



ملف استثماري شركة هرمان للتغذية والاعاشة ٢٠٢٥ - ٢٠٣٠

"هرمان ٢٠٣٠: شراكة استراتيجية في قصة نجاح سعودية"

مطاعم الأكل السعودي
مطابخ اعاشة الحج والعمرة
مصانع تصنيع الوجبات والخلطات

سري - للاستخدام الخاص فقط

◆ الملخص التنفيذي (Executive Summary)

تعد شركة هرمان للتغذية والإعاشة نموذجًا رائدًا في تقديم المأكولات السعودية الأصيلة برؤية عصرية وبنية تشغيلية متقدمة، شركة هرمان هي شركة سعودية ١٠٠٪ تأسست عام ٢٠٠٤ على يد رائدي أعمال سعوديين وتحمل اسمًا سعوديًّا أصيلًا مستمدًا من جبل "هرمان" الشهير في المنطقة الجنوبية، ودار اليوم بكوادر سعودية وثقافة منتجًا سعوديًّا بهوية سعودية خالصة وانطلقت من الطائف لتحدث تحولًا جذريًّا في مفهوم الأكل التراثي وفي مقدمته "السليق"، وتقديمه بطريقة حديثة وجودة عالية. وهو طبق معتمد رسميًا من هيئة فنون الطهي لتمثيل منطقة مكة المكرمة ومكرّس في الوعي الشعبي والثقافي من خلال ظهوره في المسرح والسينما. واليوم تمثل هرمان قصة نجاح سعودية مستمرة منذ ٢٠ عامًا

على مدى العقدين الماضيين أثبتت هرمان جدارتها في السوق السعودي من خلال توسّع عملياتها إلى ١٠ فروع وبناء مطبخ مركزي لإعاشة الحجاج والمعتمرين ومصنع متخصص لإنتاج الخلطات والوجبات الجاهزة مع التركيز على الكفاءة والجودة والتجربة الموحدة في جميع الفروع وتمتلك الشركة اليوم حصة سوقية قيادية في صنف السليق ما جعلها مرجعًا في هذا القطاع ووجهة مفضلة للعملاء المحليين والسياح.

تشهد المملكة اليوم طفرة اقتصادية مدفوعة برؤية ٢٠٣٠، والتي جعلت من الهوية الوطنية، الثقافة، والسياحة محاور رئيسية في التنمية. في هذا السياق تتصدر مطاعم هرمان مشهد الأكل التراثي وتتمتع بمكانة استراتيجية تخولها للاستفادة من النمو المتسارع في قطاعي السياحة الدينية والثقافية، خاصة في ظل موقعها في مكة وتاريخها في تقديم الإعاشة خلال مواسم الحج والعمرة.

ومع النمو المتسارع في عدد السياح، والحجاج، والمعتمرين والذي تستهدف المملكة رفعه إلى ١٠ مليون زائر سنويًا تزداد الحاجة إلى تجربة طعام تمثل الهوية السعودية ويعد هرمان سفيرًا للمذاق المحلي وروح الضيافة السعودية التي يبحث عنها الزائر والمستهلك المحلي على حد سواء.

من مكة المكرمة قلب السياحة الدينية، التي تستقبل أكثر من ٢٠ مليون حاج ومعتمر، وتشكّل نقطة جذب عالمية وتجارية مستمرة طوال العام تسعى الشركة الآن إلى تنفيذ خطة توسع استراتيجية تشمل افتتاح ٦٠ فرعًا في جميع مناطق المملكة ودول الخليج وإعادة تشغيل المطبخ المركزي لإعاشة الحجاج والمعتمرين ومصنع الخلطات والأغذية لتلبية الطلب المؤسسي والتجاري، بالإضافة إلى إطلاق خطوط إنتاج للوجبات الجاهزة والخلطات والحلويات وغيره بما يخدم الفروع والبيع الخارجي، وتوسيع نموذج الامتياز التجاري. وتستند هذه الخطة إلى بنية تحتية جاهزة، ووصفة موحدة، وكادر إداري وتنفيذي مؤهل.

اليوم، تتجاوز شركة هرمان حدود الطعام لتصبح قصة ثقافية وتجارية جاهزة للتوسع، بقيادة سعودية محترفة، وهوية قوية، وخبرة تتجاوز ٢٠ عامًا في قطاع الإعاشة والمطاعم الموسمية. تدير الشركة نموذجًا تشغيليًا ذكيًا ومنخفض التكاليف، ومطبخًا مركزيًا لإنتاج خلطات موحدة تضمن جودة ثابتة، ونظام تشغيل قابل للتوسع في جميع أنحاء المملكة والخليج.

إن هذا العرض الاستثماري لا يُقدم فقط على أساس أرقام مالية، بل يُبنى على فرصة ثقافية وطنية تتمثل في تصدير هوية الأكل السعودي إلى داخل المملكة وخارجها، وبناء سلسلة غذائية مستدامة تنتمي للناس، وتروي قصة المكان.

◆ فرضية الاستثمار – (Investment Thesis)

تمثل شركة هرمان للإعاشة والتغذية فرصة استثمارية فريدة في قطاع الأغذية السعودي وتحديداً في المساحة التي تجمع بين الهوية الثقافية، الجاهزية التشغيلية، والطلب المتنامي على الأكل التراثي.

من خلال منتجها الرائد السليق، والذي نجحت في تحويله من طبق موسمي إلى منتج يومي يقدم بجودة عالية وهوية ثابتة، تمكنت هرمان من قيادة السوق في هذا الصنف وتحقيق ولاء واسع من العملاء، ما جعلها اليوم مرجعية في هذا المجال، وبنموذج تشغيلي جاهز للتوسع.

تستند فرضية الاستثمار في هرمان إلى خمسة ركائز أساسية:

١- ريادة سوقية قائمة على منتج تراثي قوي

هرمان تتصدر قطاع الأكل السعودي التقليدي من خلال منتجها الرئيسي السليق، الذي يمثل أكثر من ٦٠٪ من مبيعاتها حيث نجحت الشركة في توحيد جودة الطعم والتجربة في جميع الفروع وهو ما لم يتمكن أي منافس حتى الآن من تحقيقه على المستوى الوطني، هذا يمنح هرمان ميزة تنافسية يصعب تقليدها، خاصة مع ارتفاع الطلب على العلامات السعودية الأصيلة.

٢- موقع استراتيجي في قلب السياحة الدينية

يقع المقر الرئيسي لهرمان في مكة المكرمة، المدينة الأكثر نشاطاً في مواسم الحج والعمرة، ما يمنحها أفضلية طبيعية في تلبية احتياجات الإعاشة الجماعية والفردية، وتعتبر الشركة اليوم من المزودين المعتمدين لخدمات الطعام في المواسم الكبرى، ما يفتح لها فرصاً موسمية قابلة للتكرار والتوسع.

٣- نموذج عمل جاهز للتوسع بكفاءة عالية

من خلال نظام تشغيل موحد، وعمليات مؤتمتة ومدعومة تقنياً، أصبحت هرمان مؤهلة لتكرار نموذج نجاحها بسهولة في أي مدينة داخل المملكة، الشركة لا تعتمد على الأفراد في نقل الخبرة، بل على معايير وإجراءات عمل تجعل من التوسع قراراً منطقياً وقليل المخاطر.

٤- مواءمة استراتيجية مع مستهدفات رؤية ٢٠٣٠

تندرج هرمان ضمن القطاعات التي تحظى بدعم مباشر من الحكومة ضمن رؤية السعودية ٢٠٣٠، بما في ذلك دعم المطاعم السعودية، إحياء المأكولات التراثية، تعزيز السياحة الداخلية، وتمكين العلامات الوطنية من التوسع وهو ما يوفر بيئة تشريعية وتمويلية محفزة للنمو المستدام.

٥- خطة استثمارية طموحة وعوائد واعدة

تسعى الشركة حالياً إلى شراكة استراتيجية أو استثمار مالي قدره ٥٦ مليون ريال سعودي لتمويل خططها التوسعية التي تشمل: افتتاح ٦٠ فرع جديد في جميع مناطق المملكة والخليج، إعادة إنشاء مطبخ الإعاشة للحجاج والمعتزمين والشركات، إعادة إنشاء مصنع هرمان لتصنيع الخلطات الجاهزة والوجبات الجاهزة والإصناف الجانبية لخدمة الفروع والبيع الخارجي، تعزيز الخدمات الجماعية، تفعيل الامتياز التجاري، وتطوير التسويق الرقمي.

الاستثمار في شركة هرمان لا يمثل فقط فرصة مالية مغرية في سوق مزدهر، بل هو استثمار في علامة سعودية ثقافية، ذات جاهزية تشغيلية عالية، وهوية واضحة، وطلب متنام مما يجعلها مرشحة قوية لتصبح سلسلة وطنية كبرى في الأكل التراثي السعودي.

العوامل المحفزة للاستثمار:

- هوية وطنية راسخة: شركة سعودية ١٠٠٪، يقودها مؤسسون سعوديون، باسم سعودي، ومنتج سعودي أصيل، في قطاع مدعوم رسمياً ضمن مستهدفات رؤية ٢٠٣٠.
- ميزة تنافسية فريدة: تقديم وجبة "السليق" بطريقة مؤسسية غير مسبوقة في السوق، وتمثيلها رسمياً كطبق تراثي لمنطقة مكة.
- موقع استراتيجي: تمركز في مكة المكرمة أحد أكبر مراكز الجذب السياحي والديني في العالم، بطاقة استيعابية تفوق ٣٠ مليون زائر مستقبلي سنوياً
- نموذج تشغيل مرن وقابل للتوسع: تشغيل الفروع بمساحات صغيرة وموارد بشرية محدودة مع تحقيق ثبات في الجودة وسرعة في الخدمة.
- جاهزية تشغيلية: فروع قائمة، وصفات موحدة، أنظمة تشغيل متكاملة، ومطبخ ومصنع قيد التوسع يدعمان النمو الفوري.
- سجل مالي سابق حقق فيه ٤ فروع فقط مبيعات ٦٣ مليون ريال في ٢٠١٦.
- سجل حافل بخدمة الحجاج والمعتمرين والمؤسسات الكبرى عبر عقود إعاشة مرموقة.
- خبرة تشغيلية في إعاشة الحج والعمرة بعقود رسمية مع حملات كبرى محلية ودولية (مثل حملة خادم الحرمين الشريفين، والطبباطي الكويتية).
- خبرة في عقود إفطار الصائم منذ ٢٠١٥ بتقديم ١٠,٠٠٠ وجبة يومياً في جامع الراجحي بمكة.

يستند العرض الاستثماري إلى تقييم عادل للشركة بقيمة ١٢٠ مليون ريال قبل التمويل، في مقابل استثمار مباشر بقيمة

٥٦ مليون ريال، يمنح المستثمر حصة ٣١,٨٪ في شركة جاهزة للنمو والتوسع. سيتم توجيه الاستثمار الى:

- افتتاح ٦٠ فرعاً جديداً في جميع مناطق المملكة ليكون اجمالي عدد الفروع ٧٠ فرع.
- انشاء مستودع مركزي والعمل على تأسيس سجل لاستيراد الأرز والتوابل والزيت وغيره من المواد الغذائية لخدمة فروع هرمان والبيع الخارجي لتنويع مصادر الدخل.
- انشاء وتجهيز مطبخ مركزي في مكة المكرمة التوسع في خدمات الإعاشة لتغطية موسم الحج والعمرة والفنادق والشركات وتحضير وجبات مسبقة التجهيز والتعاقد مع حملات الحج والعمرة وإعاشات القطاعات الحكومية والخاصة.
- انشاء وتجهيز مصنع في هيئة مدن الصناعية لإنتاج الخلطات الخاصة والتوابل والصوصات والسمبوسة والحلويات والوجبات الجاهزة وبيعها للمطاعم والمحلات التجارية والهايبر ماركت والماركت وخدمة فروع الشركة وفروع الامتياز التجاري لتنويع مصادر الدخل.
- تطوير هوية جديدة للشركة وترميم الفروع القديمة وتطوير منظومة النقل والمواصلات.
- تطوير تطبيق رقمي لتحسين تجربة العملاء وتقليل التكاليف التشغيلية.
- تطوير تطبيق توصيل خاص بهرمان ويتم التعاقد مع شركات لوجستية لتوصيل الطلبات لتفادي الرسوم الكبيرة لتطبيقات التوصيل لتعزيز تجربة العملاء وزيادة المبيعات.
- القيام بحملات دعائية وتسويقية.

عن الشركة

الجدور، الهوية، والمرتكزات التشغيلية

Origins, Identity, and Operational Foundations



نبذة عن الشركة

شركة هرمان للتغذية والإعاشة هي شركة سعودية رائدة في قطاع الأغذية والمطاعم والإعاشة، تأسست عام ٢٠٠٤ على يد رائدي الأعمال السعوديين المهندسين عابد راجح المالكي والأستاذ عبد العزيز عوض المالكي، بهدف إحياء الأكلات التراثية السعودية وتقديمها بأسلوب عصري، مع الحفاظ على النكهة الأصلية والهوية الثقافية.

