

خطة عمل مصنع الشموع - سلطنة عمان

الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

يُعد مصنع تصنيع الشموع مشروعًا صناعيًّا واستهلاكيًّا يركز على إنتاج شموع عالية الجودة للاستخدام المنزلي، وقطاع الضيافة، والأغراض الدينية، والمناسبات، والعلاج العطري، والهدايا داخل سلطنة عمان. سيقوم المصنع بإنتاج مجموعة متنوعة من الشموع باستخدام شمع البرافين، وشمع الصويا، والخلطات المركبة، مع توفير خيارات شموع معطرة، وزخرفية، وعملية.

يهدف المشروع إلى تقليل الاعتماد على الشموع المستوردة من خلال تقديم منتجات محلية الصنع بأسعار تنافسية وقابلة للتخصيص، بما يتماشى مع نمو قطاعات التجزئة، والضيافة، والمناسبات في سلطنة عمان.

1.2 الهيكل القانوني وتسجيل الشركة

سيتم تسجيل الشركة في سلطنة عمان عبر مركز سند، كأحد الخيارات التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للمشاريع الصناعية الصغيرة إلى المتوسطة - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): موصى بها للتوسيع، والشراكات، والعقود المؤسسية

التكلفة التقديرية للتسجيل والمتطلبات الحكومية الأساسية: - مؤسسة فردية (SPC): من 100 إلى 300 ريال عماني - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): من 300 إلى 500 ريال عماني (لا تشمل التأشيرات، أو إيجار الأرض/المستودع، أو الاستشارات المتقدمة)

1.3 محفظة المنتجات (ملخص)

- شموع منزلية (أسطوانية، مخروطية، شموع صغيرة)
- شموع معطرة وعلاج عطري
- شموع زخرفية وهدايا
- شموع دينية وعملية
- شموع مخصصة للفنادق، وحفلات الزفاف، والمناسبات

1.4 السوق المستهدف

- محلات التجزئة والسوبرماركت
- الفنادق والمنتجعات
- المساجد والمؤسسات الدينية
- منظمي الفعاليات والمناسبات
- شركات الهدايا المؤسسية
- أسواق التصدير (دول الخليج - مرحلة لاحقة)

1.5 الميزة التنافسية

- التصنيع المحلي مما يقلل تكاليف الشحن والخدمات اللوجستية
- سرعة التخفيض ووضع العلامات التجارية الخاصة
- ضبط جودة ثابت ومراقب
- القدرة على خدمة قطاعي الشركات (B2B) والمستهلكين (B2C)
- قابلية التوسيع في الطاقة الإنتاجية

1.6 الملخص العالي (نظرة عامة)

- الاستثمار التأسيسي المقدر: من 25,000 إلى 60,000 ريال عماني (حسب حجم المشروع)
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 5,000 إلى 15,000 ريال عماني
- هامش الربح الإجمالي: من 35% إلى 55%
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 18 إلى 24 شهراً

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن تكون من أبرز مصانع الشموع في سلطنة عمان، مع توريد منتجات محلية عالية الجودة لقطاعات التجزئة، والضيافة، والتصدير.

الرسالة: تصنيع شموع آمنة، وبأسعار مناسبة، وقابلة للتخصيص، من خلال عمليات إنتاج فعالة، وضبط جودة صارم، وابتكار يركز على احتياجات العملاء.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، نطاق المنتجات، عملية التصنيع، المعدات والكوادر

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى)

- تسجيل الكيان الصناعي في سلطنة عمان عبر مركز سند (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة)
- استئجار وحدة صناعية أو مناسبة ومتواافق مع اشتراطات البلدية والسلامة
- تركيب معدات تصنيع الشموع اليدوية أو شبه الآلية
- إطلاق المنتجات الأساسية من الشموع للسوق المحلي وقطاع الشركات
- الوصول إلى استقرار في الإنتاج والمبيعات خلال 6-9 أشهر

الأهداف متوسطة المدى (السنوات 2-3)

- توسيع مجموعة المنتجات (شموع معطرة، زخرفية، وعلامات خاصة)
- توقيع عقود توريد مع الفنادق، والمساجد، وشركات تنظيم الفعاليات
- تحسين كفاءة الإنتاج وخفض تكلفة الوحدة
- إدخال عبوات بعلامة تجارية وشراكات توزيع

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5)

