

نزل الريفية: وجهة عائلية ريفية متميزة

دراسة جدوى اقتصادية لإنشاء نزل سياحية متكاملة في محافظة مرات
في محافظة مرات

تجربة فريدة في قلب الطبيعة

الخلاصة التنفيذية: فرصة واعدة مشروطة بتخطيط مالي دقيق



مؤشر الجدوى العام

السوق: 85



المالي: 75



الابتكار: 75



جاهزية الفريق: 80



المالي: 65



التنافسية: 70



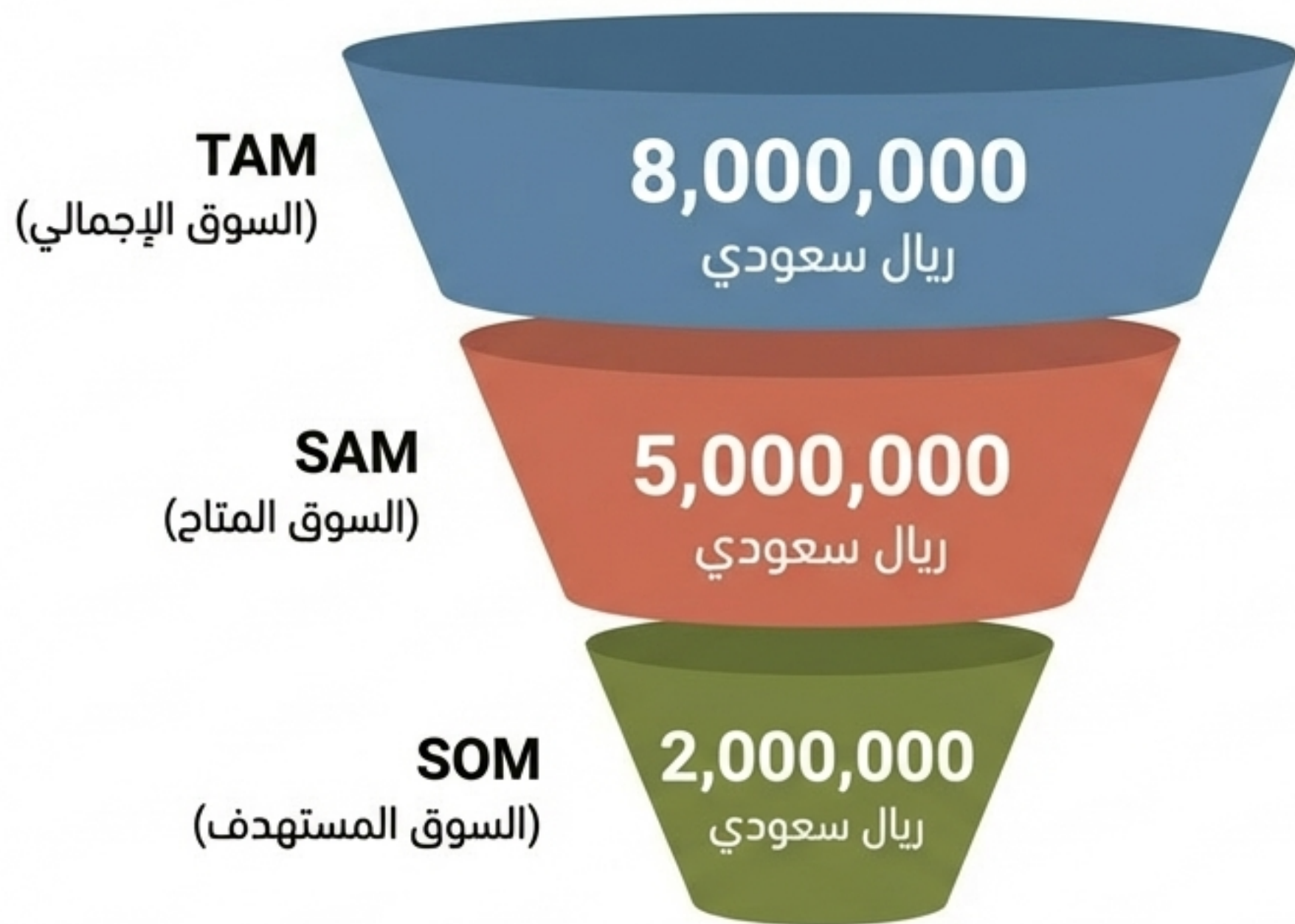
مشروط

القرار

Key Insight Box

أثبتت التحليلات أن مشروع النزل الريفية في مرات يتمتع بإمكانات نمو كبيرة (15% سنوياً) بفضل الطلب المتزايد على السياحة الداخلية. الفرصة ممتازة لتلبية احتياجات العائلات، ولكن النجاح يعتمد على إدارة التحديات المالية والتنافسية بكفاءة عالية.

الفجوة السوقية وحجم الفرصة المتاحة



المشكلة

عدم وجود نزل ريفية متكاملة في منطقة مرات تليبي احتياجات العائلات وتوفر أنشطة متنوعة للأطفال.



الحل

تقديم نزل ريفية شاملة توفر مسطحات خضراء، مطاعم، ومسارات مشاة لتقديم تجربة فريدة.



السوق ينمو بنسبة 15% سنوياً مع توجه الأسر نحو قضاء عطلات قصيرة في الطبيعة.

المنتج الأولي (MVP): تجربة متكاملة من اليوم الأول



