



Kwiecień 2008 roku

RYNEK VENDINGU W POLSCE

Polska (i cały nasz region) to doskonały rynek dla działań vendingowych. Niewątpliwie biznesowi vendingowemu w Polsce pomogło przystąpienie naszego kraju do euroatlantyckich struktur bezpieczeństwa i gospodarczych (NATO, Unia Europejska, in.) oraz wizerunek bogatego historycznie i kulturowo kraju – pomostu między Wschodem a Zachodem (co przekłada się na rozwój turystyki i napływ inwestycji zagranicznych). Bardzo obiecująca jest perspektywa wielkich wydarzeń społecznych i medialnych w naszym kraju (tj. Euro 2012). 21 grudnia 2007 r. nasz kraj przystąpił do strefy Schengen, co dodatkowo ułatwia ekspansję dla tego typu biznesu. Wszystko to korzystnie stymuluje rozwój vendingu w Polsce, stwarzając dla niego bardzo dobre perspektywy na przyszłość.

Automaty sprzedające to biznes rozwojowy i bardzo perspektywiczny. Jego podstawową zaletą jest duża elastyczność, można prowadzić działalność na stosunkowo dużym obszarze i w bardzo różnych miejscach. Maszyny vendingowe można ustawiać np. w biurach, zakładach pracy, różnych poczekalniach czy korytarzach.



Dobłą lokalizacją dla tego typu urządzeń są szpitale, hotele, budynki użyteczności publicznej, centra handlowo – usługowe, szkoły, dworce i przystanki środków komunikacji publicznej. Pewne jest, że w Polsce to wciąż dopiero początek ekspansji. Z doświadczeń państw, gdzie rynek konsumpcji poza domem jest bardziej rozwinięty wynika, że **w automatach można sprzedawać niemal wszystko.**

W porównaniu z rynkami zachodnimi, **rynek polski** jest ciągle w fazie rozwoju, ma zaledwie kilkunastoletnią historię. Paradoksalnie, ma to swoje dobre strony, np. wiele polskich automatów jest relatywnie nowoczesna, cechuje się estetycznym

Biuro Polskiego Stowarzyszenia Vendingu

Ul. Przasnyska 17/3, 01-756 Warszawa

Tel. 509-507-772; Fax (0-22) 669 23 81

E-mail: s.kaminski@psv.org.pl ; Internet: <http://www.psv.org.pl/>

wyglądem, jest przygotowana na wdrażanie nowych technologii i rozwiązań. To ogromny potencjał do wykorzystania.

Polski rynek jest też dość rozdrobniony i dopiero integruje się, na wzór rynków zachodnich. Szacujemy, że cały rynek vendingu w Polsce obejmuje obecnie ponad 30 000 automatów sprzedających i nie ulega wątpliwości, że ma tendencję wzrostową. To jednak wciąż bardzo mało. W kraju, gdzie automaty vendingowe są wszechobecne (Japonia), na 1 automat przypada 20 mieszkańców.

Trudności z szacunkami dla vendingu w Polsce wynikają m.in. z jego **szerokiej definicji w naszym kraju**. O ile powszechnie wiadomo, że generalnie vending to forma sprzedaży artykułów spożywczych i przemysłowych w automatach sprzedających (należy przy tym rozróżnić automaty sprzedające od hazardowych, to zupełnie inna branża), to już mało osób wie, że vending w Polsce składa się z trzech zasadniczych sektorów:

- operatorów automatów sprzedających;
- producentów i/lub dostawców sprzętu i usług technicznych;
- producentów i/lub dostawców produktów sprzedawanych w automatach.

Warto także śledzić, jak będzie rozwijać się sektor vendingu publicznego w Polsce. Rozwój tego segmentu dotychczas był w Polsce nieznaczący, co wynikało z bardzo prozaicznych powodów: automat stojący na wolnym powietrzu w większym stopniu narażony jest na zniszczenie. Nie było też – jak dotąd – tradycji takiej formy we współczesnym vendingu w Polsce. Ostatnie miesiące wskazują na to, że sprzedaż vendingowa na wolnym powietrzu (public vending) w Polsce zaczyna się coraz szybciej rozwijać. Najbliższa przyszłość może przynieść odpowiedź na pytanie, czy taka forma sprzedaży na wolnym powietrzu może rozwinąć się i utrzymać w naszym kraju.

Do **najbardziej popularnych automatów vendingowych w Polsce** należą m.in. automaty wydające napoje gorące, puszki z napojami, przekąski, a nawet - jednorazowe obuwie ochronne (np. w szpitalach) lub bilety. Można już spotkać w Polsce automaty z prasą, pojawiły się też automaty z kanapkami. Automaty do sprzedaży zyskują coraz większe znaczenie w sektorze gastronomicznym i hotelowym. W automatach w Polsce można kupić nie tylko kawę, herbatę, snacki, napoje z puszki, ale również sałatki, kanapki i inne wyroby gastronomiczne. Również firmy cateringowe, lokale gastronomiczne i hotele - aby wzbogacić i urozmaicić swoją ofertę, przyciągnąć i zatrzymać nowych klientów - wykorzystują i ustawiają u siebie maszyny vendingowe.

