

مشروع المطعم المتنقل - سلطنة عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع المطعم المتنقل هو مفهوم مطعم متنقل متميز وبحجم كبير في سلطنة عُمان، ويتجاوز فكرة شاحنة الطعام التقليدية. يعمل المشروع كمطعم متنقل مجهز بالكامل، ويوفر قائمة طعام أوسع، وطاقة خدمة أعلى (حسب ما تسمح به الجهات المختصة)، وهوية تجارية احترافية، مع تواجد تشغيلي شبه دائم في مواقع استراتيجية.

وعلى عكس شاحنات الطعام ذات الصنف الواحد، تم تصميم هذا المطعم المتنقل لتقديم تجربة طعام بمستوى المطاعم، ولكن على عجلات، من خلال الجمع بين تنوع القائمة، والجودة الثابتة، والمرونة في التنقل. يستهدف المشروع المناطق ذات الكثافة العالية، والفعاليات، وخدمات التمويل للشركات، والمناطق السياحية، والحجوزات الخاصة.

1.2 نموذج العمل

يعمل المشروع من خلال: - شاحنة أو مقطورة مطعم متنقل مصممة خصيصًا - تحضير مركزي للقائمة مع استكمال التجهيز داخل الوحدة - تشغيل يومي يعتمد على الموقع - خدمات تمويل للفعاليات والشركات

تم تصميم النموذج لتحقيق إيرادات يومية مرتفعة، وقابلية للتوسع العلامي، وإمكانية التوسع المستقبلي إلى وحدات متعددة.

1.3 الهيكل القانوني والتسجيل (سلطنة عُمان)

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر مركز سند، كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): خيار منخفض التكلفة وسريع التأسيس - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسب للشراكات وخطط التوسع

التكلفة التقديرية للتسجيل والإجراءات الحكومية (بالريال العُماني): - حجز الاسم التجاري: 10 - 20 - السجل التجاري: 30 - 150 - عضوية غرفة تجارة وصناعة عُمان: 100 - 200 - رسوم خدمات سند: 50 - 100 - الترخيص البلدي: 50 - 150

إجمالي تكلفة التأسيس التقريبية: 100 - 500 (لا تشمل التأشيرات، أو إيجار المكاتب، أو الاستشارات عالية التكلفة)

1.4 مفهوم المشروع ونطاق القائمة

يدعم المطعم المتنقل قائمة متعددة المطابخ أو قائمة ذات طابع محدد، مثل: - البرغر والمشويات - السندويشات واللفائف - الباستا والأطباق المتنوعة - أطباق محلية بلمسة عُمانية عصرية - المشروبات والحلويات

تتيح هذه المرونة التكيف مع الموقع، والموسم، وتفضيلات العملاء.

1.5 السوق المستهدف

- الموظفون والعاملون في المكاتب
- العائلات
- السياح

- منظمو الفعاليات
- الشركات والمؤسسات

1.6 الميزة التنافسية

- سعة تشغيلية أكبر من شاحنات الطعام التقليدية
- معدات ونظافة بمستوى المطاعم
- هوية تجارية وتجربة عميل متميزة
- هوامش ربح مرتفعة في خدمات التموين والفعاليات
- قابلية التوسع إلى عدة وحدات متنقلة

1.7 لمحة مالية (ملخص)

- الاستثمار المبدئي المتوقع: 30,000 - 55,000 ريال عُُماني
- الإيرادات الشهرية المحتملة: 5,000 - 12,000 ريال عُُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 14 - 20 شهرًا
- رؤية 5 سنوات: علامة تجارية لمطاعم متنقلة متعددة أو نموذج امتياز

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن نكون العلامة الرائدة للمطاعم المتنقلة في سلطنة عُمان، من خلال تقديم تجارب طعام متميزة ومرنة وسهلة الوصول.

