

## ВЕНДІНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ КАНАЛ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

### VENDING AS AN ALTERNATIVE CHANNEL OF RETAIL TRADE

УДК 339.13.017

<https://doi.org/10.32843/infrastruct41-29>**Хурдей В.Д.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри економіки,  
підприємництва та управління  
підприємствами  
Дніпровський національний університет  
імені Олеся Гончара  
**Сітенко Н.Ю.**  
Дніпровський національний університет  
імені Олеся Гончара

**Khurdei Viktoriia**

Oles Honchar Dnipro National University

**Sitenko Natalia**

Oles Honchar Dnipro National University

У статті розглянуто сутність та особливості організації вендингового бізнесу. З'ясовано, що започаткувати вендинговий бізнес досить легко порівняно з іншими формами ведення власної справи, а розвинена мережа вендингових автоматів цілком здатна забезпечувати власника бізнесу високим та стабільним доходом. Визначено, що вендінг є окремим напрямом підприємницької діяльності, а не лише засобом автоматизації роздрібних продажів. Виявлено перспективи розвитку вендингового обслуговування населення в Україні. Визначено завдання для досягнення мети вендингового бізнесу та етапи впровадження вендингового бізнесу. Визначено, що ефективність вендингової торгівлі багато в чому залежить від правильної її організації, в тому числі і від місця установки торгового автомата. Виокремлено основні переваги вендингу. Таким чином, торгівля через вендинг-автомати розкривається авторами як чіткий, вивірний та ефективний бізнес.

**Ключові слова:** вендінг, вендинговий автомат, торгівельні апарати, вендингова торгівля, вендинговий ринок.

В статье рассмотрены сущность и особенности организации вендингового биз-

неса. Выяснено, что начать вендинговый бизнес достаточно легко по сравнению с другими формами ведения собственного дела, а развитие сети вендинговых автоматов вполне способно обеспечить собственника бизнеса высоким и стабильным доходом. Определено, что вендинг является отдельным направлением предпринимательской деятельности, а не только средством автоматизации розничных продаж. Выявлены перспективы развития вендингового обслуживания населения в Украине. Определены задачи для достижения цели вендингового бизнеса и этапы внедрения вендингового бизнеса. Определено, что эффективность вендинговой торговли во многом зависит от правильной ее организации, в том числе и от места установки торгового автомата. Определены основные преимущества вендинга. Таким образом, торговля через вендинг-автоматы раскрывается авторами как четкий, выверенный и эффективный бизнес.

**Ключевые слова:** вендинг, вендинговый автомат, торговые аппараты, вендинговая торговля, вендинговый рынок.

*Vending is a type of retail, the essence of which is the sale of goods and services through automated systems (vending machines (vendors) or terminals). Today, as practice shows, the concept of "vending" is little known, although almost everyone is a client of such a business. So, research on vending trade is extremely important for both the Ukrainian business (businessmen) and consumers (market segment). Namely, vending is a new, but at the same time, a successful and profitable type of business that involves the trading of goods and services through vending machines or vendors. The vending trade market in Ukraine is at an early stage of development, which provides good prospects for the growth of the vending business. Today in the domestic market the dynamics of sales growth through modern trade formats: hypermarkets, supermarkets, and discounters are quite high and amount to 11.9% per year. Considering this form of sales, the growth of Internet commerce turnover is about 19% per year, through vending machines – 72%. Despite the weak development of this business in Ukraine, the analysts of the Vending Business Association predict a steady growth of this segment in line with global trends. Experts predict the rapid growth of the vending market in Ukraine through a free market niche of 95%. The market potential is evaluated at 300,000 vending machines. In the world, it is estimated that by 2021 the number of vending machines will be 24 million units. The attractiveness of the vending business is explained by its success and profitability. This is one of the few areas of business that makes the most of the profits in the least amount of time: over several months, invested capital turns hundreds of percent. The ideas of the vending business are designed for quite rapid development. The only condition for the prosperity of the vending business is a certain proportion of the owner's tenacity and competence. There are the essence and peculiarities of the organization of the vending business in this article. It's found out that it's quite easy to start a vending business, compared to other forms of doing your own business. And a developed network of vending machines is fully capable to provide its owner with a high and stable income. It's determined that vending is a separate line of business, not just a means of automation of retail sales. Prospects of development of vending service of the population in Ukraine are revealed. The tasks for achieving the purpose of the vending business and the stages of implementation of the vending business are defined. It's determined that the effectiveness of vending trade largely depends on its proper organization, including the location of the vending machine. The main advantages of vending are highlighted. So, trading through vending machines is revealed by the authors as a clear, validated and effective process.*

**Key words:** vending, vending machine, vending trade, vending market.

**Постановка проблеми.** Технічний та інноваційний прогрес у більше проникає в процеси торгівлі. У сучасному світі вже нікого не здивувати інтернет-магазинами, продажем товарів на замовлення, за зразками, доставкою додому тощо. Товари реалізують у магазинах індивідуального обслуговування і самообслуговування, в кіосках, торгових точках та інших пунктах торгівлі. Останнім часом усе популярнішими стають пункти торгівлі, в яких торгівля здійснюється за допомогою спеціального обладнання або приладів – торгових автоматів.

