

УДК 658.6:640(477)

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ВЕНДІНГУ В УКРАЇНІ

І.Я. Мендела

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

У статті проаналізовано особливості готельного вендінгу, закордонний досвід використання торговельних автоматів, переваги їх роботи в готелях.

Ключові слова: вендінг, вендінгові автомати, вендінг-бізнес, вендори, готельний вендінг, чинники готельного вендінгу.

Вступ. В Україні готельний бізнес є одним з перспективних. Проте, щоб залишатися лідером на ринку готельних послуг, необхідно щодня втілювати в життя новинки даного ринку. На даний момент існує відносно новий інноваційний перспективний вид бізнесу – це вендінгові автомати. Дослідження показують, що за кордоном практично кожна п'ята покупка здійснюється через торговий автомат і це приносить великі прибутки. Щодня в світі з'являються тисячі нових торгових автоматів, які можуть використовувати у своїй діяльності готельні комплекси.

На сучасному етапі головним завданням для України є вихід на світовий ринок із наданням готельних послуг, які б відповідали світовим стандартам, зокрема, з використанням вендінг-бізнесу. В Україні з кожним днем стає все більше різноманітних вендінг-автоматів та зростають обсяги продаж через них. Звичайно, наша країна розвивається в цій сфері дещо повільніше, ніж закордонні держави, але в цьому і полягає перспектива даного бізнесу: постійний розвиток, удосконалення, постійна робота, оборот, постійний прибуток, дохід. До теперішнього часу вже сформувалися певні правила вендінг-бізнесу, закони його успіху та перспективи розвитку.

Однак, питання конкурентоспроможності готелів на світовому ринку, їх по-

стійна недозавантаженість і стаціонарний перелік додаткових послуг, недостатність механізмів стратегічного управління, негативно відбилися на розвитку готелів навіть у тих регіонах, які для цього мають сприятливі умови. В цьому напрямку повинна реалізовуватися політика готельних закладів, набувши необхідний досвід у використанні торгових автоматів. А це, в свою чергу, вимагає створення такої системи вендінгової торгівлі, яка була б доступна для гостей готелю та забезпечувала б їх потреби, необхідними додатковими послугами на рівні світових стандартів.

Постановка проблеми. У зв'язку з цим постає питання використання торгових автоматів готельними комплексами в своїй діяльності, які б забезпечували набір додаткових послуг готелю і проводили ефективну прибуткову діяльність у ринкових умовах господарювання. Крім того, установка торговельних апаратів в готелі – це «новинка» як для гостей, так і персоналу, механізми продаж товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем залишаються важливими питаннями в процесі стратегічного управління готельними комплексами в регіонах України. Тому актуальним є стрімкий розвиток готельного вендінгу по всьому світу і в Україні, який ґрунтується на інноваційних засадах управління готельним бізнесом. Усе це характеризує особливу актуальність і практичну значимість дослідження проблем просування вендінгових послуг у сфері готельних послуг в умовах розвитку конкурентного середовища.

Питання становлення, розвитку й управління вендінговим бізнесом розглядалися Д. Денисовим, А. Золотницьким, М. Івановою, Ю. Кернасюком, Р. Образцовим, І. Дахно, С. Чернецьким, О. Шумаком, Ч. Ханна, а також вендінговими компаніями такими як «Простобанк Консалтинг», «S.I.Trade», «Vending unipay system», «Авангард», «Карбон», «The Hanna Group», «Allvend».

Тому, зважаючи на невелику зазначену кількість праць при дослідженні проблем впровадження вендингових апаратів готельними комплексами, основною **метою** є моніторинг управління готельними закладами на основі впровадження вендингового бізнесу у сучасних умовах господарювання. Так як вендинг набув широкого поширення за кордоном та зарекомендував себе як зручний і не дуже вимогливий спосіб вести торгівлю або надавати послуги, то існує можливість застосування даного виду бізнесу готельними комплексами і в Україні.

Результати дослідження.

Вендинг – це напрямок бізнесу, у якому продаж товарів або надання послуг здійснюється за допомогою автоматизованих систем (торгівельних автоматів, автоматів для побутового обслуговування, розважальних автоматів, терміналів для оплати послуг тощо) [2].

Готельний вендинг – це явище нове для української економіки, оскільки цей вид бізнесу на ринку послуг України з'явився порівняно нещодавно.

Розвиток торгових автоматів на сьогодні просто вражає. Вимоги вендорів до автоматів як до торговельного устаткування зростають, і виробники йдуть відповідно до запитів покупців даних послуг: торгові автомати розвиваються, стають непрості надійнішими, естетично привабливими, викликають все більший інтерес, але й стають багатобічними і практичними, легкими у використанні, а їх діяльність викликає однозначний успіх у споживача.

Проаналізувавши ринок і вивчивши історію виникнення вендингового бізнесу в світі бачимо, що основним поступом вперед є моніторинг даних послуг. Вказана мережа торговельних автоматів також приносить додатковий дохід до основного виду бізнесу.

