

خطة عمل مصنع الشموع - سلطنة عمان

الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

يُعد مصنع تصنيع الشموع مشروعًا صناعيًا واستهلاكيًا يركز على إنتاج شموع عالية الجودة للاستخدام المنزلي، وقطاع الضيافة، والأعراس الدينية، والمناسبات، والعلاج العطري، والهدايا داخل سلطنة عمان. سيقوم المصنع بإنتاج مجموعة متنوعة من الشموع باستخدام شمع البرافين، وشمع الصويا، والخلطات المركبة، مع توفير خيارات شموع معطرة، وزخرفية، وعملية.

يهدف المشروع إلى تقليل الاعتماد على الشموع المستوردة من خلال تقديم منتجات محلية الصنع بأسعار تنافسية وقابلة للتخصيص، بما يتماشى مع نمو قطاعات التجزئة، والضيافة، والمناسبات في سلطنة عمان.

1.2 الهيكل القانوني وتسجيل الشركة

سيتم تسجيل الشركة في سلطنة عمان عبر مركز سند، كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للمشاريع الصناعية الصغيرة إلى المتوسطة - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): موصى بها للتوسع، والشراكات، والعقود المؤسسية

التكلفة التقديرية للتسجيل والمتطلبات الحكومية الأساسية: - مؤسسة فردية (SPC): من 100 إلى 300 ريال عماني - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): من 300 إلى 500 ريال عماني (لا تشمل التأشيرات، أو إيجار الأرض/المستودع، أو الاستشارات المتقدمة)

1.3 محفظة المنتجات (ملخص)

- شموع منزلية (أسطوانية، مخروطية، شموع صغيرة)
- شموع معطرة وعلاج عطري
- شموع زخرفية وهدايا
- شموع دينية وعملية
- شموع مخصصة للفنادق، وحفلات الزفاف، والمناسبات

1.4 السوق المستهدف

- محلات التجزئة والسوبرماركت
- الفنادق والمنتجعات
- المساجد والمؤسسات الدينية
- منظمو الفعاليات والمناسبات
- شركات الهدايا المؤسسية
- أسواق التصدير (دول الخليج - مرحلة لاحقة)

1.5 الميزة التنافسية

- التصنيع المحلي مما يقلل تكاليف الشحن والخدمات اللوجستية
- سرعة التخصيص ووضع العلامات التجارية الخاصة
- ضبط جودة ثابت ومراقب
- القدرة على خدمة قطاعي الشركات (B2B) والمستهلكين (B2C)
- قابلية التوسع في الطاقة الإنتاجية

1.6 الملخص المالي (نظرة عامة)

- الاستثمار التأسيسي المقدر: من 25,000 إلى 60,000 ريال عماني (حسب حجم المشروع)
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 5,000 إلى 15,000 ريال عماني
- هامش الربح الإجمالي: من 35% إلى 55%
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 18 إلى 24 شهرًا

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن نكون من أبرز مصنّعي الشموع في سلطنة عمان، مع توريد منتجات محلية عالية الجودة لقطاعات التجزئة، والضيافة، والتصدير.

الرسالة: تصنيع شموع آمنة، وبأسعار مناسبة، وقابلة للتخصيص، من خلال عمليات إنتاج فعّالة، وضبط جودة صارم، وابتكار يركز على احتياجات العملاء.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، نطاق المنتجات، عملية التصنيع، المعدات والكوادر

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى)

- تسجيل الكيان الصناعي في سلطنة عمان عبر مركز سند (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة)
- استئجار وحدة صناعية أو مستودع مناسب ومتوافق مع اشتراطات البلدية والسلامة
- تركيب معدات تصنيع الشموع اليدوية أو شبه الآلية
- إطلاق المنتجات الأساسية من الشموع للسوق المحلي وقطاع الشركات
- الوصول إلى استقرار في الإنتاج والمبيعات خلال 6-9 أشهر

الأهداف متوسطة المدى (السنوات 2-3)

- توسيع مجموعة المنتجات (شموع معطرة، زخرفية، وعلامات خاصة)
- توقيع عقود توريد مع الفنادق، والمساجد، وشركات تنظيم الفعاليات
- تحسين كفاءة الإنتاج وخفض تكلفة الوحدة
- إدخال عبوات بعلامة تجارية وشراكات توزيع

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5)

