

عنوان البحث

تأثير التخطيط الجيد على نجاح المشاريع الصغيرة بالتطبيق على مطعم في المملكة العربية السعودية
The impact of good planning on the success of small projects applied to a restaurant in Saudi Arabia.

إعداد الطالب/

محمد محفوظ عثمان

إشراف/

الدكتور. فايز جراد

العام الدراسي:

2024

مقدمة:

تعتبر إدارة المشاريع من التخصصات الحيوية التي تلعب دوراً محورياً في تحقيق أهداف الأعمال وتنفيذ الاستراتيجيات بنجاح. في عصر العولمة والتنافسية الشديدة، أصبحت القدرة على إدارة المشاريع بكفاءة وفعالية عنصراً أساسياً لبقاء ونمو المؤسسات. المشاريع الصغيرة، على وجه الخصوص، تواجه تحديات فريدة نظراً لمحدودية الموارد والقدرات المالية والإدارية.

التخطيط الجيد يمثل الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها نجاحات المشاريع الصغيرة. من خلال التخطيط السليم، يمكن تحديد الأهداف بوضوح، وتخصيص الموارد بكفاءة، وتقليل المخاطر، وضمان التنسيق بين مختلف الأطراف المعنية. ومع ذلك، فإن العديد من المشاريع الصغيرة تفشل في تحقيق أهدافها بسبب نقص التخطيط أو التخطيط غير الكافي، مما يؤدي إلى هدر الموارد وتضييق فرص النجاح.

في هذا البحث، نسعى إلى استكشاف تأثير التخطيط الجيد على نجاح مشاريع المطاعم الصغيرة في المملكة العربية السعودية، التحديات التي تواجهها هذه المشاريع، والنقاط التي يجب علينا الاهتمام بها أثناء التخطيط. كما سنسلط الضوء أيضاً على كيفية تحسين جودة التخطيط وتأثير القيادة الفعالة في تحقيق أهداف المشروع، كما سنقدم توصيات عملية للممارسين والباحثين في مجال إدارة المشاريع لتحسين عملية التخطيط وزيادة فرص النجاح.

من خلال هذا البحث، نأمل أن نقدم إسهاماً قيماً للمجتمع الأكاديمي والعملية يساهم في تعزيز فهم أهمية التخطيط الجيد، ويساعد في تطوير استراتيجيات فعالة لتحقيق النجاح في مشاريع المطاعم الصغيرة في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

أعلنت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة "منشآت" في تقريرها الصادر 2023/05/31م أن عدد المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة وصل إلى 1.2 مليون منشأة، بزيادة قدرها 4.8% مقارنة بالربع الرابع من عام 2022، حيث حظيت العاصمة الرياض بالحصة الأكبر من عدد المنشآت الصغيرة والمتوسطة، بنسبة بلغت 41.4% تلتها منطقة مكة المكرمة بنسبة 18.9%، فيما وصلت نسبة المنطقة الشرقية إلى 11.1%، وبقية المناطق إلى 28.6%، كما أنه من الملاحظ اتجاه العديد من الأفراد وصغار المستثمرين لإنشاء مطعم صغير أو متوسط حيث بلغ عدد المطاعم في المملكة العربية السعودية حتى نهاية 2023م ما يقارب 70 ألف مطعم مع توقعات بنمو سنوي بنسبة تتراوح من 5% إلى 9% حتى عام 2030م لتصل قيمة سوق المطاعم إلى 14,6 مليار دولار.

وبالرغم من هذا الارتفاع الملحوظ في عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة واتجاه الأفراد وصغار المستثمرين إلى إنشاء هذا النوع من المشاريع إلا أننا نجد الكثير من هذه المشاريع الصغيرة والمتوسطة تفشل في أول خمسة سنوات وأن من أهم تلك الأسباب هو عدم التخطيط الجيد والكافي للمشروع، لذا سنسلط الضوء في هذا البحث على أهم النقاط التي يجب على كل رائد أعمال أو مستثمر أو فرد يود الدخول في هذا المجال أن يأخذها في الحسبان لضمان استمرارية المشروع والوصول إلى الأهداف المرجوة منه.

أهمية الدراسة:

إن إجراء هذه الدراسة يساعد على تقديم إرشادات عملية ومفيدة لرواد الأعمال، دعم الاقتصاد المحلي، وتعزيز البحث العلمي التي تؤثر على نجاح مشاريع المطاعم الصغيرة.

