

كيفية بدء مشروع آلات البيع الذاتي في سلطنة عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع آلات البيع الذاتي في سلطنة عُمان هو نشاط تجزئة آلي يعتمد على وضع آلات بيع ذاتي في مواقع مختارة بعناية لتقديم الوجبات الخفيفة، والمشروبات، والمنتجات الاستهلاكية الأساسية. يركز نموذج العمل على التوفر على مدار الساعة (24/7)، والاعتماد المحدود على العمالة، وتدقيق نقدي متوقع، وإمكانية التوسع بسهولة.

يستهدف هذا المشروع المواقع ذات الكثافة العالية مثل المكاتب، والمستشفيات، والجامعات، والمجمعات السكنية، والنوادي الرياضية، والمصانع، ومحطات النقل. ومع نمو التحضر في عُمان، وازدياد مشاركة القوى العاملة، وارتفاع الطلب على خدمات الضيافة السريعة، تمثل آلات البيع الذاتي فرصة استثمارية منخفضة المخاطر ومدعومة بالأصول.

1.2 الهيكل القانوني وتأسيس الشركة

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان بأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للإدارة الفردية والدخول بتكلفة منخفضة - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة للشراكات وخطط التوسع السريع

أكثر طرق التسجيل توفيراً للتكلفة هي عبر مراكز سند.

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

(لا تشمل التأشيرات، أو استئجار مكتب، أو خدمات الاستشارات المتقدمة)

1.3 المنتجات والخدمات

- آلات بيع الوجبات الخفيفة (رقائق، شوكولاتة، بسكويت)
- آلات بيع المشروبات (مياه، مشروبات غازية، عصائر)
- آلات بيع القهوة
- خيارات بيع صحي (مكسرات، ألواح بروتين)
- آلات مخصصة للشركات والمؤسسات

1.4 السوق المستهدف

- مباني المكاتب والمجمعات التجارية
- المستشفيات والعيادات
- الجامعات والمدارس
- المصانع وسكن العمال
- المباني السكنية
- الأندية والمرافق الرياضية

1.5 الميزة التنافسية

- مبيعات آلية على مدار الساعة
- احتياج محدود للموظفين
- إيرادات متكررة ويمكن التنبؤ بها
- مصاريف تشغيل منخفضة
- سهولة التوسع بإضافة آلات جديدة

1.6 لمحة مالية (ملخص)

- تكلفة التأسيس التقديرية (لكل آلة): من 2,000 إلى 4,500 ريال عُُماني
- الإيراد الشهري لكل آلة: من 250 إلى 800 ريال عُُماني
- هامش الربح الصافي: من 30% إلى 50%
- فترة الوصول لنقطة التعادل: من 10 إلى 18 شهرًا
- الهدف خلال 5 سنوات: تشغيل من 20 إلى 50 آلة بيع ذاتي في أنحاء سلطنة عُمان

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن نكون مزودًا موثوقًا ومعروفًا لحلول البيع الآلي في جميع أنحاء سلطنة عُمان.

الرسالة: تقديم حلول بيع ذاتي مربحة، وبأسعار مناسبة، وبمعايير صحية عالية، من خلال آلات موضوعة في مواقع استراتيجية وإدارة تشغيلية فعالة.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، المنتجات، أنواع الآلات والتشغيل

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى) - تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر مراكز سند (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة) - تركيب من 3 إلى 5 آلات بيع ذاتي في مواقع ذات كثافة عالية - الحصول على اتفاقيات مكتوبة مع مالكي المواقع لتركيب الآلات - تحقيق تدفق نقدي شهري مستقر لكل آلة - بناء علاقات موثوقة مع الموردين وتنظيم جداول إعادة التعبئة

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3) - التوسع إلى 10-20 آلة بيع ذاتي في مسقط والمدن القريبة - إدخال أنظمة الدفع غير النقدي في جميع الآلات - تحسين مزيج المنتجات بالاعتماد على بيانات المبيعات - توقيع عقود طويلة الأجل مع شركات ومؤسسات

