



УДК 339.371.24

© М. М. Третьяков, А. В. Рудецкая, 2009

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Третьяков М. М. – д-р экон. наук, проф. завкафедрой «Маркетинг и коммерция», тел.: (4212) 37-52-29, e-mail: info@khstu.ru (ТОГУ); *Рудецкая А. В.* – ас. кафедры «Логистика и коммерция», тел.: (4212) 78-34-43, e-mail: rudetskay@yandex.ru (ХГАЭП)

В условиях внедрения новейших конкурентоспособных технологий автоматизированная розничная торговля является перспективным направлением бизнеса, который приносит стабильный доход при небольших капиталовложениях. Анализ особенностей организации продаж посредством торговых автоматов позволит оптимизировать процессы автоматизированной торговли и, тем самым, повысить её доходность.

Under conditions of introduction of the most innovative competitive technologies the automated retail trade is promising direction in business which brings in a stable income with a small capital investments. The analysis of peculiarities of sales organization by means of vending machines will allow optimizing the processes of the automated trade and thereby increasing its profitability.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, розничная торговля, автоматизированная торговля, торговый автомат.

Под автоматизированной розничной торговлей понимается мелко-розничная продажа товаров или оказание услуг с помощью автоматизированных систем, в том числе посредством торговых автоматов.

Как показывает зарубежная практика, автоматизированная торговля является высокорентабельным бизнесом. В Японии ежегодный оборот компаний, осуществляющих продажу через торговые автоматы, составляет 28 млрд долл, в США – 45 млрд долл., в Европе – 30 млн евро [1]. В России этот вид бизнеса находится пока на начальном этапе развития, хотя само понятие автоматизированной торговли для нашей страны не ново. В 1960-е годы появилось понятие «автоматторг». Посредством торговых автоматов в советское время осуществлялась продажа напитков, подсолнечного масла, бутербродов, газет, продавались билеты на общественном транспорте, предоставлялись населению бытовые услуги, а также услуги по размену монет, предоставлению телефонной связи и др. В настоящее время, учитывая, что отечествен-

ный рынок автоматизированной торговли значительно отстаёт от уровня, которого достигли развитые страны Европы, Азии и Северной Америки, можно спрогнозировать динамичный рост данного вида бизнеса в России.

Учитывая практику осуществления розничных продаж посредством торговых автоматов можно выделить преимущества автоматизированной торговли. Преимущества для покупателей: быстрота покупки; доступность, т. е. удобное месторасположение и возможность круглосуточной работы торгового автомата; гигиеничность покупки; относительно низкие цены. Преимущества для предпринимателей: техническая простота установки и обслуживания аппаратов; процесс продажи осуществляется без участия продавца; достаточно быстрая окупаемость торгового автомата (в среднем 11–14 месяцев); большой срок использования машин; высокая мобильность бизнеса.

Наряду с очевидными преимуществами автоматизированной торговли существуют риски развития данного бизнеса, основными из которых являются вандализм, изменение условий установки аппарата, изменение законодательного регулирования.

На сегодня можно выделить следующие направления автоматизированной розничной торговли:

- продажа продовольственных товаров;
- продажа непродовольственных товаров;

В основе эффективной организации автоматизированной торговли лежат три составляющие:

- качество наполнителей и ингредиентов;
- качество торгового автомата, его месторасположение;
- качество обслуживания, т. е. эффективная деятельность оператора.

Для организации продаж через торговые автоматы в первую очередь необходимо обозначить предмет торговли, а именно сам товар или наполнитель для автомата. На сегодняшний день перечень наполнителей для торговых автоматов достаточно широк, а благодаря постоянному развитию современных технологий, будет расширяться и далее. В принципе продавать через автоматы можно все что угодно. Все зависит от специфики и посетителей места. Для систематизации информации выделены следующие классификационные признаки наполнителей торговых автоматов: принадлежность к товарной группе, необходимость использования упаковки.

Классификация наполнителей для торговых автоматов:

1. В зависимости от принадлежности к товарной группе:
 - продовольственные товары (снеки, горячие и холодные напитки, попкорн, жевательная резинка и др.);
 - непродовольственные товары (игрушки, печатные издания, предметы личной гигиены, контрацепция, бахилы, диски и др.).
2. В зависимости от физического состояния товара и необходимости использования упаковки:
 - упакованные, неупакованные;



– жидкие, твёрдые.

Направление автоматизированной торговли, которое зависит от предмета продажи, оказывает влияние на выбор торгового автомата. Чтобы называться торговым автоматом, аппарат должен осуществлять следующие операции:

Первое – принимать денежные средства.

Второе – выдавать товар.

Третье – работать независимо от человека, кроме времени его заполнения и ремонта.

