



2005/#6

VENDING BUSINESS

АВТОМАТЫ ДЛЯ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Национальная Вендинговая Корпорация

компания международного уровня



КАЖДЫЙ ДЕНЬ:

- продажи — 10 торговых автоматов
- установка в собственную сеть — 5 торговых автоматов

Только лучшие Европейские производители
ВСЕ В ОДНОМ МЕСТЕ!

Только лучшие цены
МЫ РАБОТАЕМ БЕЗ ПОСРЕДНИКОВ!

Автоматы:

NESTA, BIANCHI, FAS, GPE, AZKOYEN

Платежные системы:

COINCO, AURORA, ICT, NRI, CASHCODE, CASHFLOW

Ингредиенты, стаканы:

ALMAFOOD, EUROGRAN, AMFOODS, ICS, RPC

ТЕЛ./ФАКС
(095) 290-90-84

e-mail
office@nvcorp.ru
www.nvcorp.ru

С НАМИ ВАШ УСПЕХ
НЕИЗБЕЖЕН!

Свадьба Банкофф



www.azkoyenrus.ru

www.vendorus.ru

Журнал для тех и о тех, кто производит автоматы, работает с ними, пользуется их услугами

Нравится нам с вами это или нет, но приближается время подводить итоги уходящего, 2005-го, года. Давайте ненадолго расправимся, прежде чем снова впрыгаться в лямку, может быть, даже сделаем несколько упражнений из комплекса производственной гимнастики. А теперь подумаем: что нам удалось, что предстоит продолжить, а про что лучше забыть, как про кошмарный сон? И хотя к моменту написания до звона бокалов под куранты остается месяц, общая картина примерно ясна.

Во-первых, конечно, профессиональная отраслевая ассоциация, о необходимости которой столько дискутировали ее сторонники и противники, все же появилась на свет и пытается делать первые шаги. Станет ли она полезным инструментом для решения реальных задач, стоящих перед отечественным вендингом, зависит и от ее руководства, и от рядовых членов. Публикуемые в номере материалы Национальной ассоциации автоматизированной торговли знаменуют собой попытку обозначить начальный вектор ее развития, или, если хотите, показать, куда направлен первый зеленый росток, проклюнувшийся из этого семечка. Прочитайте, пожалуйста, эти тексты и поделитесь мыслями, которые они у вас вызывают. Сразу же небольшое уточнение для тех, кто не знает: Национальная вендинговая корпорация, реклама которой размещена на первой странице обложки, не только не является синонимом молодой Ассоциации, но даже не входит в ее состав. Это - корпоративная структура, сформировавшаяся на базе ООО "ВендЛэнд" и сохранившая его товарный знак. Со своей стороны наш журнал старается, по мере своих сил и возможностей, приносить пользу всем, кто трудится в области вендинга - независимо от формы собственности, подчиненности, структуры и т.д. Очень надеемся на вашу взаимность.

Говоря об итогах и планах, не можем промолчать о собственных прегрешениях. Те, кто постоянно читает журнал, возможно, обратили внимание, что до №4 за этот год мы планировали на будущий год ежемесячный выпуск журнала. Трезво оценив ситуацию, мы решили пока ограни-

Уважаемые читатели!



С. Р. Юрханов
Издатель



И. Л. Зотов
Главный редактор

читься двухмесячным циклом. В 2006 г. мы обязуемся выпускать журнал по четным месяцам, начиная с февраля. С точки зрения авторов и рекламодателей, это означает, что исходные материалы в текущий номер должны поступать в редакцию не позднее конца нечетного месяца, предшествующего публикации. В противном случае публикацию придется переносить на следующий номер. И еще одно обстоятельство, на которое мы хотели бы обратить внимание рекламодателей. В связи с тем, что типография требует предоплаты за свои услуги, нам крайне важна своевременная оплата рекламных публикаций. Поэтому огромная просьба: незамедлительно оплачивайте счета, направляемые вам после согласования верстки.

В заключение несколько слов о содержании номера. Оно более или менее традиционно. Новой, пожалуй, является тема, которая обсуждается в статье на стр. 26-29. Речь идет о налогообложении вендинга. Казалось бы, что еще можно изобрести: либо традиционные декларации, от-

ражающие реальные денежные потоки, либо так называемая "вмененка". Так вот, оказывается, что размер вмененного налога может отличаться в разы в зависимости от того, взимают ли его за торговую площадь, занятую автоматом, либо за торговое место. Практика показывает, что во втором случае сплошь да рядом автоматная торговля оказывается делом убыточным. Не сумев решить проблему полюбовно, налоговая инспекция и оператор, случается, обращаются в суд. В распоряжении редакции имеются материалы двух судебных процессов, где в абсолютно аналогичных ситуациях вынесены два прямо противоположных решения. Вот и ссылайся после этого на прецедент! В статье, о которой идет речь, делается попытка сравнить принципы налогообложения вендинга у нас и в США (на конкретном примере порядков в штате Колорадо). Как говорится, почувствуйте разницу.

И позвольте поздравить вас с неотвратимо надвигающимся на нас рубежом и пожелать всяческих успехов за его пределами.

С Новым Годом, друзья и коллеги!

Magazine for those and about those, who: produce vending machines, work with them, are served by them

«Vending business. Автоматы для торговли, услуг, развлечений»

Информационно-рекламный журнал

Издается с марта 2004 г.

Москва

Учредитель:

ЗАО «Энерготрансомплект»

Издатель:

С. Р. Юрханов

Главный редактор:

И. Л. Зотов

Редакционный совет:

А. И. Баранник

О. П. Волков

А. Ф. Ким

А. Е. Крылов

И. Ю. Лупин

А. В. Майсов

Е. В. Полушкина

В. А. Ракитский

Т. Ю. Рыжкова

Е. Ю. Янчик

Зам. гл. редактора

И. В. Искандарова

Адрес редакции:

Россия, 127422, Москва,
ул. Костякова, 12, офис 50-51

Тел./факс: (095) 610-2130

Тел.: (095) 913-4118

E-mail:

editor@vendingbusiness.ru

editor-vending@mail.ru

www.vendingbusiness.ru

Макет, художественное оформление, компьютерная верстка: Г. И. Сурикова

Отпечатано в типографии
«Пол-сервис»

Тираж: 1500 экз.

Ответственность за содержание реклам и объявлений несет
рекламодатель

При перепечатке ссылка на
издание обязательна

© ЗАО «Энерготрансомплект»

Зарегистрирован Министерством
РФ по делам печати,
телерадиовещания и средств
массовых коммуникаций
12 февраля 2004 г.

Свидетельство о регистрации
СМИ ПИ № 77-17388

1 От издателей

3 НААТ

Т.Ю. Рыжкова,

Л. Э. Пеккер

Открытое письмо к
компаниям,
работающим
на вендинговом рынке
России

5

Этический кодекс
национальной
ассоциации
автоматизированной
торговли.
Проект

8

Обращение НААТ
в Федеральное
Собрание РФ

11

Выставки

Обзор
осенних выставок

17

Наталия Звягина

"ПИР" 2005.

Краткие полевые
заметки наблюдателя

20

Игорь Лунин,
Впечатления о Eu'Vend

21

Проблемы отрасли

Михаэль Маурер

Германский рынок
вендинга в 2004/2005 г.г.

26

Алекс Невзорчик

Налогообложение вен-
динга в России и США

30

Деньги. Учет. Статистика. Мониторинг

Норберт Монсен

Тенденции развития
платежных систем
в торговых автоматах

33

Лицо фирмы

ICS/Valeo:

Такой разный чай

36

Выставки

Вендиталия 2006

38

Українські вісті

Ольга Бурьяна

Железная торговля

42

Деньги. Учет. Статистика. Мониторинг

Виталий Мишин

Система снятия
статистики с помощью
устройства на базе
калькулятора HP-49G
и интерфейса RS-232

1 Editorial NVA

T.Y. Ryzkova,

L.E. Pekker

Open Letter addressed
to the companies
engaged in vending

5 National Vending Association Ethics Code. Draft

8 NVA Appeal to the RF Federal Assembly

11 Exhibitions

Autumn
Fairs

17 Natalia Zvyagina

Brief
field observations:
PIR 2005

20 Igor Lounin

Eu'Vend impressions

21 Problems of the Branch

Michael Maurer

The Vending Market
in Germany in 2004/2005

26 Alex Nevzorchik.

Vending taxation
in Russia and USA

30 Money. Accounting. Statistics. Monitoring

Norbert Monssen

Trends in the way
of payment in the vending
industry

33 Facing the company

ICS/Valeo:
Tea is a cup of life

36 Exibition

Venditalia 2006.

38 Ukrainian news

Olga Bouryana

Iron trade

42 Money. Accounting. Statistics. Monitoring.

Vitaly Mishin.

Picking statistics
by means of a device
based upon HP-49G
calculator
and RS-232 interface

В Национальной ассоциации автоматизированной торговли (НААТ) In the National Vending Association (NVA)

20 октября 2005 г. правление НААТ постановило обратиться через журнал Vending Business к компаниям, работающим на вендинговом рынке России, с открытым письмом. Редакция журнала выполняет это поручение, одновременно публикуя этический кодекс Ассоциации и ее обращение в Федеральное Собрание РФ.

On October the 20, 2005, the NVA Board decided to address the companies engaged in vending with an open letter published in the Vending Business, magazine. The editorial staff fulfills the commission, publishing simultaneously the Association's Ethics Code, and its appeal to the RF Federal Assembly.



Т.Ю. Рыжкова,
Генеральный директор

T.Y. Ryzkova,
Director General



Л. Э. Пеккер,
Президент

L.E. Pekker,
President

Открытое письмо

Всем, кто работает в сфере автоматизированной торговли, снабжает ее и обслуживает

Уважаемые господа!

Мы рады сообщить Вам, что 20 сентября 2005 года было зарегистрировано первое профессиональное объединение компаний, работающих на вендинговом рынке России - "Национальная ассоциация автоматизированной торговли" (НААТ). В число учредителей НААТ вошли 12 известных вендинговых компаний и профессиональный журнал "Vending Business".

Вендинговый рынок развивается сейчас очень интенсивно, на рынке появляются все новые компании, повышается уровень доверия к автоматизированной торговле со стороны покупателей. Ассоциация ставит своей целью дальнейшую популяризацию вендинга, повышение имиджа отрасли, привлечение внимания общества к выгодности и удобству использования торговых автоматов.

Open Letter

To all those who are engaged in automatic trade and its supply and service

Dear ladies and gentlemen!

We are happy to inform you that on September 20, 2005 the first ever professional union of the companies operating at the vending market has been registered in Russia under the title "National Vending Association". The founders of the Association are 12 well known vending companies and a professional magazine, "Vending Business".

The vending market is developing very intensively, and a lot of new companies are emerging at the market; at the same time the level of trust rendered by the buyers to automatic trade is growing. The Association sets a goal to achieve further increase of vending popularization, its image improvement and attraction of public attention to advantages and comfort provided by vending machines usage.

У этого роста бизнеса есть и свои сложности. К их числу относится и повышение интереса государственных органов, и пробелы в законодательстве, и недобросовестная конкуренция. Одна из основных целей Ассоциации - защита интересов своих членов, создание благоприятной экономической и правовой ситуации для развития рынка автоматизированной торговли в России. Первым серьезным вопросом, за который взялась Ассоциация, стала проблема использования контрольно-кассовых машин в торговых автоматах.

В задачи Ассоциации входит также обучение специалистов, проведение совместных мероприятий, формирование стандартов качества в отрасли, проведение исследований, консультационно-информационная поддержка своих членов, представление интересов российского вендинга в международных организациях и многие другие дела.

Мы предлагаем Вам вступить в наше профессиональное сообщество. Каждый из нас по отдельности развивает собственную компанию. Вместе мы сможем вывести на новый качественный уровень весь российский вендинг.

Для получения дополнительной информации или для вступления в Ассоциацию обращайтесь по телефонам: (095) 775-51-34, 775-51-36. Электронная почта: vending.naat@rambler.ru. В ближайшее время будет создан сайт Ассоциации, на котором будут доступны все документы Ассоциации.

The growth of the business has its own difficulties as well. They include such aspects as increased interest of state government offices, some gaps in the existing legislation, and unfair competition. One of the main purposes of the Association is to protect the interests of its members and to create favorable economical and legal conditions for development of vending market in Russia. The first serious issue the Association is working at is the problem of using the cash registers in vending machines.