جاء اسم "هرمان" من أحد الجبال التاريخية الواقعة في محافظة أضم جنوب المملكة، وتحديدًا في بني مالك - مما يعكس الانتماء الجغرافي والرمزي العميق لهوية السعودية الأصلية، وقد اختير الاسم ليحمل في طياته رمزية الكرامة، الأصالة، والجذور المتأصلة في التراث المحلي.

منذ تأسيسها، تميزت هرمان برؤية واضحة في تطوير نموذج عمل مؤسسي قابل للتوسع، يقوم على توحيد الجودة في جميع الفروع، وتحويل الأكلات الشعبية من مناسبات موسمية إلى وجبات يومية ذات طابع تراثي أصيل، ويُعد طبق السليق هو المنتج الأبرز والأكثر طلبًا لدى الشركة، حيث يمثل أكثر من ٦٠٪ من إجمالي المبيعات ويُعتبر السليق من أعرق الأطباق السعودية الأصلية المنتشرة في مناطق الجنوب والحجاز، ويحمل في مكوناته وطرق تحضيره التراث الثقافي والغذائي لمنطقة مكة والطائف تحديدًا.

وقد تم اعتماده رسميًا من هيئة فنون الطهي كطبق يمثل منطقة مكة المكرمة، وهو ما يعزز قيادة شركة هرمان في تقديم هذا الصنف بهوية سعودية أصيلة وجودة ثابتة.

حولته هرمان من طبق كان يُقدم فقط في الولائم والمناسبات الكبرى، إلى وجبة يومية متاحة للجميع بطابع عصري، مع الحفاظ على نكهته الأصلية وطريقة تقديمه التراثية، لتجعل منه حجر الأساس في هوية الشركة ومصدرًا رئيسيًا لولاء العملاء وتميز العلامة.

يقود الشركة حاليًا الرئيس التنفيذي الأستاذ نواف عابد المالكي، أحد أبناء المؤسسين، والذي تولى إدارة التحول المؤسسي بعد فترة من التحديات، ونجح في إعادة هيكلة العمليات، وتوسيع شبكة الفروع، ورفع الكفاءة التشغيلية من خلال نظام مركزي للتصنيع والتحضير يضمن الاتساق والجودة في كل فرع.

تدير هرمان اليوم ١٠ فروع مجهزة بالكامل في مواقع استراتيجية في الطائف، مكة المكرمة، جدة، والمدينة المنورة، جميعها تعمل بنظام تشغيلي موحد مدعوم بمطبخ ومستودع مركزي متطور، يضمن تجانس النكهة وسرعة الإمداد عبر أسطول نقل داخلي منظم.

إلى جانب نشاط المطاعم، تقدم الشركة خدمات إعاشة وتمويل شاملة للقطاعات الحكومية والخاصة، خاصة خلال مواسم الحج والعمرة، كما تقدم خدمات تجهيز الولائم والبوفيهات للمناسبات العائلية والخاصة، إلى جانب وجبات إفطار الصائم الجماعية في رمضان.

كما تتوسع هرمان في قطاع الامتياز التجاري، عبر منح حقوق تشغيل فروعها لمستثمرين مؤهلين، وفق معايير تشغيل واضحة وتدريب كامل.

تطمح هرمان لأن تكون الوجهة الأولى للأكل السعودي محليًا وعالميًا، من خلال تطوير تجربة طعام تتجاوز حدود النكهة إلى قصة وهوية وتراث سعودي حقيقي، يقودها اسم سعودي، بمنتج سعودي، تحت إدارة سعودية، وبقيادة سعوديين مؤمنين بأن الأكل يمكن أن يكون سفيرًا للثقافة إذا قُدم بالشكل الصحيح.

ومع تصاعد الاهتمام بالسياحة والتراث ضمن رؤية المملكة ٢٠٣٠، تضع هرمان نفسها في موقع استراتيجي للاستفادة من هذه التحولات عبر توسعة انتشارها، وتطوير قدراتها الإنتاجية، وتعزيز حضورها في المملكة والخليج.

الرؤية:

أن نجتمع العالم حول مائدة الأكل السعودي، ونمثل المملكة عالميًا من خلال تقديم المأكولات التراثية بأسلوب مبتكر وجودة عالية ونشر ثقافة الأكل السعودي وتعزيز مكانته عالميًا.

الرسالة:

الارتقاء بثقافة الأكل السعودي مع الحفاظ على التراث وتطويره، ليناسب الأذواق الوطنية والعالمية، وفق أحدث معايير الجودة والسلامة الغذائية.

القيم:

- الجودة والتميز في كل وجبة تُقدَّم.
- الحفاظ على التراث من خلال تقديم أكلات سعودية أصيلة.
- الابتكار في تطوير المنتجات والخدمات.
- المسؤولية الاجتماعية بتمكين الشباب السعودي ودعم التوطين.

الميزة التنافسية:

- السليق هو الميزة التنافسية الأولى لهرمان تُعد وجبة السليق العلامة الفارقة لشركة هرمان، قبل تأسيس هرمان كان الحصول على وجبة السليق شبه معدوم حيث كان يُقدم فقط في الولائم والمناسبات الكبرى، من هنا بدأت فكرة هرمان بتوفير وجبة السليق لتكون وجبة فردية حيث تقدم بجميع أنواعها (دجاج، لحم، وحاشي) وبطريقتين (الطائفي والحجازي).
- ويمثل السليق الحصة الأكبر من مبيعات الشركة نظراً لعدم وجود منافس قوي له في السوق حيث يجذب هذا الطبق جمهوراً واسعاً يبحث عن تجربة طعام تجمع بين الأصالة والابتكار.
- اعتماد هيئة فنون الطهي للسليق كالصنف الرسمي لمنطقة مكة يؤكد مكانته كوجبة تراثية أصيلة تمثل هوية المنطقة، هذا يعزز ريادة هرمان في تقديم السليق حيث كانت سبّاقة في تطويره بأسلوب يناسب الأفراد والجماعات مما يعزز حضورها كممثل رئيسي للأكل السعودي التقليدي.
- ازداد انتشار السليق وشعبيته مما جعله يدخل عالم الفن من خلال فيلم "سليق" الذي فاز بجائزة أفضل فيلم في فئة الأفلام العربية في مهرجان أنيماتكس في القاهرة وعُرض أيضاً في مهرجان البحر الأحمر السينمائي وافتتح مهرجان أفلام السعودية. بالإضافة إلى ذلك، تم تقديم مسرحية "سليق وباغيت" بدعم من وزارة الثقافة السعودية والفرنسية التي توضح التناغم بين ثقافات البلدين والتمازج بين فخامة الثقافة السعودية وأناقة الثقافة الفرنسية.
- تتمتع شركة هرمان بميزة استراتيجية فريدة بتمركزها في مكة المكرمة التي تعد نقطة جذب دينية وسياحية عالمية تستقبل ملايين الزوار من السياح والحجاج والمعتمرين سنوياً، هذه الميزة تمنح هرمان خبرة عميقة في التعامل مع المواسم المزدحمة وتقديم خدمات غذائية عالية الجودة.
- ابتكرت شركة هرمان نموذج عمل فريد بعد خبرة ودراسات مكثفة يتيح تشغيل الفروع بمساحة لا تتجاوز ٣٠٠ متر وبحد أقصى ٩ موظفين بما فيهم المدير وموظف المبيعات مع تقديم الخدمة والمنتج بجودة مثالية. هذا النموذج يقلل التكاليف التشغيلية مثل الإيجار، العمالة، والكهرباء وغيرها ويعتمد على تبسيط العمليات التشغيلية عبر استخدام الخلطات الجاهزة المنتجة في المطبخ المركزي، مما يضمن ثبات الجودة وسهولة التحضير حيث يقتصر دور الموظف على إضافة الخلطة إلى الأرز فقط دون الحاجة إلى عمليات تحضير معقدة مما يجعل الفروع أكثر كفاءة وربحية.
- علامة تجارية مشهورة في مجال المأكولات السعودية مع سجل حافل بالنجاحات.
- تقديم وجبات رئيسية تلبي أذواق السعوديين والسياح.
- تقديم خدمات الإعاشة المتكاملة للحج والعمرة والمناسبات الكبرى والشركات ووجبات إفطار الصائم
- تصنيع الخلطات الموحدة في مطبخ مركزي وتوزيعها على الفروع لضمان ثبات الجودة.
- نموذج عمل متكامل يشمل الفروع، الامتياز التجاري، وخدمات الإعاشة.
- خبرة طويلة في تشغيل وإدارة المطاعم وتصنيع الخلطات والحلويات وتقديم خدمات الإعاشة للحجاج والمعتمرين والشركات.
- فريق إداري محترف وذو خبرة كبيرة لإدارة الشركة.
- فرصة لاستيراد المواد الغذائية لتلبية متطلبات الشركة والسوق السعودي.
- دعم حكومي لقطاع السياحة والضيافة والحج والعمرة ضمن رؤية ٢٠٣٠.

نطاق الخدمات والمنتجات

تقدم شركة هرمان للإعاشة والتغذية تجربة طعام سعودية أصيلة ومتكاملة تستند إلى وصفات تراثية عريقة ومعايير تشغيل حديثة تستهدف الأفراد، المؤسسات، والشركات. وتشمل خدماتها:

أولاً: تقديم الوجبات الرئيسية داخل المطاعم

- السليق الأصلي:
الطبق المميز للشركة والأكثر مبيعاً يُحضّر من أرز أمريكي فاخر ويُسقى بالحليب الطازج والسمن الطبيعي ويُقدّم بالدجاج، ولحم الأغنام، ولحم الحاشي، بالطريقتين الطائفي والحجازي المحمر مع خيار إضافي مخصص للحمية (دايت)، دون المساس بالنكهة التراثية.
- الكبسة السعودية:
كبسة الدجاج ولحم الأغنام والحاشي بخلطة هرمان الخاصة بطابع سعودي أصيل ونكهات متوازنة.
- البرياني الهندي:
برياني الدجاج ولحم الأغنام والحاشي، مطبوخ بتوابل هندية مستوردة حارة، يُقدّم بمذاق هندي أصيل لعشاق التنوع.
- المندي:
مندي الدجاج لحم الأغنام بنكهة مدخنة (سموكد) مستوردة من أمريكا، يُقدّم كخيار صحي بطابع شعبي.
- المظبي على الحجر:
لحم أو دجاج مشوي على الحجارة بطريقة المظبي التقليدية، مع أرز شعبي غني بالنكهة.
- الحلويات:
كنافة هرمان الأصلية محضّرة بوصفة خاصة تجمع بين الطراوة والقرمشة.
- الأطباق الجانبية:
الجريش السعودي الأصيل، إيدام البامية، إيدام المسقعة، والمرق التراثي.
- السلطات والمقبلات:
السلطة الخضراء، سلطة الخيار باللبن، السلطة الحارة، الطحينة.
- المشروبات الغازية واللبن

ثانيًا: خدمات الإعاشة في موسم الحج والعمرة

تعد شركة هرمان من الأسماء الرائدة في قطاع الإعاشة الموسمية، حيث تقدم حلولاً متكاملة لتغذية الحجاج والمعتمرين، مع الالتزام بأعلى معايير الجودة والسلامة التشغيلية.

تستند هذه الخدمات إلى خبرة طويلة وبنية تشغيلية مرنة، تشمل مطبخًا مركزيًا متخصصًا، وخط إنتاج للوجبات الجاهزة وشبه الجاهزة، مما يضمن توفير آلاف الوجبات يوميًا بكفاءة عالية، وجودة متكررة، واستجابة سريعة لمتطلبات الحجاج والمشغلين.

تقدم الشركة عدة أنماط من الخدمة حسب طبيعة التعاقد:

وجبات ساخنة (تقدم مباشرة أو توزع في عبوات حرارية)، وجبات جافة (للاستخدام السريع والتنقلات)، بوفيهات مفتوحة مجهزة داخل المخيمات والفنادق، خدمة البوفيه الميداني بفريق متخصص للإشراف والتقديم.

أبرز العقود التي نفذتها هرمان خلال السنوات الماضية:

- حملة حج ضيوف خادم الحرمين الشريفين
- حملة الطبطيني – دولة الكويت
- حملة الفلكاوي – دولة الكويت
- حملة حج أبو سرهد – المملكة العربية السعودية
- حملة التقوى – المملكة العربية السعودية
- حملة الحج الباكستانية – لندن
- حملة الحج السنغالية
- حملة الحج الإندونيسية

وغيرها من الحملات الرسمية والخاصة التي اختارت هرمان لثقتها في جودة الطعام، سرعة التنفيذ، والالتزام الكامل بالمعايير الشرعية والصحية.

هذه الخبرة المتراكمة، والبنية التشغيلية المدروسة، تجعل من هرمان شريكًا موثوقًا في مشاريع الإعاشة الموسمية الكبرى داخل المملكة.