مرافق ترفيهية

مسطحات خضراء، مسارات مشاة، ألعاب أطفال



مطاعم وكافيهات

مأكولات ومشروبات محلية



غرف مريحة

إقامة عائلية متميزة

التوسعات المستقبلية:

أنشطة تدريبية وفعاليات خاصة.

التكلفة التأسيسية المقدرة:
1,500,000 ريال سعودي

+

الجدول الزمني للإطلاق:
6 أشهر

=



الجمهور المستهدف: تلبية احتياجات العائلات والأفراد



منى (25-40 عاماً)

الملف الشخصي

امرأة عاملة تبحث عن مكان للاسترخاء مع أصدقائها.

الاحتياجات الأساسية

- ✓ خدمات مميزة
- ✓ مقاهي ومطاعم مشتركة للاحتفالات



أحمد (30-45 عاماً)

الملف الشخصي

أب لعائلة مكونة من أربعة أفراد يحب قضاء العطلات في الطبيعة.

الاحتياجات الأساسية

- ✓ مكان مريح وآمن للأطفال
- ✓ أنشطة ترفيهية متنوعة

البيئة الكلية وديناميكيات الصناعة



القانونية

وضوح تشريعات السياحة
وإجراءات التراخيص.



الاجتماعية

وعي متزايد بأهمية السياحة
الريفية والمستدامة.



الاقتصادية

اقتصاد متنوع، زيادة ملحوظة
في السياحة الداخلية.

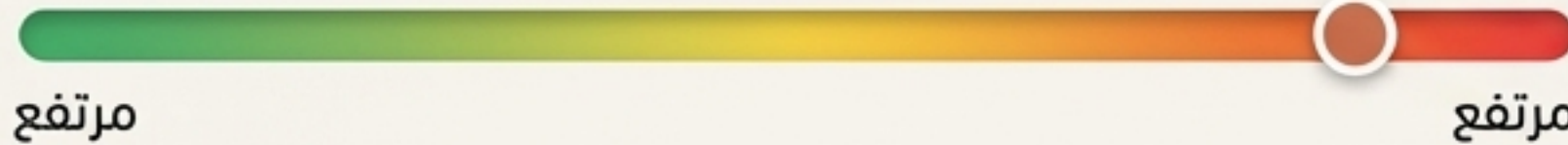


السياسية

استقرار ودعم حكومي قوي
للسياحة.

