

كيفية بدء مشروع محل فواكه مجففة في سلطنة عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع محل الفواكه المجففة في سلطنة عُمان هو مشروع تجزئة يركز على بيع الفواكه المجففة عالية الجودة، والمكسرات، والبذور، والتمور، ومنتجات الوجبات الصحية ذات الصلة. يستهدف المحل الطلب المتزايد من المستهلكين على المنتجات الغذائية الصحية والمميزة والمناسبة للهدايا، مدفوعًا بزيادة الوعي الصحي، والعادات والتقاليد المحلية، وثقافة الإهداء.

يمكن تشغيل المشروع بعدة نماذج، منها: - محل بيع بالتجزئة فعلي في منطقة تجارية أو سكنية - كشك داخل مركز تجاري أو منفذ بيع صغير - نموذج هجين يجمع بين البيع المباشر والطلبات عبر واتساب وخدمة التوصيل

يُعد الاستهلاك القوي للتمور والمكسرات والفواكه المجففة في سلطنة عُمان—خصوصًا خلال شهر رمضان، والأعياد، والأعراس، ومواسم الهدايا للشركات—عاملًا يجعل هذا المشروع فرصة تجزئة مستقرة وقابلة للتوسع.

1.2 الهيكل القانوني للمشروع

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر أحد مراكز سند، كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة لمحال التجزئة ذات المالك الواحد - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود شراكات أو خطط توسع مستقبلية

التكلفة التقديرية للتسجيل والإجراءات الحكومية: - مؤسسة فردية (SPC): من 100 إلى 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): من 300 إلى 500 ريال عُماني

(لا تشمل هذه التكاليف التأشيرات، وإيجار المحل، وخدمات الاستشارات المميزة)

1.3 المنتجات والخدمات

فئات المنتجات الأساسية

- فواكه مجففة فاخرة (لوز، كاجو، فستق، جوز)
- التمور (التمور العُمانية المحلية والأنواع المستوردة)
- مكسرات مشكلة ومكسرات منكهة
- بذور (القرع، دوار الشمس، الكتان، الشيا)
- فواكه مجففة مستوردة وتوتيات
- علب هدايا وسلال مخصصة

خدمات إضافية

- تعبئة مخصصة وتغليف هدايا

- طلبات بالجملة والبيع للتجار
- هدايا للشركات والمناسبات الموسمية

1.4 السوق المستهدف

- العائلات ومشترو الاحتياجات المنزلية
- المستهلكون المهتمون بالصحة
- الشركات والمؤسسات (هدايا الأعمال)
- السياح
- المطاعم والمقاهي (طلبات بالجملة)

1.5 الميزة التنافسية

- جودة ثابتة وطزاجة عالية للمنتجات
- تسعير واضح ووزن شفاف أمام العميل
- تغليف مميز واحترافي
- ارتباط ثقافي قوي (التمور وثقافة الإهداء)
- القدرة على زيادة قيمة الفاتورة عبر الخلطات والعروض المجمعة

1.6 الملخص المالي

- التكلفة التقديرية لبدء المشروع: من 12,000 إلى 25,000 ريال عُماني
- متوسط الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 3,000 إلى 8,000 ريال عُماني
- هامش الربح الإجمالي: من 25% إلى 45%
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 12 إلى 20 شهرًا

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن يكون المحل وجهة موثوقة ومعروفة لبيع الفواكه المجففة والوجبات الصحية المميزة في سلطنة عُمان.

الرسالة: تقديم فواكه مجففة طازجة وعالية الجودة بأسعار عادلة، مع عرض جذاب وخدمة عملاء ممتازة.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، القيمة المقترحة، نطاق المنتجات، تجهيز المحل وهيكل الموظفين

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر أحد مراكز سند كمؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة - تأمين موقع محل في منطقة سكنية أو تجارية ذات حركة مرتفعة - إنشاء شبكة موردين موثوقة للفواكه المجففة والتمور (محلية ومستوردة) - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 3-4 أشهر من التشغيل - بناء سمعة قوية للعلامة التجارية قائمة على الجودة والثقة

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3): - توسيع تشكيلة المنتجات لتشمل أصناف فاخرة ونادرة - تقديم سلال هدايا مخصصة لمواسم الشركات والمناسبات - بناء قاعدة عملاء متكررين من خلال برامج الولاء - إضافة الطلب عبر واتساب وخدمات التوصيل المحلية

