



جامعة الجميع الذكية
EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

Advanced project Management

Student Name	ناصر علي الزبيدي	اسم الطالب
Students I.D	2021203348	الرقم الجامعي
إشراف الدكتور الفاضل د اكرم		

وصف المشروع : Project description :

هو عبارة عن منشأة اقتصادية تعمل على خدمة العملاء لتوفي حصولهم على أنواع مختلفة من المأكولات بعد تجهيزات وطهيها بقسم الإنتاج ثم تقديمها لهم بطريقة ترضي العميل لتحقيق مبيعات أكثر فريح أكثر للمياة المطعمية وتقدم فيه كاف المأكولات من اللحوم والطيور وكذلك الأسماك فهو مختلف نوعاً ما عن غيره من المطاعم يقوم بتقديم كافة أنواع المأكولات ومنها الأكلات الخليجية والمصرية .

رؤية المشروع: Project vision:

هو مشروع ربحي for profit من الطراز الأول فهو يستهدف كل طوائف الشعب نظراً لأنه من الأساسيات التي تقوم عليها الحياة فالغذاء هو مصدر الطاقة لإنسان وهو ما يبقيه نشطاً ويقيظاً فهذا المشروع مشروع ربحي كما ذكرت وقد قمت بعمل دراسة

جدوى feasibility study للمشروع لمدة خمس سنوات وطويلة هذه المدة رؤيتي للمشروع أن يتم فتح سلسله chain له لا تقل عن ثلاثة فروع 3 branches خلال هذه الخمس سنوات وكذلك الزيادة في الربح كل عام .

الرسالة التي أقدمها من خلال المشروع: Message

الرسالة التي أوجهها من خلال هذا المشروع أن هذا المشروع يبدأ من منشأة صغيرة جداً (مطعم صغير جداً ذو عمالة قليلة قد يتكون من عامل واحد ولكن بالصبر والمثابرة والاجتهاد والتميز يتحول هذا المشروع إلى منشأة كبيرة تتكون من سلسلة مطاعم ورسالتي هي أن من يجتهد ويتعب بالعمل ويثابر ويتميز عن الآخرين يجد ثمرة كفاحه وكذلك لابد من إعداد خطة لهذا المشروع كي ينجح لأن وضع الخطط وعمل دراسات جدوى لأي مشروع هي سبب نجاحه success .

الغاية والهدف من المشروع :

- ١ - إثبات الذات self actualization والنجاح أمام المجتمع community المحيط الذي نعيش به
- ٢ - إنشاء سلسلة كبرى chain من هذا النشاط الصغير في المدة الزمنية التي عمل دراسة الجدوى من خلالها وتحقيق الأرباح المرجوة من هذا النشاط .
- ٣ - توفير فرص عمل job opportunities
- ٤ - القدرة على المنافسة competition
- ٥ - الإبداع creation والابتكار innovation تلبية احتياجات المستهلك customer needs.