- الترقية إلى خطوط إنتاج شبه آلية أو آلية (زيادة الطاقة الإنتاجية)
- اعتماد معايير جاهزية للتصدير إلى أسواق دول مجلس التعاون
- تطوير تصنيع بعلامات خاصة (OEM) للعملاء الكبار
- ترسیخ العلامة التجارية كأحد المصانع المحلية الرائدة للشمع في سلطنة عمان

2.2 نطاق المنتجات والمواصفات

أ. الشموع المنزلية

- شموع أسطوانية بمقاسات متعددة
- شموع مخروطية
- شموع صغيرة (Tealight)
- شموع عملية للاستخدام في حالات الطوارئ وانقطاع الكهرباء

ب. الشموع المعطرة والعلاج العطري

- شموع من شمع الصويا والخلطات المركبة
- عطور قائمة على الزيوت العطرية
- شموع في عبوات زجاجية أو معدنية

ج. الشموع الزخرفية وشموع الهدايا

- تصاميم وأشكال وألوان مميزة
- شموع المناسبات والأعراس والمواسم
- مجموعات هدايا بعلامة تجارية

د. الشموع الدينية والمؤسسة

- شموع طويلة الاحتراق للمساجد والمؤسسات الدينية
- عبوات توريد بالجملة

هـ. الشموع المخصصة والعلامات الخاصة

- طباعة أو نقش الشعارات
- تخصيص الروائح والألوان
- تلبية متطلبات الفنادق والشركات

2.3 المواد الخام والمدخلات

المادة	الغرض
شموع البرافين	الشموع الأساسية (اقتصادي)
شموع الصويا	شموع فاخرة وصديقة للبيئة
الستيارين	تحسين الصلابة ومدة الاحتراق

المادة	الغرض
الفتائل القطنية	التحكم في اللهب والاحتراق
الزيوت العطرية	الشموم المغطرة
الأصباغ والملونات	تخصيص الألوان
شمع العبوات	العبوات (زجاج/معدن)
مواد التغليف	تغليف التجئة والجملة

يمكن توفير المواد الخام محلياً أو استيرادها من الإمارات، أو الهند، أو الصين حسب الجودة والتكلفة.

2.4 عملية تصنيع الشموم (خطوة بخطوة)

1. **إذابة الشمع:** إذابة الشمع الصلب في خزانات مخصصة مع التحكم بدرجة الحرارة.
2. **الخلط والإضافات:** إضافة العطور، والأصباغ، والستيارين وخلطها بشكل متباين.
3. **ثبت الفتائل:** ثبيت الفتائل داخل القوالب أو العبوات باستخدام أدوات التمرير.
4. **الصب أو التشكيل:** صب الشمع المذاب يدوياً أو شبه آلي داخل القوالب.
5. **التبريد والتصلب:** ترك الشموم لتبرد طبيعياً أو عبر رفوف تبريد مخصصة.
6. **إزالة القوالب والتنظيف:** إخراج الشموم، وقص الفتائل، وتحسين السطح الخارجي.
7. **فحص الجودة:** اختبارات الاحتراق، والفحص البصري، والتحقق من الوزن.
8. **التغليف والتزيين:** تعبئة المنتجات النهائية وتزيينها استعداداً للتوزيع.

2.5 الآلات والمعدات

أ. التجهيز اليدوي / الصغير

المعدة	التكلفة التقديرية (ريال عمانى)
خزان إذابة الشمع	3,000 - 1,500
قوالب الشموم	1,500 - 800
أدوات قص وثبت الفتائل	600 - 300
رفوف التبريد	800 - 400
موازين وزن	300 - 150
طاولات وأدوات التغليف	400 - 200

ب. التجهيز شبه الآلي (موصى به)

المعدة	التكلفة التقديرية (ريال عمانى)
وحدة إذابة وصب شبه آلية	8,000 - 4,000
نظام تحرير القوالب	2,000 - 1,000

التكلفة التقديرية (ريال عمانى)	المعدة
1,500 - 800	آلة تثبيت الفتائل
1,200 - 600	وحدة التحكم بالهراوة
3,000 - 1,500	خط تبريد أو ناقل بسيط

2.6 متطلبات مساحة المصنع والتخطيط

- المساحة الموصى بها: 150 - 300 متر مربع (صغير إلى متوسط)
- الأقسام المطلوبة:

 - تخزين المواد الخام
 - منطقة الإذابة والخلط
 - منطقة الصب والتشكيل
 - منطقة التبريد والتشطيف
 - التخزين النهائي والتغليف
 - مكتب وإدارة ومراقبة الجودة

يشترط توفر التهوية المناسبة، وأنظمة السلامة من الحرائق، والحصول على الموافقات البلدية الالزمة.

