

مشروع منصة الحرف اليدوية - عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

يُعد مشروع منصة الحرف اليدوية منصة رقمية متكاملة تهدف إلى الحفاظ على الحرف اليدوية العُمانية، والترويج لها، وتسويقها تجاريًا من خلال الربط المباشر بين الحرفيين والحرفيات في عُمان وبين المشتريين محليًا ودوليًا. تعمل المنصة كنظام مركزي لعرض المنتجات المصنوعة يدويًا الأصيلة، مع ضمان دخل عادل ومستدام للحرفيين.

يتمشى المشروع بشكل وثيق مع أهداف عُمان في حفظ الموروث الثقافي، ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتعزيز الاقتصاد الرقمي، إضافة إلى الاستفادة من الطلب العالمي المتزايد على المنتجات الأصيلة، الأخلاقية، والمصنوعة يدويًا.

1.2 الرؤية والرسالة

الرؤية:

أن تصبح المنصة الرقمية الرائدة للحرف اليدوية العُمانية، والمعترف بها عالميًا من حيث الأصالة، والجودة، والهوية الثقافية.

الرسالة:

تمكين الحرفيين من خلال التكنولوجيا، وتوفير وصول مباشر إلى الأسواق العالمية، وضمان تسعير عادل، والحفاظ على الحرف التقليدية العُمانية للأجيال القادمة.

1.3 ملخص نموذج العمل

ستعمل المنصة كنظام سوق إلكتروني متعدد البائعين، يتيح للحرفيين والجمعيات المسجلة عرض وبيع وشحن منتجاتهم من خلال منصة رقمية موحدة تحمل علامة تجارية واحدة.

مصادر الإيرادات: - عمولة على المبيعات (10% - 20%) - إدراجات مميزة للحرفيين - طلبات B2B بالجملة والهدايا المؤسسية - شراكات التصدير والسياحة

1.4 السوق المستهدف

- المستهلكون المحليون الباحثون عن منتجات عُمانية أصيلة
- السياح (الشراء قبل الزيارة وبعدها)
- المشترون الدوليون المهتمون بالمنتجات اليدوية
- الشركات والمؤسسات (الهدايا والهوية الثقافية)

1.5 الأهمية الاستراتيجية

- دعم الحرفيين في المناطق الريفية والأعمال المنزلية
- الحفاظ على المهارات التقليدية المهددة بالاندثار
- خلق فرص دخل مستدامة

• تعزيز العلامة الثقافية العُمانية عالميًا

1.6 لمحة مالية عامة (تقديرية)

- تكلفة تطوير المنصة التقديرية: 15,000 - 30,000 ريال عُماني
- تكلفة الإعداد التشغيلي الأولي: 5,000 - 10,000 ريال عُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 24 - 36 شهرًا
- قابلية التوسع: مرتفعة (نموذج رقمي بالدرجة الأولى)

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، خصائص المنصة وأصحاب المصلحة

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - تسجيل شركة المنصة في عُمان (مؤسسة فردية SPC أو شركة ذات مسؤولية محدودة LLC) عبر مركز سند - تطوير وإطلاق الحد الأدنى من المنصة القابلة للتشغيل (MVP) - استقطاب وتوثيق 100-150 حرفيًا عُمانيًا - رقمنة ما لا يقل عن 500 منتج حرفي أصيل - إبرام شراكات مع مزودي خدمات الدفع والخدمات اللوجستية

الأهداف متوسطة المدى (السنتان 2-3): - توسيع قاعدة الحرفيين إلى أكثر من 500 بائع في جميع المحافظات - إطلاق تطبيقات الهواتف الذكية (أندرويد و iOS) - تفعيل الشحن الدولي ودعم العملات المتعددة - استقطاب عملاء B2B للهدايا المؤسسية والطلبات بالجملة

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5): - أن تصبح المنصة البوابة الرئيسية لتصدير الحرف اليدوية العُمانية - إدخال تقنيات السرد القصصي عبر AR/VR والمعارض الافتراضية - تأسيس شراكات إقليمية (دول الخليج والأسواق العالمية) - ترسيخ المنصة كعلامة ثقافية وطنية

