**АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ**

**«ИНСТИТУТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ»**

**ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ**

**«Вендинг как современный формат торговли. Итоги вендинговой торговли в 2023 году, тренды, точки роста и прогнозы развития в 2024 году. Опыт и тенденции развития в Воронежской области»**

ВОРОНЕЖ

2024 г.

**Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| Информация о целевой аудитории информационно-аналитического материала «Вендинг как современный формат торговли. Итоги вендинговой торговли в 2023 году, тренды, точки роста и прогнозы развития в 2024 году. Опыт и тенденции развития в Воронежской области» | 3 |
| 1. Общие положения: понятие, факторы привлекательности и риски вендингового бизнеса, классификация видов торговых автоматов | 4 |
| 2. Особенности развития вендинговой торговли в Российской Федерации | 9 |
| 3. Текущее состояние вендинговых услуг в Воронежской области | 11 |
| 4. Итоги развития вендингового бизнеса в Российской Федерации по итогам 2023 года и тенденции развития в 2024 году | 13 |
| 5.Заключение. О тенденциях развития вендинговой торговли в Воронежской области | 17 |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Настоящий информационно-аналитический материал «Вендинг как современный формат торговли. Итоги вендинговой торговли в 2023 году, тренды, точки роста и прогнозы развития в 2024 году. Опыт и тенденции развития в Воронежской области» подготовлен АУ ВО «Институт стратегического развития» для следующей целевой аудитории: министерство предпринимательства, торговли и туризма Воронежской области; органы местного самоуправления; лица, планирующие старт собственного бизнеса в сфере вендинговой торговли, поставок вендингового оборудования и сопутствующих товаров к нему; организации, предприятия и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в сфере вендинговой торговли, поставок вендингового оборудования и сопутствующих товаров к нему; ведущие вендинговые операторы г. Воронежа; предпринимательские сообщества Воронежской области (союз «Торгово-промышленная палата Воронежской области»)

**1. Общие положения**

Торговля, как вид деятельности, является основной в экономике страны, так как она обеспечивает оборот товаров из сферы производства в сферу потребления. Основной функцией данного вида деятельности является реализация товаров потребителям. В свою очередь, товарооборот характеризует деятельность торгового предприятия.

Торговая деятельность, как и любая сфера жизнедеятельности непрерывно развивается, и одним из её новых направлений является использование вендинговой торговли. В переводе с английского языка «vending» (вендинг) означает продажу товаров или оказание услуг с помощью торговых автоматов. Таким образом, вендинг включает в себя все формы автоматизированной торговли, то есть торговли без участия человека в акте купли-продажи.

Вендинг является хорошей альтернативой традиционной торговле и это подтверждается следующими факторами:

1) покупатель тратит минимальное время на покупку товара;

2) требуется минимальное количество сотрудников;

3) у вендингового аппарата стандартизирована процедура покупки, что обеспечивает качество обслуживания;

4) аппарат занимает мало место и может работать круглые сутки. В мире через торговые аппараты продают огромное количество разнообразных товаров, начиная от продуктов питания заканчивая живыми цветами (рис. 1). В торговых аппаратах продаются канцтовары; спортивный инвентарь; цветы; цифровая техника; продукты питания; печатная продукция; медицинские товары.

****

Вендинговые автоматы размещают в местах с большим потоком людей, чаще всего наполняемость аппарата товарами зависит от размещения. Торговые автоматы размещают в розничных магазинах (супермаркеты, гипермаркеты), больницах, кинотеатрах, учебных заведениях, вокзалах, аэропортах, предприятиях и прочее.

Таким образом, можно выделить плюсы и минусы вендинга.

