

كيف تبدأ مشروع شاحنة آيس كريم متنقلة في سلطنة عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع شاحنة الآيس كريم المتنقلة في سلطنة عُمان هو مشروع حلويات متنقل يقدم منتجات آيس كريم طازجة وعالية الجودة، مصممة خصيصًا لتناسب المناخ الحار في عُمان وطبيعة المجتمع العائلي. تعمل الشاحنة في مواقع ذات كثافة عالية من الزوار مثل الشواطئ، الحدائق، المناطق السياحية، المجمعات التجارية (المناطق الخارجية)، الفعاليات، وأماكن تجمع العائلات.

يساهم طول موسم الصيف في عُمان، إلى جانب الثقافة العائلية القوية والانتشار المتزايد لمشاريع عربات الطعام، في جعل الآيس كريم من أكثر فئات الأغذية المتنقلة طلبًا، خاصة خلال فترات المساء وعطلات نهاية الأسبوع.

1.2 الهيكل القانوني وتأسيس المشروع

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة لمالك واحد وبكلفة تأسيس منخفضة - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسع مستقبلية

سيتم إتمام إجراءات التسجيل من خلال مركز سند باعتباره الخيار الأكثر توفيرًا.

التكلفة التقديرية للتسجيل والرسوم الحكومية (باستثناء التأشيرات واستئجار المكاتب): - مؤسسة فردية (SPC): من 100 إلى 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): من 300 إلى 500 ريال عُماني

1.3 المنتجات والخدمات المقدمة

- آيس كريم سوفت (فانيليا، شوكولاتة، مكس)
- آيس كريم بالسكوب (نكهات كلاسيكية ومميزة)
- صنديز وأكواب مع إضافات
- آيس كريم بالأقماع والأكواب
- حصص مناسبة للأطفال
- خدمات المناسبات والحفلات

1.4 السوق المستهدف

- العائلات والأطفال
- المراهقون والشباب
- السياح
- زوار الفعاليات
- رواد الأماكن العامة في المساء وعطلات نهاية الأسبوع

1.5 الميزة التنافسية

- طلب مرتفع مدفوع بالمنافسة
- سلوك الشراء الاندفاعي
- سرعة التحضير والتقديم
- هوامش ربح مرتفعة لمنتجات الآيس كريم
- جاذبية بصرية قوية وبناء علامة تجارية مميزة

1.6 لمحة مالية (بصورة عامة)

- تكلفة التأسيس التقديرية: من 16,000 إلى 28,000 ريال عُُماني
- متوسط سعر البيع: من 1.000 إلى 2.500 ريال عُُماني
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 3,000 إلى 7,000 ريال عُُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 10 إلى 16 شهرًا

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن تصبح شاحنة الآيس كريم من أكثر العلامات التجارية المتنقلة المحبوبة في سلطنة عُمان، وأن تنشر البهجة بين العائلات والمجتمع.

الرسالة: تقديم منتجات آيس كريم عالية الجودة، آمنة، وبأسعار مناسبة من خلال تجربة متنقلة ودودة ولا تُنسى.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، القيمة المقترحة، المنتجات، المعدات وهيكل الموظفين

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - تسجيل مشروع شاحنة الآيس كريم في سلطنة عُمان عبر مركز سند (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة) - شراء وتجهيز شاحنة آيس كريم واحدة مجهزة بالكامل - الحصول على جميع الموافقات البلدية ومتطلبات سلامة الأغذية - إطلاق التشغيل في مواقع ذات كثافة عالية خلال فترات المساء - تحقيق مبيعات يومية مستقرة خلال أول 3-4 أشهر

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3): - تحسين النكهات وتشكيل المنتجات بناءً على بيانات المبيعات - ضمان مشاركة منتظمة في الفعاليات والمهرجانات والحجوزات الخاصة - تقديم نكهات موسمية وإصدارات محدودة - تعزيز التعرف على العلامة التجارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5): - التوسع إلى عدة شاحنات آيس كريم في المدن الرئيسية - إنشاء منشأة مركزية للتخزين البارد أو التحضير - استكشاف فرص الامتياز التجاري أو الترخيص - بناء شراكات مع المجمعات التجارية والمنتجات والجهات السياحية

2.2 القيمة المقترحة

تقدم شاحنة الآيس كريم منتجات عالية الجودة، آمنة صحيًا، وجذابة بصريًا، تتماشى تمامًا مع مناخ عُمان وأسلوب الحياة العائلي.

