

مشروع ديوانية الشاي - خطة العمل (عمان)

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

يُعد مشروع ديوانية الشاي مفهومًا مستوحى من الثقافة المحلية في سلطنة عُمان، وهو عبارة عن صالة شاي تجمع بين الطابع التقليدي واللمسة العصرية، لتكون مساحة اجتماعية مريحة يجتمع فيها الناس للاستمتاع بالشاي الفاخر، والوجبات الخفيفة، وتبادل الأحاديث. تجمع الديوانية بين كرم الضيافة العُمانية والخليجية ومعايير المقاهي الحديثة، مع توفير بيئة هادئة، مريحة، ومناسبة للزيارات اليومية، والاجتماعات، والتجمعات المسائية.

وعلى عكس المقاهي السريعة، يركز مشروع ديوانية الشاي على التجربة، والأجواء، وتكرار الزيارات الاجتماعية، مما يجعله مشروعًا عالي التردد قائمًا على المجتمع.

1.2 المفهوم والتجربة

- جلسات داخلية مريحة بتصميم مجلس/ديوانية
- تشكيلة واسعة من أنواع الشاي (الأسود، الكرك، الأخضر، العشبي، والخلطات الخاصة)
- وجبات خفيفة ومرافقة (بسكويت، تمر، ومقبلات بسيطة)
- أجواء هادئة تشجع على الحوار والجلوس لفترات طويلة
- خيارات إضافية مثل ألعاب الطاولة، الكتب، والعناصر الثقافية

1.3 الهيكل القانوني للمشروع

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC) في حال الملكية الفردية وانخفاض تكلفة التأسيس - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) في حال وجود شركاء أو خطط توسع مستقبلية

وسيتم استكمال إجراءات التسجيل من خلال مركز سند.

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

1.4 المنتجات والخدمات (ملخص)

- أنواع الشاي الساخن (كرك، أسود، مسالا، أخضر، نعناع)
- شاي فاخر وخاص
- وجبات خفيفة (بسكويت، معجنات، تمر)
- أطعم شاي للمجموعات
- خدمة الشاي للطلبات الخارجية

1.5 السوق المستهدف

- السكان المحليون
- الموظفون
- الطلبة

- الأصدقاء والمجموعات الاجتماعية
- زوار الفترة المسائية والمتأخرة من الليل

1.6 الميزة التنافسية

- ارتباط ثقافي قوي بالمجتمع المحلي
- انخفاض تكلفة المكونات وارتفاع هامش الربح
- قابلية عالية لتكرار الزيارات
- بيئة هادئة وغير مستعجلة
- أسعار مناسبة للاستهلاك اليومي

1.7 لمحة مالية (مستوى عالٍ)

- التكلفة التقديرية لبدء المشروع: من 12,000 إلى 22,000 ريال عُُماني
- متوسط الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 3,000 إلى 7,000 ريال عُُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 10 إلى 16 شهرًا
- قابلية التوسع: فتح فروع متعددة أو نموذج امتياز تجاري

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن تصبح ديوانية الشاي علامة محلية محبوبة في الأحياء السكنية، تحافظ على التقاليد وتواكب أسلوب الحياة العصري.

الرسالة: تقديم شاي عالي الجودة، وضيافة دافئة، ومساحة اجتماعية مريحة بأسعار مناسبة للجميع.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، القيمة المقترحة، المنتجات، التخطيط المكاني وهيكل الموظفين

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى) - تسجيل وترخيص مشروع ديوانية الشاي عبر مركز سند - تأمين موقع مناسب في منطقة سكنية أو منطقة استخدام مختلط - إطلاق التشغيل بقائمة شاي ثابتة وأجواء هادئة ومتناسقة - بناء قاعدة عملاء أوفياء من الزبائن اليوميين وزوار الفترة المسائية - الوصول إلى نقطة التعادل التشغيلي خلال 10-16 شهرًا

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3) - تحسين القائمة بناءً على بيانات المبيعات وتفضيلات العملاء - تقديم تجارب شاي مميزة وأطقم شاي للمجموعات - عقد شراكات مع المكاتب القريبة والمجتمع المحلي - تعزيز هوية العلامة والحضور الاجتماعي

الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5) - افتتاح فروع إضافية لديوانية الشاي - تطوير نموذج تشغيلي موحد وقابل للتكرار - استكشاف فرص الامتياز التجاري أو الترخيص - ترسيخ العلامة كمركز اجتماعي ثقافي

2.2 القيمة المقترحة

تقدّم ديوانية الشاي بيئة اجتماعية مريحة ومألوفة ثقافيًا مع شاي عالي الجودة وبأسعار مناسبة تُقدّم بشكل ثابت.

