

Анализ потребительских предпочтений на рынке автоматизированной торговли

Белогина Н.С., к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита,

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Майорова А.Н., к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита,

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Майорова Е.А., к.э.н., ст. преподаватель кафедры торговой политики,

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Аннотация. В статье указаны факторы, стимулирующие и сдерживающие развитие автоматизированной торговли в России. Представлены результаты опроса, характеризующие потребительские предпочтения на рынке автоматизированной торговли. Управление автоматизированной торговлей с учетом выявленных потребительских ожиданий и предпочтений будет способствовать повышению его эффективности.

Ключевые слова: автоматизированная торговля, вендинг, торговый автомат, потребительские предпочтения, опрос.

The analysis of consumer preferences in the market of automated trading

Belogina N.S., candidate of economic sciences, associate professor of the chair of accounting and audit, National Research Nuclear University MEPhI

Mayorova A.N., candidate of economic sciences, associate professor of the chair of accounting and audit, National Research Nuclear University MEPhI

Mayorova E.A., candidate of economic sciences, senior lecturer of the chair of trade policy, Plekhanov Russian University of Economics

Annotation. The article points out the factors that stimulate and restrain the development of automated trade in Russia. It presents the results of a survey on

consumer preferences characterizing the automated trading market. automated trade management based on identified consumer expectations and preferences will improve its effectiveness.

Keywords: automated trading, vending, vending machine, consumer preferences, survey.

В течение 2014-2016 гг. Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) зарегистрировала более 150 изобретений и полезных моделей, предназначенных для применения розничными торговыми организациями. Наибольшую долю (26%) составили разработки, связанные с автоматизированной торговлей, или торговлей с использованием вендинговых автоматов¹. Наряду с совершенствованием вендинговых технологий, развитию автоматизированной торговли способствуют программы по размещению вендинговых автоматов на вокзалах, станциях и в переходах Московского метрополитена; предстоящие спортивные события международного уровня, в том числе Чемпионат мира по футболу, которые привлекут дополнительных потребителей и будут способствовать развитию инфраструктуры; использование вендинговых автоматов стационарными торговыми сетями с целью формирования новых каналов продаж; применение торговых автоматов как средств рекламы и др. Развитие автоматизированной торговли как формы малого торгового бизнеса предусмотрено Стратегией развития торговли в Российской Федерации².

С другой стороны, развитию автоматизированной торговли препятствуют недавние изменения Федерального закона «О применении контрольно-кассовой техники...»³, согласно которым с 1 июля 2018 г. требуется устанавливать кассовые аппараты, передающие информацию в налоговую инспекцию через

¹ Шинкарёва О.В., Майорова Е.А. Инновации в розничной торговле: результаты патентного анализа // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 15. С. 2231-2242. DOI: 10.18334/tp.18.15.38210

² Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года (утв. Приказом Министерства промышленности и торговли РФ от 25 декабря 2014 г. N 2733)

³ Федеральный закон от 03.07.2016 N 290-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»

сеть Интернет; рост цен на вендинговые автоматы и ингредиенты зарубежного производства вследствие падения курса рубля; снижение реальных денежных доходов населения.

В сложившейся ситуации большое значение приобретают вопросы повышения эффективности автоматизированной торговли. Эффективность, в том числе автоматизированной торговли, является комплексной категорией и формируется под воздействием многих факторов, требующих идентификации⁴. В исследованиях, посвященных развитию автоматизированной торговли (А.В. Бойковой⁵, Е.А. Красильниковой⁶, А.В. Рудецкой⁷, Н.С. Сергиенко⁸, О.Р. Тюник⁹ и др.), важным фактором формирования ее эффективности называют соответствие потребительским предпочтениям.

При исследовании потребительских предпочтений в автоматизированной торговле был проведен опрос 200 жителей Москвы и Московской области в возрасте старше 18 лет. Результаты опроса показали, что 40% потребителей пользуются торговыми автоматами 1-3 раза в месяц, 27% – несколько раз в год, 22% – 1-3 раза в неделю (рис. 1). Абсолютное большинство (95%) совершают покупки через торговые автоматы в местах работы или учебы – в офисных зданиях и университетах. На втором месте оказались вокзалы и аэропорты, где торговыми автоматами пользуются 79% респондентов. Третьим по популярности местонахождением вендинговых автоматов являются торговые центры, ими пользуются 50% опрошенных. Торговыми автоматами, расположенными в государственных учреждениях, гостиницах, автозаправках,

⁴ Фирсова Е.А., Фирсов С.С., Майорова А.Н. Оценка эффективности организационной реструктуризации предприятия // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 283-286.