The Association's tasks also include the training and education of specialists, holding cooperative activities, formulating the field quality standards, research work, all sorts of consulting and information support of the members, representation of the Russian vending interests in international organizations, and many others.

We offer you to enter our professional society here-with. Each of you, taken separately, develops his own company. Working together, we would be able bring the whole Russian vending to a new level of quality.

In order to get additional information or to enter the Association please call (095) 775 51 34 and (095) 775 51 36. Our e-mail is: vending.naat@rambler.ru. The Association web site will be launched in the nearest future, making all the Association documents accessible.

Президент НААТ

Л.Э.Пеккер

NVA President

L.E.Pekker

Генеральный директор НААТ

Т.Ю.Рыжкова

NVA Director General

T.Yu.Ryzhkova

**ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС
НАЦИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАЦИИ
АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ТОРГОВЛИ**

**NATIONAL VENDING
ASSOCIATION
ETHICS CODE**

1. Общие положения.

1.1. Национальная ассоциация автоматизированной торговли, (далее именуемая "Ассоциация"), является добровольным объединением юридических лиц, созданным для содействия ее членам в достижении целей, предусмотренных Уставом Ассоциации, а также представления и защиты их общих интересов.

1.2. Целью Ассоциации является объединение в единую профессиональную организацию и координация деятельности организаций, имеющих отношение к сфере автоматизированной торговли, производства, продажи и сервиса оборудования для автоматизированной торговли, а также производства и продажи компонентов и ингредиентов для такого оборудования; представление и защита их общих имущественных интересов.

1.3. Этический кодекс Ассоциации разрабатывается и утверждается Общим Собранием Членов Ассоциации на основании п. 5.10.3. Устава Ассоциации.

1.4. Этический кодекс определяет положения, которых обязуются придерживаться Члены Ассоциации в своем взаимодействии с Ассоциацией, друг с другом и с внешним миром. Положения Этического кодекса также обязательны для выполнения всеми органами и должностными лицами Ассоциации. Несоблюдение положений Этического кодекса может служить основанием для исключения Члена Ассоциации из Ассоциации.

2. Взаимодействие между Ассоциацией и ее Членами.

2.1. Вся информация, предоставляемая Ассоциации ее Членами, является конфиденциальной, если не оговорено обратное. Ассоциация использует такую информацию только для внутренней деятельности или для внешней - в обобщенном виде. Информация о Членах Ассоциации не передается без их согласия третьим лицам вне Ассоциации.

2.2. Ассоциация при ведении своей деятельности не отдает предпочтения отдельным Членам. В случае необходимости использования для коммерческой или некоммерческой деятельности Ассоциации оборудования, товаров, работ, услуг, производимых или импортируемых Членами Ассоциации, выбор таких товаров, работ, услуг производится на основании тендера или конкурса, проводимого между всеми Членами.

2.3. Члены Ассоциации и органы управления и контроля Ассоциации обязуются не вступать в любого рода негласныеговоры, которые могли бы предоставить отдельным Членам Ассоциации любого рода преимущественное положение на рынке.

1. General provisions.

1.1. The National Vending Association (called further "The Association") is a voluntary union of juridical persons, created to render its members assistance in reaching the aims stipulated by the Charter of the Association, and to represent and defend their common interests.

1.2. The aim of the Association is to weld into a united professional structure, coordinating their activities, the companies, engaged in automatic merchandizing, manufacturing, selling, operation and maintenance of vending equipment, as well as production and selling components and ingredients for such an equipment; representation and defense of their common property interests.

1.3. The Ethics Code of the Association is worked out and confirmed by the General Meeting of the Association in accordance with p.5.10.3 of the Charter.

1.4. The Ethics Code defines the rules the Members of the Association pledge to hold in their interaction with the Association, with each other, and with the environment. The rules are also compulsory for all the bodies and the officials of the Association. Inobservance of the Code rules may provide the grounds to exclude the Member from the Association.

2. Interaction between the Association and its Members.

2.1. All information granted by the Members to the Association is confidential - if the opposite has not been stipulated. The Association makes use of the information for its inner activities exclusively, or (in generalized form) - for the external. The information about the Association Members is not to be passed (without their consent) to the third parties outside the Association.

2.2. In its activities the Association gives no preference to its individual Members. If it is necessary to use for commercial or noncommercial activities of the Association some equipment, goods, services etc, produced or imported by the Members, these goods or services are to be chosen after announcing an open general competition among the Members.

2.3. The Members and the management bodies of the Association promise not to participate in any secret agreements that could provide individual Members with a preferential position at the market.

2.4. Члены Ассоциации в своей деятельности могут использовать стандартное упоминание о том, что компания является Членом Ассоциации и размещать такое упоминание на оборудовании, товарах, в рекламных и информационных материалах, а также использовать его в контактах со СМИ. В случае исключения или выхода компании из Ассоциации компания обязуется в двухмесячный срок убрать такие упоминания со всех видов носителей.

2.5. Члены Ассоциации в своей повседневной деятельности не имеют права вводить в заблуждение партнеров, клиентов, контролирующие и иные органы ссылками на якобы имеющийся у них режим особого благоприятствования со стороны Ассоциации.

2.6. Предоставление любой информации о деятельности, планах, программах и мероприятиях Ассоциации при осуществлении контактов с внешним миром (СМИ, законодательные и контролирующие органы и т.п.) является прерогативой Президента и Генерального директора Ассоциации. Эти должностные лица могут также письменно поручить кому-либо из Членов предоставление информации от имени Ассоциации. Во всех остальных случаях Члены Ассоциации не могут выступать от лица Ассоциации. В случае, если Член Ассоциации получает просьбу прокомментировать какие-либо действия Ассоциации, он обязан подчеркнуть, что высказывает только свое мнение, и избегать высказываний, порочащих или дискредитирующих деятельность Ассоциации, ее органы управления и контроля или других Членов.

3. Взаимодействие Членов Ассоциации друг с другом.

3.1. Ассоциация объединяет компании, которые могут являться конкурентами в своей повседневной деятельности. Для поддержания работоспособности Ассоциации и ее органов Члены Ассоциации обязуются соблюдать взаимное уважение при совместной работе в рамках Ассоциации, ее органов, программ и мероприятий.

3.2. Работа Ассоциации будет продуктивной только в случае заинтересованной работы каждого на общее дело. Члены Ассоциации имеют право на выражение своего мнения по поводу деятельности Ассоциации и на честные и открытые выборы всех органов управления и контроля и обязуются не создавать негласных коалиций, деятельность которых может быть направлена на создание раскола или скрытый захват власти в Ассоциации.

4. Взаимодействие Ассоциации и ее Членов с внешним миром.

4.1. Ассоциация и ее Члены принимают на себя обязательство служить интересам общественности: как своих покупателей, так и общества в широком смысле, - а также обеспечивать удовлетворительное качество предоставляемых продуктов и услуг. Они сознают свою ответственность перед отраслью и при ведении дел будут непрестанно прилагать усилия для повышения стандартов своей работы.

2.4. The Association Members can use in their activities a standard mention of their membership and place such a mention/reference at their equipment or goods, in their advertising or information materials, or use it in their contacts with mass-media. Being excluded or leaving the Association, the company is to remove such references from the carriers of all kinds within two months.

2.5. In their everyday activities the Association members are not entitled to mislead their partners or customers, the control or other bodies making reference to any special preference granted supposedly to them by the Association.

2.6. Granting any information concerning the activities, plans, programs, and actions of the Association through contacts with the external world (mass media, legislative and control bodies, etc) is the exclusive prerogative of the President and the Director General of the Association. These officials may also entrust someone of the Members in the written form to deliver information on behalf of the Association. In any other cases the Members are not allowed to appear in the name of the Association. In case a Member is asked to comment some actions of the Association, he must stress he expresses only his own opinion, and must avoid expressions discrediting the activities of the Association, its management and control bodies, and the other Members.

3. Interaction of the Association Members with each other.

3.1. The Association unites the companies that may be competitors in their everyday activities. To maintain the efficiency of the Association and its bodies, the Members commit themselves to observe mutual respect during their collaboration within the frames of the Association, its bodies, programs, and actions.

3.2. The Association's activities can be successful only if everybody is concerned with the results and works correspondingly. The Association Members have the right to express their opinion concerning the Association activities, and to take part in honest and open elections of the management and control bodies. They promise to create no secret coalitions, whose activity is aimed to break the Association or to seize power in it.

4. Interaction of the Association and its Members with the external world.

4.1. The Association and its Members commit themselves to serve the public interests, meaning both the interests of their customers and the society as a whole, and to provide satisfactory quality of the goods and services proposed by them. They realize their responsibility before the industry and in their activities will constantly make efforts to raise the standards of their work.

4.2. Ассоциация и ее Члены не будут принимать участия ни в одной из форм продажи, распространения, обслуживания или рекламы, могущих создать дурную славу использованию торговых автоматов или нанести вред имиджу отрасли в глазах общества. Они будут активно противодействовать (коллективно или в индивидуальном порядке) участию лиц, связанных с рекламой и продвижением товара, в каких бы то ни было формах такой антирекламы.

5. Взаимодействие с государственными органами

5.1. Ассоциация и ее Члены оказывают всемерное содействие государственным законодательным и исполнительным органам в принятии и исполнении налогового и другого законодательства на основе специфики индустрии автоматизированной торговли.

5.2. Ассоциация оказывает содействие своим Членам по вопросам взаимодействия с государственными органами, защищает их права путем предоставления юридических консультаций, направления запросов в государственные исполнительные, контролирующие и надзорные органы относительно правомерности тех или иных действий в отношении Члена Ассоциации.

5.3. Члены Ассоциации при взаимодействии с государственными органами действуют от своего имени за исключением случаев, когда Ассоциация наделила их правом представлять интересы Ассоциации.

6. Взаимодействие со средствами массовой информации

6.1. Ассоциация и ее Члены используют различные средства информации, включая печатные издания, телевидение, выставки, интернет и т.д., для распространения информации о текущем состоянии индустрии, перспективах ее развития, товарах и услугах, предоставляемых как Ассоциацией, так и ее Членами.

6.2. При взаимодействии со СМИ Члены Ассоциации действуют от своего имени за исключением случаев предоставления Члену Ассоциации права действовать от ее имени, а Ассоциация - от имени своих Членов. Таким образом, Член(ы) Ассоциации распространяют информацию о своей компании и ее товарах и услугах, а Ассоциация - информацию, не носящую конфиденциальный характер, о проектах Ассоциации и ее Членах.

6.3. Ассоциации и ее Члены проявляют аккуратность в части представления информации друг о друге, избегая при этом неправильной трактовки подаваемой информации.

6.4. При подаче рекламы в СМИ Члены Ассоциации обязуются использовать корректную информацию о своих товарах и услугах, избегая принижения достоинства конкурентов. Если рекламируемые товар и/или услуга одного Члена Ассоциации превосходят товар и/или услугу другого(их) Члена(ов) Ассоциации, этому должны быть неопровергимые доказательства, без которых рекламируемые товар и/или услуга не должны преподноситься в рекламе в превосходной степени, как "лучший", "номер 1", "превосходящий" и т.д.

4.2. The Association and its Members will not take part in any kind of selling, distribution, service or advertisement that could promote ill fame to the use of vending machines or spoil the industry's image in the eyes of the society. They will actively counteract (collectively or individually) to the participation of persons engaged in advertising and goods promotion in any form of such antipublicity.

5. Interaction with the state bodies.

5.1. The Association and its Members render all possible assistance to the state legislative and executive bodies in adoption and implementation of the laws based on the specifics of the vending industry.

5.2. The Association renders its assistance to the Members in cases of their interaction with the state bodies, protects their rights giving them legal advices, inquiring the state executing, control and supervising bodies on the lawfulness of actions taken towards an Association Member.

5.3. The Association Member, counteracting with the State bodies, act on their own name - except the cases when the Association gives them right to represent its interests.

6. Interaction with the mass media.

6.1. The Association and its Members make use of different mass media, including printed editions, television, exhibitions, Internet etc., to proliferate information about the current state of the industry, the prospects of its development, goods and services offered by the Association and its Members.

6.2. Counteracting with mass media, the members act on behalf of their own, except the cases when the Member is granted the right to act on behalf of the Association or the Association is granted the right to act on behalf of its Members. In this way the Members proliferate information about their companies and their goods and services, and the Association proliferates non-confidential information about the projects of the Association and its Members.

