

دراسة جدوى فود ترك

مشروع فود ترك من أهم المشاريع المنتشرة في الشرق الأوسط والوطن العربي في الآونة الأخيرة، وقد برغب الكثير في الحصول على النقاط الأساسية لعمل دراسة جدوى دقيقة وجيدة لمشروع الفود الترك، ويمكن ذلك من خلال إتباع الخطوات التالية:

تحديد أهداف ورؤية المشروع

يجب وقبل البدء في الخطوات العملية أن تقوم بتحديد رؤية واضحة وهدفًا صريحًا للمشروع، خاصةً لكون هذا المشروع دائمًا يحمل بداخله شغف صاحبه وحبه لهذا المجال، فيجب عليك الإتيان بفكرة تصميم مميزة لمشروعك، وذلك لجعله مختلفًا عن غيره من مشاريع الفود ترك، وحتى تتمكن من القيام بذلك عليك أولاً أن تحدد لنفسك إذا كان مشروعك غرضه تجاريًا فقط وسعيًا وراء المال أم أنه مشروعًا ذو هوية متفردة ورؤية واضحة.. ويمكنك العمل على الوصول إلى هذه النقطة من خلال كل من:

1. اختيار علامة تجارية واسم مميز وجذاب للمشروع (سنقوم بذكرها تفصيلًا في النقطة الثالثة).
2. تحديد خطة عمل.
3. تحليل أوضاع المشاريع المنافسة.
4. تحديد خطة مالية.
5. الحصول على نظرة حول مشاريع الفود ترك بالعموم.
6. إقامة خطة تسويقية للمشروع.
7. إقامة مخطط تنفيذي للمشروع.

استخراج كافة تراخيص مشروع فود ترك

يجب ألا يتم تجاهل الأوراق الحكومية والتراخيص التي يجب توافرها عند إقامتك لمشروع مثل هذا، وذلك حتى لا تتعرض لأي مشكلة قانونية بسببها، فيجب عليك أن تتوجه إلى مقر البلدية التابع له وإعلامهم بمشروعك ورغبتك في الحصول على كافة التصاريحات اللازمة.. كما يجب عليك أولاً توفير بعض المتطلبات التي ستحتاجها البلدية للموافقة على مشروعك، ألا وهي:

1. يجب أن يتواجد في المطعم مبرداً، وذلك حتى تتمكن من الحفاظ على المواد الغذائية دون أن تتلف.
2. يجب أن يتواجد في المطعم حوضين مختلفين، وذلك حتى تتمكن من غسل كافة الأدوات التي سيتم استعمالها بالمطعم.. غسل الأيدي في الحوض الأول، والحوض الثاني لغسل الطعام.
3. يجب تواجد فرن كهربائي لإعادة تسخين الطعام من جديد.
4. يجب أن يتواجد في المطعم كافة أدوات التنظيف كالصابون والمناشف على سبيل المثال.
5. يجب أن يكون هذا المطعم مستخدماً فقط في بيع الوجبات المُعدة مسبقاً ولا يجب أن يتم طهي الطعام بداخله، كما يجب أن يتم إعلام الزبائن بجميع المعلومات عن الطعام المتواجد بالمطعم كالنوع وتاريخ الصنع ومدة الصلاحية.

العلامة التجارية

يمكن اعتبار خطوة اختيار الاسم والعلامة التجارية أحد أهم الخطوات عند البدء في مشروع جديد أيًا كان نوعه، حيث إنهما يقومان بتحديد هوية المشروع، فيقوم الاسم بعكس فكرة صاحب المشروع والعقلية التي يسير بها الأمور في المشروع بالإضافة إلى الرسالة التي يرغب في أن يتلقاها الزبائن.

على الرغم من كون اختيار الاسم خطوة من الصعب إتقانها بشكل مناسب، وذلك نظرًا للعديد من الأسباب المختلفة، إلا أنه لا يجب عليك أن تقوم باستعمال اسم أو علامة تجارية لمشروع آخر أو لأي مطعم آخر بشكل غير قانوني وأخلاقي.. لأن ذلك سيعرضك للكثير من المشكلات مع صاحب ذلك المطعم، فيجب عليك الصبر حتى تتمكن من العثور على الاسم والعلامة التجارية المناسبين لمشروعك.