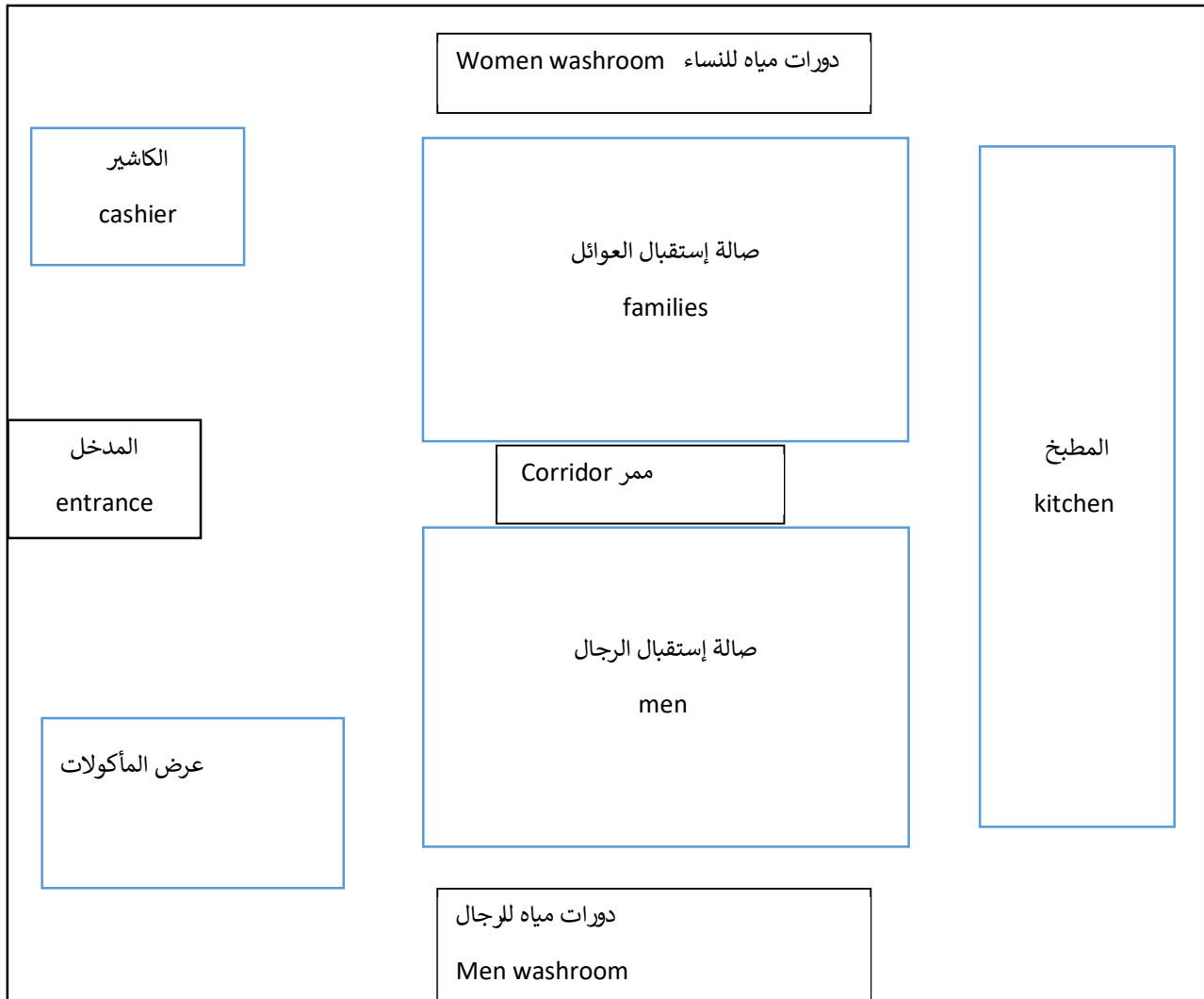
موقع المشروع: location:

مبدئياً المشروع سوف يكون المركز الرئيسي له بمدينة جدة بحي البلد كي يكون جذاباً attractive لأكبر عدد من المستهلكين وكذلك لما لهذا المكان من أهمية بالغة في مدينة جدة فهو يعتبر قلبها النابض , وبعد ذلك سوف نتفرع بالمدينة وبمدن أخرى بعدما يحقق المشروع أهدافه المرجوة منه .

التخطيط المركزي للمشروع:

التخطيط المركزي يكون من خلال الإطار والهيكل التنظيمي والتخطيطي للمشروع وتكون كالتالي :

نموذج تخطيط مركزي للمشروع



شعار المركز :



الشيف للمأكولات المتميزة

Special edibles

تم عمل هذا الشعار slogan بغرض جذب انتباه الزبائن كنوع من الدعاية وتم اختيار الألوان الكائنة بالشعار قد تكون بسيطة ولكنها معبرة عن مكنون الشعار فالشعار هو شيف يحمل صينية طعام مغطاه كنوع من التشويق والجذب للعميل واختيار اسم المطعم باسم الشيف للمذاق يعطي معنى الجودة والطعم المتميز عن الغير فاختيار الأسماء أو الشعار أو الألوان من أهم شيء في الدعاية بالنسبة لأي مشروع ربحي أو تجاري وهنا قد أختارنا الشعر بعناية فائقة كي ننول على حسن رضا العميل .

ساعات العمل : working hours

تكون ساعات العمل على شفتين كل شفت ثمانية ساعات ويتم تغيير الموارد البشرية في كل شفت:

وتكون ساعات العمل كالتالي:

اليوم	الشفة الأول يبدأ من الساعة	الشفة الأول ينتهي في	الشفة الثاني يبدأ من الساعة	الشفة الثاني ينتهي في
السبت	١٠ ص	٦ م	٦ م	٢ ص
الأحد	١٠ ص	٦ م	٦ م	٢ ص
الاثنين	١٠ ص	٦ م	٦ م	٢ ص
الثلاثاء	١٠ ص	٦ م	٦ م	٢ ص
الأربعاء	١٠ ص	٦ م	٦ م	٢ ص
الخميس	١٠ ص	٦ م	٦ م	٢ ص
الجمعة	١٠ ص	٦ م	٦ م	٢ ص

منتجاتنا:

المنتجات التي نقدمها هي الوجبات والأطعمة هي مزيج بين الأطعمة ذات الطابع الخليجي بشكل عام والسعودي بشكل خاصة كما أنها تقوم بتقديم الوجبات المصرية وكذلك نقوم بتقديم بعض المأكولات البحرية من الأسماك وما يتبعه من أدوات .

