

РОЗВИТОК ВЕНДИНГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах глобальних змін розвиток вендингового бізнесу або продаж товарів через торгівельні автомати стрімко розвивається в усьому світі. В Україні вендингова діяльність є відносно молодою та перспективною галуззю бізнесу. Продаж товарів чи надання послуги через автомати відрізняється значними перевагами для покупців як в простоті та зручності використання, так і в можливості придбати необхідний товар чи отримати послугу, не змінюючи свого маршруту та не витрачаючи багато часу. Відповідно власники отримують великі прибутки у відносно короткий період та швидко окупність автоматів. Розвиток послуг вендингу є найважливішою умовою подальшого підвищення продуктивності праці та культури торгівлі. Експерти прогнозують зростання ринку вендингу в Україні в 10 разів до 2020 року до 2 млрд. дол. США [6].

Вендинговий бізнес як і будь-яка міжнародна діяльність обумовлює необхідність існування ефективного механізму регулювання. Оскільки в Україні вендинг відносно молода галузь бізнесу, законодавство поки що не достатньо регулює ринок вендингових послуг.

Ринок вендингу України починаючи з 2000 року стрімко розвивається та останніми роками перейшов період сталого розвитку [5], (рис. 1.):

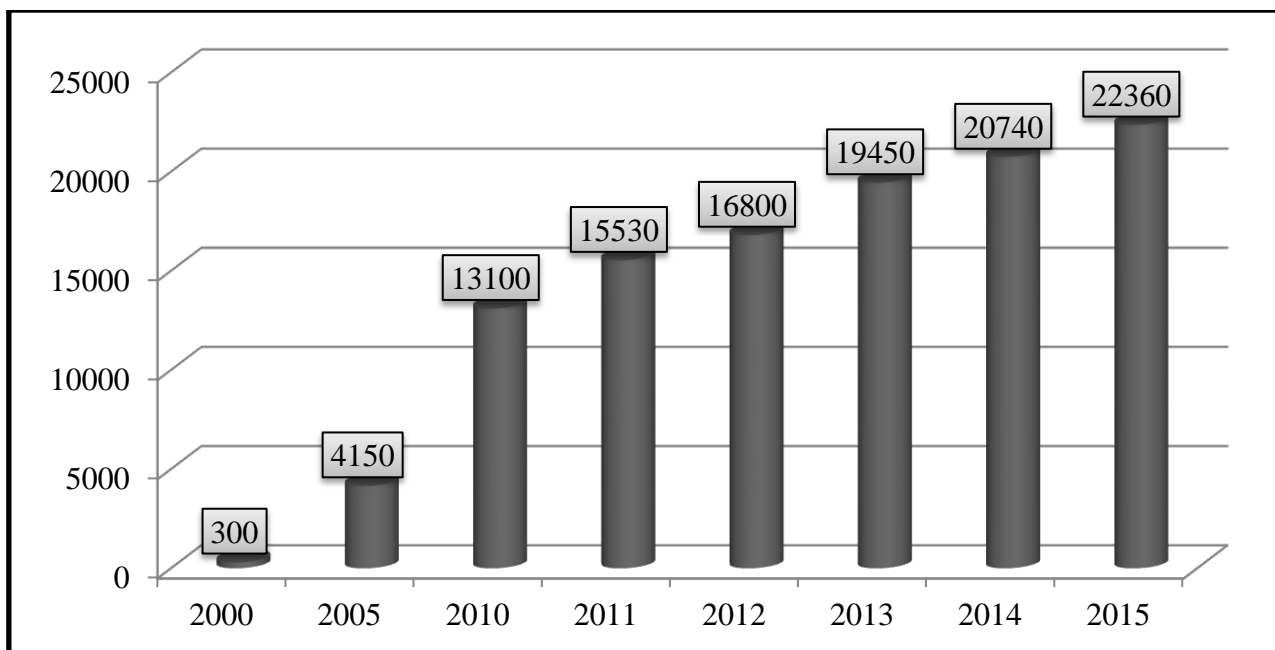


Рис. 1. Динаміка вендингового ринку України в період 2000-2015рр., (тис дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Асоціації вендингового бізнесу.

Потрібно відмітити, що темпи зростання розвитку вендингової діяльності в Україні сповільнилися у порівнянні з початком двотисячних років, але, вони одні з найбільш інтенсивних у Європі. Зростання відбувається не лише за рахунок

загального збільшення кількості торгівельних автоматів у операторів, а й за рахунок появи автоматів [5].

