

خطة عمل مكتب الاستيراد والتصدير - سلطنة عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على النشاط

مكتب الاستيراد والتصدير هو نشاط تجاري وخدمي قائم في سلطنة عُمان، يركز على استيراد السلع إلى السلطنة وتصدير المنتجات العُمانية والإقليمية إلى الأسواق الدولية. تعمل الشركة ك وسيط تجاري، وتاجر مباشر، ومنسق لوجستي، مستفيدة من الموقع الجغرافي الاستراتيجي لعمان، والموانئ الحديثة، والسياسات التجارية المشجعة.

سيبدأ النشاط كمكتب تجاري يعتمد على نموذج الوساطة والتجارة حسب الطلب، مما يقلل مخاطر الاحتفاظ بالمخزون في المراحل الأولى، مع التوسيع التدريجي لاحقاً إلى التجارة بالكميات الكبيرة والحصول على وكالات توزيع حصرية.

1.2 أهداف النشاط

- تأسيس مكتب استيراد وتصدير متواافق قانونياً في سلطنة عُمان
- بناء شبكة قوية من الموردين والمشترين في دول مجلس التعاون وآسيا وأفريقيا
- تحقيق الإيرادات من خلال العمولات وهوامش الربح ورسوم الخدمات
- تقليل التعرض الرأسولي في المراحل المبكرة
- التوسيع إلى تجارة متعددة المنتجات والتمثيل الإقليمي

1.3 الهيكل القانوني والتسجيل (عمان)

يمكن تسجيل النشاط كالتالي: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للمكاتب التجارية التي يديرها المالك مباشرة - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة للشركات، وأحجام التداول الأكبر، والعقود الدولية

سيتم التسجيل بطريقة اقتصادية عبر مركز سند.

التكلفة التقديرية للتأسيس (باستثناء التأشيرات وإيجار المكتب): - مؤسسة فردية (SPC): من 100 إلى 300 ريال عماني - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): من 300 إلى 500 ريال عماني

تشمل بنود التكلفة النموذجية: - حجز الاسم التجاري - السجل التجاري (وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار) - عضوية غرفة التجارة - الرخصة البلدية - رسوم خدمات سند

1.4 نطاق المنتجات والخدمات

أنشطة الاستيراد - المنتجات الغذائية والمشروبات (غير المقيدة) - السلع الاستهلاكية سريعة الدوران - مواد البناء والأدوات - الإلكترونيات والإكسسوارات - المستلزمات الصناعية (حسب الموافقات)

أنشطة التصدير - المنتجات الغذائية العُمانية - التمور والعسل والتوابل - المعادن والمواد الخام - الحرف اليدوية والمنتجات المحلية

الإيرادات القائمة على الخدمات - تسهيل الصفقات التجارية والتوريد - الربط بين البائعين والمشترين - إعداد المستندات والتنسيق - التصدير بنظام العمولة

1.5 الأسواق المستهدفة

- **الاستيراد:** السوق المحلي في عُمان، تجار الجملة، تجار التجزئة، المقاولون
- **التصدير:** دول مجلس التعاون، شرق إفريقيا، جنوب آسيا، وأوروبا (بعض المنتجات)

1.6 العيزة التنافسية

- الموقع الاستراتيجي لسلطنة عُمان (الموانئ والمناطق الحرة)
- انخفاض تكاليف تأسيس الأعمال
- نموذج تجاري من يقلل مخاطر المخزون
- علاقات أعمال مباشرة وشخصية بين الشركات
- قابلية التوسع عبر فئات منتجات متعددة

1.7 لمحه مالية مختصرة

- تكلفة التأسيس التقديريّة: من 3,000 إلى 10,000 ريال عُماني (نموذج مكتب)
- التكلفة التشغيلية الشهريّة: من 600 إلى 1,500 ريال عُماني
- نموذج الإيرادات: عمولات (3% - 10%) بالإضافة إلى ههامش ربح تجارية
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل المستهدفة: من 6 إلى 12 شهراً

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن تكون جسراً تجاريًّا إقليميًّا موثوقًا يربط سلطنة عُمان بالأسواق العالمية.

الرسالة: تقديم حلول استيراد وتصدير موثوقة ومتقدمة مع الأنظمة، قائمة على القيمة، من خلال مصادر فعالة، وعمليات شفافة، وشراكات قوية.