ثالثًا: خدمات إفطار الصائمين والمناسبات الموسمية

تقدم وجبات إفطار صائم جماعية عالية الجودة في شهر رمضان، وتستهدف الأفراد، الشركات، والجمعيات الخيرية. من أبرز المشاركات الميدانية:

- مشروع إفطار صائم في جامع الراجحي بمكة المكرمة من عام ٢٠١٥ وحتى الآن، حيث تم تقديم أكثر من 10,000 وجبة إفطار وسحور يوميًا خلال الشهر الفضيل

رابعاً: الإعاشة والتموين للمؤسسات والقطاعات الخاصة

تقدم شركة هرمان خدمات تغذية ميدانية وتشغيلية للمؤسسات والشركات، تشمل:

- عقود الإعاشة اليومية للموظفين في الشركات والمصانع
- تمويل الفعاليات الرسمية، المؤتمرات، المهرجانات، والحملات الميدانية
- تقديم وجبات للمجمعات السكنية الكبيرة، الجامعات، المدارس، ومواقع العمل
- شراكات مع الجمعيات الخيرية لتقديم وجبات في المواسم الرمضانية والطارئة

يعتمد هذا القطاع على نموذج تشغيلي منظم ومطابق لاشتراطات هيئة الغذاء والدواء، ويقوم على سلسلة توريد دقيقة وإنتاج مركزي، مما يجعل هرمان شريكاً موثوقاً في الإعاشة المستمرة والدائمة.

رابعاً: خدمات الحفلات والمناسبات الخاصة

تقدم شركة هرمان خدمات ضيافة متكاملة للمناسبات العائلية والخاصة، تشمل تجهيز وتوصيل الذبائح الكاملة أو البوفيهات المفتوحة بجودة عالية وتنفيذ احترافي، يتم من خلال فروع الشركة المنتشرة. تنفذ هذه الخدمات وفق معايير موحدة تضمن ثبات الجودة وسرعة الخدمة، مع خيارات مرنة تتناسب مع حجم المناسبة وموقع العميل، مما يجعل هرمان خياراً موثوقاً للمناسبات الكبرى والصغيرة على حد سواء. هذا القطاع يُعد من روافد النمو المهمة التي تعزز ولاء العملاء وتوسع حضور العلامة خارج نطاق التشغيل اليومي.

خامساً: المطبخ المركزي

يُعد المطبخ المركزي أحد أهم أركان البنية التشغيلية في شركة هرمان، حيث يقوم بتصنيع الخلطات الخاصة للوجبات الرئيسية (مثل الكبسة، المندي، الإيدامات وغيرها)، ما يضمن توحيد الجودة وتسهيل التشغيل في جميع الفروع. كما يتم من خلاله إنتاج السمبوسة والكنافة والوجبات الجاهزة لتوزيعها داخلياً ويمكن بيعها خارجياً للمطاعم والسوبر ماركت وعقود الإعاشة مما يجعله مركزاً للتصنيع التجاري وتنويع مصادر الدخل.

الدراسة التسويقية

السوق والفرصة – قراءة للطلب، المستهلك، والمشهد التنافسي

Market & Opportunity – Demand Insights, Consumer Behavior, and
Competitive Landscape



تحليل – SWOT شركة هرمان للإعاشة والتغذية

أولاً: نقاط القوة (Strengths)

١. علامة سعودية رائدة وموثوقة: تُعد هرمان من أبرز العلامات المتخصصة في المأكولات التراثية، وتحظى بسمعة قوية وثقة واسعة من العملاء.
٢. خبرة تشغيلية طويلة: تمتلك الشركة خبرة تزيد عن ٢٠ عاماً في إدارة المطاعم والإعاشة، خاصة في مواسم الحج والعمرة، والمناسبات الكبرى.
٣. ريادة في منتج السليق: تهيمن هرمان على هذا الصنف التراثي عالي الطلب والذي يمثل أكثر من ٦٠٪ من مبيعاتها، ويُعد عنصر جذب رئيسي للسعوديين والسياح.
٤. تجربة طعام موحدة بجودة عالية: يتم تصنيع الخلطات الأساسية في المطبخ المركزي وفق وصفات ثابتة ما يضمن توحيد النكهة والجودة في جميع الفروع.
٥. مرونة التشغيل وكفاءة النماذج: تعتمد الفروع على نموذج تشغيل مبسط وفعال بمساحات صغيرة وعدد موظفين محدود مع كفاءة عالية في التكلفة.
٦. موقع استراتيجي في مكة: تركز الشركة في قلب السياحة الدينية يمنحها ميزة تنافسية كبيرة في مواسم الإعاشة ويتيح لها خدمة ملايين الزوار سنوياً.
٧. سجل مالي قوي: حققت الشركة أكثر من ٦٣ مليون ريال إيرادات في عام ٢٠١٦ من أربع فروع فقط ما يعكس قوة الطلب وربحية النموذج.
٨. تنوع الخدمات ومصادر الدخل: بين المطاعم، الإعاشة، الولائم، إفطار الصائم، وبيع الخلطات، والامتياز التجاري.

ثانياً: نقاط الضعف (Weaknesses)

١. ضعف في تملك الأصول الثابتة: لا تمتلك الشركة مباني أو أراضي مما قد يقلل من الأصول الرأسمالية لكنه في الوقت ذاته يرفع مرونة التوسع ويقلل الالتزامات الثابتة.
٢. الحاجة لرفع كفاءة الكوادر: النقص النسبي في عدد الموظفين المدربين يستدعي الاستثمار في برامج تدريب وتشغيل موحدة لدعم التوسع السريع.
٣. محدودية الحضور الجغرافي الحالي: تركز الفروع في منطقة واحدة (الغربية) يحد من الاستفادة القصوى من الفرص في مناطق المملكة الأخرى وهو ما يتم العمل عليه ضمن خطة التوسع.

ثالثاً: الفرص (Opportunities)

١. ضعف المنافسة في المطاعم السعودية التقليدية: لا يزال السوق يفتقر إلى علامات وطنية قوية في هذا المجال ما يتيح لهرمان فرصة ترسيخ موقعها محلياً ووطنياً.
٢. دعم حكومي مباشر: هناك توجه واضح من الدولة لدعم المشاريع التي تعزز الهوية الثقافية والغذائية مثل برنامج هيئة فنون الطهي ومواسم السعودية مما يعزز فرص التوسع.
٣. النمو المتسارع في السياحة: ازدياد أعداد الحجاج والمعتنمين (أكثر من ٢٠ مليون سنوياً مستقبلاً) يرفع الطلب على خدمات الإقامة عالية الجودة.
٤. توسع سوق الإقامة المؤسسية: هناك نمو كبير في الطلب على الوجبات المؤسسية للشركات والمصانع والجامعات وهو مجال يمكن أن تهيمن عليه هرمان بفضل جاهزيتها التشغيلية.
٥. التوسع في التصنيع والتوريد: إمكانية توسعة نشاط المصنع والمطبخ المركزي لتوفير الخلطات الجاهزة لفروع خارجية وشركات أخرى يفتح مصدر دخل إضافي عالي الهوامش.
٦. النمو الجغرافي الكبير داخل المملكة: المدن الكبرى والناشئة تشهد طفرة في الطلب على المطاعم التراثية ما يوفر خارطة توسع واسعة للشركة.

رابعاً: التهديدات (Threats)

١. ارتفاع التكاليف التشغيلية: مثل أسعار المواد الخام، تكاليف النقل والرسوم الحكومية والتي قد تؤثر على هامش الربح خاصة في الفروع الجديدة.
٢. تحديات ضبط الجودة مع التوسع: الحفاظ على جودة موحدة في جميع الفروع يُعد تحدياً عند الانتشار السريع ما يتطلب أنظمة رقابة ذكية.
٣. الاعتماد النسبي على التطبيقات: ارتفاع نسبة الطلب عبر تطبيقات التوصيل قد يؤثر على الربحية بسبب العمولات المرتفعة ما يستدعي بناء قنوات مبيعات بديلة مثل تطبيق هرمان الخاص.
٤. تغيير سلوك العملاء وتقلبات السوق: يجب مراقبة توجهات العملاء لضمان مواكبة التجربة المقدمة لتوقعاتهم المتغيرة.

الخلاصة:

هرمان تمتلك أصولاً غير ملموسة عالية القيمة مثل العلامة، الخبرة، والمنتج الأصيل، وتعد في وضع مثالي للهيمنة على قطاع المأكولات التراثية في المملكة، وبالرغم من وجود بعض التحديات فإن البنية التشغيلية والطلب المتزايد والدعم الحكومي يجعل من هذه التحديات فرصاً قابلة للتحكم والتحول إلى مكاسب.

دور هرمان في السياحة وتعزيز الهوية السعودية

في ظل التحول الوطني الكبير الذي تقوده رؤية السعودية ٢٠٣٠ يُشكل قطاع الأغذية التراثية أحد الركائز الأساسية لتعزيز الهوية الثقافية وإثراء تجربة الزوار، وهنا تبرز شركة هرمان للإعاشة والتغذية كعلامة وطنية واعدة تتمتع بمقومات فريدة تؤهلها لقيادة هذا التوجه محلياً وتمثيله خارجياً.

• فرصة استراتيجية في قطاع السياحة الوطنية والدولية

مع ازدهار قطاع السياحة وتوافد ملايين الزوار إلى المملكة سنوياً خاصة خلال مواسم كبرى مثل كأس العالم، كأس آسيا، موسم الرياض، ومواسم الحج والعمرة يزداد الطلب على تجارب طعام سعودية أصيلة وتلعب المطاعم المتخصصة مثل هرمان دوراً حيوياً في تقديم هذه التجربة للسياح عبر أطباق تمثل التراث وتروي حكاية المكان.

• منتج تراثي يعكس هوية وطنية

يمثل طبق السليق الذي يتخصص فيه هرمان أحد رموز المطبخ الحجازي الأصيل، وهو معتمد رسمياً كصنف تراثي لمنطقة مكة المكرمة من قبل هيئة فنون الطهي، هذا يمنح هرمان أفضلية حقيقية لتمثيل الأكل السعودي بدءاً من مكة وانطلاقاً نحو كافة مناطق المملكة وصولاً للأسواق العالمية.

• علاقة مؤسسية مع الجهات الثقافية والسياحية

أبدت وزارات الثقافة والسياحة اهتماماً جاداً في التعاون مع شركات متخصصة لتمثيل المطبخ السعودي داخل وخارج المملكة، وقد تم فتح قنوات تواصل مباشرة مع شركة هرمان حول هذا التوجه وتعمل الشركة حالياً على تطوير مواصفات تشغيلية ومعايير جودة تؤهلها للمشاركة في المحافل العالمية، من خلال نموذج فروع متنقلة أو مطابخ مؤقتة في المناسبات الدولية.

• خطة توسعية تدعم الرؤية

تشمل خطة هرمان المستقبلية افتتاح فروع في المدن المستهدفة سياحياً، وتفعيل نموذج الامتياز التجاري مع مستثمرين محليين ودوليين، ما يعزز انتشار الأكل السعودي ضمن بيئة تشغيل متسقة ومتمكنة.

• تمثيل الهوية السعودية من خلال الطعام

لا يقتصر دور هرمان على تقديم وجبات بل يمتد إلى تمثيل الهوية السعودية بقيمتها وتقاليدها من خلال النكهة والضيافة والتجربة وهذا ما يبحث عنه السياح والزوار الذين يتطلعون لاكتشاف جوهر الثقافة المحلية من خلال الطعام مما يجعل هرمان جزءاً من الحراك الثقافي الشامل.

• هرمان ليس مجرد مطعم، بل مشروع وطني قابل للتصدير يمثل الهوية السعودية في واحدة من أقوى أدوات التأثير

الثقافي: "المائدة". وهي اليوم في موقع مثالي لتكون الذراع التراثي الغذائي ضمن نهضة السياحة السعودية المتسارعة مما يجعلها شريكاً استراتيجياً مغرباً للمستثمرين الباحثين عن النمو والمساهمة في مشروع وطني واعد.

حجم السوق:

شهد سوق المطاعم في المملكة العربية السعودية نمواً ملحوظاً مدفوعاً بعدة عوامل منها التنوع الثقافي والتغيرات الديموغرافية والتطورات الاقتصادية التي تدعم خطة ٢٠٣٠ حيث قُدّرت قيمة سوق الخدمات الغذائية بحوالي ٢٧.١٨ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢٤ ومن المتوقع أن تصل إلى ٤٢.٤٨ مليار دولار أمريكي بحلول عام ٢٠٢٩. هذا النمو يعكس الزيادة في الطلب على الأطعمة المتنوعة والجودة العالية في الخدمات، ومن الجدير بالذكر أن المطاعم تحتل الحصة الأكبر من السوق مع توقعات بنمو سنوي مركب يبلغ ٨.٧٦٪ خلال الفترة من ٢٠٢٤ إلى ٢٠٢٩.

كذلك تشير توقعات كبار الاقتصاديين إلى أن استضافة السعودية لمعرض "إكسبو ٢٠٣٠" ستسهم في دعم القطاع بصورة ملحوظة وتساهم في تغيير مساراته، أما عن آخر التقارير الإحصائية فقد تبين أنه في عام ٢٠٢٣ تم تسجيل حوالي ٤ آلاف مطعم جديد ليرتفع العدد الإجمالي للمطاعم إلى ٧٠ ألفاً مما يمثل زيادة قدرها ٥٪ عن العام السابق ٢٠٢٢.