За об'єктами продажу вендинг-ринок поділяється на:

а) автомати з продажу товарів (холодні напої в банках і пляшках, гарячі і холодні напої на розлив, штучний товар, гарячі страви, поп-корн, засоби особистої гігієни, презервативи, фасований корм для тварин, газети, карти передоплати);

б) автомати з продажу послуг (музичні автомати, фотоавтомати, копіювальні автомати, автомати пральні і сушильні, більярдні столи-автомати, дитячі ігрові автомати тощо), [2, с.82].

В умовах сьогодення на ринку вендингових послуг переважають вітчизняні компанії та приватні підприємці. Основними користувачами торгівельних автоматів є студенти, державні службовці, дрібні клерки, офісні працівники. Понад 10% доводиться на керівників. Левій частці відвідувачів (майже 80%) ще не виповнилось 40 років, понад 25 % доводиться на підлітків, з них майже 10% - на дітей до 16 років [5].

За регіональним розподілом більшими темпами вендинговий ринок розвивається у м. Києві, містах-мільйонниках: Дніпропетровську, Харкові, Львові та у туристичних центрах. Спроби встановлювати вендингові апарати в малих містах чи селищах були поки безуспішними. Але у великих містах все менше залишається місць для їх встановлення, а їх рентабельність поступово знижується за рахунок конкуренції. Проте поки на ринку з'являються нові торгівельні автомати, які також стають популярними серед споживачів.

Нове покоління вендингового обладнання піднімає планку якості сервісу, дозволяючи оперативно забезпечувати більш високоякісне обслуговування клієнтів-покупців, що в свою чергу вимагає підвищення вкладення ресурсів. Для обслуговування нових автоматів потрібні більш навчені працівники, техніки, інженери. Для розстановки автоматів у нових точках потрібні вмілі агенти, які зможуть продемонструвати іншій стороні всі кращі якості автомата. Вимоги операторів і власників до автоматів як торговому обладнанню ростуть, і виробники слідують запитам покупців: торгові автомати розвиваються, стають не просто надійнішими, естетично привабливими, але й більш багатосторонніми та практичними [4].

Свого найбільшого розповсюдження в Україні отримали платіжні термінали та автомати з продажу гарячих напоїв – кава, чай, тощо. Їх популярність пояснюється тим, що платіжні термінали практично не потребують обслуговування, достатньо тільки збирати виручку та поповнювати автомат папером для чеків, а гарячі напої завжди користуються популярністю, особливо в місцях з великим потоком людей – торгівельні та офісні центри, підземні пішохідні переходи, адміністративні будівлі [1, с.38].

До найпоширеніших місць розташування торгівельних автоматів в Україні, відносять: офісні та торгівельно-розважальні центри; вокзали; метрополітени; аеропорти; супермаркети, магазини роздрібною торгівлі та АЗС; навчальні заклади; лікарні; промислові підприємства; інші (підземні переходи, зупинки та місця великого скупчення людей).

За групами популярності товарів в Україні вендингові автомати поділяються:

Таблиця 1

Об'єм українського ринку вендингових автоматів в 2015 році

Назва торговельного автомату	Кількість (шт.)
Кавові	32 тис.
Платіжні термінали	20 тис.
Продаж холодних напоїв в банках	1,5 тис.
Снекові	1 тис.
Масажні вендинг-крісла	700
Продаж бахіл	400
Фреш-автомати	150
Розважальні та сувенірні	90
Фотокіоски та фотокабіни	80
Копіювальні автомати	50
Інші (музичні, пральні, термінали підзарядки телефонів, тощо.)	150

Примітка. Складено автором за даними Асоціації вендингового бізнесу.

Найвідомішою та найбільшою компанією, що виробляє інгредієнти для вендингу є Nestle. Також на ринку присутні продукти ICS (Нідерланди), Prinsen (Голландія), VendIn (Італія), російський виробник «Алмафуд». Частки компаній, що виробляють інгредієнти для вендингового ринку України є результатом експертної оцінки ринку й дають тільки загальне представлення про ринок інгредієнтів у силу закритості багатьох компаній (рис. 2.):

