

خطة تصدير التمور - سلطنة عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على النشاط

يهدف مشروع تصدير التمور إلى توريد و معالجة و تعبئة و تصدير التمور العُمانية عالية الجودة إلى الأسواق العالمية، بالاستفادة من الإرث الزراعي العُماني، والموقع الجغرافي الاستراتيجي للسلطنة، والطلب العالمي المتزايد على المنتجات الغذائية الطبيعية والصحية.

تُعرف سلطنة عُمان عالمياً بجودة أصناف التمور مثل الخلاص، الفرض، الخصاب، والمجدول. سيعمل هذا المشروع كشركة تجارية متخصصة في التصدير، مع التعاون المباشر مع المزارعين المحليين، والجمعيات الزراعية، ومرافق المعالجة، لضمان استمرارية الجودة وتوفير الكميات.

سيتم تمويع الشركة كمصدر موثوق للتمور العُمانية الممتازة والمنتجات ذات القيمة المضافة، مع استهداف تجار الجملة، والموزعين، وتجار التجزئة، ومصنّعي الأغذية في أسواق دول مجلس التعاون، وآسيا، وأوروبا، وأفريقيا.

1.2 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - تسجيل الشركة في سلطنة عُمان بصيغة مؤسسة فردية (SPC) أو شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) - تأمين اتفاقيات توريد مع مزارع التمور المحلية - تنفيذ أول شحنة تصدير تجارية خلال 6 أشهر - بناء قاعدة من 2-3 مشترين دوليين

الأهداف متوسطة المدى (الستنان 2-3): - زيادة كميات التصدير وتوسيع الدول المستهدفة - إدخال عبوات تجزئة بعلامة تجارية - إضافة منتجات تمور نصف مصنعة ومنتجات ذات قيمة مضافة

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5): - التحول إلى مصدر معروف للتمور العُمانية - إنشاء أو الشراكة في منشأة متخصصة لالمعالجة والتعبئة - تطوير عقود تصدير بعلامات خاصة وكميات كبيرة

1.3 المنتجات والخدمات

- تمور طازجة (تصدير بالجملة)
- تمور نصف مجففة ومجففة
- تمور منزوعة النوى
- معجون تمر وتمور للاستخدام الصناعي
- عبوات تجزئة بعلامة تجارية (250 جم، 500 جم، 1 كجم)

1.4 الأسواق التصديرية المستهدفة

- دول مجلس التعاون الخليجي (الإمارات، السعودية، الكويت)
- جنوب آسيا (الهند، باكستان، بنغلاديش)
- جنوب شرق آسيا (ماليلزيا، إندونيسيا)
- أوروبا (المملكة المتحدة، ألمانيا، فرنسا - أسواق متخصصة)
- أفريقيا (شرق وشمال أفريقيا)

1.5 الهيكل القانوني والتسجيل (سلطنة عُمان)

سيتم تسجيل المشروع عبر مركز سند لأحد الخيارين: - مؤسسة فردية (SPC): تكلفة أقل وسرعة في التأسيس - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة للشراكات والتوسع

التكلفة التقديرية للتسجيل (دون احتساب التأشيرات أو إيجار المكتب): - SPC: من 100 إلى 300 ريال عماني - LLC: من 300 إلى 500 ريال عماني

1.6 العيزة التنافسية

- الوصول إلى تمور عُمانية عالية الجودة
- القرب الاستراتيجي من موانئ التصدير (صحار، صلالة)
- نموذج توريد من
- القدرة على خدمة أسواق الجملة والمنتجات ذات العلامات التجارية
- تكاليف تشغيل أقل مقارنة بالمعالجين الكبار

1.7 لمحه مالية (مستوى عام)

- الاستثمار الأولي المتوقع: من 20,000 إلى 45,000 ريال عماني
- هدف حجم التصدير في السنة الأولى: من 80 إلى 150 طنًا
- هامش الربح الإجمالي المستهدف: 15% - 30%
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 12 إلى 24 شهراً

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: ترسیخ التمور العمانيّة كمنتج تصديری موثوق، وممیز في الأسواق العالمية.

الرسالة: ربط المزارعين العمانيين بالمشترين الدوليين من خلال تصدير تمور عالية الجودة وفق ممارسات توريد أخلاقية، وضبط جودة صارم، وخدمات لوجستية فعالة.