Можно выделить следующие факторы привлекательности вендинг-бизнеса для предпринимателей и потребителей:

- бизнесмену не нужно отказываться от других сфер деятельности;

- минимум вложений;

- возможности расширения сети;

- осуществление продаж без личного участия;

- круглосуточное обслуживание покупателей;

- мобильность торговых аппаратов;

- долгий срок службы аппаратов;

- простая бизнес-модель;

- возможность управления стоимостью продаваемых продуктов;

- постоянное развитие данной отрасли (техническое улучшение аппаратов, увеличение разнообразия товаров);

- отсутствие необходимости найма сотрудников;

- требуется маленькая площадь и, как следствие, небольшие затраты на оплату аренды;

- минимальные временные затраты покупателей на покупку товара;

- стандартизирована процедура покупки, что обеспечивает качество обслуживания;

Существуют также и риски при ведении данного вида деятельности:

- отсутствие полного законодательного регулирования данной отрасли;

- введение обязательного использования контрольно-кассовой техники в торговых автоматах;

- сбои поставок товара;

- увеличение стоимости импортного оборудования и комплектующих в рублях, при снижении покупательской способности населения;

- порча торгового аппарата (вандализм) из-за высокого уровня преступности в России.

 Вендинговый бизнес достаточно сильно зависит от правильного местоположения аппарата, правильно ли подобрано наполнение для потока потребителей. Однако, эта зависимость легко регулируется одним из преимуществ - мобильность.

Более подробный анализ вендингового рынка в России со стороны политических, экономических, социальных и технических факторов представлен в таблице 1.

|  |  |
| --- | --- |
| **Политические** | **Экономические** |
| **№** | **Фактор** | **Влияние** | **№** | **Фактор** | **Влияние** |
| 1. | Изменения в торговомзаконодательстве обограничении на торговлюв киосках и мелкихларьках  | Положительное  | 1. | Рост доходов населения крупных городов | Положительное |
| 2. | Поправки в законе «О применении контрольно-кассовой техники», согласно которомувендинговые автоматыобязаны оснащатьсякассовыми аппаратами | Отрицательное  | 2. | Низкий уровеньнасыщения рынкавендинговой торговли. В Москве освоено около 10% рынка, а в регионах3% | Положительное |
|  |  |  | 3. | Доходность вендинговойторговли | Положительное |
|  |  |  |  | Отсутствие жесткойконкуренции на рынкевендинга | Положительное |
|  |  |  |  | Переход к западномуформату мелкорозничнойторговли | Положительное |
|  |  |  |  | Растущий интерес квендингу со стороныкомпаний | Положительное |
|  |  |  |  | Развитие инфраструктурыкрупных городов | Положительное |
|  |  |  |  | Увеличение стоимостиимпортного оборудования | Отрицательное |
|  |  |  |  | Высокая стоимостькредитов на развитие длямалого и среднего бизнеса | Отрицательное |
| Социально-культурные | Технологические |
| **№** | **Фактор** | **Влияние** | **№** | **Фактор** | **Влияние** |
|  | Сложности в пользованииторговыми автоматами упенсионеров и пожилыхлюдей | Отрицательное |  | Развитие технологий всфереавтоматизированнойторговли | Положительное |
|  | Стремление населения«обмануть» аппарат.Вандализм | Отрицательное |  | Рост доли «умныхавтоматов» | Положительное |

Таблица 1. Влияние политических, экономических, социальных и технических факторов на развитие вендингового бизнеса

Несмотря на развитие данного направления в торговле, до сих пор **не существует Единой классификации видов торговых автоматов,** тем не менее их можно классифицировать по следующим признакам:

- по типу продажи конкретного товара;

- по устройству торгового оборудования;

- по видам продаваемых товаров;

- по степени адаптации

|  |  |
| --- | --- |
| **Признак классификации** | **Элементы классификации** |
| 1. По типу продажи конкретного товара | -торговые- не торговые  |
| 2. По устройству  | - механические- электронно – механические  |
| 3. По видам  | - по продаже напитков- по продаже продуктов питания- по продаже продовольственных товаров- по продаже цветов- по продаже лекарственных средств- печатные устройства- постоматы- по предоставлению услуг- по продаже техники |
| 4. По степени адаптации  | - традиционные - инновационные  |

Таблица 2. Классификации видов торговых автоматов

#### **2. Особенности развития вендинговой торговли в Российской Федерации**

#### Вендинговая торговля пользуется большой популярность во всем мире. В России первый вендинговый автомат появился еще в дореволюционный период. В 1898 году в Санкт-Петербурге установили аппарат, который продавал шоколад. Широкое распространение вендинговых автоматов началось в 1950-ые годы, посредством которых продавали жетоны в метрополитен, газеты, газированную воду, молочные продукты. В 90-х годах вендинговый бизнес сошел на нет и только в начале 2000-х начал развиваться вновь. Однако, несмотря на долгое существования вендинговой торговли в России, специалисты отмечают, что данный вид деятельности находится на этапе зарождения.