2. تفاصيل المشروع - نموذج العمل، تدفق التجارة، المنتجات والعمليات

2.1 نظرة عامة على نموذج العمل

سيعمل مكتب الاستيراد والتصدير موفّقاً منخفض المخاطر، يسمح بالتّوسيع التدريجي مع الالتزام بالأنظمة وإدارة التدفقات النقدية بانضباط.

النماذج الأساسية المعتمدة:

الوساطة / التجارة بنظام العمولة (المرحلة الأولى) - العمل ك وسيط بين الموردين الخارجيين والمشترين المحليين أو الدوليين - تحقيق عمولة تتراوح بين 3% - 10% لكل صفقة - عدم الاحتفاظ بأي مخزون - أقل متطلبات رأس مال.

التجارة حسب الطلب (المرحلة الثانية) - قيام المشتري بتقديم طلب مؤكّد - استلام دفعه مقدمة قبل الشراء - يتولى المكتب التوريد، إعداد المستندات، والتنسيق اللوجستي - تحقيق هامش ربح على البيع يترواح بين 5% - 20%

التجارة بالكميات الكبيرة والوكالات (المرحلة الثالثة) - استيراد منتجات مختلفة ذات طلب مرتفع بكميات كبيرة - يتطلب مستودعات ورأس مال تشغيلي - هامش ربح أعلى مع مخاطر أعلى

2.2 تدفق التجارة - عملية الاستيراد (خطوة بخطوة)

1. استلام استفسار المشتري (تاجر جملة / تاجر تجزئة / مقاول)
2. تحديد مواصفات المنتج والكميات
3. البحث عن المورد الخارجي والحصول على عرض السعر
4. إعداد التكلفة الإجمالية (المنتج + الشحن + الرسوم + هامش الربح)
5. إصدار عقد البيع أو الفاتورة المبدئية
6. تحصيل الدفعة المقدمة (كاملة أو جزئية)
7. إنتاج المورد وتجهيز البضائع
8. حجز الشحنة (بحري / جوي / بري)
9. التخلص الجمركي في سلطنة عمان
10. تسليم البضائع للمشتري
11. تسوية الدفعة النهائية

2.3 تدفق التجارة - عملية التصدير (خطوة بخطوة)

1. استلام استفسار المشتري الخارجي
2. التحقق من توفر المنتج والامتثال لأنظمة
3. الاتفاق على السعر وشروط التسليم (Incoterms)
4. إعداد مستندات التصدير
5. استلام البضائع من المورد أو المنتج
6. الفحص والجودة والتغليف
7. حجز الشحنة
8. التخلص الجمركي للتصدير
9. الشحن والمتابعة
10. استلام الدفعة

2.4 استراتيجية اختيار فئات المنتجات

سيتم التركيز خلال أول 12-18 شهراً على المنتجات غير المقيدة، ذات الطلب المرتفع، وقابلة لإعادة الطلب.

معايير الاختيار: - عدم الحاجة إلى تصاريح خاصة في المرحلة الأولى - طلب مستقر في السوق - مخاطر تلف منخفضة -
تصنيف جمركي (HS) واضح - تكاليف لوجستية معقولة

فئات الاستيراد ذات الأولوية: - السلع الاستهلاكية سريعة الدوران - الأغذية المعبأة (المنتجات المعتمدة) - مواد البناء
- الإكسسوارات الكهربائية - الأدوات المنزلية

فئات التصدير ذات الأولوية: - التمور ومنتجات التمور - العسل والمنتجات الطبيعية - التوابل والمواد الغذائية الجافة
العمانية - الحرف اليدوية

2.5 هيكل العمليات

إعداد المكتب - مكتب صغير مسجل أو عنوان في مركز أعمال - مساحة اجتماعية مشتركة (اختياري) - تجهيزات تقنية
واتصالات أساسية

العمليات اليومية - التواصل مع الموردين - متابعة المشترين - إعداد العروض والمستندات - تتبع الشحنات - التنسيق مع الجهات المختصة بالامتثال

2.6 المستندات والامتثال

مستندات الاستيراد الأساسية: - الفاتورة التجارية - قائمة التعبئة - بوليصة الشحن / بوليصة الشحن الجوي - شهادة المنشأ - إقرار الرمز الجمركي (HS)

مستندات التصدير الأساسية: - فاتورة التصدير - قائمة التعبئة - شهادة المنشأ - شهادة فحص (عند الحاجة)

