

# كيفية بدء متجر أدوات ومستلزمات المطبخ في عُمان

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

متجر أدوات ومستلزمات المطبخ هو نشاط تجاري للبيع بالتجزئة يركّز على توفير منتجات مطبخ حديثة وعملية وبأسعار مناسبة للأسر والمطاعم والمقاهي وعربات الطعام ومشاريع التموين الصغيرة في سلطنة عُمان. سيقدّم المتجر مجموعة واسعة من المنتجات تشمل أواني الطهي، الأدوات المطبخية، حلول التخزين والتنظيم، الأجهزة الكهربائية الصغيرة، وملحقات تحضير الطعام.

يستهدف المشروع النمو السكاني المتزايد في عُمان، وازدياد عدد المشاريع المرتبطة بالأغذية، وتفضيل المستهلكين للمطابخ المنظمة والعملية والمرتبطة شكلياً. سيعمل المتجر في المرحلة الأولى كمحل بيع مباشر، مع إمكانية التوسع مستقبلاً إلى البيع الإلكتروني وعقود التوريد للشركات.

### 1.2 الهيكل القانوني وتأسيس النشاط

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان من خلال مركز سند باستخدام أحد الشكّلين التاليين:

شركة الشخص الواحد (SPC): مناسبة للمشاريع الفردية بتكلفة تأسيس منخفضة. شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة للشراكات أو التوسع المستقبلي أو نشاط الجملة.

التكاليف التقديرية الأساسية للتسجيل والرسوم الحكومية: SPC: من 100 إلى 300 ريال عُماني LLC: من 300 إلى 500 ريال عُماني (لا تشمل إيجار المحل أو التأشيرات أو الاستشارات الخاصة)

### 1.3 المنتجات والفئات

سيقوم المتجر بتوفير منتجات مطبخ مطلوبة ومختارة بعناية ضمن فئات واضحة:

أواني الطهي (قدور، مقالي، قدر الضغط) الأدوات المطبخية (سكاكين، مغارف، مقشرات، ملاعق تقليب) التخزين والتنظيم (علب، رفوف، مرطبات) أدوات الخبز (صواني، قوالب، أدوات الحلويات) الأجهزة الصغيرة (خلاطات، محضرات طعام، غلايات) مستلزمات المطابخ الاحترافية (للمقاهي وعربات الطعام)

### 1.4 السوق المستهدف

الأسر والعائلات الأزواج حديثو الزواج أصحاب المطاعم والمقاهي عربات الطعام ومشاريع التموين الفنادق وبيوت الضيافة والمؤسسات الصغيرة

### 1.5 الميزة التنافسية

متجر شامل يلبي احتياجات المطابخ المنزلية والتجارية في مكان واحد بأسعار مناسبة مع رقابة جيدة على الجودة توفر محلي فوري دون فترات انتظار طويلة للتوصيل إرشاد ومساعدة من موظفين ذوي معرفة بالمنتجات إمكانية البيع بالجملة وتسعير خاص لقطاع الأعمال

## 1.6 لمحة مالية عامة

تكلفة التأسيس التقديرية: من 12,000 إلى 25,000 ريال عُُماني الإيرادات الشهرية المحتملة: من 3,000 إلى 8,000 ريال عُُماني متوسط هامش الربح الإجمالي: 25% - 45% فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 12 إلى 20 شهرًا

## 1.7 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** أن يصبح المتجر وجهة موثوقة لمنتجات المطبخ عالية الجودة للمنازل ومشاريع الأغذية في مختلف مناطق سلطنة عُمان.