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5): - افتتاح فروع إضافية أو أكشاك داخل المراكز التجارية - إطلاق تعبئة علامة تجارية خاصة بالمحل - توريد المنتجات للفنادق والمقاهي والمطاعم - تطوير منصة طلب إلكترونية

2.2 القيمة المقترحة

يقدم محل الفواكه المجففة منتجات طازجة وعالية الجودة من الفواكه المجففة والتمور، مع تسعير شفاف، وتعامل صحي، وتغليف جذاب، مما يجعله خيارًا موثوقًا للاستهلاك اليومي والهدايا.

عوامل القيمة الأساسية: - طراوة عالية للمنتجات مع تخزين منضبط - تنوع واسع من المنتجات في مكان واحد - وزن وتسعير واضح وعادل - خلطات مخصصة وعلب هدايا - ارتباط ثقافي قوي بالتمور والمواسم

2.3 نطاق المنتجات واستراتيجية التسعير

فئات المنتجات الأساسية:

الفواكه المجففة والمكسرات - اللوز (هندي، أمريكي) - الكاجو (درجات متعددة) - الفستق - الجوز - البندق

التمور - التمور الغُمانيّة (خلاص، فرض) - تمور مستوردة فاخرة (عجوة، مجدول)

البذور والوجبات الصحية - بذور القرع، دوار الشمس، الشيا، الكتان - خلطات صحية ومكسرات محمصة

الفواكه المجففة - الزبيب، المشمش، التين، التوتيات

سلال الهدايا والخلطات المخصصة - علب موسمية (رمضان، العيد) - باقات هدايا للشركات

أسلوب التسعير: - تسعير حسب الوزن (لكل 100 جرام / لكل كيلوجرام) - هوامش ربح أعلى على المنتجات الفاخرة والهدايا - تسعير مجمع للخلطات والسلال

2.4 تجهيز المحل والمعدات

حجم وموقع المحل: - المساحة المثالية: من 20 إلى 40 مترًا مربعًا - المواقع المفضلة: الأحياء السكنية، قرب المساجد، المراكز التجارية، أو الأسواق

التجهيزات الداخلية ومعدات العرض (تكاليف تقديرية): - أرفف ووحدات عرض: 800 - 1,500 ريال عُُماني - حاويات وعبوات محكمة الإغلاق: 500 - 1,000 ريال عُُماني - موازين رقمية: 150 - 300 ريال عُُماني - كاونتر بيع ومساحة تخزين: 300 - 600 ريال عُُماني - ثلاجة لبعض الأصناف: 250 - 500 ريال عُُماني - كاميرات مراقبة وأنظمة أمان: 200 - 400 ريال عُُماني - لوحات تعريفية وهوية بصرية: 300 - 700 ريال عُُماني

2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

خطة التوظيف الأولية:

المالك / المدير: - إدارة المشتريات والتعامل مع الموردين - مراقبة الجودة - الإدارة المالية

موظف مبيعات (1-2 موظفين): - خدمة العملاء - الوزن، التعبئة، وإصدار الفواتير - إدارة المخزون

التكلفة الشهرية التقديرية للرواتب: - موظف المبيعات: 160 - 220 ريال عُمانى لكل موظف - إجمالى الرواتب: 160 - 440 ريال عُمانى شهريًا

2.6 العمليات وإدارة المخزون

- تطبيق نظام الوارد أولاً يُصرف أولاً (FIFO) للحفاظ على الطزاجة
- تدوير المخزون أسبوعيًا
- التخطيط الموسمي للطلب (رمضان والأعياد)
- مراجعة الموردين دوريًا لضمان ثبات الجودة

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

3.1 نقاط القوة

طلب ثابت وارتباط ثقافي قوي تُعد الفواكه المجففة والتمور من السلع الأساسية في البيوت العُمانية، مع استهلاك مستمر طوال العام وارتفاع ملحوظ في الطلب خلال شهر رمضان، والأعياد، والأعراس، ومواسم الهدايا.

هوامش ربح جذابة يحقق قطاع بيع الفواكه المجففة عادةً هوامش ربح إجمالية تتراوح بين 25% و45%، خاصة في التمور الفاخرة، والمكسرات المشكلة، وسلال الهدايا.

