



БЕЗКОШТОВНИЙ ГАЙД ВІД ВИРОБНИКА · 2026

Вендінгова фотокабіна як бізнес

локація, переговори, окупність

Вулиця, ТРЦ, фуд-корти і кінотеатри: як обрати місце, яке заробляє, порахувати його потенціал до покупки кабіни і домовитись із власником території – на реальних цифрах.

Про що цей гайд і чому нам можна вірити

Цей гайд – для тих, хто розглядає вендингову фотокабіну як джерело пасивного доходу. Вендинг – це не лише вулиця: фотокабіни в приміщеннях заробляють не гірше. У Lux-Foto три вендингові моделі під різні локації: вуличний фотобокс Retro, фотобокс Insta на колесах для закладів і ТРЦ, стаціонарна фотокабіна Classic для торгових центрів і місць з потоком людей.

У вендинговому фотобізнесі є одне рішення, яке визначає майже все: локація. Правильне місце прощає дрібні помилки і щодня приносить гроші. Неправильне – перетворює найкращу кабінку на ящик, який припадає пилом. Тому лівова частка цього гайда – саме про те, як знайти прибуткове місце, чесно оцінити його потенціал ще до покупки кабінки і домовитися з власником території.

Чому ми знаємо, про що пишемо:

- Lux-Foto виробляє фотокабіни з 2010 року – і починали ми саме з вендингових кабін, а не з event-оренди.
- Понад 270 кабін на нашому програмному забезпеченні працюють у 9 країнах світу. Стаціонарні вендингові кабінки нашого виробництва роками працюють у Києві, Вінниці й області, у Львівській і Полтавській областях – і навіть у Білорусі та Грузії.
- Ми – не лише виробник, а й оператор: дві наші вуличні кабінки просто зараз працюють в історичних центрах двох обласних центрів України. Всі цифри в цьому гайді – з реальної статистики наших і клієнтських кабін, а не з рекламних обіцянок.

Одна з цих кабін за два роки роботи принесла понад 1 000 000 грн виручки. Як саме вона це зробила і чому саме там, де стоїть, – розберемо детально.

Чому фотовендінг працює

Друковане фото повернулось у моду. У кожного в телефоні тисячі знімків, які ніхто не передивляється. А паперова фотосмужка з прогулянки – одна, і вона висить на холодильнику роками. Для покоління 30+ це ностальгія, для молоді – новий незвичний досвід, для туристів – сувенір з міста.

Це імпульсна покупка з ідеальним чеком. 100–150 грн – сума, яку на прогулянці витрачають не замислюючись: як кава з десертом. Рішення «сфотографуємось!» приймається за секунди, особливо коли кабіна гарна і стоїть у правильному місці.

Кабіна продає сама, 365 днів на рік. Клієнт сам підходить, сам платить готівкою або за QR-кодом, сам обирає шаблон і за хвилину тримає фото. Без продавця, без зарплат, без графіка роботи. Дощ і сніг вендінговим кабінам Lux-Foto не страшні – наші вуличні кабіни працюють цілий рік, і зима з різдвяними ярмарками часто дає найкращі дні.

Гарна кабіна – сама собі реклама. Фотобокс Retro у вигляді вінтажної дерев'яної фотокамери виглядає як частина історичної вулиці. Люди підходять роздивитись, читають екран, кличуть друзів. Ми свідомо робили його арт-об'єктом: у вендінгу зовнішність кабіни – це не дизайнерська примха, а конверсія.

Ринок ще вільний. В Україні фотовендінг тільки набирає обертів: у більшості обласних центрів немає жодної вуличної фотокабіни, а в багатьох ТРЦ – жодної стаціонарної. Той, хто займе найкращі локації міста першим, збиратиме вершки роками – місце біля головної пам'ятки чи біля фуд-корту головного ТРЦ міста одне.

