

كيف تبدأ مشروع متجر مواد بناء في عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع متجر مواد البناء في سلطنة عُمان هو نشاط تجاري يجمع بين البيع بالجملة والتجزئة، ويختص بتوريد مواد البناء والتشطيبات الأساسية للمقاولين، والمطوريين العقاريين، وصغار البناء، وشركات الصيانة، إضافة إلى الأفراد.

سيوفر المتجر مجموعة واسعة من مواد البناء الأساسية، ومنتجات التشطيب، ومستلزمات العدد والأدوات، مع التركيز على أن يكون موزًّا موثوقًا، بأسعار تنافسية، وسهل الوصول.

يستفيد هذا المشروع من النمو المستمر في قطاع البنية التحتية في سلطنة عُمان، وحركة البناء السكني، وأعمال التجديد والصيانة، المدعومة بالتوجه العماني، والمشاريع الحكومية، والإسكان الخاص.

1.2 أهداف المشروع

- تأسيس متجر مواد بناء مركّب في سلطنة عُمان
- خدمة عملاء الشركات (B2B) مثل المقاولين، إضافة إلى عملاء التجزئة (B2C)
- تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 6 أشهر
- بناء علاقات طويلة الأمد مع الموردين والمقاولين
- التوسع لاحقًا في التوريد بالجملة والمبيعات القائمة على المشاريع

1.3 الهيكل القانوني والتسجيل (عمان)

سيتم تسجيل المشروع من خلال مركز سند، تحت أحد الأشكال القانونية التالية: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للمتاجر التي يديرها المالك مباشرة - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة للشركات وخطط التوسيع

التكلفة التقديرية للتسجيل والرسوم الحكومية (بالريال العماني): - مؤسسة فردية (SPC): من 100 إلى 300 - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): من 300 إلى 500

تشمل مكونات التكلفة المعتادة: - حجز الاسم التجاري: 10-20 - السجل التجاري (وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار): 150-300 - غرفة تجارة وصناعة عُمان: 100-200 - رسوم خدمات مركز سند: 50-100 - الرخصة البلدية: 50

(لا تشمل التأشيرات، أو إيجار المستودع، أو الاستشارات المتخصصة)

1.4 المنتجات والخدمات (ملخص)

- الإسمنت، والبلوك، والمواد الخام
- الحديد، والأنابيب، والوصلات
- المواد الكهربائية والسباكية
- البلاط، والدهانات، ومواد التشطيب الأساسية
- العدد والأدوات وملحقاتها
- التوريد بالكميات الكبيرة للمشاريع

1.5 السوق المستهدف

- مقاولو البناء
- المطوروون العقاريون
- شركات الصيانة
- البشّاؤن والحرفيون الصغار
- أصحاب المنازل والأفراد

1.6 المعية التنافسية

- أسعار تنافسية من خلال الشراء بالجملة
- توفر مستمر للمواد سريعة الحركة
- البيع الآجل للمقاولين المؤثوقين
- موقع استراتيجي بالقرب من مناطق البناء
- دعم لوجستي وخدمات توصيل فعالة

1.7 لمحه مالية مختصرة

- تكلفة التأسيس التقديرية: من 25,000 إلى 60,000 ريال عماني
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 10,000 إلى 35,000 ريال عماني
- هامش الربح الإجمالي: من 10% إلى 25% (حسب نوع المنتج)
- فترة استرداد رأس المال: من 12 إلى 24 شهراً

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن تكون مورّداً موثوقاً ومفضلاً لممواد البناء، يدعم نمو قطاع التشييد في سلطنة عمان.