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5) - تشغيل 30-50 آلة بيع ذاتي على مستوى السلطنة - إضافة منتجات بعلامة تجارية خاصة أو حصري - إنشاء مستودع مركزي ونظام لوجستي متكامل - تقديم خدمة آلات البيع كخدمة (Vending-as-a-Service) للجهات الكبرى

2.2 عرض القيمة

للعلاء: - توفر الوجبات الخفيفة والمشروبات على مدار الساعة - أسعار تنافسية وسهولة الوصول - خيارات صحية ولمسية أقل (بدون تلامس) - توفر مستمر للمنتجات الأساسية

لمالكي المواقع: - بدون تكلفة رأسمالية في معظم الحالات - دخل شهري إضافي من خلال تقاسم الإيرادات - تحسين الخدمات المقدمة للموظفين أو الزوار - احتياج لمساحة صغيرة فقط وعدم وجود عبء تشغيلي

2.3 استراتيجية المنتجات

فئات المنتجات الأساسية

الوجبات الخفيفة - رقائق وبسكويت وشوكولاتة - مكسرات ووجبات مخبوزة خفيفة

المشروبات - مياه معبأة - مشروبات غازية وعصائر - مشروبات طاقة

القهوة والمشروبات الساخنة - قهوة فورية - شاي ومشروبات متخصصة

الخيارات الصحية (اختياري) - ألواح بروتين - وجبات منخفضة السكر

2.4 أنواع آلات البيع الذاتي

| نوع الآلة | التكلفة التقديرية (ريال عُُماني) | المواقع المناسبة |
|--------------------|----------------------------------|---------------------------|
| آلة وجبات خفيفة | 2,000 - 3,000 | المكاتب، المدارس |
| آلة مشروبات | 2,500 - 4,000 | الأندية، المستشفيات |
| آلة متعددة (كومبو) | 3,000 - 4,500 | المراكز التجارية، المصانع |
| آلة قهوة | 1,500 - 3,500 | المكاتب، العيادات |

2.5 نموذج التملك مقابل التأجير

نموذج التملك: - تكلفة مبدئية أعلى - هوامش ربح أعلى على المدى الطويل - مشروع مدعوم بأصول ملموسة

نموذج التأجير: - استثمار مبدئي أقل - التزام بدفعات إيجار شهرية - مناسب لاختبار الأسواق أو المواقع الجديدة

التوصية: البدء بالتملك للآلات الأساسية، مع إمكانية تأجير الآلات المتخصصة عند الحاجة.

2.6 التشغيل والإدارة اليومية

عملية إعادة التعبئة - عدد المرات: 2-3 مرات أسبوعياً (حسب الموقع) - تتبع المخزون لكل آلة بشكل مستقل - تطبيق نظام FIFO لضمان سلامة الأغذية

إدارة النقد ووسائل الدفع - جمع النقد (عند توفره) - دعم الدفع بالبطاقات، QR، و NFC - مطابقة الإيرادات بشكل أسبوعي

الصيانة وتقليل التوقف - جدول تنظيف دوري - صيانة وقائية منتظمة - توفر قطع غيار أو آلات احتياطية

2.7 استراتيجية اختيار المواقع

المواقع ذات الأولوية العالية: - مباني المكاتب - المستشفيات والعيادات - الجامعات والكليات - المصانع وسكن العمال

معايير الاختيار: - حجم الحركة اليومية - محدودية البدائل القريبة - توفر الكهرباء والإنترنت - مستوى الأمان وسهولة الوصول

3. تحليل SWOT - مشروع آلات البيع الذاتي في سلطنة عُمان

3.1 نقاط القوة

انخفاض الحاجة إلى القوى العاملة يعمل مشروع آلات البيع الذاتي بعدد محدود جدًا من الموظفين، مما يقلل بشكل كبير من التكاليف الثابتة للرواتب.

تحقيق إيرادات على مدار الساعة تعمل الآلات طوال اليوم دون قيود على ساعات التشغيل، مما يضمن استمرارية الدخل.

نموذج قابل للتوسع ومدعوم بالأصول كل آلة تُعد أصلًا منتجًا للإيراد ويمكن إضافتها تدريجيًا حسب خطة التوسع.

تدفق نقدي متوقع الطلب المستقر على الوجبات الخفيفة والمشروبات يتيح سهولة التنبؤ بالإيرادات.