Вулиця чи приміщення: оберіть свій формат

Обидва формати заробляють – вони просто працюють по-різному. Чесне порівняння:

	Вулиця (Retro)	Приміщення (Insta, Classic)
Потік	туристи і прогулянки, пік улітку і на свята	стабільний цілий рік, пік у вихідні
Погода	всепогодна конструкція, але потік залежить від сезону	жодної залежності від погоди
Ціна фото	100–150 грн, туристичний «сувенірний» чек	100–150 грн + у Classic другий дохід: фото на документи
Оренда місця	від символічної до помірної, іноді дозволи	ТРЦ ≈ 100 \$/міс, переговори швидші
Ризики	вандалізм (керований – див. розділ нижче)	мінімальні: охорона й камери ТРЦ
Старт	треба обрати точку міста	достатньо обрати правильний ТРЦ і місце в ньому

Де вендингові кабінки показують себе найкраще в приміщеннях:

- Фуд-корт ТРЦ – золота локація: люди сидять із вільним часом, у гарному настрої, компаніями і родинами. Поки чекають замовлення – фотографуються.
- Біля фотозон і арт-інсталяцій – ТРЦ самі створюють місце «для фото», кабіна поруч перетворює настрій на надрукований сувенір.
- Кінотеатри – пари й компанії до і після сеансу, попкорн-зона, вечірній настрій побачення.
- Дитячі розважальні зони і парки атракціонів – батьки охоче платять за фото дітей, а діти просять «ще раз».
- Розважальні центри (боулінг, більярд, квести) – компанії, які вже налаштовані витратити на розваги.
- Вокзали і місця очікування – для Classic з фото на документи: розваги + документи в одному потоці.

Формула однакова скрізь: вільний час + гарний настрій + компанія = друковане фото. Далі в гайді критерії і метод оцінки працюють для обох форматів – ми окремо позначаємо, де є нюанси.

Скільки заробляє вендингова фотокабіна: реальні цифри

Вулиця – статистика наших двох вуличних кабін в обласних центрах (не київських, звичайних обласних центрах):

- 8–15 фото на день – стабільний середній діапазон протягом року;
- 20 і більше фото – хороші дні: туристичний сезон, свята, ярмарки;
- 100 грн – ціна одного друку (у великих туристичних містах ринок приймає 150 грн);
- 7 грн – собівартість друку. Маржа з кожного фото – понад 90%;
- кабіна працює цілий рік, включно із зимою.

Приміщення – реальні дані діючих стаціонарних кабін:

- навіть у малих містах на 40–60 тис. мешканців кабіна в приміщенні стабільно робить 6–10 фото на день по 100 грн;
- у великих містах і хороших ТРЦ потенціал суттєво вищий – потік фуд-корту працює щодня, без сезонних провалів;
- Фотокабіна Classic заробляє двічі: розважальні фотосмужки у вихідні + фото на документи в будні – другий потік доходу без сезонності.

Що це означає в грошах:

Сценарій	Виручка/міс	Прибуток/міс*	Окупність \$6100
6 фото/день × 100 грн – приміщення, мале місто (реальні дані)	18 000 грн	≈13 700 грн	≈19 місяців
8 фото/день × 100 грн – вулиця (реальні дані)	24 000 грн	≈19 300 грн	≈13 місяців
12 фото/день × 100 грн – вулиця / хороший ТРЦ (реальні дані)	36 000 грн	≈30 500 грн	≈8,5 місяця
15 фото/день × 150 грн – туристичний центр / ТРЦ великого міста	67 500 грн	≈61 300 грн	≈4,2 місяця
20 фото/день × 150 грн – сезон, свята, топ-локації	90 000 грн	≈82 800 грн	≈3,1 місяця

*Прибуток після витрат на друк і орієнтовної оренди місця ~3 000 грн/міс, курс 42 грн/\$. Розрахунок для кабіни \$6100 (Retro або Classic); фотобокс Insta Base за \$4700 окупається на чверть швидше. Податки залежать від вашої системи оподаткування.

