

كيف تبدأ مشروع مقهى ومخبز في عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع المقهى والمخبز في عُمان هو نشاط في قطاع الأغذية والمشروبات يعتمد على الجلوس داخل المقهى والطلبات الخارجية، ويركّز على المخبوزات الطازجة يوميًا، القهوة المختصة، والوجبات الخفيفة. يهدف المشروع إلى تقديم منتجات عالية الجودة، ثابتة في مستواها، وبأسعار مناسبة ضمن بيئة مقهى مريحة وحديثة تتماشى مع أسلوب الحياة الحضري في عُمان.

يتوافق هذا المفهوم مع تنامي ثقافة المقاهي في السلطنة، وزيادة الإقبال الاجتماعي على القهوة، وانتشار أنماط العمل عن بُعد، وارتفاع الطلب على منتجات المخازن المتميزة والمتاحة في نفس الوقت. سيجمع المقهى بين الخبز اليومي الطازج، والمشروبات المتخصصة، وأجواء ترحيبية تشجّع الزبائن على تكرار الزيارة.

1.2 الهيكل القانوني وإجراءات التسجيل

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الشكلين التاليين:

- **مؤسسة فردية (SPC):** مناسبة للمقاهي ذات المالك الواحد وتتميز بانخفاض تكاليف التأسيس.
- **شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC):** مناسبة للشراكات، أو التوسع بعدة فروع، أو المشاريع المدعومة من مستثمرين.

سيتم استكمال إجراءات التسجيل من خلال مركز سند، باعتباره المسار الأكثر كفاءة من حيث التكلفة والالتزام التنظيمي.

التكلفة التقديرية للتسجيل والرسوم الحكومية: - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عُماني

(لا تشمل التأشيرات، إيجار المحل، التجهيز الداخلي، أو الاستشارات).

1.3 المنتجات والخدمات

- القهوة المختصة (إسبريسو، كابتشينو، لاتيه، كولد برو)
- الشاي والمشروبات غير المحتوية على القهوة
- المخبوزات الطازجة (كرواسون، مافن، كيك، خبز)
- الحلويات والمعجنات
- الوجبات الخفيفة (ساندويتشات، كيش، أطعمة الإفطار)
- الطلبات الخارجية، الجلوس داخل المقهى، والطلبات المسبقة

1.4 السوق المستهدف

- موظفو المكاتب
- الطلبة والشباب
- العائلات
- العاملون عن بُعد والمستقلون

• السياح

1.5 الميزة التنافسية

- الخبز الطازج داخل الموقع
- ثبات جودة المنتجات
- أجواء مريحة وجاذبة داخل المقهى
- اختيار مواقع استراتيجية
- هوية تجارية قوية وحضور رقمي فعال

1.6 الملخص المالي

- التكلفة التقديرية للتأسيس: 25,000 - 50,000 ريال عُمان
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: 5,000 - 15,000 ريال عُمان
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 18 - 24 شهرًا
- الهدف خلال 5 سنوات: إنشاء علامة مقهى أو مخبز متعددة الفروع

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن يصبح المشروع علامة مقهى ومخبز موثوقة على مستوى الأحياء في سلطنة عُمان.

الرسالة: تقديم مخبوزات طازجة ومشروبات عالية الجودة ضمن بيئة دافئة، ثابتة المستوى، ومتمحورة حول رضا الزبائن.

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

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى) - إكمال تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر مركز سند - تأمين موقع استراتيجي للمقهى يتمتع بحركة زبائن عالية - تجهيز المقهى والمخبز الداخلي بكامل المعدات اللازمة - إطلاق التشغيل بمرحلة افتتاح تجريبية (Soft Opening) - تحقيق مبيعات يومية مستقرة وبناء حضور للعلامة التجارية

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3) - تحسين قائمة المنتجات بناءً على بيانات المبيعات وآراء الزبائن - إدخال منتجات موسمية ومشروبات مميزة تحمل طابع العلامة - بناء قاعدة زبائن مخلصين وزيادة الزيارات المتكررة - إضافة خدمات التوصيل والطلبات المسبقة والجملة

الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5) - افتتاح فروع إضافية للمقهى - إنشاء مطبخ مركزي للمخبوزات في حال التوسع - استكشاف نماذج الامتياز التجاري أو الشراكات - ترسيخ العلامة كشبكة مقاهي مميزة وبأسعار مناسبة في عُمان

2.2 عرض القيمة

يؤمّر مشروع المقهى والمخبز منتجات مخبوزة طازجة ومشروبات متخصصة ضمن بيئة مريحة ومناسبة للزيارات اليومية، واللقاءات الاجتماعية، والعمل عن بُعد.

