



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم تجارية



المرجع :/2020

المهيدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

فردع: علوم تجارية

التخصص: تسويق الخدمات

مذكرة بعنوان:

دراسة الجدوى الاقتصادية ودورها في نجاح المشاريع السياحية – دراسة حالة مشروع مطعم عائم-

مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
تخصص " تسويق الخدمات "

إشراف:

د/ركيمة فارس

إعداد الطالبين:

- فرحات أنور

- لمرس أسامة

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	جوال محمد
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	ركيمة فارس
مناقشا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	هولي رشيد

السنة الجامعية 2022/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨ هـ

شكر وعرّفان

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق والسداد ومنحنا الرشد والثبات وأعانا على إنجاز هذا العمل

وبعد:

نتقدم بفائق الشكر المرفوق بكل عبارات التقدير إلى الأستاذ المحترم

" ركيمة فارس "

على ما قدمه لنا من توجيهات طوال السنة .

فلك منا أستاذنا خالص التقدير والاحترام وجزيل الشكر و الامتنان.

إهداء

يشكر ويحمد آناء الليل وأطرافه النهار هو العلي القهار الأول والآخر والظاهر والباطن الذي

أخرقنا بنعمه التي لا تعد ولا تحصى وأمدق علينا برزقه الذي لا يفنى وأنار دروبنا فله جزيل الحمد

والثناء والعتاء.

إلى كل عائلتي

إلى كل أصدقائي

إلى كل طالب علم

المُلخَص:

تناولت دراستنا "دراسة الجدوى الاقتصادية ودورها في نجاح المشاريع السياحية" الاشكالية التالية:

• هل تساهم دراسة الجدوى الاقتصادية في نجاح المشاريع السياحية؟

للإحاطة بكل جوانب الدراسة تم طرح الاسئلة الفرعية التالية:

- هل تساهم طبيعة وحجم النشاط في نجاح المشروعات السياحية؟
- هل يساهم العمر الانتاجي في نجاح المشروعات السياحية؟
- هل يساهم تحليل المنافسين في نجاح المشروعات السياحية؟
- هل يساهم الجمهور المستهدف في نجاح المشروعات السياحية؟

كانت الفرضية الرئيسية للدراسة كالتالي:

• تساهم دراسة الجدوى الاقتصادية في نجاح المشروعات السياحية.

أما الفرضيات الفرعية فكانت كالتالي:

- تساهم طبيعة وحجم النشاط في نجاح المشروعات السياحية.
- يساهم العمر الانتاجي في نجاح المشروعات السياحية.
- يساهم تحليل المنافسين في نجاح المشروعات السياحية.
- يساهم الجمهور المستهدف في نجاح المشروعات السياحية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، قمنا بدراسة جدوى مشروع المطعم العائم، قمنا بتعريفه وكذا بيان مشاكل وتحديات مشروع المطعم العائم وبعض الحلول لمواجهتها، كما قمنا بتحليل SWOT لهذا المشروع ودراسة سوق المشروع وغيرها...، وفي الأخير ذكرنا رؤيتنا للمشروع واهدافنا من وضع مشروع المطعم العائم.

Summary:

Our study "The Role of Economic Feasibility in the Success of Tourism Projects" addressed the following problem:

- Does economic feasibility contribute to the success of tourism projects?

To cover all aspects of the study, the following sub-questions were asked:

- Does the nature and size of the activity contribute to the success of tourism projects?

- Does the useful life contribute to the success of tourism projects?

- Does competitor analysis contribute to the success of tourism projects?

- Does the target audience contribute to the success of tourism projects?

The main hypothesis of the study was as follows:

- Yes, economic feasibility contributes to the success of tourism projects.

The sub-hypotheses were as follows:

- Yes, the nature and volume of activity contribute to the success of tourism projects.

- Yes, the useful life contributes to the success of tourism projects.

- Yes, competitor analysis contributes to the success of tourism projects.

- Yes, the target audience contributes to the success of tourism projects.

The study relied on the analytical descriptive approach, we studied the feasibility of the floating restaurant project, we defined it, as well as a

statement of the problems and challenges of the floating restaurant project and some solutions to confront them, we also did a SWOT analysis of this project and a study of the project market and others..., and in the end we mentioned our vision for the project and our goals from developing the project The floating restaurant.

الفهارس

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
	البسمة
	الشكر والتقدير
	الاهداء
	الملخصات
أ	المقدمة
الفصل الأول: دراسة الجدوى الاقتصادية	
1	تمهيد
	أولاً: الجدوى الاقتصادية
2	1. الجدوى تعريف واصطلاح
2	2. مفهوم الجدوى الاقتصادية
	ثانياً: دراسة الجدوى الاقتصادية
3	1. مفهوم دراسة الجدوى الاقتصادية ونشأتها
4	2. أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية وأهدافها
6	3. أنواع دراسات الجدوى الاقتصادية
6	4. مراحل دراسة الجدوى الاقتصادية
9	5. متطلبات دراسة الجدوى الاقتصادية
11	6. صعوبات ومشاكل دراسة الجدوى الاقتصادية ومقترحات كيفية مواجهتها
13	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مدخل للمشاريع السياحية	
14	تمهيد
	أولاً: ماهية المشاريع السياحية
15	1. تعريف المشروع
15	2. خصائص المشروع
16	3. دورة حياة المشروع
19	4. أهداف المشروع

فهرس المحتويات

	ثانيا: المتطلبات الأساسية للمشاريع السياحية وعوامل نجاحها
20	1. تصنيفات المشروعات
22	2. بعض المتطلبات الأساسية للمشروعات السياحية
22	3. مراحل تقييم المشروع السياحي
24	4. بعض الارشادات لتعزيز نجاح المشروع السياحي ومعالجة مشاكله بفاعلية
25	خلاصة الفصل.
الفصل الثالث: دراسة جدوى مشروع المطعم العائم	
26	تمهيد
	أولاً: خطة العمل ودراسة الجدوى
27	1. تعريف مشروع المطعم العائم
27	2. مشاكل وتحديات مشروع المطعم العائم وبعض الحلول لمواجهتها
29	3. تحليل SWOT لمشروع المطعم العائم
30	4. دراسة سوق مشروع المطعم العائم
34	5. كيف تدخل السوق
36	6. استراتيجية التسويق للمشروع
38	7. فريق مشروع المطعم العائم
41	8. بيان المخاطر المحتملة للمشروع
42	9. مخطط نموذج العمل التجاري BMC
44	10. رؤيتنا لمشروع المطعم العائم
44	11. أهدافنا لمشروع المطعم العائم
45	خلاصة الفصل
46	الخاتمة
47	قائمة المراجع

مقدمة

المقدمة:

1. إشكالية الدراسة:

تعتبر السياحة من أهم الصناعات الاقتصادية في الكثير من دول العالم حيث تعد دراسات الجدوى ترجمة عملية لسياسات ومناخ الاستثمار وكل ما يتعلق بالمشروع من حيث الدراسة والتنظيم والترخيص والاعداد، وهي دراسة علمية موسعة لكافة جوانب الاستثمار في المشاريع التي تم اختيارها سواء لخدمة المستثمر أو لخدمة التنمية الاقتصادية في الاقتصاد الوطني. ويعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن يوفرها في الأمدن المتوسط والبعيد ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة (السياحة) بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة. تتبع أهمية الدراسة من التتبع الاحصائي للتغيرات السياحية في الجزائر بغية البحث عن مواقع القوة والضعف لهذا القطاع الواعد، من أجل تنبؤ سليم يساعد القائمين على عمليات التخطيط السياحي في اتخاذ الاجراءات الكفيلة بتطوير صناعة السياحة في الجزائر لتتمكن من مواجهة التطورات العلمية الحديثة

أصبحت دراسة الجدوى إحدى الأدوات الهامة للتخطيط التسويقي الإستراتيجي. ومنه فإن دراسة الجدوى التسويقية السياحية تعمل على تحقيق الكفاءة الاقتصادية في استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة للوصول إلى قرارات استثمارية رشيدة سواء على المستوى الوطني أو المستوى الجزئي. حيث تحظى عملية الاستثمار بأهمية كبيرة كون الاستثمار يمثل العنصر الحيوي والفعال لتحقيق التنمية الاقتصادية، إذ أن نجاح المشروع الاستثماري في المستقبل يتوقف على القرارات الاستثمارية التي تتخذ عند بداية حياة المشروع.

ارتبطت دراسة الجدوى الاقتصادية بنجاح المشروعات السياحية ومشروع المطعم العائم احدى المشروعات الذي يسهر على تعزيز وتطوير السياحة على المدى الطويل ومن هنا حاولنا بحث موضوع دراسة الجدوى الاقتصادية في نجاح المشروعات السياحية من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

هل تساهم الجدوى الاقتصادية في نجاح المشروعات السياحية؟

من خلال السؤال الرئيسي نورد الأسئلة الفرعية التالية:

الأسئلة الفرعية:

1. هل تساهم طبيعة وحجم النشاط في نجاح المشروعات السياحية؟
2. هل يساهم العمر الانتاجي في نجاح المشروعات السياحية؟
3. هل يساهم تحليل المنافسين في نجاح المشروعات السياحية؟
4. هل يساهم تحليل الجمهور المستهدف في نجاح المشروعات السياحية؟

2. فرضيات الدراسة :

1.2. الفرضية الرئيسية:

تساهم الجدوى الاقتصادية في نجاح المشروعات السياحية.

2.2. الفرضيات الفرعية:

- الفرضية الفرعية الاولى: تساهم طبيعة وحجم النشاط في نجاح المشروعات السياحية.
- الفرضية الفرعية الثانية: يساهم العمر الانتاجي في نجاح المشروعات السياحية.
- الفرضية الفرعية الثالثة: يساهم تحليل المنافسين في نجاح المشروعات السياحية.
- الفرضية الفرعية الرابعة: يساهم تحليل الجمهور المستهدف في نجاح المشروعات السياحية.

3. أهمية الدراسة:

حاولنا في هذا العمل انجاز دراسة علمية من شأنها ان تشكل اضافة للأبحاث الانسانية واثراء للمعرفة في مجال التسويق الخدماتي، وتكمن أهمية دراستنا الموسومة ب" دور دراسة الجدوى الاقتصادية في نجاح المشروعات السياحية " في:

- تتناول هذه الدراسة جانبا من الجوانب المهمة في المنظمات وهي دراسة الجدوى الاقتصادية، حيث أصبحت الجزائر توليها اهتماما كبيرا لما لها من تأثيرات على نجاح المشروعات السياحية.
- اهتمام الدراسة بأحد أهم المتغيرات نجاح المشروعات وهو دراسة الجدوى الاقتصادية.
- دراسة الجدوى الاقتصادية تتعلق بنجاح المشروعات السياحية ويشكل مصدر قوة بالنسبة لها لذا أصبح يكتسي أهمية كبيرة في البحث والتحليل.
- تقديم دراسة جدوى مشروع المطعم العائم حيث يمكن الاستفادة منها في زيادة التنمية الاقتصادية.

4. أهداف الدراسة:

تسعى دراستنا الحالية الى تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة الجدوى الاقتصادية ودورها في نجاح المشاريع الاقتصادية.
- معرفة دور طبيعة وحجم النشاط في نجاح المشروعات السياحية.
- معرفة دور العمر الإنتاجي في نجاح المشروعات السياحية.
- معرفة دور تحليل المنافسين في نجاح المشروعات السياحية.
- معرفة دور الجمهور المستهدف في نجاح المشروعات السياحية.

5. دوافع اختيار الموضوع:

من المعروف أن لكل باحث أسبابا ودوافعا لاختيار مشكلة من أجل دراستها والبحث فيها، ومن الأسباب التي أدت الى اختيار هذا الموضوع هي:

- الرغبة في انجاز دراسة علمية في مجال تسويق الخدمات تتعلق بالجوانب التي تؤثر على نجاح المشروعات السياحية في الجزائر.
- الرغبة الشخصية في بحث موضوع متعلق دراسة الجدوى الاقتصادية.
- ما يتميز به الموضوع من اهمية جعلت اختيارنا وميولنا نحو هذا الاخير.

6. المنهج المتبع للدراسة:

لمعالجة موضوع دراستنا والإجابة على إشكاليتنا اعتمدنا على المنهج الوصفي في النظرية وهذا راجع الى تناسبه مع موضوعنا، إذ يعبر عن الظاهرة المدروسة بشكل كمي وكيفي ويهدف الى جمع كل المعلومات المتوفرة وتحليلها وتفسيرها واستخلاص دلالتها.

الفصل الأول:
دراسة الجدوى
الاقتصادية

تمهيد:

نال موضوع دراسة الجدوى للمشاريع اهتماما كبيرا والتي من خلالها يمكن لمتخذ القرار التوصل الى اتخاذ القرار السليم من أجل تحقيق الأهداف المحددة وهذه الدراسات تتصف بالدقة والموضوعية والشمولية نظرا لأهمية دراسة الجدوى الاقتصادية سنحاول في هذا الفصل تقديم نظرة عنها من خلال التطرق إلى مفاهيم الجدوى دراسة الجدوى الاقتصادية وأهميتها، وأنواع هذه الدراسات ومراحلها، وثم التعرف على متطلبات دراسة الجدوى الاقتصادية وصعوبات ومشاكل دراسات الجدوى الاقتصادية ومقترحات كيفية مواجهتها.

أولاً: الجدوى الاقتصادية

1. الجدوى تعريف واصطلاح:

عرفت (الأشوح، 2016، صفحة 13) الجدوى بأنها:

في اللغة: هي العطية والنفع

اصطلاحاً: مثل جميع المصطلحات الفنية والتخصصية، لم يحدث اتفاق حول تعريف معنى "الجدوى" التي تتناولها الدراسات التخصصية المختلفة، بل ولم تعرض معايير تصنيفية واضحة المعالم يمكن أن تفرق بوضوح بين حدود التخصصات العلمية التي تتناول هذا المجال بالدراسة والتحليل. وفيما يلي يمكن القول أنها تقوم على معيار "مدى صلاحية فكرة مشروع ما" فتعرف: "دراسة الجدوى أنها محاولة علمية جادة للتعرف على مدى صلاحية فكرة مشروع ما" وتلك الدراسة تبدأ بفكرة مشروع معين ثم تمر بمراحل متتابعة في محاولة لاكتشاف كل مرحلة، وعلى وضوء نتائجها في مرحلة ما يمكن الاستمرار للمرحلة التي تليها إذا كانت هذه النتائج إيجابية أو مشجعة، أو يتقرر التوقف عند تلك المرحلة لتوفير الوقت والجهد والتكاليف وهكذا حتى نصل إلى المرحلة الأخيرة وهي اتخاذ القرار النهائي إما بتحويل الفكرة إلى حقيقة أو التخلي عنها والبدء من جديد مع فكرة مشروع آخر.