Важлива чесність: перші тижні на новому місці майже завжди тихіші – людям потрібен час звикнути, що кабіна тут стоїть. Розкрутка локації займає 1–3 місяці, і це нормально. Наш мільйонний кейс теж починався не з 20 фото на день.

Що робить локацію прибутковою: п'ять критеріїв

За роки спостережень за своїми і клієнтськими кабінами ми звели вибір локації до п'яти критеріїв. Місце має набирати бали за кожним – провал хоча б у двох пунктах з'їдає виручку в рази.

1. Прогулянковий потік, а не транзитний

Головна помилка новачків – рахувати «скільки людей проходить». Важливо не скільки, а в якому стані вони проходять. Людина, що біжить на автобус чи з роботи, не зупиниться ніколи. Людина, що прогулюється – з морозивом, з дітьми, під руку – ваш клієнт. Тисяча «прогулянкових» людей цінніша за десять тисяч транзитних. Саме тому пішохідні вулиці історичних центрів – еталон для вулиці, а фуд-корт – еталон для ТРЦ: там люди сидять із вільним часом. Зупинки транспорту, підземні переходи і транзитні коридори ТРЦ біля входу – майже завжди провал.

2. Точка емоції поруч

Фотографуються там, де щось відчують: біля пам'ятки, фонтана, гарного виду, новорічної ялинки, після смачної вечері. Одна з наших кабін стоїть біля літньої тераси ресторану – людина посиділа, відпочила, у гарному настрої виходить – і ось вона, кабіна. Саме ця кабіна зробила 1 000 000 грн за два роки. Друга стоїть біля відомої історичної пам'ятки – і показує близькі результати. У ТРЦ точки емоцій – це фуд-корт, кінотеатр, фотозона, дитяча зона розваг. Шукайте місце, де в людей уже гарний настрій.

3. Видимість і «дозвіл зупинитись»

Кабіну має бути видно з 20–30 метрів, і біля неї має бути природно зупинитись: широкий тротуар, майданчик, кишеня. Якщо кабіна затиснута у вузькому проході, де зупинена пара перекидає рух, – люди фізично не зможуть нею скористатись, навіть якщо захочуть.

4. Години пік вашої локації

Пік вуличного вендінгу – вечір: прогулянки, побачення, підсвічені вулиці. Вулиця, яка «вмирає» о 18:00, втрачає найприбутковіші години – дивіться на місце о 20:00, а не опівдні. Підсвічена арка нашого Retro світиться в сутінках і працює як маяк – але їй потрібна вулиця, якою ввечері гуляють. У ТРЦ свої години грошей: вечори п'ятниці та вихідні – оцінюйте локацію саме тоді, а не у вівторок зранку.

5. Практика: електрика, безпека, господар

Прозаїчні речі, які вирішують: розетка 220 В у радіусі досяжності (або згода господаря її провести), місце проглядається (камери, ліхтарі, людне оточення – проти вандалізму), і головне – зацікавлений господар території, з яким можна домовитись по-людськи. Про це – окремий розділ.

Метод двох годин: оцінюємо локацію до покупки

Потенціал місця можна виміряти до того, як ви вклали хоч гривню. Знадобляться два візити і блокнот. Метод однаковий для вулиці й ТРЦ – різниться лише час спостереження.

1. Оберіть правильний час: для вулиці – будній вечір 18:00–20:00 і вихідний день 16:00–20:00; для ТРЦ – вечір п'ятниці та суботній день. Це «години грошей» фотовендінгу. Оцінка локації в понеділок об 11-й ранку не скаже нічого.

2. Рахуйте прогулянкових, а не всіх. Станьте на місці майбутньої кабіни і 60 хвилин рахуйте лише людей у прогулянковому темпі: пари, компанії, родини з дітьми, туристів з телефонами. У ТРЦ рахуйте тих, хто сидить на фуд-корті чи неквапом гуляє галереєю. Транспортних перехожих ігноруйте.