محركات القيمة الأساسية: - الخبز اليومي الطازج داخل الموقع - ثبات الطعم وجودة المنتجات - جلسات مريحة وأجواء هادئة - تموضع متميز يجمع بين الجودة والسعر المناسب - خدمة موثوقة ومعايير نظافة عالية

2.3 المنتجات واستراتيجية القائمة

منتجات المخبز - كرواسون (سادة، شوكولاتة، لوز) - مافن وكب كيك - كيك (كامل وبالقطعة) - كوكيز وبراونيز - خبز حرفي (إنتاج يومي)

قائمة المشروبات - قهوة تعتمد على الإسبريسو - لاتيهاات خاصة وكولد برو - شاي ومنقوعات عشبية - عصائر طازجة ومشروبات باردة

الوجبات الخفيفة - أصناف الإفطار - ساندويتشات ولفائف - كيش ومعجنات مالحة

متوسط قيمة الطلب: 2.500 - 4.000 ريال عُُماني

2.4 المعدات وتجهيز المقهى

معدات المخبز (تكاليف تقديرية) - فرن تجاري: 3,000 - 6,000 ريال عُُماني - خلاط عجّين: 1,200 - 2,500 ريال عُُماني - جهاز تخمير: 800 - 1,500 ريال عُُماني - صواني وأدوات خبز: 300 - 600 ريال عُُماني

معدات القهوة - ماكينة إسبريسو: 2,500 - 6,000 ريال عُُماني - مطحنة قهوة: 500 - 1,200 ريال عُُماني - نظام تنقية المياه: 300 - 600 ريال عُُماني

الأثاث والتصميم الداخلي - جلسات وطاولات: 2,000 - 5,000 ريال عُُماني - كاونتر وثلاجة عرض: 1,500 - 3,000 ريال عُُماني - ديكور داخلي وإضاءة: 1,000 - 2,500 ريال عُُماني

2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

خطة التوظيف الأولية - المالك / مدير المقهى - الإشراف على العمليات والالتزام - التنسيق مع الموردين - متابعة الأداء والموظفين

• **باريستا (عدد 2)**

• تحضير المشروبات

• خدمة الزبائن

• **خباز (عدد 1-2)**

• تنفيذ عمليات الخبز اليومية

• التخطيط للمخزون

• **كاشير / موظف خدمة (عدد 1)**

• إدارة نظام نقاط البيع

• تنظيم الطلبات

الرواتب الشهرية التقديرية - باريس (2): 400 - 600 ريال عُمان - خبز (1-2): 300 - 600 ريال عُمان - كاشير: 180 - 250 ريال عُمان - **إجمالي الرواتب:** 880 - 1,450 ريال عُمان

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

3.1 نقاط القوة

تنامي ثقافة المقاهي في سلطنة عُمان أصبحت المقاهي مراكز اجتماعية للقاءات، والعمل عن بُعد، والتجمعات العائلية، خصوصًا في مسقط والمدن الرئيسية.

الخبز الطازج داخل الموقع التحضير اليومي للمخبوزات داخل المقهى يعزز الانطباع بالجودة ويميز المشروع عن المنتجات المجمدة أو الخارجية.

سلوك الزبائن المتكرر القهوة والمخبوزات من المنتجات اليومية، ما يشجع على الزيارات المتكررة ويزيد من القيمة العمرية للزبون.

تجربة علامة تتجاوز الطعام الأجواء، راحة الجلوسات، الموسيقى، ومستوى الخدمة تخلق ارتباطًا عاطفيًا مع العلامة التجارية.