**الرسالة:** توفير حلول مطبخ عملية ومتينة وبأسعار مناسبة مع تقديم خدمة عملاء متميزة وتوفير دائم للمنتجات.

## 2. تفاصيل المشروع - أهداف العمل، القيمة المقدمة، تشكيلة المنتجات، إعداد المتجر وهيكل الموظفين

### 2.1 أهداف العمل

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى)** تسجيل وترخيص النشاط عبر مركز سند اختيار موقع تجاري مناسب يتمتع بحركة زبائن جيدة بدء التشغيل بمجموعة منتجات مركزة وسريعة الدوران تحقيق استقرار في المبيعات الشهرية خلال 4-6 أشهر بناء علاقات مع الموردين المحليين وتجار الجملة

**الأهداف متوسطة المدى (السنة 2-3)** توسيع تشكيلة المنتجات بناءً على بيانات المبيعات وآراء العملاء إدخال التوريد بالجملة لقطاع المقاهي وعربات الطعام والمطاعم الصغيرة إطلاق حضور إلكتروني بسيط (كتالوج واتساب أو متجر إلكتروني أساسي) تحسين دوران المخزون وتقليل البضائع الراكدة

**الأهداف طويلة المدى (السنة 4-5)** افتتاح فرع ثانٍ أو الانتقال إلى معرض أكبر تطوير منتجات بعلامة تجارية خاصة أو حصريّة أن يصبح المتجر موردًا مفضلاً لقطاع خدمات الأغذية استكشاف فرص التوزيع أو الامتياز التجاري (فرنشايز)

### 2.2 عرض القيمة

يوفر متجر أدوات ومستلزمات المطبخ جودة موثوقة وسعرًا عادلًا وتوفرًا فوريًا لاحتياجات المطبخ الأساسية لكل من المنازل ومشاريع الأغذية.

**محركات القيمة الأساسية:** حل شامل لاحتياجات المطابخ المنزلية والتجارية تسعير منافس دون التأثير على المتانة والجودة منتجات مناسبة لمعدات الطبخ في عُمان أسعار جملة لعملاء قطاع الأعمال مساعدة وإرشاد داخل المتجر

### 2.3 تشكيلة المنتجات واستراتيجية العرض

**أ. الفئات الأساسية (سريعة الدوران)** قدور ومقالي وقدر الضغط السكاكين وأدوات التقطيع الأدوات المطبخية (ملعق التقليب، مغارف، مقشرات) علب التخزين والمربطانات

**ب. الفئات الثانوية (تعزز هامش الربح)** أدوات الخبز والأدوات المتخصصة الأجهزة الكهربائية الصغيرة صواني التقديم والمنظمات المنتجات المميزة أو ذات العلامات التجارية

**ج. منتجات تجارية وقطاع الأعمال (B2B)** أوانٍ ثقيلة الاستخدام أدوات بكميات كبيرة معدات تحضير الطعام ملحقات المقاهي وعربات الطعام

**استراتيجية التسعير** منتجات أساسية: هامش منخفض مع حجم مبيعات مرتفع منتجات متوسطة: توازن بين الهامش وسرعة الدوران منتجات مميزة: هامش أعلى وحجم أقل

## 2.4 إعداد المتجر والتخطيط

**المساحة المقترحة** محل صغير: 25-40 متر مربع معرض متوسط: 40-70 متر مربع

**مناطق العرض داخل المتجر** واجهة عرض أمامية للمنتجات السريعة أرفف جدارية للأواني والأدوات منطقة عرض الأجهزة مخزن/غرفة خلفية كاونتر المحاسبة ونظام نقاط البيع

**معدات المتجر** أرفف ورفوف عرض خزائن عرض زجاجية نظام نقاط بيع مع تتبع المخزون قارئ باركود وطابعة فواتير

## 2.5 التوريد وسلسلة الإمداد

التعامل مع تجار الجملة المحليين في مسقط وموردين من الإمارات الاستيراد المباشر لبعض المنتجات المختارة تحسين كميات الطلب لتقليل تكلفة التخزين فحص جودة دوري وتقييم الموردين

## 2.6 هيكل الموظفين والموارد البشرية

**خطة التوظيف الأولية** المالك / مدير المتجر: التفاوض مع الموردين، إدارة المخزون، المحاسبة والالتزام موظف مبيعات (2-1): خدمة العملاء، الفوترة ونظام البيع، ترتيب البضائع