3. Застосуйте чесну конверсію. З нашої статистики: зі 100 прогулянкових перехожих сфотографуються 1–2 «компанії» (пара, родина, група друзів). Порахували 400 прогулянкових за вечір – очікуйте орієнтовно 4–8 фото. Це консервативна оцінка «до розкрутки»: постійна кабіна з часом працює краще, бо про неї дізнаються.

4. Помножте на сезон. Улітку і в грудні потік у туристичних місцях зростає в рази – якщо ваш підрахунок у квітні дав 6 фото/день, у сезон це буде 12–15. У ТРЦ сезонність м'якша: там «сезон» – це кожні вихідні плюс грудень.

5. Перевірте пікові години ще раз. Для вулиці прийдіть о 21:00: якщо вона жива і підсвічена – додавайте впевненості. Для ТРЦ пройдіться в суботу о 17:00: черга на фуд-корті – ваш найкращий прогноз.

- Порахований прогулянковий потік у будній вечір
- Порахований потік у вихідний
- Є точка емоції в радіусі 30 метрів (пам'ятка, тераса / фуд-корт, кінотеатр, фотозона)
- Кабіну буде видно здалеку, є місце зупинитись
- Локація жива в пікові години (вулиця – вечір, ТРЦ – вихідні)
- Є електрика і зрозумілий господар території

Якщо за методом виходить менше 4–5 фото на день навіть у сезон – шукайте інше місце. Кабіна там виживе, але окупатиметься втричі довше, ніж могла б за 300 метрів звідти.

Скільки коштує місце і як домовлятися

Хороша новина: оренда місця під фотокабіну – це один квадратний метр, а не приміщення. Витрати на місце – найменша стаття у цьому бізнесі, але саме переговори лякають новачків найбільше. Даремно – власники локацій зазвичай раді додатковому доходу з квадратного метра, який у них простоював.

Скільки це коштує на практиці:

Тип локації	Орієнтовна вартість	Особливості
ТРЦ, розважальний центр, кінотеатр	≈100 \$/міс	Швидкі переговори з адміністрацією, стабільний потік цілий рік, охорона й камери в комплекті
Приватний заклад (ресторан, кафе, готель, дитячий центр)	фікс або % від виручки	Найгнучкіший варіант, можлива взаємна вигода
Міська / комунальна територія (вулиця)	значно дешевше	Але потрібні дозволи – закладайте час на документи

Фікс чи відсоток? Обидві моделі робочі. Але оренда відсотком від виручки має недооцінений бонус: власник закладу стає вашим партнером. Йому вигідно, щоб кабіна заробляла – і ось уже персонал тераси поглядає за порядком біля кабіни, підказує гостям «а сфотографуйтеся на пам'ять», а менеджер телефонує вам, якщо щось не так. Ми користуємось цим у власних кабінах: домовтесь із персоналом або менеджером закладу про нагляд – при відсотковій моделі вони самі в цьому зацікавлені.

Аргументи для переговорів, які працюють:

- «Кабіна прикрашає вхід і приваблює людей» – для Retro це буквально правда: арт-об'єкт, біля якого зупиняються.
- «Ваші гості отримають розвагу, поки чекають замовлення / стоять у черзі».
- «Електрику порахуємо чесно: у кабіні вбудований лічильник» – у кабінах Lux-Foto він справді є, і це знімає найчастіше заперечення власників.
- «Жодного клопоту: кабіна працює сама, я приїжджаю і підтримую порядок».
- Для міської території: фотокабіна – туристична інфраструктура, вона робить локацію привабливішою.

Про комунальну землю окремо: ціна оренди там приємна, але оформлення дозволів – квест на тижні або місяці (залежить від міста). Якщо це ваш перший вендінг – простіше стартувати з приватним власником, а «міські» локації додавати другою кабіною, коли процес уже зрозумілий.

Легальність: ФОП, ПРРО і жодних проблем з чеками

Страх «а як з податковою?» зупиняє багатьох – і дарма, бо в кабінах Lux-Foto це питання закрито з коробки.

