

# **كيف تبدأ مشروع شاحنة عصائر سموذى في عُمان**

## **1. الملخص التنفيذي**

### **1.1 نظرة عامة على المشروع**

مشروع شاحنة عصائر السموذى في عُمان هو مشروع متنقل يرتكز على تقديم عصائر طازجة، صحية ومحفظة، مصنوعة من الفواكه، الخضروات، منتجات الألبان، والمعكوبات النباتية. تعمل الشاحنة في الواقع ذات الكثافة العالية مثل المكاتب، الصالات الرياضية، الجامعات، الشواطئ، المجمعات التجارية، الحدائق، والفعاليات.

يتعاشى هذا المشروع بشكل قوي مع تزايد الوعي الصحي في عُمان، والمناخ الحار، وثقافة اللياقة البدنية، والطلب المتزايد على الخيارات الغذائية السريعة والمغذية أثناء التنقل. ويرتكز المفهوم على الطازجة، النظافة، السرعة، إمكانية التخصيص، والجاذبية البصرية.

### **1.2 الهيكل القانوني وتسجيل النشاط (عمان)**

سيتم تسجيل المشروع عبر مركز سند لأحد الدياريين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): منخفضة التكلفة وسريعة التأسيس - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسيع

التكلفة التقديرية للتسجيل والرسوم الحكومية: - مؤسسة فردية (SPC): من 100 إلى 300 ريال عماني - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): من 300 إلى 500 ريال عماني  
(لا تشمل التأشيرات، إيجار المكتب، أو الاستشارات المتخصصة).

### **1.3 المنتجات والخدمات**

- عصائر فواكه طازجة
- عصائر بروتين ولللياقة البدنية
- عصائر ديتوكس وخضراء
- ميالك شيك، ومشروبات الزبادي
- إضافات (بروتين، عسل، بذور الشيا، الشوفان)
- خدمات المناسبات والطلبات بالجملة

### **1.4 السوق المستهدف**

- مرتادو الصالات الرياضية ومحبو اللياقة
- الموظفون ومموظفو المكاتب
- الطلبة
- العائلات
- السياح وزوار الشواطئ

### **1.5 المعizza التنافسية**

- طلب مرتفع بسبب المناخ الحار

- سهولة التحضير وقلة التعقيد التشغيلي
- تكرار الشراء من العملاء
- منتج جذاب بصرياً ومناسب لوسائل التواصل الاجتماعي
- إمكانية زيادة المبيعات عبر الإضافات

## **1.6 لمحـة مـالـية (ملـخص)**

- تكلفة التأسيس التقديرية: من 15,000 إلى 28,000 ريال عماني
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 3,000 إلى 7,000 ريال عماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 10 إلى 16 شهراً
- رؤية خمسية: تشغيل عدة شاحنات سمعوذى، شراكات مع الصالات الرياضية، ومنتجات معبأة

## **1.7 الرؤية والرسالة**

**الرؤيا:** أن تكون العلامة التجارية الأكثر شهرة في عمان للمشروبات الصحية المتنقلة.

**الرسالة:** تقديم عصائر طازجة، مغذية ولذيذة تدعم نعيم حياة نشط وصحي.

## **2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، المنتجات، المعدات وهيكل الموظفين**

### **2.1 أهداف المشروع**

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى)** - إكمال تسجيل المؤسسة الفردية أو الشركة ذات المسؤولية المحدودة عبر مركز سند - إطلاق شاحنة سمعوذى واحدة مجهزة بالكامل - تأمين موقع تشغيل ذات كثافة عالية (النادي الرياضي، المكاتب، الشواطئ، الفعاليات) - تحقيق مبيعات يومية مستقرة خلال أول 4-3 أشهر - بناء حضور قوي على وسائل التواصل الاجتماعي وقاعدة عملاء متكررين

**الأهداف متوسطة المدى (السنوات 2-3)** - توسيع قائمة المنتجات بناءً على بيانات المبيعات (بروتين، ديتوكس، خلطات موسمية) - عقد شراكات مع النادي الرياضي، مراكز العافية، والشركات - تقديم الطلبات المسبقة وخدمات الضيافة للفعاليات - تحسين هامش الربح عبر اتفاقيات موردين أفضل

**الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5)** - تشغيل عدة شاحنات سمعوذى في مسقط ومدن أخرى - إطلاق عصائر معبأة أو معصورة على البارد - إنشاء مطبخ تحضيري مركزي - استكشاف فرص الامتياز التجاري

### **2.2 عرض القيمة**

تقديم شاحنة سمعوذى مشرببات طازجة، صحية وقابلة للتحضير تُحضر عند الطلب باستخدام مكونات عالية الجودة، ونقدم بسرعة ضمن بيئة متنقلة نظيفة وجذابة.

**محركات القيمة الأساسية:** - قائمة تركز على الصحة مع شفافية في المكونات - سرعة التحضير (2-3 دقائق لكل طلب) - إضافات مخصصة (بروتين، بذور، معززات) - ثبات الطعام ومعايير عالية للنظافة - تقديم جذاب مناسب للمشاركة على وسائل التواصل

## 2.3 المنتجات واستراتيجية القائمة

### الفئات الأساسية

**عصائر الفواكه** - مانجو، موز، فراولة - توت مشكل - فواكه موسمية محلية

**عصائر البروتين واللياقة** - خلطات بروتين مصل أو نباتي - موز بزبدة الفول السوداني - عصائر الشوفان والتمر

**العصائر الخضراء والديتوكس** - سباناخ، تفاح، ديار - ديتوكس زنجبيل وليمون - خيارات منخفضة السكر

**الميلك شيك ومشروبات الزبادي** - شوكولاتة، فانيليا، فراولة - عصائر أساسها الزبادي

**الإضافات والمعززات** - مكيال بروتين - بذور الشيا أو الكتان - عسل، تمر، زبدة الفول السوداني

متوسط سعر البيع: 3.000 ريال عماني للكوب الواحد

## 2.4 المعدات وتجهيز شاحنة الطعام

**مركبة شاحنة الطعام** - فان معدل مع عزل داخلي - التكلفة التقريبية: 13,000 - 7,000 ريال عماني

**المعدات الرئيسية (تكليف تقديرية)** - خلطات تجارية (عدد 2): 1,200 - 600 - 900 - 500 - ماكينة ثلج / فريزر ثلج: 300 - 700 - مولد كهرباء وتجهيزات كهربائية: 500 - 1,200 - خزانات مياه ومغسلة: 150 - 300 - أكواب وآلة إغلاق: 300 - 600 - نظام نقاط بيع (POS): 300 - 600

## 2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

### الفريق الأولي

**المالك / المدير** - الإشراف على العمليات والالتزام - التنسيق مع الموردين - التسويق وبناء الشراكات

**صانع سعوذi (2 موظفين)** - تحضير المشروبات - التعامل مع المكونات والالتزام بالنظافة

**موظف خدمة / كاشير (اختياري)** - استقبال الطلبات وتشغيل نظام الدفع - خدمة العملاء

**الرواتب الشهرية التقديرية** - صانع سعوذi: 180 - 250 ريال عماني - الكاشير: 150 - 220 ريال عماني - إجمالي الرواتب التقديرية: 330 - 600 ريال عماني شهرياً

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

### 3.1 نقاط القوة

**الملاعة القوية مع المناخ** يخلق المناخ الحار في عمان طلباً مستمراً على المشروبات الباردة والمنعشة، وخاصة السعوذi، على مدار العام.

**اتجاه الصحة والعافية** يساهم تزايد الوعي باللياقة البدنية والتغذية الصحية في دعم الطلب المستمر على المنتجات الصحية.

**بساطة التشغيل** عدم الحاجة للطهي، وقصر زمن التحضير، ومتطلبات امثال أقل مقارنة بسخنات الطعام الساخن.  
**هوامش ربح مرتفعة** تسع تحفة تكلفة المواد الخام المنخفضة والقيمة المدروكة العالية بهوامش قوية.  
**معدل تكرار شراء مرتفع** يميل العملاء لشراء السمودي عدة مرات أسبوعياً.

