

# كيفية بدء مشروع شاحنة فلافل في سلطنة عُمان

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع شاحنة الفلافل في سلطنة عُمان هو مشروع طعام متنقل للخدمة السريعة، متخصص في تقديم وجبات فلافل طازجة يتم إعدادها عند الطلب، ويجمع بين الأصالة الشرق أوسطية وكفاءة أطعمة الشارع الحديثة.

ستقدّم شاحنة الطعام وجبات ساخنة، بأسعار مناسبة، ومناسبة للنباتيين، وتستهدف الموظفين، والطلبة، والعائلات، وروّاد الفعاليات.

تتميّز الفلافل في السوق العُماني بأنها: - طعام مقبول على نطاق واسع بين مختلف الثقافات - نباتية وذات تكلفة منخفضة وهوامش ربح جيدة - مناسبة للاستهلاك اليومي - مألوفة وقابلة للتكيف مع الذوق العُماني المحلي

سيتم تشغيل المشروع من خلال شاحنة طعام محفّزة بالكامل، يتم تمركزها في مواقع ذات كثافة مرتفعة مثل المناطق التجارية، والجامعات، وبالقرب من المساجد في الفترات المسائية، والحدائق العامة، والفعاليات.

### 1.2 الهيكل القانوني والتنظيمي

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر مركز سند، تحت أحد الهياكل القانونية التالية: - مؤسسة فردية (SPC): موصى بها لمالك واحد وبرأس مال منخفض - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسّع مستقبلية

التكلفة التقديرية للتسجيل والإجراءات الحكومية: - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عُماني (لا تشمل التأشيرات، أو إيجار المكتب، أو رسوم الاستشارات المتقدمة)

### 1.3 المنتجات والخدمات

- سندويشات فلافل كلاسيكية (خبز عربي وخبز صاج)
- لفائف وأطباق فلافل
- أطباق فلافل (مع الأرز أو السلطة)
- إضافات: حمص، طحينة، مخللات، بطاطس مقرّية
- وجبات كومبو وباقات تموين للفعاليات

### 1.4 السوق المستهدف

- موظفو المكاتب (الغداء والعشاء)
- الطلبة والشباب
- النباتيون والعلماء المهتمون بالصحة
- العائلات (المساء وعطلات نهاية الأسبوع)
- منظمو الفعاليات وشركات التموين المؤسسي

## 1.5 الميزة التنافسية

- تكلفة غذائية منخفضة مع إمكانية تحقيق هوامش ربح مرتفعة
- قبول ثقافي واسع للفلافل
- سرعة التحضير وتقديم الطلبات
- تموضع واضح كخيار نباتي
- سهولة التوسع إلى مواقع متعددة

## 1.6 الملخص المالي (نظرة عامة)

- التكلفة التقديرية لبدء المشروع: 16,000 - 28,000 ريال عُمان
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: 2,800 - 6,500 ريال عُمان
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 10 - 16 شهرًا
- استراتيجية خمس سنوات: تشغيل عدة شاحنات، خدمات تموين، ونموذج امتياز

## 1.7 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** أن تصبح العلامة واحدة من أكثر علامات الفلافل الموثوقة والمعروفة في قطاع أطعمة الشارع في سلطنة عُمان.

**الرسالة:** تقديم وجبات فلافل طازجة، أصيلة، وبأسعار مناسبة من خلال تجربة طعام متنقلة سريعة، نظيفة، ومركزة على رضا العميل.