- ФОП 2-ї або 3-ї групи – стандартний формат для фотовендингу. Реєстрація – один день через Дію.
- Фіскалізація вбудована: програмний РРО (ПРРО) з видачею електронних чеків уже інтегрований у наші вендингові кабіни. Клієнт заплатив – чек сформувався. Жодних окремих касових апаратів.
- Оплати: банкнотоприймач приймає готівку всіх номіналів, QR-код – безготівкову оплату. Обидва канали фіскалізуються.
- Договір оренди місця – простий типовий документ на 2–3 сторінки: хто, де, за скільки, хто за що відповідає. Надамо шаблон разом із кабіною.
- Онлайн-кабінет зберігає всю статистику продажів – ви завжди знаєте свої цифри і легко звітуєте.

Разом з кабіною ви отримуєте налаштовану систему і інструкцію запуску – наші клієнти проходять цей етап за кілька днів, а не місяців.

30 хвилин на день, які подвоюють виручку

Вендінг називають пасивним доходом, і це чесно – але «пасивний» не означає «покинутий». З досвіду власних кабін ми вивели просте правило: 30 хвилин на день. Не обов'язково щодня, але дуже бажано.

Що входить у ці пів години:

- Протерти кабінку, якщо десь брудно: скло екрана, корпус, зона друку.
- Прибрати сміття навколо. Тут працює психологія розбитих вікон навпаки: там, де чисто, людям соромно смітити. Там, де вже валяється обгортка, – смітять без вагань. Чистота навколо кабінки – це не естетика, це захист локації.
- Перевірити витратні матеріали – хоча залишок паперу ви й так бачите онлайн.
- Постояти поруч 10 хвилин, коли хтось фотографується. Це найнедооціненіший пункт. Клієнти біля кабінки вголос обговорюють, яка рамка найкрутіша, де вони бачили схожі кабінки, де «отаку б поставити». Ви безкоштовно отримуєте: відгуки про шаблони, ідеї нових локацій і живе відчуття свого бізнесу. Наші найкращі рішення народились саме з таких підслуханих розмов.

А ось чого робити не можна – забувати про кабінку на тиждень і більше. Занедбану кабінку видно одразу: брудний екран, затерті сліди рук, сміття під ногами. Вона і виглядає гірше, і заробляє менше, і псує відносини з власником локації. Це все-таки бізнес – приділяйте йому хоча б мінімум часу.

Все інше кабінка робить сама, а ви бачите її стан з телефону:

- онлайн-кабінет – продажі і статус у реальному часі;
- Telegram-сповіщення – миттєвий сигнал про будь-яку нештатну ситуацію;
- таймер – кабінка сама вмикається зранку і вимикається вночі;
- віддалене керування – увімкнути чи вимкнути можна з будь-якої точки світу;
- лічильник електроенергії – прозорі розрахунки з локацією за світло.

Зима, дощ і вандали: три страхи, які ми зняли конструкцією

Цей розділ – про вуличні кабінки: у приміщенні жодного з цих ризиків просто немає, і це вагомий аргумент на користь ТРЦ для тих, хто хоче максимально спокійний старт. А для вулиці – ось факти.

«А взимку?» Взимку кабінки працюють – і часто краще, ніж восени. Різдвяні ярмарки, ялинки, підсвічені вулиці, святковий настрій – це сезон імпульсних покупок. Наші вуличні кабінки проходять зиму щороку: корпус і електроніка розраховані на вуличну експлуатацію, сенсорний екран 18,5" працює на морозі, в дощ і під прямим сонцем.

«А дощ?» Вендінгові кабінки Lux-Foto – всепогодні. Захист від опадів закладений у конструкцію, а не доданий парасолькою зверху.