محركات القيمة الأساسية: - طلب مستمر على مدار العام مدفوع بالمناخ - خدمة سريعة بزمان تحضير محدود - جاذبية قوية للشراء الاندفاعي - علامة تجارية مناسبة للعائلات والأطفال - هوامش ربح مرتفعة مقارنة بمفاهيم الطعام الساخن

2.3 المنتجات واستراتيجية القائمة

فئات المنتجات الأساسية:

آيس كريم سوفت: - فانيليا - شوكولاتة - مكس

آيس كريم بالسكوب (كلاسيكي ومميز): - شوكولاتة - فراولة - مانجو - فستق - كوكيز آند كريم

الصنديز والأكواب الخاصة: - صنديز شوكولاتة فادج - صنديز كراميل بالمكسرات - صنديز بالفواكه

الأقماع والأكواب وخيارات الأطفال: - قمع عادي - قمع وافل - أكواب صغيرة للأطفال

الإضافات والبيع التكميلي: - رشاشات تزيين - مكسرات - صوص الشوكولاتة - صوص الكراميل

متوسط سعر البيع: من 1.000 إلى 2.500 ريال عُماني

2.4 المعدات وتجهيز شاحنة الطعام (سلسلة التبريد)

الشاحنة والمركبة: - شاحنة أو فان معزول ومجهز بمواد غذائية معتمدة - التكلفة التقديرية: من 8,000 إلى 14,000 ريال عُماني

المعدات الأساسية: - ماكينة آيس كريم سوفت: من 3,000 إلى 6,000 ريال عُماني - فريزر عرض / فريزر أفقي: من 600 إلى 1,200 ريال عُماني - فريزر احتياطي: من 400 إلى 800 ريال عُماني - مولد كهرباء ونظام طاقة: من 800 إلى 1,500 ريال عُماني - نظام مراقبة درجات الحرارة: من 150 إلى 300 ريال عُماني - نظام نقاط بيع (POS): من 300 إلى 600 ريال عُماني

الامتثال والسلامة: - تصريح بلدية لشاحنة الطعام - الالتزام بدرجات حرارة سلسلة التبريد - بطاقات صحية للموظفين

2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

الهيكل المبدئي للفريق:

المالك / المدير: - الإشراف العام والالتزام باللوائح - التنسيق مع الموردين - التسويق وحجوزات الفعاليات

عامل آيس كريم / مشغّل (1-2 موظفين): - تحضير وتقديم الآيس كريم - التعامل مع العملاء - الحفاظ على النظافة والعناية بالمعدات

التكلفة الشهرية التقديرية للموظفين: - عامل آيس كريم: من 160 إلى 220 ريال عُماني - إجمالي الرواتب التقديرية: من 160 إلى 440 ريال عُماني شهريًا

3. تحليل SWOT - نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات (شاحنة آيس كريم)

3.1 نقاط القوة

الطلب المدفوع بالمناخ تؤدي فترات الحرارة الطويلة في سلطنة عُمان إلى طلب مستمر على الحلويات الباردة، خاصة خلال المساء وعطلات نهاية الأسبوع.

هوامش ربح مرتفعة تتميز منتجات الآيس كريم بانخفاض تكلفة المكونات مقارنة بالأطعمة الساخنة، مما يحقق هوامش ربح جذابة.

خدمة سريعة وحجم مبيعات مرتفع يسمح زمن التحضير القصير بخدمة عدد كبير من العملاء خلال ساعات الذروة.

سلوك الشراء الاندفاعي يُعد الآيس كريم من المشتريات العفوية، مما يزيد من معدلات التحويل في المواقع ذات الكثافة العالية.

جاذبية قوية للعائلات والأطفال يحظى الآيس كريم بجاذبية عاطفية واجتماعية كبيرة لدى العائلات والأطفال والسياح.

3.2 نقاط الضعف

الاعتماد على الطاقة الكهربائية يُعد توفر الكهرباء بشكل مستمر أمرًا حيويًا للحفاظ على جودة وسلامة المنتجات.

تنوع محدود للمنتجات في البداية تعتمد الإيرادات في المراحل الأولى بشكل رئيسي على الآيس كريم ما لم تتم إضافة منتجات أخرى.