⁵ Бойкова А.В., Тюник О.Р., Никишин А.Ф. Перспективы развития автоматизированной торговли с использованием инструментов мобильной коммерции // Экономика и предпринимательство. 2017. № 7 (84). С. 474-476.

⁶ Красильникова Е.А., Майорова Е.А., Никишин А.Ф. Проблемы, тенденции и перспективы развития вендинга // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-1 (86-1). С. 894-898.

⁷ Рудецкая А.В. Вендинг: роль и значение в современной экономике // Научное обозрение. 2016. № 1. С. 138-141.

⁸ Сергиенко Н.С. Вендинг в создании комфортной потребительской среды / Проблемы и перспективы развития отрасли торговли в реализации непрямого государственного управления. Казань: ООО «Печать-Сервис-XXI век», 2016. С. 211-214.

⁹ Тюник О.Р. Риски в автоматизированной торговле / Инновационные технологии научного развития. Уфа: Аэтерна, 2017. С. 127-129.

лечебных учреждениях, спортивных центрах, концертных залах и кинотеатрах пользуются от 25% до 41% опрошенных (рис. 2).

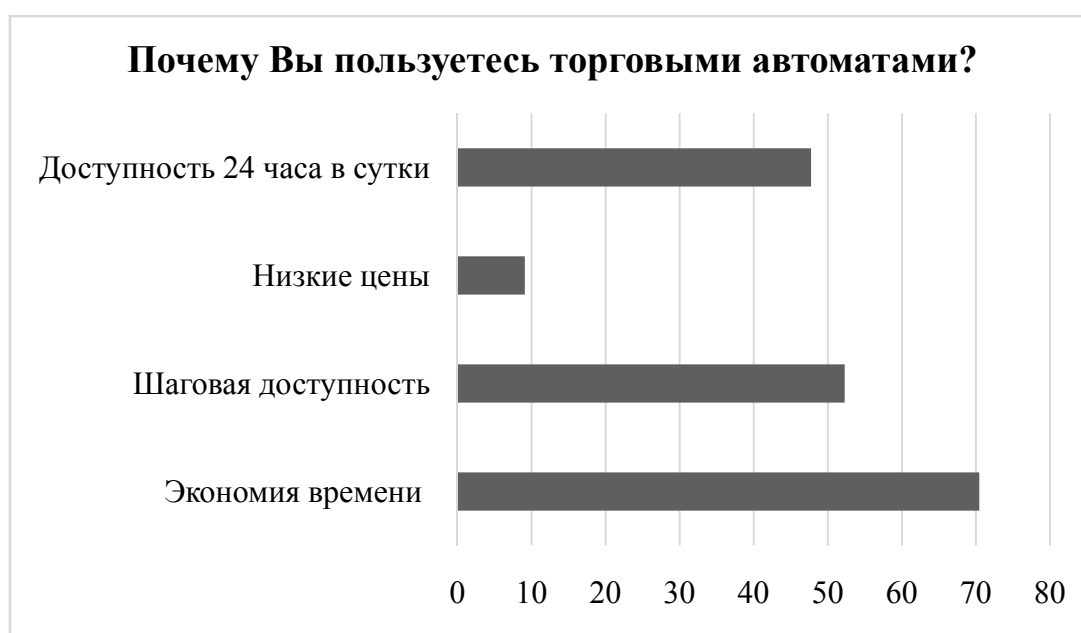


Рис. 1 – Частота использования потребителями торговых автоматов (в % от количества респондентов)



Рис. 2 – Местонахождение используемых торговых автоматов (в % от количества респондентов)

Основными причинами пользования торговыми автоматами опрошенные потребители назвали экономию времени, шаговую доступность и возможность совершения покупки в любое время (рис. 3). Менее 10% также отметили низкие цены. Еще один из предложенных вариантов – гарантию условий хранения товаров – не выбрал ни один респондент. В качестве своих вариантов ответа отдельные потребители отмечали, что приобретают товары через торговые автоматы, если рядом нет магазина, торговые автоматы удобны в использовании и не требуют общения с продавцом.