- الترقية إلى خطوط إنتاج شبه آلية أو آلية (زيادة الطاقة الإنتاجية)
- اعتماد معايير جاهزية للتصدير إلى أسواق دول مجلس التعاون
- تطوير تصنيع بعلامات خاصة (OEM) للعملاء الكبار
- ترسيخ العلامة التجارية كأحد المصانع المحلية الرائدة للشموع في سلطنة عمان

2.2 نطاق المنتجات والمواصفات

أ. الشموع المنزلية

- شموع أسطوانية بمقاسات متعددة
- شموع مخروطية
- شموع صغيرة (Tealight)
- شموع عملية للاستخدام في حالات الطوارئ وانقطاع الكهرباء

ب. الشموع المعطرة والعلاج العطري

- شموع من شمع الصويا والخلطات المركبة
- عطور قائمة على الزيوت العطرية
- شموع في عبوات زجاجية أو معدنية

ج. الشموع الزخرفية وشموع الهدايا

- تصاميم وأشكال وألوان مميزة
- شموع للمناسبات والأعراس والمواسم
- مجموعات هدايا بعلامة تجارية

د. الشموع الدينية والمؤسسية

- شموع طويلة الاحتراق للمساجد والمؤسسات الدينية
- عبوات توريد بالجملة

هـ. الشموع المخصصة والعلامات الخاصة

- طباعة أو نقش الشعارات
- تخصيص الروائح والألوان
- تلبية متطلبات الفنادق والشركات

2.3 المواد الخام والمدخلات

المادة	الغرض
شمع البرافين	الشمع الأساسي (اقتصادي)
شمع الصويا	شموع فاخرة وصديقة للبيئة
الستيارين	تحسين الصلابة ومدة الاحتراق

المادة	الغرض
الفتائل القطنية	التحكم في اللهب والاحتراق
الزيوت العطرية	الشموع المعطرة
الأصباغ والملونات	تخصيص الألوان
العبوات (زجاج/معدن)	شموع العبوات
مواد التغليف	تغليف التجزئة والجملة

يمكن توفير المواد الخام محلياً أو استيرادها من الإمارات، أو الهند، أو الصين حسب الجودة والتكلفة.

2.4 عملية تصنيع الشموع (خطوة بخطوة)

1. **إذابة الشمع:** إذابة الشمع الصلب في خزانات مخصصة مع التحكم بدرجة الحرارة.
2. **الخلط والإضافات:** إضافة العطور، والأصباغ، والستياريين وخلطها بشكل متجانس.
3. **تثبيت الفتائل:** تثبيت الفتائل داخل القوالب أو العبوات باستخدام أدوات التمركز.
4. **الصب أو التشكيل:** صب الشمع المذاب يدوياً أو شبه آلي داخل القوالب.
5. **التبريد والتصلب:** ترك الشموع لتبرد طبيعياً أو عبر رفوف تبريد مخصصة.
6. **إزالة القوالب والتشطيب:** إخراج الشموع، وقص الفتائل، وتحسين السطح الخارجي.
7. **فحص الجودة:** اختبارات الاحتراق، والفحص البصري، والتحقق من الوزن.
8. **التغليف والتخزين:** تعبئة المنتجات النهائية وتخزينها استعداداً للتوزيع.

2.5 الآلات والمعدات

أ. التجهيز اليدوي / الصغير

المعدة	التكلفة التقديرية (ريال عماني)
خزان إذابة الشمع	3,000 - 1,500
قوالب الشموع	1,500 - 800
أدوات قص وتثبيت الفتائل	600 - 300
رفوف التبريد	800 - 400
موازين وزن	300 - 150
طاولات وأدوات التغليف	400 - 200

ب. التجهيز شبه الآلي (موصى به)

المعدة	التكلفة التقديرية (ريال عماني)
وحدة إذابة وصب شبه آلية	8,000 - 4,000
نظام تحرير القوالب	2,000 - 1,000

المعدة	التكلفة التقديرية (ريال عماني)
آلة تثبيت الفتائل	1,500 - 800
وحدة التحكم بالحرارة	1,200 - 600
خط تبريد أو ناقل بسيط	3,000 - 1,500

2.6 متطلبات مساحة المصنع والتخطيط

- المساحة الموصى بها: 150 - 300 متر مربع (صغير إلى متوسط)
- الأقسام المطلوبة:
- تخزين المواد الخام
- منطقة الإذابة والخلط
- منطقة الصب والتشكيل
- منطقة التبريد والتشطيب
- التخزين النهائي والتغليف
- مكتب وإدارة ومراقبة الجودة

يشترط توفر التهوية المناسبة، وأنظمة السلامة من الحريق، والحصول على الموافقات البلدية اللازمة.