تقلبات موسمية في المبيعات قد تنخفض المبيعات نسبيًا خلال الأشهر الأبرد أو فترات الأمطار.

تعقيد سلسلة التبريد يتطلب المشروع التزامًا صارمًا بدرجات الحرارة لتجنب التلف ومشكلات الامتثال.

3.3 الفرص

نمو ثقافة عربات الطعام والفعاليات يزداد الطلب على عربات الطعام في المهرجانات والشواطئ والحدائق والمناطق السياحية.

نمو السياحة يميل السياح إلى تجربة الحلويات الجذابة بصريًا وسريعة التقديم.

امتدادات العلامة التجارية إمكانية إضافة مخفوقات الحليب، سندويشات الآيس كريم، أو نكهات محدودة الإصدار.

الفعاليات الخاصة والشركات حفلات أعياد الميلاد، الأعراس، الفعاليات المدرسية، وأيام العائلة للشركات.

الانتشار عبر وسائل التواصل الاجتماعي تحقق صور ومقاطع الآيس كريم الملونة أداءً عاليًا على إنستغرام وتيك توك.

3.4 التهديدات

المنافسة وجود مقاهي، أكشاك، وعلامات تجارية معروفة للآيس كريم.

مخاطر تعطل المعدات قد يؤدي تعطل الفريزرات أو الماكينات إلى خسائر فورية.

تكاليف الوقود والمولدات ارتفاع أسعار الوقود يؤثر على المصروفات التشغيلية.

التغييرات التنظيمية احتمال فرض قيود بلدية على المواقع أو ساعات التشغيل.

3.5 الدلالات الاستراتيجية لتحليل SWOT

- تدعم نقاط القوة والفرص التركيز القوي على فترات المساء وعطلات نهاية الأسبوع
- تتطلب نقاط الضعف وجود أنظمة طاقة احتياطية وإجراءات تشغيل قياسية صارمة
- تبرز التهديدات أهمية الصيانة الوقائية والتميز في المنتجات والعلامة التجارية

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية وتوقعات 5 سنوات (شاحنة آيس كريم)

جميع الأرقام تقديرية وبالريال العُماني، وتم إعدادها بشكل محافظ. يعتمد الأداء الفعلي على الموقع، الموسمية، التسعير، والانضباط التشغيلي.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار المبدئي)

أ. تسجيل النشاط والإجراءات القانونية

- حجز الاسم التجاري: من 10 إلى 20 ريال عُُماني (MOCIIP)
- السجل التجاري: من 30 إلى 150 ريال عُُماني (رسوم مخفضة)
- عضوية غرفة التجارة: من 100 إلى 200 ريال عُُماني (لمدة 1-2 سنة)
- رسوم خدمات سند: من 50 إلى 100 ريال عُُماني
- الترخيص البلدي: من 50 إلى 150 ريال عُُماني (تصريح شاحنة طعام)

إجمالي تكلفة التسجيل: من 100 إلى 500 ريال عُُماني (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة)

ب. الشاحنة وتجهيز سلسلة التبريد

- شاحنة أو فان معزول: من 8,000 إلى 14,000 ريال عُُماني
- تجهيز داخلي بمعايير غذائية: من 2,000 إلى 4,000 ريال عُُماني
- ماكينة آيس كريم سوفت: من 3,000 إلى 6,000 ريال عُُماني

- فريزر عرض: من 600 إلى 1,200 ريال عُُماني
- فريزر احتياطي: من 400 إلى 800 ريال عُُماني
- مولد كهرباء ونظام طاقة: من 800 إلى 1,500 ريال عُُماني
- نظام مراقبة درجات الحرارة: من 150 إلى 300 ريال عُُماني
- نظام نقاط بيع (POS): من 300 إلى 600 ريال عُُماني
- هوية بصرية وتغليف الشاحنة: من 300 إلى 800 ريال عُُماني
- أدوات ومستلزمات: من 200 إلى 400 ريال عُُماني

الإجمالي الفرعي - تجهيز الشاحنة: من 15,750 إلى 29,600 ريال عُُماني

ج. ما قبل الافتتاح والمخزون الأولي

- مخزون آيس كريم أولي: من 300 إلى 600 ريال عُُماني
- أقماع وأكواب وتغليف: من 200 إلى 400 ريال عُُماني
- بطاقات صحية للموظفين: من 100 إلى 200 ريال عُُماني
- تسويق الإطلاق: من 200 إلى 500 ريال عُُماني
- مخصص طوارئ: من 500 إلى 1,000 ريال عُُماني

