

# قالب شامل لدراسة جدوى مشروع سوبر ماركت

دليل عملي متكامل يمكن لأي رائد أعمال استخدامه لإنشاء أو تقييم دراسة جدوى احترافية لمشروع سوبر ماركت، من الفكرة حتى التنفيذ والتشغيل.  
هذا القالب مصمم ليكون مرجعًا عمليًا يغطي جميع الجوانب الأساسية والتفصيلية الالزامية لنجاح مشروعك التجاري.

# العناصر الأساسية لدراسة الجدوى

تحتوي دراسة جدوى سوبر ماركت احترافية على ستة عشر عنصرًا رئيسياً، كل منها يمثل ركيزة أساسية لفهم المشروع من جميع جوانبه المالية والتشغيلية والتسويقية.

02

## وصف المشروع وطبيعته

التعريف الشامل بالفكرة

01

## الغلاف والملخص

التقنيات الأساسية للمشروع

04

## العملاء المستهدفون

تحديد الشريحة المثالية

03

## دراسة السوق والمنافسين

فهم البيئة التنافسية

06

## المتطلبات النظامية

الامتثال القانوني الكامل

05

## الموقع والتصميم

اختيار استراتيجي للمكان

سنستعرض في الشرائح التالية كل عنصر بالتفصيل مع أمثلة عملية ونماذج قابلة للتطبيق.

# الغلاف والملخص التنفيذي

## محتوى الملخص التنفيذي

### البيانات الأساسية

- عنوان المشروع واسمه التجاري
- اسم صاحب المشروع أو الشركة
- الموقع الجغرافي المقترن
- تاريخ إعداد الدراسة
- رقم النسخة والمراجعة

- يجب أن يقدم الملخص التنفيذي نظرة شاملة وسريعة عن المشروع في صفحة واحدة أو صفحتين كحد أقصى، متضمناً:
- فكرة السوبر ماركت وحجمه المتوقع (صغير/متوسط/كبير)
  - الفئة المستهدفة من العملاء والمنطقة الجغرافية
  - حجم الاستثمار المطلوب والتكلفة الإجمالية
  - صافي الربح المتوقع سنوياً
  - فترة استرداد رأس المال المقدرة



**نصيحة عملية:** اكتب الملخص التنفيذي في النهاية بعد اكتمال جميع أجزاء الدراسة، حتى تتمكن من تلخيص النتائج الفعلية بدقة.

# وصف المشروع وطبيعته



## الرؤية والرسالة

- تغطية احتياجات المجتمع المحلي
- بناء علامة تجارية موثوقة
- تقديم خدمة سريعة وفعالة
- أسعار منافسة وجودة عالية



## المواصفات الفنية

- المساحة التقريرية بالمتر المربع
- عدد الأرفف والثلاجات
- أقسام السلع الرئيسية
- نقاط الدفع والكاشير



## نوع السوبر ماركت

- سوبر ماركت حي سكني
- محل شارع تجاري رئيسي
- ميني ماركت صغير
- سلسلة قابلة للتوسيع

يجب أن يوضح هذا القسم بشكل دقيق طبيعة المشروع وحجمه، مع تحديد الأهداف الاستراتيجية قصيرة ومتوسطة وطويلة المدى، والميزة التنافسية التي ستتميز سوبر ماركتك عن المنافسين.

# دراسة السوق والمنافسين

تحليل المنطقة

المستهدفة

تحليل المنافسة

## الخصائص الديموغرافية

**الكثافة السكانية:** عدد السكان في دائرة نصف قطرها كيلومتر واحد

**مستوى الدخل:** متوسط دخل الأسر والقوة الشرائية

**نمط الاستهلاك:** عادات الشراء والتسوق للمنطقة

**المراافق القريبة:** المدارس، المساجد، المجمعات السكنية

**العدد:** حصر البقالات والسوبر ماركت القريبة

**نقطة القوة:** ما يميز المنافسين (موقع، أسعار، تشكيلة)

**نقطة الضعف:** التغرات في خدماتهم

**الفرص:** المجالات غير المستغلة (توصيل، ساعات عمل، منتجات خاصة)

دراسة المنافسين ليست لتقليلهم، بل لاكتشاف الفجوات في السوق التي يمكنك سدها بإبداع وابتكار، مما يمنحك ميزة تنافسية حقيقة.