محركات القيمة الأساسية: - ارتباط ثقافي وشعور بالراحة - تسعير يومي مناسب - أجواء هادئة تشجّع على الحوار - معايير عالية في تحضير الشاي - مساحة مرّحة لجميع الفئات العمرية

2.3 المنتجات واستراتيجية القائمة

العروض الأساسية من الشاي - الشاي الكلاسيكي: - شاي كرك - الشاي الأسود العُماني - شاي مسالا - شاي بالحليب - **الشاي الأخضر والعشبي:** - شاي أخضر - شاي نعناع - شاي ليمون بالزنجبيل - بابونج - **الشاي الفاخر والخاص:** - شاي بالزعفران - الشاي الكشميري - الشاي المغربي - خلطة ديوانية الشاي الخاصة

الوجبات الخفيفة والمرافقة - تمر (أصناف محلية) - بسكويت وخبز محمّص - معجنات بسيطة - مقبلات مالحة (سمبوسة ولقييمات خفيفة)

متوسط سعر البيع: - الشاي: من 0.300 إلى 0.800 ريال عُُماني - الوجبات الخفيفة: من 0.300 إلى 1.200 ريال عُُماني

2.4 تخطيط المساحة والأجواء

مفهوم الجلسات والتصميم - جلسات تقليدية بأسلوب المجلس مع دمج جلسات مقهى - إضاءة ناعمة وألوان دافئة - وسائل وأرائك مريحة - عناصر ديكور ثقافية

متطلبات المساحة - المساحة الموصى بها: 40-80 مترًا مربعًا - الطاقة الاستيعابية: 20-40 ضيفًا - كاونتر مخصص لتحضير الشاي - منطقة تخزين وغسيل

2.5 المعدات ومتطلبات التجهيز

- غلايات وأباريق شاي
- موقد غاز أو نظام تحريض كهربائي
- وحدة تبريد
- نظام تنقية مياه
- أدوات التقديم (أكواب، أباريق، صوانٍ)
- نظام نقاط البيع (POS)

التكلفة التقديرية للتجهيز: من 4,000 إلى 7,000 ريال عُُماني

2.6 هيكل الموظفين والموارد البشرية

الهيكل المبدئي للفريق - المالك / المدير: - إدارة العمليات اليومية والتنسيق مع الموردين - الإشراف على تجربة العميل والالتزام بالاشتراطات - **مُعدّ الشاي / مقدّم الخدمة (1-2 موظف):** - تحضير الشاي - خدمة الطاولات والنظافة - **عامل نظافة / دعم (بدوام جزئي):** - النظافة والصيانة

الرواتب الشهرية التقديرية - مُعدّ/مقدّم الشاي: من 150 إلى 220 ريالًا عُُمانيًا لكل موظف - موظف الدعم: من 80 إلى 120 ريالًا عُُمانيًا - **إجمالي الرواتب:** من 250 إلى 550 ريالًا عُُمانيًا شهريًا

3. تحليل SWOT - مشروع ديوانية الشاي

3.1 نقاط القوة

الارتباط الثقافي القوي يتماشى مشروع ديوانية الشاي بشكل طبيعي مع التقاليد الاجتماعية العُمانية والخليجية، مما يشجّع على الجلوس لفترات أطول وتكرار الزيارات.

انخفاض تكلفة البضاعة المباعة تتميز مكونات الشاي بانخفاض تكلفتها للوحدة، ما يسمح بهوامش ربح مرتفعة حتى مع التسعير المناسب.

مشروع عالي التكرار من المرجح أن يزور العملاء الديوانية عدة مرات أسبوعيًا، خصوصًا خلال الفترات المسائية.