6.3. The Association and its Members display carefulness presenting information about each other, avoiding incorrect treating of the information supplied.

6.4. Supplying advertisement to mass media the Association Members commit themselves to use correct information about their goods and services, avoiding depreciation of their competitors' advantages. If the advertised good and/or the service of one Association Member are said to surpass those of some other Member, there should be given irrefutable proofs of it; lacking those proofs the advertised good and/or service must not be described in the ad in superlative degree (e.g. "the best", "number one", "surpassing", etc.).

NVA

HAAT

HAAT

NVA

HAAT

NVA

HAAT

NVA

Обращение НААТ в Федеральное Собрание РФ (публикуется в сокращении)

Национальная ассоциация автоматизированной торговли обращается к Вам от имени предприятий, занятых в индустрии торговых автоматов. В этом письме мы хотим затронуть несколько вопросов, которые оказывают серьезное влияние на развитие отрасли.

Индустрия торговых автоматов является одним из перспективных направлений развития малого и среднего бизнеса в России и способна решать целый ряд важных социальных задач, среди которых:

- создание дополнительных рабочих мест, в том числе для инженерных кадров;
- замена устаревающих форм мелкорозничной торговли (лотки, палатки, киоски и т.д.) на современные торговые автоматы;
- снижение уровня криминогенности путем сокращения количества незаконных мигрантов, которые сегодня работают в торговле;
- организация обеспечения населения ТНП круглосуточно и без временных потерь там, где создание стационарной торговой точки не эффективно.

По уровню развития индустрии автоматизированной торговли можно судить об уровне развития розничной торговли страны.

Индустрия торговых автоматов развивалась еще во времена Советского Союза. В то время было налажено проектирование и производство торговых автоматов, в том числе по розливу прохладительных напитков, надолго сохранившихся в нашей памяти. На улицах городов Советского Союза были установлены сотни тысяч таких автоматов, миллионы людей имели возможность получить прохладительный напиток, десятки тысяч людей были задействованы в этой индустрии. Существовали примеры автоматизированных кафе, в которых потребителю предлагалась возможность быстро перекусить благодаря торговым автоматам.

В период распада Советского Союза система Автоматторгов прекратила свое существование, а индустрия развалилась, так как парк торговых автоматов того времени в условиях галопирующей инфляции и изношенности оборудования никого не интересовал с точки зрения приватизации.

Однако в дальнейшем, на протяжении последних 10 лет, наметилась устойчивая тенденция возрождения отрасли в России, причем это развитие осуществляется на новом, более высоком качественном уровне с учетом опыта, накопленного в этой области та-

NVA Appeal to the RF Federal Assembly (abridged)

The National Vending Association is addressing you on behalf of the companies engaged in the vending industry. In the letter we would like to touch upon several issues, influencing seriously the industry development.

The vending industry is one of the prospective directions of small and medium business development in Russia, and is able to solve a lot of social tasks, including:

- creation of additional working places, including those for engineering personnel;
- replacement of out-of-date kinds of small scale retail trade (hawker's trays, stalls, booths, etc.) by modern vending machines;
- decreasing the level of criminal penetration into trade - by decreasing the number of illegal migrants engaged there today;
- providing the population with possibility to buy consumer goods they need rapidly and round-the-clock in the places where creation of stationary shops is inefficient.

The level of vending industry development in the country can be used to evaluate the level of retail development there.

The vending industry in our country started to develop at the Soviet period. At that time design and production of vending machines including those for selling soft drinks, had been organized. Our memory still stores hundreds thousand soda machines mounted in the streets. Millions of people could make use of them, tens thousand people were busy in the sector.

There existed successful examples of vending cafes where the consumer was offered to have a fast snack.

During the break-up of the Soviet Union the Avtomattorg (Automatic Trade) system stopped to exist, the industry collapsed since nobody felt interested in privatization of old and worn-out machines, especially under the conditions of galloping inflation.

However, later on, during the last decade, a stable tendency for revival of the industry could be observed, the development being performed at qualitatively higher level, taking into account the experience, gained by

кими ведущими странами, как Япония, Корея, США и страны ЕС. Везде, где индустрия торговых автоматов достигла широких масштабов, развитие осуществлялось посредством как крупных предприятий, вовлеченных в процесс разработки и производства торговых автоматов, так и среднего и малого бизнеса, роль которого состоит в размещении и эксплуатации торговых автоматов в различных сферах жизнедеятельности населения этих стран. Без участия среднего и малого бизнеса в этом процессе торговые автоматы не получили бы широкого распространения. Для справки:

Страна	Кол-во торговых автоматов	Кол-во предприятий, занятых в индустрии
Япония	не менее 7,5 млн ед.	не менее 3500
США	не менее 9,7 млн ед.	не менее 4000
Европа	не менее 4,1 млн ед.	не менее 5000

На сегодняшний день, помимо поставок торговых автоматов из-за рубежа, налаживается и их производство в России. Это автоматы по продажи товаров народного потребления и услуг, благодаря которым потребители имеют возможность в любое время суток получить напиток или перекусить, оплатить услуги операторов мобильной связи или осуществить коммунальные платежи и т.д.

К сожалению, текущее состояние налогового законодательства РФ, применяющегося к торговым автоматам, не способствует развитию этой индустрии, а наоборот является сдерживающим фактором.

Так, с 01 января 2005 в соответствии с федеральным законом №54-ФЗ в торговом автомате должен применяться фискальный режим, при котором автомат должен выдавать потребителю фискальный чек. На практике это означает, что предприятие обязано:

- организовать рабочее место кассира рядом с автоматом (что свидетельствует на нем всю сущность автоматической торговли);
- либо оборудовать каждый торговый автомат контрольно-кассовой машиной (что исключительно сложно технически, т.к. на российском рынке представлены сотни моделей автоматов десятков производителей);
- ежедневно осуществлять кассовые операции (обслуживание торгового автомата оператором производится 1-2 раза в неделю, а более частое посещение автомата резко увеличит издержки предприятия);
- регистрировать каждый торговый автомат в территориальной налоговой инспекции по месту

such countries, leading in the sector, as Japan, Korea, USA and EU countries are. In every country, where large scale vending development could be observed, it was based both on large enterprises, developing and manufacturing vending machines, and middle and small business, mounting and operating those machines in different spheres of public life. Without participation of middle and small business in this process, vending could hardly spread so widely. As a reference:

Country	Number of vending machines	Number of companies engaged in the industry
Japan	Not less than 7.5 mln units	Not less than 3500
USA	Not less than 9.7 mln units	Not less than 4000
Europe	Not less than 4.1 mln units	Not less than 5000

Today in addition to supplies of vending machines from abroad, their production is restarting in Russia. These machines selling consumer goods and services allow the consumers (at any time, round the clock) to get a drink or a snack, pay for mobile phone calls or public utilities, etc.

Unfortunately, the current state of taxation laws in RF, applied to vending, do not favour the development of the industry; quite the contrary, they are a deterrent.

Thus, starting from the January 01, 2005, in accordance with the Federal Law #54-ФЗ a fiscal mode is to be used in vending machines, when a fiscal receipt is given to the buyer. In practice it means the company must:

- organize the cash-desk (with the cashier!) next to the machine, reducing to zero all the essence of vending;
- or furnish each vending machine with a cash-register; the approach is extremely difficult to perform technically, since hundreds of models of vendors from dozens of manufacturers are present at the Russian market;
- perform daily cash extraction from the machines, sharply increasing the company's expenses (the operator usually visits the machine only once or twice a week);
- register each vendor in the territorial tax inspection according to the place it has been mounted, repeating it every time he changes the place;

размещения и перерегистрировать его при перестановке;

- сдавать налоговую отчетность по каждому торговому автоматау.

Если же торговые автоматы приравнять к контрольно-кассовым машинам (ККМ), следующим шагом станет длительная и дорогостоящая процедура включения их в Госреестр, причем всякое изменение в конструкции и программном обеспечении повлечет за собой необходимость длительного и дорогостоящего согласования с держателем реестра. В то же время, все производители автоматов постоянно совершенствуют свое оборудование, и в каждой следующей партии может стоять улучшенная версия программного обеспечения.

Альтернативой может быть установка в каждый торговый автомат фискального регистратора, что сопряжено с издержками, сопоставимыми со стоимостью автомата, а для многих моделей просто неосуществимо технически.

Таких требований к торговым автоматам нет ни в одной стране мира, и торговые автоматы зарубежного производства спроектированы без учета возможного применения ККМ. Поиск путей применения приведет к значительному удорожанию автоматов и операционных расходов, снижению возможностей для индустрии с точки зрения увеличения количества торговых автоматов, предприятий и занятости населения в этой отрасли. Общее мнение индустрии, представителем интересов которой является HAAT, однозначно: требование по оснащению торговых автоматов ККМ не только не приведет к увеличению сборов, но уничтожит формирующуюся отрасль.

В предыдущие годы, начиная с 2000 г., Государственная межведомственная экспертная комиссия по контрольно-кассовым машинам ежегодно своим решением, оформленным протоколом (последний протокол от 18.12.03 №4/76-2003), исключала использование ККМ в торговых автоматах. В середине прошлого года комиссия прекратила свое существование, и ее функции переданы Федеральному агентству по промышленности. К сожалению, несмотря на письменные запросы в Федеральную налоговую службу, до сих пор не поступило никаких четких разъяснений относительно применения ККМ в торговых автоматах, а в законе среди исключений нет указания на торговые автоматы. Видимо, это связано с тем, что во время подготовки данного закона индустрия автоматизированной торговли не попала в поле зрения его разработчиков.

Просим Вас оказать содействие в принятии решения о включении торговых автоматов в перечень исключений, приводимых в статье 3 закона № 54-ФЗ. Это позволит индустрии автоматизированной торговли развиваться и брать на себя те функции, которые она выполняет во всех развитых странах мира: развитие малого и среднего бизнеса, увеличение занятости, участие в формировании современного облика розничной торговли.

- hand fiscal account to the tax inspection for each vendor separately.

If the vending machines are made legally equal to the cash-registers, the next step will be an extremely long and expensive procedure of including them in the State Register; then each modification in their design and softwear will necessitate equally long and expensive approval by the Register's holder. Take in view that all the vendor producers are constantly improving their equipment, and each machine coming next may contain a new and improved program version.

An alternative solution can be based on providing each vendor with a fiscal register, which will lead to expenses comparable with the price of the vendor; for many models it is simply impossible technically.

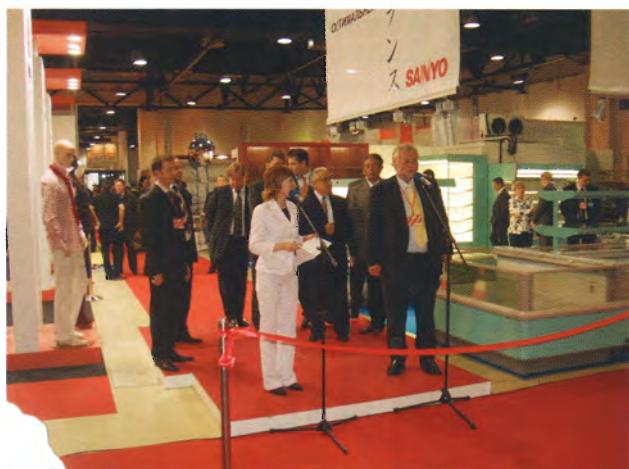
Such requirements can be found in no country in the world, and the foreign vendors have been designed without taking account of possible register mounting. Search of the ways of applicability will lead to substantial increase of basic and operational costs, lower the industry's chances to increase number of vending machines, their producers, and the employment in the sector. The general opinion of the industry, whose interests are represented by the NVA, is unanimous: demand to furnish vendors with fiscal registers will not lead to increased duties; on the contrary, it will destroy the developing industry.

In the previous years, starting from 2000, the State interdepartmental expert commission, controlling the situation with cash-registers, every year passed an official decision allowing not to furnish the registers in vendors (the last protocol comes back to December 18, 2003). But in the middle last year (2004) the Commission was eliminated, and its functions have been passed to the Federal Industrial Agency. Unfortunately, despite the written inquiries addressed to the Federal Tax Service, no clear explanations on the subject have been received, while the current law makes no exclusions for the vendors. Perhaps it is this way because during the preparation of the law the vending industry stayed beyond the field of vision of the law's authors.