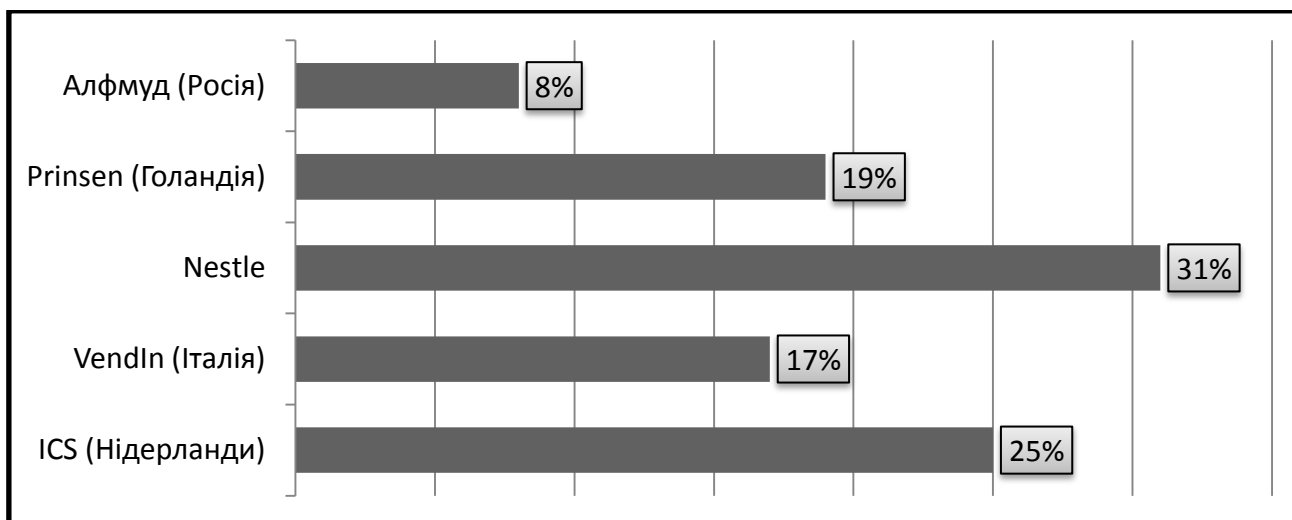


Рис. 2. Компанії, що виробляють інгредієнти для вендингового ринку України, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Асоціації вендингового бізнесу.

На українському ринку торговельних автоматів, діють усього два оператори-постачальники автоматів: київські компанії ТОВ «Національний оператор торговельних автоматів» і ПП «Kavomatu». Великі продавці побутової техніки та торговельного обладнання також продають торговельні апарати, але в них, як правило, відсутні «автоматні» сервісні підрозділи.

Український ринок вендингу вважається одним з найперспективніших. Однак китайський ринок, в сенсі перспектив і «надій» виробників, явно лідирує. Пов'язано

це з багатьма факторами. По-перше, розвиток українського вендингу було і є в руках приватників, по-друге, відкриття нового бізнесу, особливо малого, в Україні пов'язане з багатьма ризиками. Китайський же ринок отримує свій розвиток з підтримки держави і великих транснаціональних компаній. Держава намагається підтримувати вітчизняного виробника і розвиток вендингу є частиною розвитку інфраструктури міст. На китайському ринку присутня більше число місцевих виробників, ніж в Україні, які активно працюють на експорт. В Україні вендинг не отримує такої підтримки держави, як в інших країнах [3, с.84].

Таким чином, з упевненістю можна сказати, що розвиток вендингу в Україні вражає, з кожним днем ринок автоматів збільшується і успішно розвивається. Уподобання споживачів теж змінюються, і люди вже без перестороги ставляться до нового виду продажу товарів та послуг. В найближчому майбутньому український ринок автоматів все більше буде нагадувати ринки інших індустріально розвинених країн.

До основних змін, що сталися на ринку вендингу в Україні, фахівці відносять: зростання професіоналізму у провідних операторів, підвищення інтересу до вендингу у виробників прохолодних напоїв, готовність учасників ринку і споживачів платити за якість продукції, активне поширення вендингу в регіонах.

Список використаних джерел:

1. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротанпринт, 2013.- 241с.

2. Майорова Т., Маркітан О., Стукало О. Перспективи розвитку вендингу в Україні: Науковий вісник ОНЕУ. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2015. – № 1 (221). – 216 с.

3. Побоченко Л.М., Артемоненко В. В. Зарубіжний досвід розвитку вендингового бізнесу// Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: Економіка, право, політологія, туризм: зб. наук. праць. – К.: Вид-во «НАУ-друк», 2014. – Вип. 1. – С.82-90.

4. Офіційний сайт журналу «Вендинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.infovend.ru>.

5. Офіційний сайт Асоціації вендингового бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vendingukraine.com.ua/>.

6. Офіційний сайт Всесвітньої Вендингової Асоціації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rnva>.