Вендінг (англ. vending от англ. vend – торгівля через автомати) – це продаж товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем. Вендінг

набув широкого розповсюдження у світі як зручний і не досить вимогливий спосіб вести торгівлю або надавати послуги. Вендінг має різні напрями і практично доречний у всіх комерційних сферах і галузях життя суспільства [1].

У XXI сторіччі мережі торгових автоматів поширені в більшості країн світ. За даними низки аналітиків, зараз працює близько 25 млн торгових автоматів, і їх кількість продовжує зростати, що пов'язано зі: зростаючою конкуренцією брендів та неминучим пошуком нових інструментів просування товарів і послуг, прагненням споживачів отримувати товари поруч зі своїм робочим місцем або будинком, зростаючою вартістю робочої сили і прагненням оптимізувати витрати на персонал,

удосконаленням автоматів і розширенням спектру пропонованих продуктів.

Послуги вендингу є дрібно-роздрібним продажем товарів або наданням послуг за допомогою нестационарних автоматизованих систем, у тому числі за допомогою торгових автоматів. Нині питання вдосконалення послуг вендингу з урахуванням сучасних тенденцій і вимог ринку є не досить опрацьованими в теоретичному та практичному аспектах.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питання впровадження сучасних форм організації торгівлі знайшли відображення у дослідженнях таких науковців, як О.М. Азарян [2], В.А. Гросул [3], М.А. Іванова [1], А.А. Мазаракі [5], А.Р. Золотицький [10] та інші.

**Постановка завдання.** Метою статті є викладення результатів дослідження стосовно доцільності впровадження вендингу та забезпечення ефективності функціонування вендингового бізнесу.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

У сучасних економічних умовах значення організації ефективного процесу руху товару в роздрібній торгівлі все більше зростає, він швидко вдосконалюється завдяки залученню новаторських ідей і комплексних рішень, адже виступає одним із головних критеріїв отримання торговим підприємством прибутку та забезпечення конкурентоздатності в умовах посилення боротьби за споживача.

Вендинг – це різновид роздрібної торгівлі, сутністю якого є продаж товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем (торговельних автоматів (вендорів) або терміналів). Сьогодні, як показує практика, поняття «вендинг» маловідоме, хоча практично кожна людина є клієнтом такого бізнесу. Тому дослідження вендингової торгівлі є надзвичайно важливим як для українського бізнесу (бізнесменів), так і для споживачів (сегменту ринку). Тобто вендинг – це новий, але водночас успішний і прибутковий вид бізнесу, що передбачає торгівлю товарами і послугами через торгові автомати (вендори).

Перші вендинг-машини з'явилися ще в ХІХ столітті в США і були зосереджені на торгівлі продуктами харчування [7]. Нині торгові автомати користуються високим попитом, у світовому масштабі 7 із 10 людей щодня купують товари і послуги за допомогою вендингових автоматів. У Японії, світовому лідері з розвитку вендингового бізнесу, на один торговий апарат припадає 23 особи, в США – 35 осіб, а в Україні – 3400 осіб, тобто українська індустрія автоматизованої торгівлі тільки починає формуватися, і натеper ринок України можна охарактеризувати як ненасичений, насичення ринку становить 3–5%.

Згідно з даними Vendoved, у світі станом на кінець 2016 року налічувалося понад 18 млн автоматів. Іще влітку 2002 року у Манчестері відкрили

перший в країні автоматичний супермаркет, де було представлено 150 найменувань товарів.

Нині у США понад 35% торгових автоматів встановлено на промислових підприємствах, 27% – в офісах, 9% – у навчальних закладах, приблизно по 5% припадає на готелі, ресторани і лікарні, 12% розміщено в публічних місцях. Обсяг вендингу становить близько 25 млрд доларів. За даними Міністерства праці США, одна вендинг-машина щогодини приносить своєму власнику в середньому 70,58 доларів. Лідерами продажів є прохолодні напої (28,2% – 6,86 млрд доларів) і цукерки (24,9% – 6 млрд доларів).