We ask your assistance in making a decision to include the vending machines into the list of exclusions in the Article 3 of the Federal Law #54-ФЗ. This will allow the vending industry to develop and take the functions it performs in all the developed countries of the world: development of small and middle business, increasing the employment, taking part in development of up-to-date face of the retail trade.

Обзор осенних выставок

Как известно, осень богата урожаем не только сельскохозяйственных культур, но и выставок. Специализированными выставками по торговым автоматам наше отечество пока не обзавелось. Неспециализированные же, по определению, менее предсказуемы, и выискивание там "жемчужных зерен" в бездне информации требует определенного времени и упорства, что, впрочем, иногда вознаграждается.



Открытие выставки Shop Design
Shop Design opening

В Выставочном комплексе ЗАО "Экспоцентр" на Красной Пресне, с 20 по 23 сентября, как и за год до этого, синхронно проходили две выставки, тематически связанные с вендингом. Одна из них была посвящена вопросам организации и оснащения торговли и по-русски именовалась "Международная выставка торгового оборудования, систем автоматизации, визуального мерченайзинга и технического оснащения магазинов", или просто, по-английски, **SHOP DESIGN RUSSIA**. Организаторами выставки явились выставочные компании МЕССЕ ДЮССЕЛЬДОРФ Москва и ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты. Поддержку оказывали Европейский институт торговли (Кельн), Международная выставка EUROSHP (Дюссельдорф), Партнерство производителей рекламных материалов для мест продаж POPAI-Россия, Агентство развития потребительского рынка, Российский совет торговых центров, Московская торгово-промышленная палата и Департамент потребительского рынка и услуг Москвы. В экспозиционной программе выставки участвовали примерно полторы сот-

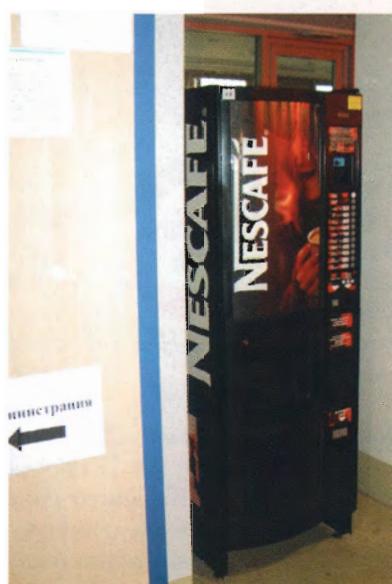


Autumn Fairs

Autumn is known to be rich not only in agricultural crops, but also in exhibitions. Our country has not acquired its own specialized vending trade fairs yet. As for unspecialized ones, they are less predictable by definition, so hunting there for "pearls" in a heap of information needs some time and persistence, which are sometimes rewarded.

In "Expocentre" exhibition complex (Moscow, Krasnaya Presnya) two exhibitions, whose subject was somehow connected with vending, took place simultaneously (20-23 September). One of them was devoted to the problems of shop organization and fitting. Its full title sounded as International Fair for Shopfitting, Visual Merchandising, Retail Technology, or simply **SHOP DESIGN RUSSIA**. It was organized by two companies: MESSE DUESSELDORF Moscow and EXPO-PARK Exhibition Projects. They were supported by EHI-EuroHandelsinstitut GbmH (Cologne), International Exhibition EUROSHP (Duesseldorf), Non-Commercial Partnership POPAI-Russia, Consumer Market Development Agency, Russian Council of Shopping Centers, Moscow Chamber of Commerce, Moscow Government Consumer Market and Services Department. The exposition program attracted about one and a half hundred companies whose speciality was design and manufacturing of commercial equipment, as well as design and construction of shops. Russia and Germany were dominating among exponents; the presence of Italy and Turkey was notable; it was possible to find Slovaks and Slovenes. Within the frame of the fair Points-of-Sale Competition took place; decisions there were taken by the international jury, containing experts from USA, Benelux countries, UK, Switzerland and Germany. The organizers of the fair purposely paid special attention to the POS design, reserving special section for "POPAl - village", where the authors had a chance both "to see the people and to show themselves". The works exhibited were aimed at promotion of concrete goods and brands. Some of them were quite original. It's a pity not a single advanced exponent got into his mind the idea that each vending machine is also a Point-of-Sale/Purchase, and is quite suitable to promote a brand deserving it. There was an extensive program of workshops (round tables, conferences), devoted both to general problems of retail trade development, and to concrete methods of conquering the buyer and promotion of the goods. Some of the

ни компаний, специальностью которых является разработка и производство торгового оборудования, проектирование и сооружение предприятий торговли. Доминировали в экспозиции Россия и Германия, заметно было присутствие Италии и Турции, можно было обнаружить словаков и словенцев. В рамках выставки проходил конкурс дизайна мест продаж, где решения принимало международное жюри, в состав которого входили эксперты из США, стран Бенелюкса, Англии, Швейцарии и Германии. Организаторы выставки сознательно уделили особое внимание задачам оформления пунктов продаж (дисплеев и пр.). Под авторские работы был выделен специальный раздел (POP-AI-village), где авторы имели возможность "и людей посмотреть, и себя показать". Демонстрируемые работы были нацелены на продвижение конкретных изделий, брэндов. Среди них были достаточно оригинальные. Жаль только, что никому из продвинутых дизайнеров не пришло в голову, что любой торговый автомат - тоже Point of Sale/Purchase, и к тому же вполне может способствовать продвижению заслуживающего того брэнда. Имела место развернутая программа семинаров (круглых столов, конференций), посвященных как общим проблемам развития розничной торговли, так и конкретным приемам завоевания покупателя и продвижения товара, среди которых были достаточно экзотические. Так, предлагалось кроме видео- и аудио- каналов передачи рекламной информации использовать и так называемый "аромамерчандайзинг". На выставке буквально рябило в глазах от обилия всякого рода витрин, прилавков, манекенов, осветительных приборов. Обильно были представлены печатные издания, расчетно-кассовые узлы и их компоненты. Не было только... ничего, связанного напрямую с задачами внедрения такой прогрессивной формы торговли, как автоматизированная. Надо отдать должное организаторам выставки - они отдают себе отчет в том, что без этого образ современной розничной торговли получается ущербным. В связи с этим они обратились к руководству Национальной ассоциации автоматизированной торговли с предложением рассмотреть возможность коллективного участия в следующей выставке SHOP DESIGN. На самом деле, здесь, по-видимому, есть над чем подумать. Вопрос, по-большому, сводится к следующему: как сделать, чтобы "большая" торговля и



Это не экспонат, а рабочий автомат

It's not an exhibit - just a working vendor

approaches sounded rather exotic. For example, there was an idea to supplement the traditional audio and video channels of advertisement promotion with something called "aromamerchandising". One could be dazzled by abundance of all kinds of show cases, counters, mannequins, lighting fixtures, printed editions, cash-registers and their component. There was only nothing... connected directly with the task of introducing such a prospective kind of trade, as vending is. Let me do justice to the organizers of the fair: they feel that lacking vending the image of modern trade looks rather defective. So in this connection they addressed the management of the National Vending Association with an idea



С конкурса дисплеев



At the display contest

to discuss possibility of its collective participation in the next SHOP-DESIGN. The question surely must be considered. Essentially it comes to the following: what can be done in order that the "big" trade and the vending could optimally supplement each other. Isn't a hidden reserve of the industry development?



Вот это проходимость!
Ain't it a passability?



Терминалы инфосистем
Infosystems' terminals

вендинг оптимально дополняли друг друга? Не есть ли в этом один из скрытых пока резервов развития отрасли?

Проходившая в Экспоцентре одновременно выставка "Весь мир питания" (**WORLD FOOD MOSCOW 2005**) превосходила **SHOP DESIGN** и по масштабам, и по возрасту. Свыше 1000 участников из Азербайджана, Аргентины, Беларуси, Бельгии, Бразилии, Великобритании, Венгрии, Вьетнама, Германии, Гонконга, Греции, Дании, Египта, Израиля, Индии, Индонезии, Ирландии, Испании, Италии, Казахстана, Канады, Китая, Колумбии, Латвии, Литвы, Малайзии, Молдовы, Марокко, Нидерландов, Новой Зеландии, Норвегии, Пакистана, Перу, Польши, России, Словакии, США, Тайваня, Таиланда, Турции, Украины, Франции, Чили, Швеции, Шри Ланки, Эквадора, Эстонии и Южной Кореи демонстрировали чай, кофе и кофейные напитки, какао, соки, алкогольные и безалкогольные напитки, кондитерские и хлебобулочные изделия, крупы, макароны, муку, специи, снэки, морепродукты, жиры и масла, мясо, птицу, рыбу (в свежем и переработанном виде), молоко, сыры, фрукты и овощи, табачные изделия, гипетическое и детское питание - короче, все, чем человек питается и чем он это запивает. Значение, которое придают страны-участницы выставке, подчеркивалось большим количеством коллективных (государственных) стендов, а также прямым участием ряда министерств и ведомств. Ясно, что из всего представленного на выставке можно выбрать много полезного для реализации как через традиционную торговлю, так и через автоматизированную. Специально подчеркиваю последнее, поскольку производители, как показывает опыт общения, зачастую не догадываются о возможностях вендинга; в свою очередь, операторы далеко не всегда принимают во внимание потенциал новых поставщиков. В этом легко убедиться, например, ознакомившись с типовым ассортиментом снэковых автоматов. Готов биться об заклад, что при творческом подходе можно с каждого "Мира питания" вынести (в хорошем смысле) не один десяток новинок, которые смогут найти своего покупателя через посредство торгового автомата. Это всякого рода снэковая продукция, штучные кондитерские изделия, различные напитки в мелкой расфасовке, продукты моментального приготовления и многое другое, включая одноразовую посуду. Была, естественно, представлена и кофейная тематика, включая зерновой и растворимый кофе, а также кофемашины. Разумеется, где кофе - там и компания "Проксима", благодаря активной работе которой в России стал узнаваемым брендом Saeco.



Conducted simultaneously at the same venue **WORLD FOOD MOSCOW 2005** exhibition surpassed **SHOP DESIGN** both by its scale and its age. More than thousand participants from Azerbaijan, Argentina, Belarus, Belgium, Brazil, Great Britain, Hungary, Vietnam, Germany, Hong Kong, Greece, Denmark, Egypt, Israel, India, Indonesia, Ireland, Spain, Italy, Kazakhstan, Canada, China, Columbia, Latvia, Lithuania, Malaysia, Moldova, Morocco, Netherlands, New Zealand, Norway, Pakistan, Peru, Poland, Russia, Slovakia, USA, Taiwan, Thailand, Turkey, Ukraine, France, Chile, Sweden, Sri Lanka, Ecuador, Estonia and South Korea demonstrated tea, coffee and coffee drinks, cocoa, juices, strong and soft drinks, candies, bread, cereals, macaroni, flour, spices, snacks, sea food, fats and oils, meat, poultry, fish (fresh and processed), milk, cheese, fruits and vegetables, tobacco, dietetic and baby food - in short, all that a man gets to be fed and to wash it down. The importance assigned to the fair by the participating countries was stressed by the number of collective and state stands, and also by direct participation of some ministries and agencies. It is clear that it would be possible to select from the goods exhibited a lot of useful to be sold by means of traditional and automatic trade. I am stressing the latter on purpose, since food producers sometimes have absolutely no idea about the opportunities afforded by vending; in their turn, operators often do not take into account the potentially new suppliers. It is easy to prove both the statements analyzing the typical contents of snack machines. I am ready to bet that creative approach would allow to carry out (in the right sense) dozens of novelties from each World Food, being sure those goods would find their buyer by means of vending. These could include all kinds of snacks, confectionery, drinks in small cans and bottles, instant food and a lot of other exhibits, including disposable table-ware. Naturally, the coffee theme was also represented, with the bean and instant coffee, as well as with coffee machines. Of course, if you only say "coffee", you must be sure here is **Proxima**; thanks to activities of the company Saeco brand is now easily recognizable in our country.

Speaking about the autumn fairs, it would be unfair to miss **PIR 2005** (the VIII International Exhibition "PIR. Hospitality Industry"), taking place at **Crocus-Expo**, Moscow, 26-29 October 2005. All the 33 000 square meters of the exhibition area were occupied by "all the suppliers of goods and services for restaurants, caffes, bars, hotels, pensions, catering enterprises". Of course, let the word "all" be on the conscience of the organizers, but the scope of the exposition was really impressive.

