

خطة عمل سوق الحرف اليدوية - عُمان

الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

سوق الحرف اليدوية هو مفهوم سوق منسق يهدف إلى عرض وتسويق وبيع الحرف اليدوية التقليدية والمعاصرة التي يتبناها الحرفيون العُمانيون، إضافة إلى عدد مختار من الحرفيين الإقليميين. يمكن تشغيل السوق كسوق دائم بموقع فعلي، أو كسوق موسمي مؤقت (بازار)، أو كنموذج هجين يجمع بين الموقع الفعلي والمنصات الرقمية، وذلك حسب حجم المشروع واستراتيجية الاستثمار.

يتماشى هذا المشروع بشكل كبير مع التراث الثقافي العماني، واستراتيجية السياحة، ومبادرات دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إضافة إلى تزايد الطلب على المنتجات الأصلية المصنوعة محلياً. ويعمل السوق كمنصة تجارية وتجربة ثقافية ومصدر دخل مستدام للحرفيين.

1.2 أهداف المشروع

- الحفاظ على الحرف اليدوية العُمانية والترويج لها
- إنشاء سوق مستدام للحرفيين المحليين
- جذب السياح والمقيمين والمهتمين بالاقتناء
- تحقيق إيرادات مستقرة من خلال إيجارات الأجنحة، والعمولات، والفعاليات
- ترسیخ السوق كوجهة ثقافية وعلامة تجارية معروفة

1.3 الهيكل القانوني والتنظيمي

سيتم تسجيل سوق الحرف اليدوية في سلطنة عُمان كأحد الشركات التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة لمؤسس واحد أو مشروع تجريبي - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): موصى بها في حال الشراكات أو التوسع أو التعاون مع جهات حكومية أو خاصة

طريقة التسجيل: مركز سند

تكلفة التسجيل التقديرية: - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عماني (لا تشمل الإيجارات، التأشيرات، والاستشارات المتخصصة)

1.4 المنتجات والخدمات

العروض الأساسية - الحرف اليدوية العُمانية التقليدية (الفضيات، الفخار، المنسوجات، منتجات السعف) - المجوهرات والإكسسوارات المصنوعة يدوياً - الملابس التقليدية والتطريز - ديكور المنازل والهدايا التذكارية - منتجات غذائية حرفيية (حيثما يسمح بذلك)

الخدمات الإضافية - تأجير أجنحة للحرفيين - البيع بنظام العمولة - عروض حية لشرح الحرف والصناعات - ورش عمل وتجارب ثقافية - حلول هدايا للشركات والمؤسسات

1.5 السوق المستهدف

- السياح (محليين ودوليين)
- المقيمون الباحثون عن هدايا أصلية
- الشركات والمؤسسات
- منظمو الفعاليات
- المهتمون بالثقافة وهواة الاقتناء

1.6 القيمة المقترحة

- منتجات حرفية أصلية ومصدرها محلي
- فرض دخل عادلة ومستدامة للحرفيين
- اختيار وجودة منسقة
- تجربة تسوق قائمة على السرد الثقافي
- وجهة متكاملة لمنتجات التراث

1.7 لمحه مالية (مستوى عالٍ)

- الاستثمار التأسيسي المقدر: 15,000 - 40,000 ريال عماني (حسب حجم المشروع)
- مصادر الإيرادات: إيجارات الأجنحة، العمولات، الفعاليات، ورش العمل
- فترة التعادل: 18 - 30 شهراً
- قابلية التوسع: أسواق موسمية، أسواق بامتياز، توسيع رقمي

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن يصبح سوق الحرف اليدوية المنصة الأكثر موثوقية وتميزاً في عُمان لعرض الحرف الأصلية وتمكين الحرفيين.

الرسالة: ربط الحرفيين بالأسواق، والحفاظ على التراث الثقافي، وبناء اقتصاد مستدام للحرف اليدوية من خلال أسواق وتجارب منسقة.

2. تفاصيل المشروع - نموذج القيمة، الأهداف، خلق القيمة والتتشغيل

2.1 نماذج تشغيل سوق الحرف اليدوية

يمكن تنفيذ سوق الحرف اليدوية من خلال عدة نماذج تشغيلية، بما يتيح النمو المرحلي والتحكم في المخاطر.