بساطة التشغيل محدودية الطهي تقلل التعقيد، ووقت التدريب، ومخاطر السلامة الغذائية.

قابلية التوسع توحيد طرق تحضير الشاي والتخطيط الداخلي يسهّل تكرار التجربة في مواقع متعددة.

3.2 نقاط الضعف

انخفاض متوسط قيمة الفاتورة الطلبات الفردية عادةً منخفضة القيمة، ما يتطلب تدفقًا مستمرًا للعملاء للحفاظ على الإيرادات.

الاعتماد على الوقت تتركز المبيعات بشكل أساسي في الفترات المسائية والمتأخرة من الليل.

قيود الطاقة الاستيعابية محدودية عدد الجلسات قد تقيد حجم المبيعات خلال أوقات الذروة.

حساسية الأجواء الضوضاء أو سوء التخطيط قد يؤثران سلبيًا على التجربة الهادئة المستهدفة.

3.3 الفرص

نمو ثقافة المقاهي والصالات الاجتماعية تزايد الطلب على المساحات الاجتماعية الهادئة خارج نطاق المقاهي السريعة.

تجارب الشاي الفاخر تقديم خلطات خاصة وأطقم شاي للمجموعات يرفع متوسط الإنفاق وهامش الربح.

الشراكات المجتمعية استضافة تجمعات، ونقاشات ثقافية، وأنشطة مجتمعية.

خدمات الطلبات الخارجية والتوصيل الطلبات الليلية للشاي والطلبات المكتيبة.

التوسع بنظام الامتياز نموذج تكرار محلي قابل للتطبيق في الأحياء السكنية.

3.4 التهديدات

تكاليف الإيجار المواقع المميزة قد ترفع التكاليف الثابتة بشكل ملحوظ.

المنافسة من المقاهي ومحلات الكرك حروب الأسعار والمنافسة القريبة.

الموسمية انخفاض الإقبال خلال فترات الحر الشديد أو الإجازات.

التغييرات التنظيمية اشتراطات البلديات وسلامة الغذاء.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

تدعم نقاط القوة والفرص استراتيجية قائمة على الولاء والمجتمع.

تتطلب نقاط الضعف اختيار الموقع بعناية وتحسين توزيع الجلسات.

تؤكد التهديدات أهمية ضبط التكاليف والتميز من خلال التجربة.

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

جميع الأرقام تقديرية وبالريال العُماني، وتم إعدادها بشكل محافظ. يعتمد الأداء الفعلي على الموقع، الإيجار، كثافة الزوار، والانضباط التشغيلي.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار المبدئي)

أ. تسجيل النشاط والترخيص - حجز الاسم التجاري: من 10 إلى 20 ريالاً عُمانياً (MOCIIP) - السجل التجاري: من 30 إلى 150 ريالاً عُمانياً (رسوم مخففة) - غرفة تجارة وصناعة عُمان: من 100 إلى 200 ريال عُمانى (1-2 سنة) - رسوم خدمات سند: من 50 إلى 100 ريال عُمانى (تختلف حسب الخدمة) - الرخصة البلدية: من 50 إلى 150 ريالاً عُمانياً (حسب النشاط)

إجمالي تكلفة التسجيل: من 100 إلى 500 ريال عُمانى (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة)

ب. تجهيز المحل والمعدات - التشطيبات الداخلية والديكور: من 3,000 إلى 6,000 ريال عُمانى - غلايات وأباريق الشاي: من 400 إلى 800 ريال عُمانى - وحدة تبريد: من 300 إلى 600 ريال عُمانى - نظام تنقية المياه: من 250 إلى 500 ريال عُمانى - أدوات التقديم والاستخدام: من 300 إلى 600 ريال عُمانى - نظام نقاط البيع (POS): من 300 إلى 600 ريال عُمانى - اللوحات والعلامة التجارية: من 300 إلى 700 ريال عُمانى

