



S L S A L A H

اسم البرنامج التدريبي:

عنوان الجلسة : المطاعم والمقاهي كمشاريع  
تجارية – : اختيار الموقع والديكور

اسماء العزلة

# الافتتاحية

يطيب لنا في منصة سلسلة كيريز أن نرحب بكم في البرنامج التأهيلي

مذاق الريادة

(برنامج تأهيلي لصنّاع المقاهي والمطاعم)

إن هذا البرنامج يأتي في إطار الجهود المستمرة لتطوير القدرات وتحسين الأداء في المجالات المهنية والحياتية. ونأمل أن يكون هذا البرنامج فرصة لتعلم المهارات الجديدة وتبادل الخبرات بين المتدربين.

شكراً لكم على حضوركم وتفاعلكم..

كما نتمنى لكم وقتاً مفيداً وممتعاً في هذا البرنامج..

إقرار وتعهد

٤

## إقرار تعهد حقوق ملكية فكرية

الحقبة التأهيلية تعود حقوق ملكيتها الفكرية منصة سلسلة كيريز وتستخدم لأغراض التأهيل عبر المنصة وعليه أتعهد بعدم استخدام محتوى الحقبة التأهيلية (مادة علمية، استبانات، حالات دراسية، صور، رسوم توضيحية، ...) خارج المنصة أو مشاركتها مع الغير دون أخذ الموافقات الرسمية والنظامية الصريحة الإلزامية، لذلك من صاحب حق الملكية الفكرية، وبناءً عليه أتحمّل كافة المسؤوليات القضائية الناتجة عن المطالبات والتعويضات المترتبة على الإخلال بذلك..

## دليل البرنامج التأهيلي للجلسة

### الهدف العام للجلسة



تمكين المتدرب من فهم أهمية الموقع والتصميم الداخلي في نجاح مشاريع المطاعم، وربط ذلك بالهوية التجارية للمشروع من خلال معايير مدروسة وتخطيط عملي يحقق الكفاءة التشغيلية ويعزز تجربة العميل.

### الأهداف التفصيلية للجلسة



من المتوقع بعد انتهاء المتدرب من المشاركة في الجلسة أن يكون قادرًا على:

- التعرف على المعايير الأساسية لاختيار الموقع المناسب حسب نوع النشاط (مطعم سريع - فاين دايننق...).
- تحليل حركة المرور والمنافسين لتحديد مدى جدوى الموقع تجاريًا.
- تصميم توزيع داخلي عملي يشمل المطبخ، مناطق الخدمة، الجلوس، والاستقبال.
- فهم العلاقة بين هوية العلامة التجارية والديكور الداخلي للمطعم.
- التمييز بين الجماليات والوظيفة في التصميم الداخلي.
- اكتساب القدرة على مناقشة المصممين والمهندسين وفهم ما يُعرض عليهم من مخططات أو مقترحات تصميمية.

### موضوعات الجلسة



- الموضوع الأول: معايير اختيار الموقع وتحليل البيئة المحيطة
- الموضوع الثاني: تخطيط المساحات الداخلية للمطعم (Layout)
- الموضوع الثالث: تصميم الديكور وربطه بالهوية التجارية
- الموضوع الرابع: تطبيق عملي وتوظيف المهارات

## قائمة المصطلحات

م	المصطلح	التعريف
١	Location Selection	اختيار الموقع : عملية تحليل وتحديد الموقع المثالي للمطعم بناءً على الجمهور المستهدف والمنافسة والحركة.
٢	Layout Planning	تخطيط المساحات الداخلية : توزيع وظيفي للمطعم يشمل المطبخ، الجلسات، ودورات المياه لتحقيق التشغيل الفعّال والراحة.
٣	Visual Identity	الهوية البصرية: مجموعة العناصر المرئية التي تعبر عن العلامة مثل الشعار، الألوان، الخطوط.
٤	Customer Experience	تجربة العميل : الانطباع العام الذي يكوّنه العميل من لحظة دخوله للمطعم وحتى مغادرته، ويشمل الجو والخدمة.
٥	Aesthetic vs. Functional Balance	توازن الجمال والوظيفة : تحقيق تصميم جميل يخدم التشغيل ولا يعيق، ويجمع بين الراحة والبساطة والهوية.

