

Opakowania w vendingu

Sławomir Kamiński: Opakowania w vendingu.

Obecnie rynek automatów vendingowych w Polsce sukcesywnie rozwija się. Rozszerza się również asortyment produktów oferowanych w automatach. Niezawodne funkcjonowanie automatów vendingowych zależy w dużym stopniu od zastosowania odpowiednich opakowań pod względem wielkości, jakości i estetyki. Ponadto opakowania te pełnią ważną funkcję informacyjną, bowiem mogą być nośnikiem reklamy produktu lub firmy.

Opakowania spełniają w vendingu (rozprowadzanie za pomocą automatów sprzedażowych) bardzo istotną rolę w sprzedaży towarów, ponieważ to od ich walorów oraz jakości w znacznej mierze zależy niezawodność funkcjonowania automatu vendingowego oraz wygoda i zadowolenie klientów, którzy z niego korzystają. W Polsce rynek vendingu intensywnie się rozwija. Na rynku pojawiają się nowe trendy w zakresie opakowań, które mogą dodatkowo zachęcać do dokonywania zakupów w automacie sprzedającym.

Historia współczesna vendingu w Polsce sięga połowy lat 90-ych, kiedy denominacja i wprowadzenie do obiegu monet stały się bodźcem do intensywnego rozwoju tej branży w naszym kraju. Obecnie działa ok. 400 firm na obszarze Polski, a wielkość rynku szacowana jest na ok. 40 000 automatów sprzedających. To niedużo, jeśli tę liczbę porówna się z danymi z innych państw rozwiniętych. W Polsce na 1 automat przypada ok. 950 osób, w Europie Zachodniej – ok. 100 osób, w Japonii – 23 osoby. Potencjał do rozwoju jest więc ogromny, zwłaszcza, że wiele obszarów pozostaje wciąż do zagospodarowania, a vending – jako forma dystrybucji produktów – dopiero przebija się do świadomości ogółu społeczeństwa w Polsce.

Branżę vendingu cechuje wiele walorów i cech charakterystycznych, pozytywnie wyróżniających ją spośród wielu innych typów działalności gospodarczej. Przede wszystkim to jest bardzo duża elastyczność, można prowadzić działalność na stosunkowo dużym obszarze i w bardzo różnych miejscach. Automaty vendingowe można ustawiać np. w biurach, różnych poczekalniach, korytarzach, a także na wolnym powietrzu, tj. na stadionach, przy przystankach itp. Dobrą lokalizacją dla tego typu urządzeń są hotele, szpitale, budynki użyteczności publicznej, centra handlowo-usługowe lub dworce. Niewątpliwą zaletą automatów jest fakt, iż pozwalają one na prowadzenie sprzedaży towarów bez konieczności zatrudniania pracowników do obsługi klientów – co jest niezbędne przy prowadzeniu sprzedaży w sposób tradycyjny. Automaty mogą pracować przez całą dobę i bez przerwy na weekendy. Nie zajmują też dużo miejsca (1 m² powierzchni wystarczy, aby mogła być prowadzona sprzedaż z automatu). Tymczasem nawet najmniejsze stoisko z tradycyjnym sposobem sprzedaży zajmuje większą powierzchnię.

Automat potrafi obsługiwać wielu klientów w krótkim czasie, oferując im dobrej jakości produkty po przystępnej ce-

Sławomir Kamiński: Packaging in vending.

The market of automatic vending machines in Poland has been successively developing. The range of products offered in automatic vending has been also enlarged. The reliable functioning of automatic vending machines depends to a considerable extent on the use of suitable packages with regard to size, quality and aesthetics. Moreover, these packages fulfil an important informative function because they can be some carriers of product or company advertising.

nie. Szybkość obsługi, prostota, wygoda i bezpieczeństwo to niewątpliwe atuty pozytywnie wyróżniające ten kanał dystrybucji. Co więcej, podczas zawierania transakcji nie pojawia się bariera językowa.

W automatach stosowane są coraz powszechniej różne systemy płatności: za produkty można płacić gotówką (monetami i/lub banknotami) lub w formie bezgotówkowej (karty debetowe, kredytowe, chipowe, telefon komórkowy itp.). Wszystko to sprawia, że klienci są coraz bardziej zainteresowani zakupami w automatach, zwłaszcza, że są one powszechne w Europie. Nowoczesny i estetyczny automat, który przyciąga wzrok, zdecydowanie podnosi atrakcyjność miejsca, gdzie jest ustawiony.