Говоря об осенних выставках, было бы несправедливо умолчать о проходившей с 26 по 29 октября в комплексе КРОКУС-ЭКСПО выставке ПИР 2005 (VIII Международная выставка "Индустрия гостеприимства"). Во всех павильонах комплекса, на площади 33 000 кв. м демонстрировали свои возможности "все поставщики товаров и услуг для ресторанов, кафе, баров, гостиниц, пансионатов, комбинатов питания". Что касается слова "все" - это, разумеется, на совести организаторов, но объем экспозиции, безусловно, впечатлял: более 400 участников, 150 мероприятий, включающих Всероссийский кулинарный конгресс (70 мастер-классов ведущих кулинаров), чемпионат России по кулинарии и сервису, съезд Федерации рестораторов и отельеров России, конкурс "Интерьер номера отеля" и т.д.

Разумеется, на такой выставке обязано быть много интересного - так оно и было, начиная с элитных сыров и окороков и кончая удивительными печами, которые можно запрограммировать на что угодно. На одном из стендов переговоры с потенциальными клиентами проходили на полу, куда проектировалось изображение плещущегося на мелководье моря, вблизи поверхности которого резвились рыбья стая. Виноторговцы обсуждали с рекламной компанией оптимальные пути продвижения ("промоушена") своей продукции, причем слово "качество" вообще не фигурировало, хотя было ясно, что ни те, ни другие что попало употреблять не привыкли. На стенде "Монтана Кофе" можно было проголосовать индонезийский кофе, ягоды которого проходили ферментацию в желудочно-кишечном тракте какого-то тропического зверька, вроде мангуста. Кстати, о кофе. Связанная с ним экспозиция занимала больше половины павильона №2, соседствуя с алкогольсодержащими напитками, что позволяло тонким ценителям экспериментировать с различными сочетаниями ароматов и вкусовых оттенков. Если серьезно, то именно в кофейном разделе размещалось большинство представителей нашей отрасли, которых в этом году было рекордное количество - больше дюжины. Есть смысл перечислить их поименно, в алфавитном порядке:



Не загрузить ли эти фрукты в шоколаде в автомат?
Why not load the glazed fruit into a vending machine?



SAECO в блеске
Shining SAECO

sive: more than 400 participants, 150 events, including All Russian Culinary Congress (70 master-classes of leading culinars), Russian Championship of culinary and service, Congress of the Restaurateurs and Hoteliers Federation, a number of contests and discussions, etc.

Of course, there must be a lot of interesting at such a fair, and there really were, starting from elite kinds of cheese and ending with wonder-ovens, that could be programmed to cook anything you want. At one of the stands the talks with potential clients were carried at the floor simulating sea sur-



face with fish shoal playing under it. Wine traders discussed optimal ways of promoting their produce with an advertising company; the word "quality" has not been heard there at all, though it was clear that the two parties are careful choosing drinks for their own consumption. At the stand of Montana Coffee it was possible to test an Indonesian coffee whose beans had undergone fermentation within the alimentary canal of a tropical beast like the mongoose. By the way, about coffee. The exposition connected with the subject occupied more than half of #2 Pavilion, neighboring with the strong drinks; this neighborhood allowed connoisseurs to carry out fine experiments combining tastes and scents. To be serious, it was the coffee section where most of the companies representing vending industry were stationed. This year their number broke a record - it has surpassed a dozen. It would make sense to enumerate them all (in the Russian alphabetical order):



• **Alef Coffee Tea.** The supplier to HoReCa market in Russia and CIS of premium class hot beverages, classic coffee machines Electra (Italy) and automatic ones Egro (Switzerland).

• **Alef Trade.** The supplier of elite coffee and tea brands, as well as professional Italian and Swiss equipment for grinding and making high-quality coffee.

• **AlmaFood.** A Swiss company, for 10 years supplying to Russia and ICS coffee and instant drinks. The produce is intended both for retail and foodservice operators (Vending, HoReCa, Office Coffee Service). In 2005 AlmaFood has established in Russia a new subsidiary manufacturing company, **AlmaPack**, focused on packing coffee and instant ingredients under AlmaFood and Private Label Brands, aiming to a marked degree at vending industry.

• **Archipelago Espresso.** Governs the network of 15 specialized "Kofe Mag" stores, delivering roasted coffee and professional and semiprofessional coffee machines.

• **Vendex-Centre.** Supply, installation and maintenance of vending machines, manufactured by NECTA Vending Solutions, ingredients, payment systems and accessories. Representative of Prontofoods S.p.A. and Comestero Group S.r.l.

• **Vending Ru.** Distributes the whole line of FAS International (Italy) vending machines, including coffee and snack vendors.

• **Vendorus Group.** An official representative in Russia of the Spanish companies Azkoyen (professional coffee machines, equipment for HoReCa, and vending machines) and Vendin (natural roasted coffee and ingredients).

• **Juicemaster.** Distributor of commercial equipment for making and selling freshly-squeezed juices, including machines ZUMMO Vending, automatic fruit and vegetable peeling machines and blenders. Supplies payment systems for different vending machines.

• **Italco.** Distributor of Palombini - one of the largest in Italy coffee roasting companies. Supplies also Italian coffee machines: for restaurant and cafe (CMA), for offices (Grimac), for home (Innova).

• **Italtoby** (Rostov-na-Donu). Design of catering enterprises, including ice-cream, pastry and confectionery parlors, coffee shops, restaurants, bars etc. Supplies of coffee equipment, including automatic coffee machines, and of coffee.

• **Алеф Кофе Чай.** Поставщик на рынок HoReCa России и СНГ горячих напитков премиум-класса, классических кофемашин **Electra** (Италия) и автоматических - **Egro** (Швейцария).

• **Алеф Трейд.** Поставщик в Россию для сегмента HoReCa элитного кофе и чая, а также профессиональных итальянских и швейцарских кофемашин и кофемолок.

• **AlmaFood.** Швейцарская компания 10 лет поставляет кофе и растворимые напитки на рынки России и стран СНГ. Продукция предназначена как для розничных операторов, так и для тех, кто работает в сегменте FoodService (Vending, HoReCa, Office Coffee Service). В 2005 г. компания открыла в Москве дочернее предприятие **AlmaPack**, занимающееся упаковкой кофе и растворимых ингредиентов под маркой AlmaFood и частными торговыми марками, ориентируясь в значительной степени на торговые автоматы.

• **Архипелаг Эспрессо.** Поставки из Италии через сеть специализированных магазинов "Кофе Mag" жареного кофе и профессиональных и полупрофессиональных кофемашин.

• **Вендинг-Центр.** Поставка, установка и обслуживание торговых автоматов производства NECTA Vending Solutions, ингредиентов, платежных систем и аксессуаров. Представитель компаний Prontofoods S.p.A. и Comestero Group S.r.l.

• **Вендинг Ру.** Дистрибуция всей линейки автоматов FAS International (Италия), включая кофейные и снэковые.

• **Vendorus Group.** Представитель в России испанских компаний Azkoyen (профессиональные кофемашины, оборудование HoReCa и торговые автоматы) и Vendin (натуральный кофе и ингредиенты).

• **Джусмастер.** Дистрибуция оборудования для производства и реализации свежеотжатых соков, в том числе торговых автоматов ZUMMO Vending, автоматических овощечисток и блендеров. Поставки платежных систем к автоматам различного назначения.

• **Италко.** Дистрибутор одного из крупнейших в Италии обжарщиков кофе - PALOMBINI. Предлагает итальянские кофемашины: для ресторанов и кафе (CMA), для офисов (Grimac), для дома (Innova).

• **Италтоби** (г.Ростов-на-Дону). Проектирование кафе-мороженых, кафе-кондитерских, кофеен, ресторанов, баров и т.д. Поставки кофейного оборудования, включая автоматические кофемашины, и кофе.

• **Мистерия** (промышленно-торговая группа). Производитель и поставщик полимерной мебели и упаковочных материалов для общепита и пищевых производств, а также одноразовой посуды, предметов сервировки стола и барных аксессуаров. Направление "Мистерия Вендинг Ма-

"шинз" продает, устанавливает и обслуживает кофейные и прочие торговые автоматы компании **Necta Vending Solutions**.

• ПТА (Профессиональные и торговые автоматы). Эксклюзивный представитель торговой марки **SAECO** (Италия) на территории РФ. Продажа, установка и обслуживание торговых автоматов и профессиональных кофемашин зернового кофе, платежных систем, аксессуаров и ингредиентов (шоколад, молоко, чай). Дистрибутор компаний **SAECO, CoinCo, JCM, Ristora**.

• Рус-Вендинг. Официальный дистрибутор **Samsung** в России по продаже торговых автоматов под маркой **VENSON**. Поставка автоматов и ингредиентов, обучение персонала.

• Рустов-Импекс. Официальный дистрибутор **Luigi Lavazza** на территории России и Казахстана. Поставка зернового и молотого кофе, в том числе в одноразовых герметичных капсулах для специальных кофемашин серии **LEP** и **BLUE**, а также профессиональных кофемашин ведущих мировых производителей.

• Фирма Валео. Поставка ингредиентов и стаканчиков для кофейных автоматов, продуктов питания для предприятий общественного питания и сектора HoReCa. Дистрибутор компаний **ICS International** и **Veriplast International** (Нидерланды), **Unilever** (Lipton, Knorr, Hellmann's, Rama, Calve), **MARS** (Uncle Ben's, MasterFoods).

• ЭПС (группа компаний). Единственный в РФ производитель автоматов по приготовлению и продаже горячих и холодных напитков. На выставке была показана последняя модель автоматов под маркой **E-Vend** с использованием технологии *in-cup-mixing*, позволяющей успешно бороться с утечками и образованием накипи; для них характерна повышенная надежность. Демонстрировался образец автомата, оснащенный GSM-модулем, что позволяет дистанционно получать информацию о состоянии автомата, а также производить покупки при помощи сотового телефона (с оплатой со счета в компании мобильной связи). ЭПС - эксклюзивный дистрибутор ингредиентов компании **AG FOODS** (Чехия) и автоматов по продаже штучных товаров компании **Adimac** (Италия). Продажа платежных систем **NRI, ICT**.

Кроме перечисленных выше компаний, в выставке участвовало довольно много поставщиков кофе, которые рассматривают для себя возможность поставки в дальнейшем ингредиентов для автоматизированной торговли. Под крылом одного из них активно работала **Национальная вендинговая корпорация** (товарный знак **Vendland**), являющаяся крупным оператором, поставщиком оборудования, ингредиентов и комплектующих, а также расширяющая свое присутствие на рынке сервиса.

• **Mystery** (group of companies). Manufacturer and supplier of plastic furniture and packing for catering and food production enterprises, as well as of disposable tableware and bar accessories. The branch **Mystery Vending Machines** sells, installs and maintains coffee and other vending machines manufactured by **Necta Vending Solutions Co.**

• **Professional and Vending Machines**. Exclusive representative of **SAECO** (Italy) trade mark within RF. Sells, installs and maintains vendors and bean coffee professional machines, payment systems, accessories and ingredients (chocolate, milk, tea). Distributor of **SAECO, CoinCo, JCM, Ristora** companies.

• **Rus-Vending**. Official distributor of **Samsung/Venson** vending machines in Russia. Supplies machines and ingredients, teaches personnel.

• **Rustov-Impex**. Official representative of **Luigi Lavazza S.p.A.** in Russia and Kazakhstan. Supplies bean and ground coffee, including leak-proof capsules for special coffee machines, **LEP** and **BLUE** series, as well as professional coffee machines of world leading producers.

• **Firm Valeo**. Delivers ingredients and disposable cups for coffee vendors, food for catering enterprises and HoReCa sector. Distributor of **ICS International** and **Veriplast International** (Netherlands), **Unilever** (Lipton, Knorr, Hellmann's, Rama, Calve), **MARS** (Uncle Ben's, Masterfoods). More than 2000 firms-customers.

• **EPS** (group of companies). The sole producer of vending machines in RF for making and selling hot and cold beverages. Demonstrated at the fair its latest **E-vend** model, using "in-cup-mixing" technology, allowing to diminish leaks and scale formation; characterized by high reliability.

One of the exhibited machines was equipped with a GSM-module; that allows to get information on the machine state remotely and also to make purchases using one's mobile phone (paying from the account at the cellular communications company). EPS is the exclusive distributor of ingredients produced by **AG FOODS Co.** (Czechia) and of vending machines for selling piece-goods (**Adimac Co.**, Italy). Selling of payment systems **NRI, ICT**.

