

مشروع المطعم المتنقل - سلطنة عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع المطعم المتنقل هو مفهوم مطعم متنقل تميّز 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 موقع استراتيجي.

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، والمرنة في التنقل. يستهدف المشروع المناطق ذات الكثافة العالية، والفعاليات، وخدمات التموين للشركات، والمناطق السياحية، والحجوزات الخاصة.

1.2 نموذج العمل

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

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

1.3 الهيكل القانوني والتسجيل (سلطنة عُمان)

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

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

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

1.4 مفهوم المشروع ونطاق القائمة

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

تتيح هذه المرنة التكيف مع الموقع، والموسم، وتقديرات العملاء.

1.5 السوق المستهدفة

- الموظفون والعاملون في المكاتب
- العائلات
- السياح

- منظمو الفعاليات
- الشركات والمؤسسات

1.6 المعزة 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 التوسيع إلى عدة وحدات متنقلة

1.7 لمحه مالية (ملخص)

- الاستثمار المبدئي المتوقع: 55,000 - 30,000 ريال عماني
- الإيرادات الشهرية المحتملة: 5,000 - 12,000 + ريال عماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 14 - 20 شهراً
- رؤية 5 سنوات: علامة تجارية لمطعم متنقل متعددة أو نموذج امتياز

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن تكون العلامة الرائدة للمطعم المتنقل في سلطنة عمان، من خلال تقديم تجارب طعام متميزة ومرنة وسهلة الوصول.

الرسالة: تقديم طعام عالي الجودة، وخدمة استثنائية، ومعايير ثابتة عبر نموذج مبتكر للمطعم 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 (السنوات 2-3): - تحسين القائمة بناءً على تحليل المبيعات وهوامش الربح - التوسيع في عقود التموين وخدمات الشركات - بناء حضور قوي للعلامة التجارية في مسقط والمدن القرية - رفع كفاءة التشغيل وضبط التكاليف

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

2.2 عرض القيمة

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

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

2.3 استراتيجية القائمة

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

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

متوسط الأسعار: 2.000 - 4.000 ريال عماني للطبق الرئيسي

2.4 وحدة المطعم المتنقل والمعدات

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

المعدات الأساسية (تقديرية): - شواية وصاج تجاري - قلايات (مفرودة 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 عماني

2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

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

• رئيس الطهاة / الشيف:

• تنفيذ القائمة وضبط الجودة

• مساعد طاه (أو أكثر):

• التحضير ودعم الخدمة

• موظف خدمة / كاشير:

• التعامل مع العملاء ونظام نقاط البيع

الرواتب الشهرية التقديرية: - رئيس الطهاة: 250 - 350 ريال عماني - مساعد الطاهي: 180 - 250 ريال عماني - الكاشير: 150 - 220 ريال عماني

إجمالي الرواتب التقديرية: 600 - 1,000 ريال عماني شهرياً

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 عمل أفضل مقارنة بشاحنات الطعام التقليدية.

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

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

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

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

3.2 نقاط الضعف

ارتفاع الاستثمار العبدائي 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 موقع مناسب ومعتمدة من الجهات البلدية.

ارتفاع التكاليف الثابتة زيادة الرواتب، والوقود، وتكاليف الصيانة.

3.3 الفرص

الطلب المتزايد على الطعام غير الربيعي المعمّيز اتجاه العملاء نحو جودة أعلى دون متطلبات الطعام التقليدية.

نمو السياحة والفعاليات في سلطنة عمان المهرجانات والمعارض والمبادرات السياحية تولد طلباً متكرراً.

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

التوسيع العلمي ونموذج الامتياز قوة العلامة التجارية تفتح المجال للتتوسيع 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، والعملة قد تضغط على الهوامش.

الموسمية والطقس الحرارة المرتفعة قد تقلل الإقبال على الطعام الخارجي.

3.5 الانعكاسات الاستراتيجية

- دعم نقاط القوة والفرص سياسة التسعير المتميّز والتركيز على الفعاليات
- تتطلّب نقاط الضعف ضبطاً دقّيقاً للتكميل وتشغيل قائمًا على إجراءات واضحة
- تؤكّد التهديدات أهمية تنويع الموضع ومصادر الإيرادات عبر التموين

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

جميع الأرقام تقديرية ومحفظة، وبالريال العماني، ومبنية على واقع السوق في سلطنة عُمان. الأداء الفعلي يعتمد على الموقع، وحجم الطلب، والانضباط التشغيلي.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار المبدئي)