Рынок данного вида бизнеса постоянно растёт. Причем не только в количественных показателях, но повышается и качество торговых автоматов. Они становятся более совершенными, компьютеризированными, за счёт чего растёт и их эффективность. Современные модели торговых автоматов очень экономно тратят электроэнергию, могут оснащаться встраиваемым GSM-модулем, посредством которого владелец бизнеса или персонал в любой момент может узнать о запасе ингредиентов в автомате или получить отчет о выручке, не покидая рабочего места, принимать к оплате кредитные карты и т. д.

В зависимости от принципа работы выделяют электронные и механические торговые автоматы. Электронные автоматы работают от сети, их основой являются электронные платежные системы. Электронные автоматы могут быть оснащены банкнотоприемником, электронным монетоприемником, кредитоприемником. Механический автомат работает без электроэнергии, за счет физического воздействия со стороны покупателя. Это может быть поворот ручки монетоприемника, нажатие кнопки или рычага. Механические автоматы просты в обслуживании и эксплуатации, не требуют специальных навыков для работы с ними. Кроме того, отличаются более низкой стоимостью по сравнению с электронными аналогами. Если для электронных машин специалисты называют начальную сумму в 30–40 тыс. долл. США (10–20 единиц оборудования), то для механических машин эта сумма составит 3–4 тыс. долл. США (также 10–20 единиц оборудования) [1].

В зависимости от периода работы выделяют сезонные и постоянные автоматы. В зависимости от ассортимента продаваемых товаров торговые автоматы можно разделить на специализированные и комбинированные.

Помимо торговых автоматов к оборудованию для автоматизированной торговли относятся: пластиковая посуда (стаканчики), аксессуары (размешиватели, капсулы и пр.), самоклеющаяся пленка для оформления торговых автоматов. Последняя позволяет помимо основной торговой функции автомата выполнять и рекламную функцию. Торговые автоматы фактически являются носителями рекламы как на самом корпусе (брендинг), так и на используемых для напитков стаканах.

Важным моментом в организации автоматизированной торговли является месторасположение торгового автомата. При выборе конкретного места установки аппарата нужно руководствоваться следующими факторами:

- размер населенного пункта,
- развитие торговой инфраструктуры;
- проходимость места;
- контингент потенциальных потребителей;
- наличие конкурентов, наличие и степень развития смежных направлений вендинга;
- опыт вендинг-операторов в соседних населенных пунктах (области, субъекте);
- доступ к электросети, водоснабжению.

Можно выделить определенную последовательность действий при выборе места установки торгового автомата. Прежде всего, необходимо принять во внимание зону тяготения покупателя, которая определяется расстоянием от магазина, организации, где предполагается поставить автомат, до места проживания или прохождения на работу (с работы) клиентов. Учитывая большую насыщенность розничными торговыми точками всех районов города, необходимо рассчитывать, в основном, только на тех клиентов, которые могут находиться от данного места в радиусе, равном 400-800 метров. Для планирования размещения аппаратов необходимо нанести на карту района все действующие торговые точки аналогичного профиля, включая рынки, лари и прочее, а также маршруты движения транспорта и реальные маршруты движения пешеходов. Далее следует оценить количество людей, проживающих в этом районе, число, тип и размер расположенных поблизости предприятий, количество приезжающих на работу из других районов города. Также необходимо учесть информацию об автоматах, установленных конкурентами в данном районе. По итогам анализа определяется потенциальное число клиентов, которые будут пользоваться услугами терминала. Целесообразно выделить несколько возможных вариантов размещения киосков и провести объективное сравнение их между собой.

Анализ мест будущей установки и сопоставление рентабельности, прибыльности тех или иных торговых автоматов в конкретных условиях позволят сформировать первичное знание. В отличие от мегаполисов, в небольшом населенном пункте уровень зарплат гораздо ниже, а значит, ниже и платежеспособность населения. Впрочем, даже если торговые автоматы не востребованы в каком-либо населенном пункте, аппараты можно установить в тех местах, где они наиболее востребованы (транспортные узлы – от железнодорожного вокзала до торговых точек на трассах).

Достоверные данные о количестве установленных торговых автоматов в России отсутствуют. Для того чтобы проанализировать количество автоматов в городе стоит самостоятельно обойти те места, где планируется расстановка аппаратов, при этом не нужно обходить вниманием небольшие минимаркеты. Если подвергнуть рассмотрению только гипермаркеты и центры торговли, то может сложиться впечатление, что город насыщен автоматами.



На российском рынке автоматизированной торговли лучше начинать устанавливать торговые автоматы в наиболее доходных местах. Можно разделить эти места следующим образом:

– Места с большой проходимостью людей. Это аэропорт, вокзалы, торговые центры, офисные центры.