الإجمالي الفرعي - ما قبل الافتتاح: من 1,300 إلى 2,700 ريال عُُماني

إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية: - الحد الأدنى: تقريباً من 16,000 إلى 18,000 ريال عُُماني - الحد الأعلى: تقريباً من 26,000 إلى 30,000 ريال عُُماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

- رواتب الموظفين: من 160 إلى 440 ريال عُُماني
- تكلفة الآيس كريم والمكونات (COGS): من 500 إلى 900 ريال عُُماني
- الوقود والمولد: من 150 إلى 300 ريال عُُماني
- المياه والكهرباء: من 40 إلى 80 ريال عُُماني
- الصيانة والخدمة: من 100 إلى 200 ريال عُُماني
- الإنترنت ورسوم نظام نقاط البيع: من 30 إلى 60 ريال عُُماني
- التسويق والعروض الترويجية: من 100 إلى 200 ريال عُُماني
- مصروفات متفرقة: من 80 إلى 150 ريال عُُماني

إجمالي المصروفات الشهرية: من 1,260 إلى 2,330 ريال عُُماني

4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط سعر البيع للمنتج الواحد: 1.600 ريال عُُماني
- متوسط حجم المبيعات اليومية:
- متحفّظ: 80 قطعة يوميًا
- متوقع: 130 قطعة يوميًا
- متفائل: 180 قطعة يوميًا
- أيام التشغيل: 26 يومًا في الشهر

4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

- متحفظ: حوالي 3,300 ريال عُُماني
- متوقع: حوالي 5,400 ريال عُُماني
- متفائل: حوالي 7,500 ريال عُُماني

4.5 الربح الشهري التقديري

- متحفظ: إيرادات 3,300 - مصروفات 2,200 = صافي ربح 1,100 ريال عُُماني
- متوقع: إيرادات 5,400 - مصروفات 1,900 = صافي ربح 3,500 ريال عُُماني
- متفائل: إيرادات 7,500 - مصروفات 2,300 = صافي ربح 5,200 ريال عُُماني

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: من 3,000 إلى 3,500 ريال عُُماني
- الاستثمار المبدئي: من 16,000 إلى 30,000 ريال عُُماني

🕒 فترة الوصول إلى نقطة التعادل التقديرية: من 10 إلى 16 شهرًا

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة 1: إيرادات من 60,000 إلى 70,000 | صافي ربح من 20,000 إلى 28,000 ريال عُُماني
- السنة 2: إيرادات من 75,000 إلى 90,000 | صافي ربح من 28,000 إلى 38,000 ريال عُُماني
- السنة 3: إيرادات من 100,000 إلى 120,000 | صافي ربح من 40,000 إلى 55,000 ريال عُُماني
- السنة 4: إيرادات من 130,000 إلى 155,000 | صافي ربح من 55,000 إلى 75,000 ريال عُُماني
- السنة 5: إيرادات +170,000 | صافي ربح من 80,000 إلى 110,000 ريال عُُماني

تفترض السنوات 3-5 المشاركة في الفعاليات، توسيع القائمة، واحتمالية إضافة شاحنة ثانية.

5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، السلوك، الاحتياجات والتقسيم (سوق الآيس كريم)

5.1 سياق السوق (استهلاك الآيس كريم في عُمان)

يتأثر استهلاك الآيس كريم في سلطنة عُمان بشكل كبير بالمناخ الحار، والثقافة العائلية، وأنماط الترفيه المسائية. وعلى عكس الأطعمة الساخنة، يبلغ الطلب على الآيس كريم ذروته خلال فترات المساء، وعطلات نهاية الأسبوع، والإجازات، وأيام الفعاليات.

غالبًا ما تكون قرارات الشراء مدفوعة بالعاطفة والاندفاع، خصوصًا لدى الأطفال والشباب، مما يجعل الموقع والرؤية من أهم عوامل النجاح.