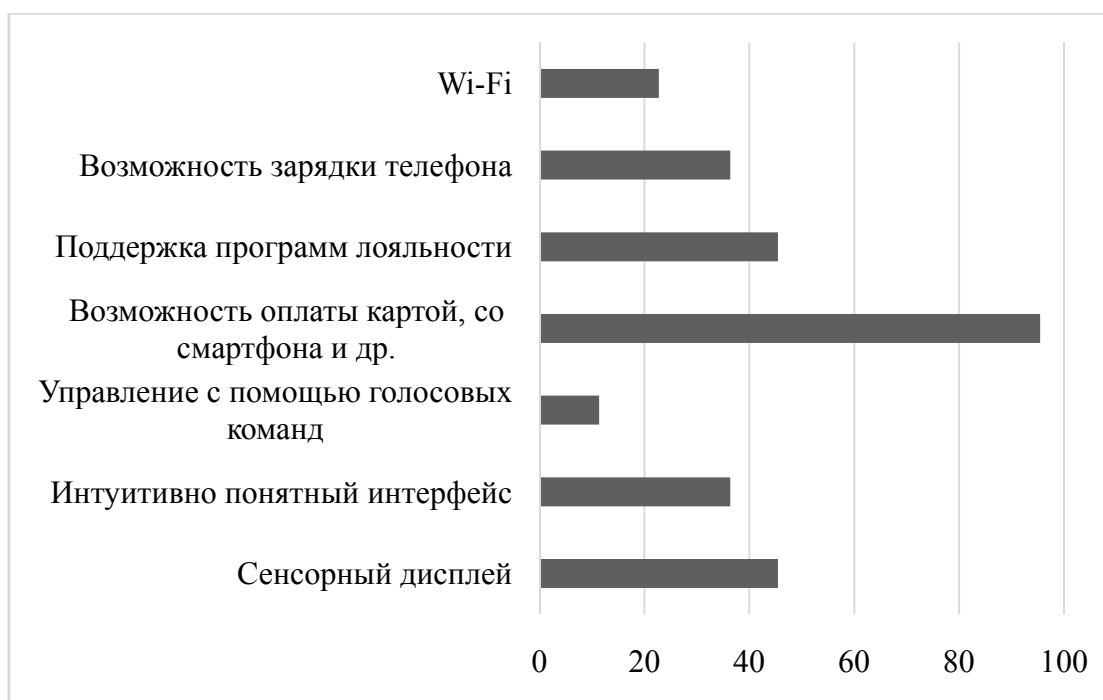
**Рис. 3 – Причины использования торговых автоматов
(в % от количества респондентов)**

Наиболее распространенными причинами отказа от использования торговых автоматов являются ограниченный ассортимент, ограниченные возможности оплаты и вероятность поломки автомата (рис. 4). 11% опрошенных также обратили внимание на невозможность осмотра товара, однако вариант ответа «низкое качество товаров» не был выбран ни одним респондентом. Дополнительные замечания потребителей в основном были связаны с техническими проблемами: «в автоматах часто нет сдачи», «не принимает деформированные купюры», «товар падает с большой высоты», «товар может не упасть», «нужный товар закрыт другим товаром» и т.п.



***Рис. 4 – Причины отказа от использования торговых автоматов
(в % от количества респондентов)***

Более 90% опрошенных потребителей считают, что торговые автоматы следует оснащать системами, позволяющими расширить возможности оплаты, в том числе оплаты картой, оплаты со смартфона и др. (рис. 5). Более 40% респондентов хотели бы, чтобы торговые автоматы поддерживали программы лояльности (скидки, купоны и др.) и были оснащены сенсорными дисплеями. Существенное значение для потребителей имеют интуитивно понятный интерфейс и возможность зарядки телефона, такие пожелания к торговым автоматам высказали более 30% опрошенных. Меньший интерес вызвали использование торгового автомата как точки Wi-Fi и управление с помощью голосовых команд.



**Рис. 5 – Пожелания потребителей к торговым автоматам
(в % от количества респондентов)**

В целом 84% опрошенных потребителей согласны с тем, что торговые автоматы удобны, и их количество должно увеличиваться. Этот факт подтверждает перспективность развития автоматизированной торговли и актуальность дальнейших исследований в данной области.