#### По состоянию на сегодняшний день основной проблемой вендинговой торговли в Российской Федерации является отсутствие четкого законодательства, которое раскрывает понятие, признаки и классификацию торговых автоматов. Даже несмотря на стремительные темпы роста в последнее время данной отрасли, действующее законодательство не дает детальной регламентации нестандартного вида розничной торговли. В основном, понятие вендингового аппарата, вендинговой торговли регламентируются нормами национального стандарта Российской Федерации ГОСТ Р 51303-2023 «Торговля. Термины и определения», Гражданского Кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» для розничной торговли. Однако, данные нормы не совершенны для вендинговой торговли, так как не учитывают все особенности продажи товара через торговый автомат. В настоящий момент вендинговой торговле посвящена только одна статья ГК РФ 498, которая регламентирует продажу товаров с использованием автоматов.

Согласно статистическим данным наибольшую долю в вендинговой торговле занимают автоматы по продажам снеков (легкая закуска), второе место - кофейные аппараты и третье место - автоматы по продаже прохладительных напитков

****

Рисунок 2. Объем продаж по видам товаров

Как видно из приведенной статистики больше всего развита отрасль вендинговых автоматов по продаже снеков (32 %), за ней следует отрасль вендинговых автоматов по продаже напитков (кофейные автоматы (28 %) и автоматы по продаже прохладительных напитков (22%). В 18% входят автоматы по продаже сувенирной продукции, жетонов в метро, торговые игровые автоматы и прочее. Из этого можно сделать вывод, что рынок вендинга однообразен и имеет потенциал к развитию других типов торговых автоматов.

С каждым годом объем розничных продаж через торговые автоматы растет в сторону увеличения.



Рисунок 3. Объем розничных продаж с 2015 по 2021 год

При этом следует отметить, что основными тенденциями прошлых (досанкционных) лет стали:

1) рост продажи настольных автоматов, чаще всего настольные кофе автоматы, которые сейчас можно увидеть на АЗС, также их устанавливают в офисы, салоны красоты;

2) рост популярности автоматов «Coffe ToGo», переход с растворимых ингредиентов (порошкового кофе) на молотый кофе;

3) рост популярности автоматов «smart vending»;

4) развитие инструментов цифрового взаимодействия с потребителем (приложения);

 5) использование телеметрии в производстве автоматов для дистанционного отслеживания состояния аппарата;

6) рост вовлеченности крупных мировых сетей в вендинг, таких как Coca-Cola, Jacobs.

3. Текущее состояние вендинговых услуг в Воронежской области

В настоящее время рынок вендинговых услуг на территории г. Воронежа и Воронежской области представлен деятельностью таких ведущих вендинговых операторов как ООО «Воронежская Вендинговая Компания», «Вендинг Черноземья». На указанные компании приходится значительная доля оказываемых вендинговых услуг в регионе.

ООО «Воронежская Вендинговая Компания» работает на рынке услуг с 2003 года, занимается установкой и сервисным обслуживанием кофейных и торговых аппаратов, а также сети кофеен «Buntaro». Кроме того в услуги компании входит возможность аренды аппаратов, кофе-машин другими организациями.

Торговые вендинговые точки в количестве 1000 вендинговых аппаратов расположены в г. Воронеже в торговых и бизнес-центрах, спортивных комплексах, а также в следующих муниципальных образованиях Воронежской области - г. Лиски, г. Острогожск, г. Россошь, г. Борисоглебск, г. Бобров, пос. Новая Усмань, пос. Хохол.