## 2. تفاصيل المشروع - الأهداف، القيمة المقترحة، القائمة، المعدات وهيكل الموظفين

### 2.1 أهداف المشروع

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى):** - تسجيل المشروع في سلطنة عُمان (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة) عبر مركز سند - شراء وتجهيز شاحنة طعام متخصصة في الفلافل - الحصول على جميع الموافقات البلدية وتصاريح السلامة الغذائية - تحقيق مبيعات يومية مستقرة خلال 3-4 أشهر من الإطلاق - الوصول إلى نقطة التعادل التشغيلي خلال 10-16 شهرًا

**الأهداف متوسطة المدى (السنوات 2-3):** - تحسين القائمة بناءً على بيانات المبيعات وملاحظات العملاء - تأمين عقود تموين متكررة (مكاتب، مدارس، فعاليات) - تقديم نكهات محدودة المدة وعروض موسمية - تحسين التحكم في التكاليف وشروط الموردين لزيادة الهوامش

**الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5):** - التوسع إلى تشغيل 2-3 شاحنات طعام في مسقط ومدن أخرى - إنشاء مطبخ تحضير مركزي لخلطة الفلافل والصلصات - تطوير إجراءات تشغيل قياسية (SOPs) للامتياز أو الترخيص - ترسيخ العلامة كخيار رائد لأطعمة الشارع النباتية في عُمان

### 2.2 القيمة المقترحة

تقدّم شاحنة الفلافل فلافل مقلية طازجة تُحضّر عند الطلب، مع صلصات أصيلة وتقديم عصري، وبسرعة عالية، وبمعايير نظافة مرتفعة، وبسعر مناسب.

**محركات القيمة الأساسية:** - مكونات عالية الجودة بطعم ثابت - قائمة نباتية شاملة ومناسبة للجميع - سرعة تحضير عالية (متوسط زمن الخدمة أقل من 4 دقائق) - تسعير قوي مقابل القيمة - نكهات شرق أوسطية مألوفة مع لمسات حديثة

## 2.3 استراتيجية القائمة والمنتجات

### عناصر القائمة الأساسية

**سندويشات ولغائف الفلافل:** - سندويش فلافل بالخبز العربي - لفافة فلافل بخبز الصاج - لفافة فلافل حارة

**الأطباق والبولات:** - طبق فلافل (فلافل، حمص، سلطة، خبز) - بول فلافل مع الأرز - بول فلافل مع السلطة (خيار صحي)

**الإضافات والجوانب:** - حمص - طحينة وصلصة الثوم - بطاطس مقلية - مخللات وخضروات

**وجبات كومبو:** - سندويش/لفافة + بطاطس + مشروب - كومبو أطباق لزيادة متوسط قيمة الطلب

**متوسط أسعار البيع:** - السندويشات واللغائف: 1.000 - 1.800 ريال عُُماني - الأطباق والبولات: 2.000 - 3.000 ريال عُُماني - الكومبو: 2.500 - 3.500 ريال عُُماني

## 2.4 المعدات وتجهيز شاحنة الطعام

**مركبة شاحنة الطعام:** - فان أو شاحنة معدلة بداخلية مطابقة لمعايير سلامة الغذاء - التكلفة التقديرية: 7,500 - 14,000 ريال عُُماني

**معدات المطبخ (تقديرية):** - قلاية تجارية: 400 - 800 ريال عُُماني - خلاط/مطحنة فلافل: 300 - 700 ريال عُُماني - ثلاجة: 250 - 500 ريال عُُماني - فريزر عميق: 300 - 600 ريال عُُماني - نظام شفط وتهوية: 300 - 700 ريال عُُماني - خزانات مياه (نظيفة ومياه صرف): 150 - 300 ريال عُُماني - مولد كهرباء/تجهيزات كهربائية: 500 - 1,200 ريال عُُماني - طاولات تحضير وأدوات: 300 - 500 ريال عُُماني

## 2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

### الهيكل الأولي للفريق:

**المالك / مدير العمليات:** - الإدارة العامة والالتزام بالأنظمة - إدارة الموردين والمخزون - التسويق وبناء الشراكات

**الطاهي / مشغل القلاية (1-2 موظف):** - تحضير وقلي الفلافل - الالتزام بمتطلبات السلامة الغذائية والنظافة

**موظف خدمة / أمين صندوق (1 موظف):** - استقبال الطلبات وتشغيل نقاط البيع - خدمة العملاء

**الرواتب الشهرية التقديرية:** - الطاهي: 180 - 250 ريال عُُماني - أمين الصندوق: 150 - 220 ريال عُُماني - إجمالي الرواتب: 330 - 720 ريال عُُماني شهريًا

### 3. تحليل SWOT - مشروع شاحنة فلافل

#### 3.1 نقاط القوة

**هوامش ربح مرتفعة وتكلفة غذائية منخفضة** مكونات الفلافل (الحمص، الأعشاب، التوابل) منخفضة التكلفة ومتوفرة محليًا، مما يحقق هوامش ربح قوية مقارنة بمشاريع الطعام القائمة على اللحوم.