دعم رؤية ٢٠٣٠ للمشاريع والتنمية:

- تعد رؤية ٢٠٣٠ بمثابة المحرك الرئيسي للتنمية في المملكة، حيث أدت إلى إطلاق عدد من المشاريع العملاقة مثل نيوم، ومشروع البحر الأحمر، ومشاريع البنية التحتية والسياحة هذه المشاريع تحدث تحولاً اقتصادياً هائلاً مما يُزيد من فرص الاستثمار في مختلف القطاعات بما في ذلك قطاع المطاعم والتجارب الثقافية.
- تشهد السعودية تدفق استثمارات أجنبية ومحلية ضخمة نتيجة الإصلاحات الاقتصادية والتسهيلات التي تقدمها الدولة لجذب المستثمرين مما يُبرز فرصاً مميزة للعلامات التجارية ذات الهوية التراثية مثل هرمان.
- تركز الحكومة على تطوير القطاعات السياحية والثقافية مع استثمار مبالغ ضخمة في البنية التحتية مما سيزيد من أعداد الزوار والسياح إلى المملكة، هذا التطور يُسهم بشكل مباشر في زيادة الطلب على التجارب الغذائية التراثية التي تقدمها المطاعم الشعبية.
- إن التكامل بين التطوير العمراني والمشاريع السياحية يُحفز النمو في قطاعات الضيافة والإعاشة ويدعم استراتيجيات الشركات في تقديم خدمات عالية الجودة لتلبية توقعات المستهلكين المحليين والدوليين.

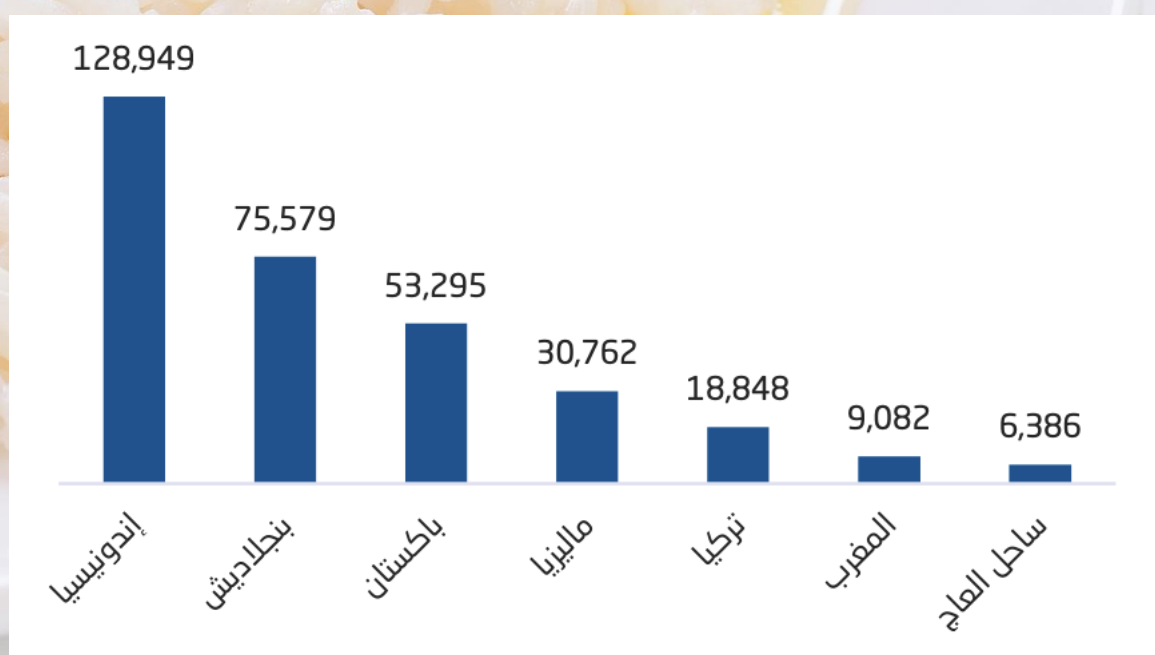
اهتمام الدولة في التراث

- ضمن إطار رؤية ٢٠٣٠ تبذل الدولة جهوداً كبيرة للحفاظ على الهوية الثقافية وتعزيز التراث السعودي سواء من خلال دعم المشاريع الثقافية أو عبر المبادرات الحكومية التي تبرز الأصالة والتراث في جميع القطاعات.
- أظهرت تقارير الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني ارتفاعاً ملحوظاً في الإنفاق السياحي على التجارب التراثية والثقافية بنسبة تصل إلى ١٥٪ سنوياً مما يعكس الثقة المتزايدة في القطاعات التي تبرز الهوية السعودية.

إحصاءات قطاع الحج:

بلغ إجمالي عدد الحجاج من داخل وخارج المملكة العربية السعودية ١,٨٣٣,١٦٤ حاجاً وحاجة في عام ٢٠٢٤ حيث بلغت نسبة الحجاج من الخارج ٨٧,٩٪ من إجمالي الحجاج بعدد ١,٦١١,٣١٠ حاجاً وحاجة قدموا عبر المنافذ المختلفة بينما بلغت نسبة حجاج الداخل ١٢,١٪ بعدد ٢٢١,٨٥٤ حاجاً وحاجة وبلغت نسبة الحجاج السعوديين ٨٪ من إجمالي الحجاج لعام ٢٠٢٤

أهم المؤشرات الرئيسية لإحصاءات الحج		
المؤشرات الإحصائية	الوحدة	العدد
إجمالي عدد الحجاج داخل المملكة	حاج/حاجة	221,854
إجمالي عدد الحجاج خارج المملكة	حاج/حاجة	1,611,310
إجمالي الحجاج	حاج/حاجة	1,833,164
إجمالي عدد الحجاج من الذكور	حاج	958,137
إجمالي عدد الحجاج من الإناث	حاجة	875,027
إجمالي عدد الدول المستفيدة من مبادرة طريق مكة	دولة	7
إجمالي عدد الحجاج المستفيدين من مبادرة طريق مكة	حاج/حاجة	322,901

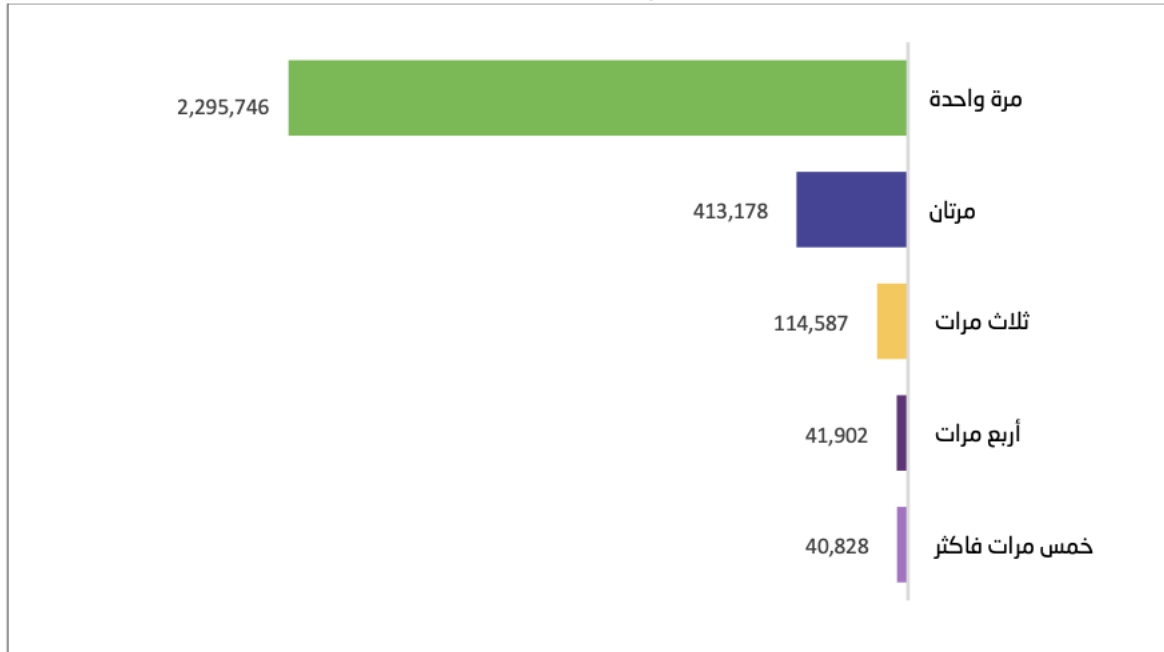


إحصاءات قطاع العمرة:

تستهدف رؤية السعودية ٢٠٣٠ زيادة عدد المعتمرين إلى ٣٠ مليون معتمر سنوياً مما يعزز الطلب على خدمات الإقامة والمطاعم ذات الهوية السعودية، وبلغ إجمالي المعتمرين ما مقداره ٦,٢٧٠,٨٦٨ معتمراً في الربع الثالث لعام ٢٠٢٤ بنسبة زيادة بلغت ٣,٣٪ عن الربع المماثل من العام الماضي حيث بلغت نسبة الذكور منهم ٥٧,٣٪ فيما بلغت نسبة الإناث ٤٢,٧٪ من إجمالي المعتمرين خلال الربع وقد شكل المعتمرون السعوديون ما نسبته ١٠,٧٪ من إجمالي المعتمرين خلال الربع الثالث لعام ٢٠٢٤

أبرز مؤشرات العمرة		
المؤشرات	الوحدة	الربع الثالث 2024
عدد معتمري الداخل	عدد	2,906,241
عدد معتمري الخارج		3,364,627
إجمالي عدد المعتمرين		6,270,868

شكل 3. توزيع المعتمرين من الداخل حسب مرات العمرة (عدد)
الربع الثالث 2024



دراسة سكان المملكة

تعد المملكة العربية السعودية من أكبر الدول نموًا سكانيًا في المنطقة، حيث يتجاوز عدد السكان ٣٦ مليون نسمة وأكثر من ٦٠٪ منهم دون سن الأربعين وهي شريحة تُعرف بارتباطها القوي بالتجربة والبحث عن التميز والانفتاح على الهوية الثقافية من منظور معاصر.

ويتركز السكان في المدن الكبرى مثل الرياض، جدة، مكة، الدمام، المدينة المنورة، والطائف، وهي مواقع ذات كثافة سكانية عالية وتتمتع بفرص تجارية قوية في قطاع المطاعم والترفيه، كما أن التوسع العمراني والمشاريع الضخمة (نيوم، القدية، وغيرها) تُعيد تشكيل الخريطة السكانية وتفتح فرصًا غير مسبقة للوصول إلى شرائح جديدة من المستهلكين. هذا النمو السكاني والتحول العمراني يخلق قاعدة واسعة للطلب على الأكل خارج المنزل ويفتح المجال أمام مفاهيم غذائية تعكس الثقافة وتلبي التوقعات العالية من حيث الجودة والهوية وهو ما تمثله شركة هرمان.

تحليل سلوك المستهلك وتحولاته

شهد سلوك المستهلك السعودي تحولًا واضحًا في السنوات الأخيرة حيث بات يبحث عن تجارب طعام لا تقتصر على المذاق فقط بل تتصل بالهوية والانتماء والجودة، السعوديون اليوم يُفضلون العلامات ذات الجذور الثقافية والطابع المحلي الموثوق ويمنحون ثقتهم للعلامات التي تعكس بيئتهم وتاريخهم وهو ما يجعل هرمان مرشحًا طبيعيًا لولاء طويل الأمد. من جهة أخرى يُظهر السياح والمعمرون رغبة متزايدة في تجربة الأطباق السعودية الأصيلة كجزء من رحلتهم الثقافية ويُعد السليق مثالًا حيًا على طبق يُقدم نكهة المنطقة وسرديتها الشعبية. كما أن الطلب على الاحترافية والنظافة وثبات الجودة أصبح من الأساسيات التي يُقيّم بها المستهلكون أي تجربة طعام وهو ما تتقنه هرمان من خلال نظام تشغيل موحد وخلطات مركزية وبيئة مطاعم تواكب المعايير الحديثة مع الحفاظ على روح المطبخ السعودي.

المشهد التنافسي – قطاع المأكولات السعودية الشعبية

يُعد قطاع المطاعم السعودية الشعبية واحداً من أكثر القطاعات ارتباطاً بالهوية والثقافة المحلية، لكنه الأقل استثماراً وتنظيماً في السوق السعودي، فالسوق لا يزال مجزأً إلى حد كبير تهيمن عليه مطاعم فردية أو عائلية تقليدية وتغيب عنه الشركات ذات النموذج المؤسسي القابل للتوسع والحوكمة.

وفي هذا الفراغ تبرز شركة هرمان كلاعب وطني متخصص نجح في تحويل صنف واحد – السليق – إلى علامة فارقة في المنطقة الغربية مستندة إلى نموذج تشغيل موحد وقابل للتوسع وجودة طعام عالية وثابتة عبر جميع الفروع.

