

## ВЕНДИНГ, КАК СОВРЕМЕННАЯ УСЛУГА ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

В статье автором дается глубокий анализ социальной составляющей вендинговой торговли, основанием для которого выступает философия массового потребителя, истории развития конкретной страны или общества. Таким образом, торговля через вендинг-автоматы раскрывается автором не только как четкий, с математической точностью выверенный, но и философский процесс, обусловленный историческими реалиями.

**Ключевые слова:** вендинг-автомат, торговля, рынок, высокая мобильность, компетентность, философия массового потребителя.

Идеальным видом предпринимательства для человека, который не может уделять бизнесу много времени, является вендинг, к тому же это самый простой и быстрый способ начать собственное дело, располагая минимальным капиталом. Надо просто для начала установить в проходном месте вендинговый аппарат.

Торговля через автоматы является высокотехнологичным, рентабельным и высокодоходным бизнесом во всем мире. В Японии, мировом лидере по развитию вендингового бизнеса, один торговый аппарат приходится на 23 человека, в США – на 35. Украинская индустрия автоматизированной торговли только начинает формироваться. У нас в стране один торговый автомат приходится на 3 400 человек. На данный момент рынок Украины можно охарактеризовать как ненасыщенный. Именно поэтому, вендинг является одним из наиболее прибыльных бизнесов [1].

Вендингом называется продажа товаров и услуг при помощи автоматических устройств, принимающих оплату. Сегодня вендинговые автоматы продают горячие и холодные напитки, сигареты, полуфабрикаты, фрукты, овощи, периодическую прессу и многое другое.

Простота модели этого бизнеса делает его особенно привлекательным для начинающих предпринимателей. Однако он будет интересен и опытным бизнесменам в качестве диверсификации вложений. Привлекательность вендингового бизнеса объясняется его успешностью и рентабельностью. Это одна из немногих областей бизнеса, дающих максимум прибыли за минимум времени: вложенный капитал в течение нескольких месяцев оборачивается сотнями процентов. Идеи вендингового бизнеса заведомо рассчитаны на достаточно быстрое развитие. Единственным условием процветания вендинг-бизнеса, конечно же, является известная доля упорства и компетентности владельца. Современные вендинг-машины представляют собой высокотехнологичное оборудование с неограниченными опциями и возможностями, характеризующимися высокой мобильностью. При этом рынок вендинг-автоматов непрерывно растет, изменяется, пополняется более совершенными и экономичными моделями вендинговых машин.

**Актуальность данной работы.** Глобализация экономических процессов, вхождение Украины в мировое экономическое сообщество требуют исследования особенностей организации услуг розничной торговли как важной составляющей национальной экономики в новых для Украины условиях рынка. Как в мире вообще,

так и в Украине в частности розничная торговля динамично развивается, создаёт новые рабочие места, является источником поступления денежных средств и финансовой стабильности государства.

Современный потребительский рынок отличается относительно высокой насыщенностью товарами, соответствующими спросу населения. Динамизм объемов и структуры реализации товаров и услуг постепенно приобретает все более устойчивый характер. Изменяется соотношение магазинных и внемагазинных форм продажи товаров. При этом решающим фактором, стимулирующим прогресс, является минимизация затрат, обеспечивающих процесс доведения товаров до покупателя. В современных экономических условиях значение организации эффективного процесса товародвижения в розничной торговле все больше возрастает. Он выступает одним из главных критериев получения торговым предприятием прибыли и сохранения стабильности в условиях ужесточения конкуренции на рынке, среди коммерческих предприятий и торговых марок, за потребителя [2].

XXI век обязывает к внедрению новых конкурентоспособных технологий в розничной торговле, которые быстро совершенствуются, благодаря привлечению новаторских идей и комплексных решений. Внемагазинная торговля является успешной альтернативой традиционным розничным торговым предприятиям на недоступных и мало привлекательных для торгового бизнеса территориях. Кроме того, для данной формы организации торговли нет необходимости поддерживать дорогостоящую торговую инфраструктуру.

В Украине динамика роста продаж через современные форматы торговли – гипермаркеты, супермаркеты и дискаунтеры – достаточно высока и составляет 11,9% в год. Если рассматривать внемагазинную форму организации торговли, то рост оборота Интернет-торговли составляет около 19% в год, через торговые автоматы – 72%. Эксперты прогнозируют рост рынка вендинга в Украине в 10 раз к 2020 г. – до 2 млрд долл. Развитие услуг вендинга является важнейшим условием дальнейшего повышения производительности труда и культуры торговли [3].