# العملاء المستهدفون

## والمحتاجات



### طلاب المدارس

الطلاب في المدارس القرية الذين يشترونوجبات خفيفة ومشروبات وقرطاسية بسيطة. تتطلب هذه الشريحة منتجات بأسعار مناسبة وتنوع جاذب.



### العمالة والموظفوون

العاملون في المحلات والمكاتب المجاورة الذين يبحثون عنوجبات سريعة ومشروبات ومنتجات أثناء استراحة العمل. فرصة لمبيعات الذروة أوقات الغداء.



### العائلات المقيمة

أسر الأحياء السكنية القرية التي تحتاج لتسوق يومي أو أسبوعي لاحتياجاتها الغذائية والمنزلية الأساسية. تمثل هذه الشريحة العمود الفقري للعملاء المتكررين.

## أقسام المنتجات الرئيسية

- مواد غذائية أساسية
- ألبان ومشتقاتها
- مشروبات وعصائر

- منتجات محمدة
- منظفات وأدوات نظافة
- عناية شخصية

- أدوات منزلية خفيفة
- خدمات إضافية (شحن رصيد، فواتير)

# اختيار الموقع والتصميم الداخلي

## معايير اختيار الموقع الاستراتيجي

### رؤية واضحة وبارزة

واجهة المحل يجب أن تكون مرئية من مسافة جيدة، مع لافتات واضحة وإضاءة مناسبة، مما يسهل على العملاء رؤيتها والتعرف عليه بسهولة.

### شارع نشط وحيوي

يجب أن يقع السوبر ماركت على شارع بحركة مرور عالية، سواء مشاة أو سيارات، لضمان تدفق مستمر من العملاء المحتملين طوال اليوم.

### بعد مناسب عن المنافسين

تجنب الموقع المباشر بجانب سوبر ماركت قوي و معروف، واختر موقعًا يحقق توازنًا بين القرب من العملاء والابتعاد عن المنافسة المباشرة.

### سهولة الوصول والموافق

وجود مواقف سيارات قريبة أو إمكانية الوقوف المؤقت أمام المحل عامل مهم، خاصة للعملاء الذين يشترون كميات كبيرة.

## مخطط التصميم الداخلي

يجب أن يتضمن التصميم الداخلي توزيعًا ذكيًا للمساحات يشمل: [موقع الكاشير الاستراتيجي](#) عند المخرج، ترتيب الأرفف بشكل يسهل حركة العملاء، وضع [الثلاجات والفرizerات](#) في مناطق بارزة، تخصيص باب خاص للتحميل والتغليف بعيدًا عن منطقة العملاء، وضمان مسارات حركة واضحة تقود العميل عبر جميع الأقسام، مع لوحات الأسعار والعروض الجاذبة في نقاط استراتيجية.

# المطلبات النظامية والترخيص

## 1 السجل التجاري

تسجيل المنشأة بنشاط تجارة التجزئة في المواد الغذائية لدى وزارة التجارة، مع تحديد الشكل القانوني (مؤسسة فردية أو شركة)، وإصدار الاسم التجاري والترخيص الرسمي.

## 2 الترخيص البلدية

الحصول على موافقة البلدية على الموقع المختار والتجهيزات الداخلية والخارجية، مع التأكد من مطابقة المحل للاشتراطات البلدية للمحلات التجارية الغذائية.

## 3 هيئة الغذاء والدواء

استخراج الشهادات والترخيص اللازم من هيئة الغذاء والدواء في حال بيع منتجات غذائية أو صحية تتطلب ذلك، والتأكد من مطابقة طرق التخزين للمعايير.