العوامل السياقية الرئيسية: - مواسم حارة طويلة (8-9 أشهر سنويًا) - ثقافة قوية للنزهات العائلية - كثافة زوار عالية في الحدائق والشواطئ والكورنيشات - سياح يبحثون عن حلويات سريعة ومنعشة

5.2 الخصائص السكانية للعملاء

أ. التقسيم حسب الفئة العمرية

الأطفال (5-12 سنة): - المؤثرون الرئيسيون في قرار الشراء - يفضلون المنتجات الملونة والحلوة والمرحة - الآباء هم المشترون الفعليون

المراهقون (13-19 سنة): - قرارات شراء اندفاعية - متأثرون بوسائل التواصل الاجتماعي - يفضلون النكهات العصرية والجاذبية البصرية

الشباب (20-35 سنة): - زبائن المساء وعطلات نهاية الأسبوع - يقدرّون التجربة، والعلامة التجارية، والطعم - منفتحون على الإضافات المميزة

الآباء والعائلات (30-50 سنة): - المحرك الأساسي للإيرادات - يشترون عدة منتجات في الزيارة الواحدة - يعطون أولوية للنظافة والجودة

ب. التقسيم حسب الدخل

- دخل منخفض (أقل من 400 ريال): حساسية عالية للسعر، منتجات للأطفال
- دخل متوسط (400-900 ريال): قيمة مقابل السعر، باقات عائلية
- دخل متوسط مرتفع (900+ ريال): نكهات مميزة وإضافات خاصة

5.3 تحليل سلوك العملاء

دوافع الشراء: - التخفيف من الحر والانتعاش - طلب الأطفال - النشاطات الاجتماعية والترفيهية - الجاذبية البصرية للشاحنة والمنتجات

توقيت الشراء: - أيام الأسبوع: من 6:00 مساءً إلى 10:30 مساءً - عطلات نهاية الأسبوع والإجازات: من 4:00 مساءً إلى 11:00 مساءً - الفعاليات والمهرجانات: ذروة عالية خلال فترات قصيرة

وتيرة الشراء: - العائلات: 1-3 مرات أسبوعيًا - المراهقون والشباب: 2-4 مرات أسبوعيًا - السياح: بشكل متقطع مع إنفاق أعلى في الزيارة الواحدة

5.4 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياجات الأساسية: - منتجات آمنة ونظيفة - أسعار مناسبة للعائلات - خدمة سريعة للأطفال - نكهات جذابة وتقديم مميز

نقاط الألم التي يحلها هذا المشروع: - محدودية خيارات الحلويات في الأماكن الخارجية - ارتفاع أسعار المقاهي - طول أوقات الانتظار في المطاعم - عدم انتظام الباعة المتجولين

5.5 تقسيم العملاء

- **العائلات مع أطفال:** أعلى قيمة للطلب، عدة منتجات في الطلب الواحد، تكرار مرتفع

- **المراهقون ومجموعات الشباب:** حجم مبيعات مرتفع، تأثر بالترندات، استجابة قوية للعروض
- **السياح:** موسميون لكن بهوامش ربح أعلى، يفضلون الخيارات البسيطة والجذابة
- **الفعاليات والحجوزات الخاصة:** مبيعات بالجملة، إيرادات متوقعة، ربحية أعلى

5.6 نماذج شخصيات العملاء (تمثيلية)

- **عائشة (أم، 38 سنة):** تشتري لـ 2-3 أطفال، تزور الحدائق مساءً، تهتم بالنظافة والخدمة الودودة
- **خالد (مراهق، 17 سنة):** يزور مع الأصدقاء، متأثر بإنستغرام وتيك توك، ينجذب للنكهات الجديدة
- **مارك (سائح، 29 سنة):** يبحث عن حلوى سريعة، قابلية إنفاق أعلى، يتأثر بالجاذبية البصرية

6. خطة التسويق المخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير واستراتيجية النمو (شاحنة آيس كريم)

6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية البصرية

بيان تموضع العلامة التجارية: شاحنة آيس كريم مبهجة وصديقة للعائلة، تقدم حلويات منعشة وعالية الجودة تناسب أمسيات عُمان وأوقات الترفيه في الهواء الطلق.

