

УДК 339.371

ВЕНДИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**А.С. Астраханцева, Е.С. Чермаков**

Иркутский государственный университет путей сообщения, Иркутск, email: arinasemail@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена той роли, которая отводится сектору малого бизнеса в экономическом развитии, отмечая его вклад в создание рабочих мест и стимулирование инноваций, особенно в регионах с недостатком крупных предприятий. В статье анализируются системные препятствия, с которыми сталкивается малый бизнес, такие как высокое налоговое бремя, административные барьеры и ограниченный доступ к заемному финансированию. Рассматриваются вопросы венчурного инвестирования в предприятия, специализирующиеся в области автоматизированной торговли. Особое внимание уделяется вендинговой торговле как перспективному направлению венчурного финансирования, демонстрирующему сочетание современных технологий и высокой рентабельности. На практическом примере вендинговых автоматов, расположенных в городе Иркутске, выявлены различные экономические аспекты, включая структуру издержек, ценообразование и маржинальную прибыль. Исследование отражает существенную предпринимательскую прибыль в конечной цене продукта и указывает на потенциал для расширения рынка посредством реализации стратегии ценового снижения.

Ключевые слова: малый бизнес, венчур, вендинг, сбыт.

VENDING AS A SMALL BUSINESS SYSTEM ELEMENT: REGIONAL CHALLENGES AND DEVELOPMENT PROSPECTS**A.S. Astrakhantseva, E.S. Chermakov**

Irkutsk State Transport University, Irkutsk, email: arinasemail@yandex.ru

Abstract. The article explores the key role of small business in economic development, noting its contribution to job creation and stimulating innovation, especially in regions with a shortage of large enterprises. The article analyzes the systemic obstacles faced by small businesses, such as the high tax burden, administrative barriers and limited access to debt financing. The issues of venture capital investment in enterprises specializing in the field of automated trading are considered. Special attention paid to vending trade as a promising area of venture financing, demonstrating a combination of modern technologies and high profitability. Using the example of coffee machines in the Irkutsk region, economic aspects considered, including cost structure, pricing and marginal profit. The study identifies significant entrepreneurial gains in the final price of the product and points to the potential for market expansion through a price reduction strategy.

Keywords: small business, venture, vending, sales.

Дата поступления статьи в редакцию: 31.10.2025

Дата принятия статьи в печать: 28.11.2025

Введение

Многие ученые сходятся во мнении о том, что малый бизнес представляет собой основу экономической системы любой страны, выполняя множество важнейших функций, которые способствуют устойчивому развитию не только экономики, но и общества в целом, оказывая значительное содействие экономическому росту и повышению качества жизни населения. Обозначенный сегмент экономики обеспечивает значительную часть рабочих мест, особенно в тех регионах, которые в некотором роде испытывают дефицит крупных производственных предприятий, таким образом, малый бизнес существенно снижает уровень безработицы и способствует повышению благосостояния граждан. В свою очередь, роль малого бизнеса в процессе развития современной региональной экономики и внедрении инновационных решений в управление различными бизнес-процессами трудно переоценить.

Малое предпринимательство выступает мощным катализатором инноваций, так как оно быстрее и чрезвычайно гибко адаптируется к изменениям рыночной конъюнктуры. Предприниматели в данном секторе активно внедряют современные технологии и предлагают продукты, игнорируемые крупными

компаниями по причине отсутствия эффекта масштаба, присущего крупным предприятиям. Согласно статистическим данным, доля малого бизнеса в валовом внутреннем продукте (ВВП) многих развитых стран составляет от 20% до 50% [1]. Этот вклад демонстрирует экономическую важность малого бизнеса, его влияние на стабильность национальной экономики и его исключительное значение для регионов, где посредством такого рода организации деятельности обеспечивается доступ населения к широкому спектру конкурентоспособных товаров и услуг.