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

إجمالي تكلفة التسجيل التقديمية: 150 - 500 ريال عماني (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 - 8,000 - 5,000 - 8,000 - أنظمة كهرباء ومولد: 1,500 - 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 عماني

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

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

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

4.2 المعرفات التشغيلية الشهرية

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

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

إجمالي المصروفات الشهرية: 4,300 - 2,600 ريال عُماني

4.3 مصادر الإيرادات

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

4.4 افتراضات الإيرادات

- متوسط قيمة الطلب: 3,000 ريال عُماني
- متوسط عدد الطلبات اليومية:
 - سيناريو محافظ: 70 طلباً
 - سيناريو متوقع: 120 طلباً
 - سيناريو متفائل: 180 طلباً
 - أيام التشغيل: 26 يوماً شهرياً

4.5 توقعات الإيرادات الشهرية

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

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: 6,000 - 5,000 ريال عُماني
- الاستثمار العبدئي: 30,000 - 55,000 ريال عُماني

فترة الوصول إلى نقطة التعادل المقدرة: 14 - 20 شهراً

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: إيرادات +300,000 | صافي ربح 120,000 - 160,000

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

5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، السلوك، والتقسيم

5.1 سياق السوق (سلطنة عمان)

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

محركات الطلب الرئيسية: - جداول عمل مزدحمة وفترات غداء محدودة - تفضيل الطعام غير الرسمي المتميّز - 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): - مشترون غير منتظمين - يتذرون بوسائل التواصل الاجتماعي والاتجاهات الحديثة - يستجيبون للعروض الترويجية والطلبات الجماعية

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

41-60 سنة (العائلات ومتخدو القرار في الشركات): - مشترون للفعاليات وخدمات التموين - يركزون على الاعتمادية والاحترافية والثبات

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

5.3 سلوك العملاء

دوافع الشراء: - الحصول على طعام بجودة المطعم 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 وعشبة نهاية الأسبوع: معاملات أعلى قيمة

وتيرة الشراء: - المهنيون: 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 - تسخير وقوائم واضحة

نقاط الألم التي يعالجها المشروع: - محدودية الجلوس أو الخدمة في شاحنات الطعام - فترات الانتظار الطويلة في الطعام - 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 والمعهجانات - الموقع: أماكن مفتوحة - نوع الطلب: كميات كبيرة - محركات القيمة: السعة والهوية التجارية

الشريحة 4: الشركات والمؤسسات - الموقع: المكاتب والحرم الجامعي - نوع الطلب: تموين محجوز مسبقاً - 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): - يبتاح حلول طعام قابلة للتتوسيع - يركز على موثوقية التنفيذ

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

6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

بيان التموضع: مطعم متنقل متميز يقدم وجبات بجودة الطعام، مع مرونة واحترافية وثبات في المعايير عبر مختلف مناطق سلطنة عمان.

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

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

6.3 استراتيجية التسعير

نهج التسعير: تسعير متميز قائم على القيمة - الأطباق الرئيسية: 2.500 - 4.000 ريال عُماني - الوجبات المجمعة: 4.000 - 5.500 ريال عُماني - تموين الشركات: 3.000 - 4.500 ريال عُماني 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 العيادي والمعابر - التمرز الاستراتيجي في الواقع 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 يوماً): - 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 والتوسيع (5 سنوات)

السنة	محور التركيز	النتيجة
السنة الأولى	بناء العلامة	استقرار العمليات
السنة الثانية	التوسيع في التموين	هوماش أعلى
السنة الثالثة	نحو السوق	إضافة وحدة متنقلة ثانية
السنة الرابعة	مطبخ تحضيري مركزي	كفاءة التكاليف
السنة الخامسة	الجاهزية للامتياز	توسيع العلامة

6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية والمحظى: 150 - 250 ريال عُماني شهريًا
- المؤثرون والعلاقات العامة: 100 - 150 ريال عُماني شهريًا
- التسويق العيادي والفعاليات: 50 - 100 ريال عُماني شهريًا

7. الخاتمة وخاتمة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

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

7.2 الخلاصة النهائية

يمثل مشروع المطعم المتنقل فرصة استثمارية عالية الإمكانيات وقابلة للتتوسيع في قطاع الأغذية بسلطنة عمان. من خلال التنفيذ المنضبط، وبناء علامة تجارية قوية، والتركيز على الجودة المتميزة وخدمات التموين، يمكن للمشروع الوصول إلى الربحية خلال فترة تتراوح بين 14 و 20 شهراً، والتتوسيع لاحقاً إلى نموذج متعدد الوحدات أو جاهز للامتياز.