

كيفية بدء وكالة سفر وسياحة في عمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

وكالة السفر والسياحة هي مشروع خدمي احترافي يركز على تقديم حلول السفر الداخلي والخارجي في سلطنة عمان. ستتخصص الوكالة في باقات الجولات السياحية، حجوزات الفنادق، ترتيبات النقل، المساعدة في التأشيرات، إدارة سفر الشركات، والسياحة التجريبية.

يتعاشى المشروع مع رؤية عمان 2040 التي تضع قطاع السياحة كأحد الركائز الأساسية لتنويع الاقتصاد. ومع زيادة أعداد الزوار الدوليين، ونمو السياحة المحلية، ودعم الحكومة للترويج لعمان كوجهة ثقافية وطبيعية متميزة، فإن قطاع وكالات السفر يتمتع بإمكانات قوية على المدى الطويل.

1.2 أهداف المشروع

- تأسيس وكالة سفر وسياحة مرخصة ومتواقة مع لوائح وزارة التراث والسياحة في عمان
- خدمة السياح القادمين، والمعيدين، وعملاء الشركات
- بناء شراكات قوية مع الفنادق ومزودي النقل ومنظمي الرحلات
- تطوير قنوات الحجز التقليدية وال الرقمية
- تحقيق ربحية تشغيلية خلال 12-24 شهراً

1.3 الخدمات المقدمة

خدمات السياحة الداخلية (الوافدة) - باقات الجولات داخل عمان (مدن، صحارى، جبال، سواحل) - حجوزات الفنادق - استقبال المطار وخدمات النقل - الجولات الإرشادية والتجارب السياحية

خدمات السفر الخارجي - باقات العطلات الدولية - إصدار تذاكر الطيران - المساعدة في استخراج التأشيرات - التأمين على السفر

خدمات الشركات والخدمات المتخصصة - إدارة سفر الشركات - الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض (MICE) - رحلات المدارس والمجموعات - رحلات فاخرة ومغامرات مخصصة

1.4 السوق المستهدف

- السياح الدوليون القادمون إلى عمان
- المقيمين والوافدون
- عملاء الشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- الجهات الحكومية والمؤسسات التعليمية
- المسافرون الباحثون عن التجارب الفاخرة والمميزة

1.5 الهيكل القانوني والتسجيل

سيتم تسجيل النشاط في سلطنة عمان كأحد الشركات التاليين: - شركة الشخص الواحد (SPC) — مناسبة لرواد الأعمال الأفراد - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) — مناسبة للشراكات وقابلية التوسيع
سيتم التسجيل عبر مركز سند.

التكاليف التقديرية الأساسية للتسجيل الحكومي: SPC: من 150 إلى 300 ريال عُماني - LLC: من 300 إلى 600 ريال عُماني (لا تشمل رخصة السياحة أو إيجار المكتب أو التأشيرات أو الضمان البنكي)

1.6 الميزة التنافسية

- معرفة محلية عميقه بالوجهات داخل عُمان
- باقات مخصصة وتجارب سياحية فريدة
- شبكة قوية من الموردين
- حجز واتصال رقمي متكمال
- جودة خدمة عالية ودعم بعده لغات

1.7 ملخص مالي (مستوى عام)

- الاستثمار العبدئي المتوقع: 25,000 - 12,000 ريال عُماني
- الإيرادات الشهرية المتعملة: 3,000 - 10,000+ ريال عُماني
- فترة التعادل: 15-24 شهراً
- قابلية التوسيع: مرتفعة (عقود الشركات ونمو السياحة الوافدة)

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن نصبح شريك السفر الموثوق والمبتكر الذي يعزّز العالم بجمال عُمان.
الرسالة: تقديم تجارب سفر سلسة ولا تُنسى وأصيلة ثقافياً من خلال تخطيط احترافي وخدمة شخصية.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، الخدمات، التراخيص وهيكل الموظفين

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة 1) - إتمام تسجيل الشركة (SPC أو LLC) عبر مركز سند - الحصول على رخصة وكالة سفر وسياحة من وزارة التراث والسياحة - تجهيز مكتب مطابق للأنظمة مع أنظمة الحجز - إبرام اتفاقيات مع الموردين (فنادق، نقل، مرشدون، خطوط طيران) - إطلاق خدمات السفر الداخلي والخارجي - تحقيق استقرار تشغيلي شهري خلال 6-9 أشهر