الرسالة: تقديم طعام عالي الجودة، وخدمة استثنائية، ومعايير ثابتة عبر نموذج مبتكر للمطاعم المتنقلة.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، استراتيجية القائمة، المعدات وهيكل الموظفين

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - استكمال التسجيل القانوني (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة) عبر مركز سند - شراء وتجهيز وحدة مطعم متنقل واحدة مجهزة بالكامل - الحصول على الموافقات البلدية والالتزام بمتطلبات السلامة الغذائية - إطلاق العمليات في مواقع ذات كثافة عالية وتنفيذ فعاليات تجريبية - تحقيق استقرار في المبيعات اليومية خلال 3-6 أشهر

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3): - تحسين القائمة بناءً على تحليل المبيعات وهوامش الربح - التوسع في عقود التموين وخدمات الشركات - بناء حضور قوي للعلامة التجارية في مسقط والمدن القريبة - رفع كفاءة التشغيل وضبط التكاليف

الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5): - إضافة 1-2 وحدات مطعم متنقل إضافية - إنشاء مطبخ تحضير مركزي (عند الإمكانية) - تطوير إجراءات تشغيل قياسية قابلة للتكرار - الاستعداد لنموذج الامتياز أو الشراكات الاستراتيجية

2.2 عرض القيمة

يوفر مشروع المطعم المتنقل طعامًا بجودة المطاعم مع مرونة التنقل، من خلال الجمع بين مكونات متميزة، وخدمة احترافية، ومعايير تشغيل ثابتة.

محركات القيمة الأساسية: - سعة مطبخ أكبر مقارنة بشاحنات الطعام التقليدية - قائمة أوسع ومتوسط فاتورة أعلى - سرعة الانتقال إلى نقاط الطلب المرتفع - جاهزية كاملة للعمليات والحجوزات ذات الهوامش العالية - علامة تجارية قوية وتجربة عميل مميزة

2.3 استراتيجية القائمة

تموضع القائمة: - قائمة مختارة بعناية (غير مبالغ فيها) للحفاظ على السرعة والثبات - وصفات مرنة تشترك في المكونات لتقليل الهدر - عروض موسمية للحفاظ على اهتمام العملاء

فئات قائمة نموذجية: - برغر مميز ومشويات - سندويشات ولفائف فاخرة - أطباق وعاءات، باستا أو أطباق قائمة على الأرز - مقبلات وأطباق جانبية - مشروبات وحلويات

متوسط الأسعار: 2.000 - 4.000 ريال عُمانى للطبق الرئيسي

2.4 وحدة المطعم المتنقل والمعدات

مواصفات المركبة / المقطورة: - شاحنة أو مقطورة مطعم متنقل مصممة خصيصًا وبمساحة أكبر - تصميم داخلي من الستانلس ستيل وأرضيات معتمدة غذائيًا - نظام تهوية وشفط عالي السعة

المعدات الأساسية (تقديرية): - شواية وصاج تجاري - قلايات (مفردة أو مزدوجة) - وحدات تبريد وتجميد - طاولات تحضير ومساحات تخزين - نظام نقاط بيع مع تتبع المخزون - مولد كهرباء وتجهيزات كهربائية

التكلفة التقديرية للمركبة والمعدات: 20,000 - 40,000 ريال عُمانى

2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

الفريق الأولي: - المالك / مدير العمليات - الإدارة العامة والالتزام التنظيمي - التنسيق مع الموردين والشركاء

• رئيس الطهارة / الشيف:

• تنفيذ القائمة وضبط الجودة

• مساعد طاهٍ (أو أكثر):

• التحضير ودعم الخدمة

• موظف خدمة / كاشير:

• التعامل مع العملاء ونظام نقاط البيع

الرواتب الشهرية التقديرية: - رئيس الطهارة: 250 - 350 ريال عُمانى - مساعد الطاهي: 180 - 250 ريال عُمانى - الكاشير: 150 - 220 ريال عُمانى

إجمالي الرواتب التقديرية: 600 - 1,000 ريال عُمانى شهريًا

3. تحليل SWOT - نقاط القوة، نقاط الضعف، الفرص، والتهديدات

3.1 نقاط القوة

مفهوم مطعم متنقل متميز يتيح الحجم الأكبر والتجهيزات الاحترافية تقديم طعام بمستوى المطاعم، مع تسعير أعلى وتجربة عميل أفضل مقارنة بشاحنات الطعام التقليدية.