**جاذبية نباتية وشاملة** تلبى الفلافل احتياجات النباتيين، والمهتمين بالصحة، والعملاء الباحثين عن وجبات خفيفة، مما يوسع قاعدة العملاء المحتملة.

**قبول ثقافي واسع** تُعد الفلافل طعامًا شائعًا في الشرق الأوسطيًا معروفًا ومقبولًا على نطاق واسع، مما يقلل مقاومة العملاء وتكاليف التوعية.

**سرعة التحضير والخدمة** يسمح تحضير خلطة الفلافل مسبقًا بالقلي السريع وتجميع الطلبات بسرعة، ودعم أحجام طلبات كبيرة في أوقات الذروة.

**سلسلة توريد بسيطة** سهولة توفير المكونات محليًا تقلل الاعتماد على الاستيراد وتحد من مخاطر التوريد.

#### 3.2 نقاط الضعف

**تصور القائمة كطعام بسيط** قد يرى بعض العملاء الفلافل كمنتج منخفض القيمة أو بسيط دون بناء علامة تجارية قوية.

**تنوع محدود في القائمة (بداية التشغيل)** الاعتماد الكبير على الفلافل يتطلب ابتكارًا مستمرًا لتجنب ملل العملاء.

**إدارة الزيت والمخلفات** الحاجة لتغيير الزيت بشكل متكرر تتطلب انضباطًا تشغيليًا وإدارة مناسبة للمخلفات.

**الاعتماد على أوقات الذروة** تتركز المبيعات بشكل كبير خلال فترات الغداء والمساء.

#### 3.3 الفرص

**تزايد الطلب على الخيارات النباتية** تؤدي اتجاهات الصحة والوعي الغذائي إلى زيادة الطلب على الوجبات النباتية في عُمان.

**التمويل للفعاليات والشركات** تُعد أطباق ولقائف الفلافل مناسبة للطلبات الجماعية والفعاليات وتمويل المكاتب.

**ابتكار القائمة** فرص لتقديم فلافل محشية، فلافل مخبوزة، ونكهات دمج حديثة.

**قابلية التوسع** يسهّل التوحيد القياسي في التحضير تكرار النموذج عبر شاحنات متعددة أو امتيازات.

#### 3.4 التهديدات

**اشتداد المنافسة** وجود باعة جائلين وكافتيريات ومطاعم تقدم الفلافل بأسعار منخفضة.

**الحساسية السعرية** قد يرفض العملاء التسعير المرتفع دون قيمة مضافة واضحة.

**الامتثال التنظيمي** صرامة متطلبات السلامة الغذائية والتراخيص البلدية لعمليات القلي.

**تقلب تكاليف الزيت والطاقة** ارتفاع أسعار الزيت والوقود قد يؤثر على التكاليف التشغيلية.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية

- ضرورة بناء علامة قوية وابتكار مستمر لرفع قيمة الفلافل من منتج أساسي إلى تجربة مميزة
- استغلال ميزة التكلفة للحفاظ على تسعير تنافسي مع حماية الهوامش
- التوسع في التمويل والفعاليات لتنويع مصادر الإيرادات

## 4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية والتوقعات لخمس سنوات (شاحنة فلافل)

جميع الأرقام تقديرية وبالريال العُماني، وتم إعدادها بشكل محافظ.