أولاً: سوق دائم (موقع فعلي ثابت) - موقع ثابت في منطقة سياحية أو تجارية ذات كثافة زوار عالية - تشغيل يومي مع أجنبية دائمة للحرفيين - مناسب لبناء علامة تجارية طويلة الأمد - أمثلة للمواقع: المناطق السياحية، مناطق التراث، المجتمعات التجارية، الواجهات البحرية

ثانياً: سوق موسمي / مؤقت (بازار) - أسواق مؤقتة خلال المهرجانات، عطلات نهاية الأسبوع، أو مواسم السياحة - تكاليف تأسيس أقل وموقع مرن - مثالي لاختبار الطلب في مرحلة تجريبية

ثالثاً: النموذج الهجين (موصى به) - مساحة دائمة صغيرة + فعاليات وأسواق مؤقتة متباينة - كتالوج إلكتروني / طلبات عبر واتساب - توازن بين تقليل المخاطر وقابلية التوسع

2.2 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى) - تسجيل المشروع عبر مركز سند - تأمين موقع مناسب أو شراكات للفعاليات - ضم 40-20 حرفياً معتمداً - إطلاق سوق تجاري (فعلي أو موسعي) - تحقيق انتشار ووعي بالعلامة التجارية ضمن الفئات المستهدفة

الأهداف متوسطة المدى (الستنان 2-3) - توسيع قاعدة الحرفيين إلى 60-100 بائع - تنظيم ورش ثقافية وعروض جزفية بشكل منتظم - إدخال خدمات الهدايا للشركات والطلبات بالجملة - بناء شراكات مع الجهات السياحية والفنادق

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5) - تكرار نموذج السوق في عدة مدن - تطوير نموذج امتياز أو ترخيص للسوق - إطلاق منصة تجارة إلكترونية متكاملة - إنشاء برامج تدريب واحتضان للحرفيين

2.3 إطار خلق القيمة

القيمة المقدمة للحرفيين - الوصول إلى مساحات بيع منتظمة - تقليل عبء التسويق الفردي - تسعير عادل وعمولات شفافة - تدريب على التسعير، التغليف، وبناء العلامة

القيمة المقدمة للعملاء - ضمان الأصالة - جودة مختارة بعناية - سرد ثقافي للمنتجات - سوق متكامل في مكان واحد

القيمة المقدمة للشركاء والجهات الرسمية - الحفاظ على التراث الثقافي - تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - تعزيز السياحة - خلق فرص عمل محلية

2.4 فئات المنتجات واستراتيجية الاختيار

الفئة - أمثلة - الحرف المعدنية والفضية: الخناجر، المجوهرات، الديكور - المنسوجات والنسيج: الكففة، الشالات، السجاد - الفخار والسيراميك: الأواعية، المزهريات، القطع الفنية - منتجات السعف والخشب: السلال، الحصر، الأثاث - الدرف المعاصرة: هدايا يدوية حديثة

معايير الاختيار - التحقق من الأصالة - الجودة والمتانة - توافق التسعير العادل - الارتباط الثقافي

2.5 نموذج التشغيل

ضم الحرفيين - تقديم طلب وعينات - تقييم الجودة والتسعير - توقيع عقد (إيجار أو عمولة)

نماذج البيع - نموذج تأجير الأجنحة: إيجار شهري لكل جناح - نموذج العمولة: 10% - 25% من قيمة البيع - النموذج الهجين: إيجار أقل + عمولة

2.6 المساحة، التخطيط والبنية التحتية

- أحجنة معيارية قابلة لإعادة الترتيب
- كاشير مركزي / نظام نقاط بيع
- منطقة تخزين وإدارة مخزون
- مساحة ورش وعروض حية
- هوية بصرية ولافتات

متطلبات المساحة - سوق صغير: 80-120 متر مربع - سوق متوسط: 150-300 متر مربع

2.7 الهيكل الإداري والموارد البشرية

الدور - المسؤوليات - مدير السوق: التشغيل والشراكات - مساعدو مبيعات: خدمة العملاء - منسق الحرفيين: إدارة الموردين - مسؤول تسويق (دوماج جزئي): الترويج والفعاليات

إجمالي الرواتب الشهرية التقديرية: 600 - 1,200 ريال عُماني

3. تحليل SWOT - نقاط الضعف، الفرص والتهديدات

3.1 نقاط القوة

تواافق ثقافي قوي

يدعم السوق بشكل مباشر الحفاظ على التراث العُماني، وتمكين الحرفيين، وأهداف تنمية السياحة.