الرسالة: توفير مواد بناء عالية الجودة بأسعار عادلة، مع الالتزام بالموثوقية، والشفافية، وخدمة عملاء متميزة.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، هزيج المنتجات، إعداد المتجر وهيكل الموظفين

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى) - استكمال تسجيل المشروع والحصول على التراخيص عبر مركز سند - تأمين موقع استراتيجي للمحل أو المستودع بالقرب من مناطق النشاط الإنساني - إبرام اتفاقيات توريد مع موزعين محليين وإقليميين - تخزين المواد الإنسانية سريعة الحركة - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 6 أشهر

الأهداف متوسطة المدى (السنوات 2-3) - توسيع فئات المنتجات والعلامات التجارية - إدخال حسابات بيع بالآجل للمقاولين - إضافة خدمات التوصيل للطلبات الكبيرة - بناء علاقات طويلة الأمد مع المقاولين والمطوروين

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5) - افتتاح فرع أو مستودع ثان - أن تكون مورّداً مفضلاً للمشاريع - استيراد بعض المواد مباشرة لتحسين هامش الربح - التوسع في المناقصات الحكومية والخاصة الكبرى

2.2 عرض القيمة

يتوفر متجر مواد البناء توفرًا موثوقًا للمواد، وأسعارًا تنافسية، وخدمة احترافية لعملاء التجئة والجملة على حد سواء.

محركات القيمة الأساسية: - متجر شامل لمواد البناء الأساسية - أسعار تنافسية عبر الشراء بالكميات الكبيرة - توفر مستمر للمواد سريعة الحركة - خدمات ملائمة للمقاولين (البيع بالآجل، خصومات الكميات) - موقع مناسب وسهولة التحميل والتنزيل

2.3 استراتيجية مزيج المنتجات

أولاً: مواد البناء الأساسية (حجم مبيعات مرتفع) - الإسمنت (أكياس) - البلاوك الخرساني - الرمل والمواد الخام - حديد التسلیح والشبک

ثانياً: مواد السباكة - أنابيب PVC و PPR و GI - الصمامات والوصلات والملحقات - خزانات المياه وملحقاتها

ثالثاً: المواد الكهربائية - الأسلاك والكابلات - المفاتيح، المقاييس، القواطع - الإضاءة الأساسية

رابعاً: مواد التشطيب - البلاط ولواصق البلاط - الدهانات ومواد الأساس - ألواح الجبس

خامساً: العدد والأدوات - العدد اليدوية - المسامير والبراغي - معدات السلامة

مبدأ مزيج المنتجات: - المواد سريعة الحركة تضمن التدفق النقدي - اختيار مواد ذات هامش ربح أعلى يعزز الربحية

2.4 إعداد المتجر والمستودع

متطلبات الموقع - موقع في الطابق الأرضي - القرب من مناطق البناء أو الطرق السريعة - سهولة وصول الشاحنات

متطلبات المساحة - مساحة البيع بالتجئة: 80-150 مترًا مربعًا - مساحة التخزين/المستودع: 150-300 متر مربع

المعدات والبنية التحتية (تكلفة تقديرية بالریال العماني) - أرفف وتخزين: 1,500 - 3,000 - رافعة شوكية أو عربة منصات: 800 - 2,000 - ميزان وزن: 300 - 600 - نظام نقاط البيع والفوترة: 400 - 800 - كاميرات مراقبة وأنظمة أمان: 300 - 700 -

2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

التوظيف المبدئي

المالك / المدير - إدارة المشتريات والتفاوض مع الموردين - إدارة علاقات العملاء والمقاولين - الإشراف على الالتزام المالي والتنظيمي

مندوب مبيعات (1-2) - مبيعات التجئة والجملة - معالجة الطلبات والفوواتير

أمين مستودع / مساعد مخزن (1-2) - إدارة المخزون - التحميل والتنزيل

سائق (اختياري - السنة الأولى) - التوصيل المحلي

الرواتب الشهرية التقديرية (بالريال العماني) - مندوب مبيعات: 180 - 250 - أمين مستودع: 150 - 220 - سائق: 180 - 250 -

إجمالي الرواتب التقديرية: 900 - 500 -

3. تحليل SWOT - نقاط القوة، نقاط الضعف، الفرص، والتهديدات

3.1 نقاط القوة

طلب سوقي مستمر
أنشطة البناء، والتجديد، والصيانة في سلطنة عمان تخلق طلباً مستمراً على مدار العام على مواد البناء.

