

Biznes z dobrą perspektywą

Nieco na przekór spowolnieniu gospodarczemu branża vendingowa w Polsce stale się rozwija. Wiele firm wprowadza na rynek nowe produkty oraz poszerza asortyment.



Automat vendingowy ustawiony na dworcu w Norwegii

Polski rynek automatów vendingowych rozwija się systematycznie od kilku lat. Na przeszkodzie nie stanął mu nawet kryzys gospodarczy, z którym od kilkunastu miesięcy musi walczyć światowa gospodarka. Wiele firm vendingowych nie tylko nie odczuło kryzysu, ale też zwiększyło obroty oraz wprowadziło na rynek nowy asortyment. Jak się okazuje, w czasie gdy światowe gospodarki zwolniły bieg, wielu konsumentów rozpoczęło poszukiwania artykułów wysokiej jakości, lecz także w stosunkowo niskiej cenie. I tu otwierają się olbrzymie możliwości dla rynku vendingu. Według szacunków Polskiego Stowarzyszenia Vendingu (PSV) w Polsce działa obecnie około 40 tys. automatów vendingowych. Teoretycznie jednak automatów może być znacznie więcej. Na jeden automat przypada w Polsce około 950 osób. To o wiele więcej niż

w krajach Europy Zachodniej, gdzie na automat przypada około 100 osób. W Japonii ten wskaźnik jest jeszcze niższy, bo tam na automat przypada nieco ponad 20 osób.

DRZEMIĄCY POTENCJAŁ

Dane o liczbie polskich automatów vendingowych pokazują, jak wielkie możliwości stoją przed firmami działającymi na polskim rynku. Wszystko wskazuje więc na to, iż automatów vendingowych w Polsce będzie przybywać, a asortyment towarów przez nie oferowanych będzie się powiększać. Nic więc dziwnego, że wiele firm stawia na rozwój i poszerzenie gamy produktów.

Sytuacja taka ma oczywiste konsekwencje. Polski rynek jest wciąż w fazie organizowania się i nie może być porównywany pod tym względem z rozwiniętymi i dojrzałymi rynkami w państwach zachodnich o kilkudziesięcioletniej historii – mówi Sławomir Kamiński, dyrektor biura Polskiego Stowarzyszenia Vendingu. – Mam poczucie, że branża w Polsce nie rozumie jeszcze w pełni tego, jak ważna jest potrzeba integrowania się, jednoczenia wokół wspólnych problemów, tworzenia wspólnej siły wpływu na rzecz korzyści i pożytku dla całej branży. Do tego potrzeba jeszcze wiele wysiłku i czasu.

Polskie firmy, starając się powiększyć swój udział w rynku, mają do wyboru dwie drogi. Z jednej strony może być to promocja nowocześniejszych typów automatów, z drugiej zaś – nowa gama produktów, które do tej pory były na naszym rynku niedostępne lub dostępne w ograniczonym zakresie.

Coraz częściej klienci korzystają z automatów typu glassfront. Dzięki przeszkłonej ścianie frontowej konsument widzi wybrany produkt. Ma to szczególne znaczenie przy sprzedaży na przykład prze-

kąsek czy też dań gotowych. Z miesiąca na miesiąc rośnie także liczba automatów, które stają się nośnikami reklam.

SZKOLNE AUTOMATY

Nowym, ale dużym segmentem polskiego rynku vendingowego stają się powoli szkoły.

Coraz więcej szkół – wspólnie z rodzicami – zwraca uwagę na to, co dzieci spożywają na drugie śniadanie w czasie przerw. W sukurs tym planom przyszli urzędnicy promujący akcje typu „Szklanka mleka w szkole” czy też ostatnio „Owoce i warzywa dla dzieci”. Wszystkie te działania stworzyły nowy segment rynku – dostawę zdrowej żywności i owocowych napojów dla dzieci i młodzieży.

Z tej nowej niszy prawie natychmiast skorzystały firmy działające na rynku vendingu oraz producenci artykułów spożywczych do automatów vendingowych. Do szkół zaczęły trafiać automaty z szybą typu glassfront, w których można kupić soki, owocowe napoje czy też zdrowe przekąski.