Особую ценность малый бизнес представляет для малых городов и сельских районов, на территории которых крупные корпорации как правило не видят должной емкости рынка, и, следовательно, экономической целесообразности развития деятельности. Благодаря имеющимся у малых субъектов хозяйствования особенностям, предприятия такого рода способны формировать здоровую конкуренцию на рынке, способствуя снижению стоимости продукции и услуг, а также ориентироваться на удовлетворение потребностей конкретных потребителей, проживающих там, где продукт непосредственно производится, повышая тем самым не только продуктовую адаптивность, но и потребительскую лояльность к торговым маркам местных производителей. Все это оказывает системное воздействие на процесс укрепления региональной экономики, созданию новых рабочих мест и постепенному улучшению качества жизни [2]. Таким образом, исследование вопросов специфики деятельности и развития малых предприятий представляется в значительной степени актуальным.

Цель исследования

Цель исследования заключается в определении текущего состояния и изменения тенденций на региональном вендинговом рынке кофе, определении проблем сбыта, а также поиске путей и перспектив его развития.

Материал и методы исследования

Методологической основой для подготовки научной статьи послужили различные подходы к исследованию информации, в том числе системный и сравнительный анализ, а также элементы применения экономико-математических методов, в части производства расчетов относительно практики совершенствования сбытовой деятельности регионального вендингового бизнеса.

Результаты исследования

Несмотря на объективную для региональной экономики значимость, малый бизнес систематически сталкивается со множеством системных проблем, препятствующих его стабильному росту и развитию. Набор факторов, традиционно оказывающих сдерживающее воздействие на развитие сегмента малого предпринимательства в настоящее время достаточно полно изучен, однако в рамках реализации цели настоящего исследования предлагается рассмотреть наиболее устойчивые из них.

Одной из ключевых преград является по-прежнему высокая налоговая нагрузка. Значительное количество налогов, а также сложные процедуры их расчета становятся для многих малых предприятий непосильными. Это приводит к финансовой нестабильности и закрытию значительного количества молодых инициатив еще на ранних этапах [3].

Административные барьеры представляют собой не менее значительную проблему. Продолжительные процедуры регистрации бизнеса, лицензирования, получения разрешений и сдачи отчетности увеличивают временные, финансовые и административные издержки для предпринимателей. На фоне этих сложностей многие предприниматели перестают видеть перспективы для ведения собственного бизнеса.

Кроме того, одной из наиболее актуальных на сегодняшний день трудностей остается малая доступность заемного финансирования, ввиду значительной стоимости привлечения кредитных средств. Кредитные организации, оценивая риски малого бизнеса как достаточно высокие, часто отказываются предоставлять кредиты. Для предприятий, которым все же удастся привлечь заемные средства, процентные ставки зачастую оказываются фактором, способным угрожать рентабельности деятельности. Ограниченный доступ к финансированию достаточно часто становится барьером для обновления оборудования, расширения бизнеса и своевременного внедрения, например, информационных технологий [4].

Не менее важным фактором сдерживающего развитие характера является инфляция в целом, и в особенности инфляция издержек, поступательный рост расходов на приобретение необходимых материалов и сырья, электрической энергии, услуг сферы коммунального хозяйства и др. Все перечисленное существенно увеличивает себестоимость производимой продукции и сопутствующих услуг, приводит к снижению конкурентоспособности продукта посредством роста его стоимости. В подобных условиях

у многих малых предприятий существенно снижается уровень рентабельности деятельности, что не может не влиять на темпы дальнейшего развития предприятий исследуемого сектора народного хозяйства.

Для преодоления негативного воздействия многих из приведенных факторов, существенно сдерживающих развитие предмета исследования, необходимы особые условия, относящиеся как к внешней, так и к внутренней организационной среде предприятий.

С одной стороны, безусловно, присутствует необходимость в разработке целевых мер соответствующей отраслевой государственной и частной поддержки. Что может включать снижение налоговой нагрузки, упрощение административных процедур, упрощение доступа к капиталу, развитие кооперативных структур и др.