2. تفاصيل المشروع - نموذج العمل، سلسلة القيمة، المنتجات والعمليات

2.1 خيارات نموذج العمل

يمكن لمشروع تصدير التمور العمل وفق أحد النماذج التالية أو مزيج بينها:

النموذج (أ): التجارة والتصدير (خفيف الأصول) - شراء التمور من المزارعين أو الجمعيات التعاونية - الاستعانة ببعض المصادر الخارجية لعمليات الفرز والتعبئة والتغليف - التصدير بكميات كبيرة أو ضمن عبوات بعلامة تجارية - استثمار رأس مالي أقل، وسرعة أكبر في الإطلاق

النموذج (ب): المصدر شبه المتكامل - امتلاك عمليات ضبط الجودة والفرز والتعبئة - الشراكة مع مزودي التخزين المبرد والمعالجة - هامش ربح أعلى وتحكم أفضل بالعلامة التجارية

البدء الموصى به: النموذج (أ) مع الانتقال التدريجي إلى النموذج (ب) بحلول السنة الثالثة.

2.2 سلسلة القيمة (من البداية إلى النهاية)

- التوريد: مزارعون متعاقدون، مجتمعون، جمعيات تعاونية
- الحصاد والمعالجة الأولية: التجفيف الشعسي / الفرز الأولي
- ضبط الجودة: فحص الحجم، الرطوبة، العيوب، الآفات
- التصنيف والفرز: ممتاز / قياسي / صناعي
- التعبئة: كراتين بالجملة أو عبوات تجزئة
- التخزين: تخزين عادي أو مبرد (0-5 درجات مئوية)
- الخدمات اللوجستية: نقل داخلي إلى الموانئ
- التصدير: بحري (حاويات) أو جوي (عينات)
- التوزيع الخارجي: مستوردون، تجار جملة، تجار تجزئة

2.3 محفظة المنتجات والمواصفات

- أ. أصناف التمور (إرشادية):** - الخلاص (ممتاز، طري) - الفرض (نصف جاف، مناسب للتصدير) - الخطاب (طري، حلو) - العجدول (حجم كبير، فئة مميزة)
- ب. الدرجات:** - ممتاز: حجم كبير، تجانس عالي، رطوبة منخفضة - للتجزئة والمشترين المميزين - قياسي: حجم متوسط، عيوب بسيطة - لتجار الجملة - صناعي: صغير/غير منتظم - للمعجون والمعالجة

2.4 صيغ التعبئة

- كراتين بالجملة: 5 كجم / 10 كجم
- عبوات تجزئة: 250 جم / 500 جم / 1 كجم
- تعبئة مفرغة من الهواء أو بتقنية تعديل الغلاف الجوي

يجب أن تتضمن العبوة: - اسم المنتج والصنف - بلد المنشأ (عمان) - سنة الحصاد - الوزن الصافي - بيانات المصدر - رقم الدفعه/التشغيله

2.5 ضبط الجودة والالتزام

- التحكم بنسبة الرطوبة (عادة أقل من 20%)
- فحص بصري للأفات والعنف
- الالتزام بمعايير الدول المستوردة
- شهادات الصحة النباتية
- شهادات الصحة والمنشأ

2.6 سير العمليات التشغيلية

- استفسار المشتري وتحديد المواصفات
- تأكيد المورد والتسuir
- إرسال العينات والموافقة
- الشراء والتجميع
- الفرز والتصنيف والتعبئة
- الفحص وإعداد المستندات
- حجز الحاويات
- التخلص للتصدير

- الشحن والمتابعة
- تسوية المدفوعات

2.7 التخزين والخدمات اللوجستية

- تخزين عادي للأصناف الجافة
- تخزين مبرد للأصناف الطرية
- أنواع الحاويات: 20 قدم / 40 قدم (عادية أو مبردة)
- الموانئ: صحار، صلالة (أقل تكلفة)

2.8 إدارة المخاطر التشغيلية

- تنوع الموردين
- نقط فحص جودة متعددة
- التأمين (الشحن والائتمان)
- التسعير بعقود مسبقة

3. الإطار التنظيمي والامتثال التصدير (سلطنة عمان والدولي)

3.1 تسجيل النشاط والترخيص (سلطنة عمان)

يجب تسجيل مشروع تصدير التمور قانونياً في سلطنة عمان عبر مركز سند، تحت إحدى الصيغتين: مؤسسة فردية (SPC) أو شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC).