### 3.2 نقاط الضعف

**موسمية المكونات** تذبذب أسعار أو توفر بعض الفواكه في مواسم معينة.  
**الاعتماد على سلسلة التبريد** الحاجة إلى تبريد موثوق وتتوفر دائم للثلج.  
**مخاطر ثبات الطعام** اختلاف جودة المكونات قد يؤثر على الاتساق.  
**نطاق منتجات محدود مبدئياً** الاعتماد الزائد على المشروبات دون إضافات غذائية.

### 3.3 الفرص

**شراكات النادي الرياضية والعافية** اتفاقيات توريد حصري مع الصالات الرياضية واستوديوهات اللياقة.  
**برامج العافية للشركات** طلبات بالجملة للمكاتب والمبادرات الصحية.  
**توسيع خط المنتجات** مشروبات بروتين، عصائر ديتوكس، ومنتجات معباة.  
**مبيعات الفعاليات والشواطئ** هوامش مرتفعة خلال المواسم السياحية والمعرجات.

### 3.4 التهديدات

**المنافسة من المقاهي ومحلات العصائر** قد تقدم العلامات القائمة منتجات مشابهة.  
**الحساسية السعرية** انتقال العملاء بناءً على فروقات سعرية بسيطة.  
**أعطال الطاقة أو المعدات** توقف الخلطات أو المولد قد يوقف التشغيل.  
**تغيرات تنظيمية** تعديلات مستقبلية في لوائح البلديات أو سلامة الغذاء.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية

- تعظيم التموضع الصحي والاستفادة من ميزة المناخ في التسويق
- تأمين عقود موردين لتخفيف تقلبات التكاليف
- الحفاظ على مصادر طاقة ومعدات احتياطية
- إدخال إضافات غذائية تدريجياً لتنويع الإيرادات

## **4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصاروفات التشغيلية وتوقعات 5 سنوات**

جميع الأرقام تقدرية ومحافظة وبالريال العماني، وتعتمد النتائج الفعلية على الموقع، حجم الطلب، والانضباط التشغيلي.

### **4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار الأولي)**

**أولاً: تسجيل النشاط والتراخيص (عمان)** - حجز الاسم التجاري: 10 - السجل التجاري: 30 - عضوية غرفة تجارة وصناعة عمان: 100 - رسوم خدمات سند: 50 - الرخصة البلدية: 50 - (حسب النشاط)

**إجمالي تكلفة التسجيل:** 100 - 500 (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة)

**ثانياً: تجهيز شاحنة الطعام والمعدات** - فان/شاحنة معدلة: 7,000 - تجهيز داخلي بمعايير غذائية: 1,500 - خلاطات تجارية (عدد 2): 600 - 1,200 - ثلاجة وفريزر: 500 - 900 - ماكينة ثلج / فريزر ثلوج: 300 - 700 - مولد كهرباء وتجهيزات: 500 - 1,200 - خزانات مياه ومغسلة: 300 - 150 - نظام نقاط بيع (POS): 600 - 300 - هوية بصرية وتغليف الشاحنة: 300 - 800 - أدوات ومعدات صغيرة: 200 - 400

**المجموع الفرعي - تجهيز الشاحنة:** 22,100 - 11,350

**ثالثاً: المخزون الأولي وتكاليف ما قبل الافتتاح** - فواكه ومحولات أولية: 300 - 600 - أكواب وأغطية ومصاصات: 200 - 400 - بطاقات صحية وفحوصات للموظفين: 100 - 200 - تسويق الإطلاق: 200 - 500 - مخصص طوارئ: 500 - 1,000

**المجموع الفرعي - قبل الافتتاح:** 2,700 - 1,300

**إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية:** - الحد الأدنى: حوالي 15,000 ريال عماني - الحد الأعلى: حوالي 28,000 ريال عماني