2.2 عرض القيمة

للحرفيين: - وصول مباشر إلى السوق دون وسطاء - تسعير عادل وشفاف - واجهات عرض رقمية مع دعم للعلامة الشخصية - تدريب على التسعير، التصوير، والتغليف - وصول محلي ودولي

للعملاء: - ضمان أصالة الحرف اليدوية العُمانية - ملفات حرفيين موثقة وقصص منشأ واضحة - مدفوعات آمنة وتسليم موثوق - الوصول إلى منتجات حصرية وإصدارات محدودة

للمؤسسات والشركاء: - وصول منظم إلى شبكات الحرفيين - تتبع الأثر والتقارير - حفظ التراث الثقافي على نطاق واسع

2.3 خصائص المنصة والوحدات الوظيفية

الخصائص الأساسية للسوق: - قوائم منتجات متعددة البائعين - ملفات تعريف للحرفيين مع قصص الحرفة - تصنيف المنتجات حسب المنطقة ونوع الحرفة - التقييمات والمراجعات

التجارة والعمليات: - بوابة دفع آمنة (محلية ودولية) - نظام إدارة الطلبات - تنبيهات المخزون - أتمتة العمليات والمدفوعات للحرفيين

الخدمات اللوجستية والتنفيذ: - تكامل مع شركات الشحن (محليًا ودوليًا) - تتبع الطلبات بشكل فوري - دعم التغليف ووثائق التصدير

الثقة والامتنال: - آلية توثيق الحرفيين والانضمام - وسوم وشهادات الأصالة - آلية فض النزاعات

تحسينات مستقبلية: - تطبيقات الجوال (أندرويد/iOS) - دعم لغات متعددة (العربية / الإنجليزية) - معايير منتجات بتقنية الواقع المعزز وجولات افتراضية

2.4 منظومة أصحاب المصلحة

أصحاب المصلحة الأساسيون: - الحرفيون الأفراد والجمعيات - مالك/مشغل المنصة - العملاء (محليًا ودوليًا)

أصحاب المصلحة الثانويون: - شركات الشحن والخدمات اللوجستية - مزودو خدمات الدفع - الجهات الحكومية والمؤسسات الثقافية - هيئات السياحة والتصدير

2.5 الميزة التنافسية

- تركيز عميق على الأصالة الثقافية (وليس سوقًا عامًا)
- توافق قوي مع المبادرات الحكومية
- دعم شامل للحرفيين من البداية إلى البيع
- بنية رقمية قابلة للتوسع

3. تحليل SWOT - نقاط القوة والمخاطر والفرص

3.1 نقاط القوة

تميز ثقافي قوي

تتمحور المنصة حول الحرف اليدوية العُمانية الأصيلة، والهوية الثقافية، وسرد القصص، مما يمنحها تميزًا واضحًا مقارنة بمنصات التجارة الإلكترونية العامة.

أثر اجتماعي واقتصادي مرتفع

تُسهّم المنصة بشكل مباشر في تمكين الحرفيين في المناطق الريفية والأعمال المنزلية، خصوصًا النساء، وتعزز النمو الاقتصادي الشامل.

نموذج عمل رقمي قابل للتوسع

بعد بناء المنصة الأساسية، يصبح استقطاب حرفيين وعملاء جدد ذا تكلفة هامشية منخفضة نسبيًا.

توافق حكومي ومؤسسي

يتماشى المشروع مع مستهدفات عُمان في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والاقتصاد الرقمي، والسياحة، والحفاظ على التراث الثقافي.

تنوع مصادر الإيرادات

تعدد قنوات الدخل من العمولات، وطلبات B2B، والإدراجات المميزة، والشراكات يقلل الاعتماد على مصدر واحد.

3.2 نقاط الضعف

ضعف الإلمام الرقمي لدى بعض الحرفيين

قد يفتقر بعض الحرفيين إلى الخبرة التقنية، ما يستدعي برامج تأهيل وتدريب مخصصة.