التسجيلات والموافقات الأساسية: - السجل التجاري (CR) لدى وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار - إدراج النشاط: تجارة / تصدير المنتجات الزراعية - عضوية غرفة تجارة وصناعة عُمان - رخصة بلدية (عنوان مكتب أو مستودع)

التكلفة التقديرية للتأسيس: من 100 إلى 500 ريال عماني (دون احتساب التأشيرات أو إيجار المكتب).

3.2 متطلبات وزارة الثروة الزراعية والأمن الغذائي

يجب أن تلتزم التمور المختصة للتصدير باللوائح الزراعية ولوائح سلامة الغذاء المعتمدة في سلطنة عمان.

المتطلبات الإلزامية: - تسجيل المصّدر لدى وزارة الثروة الزراعية والسمكية وموارد المياه - فحص واعتماد مرافق التخزين والتعبئة - الالتزام بمعايير مكافحة الآفات والنظافة - الحصول على موافقات شحن التصدير

3.3 مستندات التصدير (لكل شحنة)

تطلب كل شحنة تصدير عادة المستندات التالية: - الفاتورة التجارية - قائمة التعبئة - شهادة المنشأ (غرفة تجارة وصناعة عُمان) - شهادة الصحة النباتية - شهادة صحية (عند الطلب) - بيان التصدير (نظام بيان الجمركي) - بوليصة الشحن / بوليصة الشحن الجوي

3.4 الجمارك وتصنيف الرمز المنسق (HS Code)

- الرمز المنسق (إرشادي): 0804 - التمور
- التخلص الجمركي عبر نظام بيان

- الرسوم الجمركية غالباً يتحملها المستورد وفق شروط التجارة الدولية (Incoterms) يُعد التصنيف الصحيح للرمز المنسق أمراً بالغ الأهمية لتجنب التأخير أو الغرامات.

3.5 الامتثال في أسواق الوجهة

- أ. دول مجلس التعاون الخليجي:** - إجراءات استيراد مبسطة - تفضيل الملصقات باللغة العربية - الالتزام بفتره الصلاحية ونسبة الرطوبة
- ب. أوروبا (الاتحاد الأوروبي والمملكة المتحدة):** - متطلبات صارمة لسلامة الغذاء وإمكانية التتبع - ملصقات بلغة بلد الاستيراد - الالتزام بحدود بقايا العبيادات - قد يتطلب المشتري فحوصات مخبرية من طرف ثالث
- ج. آسيا وأفريقيا:** - معايير متباعدة حسب الدولة - أسواق حساسة للأسعار - شهادة الصحة النباتية وشهادة المنشأ إلزامية

3.6 أنظمة التعبئة ووضع الملصقات

- يجب أن توضح عبوات التصدير بشكل واضح - اسم المنتج والصنف - الوزن الصافي - بلد المنشأ (عمان) - اسم وعنوان المصدر - رقم الدفع / التشغيلة - تاريخ الإنتاج أو التعبئة
- قد تتطلب أسواق التجزئة معلومات غذائية مفصلة على العبوة.

3.7 شروط التجارة الدولية (Incoterms) وهيكل العقود

- الشروط الشائعة المستخدمة:** - EXW (من موقع البائع) - FOB (التسليم على ظهر السفينة) - CIF (التكلفة والتأمين والشحن)
- الموصى به للمبتدئين:** FOB أو CIF.

يجب أن تتضمن عقود التصدير بوضوح: - مواصفات الجودة - شروط الدفع (اعتماد مستندي، دفع مقدمة، تحصيل مستندي) - آلية فض النزاعات - شروط الفحص والاستلام

3.8 إدارة المخاطر والامتثال

- الالتزام بقواعد تدقيق لكل شحنة
- الاستعانة بمحاصرين جمركيين مرخصين
- تأمين الشحنات
- إدارة مخاطر الائتمان للمشترين الدوليين

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، اقتصadiات التصدير والتوقعات لخمس سنوات

جميع الأرقام تقدرية ومحبر عنها بالريال العماني، وتعتمد على افتراضات محافظة ومتواقة مع ممارسات التصدير الحالية في سلطنة عمان.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