**الرواتب الشهرية التقديرية** موظف المبيعات: 180 - 250 ريال عُُماني لكل موظف إجمالي الرواتب في المرحلة الأولى: 180 - 500 ريال عُُماني شهريًا

## 3. تحليل SWOT - نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات

### 3.1 نقاط القوة

طلب يومي مستمر: منتجات المطبخ من الاحتياجات الأساسية وتتكرر عملية الشراء بشكل منتظم. قاعدة عملاء واسعة: يخدم المنازل والأزواج الجدد والمطاعم والمقاهي وعربات الطعام. مرونة في تشكيلة المنتجات: إمكانية تعديل المخزون بسرعة حسب المواسم واتجاهات المبيعات. هامش ربح جيدة: تتراوح عادة بين 25% و45% حسب المصدر والفئة. توفر محلي فوري: يمكن للعميل معاينة المنتج وشراؤه مباشرة دون انتظار الشحن.

### 3.2 نقاط الضعف

تكلفة الاحتفاظ بالمخزون: يتطلب رأس مال أولي وإدارة دقيقة لتجنب ركود البضائع. محدودية المساحة: قد تحد مساحة المحل من عرض وتخزين جميع المنتجات. منافسة الأسعار: وجود منافسة من محلات التخفيضات والهايبرماركت. الاعتماد على العمليات اليدوية في البداية: متابعة المخزون قد تعتمد على التزام الموظفين قبل الأتمتة.

### 3.3 الفرص

نمو الطبخ المنزلي والمشاريع الغذائية الصغيرة: زيادة المقاهي وعربات الطعام والمشاريع المنزلية. مبيعات الجملة وقطاع الأعمال: التوريد للمطاعم وشركات التموين يوفر دخلاً متكرراً. إطلاق منتجات بعلامة خاصة: إمكانية تقديم منتجات باسم المتجر بهوامش أعلى. التجارة عبر الإنترنت وواتساب: قنوات بيع منخفضة التكلفة توسع نطاق الوصول. حزم المنتجات والهدايا: مناسبة للزواج والمنازل الجديدة والمواسم.

### 3.4 التهديدات

سلاسل التجزئة الكبيرة والمتاجر الإلكترونية: حروب أسعار وتنوع كبير في المنتجات. تقلبات تكاليف الاستيراد: تغير أسعار الشحن والعملات يؤثر على الهامش. خطر بطء حركة بعض المنتجات: تقدير الطلب الخاطئ يؤدي لتكدس المخزون. التباطؤ الاقتصادي: قد تقل المشتريات غير الضرورية في الفترات الصعبة.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية

التركيز على المنتجات الأساسية سريعة الحركة للحفاظ على السيولة. التميز عبر الخدمة والاستشارة وبناء علاقات مع قطاع الأعمال. استخدام بيانات المبيعات لتحسين إدارة المخزون وتقليل المخاطر. إدخال العلامة التجارية الخاصة تدريجياً بعد السنة الثانية.

## 4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس والمصروفات التشغيلية وتوقعات خمس سنوات

جميع الأرقام تقديرية وبالريال العُماني، وتعكس نموذج متجر تجزئة واقعي في سلطنة عُمان.

### 4.1 تكاليف التأسيس (مرة واحدة)

أ. التسجيل والتراخيص: حجز الاسم التجاري: 10 - 20 ريال عُُماني السجل التجاري: 30 - 150 ريال عُُماني غرفة التجارة: 100 - 200 ريال عُُماني رسوم خدمات سند: 50 - 100 ريال عُُماني الرخصة البلدية: 50 - 150 ريال عُُماني إجمالي التأسيس القانوني: 100 - 500 ريال عُُماني