### **4.2 المصاروفات التشغيلية الشهرية**

- رواتب الموظفين: 600 - 330
- المواد الخام (فواكه، ألبان، إضافات): 1,000 - 500
- الوقود وتشغيل المولد: 100 - 220
- المياه والمرافق: 80 - 40
- الصيانة والتنظيف: 120 - 60
- الإنترنت ورسوم نقاط البيع: 30 - 60
- التسويق والعروض الترويجية: 100 - 200
- مصروفات متعددة: 80 - 150

**إجمالي المصاروفات الشهرية:** 2,430 - 1,240

### **4.3 افتراضات الإيرادات**

- متوسط سعر البيع للكوب الواحد: 2.300 ريال عماني

- متوسط المبيعات اليومية:
- متحفظ: 70 كوب/يوم
- متوقع: 110 كوب/يوم
- متفائل: 160 كوب/يوم
- عدد أيام التشغيل: 26 يوماً شهرياً

#### **4.4 توقعات الإيرادات الشهرية**

- متحفظ: حوالي 4,180 ريال عماني
- متوقع: حوالي 6,578 ريال عماني
- متفائل: حوالي 9,568 ريال عماني

#### **4.5 الربح الشهري التقديرى**

- متحفظ: إيرادات 4,180 - مصروفات 2,200 = 1,980
- متوقع: إيرادات 6,578 - مصروفات 2,000 = 4,578
- متفائل: إيرادات 9,568 - مصروفات 2,430 = 7,138

#### **4.6 تحليل نقطة التعادل**

- متوسط الربح الشهري المتوقع: 4,500 - 4,000 = 4,500
- الاستثمار المبدئي: 28,000 - 15,000 = 13,000

⌚ فترة الوصول إلى نقطة التعادل المتوقعة: 8 - 14 شهراً

#### **4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)**

- السنة الأولى: إيرادات 80,000 - 70,000 | صافي ربح 10,000
  - السنة الثانية: إيرادات 95,000 - 85,000 | صافي ربح 10,000
  - السنة الثالثة: إيرادات 130,000 - 120,000 | صافي ربح 10,000
  - السنة الرابعة: إيرادات 180,000 - 170,000 | صافي ربح 10,000
  - السنة الخامسة: إيرادات 250,000 + 180,000 - 130,000 | صافي ربح 100,000
- تفترض السنوات 5-3 إضافة شاحنات جديدة، خدمات ضيافة، ومنتجات معينة.

### **5. تحليل العملاء - الخصائص الديموغرافية، السلوك، الاحتياجات والتجزئة**

#### **5.1 سياق السوق (عمان)**

يساهم المناخ الدافئ في عمان، وارتفاع الوعي الصحي، وتنامي ثقافة اللياقة البدنية في جعل السمعودي منتجاً عالي التكرار ومرتبطاً بنمط الحياة، وليس مجرد شراء عرضي. يتركز الطلب بشكل أكبر في مسقط والمناطق الحضرية الأخرى، خاصة بالقرب من النوادي الرياضية، المكاتب، الشواطئ، الجامعات، المجتمعات التجارية والفعاليات العامة.

**سمات السوق الرئيسية:** - طلب مستمر على مدار العام بسبب المناخ - سلوك شراء متكرر - تأثير قوي لاتجاهات وسائل التواصل الاجتماعي - استعداد للدفع مقابل الفوائد الصحية المتقدمة

## 5.2 الخصائص الديموغرافية للعملاء

### أولاً: الفئات العمرية

**25-18 سنة (الطلبة والشباب)** - مدفوعون بالموضة والاتجاهات - حساسية أعلى للسعر - متاثرون بإنستغرام وتوصيات الأصدقاء - معدل تكرار مرتفع مع قيمة طلب أقل

**40-26 سنة (الموظفون ومحبو اللياقة)** - الشريحة الأساسية للإيرادات - يقدّرون الراحة، التغذية، والسرعة - مرتادو صالات رياضية وموظفو مكاتب

**41-55 سنة (العائلات والمهتمون بالصحة)** - تكرار أقل ولكن متطلبات ثقة أعلى - يفضلون خيارات منخفضة السكر ومكونات طبيعية

**ثانيًا: فئات الدخل** - دخل منخفض (أقل من 400): قرارات شراء مبنية على العروض والخصومات - دخل متوسط (400-900): تركيز على القيمة مقابل السعر والصحة - دخل مرتفع (أعلى من 900): تفضيل للمكونات المميزة والجودة الأعلى