تحديات الجودة والتوحيد

الحفاظ على مستوى ثابت من الجودة، والتغليف، ومواعيد التسليم قد يكون صعبًا مع بائعين متفرقين.

حاجز الثقة في المراحل الأولى

بناء الثقة لدى المشتريين الدوليين يحتاج إلى وقت، خصوصًا لعلامة جديدة.

تعقيد العمليات اللوجستية

شحن المنتجات الهشة ومتطلبات التصدير تزيد من التعقيد التشغيلي.

3.3 الفرص

تزايد الطلب العالمي على المنتجات الأخلاقية والمصنوعة يدويًا

يزداد اهتمام المستهلكين الدوليين بالأصالة والاستدامة والتراث الثقافي.

تكامل السياحة والهوية الثقافية

إمكانية استمرار الشراء بعد زيارة عُمان يعزز القيمة طويلة الأجل للعملاء.

برامج الهدايا المؤسسية والحكومية

فرص قوية للطلبات بالجملة المرتبطة بالفعاليات الوطنية والعلامات المؤسسية.

التوسع في التصدير والتجارة العابرة للحدود

أسواق دول الخليج والعالم توفر إمكانات نمو كبيرة.

السرد القصصي المدعوم بالتقنية

استخدام تقنيات AR/VR والفيديوهات والمعارض الافتراضية يعزز القيمة المدركة للمنتجات.

3.4 التهديدات

المنافسة من المنصات العالمية

منصات مثل Amazon Handmade و Etsy توفر وصولًا دوليًا واسعًا.

تكاليف وتأخيرات الشحن

ارتفاع تكاليف الشحن الدولي قد يؤثر على التنافسية السعرية.

التغيرات التنظيمية والجمركية

احتمال تغير متطلبات التصدير والجمارك.

مخاطر التقليد وعدم الأصالة
دخول منتجات غير أصلية دون آليات توثيق صارمة.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

- التركيز المبكر على السرد القصصي وبناء العلامة والشراكات المؤسسية مبرر بقوة.
- الحاجة إلى برامج تدريب للحرفيين وأطر صارمة لمراقبة الجودة.
- ضرورة التمييز عبر شهادات الأصالة والاستهداف الانتقائي للأسواق.

4. التوقعات المالية - تكاليف المنصة، نموذج الإيرادات وتوقعات خمس سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومحافظة ومذكورة بالريال العُماني.
تعتمد التوقعات على الإطلاق المرحلي، والتبني التدريجي، والانضباط في إدارة التكاليف.

4.1 تكاليف الإعداد والتطوير لمرة واحدة

أولاً: تسجيل الشركة والإعداد القانوني (عُمان)

- حجز الاسم التجاري: 10 - 20 ريال عُماني (وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار)
- السجل التجاري: 30 - 150 ريال عُماني (رسوم مخفضة)
- غرفة تجارة وصناعة عُمان: 100 - 200 ريال عُماني (سنة إلى سنتين)
- رسوم خدمات سند: 50 - 100 ريال عُماني (تختلف حسب المركز)
- الرخصة البلدية: 50 - 150 ريال عُماني (نشاط تقني/مكتبي)

إجمالي الإعداد القانوني: 100 - 500 ريال عُماني (SPC أو LLC)

ثانياً: تكاليف تطوير المنصة (المرحلة الأولى)

- تصميم تجربة المستخدم والهوية البصرية: 2,000 - 4,000
- تطوير منصة الويب: 8,000 - 15,000
- لوحات تحكم الإدارة والبائعين: 3,000 - 5,000
- دمج بوابة الدفع: 800 - 1,500
- الأمن، ضمان الجودة والاختبارات: 1,000 - 2,000
- الاستضافة وتهيئة البنية السحابية: 500 - 1,000

إجمالي التطوير: 15,000 - 28,500 ريال عُماني

ثالثاً: ما قبل الإطلاق ورقمنة المحتوى

- استقطاب وتدريب الحرفيين: 1,000 - 2,000
- تصوير المنتجات وإعداد المحتوى: 1,500 - 3,000
- التسويق قبل الإطلاق: 500 - 1,000
- السياسات القانونية والامتثال: 500 - 1,000

