

## ИССЛЕДОВАНИЕ ВЕНДИНГОВОЙ ТОРГОВЛИ КАК ИНСТРУМЕНТА КОММУНИКАЦИОННОЙ И РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМ

Т. С. Богданович

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель А. А. Овсянникова

В современном мире в деятельности предприятий нельзя быть консерваторами, необходимо постоянное совершенствование и развитие фирмы, чтобы побеждать в конкурентной борьбе и при этом иметь положительные результаты своей деятельности. Исходя из этого изучение вендинговой торговли как инструмента коммуникационной и распределительной систем является достаточно актуальной темой для анализа.

Результат исследования начнем с научной трактовки понятия вендинг.

Вендинг – это вошедшее в русский язык английское слово, которое означает розничную торговлю через торговые автоматы.

В широком понимании, вендинг – это построение автоматной сети (вендинг-сети) и сопутствующие ему сферы – поставка наполнителя для автоматов и ремонт оборудования, оказание услуг по развитию бизнеса.

В 215 г. до н. э. александрийский математик Герон написал учебник «Пневматика», который описывал первый торговый автомат. Понятно, что это был очень примитивный автомат, но в нем за бронзовую монету можно было купить священную воду, и собственно отличий от современных аналогов было не так уж и много: монета закидывалась в автомат, падала на рычаг, который и открывал под создавшимся давлением клапан. Клапан, открывал «доступ» к воде, и она выливалась в сосуд.

Первые автоматические устройства, созданные для уличной торговли, в Белоруссии появились достаточно давно. Назвать автоматы, торгующие газированной водой с сиропом и без, началом развития рынка вендинга в Белоруссии, конечно же, нельзя, однако сама идея получения прибыли от торговли без использования наемного труда продавца понравилась и запомнилась многим будущим предпринимателям.

Торговля через торговые автоматы является высокотехнологичным, рентабельным и высокодоходным бизнесом во всем мире. Сегодня вендинг развивается как альтернативный канал розничной продажи.

Регулирование торговли через автоматические устройства в Белоруссии осуществляется согласно закону «О торговле». По определению, указанному в данном законе, торговые автоматические устройства относятся к передвижным средствам разносной и развозной торговли, а торговая сеть, в которую входят вендинговые устройства, является мелкорозничной торговой сетью.

По оценкам западных экспертов, вендинговый бизнес только формируется и является привлекательным для коммерческой деятельности. Это доказывает статистика: рынок Беларуси не насыщен даже на 5 %. К примеру, в Европе в среднем на один вендинговый торговый автомат приходится 134 человека, а в Беларуси этот показатель в 1000 раз больше.

По мнению отечественных и зарубежных экспертов, продажа и установка вендинговых торговых автоматов являются одним из самых перспективных сегментов белорусского рынка на ближайшие три года. Здесь рост доходов компании может составить от 100 до 500 % в год при правильной организации бизнеса. Выигрывает

тот, кто начинает этот бизнес быстрее. Ключевым двигателем успеха в вендинг-бизнесе в ближайшее время будет возможность получения доступа к выгодным местам размещения. Другие факторы, такие как конкуренция, насыщенность рынка и запросы покупателя на нынешнем уровне развития индустрии пока играют второстепенную роль.

Положительные стороны вендинговой торговли:

- простота финансовой схемы – торговля через вендинговые торговые автоматы организуется без установки кассового аппарата, на основе упрощенного налогообложения;
- достаточно иметь лицензию на розничную торговлю – установка торговых вендинговых автоматов не требует получения специальных разрешений;
- низкая стоимость обслуживания – для обслуживания 10-ти автоматов достаточно одного оператора, который осуществляет загрузку кофе и других составляющих;
- техническая простота установки – малая площадь, обычное электропитание;
- мобильность бизнеса – торговые автоматы мобильны и могут легко перемещаться, если объем продаж упал и точка становится не перспективной;
- отсутствие затрат на рекламу – вендинговый аппарат рекламирует сам себя;
- не нужен отдельный офис, магазин или складские помещения – для обслуживания небольшого количества автоматов;
- способность работы в круглосуточном режиме.

Вендинг-бизнес начинают с определения дохода с торговых автоматов, который напрямую связан с местами их установки. Поэтому правильной будет начать с подготовки.

Необходимо в первую очередь присмотреть места для установки автоматов и провести предварительные переговоры с владельцами площадей (если нет собственных).