2. مفهوم الجدوى الاقتصادية:

لقد تعددت الآراء والتعاريف فيما يتعلق بتحديد المعنى ومفهوم دراسة الجدوى وبالتالي يمكن إدراج بعض التعاريف:

هي "الكفاءة أو الكفاية من استثمار مخطط، يجري تعيينها بناء على أسس تحليلية للبدائل المتاحة بغرض تبني القرار الأفضل." كما تعرف بأنها عملية مرتبة للمساعدة في اتخاذ قرار الاستثمار من عدمه وفق متطلبات أساسية وتجارية مالية والاقتصادية والفنية وبيئية ودراستها استناداً إلى الحلول البديلة مروراً بتحديد المشاكل والفرص وصولاً إلى الأهداف مترجمة لتلك العملية في شكل قيم رقمية تحكمها فلسفة التكاليف والمنافع. (نادي، مغتات ، و ختو، صفحة 4)

تعرف أيضاً بأنها " منهجية لاتخاذ القرارات الاستثمارية تعتمد على مجموعة من الأساليب والأدوات والاختبارات والأسس العلمية التي تعمل على المعرفة الدقيقة لاحتمالات نجاح أو فشل مشروع استثماري معين، واختبار مدى قدرة المشروع على تحقيق أهداف محددة تتمحور حول الوصول إلى أعلى

عائد ومنفعة للمستثمر الخاص أو الاقتصاد القومي أو لكليهما مدى عمره الافتراضي. (غنية، 2011، صفحة 31)

ثانياً: دراسة الجدوى الاقتصادية

1. مفهوم دراسة الجدوى الاقتصادية ونشأتها:

يمكن القول أن دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية ما هي إلا عبارة عن تلك الدراسات العلمية الشاملة لكافة جوانب المشروع أو المشروعات المقترحة والتي قد تكون إما بشكل دراسات أولية أو من نوع الدراسات التفصيلية أو الفنية والتي من خلالها يمكن التوصل إلى اختيار بديل أو فرصة استثمارية من بين عدة بدائل أو فرص استثمارية مقترحة، البديل الذي يضمن تحقيق الأهداف المحددة. ولكون هذه الدراسات ما هي إلا وسيلة يتم الاعتماد عليها في اتخاذ القرار الاستثماري، لذا لا بد أن تتصف تلك الدراسات بالدقة والموضوعية والشمولية. وهذه الدراسات تمثل إحدى مراحل تقييم المشروعات والتي على أساسها يتم اتخاذ أو تبني القرارات الاستثمارية المناسبة، حيث تجري هذه الدراسات عادة من قبل فريق من المختصين كل واحد منهم يتناول دراسة المشروع بما يتلاءم مع اختصاصه في محاولة للوصول إلى تقرير مشترك يقدم للإدارة العليا ويترك لها اتخاذ القرار المناسب. (العيسوي، صفحة 42)

يقصد بدراسة الجدوى الاقتصادية مجموعة الاختبارات والتقديرية التي يتم إعدادها للحكم على صلاحية المشروع الاستثماري المقترح أو القرار الاستثماري في ضوء توقعات التكاليف والعوائد المباشرة وغير المباشرة طوال العمر الافتراضي للمشروع، وتبدأ الدراسات اللازمة لاختبار مدى صلاحية الاستثمار للتنفيذ بإعداد البيانات المتعلقة بالاستثمار وتصنيفها وتبويبها، ثم إجراء المعالجات الحسابية أو الرياضية لتطبيق الأسس المتعارف عليها لتقدير كافة بنود الإيرادات المتوقعة، وكافة بنود التكاليف المتوقعة أيضاً، والقيمة التقديرية للمشروع أو للأصول واستبعاد أثر تغيرات الأسعار أو التضخم في المستقبل باستخدام ما يعرف بالقيمة الحالية للقيم النقدية. (العظيم، 1996، صفحة 17)

يمكن تعريف دراسة الجدوى الاقتصادية بأنها: " مجموعة الدراسات المتعلقة بتقييم الفرص الإنتاجية والاجتماعية والتسويقية لمشروع معين وتتطلب هذه الدراسات توافر بيانات ومعلومات تمكن متخذ القرار من اتخاذ القرار الاستثماري السليم". (علام، 2008، صفحة 20)

نشأتها:

تمتد جذور دراسة الجدوى إلى عام 6391 عندما قامت الولايات المتحدة الأمريكية بإصدار قانون التحكم في الفيضانات، الذي يجيز إقامة مشروعات مقاومة للفيضان في حالة تفوق منافعها عن تكاليفها. ولقد شاع استخدام هذا المصطلح في العديد من الكتابات بمفاهيم عديدة نلمسها في كتابات الاقتصادي "دين جويل" سنة 1951 عندما أصدر أول كتاب لمعالجة مشا كل المشروعات الاستثمارية. قامت لجنة فيدرالية بالولايات المتحدة الأمريكية بإعداد كتاب، عرف بالكتاب الأخضر، وتم تطويره عام 1974 دليل البنك الدولي عام 1975، دليل OECD أهمها: دليل منظمة التعاون الاقتصادي لإعداد دراسات الجدوى من منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية عام 1972 وطور عام 1993، وبفضل هذه الأعمال بدأ يتبلور هذا الموضوع ليشكل أحد الفروع الهامة في الاقتصاد التطبيقي ويستمد منهجيته من النظرية الاقتصادية بشقيها الكلي والجزئي. (نادي، مغتات ، و ختو، صفحة 3)

2. أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية وأهدافها:

أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية:

وتكمن أهمية الجدوى الاقتصادية حسب (كاظم، 2017، صفحة 897) فيما يلي:

بالنسبة للفرد المستثمر:

- تبين مدى وجود فرص استثمارية جديدة تحتاج المزيد من الدراسة التفصيلية.
- تمكن المستثمر أن يختار بين الفرص الاستثمارية المتاحة، وكيفية ترتيبها.
- تعتبر نتائج دراسة الجدوى الاقتصادية المرشد للمستثمر، بحيث يمكنه الرجوع إليه في أي مرحلة من مراحل عملية التنفيذ.

بالنسبة للمشروع:

- تكمن أهمية دراسة الجدوى في عملية اتخاذ القرارات المرتبطة بإنشاء المشروع، مثل: شراء العقارات، وإقامة المباني، وتوريد الآلات.
- تظهر مدى قدرة المشروع على تحقيق أهدافه.
- تساهم في تحديد مصادر التمويل التي يحتاجها المشروع.

بالنسبة للمجتمع:

- تساهم في حل مشكلة ندرة الموارد النسبية، ومواجهة احتياجات المجتمع المتزايدة.
- تجاوز المشاريع الفاشلة عن طريق الاهتمام بتفاصيل ودقة تقرير دراسة الجدوى، بالتالي تجاوز هدر الأموال
- تساهم في توفير مستوى من الأمان للأموال المستثمرة.

كما أظهر (بن شاعة و علماوي، 2019، صفحة 137،138) أن أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية تتمثل في:

- تتيح نتائج دراسات الجدوى للمستثمر الفرد أن يفاضل بين الفرص الاستثمارية المتاحة لديه وترتيبها.
- إظهار مدى قدرة المشروع في تحقيق الأهداف التي يقوم من أجلها، بحيث أن إقامة المشروع ليس هدفا في حد ذاته، وإنما هو برز الحصول على منافع مادية معينة للمؤسسة.
- تساهم دراسة الجدوى في تحديد المصادر المناسبة لتمويل الاحتياجات الخاصة بالمشروع ومدى توفرها وقدرتها على تزويد المشروع بالأموال عند الحاجة إليها.
- تساعد دراسة الجدوى المستثمر على المفاضلة بين فرص الاستثمار المتاحة، وبالتالي اتخاذ القرار الصائب على نحو يخدم الهدف المنشود.
- تساعد دراسة الجدوى على تصويب وتعديل خطط الإنتاج والتشغيل على نحو يتلاءم مع الظروف المتغيرة والطارئة، التي يمكن أن تواجه المشروع خلال فترات التنفيذ والتشغيل.

أهداف دراسة الجدوى الاقتصادية:

تعد دراسة الجدوى بمثابة خطوة مهمة في حياة كل مشروع استثماري، حيث ترى (سراج، 2017، صفحة 26) أنها تهدف إلى:

- تحديد الفرص الجديدة التي يمكن الاستثمار فيها.
- تقليل عدد البدائل.
- تحديد أسباب عدم تنفيذ المشروعات البديلة.
- تحسين احتمالات نجاح المشروع المختار، من خلال تحديد عناصر النجاح والفشل المحتملة، التي قد تعترض المشروع المختار.
- توفير المعلومات لمتخذي القرار.
- توفير الوثائق المدعمة للمشروع المقترح إقامته.
- المساعدة في تأمين الحصول على مصادر التمويل من المؤسسات التمويلية المختلفة.

- المساعدة في جذب الاستثمارات.

3. أنواع دراسات الجدوى الاقتصادية:

تتنوع أنواع دراسات الجدوى الاقتصادية بحسب النشاط التجاري أو المشروع المراد تقييمه. ومن بين أنواع دراسات الجدوى الاقتصادية الأكثر شيوعاً (معروف، صفحة 404):

- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الصناعية: وتشمل تقييم المشاريع الصناعية المتعلقة بإنتاج السلع الصناعية والتحليل الاقتصادي لها.
- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الزراعية: وتتضمن تقييم المشاريع الزراعية المختلفة، مثل زراعة المحاصيل وتربية الماشية والدواجن، وتقييم العوائد والتكاليف المرتبطة بها.
- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية: وتشمل تحليل العوائد والتكاليف المتعلقة بالمشاريع السياحية، مثل الفنادق والمنتجعات السياحية والأماكن السياحية.
- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع العقارية: وتتضمن تقييم المشاريع العقارية المختلفة، مثل الإسكان والمجمعات التجارية والمباني السكنية والتجارية.
- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع البنية التحتية: وتشمل تقييم المشاريع المتعلقة بالبنية التحتية، مثل الطرق والجسور والموانئ والمطارات.
- وتختلف متطلبات وأساليب دراسات الجدوى الاقتصادية بحسب نوع المشروع وطبيعته وحجمه.

4. مراحل دراسة الجدوى الاقتصادية:

تتكون دراسة الجدوى الاقتصادية من عدة مراحل، ويختلف عدد وترتيب المراحل بحسب المشروع ونوعه وحجمه. ومن بين المراحل الأساسية المشتركة بين معظم دراسات الجدوى الاقتصادية (نادي، مغتات ، و ختو، صفحة 6:10):

- **مرحلة تشخيص الفكرة:** تبدأ عملية اتخاذ القرار من وجود فكرة استثمارية لدى المستثمر، وهذه الفكرة تبدأ بفرصة استثمارية في مجال استثماري معين، ومن ثم إذا كانت هذه الفكرة ذات أثر اقتصادي قابلة للتنفيذ على ضوء معطيات التي يتم جمعها. فيلجأ المشروع عندها لعمل دراسة مبدئية ميدانية.

- **دراسة الجدوى المبدئية (التمهيدية):** تتطلب دراسة الجدوى التفصيلية جهدا كبيرا ووقتا طويلا نسبيا وتكاليف عالية. لذلك يتعين إجراء دراسات تمهيدية بسيطة للمشروعات التي يتم اقتراحها في مرحلة التعرف قبل إجراء دراسات الجدوى التفصيلية لها. وتكمن كذلك أهمية دراسة الجدوى المبدئية في أنها تحدد إلى حد ما تكلفة المال المخصص للاستثمار ومن هنا فإن دراسة الجدوى المبدئية تشتمل على عدة جوانب أهمها:
 - البحث عن الموانع الجوهرية سواء القانونية أو غير القانونية، فمن الممكن وجود مناطق معينة ممنوع إقامة مشروعات معينة عليها وذلك من خلال قانون حماية البيئة مثلا.
 - دراسة قوانين الاستيراد والتصدير وما بها من موانع كالقيود مثال على دخول مادة خام معينة يحتاجها المشروع كذلك فهناك مشروعات يقتصر النشاط فيها على الدولة مثل الإنتاج الحربي مثلا.
 - التعرف على حالة الاقتصاد الوطني وتوجهاته، وسياساته الاقتصادية والظروف البيئية ومدى الاستقرار السياسي والاجتماعي بما في ذلك القيم والعادات والتقاليد مع تحديد ما إذا كانت أهداف المشروع تتماشى مع الأهداف العامة للمجتمع أم لا.
 - مدى الحاجة إلى منتجات المشروع وهو ما يتطلب التعرف على حالة السوق واتجاهات الطلب على تلك المنتجات والأسعار السائدة وأذواق المستهلك اتجاه هذا النوع من السلع بالإضافة إلى إجراء مسح للمشروعات المماثلة والمنافسة للمشروع، والأسواق المحتملة.
 - مدى توافر عناصر الإنتاج للمشروع كالعالة، وهل هناك قيود على استيراد العمالة أو التكنولوجيا أم لا.
 - تقدير تكاليف دراسات الجدوى التفصيلية ومدى تناسبها وتوافقها وملاءمتها لرأس المال المخصص مبدئيا للاستثمار في المشروع، وما إذا كان المشروع يستحق إجراء دراسة تفصيلية أم لا، وهذه المعلومات ليست الوحيدة التي يجب أن تظهرها دراسة الجدوى المبدئية بل يجب توضيح كل المعلومات التي تساعد على ترسيخ أو استبعاد المشروع الاستثماري المقترح.
 - **دراسات الجدوى التفصيلية:** تبدأ إذا كانت دراسات الجدوى المبدئية مشجعة، بمعنى أن هناك جدوى من إقامة مشروع أو مجموعة مشاريع، ويقصد بها دراسة المشروع من النواحي القانونية والفنية والمالية والاجتماعية، وعلى أساس هذه الدراسة يتم اتخاذ قرار بتنفيذ المشروع، وتتكون دراسة الجدوى التفصيلية من الدراسات التالية:

دراسة الجدوى البيئية: حيث تتجه هذه الدراسة في جانبها التحليلي إلى محاولة التعرف على أثر المشروع على البيئة سواء كان هذا الأثر ايجابيا أو سلبيا، وذلك بهدف تعظيم الآثار الايجابية، وتقليل الآثار السلبية، كما قد يتطلب الأمر محاولة التعرف على أثر البيئة في المشروع بجوانبه السلبية والايجابية وذلك من خلال منظور أن المشروع نظام مفتوح يؤثر ويتأثر في البيئة. ويصنف المشروع على أساس مدى تأثيره على البيئة كما يلي:

● مشاريع القائمة البيضاء: هي مشاريع ذات آثار بيئية ضئيلة، ويمكن معالجتها وحماية البيئة منها بكلفة استثمارية قليلة.