تعدد مصادر الإيرادات

تنوع الدخل من إيجارات الأجنحة، العمولات، الورش، الفعاليات، والطلبات المؤسسية يقلل الاعتماد على مصدر واحد.

انخفاض مخاطر المخزون

احتفاظ الحرفيين بملكية المنتجات ضمن نعاج العمولة أو الإيجار يقلل الحاجة لرأس مال تشغيلي مرتفع.

قيمة مدركة عالية

تحمل الحرفة اليدوية الأصلية قيمة ثقافية وعاطفية تسمح بهواهش ربح أفضل مقارنة بالمنتجات الصناعية.

نموذج قابل للتتوسيع والتكرار

يمكن تكرار السوق عبر مدن مختلفة، ومواسم متعددة، وبصيغ تشغيل متنوعة (دائم، موسمي، هجين).

3.2 نقاط الضعف

الاعتماد على كثافة الزوار

تنتأثر المبيعات في الواقع الفعلي بجودة الموقع والتغيرات الموسمية في أعداد الزوار.

تحديات اتساق الجودة

اختلاف مستويات المهارة بين الحرفيين يتطلب متابعة دائمة وضبط جودة مستمر.

ضعف الوعي بالعلامة التجارية في المرحلة الأولى

يستلزم بناء الثقة والانتشار استثمارات تسويقية وشراكات مستمرة.

تعقيد العمليات التشغيلية

إدارة عدد كبير من البائعين والتسويغ والعرض تتطلب تنسيقاً إدارياً قوياً.

3.3 الفرص

نمو السياحة والفعاليات الثقافية

يزيد ارتفاع عدد السياح والمهرجانات الوطنية من الطلب على الهدايا التذكارية الأصلية.

الدعم الحكومي والمؤسسي

إمكانية الحصول على منح، دعم، وشراكات مع جهات ثقافية وتنموية.

الهدايا المؤسسية وقطاع الأعمال

فرص ربحية عالية خلال رمضان، اليوم الوطني، والمناسبات الرسمية.

التوسيع الرقمي والتجارة الإلكترونية

الكتالوجات الإلكترونية والطلبات عبر واتساب، ثم المتاجر الإلكترونية، توسيع نطاق الوصول.

الورش والتجارب الثقافية

العروض الحية والورش المدفوعة تعزز الإيرادات وتجربة الزائر.

3.4 التهديدات

منافسة المنتجات المستوردة

المنتجات الأرخص المصنعة بكميات كبيرة قد تؤثر على قرارات الشراء.

القيود التنظيمية والتصاريح

الأسوق الموسمية تحتاج إلى موافقات بلدية وقد تواجه قيوداً زمنية.

الموسمية

تضليل أعداد الزوار على مدار العام يؤثر على الاستقرار العالمي.

مخاطر التوريد من الحرفيين

القدرة الإنتاجية المحدودة لبعض الحرفيين قد تؤثر على توفر المنتجات في مواسم الذروة.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

• الاستفادة من نقاط القوة والفرص لبناء شراكات مع الجهات السياحية ومنظمي الفعاليات.

• معالجة نقاط الضعف عبر معايير اختيار صارمة، وهوية قوية، وإجراءات تشغيل واضحة.

• مواجهة التهديدات بالتعزيز من خلال الأصلية، السرد القصصي، وتجربة تسوق قائمة على الثقافة.