Эффективность вендинговой торговли во многом зависит от правильной ее организации, в том числе и от места установки торгового автомата. Операторские компании для получения лучших мест установки своих автоматов должны будут повышать качество обслуживания, использовать современные и технологичные автоматы. При росте сетей важным станет и сбор статистических данных по объемам общих продаж и по каждому продукту отдельно. В настоящее время вопрос совершенствования услуг вендинга с учётом современных тенденций и требований рынка не проработан ни в теоретическом, ни в практическом аспектах. Исходя из этого, тема данной статьи весьма актуальна [4].

**Основная цель данной работы** заключается в определении направлений повышения эффективности процессов вендинговой торговли с учётом специфики данной формы продаж в современных условиях развития экономики.

В соответствии с выдвинутой целью в работе ставятся и решаются следующие задачи:

- исследование современного состояния услуг розничной торговли в Украине и выявление основных тенденций их развития;
- уточнение классификации розничных торговых предприятий и определение места вендинга в ней;
- обобщение теоретических и практических основ организации вендинговой торговли на основе отечественного и зарубежного опыта;
- выявление преимуществ и недостатков вендинга и перспектив его развития в Украине;

- оценка развития и состояние рынка вендинговой торговли;
- исследование и характеристика потребителей услуг вендинга;
- обоснование путей повышения эффективности организации вендинговой торговли в городских условиях на основе полученных результатов исследования [5].

В результате определились пути повышения эффективности организации услуг вендинга. У этого бизнеса есть несколько крупных преимуществ, повышающих его привлекательность для бизнесменов. Во-первых, если нужно открыть ресторан или даже просто поставить торговый лоток, то придется получить миллион разных разрешений. А при организации вендинга ничего не надо. Нет никакой отчетности, никаких фискальных бумаг. В законодательстве пока в отношении торговли через торговые автоматы – брешь. Во-вторых, начинать этот бизнес достаточно просто. Если есть какой-то минимальный стартовый капитал, то можно прямо сегодня купить несколько торговых автоматов, расставить их – и дело начато. Не нужны ни склады, ни офисы – ничего из того, что обычно необходимо при организации торгового бизнеса.

И трудовых затрат поначалу тоже фактически никаких. Это практически идеальный вариант для мелкого семейного бизнеса. 10 торговых автоматов спокойно может обслуживать один человек. Посещать автомат, чтобы заполнить, например, картами экспресс-оплаты, нужно, в зависимости от объемов продаж, раз – два в неделю. В вендинге, как и в любом торговом бизнесе, основным критерием является объем продаж. Никакие другие показатели, кроме объема продаж, не оказывают сильного влияния на рентабельность этого бизнеса. Зарплата персонала, аренда офиса, транспортные расходы (в разумных пределах, конечно) – все это вторично [6].

Чтобы обеспечить высокие объемы продаж, автоматы нужно устанавливать в правильных местах. Так, автоматы для торговли картами экспресс-оплаты разумно устанавливать в таком месте, где должно быть много взрослых и финансово обеспеченных людей, пользователей мобильной связи; должно быть много молодежи (молодежь очень любит пользоваться такими автоматами); желательно, чтобы ротация людей была небольшая (люди должны успевать привыкнуть к торговому автомату и освоиться с ним); поблизости не должно быть специализированных магазинов сотовой связи, хотя это не обязательно; угроза умышленной порчи автомата (так называемый вандализм) должна быть минимальна [5].

Идеальное место для установки торгового автомата – большой офис с постоянным притоком посетителей или крупный магазин. Здесь будет неуклонное нарастание потребления. Кто-то может десять раз пройти мимо торгового автомата и ничего не купить. Но при этом он будет видеть, что другие пользуются автоматом. И через какое-то время этот человек обязательно решится тоже. И ему, конечно, понравится. А через пару недель он уже будет «завсегдатаем».

Аэропорт – тоже весьма привлекательное место для установки торгового автомата. Сейчас самолетами летают в основном люди обеспеченные и продвинутые. К торговому автомату надо привыкнуть. Хотя все в автомате устроено просто и понятно, но непривычно. Торговый автомат не только исключает негативное влияние человеческого фактора (ошибки в работе, невнимательность, усталость, недобросовестность продавцов), но и является рекламным носителем, способствует привлечению внимания потенциальных покупателей [7].