تهديد البدائل

تهديد البدائل



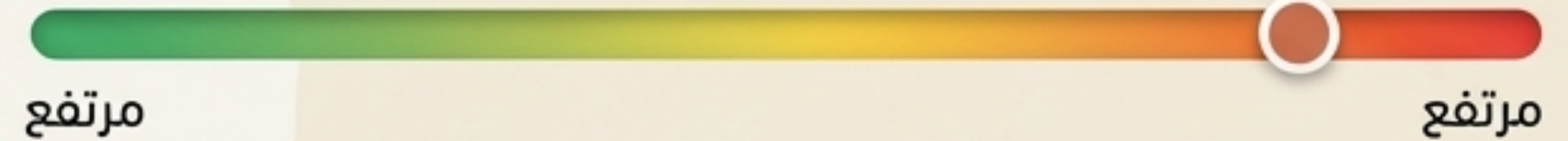
تهديد الوافدين الجدد

قوة الموردين



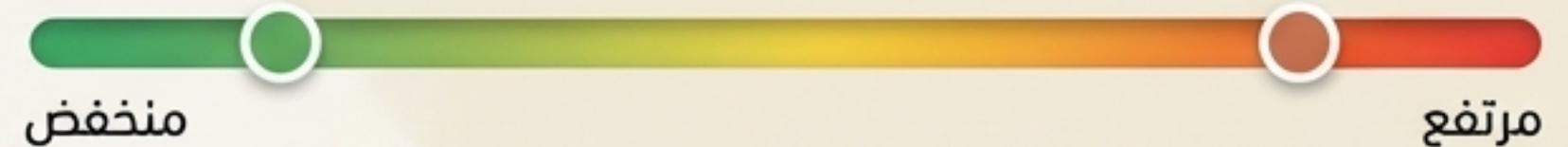
قوة المشترين

قوة المشترين



المنافسة الصناعية

قوة الموردين



بيئة تنظيمية داعمة تقابلها سوق تنافسية تتطلب ولاءً عاليًا للعملاء.

المشهد التنافسي والميزة الاستراتيجية (VRIO)

المورد الأساسي: الموقع الفريد في محافظة
مرات.

✓	V	ذو قيمة
✓	R	نادر
✓	I	يصعب تقليده
✓	O	منظم



الميزة التنافسية (USP):

تقديم تجارب محلية أصيلة وموقع حصري
يخلق حاجزاً منيعاً ضد المنافسين.



منتجع الجبل الأخضر (% حصة سوقية)

إطلالات جميلة لكن
يفتقر لخدمات أساسية.



قرية البستان (%10 حصة سوقية)

أنشطة متنوعة لكن
الموقع بعيد وجودة
متذبذبة.



منتجع الأندلس (%15 حصة سوقية)