عملاء شركات متكررون (B2B)
المقاولون وشركات الصيانة يشترون بشكل متكرر، مما يضمن تدفق إيرادات متوقع.

تنوع واسع في المنتجات
القدرة على خدمة عملاء التجزئة والمشترين بالجملة من مكان واحد.

قوة الشراء بالجملة
تحقيق هامش أفضل من خلال التفاوض مع الموردين وخصومات الكميات.

معرفة محلية بالسوق
فهم احتياجات المقاولين، وحساسية الأسعار، وتوقعات التوصيل.

3.2 نقاط الضعف

ارتفاع متطلبات رأس المال العامل
الحاجة إلى استثمار كبير في المخزون لحفظ على توفر المواد.

المنافسة السعرية
هامش الربح قد تكون محدودة بسبب شدة المنافسة بين موردي مواد البناء.

تكليف التخزين والمناولة
المواد الثقيلة تتطلب مساحات كبيرة، ومعدات، وقوى عاملة.

مخاطر البيع بالأجل
البيع على الأجل للمقاولين قد يؤدي إلى تأخير في التحصيل.

3.3 الفرص

نمو البنية التحتية والإسكان
استمرار المشاريع الحكومية والخاصة في قطاع البناء.

سوق التجديد والصيانة
طلب ثابت لا يعتمد فقط على دورات البناء الجديدة.

عقود التوريد للمشاريع

توفير المواد لمشاريع كاملة يزيد حجم المبيعات والولاء.

الاستيراد والعلامة الخاصة

الاستيراد المباشر يعزز هامش الربح والتحكم بالعلامة التجارية.

الطلب الرقمي والتوصيل

استخدام واتساب وأنظمة الطلب B2B يزيد من سهولة التعامل.

3.4 التهديدات

تشبع السوق في المناطق الحضرية

تركز المنافسين في مسقط والمناطق المحيطة.

تقلب أسعار المواد

تدبّب أسعار الإسمنت، وال الحديد، والوقود يؤثر على الربحية.

الدورات الاقتصادية

تباطؤ قطاع البناء قد يقلل الطلب.

التغيرات التنظيمية

تغيرات في الرسوم الجمركية أو لوائح البلديات أو التراخيص.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

• نقاط القوة والفرص تدعم قابلية التوسيع على المدى الطويل وبناء شراكات قوية مع الموردين.

• نقاط الضعف تتطلب إدارة صارمة للتدفق النقدي وسياسات واضحة للتحكم في البيع بالأجل.

• التهديدات تؤكد أهمية تنوع المنتجات، والتسعيـر التنافسي، والكفاءة التشغيلية.

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المعروفات التشغيلية، والتوقعات لخمس سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومحافظة وبالريال العماني، ومبنية على ظروف السوق في سلطنة عُمان. يعتمد الأداء الفعلي على الموقع، ومزيج المخزون، وإدارة الأئتمان، وكفاءة المبيعات.

4.1 تكاليف التأسيس والتجهيز (مرة واحدة)

أولاً: تسجيل النشاط والتراخيص

البند	التكلفة التقديرية (ر.ع)	ملاحظات
جز الاسم التجاري	20 - 10	وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار
السجل التجاري	150 - 30	رسوم مخفضة

البند	التكلفة التقديرية (ر.ع)	ملاحظات	لمدة 2-1 سنة
غرفة تجارة وصناعة عُمان	200 - 100		
رسوم خدمات سند	100 - 50	تختلف حسب الخدمة	
الرخصة البلدية	150 - 50	حسب نوع النشاط	
إجمالي تكلفة التسجيل	500 - 100	مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة	