2.7 الهيكل الوظيفي والموارد البشرية

خطة التوظيف الأولية

الوظيفة	العدد	الراتب الشهري (ريال عمانى)
مشرف المصنع	1	450 - 300
مشغل آلات	2	250 - 180
عامل/معبئ	2	200 - 150
مساعد جودة ومخزون	1	250 - 200
إداري/مبيعات (اختياري)	1	350 - 250

إجمالي الرواتب الشهرية التقديرية: من 1,200 إلى 1,700 ريال عمانى

3. تحليل SWOT - نقاط القوة، المخاطر، وفرص السوق

3.1 نقاط القوة

ميزة التصنيع المحلي

التصنيع داخل سلطنة عمان يقلل الاعتماد على الاستيراد، ويقصر زمن التوريد، ويخفض تكاليف الشحن والخدمات اللوجستية للعملاء المحليين.

تنوع المنتجات

تعدد فئات الشموع (منزلية، معطرة، زخرفية، دينية، وعلامات خاصة) يقلل المخاطر ويحقق استقراراً في الطلب على مدار العام.

القدرة على التخصيص

إمكانية تقديم علامات خاصة، وروائح مختلفة، وأحجام وعبوات مختلفة للفنادق، والمناسبات، والعملاء المؤسسيين.

نموذج إنتاج قابل للتتوسيع

إمكانية التدرج من الإنتاج اليدوي إلى شبه الآلي ثم الآلي باستثمارات مرحلية مدروسة.

الطلب المؤسسي المتزايد

القطاعات الفندقية، والمساجد، ومنظمو الفعاليات يحتاجون إلى توريد منتظم بكميات كبيرة مع ضمان الجودة.

3.2 نقاط الضعف

متطلبات رأس المال الأولى

الاستثمار التأسيسي أعلى مقارنة بمشاريع التجارة أو التجزئة فقط.

الاعتماد على الطاقة والمرافق

عمليات إذابة الشمع والتحكم في درجات الحرارة ترفع استهلاك الكهرباء.

تعقيد إدارة المخزون

تخزين المواد الخام والمنتجات النهائية يتطلب بيئة مناسبة لتجنب التلف أو فقدان الجودة.

ضعف العلامة التجارية في المرحلة الأولى

العلامات الصناعية الجديدة تحتاج وقتاً لبناء الثقة في أسواق الشركات والمؤسسات.

3.3 الفرص

إحلال الواردات

نسبة كبيرة من الشموع في السوق العماني مستوردة، مما يفتح المجال لمنتج محلي منافس.

نمو قطاع الضيافة والسياحة

التوسع في الفنادق والمناسبات والمعارض يزيد الطلب على الشموع الزخرفية والمعطرة.

التصنيع بعلامات خاصة

توجه متزايد لدى المتجزئ والشركات للتعاقد مع مصانع محلية لتقليل التكلفة وسرعة التوريد.

المنتجات الصديقة للبيئة

زيادة الوعي البيئي يعزز الطلب على شموع الصويا قليلة الدخان.

إمكانية التصدير لدول الخليج

القرب الجغرافي من أسواق مجلس التعاون يسهل التوسيع الإقليمي بعد استيفاء المعايير.

3.4 التهديدات

المنافسة منخفضة التكلفة من الواردات
المنتجات المستوردة بكميات ضخمة من آسيا قد تضغط على الأسعار في قطاع التجزئة.

تقلب أسعار المواد الخام
أسعار الشمع والزيوت العطرية تتأثر بسلسل الإمداد العالمية.

الاشتراطات التنظيمية والسلامة
الالتزام بأنظمة الدفاع المدني، والبيئة، والبلدية ضروري وقد يزيد التكاليف.

الموسمية في الطلب
ارتفاع المبيعات في المواسم والمناسبات مقابل انخفاضها في الفترات الهادئة.

3.5 الانعكاسات الاستراتيجية

- تبرر نقاط القوة والفرص اعتماد نهج استثماري مرحلوي.
- تؤكد نقاط الضعف أهمية ضبط التكاليف والتخطيط الدقيق للمخزون.
- تبرز التهديدات ضرورة التميز عبر الجودة، والتخصيص، والعقود المؤسسية طويلة الأجل.

4. التوقعات المالية - الاستثمار الرأسمالي، التكاليف التشغيلية، والتوقعات لخمس سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومحبّر عنها بالریال العماني، وتم إعدادها بشكل ملائم لتلبية متطلبات البنوك والمستثمرين.