Поширені в західних країнах вендингові автомати поступово завойовують і сектор України. Вказаний вид роздрібно тор-

гівлі ще недостатньо вивчений на теренах України і тому не всі із заохоченням встановлюють торговельні автомати. Власникам готелю необхідно займатися вендингом не тільки в широкому його розумінні, а й заради позитивного іміджу і створення всестороннього сервісу для гостей готелю.

При виборі готельного вендингу для власника готелю необхідно керуватися наступними чинниками:

- Розмір як населеного пункту, в якому розташований готель, так і «зірковість» готелю;
- Вичення потреб гостей готелю;
- Аналіз місць майбутньої установки і співставлення рентабельності, прибутковості;
- Автомат обслуговує всіх однаково незалежно від статусу гостя;
- Не завжди 100 % завантаженість готелю;
- Готель 5-зірковий – вендинг орієнтований на послуги персоналу;
- Ефективне використання загальних площ готелю;
- Зниження витрат на оплату праці;
- Відсутність потреби в рекламі і просуванні бізнесу;
- Робота автомату цілодобова;
- Використання POS-терміналів для автоматів;
- Можливість створення вендингової кімнати тощо.

Для власника вендингового автомату на території готелю необхідно враховувати наступне:

- Наявність в даному закладі конкурентів;
- Можливість розвитку суміжних напрямів вендингу;
- Досвід вендинг-операторів;
- Аналіз вторинного ринку торговельних автоматів;
- «Зірковість» готелю;
- Рентабельність експлуатації автомату;
- Використання різних видів вендинг-бізнесу;

- Вибір готівкових чи безготівкових автоматів;
- Елементарність установаження та підключення;
- Відсутність потреби в спеціальних знаннях для ведення бізнесу;
- Відсутність потреби в продавцях, магазині, складі;
- Строк роботи торговельного автомату;
- Можливість диверсифікації діяльності;
- Подальше інтенсивне розширення як у фізичному, так і в якісному плані.

Вендинговий бізнес складається з експлуатації та використання торговельних автоматів, які мають можливість продавати певний товар або надавати певний вид послуг, та здатні самостійно приймати гроші. Як наслідок, торговельні автомати мають можливість 24 години на добу виконувати свої обов'язки, задовольняючи потреби споживачів, що є позитивний моментом їхньої роботи як для самих вендорів, так і покупців. Вендори, які утримують торговельний автомат, повинні тільки наповнювати його яким-небудь певним товаром, надати можливість безпечного його використання та вилучати гроші, отримавши при цьому непоганий прибуток. Склалося так, що донедавна в Україні вендингові автомати пропонували споживачеві тільки гарячі та охолоджені напої. Але в світі з розвитком технічного прогресу практично щодня з'являються тисячі нових торгових автоматів, які пропонують своїм споживачам велику кількість товарів або/і послуг, з кожним днем зростає продаж через них. У свою чергу, необхідно відзначити, що сучасні торговельні автомати, є високотехнологічними і надійними пристроями та щохвилини обслуговують багатьох покупців по всьому світу. Вендинговий бізнес, природно перспективний напрямок бізнесу на сьогодні: постійний розвиток, постійна робота, постійний прибуток. Інвестувавши кошти в торговельні автомати, готелі можуть сподіватися на постійний попит даного виду послуг та додатковий прибуток.

Найбільш важливими «стратегічними об'єктами» є місця з високою прохідністю, приміщення, де люди проводять тривалий час. За цими критеріями готелі ідеально підходять для партнерських відносин з вендинговими операторами. Звичайною практикою для європейських готелів є виділення площі під вендинговий острівець, де цілодобово функціонують різні торгові апарати, а в залежності від потреб власника готелю – і можливість створення вендингової кімнати.

Для 5-зіркових готелів вендинг може бути актуальний виключно в підсобних приміщеннях, орієнтований на послуги для персоналу. Вважається, що вендинг не відповідає рівню якості послуг у готелях даної категорії і негативно позначається на іміджі зіркового готелю.

Досвід ряду країн показує, що найбільш цікаві два варіанти використання торгових автоматів в готелях:

- Створення вендингових кімнат – середніх автоматизованих кафе. Приватне володіння стимулює роботу та відповідальність, і гості можуть у будь-який час самостійно скористатися послугами такого кафе.
- Установка автоматів в холі готелю. Найчастіше таким чином встановлюються автомати з продажу холодних напоїв. Головне – зрозуміти, що хочуть майбутні покупці в конкретному місці установки автомату.

Вендинг має відмінні перспективи. Вся історія розвитку бізнесу показує, що вендинг – це майбутнє роздрібною торгівлі та роздрібних послуг.