غياب المنافسة المؤسسية

رغم كثرة أسماء المطاعم الشعبية إلا أن المنافسة الفعلية في السوق شبه غائبة ولا توجد أي سلسلة وطنية كبرى تهيمن على هذا القطاع أو تطوره باستراتيجية واضحة ويمكن تصنيف أبرز المنافسين كالتالي:

ريدان: من أقدم الأسماء لكنه يعاني من تفاوت الجودة وعدم وضوح الهوية التخصصية يقدم خليطاً من الأطباق دون تركيز أو تميز في صنف بعينه.

الرومانسية: تمتلك نموذجاً تشغيلياً قوياً يتركز على الكبسة والولائم العائلية لكنها لا تنافس في الأكل التراثي أو في صنف السليق تحديداً وتقدم تجربتها بطابع عصري عام لا يركز على الموروث الثقافي.

السدة والمضياف: يقدمان تجربة محلية في بعض المدن لكنهما لا يمتلكان استراتيجية توسع مؤسسية وتعاني جودة الفروع من تفاوت كبير بسبب الاعتماد على الطهاة وليس على أنظمة تشغيل مركزية.

بالتالي، فإن هرمان لا تنافس فقط في منتج واحد بل تحتل موقع الريادة في قطاع لا يملك قائداً وطنياً حتى الآن مما يجعلها أمام فرصة استثنائية لتكون أول سلسلة سعودية متخصصة في الأكل التراثي تنمو بثقة واستدامة.

السوق لا ينمو... لكنها فرصة نادرة للنمو

رغم اتساع السوق المحلي إلا أن قطاع المطاعم الشعبية لا يشهد دخول أسماء جديدة أو توسعاً فعلياً، النمو محدود ومحصور في الشركات القديمة المتمسكة بنموذجها التقليدي مما خلق حالة من الجمود في سوق يُفترض أن يكون أكثر ديناميكية نظراً لارتباطه الوثيق بالثقافة والطلب الشعبي.

الخلاصة:

في سوق مليء بالأسماء لكنه فارغ من المنافسة الجادة تقف هرمان كفرصة استثنائية لقيادة قطاع المطاعم الشعبية السعودية، ليس فقط بفضل منتجها المميز ونموذجها التشغيلي الذكي بل لأنها الوحيدة التي تنظر لهذا القطاع كمساحة نمو استراتيجي لا كفرع من فروع الضيافة التقليدية.

المحفزات الكبرى للنمو – Macro Growth Drivers

تشهد المملكة تحولات اقتصادية وثقافية عميقة في ظل رؤية السعودية ٢٠٣٠ خلقت بيئة استثمارية مثالية لمشاريع غذائية سعودية أصيلة مثل هرمان مدفوعة بستة محركات رئيسية للنمو:

- التحول السياحي المتسارع: مع المشاريع الكبرى مثل نيوم والقدية والعل، يتزايد الطلب على تجارب طعام تمثل الهوية ما يعزز فرص المطاعم التراثية مثل هرمان في جذب الزوار.
- النمو المتسارع في قطاع الأغذية والضيافة: ارتفاع القوة الشرائية وتغير نمط الاستهلاك يدفع السوق باتجاه العلامات المحلية ذات الجودة العالية والتشغيل المؤسسي.
- دعم حكومي مباشر للهوية والمنتجات التراثية: عبر وزارة الثقافة وهيئات مثل فنون الطهي وبرامج مواسم السعودية تمنح الأولوية للعلامات التي تقدم المأكولات الوطنية الأصيلة.
- الأنظمة الجديدة التي تسهل التوسع: مثل الامتياز التجاري، التمويل المؤسسي، والبيع بالتجزئة، والتي تتيح لهرمان التوسع بطريقة مرنة ومنظمة.
- اهتمام متزايد من المستثمرين المحليين والأجانب: السوق السعودي يجذب الاستثمارات في قطاع الأغذية خصوصاً للمشاريع التي تمثل التراث ويمكن توسيعها تجارياً.
- غياب المنافسة المنظمة في المأكولات التراثية: السوق لا يزال مفتوحاً مع قلة من العلامات التي تقدم الطعام الشعبي بجودة تشغيلية مؤسسية مما يمنح هرمان فرصة ريادة واضحة.

البيانات التاريخية

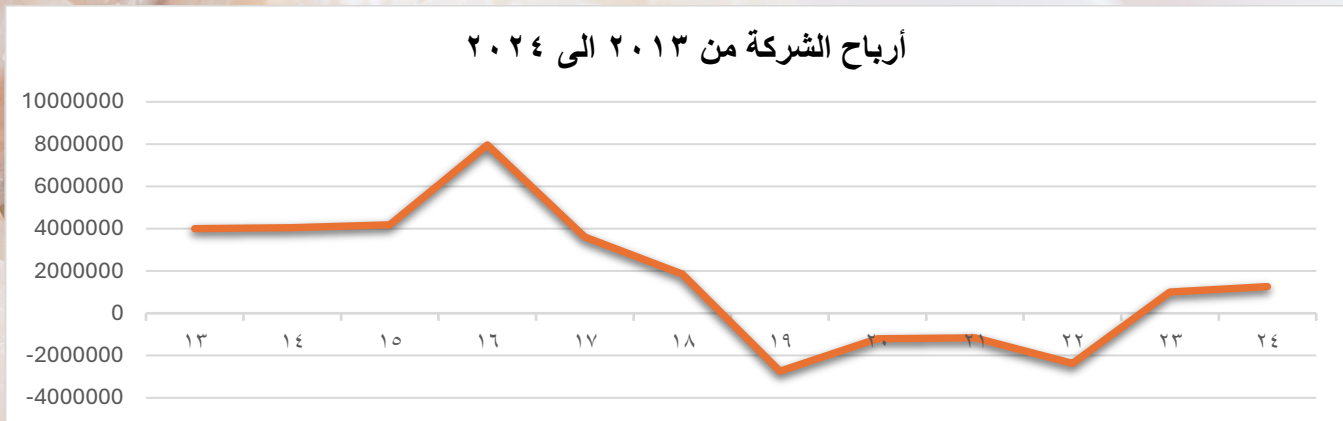
رحلة النمو والتحديات – الأداء التاريخي والتحول التشغيلية

Growth & Resilience – Historical Performance and Operational Transformation



الوضع المالي للشركة من عام ٢٠١٣م إلى عام ٢٠٢٤م:

البيان	عام ٢٠١٣	عام ٢٠١٤	عام ٢٠١٥	عام ٢٠١٦	عام ٢٠١٧	عام ٢٠١٨	عام ٢٠١٩	عام ٢٠٢٠	عام ٢٠٢١	عام ٢٠٢٢	عام ٢٠٢٣	عام ٢٠٢٤
الموجودات	8,600,816	16,940,423	18,542,448	20,577,570	17,494,198	20,770,286	18,624,594	18,250,318	17,693,773	15,018,750	15,643,780	18,327,182
الإيرادات	43,815,766	47,551,458	56,468,120	63,238,026	47,301,750	41,669,324	37,163,293	17,403,579	17,854,185	18,099,684	19,226,592	20,352,706
الأرباح/ الخسائر	4,004,475	4,043,459	4,190,206	7,964,114	2,506,247	1,845,567	(2,739,570)	(1,206,078)	(1,160,650)	(2,374,813)	997,584	1,256,450



تحليل مختصر عن أحداث الوضع المالي للشركة من عام ٢٠١٣م إلى عام ٢٠٢٤م:

- نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع الإيرادات والأرباح من عام ٢٠١٣ إلى عام ٢٠١٦ ومن ثم انخفاض ملحوظ من عام ٢٠١٧
- انخفاض كبير في الإيرادات في عام ٢٠٢٠ بسبب جائحة كورونا
- النمو المستمر في الإيرادات من بعد جائحة كورونا بشكل بسيط بسبب عدم توفر سيولة كافية للانتعاش من جديد لكن يعتبر مؤشر جيد.
- السيطرة على الخسائر كما نلاحظ خسائر سنة ٢٠١٩ (٢,٧٣٩,٥٧٠) ثم انخفضت في عام ٢٠٢٠ إلى (١,٢٠٦,٠٧٨) ثم انخفضت في عام ٢٠٢١ إلى (١,١٦٠,٦٥٠) ومن ثم ارتفعت الخسائر في عام ٢٠٢٢ إلى (٢,٣٧٤,٨١٣) بسبب ارتفاع الرسوم والتكاليف التشغيلية وارتفاع أسعار المواد الأولية بنسبة ٦٪ بمبلغ تقريبا (١,١٠٠,٠٠٠) ورسوم التمويل بمبلغ (٨٨٤,٥٣٨)
- تحقيق ارباح ولله الحمد في سنة ٢٠٢٣ بمبلغ ٩٩٧,٥٨٤ وفي عام ٢٠٢٤ بمبلغ ١,٢٥٦,٤٥٠

سبب انخفاض الأرباح والخسارة كان خلال مرحلتين:

المرحلة الأولى: من عام ٢٠١٧ الى عام ٢٠١٩

التحديات الاقتصادية وتأثيرها على السوق والمطاعم في تلك الفترة،

واجه سوق المطاعم في السعودية تحديات كبرى نتيجة التغييرات الاقتصادية والإصلاحات الحكومية، حيث فرضت رسوم إضافية على العمالة الوافدة، وزادت الرسوم الحكومية والخدمية، مما أثر على تكاليف التشغيل في قطاع الضيافة. بالإضافة إلى ذلك، شملت الإصلاحات الاقتصادية قرارات بتقليل رواتب موظفي القطاع الحكومي، وتسريح أعداد كبيرة من الوافدين، مما أدى إلى تراجع القوة الشرائية وانخفاض الطلب على خدمات المطاعم والضيافة. وفقاً لتقارير اقتصادية، شهد قطاع المطاعم انخفاضاً في معدلات النمو خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩، حيث تأثرت العديد من العلامات التجارية بسبب ارتفاع تكاليف التشغيل وتغير سلوك المستهلكين الذين أصبحوا أكثر تحفظاً في الإنفاق. ومع التوجه الحكومي نحو توطيد الوظائف، واجهت الشركات تحديات في استقطاب العمالة المحلية المدربة وتغطية الفجوات التشغيلية.

شهدت شركة هرمان مرحلة تحول استراتيجي بعد تعيين إدارة جديدة بداية ٢٠١٧ اتخذت قرارات جوهريّة كان أبرزها تصفية استثمارها في قطاع المقاولات. ورغم أن هذا القرار كان يهدف إلى تركيز الموارد على نشاط الشركة الأساسي في قطاع المطاعم والإعاشة، إلا أنه أدى إلى التزامات مالية كبيرة تجاه جهات خارجية، بما في ذلك تحمل تكاليف التمويلات البنكية. بالتزامن مع ذلك، أجرت الإدارة تغييرات جذرية في الهيكل الإداري والفني، حيث تم تعيين مدراء جدد برواتب مرتفعة، مما أدى إلى زيادة الأعباء المالية على الشركة. ومع تزايد الضغوط المالية، تراجع التركيز على تحسين جودة الخدمة والمنتجات، كما انخفضت الميزانيات المخصصة للتسويق، مما أثر سلباً على الحصة السوقية والمبيعات.

إعادة هيكلة الإدارة واستعادة التوازن

مع تصاعد التحديات المالية وارتفاع مديونية الشركة إلى مستويات غير مسبوقة بنهاية عام ٢٠١٨، قرر الشركاء التدخل بشكل مباشر وإقالة الإدارة الجديدة، وإعادة هيكلة الشركة تحت إشرافهم المباشر. هدف هذا القرار إلى استعادة الاستقرار المالي، وإعادة ضبط العمليات التشغيلية والإدارية، مع التركيز على تحسين الجودة والخدمة، وضبط التكاليف التشغيلية.

مع بداية جائحة كورونا في عام ٢٠٢٠، واجهت شركة هرمان تحديات غير مسبقة أثرت بشكل جذري على عملياتها وإيراداتها. فقد أدت الإجراءات الاحترازية والإغلاقات إلى انخفاض حاد في المبيعات، حيث أحجم العملاء عن زيارة المطاعم أو الطلب منها خوفاً من انتشار الفيروس.

التحديات الرئيسية:

١- انخفاض المبيعات: تراجعت إيرادات المطاعم بشكل كبير نتيجة للإغلاقات وتراجع العملاء في الطلب، مما أدى إلى وصول المبيعات إلى مستويات شبه صفرية.

٢- تصفية الاستثمارات: قامت الشركة بتصفية أعمال شركة الحلويات "سمو الثريا"، التي تم الاستحواذ عليها في بداية عام ٢٠١٩، وذلك كجزء من الإجراءات التصحيحية لمواجهة الأزمة.

٣- إغلاق المنشآت: شمل ذلك إغلاق مصنع الأغذية المتخصص في إنتاج الوجبات الجاهزة والخلطات، بالإضافة إلى المطبخ المركزي المسؤول عن عقود إعاشة الحج والعمرة، نظراً لتوقف هذه الأنشطة خلال الجائحة.