ООО «Воронежская Вендинговая Компания» располагает следующими видами вендинговых аппаратов:

- кофейные аппараты/автоматы по продаже горячих напитков. Приготовляют напитки из кофейных зерен и растворимых ингредиентов (како, сливки, капучино, чай);

- снековые аппараты по продаже батончиков, шоколадок, газированных напитков;

- продуктовые аппараты, оборудованные микроволновым модулем для приготовления пиццы, хот-догов, пирожков, горячих бутербродов, полноценных обедов;

- аппараты аквавендига 2-х видов (автомат, очищающий водопроводную воду фильтрами и отпускающий очищенную воду в тару покупателя или автомат-кулер, торгующий водой из кэг.

Компания «Вендинг Черноземья» успешно работает с 2007 года и является ведущей вендинговой компанией Черноземья. Занимается установкой и обслуживанием кофемашин, кофейных и других торговых аппаратов в городах Воронеж, Курск, Орёл, Москва, Белгород, Железногорск и Старый Оскол. Представляет вендинговые решения для любых типов организаций.

Направления деятельности компании «Вендинг Черноземья» включают:

- бесплатную аренду кофемашин;

- установку вендинговых аппаратов;

- предоставление в аренду, обслуживание и ремонт кофейных и торговых аппаратов;

- продажу зернового и растворимого кофе, чая, напитков и снековой продукции;

- доставку всей продукции в офисы.

Сервисная служба обеспечивает своевременное обслуживание автоматов и наполнение их необходимыми ингредиентами.

Компания «Вендинг Черноземья» располагает следующими видами вендинговых аппаратов от ведущих мировых производителей высокотехнологичного оборудования:

​ - кофейные и снэковые аппараты;

- аппараты по продаже газированных напитков;

- ксерокс- аппараты;

- аппараты по продаже бахил.

Территориями размещения вендинговых аппаратов «Вендинга Черноземья» являются крупные торговые центры г. Воронежа и Воронежской области, автосалоны, лечебные и образовательные учреждения, спортивные и развлекательные комплексы, открытые площадки.

В ближайшей перспективе совладельцем ООО «Пекарни Черноземья» (выпускает пончики под торговой маркой Don Donut) С. Бронниковым запланирован запуск в регионе первых в России вендинговых аппаратов с пончиками.

4. Итоги развития вендингового бизнеса в Российской Федерации по итогам 2023 года и тенденции развития в 2024 году

В 2023 рынок вендинга в России находился в стадии активной адаптации под новые реалии экономической ситуации в мире, в числе которых:

⁃ уход зарубежных брендов;

⁃ введение ограничений на поставки оборудования;

⁃ курс на импортозамещение.

Именно эти обстоятельства дали толчок нашим компаниям к собственным разработкам, расширению зоны влияния китайских производителей в вендинговом бизнесе.

Основной причиной популярности китайских компаний на российском рынке является высокое качество и современный дизайн кофейных аппаратов, а также довольно привлекательная цена по сравнению с европейскими производителями. Китайское производство предлагает и будет готово предлагать более дешевые и альтернативные решения, вытесняя полностью европейских конкурентов.

**Основные итоги развития автоматизированной торговли в 2023 году и ожидаемые тренды 2024 года:**

- технологическое развитие;

- эко - тренды и тренды здорового образа жизни (продажа через автоматы экологически чистых продуктов, биоразлагаемая упаковка продаваемых товаров, выдача товаров через автомат обслуживания в свою тару);

- популяризация безналичной оплаты в вендинге;

- внедрение бонусной системы, разработка мобильных приложений.

Трендовым направлением развития рынка автоматизированной торговли в 2023 году стало **технологическое развитие**. Игроки вендинговой индустрии не стоят на месте, стараясь каждый год оптимизировать производство и избежать лишних затрат. Уже сейчас некоторые точки самообслуживания начали в 2023 году и продолжают в 2024 году **курс на оптимизацию пространства** для вендинга, **повышение функциональности и уменьшение физического размера** торговых аппаратов.