Также нужно определиться, какие автоматы необходимы и в каком количестве – все это решается, исходя из начального капитала и количества потенциальных мест для установки автоматов. Также понадобятся деньги на товар, которым будут торговать автоматы, и средства на всевозможные текущие расходы.

В Республике Беларусь вендинговую деятельность осуществляют следующие лица:

Частные лица – торговые автоматы не требуют специального разрешения на установку или лицензирования. Автоматы просты в обслуживании и на первоначальном этапе, не требуют больших капиталовложений. Поэтому любой человек – от служащего до домохозяйки – может заниматься вендингом.

Организации – владелец организации может повышать свой доход, а также повысить качества сервиса обслуживания клиентов и создать своим сотрудникам более комфортные условия работы, установив у себя торговые автоматы.

Предприниматели – в мировой практике существуют сотни компаний, владеющие целой сетью торговых автоматов и приносящие огромный доход.

В Японии автоматы играют главную роль в сфере продаж. Количество таких машин в стране – 5,6 млн (1 автомат на 23 жителя). Объем рынка – около 60 млрд дол. США (самый большой в мире). Среди европейцев больше всех торговыми автоматами пользуются немцы. В Германии количество вендинговых аппаратов составляет более 2 млн, в Великобритании данная цифра составляет 500 тыс. ед.

Ежегодный рост объемов вендинг-бизнеса приблизительно 10 % – общемировая тенденция.

В ходе исследования поставлена задача выяснить, как воспринимают жители торговлю посредством вендоров (автомат по продаже штучного товара).

Данное исследование предполагается проводить на рынке кондитерских изделий Калининковского хлебозавода.

В ходе маркетингового исследования установлена 98%-я покупаемость кондитерских изделий.

Что касается отношения потребителей к продаже через автомат с едой, то дети положительно отнеслись к данному методу продажи товара. Среди респондентов старше 20 лет положительно к вендинговой торговле отнеслись 80 % ответивших.

Следовательно, имеет место говорить о целесообразности данного бизнеса даже в небольших городах.

Вендинговые аппараты на сегодняшний день приобретают не только функцию распределения и доведения товара до потребителя, но и играют немаловажную роль для поддержания имиджа предприятий, которые используют данный вид торговли.

Многие предприятия, которые реализуют данные аппараты, предоставляют дополнительные услуги, в частности нанесение рекламных материалов непосредственно на сам вендинговый аппарат, что сделали вендоры современным средством коммуникаций.

Рассмотрим возможные услуги, которые предоставляют вендинговые компании на примере предприятия «Ин-Юнион»:

- установка и обслуживание кофейных и снековых автоматов;
- продажа кофейных и снековых автоматов;
- гарантийное обслуживание;
- предоставление оборудования в аренду.

Как правило, аренда предусматривает последующий выкуп оборудования, если арендатор удовлетворен результатом работы вендоров.

Стоимость аренды вендоров будет напрямую связана со стоимостью оборудования, среднестатистическим сроком окупаемости, ежемесячной доходностью, его востребованностью (арендная плата не входит в цену автомата).

Аренда действительно удобна для тех, кому нужны торговые автоматы на время, например, на время проведение выставки, какого-то события, когда автоматы используются как сервис.

Успех вендинговой индустрии в условиях рыночных отношений зависит от определенных условий. Таковыми являются:

- 1) достаточно высоко оплачиваемый труд продавцов в конкретной стране;
- 2) наличие значительного количества пешеходов с наличными деньгами в условиях отсутствия высокого уровня преступности (в противном случае торговые автоматы будут приманкой для хулиганов и воров);
- 3) распространенность традиционного метода отоваривания – по пути домой;
- 4) приемлемый уровень госконтроля за продажами определенных продуктов, продаваемых в торговых автоматах.

В результате исследования вендинговой торговли как инструмента коммуникационной и распределительной систем можно сделать вывод: вендинговая торговля является относительно новым и перспективным видом коммерческой деятельности в Беларуси. Это подтверждается статистическими данными и данными исследования.

Упрощенная финансовая схема, низкая стоимость обслуживания вендинговых аппаратов, мобильность бизнеса, отсутствие потребностей в рекламе делают этот бизнес привлекательным для всех социальных слоев населения. Также вендинговая торговля может заинтересовать крупные предприятия легкой промышленности и малые предприятия, занимающиеся производством товаров народного потребления.