

2.2.Обоснование выбранного решения о производстве услуги, конкурентоспособное преимущество, качество услуг

Несмотря на практически полное отсутствие в Ангарске аппаратов по продаже напитков и различных закусок (снеков), спрос на подобные услуги всегда был и есть.

Торговые автоматы известны в мире давно. В нашей стране многие помнят автоматы с газированной водой, которые были на каждом углу (также отлично помнятся низкие гигиенические свойства получаемого напитка, граненые стаканы и т.д.). Они исчезли, и некоторое время в РФ автоматов не было, в то время как во всем мире торговые автоматы не только модифицировались, но и завоевывали все новых приверженцев и предлагали все больший ассортимент товаров.

В Ангарске автоматы по продаже газированной воды стояли на многих улицах, в продуктовых магазинах, парках культуры, парке отдыха. Преимущественно, конечно, все эти автоматы располагались в помещениях, так как летний период у нас достаточно короткий, а функционировать на морозе автоматы не могут. В последние 25 лет полное исчезновение старых автоматов с улиц и из помещений заставило многих граждан приобретать напитки в количестве, гораздо большем, чем в нем есть потребность в данный момент, приносить с собой из дома или вообще отказаться от подобного товара.

Но спрос остался. Независимо от того, какое время года на улице, желание выпить стакан газированной воды (прохладной или горячей) у граждан нашего города присутствует всегда. И зачастую, так как теперь нет автоматов газированной воды, приходится тратить деньги на неудобную большую тару с напитками либо заходить в какое-то предприятие общепита (кафе, закусочную), чтобы купить необходимое. Однако не всегда есть время стоять в очередях в подобных заведениях ради одного стакана напитка или нести с собой как минимум поллитра газировки, оставшейся в бутылке. Тем же, кто выбирает для этих целей магазины, приходится сталкиваться с огромным выбором самой разнообразной газированной продукции от зачастую совершенно неизвестных производителей. И, что немаловажно, в магазинах газированные напитки чаще всего продаются температуры окружающей среды. То есть ни горячий, ни холодный напиток в промышленной таре приобрести невозможно, если только этот напиток специально не поставили в магазинный холодильник.

Немаловажным является и тот факт, что стаканчик и напиток из автомата – это всегда стаканчик потребителя, а не использованный до этого десятки и сотни раз, как в любом кафе или закусочной. То есть вопрос брезгливости, питья из «пользованного» снимается, клиент всегда получает изготовленный только для него напиток и стаканчике, никогда раньше не использовавшемся для других операций.

Конкурентным преимуществом являются хорошо узнаваемые для потребителей старшего возраста (которые являются и более платежеспособными) названия напитков из автоматов: Лимонад, Дюшес, Тархун, Буратино и другие. Подобные напитки, конечно же, продаются и в магазинах, но исключительно в большой таре и неохлажденными. Поэтому вспомнить «вкус детства», без необходимости покупать большой объем напитка и нести его домой, охлаждать, нет. Всё это можно сделать буквально на ходу, заодно приобщив и своих детей (дети чае всего захотят попробовать то же, что и родители, особенно из автомата).

2.3. Наличие лицензии на осуществляемый вид деятельности (если вид деятельности подлежит лицензированию), разрешительных документов, сертификатов

Данный вид деятельности не подпадает под получение каких-либо разрешений и лицензий.

3.3. Оборудование.

Были осуществлены капитальные вложения в приобретения мебели и оборудования для предприятия за счет личных средств учредителя на сумму более 1 500 000 руб. Из них на сумму 1 400 000 рублей были приобретены торговые автомата, предназначенные для продажи газированной воды с сиропами фирмы «Газировкин» (<http://gazirovkin.ru/>).



Корпус автомата «Газировкин» изготавливается из металла толщиной 1,5 мм. Такой металл используется для производства стальных дверей. Некоторые другие производители используют тонкий металл (1 мм), который не обеспечивает автоматам необходимую жёсткость.

Корпус «Газировкина» изготавливается с использованием сварки и стальных заклепок, как реактивный самолет! Таким корпусом, как у "Газировкина", не может похвастаться никакой другой автомат газ. воды.

В «Газировкине» помещаются:

- до 600 одноразовых стаканчиков;
- до 4х бутылей с водой по 19 литров (хватит на выдачу до 500 порций газировки);
- до 8и канистр с сиропами по 5 литров каждая (до 2500 порций газировки);
- до 2х баллонов CO2 по 10 литров (хватит на выдачу до 6000 порций газировки);