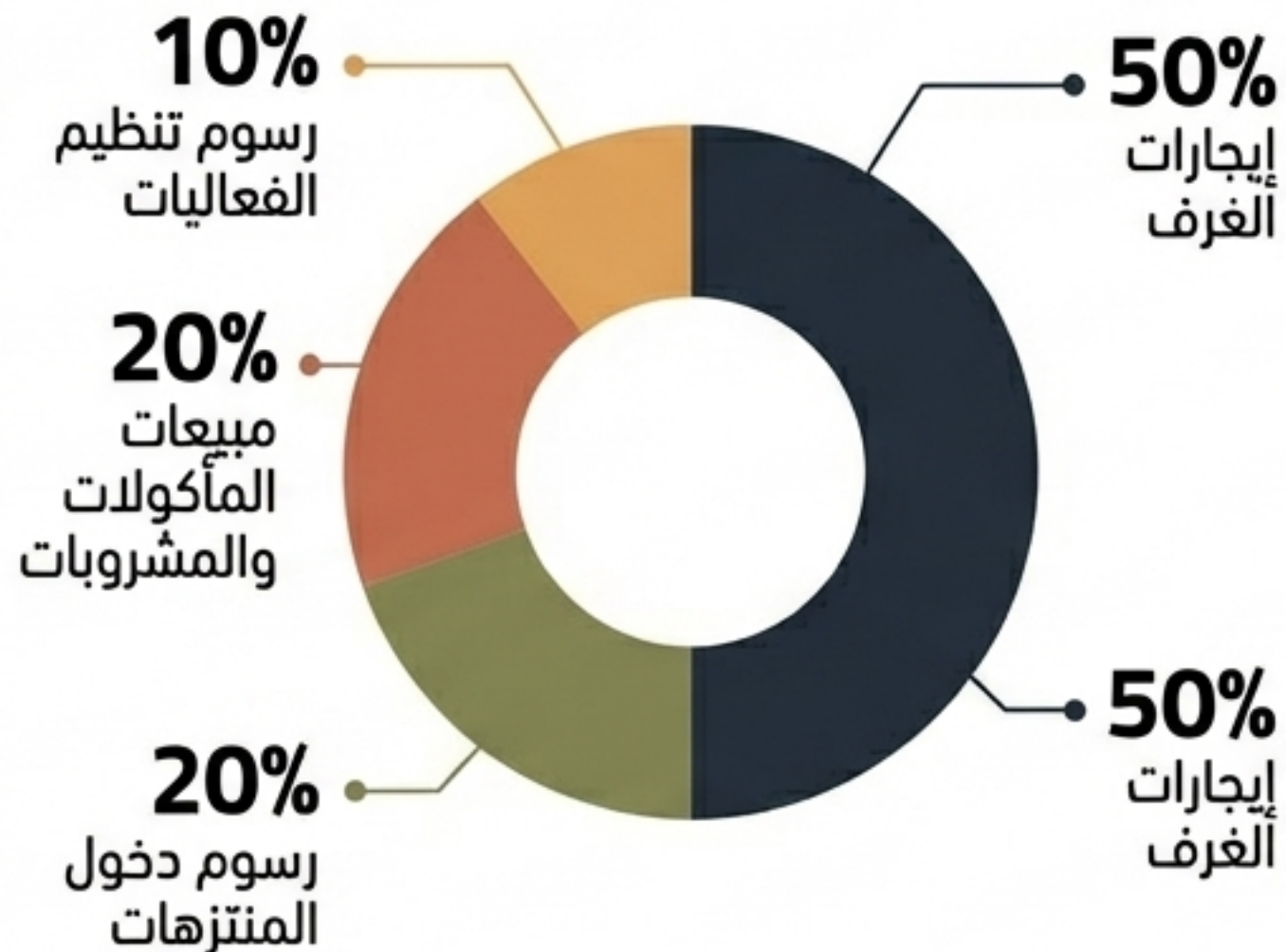
خدمات فاخرة لكن
أسعار مرتفعة وأنشطة
محدودة.

التحليل الرباعي (SWOT): نقاط القوة والتحديات

	الفرص - زيادة مطردة في الطلب على السياحة الداخلية - دعم وتمويل حكومي للمشاريع السياحية	نقاط القوة - موقع جغرافي فريد في قلب مرات - تقديم تجربة سياحية ومحلية أصيلة	
	التحديات - المنافسة الشديدة من المنتجعات القائمة - تقلبات السوق والطقس	نقاط الضعف - قدرة تسويقية محدودة في البداية - تكاليف التشغيل المرتفعة	

نموذج العمل التجاري: محرك القيمة

مصادر الإيرادات:



القنوات والعلاقات

الموقع الإلكتروني، وسائل التواصل، إعلانات محلية / خدمة عملاء متميزة.



الشركاء الرئيسيون

الموردين المحليين، شركات السياحة، الجهات الحكومية.



هيكل التكاليف

الإيجار، الرواتب، التسويق، التأمين.