شخصية العلامة التجارية: - مرحة ومليئة بالبهجة - نظيفة وجديرة بالثقة - ملونة وسهلة التذكر - تركز على العائلة أولاً

عناصر الهوية البصرية: - ألوان زاهية مستوحاة من الصيف - لوحات قائمة واضحة مع صور - إضاءة LED ليلية لزيادة الرؤية - زي موحد للموظفين متناسق مع ألوان العلامة

6.2 استراتيجية الاستهداف

الرسالة الأساسية	الهدف	شريحة العملاء
آمن، لذيذ، محبوب لدى الأطفال	زيارات مسائية متكررة	العائلات
نكهات عصرية وأجواء ممتعة	نمو حجم المبيعات	المراهقون والشباب
حلويات منعشة وخدمة سريعة	مبيعات بهوامش أعلى	السياح
تجهيز موثوق ومظهر جذاب	حجوزات بالجملة	الفعاليات والشركات

6.3 استراتيجية التسعير

نهج التسعير: تسعير قائم على القيمة مع مراعاة القدرة الشرائية للعائلات - كوب أطفال: من 1.000 إلى 1.200 ريال عُُماني - قمع/كوب عادي: من 1.500 إلى 1.800 ريال عُُماني - صنديز مميز: من 2.000 إلى 2.500 ريال عُُماني - باقات عائلية: من 5.000 إلى 7.000 ريال عُُماني

تقنيات التسعير: - الباقات لزيادة متوسط قيمة الطلب - نكهات موسمية محدودة الوقت - تسعير خاص للفعاليات مع حد أدنى مضمون

6.4 قنوات التسويق

أ. التسويق الرقمي (القناة الرئيسية)

إنستغرام وتيك توك: - مقاطع قصيرة لعملية التقديم - تفاعل الأطفال والعائلات - تحديث الموقع والتوقيت عبر القصص

خرائط جوجل والتقييمات: - تحديد الموقع أثناء ساعات التشغيل - تحفيز التقييمات (إضافة مجانية)

واتساب للأعمال: - حجوزات الفعاليات - تنسيق الطلبات بالجملة

ب. التسويق الميداني والموقعي

- مواقف عالية الرؤية (الحدائق، الشواطئ)
- أقماع وأكواب ومناديل بعلامة تجارية
- المشاركة في مهرجانات الطعام
- التعاون مع المرافق القريبة

6.5 الاستراتيجية الترويجية

مرحلة الإطلاق (أول 60-90 يومًا): - إضافة مجانية مع كل عملية شراء - عروض يوم الأطفال (أسبوعيًا) - زيارات مؤثرين عائليين

العروض المستمرة: - بطاقات ولاء (اشترِ 8 واحصل على 1 مجانًا) - إطلاق نكهات موسمية - باقات أعياد الميلاد والحفلات

6.6 الشراكات والتعاون

- منظمو الفعاليات والمهرجانات
- المدارس والأندية العائلية
- الجهات المشرفة على الشواطئ والحدائق
- شركات السياحة والمنتجات

6.7 خارطة نمو المبيعات (5 سنوات)

السنة	محور التركيز	النتيجة
السنة 1	بناء الوعي بالعلامة	مبيعات مسائية مستقرة
السنة 2	الفعاليات والولاء	هوامش ربح أعلى
السنة 3	شاحنة ثانية	تغطية على مستوى المدينة
السنة 4	تخزين بارد مركزي	خفض التكاليف
السنة 5	نموذج الامتياز	توسع العلامة

6.8 توزيع ميزانية التسويق

- إعلانات رقمية وتعزيزات: من 80 إلى 150 ريال عُُماني شهريًا
- تعاون مع المؤثرين: من 50 إلى 100 ريال عُُماني شهريًا
- مواد دعائية مطبوعة وميدانية: من 30 إلى 50 ريال عُُماني شهريًا

7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي (بصورة عامة)

- تسجيل النشاط التجاري: من 1 إلى 2 أسبوع
- شراء الشاشة وتجهيزها: من 4 إلى 8 أسابيع
- التراخيص والموافقات: من 2 إلى 4 أسابيع
- الإطلاق التجريبي: أسبوعان
- التشغيل الكامل: الشهر الثالث

7.2 الملاحظات الختامية

يمثل مشروع شاشة الآيس كريم في سلطنة عُمان فرصة استثمارية بهوامش ربح مرتفعة، ومتوافقة مع المناخ، ومدفوعة بعوامل عاطفية وسلوكية لدى المستهلكين. ومع وجود علامة تجارية قوية، وإدارة منضبطة لسلسلة التبريد، واختيار استراتيجي للمواقع، يمكن للمشروع تحقيق الربحية خلال السنة الأولى والتوسع مستقبلاً إلى نموذج متعدد الشاشات أو الامتياز التجاري.