Besides the companies enumerated above, there were quite a lot of companies, supplying coffee, who consider a possibility to supply in future ingredients for vending. At one of their stands the **National Vending Corporation** was working. The company, whose trade mark is **Vendland**, is one of the largest Russian operators; it supplies equipment, ingredients, all kinds of accessories and is expanding its presence at the market of service.

"ПИР" 2005. Краткие полевые заметки наблюдателя

Хотели, как лучше,
а получилось, как всегда.

B.C.Черномырдин

Выставки, выставки... Кто-то возлагает на них большие надежды и считает чуть ли не главной движущей силой в продажах, кто-то участвует в них по принципу "как все", кто-то считает их пустой тратой времени и генеральных средств.

К сожалению, сегодня в России нет специализированных выставок по вендинговой тематике. Объясняется это легко: вендинг у нас - на начальной стадии развития. Количество компаний, продающих торговые автоматы и сопутствующие материалы к ним, не так велико. Почти отсутствуют компании-производители, большинство продавцов представляют сегодня одни и те же модели автоматов, что не очень интересно потребителям. Вот и получается, что показывать особенно нечего, и устраивать отдельные специализированные выставки пока преждевременно и нецелесообразно. Поэтому компаниям, желающим каким-то образом продемонстрировать свои возможности, приходится приспосабливаться и участвовать в выставках, близких по тематике.

Не стала исключением и 8-ая Международная выставка индустрии гостеприимства "ПИР" 2005, проходившая с 26 по 29 октября 2005 года в выставочном комплексе "Крокус-Экспо".

В целом, ничего особенно неожиданного не произошло, ни по составу участников, ни по ассортименту: те же, что и прежде, вендинговые компании показывали почти одно и то же.

Brief field observations: PIR 2005

We wanted it to be better,
but it turned out as always.

V.S.Chernomyrdin

Fairs, exhibitions... Some people set great hopes on them, considering the fairs to be the main motive power of selling; some are taking part in them just to look "like everybody"; some consider them to be a loss of time and money.

Unfortunately, today there are no specialized vending trade-fairs in Russia. The explanation is simple: our vending is on the initial step of development. The number of companies, selling vending machines and the accompanying goods, is not so great. The VM manufacturers are nearly absent; most of the distributors sell similar machines, so the picture is not very interesting for the buyers. Therefore there is not too much to demonstrate, so arranging of vending fairs looks premature and pointless. Hence the companies, wishing to demonstrate their

potentialities have to adjust themselves to the situation and take part in the fairs whose subject is approximately close.

The PIR 2005 exhibition (26-29 October 2005, Moscow "CROCUS-EXPO" exhibition centre) was not an exclusion. Speaking generally, there was nothing greatly unexpected: both the assortment of the vending companies and of the exhibits were standard and more or less foreseeable.

Three companies demonstrated the same Italian vending machines by Necta. The stands of Valeo, Vendex and Mystery, equipped by Kikko ES6, Snakky, Snakky Slave and



Наталия Звягина,
администратор
интернет-портала "Вендинг
в России"

Natalia Zvyagina,
administrator, web-portal
"Vending in Russia"





Сразу три компании представили торговые автоматы от итальянского производителя Necta. Одни и те же автоматы (Kikko ES6, Snakky, Snakky Slave и Colibri), стоящие на стендах компаний "Валео", "Вендекс", "Мистерия" буквально бок о бок, производили на посетителей странное впечатление. То ли других автоматов Necta не производят, то ли это какой-то заговор нескольких фирм-предавцов.

Попытка компании "Валео" разбавить итальянские автоматы корейскими и немецкими "Gerhardt", на мой взгляд, не спасла положение.

На этом фоне явно выигрышней смотрелись автоматы собственной сборки от группы компаний "ЭПС", но технологию производства горячих напитков путем смешивания ингредиентов и горячей воды в стаканчике, которую они используют в своих автоматах "Cleo", "Bistrot", сегодня, как мне кажется, трудно назвать современной. Похоже, что это настораживало и часть возможных покупателей среди участников выставки.

Достаточно большой и, с дизайнерской точки зрения, неплохой стенду нам продемонстрировала группа компаний "Вендорус". К сожалению, на нем как-то терялись три одиноко стоящих автомата от испанского производителя Azkoyen.

Компания "Вендинг Ру" представила автоматы для горячих напитков и снэковых продуктов от As International S.P.A., go cerego-

Colibri, standing just side by side, produced rather strange an impression. The people wondered, whether Necta doesn't make any other machines, or this is a result of some distributors' collusion. The attempt made by Valeo to dilute the Italian machines with some Korean and German (Gerhardt) ones could not (in my opinion) save the situation.

At this background the machines assembled by the EPS group of companies looked obviously advantageous, though the technology used to prepare hot drinks in the machines (Cleo and Bistrot) and based on mixing the ingredients with the hot water right in the cup couldn't be called up to date. Perhaps it was the fact that made some of the visitors, well, alert.

The stand demonstrated by the Vendorus group was both spacious and good looking (from the design point of view). Unfortunately the three lonely standing Azkoyen machines looked somewhat lost at it.

VendingRu company presented vending machines to sell hot beverages and snack goods, manufactured by FAS International



нашнего дня не столь широко известных российскому потребителю. К сожалению, тем, кто не знал, что стену находится в другом зале, приходилось потратить немало усилий, чтобы отыскать его. Если же Вы заранее не знали о его существовании, то могли так и уйти, не ознакомившись с продукцией от As, которую компания представляет.

Один из крупных игроков нашего вендингового рынка - торговый дом "Венг Лэнд", принадлежащий сегодня "Национальной Вендинговой Корпорации", участвовал на выставке совместно с компанией "Сантос". "Венг Лэнд" предоставил два своих автомата ("Koro" и "Astro" - Necta, Италия) кофейной компании "Сантос", которая угостила кофе "Santo Antonio" своих гостей, используя данные автоматы. И хотя определенный интерес к автоматам "Венг Лэнд" у посетителей был, удовлетворить его в полной мере они не смогли; многие так и не поняли: чьи же это все-таки автоматы?



13 февраля 2006 года в выставочном комплексе на Красной Пресне откроется очередная, близкая по специализации к вендингу, выставка - "ПродЭкспо". Это одна из крупнейших продовольственных выставок у нас в стране. Уже известно, что на ней снова будут представлены основные вендинговые компании, такие как "Валео", "Сиба-Вендинг", "Мистерия Вендинг Машинз", "Венг Лэнд" и другие. Очень хотелось бы, чтобы они в полной мере продемонстрировали свои истинные возможности и удовлетворили все возрастающий интерес к этому новому, бурно развивающемуся у нас в стране бизнесу.



S.p.A., not widely known to the Russian consumers. To the common regret it was necessary to spare a lot of power looking for their stand in another hall. If one didn't know about its existence in advance, he could quite easily miss the chance to get acquainted with the produce of FAS Co. they were representing.

One of the big players at our vending market - VendLand trading house, owned now by the National Vending Corporation, took part in the fair together with the Santos Co. VendLand put two of its machines made by Necta, Italy ("Koro" and "Astro") at Santos disposal. Using these machines, the company treated its Santo Antonio coffee to the guests. Though the guests showed some interest to the machines, they could not satisfy it fully, since some people didn't understand who the owner of the machines was.



On the 13th of February at Presnya Expocentre the regular Prodexpo fair close to vending by its subject is to be opened. It is one of the largest food exhibitions in Russia. The main vending companies of our country, like Valeo, Siba-Vending, Mystery Vending Machines, VendLand and others are sure to take part. It would be most desirable that they demonstrated their possibilities in full measure there, so as to satisfy the growing interest to the business developing rapidly in our country.

Впечатления о Eu'Vend

Игорь Лунин, "Формтрейд" (Москва)

В целом выставка показалась не слишком интересной, ощущался дефицит новых идей.

Самый популярный стенд, с моей точки зрения, принадлежал группе компаний **Rheavendors**. Он находился в центральной части зала, и на его огромной территории, по большей части, яблоку негде было упасть. Этот производитель широко известен и в России. Он предлагает весь спектр торговых автоматов - кофейных, снековых, для прохладительных напитков, а также настольные кофемашины разнообразных областей применения.

Большой интерес вызывал стенд компании **VENDO**, известной как производитель автоматов для продажи прохладительных напитков. Компания впервые показала свои автоматы, оборудованные лифтом для продажи продуктов в упаковке: один для продажи прохладительных напитков, а другой - для продажи всего остального. Это абсолютно новый автомат, который, по моему мнению, выгодно отличается от аналогичных машин других компаний как по дизайну, так и по техническому устройству.

Как всегда, пользовался популярностью стенд компании **Нестле**. Он был уставлен большим количеством разнообразной техники, с которой работает Нестле в Европе.



Eu'Vend impressions

Igor Lounin, "Formtrade" (Moscow)

Speaking generally, the fair looked not too interesting, since it lacked new ideas.

From my point of view, the most popular stand belonged to the **Rheavendors Group**. It was situated at the central part of the hall, and there was practically no room to move. The manufacturer is widely known in Russia. They propose the whole spectre of vending machines, including those for coffee, snacks and cold beverages, as well as table mounted coffee machines for different fields of application.

A great interest was called by the stand of **VENDO Co.** known as the manufacturer of VM for soft drinks. The company demonstrated (for the first time) its machines, equipped with an elevator for piece goods: one of them was loaded with soft drinks, and the other with all kinds of packs. The machine is brand new; in my opinion it differs favorably from the analogues by other producers thanks both to its design and the technological aspects.

As usual, the **Nestle** stand was one of the most popular. It showed a great lot of machinery, exploited by Nestle in Europe.



Германский рынок вендинга в 2004/2005 г.г.

The Vending Market in Germany in 2004/2005

Введение

Несмотря на чередующиеся периоды экономических подъемов и спадов, немецкий сектор вендинга развивается сейчас в позитивном направлении.

Ниже представлены свежие данные о состоянии рынка вместе с подробностями, характеризующими нынешнюю ситуацию и направление ее развития.

Число торговых автоматов, поступающих на рынок

В 2004 г. на немецкий рынок поступило почти 50 000 автоматов по продаже продуктов питания и напитков, причем около 40 000 из них приходится на долю машин для горячих напитков.

Число вендинг-машин на немецком рынке (на конец 2004 г.)

Исходя из объема продаж, количество автоматов по продаже продовольственных товаров и напитков, находящихся в эксплуатации в Германии, оценивалось на конец 2004 г. следующим образом:

Автоматы для холодных напитков	175 000
Настольные автоматы для горячих напитков	160 000
Напольные автоматы для горячих напитков	80 000
Снэк-машины	45 000
Автоматы для продовольственных товаров	26 000
Комбинированные машины для снэков и напитков	13 000
Автоматы для продажи мороженого	3 000
Всего	502 000

Развитие рынка

Количество торговых автоматов увеличивается по всему миру. Хотя объем инвестиций, сделанных немецкими операторами, был в 2004 г. снова довольно ограниченным из-за растущих цен, количество автоматов, работающих в стране, продолжало возрастать, особенно по следующим категориям:



Михаэль Маурер,
председатель Германской
вендинг-ассоциации (BDV)

Michael Maurer, president German
Vending Association (BDV)

Introduction

Despite the economic upturns and downturns, the German vending sector is currently on the upswing.

The latest market data is presented below, together with details of the current situation and developments within the sector.

Number of vending machines entering the market

Almost 50,000 food and drink vending machines entered the German market in 2004, nearly 40,000 of which were vending machines for hot drinks.

Number of vending machines on the German market at the end of 2004

Taking sales figures into account, the numbers of food and drink vending machines operated in Germany at the end of 2004 are estimated as follows:

Cold-drink machines	175,000
Hot-drink machines, table-top	160,000
Hot-drink machines, standing	80,000
Snack machines	45,000
Food vending machines	26,000
Combined snack/beverage machines	13,000
Ice cream machines	3,000
Total	502,000

Market development

The number of vending machines is increasing worldwide. Although the German operators' investment volume was once again very limited in 2004 due to rising costs, the number of vending machines in use throughout the country increased. Growth was posted in particular for

- Автоматы для горячих напитков, особенно настольные
- Комбинированные автоматы для продажи снэков и напитков
- Снэковые автоматы

Подавляющее большинство автоматов установлено на производственных предприятиях, чтобы обеспечивать их сотрудников питанием и напитками. Именно здесь особенно наглядно проявляются структурные изменения в германской экономике. С одной стороны, места установки автоматов исчезают из-за ликвидации компаний и сокращения персонала; с другой стороны автоматы все чаще устанавливают в малых и средних компаниях, чтобы заменить существовавшие там ранее, но ставшие нерентабельными столовые.