إجمالي ما قبل الإطلاق: 3,500 - 7,000 ريال عُُماني

إجمالي الاستثمار الأولي التقديري: - الحد الأدنى: ~ 19,000 ريال عُُماني - الحد الأعلى: ~ 36,000 ريال عُُماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية المستمرة

- رواتب الفريق الأساسي (4-6 موظفين): 2,000 - 3,500
- الاستضافة السحابية والبنية التحتية: 150 - 300
- صيانة المنصة والتحديثات: 300 - 600
- التسويق والنمو: 300 - 700
- دعم العملاء والعمليات: 200 - 400
- مكتب فعلي أو افتراضي: 150 - 300
- مصروفات متنوعة واحتياطي: 200 - 400

إجمالي المصروفات التشغيلية الشهرية: 3,300 - 6,200 ريال عُُماني

4.3 افتراضات نموذج الإيرادات

مصادر الإيرادات الأساسية: - عمولة على المبيعات بنسبة 10% - 20% - متوسط قيمة الطلب: 20 - 35 ريال عُُماني

إيرادات إضافية: - إدراجات مميزة وحملات ترويجية للحرفيين - طلبات B2B والهدايا المؤسسية

4.4 توقعات الإيرادات (السنوات 1-3)

- عدد الحرفيين النشطين: 120 (السنة 1) / 300 (السنة 2) / 600 (السنة 3)
- عدد الطلبات الشهرية: 400 / 1,200 / 2,500
- متوسط قيمة الطلب: 22 / 25 / 28 ريال عُُماني
- إجمالي حجم المبيعات السنوي (GMV): 840,000 / 360,000 / 105,600 ريال عُُماني

الإيرادات: - إيرادات العمولات: 15,800 / 54,000 / 134,400 - إيرادات أخرى: 4,000 / 12,000 / 30,000 - إجمالي الإيرادات: 19,800 / 66,000 / 164,400 ريال عُُماني

4.5 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة 1: ~20,000 ريال عُُماني (خسارة - مرحلة استثمار)
- السنة 2: ~66,000 ريال عُُماني (قريب من نقطة التعادل)
- السنة 3: ~165,000 ريال عُُماني (مربح)
- السنة 4: 250,000 - 320,000 ريال عُُماني (ربحية قوية)
- السنة 5: 400,000+ ريال عُُماني (فائض قابل للتوسع)

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط المصروفات الشهرية: 4,500 - 5,000 ريال عُُماني
- الإيرادات الشهرية المطلوبة للتعادل: 5,000 - 6,000 ريال عُُماني

🕒 الفترة المتوقعة للوصول إلى نقطة التعادل: 24 - 36 شهرًا

4.7 استراتيجية الاستدامة المالية

- فريق عمل مرّن في السنوات الأولى
- التركيز على الطلبات المؤسسية ذات الهوامش المرتفعة
- التوسع الدولي التدريجي
- إعادة استثمار الأرباح في نمو الحرفيين

5. تحليل العملاء والحرفيين - التقسيم، السلوك واستراتيجية التبنّي

5.1 تحليل الحرفيين (البائعين)

أولاً: شرائح الحرفيين

الحرفيون في المناطق الريفية والأعمال المنزلية - أفراد ينتجون الحرف اليدوية من المنازل أو القرى - يعتمدون غالباً على الأسواق المحلية أو الوسطاء - تعرض رقمي محدود لكن أصالة حرفية عالية

الجمعيات والتعاونيات الحرفية - مجموعات منظمة ومدعومة من جهات أهلية أو مبادرات محلية - قدرة إنتاجية أعلى - مستوى أفضل من توحيد الجودة

المشاريع الحرفية الصغيرة - مؤسسات صغيرة شبه رسمية تمتلك علامات بسيطة وإنتاجاً متكرراً - جاهزة للتوسع والتصدير

