- إيرادات بيع المنتجات والخدمات الإضافية، مثل الهدايا التذكارية وخدمات النقل.
- إيرادات الخدمات النفسية والدورات العلمية.

9. الشركاء الرئيسيين:

- مخابر بحث وأخصائيين نفسانيين
- وكالات سياحية
- منظمات حكومية
- منظمات غير حكومية
- شركات النقل
- شركات محلية

المحور السادس

النموذج الأولي التجريبي

عنوان المشروع: منتجع تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

1. الموقع والمساحة: الموقع وسط بستان من النخيل على مساحة قدرها 4 هكتار في الدشرة القديمة لمدينة شتمة.

2. أماكن الإقامة:

1.2. مرقد: مرقد بنمط معماري تقليدي يعكس النمط المعماري القديم لولاية بسكرة مع لمسات حديثة يتسع لـ 50 فرد.

2.2. مخيمات: أماكن للتخييم في الهواء الطلق مخصصة لهوات التخييم.

3. مرافق الطعام والشراب:

1.3. مطعم رئيسي: مفتوح على هواء الطلق يقدم مأكولات صحية وأخرى تقليدية.

2.3. مطعم مخصص: لكل أنواع الشواء على الجمر مفتوح على الهواء

3.3. مقهى: مقهى يقدم مختلف المشروبات والمشروبات الصحية.

4. مرافق ترفيهية:

1.4 حمام ساحة:

. حمام داخلي

. مسبح خارجي

. مراحيض

. منتجع صحي يقدم خدمات العلاج الطبيعي والتقنيات الاسترخاء واليقظة العقلية والاستشارات النفسية.

. مركز للياقة البدنية مفتوح على الهواء الطلق.

5. مركز مخصص للأنشطة:

. ركوب الخيل.

. المشي التأريضي

6. مكتبة: خاصة بعلم النفس.

7. قاعة محاضرات بها ورشات تدريبية.

8. موقف سيارات.

عنوان المشروع: منتجع تزهى سياحي لتعزيز جودة الحياة

9. مصلى

10. متجر للهدايا التذكارية والصناعات التقليدية التي تعكس الهوية الثقافية المادية لولاية بسكرة.

ومن خلال تصميم المنتجع سيتم التركيز على اتصاله بالبيئة وتحقيقه للاستدامة والبناء بمواد صديقة للبيئة تقلل لحد كبير من انبعاث ثاني أكسيد الكربون مع استخدام مصادر الطاقة المتجددة والتركيز على الغطاء النباتي الكثيف وسط المنتجع.





رقم 57 / الحاضنة / 2024

شهادة توظيف / تحضين "مشروع مبتكر ضمن قرار 1275"

انا الممضي أسفله، السيد (ة): محمد جلاب

مسير(ة) حاضنة الأعمال: جامعة محمد خيضر - بسكرة.

المقر الاجتماعي / العنوان: المجمع الإداري المقابل لكلية العلوم الاقتصادية، الطابق الثاني، جامعة بسكرة 07000

رقم علامة الحاضنة: 2311223051

تاريخ تسليم العلامة: 23 نوفمبر 2022

أشهد أن الطالب / الطلبة التالية أسمائهم:

الاسم و اللقب	الطور الدراسي	التخصص	الكلية
عبد المجيد دربالي	ماستر	علم نفس العيادي	العلوم الانسانية و الاجتماعية

تحت إشراف الاستاذ/الاساتذة التالية أسمائهم:

الاسم و اللقب	الرتبة	التخصص	الكلية
عادل مرابطي	دكتور	علم نفس عيادي	العلوم الانسانية و الاجتماعية

تم احتضانه على مستوى حاضنة أعمال جامعة محمد خيضر - بسكرة بمشروع تحت اسم :

منتجع تنزهي سياحي لتعزيز جودة الحياة

خلال السنة الجامعية 2024/2023 .

سلمت هذه الشهادة بطلب من المعني للإدلاء بها في حدود ما يسمح به القانون .

حرر في: بسكرة بتاريخ 2024/06/19

مدير الحاضنة



مسؤول حاضنة المؤسسات الناشئة

د / محمد جلاب