С другой стороны, необходимы активные усилия собственников малого бизнеса в части генерации тех идей и подходов, которые часто отличают предпринимательский подход к ведению дел от традиционного. Способность к реализации на практике концепции непрерывного образования, проявляющейся в стремлении к беспрестанному узнаванию нового, тонкое чутье изменений в конъюнктуре рынка, критический взгляд на течение бизнес-процессов играют ключевую роль в успешной работе предпринимателя. Необходимо уделять особое внимание эффективному управлению финансовыми потоками, включая поиск разнонаправленных источников финансирования, оптимизации расходов и снижению себестоимости продукции и услуг. Только применение комплексного и системного подхода, в сочетании с мерами внешней поддержки с инициативой и профессионализмом самих предпринимателей, способны создать благоприятные условия для устойчивого и долгосрочного развития отечественного малого бизнеса [5].

Венчурный бизнес занимает особое место среди инструментов, способных дать малым предприятиям стимул к развитию. Для стартапов и инновационных компаний в малом бизнесе венчурные инвестиции становятся ключевым каналом финансирования, который обеспечивает не только приток необходимого капитала, но и доступ к профессиональным навыкам и новым рынкам. Венчурные инвесторы, в отличие от кредитных учреждений, чаще готовы брать на себя более высокий уровень риска, поддерживая проекты на самых ранних стадиях их развития [6].

Венчурное финансирование отличается собственной уникальной моделью сотрудничества, где инвесторы становятся стратегическими партнерами для бизнеса, принимая участие в разработке стратегии роста, внедрении инноваций и оптимизации внутренних процессов. Однако венчурный капитал имеет и некоторые особенности, например, такие как высокая степень неопределенности, сложность оценки перспектив стартапов и невысокая ликвидность. Все перечисленное делает инвестиции такого рода достаточно рискованными. Несмотря на это, успешные венчурные проекты способны приносить многократно более высокую прибыль как самим инвесторам, так и всей экосистеме.

Для предпринимателя, в свою очередь, венчурное финансирование предоставляет возможность получить значительный объем средств для быстрого масштабирования, сопровождаемого экспертной поддержкой от инвесторов и выходом на новые рынки. Тем не менее, необходимо учитывать и недостатки данного подхода, такие как обязанность делиться правом принятия управленческих решений, вкупе с рисками потери контроля над бизнесом, а также давлением, которое может оказываться инвесторами с целью достижения быстрых результатов. Для инвесторов венчурное финансирование потенциально открывает путь к высокой доходности, возможности участия в инновационных проектах и диверсификации портфеля. На фоне этого также можно выделить существенные риски: значительная доля проектов может не достигать стадии окупаемости, а низкая ликвидность и зависимость от команды стартапа добавляют неопределенности [7].

По мнению авторов, одним из наиболее перспективных направлений венчурного финансирования становится вендинговая торговля, которая ориентирована на минимизацию издержек и максимизацию экономической эффективности. Вендинг сочетает в себе современные технологии, такие как автоматизация процессов и обработка больших данных, что позволяет добиться высокой маржинальности при минимальных затратах.

В настоящее время в целом по России, и в Иркутской области, в частности, особую популярность приобретают кофейные автоматы, которые могут служить наиболее ярким примером региональной вендинговой торговли. Автоматы такого рода наполняют помещения множества мест массового скопления людей: торговые центры, парковочные зоны, университеты, вокзалы и аэропорты, больницы и центры «Мои документы», практически везде, где присутствует фактор закрытого помещения и значительной проходимости можно встретить такого рода автомат. Кофейные автоматы представляют собой яркий пример демонстрации сочетания простоты применения и обслуживания, высокой рентабельности и достаточно стабильного спроса. Кофейные автоматы становятся привлекательным выбором для пред-

принимателей благодаря достаточно низким операционным затратам, широкому ассортименту реализуемых продуктов и возможности оперативного увеличения сети при условии растущего спроса.

Современные кофейные автоматы оснащены системами автоматической очистки и управления запасами, что сводит к минимуму необходимость частого вмешательства обслуживающего персонала. Высокий спрос на кофе, доступность продукта 24/7 и возможность автоматической настройки ассортимента позволяют быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка. Кроме того, вендинг обладает огромным потенциалом масштабирования как на локальные, так и на международные рынки, что делает его одним из наиболее привлекательных направлений венчурного финансирования [8].