الأهداف متوسطة المدى (الستة 2-3) - توسيع برامج الجولات الوافدة (مغامرات، ثقافية، سياحة بيئية) - الحصول على عقود إدارة سفر للشركات - تطوير شراكات B2B مع وكلاء سفر خارج السلطنة - تعزيز القنوات الرقمية (الموقع الإلكتروني، وسائل التواصل، واتساب) - تحسين الهوامش عبر التفاوض على أسعار الموردين

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5) - التحول إلى شركة إدارة وجهة سياحية (DMC) معروفة - فتح فروع أو ممثليات في مدن رئيسية - التوسع في السياحة الفاخرة والتجريبية وقطاع الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض (MICE) - بناء علامة تجارية قوية مرتبطة بالتجربة العُمانية المميزة

2.2 عرض القيمة

تقديم وكالة السفر والسياحة تخطيط سفر متكامل من البداية إلى النهاية مع خبرة محلية عميقة، بما يضمن الراحة والموثوقية وتجارب لا تنسى.

محركات القيمة الأساسية: - خبرة محلية بالوجهات داخل عُمان - برامج رحلات مخصصة (ليست باقات جاهزة عامة) - أسعار تنافسية عبر شبكة موردين قوية - دعم عملاء بعدة لغات - الالتزام بكافة الأنظمة واللوائح السياحية

2.3 محفظة الخدمات التفصيلية

أ. خدمات السياحة الوافية (التركيز الأساسي) - جولات المدن في عُمان (مسقط، نزوى، صور، صلالة) - رحلات سفاري الصحراوي وجولات الجبال - تجارب الشواطئ والسواحل - باقات ثقافية وتراثية وسياحة بيئية - تنسيق المرشدين السياحيين المرخصين ووسائل النقل

ب. خدمات السفر الخارجي - باقات العطلات الدولية - حجوزات وتدابير الطيران - حجوزات الفنادق - المساعدة في التأشيرات والتأمين على السفر

ج. خدمات الشركات والخدمات المتخصصة - إدارة سفر الشركات (للشركات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات) - تنسيق رحلات الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض (MICE) - رحلات المدارس والجامعات والمجموعات - رحلات فاخرة، شهر العسل، ورحلات المغامرات

2.4 التراخيص والمتطلبات التنظيمية (سلطنة عُمان)

للتشغيل بشكل قانوني يجب الحصول على: - السجل التجاري (CR) عبر وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار (MOCIIP) - رخصة السفر والسياحة من وزارة التراث والسياحة - ترخيص بلدي من البلدية المختصة - عقد إيجار مكتب فعلي (إلزامي) - ضمان بنكي حسب نوع الرخصة - تأمين مهني (مسؤولية عامة ومسؤولية مهنية)

ملاحظة: لا يسمح بتشغيل وكالات السفر والسياحة المرخصة من المنازل.

2.5 تجهيز المكتب والبنية التحتية

متطلبات المكتب - مكتب استقبال وخدمة عملاء - معدات عمل لموظفي الحجوزات - منطقة اجتماعات للعملاء - حفظ آمن للمستندات

الأنظمة والأدوات - نظام حجوزات ونظام إدارة علاقات العملاء (CRM) - برنامج محاسبي - بريد إلكتروني رسمي وخطوط هاتف - إنترنت عالي السرعة

2.6 هيكل الموظفين والموارد البشرية

الهيكل التنظيمي المبدئي المالك / المدير العام - وضع الاستراتيجية والالتزام بالأنظمة - التفاوض مع الموردين - إدارة علاقات العملاء الرئيسيين

مستشار سفر / موظف حجوزات (1-2 موظفين) - الحجز وإعداد برامج الرحلات - دعم العملاء

موظفي عمليات / إداري - الوثائق والتراخيص - تنسيق الموردين

مرشدون سياحيون وسائقون (تعهيد / عقود خارجية) - مرخصون حسب اللوائح

الرواتب الشهرية التقديريّة (استرشادية) الدور — التكاليف الشهرية (ريال عماني) - مستشار سفر: 300 - 450 إداري / عمليات: 250 - 400 - إجمالي الرواتب الأساسية: 550 - 850