بعد أن تقوم باختيار أكثر اسم في اعتقادك يتناسب مع مشروعك، يمكنك الآن السعي وراء اختيار تصميم شعار وأسلوب بصري وفني يكون هوية بصرية للمطعم عند الزبائن، وأسعى دائماً ليكون الشعار بسيطاً وسهلاً.. فذلك سيسهل من استقراره بأذهان الزبائن واسترجاعه بسرعة كلما ذُكر اسم المطعم.

عند قيامك باختيار الشعار والأسلوب البصري والفني للمشروع عليك أن تستعين بمصمم محترف يمكنه تحديد ما يتناسب مع المطعم ومشاركته معك، وحاول أن تجعل ذلك المصمم بعلم تام بأهدافك من المطعم والفكرة التي تتواجد بذهنك لما يجب أن يكون عليه التصميم، حاول اختيار تصميم بسيط وفي نفس الوقت يقوم بتوصيل الفكرة الإيحاء المطلوبان للزبائن.

رابعاً: موقع المشروع

يُعد الموقع الذي سيتواجد به المطعم أحد أهم النقاط التي يجب أخذها في الاعتبار عند إقامة دراسة جدوى فود ترك، ويختلف أمر الموقع في هذا المشروع بالتحديد عن المشروعات الأخرى، حيث إنه يمتاز بإمكانية التنقل والترحال من مكان لآخر..

إن لم يكن المكان الذي قمت باختياره لأول مرة مناسباً يمكنك تغييره واختيار مكان مناسباً أكثر، فاعمل دائماً على أن يكون المطعم بالمناطق الحيوية التي يتواجد بها الناس بكثرة.. كالأسواق، والأماكن العامة، والمنتزهات، والجامعات، والمصالح الحكومية، والمستشفيات.. والعديد من الأماكن الأخرى.

يمكنك الحصول على الاستفادة القصوى من تلك الميزة أيضاً من خلال اختيار الأوقات المناسبة للتواجد بكل منطقة.. فلكل مكان منهم وقت يكتظ فيه بالأشخاص مما يزيد من عدد الزبائن المحتملين، فعلى سبيل المثال يمكنك التواجد أمام المدارس والجامعات في الصباح الباكر وقبل غروب الشمس.. وبعد غروب الشمس التوجه للمنتزهات والأسواق وأمام المستشفيات.

حتى تتمكن من القيام بذلك يجب أن يكون مطعمك متواجداً بسيارة فود ترك التي تسمح لك بالتنقل بين الأماكن بسهولة ودون عناء.. فقط جمع الأغراض والانطلاق للبيع بمكان مختلف عن الذي تتواجد به..

يمكنك الحصول على تلك السيارات بحالة جيدة عبر استيرادها من الخارج، هذا سيكلفك الكثير من الأموال، وإن لم يكن لديك رأس المال الكافي للقيام بذلك فيمكنك الذهاب إلى الحل الاقتصادي.. وهو شراء سيارة عادية تتناسب مع رأس مالك وتجهيزها لتصبح مطعماً متنقلاً كغيرها من المطاعم المتنقلة.

مواصفات المطعم

بعد أن يتم مراعاة النقاط الأربعة السابقة يجب عليك أيضاً مراعاة تواجد بعض المواصفات في مطعمك المتنقل.. تلك التي ستتمكنك من جعل هذا المطعم مناسباً للغاية لهذا المجال وعدم مواجهة أية عوائق أثناء العمل، ومن المواصفات التي يجب أن تتواجد بالمشروع:

1. يجب أن يكون هناك ثلاجة لحفظ الأطعمة وثلاجة للتجميد وتكون طبقاً للشروط التي تضعها البلدية.
2. يجب ألا تكون مساحة العربية مبالغ فيها، الحجم الصغير أو المتوسط سيؤدي بالغرض.
3. يجب أن تتواجد بالعربية كافة المستلزمات الخاصة بالوجبات السريعة من الداخل ومن الخارج.
4. يجب أن يتم إغلاق السيارة بإحكام حتى لا يتلوث الطعام بداخلها وتجنب دخول الحشرات إليها، مما قد يتسبب في مرض الزبائن وابتعادهم عن المطعم.
5. يجب أن يتواجد داخل المطعم وخارجة إضاءة كافية، وأن تكون فتحات المنتجات المعروضة للبيع بارزة وواضحة للزبائن، وأن تكون في نفس اتجاه شبك البيع.