Wśród automatów do sprzedaży można wyróżnić automaty do sprzedaży gorących napojów (herbaty, kawy, czekolady) i zup oraz automaty do sprzedaży produktów w opakowaniach jednostkowych (artykułów spożywczych i wyrobów przemysłowych). W ten drugi sposób sprzedaje się np. kanapki, chipsy, batoniki lub inne słodczyce, ale również bilety, ochraniacze na obuwie, chusteczki higieniczne, przedmioty codziennego użytku i wiele innych artykułów. Najpopularniejszym produktem sprzedawanym w vendingu w Polsce jest kawa pod różnymi postaciami. Jednak praktyka innych państw pokazuje, że w automatach można sprzedawać niemal wszystko.

W Polsce rozszerza się nie tylko asortyment produktów oferowanych w automatach. Systematycznie wzrasta liczba automatów na polskim rynku, poprawia się ich jakość i stylistyka, oferują one artykuły i produkty coraz różnorodniejsze i coraz lepszej jakości. Warto też zaznaczyć, że sprzedaż alkoholu lub papierosów w automatach vendingowych jest w Polsce zabroniona ustawowo, ze względu na konieczność weryfikacji wieku klienta przy zakupie tych produktów. Trzeba też wiedzieć, że branży automatów sprzedażowych nie można w żaden sposób utożsamiać z branżą automatów hazardowych. Vending wyróżnia się bowiem tym, że w tym kanale prowadzona jest sprzedaż produktów, w vendingu nie ma czynnika gry lub hazardu. Podlega on zatem zupełnie innym regulacjom formalno-prawnym, klasyfikacyjnym i podatkowym.

Z powyższego opisu widać więc, że branża vendingu jest branżą nowoczesną, atrakcyjną, ale też bardzo specyficzną. Automat wymaga odpowiedniej lokalizacji, fachowego i sprawnego serwisu, regularnej obsługi, a tak-

że szczególnej odpowiedzialności za utrzymanie maszyny w czystości. Wymaga też – co nie jest powszechnie wiadome – specjalnych opakowań. Spełniają one w vendingu bardzo istotną rolę, ponieważ to od ich walorów i jakości w znacznej mierze zależy niezawodność funkcjonowania automatu vendingowego oraz wygoda i zadowolenie klientów, którzy z niego korzystają. Często nie są to opakowania stosowane w tradycyjnych kanałach sprzedaży, lecz specjalnie zaprojektowane i przystosowane do sprzedaży w automatach sprzedających. Nic więc dziwnego, że operatorzy vendingowi przykładają do opakowań szczególną rolę.

Dochód ze sprzedaży w vendingu zależy od wielu różnych czynników, m.in. właściwego doboru i jakości produktów, typu automatu sprzedającego, jego lokalizacji, profilu i oczekiwań klientów, a także zastosowania w nim odpowiednich opakowań, optymalnych w danym segmencie pod względem rodzaju, wielkości, jakości i estetyki. Od jakości i walorów opakowań (zwłaszcza kubków, czyli opakowań typu otwartego) zależy niezawodność funkcjonowania automatu vendingowego oraz wygoda i zadowolenie konsumentów. Ponadto opakowania pełnią ważną funkcję informacyjną – mogą być nośnikami reklamy produktu lub firmy.

W przypadku Polski największą popularnością w sprzedaży automatycznej cieszą się napoje gorące oraz zimne. W ich przypadku jakość opakowania ma szczególne znaczenie, ponieważ wpływa na jakość produktu i może zachęcać (lub zniechęcać) klienta do konsumpcji napoju. Opakowania – w przypadku sprzedaży automatycznej – muszą więc spełniać określone i precyzyjne parametry, które decydują o tym, czy wielu klientów zdecyduje się na zakup produktu w opakowaniu oraz czy produkty wydawane są przez automat w sposób płynny i bezawaryjny. Nie ulega też żadnej wątpliwości, że opakowania stosowane w vendingu muszą przyciągać klienta, czyli być estetyczne, atrakcyjne wizualnie i czyste.

Co więcej, bardzo istotna jest jednorodność stosowanych w automacie opakowań. Kubki w maszynie muszą być dokładnie takie same. Niewielkie odchylenia w gramaturze pojedynczego kubka (np. małe zagniecenie na pojedynczym kubku) mogą skutkować zacięciem się kubka, a dalej przestoje w sprzedaży, niezadowoleniem klientów i stratami finansowymi operatora.

Rodzaj kubków zależy przede wszystkim od charakteru i rodzaju sprzedaży oraz asortymentu sprzedawanych produktów. Opakowaniami jednorazowymi zazwyczaj stosowanymi w automatach vendingowych do napojów w Polsce są kubki z tworzywa sztucznego głównie z polistyrenu, ze względu na parametry wytrzymałościowe oraz niższą cenę.