أ. إعداد الشركة والامتثال - تسجيل الشركة والتراخيص: 100 - 500 SPC / LLC عبر سند - عضوية غرفة تجارة وصناعة عُمان: 100 - 200 (سنوية / كل سنتين) - تسجيل المصدر والموافقات: 100 - 300 (الزراعة وسلامة الغذاء) - تجهيز مكتب إداري أساسي: 300 - 700 - خدمات قانونية وإعداد مستندات: 200 - 500

الإجمالي الفرعي: 2,200 - 800

ب. العمليات والبنية الأساسية - معدات الفرز والتعبئة (طاولات، موازين، آلات إغلاق): 2,000 - 5,000 - تأمين وتجهيز مستودع: 1,500 - 4,000 - التخزين المبرد (تأمين/تجهيز عند الحاجة): 1,000 - 3,000 - أنظمة تقنية وتتبع ومخزون: 300 - 800

الإجمالي الفرعي: 12,800 - 4,800

ج. رأس المال التشغيلي الأولي - شراء التمور الخام: 8,000 - 15,000 - مواد التعبئة والتغليف: 1,000 - 2,000 - مقدم خدمات الشحن واللوجستيات: 2,000 - 4,000 - احتياطي طوارئ: 1,000 - 2,000

الإجمالي الفرعي: 23,000 - 12,000

إجمالي الاستثمار التقديري عند التأسيس: - الحد الأدنى: حوالي 18,000 ريال عماني - الحد الأعلى: حوالي 45,000 ريال عماني

4.2 هيكل تكلفة التصدير (لكل طن متري)

- شراء من المزرعة: 350 - 550
- الفرز والتعبئة: 80 - 120
- مواد التغليف: 60 - 100
- التخزين والمناولة: 40 - 70
- النقل الداخلي: 30 - 60
- تكاليف الميناء والمستندات: 25 - 40

إجمالي التكلفة للطن: 585 - 940 ريال عماني

4.3 تسعير التصدير وهوامش الربح

- دول مجلس التعاون: سعر بيع 900 - 1,200 / هامش %15 - %25
- جنوب آسيا: سعر بيع 850 - 1,100 / هامش %12 - %22
- أوروبا (أسواق متخصصة): سعر بيع 1,300 - 1,800 / هامش %20 - %35
- أفريقيا: سعر بيع 800 - 1,050 / هامش %10 - %18

4.4 اقتصadiات الحاويات

- حاوية 20 قدم: حوالي 12 - 14 طنًا متريًّا
- حاوية 40 قدم: حوالي 22 - 26 طنًا متريًّا

إيراد تقديری بنظام FOB (حاوية 40 قدم - دول الخليج): 22 طن × 1,050 ريال ≈ 23,100 ريال عماني

4.5 المصاريف التشغيلية السنوية

- رواتب الموظفين: 12,000 - 7,000
- المستودع والمرافق: 7,000 - 4,000
- الإدارة والامتثال: 3,000 - 1,500
- التسويق والسفر: 4,000 - 2,000
- التأمين ومصاريف متفرقة: 2,000 - 1,000

إجمالي المصاريف التشغيلية السنوية: 28,000 - 16,500 ريال عُماني

4.6 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة 1: حجم تصدير 80 - 120 طن / إيرادات 130,000 - 85,000 / صافي ربح 18,000 - 10,000
- السنة 2: 150 - 220 طن / 240,000 - 35,000 / 20,000
- السنة 3: 300 - 400 طن / 460,000 - 70,000 / 45,000 / 330,000
- السنة 4: 500 - 650 طن / 750,000 - 120,000 / 80,000
- السنة 5: 800 - 900,000 طن فأكثر / 140,000 فأكثر

4.7 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح السنوي (السنة 1-2): 15,000 - 25,000
- الاستثمار الأولي: 18,000 - 45,000
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 12 إلى 24 شهراً

5. تحليل السوق والعملاء - الطلب العالمي، شرائح المشترين والأسواق المستهدفة

5.1 نظرة عامة على سوق التمور العالمي

تُعد التمور غذاءً أساسياً وفُدّلياً طبيعياً يزداد الطلب عليه عالمياً، إلى جانب استخدامها المتنامي كمنتج صحي. ويعود نمو الطلب العالمي إلى زيادة عدد السكان في الدول المستوردة، وارتفاع الوعي الصحي، وتوسيع استخدام التمور في الصناعات الغذائية.