ثانياً: احتياجات الحرفيين ونقاط الألم

الاحتياجات: - تسعير عادل ووصول مباشر للعملاء - طلب متوقع واستقرار في الدخل - دعم في التغليف، وبناء العلامة، والخدمات اللوجستية - أدوات رقمية بسيطة وسهلة الاستخدام

نقاط الألم التي تعالجها المنصة: - الاعتماد على الوسطاء - محدودية الوصول إلى الأسواق - الضغط على الأسعار - الطلب غير المستقر

5.2 استراتيجية استقطاب الحرفيين وتبني المنصة

- تسجيل وتوثيق بمساعدة مباشرة
- مخيمات تعريفية ميدانية بالتعاون مع الشركاء المحليين
- لوحات تحكم سهلة الاستخدام (العربية أولاً)
- وحدات تدريبية (التسعير، التصوير، تنفيذ الطلبات)
- فريق دعم مخصص للحرفيين

5.3 تحليل العملاء (المشتريين)

شرائح العملاء:

العملاء المحليون - مقيمون يبحثون عن منتجات عُمانية أصيلة - الشراء للاستخدام المنزلي، والهدايا، والاعتزاز بالهوية

السياح (قبل الزيارة وبعدها) - شراء التذكارات والمنتجات الثقافية - يفضلون الشحن السهل وضمان الأصالة

المشترون الدوليون - مهتمون بالمنتجات الأخلاقية، اليدوية، والغنية ثقافيًا - يقدرّون السرد القصصي وشهادات الأصالة

العملاء المؤسسيون (B2B) - هدايا بالجملة للفعاليات والمؤتمرات ومبادرات المسؤولية الاجتماعية

5.4 سلوك العملاء ومحفزات الشراء

- الثقة وشهادات الأصالة
- قصص الحرفيين ووضوح مصدر المنتج
- صور عالية الجودة وأوصاف دقيقة
- شفافية الأسعار وتكاليف الشحن

وتيرة الشراء: - المشترون الأفراد: شراء غير متكرر لكن بقيمة أعلى - المشترون المؤسسيون: طلبات دورية بالجملة

5.5 استراتيجية بناء الثقة والاحتفاظ بالعملاء

- شارات توثيق للحرفيين
- شهادات أصالة مع المنتجات
- تقييمات ومراجعات العملاء
- سياسة إرجاع سهلة وآلية فض نزاعات
- تحديثات الطلب عبر البريد الإلكتروني وواتساب

5.6 تأثير الشبكة ومنطق نمو المنصة

- زيادة عدد الحرفيين — تنوع أكبر في المنتجات
- زيادة عدد المشترين — دخل أعلى للحرفيين
- قصص نجاح أكبر — تسارع استقطاب الحرفيين

ينتج عن ذلك نظام بيئي متكامل ذاتي التعزيز مع مرور الوقت.

6. خطة التسويق والنمو المخصصة - من الإطلاق إلى التوسع

6.1 استراتيجية الدخول إلى السوق (إطلاق مرحلي)

المرحلة الأولى: الإطلاق التجريبي (الأشهر 1-6) - النطاق الجغرافي: مسقط + محافظات مختارة - استقطاب 100-150 حرفيًا - كتالوج منتجات منسق (الجودة أولاً) - إطلاق تجريبي محدود بدعوات خاصة للمشتريين والمؤسسات

المرحلة الثانية: التوسع الوطني (الأشهر 7-18) - توسيع الاستقطاب ليشمل جميع المحافظات - إطلاق تطبيقات الهواتف الذكية (أندرويد أولاً) - تفعيل شراكات لوجستية على مستوى السلطنة - بدء مبيعات B2B بشكل منظم

المرحلة الثالثة: الوصول الدولي (الأشهر 19-36) - تفعيل مسارات الشحن الدولي (الخليج، أوروبا، الولايات المتحدة) - دعم الدفع بعملة متعددة - تجهيز التغليف ووثائق التصدير - حملات تسويق رقمية عالمية