مرونة القائمة ومتوسط فاتورة أعلى القدرة على تقديم عدة مطابخ وأصناف متميزة ترفع من قيمة الطلب الواحد.

قابلية التنقل مع الحفاظ على الحجم التشغيلي إمكانية خدمة المكاتب، والمناطق السياحية، والمهرجانات، والفعاليات الخاصة مع ثبات الهوية والمعايير.

إمكانات قوية للتمويل والفعاليات صيغة المطعم المتنقل مثالية للطلبات الكبيرة وخدمات الشركات ذات الهوامش المرتفعة.

نموذج عمل قابل للتوسع إمكانية توثيق العمليات وإجراءات التشغيل القياسية وتكرارها عبر وحدات متعددة.

3.2 نقاط الضعف

ارتفاع الاستثمار المبدئي تكلفة التأسيس أعلى مقارنة بشاحنة طعام واحدة تقليدية.

تعقيد العمليات التشغيلية تنوع القائمة وعدد الموظفين يتطلبان إدارة أقوى وأنظمة رقابة فعالة.

قيود المساحة والمواقف الحاجة إلى مواقع مناسبة ومعتمدة من الجهات البلدية.

ارتفاع التكاليف الثابتة زيادة الرواتب، والوقود، وتكاليف الصيانة.

3.3 الفرص

الطلب المتزايد على الطعام غير الرسمي المتميز اتجاه العملاء نحو جودة أعلى دون متطلبات المطاعم التقليدية.

نمو السياحة والفعاليات في سلطنة عُمان المهرجانات والمعارض والمبادرات السياحية تولد طلبًا متكررًا.

سوق تمويل الشركات حاجة الشركات لحلول موثوقة للوجبات والاجتماعات والفعاليات الداخلية.

التوسع العلامي ونموذج الامتياز قوة العلامة التجارية تفتح المجال للتوسع المحلي أو الإقليمي.

الطلب الرقمي والطلبات المسبقة إتاحة الطلبات المسبقة والتمويل المجدول يقلل المخاطر التشغيلية.

3.4 التهديدات

القيود التنظيمية والبلدية تغير القوانين أو شروط المواقع قد يحد من التشغيل.

المنافسة من المطاعم وشاحنات الطعام تنافس جميعها على نفس شريحة العملاء.

ارتفاع التكاليف زيادة أسعار الوقود، والمكونات، والعمالة قد تضغط على الهوامش.

الموسمية والطقس الحرارة المرتفعة قد تقلل الإقبال على الطعام الخارجي.

3.5 الانعكاسات الاستراتيجية

- دعم نقاط القوة والفرص سياسة التسعير المتميز والتركيز على الفعاليات
- تتطلب نقاط الضعف ضبطًا دقيقًا للتكاليف وتشغيلًا قائمًا على إجراءات واضحة
- تؤكد التهديدات أهمية تنويع المواقع ومصادر الإيرادات عبر التموين

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية، وتوقعات 5 سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومحافضة، وبالريال العُماني، ومبنية على واقع السوق في سلطنة عُمان. الأداء الفعلي يعتمد على الموقع، وحجم الطلب، واللائنضباط التشغيلي.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار المبدئي)

أولاً: التسجيل القانوني والإجراءات الرسمية - حجز الاسم التجاري: 10 - 20 - السجل التجاري: 30 - 150 - عضوية غرفة تجارة وصناعة عُمان: 100 - 200 - رسوم خدمات سند: 50 - 100 - التراخيص والتصاريح البلدية: 100 - 300

إجمالي تكلفة التسجيل التقديرية: 150 - 500 ريال عُماني (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة)

ثانياً: مركبة المطعم المتنقل والتجهيز الداخلي - شاحنة / مقطورة مطعم متنقل مخصصة: 15,000 - 30,000 - تجهيز داخلي مطابق لمعايير سلامة الغذاء: 3,000 - 6,000 - معدات مطبخ ثقيلة: 5,000 - 8,000 - أنظمة كهرباء ومولد: 800 - 1,500 - أنظمة المياه والصرف: 300 - 600 - نظام نقاط بيع وإدارة مخزون: 400 - 800 - الهوية التجارية والتغليف الخارجي: 500 - 1,200