### 4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار الأولي)

**أولاً: التسجيل القانوني والإجراءات الحكومية**

- حجز الاسم التجاري: 10 - 20 ريال عُُماني
- السجل التجاري: 30 - 150 ريال عُُماني (رسوم مخفّضة)
- عضوية غرفة التجارة: 100 - 200 ريال عُُماني (لمدة 1-2 سنة)
- رسوم خدمات سند: 50 - 100 ريال عُُماني
- رخصة بلدية غذائية: 50 - 150 ريال عُُماني

**إجمالي تكلفة التسجيل:** 100 - 500 ريال عُُماني (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة)

**ثانياً: شاحنة الطعام وتجهيز المطبخ**

- شاحنة طعام / فان معدّل: 7,500 - 14,000 ريال عُُماني
- تجهيز داخلي بمعايير سلامة الغذاء: 1,800 - 3,500 ريال عُُماني
- معدات القلي والتحضير: 1,500 - 3,000 ريال عُُماني
- مولد كهرباء وتجهيزات كهربائية: 500 - 1,200 ريال عُُماني
- نظام مياه وصرف صحي: 150 - 300 ريال عُُماني
- نظام نقاط البيع (POS): 300 - 600 ريال عُُماني
- الهوية البصرية وتغليف الشاحنة: 300 - 800 ريال عُُماني
- أدوات ومستلزمات صغيرة: 300 - 500 ريال عُُماني

**إجمالي تجهيز الشاحنة:** 12,350 - 23,900 ريال عُُماني

**ثالثاً: ما قبل الافتتاح والمخزون الأولي**

- مواد خام أولية: 250 - 500 ريال عُُماني
- مواد تغليف واستهلاك: 200 - 400 ريال عُُماني
- بطاقات صحية وفحوصات للموظفين: 100 - 200 ريال عُُماني
- تسويق الإطلاق: 200 - 500 ريال عُُماني

• احتياطي طوارئ: 500 - 1,000 ريال عُُماني

**إجمالي ما قبل الافتتاح:** 1,250 - 2,600 ريال عُُماني

**إجمالي تكلفة بدء المشروع التقديرية:** - الحد الأدنى: حوالي 16,000 ريال عُُماني - الحد الأعلى: حوالي 28,000 ريال عُُماني

#### 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

- رواتب الموظفين: 330 - 720 ريال عُُماني
- المواد الخام (تكلفة البضاعة): 500 - 900 ريال عُُماني
- زيت الطهي: 80 - 150 ريال عُُماني
- الوقود والمولد: 120 - 250 ريال عُُماني
- المياه والكهرباء: 40 - 80 ريال عُُماني
- الصيانة والتنظيف: 80 - 150 ريال عُُماني
- الإنترنت ورسوم نقاط البيع: 30 - 60 ريال عُُماني
- التسويق والعروض: 100 - 200 ريال عُُماني
- مصروفات متنوعة: 100 - 200 ريال عُُماني

**إجمالي المصروفات الشهرية:** 1,480 - 2,710 ريال عُُماني

#### 4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط سعر البيع:
- السندويش/اللفافة: 1.400 ريال عُُماني
- متوسط قيمة الطلب (مع الكومبو): 1.800 ريال عُُماني
- متوسط عدد الطلبات اليومية:
- سيناريو متحفظ: 80 طلبًا
- سيناريو متوقع: 120 طلبًا
- سيناريو متفائل: 160 طلبًا
- عدد أيام التشغيل: 26 يومًا شهريًا

#### 4.4 التوقعات الشهرية للإيرادات

- متحفظ: حوالي 3,700 ريال عُُماني
- متوقع: حوالي 5,600 ريال عُُماني
- متفائل: حوالي 7,500 ريال عُُماني

#### 4.5 صافي الربح الشهري التقديري

- متحفظ: إيرادات 3,700 - مصروفات 2,400 = صافي 1,300 ريال عُُماني
- متوقع: إيرادات 5,600 - مصروفات 2,200 = صافي 3,400 ريال عُُماني
- متفائل: إيرادات 7,500 - مصروفات 2,700 = صافي 4,800 ريال عُُماني