ب. تجهيز المحل والمعدات: إيجار وتأمين أولي: 1,500 - 3,000 ريال عُُماني الديكور والدهان: 1,000 - 2,500 ريال عُُماني الأرفف وواجهات العرض: 1,500 - 3,000 ريال عُُماني نظام نقاط البيع والبرمجيات: 300 - 600 ريال عُُماني اللوحات والعلامة التجارية: 300 - 800 ريال عُُماني أنظمة المراقبة والأمان: 200 - 400 ريال عُُماني إجمالي التجهيز: 4,800 - 10,300 ريال عُُماني

ج. الاستثمار في المخزون الأولي: أدوات المطبخ الأساسية: 3,000 - 6,000 ريال عُُماني الأجهزة الصغيرة: 2,000 - 4,000 ريال عُُماني منتجات الجملة وقطاع الأعمال: 1,000 - 2,500 ريال عُُماني مواد التغليف والمستلزمات: 300 - 600 ريال عُُماني إجمالي المخزون: 6,300 - 13,100 ريال عُُماني

إجمالي تكلفة المشروع التقديرية الحد الأدنى: حوالي 12,000 ريال عُُماني الحد الأعلى: حوالي 25,000 ريال عُُماني

### 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

إيجار المحل: 300 - 700 ريال عُُماني رواتب الموظفين: 180 - 500 ريال عُُماني الكهرباء والمياه: 50 - 120 ريال عُُماني الإنترنت ورسوم نظام البيع: 30 - 60 ريال عُُماني إعادة شراء المخزون: 800 - 2,000 ريال عُُماني التسويق والعروض: 80 -

200 ريال عُُماني الصيانة والمصاريف المتفرقة: 100 - 200 ريال عُُماني إجمالي المصروفات الشهرية: 1,540 - 3,780 ريال عُُماني

### 4.3 افتراضات الإيرادات

عدد العملاء اليومي المتوقع: 20 - 40 عميلًا متوسط قيمة الفاتورة: مبيعات الأفراد: 8 - 15 ريال عُُماني طلبات الجملة وقطاع الأعمال: 50 - 300 ريال عُُماني عدد أيام العمل: 26 يومًا في الشهر

### 4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

سيناريو متحفظ: 3,000 - 3,800 ريال عُُماني سيناريو متوقع: 5,000 - 6,500 ريال عُُماني سيناريو متفائل: 8,000 - 10,000 ريال عُُماني

### 4.5 تقدير الربح الإجمالي وصافي الربح

متوسط هامش الربح الإجمالي: 30% - 40%

سيناريو متحفظ: إيراد 3,500 ريال — ربح إجمالي 1,100 ريال — صافي ربح 200 - 400 ريال

سيناريو متوقع: إيراد 5,800 ريال — ربح إجمالي 2,000 ريال — صافي ربح 800 - 1,200 ريال

سيناريو متفائل: إيراد 9,000 ريال — ربح إجمالي 3,300 ريال — صافي ربح 1,800 - 2,500 ريال

### 4.6 تحليل نقطة التعادل

صافي الربح الشهري المتوقع: 900 - 1,100 ريال عُُماني الاستثمار الأولي: 12,000 - 25,000 ريال عُُماني فترة الوصول لنقطة التعادل: 12 - 20 شهرًا

### 4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة الأولى: إيرادات 55,000 - 65,000 | صافي ربح 8,000 - 12,000 ريال عُُماني السنة الثانية: إيرادات 70,000 - 85,000 | صافي ربح 12,000 - 18,000 ريال عُُماني السنة الثالثة: إيرادات 95,000 - 110,000 | صافي ربح 18,000 - 25,000 ريال عُُماني السنة الرابعة: إيرادات 130,000 - 150,000 | صافي ربح 25,000 - 40,000 ريال عُُماني السنة الخامسة: إيرادات 170,000+ | صافي ربح 40,000 - 60,000 ريال عُُماني

## 5. تحليل العملاء - الخصائص والسلوك والاحتياجات والتقسيم

### 5.1 نظرة عامة على السوق (سياق التجزئة في عُمان)

الطلب على أدوات ومستلزمات المطبخ في سلطنة عُمان مدفوع بالنمو السكاني المستمر، وتأسيس منازل جديدة، ووجود الجاليات المقيمة، إضافة إلى توسع الأنشطة الغذائية مثل المقاهي والمطاعم وعربات الطعام ومشاريع الطبخ المنزلي. يفضل العملاء عادة المتاجر الفعلية لشراء أدوات المطبخ لأنهم يرغبون في معاينة الجودة والمتانة والتأكد من توفر المنتج فورًا.