W ostatnim okresie obserwujemy wzrost zainteresowania automatami na ziarno, jak również absorbowane są nowinki w zakresie kapsli, kubków, a nawet pokrywek. W tym roku zjawiska zachodzące w tym segmencie biznesu vendingowego mogą więc być szczególnie interesujące. Klienci oczekują produktów z wysokiej półki jakościowej, wzrasta świadomość klientów na temat dobrej jakości kawy, co pozytywnie przekłada się na branżę.

Klienci oczekują, że automat szybko i sprawnie wyda im produkt, który będzie smaczny i czysty. Dlatego automaty do kawy i innych napojów gorących zaczynają wypierać tradycyjne czajniki. Kawa z automatu jest bowiem sporządzona szybko, sprawnie i jest w dobrej cenie. Jest to produkt smaczny, aromatyczny i wysokiej jakości. Dodatkowo klient ma pewność, że kawa została sporządzona w odpowiednich warunkach sanitarnych i higienicznych.

Operatorzy zrzeszeni w Polskim Stowarzyszeniu Vendingu wielką wagę przykładają bowiem do tego, aby przygotowany napój był czysty i smaczny. Wiedzą bowiem, że np. założenie filtra jest nie tylko przejawem dbałości o zdrowie klienta oraz smak oferowanego napoju, ale to także oszczędności związane z niższymi kosztami eksploatacji i konserwacji sprzętu. Dobry filtr i regularna wymiana wkładów przedkłada się na lepszą pracę automatu, jego mniejszą awaryjność wywołaną np. odkładaniem się kamienia. Tym samym oznacza to większe zadowolenie klientów oraz większe zyski dla operatorów maszyn.

Rosnące wymagania klientów wymuszają więc również stałą poprawę jakościową na rynku.

Systematycznie wzrasta w środowisku zrozumienie dla konieczności utrzymania czystości oraz reżimów sanitarnych i higienicznych w automatach (np. wymagania ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia). Branża w Polsce dobrze się rozwija, m.in. dzięki wprowadzaniu na rynek nowych modeli automatów. W najbliższej przyszłości można również oczekiwać zmian w zakresie systemów płatności. Najpopularniejszymi systemami płatności w vendingu w Polsce są wciąż systemy gotówkowe. Tymczasem, wobec intensywnego rozwoju i popularyzacji płatności bezgotówkowych należy oczekiwać, że nowe formy płatności (np. płatności kartą lub telefonem komórkowym) będą coraz częściej pojawiać się w automatach w Polsce. Można też życzyć branży w Polsce, aby np. oferta telemetrii została dostosowana do zasobności kieszeni operatora, co niewątpliwie przełoży się na styl, rozmiar, charakter i dalszy rozwój vendingu w naszym kraju.



Vendingowi pomaga praktyka i współczesne trendy społeczne. Coraz więcej młodych i aktywnych Polaków oczekuje, że będą mogli spożyć dobry posiłek lub wypić ciepły napój w miejscu pracy. Pracodawcom także zależy, aby ich pracownicy mogli skorzystać z tych drobnych przyjemności, bez wychodzenia z miejsca pracy i tracenia cennego czasu. Wszędzie tam, gdzie klient będzie mógł spędzić chwilę czasu, wstawienie automatu sprzedającego może być trafioną inwestycją. Klient chętnie wróci do miejsca, gdzie widzi, że firma stara się zadbać o jego wygodę i umilić mu spędzony tam czas.

Firmy podejmują **decyzje o zakupie lub dzierżawie automatów sprzedających** opierając się na różnych kryteriach. Wiele zależy od specyfiki prowadzonej działalności przez firmę, ale zawsze zakup automatu motywowany jest jej

długoterminowym interesem. Koszty zakupu pojedynczego urządzenia wahają od kilku do nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych, w grę wchodzić może również dzierżawa lub leasing. Koszty towarzyszące tej inwestycji to również dzierżawa miejsca, na którym ustawiony jest automat oraz koszty dozoru, zaopatrzenia, dojazdu i serwisu urządzenia. Niestęchanie ważny jest odpowiedni wybór miejsca, gdzie ma pracować automat.