Характеристика операторской деятельности в цифрах

Согласно исследованиям, проведенным ассоциацией, оборот автоматизированной торговли продовольственными товарами и напитками вырос в Германии в 2004 г. по сравнению с 2003 г. примерно на 2,2 %.

Общий объем продаж напитков, кондитерских изделий и снэков через торговые автоматы достиг в 2004 г. 1,786 млрд евро. По различным категориям эта сумма распределилась следующим образом:

— Автоматы для горячих напитков	670 млн евро
— Автоматы для холодных напитков	765 млн евро
— Снэковые автоматы	185 млн евро
— Автоматы для продовольственных товаров	98 млн евро
— Автоматы для продажи мороженого	4,5 млн евро
— Комбинированные автоматы	63 млн евро

Факторы, способствующие успеху автоматной торговли

1. Торговые автоматы - это растущая тенденция, и их имидж за последние годы существенно улучшился. Современные потребители в общем положительно относятся к технике. Автоматы можно встретить повсюду: 70 % наличности получают в Германии от продаж через автоматы; через автоматы можно приобрести карточки предоплаты за сотовую связь; для покупки почтовых марок можно воспользоваться услугами 5000 автоматов, установленных в отделениях связи. Автоматы для приобретения проездных билетов имеются в распоряжении всех операторов общественного транспорта, включая "Дойче Бан" (немецкие железные дороги).

- Hot-drink machines, in particular table-top devices

- Combined snack/beverage machines
- Snack machines

By far the majority of vending machines are located at production facilities in order to supply employees with food and beverages. It is here that the structural transformation of the German economy becomes especially clear. On the one hand, vending machine locations are disappearing due to company closures and workforce cutbacks, while on the other, vending machines are frequently being introduced in small and medium-sized companies as replacements for canteens that are no longer profitable to run.

Operating figures

According to association surveys, turnover generated by the sale of items from food and drink vending machines in Germany in 2004 rose by approximately 2.2 % compared to 2003.

The overall turnover of beverages, confectionery and snacks sold from vending machines amounted to around € 1.786 billion in 2004. This breaks down as follows:

— Hot-drink machines	€670 million
— Cold-drink machines	€765 million
— Snack machines	€185 million
— Food vending machines	€98 million
— Ice cream machines	€4.5 million
— Combined machines	€63 million

Vending machine success factors

1. Vending machines represent a growing trend, and their image has improved significantly in recent years. Modern consumers have a positive attitude towards technology. Vending machines can be found everywhere: 70 % of cash withdrawals in Germany are made from cash machines; pre-paid mobile phone cards can be purchased from vending machines, and stamps are available from 5,000 machines at post offices. All public transport operators, including Deutsche Bahn, have machines from which customers can purchase their tickets. Over the years, peoples' eating habits have changed. Society

С годами привычные способы питания у людей имеют свойство изменяться. Общество становится все мобильнее, люди готовы есть и пить в любое время и в любом месте. Тут на помощь им приходят торговые автоматы, поскольку они всегда готовы к работе, круглые сутки и без выходных, и занимают минимум места.

Особенно популярны торговые автоматы у молодежи. Если человека с детства сопровождали игровые приставки или компьютер, то для него обращение с автоматом не составляет проблемы. Маркетинговое исследование, выполненное BDV в начале 2005 г. показало, что в целом потребители хотели бы увеличения числа торговых автоматов.

2. Продукты, которые готовятся непосредственно в торговых автоматах, такие, как кофе, кофейные и другие горячие напитки, стали более разнообразными и более высокого качества. Благодаря усовершенствованию технологии приготовления кофе, этот напиток, приготовленный в автоматах, практически не уступает по качеству тому, который предлагают в первоклассных предприятиях общественного питания.

Возрастает привлекательность кофе итальянского типа. В германских квартирах сегодня можно встретить более трех миллионов автоматических кофе-машин для приготовления эспрессо. Поэтому неудивительно, что такие напитки, как латте макиато, капучино и им подобные, люди все чаще приобретают и через автоматы.

3. Сегодня торговые автоматы высоконадежны, привлекательны и дружественны по отношению к клиенту, в чем можно убедиться, посетив выставку Eu'Vend.

4. Крупные компании продовольственного сектора все больше включаются в вендинг-бизнес, поскольку считают его многообещающим каналом сбыта. К их числу относятся, например, Nestle, Kraft Foods, Masterfoods, Sara Lee, Ferrero, Dallmayr.

Проблемы сектора вендинга

Вообще говоря, проблемы, которые стоят перед операторами автоматизированной торговли продовольственными товарами и напитками, очень близки к тем, с которыми в Германии сталкиваются и другие компании.

1. Операторы постоянно сталкиваются с тем, что их клиенты подвергаются банкротствам и сокращениям штатов. В этих случаях для того, чтобы компенсировать потерю мест выгодного размещения автоматов, далеко не всегда бывает достаточно просто привлечь новых корпоративных клиентов.

На сектор влияет и общее сокращение потребительского спроса.

2. На доходы операторов существенным образом влияют всякого рода бюрократические постанов-

is mobile. People eat and drink at any time and in any place. Vending machines are the perfect sales medium here, as they offer a 24/7 service and take up minimal space. Vending machines are particularly popular among young people. Anyone who has grown up with a Game Boy, a PlayStation or a computer will have no difficulties operating a vending machine. A market study conducted by the BDV in early 2005 revealed that consumers would like to see an increase in the number of vending machines.

2. Those products that are prepared inside vending machines, such as coffee, coffee specialities and other hot beverages, have improved in quality and become more diverse. Thanks to enhanced brewing technologies, the quality of coffee is now considered to be on a par with coffee for the high-class catering sector. The trend towards Italian coffee is continuing. More than three million fully automated espresso machines can now be found in German households. It therefore comes as no surprise that latte macchiato, cappuccino and other specialities are purchased more and more often from vending machines.
3. Today's vending machines are highly reliable, user-friendly and attractive - as you'll see when you visit the trade fair.
4. Large companies from the food sector are becoming heavily involved in the vending machine business, as they regard it as a promising sales channel. Examples here include Nestle, Kraft Foods, Masterfoods, Sara Lee, Ferrero and Dallmayr.

Problems in the vending sector

In general, the problems facing the operators of food and drink vending machines are very similar to those facing other companies in Germany.

1. Operators are constantly confronted with company collapses, workforce cutbacks and closures among their customers. Attracting new customers is seldom sufficient to compensate for the loss of the vending machine locations in these cases. Consumers' general reluctance to buy is also affecting the vending sector.
2. The ever-increasing surge of legal regulations, which usually result in expensive measures, is having a major impact on oper-

ления, из которых обычно происходят дорогостоящие мероприятия. Наряду с действительно важными гигиеническими требованиями, на сектор давят всякого рода новации, связанные с маркировкой, а также с отслеживанием происхождения продуктов питания. Это тем более прискорбно, что с точки зрения потребителя никаких ощутимых улучшений при этом не возникает. Муниципальные власти постоянно препятствуют размещению торговых автоматов в общественных местах, ссылаясь на некие местные правила, не имеющие под собой серьезного обоснования. В этом одна из причин того, почему в Германии торговые автоматы установлены намного реже, чем в таких европейских странах, как Франция, Англия, Италия, Испания, Нидерланды и Швейцария.

Пожарная охрана зачастую требует убрать торговые автоматы из коридоров и с лестничных площадок, хотя известно, что автоматы никогда не являются причиной пожара и не перекрывают путей эвакуации. Эти требования часто опираются на произвольное и ограничительное толкование строительных норм и правил безопасной эксплуатации. Если наше правительство действительно хочет содействовать развитию бизнеса, то не совсем понятно, что мешает ему покончить со всеми этими препонами, которые по сути своей противоречат заверениям политиков о стремлении покончить с регулированием деловой жизни.

Давление на производителей и операторов торговых автоматов, видимо, еще усилятся со вступлением в силу в 2006 году нового германского закона об электрических и электронных устройствах, в соответствии с которым на производителей возлагается обязанность сбора и утилизации отработавших свой срок торговых автоматов.

3. Чем дальше, тем больше крупные компании, которые хотели бы устанавливать автоматы для удовлетворения потребностей своего персонала, просят операторов направлять свои предложения через Интернет. К сожалению, эта процедура не предполагает личного контакта, что не позволяет оператору в должной степени охарактеризовать достоинства своих продуктов, в частности, высокое качество кофе.

Текущие дела и актуальные задачи

Дистанционная передача данных к автоматам и от них, которая сегодня используется в Германии более чем в 3000 машин, сделает в будущем автоматы еще более дружественными по отношению к клиентам и сократит объем потребных сервисных работ. В долгосрочной перспективе автоматы смогут даже вести переговоры с клиентами.

Безналичные платежные системы, например, бесконтактные карточки с чипами все больше вытесняют в автоматах устройства для приема

аторов' income. Alongside the vital hygiene regulations, the sector is being further burdened by new labelling stipulations and the imposed traceability of food products. These bureaucratic obstacles do not lead to any tangible improvements for consumers. Municipal authorities repeatedly obstruct the set-up of vending machines in public areas by referring to local regulations, but for no comprehensible reason. This is one of the reasons why the density of vending machines in Germany is far lower than in other, comparable, European countries such as France, the UK, Italy, Spain, the Netherlands and Switzerland.

Fire protection agencies often demand that vending machines be removed from corridors and stairwells, even though vending machines have never been known to cause a fire or block an escape route. These demands are frequently based on an arbitrary, restrictive interpretation of construction and safety regulations. Since the government wants to promote businesses, we do not understand why it won't cut back on red tape - despite all the political talk of deregulation.

The burden on the manufacturers and operators of vending machines will increase as a result of a new law on electrical and electronic devices in Germany. This law, which goes into effect in 2006, stipulates that manufacturers must take back and dispose of vending machines that have reached the end of their useful lives.

3. Increasingly, large companies that would like to introduce vending machines for their employees ask operators to make them offers via the Internet. This impersonal process does not, however, enable the operator to highlight the particular advantage of its products, such as the high quality of its coffee specialities.

Current issues

Remote data transmission to and from vending machines, which is already a feature of more than 3,000 devices in Germany, will in the future make vending machines more customer-friendly and reduce the amount of servicing required. In the long term, vending machines will even be able to communicate with customers.

Cashless payment systems, such as non-contact chipcards, are increasingly replacing coin-accepting equipment in vending machines.

денег. В ряде крупных городов Германии кардиоридеры *GeldKarte* (для немецких карт) получают все более широкое распространение благодаря совместным инициативам банков, общественных транспортных компаний и операторов торговых автоматов.

В ряде автоматов можно производить оплату через мобильный телефон; при этом Вы заказываете кофе обычным телефонным звонком и оплачиваете со своего телефонного счета.

Возрастает число компаний, офисов и жилых помещений, где установлены кулеры с бутилированной или сетевой водой. Число этих устройств в стране оценивается примерно в 130 000, в том числе 6500 - сетевые, причем количество это продолжает расти.

Автоматы все чаще используются для реализации непродовольственных товаров и услуг, от сигарет до телефонных карт, всякого рода предоплаты, журналов и книг. В одной из больниц проходят испытания машины для продажи консервированной крови. На предприятиях возрастает интерес к автоматам для продажи различных расходных материалов, инструментов и приспособлений для охраны труда, например, абразивных дисков, защитных очков и прочего, что позволяет сберечь много рабочего времени по сравнению с традиционными инструментальными кладовыми.

В результате наших маркетинговых исследований того, как относятся потребители к вендингу, сектор автоматизированной торговли все больше усилив направляет на поставку машин с продуктами питания и напитками в:

Учреждения здравоохранения (больницы, реабилитационные центры, интернаты).

Гостиницы (чтобы заменить дорогие минибары, обеспечить гостей средствами личной гигиены и косметики, а также - при помощи настольных кофемашин - горячими напитками на завтраках и конференциях).

Школы, особенно в учебные заведения продленного дня, число которых возрастает.

Важная задача нашего сектора - донести до архитекторов, особенно тех, кто занимается разработкой промышленных предприятий, ту мысль, что торговые автоматы уже стали неотъемлемой частью нашей жизни и их присутствие необходимо учитывать при проектировании новых сооружений или реконструкции существующих - причем желательно с самого начала.