عمليات تشغيل بسيطة لا يتطلب المشروع الطهي أو عمليات تصنيع، مما يقلل من التعقيدات التنظيمية مقارنة بالمشاريع الغذائية الأخرى.

مرونة نماذج التشغيل يمكن تشغيل المشروع كمحل صغير، أو كشك داخل مركز تجاري، أو كنموذج هجين يجمع بين البيع المباشر والتوصيل.

فرص البيع الإضافي والعروض المجمعة الخلطات المخصصة، وعلب الهدايا، والتغليف الفاخر ترفع متوسط قيمة الفاتورة بشكل ملحوظ.

3.2 نقاط الضعف

مخاطر تخزين المخزون قد تؤثر الأصناف بطيئة الحركة على التدفق النقدي في حال عدم إدارتها وتدويرها بشكل صحيح.

الحساسية السعرية لبعض الشرائح المنتجات الأساسية تواجه منافسة سعرية من الأسواق الشعبية ومحلات السوبرماركت.

متطلبات التخزين وضبط الجودة أي خلل في التخزين قد يؤثر مباشرة على الطزاجة وسمعة المحل.

الموسمية في ذروة المبيعات ترتفع المبيعات في المواسم الدينية والاجتماعية، وقد تنخفض في الفترات الهادئة دون عروض ترويجية.

3.3 الفرص

نمو شريحة المستهلكين المهتمين بالصحة ازدياد الطلب على الوجبات الطبيعية، والبروتينات النباتية، والبدايل الصحية للسكر.

هدايا الشركات والمناسبات طلبات بالجملة ذات هوامش ربح مرتفعة خلال شهر رمضان والمناسبات الوطنية.

العلامة التجارية والتعبئة الخاصة فرصة لإطلاق منتجات بعلامة تجارية خاصة وخطات حصرية.

قنوات التوريد للأعمال (B2B) الفنادق، والمقاهي، والمخابز، والمطاعم تحتاج إلى توريد منتظم للفواكه المجففة.

التجارة الإلكترونية وواتساب خدمات التوصيل والطلبات المسبقة توسع نطاق الوصول خارج حركة الزبائن المباشرة.

3.4 التهديدات

منافسة السوبرماركت المتاجر الكبيرة تنافس من حيث السعر وسهولة الوصول.

تقلب أسعار الاستيراد تغير أسعار المكسرات عالميًا وتكاليف الشحن قد يؤثر على الهوامش.

دخول منافسين جدد سهولة الدخول للسوق تجذب مشاريع صغيرة جديدة باستمرار.

مخاطر السمعة والجودة أي تراجع في النظافة أو الطزاجة قد يؤثر بسرعة على ثقة العملاء.

3.5 الآثار الاستراتيجية لتحليل SWOT

- التركيز على الجودة والطزاجة والتغليف لتجنب حروب الأسعار
- استغلال المواسم والعروض الترويجية لتقليل أثر التذبذب الموسمي
- بناء علاقات قوية مع الموردين لتثبيت التكاليف
- الاستثمار المبكر في العلامة التجارية وثقة العملاء

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية، وتوقعات 5 سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومحافضة، ومقدمة بالريال العُماني. يعتمد الأداء الفعلي على الموقع، وشروط الموردين، والموسمية، وكفاءة الإدارة.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

أولاً: تسجيل وترخيص النشاط - حجز الاسم التجاري: 10 - 20 ريال عُُماني (MOCIIP) - السجل التجاري: 30 - 150 ريال عُُماني (رسوم مخفضة) - عضوية غرفة التجارة: 100 - 200 ريال عُُماني (لمدة 1-2 سنة) - رسوم خدمات سند: 50 - 100 ريال عُُماني (تختلف حسب المركز) - الترخيص البلدي: 50 - 150 ريال عُُماني (نشاط تجزئة)

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

ثانيًا: تجهيز المحل والمعدات - التجهيز الداخلي والأررف: 1,500 - 3,000 ريال عُُماني - حاويات محكمة الإغلاق وعبوات: 500 - 1,000 ريال عُُماني - موازين رقمية: 150 - 300 ريال عُُماني - كاؤتر بيع ونظام نقاط بيع: 300 - 600 ريال عُُماني - ثلاجة لبعض الأصناف: 250 - 500 ريال عُُماني - كاميرات مراقبة وأنظمة أمان: 200 - 400 ريال عُُماني - لوحات تعريفية وهوية بصرية: 300 - 700 ريال عُُماني