مرونة مزيج المنتجات يمكن تعديل المنتجات بسرعة بناءً على أداء المبيعات وطبيعة الموقع.

3.2 نقاط الضعف

ارتفاع رأس المال المبدئي لكل آلة يتطلب المشروع استثمارًا أوليًا قبل بدء تحقيق الإيرادات.

مخاطر تعطل الآلات الأعطال الفنية قد تؤدي إلى توقف المبيعات لحين الإصلاح.

الاعتماد الكبير على جودة الموقع اختيار موقع غير مناسب يؤثر مباشرة على الربحية.

مخاطر انتهاء صلاحية المخزون المنتجات بطيئة الحركة قد تنتهي صلاحيتها إذا لم تُدار بشكل جيد.

3.3 الفرص

الطلب المتزايد على البيع بدون تلامس سلوك المستهلك بعد الجائحة يدعم الحلول الآلية والصحية.

الطلب المؤسسي والشركات المكاتب، والمصانع، والمستشفيات، والمدارس تفضّل حلول البيع الذاتي داخل مواقعها.

الدفع الإلكتروني والآلات الذكية أنظمة الدفع الرقمية وتقنيات التتبع تحسن الكفاءة وتقلل الفاقد.

المنتجات ذات العلامة الخاصة تقديم منتجات بعلامة تجارية خاصة يرفع الهوامش ويعزز التميز.

التوسع الجغرافي فرص نمو خارج مسقط في صحار، وصلالة، ونزوى.

3.4 التهديدات

المنافسة من المتاجر الصغيرة المقاهي والمتاجر القريبة قد تقلل من الطلب.

تقلب تكاليف الاستيراد الاعتماد على منتجات مستوردة يعرض التكاليف لتقلبات الأسعار.

مخاطر التخريب أو السرقة المواقع غير المؤمنة تزيد من احتمالية الخسائر.

التغيرات التنظيمية القوانين البلدية أو الصحية المستقبلية قد تؤثر على التشغيل أو التراخيص.

3.5 الانعكاسات الاستراتيجية

- تبرر نقاط القوة والفرص التوسع التدريجي المبني على البيانات واختيار المواقع بدقة
- تتطلب نقاط الضعف تطبيق صيانة وقائية وأنظمة تتبع ومراقبة المخزون
- تؤكد التهديدات على أهمية العقود، والتأمين، وتوزيع الآلات على مواقع متنوعة

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصاريف التشغيلية والتوقعات لخمس سنوات

جميع الأرقام الواردة تقديرية وبالريال العُماني، وتم إعدادها بشكل متحفظ. يعتمد الأداء الفعلي على جودة الموقع، ومزيج المنتجات، والانضباط التشغيلي.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (لكل آلة)

| البند | التكلفة التقديرية (ريال عُماني) | ملاحظات |
|--|---------------------------------|-------------------|
| آلة بيع ذاتي (وجبات / مشروبات / كومبو) | 4,500 - 2,000 | جديدة أو مجددة |
| وحدة الدفع غير النقدي | 300 - 150 | بطاقات / NFC / QR |
| تعبئة المخزون الأولية | 300 - 150 | 2-4 أسابيع |
| العلامة التجارية والملصقات | 150 - 50 | تغليف أساسي |
| التركيب والنقل | 150 - 50 | حسب الموقع |
| مخصص الطوارئ | 200 - 100 | إصلاحات بسيطة |
| الإجمالي لكل آلة | 5,750 - 2,500 | |

4.2 تسجيل الشركة والمصاريف العامة (سنوياً)

| البند | التكلفة التقديرية (ريال عُمانِي) |
|--|----------------------------------|
| تسجيل مؤسسة فردية / شركة (سند + الجهات الحكومية) | 500 - 100 |
| غرفة تجارة وصناعة عُمان | 200 - 100 |
| عنوان مكتب أساسي (عند الحاجة) | 600 - 300 |
| التأمين (الآلات والمسؤولية) | 300 - 150 |
| إجمالي المصاريف السنوية | 1,600 - 650 |