Представленные в статье результаты могут использоваться в деятельности розничных торговых организаций, реализующих товары через торговые автоматы. Управление автоматизированной торговлей с учетом выявленных потребительских ожиданий и предпочтений позволит повысить его эффективность.

Библиографический список

1. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года (утв. Приказом Министерства промышленности и торговли РФ от 25 декабря 2014 г. N 2733)
2. Федеральный закон от 03.07.2016 № 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов

с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»

3. Бойкова А.В., Тюник О.Р., Никишин А.Ф. Перспективы развития автоматизированной торговли с использованием инструментов мобильной коммерции // Экономика и предпринимательство. 2017. № 7 (84). С. 474-476.

4. Красильникова Е.А., Майорова Е.А., Никишин А.Ф. Проблемы, тенденции и перспективы развития вендинга // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-1 (86-1). С. 894-898.

5. Рудецкая А.В. Вендинг: роль и значение в современной экономике // Научное обозрение. 2016. № 1. С. 138-141.

6. Тюник О.Р. Риски в автоматизированной торговле / Инновационные технологии научного развития: сборник статей международной научно-практической конференции. Уфа: Аэтерна, 2017. С. 127-129.

7. Сергиенко Н.С. Вендинг в создании комфортной потребительской среды / Проблемы и перспективы развития отрасли торговли в реализации непрямого государственного управления. Казань: ООО «Печать-Сервис-XXI век», 2016. С. 211-214.

8. Фирсова Е.А., Фирсов С.С., Майорова А.Н. Оценка эффективности организационной реструктуризации предприятия // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 283-286.

9. Шинкарёва О.В., Майорова Е.А. Инновации в розничной торговле: результаты патентного анализа // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 15. С. 2231-2242. DOI: 10.18334/rp.18.15.38210

References

1. Strategiya razvitiya trgovli v Rossiyskoy Federatsii na 2015-2016 gody i period do 2020 goda (utv. Prikazom Ministerstva promyshlennosti i trgovli RF ot 25 dekabrya 2014 g. N 2733)

2. Federalnyiy zakon ot 03.07.2016 N 290-FZ «O vnesenii izmeneniy v Federalnyiy zakon «O primenении kontrolno-kassovoy tehniki pri osuschestvlenii

nalichnyih denezhnyih raschetov i (ili) raschetov s ispolzovaniem platezhnyih kart» i otdelnyie zakonodatelnyie aktyi Rossiyskoy Federatsii»

3. Boykova A.V., Tyunik O.R., Nikishin A.F. Perspektivy razvitiya avtomatizirovannoy trgovli s ispolzovaniem instrumentov mobilnoy kommertsii // *Ekonomika i predprinimatelstvo*. 2017. # 7 (84). S. 474-476.

4. Krasilnikova E.A., Mayorova E.A., Nikishin A.F. Problemyi, tendentsii i perspektivy razvitiya vendinga // *Ekonomika i predprinimatelstvo*. 2017. # 9-1 (86-1). S. 894-898.

5. Rudetskaya A.V. Vending: rol i znachenie v sovremennoy ekonomike // *Nauchnoe obozrenie*. 2016. # 1. S. 138-141.

6. Tyunik O.R. Riski v avtomatizirovannoy trgovle / *Innovatsionnyie tehnologii nauchnogo razvitiya*. Ufa: Aeterna, 2017. S. 127-129.

7. Sergienko N.S. Vending v sozdanii komfortnoy potrebitelskoy sredy / *Problemyi i perspektivy razvitiya otrasli trgovli v realizatsii nepryamogo gosudarstvennogo upravleniya*. Kazan: OOO «Pechat-Servis-XXI vek», 2016. S. 211-214.

8. Firsova E.A., Firsov S.S., Mayorova A.N. Otsenka effektivnosti organizatsionnoy restrukturizatsii predpriyatiya // *Azimut nauchnyih issledovaniy: ekonomika i upravlenie*. 2017. T. 6. # 2 (19). S. 283-286.

9. Shinkareva O.V., Mayorova E.A. Innovatsii v roznichnoy trgovle: rezultaty patentnogo analiza // *Rossiyskoe predprinimatelstvo*. 2017. T. 18. # 15. S. 2231-2242. DOI: 10.18334/rp.18.15.38210