2.7 الهيكل الوظيفي والموارد البشرية

خطة التوظيف الأولية

الوظيفة	العدد	الراتب الشهري (ريال عماني)
مشرف المصنع	1	450 - 300
مشغل آلات	2	250 - 180
عامل/مُعبئ	2	200 - 150
مساعد جودة ومخزون	1	250 - 200
إداري/مبيعات (اختياري)	1	350 - 250

إجمالي الرواتب الشهرية التقديرية: من 1,200 إلى 1,700 ريال عماني

3. تحليل SWOT - نقاط القوة، المخاطر، وفرص السوق

3.1 نقاط القوة

ميزة التصنيع المحلي

التصنيع داخل سلطنة عمان يقلل الاعتماد على الاستيراد، ويقصر زمن التوريد، ويخفض تكاليف الشحن والخدمات اللوجستية للعملاء المحليين.

تنوع المنتجات

تعدد فئات الشموع (منزلية، معطرة، زخرفية، دينية، وعلامات خاصة) يقلل المخاطر ويحقق استقرارًا في الطلب على مدار العام.

القدرة على التخصيص

إمكانية تقديم علامات خاصة، وروائح مخصصة، وأحجام وعبوات مختلفة للفنادق، والمناسبات، والعملاء المؤسسيين.

نموذج إنتاج قابل للتوسع

إمكانية التدرج من الإنتاج اليدوي إلى شبه الآلي ثم الآلي باستثمارات مرحلية مدروسة.

الطلب المؤسسي المتزايد

القطاعات الفندقية، والمساجد، ومنظمو الفعاليات يحتاجون إلى توريد منتظم بكميات كبيرة مع ضمان الجودة.

3.2 نقاط الضعف

متطلبات رأس المال الأولي

الاستثمار التأسيسي أعلى مقارنة بمشاريع التجارة أو التجزئة فقط.

الاعتماد على الطاقة والمرافق

عمليات إذابة الشمع والتحكم في درجات الحرارة ترفع استهلاك الكهرباء.

تعقيد إدارة المخزون

تخزين المواد الخام والمنتجات النهائية يتطلب بيئة مناسبة لتجنب التلف أو فقدان الجودة.

ضعف العلامة التجارية في المرحلة الأولى

العلامات الصناعية الجديدة تحتاج وقتًا لبناء الثقة في أسواق الشركات والمؤسسات.

3.3 الفرص

إحلال الواردات

نسبة كبيرة من الشموع في السوق العماني مستوردة، مما يفتح المجال لمنتج محلي منافس.

نمو قطاع الضيافة والسياحة

التوسع في الفنادق والمنتجعات والمناسبات يزيد الطلب على الشموع الزخرفية والمعطرة.

التصنيع بعلامات خاصة

توجه متزايد لدى المتاجر والشركات للتعاقد مع مصانع محلية لتقليل التكلفة وسرعة التوريد.

المنتجات الصديقة للبيئة

زيادة الوعي البيئي يعزز الطلب على شموع الصويا قليلة الدخان.

إمكانية التصدير لدول الخليج

القرب الجغرافي من أسواق مجلس التعاون يسهّل التوسع الإقليمي بعد استيفاء المعايير.

3.4 التهديدات

المنافسة منخفضة التكلفة من الواردات
المنتجات المستوردة بكميات ضخمة من آسيا قد تضغط على الأسعار في قطاع التجزئة.

تقلب أسعار المواد الخام
أسعار الشمع والزيوت العطرية تتأثر بسلاسل الإمداد العالمية.

الاشتراطات التنظيمية والسلامة
الالتزام بأنظمة الدفاع المدني، والبيئة، والبلدية ضروري وقد يزيد التكاليف.

الموسمية في الطلب
ارتفاع المبيعات في المواسم والمناسبات مقابل انخفاضها في الفترات الهادئة.

3.5 الانعكاسات الاستراتيجية

- تبرر نقاط القوة والفرص اعتماد نهج استثماري مرحلي.
- تؤكد نقاط الضعف أهمية ضبط التكاليف والتخطيط الدقيق للمخزون.
- تبرز التهديدات ضرورة التميز عبر الجودة، والتخصيص، والعقود المؤسسية طويلة الأجل.

4. التوقعات المالية - الاستثمار الرأسمالي، التكاليف التشغيلية، والتوقعات لخمس سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومعبر عنها بالريال العُماني، وتم إعدادها بشكل محافظ لتناسب متطلبات البنوك والمستثمرين.