اختيار الطعام المناسب

عند الوصول إلى هذه النقطة فأنت بذلك تكون قد انتهيت من نصف الطريق، حيث أن النقاط الخمسة السابقة كانت نقاطاً خاصة بالتحضيرات للمشروع، أما تلك النقاط هي الخاصة بعملية البيع والشراء.

تعد نقطة اختيار الطعام نقطة هامة في دراسة جدوى فود ترك ولكنها هي الأهم بالنسبة للزبائن، وذلك لكون الطعام هو الهدف الرئيسي لهم هو المنتج النهائي الذي سيحصلون عليه، لذا يجب عليك مراعاة هذه النقطة بشكل كبير، حيث إنه يجب عليك تحديد نوع المنتج الذي ترغب في تقديمها بناءً على قانون العرض والطلب، مع الوضع في الاعتبار رأس مالك، وهل تتناسب المنتجات التي ترغب في تقديمها مع ميزانيتك أم لا.

يمكن دائمًا النظر للوجبات السريعة كمنتج رئيسي لمطعمك، كشطائر البطاطس المقلية والنقانق والمشروبات الغازية والعصائر المرطبة، حيث إنها ليست صعبة الإعداد والطلب عليها كبير للغاية، ولكن اسعى دائمًا بأن تكون جودة تلك الوجبات عالية وذات مذاق جيد، فسيمكنك ذلك من كسب أعداد أكبر من الزبائن وتشجيعهم للشراء منك مرة أخرى.

العمالة اللازمة للمشروع

يُعد هذا المشروع أحد المشروعات الصغيرة التي من الممكن إدارتها من قبل المالك فقط دون الحاجة إلى فريق عمل كامل، وذلك فقط إن كان عنده الخبرة الكافية للقيام بجميع المهام وحده كإعداد الطعام وتقديمه والتنظيف، فإن كنت قادرًا على أدائها فلن تكون بحاجة إلى عمالة إضافية، أما إذا لم يكن بمقدورك القيام بتلك المهام انظر للمهمة التي لن تتمكن من القيام بها بشكل كافي وابحث عن أي شخص يمكنه توليها سواء كان طاهيًا أو عامل نظافة.

تسويق مشروع الفود ترك

قد تكون تلك النقاط السبعة الماضية كافية لأغلب الطامحين في إقامة مشروع فود ترك، ولكن لا ينبغي أن تكون كافية بالنسبة لك، حيث إنه مازال ينقصك نقطة أخيرة ألا وهي التسويق للمشروع.

على الرغم من كون هذا المشروع لا يتطلب طرق تسويق عديدة أو ضخمة للحصول على الزبائن المرجوين، إلا أنه لا يوجد ضرر في استغلال بعض الطرق التي يُمكنها الزيادة من سيطر المطعم وشهرته، وأول تلك الطرق هو الطعام والخدمة، فكلما كان الطعام المتواجد بالمطعم والخدمة المقدمة للزبائن مرتفعة كلما ارتفعت معها شهرة المطعم وتهاقت عليه الزبائن من كل جانب..

كما هو معروف في عالم التسويق، المسوق الأفضل للمنتج هو الزبون ذاته، فعندما تكون تجربته مع مطعمك جيدة سيقوم بإخبار أصدقائه وأقاربه عن مطعم، والذين بدورهم سيقومون بإخبار أصدقائهم وأقاربهم.

أما عن باقي الطرق، فيمكنك القيام بالتالي:

1. إنشاء صفحة للمطعم على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة كإنستغرام وفيس بوك وتويتر، ثم قم بعرض منتجات المطعم وخدماته عليها، والتركيز في إيضاح العلامة التجارية حتى تعلق بالأذهان.
2. إنشاء الإعلانات الممولة على الإنترنت مع توفير كافة المعلومات المهمة للزبائن كمكان تواجد المطعم وساعات العمل ورقم هاتفك حتى يتمكنوا من التواصل معك.
3. إنشاء الإعلانات في الصحف والطرق.
4. جعل الأسعار تنافسية بأكبر قدر ممكن دون المساس بجودة المنتج ودون أن تضع نفسك في موقف يعرضك للخسائر.