Другие пытаются сконцентрироваться на самой работе аппарата, сделать его еще более «умным», чтобы избежать перерасхода товаров.

В прогнозе на 2024 год экспертами отмечается **использование технологий искусственного интеллекта и машинного обучения** **для анализа покупок и поведения потребителей.**

Так, например, среди точек роста в 2024 году бренд кофейни самообслуживания Omimi отметил курс на оптимизацию пространства для вендинга, а также повышение функциональности и уменьшение физического размера торговых аппаратов. Компания i-Retail.com видит для себя приоритетным направлением работы в 2024 году развитие собственных технологий. Бренд активно совершенствует свою разработку - робо-формат киосков самообслуживания с мультидринк машиной.

Представитель компании VendShop подчеркнул, что в последнее время стала востребована автоматизированная выдача стаканов и сиропов в кофейнях самообслуживания, которая позволяет исключить перерасход ингредиентов.

В вендинговом прогнозе на 2024 год «Телеметрон» наметил использование технологий искусственного интеллекта и машинного обучения для анализа данных о покупках и поведении потребителей.

Развитие искусственного интеллекта делает умные торговые автоматы ключевыми игроками на рынке. Используя искусственный интеллект, эти машины смогут оптимизировать управление запасами, предложат персонализированное обслуживание клиентов посредством прогнозной аналитики и будут способствовать экологически чистым операциям за счет снижения потребления энергии.

Эти возможности не только могут удовлетворить растущее экологическое сознание, но и будут отвечать цифровым ожиданиям, установленным на 2024 год.

Так, умные торговые автоматы с прогнозирующими способностями смогут прогнозировать товары с высоким спросом на основе таких факторов, как время суток, погодные условия или тенденции в социальных сетях. Используя прогнозную аналитику, операторы торговых автоматов смогут обеспечить наличие востребованных товаров на складе, снижая риск отсутствия товаров на складе и повышая удовлетворенность клиентов. Кроме того, эти машины смогут предоставлять персонализированные возможности: от рекомендаций по продуктам до индивидуальных предложений и рекламных акций, адаптированных к индивидуальным предпочтениям. Технология искусственного интеллекта призвана революционизировать торговый опыт, создавая более захватывающие и адаптированные взаимодействия.

Ожидается, что вендинговые автоматы в 2024 станут «умнее», которые при взаимодействии с потребителями будут не просто выдавать товар, но и **предлагать информацию о продуктах, рекламные акции и даже развлечения.**

Помимо технологического развития вендингового бизнеса экспертами отмечен **курс** данной сферы торговли **на эко - тренды и тренды здорового образа жизни.** Так, в уходящем году возрос интерес к снековым автоматам, обеспечивающим доступ к качественным и экологически чистым продуктам и упаковкам в автоматах. Аппараты с полезной и чистой едой/напитками – это прекрасное решение для активных людей, которые ценят свое время.

В этой связи крупными вендинговыми компаниями **отмечается необходимость развития эко-аспекта бизнеса в части продажи товаров в биоразлагаемой упаковке, повторного использования упаковки,** **внедрения технологий для уменьшения отходов, выдачи автоматами товаров в свою тару.**

Например, уже сейчас успехом пользуются рефилл-станции для продажи бытовой химии в розлив.

Значительно заметно внедрение технологий для уменьшения отходов и повторного использования упаковки.

В конце 2023 года и в текущем году особо заметен т**ренд на популяризацию безналичной оплаты** в вендинге, так как потребители предпочитают удобство и безопасность оплаты с помощью смартфонов, кредитных и дебетовых карт, а также через NFC и QR-коды. Например, компанией «МЕТРЁШКА» отмечено, что система телеметрии теперь воспринимается клиентом непросто как дополнение, а как жизненная необходимость.

Среди точек роста вендинга 2024 обозначено **внедрение бонусной системы для привлечения клиентов и разработку мобильных приложений**.