В то же время, несмотря на все привлекательные аспекты, вендинговый бизнес связан с определенными рисками и негативными сторонами. В первую очередь, высокая конкуренция в сегменте требует постоянного совершенствования сервиса и поиска новых локаций для установки автоматов, что может привести к росту затрат. Технические сбои, вандализм, кражи и порча оборудования могут существенно увеличить операционные расходы. Также важно учитывать риски, связанные с изменением потребительских предпочтений, сезонностью спроса и появлением новых альтернатив, снижающих привлекательность данного вида автоматов.

Стоит отметить и сложности, связанные с правовыми аспектами деятельности: соблюдением санитарных, пожарных и других нормативов, необходимостью получения разрешений на установку, что также может затянуть сроки запуска бизнеса. Кроме того, некоторые варианты местоположения могут обладать недостаточным уровнем проходимости, что не позволит достигнуть ожидаемого уровня показателя выручки и чистой прибыли, превращаясь в источник убытков.

Таким образом, несмотря на очевидные преимущества, успех вендингового бизнеса зависит от грамотного анализа рынка, выбора стратегически верных точек и систематического контроля за техническим состоянием оборудования [9].

В результате исследования удалось установить, что за истекший календарный год в городе Иркутске наблюдается значительный рост розничных цен на кофе, производимый на базе вендинговых автоматов. Так, средняя стоимость одной чашки кофе увеличилась со 100 рублей в сентябре 2024 года до 130 рублей к концу октября 2025 года, что составляет около 30% увеличения стоимости за указанный период. Анализируя динамику роста цены, необходимо отметить, что он был достаточно плановым: с сентября 2024 г. по март 2025 г. цена поднималась со 100 до 120 рублей за порцию, а в период с марта по октябрь 2025 года, со 120 до 130 рублей соответственно.

В настоящее время о темпах роста инфляции говорят достаточно много. Рост цен в различных отраслях связывают с общим темпом роста уровня инфляции, однако официальный уровень инфляции не составляет даже десяти процентов в год, следовательно, возникает закономерный вопрос относительно того, какие именно факторы заставляют собственников вендингового бизнеса столь устойчиво поднимать цены. Говоря о стоимости приобретения материалов и ингредиентов для приготовления различных видов кофе необходимо отметить, что рост стоимости кофе связывают с ростом стоимости кофейных зерен и какао бобов, вызванный неурожаем данных культур в истекшем году, в таких странах как Бразилия, Вьетнам и др. Неблагоприятные обстоятельства со стороны первичных поставщиков действительно оказывают определенное негативное влияние на рынок сырья, что, как следствие, увеличивает закупочные цены и накладывает дополнительные расходы на конечную стоимость товара для потребителя. Однако является ли рост стоимости сырья настолько существенным, чтобы возникала объективная необходимость увеличения розничной цены за одну порцию кофе на 30% всего лишь за один календарный год. В ходе реализации прикладной части данного исследования были произведены расчеты, позволившие проверить целесообразность увеличения розничной цены на кофе в городе Иркутске.

Рассмотрим состав и структуру издержек на примере типового вендингового аппарата, использующего стакан объемом 250 мл, для приготовления готового продукта требуется около 14 г кофейных зерен при стандартном соотношении ингредиентов (1 г кофе на 18 мл воды). Для обеспечения деятельности такого аппарата предпринимателю достаточно будет приобрести кофе материал у одного достаточно крупного и внушающего доверие торгового посредника, например, в ООО «МЕТРО Кэш энд Керри». Такой выбор обусловлен особенностями организации снабжения на локальном рынке: в случае отказа от приобретения кофе материала в крупных торговых сетях, предпринимателю пришлось бы искать более выгодные предложения среди специализированных поставщиков, однако этот путь потребует более значительных объемов закупки, что едва ли выгодно с точки зрения поддержания ликвидности бизнеса. Альтернативно, представляется возможным объединение с другими предпринимателями для формирования консолидированной закупки с целью снижения закупочной цены. Необходимо отметить, что с точки

зрения практики на достаточно насыщенном рынке вендинговых услуг города Иркутска закупку такого рода организовать достаточно сложно, поскольку большинство участников рынка действуют независимо друг от друга и стремятся к максимальной самостоятельности, а кооперацию практически затрудняет чрезмерная концентрация потенциальных партнеров на межфирменном уровне конкуренции, который не позволяет в должной мере оценить объективные положительные аспекты процесса консолидации закупочной деятельности в части приобретения сырья и материалов.