## 4 اشتراطات الدفاع المدني

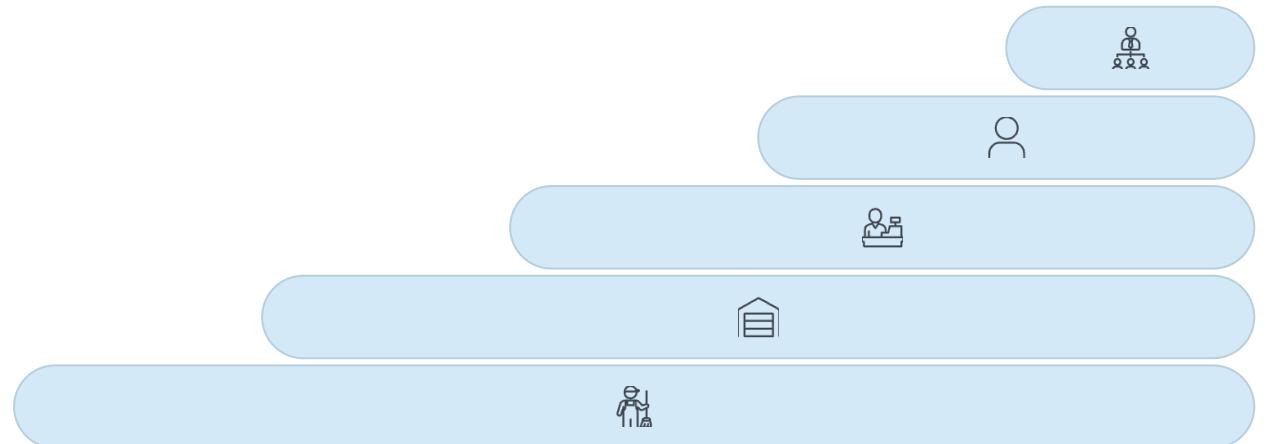
تطبيق جميع متطلبات السلامة من الدفاع المدني، بما في ذلك نظام الإطفاء، مخارج الطوارئ، الإنارة الاضطرارية، ولوحات الإرشادات الواضحة.

## 5 الزكاة والضريبة والتأمينات

التسجيل في هيئة الزكاة والضريبة والجمارك للحصول على الرقم الضريبي وإصدار الفواتير الإلكترونية، والتسجيل في التأمينات الاجتماعية لتأمين العاملين والالتزام بأنظمة العمل.

# الهيكل التنظيمي والتشغيلي

## الهيكل الإداري



## نظام التشغيل اليومي

**ساعات العمل:** تحديد مواعيد الفتح والإغلاق اليومية، مع مراعاة احتياجات المنطقة (قد تحتاج ساعات عمل ممتدة حتى منتصف الليل في بعض المناطق)

**نظام الورديات:** توزيع الموظفين على ورديات أو ورتينين بحسب الحاجة، مع ضمان تغطية ساعات الذروة

**استلام البضائع:** تحديد أوقات استلام البضائع من الموردين ونظام الفحص والتأكد من الكميات والجودة

**الجرد الدوري:** إجراء جرد دوري منتظم (يومي للنقدية، أسبوعي للسلع سريعة الحركة، شهري شامل)

**إدارة الهدر والتالف:** سياسات واضحة للتعامل مع المنتجات قربية الاتهاء أو التالفة

**سياسة المرتجعات:** قواعد واضحة لاسترجاع أو استبدال المنتجات بما يتوافق مع الأنظمة وحقوق المستهلك

# التجهيزات والأصول الثابتة

## قائمة التجهيزات الأساسية

### ثلجات وفريزرات

ثلجات عرض رئيسية للمشروبات والألبان، وفريزرات أفقية للمثلجات واللحوم، مع ضمان كفاءة الطاقة

### أرفف العرض

أرفف معدنية متعددة الطوابق لعرض المنتجات الجافة والمعبلات، بأطوال وارتفاعات مختلفة حسب تصميم المحل

### الأمن والمراقبة

كاميرات مراقبة عالية الجودة تغطي جميع زوايا المحل، نظام إنذار للسرقة، وأجهزة إطفاء حريق

### نظام نقاط البيع (POS)

أجهزة كاشير حديثة متصلة بنظام محاسبي وإدارة مخزون، مع قارئ باركود وطابعة فواتير وماكينة دفع إلكتروني

### معدات إضافية

ميزان إلكتروني دقيق، حواسيب أو أجهزة لوحيّة للإدارة، عربات تسوق وسلات يدوية، ومولد كهربائي احتياطي

### الديكور والإضاءة

تشطيبات داخلية جذابة، إضاءة LED موفّرة للطاقة وموّزعة بشكل مثالي، ولافتات خارجية مضيئة وجذابة

## جدول تفصيلي للأصول

يجب إعداد جدول شامل يوضح لكل أصل: نوعه، الكمية المطلوبة، سعر الوحدة، التكلفة الإجمالية، العمر الافتراضي المقدر، وطريقة الإهلاك المحاسبي المقترنة. هذا الجدول أساسى لحساب التكلفة الاستثمارية الأولية وللتخطيط المالي طويل المدى.