● مشاريع القائمة الرمادية: هي مشروعات ذات آثار سلبية على البيئة، ويمكن معالجتها بكلفة استثمارية كبيرة.

● مشاريع القائمة البيضاء: هي مشروعات ذات آثار سلبية على البيئة، وال يمكن تفادي الأضرار وغالبا ما يرفض المشروع لعدم جدواه من الناحية البيئية.

● دراسة الجدوى القانونية: وتهدف إلى التحقق من مدى توافق المشروع المقترح مع القوانين المنظمة للاستثمار في الدول التي سوف يقام المشروع بها، وهنا يجب على المستثمر القيام بدراسة القوانين العامة التي يمكن أن تتضمن قوانين تؤثر على تكاليف وإيرادات المشروع ومن أمثلة ذلك القانون التجاري وكذلك دراسة القوانين الخاصة بالاستثمار.

● دراسة الجدوى التسويقية: وتنطوي دراسات الجدوى التسويقية على العديد من الموضوعات تدور حول مفهوم وأهداف وأهمية دراسات الجدوى التسويقية المشروع وأنواع دراسات السوق والجدوى التسويقية، ودراسة وتقدير الطلب على منتجات المشروع كمحور رئيسي لدراسة الجدوى التسويقية بالإضافة إلى تحليل البيانات والمعلومات من مصادرها لتقدير هذا الطلب، بل وتحديد هيكل ونوع السوق الذي يعمل في إطاره المشروع ومن ثم تحديد الحجم الكلي للسوق والعوامل المحددة للطلب على منتجات المشروع، وأساليب التنبؤ بالطلب، وكذلك تحديد الشريحة التسويقية ووضع السياسة والاستراتيجية السعرية المناسبة لتحديد أفضل الأسعار لبيع منتجات المشروع كما تحدد أيضا مواصفات المنتج في ضوء أذواق ورغبات المستهلكين ورسم إستراتيجية التسويقية التي تضمن أفضل طرق التوزيع والترويج والتسعير، ونوع الخدمات المطلوبة توفيرها للموزعين والمستهلكين وذلك للاستحواذ على أكبر حصة من السوق.

● دراسة الجدوى الفنية: تهدف إلى دراسة مدى إمكانية تنفيذ المشروع من النواحي الفنية والتي تشمل هنا تحديد الموقع المناسب للمشروع ومساحة الأرض المناسبة سواء لإقامة ورشات الإنتاج أو المخازن أو مبنى الإدارة والتخطيط الداخلي للمصنع وآلات المعدات المطلوبة والعمالة اللازمة للمشروع ونوعيتها

والمواد الخام اللازم لإنتاج وكميتها ونوعيتها، وأيضا تفاصيل مواصفات المنتج وتسلسل العمليات الإنتاجية.

- **دراسة الجدوى الاجتماعية:** تهدف إلى تقييم مدى مساهمة المشروع في تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع والاقتصاد الوطني، ومن ثم مدى مساهمته في تحقيق الرفاهية الاقتصادية.
- **دراسة الجدوى المالية:** تهدف إلى ترجمة الدراسات السابقة الأخرى دراسة الجدوى التسويقية، دراسة الجدوى الفنية والهندسية إلى تقديرات مالية، وتشمل هذه الدراسة التكاليف الاستثمارية للمشروع وتكاليف التشغيل السنوية، وكذا الإيرادات السنوية على مدى العمر الإنتاجي الافتراضي المتوقع للمشروع، وتحدد كيفية تمويل مشروع المتمثل في رأس المال المدفوع من قبل المستثمرين ورأس المال المقترض، وسعر الفائدة، ويتم تقييم صالحة الاستثمار من خلال استخدام المؤشرات المالية.

5. متطلبات دراسة الجدوى الاقتصادية:

ومن متطلبات دراسة الجدوى الاقتصادية في مختلف المشاريع سواء الخاصة او العامة ما يلي (اللوزي، 2000، صفحة 34،35):

الحدث الاقتصادي: إن الحدث الاقتصادي هو ناتج عن استثمار مبلغ ما سواء كان بشكل مباشر في اقتناء أراضي وعقارات مكائن والآلات مواد ووسائل الطاقة.... الخ فهناك استثمارات يتوقع أن يكون الطلب على الانتاج كبيرا نتيجة مؤشرات أداء نفس القطاع في الماضي والطلب المتزايد لمثل ذلك النوع من الانتاج مثل مشاريع التوسع المشاريع الاستثمارية المنافسة التي تسعى لخفض التكاليف وزيادة الإنتاج والبيع عادة تكون مثل هذه المشاريع ذات المخاطر القليلة لكون نتائجها شبه مضمونة أما المشاريع الاستثمارية الناتجة عن قرارات صادرة من السلطات العليا مثل قرارات التبديل في نوع المنتج أو الاستثمار في إنتاج جديد أو المضاربة في أسهم الشركات لمختلف الغايات كالسيطرة على الادارة أو للحد من المنافسة أو لأي غاية أخرى عادة تكون عنصر المخاطرة فيها عالية بالمقارنة بالنوع السابق للاستثمار.

صانع الحدث الاقتصادي: إن الحدث الاقتصادي هو من صنيع أفراد ذو كفاءة تقنية مصنفة لذا فإن توظيف الأفراد في مهمة ما هو بحد ذاته استثمار لكونه ما يقوم به من فعاليات هي أحداث اقتصادية مالية وإن نتائجها تحقيق إنتاج بذلك تتحقق الأرباح والأهداف لجميع الأطراف وإن هذا الأمر يؤدي إلى خلق طاقة تكلفتها أقل من إيراداتها حيث أن كلفة الفرد على المنشأة أقل من الوفورات الاقتصادية التي تحققها المهارات الفردية فضلا عن كون المبالغ المستثمرة في التدريب وتأهيل العاملين لرفع كفاءاتهم بحد ذاته نوع من الاستثمار وهذا النوع من الاستثمار لا يخلو من المخاطر كأى استثمار آخر حيث من الصعب ضمان استمرارية الفرد في العمل لأسباب عديدة

معروفة لدى الجميع وكذلك مستوى الكفاءة والخبرة والتقنية التي يكتسبها الفرد من البرامج التدريبية وأثرها على زيادة الإنتاجية ورفع مستوى الأرباح لتحقيق الاستثمار.

استثمار الأموال: استثمار الأموال لاقتناء الطاقة الإنتاجية كإجراء للأراضي والمباني و المكائن والآلات والمواد الأولية.... الخ كذلك يتم استثمار الفائض من الأموال في منشآت أخرى كإجراء أسهم وسندات أو حصص في الشركات الأخرى لأجل تقوية المركز المالي وتوليد أرباح إضافية من الأموال الفائضة وكذلك للحد من المنافسة وتوسيع أسواقها أو للحصول على المواد الأولية وباقي متطلبات الإنتاج بغية تحسين مخرجات النشاط.

بدائل استثمارية : هناك متطلبات استثمارية أخرى عديدة للحدث الاقتصادي سواء كانت متعلقة مباشرة بالنشاط كاستثمار مبالغ في وسائل الدعاية و الاعلان أو في الشؤون الاجتماعية كإنشاء مرافق سكنية وصحية وترفيهية خاصة بالعاملين و عوائلهم وغير مباشرة كمصاريف البحث والتطوير والتصميم لتطوير منتجات المشاريع الاقتصادية إن مثل هذا النوع من الاستثمارات ليس لها مردود مادي مباشر على نشاط المنشأة في الأمد القصير بل بالتأكيد لها تأثير على مركز المنشأة ونشاطها لتحقيق أهدافها في الأمد الطويل لأن نتائج الدعاية و الاعلان لا تظهر في السنة الأولى فقط بل لفترة طويلة نتيجة توليد ثقة بمنتجات المنشأة لذا فإن نتائج مثل هذه الاستثمارات قد تكون عاجلة أو أجلة لزيادة حجم المبيعات وتوسع الرقعة الجغرافية لأسواق المنشأة وكذلك في تحسين سمعة وشهرة المنشأة ومنتجاتها.

تحديد مستلزمات التنفيذ: يتم تحديد هذه المستلزمات طبقا لنوع النشاط وحجم المواد الأولية والمواد الاولية سواء كانت مصادرها محلية أو مستوردة لتحديد الموقع وحجم النشاط وسعة الأسواق للمنتجات حيث يتم بضوء هذه العوامل دراسة وسائل الاتصالات وأنواع المواصلات المطلوبة توفرها وحجم العمالة المتاحة محليا ورأس المال من العملات الاجنبية الواجب توفره ومصادر الحصول عليه لأن هذه الامور تشكل غالبية التكاليف الصناعية والعبء الأكبر الذي يتحمله النشاط لتحقيق الأهداف.

تحديد طبيعة وحجم النشاط: لابد من ملائمة طبيعة النشاط مع الظروف المحيطة من حيث المناخ والظروف الطبيعية الاخرى والمناخ السياسي والاجتماعي حيث في ضوء هذه العوامل يتم تحديد نوع النشاط وحجمه من السلع والخدمات المنتجة سواء كانت تامة الصنع أو نصف مصنعة بغية تحديد حجم السوق محليا أو عالميا.

تحديد الوسائل الفنية لتنفيذ المشروع المقترح: لابد من دراسة متطلبات الطاقة الانتاجية من حيث الآلات وباقي وسائل الانتاج وسبل الحصول عليها بحيث تتيح إمكانية تنفيذ المشروع لذا لابد من إعداد دراسة جدوى فنية للإمكانيات المتاحة والتي تحقق تنفيذ المشروع حيث قد تكون الظروف ملائمة لإقامة المشروع من الناحية الاقتصادية والظروف المحيطة ولكن هذه الظروف لا تحقق التنفيذ بدون توفر المتطلبات الفنية.

تحديد العمر الإنتاجي للمشروع: لابد من إجراء دراسة تفصيلية لمراحل التنفيذ والعمر الاقتصادي للمشروع المقترح فضلا عن دراسة الظروف المحيطة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية وتطورها عبر الفترات الزمنية اللاحقة وتحدد هذه الفترات عادة بسنة ويتم تحديد من خلالها الموارد المتوقعة وتكلفة مستلزمات الإنتاج لاختيار أفضلها والمناسبة لتحقيق أهداف المشروع "بحيث يؤدي الأمر إلى ترجمة خطط المشروع إلى موازنات تخطيطية أي مقابلة الإيرادات المتوقعة بالمصاريف المقابلة لها . هذه أهم الشروط الواجب توفرها ودراستها في إعداد أي دراسة للجدوى الاقتصادية للمشاريع الاستثمارية بغية صنع قرارات إدارية لتنفيذ فكرة المشروع.

6. صعوبات ومشاكل دراسة الجدوى الاقتصادية ومقترحات كيفية مواجهتها:

بقدر ما تكون دراسة الجدوى الاقتصادية ذات أهمية كبيرة وأهداف رئيسية إلا أنها تتصادف مع مجموعة من الصعوبات والعوائق من شأنها أن تخفض من قيمتها ووزنها وحتى في دورها في نجاح المشروع الاستثماري، نوجز البعض من هذه الصعوبات والمشاكل فيما يلي (بن شاعة و علماوي، 2019، صفحة 138):

- عدم توافر المعلومات ودقتها: تعتبر من العقبات أمام الدراسة العلمية لجدوى المشروعات، والتي تؤدي إلى صعوبات كثيرة في إعداد التقديرات الصحيحة التي يمكن الاستناد عليها في اتخاذ قرار استثماري سليم.
- النقص الواضح في المتخصصون في دراسات الجدوى: لا بد من وجود فريق من الخبراء ذوي الاختصاصات المختلفة، وقد أدى النقص في ذلك إلى دخول العديد من غير المتخصصين هذا المجال مما ترتب عليه ضعف وقصور الدراسات المقدمة التي يغلب عليها الطابع الشكلي والبعد عن المصداقية المطلوبة

- عدم التوازن بين تكاليف إجراء دراسات الجدوى وحجم المشروع ورأس المال المخصص للاستثمار فيه.
- صعوبة التنبؤ بالكثير من المتغيرات التسويقية والفنية والمالية التي تؤثر على القرارات الاستثمارية، وهو ما ينعكس سلباً على تلك القرارات، وذلك بسبب تضارب السياسة الاستثمارية للدولة

ولتجاوز هذه الصعوبات والمشاكل، يمكن اتباع بعض المقترحات التالية:

- جمع المزيد من المعلومات والبيانات المتعلقة بالمشروع وتحليلها بشكل دقيق.
- إجراء دراسة متعددة السيناريوهات لتقييم الجدوى الاقتصادية وذلك لتقليل المخاطر المحتملة.
- الاستعانة بخبراء في مجال تقييم الجدوى الاقتصادية والاستثمار لتوفير الخبرة والمعرفة اللازمة.
- إجراء مراجعات وتقييمات دورية للجدول الزمني والميزانية المخصصة للمشروع.

خلاصة الفصل:

تم في هذا الفصل تقديم نظرة حول دراسة الجدوى الاقتصادية والتي يقصد بها الدراسات العلمية الشاملة لكافة جوانب المشروعات المقترحة حيث يتم اعدادها للحكم على صلاحية المشروع الاستثماري، وكذلك مدى أهميتها بالنسبة للفرد المستثمر والمشروع والمجتمع، إضافة الى أنواعها ومراحل دراستها وبعض المتطلبات لدراسة الجدوى، وفي الأخير تناولنا الصعوبات والمشاكل لدراسة الجدوى الاقتصادية مما استدعى ضرورة إيجاد مقترحات كيفية مواجهة هذه الصعوبات.

الفصل الثاني:
مدخل للمشاريع
السياحية

تمهيد:

تشكل المشاريع السياحية مدخلا هاما من مداخل التنمية الاقتصادية هذا ما يدفع نحو إقامة مشروعات منتجة ومتميزة وقدرتها على المنافسة والنمو في المستقبل ويؤثر على أدائها أيضا.

نظرا لأهمية دراسة المشاريع السياحية سنحاول في هذا الفصل تقديم نظرة عنها من خلال التطرق إلى تعريف المشروع وخصائصه، ودورة حياة المشروع وأهدافه، وثم التعرف على تصنيفات المشروعات وكذا بعض المتطلبات الأساسية للمشروعات السياحية.