С учетом обозначенных особенностей функционирования регионального вендингового бизнеса закупка кофе у крупного ритейлера федерального уровня представляется наиболее доступным и рациональным вариантом: обеспечивается стабильность поставок, прогнозируемость цен и достижение оптимального уровня транспортно-заготовительных расходов. Так, розничная цена за килограмм зернового кофе в торговом центре ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» в городе Иркутске, в среднем составляет 2399 рублей [10]. Из одного килограмма кофе материала можно приготовить примерно 71 чашку кофе. Таким образом, себестоимость одной порции кофе составит примерно 33,8 рубля. Средняя стоимость одного стакана составляет 4,2 рубля при условии приобретения 1000 штук. Совокупная себестоимость производства одной чашки кофе с учетом заданных условий составит примерно 38 рублей, включая расходы на кофе материал и упаковку в виде стакана. При установленной розничной цене кофе в размере 130 рублей за порцию маржинальная прибыль от реализации одной порции составит примерно 92 рубля, а примерная окупаемость затрат будет достигнута в результате реализации 55 чашек кофе, чего можно достичь за два или три дня. Завершая расчет можно с достаточной достоверностью утверждать, что ежемесячная валовая прибыль будет находиться на уровне ста тысяч рублей в месяц, в результате эксплуатации только одного автомата, а соотношение маржинальной прибыли к себестоимости производства составит 71% к 29% соответственно.

Приведенный пример расчета примерных затрат и принципов ценообразования на рынке вендингового сбыта кофе в городе Иркутске является отражением совершенно однозначной экономической характеристики: наличие значительной и устойчивой диспропорции между низкими переменными затратами на производство единицы продукции и текущей розничной ценой. Наблюдаемый рост сбытовых цен на 30% за один календарный год, который по мнению авторов совершенно голословно объясняется общей инфляцией и ростом стоимости приобретения кофе материала и других материальных ценностей, при более глубоком рассмотрении оказывается совершенно экономически необоснованным.

Кроме того, произведенный расчет показывает, что текущая ценовая политика в значительной степени оторвана от реальной структуры затрат и направлена на максимизацию прибыли с каждой транзакции, а не на максимизацию прибыли посредством стимулирования роста уровня товарооборота. Высокая рентабельность, превышающая 68% при умеренных объемах продаж, а также достаточно быстрая окупаемость постоянных расходов лишь подтверждают вывод о завышенном характере цен и огромном запасе прочности данного бизнеса, подкрепленного чрезвычайной популяризацией среди молодежи формата употребления кофе «на ходу».

Несмотря на то, что поверхностный взгляд на рынок может создавать иллюзию его насыщенности и высокой конкуренции, данная аномальная прибыльность свидетельствует о наличии значительного и практически не реализуемого потенциала. Существующий разрыв между себестоимостью и ценой создает уникальное стратегическое «окно возможностей» для входа на рынок новых участников, способных существенно изменить текущую конъюнктуру рынка. В качестве предложения по максимизации полезного экономического эффекта от функционирования вендингового бизнеса в части производства кофе предлагается стратегия ценового снижения, основанная на законе спроса, которая способна существенно повысить эффективность функционирования вендингового рынка по производству кофе в городе Иркутске [11]. Снижение цены, например, до уровня начала 2024 года, когда она составляла 100 рублей, сохраняет достаточно высокую маржинальную прибыль, но способно стимулировать потребительскую активность, что очень вероятно приведет к существенному увеличению объемов продаж в натуральном выражении.