Учитывая растущее предпочтение бесконтактным методам оплаты, эти системы будут доминировать в индустрии самообслуживания и торговых автоматов. Предлагая удобство как потребителям, так и операторам, способы безналичной оплаты, такие как банковские карты, Apple Pay, Alipay, PayPal и другие варианты электронных платежей, призваны изменить пользовательский опыт и повысить эффективность работы. Интегрируя специальные акции и скидки, компании могут стимулировать клиентов, повышать лояльность и активизировать усилия по продвижению бренда.

Качество, индивидуализация и смена привычек, смещение акцента с цены на качество продукта - еще один тренд прошлого года, перетекающий в 2024. Однозначно, еще одна точка роста в вендинге в 2024 году - это индивидуализация предложений. Данный тренд будет усиливаться во всех аспектах вендинга: от брендинга точек продаж до установки более совершенных автоматов с соответствующим программным обеспечением, поддерживающим бесконтактные технологии оплаты через мобильные приложения с индивидуальными программами лояльности.

Смену потребительских привычек в 2024 году прогнозирует компания «Третий Кран», которая занимается производством вендинговых аппаратов по очистке питьевой воды. Так, ожидается увеличение продаж в розлив не только кофе, но и других безалкогольных напитков (вода, соки и др.), а также появление и закрепление подписок на вендинговые услуги.

**5. Заключение.**

**О тенденциях развития вендинговой торговли в Воронежской области**

Как мы видим из года в год, индустрия вендинга активно развивается и подстраивается под текущие условия, а также запросы своей аудитории. Большинство компаний приоритетом ставят собственные разработки и производство новых уникальных продуктов в целях соответствия желанию современного потребителя получить мгновенный доступ к разнообразным предложениям товаров на ходу.

**Применительно к территории Воронежской области в целях развития данного сегмента в торговле операторам торговых автоматов, а также лицам, планирующим старт собственного бизнеса, рекомендуется рассмотреть возможность**:

- **расширения радиуса размещения торговых автоматов на территориях новых и развивающихся общественных пространств** в г.о.г. Воронеж (Петровская набережная, парки «Танаис», «Динамо», «Орленок»), на территориях общественных пространств муниципальных образований Воронежской области в рамках государственной программы Воронежской области «Обеспечение качественными жилищно-коммунальными услугами населения Воронежской области», утвержденной постановлением Правительства Воронежской области от 31.12.2015 № 1060, регионального проекта «Формирование комфортной городской среды» на 2024 год» (в городских поселениях город Бобров, город Богучар, город Лиски, город Острогожск, город Павловск, город Рамонь, город Семилуки, Бутурлиновском, Грибановском городских поселениях, Елань-Коленовском городском поселении Новохоперского муниципального района, городском округе город Нововоронеж, Борисоглебском городском округе, Петропавловском сельском поселении Петропавловского муниципального района, Усманском 1-ом сельском поселении Новоусманского муниципального района);

- **установки в жилых массивах муниципальных образований Воронежской области вендинговых аппаратов по продаже очищенной воды как альтернативы источника качественной питьевой воды централизованного водоснабжения для населения**, а таже **вендинговых аппаратов по очистке питьевой воды, имеющей низкое качество** в связи с содержанием в ней загрязняющих химических элементов: железа, марганца, бора, нитратов.

*Справочно: По данным Управления Роспотребнадзора по Воронежской области не отвечают гигиеническим нормам по санитарно-химическим показателям около 22,4% питьевой воды централизованного водоснабжения. Наиболее низкое качество питьевой воды централизованного водоснабжения выявлено в Кантемировском, Панинском, Поворинском, Подгоренском, Семилукском муниципальных районах области;*

**- увеличения доли автоматов по продаже снеков**, так как в настоящее время преобладающее большинство автоматов на территории Воронежской области сосредоточено на продаже кофейных напитков.

- **расширения ассортимента продаваемых товаров** (продажа живых цветов, бытовой химии на розлив через автоматические рефилл-станции, контактных линз (преимущественно в аптечной сети, медицинских учреждениях и организациях, специализирующихся на офтальмологии).