2.7 استراتيجية إدارة المخاطر

- تحصيل دفعات مقدمة قبل الشراء
- التعامل مع أكثر من مورد لكل منتج
- عقود واضحة وشروط تسليم محددة
- تحديد حدود أئتمانية للمشترين
- تأمين الشحنات

3. تحليل SWOT - مكتب الاستيراد والتصدير (سلطنة عمان)

3.1 نقاط القوة

الموقع الجغرافي الاستراتيجي تقع سلطنة عمان على تقاطع طرق التجارة العالمية، ما يتيح وصولاً مباشراً إلى أسواق دول مجلس التعاون، وآسيا، وشرق أمريقيا، وأوروبا عبر موانئ حديثة مثل صحار، والدقم، وصلالة.

انخفاض تكاليف تأسيس الأعمال التسجيل عبر مراكز سند والرسوم الحكومية المخفضة يتيح دخول السوق بتكلفة أقل مقارنة بالعديد من الأسواق الإقليمية.

الاعتماد على الوساطة والتجارة حسب الطلب يقلل من مخاطر المخزون ومتطلبات رأس المال في المراحل الأولى.

الاستقرار السياسي والاقتصادي البيئة المستقرة والإصلاحات الداعمة للأعمال في عُمان تعزز ثقة الشركاء الدوليين.

قابلية التوسيع عبر منتجات متعددة إمكانية التداول في فئات منتجات متنوعة دون استثمارات بنية تحتية كبيرة.

3.2 نقاط الضعف

ضعف الوعي بالعلامة التجارية (في المرحلة الأولى) تحتاج المكاتب التجارية الجديدة وقتاً لبناء الثقة مع الموردين والمشترين الدوليين.

الاعتماد على أطراف خارجية الاعتماد على شركات الشحن، والمخلصين الجمركيين، والموردين قد يؤثر على الجداول الزمنية والتكاليف.

قيود رأس المال التشغيلي التوسيع إلى التجارة بالكميات الكبيرة يتطلب سيولة أعلى وإمكانية الوصول إلى تمويل تجاري.

تعقيد الأنظمة واللوائح تختلف متطلبات الامتثال للاستيراد والتصدير حسب نوع المنتج والسوق المستهدف.

3.3 الفرص

تعزيز دور عُمان كمركز لإعادة التصدير تتجه عُمان بشكل متزايد لتكون بوابة لإعادة التصدير إلى شرق أفريقيا وجنوب آسيا.

ارتفاع الطلب على المنتجات العُمانية التمور، والعسل، والمعادن، والأغذية المتخصصة تشهد طلباً متزايداً في الأسواق الدولية.

المناطق الحرة وحواجز التجارة تتيح المناطق الحرة (صحار، الدقم، صلالة) مزايا ضريبية ولوجستية.

التمكين الرقمي للتجارة المنصات الرقمية بين الشركات، والمجتمعات الافتراضية، والمستندات الإلكترونية تقلل من عوائق الدخول.

3.4 التهديدات

المنافسة الإقليمية الشديدة مراكز تجارية مثل الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية تضم منافسين كباراً ذوي رؤوس أموال كبيرة.

مخاطر العملة والدفع تقلبات أسعار الصرف وتتأثر المدفوعات الدولية قد تؤثر على هواشم الربح.

تغير الأنظمة التجارية القيود على الاستيراد، أو العقوبات، أو تغير المعايير قد تحدث بشكل مفاجئ.

اضطرابات سلاسل الإمداد ازدحام الموانئ، وتأخر الشحنات، أو الأحداث الجيوسياسية قد تؤثر على العمليات.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

- تدعم نقاط القوة والفرص استراتيجية التوسيع المرحلتي
- تبرز نقاط الضعف أهمية الشراكات والانضباط المالي
- تتطلب التهديدات تنويع الأسواق وعقوداً قوية وإدارة مخاطر فعالة

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

جميع الأرقام تقديرية ومحافظة، ومذكورة بالريال العُماني. تفترض هذه التوقعات نموذج مكتب استيراد وتصدير قائم على الوساطة والتجارة حسب الطلب في سلطنة عُمان.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