Doświadczenie pokazuje, że wiele osób próbuje poszukiwać producentów i operatorów vendingowych na własną rękę. Tymczasem rzadko kiedy udaje się szybko znaleźć takiego operatora i producenta, który może od razu spełnić wszystkie oczekiwania. Dlatego coraz częściej osoby planujące rozpoczęcie działalności w vendingu zwracają się do Polskiego Stowarzyszenia Vendingu z prośbą o wsparcie i pomoc, ze względu na to, że wielu operatorów i producentów jest zrzeszonych w PSV. Chętnie służyliśmy życzliwą pomocą w różnym zakresie.

Polskie Stowarzyszenie Vendingu (PSV; <http://www.psv.org.pl>) jest jedynym w Polsce ogólnokrajowym stowarzyszeniem skupiającym przedsiębiorców i firmy prowadzące działalność vendingową. Posiada biuro w Warszawie. Od początku swojego istnienia jest członkiem Europejskiego Stowarzyszenia Vendingu (European Vending Association; EVA).

PSV działa na rzecz integrowania i rozwoju branży vendingu w Polsce, promuje vending oraz terminologię związaną z branżą vendingu, pomaga swoim członkom w rozwiązywaniu problemów branżowych. Współtworzy też standardy i wspomaga rozwój vendingu poprzez upowszechnianie w rozsyłanych do członków informacjach zasad i korzyści z odpowiedzialnego podejścia do biznesu vendingowego, tj. kwestie ekologii, czystości, higieny, zdrowej konkurencji, prospołecznego podejścia, itp.

Pomagamy naszym członkom w rozwiązywaniu problemów branżowych. Ułatwiamy i utrzymujemy kontakty z organami władzy państwowej i samorządowej - identyfikujemy i rozwiązujemy wspólne dla branży problemy, pozyskujemy z instytucji państwowych wiążące informacje przydatne później naszym członkom w prowadzeniu działalności na szczeblu lokalnym. Na bieżąco (e-mailem; **Newsletter PSV**) kilka razy w tygodniu przekazujemy informacje i analizy oraz komentarze prawne dot. branży vendingu (w wersji dwujęzycznej - po polsku - pełna wersja i po angielsku - abstrakt). Wszystkie informacje umieszczane są też na stronach internetowych PSV, a nasi członkowie mają do nich stały i nieskrępowany dostęp.

PSV na bieżąco monitoruje rynki vendingowe w innych krajach, co pozwala zapoznać się z nowymi trendami i rozwiązaniami oraz doświadczeniami branży w innych państwach.

Dodatkowe atuty to możliwość wsparcia ze strony Stowarzyszenia podczas organizacji konferencji lub szkoleń dla przedsiębiorców prowadzących lub

zamierzających prowadzić działalność w vendingu. Nasi członkowie mają dostęp do konferencji i szkoleń, w które zaangażowane jest PSV, na preferencyjnych zasadach. W wielu wypadkach mogą nieodpłatnie uczestniczyć w tych przedsięwzięciach, a także zareklamować się. Otrzymują też informacje dot. ofert i zapytań handlowych kierowanych na adres Biura PSV, które na bieżąco przekazujemy naszym członkom, stwarzając możliwość przeprowadzenia opłacalnej transakcji handlowej bez konieczności poszukiwania klienta.

Inne korzyści wynikające z faktu członkostwa w PSV są niepoliczalne: bezpośredni dostęp do graczy na polskim rynku vendingu, wpływ na główne kierunki prac Stowarzyszenia, a także czynnie i biernie prawo wyborcze władz Stowarzyszenia (każdy członek PSV ma 1 głos podczas obrad Walnego Zgromadzenia).

Nasi członkowie posiadają w PSV godną reprezentację w kontaktach z organami władzy państwowej i samorządowej, a także w stosunkach z zagranicą. **Jako Stowarzyszenie posiadamy bowiem dużo większą siłę przebicia, niż pojedynczy przedsiębiorcy.** Im więcej nas będzie stowarzyszonych, tym większe mamy szanse na stałe podnoszenie prestiżu tej branży i pracy, na wypromowanie przyjaznych rozwiązań gospodarczych i prawnych, na wypracowanie wspólnych kanonów i standardów prowadzenia działalności. W konsekwencji przekłada się to na większe profity i korzyści dla przedsiębiorców i firm vendingowych w Polsce. Nasi członkowie już wiedzą, że członkostwo w PSV to pewna, długoterminowa inwestycja w przyszłość.

Nasi członkowie mogą więc w pełni korzystać nie tylko z wiarygodnych i potrzebnych informacji, ale też z prestiżu wynikającego z członkostwa oraz logo PSV jako symbolu ośrodka myśli, reprezentacji i wysokiej jakości na polskim rynku vendingu. Praktyka pokazuje też, że członkostwo w Stowarzyszeniu wpływa na poprawę wiarygodności firmy w oczach potencjalnych klientów i partnerów.

Zapraszamy serdecznie na naszą witrynę internetową: <http://www.psv.org.pl>

*Opr. Sławomir Kamiński
Dyrektor Biura PSV*