مرونة القائمة إمكانية إضافة منتجات موسمية ومشروبات لفترات محدودة يسمح بالتجديد المستمر دون تكاليف تشغيلية كبيرة.

3.2 نقاط الضعف

ارتفاع رأس المال الابتدائي مشاريع المقاهي والمخابز تتطلب استثمارًا أوليًا أعلى مقارنة بعربات الطعام أو الأكشاك.

الاعتماد على الإيجار التكاليف الثابتة للإيجار ترفع الضغط للوصول إلى نقطة التعادل، خاصة في المواقع المتميزة.

الاعتماد على الكفاءات الماهرة ثبات الجودة مرتبط بشكل مباشر بمهارة الخبازين والباريستا.

تعقيد العمليات التشغيلية إدارة جداول الخبز، المخزون، الهدر، وخدمة الزبائن في آن واحد تتطلب أنظمة تشغيل قوية.

3.3 الفرص

الطلب المتزايد على القهوة المختصة الزبائن أصبحوا أكثر وعيًا بالجودة ومستعدين للدفع مقابل تجربة قهوة مميزة.

انتشار ثقافة العمل من المقاهي العاملون المستقلون والموظفون عن بُعد يبحثون عن مقاهٍ مريحة مزودة بالإنترنت.

طلبات المناسبات والاحتفالات الكيك والمعجنات للمناسبات والمكاتب تمثل مصدر دخل بهوامش ربح مرتفعة.

خدمات التوصيل والطلبات المسبقة منتجات المخبز مناسبة جدًا للحجز المسبق والتوصيل عبر التطبيقات.

إمكانية التوسع بالعلامة التجارية نجاح المقهى يفتح المجال للتوسع بفروع متعددة أو نظام امتياز تجاري.

3.4 التهديدات

حدة المنافسة كثرة المقاهي في المناطق الحضرية تزيد من خيارات الزبائن والضغط السعري.

ارتفاع تكاليف المدخلات أسعار الدقيق، الزبدة، حبوب القهوة، والخدمات قد تشهد تقلبات.

تغير أذواق المستهلكين الاتجاهات تتغير بسرعة، ما يتطلب ابتكارًا مستمرًا في القائمة.

الالتزام باللوائح التنظيمية الالتزام المستمر بمتطلبات الصحة والسلامة والتفتيش البلدي أمر أساسي.

3.5 الدلالات الاستراتيجية لتحليل SWOT

- تبرر نقاط القوة والفرص الاستثمار في تجربة العلامة وجودة المنتجات.
- تؤكد نقاط الضعف على أهمية ضبط التكاليف، التدريب، وإجراءات التشغيل القياسية.
- تتطلب التهديدات التميز من خلال الجودة، الخدمة، وبرامج ولاء الزبائن.

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

جميع الأرقام الواردة تقديرية ومحافظة، ومعبر عنها بالريال العُماني. يعتمد الأداء الفعلي على الموقع، قيمة الإيجار، تسعير القائمة، وكفاءة التشغيل.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار الأولي)

أولاً: تسجيل المشروع والتراخيص

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)	ملاحظات
حجز الاسم التجاري	10 - 20	وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار
السجل التجاري	30 - 150	رسوم مخفضة
عضوية غرفة التجارة	100 - 200	لمدة 1-2 سنة
رسوم خدمات سند	50 - 100	تختلف حسب الخدمة
رخصة البلدية	100 - 300	نشاط مقهى ومخبز
إجمالي تكلفة التسجيل	200 - 600	مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة

ثانيًا: تجهيز المحل والديكور الداخلي

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
أعمال التشطيب والإنشاءات	8,000 - 15,000

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
الأعمال الكهربائية والسباكة والتهوية	6,000 - 3,000
الأثاث والجلسات	5,000 - 2,000
كاونترات العرض والرفوف	3,000 - 1,500
اللوحات والهوية البصرية	1,500 - 800
الإجمالي الفرعي - التجهيز	30,500 - 15,300