من خلال تحقيق هذه الأهداف، يمكن تحسين البيئة الاقتصادية والاجتماعية في المملكة العربية السعودية، وتعزيز قطاع المطاعم كمحرك للنمو الاقتصادي للأفراد والمجتمع.

أهداف الدراسة:

1. فهم تأثير التخطيط الجيد على أداء المطاعم الصغيرة.
2. تحديد التحديات التي تواجه أصحاب المطاعم في عملية التخطيط.
3. تقديم توصيات لتحسين عملية التخطيط وزيادة فرص النجاح.

تساؤلات الدراسة:

التخطيط الاستراتيجي

- ما هي الأهداف الأساسية للمطعم الصغير؟
- كيف يتم تحديد الفئة المستهدفة للمطعم؟
- ما هي الاستراتيجيات التي يتم وضعها للتنافس مع المطاعم الأخرى في المنطقة؟

دراسة السوق والمنافسة

- ما هي التوجهات الحالية في سوق المطاعم المحلية؟
- من هم المنافسون الرئيسيون في المنطقة؟ وما هي نقاط القوة والضعف لديهم؟
- كيف يخطط المطعم للتميز عن المنافسين؟

الإدارة المالية

- ما هو حجم الاستثمار الأولي المطلوب لفتح المطعم؟
- كيف يتم إعداد الميزانية التشغيلية؟ وما هي البنود الأساسية في هذه الميزانية؟
- كيف سيتم إدارة التدفق النقدي لضمان السيولة المالية؟

اختيار الموقع

- ما هي العوامل التي تم مراعاتها عند اختيار موقع المطعم؟
- كيف يمكن تقييم مدى ملاءمة الموقع المختار لجذب العملاء المستهدفين؟
- ما هي التحليلات التي تم إجراؤها حول حركة المرور وتواجد العملاء المحتملين في المنطقة؟

التسويق

- ما هي استراتيجيات التسويق التي سيتم تبنيها لجذب العملاء؟
- كيف سيتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي للترويج للمطعم؟
- ما هي الخطط الموضوعة لبرامج الولاء والعروض الترويجية؟

إدارة الموارد البشرية

- ما هي المعايير التي سيتم استخدامها في توظيف العاملين بالمطعم؟
- كيف سيتم تدريب الموظفين لضمان جودة الخدمة؟
- ما هي السياسات المتبعة لتحفيز الموظفين والاحتفاظ بهم؟

الامتثال للأنظمة والقوانين

- ما هي التراخيص والشهادات المطلوبة لفتح مطعم صغير في السعودية؟
- كيف سيتم ضمان الامتثال لمعايير الصحة والسلامة الغذائية؟

- ما هي الإجراءات المتبعة للتعامل مع التحديات القانونية واللوائح الحكومية؟

الجودة والابتكار

- ما هي الطرق التي سيتم من خلالها ضمان جودة الطعام والخدمة؟
- كيف سيتم تطوير قائمة طعام مبتكرة ومتنوعة؟
- ما هي الخطط المستقبلية للابتكار في تقديم الخدمات وتحسين تجربة العملاء؟

تقنيات الإدارة والعمليات

- ما هي أنظمة إدارة المطاعم التي سيتم استخدامها لتحسين الكفاءة التشغيلية؟
- كيف سيتم تتبع وإدارة المخزون والطلبات؟
- ما هي الأدوات التكنولوجية التي ستستخدم لتحليل الأداء واتخاذ القرارات؟

تقييم الأداء ورضا العملاء

- كيف سيتم قياس وتقييم أداء المطعم؟
- ما هي الأدوات التي ستستخدم لقياس رضا العملاء؟
- كيف سيتم التعامل مع ملاحظات العملاء وتحسين الخدمة بناءً عليها؟

فروض الدراسة:

سنضع بعض الفرضيات المقترحة التي تساعد على توجيه البحث والتي تمكننا من الحصول على توصيات عملية لتحسين التخطيط وزيادة فرص النجاح وأنه من خلال اختبار هذه الفرضيات يمكن الحصول على توصيات عملية لرواد الأعمال لتحسين تخطيطهم وزيادة فرص نجاح مشاريعهم في قطاع المطاعم :

تحديد أهداف واضحة واستراتيجية مدروسة يزيد من فرص نجاح المطعم.

- نفترض وجود رؤية واضحة وأهداف محددة .

الإدارة المالية السليمة والتخطيط المالي الجيد يساهمان في استدامة المشروع وتحقيق الربحية.

- تشير هذه الفرضية إلى أن إدارة التدفق النقدي والتحكم في التكاليف والميزانية بشكل جيد يساعد في تجنب المشاكل المالية ويعزز من استدامة المشروع.