Таким образом, достижение эффекта масштаба позволит не только компенсировать снижение маржинальной прибыли на единицу продукции, но и приведет к росту совокупного товарооборота что, как следствие, приведет к увеличению уровня итоговой чистой прибыли предприятия. Предлагаемая ценовая стратегия является не только тактическим ходом для укрепления конкурентоспособности вендингового бизнеса, но и представляет собой достаточно эффективный механизм для перераспределения рыночных долей, привлечения новой потребительской аудитории и максимизации долгосрочной финансовой эффективности посредством более объективного с экономической точки зрения ценообразования.

Выводы

В результате исследования, представленного в работе, удалось сформулировать не только причины, представляющие важность рассмотрения вопросов, касающихся современного состояния сектора малого бизнеса, но и определить достаточно высокую степень востребованности вендингового направления как полноценного элемента региональной экономической системы. Практика показывает, что ситуация на региональном рынке производства и сбыта кофе не является столь удручающей, чтобы сообщать о нестабильности показателей рентабельности данного сектора. Таким образом, можно с уверенностью заключить, что не все субъекты хозяйствования вынужденно поднимают цены на результаты своего труда, ссылаясь на непростое положение в стране. Присутствуют и те, кто намеренно увеличивает стоимость производимой продукции с целью аккумуляции значительной выручки, почувствовав для этого благоприятный момент. В настоящее время присутствует объективная необходимость добавления новых участников в рассматриваемый сектор с целью возвращения стоимости реализуемой продукции в своевременные и экономически целесообразные пределы. Потенциал для развития использования различных подходов к автоматизации бизнес-процессов в настоящее время не достиг своего предела, что убеждает в неопровержимости факта наличия некоторой ниши для развития честного предпринимательства на территории Иркутской области и областного центра.

Литература

1. РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/29/10/2025/69006e099a7947747372bd81> (дата обращения: 02.10.2025).
2. Гитис Л.Х. Большой эффект малого бизнеса (при существующем раскладе сил малый бизнес обречен) // Горный информационно-аналитический бюллетень. 2004. № 8. С. 343-346. EDN: IFAEDJ.
3. Асылбаев Е.А. Особенности налогообложения в субъектах малого и среднего бизнеса // Statistics, Accounting and Audit. 2014. № 1 (52). С. 65-67. EDN: XRNWQX.
4. Трегулова И.П. К вопросу становления малого бизнеса в регионе // Вестник Черниговского государственного технологического университета. Серия: Экономические науки. 2011. № 4(54). С. 257-262. EDN: SPDOBX.
5. Насыбулина В.П., Жатикова М.Н. Малый бизнес и системные проблемы, тормозящие развитие малого бизнеса // Наука Красноярья. 2017. Т. 6, № 1-2. С. 224-233. DOI: 10.12731/2070-7568-2017-1-2-224-233 EDN: XYGAPB.
6. Громов И. Венчурный бизнес. Венчур — это риск, и мы рискнули // Финансовый контроль. 2007. № 4. С. 54-55. EDN: HZGXWB.
7. Локтев А.В. Венчурное финансирование: понятие, проблемы и перспективы // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 7(29). С. 106-109. EDN: ONNGKD.
8. Вазиев Р.Р., Лялин В.Е. Формализованная модель развития венчурного инвестиционного проекта // Вестник Ижевского государственного технического университета. 2009. № 2(42). С. 82-85. EDN: KJVGJY.
9. Гусев А.А. Планирование запуска проекта в сфере вендинга // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2025. № 2. С. 8-12. EDN: IFDPNY.
10. ООО «МЕТРО Кэш энд Керри». [Электронный ресурс]. URL: <https://online.metro-cc.ru/products/1kg-kofe-egoiste-voyage-v-zernah> (дата обращения: 15.10.2025).
11. Бурковский П.В., Яни А.В. Концептуальные основы диверсификации как формы организации производства и способа достижения положительного «эффекта масштаба» // Экономика: теория и практика. 2021. № 1(61). С. 3-12. EDN: OFBYIQ.