

الفصل الرابع

❖ اختيار موقع المطعم :

ليس من المبالغة عند التأكيد على أهمية موقع ومكان المطعم سواء كان ذلك داخل الفندق ام مستقلا وقد لا يكون أي موضوع أكثر أهمية من الاختيار الصحيح لموقع المطعم . فهو الأساس الذي تتركز عليه الدراسات الأولية . وأن التغذية السليمة للمعلومات من عناصر تكوين القرار باختيار موقع ومكان المطعم تؤدي بالنتيجة إلى بداية ناجحة . ويعتمد استمرارها على العناصر الأخرى مثل :درجات الخدمات ، نوع المطعم ، الأسعار .. الخ .

وفي مقدمة الدول المتقدمة سياحيا وفندقيا تتواجد مؤسسات استثماريا عديدة تضع خبرتها تحت تصرف المستثمرين لاختيار مكان وموقع مشروع المطعم مع إجراء مسح كامل للسوق أو المنطقة .

يعتمد تحديد موقع المطعم على قدرة ادارة المطعم أو خبراء المطاعم والفنادق في اتخاذ القرار السليم والمناسب لضمان نجاح تشغيل المطعم . وتحقيق عائد مناسب للمساهمين أو المستثمرين أو الدولة في حالة عائدية المطعم للقطاع الاشتراكي . ويجب التركيز على جانب مهم هو أن لكل نوع من أنواع المطاعم خصوصية تميزه عن غيره من الأنواع الأخرى عند اختيار موقع هذه المطاعم فموقع مطاعم الخدمة الذاتية يختلف بلا شك عن موقع المطاعم المتخصصة الفرنسية أو الشرقية أو النوادي الليلية ، كذلك مطعم السناك بار يختلف موقعه عن المطاعم الأخرى ، وعلى العموم يجب أن يتم تحديد الأسس المهمة التي تتخذ مقياسا لقرارات اختيار الموقع ،وكما هو واضح فإذا كان المالك أو المستثمر أو العاملون ذوي خبرة ودراية بالعمل الفندقي وفي تقديم وخدمة الطعام والشراب زادت نسبة النجاح في تسخير الموقع للمطعم وفي تحقيق عوائد مناسبة عالية .

أما أهم الأسس التي تعتمد في اختيار موقع المطعم فيمكن حصرها في الاتجاهات الآتية :

- ١ . الكثافة السكانية .
- ٢ . تواجد منشآت صناعية وشركات تجارية ومؤسسات تعليمية وحجمها ومدى تأثيرها في الموقع .
- ٣ . الشرائح الاجتماعية وقدرة المواطن الشرائية .
- ٤ . طرق المواصلات .
- ٥ . التشريعات القانونية وقانون العمل .
- ٦ . مراكز تجهيز المواد الأولية .
- ٧ . الاستقرار السياسي والاقتصادي والجغرافي .
- ٨ . عادات وتقاليد وثقافة المنطقة .

٩. طبيعة المنافسون - القرب أو البعد عن مطاعم قائمة والتشابه من عدمه في النوعية والتخصص
١٠. التطور السياحي في المنطقة :
١١. العمالة ومصادرها .

ولتوضيح أهمية هذه الاتجاهات سوف يتم التطرق باختصار لما ذكر سابقا من عوامل تتحكم في مسار اتخاذ القرار المناسب ومن الجدير بالذكر أن العوامل والاتجاهات المذكورة قد لا يحتاج إليها جميعا المستثمر أو المالك في مكان معين وقد يحتاجها جميعا أو جزء منها في مكان آخر ، وتعتمد أيضا على نوع المطعم أو المشرب أو الفندق :

١. الكثافة السكانية :

أن وجود كثافة سكانية عالية تدل دلالة ايجابية ومؤثرة ولها دور مهم في زيادة المبيعات وارتفاع عدد أكبر من الرواد للمطعم أو المشرب أو الفندق وهذا يعتمد على عامل آخر وهو نسبة المطاعم أو الفنادق الى نسبة الكثافة السكانية . ويجب على متخذ القرار باختيار موقع المطعم أن يكون له المام كاف لنسبة السكان وتركزهم ، ولا بد من مراعاة نقطة حيوية هي معرفة الفئات العمرية للمنطقة واختيار المطعم المناسب . وهذا يعني تصنيف الكثافة السكانية الى شيوخ - شباب - أطفال - نساء - رجال .. الخ .

٢. وجود منشآت صناعية وشركات تجارية ومؤسسات تعليمية (حجمها وتأثيرها على الموقع) :

لا يختلف اثنان على حقيقة واحدة ، هي أن النقل المادي أو المحرك لنشوء المطاعم نتاج لتركز مؤسسات ونشاطات صناعية ، وتجارية ، وتعليمية . ونلاحظ ذلك بوضوح انتشار المطاعم التي تقدم وجبات الطعام السريعة وبالأخص التي انتشرت مع تقدم الصناعة والتجارة في المدن الأوروبية والأميركية ومراكز المدن التجارية (FAST FOODSERVICE REST AURANTS) والتي تحقق أرباحا هائلة . فعلى سبيل المثال أن سلسلة مطاعم (ماكدونالدز MACDONALDS) للهمبركر والبطاطا لها فروع تبلغ حوالي (٩٠٠٠) مطعم في العالم وقد حققت إيرادا لسنة ١٩٨٥ يقدر بـ (١١) مليار دولار ، وهي تنتشر في أمريكا وأوروبا واسبيا وأفريقيا . أن هذه السلسلة من المطاعم ما كان لها أن تتوسع أو تنتشر لولا وجود مراكز صناعية وتجارية وتعليمية في مراكز المدن وانشغال الناس ساعات طويلة في مصانعهم ومكاتبهم ومؤسساتهم ومدارسهم وجامعاتهم يجعلهم يلجأون الى تناول وجبات طعام سريعة ورخيصة . فالمستثمر أو صاحب المطعم يجب أن يضع عينه هذه الحقيقة عند اختياره للموقع ، ولا بد من وجود حقائق بالأرقام تساعد على تقدير حاجة السوق .