أولاً: ماهية المشاريع السياحية

1. تعريف المشروع:

يعرف المشروع بأنه " المشروع هو مجموعة من الأعمال المترابطة يتم تنفيذها بطريقة منظمة له نقطة بداية ونقطة نهاية محددتان بوضوح وذلك لتحقيق بعض النتائج المحددة المطلوبة لتلبية الحاجات الإستراتيجية للمؤسسة في الوقت الحالي". (علي، 2011، صفحة 3)

يعرف المشروع أيضا بأنه "كل تنظيم له كيان حي مستقل بذاته يملكه أو يديره منظم فقط، يعمل على التآليف والمزج بين عناصر الإنتاج، ويوجهها لتقديم سلعة أو خدمة أو مجموعة من السلع والخدمات وطرحها في السوق من أجل تحقيق أهداف معينة خلال فترة زمنية معينة." (بلال، 2022، صفحة 3)

كما يعرف المشروع السياحي على أنه بمثابة قرار استثماري من أجل تحقيق هدف محدد ينحصر في تكوين تيار من الإنتاج على امتداد فترة زمنية معينة، بهدف تكوين طاقة إنتاجية جديدة، أو رفع كفاءة الطاقة القائمة، أو كليهما معا، وغالبا ما يشمل المشروع على مجموعة من الأنشطة المرتبطة ببعضها البعض والتي خطت بطريقة تجعل المشروع بكيانه الذاتي المترابط يتحرك في إطار التكاليف والمنافع المتوقعة. (نصرالدين، 2010، صفحة 36)

2. خصائص المشروع:

من خلال التعاريف السابقة للمشروع الاستثماري يمكن ان نستخلص أهم الخصائص المميزة له (غنية، واقع دراسات الجدوى وتقييم المشاريع الاستثمارية في الجزائر ، 2011، صفحة 19):

- المشروع يلوح كفرصة استثمارية سرعان ما تتحول إلى فكرة مميزة واقتصاديا وفنيا.
- المشروع كيان مقترح، يمكن أن يكون استثمارا جديدا، أو التوسع في استثمار قائم، أو تحويل استثمار، أو تطوير أو تغيير استثمار، يخضع لدراسة قد تكون بسيطة أو معقدة.
- المشروع الاستثماري نشاط يتم فيه المزج بين عوامل الإنتاج المختلفة.
- يتمتع المشروع بشخصية معنوية، وباستقلالية نسبية إزاء المحيط، وباستقلالية في الإدارة والحسابات والأرباح تبقى له وعليه ان يغطي الخسائر ويكون مستقلا من الناحية المالية.

- المشروع لا يعمل بعشوائية وإنما يديره شخص يسمى المنظم او المستثمر، والذي يقوم بالتأليف والمزج بين عناصر الإنتاج المختلفة.
- تقاس كفاءة المشروع بمدى قدرته على تحقيق أقصى عائد ممكن من الاستثمار الذي يشمل العائد المادي والعائد الاجتماعي.
- العمر الافتراضي للمشروع، وهو المدى الزمني الافتراضي لحياته، والذي يحدد الفترة الزمنية لتحقيق الأهداف المسيطرة.
- المشروع وحدة زمنية، فالزمن ليس عنصرا خارجيا بالنسبة للنشاط الاقتصادي للمشروع، وإنما جزء منه ومركب معه، فالإنتاج يتحدد عمليا خلال فترة زمنية معينة، ويتحدد معدل الاستخدام بالنسبة للآلات وفرق العمل بوحدات زمنية، وأيضا تستخدم الوحدات الزمنية لتحديد نفقات عناصر الإنتاج.
- المشروع وحدة مكانية، يتم تشييده في منطقة معينة، ويصبح المكان او الأرض جزءا متكاملًا في بنائه الاقتصادي.

3. دورة حياة المشروع:

يمر المشروع منذ بدايته كفكرة وحتى مرحلة تقييمه بعد التنفيذ بالمراحل الاساسية التالية (الدين، 2019، صفحة 14:16):

- تحديد المشروع (أو اختيار المشروع الذي سيتم الاستثمار فيه).
- إعداد المشروع (جدوى المشروع، مراحل دراسة الجدوى).
- تقييم المشروع.
- التنفيذ (إقام المشروع ومباشرة النشاط والانتاج).
- التقييم اللاحق (البعدي أي بعد تمام المشروع).

سنحاول التفصيل في كل مرحلة من هذه المراحل كما يلي:

• مرحلة تحديد المشروع:

تتضمن فكرة تحديد مشروع معين بالاعتماد على مصادر متنوعة، وقبل تحديد وترتيب أفكار المشروع يلزم قدر من المعلومات عن المناطق المرغوب إقامة المشروع فيها، الاقتصاد القومي والموارد الطبيعية والبشرية، التكنولوجيا السائدة... إلخ، وذلك بهدف تكوين تصور عن أفضل

مجال للاستثمار، وبعد جمع هذه المعلومات تبدأ مرحلة جمع أكثر تحديدا وتتعلق مباشرة بالمشروع مثل أهميته بالنسبة للخطة التنموية، الإعفاءات الضريبية الموجهة لهذا النوع من المشروعات، وقبل كل ذلك حجم السوق واحتمالات نموه مستقبلا...إلخ، ويمكن القول أن هذه المرحلة تهدف إلى تحديد نوع المشروع وأهدافه، جدوى أولية للمشروع، مكان المشروع وحجمه، وكذلك بعض مشاكل المشروع.

• مرحلة إعداد المشروع:

وتشمل الدراسة التفصيلية للمشروع من مختلف الجوانب المالية، الفنية، الاقتصادية، البيئية والاجتماعية لجدوى المشروع، وذلك بعد أن اتضح من المراحل السابقة مبررات المشروع وأهدافه وعناصره وجدواه الأولية ومشاكله وأصبح الانفاق على الجدوى التفصيلية ممكنا، وصولا إلى معايير الحكم على نتائج أو (ما يحققه) المشروع خلال عمره الانتاجي.

• مرحلة تقييم المشروع:

وهي مرحلة التقييم القبلي للمشروع (أي قبل تنفيذ المشروع) وهي تعني ببساطة مراجعة تصميم المشروع أو مراجعة دراسة الجدوى وتشمل التقييم المالي أو التجاري، والتقييم الاقتصادي والاجتماعي للمشروع قبل تنفيذه، ومن المفضل أن يتولى فريق جديد عملية التقييم أو يدعم الفريق القائم بدراسة الجدوى بعدد من الخبراء والمستشارين لإجراء عملية التقييم، وتهتم هذه المرحلة بالتأكد من المواصفات الفنية، والتأكد من ملائمة حجم المشروع وموقعه ومميزات الموقع، التأكد من مصادر التمويل وشروطه، مراجعة تقديرات عوائد المشروع (المالية)، مراجعة الآثار غير المباشرة للمشروع والآثار البيئية له...إلخ.

• مرحلة تنفيذ المشروع:

تتضمن تحديد مراحل التنفيذ وتوقيتها، والتي تشمل بدورها على المراحل التالية:

- مرحلة تصميم المشروع والتصاميم الهندسية.
 - أعمال التفاوض والمقاول، الانشاء، التدريب، مباشرة المشروع.
- وتتضمن أيضا المرحلة الرابعة أيضا مرحلة التنفيذ أو التشغيل أو الاشراف في محاولة لتتبع أي اختلاف ما بين الوارد في دراسات الجدوى الفنية والتنفيذ الفعلي للمشروع، وحصر المشاكل

والتقنيات المستخدمة، وإجراء التعديلات الضرورية، وحتى نحصل على أفضل نتائج في هذه المراحل لا بد من وجود مراحل أخرى مكملّة وهي مرحلة الرقابة.

ولا بد من الإشارة هنا بأن الانتهاء من المرحلة الثالثة والدخول الى المرحلة الرابعة لا يعني أن المشروع سينفذ بدون مشاكل، أو أن مرحلة جدواه بأبعادها المختلفة أصبحت منتهية، بل على العكس فقد أثبتت الكثير من المشروعات فشلها في مرحلة التنفيذ رغم جدوى المشروع.

• مرحلة التقييم اللاحق:

ويكون هذا التقييم بعد تنفيذ المشروع ويختلف عن التقييم القبلي رغم أن المقاييس المستخدمة فيها واحدة، فبينما يعالج التقييم اللاحق التدفقات الخارجية والداخلية الفعلية للمشروع بعد تنفيذه، يعالج التقييم القبلي التدفقات الخارجة والداخلية المتوقعة أو المقدرة، وبالتالي قد تختلف نتائج التقييم اللاحق عن نتائج التقييم القبلي ويهدف التقييم اللاحق الى معرفة أسباب الاختلاف ومواطن الضعف والقوة من أجل الاستفادة منها في تحسين تخطيط المشروع.

والجدير بالذكر أن هناك من يضع مراحل دورة المشروع على النحو التالي:

يتم دمج كل من مرحلة التحديد والاعداد، التقييم القبلي للمشروع التي تم ذكرها سابقا في مرحلة واحدة وهي (مرحلة ما قبل الاستثمار) والتي تعرف بدراسة الجدوى وتعد المرحلة الأساسية، وتشكل الأساس للمراحل التالية، وتشمل كل الدراسات الضرورية لتقييم جدوى المشروع قبل التنفيذ.

أما المرحلة الثانية تعرف ب (مرحلة الاستثمار) ويتم فيها التنفيذ الفعلي للمشروع حيث ينتقل المشروع من مجرد اقتراح الى مرحلة إعداد المشروع للعمل وبدء تشغيله، في حين تكون المرحلة الثالثة وهي (مرحلة تشغيل المشروع) وهي تتعلق بمرحلة بدء الانتاج، والمرحلة الاخير هي (مرحلة التقييم) ويتم فيها تقييم كافة أنشطة المشروع بعد تشغيله وبيان أوجه نجاحها وقصورها والاسباب المؤدية لذلك، وهذه المرحلة تستمر طيلة عمر المشروع وتشكل أحد العوامل المحورية لنجاح أو فشل المشروع.

4. أهداف المشروع:

يعتبر تحديد الهدف المراد تحقيقه من المشروع هي النقطة المحورية التي تحدد نقطة الانطلاق في تحليل دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروع والاوزان النسبية لمعايير تقييمه، ومن هذا المنطق تختلف اهداف المشروعات العامة. ومنذ البداية نشير ان هذا لأدى الى وجود معايير لتقييم من وجهة نظر الاقتصاد الوطني التي تعظم المصلحة العامة. وعليه، يكون للمشاريع الاستثمارية سواء كانت استثمارات محلية (عامة وخاصة) او اجنبية (بمشاركة او دون مشاركة) من اهم آليات التنمية والنمو الاقتصادي للمجتمع وتتمثل هذه الأهداف في (حسين، 2009، صفحة 30، 31):

أهداف المشروعات الاستثمارية الخاصة:

حيث تشير النظرية الاقتصادية الى ان الهدف الرئيسي من انشاء المشروعات الخاصة هو تحقيق اقصى ربح ممكن و المقصود بالربح هنا هو صافي الربح و هو الناتج عن المقابلة بين الإدارات و التكاليف الخاصة بالمشروع و قد يخطط للربح و تغطية من اجل القصير ولكن معظم المشروعات في عالم اليوم تخطط للربح على مدى الطويل و اذا كان هدف تحقيق اقصى ربح هو الهدف المسيطر في هذي الأنواع من المشروعات الا ان هناك اهداف أخرى يتم السعي الى تحقيقها الى جانب ذلك مثل الاحتفاظ بسمعة حسنة وتحسين المركز النسبي في السوق وتحقيق اكبر قدر ممكن من المبيعات و كسب سوق خارجي و تعظيم الصادرات وهناك هدف البقاء والاستمرار في دنيا الاعمال بل قد تسعى المشروعات الخاصة الى تحقيق اهداف اجتماعية من منطلق المسؤولية الاجتماعية اتجاه الاقتصاد الوطني الذي يعمل فيه وتكسب رضاء الزبائن و القائمين على صناعة القرار.

• أهداف المشروعات الاستثمارية العامة:

يكون الهدف المسطر في المشروعات العامة هو تحقيق الأهداف العامة للاقتصاد الوطني والمصلحة العامة للمجتمع وتعظيم المنفعة العامة، الا ان هذا الهدف الوحيد للمشروعات العامة وبالتالي هناك اهداف أخرى يمكن رصدها لتلك المشروعات ويأتي في مقدمتها تحقيق الربح اذ تطلب نشاط المشروع ان يحقق الربح يضمن الاستمرار والبقاء هي دنيا الاعمال في ظل التحويل نحو التوضيحية بالإضافة الى مجموعة الأهداف الاقتصادية والمالية والاستراتيجية والاجتماعية الأخرى.

من هذا يمكن القول ان الاوزان النسبية للمعايير الربحية الاقتصادية او التجارية تغلب على جدوى وتقييم المشروعات الخاصة، والاوزان النسبية لمعايير الربحية الاجتماعية تغلب عادة على جدوى المشروعات العامة كما سنرى فيما بعد مع الاتفاق على ضرورة تحقيق الكفاءة الاقتصادية في تشغيل كلا النوعين من المشروعات.

ثانيا: المتطلبات الأساسية للمشاريع السياحية وعوامل نجاحها

1. تصنيفات المشروعات:

يمكن تصنيف المشاريع الاستثمارية من وجهات نظر متعددة حيث يعتبر التصنيف السليم للمشاريع ضروري من أجل ضمان التقييم والتحليل السليم لها، ولعل من أبرز التصنيفات ما يلي: (غنية، 2011، صفحة 21:23)

- **التصنيف وفق أثر المشروع على طاقة المنشأة:** حيث ينقسم إلى المجموعات التالية:
 - مشاريع استثمارية جديدة: في حالة الرغبة في ممارسة نشاط استثماري جديد، أو رغبة التغلغل في أسواق جديدة محلية أو أجنبية في ذات النشاط أو الخدمة التي ينتجها المشروع القائم.
 - مشاريع التوسع الاستثماري: هي امتداد صناعي أو خدمي للمنشأة القائمة كإضافة مصنع ينتج نفس المنتج الذي تنتجه المصانع القائمة للمستثمر.
 - مشاريع الإحلال الرأسمالي: كما في حالة إحلال آلات في مصنع بآلات أخرى جديدة تفوقها تكنولوجيا أو اقتصاديا، أو إحلال آلات القدم بالآلات أخرى من نفس النوع ذات كفاءة تشغيلية جيدة.
 - مشاريع التطور التكنولوجي وتحسين اقتصاديات التشغيل: مثل مشاريع إحلال الطرق الآلية أو أنظمة التحكم الميكانيكية والإلكترونية محل الطرق اليدوية للإنتاج والمستخدم في منشأة ما قائمة.
- **التصنيف من الناحية التبادلية:** حيث تنقسم إلى المجموعات التالية:
 - المشاريع المانعة بالتبادل: وهي تلك المشاريع التي تتنافس على قدر محدد من الموارد ويؤدي اختيار أحدها إلى رفض المشروع الآخر بالضرورة (مشاريع متنافية).
 - المشاريع المستقلة: وهي تلك التي لا يمنع إقامة أحدها إقامة الآخر إذا توفرت الموارد المطلوبة، فهي إذن مشاريع غير بديلة ولا يوجد أي ارتباط بينها.