4.1 الاستثمار الرأسمالي لمرة واحدة (تكاليف التأسيس)

أ. تسجيل الشركة والامتثال النظامي

النوع	القيمة	الملاحظات	ال Benson
رسوم مدخلة	150 - 30		السجل التجاري
رسوم خدمات	200 - 100	عضوية غرفة تجارة وصناعة عمان	جزء الاسم التجاري
رسوم خدمات سند	100 - 50		
موافقات البلدية والدفاع المدني	300 - 150		
الإجمالي الفرعي - التسجيل	770 - 340		

ب. تجهيز المصنع والمعدات (شبه آلي)

النوع	النوع
وحدة إذابة وصب الشمع	التكاليف التقديرية (ريال عماني)
قوالب الشموع والأدوات	8,000 - 4,000
معدات تثبيت الفتائل	3,000 - 1,500
رفوف تبريد / ناقل	1,500 - 800
الأعمال الكهربائية والتهوية	3,000 - 1,500
أنظمة السلامة والتخزين	2,000 - 1,000
أدوات فحص الجودة	1,500 - 800
الإجمالي الفرعي - المعدات	600 - 300
	21,600 - 10,900

ج. تكاليف الموقع وما قبل التشغيل

النوع	النوع
إيجار المستودع (دفعه مقدمة)	التكاليف التقديرية (ريال عماني)
المخزون الأولي من المواد الخام	6,000 - 3,000
مواد التغليف	4,000 - 2,000
إعداد العلامة التجارية والتسويق	1,500 - 800
مخصص الطوارئ	700 - 300
الإجمالي الفرعي - ما قبل التشغيل	2,000 - 1,000
	16,200 - 8,100

إجمالي الاستثمار التأسيسي التقديرى: - النطاق المنخفض: حوالي 25,000 ريال عماني - النطاق المتوسط: حوالي 45,000 ريال عماني - النطاق الأعلى: حوالي 60,000 ريال عماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية (OPEX)

فترة المتصروف	النوع
رواتب الموظفين	1,700 - 1,200
المواد الخام (شمع، فتائل، زيوت)	3,000 - 1,500
الكهرباء والمرافق	450 - 250
الصيانة والمستهلكات	300 - 150
مواد التغليف	600 - 300

فئة المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عماني)
النقل والتوزيع	400 - 200
التسويق والمبادرات	300 - 150
المصاريف الإدارية والمترفة	300 - 150
إجمالي المصروفات الشهرية	7,050 - 4,000

4.3 الطاقة الإنتاجية وهيكل التكلفة

- متوسط الطاقة الإنتاجية (شبة آلي): **12,000 - 18,000 شمعة شهرياً**
- متوسط تكلفة الشمعة الواحدة (شاملة): **0.25 - 0.45 ريال عماني**
- متوسط أسعار البيع:
- البيع بالجملة (B2B): **0.50 - 0.90 ريال عماني**
- البيع بالتجزئة / الشموع المعطرة: **1.20 - 2.50 ريال عماني**

4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

السيناريو	الإيرادات الشهرية (ريال عماني)
محافظ	6,500 - 5,000
متوقع	10,000 - 8,000
متفائل	15,000 - 12,000

4.5 الربح الشهري المقدر

السيناريو	الإيرادات	المصروفات	صافي الربح
محافظ	5,500	5,200	300
متوقع	9,000	5,800	3,200
متفائل	14,000	7,000	7,000

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: **3,200 - 2,800 ريال عماني**
- الاستثمار التأسيسي: **25,000 - 60,000 ريال عماني**

الفترة التقديرية للوصول إلى نقطة التعادل: من 18 إلى 24 شهراً

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	صافي الربح (ريال عماني)	الإيرادات (ريال عماني)
السنة الأولى	100,000 - 85,000	28,000 - 20,000
السنة الثانية	140,000 - 120,000	40,000 - 30,000
السنة الثالثة	190,000 - 160,000	60,000 - 45,000
السنة الرابعة	260,000 - 220,000	95,000 - 70,000
السنة الخامسة	+300,000	150,000 - 110,000

تفترض السنوات من الثلاثة إلى الخامسة التوسيع في الطاقة الإنتاجية، وعقود العلامات الخاصة، وبداية التصدير الجزئي.