إجمالي التجهيز: 3,200 - 6,500 ريال عُُماني

ثالثًا: المخزون الأولي وما قبل الافتتاح - المخزون الأولي: 4,000 - 8,000 ريال عُُماني - مواد التعبئة والتغليف: 300 - 600 ريال عُُماني - بطاقات الفحص الطبي للموظفين: 100 - 200 ريال عُُماني - تسويق الإطلاق: 200 - 500 ريال عُُماني - مخصص طوارئ: 500 - 1,000 ريال عُُماني

إجمالي ما قبل الافتتاح: 5,100 - 10,300 ريال عُُماني

إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية: - الحد الأدنى: ~ 9,000 - 12,000 ريال عُُماني - الحد الأعلى: ~ 20,000 - 25,000 ريال عُُماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

- إيجار المحل: 400 - 900 ريال عُُماني
- رواتب الموظفين: 160 - 440 ريال عُُماني
- إعادة تعبئة المخزون (تكلفة البضاعة): 1,800 - 3,500 ريال عُُماني
- الخدمات (كهرباء ومياه): 40 - 80 ريال عُُماني
- الإنترنت ورسوم نقاط البيع: 25 - 50 ريال عُُماني
- التسويق والعروض: 100 - 200 ريال عُُماني
- مواد التعبئة والاستهلاك: 80 - 150 ريال عُُماني
- مصروفات متفرقة: 100 - 200 ريال عُُماني

إجمالي المصروفات الشهرية: 2,705 - 5,520 ريال عُُماني

4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط عدد العملاء اليومي: 25 - 60 عميلًا
- متوسط قيمة الفاتورة: 3,000 - 6,000 ريال عُُماني
- أيام التشغيل: 26 يومًا شهريًا

4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

- سيناريو متحفظ: ~ 2,500 - 3,500 ريال عُُماني
- السيناريو المتوقع: ~ 4,500 - 6,500 ريال عُُماني
- سيناريو متفائل: ~ 7,000 - 9,000 ريال عُُماني

4.5 هامش الربح والربحية

• متوسط هامش الربح الإجمالي: 30% - 45%

الربحية التقديرية: - متحفظ: صافي ربح 200 - 400 ريال عُُماني - متوقع: صافي ربح 900 - 1,400 ريال عُُماني - متفائل: صافي ربح 1,800 - 2,500 ريال عُُماني

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 1,000 - 1,400 ريال عُُماني
- حجم الاستثمار المبدئي: 12,000 - 25,000 ريال عُُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 10 - 18 شهرًا

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة الأولى: إيرادات 55,000 - 70,000 | صافي ربح 10,000 - 15,000 ريال عُُماني
- السنة الثانية: إيرادات 75,000 - 95,000 | صافي ربح 15,000 - 22,000 ريال عُُماني
- السنة الثالثة: إيرادات 100,000 - 130,000 | صافي ربح 22,000 - 35,000 ريال عُُماني
- السنة الرابعة: إيرادات 140,000 - 180,000 | صافي ربح 35,000 - 50,000 ريال عُُماني
- السنة الخامسة: إيرادات 200,000+ | صافي ربح 50,000 - 75,000 ريال عُُماني

تفترض السنوات 3-5 نمو العلامة التجارية، والتوسع في الهدايا، وافتتاح منفذ ثانٍ أو كشك إضافي.

5. تحليل العملاء - الخصائص الديموغرافية، سلوك الشراء، والتقسيم

5.1 نظرة عامة على السوق (سياق سلطنة عُمان)

تتمتع الفواكه المجففة والتمور بقيمة ثقافية وغذائية عالية في سلطنة عُمان. الطلب مستمر على مدار العام، ويزداد بشكل ملحوظ خلال شهر رمضان، والأعياد، والأعراس، والمناسبات الدينية، ومواسم الهدايا للشركات. يولي العملاء أهمية كبيرة للطزاجة، والثقة، والتسعير الواضح، وطريقة العرض.