В Японії вендинговий бізнес кожного року процвітає високими темпами – автомати відіграють чи не найголовнішу роль у сфері продажів. Кількість таких машин в країні становить 5,6 млн автоматів. Найбільшу частку становлять автомати з продажу напоїв (близько 2,6 млн автоматів). Обсяг ринку – близько 60 млрд доларів (найбільший у світі).

Згідно зі звітом Європейської вендингової асоціації за 2018 рік, у Європі налічується понад 4 млн торгових машин-автоматів, оборот яких сягає майже 20 млрд доларів на рік. На думку аналітиків, цей показник зростає щорічно на 5–10%. Серед європейців найбільше торговими автоматами користуються у Німеччині (понад 2 млн автоматів).

Ринок вендингової торгівлі в Україні перебуває на початковому етапі розвитку, що зумовлює непогані перспективи для росту вендингового бізнесу. Сьогодні на вітчизняному ринку динаміка зростання продажів через сучасні формати торгівлі, такі як гіпермаркети, супермаркети і дискаунтери, досить висока і становить 11,9% в рік. Якщо розглядати цю форму продажів, то зростання обороту інтернет-торгівлі становить близько 19% в рік, через торгові автомати – 72% [8].

Незважаючи на слабку розвиненість цього бізнесу в Україні, аналітики Асоціації вендингового бізнесу прогнозують постійне зростання цього сегменту відповідно до світових тенденцій. Експерти прогнозують стрімке зростання ринку вендингу в Україні через вільну ринкову нішу на 95%. Потенціал ринку оцінюється на рівні 300 тис. торгових автоматів. А у світі прогнозується, що до 2021 року кількість вендингових автоматів становитиме 24 млн одиниць.

На ринку торгових апаратів представлено широке розмаїття: автомати, що продають гарячі і холодні напої, цигарки, напівфабрикати, фрукти, овочі, періодичну пресу та багато іншого, але, незважаючи на широкий асортимент, близько половини продажів припадає на категорію кавомашин та платіжних терміналів. В Україні найбільшу кількість торгових автоматів встановлено у навчальних закладах і торгових центрах, при цьому основний напрям розвитку автоматизованої

торгівлі – це приготування і продаж кави. Темпи розвитку вендінгової торгівлі невисокі, причиною цього є неготовність покупців і підприємців використовувати торговий автомат як альтернативний канал розподілу товарів.

Вендінгові технології в Україні не тільки претендують на роль повноцінної альтернативи звичним формам роздрібної торгівлі, громадського харчування, а й можуть активно використовуватися брендами для нестандартної комунікації зі споживачами, залучення їх до споживання своєї продукції. Крім того, вендінгові технології стають додатковим каналом просування бренду.

Статистика показує, що більшість операторів вендінгу – малі та середні підприємці. Цей вид бізнесу дуже привабливий для підприємців-початківців тим, що в більшості малих та мікропідприємств оптової та роздрібної торгівлі кадровий склад представлений самим власником або мінімумом найманого персоналу: лише 9% підприємств мають понад 20 найманих працівників, 52% підприємств – 5 і менше найманих працівників, 16% підприємств ведуть бізнес власними силами [11]. Однак вендінг буде цікавий і досвідченим бізнесменам як напрям диверсифікації вкладень, адже комбінування й установка в єдиному просторі автоматів із різними товарами і послугами дає змогу виходити за межі одиничних точок продажів і пропонувати споживачеві комплексні рішення.

Привабливість вендінгового бізнесу пояснюється його успішністю і рентабельністю. Це одна з небагатьох сфер бізнесу, що дають максимум прибутку за мінімум часу: вкладений капітал протягом декількох місяців обертається сотнями відсотків. Ідеї вендінгового бізнесу розраховані на досить швидкий розвиток, єдиною умовою процвітання вендінг-бізнесу є певна частка завзятості і компетентності власника.

Продаж товарів і послуг за допомогою автоматичних пристроїв є ідеальним видом підприємництва для людини, яка не може приділяти бізнесу багато часу, маючи в своєму розпорядженні мінімальний капітал. Сучасні вендінг-машини являють собою високотехнологічне обладнання з необмеженими опціями і можливостями, що характеризуються високою мобільністю (рис. 1).

Основні проблеми вендорів в Україні: висока вартість орендованої площі, неякісне обслуговування апаратів і неякісна продукція. Якщо першу проблему вирішити важко, залишається лише шукати адекватних орендодавців, то дві інші вирішуються просто – установкою системи моніторингу, яка повідомляє вендору про порушення в графіку або неправильне дозування, а також співпрацею з вузькоспеціалізованими компаніями. Ще однією проблемою у підвищенні ефективності є невисока якість обслуговування покупців, що формує негативний імідж вендінгу загалом.