Kubki vendingowe nie są bowiem zwykłymi, dostępnymi w handlu detalicznym kubkami z tworzywa sztucznego. O tym, czy dany kubek jest kubkiem vendingowym decydują m.in. jego odpowiednia masa, jednolita grubość i sztywność ścianek (aby kubek nie zaciął się w automacie, a zarazem nie odkształcał pod wpływem wysokiej temperatury napoju i nie parzył rąk klienta). Ważne jest też, aby miał równo wywinięte oraz sztywne obrzeże, powłokę anty-elektrostatyczną, która zapobiega elektryzowaniu i „sklejaniu się” kubków, odpowiednio ukształtowane dno zapobiegające zakleszczaniu się kubków ze sobą podczas transportu w opakowaniach transportowych oraz ładowania do automatów.

Duże, a często decydujące znaczenie ma cena kubków, co przy ilościach idących w tysiące i miliony sztuk musi być uwzględniona. Z kolei kubki papierowe mają zdecydowanie niższy udział w sprzedaży w vendingu, jednak mogą być argumentem np. przy zdobywaniu nowej lokalizacji, jako bardziej przyjazne w użytkowaniu. Kubki papierowe mają swoje oczywiste zalety: mogą cechować się lepszą izolacją cieplną i dłużej utrzymywać temperaturę, są miłsze w dotyku od kubków z tworzywa sztucznego, są też bardziej przyjazne dla środowiska. Mogą jednak np. blokować się w automacie, gdyż papier po pewnym czasie pęcznieje. Są też droższe, m.in. dlatego, że zwykle z drukowane są je w całości. Kubki papierowe są bowiem znacznie lepszym nośnikiem reklamy produktu lub jego producenta niż kubki z tworzyw sztucznych, ze względu na różne możliwości i opcje nadruku na kubkach. Nie można więc wykluczać, że jeśli ceny kubków papierowych spadną, ich pozycja na rynku umocni się.

Czasem próbuje się stosować w sprzedaży automatycznej opakowania wielokrotnego użytku, co zwłaszcza w Polsce wspomina się z pewnym rozrzewnieniem, ale też jako bezpowrotny symbol minionej epoki. W latach 70-ych i 80-ych widziane były w większych miastach urządzenia (tzw. saturatory) sprzedające latem wodę gazowaną, podawaną w szklankach, płukanych wodą pod ciśnieniem. O ile trudno jednoznacznie określić, czy był to start vendingu w naszym kraju, o tyle łatwo przyznać, że zachowanie odpowiedniej czystości oraz higieny tak podawanych i przyrządzanych napojów nie było możliwe. Nie wydaje się więc, aby zastosowanie opakowań wielokrotnego użytku mogło przyczynić się do rozwoju rynku vendingu.

Producenci poszukują takich wzorów opakowań, których wielkość i kształt wychodzą naprzeciw oczekiwaniom konsumentów. Liczy się bezpieczeństwo, niezawodność i wygoda, a także koszt produkcji i dystrybucji. Prace w tym zakresie bezustannie trwają. W krajach Europy Zachodniej w ostatnim czasie promowane są np. kubki typu „to-go”. Sformułowanie „to-go” można rozumieć w różny sposób i chyba nikt do tej pory jednoznacznie nie określił, o co dokładnie chodzi. W praktyce chodzi – jak się wydaje – o kubki z pokrywką i ustnikiem czy rurką ułatwiającą picie napojów umożliwiające spożywanie napoju „w biegu”, np. w drodze do pracy. O ile np. w USA takie zjawisko jest powszechne, to w Europie wiele osób lubi jednak delektować się smakiem napoju, a możliwość wypicia np. kawy z kubka traktuje jako chwilę przyjemności. Ze względów kulturowych i społecznych nie należy więc sądzić, aby w krajach europejskich kubki tego typu mogły odegrać w vendingu istotną rolę.

Dobry projekt opakowania powinien być szczególnie ważny dla firm, które nie mogą sobie pozwolić na kosztowne wsparcie reklamowe swoich produktów. W ich przypadku to często jedyny sposób na wyróżnienie produktu, a w vendingu dodatkowo – na sprawne i szybkie wydanie produktu klientowi, który uiszczył za niego płatność w automacie.

Opakowanie vendingowe musi być odpowiednio wyprofilowane, zwarte, zazwyczaj nieduże i odpowiednio sztywne. Produkt w opakowaniu nie może być zbyt ciężki ani zbyt lekki, ponieważ odpowiednia masa może determinować na ile sprawnie dany produkt będzie przez automat wydany. Źle dobrane opakowanie nie tylko pozbędzie szansę produktu, ale co więcej – może skutkować usterką pracy automatu, co zrazi do niego potencjalnych

klientów. Współczesne opakowania vendingowe tworzą więc artyści plastycy, pracownicy marketingu oraz dział produkcji, czyli wszyscy, którzy muszą uwzględnić specyfikę procesu wydawania produktu w automacie oraz oczekiwanie klienta, że otrzyma ten produkt w atrakcyjnym i przyciągającym wzrok opakowaniu.