3. تحليل SWOT - نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات (في سياق عُمان)

3.1 نقاط القوة

- التوافق مع رؤية عُمان 2040:** قطاع السياحة من القطاعات ذات الأولوية ويحظى بدعم حكومي وتطوير مستمر في البنية الأساسية.
- نمو الطلب على السياحة الوافدة:** تزايد الاهتمام بثقافة عُمان وطبيعتها وسياحة المغامرات.
- نموذج منخفض المخاطر من حيث المخزون:** لا يوجد مخزون مادي؛ الخدمات تُدْجَز حسب الطلب.
- قدرة عالية على التخفيض:** تصميم برامج رحلات مفصلة حسب احتياجات العميل بدل الاباقات الثابتة.
- هيكل عمل قابل للتوسيع:** سهولة التوسيع إلى سفر الشركات وقطاع الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض (MICE) والسياحة الفاخرة.

3.2 نقاط الضعف

- تعقيد الإجراءات التنظيمية والتراخيص:** متطلبات الرخص السياحية والضمان البنكي والتأمين ترفع عوائق الدخول.
- الاعتماد على موردين خارجيين:** جودة الخدمة تعتمد على الفنادق وشركات النقل والمرشدين.
- الموسعة:** السياحة الوافدة تتأثر بالطقس واتجاهات السفر العالمية.
- تحدي بناء الثقة في البداية:** تحتاج الوكالات الجديدة وقتاً لاكتساب الصداقية.

3.3 الفرص

- إدارة الوجهات السياحية (DMC):** فرصة قوية للعمل كشريك محلي لوكالاء السفر الدوليين.
- نمو السياحة التجريبية والبيئية:** زيادة الطلب على التجارب الأصيلة والمستدامة.
- التوسيع في سفر الشركات وقطاع MICE:** نمو قطاع الأعمال والفعاليات في السلطنة.
- الحجز الرقمي واكتشاف الخدمات عبر وسائل التواصل:** انخفاض تكلفة التسويق عبر القنوات الرقمية.
- نمو السياحة الداخلية:** زيادة إقبال المقيمين والمواطنيين على استكشاف الوجهات المحلية.

3.4 التهديدات

- منافسة عالية:** وجود وكالات قائمة ومنصات حجز إلكترونية عالمية.
- اضطرابات السفر العالمية:** الأوبئة أو التوترات الجيوسياسية أو اضطرابات شركات الطيران.
- حساسية الأسعار:** مقارنة العملاء للأسعار بشكل مكثف.
- تغيرات تنظيمية:** تحديث القوانين السياحية أو متطلبات الضمان.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

- التركيز على التميز عبر التجربة وليس السعر فقط
- بناء اتفاقيات قوية مع الموردين لضمان جودة الخدمة
- تنويع مصادر الدخل (شركات، سياحة داخلية، سياحة وافدة)
- الاستثمار المبكر في بناء العلامة التجارية والثقة

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس والمصروفات التشغيلية وتوقعات 5 سنوات

جميع الأرقام تقديرية بالريال العماني ومبينة بشكل متحفظ بما يتناسب مع سوق السفر والسياحة في السلطنة. يعتمد الأداء الفعلي على الموسمية وأسعار الموردين والقدرة البيعية وقوة العلامة التجارية.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار الأولي)

أ. تسجيل الشركة والإجراءات القانونية البند – التكلفة التقديرية (ريال عماني) – الملاحظات - حجز الاسم التجاري:
- 10 (وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار) - السجل التجاري: 30 - SPC أو LLC - عضوية غرفة التجارة: 100
- 200 (المدة 2-1 سنة) - رسوم خدمات سندي: 50 - 100 (تختلف حسب المركز) - الترخيص البلدي: 50 - 150 (حسب الموقع)
المجموع الفرعي للتسجيل: 240 - 720

ب. رخصة السياحة ومتطلبات الامتثال البند – التكلفة التقديرية (ريال عماني) – الملاحظات - رخصة السياحة (وزارة التراث والسياحة): 500 - 1,000 (حسب النشاط) - الضمان البنكي: 2,000 - 5,000 (قابل للاسترداد ومرتبط بالرخصة)
التأمين المهني: 300 - 600 (سنوي) - المجموع الفرعي للتراخيص: 2,800 - 6,600