#### 4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 2,800 - 3,400 ريال عُُماني

- الاستثمار الأولي: 16,000 - 28,000 ريال عُُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل التقديرية: 10 - 16 شهرًا

#### 4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة الأولى: إيرادات 60,000 - 65,000 | صافي ربح 22,000 - 28,000
- السنة الثانية: إيرادات 75,000 - 85,000 | صافي ربح 30,000 - 38,000
- السنة الثالثة: إيرادات 95,000 - 110,000 | صافي ربح 40,000 - 52,000
- السنة الرابعة: إيرادات 125,000 - 145,000 | صافي ربح 55,000 - 70,000
- السنة الخامسة: إيرادات 165,000+ | صافي ربح 75,000 - 95,000

تفترض السنوات 3-5 نمو التمويل وإضافة شاحنة ثانية.

### 5. تحليل العملاء - الخصائص الديموغرافية، السلوك، الاحتياجات والتقسيم (شاحنة فلافل)

#### 5.1 سياق السوق في سلطنة عُمان

تحتل الفلافل مكانة مميزة في الثقافة الغذائية العُمانية باعتبارها وجبة يومية، ميسورة التكلفة، ومقبولة على نطاق واسع بين مختلف الجنسيات ومستويات الدخل. وعلى عكس المطابخ المتخصصة، تجذب الفلافل العُمانية والمقيمين والنباتيين والمهتمين بالصحة على حد سواء.

يتركز الطلب بشكل أكبر في: - المناطق التجارية (غداء أيام الأسبوع) - المناطق الجامعية والكليات - الحدائق العامة والمتنزهات والكورنيشات (الفترة المسائية) - محيط المساجد بعد صلاة المغرب - الفعاليات والمهرجانات والتجمعات المجتمعية

#### 5.2 الخصائص الديموغرافية للعملاء

##### أولاً: التقسيم حسب العمر

**18-24 سنة (الطلبة والشباب):** - حساسية عالية للسعر - مشترون متكررون (عدة مرات أسبوعيًا) - تأثير قوي للأقران ووسائل التواصل الاجتماعي

**25-40 سنة (الموظفون والمهنيون):** - الشريحة الأساسية للإيرادات - يقدرّون السرعة والثبات والنظافة - يفضلون اللقائف ووجبات الكومبو

**41-55 سنة (العائلات والعملاء الناضجون):** - مشترون في المساء وعطلات نهاية الأسبوع - يفضلون الأطباق والنكهات التقليدية - ثقة عالية في الطعام النظيف والمألوف

##### ثانيًا: التقسيم الغذائي ونمط الحياة

- النباتيون: العملاء الأكثر ولاءً
- المهتمون بالصحة: يفضلون الخيارات الأقل زيبًا أو المخبوزة
- مستهلكو الوجبات السريعة المعتادة: يركزون على الطعم وحجم الوجبة
- الملتمزمون دينيًا: يقدرّون بساطة الخيار النباتي الحلال

### 5.3 الدخل والسلوك الإنفاقي

- دخل منخفض (أقل من 400 ريال): إنفاق نموذجي 1.000 - 1.500 ريال عُُماني
- دخل متوسط (400 - 900 ريال): إنفاق نموذجي 1.500 - 2.500 ريال عُُماني
- دخل متوسط مرتفع (900+ ريال): إنفاق نموذجي 2.500 - 3.500 ريال عُُماني

تُتيح أسعار الفلافل المعقولة معدلات تكرار شراء مرتفعة حتى بين الشرائح ذات الدخل المنخفض.