Wszystkie dane europejskie wskazują na to, że nakłady poniesione na design opakowań zwracają się dość szybko i wielokrotnie. Stosunkowo łatwo można je przenieść z kosztów wdrożenia na produkcję. Wzornictwo opakowań to wąska specjalizacja projektowania. Jest bardzo związana z wymaganiami rynku i marketingiem. Designerzy radzą, aby efektywnym pudełkiem, puszką, butelką czy etykietą podkreślać wyjątkową jakość i dobrą cenę produktu, bo to najprostszy sposób na zdobycie klienta. Opakowanie to nie tylko nazwa produktu, jego skład i wymiary. To także emocje towarzyszące kupującemu, które przy zakupie w vendingu mają duże znaczenie. Większość produktów sprzedawanych w tym kanale klient kupuje bowiem pod wpływem impulsu, chwili, nagłej chęci jego posiadania.

Kolor, czcionka, wielkość napisów, kształt i rodzaj materiału, z którego wykonane jest opakowanie pozwalają kształtować opinie kupującego o produkcie stanowiącym jego zawartość. Także o tym, czy warto przeznaczyć swoje pieniądze na zakup właśnie tego produktu, a nie tego znajdującego się obok, sprzedawanego przez konkurencję. Tak więc, inwestowanie w opakowania stosowane w sprzedaży produktów w vendingu z pewnością opłaca się. Od tego, jakie są parametry opakowania, jego jakość i estetyka może w znacznym stopniu zależeć powodzenie biznesu vendingowego.

Automaty vendingowe oraz opakowania stosowane do sprzedaży w vendingu mogą być znakomitym nośnikiem informacji i reklamy, które docierają do bardzo szerokiej rzeszy odbiorców. W rezultacie nie tylko mogą wzrosnąć obroty operatorów, ale zdecydowanie wzrasta też rentowność reklamowanego przedsięwzięcia. Branża vendingu sprzyjają okoliczności: wejście do Unii Europejskiej, perspektywa przyłączenia się do wspólnej waluty europejskiej, intensywne inwestycje drogowe oraz infrastrukturalne, wreszcie Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej w 2012 roku i przewidywany napływ wielu tysięcy kibiców i turystów stwarzają dla vendingu nieograniczone wręcz perspektywy rozwoju. Można więc oczekiwać, że na Międzynarodowych Targach Vending Poland we wrześniu 2010 roku w Warszawie zaprezentowane będą nowe propozycje z zakresu opakowań dla vendingu.

Trendem na rynkach vendingowych stają się np. opakowania bardziej przyjazne dla środowiska naturalnego i dla klimatu. Wielkie koncerny prowadzą szeroko zakrojone badania ukierunkowane na stosowanie technologii bardziej przyjaznych środowisku i dla atmosfery (np. odchodzenie od technologii opartych na wykorzystaniu freonu), wykorzystujących mniej zasobów naturalnych (produkcja z zużyciem mniejszej ilości energii), z udziałem materiałów, które nie zanieczyszczają naszej planety (np. z mniejszą ilością tworzyw sztucznych). Innym rozwiązaniem jest wprowadzenie opakowań biodegradowalnych, ale okazuje się, że tu problemy mogą zgłaszać niektórzy recyklerzy. Ich zdaniem, opakowania biodegradowalne dodatkowo utrudniają pracę, gdyż nie będą się nadawać do recyklingu i będzie je trzeba dodatkowo segregować, co zwiększy koszty i utrudni cały proces. Także masowe stosowanie opakowań szklanych raczej nie jest możliwe, gdyż nie da się zatrzymać rozwoju i zastosowań opako-

wań z tworzyw sztucznych. Prace w kierunku opakowań optymalnych dla vendingu, które są lekkie, przyjazne i całkowicie bezpieczne wciąż trwają.

Branża vendingu i automaty sprzedające – ze względu na swe walory – coraz częściej stają się naturalnym elementem krajobrazu polskich miast. Przedsiębiorców vendingowych w Polsce w prowadzonej działalności wspiera Polskie Stowarzyszenie Vendingu. Promocja, integracja, informacja i wsparcie w zakresie spraw branży to filary działalności tego Stowarzyszenia. Warto szerzej zainteresować się tą branżą ze względu na jej wielki potencjał, specyfikę i rosnące znaczenie. ■

III Międzynarodowe Targi Vending Poland 25-26 września 2008 r.