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

جميع الأرقام تقديرية ومحافظة ومقدمة بالريال العماني. يعتمد الأداء الفعلي على الموقع، حجم السوق، الموسمية، وطبيعة الشراكات.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

أولاً: تسجيل النشاط والامتثال القانوني (عمان)

البند - التكلفة التقديرية (ريال عماني) - ملاحظات - جز الاسم التجاري: 10 - 20 (وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار) - السجل التجاري: 30 - 150 (رسوم مخفضة) - عضوية غرفة التجارة والصناعة: 100 - 200 (2-1 سنة) - رسوم خدمات سند: 50 - 100 (تختلف حسب الخدمة) - رخصة بلدية / فعالية: 50 - 200 (حسب النشاط)

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

ثانياً: تجهيز السوق والبنية التحتية

السيناريو (1): سوق صغير / تجاري (موسمي أو مساحة محدودة) - تجهيز الموقف والديكور: 2,000 - 4,000 - أجنة معيارية (15-25 جناح): 3,000 - 6,000 - الإضاءة واللافتات: 800 - 1,500 - نظام نقاط البيع والبرمجيات: 300 - 600 - التزيين والرفوف: 500 - 1,000 - العلامة التجارية والتسويق الافتتاحي: 500 - 1,000

الإجمالي الفرعي - سوق صغير: 15,100 - 7,100

السيناريو (2): سوق متوسط / دائم - التشطيبات الداخلية والتصميم العام: 6,000 - 12,000 - أجنة معيارية (30-50 جناح): 10,000 - 6,000 - الإضاءة، الصوتيات، واللافتات: 1,500 - 3,000 - أنظمة نقاط البيع وإدارة المخزون والعملاء: 600 - 1,200 - التزيين والمعاكب الخلفية: 2,000 - 1,000 - العلامة التجارية وحملة الإطلاق: 2,000 - 1,000

الإجمالي الفرعي - سوق متوسط: 30,200 - 16,100

إجمالي الاستثمار التأسيسي المقدر - سوق تجاري: تقريراً 15,000 - 22,000 ريال عماني - سوق متوسط: تقريراً 25,000 - 40,000 ريال عماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

فئة المعروض - التكلفة الشهرية التقديرية (ريال عماني) - إيجار المساحة / رسوم الموقف: 500 - 1,500 - رواتب الموظفين: 600 - 1,200 - المراافق والإنترنت: 80 - 150 - التسويق والترويج: 150 - 300 - الصيانة والمستلزمات: 100 - 200 - تكاليف الفعاليات والورش: 100 - 300 - مصروفات متعددة واحتياطي: 100 - 200

إجمالي المصروفات الشهرية: 3,850 - 1,630

4.3 مصادر الإيرادات والافتراضات

إيرادات تأجير الأجنحة - الإيجار الشهري للجناح: 80 - 150 ريال عماني - متوسط عدد الأجنحة المشغولة: 20 - 40

إيرادات العمولات - نسبة العمولة: 10% - 25% - متوسط مبيعات الحرفي: 400 - 1,000 ريال عماني شهرياً

الورش والتجارب الثقافية - سعر التذكرة: 5 - 15 ريال عماني للفرد - 4 - 8 جلسات شهرياً

الفعاليات والطلبات المؤسسية - تسعير مخصص - إيرادات موسعة بهوامش ربح مرتفعة

4.4 التوقعات الشهرية للإيرادات

مصدر الإيراد - متحفظ (ريال عماني) - متوقع (ريال عماني) - إيجارات الأجنحة: 1,600 - 3,600 - العمولات: 800 - 1,200 - الورش والفعاليات: 300 - 2,500

إجمالي الإيرادات الشهرية: 2,700 - متحفظ: 7,300 - متوقع:

4.5 صافي الربح الشهري التقديرية

السيناريو - الإيرادات - المصاريف - صافي الربح - متحفظ: 2,700 - 100 - 2,600 - 7,300 - متوقع: 4,100 - 3,200

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 4,000 - 3,000 ريال عُماني
- الاستثمار التأسيسي: 40,000 - 15,000 ريال عُماني

فترة التعادل التقديرية: 30 شهرًا

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة - الإيرادات (ريال عُماني) - صافي الربح (ريال عُماني) - السنة الأولى: 18,000 - 10,000 | 80,000 - 60,000
السنة الثانية: 120,000 - 90,000 | 30,000 - 18,000 - السنة الثالثة: 180,000 - 140,000 | 45,000 - 30,000 - السنة الرابعة: 260,000 - 200,000 | 70,000 - 45,000 +300,000 - 120,000 - 80,000

تفترض السنوات 3-5 التوسيع، زيادة الفعاليات، والمبيعات الرقمية.

