

Шагаинов Динар Ривгатович

магистрант

Набережночелнинский институт (филиал)

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)

федеральный университет»

г. Набережные Челны, Республика Татарстан

Гареева Гульнара Альбертовна

канд. пед. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)

федеральный университет»

г. Казань, Республика Татарстан

Григорьева Диана Рамилевна

канд. пед. наук, доцент

Институт управления, экономики и финансов

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)

федеральный университет»

г. Казань, Республика Татарстан

РЫНОК ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: в статье отмечено, что технический прогресс все глубже проникает в различные сферы жизни и деятельности человека. В настоящее время все большую популярность приобретают пункты самообслуживания, в которых торговля или оказание услуг осуществляется посредством специального оборудования, называемых вендинг-автоматами.

Ключевые слова: вендинг, самообслуживание, терминалы оплаты, информационные технологии.

Российский рынок вендинговых автоматов пока находится только в начале своего пути, отставая в десятки раз от европейского рынка и в сотни раз от рынков США и Японии.

Вендинговый бизнес – это бизнес, который построен на использовании специальных автоматизированных аппаратов для розничной торговли, через которые продается широкий спектр продуктов [1].

Сейчас рынок вендинга в России – это:

- 55–65 тысяч автоматов;
- оборот в 3–4 млрд. рублей в год.

По данным Национальной ассоциации автоматизированной торговли, сейчас в Российской Федерации работают 55–65 тысяч вендинговых аппаратов, из которых порядка 15 тысяч приходится на Москву. Годовой оборот операторов на этом рынке оценивается в 3–4 млрд. рублей по всей России [2].

Если сравнивать со странами ЕС, то там сейчас работает чуть менее четырех миллионов вендинговых аппаратов. Степень проникновения вендинга можно оценивать по количеству автоматов в расчете на число жителей. По этому показателю лидируют Япония и США.

Объективно говоря, российский рынок вендинга сейчас находится только в начале своего бурного развития и более $\frac{3}{4}$ рынка сосредоточено в городах – миллионниках, а структура реализуемой продукции не отличается разнообразием. На сегодняшний день рынок на 60–65% представлен кофейными аппаратами, еще на 20–25% – аппаратами для продажи снеков. Оставшиеся 10% вендингового бизнеса приходится на прочие автоматы, среди которых выделяются аппараты для продажи предметов гигиены, газет, напитков, соков, газированной воды, горячего питания [3].

Сейчас в связи с ростом информационных технологий и мобильных сервисов популярными стали терминалы самообслуживания, которые предназначены для печати фотографий, оплаты услуг, записи в очередь в различные государственные и частные учреждения, передачи данных, приема платежей, распечатки, сканирования и копирования документов. И поскольку спрос на эти услуги неуклонно растет, естественно, необходимо совершенствовать эти процессы для удовлетворения все большего числа запросов [2].

Одним из самых перспективных направлений вендинга в России является принтеры самообслуживания. С помощью этих аппаратов можно выполнять все основные офисные операции: печать, сканирование, копирование документов. Это направление также перспективно в коммерческом направлении и может являться хорошим источником получения дохода.

Но в то же время функционал этих автоматов еще можно расширить, что позволит удовлетворить потребности клиентов и дать возможность для получения прибыли.

В качестве примера можно рассмотреть использование облачных технологий для хранения и дальнейшей печати документов. Так, например, клиент принтера-самообслуживания может зарегистрировать свой личный кабинет, где посредством облачных технологий он может хранить, редактировать и печатать свои файлы. Это дает возможность получить следующие преимущества:

1. Отказ от съемных носителей информации, которые могли быть повреждены или хранить в себе различное вредоносное ПО, что могло бы привести к порче документов их блокировки и т. д.

2. Возможность удаленной загрузки документов в личный кабинет с любого устройства и в любом месте. Клиенту затем необходимо просто авторизоваться в принтере самообслуживания и распечатать, отсканировать нужный ему файл.

3. Также можно применить программу лояльности для клиентов, которая включала бы в себя индивидуальные скидки и бонусы в зависимости от количества распечаток документов и других показателей. Это дает возможность более гибкой работы с клиентами, с их запросами и требованиями [4].

В целом, представленные мероприятия направлены на увеличение круга потенциальных клиентов принтера-самообслуживания, что в свою очередь дает увеличение прибыли компании.

Список литературы

1. Чигарин Т. Вендинг-бизнес. Механические торговые автоматы [Текст] / Т. Чигарин. – М., 2010. – 128 с.

2. Википедия – свободная интернет-энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wikipedia.ru>.

3. Национальная ассоциация автоматизированной торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rnva.ru>

4. Custom printer – решения для терминалов самообслуживания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://customprinter.com.ru>