ثانياً: تجهيز المحل / المستودع

البند	التكلفة التقديرية (ر.ع)
مقدم وإيجار المحل/المستودع	4,000 - 2,000
أعمال التهيئة والأراضي	3,000 - 1,500
الأرفف وأنظمة التخزين	3,000 - 1,500
رافعة شوكية / عربة منصات	2,000 - 800
نظام نقاط البيع والمحاسبة	800 - 400
كاميرات المراقبة والأمان	700 - 300
أثاث المكتب وتقنية المعلومات	600 - 300
الإجمالي الفرعي للتجهيز	14,100 - 6,800

ثالثاً: الاستثمار المبدئي في المخزون

فئة المخزون	التكلفة التقديرية (ر.ع)
الإسمنت والبلوك	12,000 - 6,000
الحديد والمواد الإنشائية	10,000 - 5,000
مواد السباكة	8,000 - 4,000
المواد الكهربائية	6,000 - 3,000
مواد التشطيب	6,000 - 3,000
العدد والأدوات	4,000 - 2,000
إجمالي المخزون	46,000 - 23,000

إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية - الحد الأدنى: حوالي 25,000 ريال عماني - الحد الأعلى: حوالي 60,000 ريال عماني

4.2 المصاروفات التشغيلية الشهرية

التكلفة الشهرية التقديرية (ر.ع)	فئة المصاروف
900 - 500	رواتب الموظفين
1,200 - 500	إيجار المحل / المستودع
250 - 120	الكهرباء والمياه والإنترنت
350 - 150	النقل والوقود
250 - 100	الصيانة والمناولة
300 - 100	التسويق والترويج
200 - 100	مصاروفات متنوعة
3,450 - 1,570	إجمالي المصاروفات الشهرية

4.3 افتراضات الإيرادات

مزيج المبيعات - عملاء التجزئة: 40% - المقاولون والمشترون بالجملة: 60%

متوسط المبيعات الشهرية - مبيعات التجزئة: 10,000 - 4,000 ر.ع - مبيعات المقاولين: 6,000 - 25,000 ر.ع - **إجمالي الإيرادات الشهرية**: 35,000 - 10,000 ر.ع

4.4 تحليل هامش الربح الإجمالي

متوسط هامش الربح	فئة المنتج
12% - 8%	الإسمنت والبلوك
10% - 6%	الحديد والمواد الإنشائية
25% - 15%	مواد السباكة
30% - 15%	مواد الكهربائية
35% - 20%	مواد التشطيب
40% - 25%	العدد والأدوات
22% - 15%	متوسط الهامش المرجح

4.5 تقدير الربح الشهري (الحالة المتوقعة)

البند	المبلغ (ر.ع)
الإيرادات الشهرية	22,000
الربح الإجمالي (%) 18	3,960

البند	المبلغ (ر.ع)
المصروفات التشغيلية	2,500
صافي الربح الشهري	1,460

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري: 2,000 - 1,300 ر.ع
- الاستثمار المبدئي: 25,000 - 60,000 ر.ع
- فترة استرداد رأس المال التقديرية: من 15 إلى 30 شهراً

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	الإيرادات (ر.ع)	صافي الربح (ر.ع)
السنة 1	220,000 - 180,000	22,000 - 15,000
السنة 2	300,000 - 240,000	40,000 - 25,000
السنة 3	380,000 - 320,000	60,000 - 45,000
السنة 4	500,000 - 420,000	90,000 - 65,000
السنة 5	+550,000	140,000 - 100,000

تفترض السنوات 3-5 تحسين إدارة المخزون، وشروط أفضل مع الموردين، وتوسيع حسابات المقاولين.

5. تحليل العملاء - المقاولون، عملاء التجزئة، التقسيم السلوكي وأنماط الشراء

5.1 نظرة عامة على السوق (عملاء مواد البناء في عمان)

سوق مواد البناء في سلطنة عمان تقوده بشكل أساسي شركات المقاولات، وشركات الصيانة، إضافة إلى أصحاب المنازل الأفراد. يتميز الطلب بالاستقرار نتيجة استمرار مشاريع البناء السكني، وأعمال التجديد، والتشطيبات، وصيانة البنية التحتية.