– Места, где люди подолгу ожидают или подолгу находятся. Такими местами могут быть ГАИ, налоговые инспекции, автомойки, СТО, игровые залы, Интернет-кафе и т. д.

– Места учебы или работы людей. Это вузы, школы, библиотеки, производственные предприятия, транспортные предприятия и т. д.

Установить автоматы в выбранных местах можно на основе договоренности с владельцем торговой площади. Стоимость аренды колеблется от 600 до 3000 руб. в месяц. Установить торговый автомат можно и на условиях выплаты определенного процента с продаж. Обычно он составляет от 10 до 20 % от выручки. В местах, где работникам необходимы горячие напитки и снеки, владельцы площади позволяют разместить автоматы бесплатно.

Анализ выгодности конкретного места должен вестись как до установки, так и после установки торгового автомата.

Практика показывает, что неэффективно начинать работу с одного автомата, наиболее ощутимый доход даёт сеть, состоящая не менее чем из 4–5 автоматов. Такое количество аппаратов позволяет проводить поиск и оптимизацию месторасположения, производить ремонт и сервисное обслуживание машин, компенсируя время простоя за счёт других автоматов.

Для определения оптимального количества операторов необходимо учитывать максимальное количество автоматов, которое может обслужить один человек без ущерба для качества обслуживания. В зависимости от вида обслуживаемых автоматов, сеть от 20 (для электронных торговых автоматов, например, кофейных вендоров) и до 100 единиц и более (для механических торговых автоматов) может обслуживаться одним человеком. Эффективность операционной деятельности зависит от качества выполнения оператором таких функций по обслуживанию сети, как поставка наполнителей и заполнение торговых автоматов, управление ценой товара, инкассирование автоматов, поддержание внешнего вида и рабочего состояния механизмов аппарата, перестановка и обновление парка автоматов.

Оператор должен вести учет продаж через автоматы в каждой конкретной торговой точке. Учет в автоматизированной торговле необходим для того, чтобы установить и зафиксировать периоды всплеска и понижения продаж, причины изменения динамики продаж (например, после смены аппарата или наполнителя), т. е. операторы сети должны записывать все данные, связанные с её эксплуатацией: места установки торговых автоматов, количество покупаемого наполнителя, дату засыпки (загрузки) наполнителя, дату реализации через торговый автомат наполнителя, дату инкассации, размер выручки и т. д. Чем больше сеть, тем больше данных. Через определённое время дан-

ные учета автоматизированной торговли покажут периоды падения и роста продаж (сезонные колебания). Эта информация позволит повторить удачные решения, избежать ошибок в будущем, отказаться от невыгодных мест, поддерживать высокий спрос потребителей, получать максимум прибыли от каждой торговой точки. Совершенно другое значение приобретает внутренний учет для предпринимателей, чью сеть обслуживают наемные работники. Только детальный внутренний учет и отчетность позволят избежать недостачи, выявить финансовые потери.

Основой эффективной работы оператора является маршрут обслуживания аппаратов, который зависит от расположения торговых точек, загруженности города, форм работы с торговыми точками. Чем больше у оператора торговых автоматов, чем шире сеть расстановки автоматов, тем более продуманный должен быть маршрут обслуживания. Данный маршрут складывается не сразу – только в процессе, когда оператор уже опытным путем просчитал как часто, как быстро он добирается (на личном транспорте или на общественном – первое предпочтительнее) от конкретного автомата к следующему. В зависимости от маршрута обслуживания автоматов необходимо строить и планы по количеству наполнителя, который необходимо доставить до торговых точек. За рубежом проработка экономичного маршрута обслуживания аппаратов (почти на научном уровне) стоит достаточно дорого. Наиболее оптимальная схема размещения автоматов и грамотно составленный график работы позволят снизить расходы на обслуживание и увеличить эффективность продаж.

На современном этапе развития автоматизированной торговли в России наблюдается тенденция роста конкуренции в выборе мест установок аппаратов, среди производителей оборудования для автоматизированной торговли и наполнителей для автоматов, которая будет сохраняться и в дальнейшем. Данный вид бизнеса будет динамично развиваться и адаптироваться к условиям отечественного рынка. Эффективная организация процессов автоматизированной розничной торговли позволит оператору снизить сроки окупаемости автоматов и операционные расходы, повысить доходность бизнеса и адекватно реагировать на изменения конъюнктуры рынка.

Библиографические ссылки

1. *Чигарин Т. Г.* Энциклопедия вендинг-бизнеса 2005-2008 // е-Журнал о вендинг-бизнесе. 2008. © e-vending.ru