المشاريع المتداخلة أو المتكاملة: هي تلك المشاريع التي يلزم إقامة أحدها إقامة الأخر.

- **التصنيف من ناحية قابلة القياس:** حيث تنقسم إلى المجموعات التالية:
 - مشاريع قابلة للقياس: هي تلك المشاريع التي تنتج منتجات، أو تولد منافع، قابلة للقياس النقدي، قد تكون سلع أو خدمات، وغالبا لها أسواق تحدد فيها أسعارها مثل المشاريع الصناعية، الزراعية والسياحية.
 - مشاريع غير قابلة للقياس: هي تلك المشاريع التي يصعب تقييم منتجاتها بسهولة ودقة في صورة نقدية ومن أمثلة ذلك المشاريع المتعلقة بالتعليم والصحة والبيئة وغيرها.
- **التصنيف من ناحية البعد الاجتماعي:** حيث تنقسم إلى المجموعات التالية:
 - مشاريع الإنتاج المباشر: هي تلك المشاريع التي تتولى إنتاج سلع وخدمات يمكن بيعها مباشرة للجمهور على أساس فردي، ولا يكون البعد الاجتماعي فيها ظاهرا مثل إنتاج الملابس، السيارات.
 - مشاريع البنية الأساسية: مثل الطرق، الجسور، المطارات والكهرباء... وغيرها فهي تقدم خدمات لها بعد اجتماعي يجعل الحكومة مسؤولة عن توفيرها للجمهور بأسعار معقولة.
- **التصنيف حسب الجهة القائمة بالمشروع:** حيث تنقسم إلى المجموعات التالية:
 - المشاريع الخاصة: تمتلكها وتديرها جهة خاصة، تقوم على فكرة الملكية الخاصة، وتهدف إلى تحقيق المنفعة الخاصة، والمتمثلة في تحقيق أقصى ربح ممكن. وتنقسم المشاريع الخاصة بدورها إلى مشاريع رأسمالية وأخرى حرفية.
 - المشاريع العامة: يقصد بها ذلك النوع من المشاريع التي تمتلكها وتديرها سلطة عامة، تهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق المصلحة العامة، فهي لا تسعى لتحقيق أكبر ربح ممكن، بل عادة ما تكتفي بتغطية نفقات الإنتاج، بل وقد تبيع منتجاتها بأقل من سعر التكلفة، ونجد عدة أنواع من المشاريع العامة من حيث إيراداتها المالية.
 - المشاريع المختلطة: يشترك في ملكيتها القطاع العام والقطاع الخاص. وتجدر الإشارة أنه في كثير من الأحيان يصعب تحديد نوع المشروع، وذلك لاحتوائه خصائص أكثر من معيار، فنجد التقاء معيارين أو أكثر في مشروع واحد، كمشروع خاص تنافسي توسعي.
 - وعموما هناك معايير أخرى تعتمد للتصنيف، فما تم ذكره على سبيل المثال لا على سبيل الحصر وتسعى هذه المشاريع باختلاف أنواعها إلى تحقيق أهداف مسطرة تخضع لدراسة مستفيضة.

2. بعض المتطلبات الأساسية للمشروعات السياحية:

تتطلب المشروعات السياحية الناجحة العديد من المتطلبات الأساسية، ومن بين هذه المتطلبات (خطوات انشاء مشروع سياحي ناجح، بلا تاريخ):

- دراسة جدوى المشروع: تحديد مدى جدوى المشروع السياحي وتحليل العوائد والتكاليف وتقييم الاحتياجات المادية والبشرية والتسويقية.
- الموقع: يجب أن يتوفر الموقع الجغرافي المناسب والملائم لإقامة المشروع السياحي، مع مراعاة الأماكن الجذابة للسياح والمرافق الأساسية مثل المطارات والطرق السريعة والمواصلات العامة.
- التراخيص: يجب الحصول على التراخيص اللازمة من الجهات الحكومية والمعنية لإنشاء وتشغيل المشروع السياحي.
- الخبرة والمهارات: يجب توفير الخبرة والمهارات اللازمة لإدارة وتشغيل المشروع السياحي، وذلك من خلال توظيف الكوادر البشرية المؤهلة وتقديم التدريب والتطوير المستمر للموظفين.
- التسويق: يجب وجود خطة تسويقية فعالة للمشروع السياحي لجذب السياح وتسويق المنتجات السياحية.

3. مراحل تقييم المشروع السياحي:

يمر تقييم المشروع الاستثماري السياحي بمراحل إلا أنه على صاحب المشروع السياحي التقيد بخصوصية المشروع وما يمليه القطاع الذي هو بحاجة ماسة لهذا الأخير وقيمته المضافة وتتطوي في مجملها هاته المراحل على كل من (فايزة، 2017، صفحة 17:19) :

- **دراسة المحيط الخارجي للمشروع:** حيث يتم فيه دراسة مختلف الجوانب التي تكون خارج

محيط المشروع والمتمثلة في كل من:

- دراسة السوق: خلال القيام بالدراسة التسويقية للمشروع السياحي يركز المستثمر على

العناصر التالية:

مصدر الزبائن: سواء من داخل الوطن أو خارجه.

تقسيم السوق: الوطنية والدولية.

تحديد الفئات المستهدفة.

تحديد المواسم التي يبلغ فيها النشاط السياحي ذروته.

○ الدراسة الاقتصادية والاجتماعية: خلال القيام بهذه الدراسة يتم التطرق الى المحاور التالية:

- تعريف القيمة المضافة للمشروع في المنطقة (من خلال خلق مناصب شغل...إلخ).
- الديناميكية التجارية أو تنشيط حركة السياحة في المنطقة.
- فك العزلة عن المناطق من خلال تعبيد الطرقات التي توصل للمشروع.
- إبراز مقومات المنطقة من عادات وتقاليد والاشهار بها من خلال إنجاز دلائل إعلامية إشهارية.
- جذب السائح الأجنبي وبالتالي الحصول على العملة الصعبة.
- المساهمة في الدخل القومي.

○ الدراسة القانونية: لقد اهتم المشرع الجزائري بقطاع السياحة بشكل ملحوظ وذلك من خلال ما جاءت به القوانين والتشريعات من تحفيظات اقتصادية ومالية وجمركية لصالح ترقية هذا القطاع.

● **دراسة المحيط الداخلي للمشروع:** وهذا من خلال التطرق الى كل من:

○ تعيين ووصف المشروع: خلال القيام بهذه الدراسة على المستثمر الوقوف على خصوصية المشروع وذلك من خلال التطرق الى:

- تعيين أو تحديد المشروع.
- وصف المشروع.
- محفزات المشروع.
- أهداف المشروع.

○ الدراسة المالية: خلال القيام بهذه الدراسة لابد على صاحب المشروع تحديد الموارد المالية وتوضيح كل ما يتعلق بتمويله كالتالي:

- تأمين وتكلفة المشروع.
- بنية المشروع وطريقة تمويله.
- طرق تسديد القرض البنكي إن وجد.
- مخطط إنجاز المشروع.

1. بعض الارشادات لتعزيز نجاح المشروع السياحي ومعالجة مشاكله بفاعلية:

توجد عدة ارشادات يمكن اتباعها لتعزيز نجاح المشروع السياحي ومعالجة مشاكله بفاعلية، ومن المصادر التي تشرحها بشكل مفصل (السياحية، 2023):

- تحديث المنتجات السياحية: يجب تحديث المنتجات السياحية بشكل دوري لجذب الزوار وتلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم المتغيرة.
- تحسين الخدمات السياحية: يجب تحسين جودة الخدمات السياحية وتقديم خدمات متميزة للزوار، وذلك من خلال التدريب وتحسين الكفاءة والكفاءة العاملة المتخصصة في مجال السياحة.
- التسويق الفعال: يجب وجود خطة تسويقية فعالة لجذب السياح وتسويق المنتجات السياحية.
- تطوير البنية التحتية: يجب تطوير البنية التحتية السياحية وتوفير المرافق والخدمات الأساسية مثل الطرق والمواصلات والمرافق الصحية والفندقية والترفيهية.
- التعاون المحلي: يجب تعزيز التعاون المحلي بين المؤسسات والجهات المختلفة والمجتمع المحلي لتعزيز نجاح المشروع السياحي.

تعد دراسة الجدوى الاقتصادية من أبرز المعايير التي يتوجب على أصحاب المشاريع الاستناد عليها عند الشروع في تطبيق أي فكرة استثمارية، فمدى نجاح المشروع الاستثماري أو فشله مرتبط بمجموعة من المتغيرات الأساسية والتي يتم حصرها والتطرق إليها في دراسات الجدوى الاقتصادية سواء كمرحلة مبدئية والتي يكون المشروع كله في شكل صورة حقيقية ذو رؤية استراتيجية من مختلف الزوايا (مالية، فنية... إلخ) قبل انطلاقه أو كمرحلة تفصيلية في حال إمكانية تطبيق المشروع على أرض الواقع. وهذا ما يعبر عن العلاقة بين دراسة الجدوى الاقتصادية ودورها في نجاح المشاريع السياحية.

خلاصة الفصل:

على ضوء ما تقدم في هذا الفصل تم الوقوف على مفاهيم حول المشروعات السياحية باعتبارها مجموعة من الأعمال المترابطة يتم تنفيذها بطريقة منظمة وذلك لتحقيق بعض النتائج المحددة لتلبية الحاجات الإستراتيجية للمؤسسة في الوقت الحالي، وكذا الخصائص التي يتميز بها هذا المشروع ولكل مشروع دورة حياة، إضافة الى تصنيفاته وبعض المتطلبات الأساسية للمشروع السياحي مع ذكر مراحل تقييم هذا المشروع، وفي الأخير تناولنا بعض الارشادات لتعزيز نجاح المشروع السياحي ومعالجة مشاكله بفاعلية.

الفصل الثالث:

دراسة جدوى مشروع
المطعم العائم

تمهيد:

مشروع مطعم عائم على ضفاف الماء يهدف هذا الجزء من المشروع إلى إنشاء مطعم مائي فريد يعمل على سطح الماء، لتوفير تجربة تناول طعام فريدة ومميزة للعملاء. سيتم تصميم المطعم على هيئة هيكل عائم كبير يقع على الشاطئ أو بالقرب من المرسى، مع إطلالات ساحرة على الماء ومناظر طبيعية خلابة. سيتم تصميم المطعم بأسلوب حديث ومريح يتناسب مع الأجواء البحرية، وسيتم العمل على الجانب الجمالي للمطعم بالاستعانة بمهندس ديكور. يتم تقديم قائمة متنوعة ومميزة تشمل المأكولات البحرية المحلية والعالمية، والمأكولات التقليدية والحديثة، بالإضافة إلى الخضروات الطازجة والأطبقة النباتية. سيتم إعداد الطعام باستخدام مكونات طازجة وعضوية ومحلية المصدر لتقديم نكهات فريدة وطعم مميز. سيقدم المطعم مجموعة متنوعة من الأنشطة الترفيهية التي يمكن للعملاء الاستمتاع بها أثناء تناول الطعام. على سبيل المثال، يمكن للعملاء القيام برحلات بحرية قصيرة للاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة أو ممارسة الغوص أو ركوب الأمواج بالقرب من المطعم. يمكن للمطعم أيضاً تنظيم مختلف الأحداث مثل حفلات الزفاف والمناسبات الخاصة والأنشطة الترفيهية وورش العمل والفعاليات الاجتماعية الأخرى.

أولاً: خطة العمل ودراسة الجدوى:

1. تعريف مشروع المطعم العائم:

مشروع المطعم العائم هو مشروع يهدف إلى إنشاء مطعم عائم يتم تشغيله على متن قارب أو عبارة ويقدم خدمات الطعام والشراب للزبائن على مدار اليوم. يمكن للمطعم العائم أن يكون موجوداً في الأنهار أو البحيرات أو الموانئ أو حتى على الشواطئ، ويمكن أن يستخدم كخيار لتناول الطعام في الهواء الطلق أو لتناول وجبة خفيفة أثناء التنقل. يعد هذا المشروع فرصة جيدة للأفراد الذين يرغبون في العمل في مجال الضيافة ولذوي الخبرة في تشغيل المطاعم والفنادق. كما أنه يمثل فرصة تجارية مثيرة للاهتمام في القطاع السياحي، حيث يمكن استغلال الموقع الجغرافي للمطعم العائم لجذب السياح وتقديم تجربة تناول طعام فريدة ومميزة.

2. مشاكل وتحديات مشروع المطعم العائم وبعض الحلول لمواجهتها:

يمكن لمشروع المطعم العائم مواجهة العديد من التحديات والمشاكل، ومن بينها:

- **التحديات اللوجستية:** يمكن أن يواجه المشروع تحديات في توفير الإمدادات والمواد الغذائية والمشروبات، وكذلك في تخزينها ونقلها. يجب التخطيط لذلك وتحديد مصادر المواد الغذائية والمشروبات والتعاقد مع موردين موثوقين.
- **الصيانة والإصلاحات:** يمكن أن تتعرض العبارة أو القارب المستخدم لتشغيل المطعم العائم للأعطال والأضرار، وبالتالي يجب توفير خدمات الصيانة والإصلاح بشكل دوري للحفاظ على العبارة أو القارب في حالة جيدة.
- **التراخيص والتشريعات:** يجب الحصول على التراخيص اللازمة من الجهات المختصة لتشغيل المطعم العائم، ويجب الالتزام بالتشريعات والقوانين المتعلقة بصحة الغذاء والسلامة العامة والبيئة.
- **المنافسة:** قد يواجه المطعم العائم منافسة من مطاعم عائمة أخرى، أو من المطاعم البرية التي تقدم خدمات مماثلة. لذلك، يجب تحديد نقاط القوة والضعف التي يتميز بها المشروع وتقديم تجربة تناول طعام فريدة ومميزة للزبائن.
- **الطقس والظروف الجوية:** يمكن أن تؤثر الظروف الجوية السيئة مثل الرياح القوية والأمواج العالية على تشغيل المطعم العائم، وقد يؤدي ذلك إلى إغلاقه لفترات من الوقت. لذا، يجب

تحديد الأوقات المناسبة لتشغيل المطعم العائم بناءً على الظروف الجوية، وتوفير وسائل الأمان اللازمة للزبائن والعاملين في حالة حدوث ظروف طارئة.