6.2 استراتيجية استقطاب الحرفيين

- شراكات مع التعاونيات، الجمعيات الأهلية، وقادة المجتمع
- إحالات من الجهات الحكومية وشبه الحكومية
- مخيمات تعريفية وجولات ميدانية
- الإحالة عبر قصص النجاح (حرفيون يجذبون حرفيين)

حواجز الاستقطاب: - عمولة صفرية لأول 60-90 يومًا - تصوير احترافي مجاني للمنضمين الأوائل - إبراز مميز للحرفيين الموثقين

6.3 استراتيجية استقطاب المشترين

أولاً: المشترين المحليون - سرد قصصي عبر وسائل التواصل الاجتماعي (رحلة الحرفي) - شراكات مع الفعاليات الثقافية والمتاحف - حملات موسمية (العيد الوطني، الأعياد، المهرجانات)

ثانياً: السياح - شراكات مع الفنادق، شركات الطيران، ومنظمي الرحلات - رموز QR في المواقع الثقافية تقود إلى المنصة - رسائل "اشتر الآن واستلم في بلدك"

ثالثاً: المشترين الدوليون - تسويق بالمحتوى (مقالات، فيديوهات، وثائقيات) - تعاون مع مؤثرين في مجال الحرف والأزياء الأخلاقية - تحسين محركات البحث والتواجد في قنوات مختارة

6.4 استراتيجية مبيعات B2B والمؤسسات

- فريق مبيعات مخصص لقطاع B2B
- كتالوجات هدايا مؤسسية
- خيارات تغليف وعلامة تجارية مخصصة
- عقود سنوية مع الوزارات، البنوك، والشركات

التركيز على هوامش مرتفعة: - هدايا المؤتمرات - برامج المسؤولية الاجتماعية - الفعاليات الوطنية والدولية

6.5 بناء العلامة والتواصل

- السرد القصصي الأصيل كرسالة أساسية
- علامة تجارية ثنائية اللغة (عربي / إنجليزي)
- محتوى يقدّم الحرفيون (فيديوهات، كواليس العمل)
- تغطية إعلامية وحضور فكري متخصص

6.6 توزيع ميزانية التسويق (تقديري)

- التسويق الرقمي والمحتوى: 40%
- استقطاب وتمكين الحرفيين: 25%
- الشراكات والفعاليات: 20%
- العلاقات العامة والإعلام: 10%
- تجارب نمو مبتكرة: 5%

6.7 مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)

- عدد الحرفيين النشطين
- عدد المشتريين النشطين شهريًا
- إجمالي حجم المبيعات (GMV)
- معدل التحويل
- معدل تكرار الشراء
- نمو دخل الحرفيين

7. الخاتمة، الأثر وخارطة التنفيذ

7.1 الأثر الاستراتيجي

يمثل مشروع منصة الحرف اليدوية بنية رقمية عالية الأثر للاقتصاد الثقافي في عُمان، حيث يحقق: - دخلًا مستدامًا للحرفيين - حضورًا عالميًا للتراث العُماني - صادرات رقمية قابلة للتوسع - حفظًا طويل الأمد للهوية الثقافية

7.2 مؤشرات الأثر الاجتماعي والاقتصادي

- عدد الحرفيين المنضمين إلى المنصة
- متوسط الزيادة في دخل الحرفيين
- نسبة مشاركة المناطق الريفية والنساء
- نمو حجم الصادرات

7.3 الجدول الزمني التنفيذي عالي المستوى

- إعداد الشركة والامتثال: 1-2 شهر
- تطوير المنصة: 4-6 أشهر
- الإطلاق التجريبي: 2-3 أشهر
- التوسع الوطني: من الشهر 7 إلى 18
- التوسع الدولي: من الشهر 19 إلى 36

7.4 الملاحظات الختامية

تم تصميم هذا المشروع ليكون مستدامًا ماليًا، وذا أثر اجتماعي عميق، وذا أهمية وطنية استراتيجية. ومن خلال الشراكات المناسبة، والتنفيذ المنضبط، والحوكمة القوية، يمكن لمنصة الحرف اليدوية أن تصبح السوق الرقمية الرائدة في عُمان لعرض وتسويق التراث الثقافي الأصيل.