# نظام المشتريات والموردين والمخزون



## إدارة المخزون

تحديد الحد الأدنى لإعادة الطلب لكل منتج، دورة الطلب المناسبة، التعامل الفوري مع البضائع سريعة التلف، ومراقبة صارمة لتواريخ الصلاحية.

## شروط التعامل

التفاوض على الخصومات الكمية، مدة السداد (فورية، آجلة 30-60 يوم)، سياسة الاسترجاع والاستبدال، وضمان استمرارية التوريد في المواسم.

## اختيار الموردين

تحديد موردين موثوقين للمنتجات الرئيسية: شركات الألبان، المياه والعصائر، المواد التموينية، المنظفات والمطهرات. التفاوض على أفضل الأسعار والشروط.

## سياسات إدارة المخزون الفعالة

- تطبيق نظام FIFO (الوارد أولاً يصرف أولاً) خاصة للمنتجات ذات الصلاحية المحددة
- الجرد الدوري المنتظم (أسبوعي للمواد سريعة الحركة، شهري للباقي)
- استخدام برنامج محاسبي يتبع المخزون تلقائياً وينبه عند الحد الأدنى
- تخصيص مساحة تخزين منظمة مع تصنيف واضح للمنتجات

## التعامل مع البضائع الحساسة

- فحص تواريخ الصلاحية عند الاستلام والتأكد من وجود مهلة كافية
- مراقبة يومية للمنتجات قربية الانتهاء وتطبيق خصومات للتصريف
- الالتزام بدرجات الحرارة المناسبة للتخزين (مبردات/مجمدات)
- عزل المنتجات التالفة فوراً وتوثيق الخسائر محاسبياً

# استراتيجية التسويق والمبيعات

## بناء الهوية والعلامة التجارية

### أدوات التسويق والترويج

**عروض الافتتاح:** خصومات وهدايا لجذب العملاء الأوائل وخلق ضجة في الحي

**العروض الدورية:** عروض أسبوعية أو شهرية على منتجات مختارة لتحفيز التسوق المتكرر

**برامج الولاء:** بطاقات نقاط أو عروض خاصة للعملاء الدائمين

**التسويق الرقمي:** تسجيل المحل على خرائط جوجل والتطبيقات المحلية، إنشاء حسابات نشطة على وسائل التواصل الاجتماعي

**خدمة التوصيل:** تقديم خدمة توصيل للمنازل في الحي عبر تطبيقات التوصيل أو خدمة خاصة

### عرض الأسعار

لافتات واضحة وجذابة للعروض الخاصة



**استراتيجية ذكية:** ركز في البداية على كسب ولاء سكان الحي المحيط، فالعميل الراضي هو أفضل مسوق. تأكيد من الجودة والخدمة الممتازة قبل التوسيع في الإعلانات المكلفة.

# دراسة التكاليف والاستثمارات

## التكاليف الاستثمارية (مرة واحدة)

1	التجهيزات والأثاث	تكلفة الأرفف، الثلاجات، الفريزرات، الكاشير، عربات التسوق، وجميع المعدات الأساسية المذكورة سابقاً
2	الديكور والتشطيبات	تكلفة الدهانات، الأرضيات، الإضاءة، اللافتات الخارجية، والتصميم الداخلي الجذاب
3	الرخص والرسوم النظامية	رسوم استخراج السجل التجاري، التراخيص البلدية، رسوم الدفاع المدني، والتسجيلات الحكومية
4	الأنظمة التقنية	برامج نقاط البيع والمحاسبة، نظام المراقبة، أجهزة الحاسوب والطابعات، والشبكة الداخلية
5	المخزون الأولي	قيمة البضائع الأولية لملء الأرفف والثلاجات عند الافتتاح (عادة تمثل جزءاً كبيراً من الاستثمار)
6	تأمينات وضمانات	تأمينات الإيجار (إن وجدت)، ضمانات الموردين، والاحتياطي النقدي للمصروفات الأولية