«А вандали?» За роки вуличної роботи наших кабін – це найбільш переоцінений страх. Що працює: вандалостійкий металевий корпус (дерев'яні панелі Retro – обшивка поверх металу), правильна локація (людне, освітлене, проглядається – див. критерій №5), нагляд персоналу закладу-партнера і Telegram-сповіщення про нештатні ситуації. Практика показує: гарну доглянуту кабінку в людному місці не чіпають – вона сприймається як частина міста, а не як нічийний ящик.

Сім помилок, які вбивають вендинговий фотобізнес

1. Обрати місце «де дешевше», а не де потік. Зекономлені 50 \$ оренди обертаються мінусом 15 000 грн виручки щомісяця. Найдорожча помилка в цьому бізнесі.
2. Рахувати транзитний потік як клієнтів. Тисячі людей біля метро не сфотографуються ніколи. Чотириста прогулянкових на пішохідній вулиці – ваш хліб.
3. Кинути кабінку без догляду. Тиждень без візиту – і кабіна виглядає занедбаною, а виручка повзе вниз. 30 хвилин на день – мінімальна ціна цього бізнесу.
4. Не адаптувати шаблони під локацію. Турист хоче фото «на пам'ять з цього міста», а не абстрактну рамку. Ми робимо тематичні шаблони під вашу локацію – використовуйте це: сувенірність подвоює конверсію.
5. Здатися через тихий перший місяць. Локації потрібно 1–3 місяці на розкрутку. Постійні перехожі мають звикнути, що кабіна тут «живе».
6. Ігнорувати пікові години. Якщо ви жодного разу не бачили свою вулицю о 21:00 або свій ТРЦ у суботу ввечері – ви не знаєте свою локацію.
7. Купити б/в кабінку без ПЗ і підтримки. Стара кабіна без фіскалізації, телеметрії і запчастин з'їсть на ремонтах більше, ніж зекономила на старті. Вендинг живе надійністю: кожен день простою – це мінус виручка.

Чек-лист запуску і наступний крок

- Обрані 2–3 локації-кандидати за п'ятьма критеріями
- Проведений «метод двох годин» на кожній: потік порахований у будній вечір і вихідний
- Проведені переговори, узгоджена оренда (фікс або %), домовленість про нагляд персоналу
- Є електрика 220 В, узгоджене підключення
- Відкритий ФОП, зрозуміла схема оподаткування
- Підписаний договір оренди місця
- Обрана модель кабіни під локацію: Retro для вулиці, Insta для закладів і ТРЦ, Classic для ТРЦ/вокзалів + фото на документи
- Замовлені тематичні шаблони під локацію
- Заплановані 30 хвилин на день на догляд

Що далі:

1. Порахуйте свій сценарій у калькуляторі окупності з реальними формулами цього гайда: lux-foto.pro/calculator
2. Подивіться кабіни детально: вуличний фотобокс Retro (lux-foto.pro/fotobox-retro), фотобокс Insta для закладів (lux-foto.pro/fotobox-insta), стаціонарна фотокабіна Classic (lux-foto.pro/fotokabina-classic).
3. Розкажіть нам про свою локацію – чесно порахуємо її потенціал за нашою статистикою, покажемо кабіну наживо по відеозв'язку і відповімо на всі питання. Ми зацікавлені, щоб ваша кабіна заробляла: власники, які заробляють, купують другу і третю.

Телефон: +38 (096) 790-22-90 · Telegram: [@LuxFoto](https://t.me/LuxFoto) · mail@lux-foto.pro

Виготовлення кабіни – до 20 днів (Retro, Insta) або до 30 днів (Classic). Гарантія – 12 місяців на електроніку і 5 років на корпус. У ціні кожної вендингової кабіни: QR-оплата, ПРРО з е-чеками і хмарний сервіс Lux-Foto Cloud – перший рік включено.

Lux-Foto – виробник фотокабін з 2010 року. Дві наші власні вуличні кабіни працюють в історичних центрах обласних центрів України, а стаціонарні кабіни нашого виробництва роками заробляють у приміщеннях по всій країні – все, що ви прочитали, ми щодня перевіряємо на практиці.