ج. تجهيز المكتب والأنظمة البند – التكلفة التقديرية (ريال عماني) - إيجار المكتب (مقدم 3 أشهر): 1,200 - 2,400
الأثاث والتجهيزات: 800 - 1,500 - أجهزة الحاسوب وتقنية المعلومات: 600 - 1,200 - برنامج الحجز إدارة العملاء (CRM):
600 - 300 - الموقف الإلكتروني والهوية البصرية: 500 - 1,200 - المجموع الفرعي لتجهيز المكتب: 3,400 - 6,900

إجمالي الاستثمار التأسيسي التفريجي - الحد الأدنى: حوالي 6,500 - 7,000 ريال عماني - الحد الأعلى: حوالي 14,000 ريال عماني (يشمل الضمان البنكي القابل للاسترداد)

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية (OPEX)

فائدة المصرف - التكلفة الشهرية التقديرية (ريال عماني) - رواتب الموظفين: 550 - 850 - إيجار المكتب: 400 - 800
الخدمات والإنترنت: 60 - 120 - التسويق والإعلانات: 150 - 350 - البرامج والأنظمة التقنية: 50 - 120 - التأمين (متوسط شهرى): 30 - 50 - مصاريف متنوعة واحتياطية: 100 - 200 - إجمالي المصروفات الشهرية: 1,340 - 2,490

4.3 نموذج الإيرادات والافتراضات

مصادر الدخل (1) عمولات - الفنادق: %10 - %25 - الجولات والنقل: %10 - %20 - شركات الطيران: %3 - %7

(2) باقات بهامش ربح (Markup) - باقات السياحة الوافدة: هامش %15 - %30 - 2

(3) رسوم خدمات - المساعدة في التأشيرات - تصميم برامج الرحلات المخصصة

4.4 سيناريوهات الإيرادات الشهرية

السيناريو — الإيراد الشهري (ريال عُماني) - متوقع: 4,000 - 3,000 - 5,000 - 7,000 - متفائل: 9,000 - 12,000

4.5 صافي الربح الشهري التقديرى

السيناريو — الإيراد — المصاريف — صافي الربح - متحفظ: 1,300 — 2,200 — 3,500 — 6,000 - متوقع: 4,000 — 2,000 - متفائل: 7,600 — 2,400 — 10,000 -

4.6 تحليل نقطة التعادل

متوسط صافي الربح الشهري (المتوقع): 3,000 - 4,000 ريال عُماني الاستثمار التأسيسي: 7,000 - 18,000 ريال عُماني
فترة التعادل التقديرية: 6 - 12 شهراً

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة — الإيرادات (ريال عُماني) — صافي الربح (ريال عُماني) - السنة 1: 30,000 - 18,000 — 70,000 - 55,000 - السنة 2: 30 - 28,000 - 100,000 - 80,000 - 45,000 - السنة 3: 45,000 - 120,000 - 150,000 - 45,000 - السنة 4: 65,000 - 90,000 - 220,000 - 250,000 - السنة 5: +100,000 - 65,000 - نمو السياحة الوافدة والعقود المؤسسية ونضج العلامة التجارية

5. تحليل العملاء - الخصائص الديموغرافية والسلوك والتجزئة وشخصيات المشترين

5.1 نظرة عامة على السوق (سياق السياحة في عمان)

يتكون الطلب السياحي في عمان من مزيج من السياح الدوليين القادمين، والمقيمين الوافدين، والمواطنيين العُمانيين، إضافة إلى عملاء الشركات. ويساهم الترويج الحكومي، وتحسين الربط الجوي، وزيادة الاهتمام بالسياحة التجريبية (الثقافة، الطبيعة، المغامرات) في توسيع قاعدة العملاء.