4.1 الاستثمار الرأسمالي لمرة واحدة (تكاليف التأسيس)

أ. تسجيل الشركة والامتثال النظامي

البند	التكلفة التقديرية (ريال عماني)	ملاحظات
حجز الاسم التجاري	10 - 20	عبر MOCIIP
السجل التجاري	30 - 150	رسوم مخفّضة
عضوية غرفة تجارة وصناعة عمان	100 - 200	لمدة 1-2 سنة
رسوم خدمات سند	50 - 100	حسب الخدمة
موافقات البلدية والدفاع المدني	150 - 300	سلامة وحريق
الإجمالي الفرعي - التسجيل	340 - 770	

ب. تجهيز المصنع والمعدات (شبه آلي)

البند	التكلفة التقديرية (ريال عماني)
وحدة إذابة وصب الشمع	8,000 - 4,000
قوالب الشموع والأدوات	3,000 - 1,500
معدات تثبيت الفتائل	1,500 - 800
رفوف تبريد / ناقل	3,000 - 1,500
الأعمال الكهربائية والتهوية	2,000 - 1,000
أنظمة السلامة والتخزين	1,500 - 800
أدوات فحص الجودة	600 - 300
الإجمالي الفرعي - المعدات	21,600 - 10,900

ج. تكاليف الموقع وما قبل التشغيل

البند	التكلفة التقديرية (ريال عماني)
إيجار المستودع (دفعة مقدمة)	6,000 - 3,000
المخزون الأولي من المواد الخام	4,000 - 2,000
مواد التغليف	1,500 - 800
إعداد العلامة التجارية والتسويق	700 - 300
مخصص الطوارئ	2,000 - 1,000
الإجمالي الفرعي - ما قبل التشغيل	16,200 - 8,100

إجمالي الاستثمار التأسيسي التقديري: - النطاق المنخفض: حوالي 25,000 ريال عماني - النطاق المتوسط: حوالي 45,000 ريال عماني - النطاق الأعلى: حوالي 60,000 ريال عماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية (OPEX)

فئة المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عماني)
رواتب الموظفين	1,700 - 1,200
المواد الخام (شمع، فتائل، زيوت)	3,000 - 1,500
الكهرباء والمرافق	450 - 250
الصيانة والمستهلكات	300 - 150
مواد التغليف	600 - 300

فئة المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عماني)
النقل والتوزيع	400 - 200
التسويق والمبيعات	300 - 150
المصاريف الإدارية والمتفرقة	300 - 150
إجمالي المصروفات الشهرية	7,050 - 4,000

4.3 الطاقة الإنتاجية وهيكل التكلفة

- متوسط الطاقة الإنتاجية (شبه آلي): 12,000 - 18,000 شمعة شهرياً
- متوسط تكلفة الشمعة الواحدة (شاملة): 0.25 - 0.45 ريال عماني
- متوسط أسعار البيع:
- البيع بالجملة (B2B): 0.50 - 0.90 ريال عماني
- البيع بالتجزئة / الشموع المعطرة: 1.20 - 2.50 ريال عماني

4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

السيناريو	الإيرادات الشهرية (ريال عماني)
محافظ	6,500 - 5,000
متوقع	10,000 - 8,000
متفائل	15,000 - 12,000

4.5 الربح الشهري المقدر

السيناريو	الإيرادات	المصروفات	صافي الربح
محافظ	5,500	5,200	300
متوقع	9,000	5,800	3,200
متفائل	14,000	7,000	7,000

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 2,800 - 3,200 ريال عماني
- الاستثمار التأسيسي: 25,000 - 60,000 ريال عماني

🕒 الفترة التقديرية للوصول إلى نقطة التعادل: من 18 إلى 24 شهراً

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	الإيرادات (ريال عماني)	صافي الربح (ريال عماني)
السنة الأولى	100,000 – 85,000	28,000 – 20,000
السنة الثانية	140,000 – 120,000	40,000 – 30,000
السنة الثالثة	190,000 – 160,000	60,000 – 45,000
السنة الرابعة	260,000 – 220,000	95,000 – 70,000
السنة الخامسة	+300,000	150,000 – 110,000

تفترض السنوات من الثالثة إلى الخامسة التوسع في الطاقة الإنتاجية، وعقود العلامات الخاصة، وبداية التصدير الجزئي.