5. تحليل العملاء والسوق - قطاعات الشركات، المستهلكين، الضيافة، والتصدير

5.1 نظرة عامة على السوق (عمان والسوق الإقليمي)

يشهد سوق الشموع في سلطنة عمان طلباً مدفوعاً بالاستخدام المنزلي، والمؤسسات الدينية، وقطاع الضيافة، والمناسبات، والهدايا. ويتميز الطلب بالاستقرار على مدار العام مع ارتفاعات واضحة خلال شهر رمضان، وعيد الفطر، وعيد الأضحى، ومواسم الأعراس، والمهргانات، وفترات السياحة الشتوية. ولا تزال نسبة كبيرة من الشموع المعتادولة في السوق مستوردة، مما يخلق فرصة قوية للمصنعين المحليين الذين يوفرون سرعة توريد أعلى، وقدرات تخصيص، وتسعيرًا تنافسياً.

5.2 نظرة عامة على تقسيم العملاء

ينقسم السوق إلى أربعة قطاعات رئيسية: 1. المشترون المؤسسيون (B2B) 2. قطاع الضيافة والمناسبات 3. التجزئة والمستهلك النهائي 4. أسواق التصدير والجملة (مرحلة لاحقة)

5.3 العملاء المؤسسيون (B2B) - القطاع الأساسي للإيرادات

العملاء المستهدفون

- المساجد والمؤسسات الدينية
- سلسل السوبرماركت والبقالات
- المكاتب والشركات
- شركات النظافة وإدارة المرافق

سلوك الشراء

- طلبات بالجملة (شهرية أو ربع سنوية)
- حساسية للسعر مع تزييز على الجودة

- تفضيل الشموع طويلة الاحتراق والمتجانسة

عوامل اتخاذ القرار

- سعر الوحدة
- مدة الاحتراق وانخفاض الدخان
- موثوقية التوريد
- كفاءة التغليف

5.4 قطاع الضيافة والمناسبات والهدايا

العملاء المستهدفون

- الفنادق والمنتجعات
- منظمو الفعاليات ومزخرفو حفلات الزفاف
- المطاعم والمcafاهي
- شركات الهدايا المؤسسية

سلوك الشراء

- أحجام طلبات متوسطة إلى كبيرة
- تركيز عالٍ على الشكل الجمالي، والرائحة، والعلامة التجارية
- طلب موسعي مرتبط بالمناسبات والفعاليات

توقعات القيمة

- روائح وألوان مخصصة
- تغليف بعلامات تجارية أو علامات خاصة
- التزام صارم بمواعيد التسليم وثبات الجودة

5.5 قطاع التجزئة والمستهلك النهائي (B2C)

العملاء المستهدفون

- الأسر
- مشترو الهدايا
- المستهلكون المهتمون بالديكور ونمط الحياة

دواتج الشراء

- الرائحة والمظهر
- السعر مقارنة بالقيمة المدركة
- صورة العلامة التجارية وجودة التغليف

وتيرة الشراء

- مشتريات متقطعة مع ذروات موسمية

- ارتفاع الكميات خلال المواسم والعروض الترويجية

5.6 سوق التصدير والجملة (المراحلة 3-2)

المناطق المستهدفة

- الإمارات العربية المتحدة
- قطر
- البحرين
- الكويت

عوامل الجاهزية للتصدير

- ثبات معايير الجودة
- تسعير تنافسي
- تغليف بالجملة
- الالتزام بأنظمة دول مجلس التعاون

5.7 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياج	كيف يلبيه المصنوع
توفير منظم بكميات كبيرة	التصنيع المطلي وإدارة المخزون
التخصيص	خطوط إنتاج مرنة
تسعير تنافسي	خفض تكاليف الاستيراد واللوجستيات
ثبات الجودة	فحص جودة داخلي واختبارات منتظمة
سرعة التوصيل	توزيع محلي فعال

5.8 اتجاهات الطلب والموسمية

- فترات الطلب المرتفع: رمضان، الأعياد، مواسم الأعراس، السياحة الشتوية
- الطلب المتوسط: الفنادق والمؤسسات على مدار العام
- الطلب المنخفض: فترات الركود في التجئة خارج المواسم

يتم تقليل تأثير الموسمية من خلال تنوع قنوات البيع بين الشركات والمستهلكين.

6. استراتيجية التسويق والمبيعات المختصة - العلامة التجارية، التسويق، التوزيع، والنمو

6.1 تموير العلامة التجارية وصورة السوق

بيان تموير العلامة التجارية:

مصنوع عُمانى موثوق للشروع يقدم جودة ثابتة، وتسعيراً تنافسياً، وحلولاً مخصصة للعملاء المؤسسيين، وقطاع الضيافة، وأسواق التجزئة.