الخصائص الرئيسية للسوق: - موسمية واضحة (الذروة: أكتوبر-أبريل، المتوسطة: مايو وسبتمبر، المنخفضة: يونيو-أغسطس) - تفضيل برامج الرحلات المخصصة القائمة على التجارب - زيادة الاكتشاف والاستفسار عبر وسائل التواصل وتطبيقات المراسلة

5.2 شرائح العملاء الأساسية

الشريحة أ: السياح الدوليون القادمون إلى عمان الملف التعريفي: - المصدر: أوروبا، دول الخليج، آسيا - نمط السفر: ترفيهي، ثقافي، مغامرات - مدة الرحلة: 4-10 أيام

الاحتياجات والتوقعات: - شريك محلي موثوق - مرشدون يتحدثون الإنجليزية - تخطيط متكامل (نقل، فنادق، جولات) - الأمان والراحة والأصالة

سلوك الإنفاق: - إنفاق متوسط إلى مرتفع لكل رحلة - استعداد للدفع مقابل التجارب المميزة

الشريحة ب: المقيمين والوافدون (سفر خارجي وداخلي) الملف التعريفي: - موظفون وعائلات - مزيج من السفر الترفيهي والعلطات

الاحتياجات والتوقعات: - أسعار تنافسية - دعم في التأشيرات والوثائق - حجوزات موثوقة

سلوك الإنفاق: - حساسية للسعر لكن ولاء للخدمة الجديدة

الشريحة ج: عملاء الشركات والمؤسسات الملف التعريفي: - شركات صغيرة ومتوسطة، شركات كبرى، جهات حكومية - مدارس وجامعات

الاحتياجات والتوقعات: - موثوقة واحترافية - تسعير ثابت وفوائير واضحة - القدرة على إدارة المجموعات

سلوك الإنفاق: - قيمة عالية وتكرار في التعامل - تأثر أقل بالموسمية

5.3 تحليل سلوك العملاء

عوامل اتخاذ القرار - الثقة والسمعة - جودة تصميم برنامج الرحلة - سرعة الاستجابة وال التواصل - شفافية الأسعار

قنوات الحجز - استفسارات مباشرة (واتساب، بريد إلكتروني) - الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل - إحالات وشراكات B2B

5.4 نقاط الألم لدى العملاء

- التخطيط المعجز مع عدة مزودين
- حواجز اللغة والثقافة
- تفاوت جودة الخدمات
- نقص الخيارات المخصصة

حل الوكالة: نقطة اتصال واحدة لإدارة الرحلة بشكل احترافي ومتكملا.

5.5 شخصيات المشترين (أمثلة توضيحية)

الشخصية 1 - آنا (سائحة وافدة، 35 سنة) - تسافر لاستكشاف الثقافة - تهتم بالأصالة والراحة - تحجز عبر التوصيات والبحث عبر الإنترنت

الشخصية 2 - رحيم (مقيم وافد، 42 سنة) - يسافر دولياً مع العائلة - يحتاج دعم التأشيرات والوثائق - يفضل الموثوقة على أرخص سعر

الشخصية 3 - مدير سفر الشركات (شركة صغيرة/متوسطة) - يتعامل مع حجوزات متكررة - يركز على الكفاءة والفترة - يبحث عن شراكة طويلة الأمد

5.6 الدلالات الاستراتيجية

- التركيز على السياحة الوافدة لتحقيق هواش ربح أعلى
- بناء حسابات شركات طويلة الأجل لتحقيق الاستقرار
- الحفاظ على قنوات تواصل رقمية قوية

• تقديم منتجات وتجارب مخصصة قائمة على الخبرة

6. خطة التسويق المخصصة - الاستهداف والقنوات والتسويق واستراتيجية النمو

6.1 تمويع العلامة التجارية وبناء الثقة

بيان تمويع العلامة التجارية: شريك سفر موثوق ذو جذور محلية يقدم تجارب عمانية أصلية وحلول سفر عالمية سلسلة.

ركائز العلامة الأساسية: - الثقة والالتزام بالأنظمة (مرخص، مؤمن، شفاف) - الخبرة المحلية والأصلية - التخصيص بدل الابادات العامة - سرعة واحترافية التواصل

مؤشرات الثقة التي يجب إبرازها: - عرض رخصة وزارة التراث والسياحة - تقييمات العملاء والشهادات - موقع احترافي ومستندات رسمية تحمل الهوية - شروط واضحة وعقود وفوatur شفافة

6.2 استراتيجية الاستهداف (من نستهدف)

الشريحة - الهدف التسويقي - الرسالة الأساسية - السياح الوافدون: حجوزات عالية الهمامش - عمان الأصلية بخطيط احترافي - المقيمين والوافدون: حجم مبيعات وولاء - سفر مريح بأفضل قيمة - عملاء الشركات: إيرادات متكررة - موثوق وملائم وفعال - وكلاء السفر الخارجيين (B2B): تدفق ثابت - شريك المحلي الموثوق في عمان (DMC)