٤- التزامات مالية متزايدة: نتج عن هذه الإغلاقات والتصفية التزامات مالية كبيرة، مما زاد من الأعباء على الشركة.

٥- زيادة التكاليف: شهدت الشركة ارتفاعاً في أسعار المواد الخام، بالإضافة إلى زيادة رسوم تطبيقات التوصيل، مما أثر سلباً على هوامش الربح.

٦- تقليص النفقات: اتخذت الشركة خطوات لتقليص حجم الأعمال وتقليل عدد الموظفين لمواءمة التكاليف مع الانخفاض الحاد في الإيرادات.

٧- إعادة هيكلة العمليات: ركزت الشركة على إعادة هيكلة عملياتها لتكون أكثر كفاءة ومرونة في مواجهة التحديات المستجدة.

٨- الدخول في تمويل بنكية أدت إلى زيادة الأعباء على الشركة بأقساط شهرية وفوائد بنكية.

السياق العام في المملكة العربية السعودية:

تأثر قطاع المطاعم في المملكة بشكل كبير في المرحلة الأولى بسبب التغيرات الاقتصادية والقرارات الحكومية من عام ٢٠١٧ إلى عام ٢٠١٩ والمرحلة الثانية خلال الجائحة بسبب قلة زيارة العملاء للمطاعم في المقابل الارتفاعات الهائلة في طلبات التوصيل أدت إلى تحميل الشركة رسوم تطبيقات التوصيل وزيادة الأعباء ونقص في الربحية بالإضافة إلى ذلك، أدت الجائحة إلى انخفاض حاد في أعداد المعتمرين والحجاج.

هذه التحديات أثرت بشكل مباشر على الشركات المرتبطة بقطاع الإعاشة والخدمات المرتبطة بالحج والعمرة، مما استدعى اتخاذ تدابير تصحيحية صارمة لضمان استمرارية الأعمال.

عندما عادت الشركة تحت إشراف الشركاء قاموا بعدة إجراءات وكانت على عدة مراحل:

- وقف النزيف والخسارة واغلاق ١٢ منشأة بداية من مصنع هرمان في مدن والمطبخ المركزي للإعاشة في مكة ومعمل الحلويات التابع لشركة سمو الثريا وتصفية الشركة واغلاق ١١ فرع لمطاعم هرمان لخفض التكاليف العالية والتركيز على الفروع الأكثر ربحية.
- تخفيض التكاليف المرتبطة بالكهرباء والاتصال والانترنت والمواصلات ورخص الفروع.
- تخفيض إيجارات مواقع الفروع أو نقلها في مواقع أخرى بنفس الحي وضم مواقع أخرى.
- تخفيض تكاليف القوة البشرية الى اقل من النصف وهو ما يفي بالتزامات العمل.
- التفاوض مع الموردين والمؤجرين والموظفين السابقين لسداد المديونيات.
- بدء انشاء فروع جديدة لزيادة الإيرادات والارباح.
- تنظيم العمل باعتماد سياسات وإجراءات مفصلة لكل وظيفة وإعادة ضبط جودة الاصناف وإعداد الرسبي الخاص بالأصناف وربطها بالنظام المحاسبي وتفعيل محاسبة المسؤولية وضبط المخزون في الفروع والتالف والهدر.
- تم استحداث طريقة تصنيع الخلطات والكشن في المطبخ المركزي وتوزيعها جاهزة على الفروع. يقتصر دور الطباخ على وضعها في القدر مع الأرز والدجاج أو اللحم، دون أي تدخل أو إضافة مكونات أخرى، لتسهيل العمليات التشغيلية ومما يضمن منتجاً مميّزاً بنكهة وجودة موحدة في جميع الفروع. كما تضمن هذه الطريقة ثبات الجودة بغض النظر عن تغيير الطباخ أو نقله لفرع آخر أو خروجه في إجازة أو حتى مغادرته الشركة، بالإضافة إلى الحفاظ على سرية وصفة هرمان ومنع تسربها للمطاعم الأخرى، مما يعزز تفرد العلامة التجارية وتميزها في السوق.
- إعادة هيكلة اقسام الشركة بداية من قسم الحسابات وفلترة الحسابات وأرصدها، وقسم المشتريات وعمل عقود طويلة مع الموردين والحصول على أسعار مناسبة لجودة المواد الخام المستخدمة في الطبخ، وقسم التشغيل وتفعيل دورة في خدمة الزبائن وتوفير الاصناف وتدريب العاملين بالفروع، وقسم سلامة الغذاء وتفعيل دورة بالرقابة على الفروع، وقسم الموارد البشرية وشئون الموظفين وقسم الشؤون الإدارية وقسم التسويق والمبيعات وقسم تقنية المعلومات وقسم النقلات وقسم المستودعات وقسم الصيانة وقسم المشاريع وإعداد الاجراءات الخاصة بها وتفعيل دورها.
- استحداث قسم الامتياز التجاري وتنظيم عقود وإجراءاته والبدء ببيع رخص الامتياز التجاري.
- ربط كل الاقسام ببعضها البعض من خلال إجراءات ونظام واضح.

ومازال العمل مستمرا ومتواصلاً لتطوير الشركة وتنمية إيراداتها.

فيما يلي سرد لما تم إنجازه خلال الاعوام السابقة من عام ٢٠١٩م إلى عام ٢٠٢٤م وبعد تطور الشركة وارتفاع مبيعاتها اتجهت الشركة لتنفيذ أحد خططها التوسعية التي تم التخطيط لها مسبقاً:

• عام ٢٠١٩م (جدة)

الاستحواذ على شركة سمو الثريا للحلويات.

استئجار وتأسيس مصنع في هيئة مدن الصناعية لإنتاج الخلطات الخاصة وتصنيع السمبوسة والكنافة والوجبات الجاهزة والاصناف الخاصة بشركة سمو الثريا للحلويات.

• عام ٢٠٢٠م (الطائف) (جدة)

قامت الشركة بإحلال ٣ فروع عام ٢٠٢٠ الأول في الطائف السلامة، والثاني في جدة بحي الشرفية والثالث بجدة حي السامر ونقلها لتخفيض تكاليف الإيجارات والسيطرة على التكاليف التشغيلية.

• عام ٢٠٢١م (مكة)

افتتاح فرع في مكة بحي الضيافة

• عام ٢٠٢٢م (الجموم) (مكة)

افتتاح فرع في الجموم بحي النقابة.

ضم الادارة لفرع الشرائع في مكة لتخفيض التكاليف.

• عام ٢٠٢٣م (المدينة المنورة) (ينبع) (ابها) (امتياز تجاري - مكة - ولي العهد)

افتتاح ٤ فروع الأول في المدينة بحي الهجرة والثاني في ينبع بحي الزهور والثالث في ابها بحي المنسك ومنح امتياز تجاري في مكة بحي ولي العهد.

• عام ٢٠٢٤م (جدة)

افتتاح فرع في جدة بحي الحمدانية

الشراكات السابقة:

- في عام ٢٠١١م، تم الدخول في شراكة مع رجل الأعمال ناصر الطيار، واستمرت لمدة سنة فقط قبل أن يتم فض الشراكة من قبل ملاك الشركة الحاليين.
- في عام ٢٠١٣م، تلقت شركة هرمان عرض شراكة من رجل الأعمال عماد المهيدب (الشريك الحالي في مطاعم الرومانسية)، حيث عرض مبلغاً مالياً كبيراً للدخول كشريك، لكن تم رفض العرض.

الرؤية والطموح الاستراتيجي

نحو المستقبل – خطة التوسع والنمو الاستثماري المستدام

Forward Vision – Strategic Expansion and Sustainable Growth Plan



نموذج العمل ومصادر الإيرادات – Business Model And Revenue Streams

تعتمد شركة هرمان للإعاشة والتغذية على نموذج عمل متكامل ومرن يمكنها من تنويع مصادر دخلها وتعظيم ربحيتها مع الحفاظ على هويتها التراثية وتميزها التشغيلي، يتيح هذا النموذج للشركة خدمة الأفراد، المؤسسات، والحجاج والزوار من خلال ستة محاور رئيسية:

١. المطاعم والفروع

تشكل الفروع قلب عمليات الشركة حيث تُقدّم فيها تجربة طعام سعودية أصيلة بلمسات حديثة تركز على السليق كمنتج محوري إلى جانب قائمة متنوعة من الأطباق الشعبية والإطباق الجانبية كما تقدم الفروع خدمات خاصة للولائم، المناسبات، ووجبات إفطار الصائم الموسمية، مما يوسّع من دائرة الإيرادات اليومية والموسمية.

٢. الامتياز التجاري

تعمل الشركة على تفعيل نموذج الامتياز التجاري محلياً ودولياً مما يتيح توسيع نطاق العلامة التجارية بأقل تكلفة رأسمالية مباشرة مع ضمان التحكم بالجودة من خلال أنظمة تشغيل موحدة وتدريب مركزي. ويمثل هذا النموذج أحد أهم مسارات النمو المستدام عالي العائد.

٣. المطبخ المركزي

يوفر المطبخ المركزي خدمات التموين والإعاشة للجهات الحكومية، حملات الحج والعمرة، الشركات، والجمعيات الخيرية، ضمن معايير جودة عالية وقدرات تشغيلية واسعة مما يشكل مصدر دخل ثابت موسمي ومؤسسي.

٤. مصنع الخلطات الغذائية

يمثل المصنع أحد أصول الشركة الجوهرية، حيث يُنتج الخلطات الخاصة، الصلصات، الحلويات، السمبوسة، والمقبلات بوصفات هرمان الحصرية.

ويُعد المصنع بوابة لتوسيع قنوات البيع عبر: التوريد للفروع الداخلية والبيع بالجملة للمطاعم الأخرى وتوزيع المنتجات الجاهزة والمعبأة في نقاط البيع والأسواق وإمكانية تصدير المنتجات مستقبلاً تحت علامة "صنع في السعودية"

٥. المستودع المركزي واستيراد المواد الغذائية

تدير هرمان مستودعاً مركزيًا يوفر سلسلة إمداد موثوقة وفعالة، وتطمح لاستيراد مواد غذائية أساسية (أرز، ثوابل، سمن، مشتقات الألبان)، مما يدعم جودة المنتج واستقرار التكاليف، ويهيئ فرصة مستقبلية للدخول في سوق التوريد الغذائي.

٦. التحول الرقمي والتوصيل

تطبيق هرمان: تعمل الشركة على تطوير تطبيق رقمي شامل يتيح الطلب المباشر، إدارة العروض، وبرامج الولاء، مما يعزز تجربة العميل ويقلل الاعتماد على المنصات الخارجية.

التوصيل الذكي: يتم إنشاء أسطول داخلي للتوصيل مع شراكات لوجستية مدروسة لتقليل التكاليف التشغيلية وتحسين سرعة الخدمة مع الحفاظ على هامش ربحي أعلى مقارنة بالتطبيقات الوسيطة.

التوسع والنمو المستقبلي:

خطة التوسع:

- افتتاح ٦٠ فرعاً جديداً في جميع مناطق المملكة ليكون اجمالي عدد الفروع ٧٠ فرع.
- انشاء مستودع مركزي والعمل على تأسيس سجل لاستيراد الأرز والتوابل والزيت وغيره من المواد الغذائية لخدمة فروع هرمان والبيع الخارجي لتنويع مصادر الدخل.
- انشاء وتجهيز مطبخ مركزي في مكة المكرمة التوسع في خدمات الإعاشة لتغطية موسم الحج والعمرة والفنادق والشركات وتحضير وجبات مسبقة التجهيز والتعاقد مع حملات الحج والعمرة وإعاشات القطاعات الحكومية والخاصة.
- انشاء وتجهيز مصنع في هيئة مدن الصناعية لإنتاج الخلطات الخاصة والتوابل والصوصات والسمبوسة والفلويات والوجبات الجاهزة وبيعها للمطاعم والمحلات التجارية والهايبير ماركت والماركت وخدمة فروع الشركة وفروع الامتياز التجاري لتنويع مصادر الدخل.
- تطوير هوية جديدة للشركة وترميم الفروع القديمة.
- تطوير منظومة النقل والمواصلات.
- تطوير تطبيق رقمي لتحسين تجربة العملاء وتقليل التكاليف التشغيلية.
- تطوير تطبيق توصيل خاص بهرمان ويتم التعاقد مع شركات لوجستية لتوصيل الطلبات لتفادي الرسوم الكبيرة لتطبيقات التوصيل لتعزيز تجربة العملاء وزيادة المبيعات.
- القيام بحملات دعائية وتسويقية.