5. تحليل العملاء والسوق - قطاعات الشركات، المستهلكين، الضيافة، والتصدير

5.1 نظرة عامة على السوق (عمان والسياق الإقليمي)

يشهد سوق الشموع في سلطنة عمان طلبًا مدفوعًا بالاستخدام المنزلي، والمؤسسات الدينية، وقطاع الضيافة، والمناسبات، والهدايا. ويتميز الطلب بالاستقرار على مدار العام مع ارتفاعات واضحة خلال شهر رمضان، وعيد الفطر، وعيد الأضحى، ومواسم الأعراس، والمهرجانات، وفترات السياحة الشتوية. ولا تزال نسبة كبيرة من الشموع المتداولة في السوق مستوردة، مما يخلق فرصة قوية للمصنعين المحليين الذين يوفران سرعة توريد أعلى، وقدرات تخصيص، وتسعيرًا تنافسيًا.

5.2 نظرة عامة على تقسيم العملاء

ينقسم السوق إلى أربعة قطاعات رئيسية: 1. المشترون المؤسسيون (B2B) 2. قطاع الضيافة والمناسبات 3. التجزئة والمستهلك النهائي (B2C) 4. أسواق التصدير والجملة (مرحلة لاحقة)

5.3 العملاء المؤسسيون (B2B) - القطاع الأساسي للإيرادات

العملاء المستهدفون

- المساجد والمؤسسات الدينية
- سلاسل السوبرماركت والبقالات
- المكاتب والشركات
- شركات النظافة وإدارة المرافق

سلوك الشراء

- طلبات بالجملة (شهرية أو ربع سنوية)
- حساسية للسعر مع تركيز على الجودة

- تفضيل الشموع طويلة الاحتراق والمتجانسة

عوامل اتخاذ القرار

- سعر الوحدة
- مدة الاحتراق وانخفاض الدخان
- موثوقية التوريد
- كفاءة التغليف

5.4 قطاع الضيافة والمناسبات والهدايا

العملاء المستهدفون

- الفنادق والمنتجعات
- منظمو الفعاليات ومزخرفو حفلات الزفاف
- المطاعم والمقاهي
- شركات الهدايا المؤسسية

سلوك الشراء

- أحجام طلبات متوسطة إلى كبيرة
- تركيز عالٍ على الشكل الجمالي، والرائحة، والعلامة التجارية
- طلب موسمي مرتبط بالمناسبات والفعاليات

توقعات القيمة

- روائح وألوان مخصصة
- تغليف بعلامات تجارية أو علامات خاصة
- التزام صارم بمواعيد التسليم وثبات الجودة

5.5 قطاع التجزئة والمستهلك النهائي (B2C)

العملاء المستهدفون

- الأسر
- مشترو الهدايا
- المستهلكون المهتمون بالديكور ونمط الحياة

دوافع الشراء

- الرائحة والمظهر
- السعر مقارنة بالقيمة المدركة
- صورة العلامة التجارية وجودة التغليف

وتيرة الشراء

- مشتريات متقطعة مع ذروات موسمية

• ارتفاع الكميات خلال المواسم والعروض الترويجية

5.6 سوق التصدير والجملة (المرحلة 2-3)

المناطق المستهدفة

- الإمارات العربية المتحدة
- قطر
- البحرين
- الكويت

عوامل الجاهزية للتصدير

- ثبات معايير الجودة
- تسعير تنافسي
- تغليف بالجملة
- الالتزام بأنظمة دول مجلس التعاون

5.7 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياج	كيف يلبيه المصنع
توريد منتظم بكميات كبيرة	التصنيع المحلي وإدارة المخزون
التخصيص	خطوط إنتاج مرنة
تسعير تنافسي	خفض تكاليف الاستيراد واللوجستيات
ثبات الجودة	فحص جودة داخلي واختبارات منتظمة
سرعة التوصيل	توزيع محلي فعال

5.8 اتجاهات الطلب والموسمية

- فترات الطلب المرتفع: رمضان، الأعياد، مواسم الأعراس، السياحة الشتوية
- الطلب المتوسط: الفنادق والمؤسسات على مدار العام
- الطلب المنخفض: فترات الركود في التجزئة خارج المواسم

يتم تقليل تأثير الموسمية من خلال تنويع قنوات البيع بين الشركات والمستهلكين.

6. استراتيجيات التسويق والمبيعات المخصصة - العلامة التجارية، التسعير، التوزيع، والنمو

6.1 تموضع العلامة التجارية وصورة السوق

بيان تموضع العلامة التجارية:

مصنّع عُمانى موثوق للشموع يقدم جودة ثابتة، وتسعيرًا تنافسيًا، وحلولاً مخصصة للعملاء المؤسسيين، وقطاع الضيافة، وأسواق التجزئة.