قيم العلامة التجارية:

- الجودة والسلامة - الثبات والموثوقية - مرونة التخصيص - قيمة مقابل السعر - الاعتزاز بالتصنيع المحلي

اختلاف التمركز حسب القطاع:

- القطاع المؤسسي (B2B): الاعتمادية، التوريد بالجملة، الثبات - **الضيافة والمناسبات:** الجمال، الرائحة، التخصيص - التجزئة (B2C): نمط الحياة، الديكور، والهدايا

6.2 استراتيجية التسويق

تسويق القطاع المؤسسي (B2B)

- تسعير على أساس التكلفة مضاعفاً إليها هامش ربح مع خصومات للكميات
- عقود طويلة الأجل بأسعار ثابتة ضمن شرائح حجمية
- متوسط هامش الربح الإجمالي: 40% - 30%

تسويق الضيافة والمناسبات

- تسعير قائم على القيمة للشروع المعطرة والزخرفية
- رسوم إضافية للتخصيص (العلامة التجارية، الروائح)
- متوسط هامش الربح الإجمالي: 55% - 45%

تسويق التجزئة والمستهلك النهائي (B2C)

- تسعير تميز للشروع ذات العلامة التجارية
- حزم هدايا وعروض موسمية
- متوسط هامش الربح الإجمالي: 60% - 50%

6.3 قنوات التوزيع

المبيعات المباشرة (الأساسية - B2B)

- عقود مباشرة مع المساجد، والفنادق، والشركات
- زيارات مبيعات مخصصة وتقديم عروض أسعار

شبكة الموزعين والجملة

- موزعون إقليميون للسوبرماركت
- تسعير بالجملة مع حد أدنى للطلبات

قنوات التجزئة

- السوبرماركت والهاiperماركت
- محلات الهدايا ونطع الحياة
- المنصات الإلكترونية (مرحلة لاحقة)

6.4 استراتيجية المبيعات وتوليد الفرص

- تواصل مباشر مع الفنادق، والمساجد، وشركات تنظيم الفعاليات
- تقديم عينات ومنتجات تجريبية
- المشاركة في المعارض التجارية والمعارض المحلية
- الدخول في المناقصات والعقود المؤسسية

6.5 الاستراتيجية الترويجية

ترويج منخفض التكلفة وعالٍ التأثير

- كتالوجات وبروشورات المنتجات
- مجموعات عينات للعملاء الرئيسيين
- استخدام التغليف بعلامة تجارية كأداة تسويقية

الحضور ال الرقمي (داعم)

- موقع إلكتروني بسيط لعرض المنتجات والقدرات التصنيعية
- LinkedIn لبناء المصداقية في قطاع الشركات
- استخدام Instagram للترويج لمنتجات نطع الحياة والهدايا

6.6 الشراكات والتحالفات الاستراتيجية

- شركات تنظيم الفعاليات
- إدارات المشتريات في الفنادق
- سلسلة التجزئة
- شركات الهدايا المؤسسية

6.7 خارطة طريق النمو والتوسيع لخمس سنوات

السنة	التركيز الاستراتيجي	النتيجة المتوقعة
السنة الأولى	احتراق، السوق المحلي (B2B)	قاعدة إيرادات مستقرة
السنة الثانية	التوسيع في الضيافة والتجزئة	تحسين الهوامش

السنة	التركيز الاستراتيجي	النتيجة المتوقعة
السنة الثالثة	رفع الطاقة الإنتاجية	زيادة حجم الإنتاج
السنة الرابعة	بدء التصدير لدول الخليج	حضور إقليمي
السنة الخامسة	التوسع في OEM والعلامات التجارية	ريادة العلامة التجارية

7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي (نظرة عامة)

المرحلة	المدة
تسجيل الشركة والتراخيص	2-1 شهر
تجهيز المصنع وتركيب المعدات	3-2 أشهر
الإنتاج التجريبي وفحص الجودة	شهر واحد
الإطلاق التجاري	الشهر الرابع

7.2 الخلاصة النهاية

يمثل مصنع تصنيع الشموع فرصة صناعية استراتيجية قابلة للتوسيع وذات جدوى مالية في سلطنة عمان. ومن خلال التركيز على التصنيع المحلي، وتنوع شرائح العملاء، والانفباط في إدارة التكاليف، يمكن للمشروع تحقيق الربحية خلال عامين، والتطور ليصبح مورداً إقليمياً يخدم أسواق دول مجلس التعاون الخليجي.