4.3 المصاريف التشغيلية الشهرية (لكل آلة)

| فئة المصروف | التكلفة الشهرية (ريال عُمانِي) |
|--------------------------------|--------------------------------|
| تكلفة البضائع المباعة (COGS) | 250 - 120 |
| عمولة الموقع / الإيجار | 100 - 30 |
| النقل والوقود | 50 - 25 |
| الصيانة والإصلاحات | 40 - 15 |
| الاتصال وأنظمة التتبع | 15 - 5 |
| مصاريف متنوعة | 25 - 10 |
| إجمالي المصاريف الشهرية | 480 - 205 |

4.4 افتراضات الإيرادات (لكل آلة)

- متوسط سعر البيع للوحدة: 0.300 - 0.600 ريال عُمانِي
- متوسط عدد العمليات اليومية:
- حركة منخفضة: 20-30
- حركة متوسطة: 40-60
- حركة عالية: 80-120
- أيام التشغيل: 30 يومًا شهريًا

4.5 سيناريوهات الإيرادات الشهرية (لكل آلة)

| السيناريو | الإيراد الشهري (ريال عُمانِي) |
|-------------|-------------------------------|
| حركة منخفضة | 360 - 180 |
| حركة متوسطة | 720 - 360 |
| حركة عالية | 1,500 - 720 |

4.6 صافي الربح الشهري (لكل آلة)

| السيناريو | الإيراد | المصاريف | صافي الربح |
|-----------|---------|----------|------------|
| منخفض | 300 | 300 | 0~ |
| متوسط | 550 | 350 | 200 |
| مرتفع | 1,100 | 450 | 650 |

• متوسط هامش الربح الصافي المتوقع: 30% - 50%

4.7 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح المتوقع: 200 - 350 ريال عُُماني شهريًا لكل آلة
- متوسط تكلفة التأسيس: 3,500 - 4,500 ريال عُُماني
- فترة الوصول لنقطة التعادل المتوقعة: من 10 إلى 18 شهرًا

4.8 سيناريوهات التوسع (شهريًا - الحالة المتوقعة)

| عدد الآلات | الإيرادات (ريال عُُماني) | صافي الربح (ريال عُُماني) |
|------------|--------------------------|---------------------------|
| 5 | 2,750 | 1,400 - 1,000 |
| 10 | 5,500 | 2,800 - 2,000 |
| 20 | 11,000 | 5,600 - 4,000 |
| 50 | 27,500 | 14,000 - 10,000 |

4.9 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

| السنة | عدد الآلات | الإيرادات (ريال عُُماني) | صافي الربح (ريال عُُماني) |
|---------------|------------|--------------------------|---------------------------|
| السنة الأولى | 5 | 40,000 - 30,000 | 15,000 - 10,000 |
| السنة الثانية | 10 | 80,000 - 65,000 | 30,000 - 20,000 |
| السنة الثالثة | 20 | 180,000 - 140,000 | 65,000 - 45,000 |
| السنة الرابعة | 35 | 320,000 - 260,000 | 110,000 - 80,000 |
| السنة الخامسة | 50 | 550,000 - 420,000 | 200,000 - 150,000 |

5. تحليل العملاء - خصائص المواقع، سلوك المستخدمين والتجربة

5.1 نظرة عامة على مستخدمي آلات البيع الذاتي في سلطنة عُمان

يُعد مستخدمو آلات البيع الذاتي في سلطنة عُمان من المستهلكين الذين يركزون على الراحة والسرعة وسهولة الوصول. ويتأثر استخدام الآلات بشكل كبير بنوع الموقع، ووقت الاستخدام، وتوفر البدائل القريبة مثل المقاهي والمتاجر.

خصائص الطلب الرئيسية: - قرارات شراء اندفاعية - تكرار الاستخدام في المواقع المغلقة أو المقيدة - تفضيل العلامات التجارية الموثوقة - تزايد الاعتماد على وسائل الدفع غير النقدية

5.2 ملفات العملاء حسب نوع الموقع

أولاً: مباني المكاتب والمجمعات التجارية - ملف المستخدم: موظفو المكاتب (الأعمار 23-50)، ساعات عمل ثابتة، قدرة شرائية متوسطة إلى مرتفعة - **سلوك الشراء:** - أوقات الذروة: 10:00-11:30 صباحاً، 4:00-2:00 مساءً - المنتجات: القهوة، المياه، الشوكولاتة، البسكويت - التكرار: 3-5 مرات أسبوعياً - **الحساسية السعرية:** متوسطة