اختيار الموقع المناسب يعد عاملاً حاسماً في جذب العملاء وزيادة المبيعات.

- نفترض هذه الفرضية أن الموقع الجغرافي للمطعم يؤثر بشكل كبير على عدد الزبائن والإيرادات، وبالتالي يجب أن يكون اختيار الموقع مبنياً على تحليل شامل لحركة المرور والسوق المحلي.

استراتيجيات التسويق الفعالة تساهم في زيادة الوعي بالمطعم وجذب قاعدة عملاء وفية.

- نفترض هذه الفرضية أن استخدام وسائل التسويق الرقمي والتقليدي بشكل متكامل يساعد في بناء علامة تجارية قوية وجذب العملاء.

التوظيف الجيد وتدريب الموظفين بشكل مستمر يعزز من جودة الخدمة ورضا العملاء.

- تشير هذه الفرضية إلى أن وجود طاقم عمل مؤهل ومدرب يساهم في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم، مما يؤثر إيجابياً على سمعة المطعم وإيراداته.

الامتثال للأنظمة الصحية والقوانين المحلية يعزز من مصداقية المطعم ويجنب المخاطر القانونية.

○ نفترض أن الالتزام بالقوانين والمعايير الصحية يضمن تشغيل المطعم بدون مشاكل قانونية ويعزز من ثقة العملاء.

الابتكار في قائمة الطعام والخدمات المقدمة يزيد من جاذبية المطعم ويعزز من تميزه في السوق.

○ نفترض أن تقديم أطعمة وخدمات مبتكرة ومتنوعة يساعد في جذب المزيد من العملاء والحفاظ على ولائهم.

استخدام تقنيات إدارة المطاعم الفعالة يساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف.

○ نفترض أن استخدام الأنظمة التقنية لإدارة المخزون والطلبات وتحليل البيانات يساعد في تحسين العمليات وزيادة الكفاءة.

الدراسات السابقة:

هناك عدة دراسات تناولت تأثير التخطيط على نجاح المطاعم بشكل عام . تقوم بها العديد من مراكز البحث والدراسة مثل مركز ماكينزي وموقع جو دادي والتقارير الصادرة من منصة "منشآت" والتي تفيد بأن قطاع الأغذية والمشروبات في السعودية شهد نمواً بنسبة 6.3% في النصف الأول من عام 2022. يعزى هذا النمو إلى دخول جيل جديد من رواد الأعمال في هذا القطاع، مع أفكار متنوعة تشمل شاحنات الطعام والمقاهي والمطاعم والمطابخ السحابية. ولكن في هذا البحث سنخصص الدراسة على أثر التخطيط الجيد وفعاليته في إنشاء مطعم صغير في المملكة العربية السعودية

المنطلقات النظرية للدراسة:

في دراسة تأثير التخطيط الجيد على نجاح المشاريع الصغيرة، وخاصة في قطاع المطاعم في المملكة العربية السعودية، يمكن الاستناد إلى عدة منطلقات نظرية لتوضيح الأطر النظرية والدعائم التي ستعتمد عليها الدراسة. بعض المنطلقات النظرية الأساسية التي يمكن تضمينها:

الإدارة الاستراتيجية

تُظهر الدراسات أن الابتكار في المنتجات والخدمات يعدّ مفتاح النجاح في قطاع المطاعم ، لذا، من الضروري أن تتبنى المطاعم الصغيرة استراتيجيات مبتكرة في تقديم خدماتها ومنتجاتها.

دورة حياة المشروع

حيث أن المشروع يمر بعدة مراحل تبدأ من التأسيس والتخطيط، ثم التنفيذ، وصولاً إلى التشغيل والاستمرار سنقوم بالتركيز على مرحلة التخطيط الذي يعتبر حاسماً لضمان سلاسة المراحل اللاحقة به وتحقيق الأهداف المنشودة بكفاءة.

الابتكار

إن الابتكار في المنتجات والخدمات والإجراءات التشغيلية في سياق المطاعم والذي يشمل تطوير قائمة طعام جديدة، تحسين جودة الخدمة، أو تبني تقنيات حديثة في الإدارة والتشغيل.

رأس المال البشري

إن الموظفين المدربين جيداً والمتحفزين يشكلون أحد أهم أصول المشروع في إطار المطاعم، فإن التخطيط الجيد يشمل الاستثمار في تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم لضمان تقديم خدمات عالية الجودة، حيث يعتبر الاستثمار في تدريب وتطوير الموظفين في المطاعم عاملاً مهماً في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم.