**أهم خصائص السوق:** ارتفاع معدل الاستبدال والشراء المتكرر للأدوات والأواني زيادة الطلب الموسمي خلال رمضان والأعياد ومواسم الزواج تنامي عدد المشاريع الغذائية الصغيرة التي تحتاج إعادة توريد مستمرة

## 5.2 الخصائص الديموغرافية للعملاء

**أ. عملاء المنازل** الفئة العمرية: 25 - 55 سنة الملف الشخصي: عائلات، أزواج جدد، مستأجرون يؤسسون منازلهم الدخل التقريبي: 400 - 1,200 ريال عُُماني شهريًا سلوك الشراء: يعتمد على القيمة مقابل السعر ويفضل المنتجات المتينة

**ب. عملاء قطاع الأعمال (B2B)** مطاعم ومقاهٍ عربات الطعام ومشاريع التموين المخازن والمطابخ السحابية سلوك الشراء: شراء بكميات، طلبات متكررة شهرية أو ربع سنوية، حساسية للسعر مع أهمية الجودة

## 5.3 تحليل سلوك الشراء

**دوافع الشراء** الجودة والمتانة السعر المناسب توفر القطع البديلة الثقة في توصيات البائع

**تكرار الشراء** المنازل: شهري أو ربع سنوي المطاعم والمقاهي: شهري عربات الطعام: حسب الحاجة شركات التموين: حسب المشاريع والفعاليات

## 5.4 احتياجات العملاء والمشكلات الشائعة

**الاحتياجات الأساسية** جودة موثوقة بسعر مناسب تنوع المنتجات في مكان واحد توفر كميات كافية لقطاع الأعمال نصائح صادقة حول المنتجات

**المشكلات الشائعة** منتجات مستوردة منخفضة الجودة عدم استقرار توفر المنتجات الأسعار المرتفعة في المراكز التجارية الكبيرة عدم وجود خصومات للكميات

## 5.5 تقسيم العملاء

**القطاع الأول: العائلات ومستخدمو المنازل** التركيز على الأواني والتخزين والأدوات قيمة فاتورة متوسطة مع تكرار الشراء

**القطاع الثاني: الأزواج الجدد والمنازل الجديدة** حجم شراء أولي مرتفع اهتمام بالعروض والباقات المتكاملة

**القطاع الثالث: مشاريع الأغذية (B2B)** مبيعات عالية الحجم ومتكررة هامش أقل ولكن دخل ثابت

**القطاع الرابع: المؤسسات فنادق، مدارس، بيوت ضيافة شراء بعقود أو مناقصات وبكميات كبيرة**

## 5.6 نماذج العملاء (Personas)

**عائشة - مديرة منزل (38 سنة)** تشتري أدوات متينة وحلول تخزين بشكل شهري. تهتم بالسعر ولكن تفضل المتجر الموثوق.

**خالد - صاحب مطعم (41 سنة)** يشتري أدوات وأواني بكميات كبيرة. يهتم بسرعة التوفر والتسعير الخاص بالجملة.

**سارة - متزوجة حديثاً (27 سنة)** تبحث عن أطقم مطبخ كاملة وتستجيب جيداً للعروض والباقات.

## 6. الخطة التسويقية - الاستهداف والقنوات والتسعير واستراتيجية النمو

### 6.1 تموضع العلامة التجارية ورسالة القيمة

**بيان التمركز:** متجر موثوق يقدم منتجات مطبخ عملية ومتينة للمنازل ومشاريع الأغذية — متوفرة فورًا، بسعر عادل، وخدمة قائمة على المعرفة.