الخدمات الفرعية:

نقوم بتوصيل المأكولات إلى المنازل خدمة كي ننال على رضا العمال ونكون مختلفين ومتميزين عن غيرنا من المطاعم على الرغم من صغر النشاط ولكن رغبتنا في أن نكون متميزون كي نحقق أهدافنا التي نسعى إليها.

تحليل المنافسين : Competitors

يعتبر تحليل المنافسين أحد أهم العوامل الرئيسية في نجاح المشاريع وخاصة المشاريع الصغيرة فلابد من تحليل سوق العمل التي نعمل به كي نقوم بمعرفة ما هي أوجه التشابه similarities بيننا وبين الغير وكذلك معرفة نقاط الضعف weakness والقوة strength بيننا وبين المنافسين الآخرين وكذلك معرفة مدى قدرتهم والإمكانيات abilities التي تتوفر لديهم وما يتميزون به ويختلفون به عن الغير ونقوم بدراسة وتحليل المنافسين كي نتميز عنهم ونتفادى نقاط الضعف التي تؤثر عليهم حتى لا نقع أو نسقط كما سقط غيرنا من المنافسين فدراسة سوق العمل التي يعمل بها أي شخص تعتبر من الأساسيات التي تكون سبب في نجاح أي مشروع .

السوق المستهدفة: target market

هم أصحاب المطاعم سواء الصغيرة أو الكبيرة التي لها اسم وسمعة good reputation على مستوى المدينة ودراسة وتحليل ما يقومون به من نشاطات وما يقدمونه من خدمات تجعلهم ذات تميز عن الآخرين .

الفئة المستهدفة: target segment

في هذا المجال فإن الفئة المستهدفة هو العنصر البشري نفسه فهذا النشاط قائم عليه فيكون الفئة المستهدفة هو المستهلك من عامة الشعب المتواجدين على أرض المدينة سواء من مواطنيها citizens أو من المقيمين residents والزائرين visitors المتواجدين بها والمهم هو المحافظة على رضا هذه المستهلك 'customer satisfaction' .

الإعلان : advertisement

١ - من خلال تصميم وعمل بورشورات bruchures جذابة ومختلفة عن التصميم designs الأخرى ونشرها وتوزيعها بكافة الأماكن .

٢ - من خلال وسائل التواصل الاجتماعي social media وتنطلق بداية من الأصدقاء من خلال صفحاتهم الشخصية على كافة وسائل التواصل الاجتماعي الإنترنت .

٣ - عمل صفحة رسمية للمطعم في كافة وسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت بعروض متميزة وغير مسبقة ومختلفة عن أصحاب النشاطات المتشابهة.

الخطة الاستراتيجية: strategic plan

يعتبر إنشاء مشروع مطعم المشاريع المربحة والأكثر انتشاراً وتوسعاً وسوف نقوم بعمل خطة لهذا المشروع ودراسة جدوى فعاله له من خلال ما سوف يتم توضيحه من هذه الدراسة وهي كالتالي:

الغاية The aim من هذا المشروع هو تحقيق الربح وسوف أقوم بعمل دراسة جدوى لهذا المشروع على ثلاث سنوات القادمة إن شاء الله محتسباً بها رأس المال capital لهذا المشروع محتسباً فيه تكاليف إيجار المكان rent وتجهيزه بعمل الديكورات decorations وشراء المعدات equipment اللازمة وكذلك عدد العمال workers والموظفين employees ورواتبهم واحتساب المبيعات sales والمصروفات expenses , وماهية الربح profit.