ثالثاً: معدات المطبخ والمخبز والقهوة

الفئة	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
معدات المخبز	11,000 - 5,500
معدات القهوة	8,000 - 3,500
التبريد والتخزين	4,000 - 2,000
الأدوات الصغيرة والمستلزمات	1,500 - 800
نظام نقاط البيع	800 - 400
الإجمالي الفرعي - المعدات	25,300 - 12,200

رابعاً: ما قبل الافتتاح ورأس المال التشغيلي

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
المخزون الأولي	1,500 - 800
توظيف وتدريب الموظفين	1,000 - 500
التسويق والافتتاح	1,000 - 500
وديعة الإيجار (2-3 أشهر)	6,000 - 2,000
مخصص طوارئ	2,000 - 1,000
الإجمالي الفرعي - ما قبل الافتتاح	11,500 - 5,800

إجمالي الاستثمار التقديري للتأسيس - الحد الأدنى: حوالي **25,000** ريال عُماني - الحد الأعلى: حوالي **50,000** ريال عُماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

بند المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عُماني)
الإيجار	1,800 - 800

بند المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عُماني)
رواتب الموظفين	1,450 - 880
المواد الخام والمكونات	2,200 - 1,000
الكهرباء والمياه	350 - 200
الإنترنت ونظام نقاط البيع	80 - 50
التسويق والعروض	300 - 150
الصيانة والنظافة	200 - 100
مصرفات متنوعة	300 - 150
إجمالي المصروفات الشهرية	6,680 - 3,430

4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط قيمة الطلب: 3.200 ريال عُماني
- متوسط عدد الزبائن اليومي:
- متحفظ: 60 زبون/يوم
- متوقع: 90 زبون/يوم
- متفائل: 130 زبون/يوم
- عدد أيام التشغيل: 26 يومًا شهريًا

4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

السيناريو	الإيرادات الشهرية (ريال عُماني)
متحفظ	5,000~
متوقع	7,500~
متفائل	10,800~

4.5 صافي الربح / (الخسارة) الشهرية التقديرية

السيناريو	الإيرادات	المصرفات	النتيجة الصافية
متحفظ	5,000	5,500	(500)
متوقع	7,500	4,800	2,700
متفائل	10,800	6,500	4,300

4.6 تحليل نقطة التعادل

- صافي الربح الشهري المتوقع: 2,000 - 2,700 ريال عُماني
- إجمالي الاستثمار: 25,000 - 50,000 ريال عُماني

• فترة الوصول إلى نقطة التعادل المتوقعة: 18 - 24 شهرًا

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	الإيرادات (ريال عُُماني)	صافي الربح (ريال عُُماني)
السنة الأولى	95,000 - 80,000	18,000 - 10,000
السنة الثانية	120,000 - 105,000	28,000 - 18,000
السنة الثالثة	160,000 - 135,000	45,000 - 30,000
السنة الرابعة	210,000 - 180,000	65,000 - 45,000
السنة الخامسة	+240,000	100,000 - 70,000

تفترض السنوات من 3 إلى 5 نضج العلامة التجارية، نمو خدمات التوصيل، واحتمالية افتتاح فرع إضافي.

5. تحليل العملاء - الخصائص الديموغرافية، السلوك، الاحتياجات والتقسيم

5.1 سياق السوق (مشهد المقاهي في عُمان)

تشهد سلطنة عُمان نموًا قويًا في ثقافة المقاهي، خصوصًا في مسقط، صحار، صلالة، والمناطق السكنية والتجارية الرئيسية. لم تعد المقاهي تقتصر على بيع المشروبات فقط، بل أصبحت مساحات اجتماعية، ونقاط لقاء غير رسمية، وبيئات مناسبة للعمل عن بُعد.