الميزة التنافسية

إن تحديد وتطوير المزايا التنافسية التي تميز المشروع عن منافسيه من حيث الجودة العالية للطعام، الخدمة الممتازة، الموقع المميز، أو الأسعار التنافسية.

سلسلة التوريد

إن التركيز على سلسلة توريد تعمل بكفاءة عالية يضمن توفير المواد الخام بشكل مستدام وبتكلفة مناسبة، إن التخطيط الجيد لسلسلة التوريد يمكن أن يساعد في تقليل التكاليف وزيادة الكفاءة التشغيلية.

تحليل SWOT

يستخدم تحليل SWOT لتحليل نقاط القوة (STRENGTHS)، ونقاط الضعف (WEAKNESSES)، والفرص (OPPORTUNITIES)، والتهديدات (THREATS). يساعد هذا التحليل أصحاب المشاريع على فهم الوضع الحالي لمشروعهم وتحديد الخطوات الاستراتيجية اللازمة لتحقيق النجاح.

المنهجية وطرق البحث:

ستعتمد هذه الدراسة على أبحاث ميدانية واستبيانات ودراسة الأبحاث السابقة والتقارير الإستقصائية بهدف معرفة تأثير التخطيط الجيد على نجاح المطاعم الصغيرة في المملكة العربية السعودية.

أدوات الدراسة:

الدراسة ستكون بحثاً ميدانياً تطبيقياً باستخدام منهج وصفي تحليلي. تهدف إلى وصف وتحليل تأثير التخطيط الجيد على نجاح المطاعم الصغيرة في المملكة العربية السعودية.

- **المقابلات الشخصية:** إجراء مقابلات مع أصحاب المطاعم ومديريها لفهم تجربتهم وآرائهم حول تأثير التخطيط الجيد على نجاح مشاريعهم.
- **الاستبيانات:** توزيع استبيانات موجهة لأصحاب المطاعم والعاملين فيها لجمع بيانات كمية ونوعية حول ممارسات التخطيط والتحديات والنتائج.
- **الدراسات السابقة:** مراجعة الدراسات السابقة والتقارير البحثية المتعلقة بتخطيط وإدارة المشاريع الصغيرة، خاصة في قطاع المطاعم.
- **البيانات الحكومية:** الاستفادة من البيانات والإحصاءات الصادرة عن الجهات الحكومية المختصة بالمشاريع الصغيرة والقطاع الغذائي.
- اختيار عينة عشوائية من المطاعم الصغيرة في المملكة العربية السعودية.
- تطوير الاستبيانات وأدلة المقابلات بناءً على أهداف البحث والأسئلة البحثية.

- توزيع الاستبيانات إلكترونياً أو يدوياً حسب الإمكانية.
- إجراء المقابلات الشخصية إما وجهاً لوجه أو عبر الهاتف أو الإنترنت.

حدود الدراسة :

سيتم إجراء الدراسة على مطاعم صغيرة في المدن الرئيسية في المملكة العربية السعودية مثل الرياض، جدة، والدمام. يمكن أيضاً النظر في التوسع ليشمل مدن أخرى إذا أمكن ذلك، كما سنتناول الدراسة جوانب محددة من التخطيط مثل التخطيط المالي، التخطيط التسويقي، التخطيط التشغيلي، وتخطيط الموارد البشرية. لن تشمل الدراسة جوانب أخرى مثل التخطيط البيئي أو التخطيط الاستراتيجي طويل الأمد خارج نطاق المشاريع الصغيرة. وأن التركيز سيكون على المطاعم الصغيرة التي يتراوح حجم إيراداتها السنوية بين 100,000 و 1,000,000 ريال سعودي. لن تشمل الدراسة المطاعم الكبيرة أو سلاسل المطاعم الكبرى.

المراجع:

- Forest R. David. و Fred R. David بواسطة "Strategic Management: Concepts and Cases" -
- "Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling" بواسطة Harold Kerzner.
- "Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management" بواسطة Barry Render. Jay Heizer
- "The Impact of Strategic Planning on Organizational Performance: A Case Study of SMEs in Saudi Arabia" - JSTOR Google Scholar.
- "Critical Success Factors for Small and Medium Enterprises in Saudi Arabia: Insights from a Pilot Study" -
- تقارير هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة السعودية - (Monshaat)
- تقارير وزارة التجارة السعودية
- Google Scholar:
- مقالات من مجلات الأعمال مثل Harvard Business Review و McKinsey Quarterly
- مقالات من الصحف المحلية