Доцільно виділити переваги вендінгового бізнесу, які підтверджують перспективність та привабливість цього бізнесу.

1. Відсутність бар'єрів для входу в вендінговий бізнес. Немає ніякої звітності, ніяких фіскальних паперів. У законодавстві щодо торгівлі через торговельні автомати – прогалина. Починати цей бізнес досить просто. Якщо є якийсь мінімальний стартовий капітал, то можливо купити кілька торгових автоматів, розставити їх – і справа розпочато. Не потрібні ні склади, ні офіси, нічого з того, що зазвичай необхідно під час організації торгового бізнесу. І трудових витрат спочатку теж фактично немає ніяких. Це практично ідеальний варіант для дрібного сімейного бізнесу. Одна людина може спокійно обслуговувати 10 торгових автоматів. Відвідувати автомат, щоб заповнити, наприклад, картами експрес-оплати, потрібно, залежно від обсягів продажів, один-два рази на тиждень. Торговий автомат не тільки виключає негативний вплив людського фактору (помилки в роботі, неуважність, втома, несумлінність продавців), але і є рекламним носієм, сприяє залученню уваги потенційних покупців.

2. Процес продажу здійснюється за зразками на основі повного самообслуговування цілодобово, при цьому асортимент реалізованих товарів повинен володіти певним набором властивостей.

3. Безготівкова система оплати покупки; поширення системи віддаленого моніторингу за торговими автоматами.

Послідовність входу у вендінговий бізнес відзначається простотою (табл. 1).

У вендінгу, як і в будь-якому торговому бізнесі, основним критерієм є обсяг продажів. Ніякі

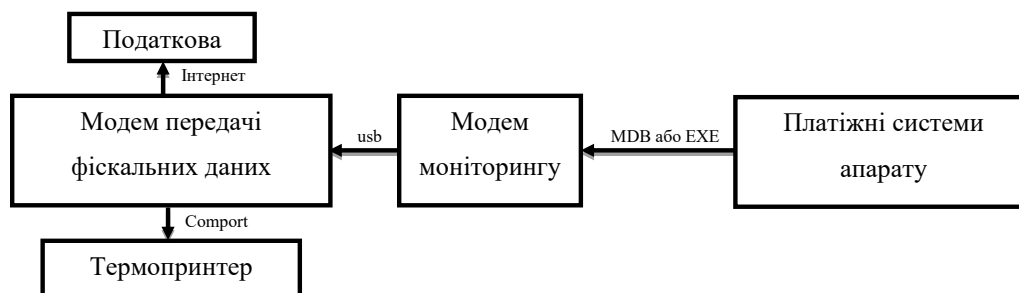


Рис. 1. Схема роботи вендінгового апарату

Етапи впровадження вендінгового бізнесу

Етап	Зміст етапів
1	Отримання дозволу на роздрібну торгівлю
2	Оренда (або використання власних) площ, близько 0,5 м <sup>2</sup> (оренда в торгових центрах і на вулицях міст (Київ, Харків, Дніпро, Одеса) у середньому, становитиме 100 доларів на місяць, у регіонах – дешевше) з розеткою змінного струму або аналогічною їй близькою розводкою
3	Купівля (800–10 000 дол.) або оренда (60–120 дол. на місяць) автомата, його додаткових складників
4	Придбання і заповнення автомата товарами або інгредієнтами для них
5	Регулярна перевірка працездатності автомата і забезпеченість його товарним або інгредієнтним асортиментом

інші показники, крім обсягу продажів, не роблять сильного впливу на рентабельність цього бізнесу. Зарплата персоналу, оренда офісу, транспортні витрати (в розумних межах, звичайно) – все це вторинне, проте для розвитку послуг вендінгу важливою умовою є підвищення продуктивності праці і культури торгівлі.

Також ефективність вендінгової торгівлі багато в чому залежить від правильної організації, в тому числі і від місця розміщення торгового автомата. Так, автомати для торгівлі картами експрес-оплати розумно встановлювати в такому місці, де має бути багато дорослих і фінансово забезпечених людей, користувачів мобільного зв'язку; має бути багато молоді (молодь дуже любить користуватися такими автоматами); бажано, щоб ротація людей була невелика (люди повинні встигати звикнути до торгового автомата й освоїтися); загроза навмисного псування автомата (так званий вандалізм) повинна бути мінімальна.