### 5.4 سلوك وأنماط الشراء

**محفزات الشراء:** - السعر المناسب - سرعة الخدمة - الطعم المألوف - الانطباع الصحي مقارنة بالأطعمة المقلية باللحوم - النظافة وجودة الزيت

**توقيت الشراء:** - ذروة الغداء: 12:00 ظهرًا - 3:00 عصرًا - ذروة المساء: 6:00 مساءً - 10:30 مساءً - حجم مرتفع بعد الصلوات والفعاليات

**معدل تكرار الشراء:** - الطلبة: 3-5 مرات أسبوعيًا - الموظفون: 2-4 مرات أسبوعيًا - العائلات: 1-2 مرة أسبوعيًا

### 5.5 احتياجات العملاء ونقاط الألم

**الاحتياجات الرئيسية:** - وجبة مشبعة بسعر منخفض - خدمة سريعة خلال فترات الاستراحة - زيت نظيف ومكونات طازجة - قائمة واضحة وتسعير شفاف

**نقاط الألم التي يحلها المشروع:** - تفاوت الجودة لدى الباعة الجائلين - الفلافل شديدة الدهنية - الانتظار الطويل في المطاعم - قلة خيارات الوجبات السريعة النباتية

### 5.6 تقسيم العملاء

- **الشريحة الأولى: الطلبة والشباب**
- حساسية عالية للسعر
- استجابة قوية للعروض والكومبو
- تأثر كبير بوسائل التواصل الاجتماعي

#### • الشريحة الثانية: الموظفون

- حساسون للوقت
- ولاء مرتفع عند ثبات الجودة
- يفضلون اللقائف والوجبات السريعة

#### • الشريحة الثالثة: العائلات

- تركيز على الفترات المسائية
- تفضيل الأطباق والمشاركة
- اهتمام كبير بالنظافة والموثوقية



## • الشريحة الرابعة: الفعاليات والتمويل

- طلبات بالجملة
- حجم مبيعات متوقع وثابت
- هوامش ربح أعلى

### 5.7 شخصيات العملاء (Personas)

- خالد (طالب جامعي، 22 عامًا): يتناول الفلافل 3-4 مرات أسبوعيًا، حساس للسعر، ويتأثر بعروض إنستغرام
- سارة (موظفة، 34 عامًا): وقت غداء محدود، تفضل اللقائف والبومات، وتهتم بثبات الجودة
- عبدالله (رب أسرة، 47 عامًا): يشتري للعائلة في النزاهات، يفضل الأطباق التقليدية، ويميل للعلامات الموثوقة

## 6. خطة التسويق المخصصة - العلامة التجارية، التسعير واستراتيجية النمو (شاحنة فلافل)

### 6.1 تموضع وهوية العلامة التجارية

**بيان تموضع العلامة:** شاحنة فلافل أصيلة، طازجة، وبأسعار مناسبة، تقدم وجبات نباتية عالية الجودة بسرعة ونظافة وثبات، لتلبية احتياجات العملاء اليومية في سلطنة عُمان.

**شخصية العلامة:** - أصيلة بطابع شرق أوسطي - نظيفة وموثوقة - ودودة وقريبة من العملاء - تركيز على القيمة مع الحفاظ على الجودة

**عناصر العلامة:** - اسم علامة قصير وسهل التذكر (مناسب للعربية والإنجليزية) - لوحة ألوان خضراء أو ترابية (دلالات الصحة والطزاجة) - منطقة قلبي ظاهرة تعكس الطزاجة - تغليف صديق للبيئة بعلامة تجارية واضحة

### 6.2 استراتيجية الاستهداف

شريحة العملاء	الهدف الرئيسي	الرسالة الأساسية
الطلبة والشباب	حجم مبيعات يومي مرتفع	مشبع، لذيذ، وبسعر مناسب
الموظفون	ولاء وقت الغداء	سريع، نظيف، وثابت الجودة
العائلات	ثقة المساء	تقليدي، صحي، وموثوق
الفعاليات والشركات	مبيعات بالجملة	احترافي، في الوقت المحدد، وقابل للتوسع