أولاً: التسجيل والامتثال القانوني

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)	ملاحظات
جز الاسم التجاري	20 - 10	وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار
السجل التجاري	150 - 30	رسوم مخفضة
عضوية غرفة التجارة	200 - 100	لمدة 2-1 سنة
رسوم خدمات سند	100 - 50	تختلف حسب المركز
الرخصة البلدية	150 - 50	حسب النشاط
الإجمالي الفرعي - التسجيل	500 - 100	مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة

ثانياً: إعداد المكتب وتقنية المعلومات

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
إيجار المكتب / مركز الأعمال (تأمين)	1,500 - 500
الأثاث والتجهيزات	800 - 300
الحاسوب والطابعة والتقنية	800 - 400
إعداد الإنترنت والهاتف	200 - 100
الموقع الإلكتروني والبريد الرسمي	500 - 200
الإجمالي الفرعي - إعداد المكتب	3,800 - 1,500

ثالثاً: التكاليف المهنية ورأس المال التشغيلي المبدئي

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
إعداد المحاسبة والأمثال	400 - 200
القوالب القانونية والعقود	500 - 200
التسويق المبدئي والسفر	800 - 300
احتياطي رأس المال التشغيلي	3,000 - 1,000
الإجمالي الفرعي - أخرى	4,700 - 1,700

إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية - الحد الأدنى: حوالي 3,000 ريال عُماني - الحد الأعلى: حوالي 10,000 - 9,000 ريال عُماني

4.2 المصارييف التشغيلية الشهرية (OPEX)

التكلفة الشهرية التقديرية (ريال عُماني)	فئة المصاروف
400 - 150	إيجار المكتب / مركز الأعمال
600 - 300	رواتب الموظفين (إداري / تنفيذي تجارة)
400 - 0	سحب المالك / الإدارة
60 - 30	الإنترنت والاتصالات
80 - 40	المحاسبة والامتثال
300 - 100	التسويق وتوليد العملاء
300 - 100	السفر واجتماعات العملاء
100 - 50	مصاريف متنوعة
2,240 - 770	إجمالي المصارييف الشهرية

4.3 نماذج الإيرادات والافتراضات

أ. التجارة بنظام العمولة - نسبة العمولة: %3 - %10 - متوسط قيمة الصفقة: 50,000 - 10,000 ريال عُماني - عدد الصفقات شهرياً: 2 - 6 صفقات

ب. التجارة حسب الطلب (الهامش الربحي) - هامش الربح الإجمالي: %5 - %20 - تحصيل دفعه مقدمة من العشتري - مخاطر مخزون محدودة

4.4 سيناريوهات الإيرادات الشهرية

السيناريو	الإيرادات الشهرية (ريال عُماني)
متخلف	2,000 - 1,200
متوسط	5,000 - 3,000
متفائل	12,000 - 7,000

4.5 الربح الشهري التقديري

السيناريو	الإيرادات	المصاريف	صافي الربح
متخلف	1,500	1,200	300
متوسط	4,000	1,500	2,500
متفائل	9,000	2,200	6,800

4.6 تحليل نقطة التعادل

- استثمار التأسيس: 3,000 - 10,000 ريال عُماني
- صافي الربح الشهري المتوقع: 2,500 - 2,000 ريال عُماني
- الفترة التقديرية للوصول إلى نقطة التعادل: من 6 إلى 12 شهراً

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	صافي الربح (ريال عُماني)	الإيرادات (ريال عُماني)
السنة الأولى	60,000 - 40,000	22,000 - 15,000
السنة الثانية	100,000 - 70,000	35,000 - 25,000
السنة الثالثة	160,000 - 120,000	60,000 - 40,000
السنة الرابعة	240,000 - 180,000	85,000 - 60,000
السنة الخامسة	+300,000	150,000 - 100,000

تفترض السنوات من الثلاثة إلى الخامسة توسيع خطوط المنتجات، والوصول إلى تمويل تجاري، والدخول الجزئي في التجارة بالكميات الكبيرة.

5. تحليل العملاء والسوق - المشترون، الموردون وقطاعات التجارة

5.1 نظرة عامة على السوق (عمان كقاعدة تجارية)

يستفيد النظام التجاري في سلطنة عمان من المعايير الحديثة، وتسارع رقمنة الإجراءات الجمركية، وتوسيع المناطق الحرة. سيخدم مكتب الاستيراد والتصدير بشكل أساسي عملاء الشركات (B2B)، حيث تعتمد قرارات الشراء على العلاقات، والامتثال لأنظمة، والحساسية للسعر على مستوى الكميات.