Dla przykładu w ofercie produktowej Grupy Maspex pojawiły się m.in.: cytrynowa Lemoniada, woda źródłana Kubuś Waterr, owocowe soki i napoje Kartonki Tymbark oraz napoje Figo. Wszystkie te produkty młodzież może kupić w szkolnych automatach.

Grupa Maspex Wadowice, wychodząc naprzeciw odbiorcom vendingowym, zmieniła kształt opakowań części wyrobów. Wszystkie produkty przeznaczone dla odbiorców vendingowych mają opakowania o zmienionej formie i szacie graficznej kojarzącej te produkty z markami obecnymi na rynku tradycyjnym.

KAWA NA TOPIE

Oprócz automatów oferujących napoje chłodzące najpopularniejsze są na-

zdjęcie: Nedrichards

Sławomir Kamiński, dyrektor biura PSV

W automatach można sprzedawać niemal wszystko. Na rynkach zachodnich oferta zazwyczaj jest zróżnicowana i dość bogata. W Polsce dominuje kilka kategorii produktów. Napoje gorące, zwłaszcza kawa, napoje chłodzące, przekąski, słodczyce, zupy to wiodące grupy artykułów. Ostatnio zauważalny jest dynamiczny rozwój segmentu automatów do sprzedaży biletów. Jednak sprzedaż innych produktów ma raczej charakter niszowy.

dal automaty z gorącą kawą i herbatą podawanymi na wiele różnych sposobów. Dla wielu osób kawa z takiego automatu to jedyna naprawdę dobrze zaparzona kawa, jaką spożywają w ciągu dnia pracy. Nic więc dziwnego, że firmy starają się dbać o jakość kawy z automatów. Wymagania konsumentów spowodowały, iż w automatach vendingowych można już kupić gorące napoje parzone z kawy mielonej lub świeżo zmielonych ziaren. Dzięki temu w ofercie dostępnej w automatach pojawiła się wysokiej jakości kawa espresso, która stopniowo zaczęła wypierać kawę instant.

JAKA PRZYSZŁOŚĆ?

Wszystko wskazuje na to, iż w najbliższych latach czeka nas dynamiczny rozwój branży vendingowej w Polsce. Automaty będą coraz nowocześniejsze, a oferowany przez nie asortyment artykułów spożywczych coraz większy. Wzorem rynków Europy Zachodniej czeka nas też poszerzenie oferty automatów vendingowych o produkty przemysłowe. W wielu krajach normą jest już możliwość zakupu w takich automatach m.in.: środków higieny osobistej, leków, książek czy płyt CD.

Pierwsze oznaki nowości już się zresztą pojawiły. Coraz więcej polskich miast rozważa zakup profesjonalnych automatów biletowych. Stąd już tylko krok do tworzenia w centrach miast, np.: na przystankach tramwajowych lub dworcach kolejowych, czynnych przez całą dobę całych „ścian” vendingowych, w których oprócz biletu na tramwaj można także kupić dobrej jakości kawę i książkę.

Specjaliści zwracają uwagę na jeszcze jeden aspekt polskiego rynku vendingowego. W Polsce pierwsze profesjonalne automaty pojawiły się w połowie lat 90. I to zapóźnienie – paradoksalnie – stało się naszym atutem. Do Polski zaczęły bowiem trafiać automaty nowej generacji. Nie ma w ich przypadku problemów, z jakimi borykają się dostawcy automatów w wielu innych krajach. Tam wiek automatów rośnie, a konieczność ich wymiany pociąga za sobą dodatkowe koszty, obniżając rentowność firm. Tymczasem do Polski trafiają nowe, często wręcz najnowsze dostępne automaty. Pozwoli to też, kiedy euro zastąpi złotówkę, w miarę bezboleśnie przejść na nowy typ monet. **PG**



*Poczuj radość Świąt.
Podaruj sobie smak luksusu.*
Wesołych Świąt i Szczęśliwego Nowego Roku.

SATRO QUALITY DRINKS
SUPER CHOC
1 kg e

SAT VEND s.c.
ul. Warszawska 54
08 450 Łaskarzew
t 0 25 684 51 49
f 0 25 684 51 49
t k 0 601 84 51 49
e info@satro-vending.pl
www.satro-vending.pl