القوى العاملة

البيان	الراتب	مطعم هرمان	مصنع ومستودع هرمان	مطبخ الاعاشة
مدير فرع	٤٠٠٠	١	٢	١
كاشير(سعودي)	٤٠٠٠	١	٢	٢
طباخ فرع	٢٥٠٠	٢	٦	٤
مساعد طباخ	٢٠٠٠	٢	١٢	٨
عامل	١٧٠٠	٤	٢٠	١٥
اجمالي عدد الموظفين		١٠	٤٠	٣٠
اجمالي رواتب الموظفين الشهرية		٢٣,٨٠٠	٨٩,٠٠٠	٦٣,٥٠٠
اجمالي رواتب الموظفين السنوية		285,600	1,068,000	762,000

ملخص الخطة الاستراتيجية للشركة للسنة الحالية والخمس الاعوام القادمة:

نحمد الله رب العالمين أن وفقنا لمواصلة السير والتقدم نحو الأمام وما وصلت إليه الشركة حتى الآن من نجاح وما زلنا نسعى لتقديم المزيد والمزيد من التطوير والتوسع نحو الأفضل ومواكبة التطور الكبير في قطاع السياحة لتكون الوجهة الأولى للمأكولات السعودية الأصيلة وخير من يمثل الهوية السعودية والمأكولات السعودية الأصيلة.

عام ٢٠٢٥م:

- انشاء مستودع مركزي والعمل على تأسيس سجل لاستيراد الأرز والتوابل والزيت وغيره من المواد الغذائية لخدمة فروع هرمان والبيع الخارجي لتنويع مصادر الدخل.
- انشاء وتجهيز مطبخ مركزي في مكة المكرمة والتعاقد مع حملات الحج والعمرة وإعاشات القطاعات الحكومية والخاصة مثل الشركات والفنادق والجامعات والمستشفيات والمجمعات السكنية الضخمة.
- انشاء وتجهيز مصنع في هيئة مدن الصناعية لإنتاج الوجبات مسبقة التجهيز او شبه الجاهزة والخلطات الخاصة والتوابل والصوصات والسمبوسة والحلويات وبيعها للمطاعم والمحلات التجارية والهايبر ماركت والماركت وخدمة فروع الشركة وفروع الامتياز التجاري وتصديرها للأسواق الخارجية لتنويع مصادر الدخل.
- تطوير هوية جديدة للشركة وترميم الفروع القديمة.
- تطوير منظومة النقل والمواصلات.
- تعيين كوادر إدارية جديدة محترفة لدعم النمو في الشركة.
- إطلاق كشك داخل الفروع لتقديم القهوة السعودية والحلويات الشعبية السعودية التراثية مثل اللقيمات والمعمول والكليجة والمهلبية والحنيني والعريكة الجنوبية والقشط وغيرها وأيضا العصائر الطازجة.
- الابتكار في المنتجات والقائمة وإطلاق أصناف جديدة لجذب شرائح جديدة من العملاء وبربحية عالية مثل سليق صدور الدجاج بعلبة سهلة التناول في أي مكان أيضا السليق النباتي ووجبات سريعة مثل سندويشات المظبي او ساندوش الرز المكسيكي او الصيني والمشاوي وخيارات أخرى.
- إطلاق نظام ولاء العملاء لتحسين تجربة العميل والولاء أكثر لهرمان.
- تطوير تطبيق توصيل خاص بهرمان ويتم التعاقد مع شركات لوجستية لتوصيل الطلبات لتفادي الرسوم الكبيرة لتطبيقات التوصيل وأيضا الطلب المسبق لضمان استلام الطلب فور الوصول
- القيام بحملات دعائية وتسويقية لإعادة احياء الفروع الحالية والتسويق عن منتجات المصنع والمطبخ المركزي وتعزيز ثقافة الاكل السعودي للمقيمين والسياح.
- سداد بعض المديونيات المستحقة للسداد من مستحقات اقامات العاملين والتأمينات الاجتماعية والموردين والمؤجرين لتصحيح أوضاع الشركة

عام ٢٠٢٦م

- إنشاء عدد ١٢ فرع للمطاعم في منطقة مكة المكرمة والمدينة المنورة والقصيم لتعزيز التواجد في مدن الفروع الحالية وتغطيتها بشكل كامل.

عام ٢٠٢٧م

- إنشاء عدد ١٢ فرع للمطاعم في منطقة الرياض.

عام ٢٠٢٨م

- إنشاء عدد ١٢ فرع للمطاعم في المنطقة الشرقية ودول الخليج

عام ٢٠٢٩م

- إنشاء عدد ١٢ فرع للمطاعم في مناطق حائل وتبوك والجوف والحدود الشمالية

عام ٢٠٣٠م

- إنشاء عدد ١٢ فرع للمطاعم في مناطق الباحة وعسير وجازان ونجران

وبذلك تكون الشركة تمتلك بنهاية عام ٢٠٣٠:

- ٧٠ مطعم هرمان في جميع مناطق المملكة وعواصم دول الخليج
- مستودع مركزي والاستيراد الخارجي للمواد الغذائية وبيعها
- مصنع خلطات وتوابل والمنتجات الجاهزة والحلويات
- مطبخ مركزي للوجبات مسبقة التجهيز وخدمات اعاشة الحج والعمرة والشركات وافطار الصائم

لشركة هرمان فرصة فريدة للاستثمار في قطاع يتميز بترائه العريق ورؤيته المستقبلية الطموحة مع الحفاظ على كافة عناصر الهوية السعودية الأصيلة

تظهر الإحصائيات والمعلومات أن السوق السعودي يشهد تحولاً إيجابياً بفضل رؤية ٢٠٣٠ ومشاريع التنمية الكبرى مما يخلق فرصاً استثمارية واعدة في قطاع المطاعم الشعبية والتجارب الثقافية، ومن هذا المنطلق تقع شركة هرمان في موقع استراتيجي مميز للاستفادة من هذه الفرص مدعومة بمنتج فريد وتراث عريق وتقنيات حديثة، هرمان لا يمثل فقط فرصة لتحقيق عوائد مالية مغرية بل يساهم أيضاً في تعزيز الهوية الثقافية والتراثية للمملكة على الصعيد العالمي.

المصاريف الاستثمارية لتأسيس الفروع والمصنع والمطبخ:

اسم الحساب	مطعم هرمان	مصنع ومستودع هرمان	مطبخ الاعاشة
المساحة	٢م٢٤٠	٢م٣٠٠٠	٢م١٠٠٠
تأسيس وتشطيبات	200,000	2,400,000	600,000
تبريد وتكييف	60,000	700,000	240,000
ادوات ومعدات مطبخ	60,000	1,500,000	750,000
اشتراكات البرامج	3,000	6,000	3,000
جهاز كاشير وطابعات وجوال وكاميرات	7,000	40,000	20,000
تجهيزات افتتاح ودعاية وإعلان	100,000	-	-
تكاليف العقود التشغيلية والتراخيص	10,000	10,000	10,000
عقد المقاول	36,000	300,000	100,000
مخزون افتتاحي	50,000	500,000	-
دفعة اجار	100,000	100,000	250,000
الإجمالي للفروع الواحد	626,000	5,556,000	1,973,000
عدد الفروع	60	1	1
الإجمالي لجميع الفروع	37,560,000	5,556,000	1,973,000

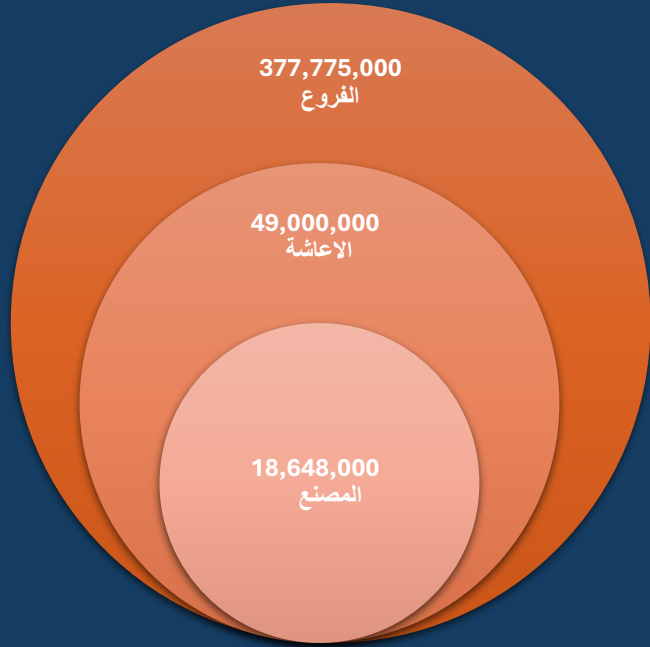
المصاريف الاستثمارية للشركة حسب الخطة الزمنية

السنة	انشاء فروع جديدة لمطاعم هرمان	انشاء مصنع هرمان والمستودع المركزي	انشاء المطبخ المركزي	حملات تسويقية ودعاية وإعلان	تحديث الهوية والفروع ومنظومة النقل	سداد مستحقات ومديونيات سابقة	الاجمالي
٢٠٢٥	-	5,556,000	1,973,000	2,000,000	4,000,000	5,000,000	18,529,000
٢٠٢٦	7,512,000	-	-	-	-	-	7,512,000
٢٠٢٧	7,512,000	-	-	-	-	-	7,512,000
٢٠٢٨	7,512,000	-	-	-	-	-	7,512,000
٢٠٢٩	7,512,000	-	-	-	-	-	7,512,000
٢٠٣٠	7,512,000	-	-	-	-	-	7,512,000
الاجمالي	37,560,000	5,556,000	1,973,000	2,000,000	4,000,000	5,000,000	56,089,000

قائمة دخل متوقعة

السنة	2024	2025	2026	2027	2028	2029	3030	3031	
معدل التشغيل	5%	5%	23%	40%	57%	74%	91%	100%	
الفروع	20,352,708	22,387,978	84,862,500	150,562,500	216,262,500	281,962,500	347,662,500	377,775,000	اجمالي الإيرادات
	7,558,996	8,731,311	34,369,313	60,977,813	87,586,313	114,194,813	140,803,313	152,998,875	تكلفة البضاعة المباعة
	12,793,712	13,656,666	50,493,188	89,584,688	128,676,188	167,767,688	206,859,188	224,776,125	هامش الربح
	4,571,218	4,571,218	7,362,500	13,062,500	18,762,500	24,462,500	30,162,500	32,775,000	المصروفات
	1,628,217	1,628,217	3,100,000	5,500,000	7,900,000	10,300,000	12,700,000	13,800,000	تكلفة و مزاي العاملين
	4,988,449	4,988,449	15,686,000	27,830,000	39,974,000	52,118,000	64,262,000	69,828,000	الإيجارات
	405,019	405,019	589,000	1,045,000	1,501,000	1,957,000	2,413,000	2,622,000	مصرفوات متنوعة أخرى
	11,592,902	11,592,902	26,737,500	47,437,500	68,137,500	88,837,500	109,537,500	119,025,000	قسط الاهلاك
	-	-	-	-	-	-	-	-	المجموع المصروفات
	1,200,810	2,063,764	23,755,688	42,147,188	60,538,688	78,930,188	97,321,688	105,751,125	صافي الأرباح
المصنع	-	-	4,129,200	7,326,000	10,789,200	13,986,000	17,182,800	18,648,000	اجمالي الإيرادات
	-	-	2,064,600	3,663,000	5,394,600	6,993,000	8,591,400	9,324,000	تكلفة البضاعة المباعة
	-	-	2,064,600	3,663,000	5,394,600	6,993,000	8,591,400	9,324,000	هامش الربح
	-	-	1,514,500	1,514,500	1,514,500	1,514,500	1,514,500	1,514,500	المصروفات
	-	-	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	تكلفة و مزاي العاملين
	-	-	858,341	1,213,186	1,597,601	1,952,446	2,307,290	2,469,928	الإيجارات
	-	-	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	مصرفوات متنوعة
	-	-	2,777,841	3,132,686	3,517,101	3,871,946	4,226,790	4,389,428	أخرى وإدارية
	-	-	-	-	-	-	-	-	قسط الاهلاك
	-	-	-	-	-	-	-	-	المجموع المصروفات
المطبخ	-	-	713,241	530,314	1,877,499	3,121,054	4,364,610	4,934,572	صافي الأرباح
	-	-	14,000,000	21,000,000	28,000,000	35,000,000	42,000,000	49,000,000	اجمالي الإيرادات
	-	-	7,000,000	10,500,000	14,000,000	17,500,000	21,000,000	24,500,000	تكلفة البضاعة المباعة
	-	-	7,000,000	10,500,000	14,000,000	17,500,000	21,000,000	24,500,000	هامش الربح
	-	-	1,350,000	1,650,000	1,950,000	2,250,000	2,550,000	2,850,000	المصروفات
	-	-	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	تكلفة و مزاي العاملين
	-	-	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	الإيجارات
	-	-	1,954,000	2,731,000	3,508,000	4,285,000	5,062,000	5,839,000	مصرفوات متنوعة
	-	-	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	أخرى وإدارية
	-	-	3,904,000	4,981,000	6,058,000	7,135,000	8,212,000	9,289,000	قسط الاهلاك
الشركة	-	-	3,096,000	5,519,000	7,942,000	10,365,000	12,788,000	15,211,000	المجموع المصروفات
	-	-	-	-	-	-	-	-	صافي الأرباح
	20,352,708	22,387,978	102,991,700	178,888,500	255,051,700	330,948,500	406,845,300	445,423,000	اجمالي الإيرادات
	7,558,996	8,731,311	43,433,913	75,140,813	106,980,913	138,687,813	170,394,713	186,822,875	تكلفة البضاعة المباعة
	12,793,712	13,656,666	59,557,788	103,747,688	148,070,788	192,260,688	236,450,588	258,600,125	هامش الربح
	4,571,218	4,571,218	10,227,000	16,227,000	22,227,000	28,227,000	34,227,000	37,139,500	المصروفات
	1,628,217	1,628,217	3,705,000	6,105,000	8,505,000	10,905,000	13,305,000	14,405,000	تكلفة و مزاي العاملين
	4,988,449	4,988,449	18,498,341	31,774,186	45,079,601	58,355,446	71,631,290	78,136,928	الإيجارات
	405,019	405,019	989,000	1,445,000	1,901,000	2,357,000	2,813,000	3,022,000	مصرفوات متنوعة
	11,592,902	11,592,902	33,419,341	55,551,186	77,712,601	99,844,446	121,976,290	132,703,428	أخرى وإدارية
	-	-	-	-	-	-	-	-	قسط الاهلاك
	-	-	-	-	-	-	-	-	المجموع المصروفات
	1,200,810	2,063,764	26,138,447	48,196,502	70,358,187	92,416,242	114,474,298	125,896,697	صافي الأرباح