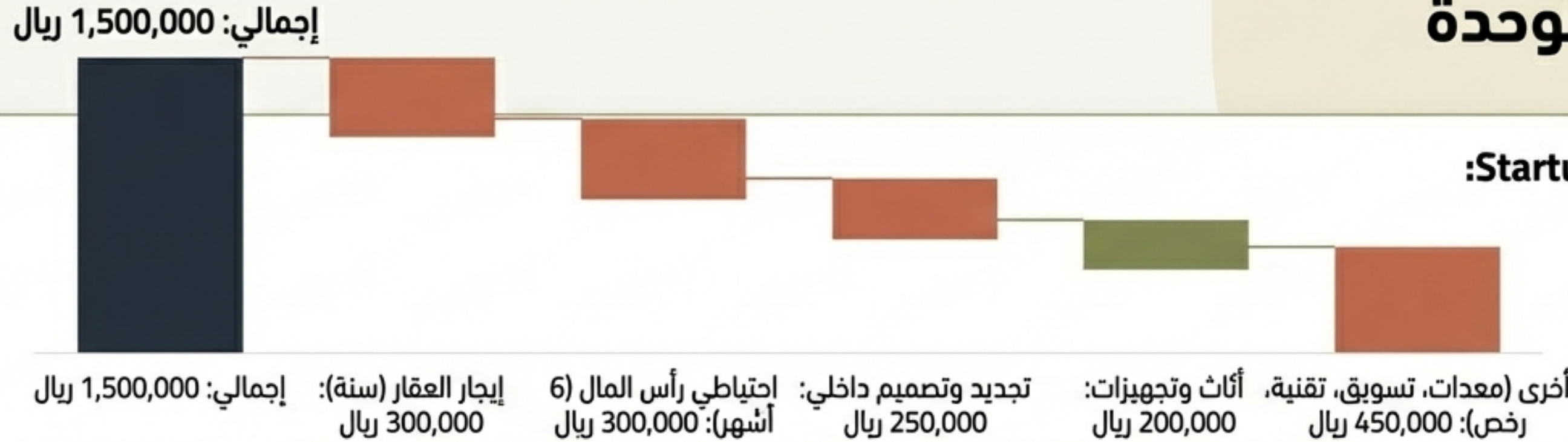


الأنشطة والموارد

تقديم خدمات سياحية، تنظيم فعاليات / العقار، الطاقم (8 موظفين)، المعدات.

الهيكل المالي: التكاليف التأسيسية واقتصاديات الوحدة

:Startup Cost Breakdown

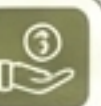


:Unit Economics (Per Night)

$$350 = 150 - 500$$

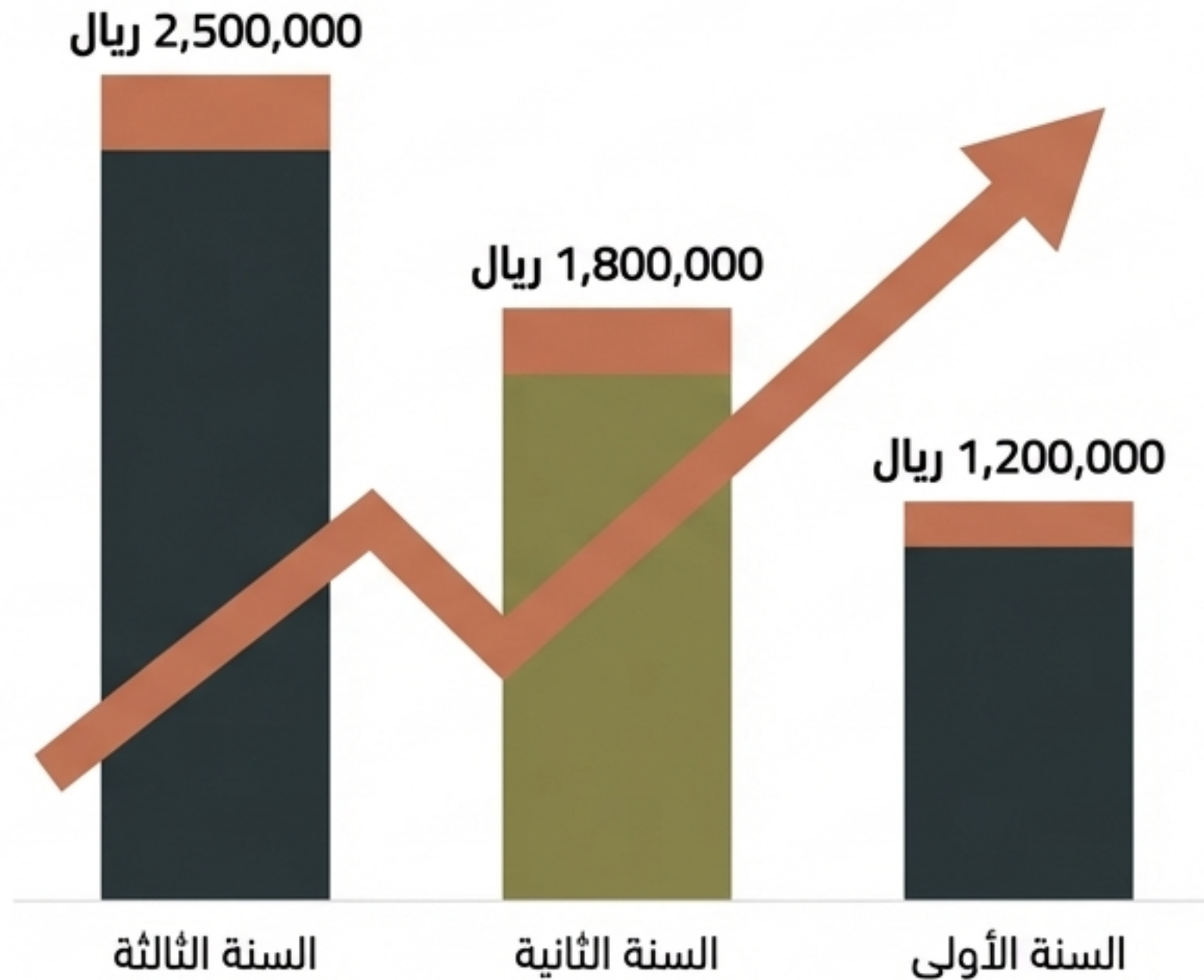
هامش الربح للوحدة التكلفة المتغيرة سعر الوحدة (الإقامة)