قيم العلامة التجارية:

- الجودة والسلامة - الثبات والموثوقية - مرونة التخصيص - قيمة مقابل السعر - الاعتزاز بالتصنيع المحلي

اختلاف التمرکز حسب القطاع:

- القطاع المؤسسي (B2B): الاعتمادية، التوريد بالجملة، الثبات - الضيافة والمناسبات: الجمال، الرائحة، التخصيص - التجزئة (B2C): نمط الحياة، الديكور، الهدايا

6.2 استراتيجيات التسعير

تسعير القطاع المؤسسي (B2B)

- تسعير على أساس التكلفة مضافًا إليها هامش ربح مع خصومات للكميات
- عقود طويلة الأجل بأسعار ثابتة ضمن شرائح حجمية
- متوسط هامش الربح الإجمالي: 30% - 40%

تسعير الضيافة والمناسبات

- تسعير قائم على القيمة للشموع المعطرة والزخرفية
- رسوم إضافية للتخصيص (العلامة التجارية، الروائح)
- متوسط هامش الربح الإجمالي: 45% - 55%

تسعير التجزئة والمستهلك النهائي (B2C)

- تسعير متميز للشموع المعطرة ذات العلامة التجارية
- حزم هدايا وعروض موسمية
- متوسط هامش الربح الإجمالي: 50% - 60%

6.3 قنوات التوزيع

المبيعات المباشرة (الأساسية - B2B)

- عقود مباشرة مع المساجد، والفنادق، والشركات
- زيارات مبيعات مخصصة وتقديم عروض أسعار

شبكة الموزعين والجملة

- موزعون إقليميون للسوبرماركت
- تسعير بالجملة مع حد أدنى للطلبات

قنوات التجزئة

- السوبرماركت والهايبرماركت
- محلات الهدايا ونمط الحياة
- المنصات الإلكترونية (مرحلة لاحقة)

6.4 استراتيجية المبيعات وتوليد الفرص

- تواصل مباشر مع الفنادق، والمساجد، وشركات تنظيم الفعاليات
- تقديم عينات ومنتجات تجريبية
- المشاركة في المعارض التجارية والمعارض المحلية
- الدخول في المناقصات والعقود المؤسسية

6.5 الاستراتيجية الترويجية

ترويج منخفض التكلفة وعالي التأثير

- كتالوجات وبروشورات المنتجات
- مجموعات عينات للعملاء الرئيسيين
- استخدام التغليف بعلامة تجارية كأداة تسويقية

الحضور الرقمي (داعم)

- موقع إلكتروني بسيط لعرض المنتجات والقدرات التصنيعية
- LinkedIn لبناء المصداقية في قطاع الشركات
- Instagram للترويج لمنتجات نمط الحياة والهدايا

6.6 الشراكات والتحالفات الاستراتيجية

- شركات تنظيم الفعاليات
- إدارات المشتريات في الفنادق
- سلاسل التجزئة
- شركات الهدايا المؤسسية

6.7 خارطة طريق النمو والتوسع لخمس سنوات

السنة	التركيز الاستراتيجي	النتيجة المتوقعة
السنة الأولى	اختراق السوق المحلي (B2B)	قاعدة إيرادات مستقرة
السنة الثانية	التوسع في الضيافة والتجزئة	تحسين الهوامش

السنة	التركيز الاستراتيجي	النتيجة المتوقعة
السنة الثالثة	رفع الطاقة الإنتاجية	زيادة حجم الإنتاج
السنة الرابعة	بدء التصدير لدول الخليج	حضور إقليمي
السنة الخامسة	التوسع في OEM والعلامات الخاصة	ريادة العلامة التجارية

7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي (نظرة عامة)

المرحلة	المدة
تسجيل الشركة والتراخيص	1-2 شهر
تجهيز المصنع وتركيب المعدات	2-3 أشهر
الإنتاج التجريبي وفحص الجودة	شهر واحد
الإطلاق التجاري	الشهر الرابع

7.2 الخلاصة النهائية

يمثل مصنع تصنيع الشموع فرصة صناعية استراتيجية قابلة للتوسع وذات جدوى مالية في سلطنة عمان. ومن خلال التركيز على التصنيع المحلي، وتنويع شرائح العملاء، والانضباط في إدارة التكاليف، يمكن للمشروع تحقيق الربحية خلال عامين، والتطور ليصبح موردًا إقليميًا يخدم أسواق دول مجلس التعاون الخليجي.