*Справочно: В последние годы рынок контактных линз начал активно развиваться. Связано это с тем, что все больше и больше людей для коррекции зрения выбирают именно их, так как по сравнению с обычными очками они обладают массой преимуществ.*

- **организации установки лампоматов** по продаже светодиодных ламп с одновременным вместилищем для утилизации отработанных ламп в жилых массивах, микрорайонах населенных пунктов с высокой плотностью населения.

*Справочно: О создании такого автомата еще несколько лет назад сообщил Савеловский машиностроительный завод, а партнером проекта стал Мосэнергосбыт, в здании которого и был установлен первый такой автомат. Чтобы обезопасить изделия от повреждений, разработчикам пришлось сделать лифтовой механизм выдачи. В конце 2015 года об открытии автоматов по продаже светодиодных ламп объявили в подмосковном Зеленограде.*

**- организации установки автоматов с кормом для домашних животных** в жилых массивах, микрорайонах городских округов Воронежской области с высокой плотностью населения. Покупка корма для домашнего питомца через автомат позволяет его владельцу значительно сократить время на его приобретение по дороге домой затратив на покупку не более одной минуты. Отпадает необходимость его приобретения в супермаркетах или зоомагазинах. Ассортимент автомата бывает настолько разнообразным, что покупатель имеет возможность приобрести не только лакомства для животных, но и аксессуары.

*Справочно: Согласно последним данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) у 73% российских семей есть домашние животные. Самыми популярными питомцами являются кошки и собаки, грызуны разных видов.*

**- организации установки аппаратов спортивного питания.** При установке аппарата предпочтение отдается местам с высокой проходимостью людей, местам размещения спортивных объектов. При их пользовании разбираться во многочисленных названиях и брендах человеку необязательно. Достаточно указать свою потребность, и автомат сам предложит необходимые добавки, начиная с добавки для сжигания жира перед тренировкой и до пополнения энергии после занятий.

*Справочно: Президент Российской Федерации, выступая с посланием Федеральному собранию 29.02.2024 отметил, что за последние годы в стране в разы выросло число граждан, которые регулярно занимаются спортом. В этой связи предложено за счет федеральных ресурсов ежегодно строить в регионах, прежде всего, в малых городах, сельских территориях, дополнительно не менее 350 спортивных объектов. Это и универсальные комплексы, и быстро возводимые площадки, где смогут заниматься и дети, и взрослые, и целые семьи. Дополнительно на эти цели за 6 лет будет направлено порядка 65 млрд рублей из федерального бюджета.*

*-* **сезонная организация установок автоматов мороженого.** При установке аппарата предпочтение отдается местам с высокой проходимостью людей - общественным пространствам (парки, сады, скверы, бульвары, аллеи, набережные).

*Справочно: Постановлением администрации города Воронежа от 01.04.2003 № 669 «О сохранении, развитии и благоустройстве зеленых зон общего пользования г. Воронежа» на территории г.о.г. Воронеж определена 381 зеленая зона общего пользования, из них 14 проектируемых зеленых зон общего пользования (в Железнодорожном районе - 55 зеленых зон общего пользования; в Коминтерновском районе - 70 зеленых зон общего пользования; в Левобережном районе – 84 зеленых зоны общего пользования; в Ленинском районе – 48 зеленых зон общего пользования; в Советском и Центральном районах -по 62 зоны общего пользования).*

**- организации вендинговой торговли медикаментами.**Продажа медицинских средств через специальные автоматы – услуга, популярность которой набирает обороты. Ведь никому не нравится подолгу стоять в аптечных очередях. Особенно когда нужно купить какую-то мелочь вроде бахил. Такие города, как Санкт – Петербург и Москва уже знают, что такое вендинговые автоматы, торгующие лекарствами, но для остальной России это пока в диковинку. В США же такой вид вендинга уже давно распространен. Чтобы приобрести необходимый препарат, нужно отдать автомату рецепт.