## التكاليف التشغيلية الشهرية

الوصف والتفاصيل	البند المصروف
قيمة إيجار المحل حسب الموقع والمساحة	إيجار الشهري
رواتب جميع الموظفين + البدلات + التأمينات	الرواتب والأجور
فوائد الخدمات (تكون مرتفعة للثلاجات والإنارة)	الكهرباء والماء
اشتراك الإنترنت وخطوط الهاتف	الإنترنت والاتصالات
أكياس بلاستيكية أو ورقية، لفاف الكاشير، مواد تغليف	مواد التغليف والأكياس
صيانة الثلاجات، الأجهزة، والنظافة الشاملة	الصيانة الدورية
مطبوعات، إعلانات رقمية، عروض ترويجية	التسويق والإعلان
اشتراكات البرامج السحابية أو رسوم دعم فني	برامج محاسبية وإدارية
تأمين المحل والبضائع ضد الحريق أو السرقة	التأمين
طوارئ، تكاليف غير متوقعة (10% احتياطي)	مصروفات متعددة

# تقدير الإيرادات والسعير

## مثال حسابي بسيط

### افتراضات حجم المبيعات

يعتمد تقدير المبيعات على عدة عوامل حاسمة:

متوسط عدد الفواتير اليومي: يختلف حسب موقع وحجم المحل (صغير: 50-100، متوسط: 100-200، كبير: 200-500 + فاتورة)

50

ريال للفاتورة

150

فاتورة يومياً

متوسط قيمة الفاتورة: يتراوح عادة بين 30-80 ريال، حسب نوعية العملاء ونطاق التسوق

متوسط قيمة المشتريات

متوسط عدد الفواتير

ساعات الذروة: صباحاً (9-7)، وقت الغداء (12-2)، مساءً (5-9) حيث تتركز 70-80% من المبيعات

الموسمية: زيادة في رمضان وال العطلات، وانخفاض في بعض الأشهر الهدئة

225K

ريال شهرياً

7,500

ريال يومياً

المبيعات المتوقعة

إجمالي مبيعات

## سياسة التسعير الذكية

### السلع الجاذبة

#### السلع ذات الهامش العالى

منتجات العناية الشخصية، الوجبات الخفيفة، بعض المنظفات (30-50%)

#### السلع ذات الهامش المتوسط

معظم المنتجات الغذائية والمشروبات بهامش ربح معقول (15-25%)

منتجات أساسية بهامش ربح ضعيف (5-10%) لجذب العملاء: خبز، حليب، بيض، سكر، أرز

تذكر: النجاح في التسعير ليس فقط في هامش الربح، بل في معدل دوران المخزون. من الأفضل بيع سلعة بهامش 10% لكنها تدور 20 مرة شهرياً، من سلعة بهامش 40% تدور مرتين فقط.

# تحليل المخاطر و خطة إدارتها

## المخاطر الرئيسية المحتملة

### منافسة جديدة

الخطر: دخول سلسلة كبرى أو افتتاح سوبر ماركت قريب



التحفيض: بناء قاعدة عملاء مخلصين، التميز في الخدمة والجودة، تنويع المنتجات الخاصة

### ارتفاع التكاليف

الخطر: زيادة الإيجار، ارتفاع أسعار الموردين، أو فواتير الخدمات



التحفيض: عقود طويلة الأمد مع تثبيت الإيجار، علاقات قوية مع موردين متعددين، كفاءة استهلاك الطاقة

### الخسائر والسرقة

الخطر: تلف البضائع، انتهاء الصلاحيات، سرقات من العملاء أو الموظفين



التحفيض: نظام مراقبة قوي، جرد دوري صارم، إدارة فعالة للمخزون، تأمين شامل، وسياسات داخلية واضحة

### تقلب الطلب

الخطر: انخفاض المبيعات في مواسم معينة أو تغير عادات الاستهلاك



التحفيض: تنويع المنتجات، عروض موسمية جاذبة، احتياطي نقدي لغطية الأشهر الضعيفة

### تغييرات تنظيمية

الخطر: تشريعات جديدة، اشتراطات إضافية، أو رسوم حكومية جديدة



التحفيض: متابعة دائمة للتحديثات النظامية، الالتزام الكامل بالقوانين، وضع احتياطي مالي لتكيف السريع



مبدأ ذهبي: الاحتياطي النقدي هو درع الأمان. احتفظ دائمًا بما يكفي لغطية 3-6 أشهر من المصروفات التشغيلية لمواجهة أي ظرف طارئ بثقة.