Основними перевагами торгівлі через автомати є [1]:

- технічна простота установки: мала площа, яку вони займають, звичайне електроживлення, магістральне (автономне) водопостачання;
- незначні витрати на обслуговування: в цьому випадку власник торговельного автомату може спокійно здійснювати

завантаження автомату та інкасацію (це досить важливий момент, оскільки вартість робочої сили має стійку тенденцію до зростання);

- можливість не використовувати касові апарати і застосувати спрощену систему оподаткування, обліку і звітності;
- незначні ремонтно-експлуатаційні витрати в перші роки експлуатації;
- чималий термін використання.

Комплекс, що одержав робочу назву Мах-eBar, здобув популярність серед гостей готелю завдяки зручності використання. Звичайно автомати, які входять у комплекс, мають дизайн, стилізований під інтер'єр місця, куди вони встановлюються. Автомати мають дуже широку «спеціалізацію». Вони продають як вже звичайні каву і снеки, так і нові напрямки товарів, які ще зовсім недавно складно було уявити в автоматах, – DVD-диски, гігієнічні принадлежности, сувенірну продукцію тощо. Автомати розосереджуються по всьому готелі. Наприклад, кілька автоматів встановлюються в холі готелю, а більша частина розставлена на поверхах, для підвищення зручності для гостей [3].

Власники невеликих готелів завдяки цій розробці істотно заощаджують на установці в кожному номері мінібарів та компактних холодильників.

Ще однією новинкою, яку можна застосовувати в готельній індустрії є використання мобільного телефону в якості кредитної картки.

Концерн Visa зробив анонс нової платіжної системи, випробування якої нещодавно почалися. Суть нового способу оплати, що розробляє Visa, полягає в тім, що в якості платіжної картки виступає мобільний телефон. За безпеку між одержувачем платежу та телефоном відповідає спеціальна мікросхема. Цей чип забезпечує захищений бездротовий зв'язок на дуже малу відстань.

Існує ще досить цікавий сервіс, що розрахований на застосування в готелях, мо-

телях, пансіонатах, будинках відпочинку тощо. Зміст цієї розробки в тому, що вона представляє собою мережу постійно діючих торговельних автоматів, але для оплати в яких, крім звичайних грошей припускається використання спеціальної картки, що видається мешканцю готелю. Картка, крім того, що є магнітним ключем до двері номеру в готелі, дозволяє також сплатити за покупку в автоматі, тобто сума грошей за покупку в автоматі зараховується на рахунок мешканця та оплачується при виселенні [3].

Також гостям готелю можна запропонувати торговельний автомат для продажу золота та інших дорогоцінних металів. Автомат повністю функціональний і будь-який бажаний може придбати в ньому золото в пластинах по одному, п'ять та десять грамів, а також золоті монети. Такий вид вендингу може бути цікавий для більш «зіркових» готелів.

Для інших готелів можна запропонувати автомат, який продає гарячу піцу, але від початку і до кінця самостійно її готує.

Вендинг-послуги – це масажний вендинг, фото-вендинг, автомати для чищення взуття, платіжний вендинг та багато інших його видів, які можна використовувати в готельному бізнесі.

Отже, перспективним місцем для вендингу є місця масового скупчення людей, тобто готелі. Тут гарантований постійний рівень прохідності, автомати захищені від вандалізму.

Висновки. В Україні з кожним днем стає все більше різноманітних нових удосконалених торговельних вендингових автоматів та з кожним днем зростає продаж через них. Звичайно, наша країна розвивається в цій сфері дещо повільніше, ніж закордонні держави, але в цьому і полягає перспектива даного бізнесу: постійний розвиток, постійна робота, постійний прибуток. До теперішнього часу вже сформувався правила вендинг-бізнесу, закони його успіху, якими необхідно користуватися в цьому виді бізнесу.

На наш погляд, основними тенденціями розвитку ринку вендингу буде його подальше інтенсивне розширення як у фізичному, так і в якісному плані, особливо застосування вендингу у готельному бізнесі.

Література

1. Дахно І.І. Зовнішньоекономічний менеджмент. Навч. посіб. / І.І. Дахно, Г.В. Бабіч, В.М. Барановська та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 568 с.
2. Вендинг у Львові: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lviv-vending.at.ua/>
3. Електронний журнал про вендинг «Вендинг-online»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vending-m.com.ua/>

Mendela I. Ya. RECENT TRENDS IN THE HOTEL VENDING IN UKRAINE. *The features of the hotel vending, the international experience of using vending machines, advantages of their work in hotels are analysed in the article.*

Keywords: vending, vending machines, vending business, vendors, hotel vending, hotel vending factors.

Мендела И.Я. НОВЕЙШИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ВЕНДИНГА В УКРАИНЕ. *В статье проанализированы особенности гостиничного вендинга, зарубежный опыт использования торговых автоматов, преимущества их работы в гостиницах.*

Ключевые слова: вендинг, вендинговые автоматы, вендинг-бизнес, вендоры, гостиничный вендинг, факторы гостиничного вендинга.