**قيم العلامة الأساسية:** جودة عملية دون مبالغة دعائية تسعير عادل وواضح توفر واستمرارية في المنتجات موظفون متعاونون وذوو معرفة

### 6.2 الشرائح المستهدفة والأهداف

العائلات ومستخدمو المنازل: زيارات متكررة — قيمة يومية عملية الميزونج حديقاً والمنازل الجديدة: سلة مشتريات كبيرة — حلول مطبخ متكاملة مشاريع الأغذية (B2B): طلبات مستمرة — توريد ثابت وجهاز المؤسسات: عقود توريد — أسعار موثوقة وكميات مناسبة

### 6.3 استراتيجية التسعير

إطار التسعير: تسعير تنافسي قائم على القيمة بهوامش متعددة المنتجات الأساسية: هامش منخفض وحجم مرتفع المنتجات المتوسطة: توازن بين الهامش والمبيعات المنتجات المميزة: هامش أعلى

**أساليب التسعير:** عروض الباقات (أطقم مطبخ متكاملة) خصومات الجملة حسب الكميات عروض موسمية خلال رمضان والأعياد

### 6.4 قنوات التسويق

**أ. التسويق المحلي المعتمد على المتجر (الأساسي)** لوحات واجهة واضحة وجاذبة عروض داخل المتجر وباقات خاصة تحفيز الحالات من سكان المنطقة وأصحاب الأعمال القريبين

**ب. القنوات الرقمية والتواصل** واتساب بنس: كتالوج منتجات، عروض أسعار، طلبات الجملة خرائط جوجل: تقييمات واتجاهات وساعات العمل إنستجرام: المنتجات الجديدة والعروض والباقات

### 6.5 استراتيجية المبيعات لقطاع الأعمال (B2B)

إعداد قائمة أسعار خاصة للشركات خطط توريد شهرية أو ربع سنوية سرعة إصدار عروض الأسعار والفواتير توفير تواصل مباشر للحالات الطارئة

### 6.6 العروض والحملات التسويقية

**فترة الافتتاح (أول 60 يومًا)** خصومات افتتاحية على المنتجات الأساسية هدية صغيرة عند حد أدنى للشراء أسعار تعريفية خاصة لقطاع الأعمال

**بشكل مستمر** عروض شهرية حسب الفئات باقات للمنازل الجديدة خصومات ولقاء لعملاء الجملة المتكررين

## 6.7 ميزانية التسويق الشهرية

مواد وعروض داخل المتجر: 40 - 80 ريال عُمانى إعلانات ومحتوى رقمي: 50 - 120 ريال عُمانى العروض والخصومات: 50 - 100 ريال عُمانى

## 6.8 خارطة النمو لخمس سنوات

السنة 1: بناء الثقة والانضباط في المخزون — تدفق نقدي مستقر السنة 2: التوسع في قطاع الأعمال — دخل متكرر  
السنة 3: تجربة علامة خاصة — هوامش أعلى السنة 4: فرع ثانٍ أو معرض أكبر — توسع السنة 5: توزيع أو امتياز تجاري  
— انتشار العلامة

## 7. الخاتمة والجدول الزمني للتنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني العام

تسجيل وترخيص النشاط: 1 - 2 أسبوع تجهيز المحل وتوفير البضائع: 3 - 6 أسابيع الافتتاح التجريبي: 1 - 2 أسبوع  
التشغيل الكامل: خلال الشهر 2 - 3

### 7.2 الملاحظات الختامية

تقدم خطة متجر أدوات ومستلزمات المطبخ فرصة عملية قابلة للتوسع ومرتكزة على تدفق نقدي مستقر في سلطنة عُمان. ومن خلال التركيز على المنتجات الأساسية سريعة الدوران، وإدارة المخزون بانضباط، وبناء علاقات قوية مع قطاع الأعمال، يمكن للمشروع تحقيق ربحية مستقرة خلال أول 12 - 20 شهرًا ثم التوسع بشكل مستدام لاحقًا.