- **صعوبة توفير تجربة فريدة في تناول الطعام على الماء:** قد يواجه المشروع صعوبة في توفير تجربة فريدة لتناول 3- الطعام على الماء للعملاء، نظرًا للعوامل الطبيعية مثل الطقس وحركة الماء. لحل هذه المشكلة، يمكن استكشاف تقنيات مبتكرة لتحديد الموقع المثالي للمطعم المائي العائم وتقنيات للتحكم في حركة الماء حول المطعم، بالإضافة إلى تقديم أنشطة مختلفة قائمة على الماء للعملاء.
- **صعوبة المنافسة في سوق الأطعمة والمشروبات المحلية:** قد يواجه المشروع صعوبة في المنافسة في سوق المأكولات البحرية والمشروبات المحلية، حيث يوجد العديد من المطاعم التقليدية للأطعمة البحري

ملاحظة: مستقبلاً عند تطويرنا للمشروع سوف نقوم بإنشاء منصة رقمية خاصة بالمشروع

ويمكن مواجهة مشاكل أخرى والتي تتمثل في:

- **نقص الوعي الرقمي بين المستخدمين والشركاء:** قد يواجه المشروع صعوبة في إقناع المستخدمين والشركاء بأهمية استخدام منصتنا الرقمية. لحل هذه المشكلة، يمكن إطلاق حملات توعية للترويج للفوائد التي يوفرها المشروع والترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات .
- **قيود تقنية وتكنولوجية:** قد يواجه المشروع صعوبات في تطوير وتشغيل المنصة الإلكترونية نظرًا للقيود التقنية والتكنولوجية المحتملة. للتغلب على هذه المشكلة، يمكن البحث عن شركاء تقنيين مؤهلين للمساعدة في تطوير وتشغيل المنصة الإلكترونية.

يمكن أن يواجه المشروع تحديات أخرى مثل:

- تحدي بناء وصيانة المطعم بشكل دائم وآمن في المياه المفتوحة.
- تحدي توفير مجموعة متنوعة من الأنشطة المائية والترفيهية للعملاء.
- تحدي إعداد وتقديم طعام عالي الجودة ومتنوع لتلبية جميع أذواق العملاء.

للتغلب على هذه التحديات، يمكن للمشروع اتخاذ بعض الحلول مثل:

- العمل مع فريق مؤهل من الخبراء لبناء وصيانة مطعم الماء العائم .
- التعاون مع شركات توفر خدمات الأنشطة المائية والترفيه .
- التدريب المناسب للفريق على إعداد وتقديم الطعام بطريقة مميزة وعالية الجودة، وتقديم قائمة متنوعة من الأطباق .
- صعوبة الوصول إلى الجمهور المناسب: قد يواجه المشروع صعوبة في الوصول إلى الجمهور المناسب. لحل هذه المشكلة، يمكن للمشروع إجراء بحوث السوق لتحديد الجمهور المستهدف وتطوير حملة إعلانية مستهدفة للوصول إليهم بفعالية.

3. تحليل SWOT لمشروع المطعم العائم:

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> • موقع المطعم على الشاطئ يمكن أن يكون مكاناً فريداً لجذب العملاء والسياح . • وجود فريق ذو خبرة وكفاءة في إدارة المطاعم وتحضير الأطباق. 	<ul style="list-style-type: none"> • قد يواجه المشروع تحديات في بناء وصيانة وتشغيل المطعم العائم بشكل دائم وبأمان. • هناك فرص محدودة لإيجاد وتدريب قوة عمل مؤهلة ومدربة للعمل في بيئة بحرية.
الفرص	التحديات
<ul style="list-style-type: none"> • يمكن للمطعم العائم أن يقدم تجربة تناول طعام فريدة تختلف عن المطاعم التقليدية على اليابسة . • يوفر مجموعة متنوعة من الأطباق والوجبات التي تلبي رغبات واحتياجات العملاء. • يستهدف السياح والسكان المحليين على الشواطئ لزيادة عدد الزبائن. 	<ul style="list-style-type: none"> • التنافس مع مطاعم أخرى في المنطقة . • الأحوال الجوية والبيئية في المنطقة التي قد تؤثر على عملية التشغيل . • المتطلبات القانونية والتنظيمية للمطاعم العائمة.

4. دراسة سوق مشروع المطعم العائم:

هذا ما يمكن أن تقدمه وكالات السفر لتطوير مشروعنا

يمكن لوكالات السفر والسياحة المساهمة بشكل كبير في تطوير مطعم عائم يقدم أنشطة بحرية بعدة طرق:

- التسويق والترويج: يمكن لوكالات السفر والسياحة أن تروج للمطعم العائم كوجهة فريدة ومميزة للسياح والزوار. يمكنها استخدام قنوات التسويق الخاصة بها لتعريف الناس بالمطعم ومزاياه، مثل المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي وبرامج السياحة.
- الحجوزات والترتيبات: يمكن لوكالات السفر والسياحة تسهيل عملية الحجز للعملاء لتجربة تناول الطعام في المطعم العائم، بما في ذلك حجز المقاعد والأنشطة البحرية المرتبطة بها. يمكنها توفير حزم سياحية متكاملة تشمل تجربة المطعم العائم بالإضافة إلى الأنشطة السياحية الأخرى في المنطقة المحيطة.
- التعاون والشراكات: يمكن لوكالات السفر والسياحة أن تتعاون مع المطعم العائم من خلال تقديم عروض ترويجية مشتركة أو حجوزات مجمعة. يمكنها أيضاً التعاون مع مقدمي الأنشطة البحرية الأخرى، مثل رحلات الغوص أو ركوب الأمواج، لتوفير تجربة شاملة للعملاء.
- تنظيم الفعاليات الخاصة: يمكن لوكالات السفر والسياحة تنظيم فعاليات خاصة في المطعم العائم، مثل عروض الطبخ المباشرة أو الاستقبالات الخاصة. يتيح ذلك لها استهداف جمهور معين أو مجموعات وجذب اهتمامهم من خلال تقديم تجارب تتوافق مع توقعاتهم واحتياجاتهم.
- تنظيم جولات سياحية: يمكن لوكالات السفر والسياحة تنظيم جولات سياحية تشمل زيارة المطعم العائم كجزء من الجولة. يمكنها توفير حزم سياحية مخصصة تشمل تناول الطعام في المطعم العائم واستكشاف الأنشطة البحرية المجاورة.
- الإرشاد والمساعدة: يمكن لوكالات السفر والسياحة أن تقدم للعملاء المعلومات اللازمة حول المطعم العائم والأنشطة البحرية المتاحة. يمكنها تقديم نصائح وإرشادات حول أفضل الأوقات للزيارة والأنشطة التي يمكن تجربتها في المنطقة .

باختصار، يمكن لوكالات السفر والسياحة أن تساهم في تطوير مطعم عائم يقدم أنشطة بحرية من خلال الترويج والتسويق، تسهيل عملية الحجز والترتيبات، التعاون مع شركات الأنشطة البحرية الأخرى، تنظيم الفعاليات الخاصة، تنظيم جولات سياحية، وتقديم الإرشاد والمساعدة للعملاء المحتملين.

• حجم السوق:

السوق المستهدف لمشروع المطعم العائم يشمل العملاء الذين يهتمون بتجربة تناول طعام فريدة والأنشطة البحرية. ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية، بلغ عدد الوافدين السياح الدوليين 1.4 مليار في عام 2018 ومن المتوقع أن يصل إلى 1.8 مليار في عام 2030. بالإضافة إلى ذلك، تبلغ قيمة السوق العالمية للمأكولات البحرية 158.4 مليار دولار في عام 2020 ومن المتوقع أن ينمو بمعدل نمو سنوي مركب قدره 5.6% من عام 2021 إلى عام 2028.

يمكننا أن نعتبر العوامل التالية:

السكان: الجزائر هي أكبر دولة في أفريقيا من حيث المساحة البرية وتمتلك سكاناً يبلغ عددهم حوالي 50 مليون نسمة .

المناطق الساحلية: تمتلك الجزائر ساحلاً يمتد لحوالي 998 كيلومتر على طول البحر الأبيض المتوسط، ويشمل العديد من المناطق الساحلية والمدن مثل الجزائر العاصمة ووهران وعنابة .

استهلاك المأكولات البحرية: تشهد الجزائر معدل استهلاك مهم للمأكولات البحرية، حيث تمثل الأسماك والمأكولات البحرية حوالي 15% من إجمالي استهلاك البروتين الحيواني في البلاد .

السياحة: تشهد الجزائر صناعة سياحية نامية، حيث بلغ عدد الزوار حوالي 3.8 مليون زائر في عام 2019. تأثرت صناعة السياحة بجائحة كوفيد-19، ولكن من المتوقع أن تتعافى في المستقبل. بناءً على العوامل المذكورة أعلاه، يمكننا تقدير حجم السوق للمطعم العائم الذي يربطه بعملائه في الجزائر بأنه قد يكون كبيراً. يعتمد الحجم الفعلي للسوق على عوامل مختلفة، مثل الموقع، ونوع الأنشطة البحرية المقدمة، وجودة الطعام والخدمات، وجهود التسويق والترويج.

بصورة عامة، بفضل الكثافة السكانية الكبيرة ومعدل استهلاك المأكولات البحرية المهم والصناعة السياحية النامية، هناك سوق محتملة وجاهزة للمشروع. يمكن لهذه العوامل أن تدل على الطلب المحتمل والاهتمام بمشروع المطعم العائم في البلاد. ومع ذلك، يجب أخذ العديد من العوامل الأخرى في الاعتبار لتحديد الفرص الفعلية والتوقعات الدقيقة لهذا المشروع، مثل المنافسة المحلية، والتشريعات واللوائح المحلية، والظروف الاقتصادية والسياسية الحالية، وغيرها من العوامل المحددة للسوق.

بالإضافة إلى ذلك، ينبغي أيضاً أن يتم الاستمرار في تجديد دراسة الجدوى المالية والاقتصادية للمشروع من حين لآخر لتكون على اطلاع دائم بالتغيرات من مختلف النواحي، وتحديد التكاليف التشغيلية

والاستثمارية المرتبطة به، وتقدير الإيرادات المحتملة والربحية بشكل عام، يبدو أن هناك إمكانية لوجود سوق واعدة.

• الجمهور المستهدف:

مشروع المطعم العائم، الذي يشمل الأنشطة المائية، قد يستهدف عدة فئات من الأشخاص. فيما يلي بعض الفئات المستهدفة المحتملة:

المسافرون والسياح: يمكن أن يكون المطعم العائم وجهة جذابة للسياح والمسافرين الذين يرغبون في تجربة شيء جديد وفريد خلال زيارتهم للمنطقة الساحلية أو المياه الداخلية.

عشاق المغامرة: يمكن أن يكون المطعم العائم مثيلاً للاهتمام بالنسبة للأشخاص الذين يبحثون عن تجارب جديدة ومغامرات فريدة، حيث يمكنهم الاستمتاع بالطعام والمشروبات في بيئة فريدة وغير تقليدية .

عشاق الألعاب البحرية والمائية: يمكن أن يكون المطعم العائم جذاباً لأولئك الذين يحبون البحر والأنشطة المائية. يمكن للزوار الاستمتاع بإطلالات مذهلة على الماء والاسترخاء على متن المطعم أثناء تناول وجبة شهية.

العائلات: يمكن أن يكون المطعم العائم وجهة ممتعة ومناسبة للعائلات، حيث يمكن للأطفال الاستمتاع بالأنشطة المائية المتاحة، ويمكن للعائلة بأكملها أن تعيش تجربة تناول الطعام والترفيه في مكان فريد.

العملاء الذين يبحثون عن تجربة تناول طعام فاخرة: يمكن أن يستهدف المطعم العائم الأشخاص الذين يبحثون عن تجربة تناول طعام فاخرة ومميزة الفعاليات والمناسبات: يمكن استخدام المطعم العائم لتنظيم مختلف الفعاليات والمناسبات مثل الأعراس والخطوبات والاحتفالات الأخرى .

الشركات: يمكن للمطعم العائم تلبية احتياجات العملاء الشركات للاجتماعات العملية والمؤتمرات وفعاليات تعزيز الفريق، وتوفير إطار فريد ولا يُنسى لتجمعاتهم.

التجمعات الاجتماعية: المجموعات من الأصدقاء والعائلات أو الزملاء الذين يرغبون في التجمع في إطار فريد وجميل للتواصل والاستمتاع بوجبة معاً.

المتسوقين: الذين يبحثون عن شراء منتجات العناية بالبشرة والعناية بالشعر على الشاطئ، بالإضافة إلى الملابس البحرية والمعدات البحرية وألعاب الماء ومعدات التخيم.

نعمل بجد لتحديد الجمهور المستهدف بناءً على الاستراتيجية العامة ورؤية المطعم العائم. يمكننا استهداف العملاء المحليين أو السياح القادمين، أو كلاهما. كما يمكننا توجيه جهودنا نحو فئات محددة مثل العائلات، وعشاق المأكولات البحرية، أو عشاق المغامرات المائية. قد تؤثر موقع المطعم العائم أيضاً على استهداف الجمهور، سواء كان في مياه عميقة أو مياه ضحلة، أو في منطقة سياحية محددة. من خلال تحديد الجمهور المستهدف، يمكننا تقديم خدمات وتجارب تلبي احتياجات هذه الفئة المحددة. على سبيل المثال، إذا كنا نستهدف العائلات، يمكننا توفير مناطق لعب للأطفال وخيارات من قائمة الطعام تلبي احتياجات العائلة بأكملها. على الجانب المقابل، إذا كان المطعم العائم يستهدف السياح القادمين، يمكننا تقديم تجربة ثقافية محلية فريدة وتقديم المأكولات المحلية المصنوعة يدوياً. علاوة على ذلك، من خلال تقديم خيارات متنوعة في القائمة وأنشطة مائية، نساهم في جذب مجموعة أوسع من العملاء وتعزيز جاذبية المطعم العائم كوجهة ترفيهية شاملة. بصفتنا أصحاب المشروع، نلتزم بإجراء بحوث سوق شاملة وفهم احتياجات العملاء المحتملين والمنافسة المحلية لتحديد فئات الاستهداف الأكثر ربحية ونجاحاً لمشروعنا.

• تحليل المنافسين:

أحد المنافسين اللا هم مطاعم الفنادق التي تقدم تجربة تناول الطعام على واجهة الماء، وتوفر ألعاب وأنشطة في مسابحها أو شواطئ خاصة "مدفوعة"

عدد الفنادق الساحلية في بلادنا، الجزائر، هو 316 فندقاً. دعنا نأخذ إحصاءات العاصمة كمثال. يتوفر في قطاع الفنادق في الجزائر العاصمة 198 مؤسسة فندقية بسعة استيعاب تتجاوز 22,000 سرير. وهو يوظف 10,000 عامل ويضم 87 شاطئاً، منها 11 ممنوعة عن السباحة و62 مفتوحة لرواد الشواطئ. بالإضافة إلى ذلك، يوجد 30 مؤسسة فندقية "على الواجهة البحرية" (فنادق بالقرب من الشواطئ) بسعة 9,000 سرير، مما يتيح لرواد الشواطئ الوصول إلى الخدمات في الموقع.

