

**Специфика вендингового бизнеса в России: взгляд компании ДайДо**

**Чиркова Яна Валерьевна**

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа  
бизнеса (факультет), Москва, Россия

*E-mail: chirkova.yana@gmail.com*

В настоящий период времени вендинговый бизнес в России находится на стадии зарождения. Под вендинговым бизнесом понимается предпринимательская деятельность, направленная на систематическое извлечение прибыли путем розничной продажи товаров и услуг через торговые автоматы. В сентябре 2005 года было зарегистрировано первое профессиональное объединение компаний, работающих на вендинговом рынке России - «Национальная ассоциация автоматизированной торговли» (НААТ), а первая профессиональная выставка VendExpo начала свою работу только в 2007 года [3]. Таким образом, пристальное внимание вендинговый бизнес в России привлек чуть более 10 лет назад, однако до сих пор нет научных трудов или научных публикаций, посвященных проблемам и специфики вендингового бизнеса. По оценкам экспертов, внедрение вендинга является одним из перспективных путей развития сферы торговли в России, так как в современном обществе все больше наблюдается тенденция к автоматизации жизненных процессов [2,3]. Если в сфере банковских услуг, мобильной связи и услуг ЖКХ использование вендинговых машин развито довольно широко, то в сфере торговли внедрение автоматов находится только на начальном этапе. Основными преимуществами вендингового бизнеса являются минимальные инвестиции для стартового бизнеса, достаточно быстрая окупаемость, маленькая торговая площадь, отсутствие продавцов и, соответственно, фонда оплаты труда, мобильность торговых автоматов и возможность круглосуточной продажи товаров. К минусам можно отнести низкую защиту от вандализма, отсутствие консультационной помощи в выборе товара, проблемы, связанные с приемом купюр и выдачей сдачи [3,5].

Ведущие позиции на мировом рынке в сфере вендинга занимают такие страны, как Япония и США (так в Японии на 1 автомат в среднем приходится 23 человека) [4]. В 2014 году, компания DuDo DRINCO, одна из ведущих японских компаний по производству и продаже безалкогольных напитков, вышла на российский рынок и открыла дочернюю компанию ООО «ДайДо ДРИНКО РУС» (далее ДайДо РУС). Производством напитков и вендинговых автоматов занимается головная компания DuDo DRINKO, а ДайДо РУС в рамках бизнеса в России осуществляет деятельность по трем сферам: управление, маркетинг и дистрибуция напитков [1, 5]. Основным напитком, который приносит 50 % всей прибыли, является кофе [5]. Помимо кофе в продуктовую линейку компании входят такие напитки как чай, какао, газированные и сокодержущие напитки, вода. Ключевым партнером ДайДо РУС является российская компания «Авалон Дистрибьюшен», которая выполняет такие функции, как поиск мест для торговых автоматов, заключение договоров с арендодателями, 100% право участия в городском тендере от лица ДайДо РУС, а так же обслуживание и эксплуатация вендинговых машин [1]. Приоритетным географическим сегментом для ДайДо является Москва, однако в будущем компания рассчитывает выйти и на региональный рынок, при условии повышения спроса на продукцию. По состоянию на начало 2016 года компания насчитывает около 500 торговых автоматов в Москве в частном и государственном секторе. Установка автоматов в государственном секторе происходит на тендерной основе путем проведения электронного аукциона.

Основными своими преимуществами своего бизнеса ДайДо РУС называет [1]:

• В автомате можно одновременно купить как горячие, так и холодные напитки;

• Автоматы имеют стильный и оригинальный дизайн, не занимают много места и мобильны для передвижения;

• Автоматы оснащены антивандальной защитой, экологичны, энергосберегающие и работают при любых погодных условиях;

• Удобный и легкий доступ к качественной продукции;

• Широкий ассортимент напитков - около 30 наименований различных категорий.

Одним из решающих факторов на российский рынок для ДайДо РУС стало то, что в 2012 году правительством Москвы была принята Программа развития вендинга, согласно которой в среднесрочной перспективе планируется в несколько раз увеличить число торговых автоматов в Москве, а в долгосрочной - приблизиться к показателям европейских столиц [2]. По данным НААТ, число торговых автоматов в Токио (на 13 млн. человек) более 500 тысяч, в Нью-Йорке (8 млн. чел.) - более 200 тысяч автоматов [3]. Так же не мало важную роль сыграло как таковое отсутствие конкурентов у ДайДо РУС на московском рынке.

#### **Источники и литература**

- 1) Интервью с генеральным директором «ДайДо ДРИНКО РУС» Кадзуясу ТАТЭУТИ, 05.02.2016 и 26.02.2016 г.
- 2) Интернет-журнал по вендингу, просмотрено 28.01.2016, <http://www.infovending.ru>
- 3) Национальная ассоциация автоматизированной торговли «НААТ», просмотрено 16.02.2016, <http://www.nva.ru/>
- 4) European vending association «EVA», просмотрено 03.02.2016, <http://www.vending-europe.eu/eva/home.html>
- 5) Integrated report of DyDo DRINKO, INC. Company profile, 2015, просмотрено 15.02.2016, [http://www.dydo.co.jp/corporate/ir/pdf/20150409\\_10.pdf](http://www.dydo.co.jp/corporate/ir/pdf/20150409_10.pdf)

#### **Слова благодарности**

Выражаю огромную благодарность своему научному руководителю Сергею Вячеславовичу Шапошникову за содействие в проведении исследования!