السمات الرئيسية للسوق: - تفضيل الموردين المؤوثين على السعر الأقل فقط - تكرار الطلبات بعد بناء الثقة - دقة المستندات والالتزام بمواعيد التسليم عناصر حاسمة - العلاقات طويلة الأمد تتفوق على البيع القائم على الصفقات الفردية

5.2 تحليل المشترين (جانب الطلب)

أ. أنواع المشترين

المستوردون المحليون وتجار الجملة - الشراء بكميات كبيرة - التركيز على التكلفة النهائية والاستمرارية وشروط الأئمان - تفضيل ترتيبات التوريد طويلة الأجل

تجار التجزئة والموزعون - طلبات متوسطة الحجم - الحاجة إلى إعادة تزويد منتظمة - حساسية للتأخير وتفاوت الجودة

المقاولون والمشترون الصناعيون - طلبات مرتبطة بالمشاريع - الحاجة إلى مستندات امتثال ومواصفات فنية - صفقات عالية القيمة ولكن غير منتظمة

المشترون الخارجيون (التصدير) - التركيز على أصالة المنتج والشهادات - طلب عينات وفحوصات - توقيع شروط تسليم ودفع واحدة

5.3 تحليل الموردين (جانب العرض)

مناطق الموردين الرئيسية

المنطقة	المنتجات النموذجية	المزايا
دول مجلس التعاون	سلع استهلاكية، مواد بناء	مدة توريد قصيرة
الهند	أغذية، منسوجات	كفاءة التكلفة
الصين	الإلكترونيات، أدوات	تنوع وحجم إنتاج
تركيا	أغذية، مستلزمات	موقع جودة
شرق أفريقيا	مواد خام	طلب تصديرى

معايير اختيار الموردين - تسجيل تجاري موثق - جودة ومواصفات ثابتة - أسعار تنافسية - القدرة على إعداد مستندات التصدير - الاستعداد لدعم الفحوصات

5.4 سلوك المشترين ودورة اتخاذ القرار

عملية الشراء النموذجية 1. الاستفسار وتحديد المتطلبات 2. مقارنة عروض الأسعار 3. مراجعة الامتثال والعينات 4. التفاوض التجاري 5. إصدار العقد أو أمر الشراء 6. تنفيذ الدفع والشحن

عوامل القرار الرئيسية - التكلفة النهائية - الموثوقية والأداء السابق - شروط الدفع - دقة المستندات

5.5 تقسيم السوق

حسب نوع التجارة - الاستيراد: السلع الاستهلاكية، مواد البناء، الإلكترونيات - التصدير: التمور، العسل، التوابيل، الحرف اليدوية - إعادة التصدير: شحنات مجتمعة عبر موانئ عمان

حسب حجم الصفقة - صغيرة: 5,000 - 10,000 ريال عماني - متوسطة: 10,000 - 50,000 ريال عماني - كبيرة: 50,000 ريال عماني فأكثر

5.6 استراتيجية بناء العلاقات والثقة

- لقاءات مباشرة مع المشترين المحليين
- زيارات المصانع والفحوصات (عند الإمكان)
- شفافية في تفصيل التكاليف
- عقود واضحة وشروط تسليم محددة
- متابعة منتظمة بعد الشحن

5.7 نماذج شخصيات العملاء (أمثلة توضيحية)

الشخصية 1 - تاجر جملة محلي (مسقط) - طلبات شهرية متكررة - يركز على الموثوقية واستقرار الأسعار

الشخصية 2 - مشترٍ خارجي (دول مجلس التعاون) - يركز على التصدير - يطلب شهادات والتزاماً بمواعيد التسليم

الشخصية 3 - مقاول مشاريع - صفات عالية القيمة ومقيدة بالوقت - يتطلب امتثالاً صارماً للمعايير

6. خطة التسويق وتطوير الأعمال المخصصة - استراتيجية نمو تجارة B2B

6.1 فلسفة التسويق (سياق تجارة B2B)

على عكس الأنشطة التجارية الاستهلاكية، تعتمد عمليات الاستيراد والتصدير على الثقة والمصداقية والعلاقات طويلة الأجل أكثر من الإعلانات الجماهيرية. لذلك يكون التسويق قائماً على بناء العلاقات، والسمعة المهنية، ودقة المستندات.