6.3 استراتيجية التسويق

نماذج التسويق المستخدمة 1) التسويق بالعمولة - الفنادق، شركات الطيران، الجولات

2) التسويق بهامش ربح (Markup) - باقات السياحة الوافدة: %15 - 30% - البرامج المخصصة

3) رسوم الخدمات - معالجة التأشيرات - إعداد البرامج والوثائق

مبادئ التسويق: - عروض أسعار شفافة - تسويق قائم على القيمة وليس الخصومات - تسويق أعلى للتجارب الفاخرة والمميزة

6.4 قنوات التسويق

أ. التسويق الرقمي (التركيز الرئيسي) - موقع إلكتروني احترافي وتحسين محركات البحث (SEO) - صفحات مخصصة للجولات داخل عمان - محتوى مدونات (أدلة سفر وبرامج رحلات) - وسائل التواصل الاجتماعي (إنستغرام، فيسبوك، لينكدين) - قصص الوجهات ومقاطع قصيرة (Reels) - محتوى موجه لقطاع الشركات عبر لينكدين

والتساب للأعمال - الرد السريع على الاستفسارات - إرسال البرامج والعروض - المتابعة وبناء العلاقة مع العميل

ب. التسويق عبر الشركات (B2B) - وكلاء السفر الدوليون ومنظمو الرحلات - الفنادق والمنتجعات - شركات الطيران والنقل - منظمو الفعاليات والمؤتمرات

ج. التسويق غير الرقمي والعلاقات - المعارض السياحية - فعاليات الفنادق والشبكات المهنية - زيارات مبيعات للشركات - التواصل مع الجهات الحكومية والمؤسسات

6.5 الاستراتيجية الترويجية

مرحلة الإطلاق (أول 6 أشهر) - باقات تعرفيّة للسياحة الوافدة - حملات إعلانية رقمية تستهدف الخليج وأوروبا - رحلات تعرفيّة للشركاء (FAM Trips)

العروض المستمرة - حملات موسمية - أسعار خاصة لعقود الشركات - حواجز ولاء للعملاء المتكررين

6.6 مسار المبيعات والتحويل

1. توليد العملاء المحتملين (رقمي وB2B)
2. الاستفسار والاستشارة
3. عرض برنامج مخصص
4. الحجز والدفع
5. تنفيذ الرحلة
6. متابعة بعد الرحلة والتوصيات

6.7 خارطة النمو التسويقي لخمس سنوات

السنة — التركيز — النتيجة - السنة 1: بناء العلامة والمصداقية — جوائز مستقرة - السنة 2: شراكات B2B الوافدة — هوماش أعلى - السنة 3: الشركات وقطاع MICE — استقرار الإيرادات - السنة 4: السياحة الفاخرة والتجريبية — رفع قيمة العلامة - السنة 5: التوسيع الإقليمي — ريادة السوق

6.8 توزيع ميزانية التسويق

- التسويق الرقمي و250 - 150 ريال عماني / شهرياً SEO:
- إدارة وسائل التواصل والمحظى: 80 - 150 ريال عماني / شهرياً
- العلاقات المهنية والسفر 100 - 50: ريال عماني / شهرياً B2B

7. الخاتمة والجدول الزمني للتنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي (مستوى عام)

المرحلة — المدة - تسجيل الشركة: 2-3 أسابيع - رخصة السياحة والضمان: 3-6 أسابيع - تجهيز المكتب: 2-4 أسابيع - التعاقد مع الموردين: بالتزامن - الإطلاق التجاري: الشهر 2 - التشغيل الكامل: الشهر 3

7.2 الخلاصة النهائية

يقدم مشروع وكالة السفر والسياحة فرصة قابلة للتتوسيع ومتواقة نظامياً وجاذبة مالياً، ومتنسقة مع نمو قطاع السياحة في سلطنة عمان. ومن خلال بناء شراكات محلية قوية، وتنفيذ احترافي، ونهج رقمي أولًا، يمكن للوكالة تحقيق الربحية خلال السنة الأولى والتطور إلى شركة إدارة وجهة سياحية معترف بها وشريك سفر للشركات.