السنة الأولى

رأس المال capital	عدد الموظفين والعمال	رواتب شهرية salaries	المصروفات expenses	الدخل الشهري بعد خصم كافة المصروفات	الربح السنوي Yearly profit
ريال ٢٥٠,٠٠٠	(١) طبّاخ	٣٠٠٠ ريال	تجهيز ديكورات ١٠٠٠٠ ريال	٧٢٥٠ ريال	٨٧٠٠٠ ريال
	(١) مساعد	٢٠٠٠ ريال	إيجار سنوي ٢٥٠٠٠ ريال		
	(١) كاشير	٢٠٠٠ ريال	شراء معدات ٣٠٠٠٠ ريال		
	(١) للتقديم	٢٠٠٠ ريال	شراء سلع ٤٠٠٠٠ ريال		
		١٠٨٠٠٠ ريال	١٠٥٠٠٠ ريال		
		إجمالي المصروفات ٢١٣٠٠٠ ريال			
٨٧٠٠٠ ريال سبعة وثمانون الف ريال					إجمالي الربح الصافي بالسنة الأولى

السنة الثانية					
رأس المال	عدد الموظفين والعمال	رواتب شهرية	المصروفات	الدخل الشهري بعد خصم deduction كافة المصروفات والايجار	الربح السنوي
٣٣٧٠٠٠٠	(٢) طباخ cook	٦٠٠٠ ريال	تجديد ديكورات ١٠٠٠٠ ريال	١٧٠٠٠ ريال	٢٠٤٠٠٠ ريال
	(١) مساعد assisstant	٢٠٠٠ ريال	إيجار سنوي ٢٥٠٠٠ ريال		
	(١) كاشير cashier	٢٠٠٠ ريال	وشراء معدات جديدة ٣٠٠٠٠ ريال		
	(١) للتقديم server	٢٠٠٠ ريال	شراء سلع ٨٠٠٠٠ ريال		
		١٤٤٠٠٠ ريال	١٤٥٠٠٠ ريال		
		إجمالي المصروفات ٢٨٩٠٠٠ ريال			
	إجمالي الربح الصافي بالسنة الثانية ٢٠٤٠٠٠ ريال مائتان واربعة الاف ريال				

السنة الثالثة					
رأس المال	عدد الموظفين والعمال	رواتب شهرية	المصروفات	الدخل الشهري بعد خصم كافة المصروفات	الربح السنوي
٤٠٠,٠٠٠	(٢) طبّاخ	٦٠٠٠ ريال	تجديد ديكورات ١٠٠٠٠ ريال	٣٠٠٠٠ ريال	٣٦٠٠٠٠ ريال
	(٢) مساعد	٤٠٠٠ ريال	إيجار سنوي ٢٥٠٠٠ ريال		
	(١) كاشير	٢٠٠٠ ريال	وشراء معدات جديدة ١٠٠٠٠ ريال		
	(٢) للتقديم	٤٠٠٠ ريال	شراء سلع ١٢٠٠٠٠ ريال		
		١٩٢٠٠٠ ريال	١٦٥٠٠٠ ريال		
		إجمالي المصروفات ٣٥٧٠٠٠ ريال			
إجمالي الربح الصافي بالسنة الثالثة					٣٦٠٠٠٠ ريال ثلاثمائة وستة وثلاثون ألف ريال

وبعد تلك الدراسة نجد ان الخطة الاستراتيجية للمشروع ودراسة الجدوى قد حققت الهدف المرغوب منها وهو زيادة الربح والانتشار.

الهدف الاستراتيجي العام:

الهدف الاستراتيجي العام هو بناء الذات والتطوير improve من النفس وتحدي challenge الصعوبات difficulties بالعمل والكفاح وتطوير وتدريب training الكوادر البشرية وتعليمهم على سلوك behavior المنهج الصحيح في الحيلة العملية والحياء الاجتماعية.

الاستراتيجيات strategies والسياسات policies المتبعة لتحقيق اهداف الاستراتيجية

: strategic goals

- ١ – اختيار الكادر المتميز من العاملين
- ٢ – الخدمة المتميزة outstanding service وحسن التعامل مع العملاء
- ٣ – شراء أجود السلع والبضائع المستخدمة في الطهي وإعداد الوجبات للزبائن catering
- ٤ – تعزيز الإقبال encouraging على المطعم من خلال زيادة الإعلانات وكذلك إحترافية العمل والخدمة المقدمة للعميل.

المصادر :

- ١ . إحسان محمد , الأسس العلمية والمناهج البحث الاجتماعي ط ٢ ١٩٩٦
- ٢ . البهي . السيد فؤاد , علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة , دار الفكرة و ط ١ ٢٠٠٦
- ٣ . بشير . محمد , الثقافة والإدارة العامة , دار البيان للنشر , ط ١ ٢٠٠٨