Представленная работа содержит следующие результаты исследования вендинговой торговли в Украине.

1. Розничная торговля – активно развивающаяся сфера, по темпам роста обгоняющая многие отрасли народного хозяйства. По вкладу в ВВП розничная торговля занимает одно из первых мест. Состояние розничной торговли в значительной мере определяется макроэкономическими показателями социально-экономического развития

страны. Курс на интенсивное развитие экономики, характерный для современной Украины, способствовал повышению темпов роста розничной торговли, благодаря чему эта сфера деятельности стала очень привлекательной для инвестиций отечественных и зарубежных компаний.

2. За последние 10 – 15 лет существенным образом изменилась структура розничной торговли. В ней появились предприятия современных форматов (гипермаркеты и супермаркеты, дискаунтеры) наряду с традиционными магазинами и мелкорозничной торговлей, в том числе «пешеходной зоны доступности». К числу инноваций в торговле следует отнести и появление предприятий с новыми формами обслуживания и, в частности, автоматизированной торговли. Многие из этих инноваций являются перспективными направлениями совершенствования розничной торговли [2].

3. Развитие внемагазинных форм организации продажи товаров, с одной стороны, обуславливается эволюцией самой торговой практики, а с другой – все более масштабным проникновением в быт потребителя разнообразных средств технического прогресса. Выбор магазинной или внемагазинной формы розничной торговли зависит главным образом от условий продажи, наличия специального оборудованного стационарного здания или его части, предназначенного для продажи или оказания услуг покупателям, его оснащенность торговыми подсобными и административными помещениями. Предложенная классификация розничных предприятий позволяет определить место каждого предприятия, что дает возможность распределить предприятия по родственным признакам.

4. Для стадии зрелости характерен рост прибыли за счет повышения эффективности организации процессов, снижения издержек, повышения инновационного уровня бизнеса, достижения высокого уровня консолидации отрасли с доминированием современных форматов в условиях высокого уровня конкуренции и большого разнообразия форматов. Системная организация объектов розничной торговли должна опираться не только на рациональную дифференциацию магазинов, но и на развитие внемагазинных форм продажи товаров [8].

5. Сети торговых автоматов широко распространены в большинстве стран мира, по данным ряда аналитиков в настоящий момент работает порядка 25 000 000 торговых автоматов, и их количество продолжает расти. Связано это со следующими факторами: усиливающаяся конкуренция брендов и неизбежный поиск новых инструментов продвижения, стремление потребителей получать товары рядом со своим рабочим местом или домом, растущая стоимость рабочей силы и стремление оптимизировать затраты на персонал, совершенствование автоматов и расширение спектра предлагаемых продуктов [9].

6. Услуги вендинга представляют собой мелкорозничную продажу товаров или оказание услуг с помощью нестационарных автоматизированных систем, в том числе посредством торговых автоматов.

Процесс продажи осуществляется по образцам на основе полного самообслуживания круглосуточно, при этом ассортимент реализуемых товаров должен обладать определенным набором свойств. В ходе исследования выделены следующие признаки классификации торговых автоматов: вид торгового наполнителя, ассортимент товаров, принцип работы, способ представления товаров, способ выдачи товаров, способ установки, количество секций, условия установки, условия эксплуатации, период работы. В настоящий момент основной сегмент рынка торговых автоматов надежно удерживает кофейное оборудование.

7. Сегодня вендинг развивается как альтернативный канал розничных продаж. Зарубежный опыт развития вендинговой торговли подтверждает перспективность данного направления. Мировыми лидерами вендинга являются США, Япония, среди

европейских стран – Германия. По результатам изучения зарубежного опыта развития услуг вендинга выявлены перспективные направления развития данного сектора в мире: безналичная система оплаты покупки; распространение системы удаленного мониторинга за торговыми автоматами; забота о здоровье посредством здорового питания; рост объемов продажи цельного молока через автоматы [10].

8. Рынок вендинговой торговли в Украине находится на начальном этапе развития, что обуславливает неплохие перспективы при эффективной организации процессов торговли. Наибольшее количество торговых автоматов установлено в учебных заведениях и торговых центрах, при этом основное направление развития автоматизированной торговли – это приготовление и продажа кофе. Темпы развития вендинговой торговли невысокие, причиной этого является неготовность покупателей и предпринимателей использовать торговый автомат как альтернативный канал распределения товаров. Основной проблемой в повышении эффективности является невысокое качество обслуживания покупателей, что формирует отрицательный имидж вендинга в целом.