إجمالي التجهيز: من 4,850 إلى 10,300 ريال عُمانى

ج. ما قبل الافتتاح ورأس المال التشغيلي - مخزون الشاي والوجبات الخفيفة الأولى: من 300 إلى 600 ريال عُمانى - البطاقات الصحية والذي الموحد للموظفين: من 120 إلى 200 ريال عُمانى - التسويق الأولي: من 200 إلى 400 ريال عُمانى - تأمين الإيجار (2-3 أشهر): من 1,000 إلى 2,500 ريال عُمانى - مخصص الطوارئ: من 500 إلى 1,000 ريال عُمانى

إجمالي ما قبل الافتتاح: من 2,120 إلى 4,700 ريال عُمانى

إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية: - الحد الأدنى: حوالي 12,000 ريال عُمانى - الحد الأعلى: حوالي 22,000 ريال عُمانى

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

• الإيجار: من 400 إلى 800 ريال عُمانى

- رواتب الموظفين: من 250 إلى 550 ريال عُُماني
- مكونات الشاي والوجبات (تكلفة البضاعة): من 250 إلى 450 ريال عُُماني
- الخدمات (ماء، كهرباء، غاز): من 60 إلى 120 ريال عُُماني
- الإنترنت ورسوم نظام نقاط البيع: من 30 إلى 60 ريال عُُماني
- التنظيف والصيانة: من 50 إلى 100 ريال عُُماني
- التسويق والعروض: من 80 إلى 150 ريال عُُماني
- مصروفات متفرقة: من 80 إلى 150 ريال عُُماني

إجمالي المصروفات الشهرية: من 1,200 إلى 2,385 ريال عُُماني

4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط سعر كوب الشاي: 0.500 ريال عُُماني
- متوسط سعر الوجبة الخفيفة: 0.700 ريال عُُماني
- متوسط إنفاق العميل: من 0.800 إلى 1.000 ريال عُُماني
- متوسط عدد العملاء يوميًا:
- متحفظ: 120
- متوقع: 180
- متفائل: 250
- أيام التشغيل: 30 يومًا في الشهر

4.4 التوقعات الشهرية للإيرادات

- سيناريو متحفظ: حوالي 2,900 ريال عُُماني
- سيناريو متوقع: حوالي 4,500 ريال عُُماني
- سيناريو متفائل: حوالي 7,500 ريال عُُماني

4.5 صافي الربح الشهري التقديري

- متحفظ: إيرادات 2,900 - مصروفات 2,200 = **700 ريال عُُماني**
- متوقع: إيرادات 4,500 - مصروفات 1,900 = **2,600 ريال عُُماني**
- متفائل: إيرادات 7,500 - مصروفات 2,400 = **5,100 ريال عُُماني**

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: من 2,000 إلى 2,600 ريال عُُماني
- الاستثمار المبدئي: من 12,000 إلى 22,000 ريال عُُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 6 إلى 12 شهرًا

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة الأولى: إيرادات 45,000 - 55,000 | صافي ربح 18,000 - 22,000 (فرع واحد)
- السنة الثانية: إيرادات 60,000 - 70,000 | صافي ربح 25,000 - 30,000 (تحسين التشغيل)
- السنة الثالثة: إيرادات 90,000 - 110,000 | صافي ربح 40,000 - 50,000 (افتتاح فرع ثانٍ)
- السنة الرابعة: إيرادات 130,000 - 160,000 | صافي ربح 60,000 - 75,000 (توسيع العلامة)
- السنة الخامسة: إيرادات 180,000+ | صافي ربح 85,000 - 110,000 (تشغيل متعدد الفروع)

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

5.1 سياق السوق (استهلاك الشاي في عُمان)

يُعد الشاي منتجًا يومي الاستهلاك في سلطنة عُمان، وهو متجذّر بعمق في الروتين الاجتماعي، والضيافة، والتجمعات المسائية. وعلى عكس المقاهي التي تعتمد على الزيارات القصيرة، تشجّع ديوانيات الشاي على البقاء لفترات أطول، وتكرار الزيارات بشكل متواصل، والاستهلاك الجماعي.