# خطة التنفيذ والجدول الزمني

مراحل تنفيذ المشروع من الفكرة حتى الافتتاح



إجمالي المدة المتوقعة: حوالي 4-3 أشهر من بداية التخطيط حتى الافتتاح الرسمي، وقد تختلف المدة حسب سرعة إنجاز التراخيص وتتوفر الموقع المناسب. من المهم وضع جدول زمني واقعي مع تحديد المسؤول عن كل مرحلة، ومراجعة التقدم بشكل أسبوعي لتجنب التأخير.

# الملحق والنماذج الداعمة

## وثائق تفصيلية لإثراء دراسة الجدوى



### كتالوجات التجهيزات

صور ومواصفات فنية تفصيلية للتجهيزات المقترحة مع عروض أسعار حقيقة من الموردين، تشمل: الأرفف، الثلاجات، أنظمة الكاشير، كاميرات المراقبة، وجميع المعدات الأساسية.



### المخططات الهندسية

رسومات تفصيلية توضح تصميم المحل الداخلي، موقع الأرفف والثلاجات، نقاط الكاشير، مسارات حركة العملاء، مخارج الطوارئ، ومناطق التخزين. يفضل إرفاق مخطط ثلاثي الأبعاد لتصور أفضل.



### عروض واتفاقيات أولية

نسخ من العروض المبدئية أو خطابات النوايا مع الموردين الرئيسيين، مشروع عقد الإيجار، وأي اتفاقيات أخرى توضح جدية الشراكات التجارية وواقعية الأرقام المستخدمة في الدراسة.



### جداؤل مالية تفصيلية

ملفات إكسل شاملة تحتوي على: جدول التجهيزات بالكميات والأسعار، جدول الرواتب الشهرية، قائمة الأصناف الرئيسية مع هامش الربح التقديرية، التدفقات النقدية الشهرية، وحسابات نقطة التعادل.



### بيانات السوق والاستطلاعات

نتائج أي استطلاعات ميدانية تم إجراؤها على سكان المنطقة، إحصائيات سكانية، بيانات عن المنافسين، وأي تقارير سوقية ذات صلة تدعم الافتراضات المستخدمة في الدراسة.



### صور الموقع المقترن

صور فوتوغرافية للموقع الفعلي من الداخل والخارج، الشارع المحيط، المنطقة، والمنافسين القريبين. هذا يعطي تصوراً واقعياً عن البيئة التجارية.

يجعل هذه الملحق دراسة الجدوى أكثر مصداقية واحترافية، وتساعد المستثمرين أو البنوك على اتخاذ قرارات واثقة. كما أنها تصبح مرجعاً عملياً أثناء التنفيذ الفعلي للمشروع.

# ابدأ رحلتك الآن

## من الحلم إلى الواقع

لقد استعرضنا معاً خارطة طريق كاملة لبناء مشروع سوبر ماركت ناجح، من الفكرة الأولى حتى الافتتاح والتشغيل. هذا القالب هو بوصلك العملي.

### المبادئ الذهبية للنجاح

**التخطيط الدقيق:** لا تستعجل، خذ وقتك في إعداد دراسة جدوى شاملة

**الواقعية المالية:** كن محافظاً في تقديراتك، وضع احتياطي للطوارئ

**فهم السوق:** اعرف عملاءك ومنافسيك بعمق قبل أي استثمار

**الجودة والخدمة:** هما أساس الولاء والنمو المستدام

**المرونة والتطوير:** كن مستعداً للتكيف مع التغيرات

الآن بعد أن أصبحت تمتلك الإطار الكامل، حان وقت العمل:

1. حدد الموقع المثالي بعناية

2. احسب تكاليفك بدقة وواقعية

3. ابدأ بالإجراءات النظامية مبكراً

4. بن علاقات قوية مع موردين موثوقين

5. ركز على التميز في الخدمة منذ اليوم الأول

نجاح مشروعك يبدأ بخطوة واثقة، مدرومة بتخطيط محكم ورؤية واضحة. بالتوقيق في رحلتك الريادية!