5. تحليل العملاء - الزوار، المشترون، الشركات والسياح

5.1 نظرة عامة على السوق (سياق الطلب)

يخدم سوق الحرف اليدوية قاعدة عملاء متنوعة تقدر بالأصلية، والقيمة الثقافية، وفائدة الهدايا. ويتأثر الطلب بتدفقات السياحة، والمناسبات الوطنية، ودورات الهدايا المؤسسية، إضافة إلى المقيمين الباحثين عن منتجات محلية ذات معنى.

خصائص الطلب الرئيسية - ذروة طلب قوية خلال مواسم السياحة والمعارض - ارتفاع الطلب على الهدايا خلال رمضان، العيد، واليوم الوطني - اهتمام مستمر من المقيمين والمهتمين بالثقافة

5.2 شرائح العملاء الرئيسية

الشريحة الأولى: السياح الدوليون - الإقامة قصيرة المدة - شراء هدايا ومتذكرة - يفضلون المنتجات الأصلية، صغيرة الحجم، وحسنة العرض

سلوك الشراء - شراء لمرة واحدة - استعداد أعلى للدفع - التأثير بالسرد القصصي وشهادات الأصلية

الشريحة الثانية: المقيمون (عُمانيون ومتربون) - مشترون متكررون - الشراء للديكور العائلي والهدايا والفنون الثقافية

سلوك الشراء - حساسية للسعر مع تقدير للقيمة - استجابة جيدة للعروض الموسمية

الشريحة الثالثة: الشركات والمؤسسات - جهات حكومية - شركات وبنوك - فنادق ومشغلو السياحة

سلوك الشراء - طلبات بالجملة - الحاجة للتخصيص والتغليف والموثوقية - عقود ذات قيمة عالية في المواسم الاحتفالية

الشريحة الرابعة: هواة الاقتناء والمهتمون بالثقافة - شريحة متخصصة - تقدّر عالٍ للجزفية
سلوك الشراء - تكرار منخفض وقيمة شراء مرتفعة - اهتمام بالإصدارات المحدودة وقصص الدرفيين

5.3 الخصائص الديموغرافية للزوار

- العمر: 25-55 سنة
- الجنس: متوازن
- الدخل: متوسط إلى فوق المتوسط
- الموقع: سياح ومتخصصون في المناطق الحضرية

5.4 احتياجات وتوقعات العملاء

- ضمان الأصالة
- شفافية وعدالة التسعير
- السرد والتنفيذ الثقافي
- سهولة التصفح والدفع
- تغليف احترافي

5.5 نقاط الألم التي يعالجها السوق

- صعوبة العثور على حرف أصليّة حقيقة
- ارتفاع أسعار الهدايا المستوردة
- تشتت الوصول إلى الحرفيين
- ضعف الثقة في أصالة المنتجات

5.6 شخصيات المشترين (أمثلة توضيحية)

الشخصية الأولى - سارة (سائحة، 38 عاماً) - تزور عُمان لمدة 5 أيام - تشتري هدايا لعائلتها - تقدّر الأصالة وجودة العرض

الشخصية الثانية - خالد (مدير شركات، 42 عاماً) - يطلب هدايا بالجملة لليوم الوطني - يحتاج إلى موثوقية وتغليف بعلامة تجارية

الشخصية الثالثة - عائشة (مقيمة محلية، 29 عاماً) - تشتري للديكور المنزلي - تدعم الحرفيين المحليين

6. الخطة التسويقية المختصرة - العلامة التجارية، القنوات، الشراكات واستراتيجية النمو

6.1 تمويع وهوية العلامة التجارية

بيان تمويع العلامة التجارية سوق حرفي أصيل ومنسق ثقافياً يربط حرفيي عُمان بالسياح والمقيمين والمؤسسات من خلال منتجات وتجارب ذات معنى.