إجمالي تكلفة المركبة والمعدات: 25,000 - 48,000 ريال عُماني

ثالثاً: ما قبل الافتتاح ورأس المال التشغيلي - المخزون الأولي: 500 - 1,000 - مواد التعبئة والاستهلاك: 300 - 600 - الفحوصات الطبية والزي الموحد للموظفين: 150 - 300 - تسويق الإطلاق: 300 - 700 - احتياطي الطوارئ: 1,000 - 2,000

إجمالي ما قبل الافتتاح: 2,250 - 4,600 ريال عُماني

إجمالي الاستثمار المبدئي التقديري: - الحد الأدنى: حوالي 30,000 ريال عُماني - الحد الأعلى: حوالي 55,000 ريال عُماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

- رواتب الموظفين: 600 - 1,000
- المواد الخام (تكلفة البضاعة المباعة): 1,200 - 2,000
- الوقود وتشغيل المولد: 200 - 350
- الصيانة والتنظيف: 150 - 300

- الخدمات والإنترنت: 80 – 150
- التسويق والعروض الترويجية: 150 – 300
- التصاريح والمصروفات المتنوعة: 120 – 200

إجمالي المصروفات الشهرية: 2,600 – 4,300 ريال عُُماني

4.3 مصادر الإيرادات

- مبيعات مباشرة يومية
- مبيعات الفعاليات والمهرجانات
- عقود تموين الشركات
- الطلبات المسبقة وحجوزات المجموعات

4.4 افتراضات الإيرادات

- متوسط قيمة الطلب: 3.000 ريال عُُماني
- متوسط عدد الطلبات اليومية:
- سيناريو محافظ: 70 طلبًا
- سيناريو متوقع: 120 طلبًا
- سيناريو متفائل: 180 طلبًا
- أيام التشغيل: 26 يومًا شهريًا

4.5 توقعات الإيرادات الشهرية

- محافظ: حوالي 5,460 ريال عُُماني
- متوقع: حوالي 9,360 ريال عُُماني
- متفائل: حوالي 14,040 ريال عُُماني

4.6 صافي الربح الشهري التقديري

- محافظ: إيرادات 5,460 | مصروفات 4,000 | صافي ربح 1,460
- متوقع: إيرادات 9,360 | مصروفات 3,500 | صافي ربح 5,860
- متفائل: إيرادات 14,040 | مصروفات 4,300 | صافي ربح 9,740

4.7 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 5,000 – 6,000 ريال عُُماني
- الاستثمار المبدئي: 30,000 – 55,000 ريال عُُماني

 **فترة الوصول إلى نقطة التعادل المقدرة: 14 – 20 شهرًا**

4.8 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة الأولى: إيرادات 95,000 – 110,000 | صافي ربح 25,000 – 35,000
- السنة الثانية: إيرادات 120,000 – 145,000 | صافي ربح 35,000 – 50,000
- السنة الثالثة: إيرادات 160,000 – 190,000 | صافي ربح 55,000 – 75,000
- السنة الرابعة: إيرادات 210,000 – 250,000 | صافي ربح 75,000 – 105,000
- السنة الخامسة: +300,000 | صافي ربح 120,000 – 160,000

(تفترض السنوات 3-5 نمو التمويل وإضافة وحدات متنقلة إضافية)

5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، السلوك، والتقسيم

5.1 سياق السوق (سلطنة عُمان)

يستهدف مشروع المطعم المتنقل العملاء الباحثين عن طعام بجودة المطاعم مع سهولة الوصول والمرونة. يتركز الطلب بشكل أقوى في محافظة مسقط والمراكز الحضرية الرئيسية، حيث يقدر الموظفون والعائلات والسياح والشركات الجودة والسرعة والاعتمادية.