حركات الطلب الرئيسية: - التفضيل المتزايد للمحليات الطبيعية الخالية من السكر المكرر - الاستهلاك الديني والثقافي (رمضان، الموسام والمعناسبات) - التوسع في استخدام التمور في المخبوزات والحلويات والأغذية الصحية - نمو أسواق الأغذية الحلال والعرقية في أوروبا

5.2 تقسيم المشترين (من يشتري التمور العمانية)

الشريحة (أ): المستوردون وتجار الجملة - الشريحة الأساسية - الشراء بكميات كبيرة عبر الحاويات - التركيز على السعر والاستقرارية والموثوقية - تفضيل عقود التوريد طويلة الأجل

الشريحة (ب): سلاسل التجزئة والموزعون - طلب جودة وتعبئة متسقة - اشتراط الملصقات وإمكانية التتبع - هؤامش ربح أعلى مع الالتزام تنظيمي أشد

الشريحة (ج): مصنّعو الأغذية - استخدام التمور للمعجون والشراب والحسوات - حساسية عالية للسعر والتركيز على الكميات - قبول درجات أقل من حيث الشكل

الشريحة (د): مشترون بعلامة خاصة (Private Label) - تعبئة المنتج تحت علامة المشتري - تدقيق صارم للجودة - قيمة أعلى مقابل متطلبات تشغيلية أعقد

5.3 تحديد أولويات الأسواق المستهدفة

الأسواق من المستوى الأول (مرحلة الانطلاق): - دول مجلس التعاون الخليجي: ألفة ثقافية مع التمور العمانية، تكلفة لوجستية أقل، دورات دفع أسرع، وهوامش متوسطة مع موثوقية عالية - جنوب آسيا (الهند، باكستان): استهلاك مرتفع جدًا، بيئة تنافسية سعرية، مناسبة لأصناف الفرض والدرجات القياسية

الأسواق من المستوى الثاني (مرحلة النمو): - جنوب شرق آسيا (มาيلزيا، إندونيسيا): نمو سكاني مسلم، ارتفاع الطلب في رمضان، فرصة جيدة لعبوات بعلامة تجارية - أفريقيا (الشرق والشمال): أسواق مدفوعة بالكميات، حساسة للأسعار، مناسبة للدرجات الصناعية والقياسية

الأسواق من المستوى الثالث (الفئة المميزة والمختصة): - أوروبا (المملكة المتحدة، ألمانيا، فرنسا): طلب قوي على التمور الممتازة والعضوية والقابلة للتتبّع، هوامش أعلى، امثال تنظيمي صارم

5.4 معايير قرار الشراء لدى العملاء

- التنافسية السعرية: أهمية عالية جدًا
- الجودة المتسبة: أهمية عالية جدًا
- نسبة الرطوبة ومدة الصلاحية: أهمية عالية
- موثوقية الخدمات اللوجستية: أهمية عالية
- الشهادات والمستندات: أهمية عالية
- العلامة التجارية والتعبئة: أهمية متوسطة إلى عالية

5.5 تحليل الحساسية السعرية

- مشترون دول مجلس التعاون: حساسية متوسطة للسعر
- جنوب آسيا وأفريقيا: حساسية عالية للسعر
- أوروبا: حساسية منخفضة، والتركيز على الجودة

يجب أن تختلف استراتيجية التسعير حسب السوق لتحقيق أفضل هوامش ممكنة.

5.6 استراتيجية دخول السوق

- البدء مع 2-3 مشترين موثوقين في أسواق المستوى الأول
- بناء سجل شحنات وأداء تشغيلي قوي
- التوسيع التدريجي إلى أسواق المستوى الثاني
- دخول أسواق المستوى الثالث عبر منتجات مميزة فقط

5.7 المشهد التنافسي

- مصدرون كبار متكاملون رأسياً
- تجار إقليميون

• مصدرون صغار يعتمدون على السعر

استراتيجية التمايز: - جودة موثوقة ومستقرة - توريد شفاف - مرونة في أحجام الطلبات - مستندات احترافية ومتواقة

6. استراتيجية المبيعات، التسويق والتوزع الدولي

6.1 استراتيجية المبيعات (آلية استقطاب المشترين)

ستعتمد استراتيجية المبيعات على نموذج تصدير B2B قائم على العلاقات طويلة الأمد، مع إعطاء الأولوية للمشترين المتكررين بدل الصفقات الفردية.