الاتجاهات الرئيسية المؤثرة على الطلب: - زيادة الوعي بالقهوة المختصة - نمو فئة الشباب والمهنيين العاملين - تفضيل البيئات النظيفة، ذات العلامة الواضحة، والمريحة - التأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي في اكتشاف المقاهي

5.2 الخصائص الديموغرافية للعملاء

أولًا: التقسيم العمري

18-24 سنة (الطلبة والشباب) - حساسون للسعر لكن مدفوعون بالاتجاهات - يرتادون المقاهي لأغراض اجتماعية - يتأثرون بشكل كبير بإنستغرام وتيك توك

25-40 سنة (المهنيون والعاملون عن بُعد) - الشريحة الأساسية للإيرادات - زيارات متكررة خلال أيام الأسبوع - يقدّرون الراحة، الإنترنت، وجودة القهوة

41-55 سنة (العائلات والعملاء الناضجون) - زيارات أقل تكرارًا ولكن بسلة مشتريات أعلى - يفضلون المقاهي الهادئة، النظيفة، وذات الجودة الثابتة

ثانيًا: التقسيم حسب الدخل

مستوى الدخل	الدخل الشهري (ريال عُمانى)	سلوك الإنفاق في المقاهي
منخفض	أقل من 400	زيارات متقطعة، مدفوعة بالعروض
متوسط	400 - 900	زيارات منتظمة
متوسط مرتفع	أكثر من 900	تفضيل الخيارات المميزة

5.3 تحليل سلوك العملاء

أوقات الزيارة - الصباح: 7:00 - 10:00 (قهوة وإفطار) - منتصف اليوم: 12:00 - 3:00 (وجبات خفيفة) - المساء: 6:00 - 10:00 (طويات وزيارات اجتماعية)

معدل الشراء - الطلبة: 1-3 مرات أسبوعيًا - المهنيون: 3-5 مرات أسبوعيًا - العائلات: 1-2 مرة أسبوعيًا

5.4 احتياجات وتوقعات العملاء

الاحتياجات الأساسية - جودة ثابتة للقهوة - مخبوزات طازجة - جلسات مريحة وأجواء مناسبة - أسعار معقولة - نظافة والتزام صحي

المشكلات التي يعالجها المشروع - ارتفاع أسعار بعض المقاهي المختصة - عدم ثبات جودة القهوة - الازدحام أو عدم راحة الجلسات - ضعف طراوة منتجات المخازن

5.5 تقسيم شرائح العملاء

الشريحة 1: الطلبة - يفضلون المشروبات ذات الأسعار المناسبة والعروض - ينجذبون للهوية العصرية

الشريحة 2: المهنيون والعاملون عن بُعد - يبحثون عن الاعتمادية والراحة - قيمة عمرية أعلى للزبون

الشريحة 3: العائلات - تركز على النظافة وتنوع المنتجات - متوسط طلب أعلى

الشريحة 4: السياح والزوار - يفضلون المقاهي الجذابة بصريًا - يتأثرون بالمراجعات الإلكترونية

5.6 نماذج شخصيات العملاء (تمثيلية)

الشخصية 1 - عائشة (عاملة عن بُعد، 29 سنة) - تمكث في المقهى 2-3 ساعات - تطلب قهوة مع منتج مخبوز - تقدر الإنترنت الهادئ والجلسات المريحة

الشخصية 2 - خالد (طالب، 21 سنة) - واعي بالسعر - يتأثر بعروض وسائل التواصل الاجتماعي

الشخصية 3 - مريم (أم، 42 سنة) - زيارات عائلية في عطلة نهاية الأسبوع - تشتري الكيك والحلويات

6. خطة التسويق المخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير واستراتيجية النمو

6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

بيان التموضع: مقهى ومخبز محلي دافئ وعصري يقدم مخبوزات طازجة يوميًا وقهوة عالية الجودة بثبات، وبأسعار في متناول الجميع.

شخصية العلامة: - دافئة ومرحبة - عصرية بدون تعقيد - موثوقة وثابتة المستوى - متمحورة حول المجتمع المحلي

الهوية البصرية: - ألوان هادئة ومريحة للنظر - خطوط واضحة ونظيفة - تصميم داخلي بسيط بلمسة فاخرة - تركيز قوي على عرض المنتجات وجودة التقديم

6.2 استراتيجية الاستهداف

الشريحة	الهدف	الرسالة الرئيسية
الطلبة	زيادة الحجم والانتشار	أسعار مناسبة، عصرية، اجتماعية
المهنيون	زيارات يومية متكررة	قهوة ممتازة، راحة، جودة
العائلات	مبيعات عطلة نهاية الأسبوع	نظافة، ثقة، طراوة
العاملون عن بُعد	فترات جلوس طويلة	إنترنت، هدوء، ثبات