تم ركن مطعم متنقل بشكل سفينة بالقرب من ميناء أرفون عند مخرج المنطقة. وفقاً لمصادر محلية من "الجزائر 1"، قضى صاحب السفينة خمسة أشهر في بنائها باستخدام الخشب. لقد جذب بناء هذا المطعم الفخم انتباه العديد من المواطنين الذين أبهروا بطريقة بنائه، وتأملوا في توسيع هذا الاستثمار على مستوى البلاد.

في الآونة الأخيرة، انتشرت ظاهرة "المطاعم العائمة" في ولاية جيجل، وتحديدًا في منطقة وادي دار الواد في زيامة منصورية. أصبحت هذه المنطقة وجهة للعديد من السياح والمواطنين القادمين من مختلف أنحاء البلاد، خاصة نظرًا لأنها تقدم نوعًا مختلفًا من تجربة تناول الطعام مع إطلالات خلابة على ضفاف الماء.

المنافس الرئيسي والمعروف في هذا المجال هو مطعم دولفين العائم. تم دخول أول سفينة مطعم دولفين في الخدمة في نهاية عام 2017 في ميناء عين بنيان الجميل، غرب العاصمة. يمكن للسفينة استيعاب 300 مقعد وتقديم جولات ساحلية في نطاق لا يتجاوز 5 أميال.

أسعار ركوب السفينة تتفاوت بين 500 دج إلى 2000 دج، حسبما إذا كان الراكب طفلًا أم بالغًا. أما بالنسبة للمشاركة في فعاليات الترفيه، فتتراوح الأسعار من 500 دج إلى 1000 دج. أما استئجار سفينة المطعم لحفلات الخطوبة أو الزفاف، فتبدأ من 600,000 دج.

مصادر دخل المشروع تعتمد بشكل أساسي على بيع الطعام وتأجير السفينة للحفلات أو جولات بحرية أو العروض الفنية.

5. كيف تدخل السوق:

للدخول إلى السوق مع مشروعنا المطعم المائي العائم، سيكون علينا التخطيط وتنفيذ استراتيجية دخول السوق بعناية. هدفنا هو خلق تجربة تناول طعام فريدة ومميزة عن طريق تشغيل هيكل عائم كبير على سطح الماء. سيتم تصميم مطعمنا بأسلوب حديث ومريح، متناسب مع الأجواء البحرية مع وجود أزهار جميلة ونباتات خضراء وإضاءة ناعمة لخلق أجواء تذكارية.

- سنقدم قائمة متنوعة ومميزة، تشمل الأطعمة البحرية المحلية والعالمية، والمأكولات التقليدية والحديثة، بالإضافة إلى الخضروات الطازجة والأطعمة النباتية. سيكون تركيزنا على استخدام مكونات طازجة وعضوية ومحلية المصدر لتقديم نكهات فريدة وطعم مميز.
- بالإضافة إلى ذلك نعرض مجموعة متنوعة من الأنشطة الترفيهية لعملائنا للاستمتاع بها أثناء تناول الطعام. على سبيل المثال، سننظم رحلات قصيرة بالقارب ليتمتع العملاء بالمناظر الطبيعية الخلابة أو يشاركوا في أنشطة مائية مثل الغوص أو ركوب الأمواج بالقرب من مطعمنا.
- علاوة على ذلك، سيكون مطعمنا مكانًا مثاليًا لاستضافة مختلف الأحداث، بما في ذلك حفلات الزفاف والمناسبات الخاصة والأنشطة الترفيهية وورش العمل والفعاليات الاجتماعية الأخرى.

- من خلال تموضعنا كمطعم عائم على واجهة الماء، نعتقد أننا يمكننا لفت انتباه العملاء الذين يبحثون عن تجربة تناول طعام فريدة مع مناظر طبيعية خلابة وجو هادئ. من خلال العلامة التجارية الفعالة والتسويق وخدمة العملاء، سنرسخ وجودنا في السوق ونجذب قاعدة عملاء مخلصين.
- التزامنا بالاستدامة ودعم الأعمال المحلية سيتم تسليط الضوء عليه في شراكاتنا مع الموردين المحليين وصيادي الأسماك والمزارعين المحليين .
- سنسعى جاهدين لإحداث تأثير إيجابي على المجتمع وبناء علاقات قوية مع عملائنا وباقي المتعاملين.
- مع دخولنا إلى السوق، سنراقب باستمرار ملاحظات العملاء واتجاهات السوق والمعلومات الصناعية لضبط وتحسين عروضنا.
- من خلال الابتكار المستمر والحفاظ على معايير عالية من الجودة والخدمة، نحن واثقون من قدرتنا على النجاح في السوق بمشروعنا لمطعمنا العائم على الواجهة البحرية.
- استهداف فريد: يمكن أن يركز مشروعنا على فئة مستهدفة محددة ويُعدّل خدماته لتلبية احتياجاتهم الخاصة
- الفكر القيادي: من خلال إرساء المشروع كقائد فكري في المجال من خلال النشرات والمشاركات العامة والفعاليات المتعلقة بالأنشطة البحرية والمطاعم، يمكنه أن يحقق ميزة تنافسية.
- تطوير استراتيجية تسعير تكون تنافسية ومتوافقة مع القيمة المقدمة من خدمات المشروع يمكن أن يجذب العملاء ويزيد من حصته في السوق.
- نحن نعمل باستمرار على تحسين مطعمنا استناداً إلى ملاحظات العملاء لضمان تلبية احتياجات جمهورنا المستهدف المتطورة وتحسين تجربة المستخدم.

6. استراتيجية التسويق للمشروع:

سأشرح الآن خطة التسويق لمطعمنا العائم في المجال. نهدف إلى تحسين تجربة المستخدم، وتوسيع قاعدة العملاء الحالية، وجذب عملاء جدد باستخدام مجموعة متنوعة من استراتيجيات التسويق المتقدمة. سأشرح كل استراتيجية بالتفصيل وأوضح كيف يمكن أن تساهم في تحسين نتائجنا التسويقية العامة.

- **تحديد الجمهور المستهدف:** تحديد الجمهور المستهدف الرئيسي للمطعم العائم. ويمكن أن يشمل ذلك عشاق الطعام، والسياح، والسكان المحليين الذين يبحثون عن تجارب تناول طعام فريدة، والباحثين عن المغامرات، والأفراد المهتمين بالأنشطة البحرية.
- **القيمة المقترحة:** التواصل بوضوح عن المزايا الفريدة والفوائد التي يوفرها المطعم العائم. أبرز تجربة تناول الطعام المميزة، وقائمة الأطعمة البحرية المتنوعة، ومجموعة الأنشطة البحرية، وسهولة التواصل مع مقدمي الخدمات المتعددين في مكان واحد وبسعر أقل من المتوقع في مكان مماثل.
- **العلامة التجارية:** تطوير هوية علامة تجارية جاذبة للمنصة تعكس قيمها وعروضها وجمهورها المستهدف.
- صياغة رسائل مقنعة تؤكد على سهولة الاستخدام والتنوع وجودة تجربة تناول الطعام والأنشطة البحرية.
- **التواجد عبر الإنترنت:** إقامة تواجد قوي عبر الإنترنت للمطعم العائم من خلال موقع ويب مصمم بشكل جيد وملفات تعريف اجتماعية نشطة.
- تحسين موقع المنصة على محركات البحث لتحسين الرؤية وزيادة حركة المرور العضوية.
- **التسويق بالمحتوى:** إنشاء محتوى عالي الجودة يتعلق بالأطعمة البحرية وتجارب تناول الطعام والأنشطة البحرية والجوانب الفريدة لمشروع المطعم العائم.
- نشر مقالات ومدونات وفيديوهات ومحتوى وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور.
- ستستهدف خطتنا الاستراتيجية للمطعم العائم عشاق الطعام والسياح والسكان المحليين الذين يبحثون عن تجارب تناول طعام فريدة ومغامرات جديدة في المياه، بالإضافة إلى الأفراد المهتمين بالأنشطة البحرية.
- ستقدم المنصة تجربة تناول طعام مميزة وقائمة متنوعة من المأكولات البحرية ومجموعة واسعة من الأنشطة البحرية، وستوفر الراحة والملاءمة في التواصل مع مقدمي الخدمات المختلفين في مكان واحد.
- سيتم التعاون مع المؤثرين والمدونين وعشاق الطعام الذين يمتلكون متابعة كبيرة سيتم تنظيم زيارات لهؤلاء الشخصيات المؤثرة وعشاق الطعام لتجربة مشروع المطعم العائم ومشاركة تقييماتهم وتجاربهم على منصاتهم الخاصة. هذه الشراكات ستساهم في جذب المزيد من الجمهور المستهدف.

- التعاون مع الأعمال المحلية: قم بتكوين شراكات مع الأعمال المحلية مثل الفنادق ووكالات السفر ومعالم الجذب السياحي للترويج للمطعم العائم كوجهة يجب زيارتها. تقديم حزم خاصة وخصومات للعملاء الذين يحجزون من خلال هذه الشركاء.
 - المحتوى المنشأ من قبل المستخدمين: شجّع المستخدمين على مشاركة تجاربهم وصورهم ومقاطع الفيديو على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام وسوم محددة خاصة بها. نظم مسابقات وهبات لتحفيز إنشاء محتوى يتم إنشاؤه من قبل المستخدمين وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
 - تجربة مستخدم سلسة: في حالة ما تم انشاء منصة رقمية خاصة بالمطعم تأكد من أن المنصة توفر واجهة سهلة الاستخدام وتصفحاً سهلاً ونظام دفع آمن. ركز على توفير دعم عملاء ممتاز والتعامل بسرعة مع أي استفسارات أو مشاكل قد يواجهها العملاء .
 - الإعلان المستهدف: استخدم حملات الإعلان عبر الإنترنت المستهدفة مثل إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي وتسويق محركات البحث للوصول إلى الجمهور المستهدف للمطعم استفد من خيارات تجزئة الجمهور واستهداف السمات الديموغرافية لزيادة فعالية الإعلانات.
 - برنامج الإحالة: قم بتنفيذ برنامج إحالة حيث يتم مكافأة العملاء الحاليين عند إحالتهم عملاء جدد إلى المنصة. قدم مكافآت مثل الخصومات والتجارب الحصرية أو مكافآت تعتمد على العمولة للإحالات الناجح
 - تحليل وتحسين: راقب أداء الصفحة الخاصة بالمطعم بانتظام، وتتبع سلوك المستخدمين، وتحليل مؤشرات التسويق. استخدم الأفكار والتحليلات المستفادة لتحسين استراتيجيات التسويق، وتحسين تجربة المستخدم، وتحديد فرص النمو المحتملة.
- باختصار يتطلب النجاح في عملية التسويق لهذا المطعم العائم تعريف الجمهور المستهدف، وتوضيح ميزة البيع الفريدة التي يقدمها المطعم، وتطوير هوية علامة تجارية جذابة، وإقامة تواجد قوي عبر الإنترنت، وإنشاء محتوى عالي الجودة، والتعاون مع المؤثرين. باستخدام هذه الاستراتيجيات، يمكنك زيادة الوعي بالمطعم العائم لزيادة الأعمال التجارية الخاصة بك وتعزيز عدد المستخدمين والعملاء الجدد. يجب أن تكون هذه الجهود مستمرة ومتكاملة، مع التركيز على تقديم قيمة مضافة وتجربة مميزة للمستخدمين وتلبية احتياجاتهم بشكل فعال.

7. فريق مشروع المطعم العائم:

عند تأسيس أي شركة ناجحة تكمن فرق فعّالة قادرة على تحويل رؤية الشركة إلى واقع. لبناء فريق مثل هذا، يكون من الضروري وجود مجموعة صغيرة من الأفراد بما في ذلك المؤسسون وأعضاء الفريق الآخرين في بداية المشروع. وفيما يلي الأدوار الحاسمة المطلوبة لمشروع منصة رقمية ناجحة:

ملاحظة: من اهم الخطط المستقبلية ولضمان تسويق انطب سوف نقوم بإنشاء منصة رقمية تساهم في تطوير المشروع.

- المؤسس والرئيس التنفيذي: المسؤول عن اتخاذ القرارات الحاسمة ووضع "رؤية الشركة".
- مصمم واجهة المستخدم / تجربة المستخدم: المسؤول عن تصميم واجهة المستخدم، وتحسين تجربة المستخدم، وجعل المنصة سهلة الاستخدام وجذابة للمستخدمين.
- مطورو البرمجيات: المسؤولون عن بناء المنصة، وتحويل التصميم إلى برمجة، وتجهيز المنصة بالوظائف والميزات اللازمة.
- خبراء قواعد البيانات: المسؤولون عن تصميم وتطوير وصيانة قواعد البيانات التي تدعم المنصة.
- خبراء أمن المعلومات: المسؤولون عن وضع استراتيجيات الأمان وحماية المنصة من الهجمات السيبرانية، وضمان سلامة وأمان المنصة وبيانات المستخدمين .
- أخصائي تسويق رقمي: المسؤول عن وضع وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي لجذب المستخدمين والترويج للمنصة.
- مدير دعم العملاء: المسؤول عن توفير الدعم الفني للمستخدمين وحل المشكلات والقضايا التي يواجهونها.

● عمال المطعم العائم:

- مدير المطعم: يشرف المدير على العمليات العامة للمطعم العائم، بما في ذلك توظيف الموظفين وخدمة العملاء وإدارة المالية.
- الطهاة والطهاة المساعدين: يتحمل هؤلاء المحترفون مسؤولية إعداد وطهي الطعام في مطبخ المطعم. يقومون بإنشاء قوائم الطعام وإدارة المخزون الغذائي وضمان تحضير الأطباق وفقاً لمعايير المطعم.