قنوات المبيعات الرئيسية: - التواصل المباشر مع المستوردين وتجار الجملة - الإحالات من المشترين الحاليين - المعارض والفعاليات التجارية - وكلاء ومساعر التصدير (بشكل انتقائي)

أولويات المبيعات (السنستان 1-2): - تأمين 2-3 مشترين أساسيين - التركيز على الشحنات المتكررة والموثوقة - تجنب التوسيع المفرط في عدد كبير من الأسواق

6.2 أساليب استقطاب المشترين

أ. التواصل المباشر - حملات بريد إلكتروني موجهة تتضمن مواصفات المنتجات - إرسال عينات للطلبات الجادة فقط - توضيح الحد الأدنى للطلب (MOQ)، التسعير، وشروط التجارة منذ البداية

ب. المعارض وفعاليات الأعمال B2B - معرض جلفود (دبي) - معارض أنوجا / سيال (أوروبا - مرحلة لاحقة) - المعارض الزراعية الإقليمية

ج. منصات B2B الإلكترونية - Alibaba - Tradekey - Global Sources

يجب أن تبرز الملفات التعريفية: - المنشأ العماني - الشهادات والامتثال - القدرة التصديرية

6.3 استراتيجية التسعير والتفاوض

مبادئ التسعير: - تسعير مخصص حسب السوق - خصومات مرتبطة بالكميات - تسعير أعلى للمنتجات المفروزة والمعبأة بعلامة تجارية

ضوابط التفاوض: - ثبيت مواصفات الجودة بوضوح - الاتفاق على شروط الدفع قبل الشحن - تجنب دروب الأسعار في المراحل الأولى

6.4 استراتيجية العلامة التجارية (التصدير بالجملة مقابل العلامة التجارية)

المراحل الأولى (السنستان 1-2): التركيز على التصدير بالجملة - تدفق نقدي أسرع - تكلفة تسويق أقل - تعقيد تنظيمي أقل

المراحل الثانية (السنوات 3-5): التوسيع بعلامة تجارية - هوامش ربح أعلى - عبوات تجزئة لأسواق الخليج وجنوب شرق آسيا - فرص العلامات الخاصة (Private Label)

6.5 أدوات التسويق والمواد التعريفية

- ملف تعريفي احترافي للشركة
- أوراق مواصفات المنتجات
- صور عالية الجودة للم المنتجات
- الشهادات وتقارير الفحوصات المخبرية
- موقع إلكتروني جاهز للتصدير (تركيز B2B)

6.6 شروط الدفع وإدارة المخاطر

- دفعة مقدمة (30%) للمشترين الجدد
- اعتماد مستندي عند الاطلاع للطلبات الكبيرة
- التحصيل المستندي فقط مع المشترين المؤثثين
- التأمين على أثمان الصادرات (عند الإمكان)

6.7 خارطة طريق التوسيع الدولي (5 سنوات)

- السنة 1: دخول الأسواق - دول الخليج، الهند
- السنة 2: نمو الكميات - الخليج، جنوب آسيا
- السنة 3: تنويع المنتجات - جنوب شرق آسيا
- السنة 4: تموضع مميز - أوروبا
- السنة 5: التوسع واسع - أسواق متعددة

6.8 الشراكات الاستراتيجية

- جمعيات المزارعين
- مشغلو التخزين المبرد
- شركات الشحن والتخلص
- موزعون خارجيون

7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي (مستوى عالٍ)

- إعداد الشركة: الشهر 1
- تأهيل الموردين: الشهرين 2-1
- توقيع عقود المشترين الأوائل: الشهرين 2-3
- أول شحنة تصدير: من الشهر 4 إلى 6
- مرحلة التوسيع: ابتداءً من السنة الثانية

7.2 الخلاصة النهاائية

تقدّم خطة تصدير التمور هذه فرصة قابلة للتوسيع وجاهزة للتصدير، مبنية على نقاط القوة الزراعية لسلطنة عُمان والطلب العالمي المتزايد على التمور عالية الجودة. ومع تنفيذ منضبط، وبناء علاقات قوية مع المشترين، وإضافة قيمة تدريجية للمنتج، يمكن للمشروع أن يتتطور من نشاط تجاري إلى مصدر دولي معترف به.