السمات السلوكية الرئيسية: - استهلاك الشاي عدة مرات يوميًا - شيوع التجمعات الاجتماعية في المساء والليل - تقدير العملاء للألفة، والراحة، وثبات الأسعار - قوة التسويق الشفهي (من شخص لآخر) في نمو العلامة

5.2 الخصائص السكانية للعملاء

أ. التقسيم العمري - 18-25 سنة (الطلبة والشباب): - حساسية عالية للسعر - الزيارة ضمن مجموعات - فترات جلوس طويلة مساءً - التأثر بالأجواء والقبول الاجتماعي

• 26-40 سنة (الموظفون والمهنيون):

• الشريحة الأساسية للإيرادات اليومية

• زيارات مسائية منتظمة

• تقدير النظافة، والثبات، والأجواء الهادئة

• 41-60 سنة (الفئة الناضجة والعائلات):

• تفضيل النكهات التقليدية

• ولاء مرتفع بعد بناء الثقة

• تكرار أقل ولكن بأحجام مجموعات أكبر

ب. التقسيم حسب الدخل - دخل منخفض (أقل من 400 ريال عُماني): وعي مرتفع بالسعر - دخل متوسط (400-900 ريال عُماني): تركيز على القيمة مقابل السعر والولاء - دخل متوسط مرتفع (900+ ريال عُماني): الاهتمام بالراحة والأجواء

5.3 تحليل سلوك العملاء

توقيت الزيارة - فترة بعد الظهر: من 4:00 إلى 7:00 مساءً (تدقّق مستقر) - المساء: من 7:00 إلى 11:00 مساءً (ذروة) - وقت متأخر: من 11:00 مساءً إلى 1:00 صباحًا (في بعض المواقع)

وتيرة الزيارات - الطلبة: 3-5 مرات أسبوعيًا - الموظفون: 4-6 مرات أسبوعيًا - المجموعات المنتظمة: يوميًا أو شبه يومي

حجم المجموعات - أفراد: 1-2 أشخاص - مجموعات اجتماعية: 3-6 أشخاص - تجمعات مجتمعية: 6-10 أشخاص

5.4 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياجات الأساسية - جلسات مريحة - بيئة هادئة ومحترمة - أسعار مناسبة - جودة شاي ثابتة - عدم الضغط على العميل للمغادرة بسرعة

نقاط الألم التي يحلّها المشروع - ارتفاع أسعار المشروبات في المقاهي - الضوضاء أو الازدحام - تفاوت جودة شاي الكرك - قلة الخيارات في أوقات الليل المتأخرة

5.5 تقسيم العملاء

• الشريحة الأولى: الزبائن اليوميون

- زيارات شبه يومية
- إنفاق فردي منخفض وقيمة عمرية عالية
- توقّع الألفة والثبات

• الشريحة الثانية: المجموعات الاجتماعية

- فترات جلوس أطول
- قيمة إجمالية أعلى للطاولة
- حساسية لراحة الجلسات

• الشريحة الثالثة: زوار الليل

- الزيارة بعد الساعة 10 مساءً
- طلب مرتفع على الأجواء الهادئة
- نقص الخيارات المنافسة

• الشريحة الرابعة: عملاء المكاتب والمجتمع

- اجتماعات صغيرة
- تفضيل الزوايا الهادئة
- استجابة جيدة للحجوزات المسبقة

5.6 نماذج شخصيات العملاء

- **الشخصية 1 - خالد (موظف، 35 سنة):** يزور الديوانية 4-5 أمسيات أسبوعيًا بعد العمل، يفضّل شاي الكرك، ويهتم بالثبات والجلسات الهادئة.
- **الشخصية 2 - سارة (طالبة، 22 سنة):** تزور المكان مع صديقاتها، تمكث لفترات طويلة، وتنجذب للأجواء والأسعار المناسبة.
- **الشخصية 3 - يوسف (من رواد الحي، 50 سنة):** زائر يومي، يفضّل الشاي التقليدي، ويظهر ولاءً عاليًا عند الشعور بالراحة.

6. الخطة التسويقية المخصصة - الهوية، القنوات، التسعير ونمو المجتمع

6.1 تموضع وهوية العلامة

بيان تموضع العلامة: ديوانية شاي محلية تقدّم شايًا عالي الجودة وبأسعار مناسبة في مساحة هادئة ومألوفة ثقافيًا، مصمّمة للتواصل الاجتماعي اليومي.