- النادلون والعاملون في الخدمة: يأخذ هؤلاء الموظفون الطلبات ويقدمون الطعام والمشروبات ويقدمون خدمة للزبائن. قد يحتاجون إلى التنقل بعناية على المنصات العائمة أثناء حمل صواني الطعام والمشروبات.
- مضيفين/مضيفات: يرحبون بالضيوف ويوجهونهم إلى الطاولات ويديرون الحجوزات ويضمنون تدفق سلس للزبائن داخل وخارج المطعم.
- عمال الطاقم: يتولى هؤلاء العمال مسؤولية الحفاظ على نظافة وسلامة المطعم العائم.
- **طاقم الألعاب البحرية:**
 - مراقبو الركوب: يشرف مراقبو الركوب على تشغيل الألعاب المائية والشرايح والمعالم، يقومون بمساعدة الضيوف في الصعود والنزول بأمان من الركوب، وفرض قواعد السلامة، وتشغيل أجهزة التحكم في الركوب عند الحاجة.
 - حراس السباحة: يتولى حراس السباحة مسؤولية سلامة الضيوف المشاركين في الأنشطة المائية، يراقبون مناطق السباحة، ويقدمون المساعدة في إنقاذ الغرقى إذا لزم الأمر، ويقدمون الإسعافات الأولية في حالات الطوارئ. يجب أن يكون حراس السباحة مدربين في تقنيات إنقاذ الغرق وحاصلين على شهادة في إجراءات إنعاش القلب والرئتين (CPR) والإسعافات الأولية.
 - مدبرو الأنشطة: تقدم بعض منشآت الألعاب المائية أنشطة تدريبية مثل ركوب الألواح والقوارب الكاياك أو التنظير. يقود مدبرو الأنشطة هذه الجلسات، ويقدمون الإرشاد وتعليمات السلامة ونصائح للمشاركين لضمان تجربة ممتعة وآمنة.
 - موظفو الإيجارات: في المنشآت التي تقدم تأجير قوارب أو معدات، يدير موظفو الإيجارات عملية التأجير. يساعدون الضيوف في اختيار المعدات المناسبة، ويتعاملون مع الأوراق المتعلقة بالإيجار، ويقدمون تعليمات حول كيفية استخدام المعدات بأمان.
 - خدمات البيع والضيوف: يتعامل أفراد العاملين في مكتب بيع التذاكر أو خدمات الضيوف مع بيع التذاكر، ويجيبون على استفسارات العملاء.
 - صيانة وعمليات: يضمن أفراد العاملين في هذا القسم التشغيل السليم وصيانة الألعاب المائية والركوب والمعالم. يقومون بإجراء الفحوصات الروتينية، وإجراء الإصلاحات، وضمان اتباع جميع بروتوكولات السلامة. قد يساعدون أيضاً في إعداد وتفكيك المعدات .

- منسقو الفعاليات: في منشآت الألعاب المائية الكبيرة، ينظم منسقو الفعاليات الأحداث الخاصة مثل الرحلات الشركات، وحفلات الأعياد، أو أنشطة المجموعات. يتولون الحجوزات، وينسقون الأنشطة، ويضمنون توفير جميع الترتيبات اللازمة لنجاح الحدث.

8. بيان المخاطر المحتملة للمشروع:

الوصف	الاحتمالية النسبية	التأثير أو الأثر	الاحتمالية النسبية
الحل التكنولوجي المستخدم لا يعمل بشكل صحيح أو لا يتوافق مع المتطلبات أو الأهداف المحددة.	متوسط	عالية	إنشاء نموذج أولي للمنتج (MVP) لإثبات الحل وجمع التعليقات.
قد يكون هناك حاجة إلى إنفاق رأس المال إضافي بالإضافة إلى الموافقة عليها.	متوسط	متوسط	الحفاظ على عمليات الإنفاق الرأسمالي الصارمة خلال المشروع.
المنافسة	متوسط	متوسط	توفير محتوى وميزات إضافية .
عقلية المستخدم	عالية	عالية	نهج التعليقات والتسويق
الربح	متوسط	منخفضة	تعزيز خطة التسويق والعلاقات الخاصة بنا.
العقبات القانونية	عالية	عالية	العقبات القانونية
مخاطر الموارد البشرية	متوسط	عالية	مراقبة وتدريب العاملين، وفصل أي شخص يضر بسمعة المشروع .
تعني مخاطر الدفع	متوسط	متوسط	-استخدام بوابات دفع آمنة -التحقق من صحة البيانات -الوعي بالأساليب الشائعة للاحتيال -الامتثال للقوانين والتشريعات

9. مخطط نموذج العمل التجاري (BMC):

• الشركاء الرئيسيون (Key Partners)

- موردين للمأكولات البحرية.
- مزودين للخدمات اللوجستية والشحن.
- تصميم وتصنيع المطعم العائم.
- الحصول على تراخيص وموافقات الجهات الحكومية المعنية.
- توفير مجموعة متنوعة من المأكولات البحرية الطازجة والمشروبات -تدريب وتوظيف موظفين المطعم العائم.
- التسويق والإعلان لجذب الزبائن.

• الموارد الرئيسية (Key Resources)

- الموظفين المؤهلين وذوي الخبرة
- الموقع الجغرافي المناسب للمطعم العائم
- التكنولوجيا وبنية الأساس الرقمي اللازمة لإدارة عمليات المطعم العائم
- شبكة من الموردين المحليين للمأكولات البحرية.

• القيمة المقترحة (Value Proposition)

- تجربة تناول طعام فريدة ومميزة على متن المطعم العائم.
- قائمة مأكولات بحرية متنوعة وطازجة.
- موقع مريح ومميز في المياه العميقة.
- خدمة توصيل سهلة ومريحة للمأكولات البحرية الطازجة.

- شرائح العملاء (Customer Segments)

- أفراد يبحثون عن تجربة تناول طعام فريدة ومميزة.
- عشاق المأكولات البحرية الذين يبحثون عن تجربة تناول طعام بحري جديد.
- المسافرون والسياح المهتمين بالمأكولات البحرية والتجارب الفريدة.

- علاقات العملاء (Customer Relationships)

- الاهتمام بتوفير خدمة عملاء مميزة وتجربة تناول طعام لا تنسى.
- تقديم عروض خاصة وحملات تسويقية لجذب الزبائن.
- الاستجابة السريعة للاستفسارات والشكاوى.

- القنوات (Channels)

- الموقع الإلكتروني للمطعم العائم وتطبيقات المحمول.
- وسائل التواصل الاجتماعي وإعلانات الإنترنت.
- الإعلانات المطبوعة في الصحف والمجلات المحلية.

- بنية التكاليف (Cost Structure)

- تصميم وتصنيع المطعم العائم.
- شراء وتوفير المأكولات البحرية الطازجة.
- تكاليف التسويق والإعلان.
- تكاليف العمالة والتدريب.

• الإيرادات (Revenue Streams)

- عائدات المبيعات من بيع المأكولات البحرية والمشروبات
- عائدات التوصيل
- الرسوم المحصلة على الحجوزات والحفلات الخاصة

10. رؤيتنا لمشروع المطعم العائم:

بناءً على هذه التوقعات، يمكن اتخاذ القرارات التالية بناءً على حجم السوق للمشروع:

- الاستثمار في المزيد من الموارد والجهود في تطوير المنصة وتحسين خدماتها، حيث من المتوقع زيادة الطلب على هذه الخدمات في المستقبل .
- توسيع نطاق المشروع لتشمل المزيد من الأسواق الجديدة، سواء على المستوى المحلي أو الدولي، للاستفادة من فرص النمو القادمة .
- البحث عن شركاء استثماريين وجمع المزيد من التمويل لتطوير المشروع وتحقيق نمو مستدام في المستقبل.
- التركيز على تقديم الخدمات التي يطلبها العملاء بشكل أفضل وتحسين تجربة المستخدم على المنصة، حيث يمكن أن يساعد ذلك في جذب المزيد من العملاء وزيادة حصة السوق .
- توفير تحليلات البيانات والتحليل الإحصائي المتعلق باستخدام المنصة والطلب، من أجل تحديد الاتجاهات الجديدة وتحسين الخدمات حسب الحاجة.

11. أهدافنا لمشروع المطعم العائم:

- إرضاء العملاء: هدفنا الأساسي هو ضمان رضا العملاء من خلال توفير منصة سهلة الاستخدام تتيح عمليات الحجز والطلب وعمليات الدفع السلسة. نهدف إلى تقديم تجربة طعام ممتعة لا تُنسى، إلى جانب الوصول إلى مجموعة من الأنشطة البحرية وقائمة مأكولات بحرية متنوعة.
- تعاون أصحاب المصلحة: نسعى إلى إقامة شراكات قوية مع أصحاب المطاعم العائمة ومقدمي الأنشطة البحرية وموردي المأكولات البحرية ومقدمي خدمات التوصيل وأصحاب

المصلحة الآخرين ذوي الصلة من خلال التعاون الوثيق معهم، نهدف إلى خلق بيئة مفيدة للطرفين تعزز النمو والابتكار والنجاح المشترك.

- **تحقيق النمو:** نهدف إلى دفع نمو الأعمال لمقدمي الخدمات المشاركين من خلال زيادة ظهورهم والوصول إلى العملاء وفرص المبيعات من خلال تقديم منصة مركزية تجذب قاعدة عملاء واسعة، نهدف إلى تحفيز نمو وربحية صناعة المطاعم العائمة والقطاعات المرتبطة بها.
- **خلق فرص عمل:** من خلال منصتنا، نسعى جاهدين لخلق فرص عمل لمقدمي خدمات التوصيل وموثقي الطلبات نهدف إلى توفير خيارات عمل مرنة وموثوقة، والمساهمة في الاقتصاد المحلي ودعم الأفراد الباحثين عن فرص مدرة للدخل .
- **الاستدامة والمسؤولية:** نحن ملتزمون بتعزيز الممارسات المستدامة في صناعة المطاعم العائمة نهدف إلى التعاون مع الموردين المهتمين بالبيئة، وتشجيع ممارسات الصيد المسؤولة، وزيادة الوعي بأهمية حماية النظم البيئية البحرية.
- **التحسين المستمر:** نسعى جاهدين للتحسين المستمر من خلال جمع ملاحظات العملاء بانتظام، ومراقبة مقاييس الأداء، وتنفيذ التحسينات على منصتنا وخدماتنا. نهدف إلى التكيف مع احتياجات العملاء المتطورة واتجاهات الصناعة والتقدم التكنولوجي لتقديم أفضل تجربة ممكنة لمستخدمينا.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل توصلنا الى عرض دراسة جدوى مشروع المطعم العائم فبداية قمنا بتعريف مشروع المطعم العائم باعتباره مشروع يهدف الى انشاء مطعم يتم تشغيله على متن قارب يقدم خدمات الطعام والشراب للزبائن على مدار اليوم فهو يمثل فرصة تجارية مثيرة للاهتمام في القطاع السياحي، كما ذكرنا مشاكل وتحديات مشروع المطعم العائم وبعض الحلول لمواجهتها، بالإضافة الى دراسة سوق المشروع واستراتيجية التسويق له، وفي الأخير بيان رؤيتنا للمشروع وكذا اهدافنا لمشروع المطعم العائم.

الخاتمة

الخاتمة:

للمشاريع السياحية أهمية بالغة بالنسبة للاقتصاد الوطني وكذا بالنسبة للوحدات الاقتصادية لأنها تعتبر من الأدوات الفاعلة في توجيه عناصر الإنتاج والانتقال من الركود الى التطور والتنمية الاقتصادية.

لذا لا بد من دراسة الجدوى الاقتصادية والتي تسمح لنا بالتحديد القبلي لنجاح المشروع والقدرة على مواجهة المخاطر التي تصادف مسار المشروع وتم ذكره في الفصل الأول. وتوصلنا الى ان المشاريع السياحية تمثل مدخلا هاما في زيادة التنمية الاقتصادية وقدرتها على الدخول في المنافسة وتم التطرق اليها في الفصل الثاني. ومن بين المشاريع التي كانت محل اهتمامنا "مشروع المطعم العائم" لما له من اهمية في دراسة الجدوى الاقتصادية له وتم ذكره في الفصل الثالث.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب باللغة العربية

1. أحمد عبد السميع علام، دراسة الجدوى الاقتصادية والفنية وتقييم المشروعات، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع الإسكندرية، سنة 2008.
2. حمدي عبد العظيم، دراسات الجدوى الاقتصادية في البنوك الإسلامية، مكتبة المعهد بالقاهرة، سنة 1996.
3. زينب صالح الأشوح. (2016). دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات. مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر .
4. سليمان اللوزي. (2000). دراسة الجدوى الاقتصادية. الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان.
5. شيماء سراج. (2017). تقييم المشروعات الاستثمارية وخطوات دراسات الجدوى. مكتبة الدار العربية للكتاب.
6. كاظم جاسم العيساوي. (بلا تاريخ). دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات. دار المناهج.

ثانياً: المجلات العلمية

1. حسين علي جلال ، و علي محمد اراس، تقييم دراسات الجدوى الاقتصادية لمشروعات الفنادق السياحية في محافظة السلبيمانية، المجلة العلمية لجامعة جيهان السلبيمانية، المجلد 3، الرقم(1)، حزيران سنة 2019.
2. سعد طالب كاظم. (2017). دراسة الجدوى الاقتصادية لمشروع تخصصي لطب وجراحة العيون في العراق. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، 14(3).
3. غير معروف. (بلا تاريخ). دراسة الجدوى الاقتصادية مفهوماً وأهميتها وطريقة تطبيقها . مجلة الاقتصادي.

4. وليد بن شاعة، و احمد علماوي. (2019). دراسات الجدوى الاقتصادية كآلية لنجاح المشاريع الاستثمارية. مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية، 03(2).

ثالثا: المحاضرات

1. مفيدة نادي، صبرينة مغتات ، و العالية ختو. (بلا تاريخ). أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية في المشاريع الاستثمارية السياحية. المركز الجامعي غيليزان.

رابعا: الرسائل والاطروحات

1. بن حركو غنية واقع دراسات الجدوى وتقييم المشاريع الاستثمارية في الجزائر، مذكرة مكملة من متطلبات نيل شهادة الماجستير، سنة 2011.
2. بن مسعود نصرالدين. (2010). دراسة وتقييم المشاريع الاستثمارية. مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية.
3. تمجدين نور الدين. (2019). دور أهمية دراسات الجدوى في تقييم وتمويل مشروعات القطاع الخاص.
4. عابد علي. (2011). دور التخطيط والرقابة في ادارة المشاريع باستخدام التحليل الشبكي. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية.
5. عشويتي حسين. (2009). دراسة جدوى المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية.
6. مناد فايزة. (2017). أثر العامل البيئي في تقييم المشاريع الاستثمارية السياحية. مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية.
7. هري بلال. (2022). ماهية دراسات الجدوى الاقتصادية الاهمية والاهداف والمراحل. دراسة جدوى المشاريع السياحية. جيجل الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية.

خامسا: المواقع الالكترونية

1. خطوات انشاء مشروع سياحي ناجح. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 14 يونيو, 2023، من مجلس السياحة العربي.
2. مبادئ ادارة المشروعات السياحية. (2023). وزارة السياحة السعودية. تاريخ الاسترداد 14 يونيو، 2023.