خصائص الطلب الرئيسية: - استهلاك منزلي يومي - مشتريات موسمية بكميات كبيرة - ثقافة قوية للهدايا - سلوك شراء متكرر

5.2 الخصائص الديموغرافية للعملاء

أولاً: التقسيم حسب الفئة العمرية

25-40 سنة (العائلات الشابة والموظفون): - الشريحة الأساسية من العملاء - مزيج من المشتريين المهتمين بالصحة والراحة - مشتريات متكررة بسلة متوسطة الحجم

41-60 سنة (صناع القرار في العائلة): - تفضيل قوي للتمور والفواكه المجففة التقليدية - اعتماد على الثقة والولاء في الشراء - سلة شراء أكبر مع زيارات أقل تكرارًا

18-24 سنة (الطلبة والشباب): - شراء خلطات صحية وباقات اقتصادية - التأثر باتجاهات الصحة ووسائل التواصل الاجتماعي - حساسية سعرية أعلى مع قابلية تكرار الشراء

ثانيًا: التقسيم حسب الدخل - دخل منخفض (أقل من 400 ريال): كميات صغيرة وتركيز على السعر - دخل متوسط (400 - 900 ريال): توازن بين الجودة والقيمة - دخل متوسط مرتفع (900 ريال فأكثر): تركيز على المنتجات الفاخرة والهدايا

5.3 سلوك الشراء

محفزات الشراء: - إعادة تعبئة احتياجات المنزل - أهداف صحية ونمط حياة - المواسم الدينية والاجتماعية - الهدايا الشخصية وهدايا الشركات

وتيرة الشراء: - الأسر المنتظمة: 2-4 مرات شهريًا - المهتمون بالصحة: مرة أسبوعيًا - عملاء الشركات: موسمي / بالجملة

متوسط قيمة السلة: - شراء يومي: 3 - 6 ريالًا عُمانية - إعادة تعبئة عائلية: 10 - 25 ريالًا عُمانيًا - سلال الهدايا: 15 - 50 ريالًا عُمانيًا وأكثر

5.4 احتياجات العملاء وتوقعاتهم

الاحتياجات الأساسية: - ضمان الطراوة - بطاقات تعريف واضحة ومصدر المنتج - تعامل صحي وتخزين سليم - مرونة في الكميات - عرض جذاب للهدايا

نقاط الألم التي يعالجها المشروع: - تفاوت الجودة في الأسواق المفتوحة - محدودية الخيارات في السوبرماركت - ضعف التغليف لأغراض الإهداء

5.5 تقسيم العملاء

الشريحة 1: المشترون للاستهلاك المنزلي - شراء يومي أو أسبوعي - تفضيل الأصناف التقليدية (التمور، اللوز، الكاجو)

الشريحة 2: المستهلكون المهتمون بالصحة - البحث عن البذور، والتوتيات، والمكسرات غير المملحة - الاستجابة للرسائل الغذائية والصحية

الشريحة 3: عملاء الهدايا - الشراء خلال رمضان، والأعياد، والأعراس - شريحة عالية الربحية

الشريحة 4: عملاء الشركات (B2B) - المكاتب، والفنادق، والمقاهي - طلبات بالجملة وطلب مستمر

5.6 شخصيات العملاء (Personas)

الشخصية 1 - عائشة (ربة منزل، 38 عامًا): - تشتري للاستهلاك العائلي - تقدر الثقة والثبات في الجودة

الشخصية 2 - خالد (مهتم باللياقة، 29 عامًا): - مشتريات أسبوعية - اهتمام بالبذور والمكسرات الغنية بالبروتين

الشخصية 3 - مسؤول إداري بشركة: - طلبات موسمية بالجملة - تركيز على العرض الاحترافي والموثوقية

6. خطة التسويق المخصصة واستراتيجية الهدايا

6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

بيان تموضع العلامة التجارية: وجهة محلية موثوقة لبيع الفواكه المجففة والتمور الطازجة والفاخرة، تقدم تسعيرًا عادلاً، وتعاملًا صحيًا، وحلول هدايا أنيقة.