-**организации вендинга по розливу стеклоомывающей жидкости** с установкойавтоматизированной точки продаж на АЗС или около автосервиса. Автомат для розлива указанной жидкости предназначен для продажи жидкости, используемой в системах омывания стекол автомобилей. Он может разливать жидкость разных свойств – как незамерзающую зимой, так и омывающую жидкость летом. Для того чтобы предотвратить перелив жидкости в автомобильный бачок, в автомате по розливу незамерзающей жидкости устанавливается специальная программа, которая выдает жидкость именно на внесенную сумму. Автоматы работают в круглосуточном режиме.

- **установке фандоматов (пандоматов) по переработке мусора**, представляющих собой аппарат, который принимает некоторые виды отработанных материалов (пластик, алюминий, стекло) **за небольшое вознаграждение.** Благодаря таким установкам у населения появится ответственное отношение к сохранению окружающей среды, мотивация к соблюдению чистоты и порядка и, как следствие, возможность остановить заполнение полигонов, расположенных на территории Воронежской области.

*Справочно: Проблема обращения с отходами является одной из наиболее актуальных вопросов современного общества. Вместе с ростом населения и потребительского спроса возрастает объем отходов, которые необходимо утилизировать или перерабатывать. В рамках утвержденной Стратегии по переработке отходов в России до 2030 года роль переработки твердых коммунальных отходов рассматривается в ключе устойчивого развития территорий.*

*На территории России площадь полигонов по твердым коммунальным отходам составляет более 4 млн га. В Воронежской области зарегистрировано 17 полигонов захоронения твердых коммунальных отходов: в с. Архангельское Хохольского района; пос. Совхоз Новоусманский 1-е отделение* *Новоусманского района; хуторе Должик* *Острогожского района; г. Новохоперск Новохоперского района; пос. Давыдовка* *Лискинского района; г. Лисках Лискинского района;* *с. Русская Буйловка* *Павловского района; с. Верхний Мамон* *Верхнемамонского района; с. Девица* *Семилукского района (2 ед.) ; г. Богучар Богучарского района; Борисоглебском городском округе; п.г.т. Анна* *Аннинского района;* *п.г.т. Каменка* *Каменского района; пос. Заболотовка* *Ольховатского района;* *п.г.т. Подгоренский* *Подгоренского района; микрорайон Малый Лиман г. Россошь Россошанского района.*

**- установке автоматов для буккроссинга.** Принцип работы заключается в том, что любой желающий может купить понравившуюся книгу в автомате за небольшую сумму, а прочитав ее не выбрасывать, а сдать обратно. При установке аппарата предпочтение отдается местам с высокой проходимостью людей - общественным пространствам (парки, сады, скверы, бульвары, аллеи, набережные). С течением времени развитие интернет технологий отодвинуло роль книги на второй план. Люди чаще стали использовать интернет ресурсы для поиска нужной информации. Таким образом, буккроссинг помогает «воскресить» значение книги, так как является доступным для представителей любого социального класса, вне зависимости от их финансового положения. Благодаря буккроссингу происходит интеграция и культурное обогащение всех слоев общества.

Возможно благодаря со временем стране удастся вернуть статус самой читающей страны в мире.

*Справочно: По мнению Президента Российской Федерации в стране надо заниматься популяризацией чтения и развивать интерес к литературе. В ходе его беседы с работниками культуры в марте текущего года в Тверской области прозвучал вопрос на эту тему и данные статистики, согласно которым 15% россиян не держат дома книг, а 20% не читают классическую литературу.*

*Кроме того, согласно данным World Culture Score Indeх от октября 2023 года, самой читающей страной на нашей планете на сегодняшний день является Индия. Россия в этом списке занимает седьмую строчку, уступая по количеству книголюбов Таиланду, Китаю, Филиппинам, Египту и Чехии.*

*Так согласно проведенным исследованиям жители Индии, в среднем, проводят за книгой 10 часов 42 минуты в неделю, Тайланда - 9 часов 24 минуты, Китая -ровно 8 часов, Филиппин – 7 часов 36 минут, Египта –7 часов 30 минут, Чехии- 7 часов 24 минуты, России – 7 часов 06 минут.*