Ідеальне місце для установки торгового автомата – великий офіс із постійним припливом відвідувачів або великий магазин. Тут буде неухильне зростання споживання. Хтось може десять разів пройти повз торговельний автомат і нічого не купити. Але при цьому він буде бачити, що інші користуються автоматом. І через якийсь час ця людина обов'язково наважиться теж. До торговельного автомата треба звикнути. Хоча все в автоматі влаштовано просто і зрозуміло, але незвично. Операторські компанії для отримання кращих місць розміщення своїх автоматів повинні підвищувати якість обслуговування, використовувати сучасні і технологічні автомати. За зростання мережі торговельних автоматів важливим є збір статистичних даних щодо обсягів загального продажу і кожного продукту окремо.

Отже, започаткувати вендінговий бізнес досить легко порівняно з іншими формами ведення власної справи, а розвинена мережа вендінгових автоматів цілком здатна забезпечувати власника вендінгового бізнесу високим та стабільним доходом.

#### Висновки з проведеного дослідження.

Вендінговий бізнес продовжує зростати як у натуральному так і в кількісному вимірі. Паралельно з цим продовжується й регіональна експансія.

Отже, на перше місце у переліку конкурентних переваг виходить логістика та оптимізація мережі. Тому оптимізація маршрутів та підготовка персоналу в майбутньому будуть відігравати важливу роль у побудові великих вендінгових мереж.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Словарь Linguee. URL: <https://www.linguee.com/english-russian> (дата звернення 10.03.2020).
2. Азарян О.М. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку. Донецьк: Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2012. 404 с.
3. Гросул В.А. Методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі. *Бізнес інформ.* 2017. № 10 (477). С. 252–259. URL: [https://www.business-inform.net/pdf/2017/10\\_0/titul.pdf](https://www.business-inform.net/pdf/2017/10_0/titul.pdf) (дата звернення 10.03.2020).
4. Іванова М.А. Торгівля через автомати: міфи та реальність. *ЕКО.* 2016. № 2. С. 12–17.
5. Мазаракі А.А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2012. 384 с.
6. Офіційний сайт Асоціації вендінгового бізнесу. URL: <http://www.vending.com.ua/> (дата звернення 06.03.2020).
7. Вік вендингу. URL: <https://vkusologia.ru/> / (дата звернення 06.03.2020).
8. Стрілець І.А. Нова економіка та інформаційні технології, М: Ексмо. 2003. 263 с.
9. Обличчя сучасного торгового автомата. URL: <http://www.e-vending.ru/> (дата звернення 05.03.2020).
10. Золотницький А.Р. Теорія і практика вендингу. *ЕКО.* 2010. № 7.
11. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.03.2020).

#### REFERENCES:

1. Slovar' Linguee. [Dictionary Linguee]. Available at: <https://www.linguee.com/english-russian> (accessed 10 March 2020).
2. Azarian O.M. (2012) Vnutrishnia torhivlia: rehionalni aspekty rozvytku. [Domestic trade: regional aspects of development]. D: Donets. nats. un-t ekonomiky i torhivli im. M. Tuhun-Baranovskoho, Ukoopspilka, pp. 404.
3. Hrosul V.A. (2018) Konkurentospromozhnist torhovelnogo pidpriemstva. [Competitiveness of a trad-



ing company]. Available at: [https://www.business-inform.net/pdf/2017/10\\_0/titul.pdf](https://www.business-inform.net/pdf/2017/10_0/titul.pdf) (accessed 10 March 2020).

4. Ivanova M.A. (2016) Torhivlia cherez avtomaty: mify ta realnist. [Trading through vending machines: myths and reality]. EKO. vol. 2, pp. 12–17.

5. Mazaraki A.A. (2012) Torhovelne pidpriemstvo: stratehiia, polityka, konkurentospromozhnist. [Trading enterprise: strategy, policy, competitiveness]. K: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. 384 p.

6. Ofitsiinyi sait Asotsiatsii vendinhovoho biznesu. [The official site of the Vending Business Association]. Available at: <http://www.vending.com.ua/> (accessed 10 March 2020).

7. Vik vendynhu. [The vending age]. Available at: <http://vkusologia.ru/> (accessed 06 March 2020).

8. Strilets I. A. (2003) Nova ekonomika ta informatsiini tekhnolohii. [New Economics and Information Technology]. M: Eksmo. pp. 263.

9. Oblychchia suchasnoho torhovoho avtomata. [The face of a modern vending machine]. Available at: <http://www.e-vending.ru/> (accessed 05 March 2020).

10. Zolotytskyi A. R. (2010) Teoriia i praktyka vendynhu. [Vending theory and practice]. EKO. vol. 7.

11. Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy. [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 06 March 2020).