ثانياً: المستشفيات والعيادات - ملف المستخدم: الزوار، المرافقون، الطاقم الطبي، فترات انتظار طويلة - **سلوك الشراء:** - طلب مستمر طوال اليوم (إمكانية 24/7) - المنتجات: المياه، العصائر، الوجبات الخفيفة - التكرار: متقطع لكنه ثابت - **الحساسية السعرية:** منخفضة إلى متوسطة

ثالثاً: الجامعات والكليات - ملف المستخدم: الطلاب (الأعمار 18-25)، ميزانيات محدودة - **سلوك الشراء:** - أوقات الذروة: بين المحاضرات - المنتجات: وجبات خفيفة بأسعار مناسبة، مشروبات طاقة - التكرار: حجم مرتفع وقيمة شراء منخفضة - **الحساسية السعرية:** مرتفعة

رابعاً: المصانع وسكن العمال - ملف المستخدم: العمال، أنظمة عمل بنظام الورديات - **سلوك الشراء:** - استخدام في الصباح الباكر وأوقات الليل - المنتجات: مشروبات طاقة، وجبات مشبعة - التكرار: استخدام يومي - **الحساسية السعرية:** متوسطة إلى مرتفعة

خامساً: الأندية والمرافق الرياضية - ملف المستخدم: أفراد مهتمون بالصحة واللياقة - **سلوك الشراء:** - قبل وبعد التمارين - المنتجات: مياه، ألواح بروتين - التكرار: 2-4 مرات أسبوعياً - **الحساسية السعرية:** منخفضة

5.3 ملخص تجزئة العملاء

| الشريحة | الحجم | الهامش | الاستقرار |
|------------|-------|--------|------------|
| المكاتب | متوسط | مرتفع | مرتفع |
| المستشفيات | متوسط | متوسط | مرتفع جداً |
| الجامعات | مرتفع | منخفض | متوسط |
| المصانع | مرتفع | متوسط | مرتفع |
| الأندية | منخفض | مرتفع | متوسط |

5.4 صناع القرار مقابل المستخدمين النهائيين

- **صناع القرار:** مالكو العقارات، مدراء المرافق، إدارات الموارد البشرية
- **المستخدمون النهائيون:** الموظفون، الطلاب، الزوار

يعتمد نجاح مشروع آلات البيع الذاتي على استهداف صناع القرار عند الحصول على المواقع، مع تحسين مزيج المنتجات لتلبية احتياجات المستخدمين النهائيين.

5.5 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياجات: - وصول فوري إلى المشروبات والوجبات الخفيفة - أسعار مناسبة وواضحة - موثوقية عالية وعدم تعطل الآلات - توفر وسائل الدفع غير النقدية

نقاط الألم التي يعالجها النموذج: - عدم توفر متاجر قريبة - محدودية ساعات عمل المقاصف - طوابير الانتظار الطويلة - وسائل دفع غير مريحة

5.6 شخصيات العملاء (نماذج توضيحية)

الشخصية الأولى - خالد (موظف مكتب، 34 سنة) - يستخدم آلة البيع أثناء فترات الاستراحة - يشتري القهوة والوجبات الخفيفة - يقدر الاعتمادية وسرعة الخدمة

الشخصية الثانية - سارة (طالبة جامعية، 20 سنة) - حساسة للسعر - تشتري مشروبات الطاقة والرقائق - تتفاعل مع العروض السعرية

الشخصية الثالثة - راميش (عامل مصنع، 41 سنة) - يستخدم الآلة حسب نظام الورديات - يشتري وجبات مشبعة يوميًا - يعطي أولوية للتوفر المستمر

6. استراتيجيات التسويق والمبيعات المخصصة - الحصول على المواقع، التسعير والنمو

6.1 استراتيجية الدخول إلى السوق

يتبع مشروع آلات البيع الذاتي نموذج B2B2C: B2B - تأمين اتفاقيات تركيب مع مالكي العقارات ومدراء المرافق - B2C: خدمة المستخدمين النهائيين الذين يشترون مباشرة من الآلات

عامل النجاح الأساسي في هذا النموذج هو **جودة اختيار الموقع**.

