

## Тренды, особенности и препятствия развития рынка вендинга в России

Научный руководитель – Самылина Дарья Александровна

Самохин А.А.<sup>1</sup>, Журавлев Е.А.<sup>2</sup>

1 - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» - Нижний Новгород, Факультет информатики, математики и компьютерных наук, Нижний Новгород, Россия, *E-mail: alex\_samokhin\_1998@mail.ru*; 2 - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет компьютерных наук, Москва, Россия, *E-mail: zhuravan98@gmail.com*

Вендинг, как способ продажи товаров и услуг с помощью автоматизированных систем - неотъемлемая часть развития технического прогресса в наши дни. Вендинговые автоматы могут обслуживать покупателей круглосуточно и значительно экономить временной ресурс, являющийся ключевым приоритетом в жизни современных людей. Кроме того, вендинг считается одним из наиболее быстро окупаемых видов бизнеса, который не имеет особых сложностей в обслуживании и не требует весомых вложений [3].

Российский рынок автоматизированных продаж находится в начальной стадии развития, в разы уступая европейскому рынку (в РФ доля вендинга составляет не более 1% от ритейла, тогда как в Европе этот показатель в среднем 5%) [4]. Принимая во внимание потенциал данного направления, в проекте представлена попытка исследования перспективности вендинга в российских реалиях и различных препятствий, мешающих росту бизнеса.

Цель работы - определить, насколько актуальны новации в области автоматизированной торговли для людей в возрасте от 18 до 24 лет и рассмотреть варианты решений, способные нивелировать проблемы в развитии вендинга в России. В основе исследования лежал количественный метод - онлайн-анкетирование (с помощью инструмента Google Forms), а также проработка актуальных исследований, изучение законодательства в сфере регулирования торговой деятельности и анализ оценки экспертов в области вендинга.

В ходе анализа выяснилось, что для большинства респондентов вендинг является немаловажной частью жизни. Подтвердилась потребность покупателей в возможности бесконтактной оплаты, в то время как большинство торговых автоматов работают без применения эквайринговых терминалов по приему платежей с банковских карт [2]. Кроме того, результаты опроса доказывают факт перспективности направления автоматизированных терминалов печати документов. А также вовлечение малого вендингового бизнеса в проект «Умный город» способно удовлетворить потребности респондентов и предотвратить возможное вытеснение малых вендоров крупными иностранными операторами [1].

Весомым результатом исследования стал вывод о готовности молодых людей активно пользоваться вендинговыми аппаратами по переработке отходов (пластик, стекло и т. д.). Это поможет проблеме развития сознательного отношения к экологии, а также повысит лояльность к тем вендорам и компаниями, установившим данные пункты переработки (например, установка вендингового автомата компании Unilever, предлагающего всем желающим сдать пластиковые бутылки и упаковку в обмен на подарки от бренда [5]).

### Источники и литература

- 1) Лобанова А.К. Вендинг как форма автоматизации торговли // Логистика и управление цепями поставок. СПб, 2019. С 114-118.
- 2) Лосев Д.В. Куда идет вендинг в России // Молодой ученый. 2018. №. 22 (208). С. 418-420.

- 3) Макара А.И., Мороз Н.А., Зыбин О.С. Перспективы развития вендинга на российском рынке // Материалы научной конференции с международным участием «Неделя науки СПбПУ». 14-19 ноября 2016 г. СПб., 2016.
- 4) Шагаилов Д.Р., Гареева Г.А., Григорьева Д.Р. Перспективы развития вендинг-аппаратов в РФ на примере терминала печати документов // Материалы международной научно-практической конференции «Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования». 5 января 2018 г. Пенза, 2018.
- 5) Век Вендинга: <https://veq.ru/catalog/news-vending-machine/doc/6391>