متوسط التكلفة التشغيلية الثابتة يبلغ 120,000 ريال شهرياً.



التوقعات المالية ومؤشرات العائد

توقعات الإيرادات لثلاث سنوات



15 شهراً



نقطة التعادل (Break-Even) بمعدل 100 وحدة شهرياً

30%



العائد على الاستثمار (ROI)

10%



متوسط نمو الصناعة

استراتيجية دخول السوق (GTM)



Phase 3: التوسع وتعزيز التجربة

- توسيع نطاق الخدمات (الفعاليات الخاصة).
- بناء شراكات مستدامة مع شركات السياحة B2B.



Phase 2: الافتتاح والاستحواذ

- فتح النزل واستقبال الزوار.
- تقديم عروض ترويجية افتتاحية للوصول لهدف 100 وحدة شهرياً.



Phase 1: التجهيز والإطلاق الرقمي

- تطوير الموقع الإلكتروني وتطبيق الحجز.
- إطلاق حملات تسويقية تمهيدية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ملاحظة: استراتيجية التسعير ثابتة عند 500 ريال لليلة لدعم المكانة المتميزة.

إدارة المخاطر واستراتيجيات التخفيف

المخاطر	الشدة	استراتيجيات التخفيف
زيادة التكاليف التشغيلية	 مرتفع	مراقبة التكاليف بصرامة وتحسين الكفاءة التشغيلية للطاخم والموارد.
عدم تحقيق عدد الزوار المتوقع (100 شهرياً)	 مرتفع	تطوير استراتيجيات تسويقية رقمية فعالة وتنويع القنوات البيعية لتشمل شركات السياحة.
المنافسة الشديدة في السوق	 مرتفع	التركيز المطلق على تقديم تجارب محلية محلية فريدة واحترافية يصعب على المنافسين تقليدها (VRIO).

التوصيات النهائية والخطوات القادمة

يظهر مشروع النزل الريفية إمكانية قوية للنجاح، بشرط الالتزام بالتخطيط المالي والتسويقي لضمان الإيرادات المستهدفة.

1. تأمين التمويل التأسيسي (1.5 مليون ريال سعودي).

2. تطوير خطة تسويقية شاملة للوصول للجمهور المستهدف مبكراً.

3. توسيع وتقوية الشراكات مع الموردين المحليين لضمان جودة وتخفيض التكاليف.

4. البدء في استخراج الرخص والتصاريح الحكومية المطلوبة (50,000 ريال).