تركز قرارات الشراء على السعر، وتتوفر المخزون الفوري، وشروط البيع بالأجل، وسرعة التوصيل.

5.2 شرائح العملاء الرئيسية

الشريحة (أ): المقاولون الصغار والمتوسطون (المصدر الرئيسي للإيرادات) - نسبة المبيعات: 45% - 60% - و Tingira الشراء: أسبوعية إلى يومية - حجم الطلبات: متوسط إلى كبير - الاحتياجات الأساسية: أسعار تنافسية، توفر مستمر، ائتمان قصير الأجل - المنتجات: الإسمنت، البلوك، الحديد، مواد السباكة والكهرباء

الشريحة (ب): شركات الصيانة وأعمال التشطيب - نسبة المبيعات: 15% - 25% - و Tingira الشراء: متكررة بكثافة صغيرة - الاحتياجات الأساسية: سرعة الاستلام، جودة ثابتة - المنتجات: الأنابيب، الوصلات، الملحقات الكهربائية، العدد

الشريحة (ج): عملاء التجزئة (الزوار المباشرون) - نسبة المبيعات: 15% - وتبة الشراء: متقطعة - الاحتياجات الأساسية: الإرشاد، كميات صغيرة، أسعار واضحة - المنتجات: الدهانات، البلاط، الأدوات، مواد الإصلاح

الشريحة (د): مشترون للمشاريع (انتقائيون) - نسبة المبيعات: 5% - وتبة الشراء: حسب العقود - الاحتياجات الأساسية: أسعار كميات كبيرة، التوصيل، الاعتمادية - المنتجات: حزم مواد متكاملة للمشاريع

5.3 الخصائص الديموغرافية للعملاء

نوع العميل	صاحب القرار	توقعات الائتمان	حساسية السعر
مقاولون صغار	المالك / المشرف	عالية	نعم
مقاولون كبار	فريق المشتريات	متوسطة	نعم
شركات صيانة	المشرف	متوسطة	محدودة
عملاء تجزئة	فرد	عالية	لا

5.4 سلوك الشراء ومحركات القرار

عوامل اتخاذ القرار الرئيسية: - تنافسية السعر - توفر المخزون الفوري - شروط البيع بالآجل (15-45 يوماً) - القدرة على التوصيل - موثوقية الموردين

الموسمية: - ارتفاع الطلب: من سبتمبر إلى مايو - انخفاض نسبي: أشهر الصيف الحارة

5.5 البيع بالآجل وإدارة المخاطر

- تقديم الائتمان فقط للمقاولين المعتمدين
- تحديد حدود ائتمانية بناءً على تاريخ الشراء
- سياسة فوترة ومتابعة تحصيل طارمة
- أولوية البيع النقدي لعملاء التجزئة

5.6 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياجات الأساسية: - التوريد من مكان واحد - أسعار مستقرة وواضحة - سرعة التحميل والتسلیم

نقاط الألم (يتم حلها من خلال المشروع): - نقص المخزون لدى المنافسين - تأخر عمليات التوصيل - غموض سياسات البيع بالآجل

5.7 شخصيات العملاء (أمثلة توضيحية)

الشخصية 1 - راشد (مقاول صغير، 38 سنة) - يشتري أسبوعياً - يحتاج إلى دورات ائتمان قصيرة - مخلص للموردين الموثوقين

الشخصية 2 - خالد (مشرف صيانة، 45 سنة) - يشتري بشكل متكرر بكميات صغيرة - يقدر السرعة والثبات في الجودة

الشخصية 3 - أحمد (مجدّد منزل، 32 سنة) - مشتري متقطع - يحتاج إلى نصيحة وأسعار عادلة

6. استراتيجية التسويق والمبيعات المخصصة - التسعير، القنوات، الائتمان، وخطة النمو

6.1 التموضع في السوق

سيتم تمويع متجر مواد البناء كمورد موثوق، بأسعار تنافسية، وصديق للمقاولين، مع توفر مستمر للمذكورون وخدمة احترافية.