6.3 استراتيجية التسعير

نهج التسعير: قائم على القيمة مع إحياءات جودة مميزة

- مشروبات القهوة: 1.200 - 2.000 ريال عُُماني
- منتجات المخبز: 0.800 - 2.500 ريال عُُماني
- الكيك (بالقطعة): 1.500 - 3.000 ريال عُُماني
- العروض المجمعة (قهوة + مخبوز): 2.500 - 3.800 ريال عُُماني

تكتيكات التسعير: - عروض مجمعة لرفع متوسط قيمة الطلب - عروض صباحية وأيام الأسبوع - منتجات موسمية محدودة بأسعار مميزة

6.4 قنوات التسويق

أولاً: التسويق الرقمي (الرئيسي) - إنستغرام وتيك توك - منشورات وقصص يومية - مقاطع قصيرة لعمليات الخبز وتحضير القهوة - تعاون مع مؤثرين صغار

- خرائط جوجل والمراجعات
- تشجيع التقييمات
- تحديث الصور والرد على المراجعات

• واتساب للأعمال

• استقبال الطلبات المسبقة للكيك

• التواصل مع الزبائن

ثانيًا: التسويق المحلي والمباشر - واجهة محل ولافتات جذابة - توزيع منشورات على المكاتب والمساكن المجاورة - التعاون مع الصالات الرياضية، الصالونات، والمكتبات - المشاركة في الفعاليات المجتمعية

6.5 الاستراتيجية الترويجية

مرحلة الإطلاق (أول 60-90 يومًا) - خصومات أسبوع الافتتاح - منتج مخبوز مجاني مع القهوة - فعاليات معاينة للمؤثرين

العروض المستمرة - بطاقة ولاء (اشترِ 9 واحصل على 1 مجانًا) - خصومات للطلبة خلال أيام الأسبوع - عروض أعياد الميلاد والمناسبات

6.6 الشراكات والمبيعات للشركات (B2B)

• توريد القهوة والمخبوزات للشركات

• تمويل اجتماعات المكاتب

• شراكات كيك المناسبات والفعاليات

• تعاون مع علامات تجارية محلية

6.7 خارطة النمو والتسويق لخمس سنوات

السنة	محور التركيز	النتيجة
السنة الأولى	بناء العلامة	مبيعات يومية مستقرة
السنة الثانية	الولاء والتوصيل	احتفاظ أعلى بالزبائن
السنة الثالثة	افتتاح فرع ثانٍ	توسع في السوق
السنة الرابعة	مخبز مركزي	كفاءة في التكاليف
السنة الخامسة	جاهزية الامتياز	علامة قابلة للتوسع

6.8 توزيع ميزانية التسويق

• الإعلان الرقمي: 150 - 250 ريال عُُماني شهريًا

• المؤثرون والمحتوى: 80 - 150 ريال عُُماني شهريًا

• المواد التسويقية المحلية: 50 - 100 ريال عُُماني شهريًا

7. الخلاصة وجدول التنفيذ

7.1 جدول التنفيذ

المرحلة	المدة
تسجيل المشروع	1-2 أسبوع
تجهيز المحل	6-10 أسابيع
تركيب المعدات	2-3 أسابيع
التراخيص والفحوصات	2-4 أسابيع
الافتتاح التجريبي	أسبوعان
التشغيل الكامل	الشهر الرابع

7.2 الخلاصة النهائية

يوضح مشروع المقهى والمخبز هذا فرصة استثمارية مستدامة وقابلة للتوسع، ومتناغمة مع ثقافة المقاهي وتفضيلات المستهلكين في سلطنة عُمان. ومع الانضباط في ضبط التكاليف، وبناء علامة تجارية قوية، والحفاظ على جودة ثابتة، يمكن للمشروع الوصول إلى الربحية خلال عامين والتطور إلى علامة متعددة الفروع أو جاهزة للاحتياز التجاري.