محركات الطلب الرئيسية: - جداول عمل مزدحمة وفترات غداء محدودة - تفضيل الطعام غير الرسمي المتميز - نمو فعاليات الشركات والمناسبات الخاصة - زيادة الثقة في مفاهيم الطعام المتنقل ذات العلامات التجارية

5.2 الخصائص السكانية للعملاء

أولاً: الفئات العمرية

18-25 سنة (الطلبة والشباب): - مشتررون غير منتظمين - يتأثرون بوسائل التواصل الاجتماعي والاتجاهات الحديثة - يستجيبون للعروض الترويجية والطلبات الجماعية

26-40 سنة (المهنيون والعائلات الشابة): - الشريحة الأساسية للإيرادات - دخل متاح أعلى - يقدرّون الجودة، والنظافة، وسرعة الخدمة

41-60 سنة (العائلات ومتخذو القرار في الشركات): - مشتررون للفعاليات وخدمات التمويل - يركزون على الاعتمادية والاحترافية والثبات

ثانياً: التقسيم حسب الدخل - أقل من 400 ريال عُماني: مشتريات عرضية - 400 - 900 ريال عُماني: تناول منتظم - 900+ ريال عُماني / شركات: طلبات متميزة وبكميات كبيرة

5.3 سلوك العملاء

دوافع الشراء: - الحصول على طعام بجودة المطاعم دون تجربة مطعم رسمي - القدرة على خدمة المجموعات والفعاليات - سرعة أعلى مقارنة بالمطاعم التقليدية

توقيت الشراء: - أيام الأسبوع (الغداء): 12:00 - 3:00 مساءً - المساء: 6:00 - 10:00 مساءً - الفعاليات وعطلة نهاية الأسبوع: معاملات أعلى قيمة

وتيرة الشراء: - المهنيون: 2-3 مرات أسبوعياً - العائلات: 1-2 مرة أسبوعياً - الشركات: شهرياً أو حسب المشاريع

5.4 احتياجات العملاء وتوقعاتهم

الاحتياجات الأساسية: - جودة طعام ثابتة - نظافة وسلامة غذائية عالية - الالتزام بالمواعيد في الفعاليات - تسعير وقوائم واضحة

نقاط الألم التي يعالجها المشروع: - محدودية الجلوس أو الخدمة في شاحنات الطعام - فترات الانتظار الطويلة في المطاعم - تفاوت جودة التموين

5.5 تقسيم العملاء

- الشريحة 1: موظفو المكاتب** - الموقع: مناطق الأعمال - نوع الطلب: وجبات فردية - محركات القيمة: السرعة والجودة
- الشريحة 2: العائلات** - الموقع: الأماكن العامة وفترات المساء - نوع الطلب: وجبات جماعية - محركات القيمة: النظافة والطعم
- الشريحة 3: الفعاليات والمهرجانات** - الموقع: أماكن مفتوحة - نوع الطلب: كميات كبيرة - محركات القيمة: السعة والهوية التجارية
- الشريحة 4: الشركات والمؤسسات** - الموقع: المكاتب والخُرم الجامعية - نوع الطلب: تموين محجوز مسبقًا - محركات القيمة: الاعتمادية والاحترافية

5.6 شخصيات العملاء (Personas)

- الشخصية 1 - خالد (مدير شركة، 38 سنة):** - ينظم فعاليات الموظفين - يعطي أولوية للالتزام بالمواعيد وحسن التقديم
- الشخصية 2 - عائشة (موظفة، 29 سنة):** - تتناول الطعام خارج المنزل خلال أيام العمل - مستعدة للدفع مقابل الجودة والسرعة
- الشخصية 3 - حسن (منظم فعاليات، 45 سنة):** - يحتاج حلول طعام قابلة للتوسع - يركز على موثوقية التنفيذ

6. الخطة التسويقية المخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير، واستراتيجية النمو

6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

- بيان التموضع:** مطعم متنقل متميز يقدم وجبات بجودة المطاعم، مع مرونة واحترافية وثبات في المعايير عبر مختلف مناطق سلطنة عُمان.
- شخصية العلامة التجارية:** - احترافية وجديرة بالثقة - متميزة ولكن سهلة الوصول - نظيفة، عصرية، ويمكن الاعتماد عليها
- عناصر الهوية البصرية:** - تصميم خارجي فاخر للشاحنة - لوحات قوائم واضحة ثنائية اللغة (العربية والإنجليزية) - زي موحد وتغليف يحمل الهوية - نبرة تواصل متسقة عبر القنوات الرقمية