شخصية العلامة: دافئة ومرحبة - تقليدية بلمسة عصرية - هادئة ومحترمة - متمحورة حول المجتمع

الهوية البصرية والمكانية: - ألوان ترابية ودافئة - نقوش وخامات مستوحاة من الطابع العربي - جلسات مريحة بأسلوب المجلس - لوحات قوائم بسيطة وسهلة القراءة

6.2 استراتيجية الاستهداف

- **الزبائن اليوميون:** الاحتفاظ والولاء - "مكانك اليومي للشاي"
- **المجموعات الاجتماعية:** إطالة مدة الجلوس - "مريح ومرحّب"
- **الطلبة:** حجم مبيعات - "اجتماعي وبأسعار مناسبة"
- **المهنيون:** الثبات - "هدوء بعد يوم العمل"
- **زوار الليل:** ساعات متأخرة - "مفتوح دائمًا"

6.3 التسعير وعلم نفس الإيرادات

يعتمد تسعير ديوانية الشاي على كثافة التكرار وليس على هامش ربح مرتفع لكل كوب.

- الشاي الأساسي: من 0.300 إلى 0.500 ريال عُُماني
- الشاي الفاخر: من 0.600 إلى 0.800 ريال عُُماني
- إضافات الوجبات الخفيفة: من 0.300 إلى 1.200 ريال عُُماني

مبادئ التسعير: - إبقاء سعر الدخول منخفضًا - تشجيع الطلب الثاني والثالث - تجنّب التغييرات المتكررة في الأسعار

6.4 القنوات التسويقية

أ. التسويق المجتمعي (الأساسي) - التسويق الشفهي عبر الزبائن المنتظمين - علاقة ودية بين الموظفين والعملاء - جلسات جماعية للتجمعات المتكررة - استضافة نقاشات غير رسمية أو لقاءات مجتمعية

ب. التسويق الرقمي (الداعم) - التواجد على خرائط جوجل - موقع وساعات عمل دقيقة - تشجيع التقييمات من الزبائن المنتظمين - إنستغرام (دون ضغط بيعي) - صور للأجواء - مقاطع تحضير الشاي - لحظات مجتمعية - واتساب بزنس - حجوزات المجموعات - إعلانات مجتمعية

6.5 استراتيجية العروض الترويجية

الإطلاق التجريبي - أمسيات تذوّق مجانية - دعوة سكان الحي - تسعير تعريفى للشاي

العروض المستمرة - بطاقات ولاء (اشترِ 10 واحصل على 1 مجانًا) - خصومات للطاولات الجماعية - عروض خارج أوقات الذروة

6.6 الشراكات والاندماج المجتمعي

- المساجد القريبة والمراكز المجتمعية
- الأعمال والمكاتب المحلية
- الجامعات والمجموعات الطلابية
- المجموعات الثقافية وحلقات النقاش

6.7 استراتيجية النمو والتوسع (5 سنوات)

- السنة الأولى: هيمنة محلية - قاعدة عملاء أوفياء
- السنة الثانية: صقل العلامة - زيادة التكرار
- السنة الثالثة: افتتاح فرع ثانٍ - توسع جغرافي
- السنة الرابعة: التوحيد القياسي - جاهزية الامتياز
- السنة الخامسة: تشغيل متعدد الفروع - علامة قوية

7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

- تسجيل النشاط التجاري: من 1 إلى 2 أسبوع
- اختيار الموقع والتجهيز الداخلي: من 4 إلى 6 أسابيع
- التراخيص والموافقات: من 2 إلى 3 أسابيع
- الافتتاح التجريبي: من 1 إلى 2 أسبوع
- بدء التشغيل الكامل: الشهر الثالث

7.2 الخلاصة النهائية

يُعد مشروع ديوانية الشاي نموذج عمل عالي الهامش، متجذّر ثقافيًا، وقابل للتوسع، ويتناسب بشكل مثالي مع نمط الحياة الاجتماعية في سلطنة عُمان. ومن خلال التنفيذ المنضبط، والاختيار الدقيق للموقع، وبناء علاقة قوية مع المجتمع المحلي، يمكن للمشروع تحقيق الربحية في فترة زمنية قصيرة، والتطور ليصبح علامة موثوقة متعددة الفروع.