رسم بياني للمبيعات السنوية



445,423,000

مبيعات الشركة في السنة

377,775,000

مبيعات الفروع

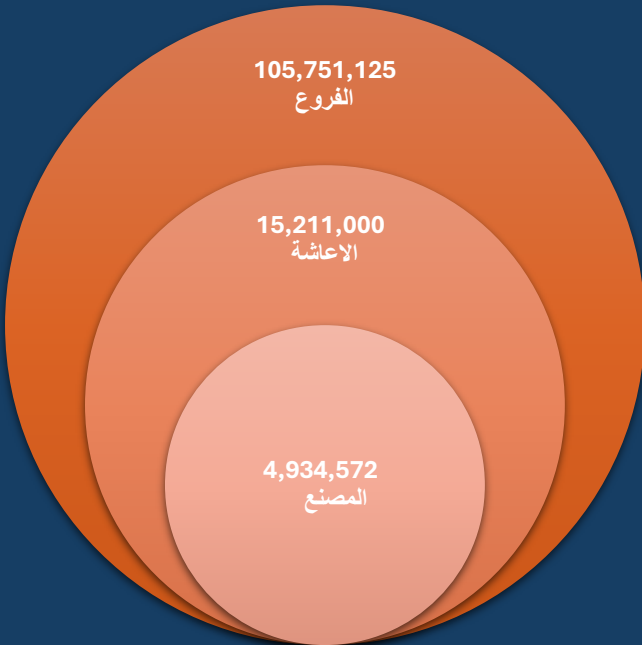
49,000,000

مبيعات المصنع

18,648,000

مبيعات الاعاشة

رسم بياني للأرباح السنوية



125,896,697

أرباح الشركة في السنة

105,751,125

أرباح الفروع

15,211,000

أرباح الاعاشة

4,934,572

أرباح المصنع

الدراسة المالية والتحليل المالي المتقدم

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم الجدوى الاقتصادية والمالية لمشروع التوسع الاستراتيجي لشركة هرمان، من خلال تحليل التدفقات النقدية، تقدير مؤشرات الربحية، وقياس الأداء الاستثماري في ضوء متغيرات السوق والمخاطر المحتملة.

إجمالي التكلفة الاستثمارية للمشروع: ٥٦,٠٨٩,٠٠٠ ريال سعودي

(تشمل تأسيس ٦٠ فرع، مصنع ومستودع مركزي، مطبخ مركزي، تسويق، تحديث الهوية والفروع، وسداد مديونيات)

صافي الأرباح السنوية المتوقعة: ١٢٥,٨٩٦,٦٩٧ ريال سعودي

(مجمّع ربح الفروع والمصنع والمطبخ، حسب قوائم الدخل التقديرية المرفقة)

الإيرادات الإجمالية المقدّرة: ٤٤٥,٤٢٣,٠٠٠ ريال سعودي

معدل الخصم المستخدم 10% (Discount Rate)

معدل العائد الخالي من المخاطر 4% (Risk-Free Rate)

علاوة المخاطر السوقية 6% (Market Risk Premium)

معدل التضخم السنوي المتوقع: ٢.٥%

المؤشرات والتحليلات المالية

المؤشر المالي	القيمة المحسوبة	التفسير
صافي القيمة الحالية (NPV)	ريال 423,455,137	القيمة الحالية لصافي الأرباح المتوقعة بعد خصم الاستثمار
فترة الاسترداد (Payback Period)	سنة واحدة	يتم استرداد كامل الاستثمار في أول سنة من التشغيل
معدل العائد على الاستثمار (ROI)	224.47%	الربح السنوي مقارنة بإجمالي الاستثمار
معدل العائد على الإيرادات (Return on Revenue)	28.26%	صافي الربح من الإيرادات الإجمالية
هامش الربح الإجمالي	58.06%	بعد خصم تكلفة البضاعة فقط
صافي هامش الربح	28.26%	بعد خصم جميع المصاريف

الاستنتاج العام المالي

المشروع يتمتع بربحية عالية جداً ويسترد كامل تكلفته في أقل من سنة.

مستوى العائد المتوقع يتجاوز معايير السوق حتى في حال وجود تقلبات أو تحديات تشغيلية.

الأداء المالي يدعم التوسع المدروس ويجذب المستثمرين الباحثين عن مشاريع ذات هوية وطنية وعوائد تجارية مرتفعة.

تقييم الشركة والعرض الاستثماري

القيمة الحالية، فرص النمو، والاحتياج التمويلي

Current Value, Growth Potential, and Funding Needs



أولاً: التقييم العادل لشركة هرمان

ثعد شركة هرمان واحدة من أبرز العلامات السعودية الأصلية في قطاع الأغذية والمطاعم التراثية ويستند تقييمها الحالي إلى مزيج دقيق من المعايير المالية والتشغيلية والاستراتيجية بما في ذلك الأداء الفعلي والنمو المتوقع والأصول المملوكة ومواءمتها مع مستهدفات رؤية السعودية ٢٠٣٠.

العوامل الجوهرية الداعمة للتقييم

- العلامة التجارية والتميز الثقافي
- أكثر من ٢٠ عاماً في السوق بعلامة تجارية مرخصة وراسخة في الوعي المحلي.
- منتج تراثي رئيسي (السليق) معتمد رسمياً من هيئة فنون الطهي لتمثيل منطقة مكة.
- تمثيل في السينما والمسرح بدعم من وزارة الثقافة مما يرفع قيمة الشهرة غير الملموسة (Goodwill).
- سجل مالي قوي وتاريخ مشهود بالأداء، في عام ٢٠١٦ حققت الشركة مبيعات بلغت أكثر من ٦٣ مليون ريال من ٤ فروع فقط ما يعكس الكفاءة التشغيلية العالية.
- قائمة مركز مالي حالية تتضمن أصولاً قائمة بقيمة ما يقارب ١٩ مليون ريال مع أرباح سنوية حالية تجاوزت ١,٢٥ مليون ريال في ٢٠٢٤.
- قيادة تنفيذية بخبرة راسخة في القطاع والمؤسسون القائمون على الإدارة منذ التأسيس يتمتعون بخبرة تنفيذية طويلة في قطاع المطاعم، الإعاشة، عقود الحج والعمرة.
- علاقات قوية مع الموردين والجهات الحكومية وشركات الإعاشة والتشغيل مما يمنح الشركة مرونة عالية في مواسم الذروة والفرص الحكومية.
- خطة توسع جاهزة وقابلة للتنفيذ حتى عام ٢٠٣٠ تشمل ٦٠ فرعاً إضافياً مصنعاً للخلطات ومستودع مركزي ومطبخ إعاشة.
- أرباح مستقبلية متوقعة تفوق ١٢٥ مليون ريال سنوياً.
- يمثل الاستثمار في شركة هرمان فرصة استثنائية في قطاع غذائي مزدهر بهوية وطنية قوية وخطة توسع واقعية قابلة للتنفيذ ومؤشرات مالية مغرية، يجمع المشروع بين العائد المرتفع والتأثير المجتمعي ويمنح المستثمر فرصة المشاركة في قصة نجاح سعودية قابلة للنمو إقليمياً وعالمياً.

القيمة العادلة المقترحة

البند	القيمة
(تقييم قبل التمويل) Pre-Money Valuation	ريال 120,000,000
قيمة الاستثمار المطلوب	ريال 56,000,000
(تقييم بعد التمويل) Post-Money Valuation	ريال 176,000,000
نسبة الشراكة المقترحة للمستثمر	31.8% من رأس مال الشركة بعد التمويل

استخدامات الاستثمار

سيتم توظيف كامل المبلغ الاستثماري البالغ ٥٦ مليون ريال في شركة هرمان في المجالات التالية:

- إنشاء ٦٠ فرعاً جديداً وفق نموذج تشغيل ذكي منخفض التكاليف
- بناء مصنع ومستودع مركزي لإنتاج الخلطات والمنتجات الجاهزة للمطاعم والأسواق
- إنشاء مطبخ مركزي لتقديم خدمات الإعاشة للحج والعمرة والشركات
- تطوير نظام طلب رقمي وتطبيق توصيل مستقل
- حملات تسويق واسعة وتعزيز الهوية المؤسسية
- إعادة تأهيل الفروع الحالية وسداد بعض الالتزامات المالية السابقة

مميزات المشروع الجاذبة للمستثمر

الميزة	التأثير
منتج تراثي غير قابل للمنافسة (السليق)	احتكار طبيعي في سوق شعبي متنام
نموذج تشغيلي فعال وقابل للتكرار	خلطات مركزية، تقليل الاعتماد على الطهارة، انخفاض التكاليف
علامة تجارية ذات قيمة وطنية	مدعومة من الثقافة والإعلام والجهات الرسمية
الجاهزية للتوسع الفوري	أصول، خبرات، وأدلة تشغيلية متوفرة
تكامل مع رؤية ٢٠٣٠	قطاع واعد مدعوم حكومياً في السياحة والتراث
فرصة قيادة سوق المأكولات السعودية إقليمياً	توسع محتمل نحو الخليج والأسواق الإسلامية

الخاتمة

فرصة استراتيجية للاستثمار في هوية سعودية قابلة للنمو

A Strategic Opportunity to Invest in Scalable Saudi Identity



حين يستثمر الشريك في شركة هرمان، فهو لا يستثمر في مشروع مطاعم تقليدي... بل يشارك في قصة نجاح بدأت منذ عام ٢٠٠٤، شُيّدت بجهد وعزم وإصرار، حتى أصبحت اليوم علامة تجارية سعودية معروفة ومرتبطة بهوية وطنية ومكانة تراثية.

لقد بنينا هذا الكيان بطموح المؤسسين، وخبرة التشغيل، وتعجب السنوات.

من "السليق" صممنا علامة، وبنينا حوله هوية، وحفرنا له مكانة في ذائقة الناس حتى أصبح اليوم أحد أبرز رموز الأكل السعودي واليوم طبقاً يُعتمد رسمياً لتمثيل منطقة مكة، وعلامة ثقافية ظهرت في المسرح والسينما، وطلبه الجمهور في كل مكان.

لم تكن الطريق سهلة... واجهتنا أزمات، ومررت بنا تحديات، واجهنا الجائحة، انخفضت الإيرادات، وتوقفت الحياة في وقت ما، لكننا وقفنا من جديد. صمدنا. عدنا أقوى.

تعلمنا من كل منعطف، وأعدنا هيكلية التشغيل، وبنينا نموذجاً مرناً ذكياً، لا يتأثر بالأفراد، بل يقوم على نظام ثابت وجودة متكررة.

تم بناء علامة تجارية قائمة على الخبرة، والاستدامة، والنمو التدريجي المحسوب.

المستثمر في هرمان يستثمر في:

• علامة تجارية عريقة

• ٢٠ عاماً من الخبرة التشغيلية والإدارية

• نموذج عمل محترف وذكي، تم اختباره وتكراره

• فريق مؤسس خبير يقود المشروع بنفسه ويشرف عليه ميدانياً

• شبكة علاقات قوية في قطاع الحج والعمرة والموردين والجهات الرسمية

• سمعة نادرة، وثقة متراكمة من آلاف العملاء

• منتج فريد قمنا بتطويره وابتكاره وتثبيت جودته وبناء سمعته بنفسنا

نرحب بشراكة استراتيجية تسرّع نمو مشروع مؤسس ونجاح، ونفتح الباب لشريك يؤمن بما أنجزناه، ويدخل على أرض صلبة، ببنية جاهزة للتوسع، وهوية وطنية عريقة قوية، وخطة مدروسة وعائد مالي مدعوم بتاريخ وتجربة وشغف لا يُشتري.

نحن لم نبني مطعمًا... نحن بنينا قصة ٢٠ عاماً من الشغف والعمل والتجربة.