الهدف الأساسي هو ترسیخ مكانة الشركة كشريك تجاري موثوق، وليس مجرد وسيط يعتمد على السعر.

6.2 التركيز على الأسواق المستهدفة

الأهداف الرئيسية - المستوردون المحليون وتجار الجملة في سلطنة عمان - موزعو التجزئة - المقاولون والمشترون المرتبطون بالمشاريع - المشترون الخارجيون الباحثون عن منتجات عمانية أو بضائع معد تصدیرها

الأهداف الثانوية - الموردون الخارجيون الباحثون عن ممثلي في عمان - الشركات الصغيرة والمتوسطة والمستثمرون في المناطق الحرة

6.3 قنوات توليد العملاء المحتملين

أولاً: التسويق القائم على العلاقات المباشرة (القناة الأساسية) - لقاءات وجه-to-face مع المشترين المحليين - فعاليات وعارضات الأعمال - التوصيات عبر غرف التجارة - ترشيحات الموردين

ثانياً: القنوات الرقمية والإلكترونية - الموقع الإلكتروني للشركة (عرض الخدمات وفئات المنتجات ونماذج التواصل) - منصة لينكداون (قناة محورية للتواصل مع مديرى المشتريات ونشر التحديات) - منصات التجارة بين الشركات مثل: Alibaba - Tradekey - Global Sources

ثالثاً: القنوات المؤسسية - غرفة تجارة وصناعة عمان - السفارات والملحق التجارى - هيئات ترويج الصادرات - شبكات الأعمال في المناطق الحرة

6.4 استراتيجية التسويق والتفاوض

- عرض تفصيلي وشفاف للتکاليف
- هوامش ربح تنافسية ومستدامة
- نماذج عمولات مرنة
- حوافز قائمة على حجم الصفقات
- تحديد واضح لشروط التسليم والدفع (Incoterms)

6.5 مسار المبيعات (تجارة B2B)

1. تحديد العميل المحتمل
2. تأهيل الطلب وتحليل المتطلبات
3. تقديم عرض السعر والمقترح

4. التفاوض والتحقق من الامتثال
5. توقيع العقد
6. تنفيذ الصفقة
7. إدارة العلاقة بعد إتمام الصفقة

6.6 الشراكات الاستراتيجية

- شركات الشحن والخدمات اللوجستية
- مكاتب التخلص الجمركي
- جهات الفحص والتدقيق
- مزودو خدمات التخزين
- البنوك ومؤسسات التمويل التجاري

6.7 خارطة طريق تطوير الأعمال (5 سنوات)

السنة	محور التركيز	النتيجة
السنة الأولى	دخول السوق	قاعدة مستقرة من المشترين والموردين
السنة الثانية	تكرار الصفقات	تدفق نقدي قوي
السنة الثالثة	توسيع المنتجات	هوماش ربح أعلى
السنة الرابعة	التوسيع الإقليمي	نمو إعادة التصدير
السنة الخامسة	التوسيع والهيكلة	ترسيخ العلامة التجارية التجارية

6.8 ميزانية التسويق وتطوير الأعمال (تقديرية)

- الأدوات والمنصات الرقمية: 50 - 100 ريال عُماني شهريًا
- التواصل والزيارات والسفوف: 100 - 300 ريال عُماني شهريًا
- المعارض والوفود التجارية: 500 - 2,000 ريال عُماني سنويًا

7. الخاتمة وجدول التنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي (نظرة عامة)

المدة	المرحلة
1 - 2 أسبوع	تسجيل النشاط التجاري
4 - 6 أسابيع	إعداد المكتب
1 - 3 أشهر	ضم الموردين والمشترين
3 - 6 أشهر	تنفيذ أولى الصفقات
من الشهر السادس فصاعداً	مرحلة التوسيع

7.2 الملاحظات الختامية

يقدم نموذج عمل مكتب الاستيراد والتصدير هذا فرصة تجارية منخفضة المخاطر، وكفؤة من حيث رأس المال، وقابلة للتوسيع، ومصممة بما يتوافق مع البيئة التنظيمية والموقع الجغرافي الاستراتيجي لسلطنة عمان. من خلال التنفيذ المنضبط، وبناء علاقات قوية، والالتزام بالامتثال والشفافية، يمكن للنشاط تحقيق الربحية خلال السنة الأولى والتوسيع لاحقًا ليصبح لاعبًا إقليميًّا في مجال التجارة.