القيم الأساسية للعلامة التجارية - الأصالة - الفخر الثقافي - التجارة العادلة وتمكين الحرفيين - جودة الجزفية - الثقة والشفافية

عناصر العلامة التجارية - شعار ولوحة ألوان مستوحاة من التراث - بطاقات قصص لكل حرف/منتج - تغاليف صديق للبيئة
عالي الجودة - لافتات وتصميم أجندة موحد ومتسلق

6.2 تركيز السوق المستهدفة

الشريحة - الهدف - الرسالة الرئيسية - السياحة: مبيعات الهدايا | تراث عُماني أصيل - المقيمين: مشتريات متكررة |
دعم الحرفيين المحليين - الشركات: هدايا بالجملة | هدايا مميزة ذات قيمة - المؤسسات: شراكات | الحفاظ على التراث

6.3 القنوات التسويقية

أولاً: الشراكات السياحية والمؤسسية (الأساسية) - الفنادق والمنتجعات (إحالات الكونسيرج) - شركات السياحة
والسفر - المتاحف، المواقع التراثية، والقلاع - الجهات الحكومية والثقافية

ثانياً: التسويق الرقمي - إنستغرام وفيسبوك - قصص الحرفيين وكواлиس العمل - إبراز المنتجات والإطلاقات الجديدة -
الإعلانات عن الفعاليات - خرائط جوجل والتقييمات - تسجيل الموقع بدقة - استراتيجية جمع المراجعات - واتساب للأعمال -
كتالوج المنتجات - استفسارات الشركات - الطلبات المسبقة والجوزات

ثالثاً: التسويق العيادي والتجريبي - عروض جرافية حية - ورش ثقافية - المشاركة في المهرجانات - أسواق مؤقتة
في المجمعات والأماكن العامة

6.4 استراتيجية استقطاب الشركات (B2B)

- حزم هدايا مخصصة
- تغليف بعلامات مشتركة
- حملات موسمية موجهة
- جهة اتصال مخصصة لمبيعات الشركات

6.5 الاستراتيجية الترويجية

مرحلة الإطلاق - فعالية افتتاح ثقافية - دعوة الإعلام والمؤثرين - عروض تعريفية لفترة محدودة

العرض المستمرة - ثيمات مرتبطة بالمواسم والمناسبات - مزايا ولاء للمقيمين - حزم ورش وتجارب ثقافية

6.6 استراتيجية التسعير والقيمة

- تسعير شفاف مع توضيح اسم الحرفي
- تسعير متدرج (من تذكرة إلى قطع فنية مميزة)
- حزم هدايا مجانية
- خصومات جمجمة للشركات

6.7 خارطة طريق نمو العلامة التجارية لخمس سنوات

السنة - التركيز - النتيجة - السنة الأولى: الوعي والشراكات | تدفق زوار مستقر - السنة الثانية: الفعاليات و B2B |
تنويع الإيرادات - السنة الثالثة: التوسع متعدد المدن | تكرار العلامة - السنة الرابعة: المنصة الرقمية | وصول وطني -
السنة الخامسة: الامتياز/التريخيص | حضور إقليمي

6.8 توزيع ميزانية التسويق

- التسويق الرقمي: 150 - 300 ريال عماني شهرياً
- الفعاليات والتجارب: 200 - 400 ريال عماني شهرياً
- المواد المطبوعة: 50 - 100 ريال عماني شهرياً

7. الخلاصة وخارطة طريق التنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي (مستوى عالٍ)

المرحلة - المدة - تسجيل النشاط التجاري: 1-2 أسبوع - تأمين الموقع والشراكات: 2-4 أسابيع - تجهيز السوق: 4-8 أسابيع - ضم الحرفيين: بالتوالي - الإطلاق التجريبي: أسبوعان - التشغيل الكامل: الشهر الثالث

7.2 الخلاصة النهائية

يمثل سوق الحرف اليدوية مشروعًا تجاريًا مجددًا من الناحية الاقتصادية، وذا أثر ثقافي عميق، وقابلًا للتوسيع، ويتماشى بشكل وثيق مع أهداف الحفاظ على التراث العماني، وتنمية السياحة، ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ومن خلال تنويع مصادر الدخل، وبناء شراكات قوية، ووضع أصيل قائمه على الجودة والسرد الثقافي، يوفر المشروع فرصة لتحقيق ربحية مستدامة مع تمكين الحرفيين وإثراء التجربة الثقافية للزوار.