شخصية العلامة التجارية: - موثوقة وشفافة - فاخرة بسعر مناسب - تقليدية بلمسة عصرية - موجهة للصحة والعائلة

عناصر العلامة التجارية: - اسم بسيط وملائم ثقافيًا - ألوان طبيعية ترابية (بنّي، أخضر، ذهبي) - بطاقات تعريف واضحة للمنتجات (المصدر، الوزن، السعر) - عبوات وعلب هدايا موحدة

6.2 استراتيجية الاستهداف

شريحة العملاء	الهدف الرئيسي	الرسالة الأساسية
المشترون المنزليون	تكرار المبيعات الشهرية	طازج، عادل، موثوق
المهتمون بالصحة	زيارات متكررة	طبيعي، مغذٍ، نظيف
عملاء الهدايا	طلبات عالية الربحية	أنيق، فاخر، جاهز للتقديم
عملاء الشركات	عقود بالجملة	احترافي، ثابت، في الوقت

6.3 استراتيجية التسعير والعروض

أسلوب التسعير: - تسعير تنافسي للمنتجات الأساسية (التمور، اللوز) - هوامش أعلى على المكسرات الفاخرة، والتوتيات، و سلال الهدايا - تسعير شفاف لكل كيلوجرام أو لكل 100 جرام

أساليب العروض الترويجية: - عروض مجمعة (اخلط ووفر) - خصومات موسمية خلال رمضان والأعياد - مكافآت ولاء للعملاء المتكررين

6.4 قنوات التسويق

أولاً: التسويق الرقمي (أساسي)

واتساب للأعمال: - مشاركة كتالوج المنتجات - تأكيد الطلبات والتنسيق للتوصيل - استقبال استفسارات هدايا الشركات

إنستغرام وفيسبوك: - صور المنتجات و سلال الهدايا - حملات رمضان والمواسم - آراء وتجارب العملاء

الظهور على خرائط جوجل: - إبراز الموقع - جمع التقييمات وبناء السمعة

ثانياً: التسويق المحلي والمباشر - لافتة محل جذابة وواضحة - توزيع منشورات في الأحياء السكنية وقرب المساجد - التسويق الشفهي عبر الجودة والثبات - المشاركة في الأسواق والمعارض المحلية

6.5 استراتيجية الهدايا والحملات الموسمية

رمضان والعيد: - سلال هدايا جاهزة (10، 20، 30 ريال عُُماني وأكثر) - باقات هدايا للشركات بكميات كبيرة - خصومات للحجوزات المبكرة للشركات

الأعراس والمناسبات الخاصة: - عبوات فواكه مجففة مخصصة - علب فاخرة مع هوية خاصة

المناسبات الوطنية والشركات: - سلال مشتركة بعلامة مزدوجة - تسعير حسب الكمية

6.6 الشراكات واستراتيجية الأعمال (B2B)

- المكاتب والشركات (عقود هدايا سنوية)
- الفنادق والمقاهي والمخابز (توريد بالجملة)
- منظمو الفعاليات والأعراس

6.7 توزيع ميزانية التسويق

البند	الميزانية الشهرية (ريال عُماني)
الإعلانات الرقمية وصناعة المحتوى	150 - 80
الطباعة والمنشورات	60 - 30
التذوق والعروض الترويجية	80 - 40
مصرفات متفرقة	50 - 30
إجمالي ميزانية التسويق	340 - 180

6.8 خارطة النمو لخمس سنوات

السنة	مجال التركيز	النتيجة المتوقعة
السنة 1	بناء الثقة المحلية	مبيعات مستقرة
السنة 2	الهدايا وB2B	هوامش ربح أعلى
السنة 3	افتتاح منفذ أو كشك ثانٍ	توسع السوق
السنة 4	تعبئة علامة خاصة	امتلاك العلامة
السنة 5	نموذج متعدد الفروع	سلسلة قابلة للتوسع

7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة
تسجيل النشاط التجاري	1 - 2 أسبوع
تجهيز المحل والديكور	3 - 6 أسابيع
اعتماد الموردين	أسبوعان
الإطلاق التجريبي	1 - 2 أسبوع
التشغيل الكامل	الشهر الثاني

7.2 الخلاصة النهائية

يعرض مشروع محل الفواكه المجففة فرصة تجزئة مستقرة، بهوامش ربح جيدة، ومتوافقة ثقافيًا مع السوق العُماني. من خلال إدارة منضبطة للمخزون، وبناء علاقات قوية مع الموردين، واستراتيجية تسويق تركز على الهدايا، يمكن للمشروع تحقيق الربحية خلال السنة الأولى والتوسع لاحقًا إلى علامة تجارية متعددة المنافذ.