بيان التموضع:
«مورد مواد بناء شامل وموثوق، يقدم أسعاراً عادلة، ومخزوناً جاهزاً، وخدمة سريعة للمقاولين وأصحاب المنازل.»

6.2 استراتيجية التسعير

أولاً: التسعير حسب نوع العميل

نوع العميل	أسلوب التسعير
عملاء التجئة	أسعار تجزئة قياسية
مقاولون صغار	أسعار مخفضة حسب الكميات
مقاولون كبار	تسعير تفاضلي حسب المشروع
شركات صيانة	تسعير متوسط

ثانياً: إدارة هواشش الربح - المواد منخفضة الهاشم وعالية الحجم (الإسمنت، الدديد) تدعم دوران المبيعات - المواد الأعلى هامشياً (العدد، مواد التشطيب) تعزز الربحية - مراجعة الأسعار بشكل دوري حسب تكاليف الموردين

6.3 استراتيجية المبيعات

استقطاب المقاولين - زيارات مباشرة لموقع البناء - أسعار تعريفية للطلبات الأولى - تسهيلات ائتمانية للعملاء المؤثرون

إدارة العلاقات - تعيين نقطة اتصال مخصصة - أولوية في التحميل والتجهيز - حواجز سعرية دورية

6.4 سياسة البيع بالآجل

- تقديم الائتمان فقط بعد التحقق
- فتررة ائتمان أولية: 15 يوماً
- الحد الأقصى للائتمان حسب حجم المبيعات الشهرية
- اتفاقيات ائتمانية مكتوبة
- متابعة صارمة للتحصيل

6.5 قنوات التسويق

أولاً: التسويق التقليدي (الرئيسي) - زيارات ميدانية والبيع المباشر - لوحات إعلانية ورؤية واضحة على الطرق - توزيع منشورات في مناطق البناء

ثانياً: القنوات الرقمية وأدوات B2B - واتساب للأعمال لتلقي الطلبات - كتالوج منتجات بسيط (PDF) - إدراج الموقعة في خرائط جوجل

6.6 العروض والحوافز

- خصومات على الطلبات الكبيرة
- عروض موسمية خلال فترات ذروة البناء
- مزايا ولاء للمقاولين المتكررين

6.7 استراتيجية الخدمات اللوجستية والتوصيل

- توصيل داخلي للموقع القرية
- الاستعانة بنقل خارجي للطلبات الكبيرة
- جدولة التوصيل للمقاولين المنتظمين

6.8 خارطة طريق نمو المبيعات (5 سنوات)

السنة	محور التركيز	النتيجة المتوقعة
السنة 1	قاعدة مقاولين محلية	مبيعات شهرية مستقرة
السنة 2	توسيع الآئتمان	زيادة حجم المبيعات
السنة 3	مستودع ثانٍ	توسيع إقليمي
السنة 4	الاستيراد المباشر	تحسين الهوامش
السنة 5	عقود مشاريع	استقرار طويل الأمد

7. الخلاصة وخاتمة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة الزمنية
تسجيل النشاط التجاري	2-1 أسبوع
تحديد الموقع النهائي	4-2 أسابيع
التجهيز والتخزين	6-4 أسابيع
إطلاق التجربة	أسبوعان
بدء التشغيل الكامل	الشهر الثالث

7.2 الخلاصة النهائية

توضح هذه الخطة لمشروع متجر مواد البناء فرصة تجارية ذات مخاطر منخفضة إلى متوسطة، مدرومة بطلب قوي ومستقر في سوق البناء بسلطنة عمان. من خلال إدارة منضبطة للمخزون، وسياسات بيع بالآجل حكومة، وبناء علاقات قوية مع الموردين، يمكن للمشروع تحقيق ربحية مستدامة وقابلية توسيع على المدى الطويل.