6.2 استراتيجية الاستهداف

| الشريحة | الهدف | الرسالة الأساسية |
|-----------------------|------------------------------|------------------------|
| موظفو المكاتب | إيراد يومي ثابت | غداء سريع ومتميز |
| العائلات | مبيعات المساء ونهاية الأسبوع | طعام نظيف وعالي الجودة |
| الفعاليات والمهرجانات | مبيعات بكميات كبيرة | سعة تشغيل وثبات |
| الشركات | تمويل بهوامش مرتفعة | احترافية واعتمادية |

6.3 استراتيجية التسعير

نهج التسعير: تسعير متميز قائم على القيمة - الأطباق الرئيسية: 2.500 - 4.000 ريال عُُماني - الوجبات المجمعة: 4.000 - 5.500 ريال عُُماني - تمويل الشركات: 3.000 - 4.500 ريال عُُماني للشخص

تكتيكات التسعير: - قوائم متدرجة للفعاليات - خصومات للكميات الكبيرة للشركات - عروض محدودة خلال الفترات منخفضة الطلب

6.4 قنوات التسويق

أولاً: التسويق الرقمي (الرئيسي) - إنستغرام وتيك توك - إعلانات المواقع ومواعيد التواجد - محتوى خلف الكواليس من المطبخ - تغطية الفعاليات وآراء العملاء

خرائط جوجل والتقييمات: - تحديث الموقع باستمرار - إدارة التقييمات والرد عليها

واتساب للأعمال: - استقبال استفسارات الشركات - مشاركة القوائم والطلبات المسبقة

ثانياً: التسويق الميداني والمباشر - التمرکز الاستراتيجي في المواقع المعتمدة ذات الكثافة العالية - زيارات واتصالات مباشرة مع الشركات - شراكات مع منظمي الفعاليات - المشاركة في المعارض والمهرجانات الغذائية

6.5 الاستراتيجية الترويجية

مرحلة الإطلاق (أول 90 يومًا): - تذوق المؤثرين - خصومات أسبوع الافتتاح - المشاركة في فعاليات لزيادة الظهور

العروض المستمرة: - برامج ولاء للعملاء المتكررين - باقات غداء للشركات - أطباق موسمية خاصة

6.6 الشراكات والتحالفات

- مكاتب وشركات القطاع الخاص
- الجامعات والمؤسسات التعليمية
- شركات تنظيم الفعاليات
- شركاء السياحة والضيافة

6.7 استراتيجية النمو والتوسع (5 سنوات)

| السنة | محور التركيز | النتيجة |
|---------------|-------------------------|------------------|
| السنة الأولى | بناء العلامة | استقرار العمليات |
| السنة الثانية | التوسع في التمويل | هوامش أعلى |
| السنة الثالثة | إضافة وحدة متنقلة ثانية | نمو السوق |
| السنة الرابعة | مطبخ تحضير مركزي | كفاءة التكاليف |
| السنة الخامسة | الجاهزية للامتياز | توسع العلامة |

6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية والمحتوى: 150 - 250 ريال عُُماني شهريًا
- المؤثرون والعلاقات العامة: 100 - 150 ريال عُُماني شهريًا
- التسويق الميداني والفعاليات: 50 - 100 ريال عُُماني شهريًا

7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

| المرحلة | المدة |
|-----------------------|--------------|
| التسجيل والترخيص | 1-2 أسبوع |
| بناء وتجهيز المركبة | 6-10 أسابيع |
| توظيف وتدريب الموظفين | 2-3 أسابيع |
| الإطلاق التجريبي | أسبوعان |
| التشغيل الكامل | الشهر الثالث |

7.2 الخلاصة النهائية

يمثل مشروع المطعم المتنقل فرصة استثمارية عالية الإمكانات وقابلة للتوسع في قطاع الأغذية بسلطنة عُمان. من خلال التنفيذ المنضبط، وبناء علامة تجارية قوية، والتركيز على الجودة المتميزة وخدمات التمويل، يمكن للمشروع الوصول إلى الربحية خلال فترة تتراوح بين 14 و20 شهرًا، والتوسع لاحقًا إلى نموذج متعدد الوحدات أو جاهز للامتياز.