6.2 استراتيجية الحصول على المواقع (عنصر حاسم)

الفئات المستهدفة من صناع القرار: - مالكو المباني - مدراء المرافق - مدراء الموارد البشرية والإدارة - مدراء العمليات (في المصانع والمستشفيات)

عرض القيمة لمالكي المواقع: - عدم الحاجة لأي استثمار رأسمالي - دخل شهري سلبي (عمولة) - تحسين الخدمات المقدمة للموظفين والزوار - عدم وجود عبء تشغيلي على الموقع

نماذج تقاسم الإيرادات الشائعة:

| النموذج | الوصف |
|-----------------|---------------------------------|
| إيجار ثابت | 20 - 50 ريال عُُماني شهريًا |
| تقاسم الإيرادات | 10% - 25% من المبيعات |
| نموذج هجين | إيجار منخفض + نسبة من الإيرادات |

6.3 إطار عرض التركيب (نص مقترح مبسط)

"نقوم بتركيب وصيانة آلات بيع ذاتي حديثة دون أي تكلفة عليكم. ستحصلون على عمولة شهرية، بينما يتمتع موظفوكم وزواركم بإمكانية الوصول إلى المشروبات والوجبات الخفيفة على مدار الساعة."

6.4 استراتيجية التسعير حسب نوع الموقع

| نوع الموقع | أسلوب التسعير |
|------------|------------------|
| المكاتب | تسعير قياسي |
| المستشفيات | هامش أعلى قليلًا |
| الجامعات | أسعار اقتصادية |
| المصانع | باقات ذات قيمة |
| الأندية | تسعير مميز / صحي |

6.5 استراتيجية العروض وتحسين الأداء

- تدوير المنتجات بطيئة الحركة بشكل شهري
- تقديم أسعار مجمعة للمنتجات عالية الطلب
- تعديل الأسعار بناءً على مستوى الإقبال
- تغيير المنتجات حسب المواسم

6.6 استراتيجية العلامة التجارية

- آلات بعلامة تجارية واضحة وجذابة
- تصميم نظيف واحترافي
- توزيع موحد للمنتجات داخل الآلات
- استخدام رموز QR لتلقي الملاحظات

6.7 استخدام التقنية والبيانات

- تتبع المبيعات لكل آلة
- مراقبة المخزون عن بُعد
- تحليل بيانات الدفع غير النقدي
- لوحات متابعة للأداء التشغيلي

6.8 استراتيجية النمو والتوسع (5 سنوات)

| السنة | التركيز | النتيجة |
|---------------|------------------------|-----------|
| السنة الأولى | إثبات جدوى المشروع | 5 آلات |
| السنة الثانية | زيادة الكثافة بالمواقع | 10-15 آلة |
| السنة الثالثة | توسع إقليمي | 20-25 آلة |
| السنة الرابعة | توسع تشغيلي | 35 آلة |
| السنة الخامسة | ريادة السوق | 50+ آلة |

6.9 إدارة المخاطر والتحكم

- توفير تغطية تأمينية مناسبة
- اختيار مواقع آمنة ومغلقة
- تطبيق صيانة وقائية منتظمة
- توزيع الآلات على مواقع متنوعة لتقليل المخاطر

7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ (نظرة عامة)

| المرحلة | المدة |
|-------------------------|--------------|
| تسجيل النشاط التجاري | 1-2 أسبوع |
| توريد الموردين والآلات | 2-4 أسابيع |
| اتفاقيات المواقع الأولى | 2-3 أسابيع |
| تركيب الآلات | 1-2 أسبوع |
| التشغيل الكامل | الشهر الثاني |

7.2 الخلاصة النهائية

يمثل مشروع آلات البيع الذاتي في سلطنة عُمان نموذج عمل قابل للتوسع، وفَعّال من حيث رأس المال، ويومّر تدققًا نقدياً متوقعًا. ومع حسن اختيار المواقع، وإدارة المخزون المعتمدة على البيانات، والتوسع المرحلي المنضبط، يمكن للمشروع أن يتطور ليصبح شبكة بيع آلي على مستوى السلطنة.