## 5.3 تحليل سلوك العملاء

**محفزات الشراء** - التخفيف من الحر والانتعاش - أهداف الصحة واللياقة - الراحة وسرعة الخدمة - الجاذبية البصرية والطعم

**توقيت الشراء** - الصباح: 7:00 - 10:00 (بعد التمرين) - الظهيرة: 12:00 - 3:00 - المساء: 5:00 - 9:00

**وتيرة الشراء** - مرتادو الصالات الرياضية: 3-6 مرات أسبوعياً - الموظفون: 2-4 مرات أسبوعياً - العائلات: 1-2 مرة أسبوعياً

## 5.4 احتياجات العملاء ونقاط الألم

**الاحتياجات الأساسية** - الطزاجة والتحفيز أمام العميل - خيارات غذائية واضحة - خدمة سريعة (أقل من 3 دقائق) - إمكانية التخصيص (مستوى السكر، البروتين)

**نقاط الألم التي يعالجها النموذج** - المشروبات التجارية عالية السكر - تفاوت الجودة في المقاهي - الازدحام وطول الانتظار في المجمعات - نقص الخيارات الصحية في الأماكن العامة

## 5.5 تجزئة العملاء

**الشريحة 1: عملاء اللياقة والنواحي الرياضية** - الموضع: الصالات الرياضية واستوديوهات اللياقة - المنتجات المفضلة: سمعوني البروتين والعصائر الخضراء - الدافع الرئيسي: الأداء والتعافي

**الشريحة 2: الموظفون** - الموضع: المناطق التجارية - المنتجات المفضلة: خلطات الفواكه وسمعني بديل الوجبة - الدافع الرئيسي: الراحة

**الشريحة 3: الطلبة** - الموضع: الجامعات - المنتجات المفضلة: عصائر فواكه بأسعار مناسبة - الدافع الرئيسي: الموضة والسعر

**الشريحة 4: العائلات والسياح** - الموضع: الشواطئ، الحدائق، الفعاليات - المنتجات المفضلة: عصائر الفواكه الكلاسيكية والميلك شيك - الدافع الرئيسي: الانتعاش والثقة

## 5.6 شخصيات العملاء (Personas)

**الشخصية 1 - خالد (محب لللياقة، 29 سنة)** - يرتاد النادي 5 مرات أسبوعياً - يشتري سموذي البروتين بعد التمرين - مستعد للدفع مقابل الجودة

**الشخصية 2 - عائشة (موظفة، 34 سنة)** - جدول مزدحم - تستخدم السموذى كبديل وجبة - تقدر السرعة والنظافة

**الشخصية 3 - سارة (طالبة جامعية، 21 سنة)** - حساسة للسعر - متأثرة بعروض وسائل التواصل - تشتري مع صديقاتها

## 6. الخطة التسويقية المختصرة - الاستهداف، القنوات، التسويق واستراتيجية النمو

### 6.1 تمويع العلامة التجارية والهوية

**بيان التموضع:** علامة سموذى طازجة، صحية وجذابة بصرياً، تقدم تغذية سريعة وقابلة للتخصيص لدعم نمط الحياة النشط في عُمان.

**سمات العلامة:** - مكونات طازجة وطبيعية - تركيز على الصحة والشفافية - خدمة سريعة - عصرية ومناسبة لوسائل التواصل الاجتماعي - جودة ثابتة

**عنصر الهوية:** - اسم علامة قصير وسهل (مناسب للعربية والإنجليزية) - تصميم شاحنة نظيف ومشرق (ألوان خضراء وفواكه ولمسات ترطيب) - أكواب وأغطية وأكمام بعلامة تجارية واضحة - زي موحد للموظفين يعكس النظافة وال LIABILITY