9. Развитие торговли через автоматы является важнейшим условием дальнейшего повышения производительности труда и культуры торговли. Эффективность вендинговой торговли во многом зависит от правильной ее организации, в том числе и от места установки автомата. Предложенная система эффективной организации вендинговой торговли включает три взаимосвязанных элемента, в основе которых лежат основополагающие эффективности процесса: качество наполнителей и ингредиентов; качество торгового автомата, его месторасположение; качество обслуживания, т.е. эффективная деятельность оператора. Эффективная организация процессов вендинговой торговли позволит оператору снизить сроки окупаемости автоматов и операционные расходы, повысить доходность бизнеса и адекватно реагировать на изменения конъюнктуры рынка. Наиболее сложным и критическим моментом при эффективной организации вендинговой торговли является правильное место размещения торгового автомата. Предложенный алгоритм действий при выборе места установки торговых автоматов позволит определить и обосновать оптимальное месторасположение автоматов, оценить факторы, влияющие на эффективность выбранного места установки [11].

**Выводы.** Современный вендинг – это не только перспективный и прибыльный вид предпринимательства, но и настоящая гонка технологий. Специалисты создают настоящие произведения искусства, делая из обычного вендингового оборудования максимально привлекательный и функциональный объект. Именно на внешний вид аппаратов вендинг делает сегодня большую ставку. Ведь многие потребители могут воспользоваться торговым автоматом исключительно из интереса. Совершенствование конструкции и модернизация программного обеспечения невероятно популяризируют вендинг и ставят его на ступень выше в бесконечной гонке за идеальным бизнесом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бизнес идея – вендинг [Электронный ресурс] : описательный сайт. – Режим доступа к сайту : <http://goldruble.ru/>
2. Золотницкий А.Р. Теория и практика вендинга / А.Р. Золотницкий // ЭКО. – 2004. – № 7.
3. Лицо современного торгового автомата [Электронный ресурс] : описательный сайт. – Режим доступа к сайту : <http://www.e-vending.ru/>
4. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии / Стрелец И.А. – М. : Эксмо, 2003. – 256 с.
5. Полушина Е. Как ускорить окупаемость автоматов / Е. Полушина [Электронный ресурс] // «Vendingbusiness» – информационно-аналитическое и рекламное издание. – 2008. – № 4. – Режим доступа : <http://www.vendingbusiness.ru/>
6. Аванесов Ю.А. Основы коммерции / Ю.А. Аванесов, А.Н. Клочко, Е.В. Васькин. – М. : ТОО Люксарт, 2008. – 176 с.

7. Вендинг. Что такое вендинг и история вендинга. EVend / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.evend.ru/subarea/view/47>
8. Чигарин Т.Г. Энциклопедия вендинг-бизнеса 2005 – 2011 / Т.Г. Чигарин [Электронный ресурс] // e-Журнал о вендинг-бизнесе. – Режим доступа : URL : <http://www.e-vending.ru>
9. Дион Дж. Розничная торговля : Как открыть собственный магазин / Дж. Дион ; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 211 с.
10. Статистика рынка товаров и услуг / [Под ред. И.К. Беляевского]. – М. : Финансы и статистика, 2005. – С. 137.
11. Иванова М.А. Торговля через автоматы: мифы и реальность / М.А. Иванова // ЭКО. – 2006. – № 2.

*Д.І. Бобков*

**Вендинг, як сучасна послуга торгівлі в Україні**

У статті подається глибокий аналіз вендингової торгівлі, в основі якого знаходиться філософія масового користувача, а також історія розвитку окремої країни чи суспільства. Таким чином торгівля через вендинг-автоматизується автором не тільки як чіткий, лаконічний, але й соціально-філософський процес, що обумовлений історичними умовами розвитку.

**Ключові слова:** вендинг-автомат, торгівля, ринок, висока мобільність, компетентність, філософія масового користувача.

*D.I. Bobkov*

**Vending as Modern Services Trading in Ukraine**

In the article the author gives a deep analysis of the social component of the vending trade, which is the basis for the mass consumer advocates the philosophy, the history of a particular country or society. Thus, the trade through vending machines is revealed not only as a clear, aligned with mathematical precision, but also the philosophical process, due to the historical realities.

**Key words:** vending machine, trade, market, high mobility, competence, philosophy mass consumer.

*Стаття поступила в редакцію 10.04.2014.*