

УДК 001.124/658.879:658.562.64

ОЦІНКА СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ВЕНДІНГОВИХ АПАРАТІВ

Зозуля Р. В., здобувач вищої освіти, гр. МПТп-201
Науковий керівник: **Денисенко Т. М.**, к.т.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»

Вендінг – це сфера комерційної діяльності, заснована на торгових автоматах і автоматичних продажах без участі людини. Термін «вендінг» походить від латинського слова «vendere», що означає «продавати».

Торговий автомат містить у своєму складі машини і обладнання для проведення практично всіх торгово-технологічних процесів: завантажувально-накопичувальних, транспортних, товарної обробки і зберігання, грошових розрахунків з покупцями, видачі товарів покупцям, забезпечення мікроклімату для збереження товару, енергозабезпечення всіх вузлів.

Корпус автомата служить для розміщення основного і допоміжного обладнання, механізмів і сполучних комунікацій автомата. Виготовляється він у вигляді шафи з дверима, що мають замочні пристрої (шафові автомати), або у вигляді несучого каркаса, закритого з лицьової і бічної сторін облицювальним матеріалом (панельні автомати). Лицьова сторона в панельних автоматах і двері в шафових з боку покупця звичайно використовуються для розміщення переліку пропонованих товарів і цінників, дисплея замовлення (відображає час, дату, найменування і вартість) і платіжної системи.

Товарознавча наука завжди приділяє значну увагу в товарах їх споживчим властивостям. Ці властивості є основним критерієм для купівлі споживачем певного товару.

Споживчі властивості товару – це властивості, які виявляються в процесі споживання або використання товару споживачем для задоволення матеріальних і культурних потреб. Як правило, споживчі властивості є складними властивостями (зручність використання, надійність, безпека товару), утвореними сукупністю простих властивостей. Споживчі властивості визначають споживчу вартість товару (цінність, корисність для людини) а також формують якість товару.

Товарознавці виділяють наступні групи споживчих властивостей товарів:

- властивості призначення (функціональні, соціальне призначення, властивості класифікаційного призначення):

- надійність (довговічність, безвідмовність, ремонтпридатність, збереженність);

- ергономічні властивості (антропометричні, фізіологічні, психологічні, психофізіологічні);

- естетичні властивості;

- безпека та екологічні властивості.

Вендінгові апарати також мають ці властивості, з боку користувача і з боку власника вони майже однакові, лише власник має незначні додаткові показники в двох властивостях, надійності і ергономічності.

З боку споживача та власника вендінговий апарат має такі споживчі властивості:

1) властивості призначення: основна задача вендінгового апарату - це продаж товару або надання певних послуг, з цим вони справляються дуже добре і задовольняють дану потребу в повному обсязі;

2) надійність – цей показник має певні проблеми. В основному спостерігаються: несправність механічних та електричних частин апарату, що призводить до тривалого очікування або некоректної видачі товару (холоста видача товару або відсутність у товарі певного компонента, в зв'язку з чим товар втрачає свої основні властивості харчові/призначення) чи навіть до «проглочування» грошових засобів (проходження оплати без видачі товару або видача в «холосту»), поломки які призводять до некоректного

надсилання інформації щодо наявності товару та розмірних монет в автоматі або взагалі її відсутності, що призводить до втрати прибутку чи незадоволенні клієнтів. Ці поломки зазвичай вчасно виявляються і ремонтуються, однак інколи вони виникають при безпосередньому користуванні апаратом споживачем, що в свою чергу призводить до негативного ставлення до апарату і фірми що його розмістила;

3) ергономічні властивості – для задоволення цієї властивості в апаратах використовують найновіші технічні засоби (сенсорні екрани, зможу розрахунку карткою, більш функціональні механізми видачі товару і т. д.), це робиться для того щоб споживач міг користуватися апаратом з задоволенням і економити свій час. Для власників таких апаратів також проводиться удосконалення легкості заповнення резервуарів для рідин чи сипких продуктів а також полиць товаром, ємностей з розмірними монетами, вилучення грошей з каси, складнощі при додатковому зовнішньому оздобленні апарату;

4) естетичні властивості – цей показник має велике значення, оскільки привабливим і технологічним апаратом приємно користуватись, тому в даному випадку виробники використовують стиль Хай-тек. Завдяки цьому стилю апарати інколи виглядають як з фільмів про майбутнє і приваблюють цим клієнтів;

5) безпека та екологічні властивості – кожен апарат має бути безпечним для оточуючих, саме тому для їх виробництва використовують матеріал який не шкодить здоров'ю людини. Також проводять діагностику систем регулювання температурою а саме приладів нагрівання та охолодження, їх комунікаційних сполучень, а також електричні вузли і електроніку оскільки вони можуть призвести до травмування як споживача так і оператора, який обслуговує апарат.

Відповідність споживчих властивостей всім нормам є важкою справою але й необхідною умовою гарного функціонування апарату і, в свою чергу, задоволенню споживачів.

Висновок, який можна зробити про вендингові апарати, – це те, що вони являються першим кроком у майбутнє. Їх споживчі властивості не чим не відрізняються від споживчих властивостей звичайних побутових електроприладів і дозволяють інтуїтивно користуватися ними. Таким чином підвищується оптимізація споживачів до користування цими апаратами у повсякденному житті.

Список використаних джерел

1. Черевко, О.І. Обладнання підприємств сфери торгівлі : навч. посібник : рекомендовано МОН України / О.І. Черевко, О.В. Новікова, В.О. Потапов. вид. 2-е. - К. : Ліра-К, 2011. 647 С.:

2. Дейниченко Г. В. Обладнання підприємств торгівлі. Опорний конспект лекцій / Г. В. Дейниченко, Д. В. Горелков, В. М. Червоний. // Харківський державний університет харчування та торгівлі. 2012. С. 75.

3. Лекція 8. Споживчі властивості товарів: веб-сайт. URL: https://studme.com.ua/1584072010990/marketing/teoreticheskie_osnovy_tovarovedeniya_i_ekspert_izy.htm

3. Товарознавство (Непродовольчі товари). Частина 4. Товарознавство нафтопродуктів і побутових електротоварів [Текст] : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина, Г.В. Іоненко. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2018. 80 с.

4. Хурдей В.Д., Сітенко Н.Ю. Вендінг як альтернативний канал роздрібно торгівлі: веб-сайт. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/41_2020_ukr/31.pdf

5. Эпоха вендинга или машины работают лучше людей: веб-сайт. URL: <https://1-sys.ru/epoha-vendinga/>