## الموضوع الرابع المطاعم والمقاهي كمشاريع تجارية - : الموقع والديكور

### مقدمة

تُعد مرحلة اختيار الموقع وتصميم الديكور من الركائز الجوهرية لنجاح أي مشروع في قطاع المطاعم والمقاهي. فالموقع المثالي لا يُختار بناءً على الانطباع الشخصي أو التفضيل الذوقي، بل يتم تحديده وفق معايير مدروسة تشمل القرب من الشريحة المستهدفة، حجم الحركة المرورية، مستوى المنافسة، وسهولة الوصول والخدمات المحيطة.

كذلك، لا يقتصر تصميم الديكور على الجانب الجمالي فحسب، بل يجب أن يكون امتدادًا حقيقيًا لهوية العلامة التجارية، ويسهم في تحسين تجربة العميل وتسهيل العمليات التشغيلية داخل المطعم.

### معايير اختيار الموقع وتحليل البيئة المحيطة

- ◀ تحديد المعايير الأساسية لاختيار الموقع حسب نوع المطعم (وجبات سريعة - فاين دايننق).
- ◀ اعتبارات مثل القرب من الجمهور المستهدف، المواقف، وسهولة الوصول.
- ◀ دراسة الأحياء التجارية، المجمعات، أو المواقع السياحية.
- ◀ تحليل حركة المرور (البشري والمركبات) في أوقات الذروة.
- ◀ رصد المنافسين وتحليل تمركزهم.

استخدام أدوات تحليل المواقع مثل Google Maps، الإحصاءات البلدية، الملاحظة المباشرة.

### تخطيط المساحات الداخلية للمطعم (Layout)

- ◀ توزيع المطبخ، منطقة الخدمة، أماكن الجلوس، دورات المياه، ومنطقة الاستقبال.
- ◀ تحقيق التوازن بين الكفاءة التشغيلية وراحة العملاء.
- ◀ مراعاة مسارات حركة الموظفين وتقليل مناطق التداخل.

### تصميم الديكور وربطه بالهوية التجارية

- ◀ اختيار الألوان والخامات بما يتناسب مع نوع المطبخ والهوية البصرية.
- ◀ تحقيق التوازن بين الجانب الجمالي والوظيفي في التصميم.
- ◀ كيف يعكس التصميم الداخلي قصة المشروع وهويته.

### تطبيق عملي وتوظيف المهارات

تقديم أمثلة من مشاريع ناجحة لهوية مرئية مدروسة.

## نموذج اختيار موقع

جدول ا:

نموذج اختيار موقع		
الملاحظات	التقييم/الوصف	المعيار
		نوع الموقع (تجاري - سكني - سياحي...)
		القرب من الجمهور المستهدف
		المستوى الاقتصادي للمنطقة
		القوة الشرائية للسكان
		حجم الحركة المرورية (مشاة/سيارات)
		وجود مواقف كافية للسيارات
		سهولة الوصول للموقع
		وجود منافسين مباشرين قريبين
		مستوى الإيجارات مقارنة بالعائد المتوقع
		توافق الموقع مع الهوية التجارية
		عوامل جذب إضافية (مطلات - فعاليات - مجمعات...)
		التقييم العام للموقع من ١٠

1 □□□□

## ملخص الموضوع الرابع

يركز هذا المحور على التطبيق العملي للمعارف المكتسبة من خلال تكليف المتدربين باختيار موقع افتراضي مناسب لمشروعهم، ورسم تصور مبدئي لتوزيع المساحات الداخلية بما يخدم التشغيل ويوفر تجربة مريحة للعميل. كما يتضمن توظيف عناصر الهوية التجارية في التصميم الداخلي، وربط الديكور برسالة المشروع ونوع المطبخ. يهدف النشاط إلى تنمية التفكير المتكامل وتمكين المتدرب من اتخاذ قرارات تصميمية وتشغيلية مدروسة ومبنية على معايير واقعية، لا على الذوق الشخصي فقط.