Характеристики

- Антивандалный металлический корпус
- 600 одноразовых стаканчиков
- Тип используемых стаканчиков: 70,3 мм
- Загрузка воды – 76 литров (4 бутылки по 19 литров)
- Загрузка сиропов: до 40 литров
- Ассортимент: до 4 сиропов (в базовой комплектации 2 сиропа)
- Программируемая стоимость напитков - без необходимости подключать ноутбук
- LCD-дисплей
- Монетоприемник NRI Currenza Green с функцией выдачи сдачи 4 номиналами монет (опция)
- Купюроприемник ICT A7 (опция)
- Баллоны CO2 – до 2 шт. по 10 литров (в базовую стоимость не входят)
- Возможность подключения к водопроводу (опция)
- Климат-контроль (опция)
- Модуль выдачи горячих напитков (опция)
- GPRS-модуль (опция)
- Бесплатный Интернет-мониторинг (при наличии GPRS-модуля)
- Селектор бутылки - позволяет расходовать воду из бутылей поочередно (опция)
- Лайтбокс с ударопрочным стеклом и возможностью смены постеров
- Индивидуальная подсветка ценников

3.4. Технология производства продукции и оказания услуг, контроль качества

Процесс оказания услуг очень прост: все начинается с желания клиента выпить прохладительный или горячий напиток. Необходимое количество монет или купюра вкладываются в монето- или купюроприемник автомата, выбирается необходимый напиток, получается сдача и через несколько секунд производится выдача стаканчика с заказанным напитком. В случае возникновения проблем с невыдачей сдачи или напитка на корпусе автомата есть все необходимые контакты для связи с владельцем, который оперативно прибудет после звонка для решения возникшей проблемы.

.....

В Иркутской области практически не наблюдается развитие рынка вендинговых услуг.

В целом, рынок вендинга в Иркутске находится на начальной стадии развития. В городе много свободных точек, где нет никаких автоматов, рынок развит не более, чем на 20% от его реальных потребностей.

Не лучшим образом на вендинге отразился рост курса валют (автоматы, а значит, и запчасти к ним в основном зарубежного производства), а также санкции. Владельцы кофематов столкнулись с перебоем поставок сливок и стремительным ростом цен. Беда в том, что кофе, шоколад, топинги (сливки), стаканчики, размешиватели в основном производятся за пределами России. Правда, во втором квартале 2015-го ситуация стабилизировалась: цены снова понизились, западные партнёры нашли обходные пути поставки.

Преимущественно в Иркутске через вендинговые автоматы продаются кофе, контактные линзы, презервативы и жевательную резинку.

.....

5.3. Сезонность услуг предприятия

Пик услуг по продаже газированной воды приходится на весенне-летний период, когда у потребителей желание охладиться приобретает наиболее выраженную окраску. Хотя, с другой стороны, именно в осенне-зимний период торговые точки, расположенные в спортивных сооружениях начинают приносить больший доход, чем в летний период. В целом можно сказать, что среднегодовая величина спроса на газированные напитки колеблется в районе 30-45 стаканов газировки в день с одного автомата.

.....

5.5. Маркетинговая стратегия

Особенность вендингового бизнеса в том, реклама в привычном виде в нем не используется, так как по большому счету товары из аппарата являются товарами импульсной покупки: «Увидел- Купил».

Но тем не менее стратегия маркетингового продвижения у данного бизнеса должна состоять из следующих шагов:

1) Личный контакт с потенциальными клиентами.

2) Направление коммерческого предложения с указанием преимущества автоматной торговли для данной торговой точки, планом размещения автомата.

3) В рамках построения сети торговых автоматов планируется организация рекламной кампании посредством и на поверхности торговых автоматов как средства стимулирующего воздействия на покупателей. Будучи составной частью стратегии маркетинга, данный способ привлечения клиентов чрезвычайно эффективен для выявления потенциальных заказчиков, налаживания коммерческих связей.

Реклама на торговых автоматах (доведение до потребителя информации об использовании в приготовлении напитков только высококачественных ингредиентов известных торговых марок) в совокупности с поддержанием идеального внешнего вида торговых автоматов должно способствовать складыванию положительного имиджа автоматов сети у потребителей напитков.

.....

Качество оказания услуг контролируется еженедельно. Раз в неделю проводится профилактический осмотр аппарата, запускается тестовый режим, выявляются ошибки и сбои при выдаче готового продукта, оперативно устраняются на месте, если работа не требует вмешательства профессионального техника.

Качество работы аппарата гарантируется сертификатом качества производителя (см. приложение).



Качество компонентов для выдачи готовых напитков гарантируется производителем – ООО «Макарыч», сиропы «Беловодье» (<http://www.gaziorka.ru/>).

Производятся по ГОСТ 28499-90 на 100 % сахаре с использованием только качественных и разрешенных для использования в пищевой промышленности ингредиентов.

Вся продукция прошла процедуру обязательного декларирования и добровольную сертификацию. В соответствии с требованиями нормативных документов организован и осуществляется постоянный контроль качества выпускаемой продукции, в том числе и территориальными органами Роспотребнадзора. (см. приложение).

В составе сиропов специально подготовленная вода, сахар, краситель, лимонная кислота и ароматизатор идентичный натуральному. Добавляется натуральное эфирное масло эстрагона. В обязательном порядке присутствует консервант. Срок годности 12 месяцев.