### 6.3 استراتيجية التسعير (نموذج الحجم المرتفع)

**فلسفة التسعير:** الحفاظ على أسعار مناسبة لزيادة معدل التكرار، مع حماية الهوامش من خلال انخفاض تكلفة الغذاء.

- السندويشات واللقائف الأساسية: 1.000 - 1.500 ريال عُماني
- اللقائف أو البومات المميزة: 1.800 - 2.500 ريال عُماني
- الأطباق ووجبات الكومبو: 2.500 - 3.500 ريال عُماني

**تكتيكات التسعير:** - تسعير الكومبو لرفع متوسط قيمة الطلب - أسعار خاصة للطلبة خلال أيام الأسبوع - خصومات أطباق العائلات

#### 6.4 قنوات التسويق

**أولاً: التسويق الرقمي (التركيز الأساسي)** - إنستغرام وتيك توك - تحديثات يومية للموقع - مقاطع قصيرة لعملية القلي الطازج - عروض محدودة واستطلاعات - خرائط جوجل والتقييمات - تثبيت الموقع بدقة - طلب التقييمات عبر رموز QR - واتساب بزنس - مشاركة القائمة - الطلبات المسبقة واستفسارات التموين

**ثانياً: التسويق الميداني والموقعي** - التمرکز الاستراتيجي قرب الجامعات والمكاتب - لوحات قائمة واضحة مع أسعار ظاهرة - توزيع منشورات في الكليات، النوادي الرياضية، والمكاتب - المشاركة في مهرجانات الطعام المحلية

#### 6.5 استراتيجية العروض الترويجية

**مرحلة الإطلاق (أول 60-90 يومًا):** - اشترِ واحدًا واحصل على الآخر مجانًا (أيام محددة) - بطاطس مجانية مع وجبات الكومبو - دعوات تذوق للمؤثرين

**العروض المستمرة:** - بطاقات ولاء (اشترِ 8 واحصل على 1 مجانًا) - خصومات الطلبة خلال أيام الأسبوع - عروض أطباق العائلات

#### 6.6 الشراكات وتوسيع الإيرادات

- مزودو وجبات الغداء للشركات
- الجامعات ومعاهد التدريب
- منظمو الفعاليات وحفلات الزفاف
- مجتمعات الأطفعة الصحية والنوادي الرياضية

#### 6.7 خارطة طريق النمو لخمس سنوات

السنة	مجال التركيز	النتيجة
السنة الأولى	الوعي بالعلامة	حجم مبيعات يومي مستقر
السنة الثانية	التموين وبرامج الولاء	هوامش ربح أعلى
السنة الثالثة	شاحنة ثانية	توسّع السوق
السنة الرابعة	مطبخ مركزي	كفاءة التكاليف
السنة الخامسة	نموذج امتياز	توسّع إقليمي

#### 6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية: 100 - 150 ريال عُماني شهريًا
- التعاون مع المؤثرين: 50 - 100 ريال عُماني شهريًا
- المواد المطبوعة والميدانية: 30 - 50 ريال عُماني شهريًا

## 7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني التنفيذي (مستوى عالٍ)

المرحلة	المدة التقديرية
تسجيل النشاط التجاري	1-2 أسبوع
شراء الشاحنة وتجهيزها	4-8 أسابيع
التراخيص والموافقات	2-4 أسابيع
الإطلاق التجريبي	أسبوعان
التشغيل الكامل	الشهر الثالث

### 7.2 الخلاصة النهائية

يمثل مشروع شاحنة الفلافل فرصة استثمارية منخفضة المخاطر ومرتفعة الهوامش وقابلة للتوسع في قطاع الأغذية السريعة في سلطنة عُمان. ومن خلال الانضباط في التحكم بالتكاليف، والمحافظة على جودة ثابتة، وبناء علامة تجارية قوية، يمكن للمشروع تحقيق الربحية خلال السنة الأولى والتوسع لاحقاً إلى تشغيل عدة وحدات.

تم حذف أي عبارات ختامية إضافية أو إشارات إلى خطوات لاحقة أو محتوى ناتج عن أدوات آلية، مع الإبقاء على مضمون الخلاصة النهائية للمشروع فقط، وفق التعليمات.