## تدريب ١

### اختيار الموقع المناسب لمشروعك

#### هدف النشاط:

- ◀ مساعدة المتدربين على تحليل واختيار موقع مناسب لمطعمهم أو مقهاهم بناءً على معايير واقعية، وربط هذا الموقع بجمهورهم المستهدف وخصائصه، بما يعزز الجدوى التشغيلية والتسويقية للمشروع.

#### تعليمات:

- ◀ فكّر في مشروعك (مطعم أو مقهى) وحدد نوعه والفئة التي تستهدفها.
- ◀ اختار موقعًا افتراضيًا مناسبًا داخل مدينتك أو في أي مدينة تراها مناسبة.
- ◀ القيام بتعبئة جدول تقييم الموقع وفقًا للمعايير التالية:  
(نوع الموقع - الحركة المرورية - المواقف - المنافسين - سهولة الوصول - المستوى الاقتصادي - القوة الشرائية... إلخ).
- ◀ حدد الصفات الديموغرافية للجمهور المستهدف (العمر، الجنس، الدخل، العادات...).
- ◀ اكتب المبررات في اختيار هذا الموقع وربطه بخصائص الشريحة المستهدفة.

## ملاحظات

### تنويه للمتدربين:

يرجى من جميع المتدربين استكمال العمل على المشروع الذي تم اختياره وتوثيقه في الجلسة السابقة، سواء كان مطعمًا أو مقهى، ومتابعة بناء تفاصيله في هذه الجلسة.

◀ سيتم التركيز في هذه المرحلة على تحليل الموقع المناسب وفق معايير مدروسة، وربطه بالجمهور المستهدف والهوية التجارية للمشروع. يمكنكم العمل بشكل فردي أو ضمن مجموعات، حسب ما ترونه مناسبًا لطبيعة فكرتكم.

◀ يُطلب من كل متدرب اختيار موقع افتراضي مناسب وتبرير اختياره بناءً على:

✓ نوع المشروع.

✓ الفئة المستهدفة.

✓ الحركة المرورية.

✓ وجود المنافسين.

✓ المستوى الاقتصادي والقوة الشرائية في المنطقة.

◀ الهدف من هذا النشاط هو تطوير قدرة المتدرب على اتخاذ قرارات استراتيجية واقعية ومدروسة، ليتمكن لاحقًا من تحويل فكرته إلى مشروع قابل للتنفيذ على أرض الواقع.

◀ تأكدوا من توثيق نتائج هذا التمرين لاستخدامها في عرض المشروع النهائي أو التقديم للجهات الداعمة لاحقًا

## المراجع العربية

- صندوق التنمية الزراعية + بنك التنمية الاجتماعية  
دراسة جدوى تأسيس مشروع مطعم شعبي / عصري  
—دراسات منشورة عبر المنصات الرسمية، تحتوي على تحليل مالي وتكاليف تقديرية  
واقعية داخل السوق السعودي.
- وزارة التجارة السعودية، دليل الامتياز التجاري (الفرنشايز)، ٢٠٢٢
- موقع الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت)،  
دليل تأسيس وتشغيل المطاعم
- المرجع الشامل لاشتراطات فتح وتشغيل المطاعم والمقاهي ; المؤلف: عبدالله سعد  
الحصان ; تاريخ النشر: ٢٠٢٠
- بناء العلامة التجارية خطوات علمية تطبيقية، خالد سليمان الراجحي، ٢٠٢٢ دار تشكيل للنشر  
والتوزيع
- الريادة الإبداعية في إنشاء المشاريع، مصطفى الشيخ، إبراهيم بدران , دار الشروق عمان  
٢٠١٣.
- خطة عمل في يوم واحد . روندا أبرامز . مكتبة جرير . ٢٠١٨ الطبعة الأولى .
- كوتلر يتحدث عن التسويق، فيليب كوتلر . مكتبة جرير . ٢٠٠٠

## المراجع الأجنبية

- Bourdain, Anthony. Kitchen Confidential: Adventures in the Culinary Underbelly. Bloomsbury Publishing.٢٠٠٣
- Demicco, F. J., Bodnar, L., & Sneed, J. Restaurant Management: Customers, Operations, and Employees. Pearson, ٢٠٢٠.