### 6.2 استراتيجية الاستهداف

الرسالة الأساسية	الهدف الرئيسي	الشريحة
	مبيعات متكررة عالية	عملاء اللياقة والتواجد
طاقة صحية وسريعة	راحة يومية	الموظفون
عصري وبسعر مناسب	نمو جمعي	الطلبة
طازج، آمن ولذيذ	ثقة وانتعاش	العائلات والسياح
طلبات عالية الهامش	عافية احترافية	الفعاليات والشركات

### 6.3 استراتيجية التسويق

**نحوذ التسويق:** قائم على القيمة مع تعزيز البيع عبر الإضافات - السموذى القياسي: 1.800 - 2.300 ريال عُماني سموذى البروتين/المميز: 2.500 - 3.000 ريال عُماني - الإضافات (بروتين، بذور، معززات): 0.300 - 0.600 ريال عُماني

**تكتيكات التسويق:** - تسعير باقات (سموذي + إضافة) - أسعار ساعات السعادة خارج أوقات الذروة - برامح ولاء لزيادة التكرار

#### 6.4 قنوات التسويق

**أولاً: التسويق الرقمي (أساسي)** - إنستغرام وتيك توك: قصص يومية مع تحديد الموقع المباشر، ومقاطع قصيرة تُظهر التحضير والطراز - التعاون مع مؤثري اللياقة - خرائط جوجل والتقييمات: تحديات الموقع، صور، وحوافز للتقدير (إضافات مجانية) - واتساب للأعمال: الطلبات المسبقة والطلبات الجماعية والاستفسارات

**ثانياً: التسويق غير الرقعي والشراكات** - شراكات حصرية مع النوادي الرياضية - تواجد قوي في الشواطئ والحدائق - لافتات وبوررات قائمة بعلامة تجارية واضحة - المشاركة في فعاليات الصحة واللياقة

#### 6.5 الاستراتيجية الترويجية

**مرحلة الإطلاق (أول 60-90 يوماً)** - إضافة بروتين مجاني لأول مرة - فعاليات تذوق مع مؤثرين - عروض (اشترِ 2 واحصل على 1) لأيام محدودة

**العروض المستمرة** - بطاقة ولاء (اشترِ 9 واحصل على 1 مجاناً) - خصومات الطلبة في أيام الأسبوع - عروض حصرية لأعضاء النوادي الرياضية

#### 6.6 العملات الموسمية والقائمة على التقويم

- الصيف: حملات الترتيب والتركيز على الفواكه
- رمضان: خيارات إفطار مناسبة ومنخفضة السكر
- الشتاء: خلطات المناعة والعافية

#### 6.7 خارطة طريق نمو المبيعات (5 سنوات)

السنة	التركيز التسويقي	النتيجة المتوقعة
السنة 1	الوعي والتجربة	مبيعات يومية مستقرة
السنة 2	الولاء والشراكات	ارتفاع معدل التكرار
السنة 3	توسيع السوق	إطلاق شاحنة ثانية
السنة 4	منتجات معبأة	مصادر إيراد جديدة
السنة 5	الجاهزية للامتياز	توسيع العلامة

#### 6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية: 120 - 180 ريال عماني شهرياً
- تسويق المؤثرين: 80 - 150 ريال عماني شهرياً
- التسويق غير الرقمي والفعاليات: 40 - 80 ريال عماني شهرياً

## 7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

### 7.1 جدول التنفيذ

المدة	المرحلة
2-1 أسبوع	تسجيل النشاط التجاري
6-4 أسابيع	تجهيز الشاحنة والتعديلات
4-2 أسابيع	التراخيص والموافقات
أسبوعان	الإطلاق التجريبي
الشهر الثالث	التشغيل الكامل

### 7.2 الخلاصة النهائية

يقدم مشروع شاحنة السعودية فرصة استثمارية بهوامش ربح مرتفعة، وسرعة وصول إلى نقطة التعادل، وقابلية عالية للتتوسيع ضمن سوق الصحة والعافية في عُمان. ومع التنفيذ المنضبط، وبناء الشراكات المناسبة، والحفاظ على جودة ثابتة وهوية قوية، يمكن للمشروع أن يتطور خلال خمس سنوات ليصبح علامة متعددة الشاحنات أو جاهزة للامتياز التجاري.