Надеемся, что в решении перечисленных задач заметную помощь сможет оказать выставка *Eu'Vend*, на открытии которой мы с вами сегодня присутствуем.

Выступление на пресс-конференции, посвященной открытию выставки *Eu'Vend* 15 сентября 2005 года.

GeldKarte readers (for German chipcards) are also becoming more widespread as a result of joint initiatives of banks, public transport companies and vending machine operators in various major cities in Germany.

Payments at some vending machines can now be made via mobile phones; coffee is ordered by a simple phone call and paid for via the telephone bill.

Bottled and point-of-use water coolers are found in more and more companies, offices and households. The number of these devices is estimated at around 130,000, of which some 6,500 are point-of-use water coolers - and this number is rising.

Vending machines are also being more frequently used for non-food products, from cigarettes to phone cards, pre-paid items, magazines and books. At one hospital, tests are currently being carried out with machines for dispensing conserved blood.

Machines that dispense consumable and safety materials ranging from sanding disks to protective goggles are generating huge interest in factories, where they save on time-consuming magazine management.

As a consequence of our market study on consumers' attitudes towards vending, the vending sector is increasingly focusing on supplying food and drink machines to:

Care facilities (hospitals, rehab clinics and residential care homes).

Hotels (to replace costly mini-bars, to provide guests with body-care products, and - in the form of table-top machines - to provide hot drinks at breakfast and conferences).

Schools, especially the growing number of all-day schools.

An important concern within our sector is to communicate to architects - and in particular to planners of commercial premises - that vending machines are today an integral part of our lives, and that they should be included in the plans for new buildings, or the conversion of existing ones, right from the beginning.

Incidentally, this is also the reason behind the special show at *Eu'Vend*, which will offer you a whole host of new ideas on how vending machines can be incorporated into various premises.

Speech at the press conference opening *Eu'Vend* trade-fair, September 15, 2005.

Налогообложение вендинга в России и США

Алекс Невзорчик, ветеран малого бизнеса (Москва)

Часть I.

В данной статье речь пойдет в первую очередь о механических торговых автоматах, хотя под словом "вендинг" понимаются любые устройства, торгующие товаром за монеты, купюры и другие платежные средства.

Количество вендинг-операторов в России и странах СНГ растет с каждым годом. Этот бизнес набирает обороты как по количеству установленных автоматов, так и по денежным потокам, проходящим через них. Но в России, как обычно, до сих пор нет четко регламентирующих документов (законодательных актов) по налогообложению доходов, получаемых от продаж через торговые автоматы. На все запросы предпринимателей в налоговые органы оттуда поступают лишь отписки-разъяснения в несколько предложений от чиновников не самого высокого ранга (неужели один человек вот так легко может решать проблемы целой отрасли?!): торговые автоматы - это разносная (как лоточник-коробейник в конце XIX века?) или развозная (как машины с овощами на рынке?) торговля. Странная аналогия. Так и хочется поставить рядом с автолавкой автомат "Южанин-16" (см.фото), торгующий жвачкой по 2 руб., и показать такому чиновнику.

Согласно письму Министерства финансов РФ от 01.03.2005 № 03-06-05-05/17, подписанному заместителем директора департамента налоговой и таможенно-тарифной политики Минфина РФ А.И. Ивантеевым, торговый автомат в России - "передвижное средство развозной и разносной торговли нестационарной торговой сети. Поэтому полагаем, что налогоплательщики, осуществляющие розничную

торговлю через торговые автоматы (жевательной резинки) исчисляют ЕНВД с использованием физического показателя базовой доходности - торговое место". Заглянув в налоговые документы, читаем, что с 1 января 2005 г. базовая доходность торгового места определяется в 9000 руб. Соответственно ЕНВД в 15% составит с этой суммы 1350 руб. Думаю, что это мечта любого оператора, снимать с каждого автомата по 9000 руб. в месяц, продавая по 4 500 шт. шариков жевательной резинки (150 шт. в день). Покажите мне место, где можно снимать такие доходы с одного автомата ежемесячно, и я вас отблагодарю!

На практике нормой считается выручка в 500-1500 руб. в месяц с одного автомата. Разумеется, есть места установки, где этот показатель и выше, но это - исключение из правил, к тому же выручка - это доход брутто, которого необходимо покрыть:

- стоимость товара,
- аренду плату за место,
- налоги, которые вы уже уплатили, покупая товар оптом,
- прибыль вендинг-оператора.

От всех этих показателей как раз и зависит, сколько времени потребуется для окупаемости торгового автомата. По мнению налоговиков необходимо добавить еще пункт г) в размере 1350,0 руб. в месяц. Как нетрудно сообразить, вероятность окупить расходы в этом случае практически равна нулю. Кстати, легко оценить, какая должна быть проходимость у места установки.

Учитывая, что жвачка не является товаром первой необходимости, а покупатели у вендоров в основном дети, на практике жвачку в автомате покупают примерно 3-5% потенциальных по-



По нашему законодательству эти объекты равнозначны по базовой доходности. Интересно: какой логикой руководствуются зарубежные коллеги?

купателей, прошедших рядом с автоматом. Это означает, что мимо автомата должны проходить 3-5 тыс. человек в день или 90-150 тыс. человек в месяц. А это, как ни крути, население приличного по размерам города! Вряд ли найдётся много мест с такой проходимостью покупателей. Где же в таком случае логика отечественных чиновников?

Обратимся к зарубежному опыту по налогообложению вендинга. Например, к американскому, где налогообложение построено по принципу супермаркета - вы берёте товар с полок самостоятельно, а служба безопасности магазина следит, чтобы вы его обязательно оплатили в кассе. Много ли случаев воровства в супермаркетах? Единицы, так как люди в основной массе честно оплачивают товар. Так и с налогами: налогоплательщики самостоятельно указывают свой доход с автоматов и оплачивают налог с оборота.

Чтобы не быть голословными, ниже приводится информация, предназначенная для владельцев и операторов автоматов, зарегистрированных в штате Колорадо (США). Данные актуальны на 2003 год и в сокращенном виде выглядят следующим образом.

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Эта публикация предназначена для владельцев, арендодателей, арендаторов и операторов торговых автоматов, которые получают доход от торговых автоматов, а также для лицензированных продавцов, зарегистрированных и оплачивающих налог с оборота за товары, проданные через торговые автоматы.

Любое физическое лицо или компания, собирающие выручку с торгового автомата, несут ответственность за оплату налогов на доходы от торгового автомата. Если физическое лицо или компания только получают договорную плату или процент от выручки от эксплуатации торгового автомата и не имеют доступа к нему, то это физическое лицо или компания не несут ответственности за выплату налога с оборота.

Когда Вы эксплуатируете торговые автоматы на территории, находящейся под юрисдикцией органов самоуправления, Вы должны обратиться непосредственно в органы самоуправления для получения информации относительно оплаты любых местных коммерческих налогов. Для быстрого способа получения информации о налоговых ставках, применяемых в любой местной юрисдикции, посетите раздел на сайте www.taxcolorado.com "Информация о налогооблагаемых продажах".

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

Торговый автомат - это механизм (машина), продающий за монеты или жетоны материальный продукт в собственность потребителю. Это определение не включает в себя такие примеры автоматов, как видеоигры, пинбол-автоматы, бильярдные столы или другие работающие от купюр, монет или жетонов автоматы, не продающие товары потребителям. При эксплуатации кран-машины, которую игроки используют для вытаскивания игрушек-призов, необходимо, чтобы налог за товары, которые были куплены для использования в кран-машине, был оплачен раньше, чем налог на доходы от кран-машины.

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Вендоры, контролирующие денежные поступления от автоматов, должны получить коммерческую налоговую лицензию штата Колорадо. Для получения этой лицензии заполните форму CR 0100 "Регистрация бизнеса в штате Колорадо", расположенную на сайте. Двухлетняя коммерческая налоговая лицензия стоит \$16, которые выплачиваются пропорционально в течение шести месяцев. Вы должны также оплатить депозит в размере \$50, который будет возвращен после того, как Вы уплатите, по крайней мере, \$50 налогов с оборота Отделу дохода.

Вы можете получить лицензию по почте в течение четырех-шести недель.

Если Вы планируете устанавливать автоматы более чем в одном месте, в заявление на оплату коммерческой налоговой лицензии необходимо включить не только первое или основное местоположение, но также все остальные филиалы. Для всех мест установки требуется только одна лицензия.

СТИКЕРЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ

При получении лицензии необходимо приобрести и наклеить на каждый Ваш автомат идентификационные стикеры. Каждый стикер стоит 10 центов.

Стикер должен быть помещен на фронтальную или другую сторону автомата, но должен всегда быть виден и доступен. Этот стикер необходим для идентификации владельца торгового автомата сотрудниками Отдела дохода.

ПИЩЕВОЙ ПРОДУКТ

Все продажи, произведенные через торговые автоматы, и закупки продуктов питания для них по определению в разделе 39-26-102 (4.5) должны быть освобождены от налога с продаж в штате Колорадо. Однако следующие товары не

рассматриваются как продукты питания и поэтому облагаются налогом:

- газированная вода в розлив
- жевательная резинка
- готовые салаты
- пакетированные и непакетированные холодные бутерброды

* горячие или холодные напитки, продаваемые в открытых стаканах или чашках через торговый автомат.

Это означает, что лимонад или любые другие безалкогольные напитки в банках, проданные через торговый автомат, освобождены от налога, но кофе в розлив, лимонад или любые другие безалкогольные напитки, проданные в чашках, налогом облагаются.

Если местные власти освобождают торговлю продуктами питания, проданными через торговые автоматы, от налога с оборота, они должны использовать те же самые критерии, что и штат, при определении, какие товары являются налогооблагаемыми, а какие освобождены от налогообложения. Чтобы выяснить, применяется ли местная власть установленное окружным или городским законом освобождение от местного налога на торговлю продуктами питания, проданными через торговые автоматы, обратитесь к публикации в DRP 1002 "Налог с оборота и налог пользования штата Колорадо", изданной Отделом доходов. Эта публикация доступна на сайте отдела в www.taxcolorado.com

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ТОВАРОВ

Непродовольственные товары, продающиеся за 15 центов или меньше, освобождены от налога с продаж. Если товар продается дороже, чем за 15 центов, Вы не можете вычислять налог с оборота, который Вы должны уплатить, вычитая первые 15 центов из стоимости товара, который Вы продаете. Например, если налоговая ставка 6 %, то цена в \$1.00 включает в себя продажу брутто в 94 цента и налог с продаж 6 центов ($\$1.00 : 1.06 = 94$ цента или $0.94 \times 0.06 = 6$ центов).

ОТЧЕТ И УПЛАТА НАЛОГА

Чтобы предоставлять отчет о налоге с оборота при работе с торговыми автоматами, Вы должны зарегистрировать документ Формы 0100 "Налог с оборота розничной продажи". Вам необходимо указывать свой торговый оборот ежемесячно. Однако, если ваши налоговые платежи не превышают \$300 в месяц, Вы можете предварительно договориться с отделом о предоставлении отчета ежеквартально. Если ваши налоговые платежи не превышают \$15 в месяц, и

у вас есть предварительное согласие от Отдела дохода, Вы можете предоставлять отчет раз в год.

Размеры налогов штата и местных должны быть округлены до ближайшего целого доллара.

Вендинг-операторы могут требовать 3.33 % вычета от общей суммы оплаты за обслуживание налога штата с продаж, уплаченного каждой местной юрисдикции, в которой Вы установили торговые автоматы. Оплата за обслуживание не компенсируется, если отчет налогоплательщика подан поздно.

ОТЧЕТ О НАЛОГАХ С ПРОДАЖ ПО ВЫРУЧКЕ В МЕСТОПОЛОЖЕНИЯХ СЕТИ

Когда Вы подаете заявку на получение лицензии для уплаты налога с оборота торгового автомата, местная юрисдикция, в которой Вы размещаете Ваш первый торговый автомат, будет Вашим основным местоположением. Если Вы размещаете автоматы в другие местные юрисдикции, Вы должны представить список городов/округов, в которых Ваши автоматы расположены. Этот список должен быть приложен к вашему документу 0100 "Налогообложение с розничного дохода".

КАК ВЫЧИСЛЯТЬ ВАЛОВУЮ ВЫРУЧКУ

При расчете валовой выручки налоговая ставка определяется суммированием ставок штата, округа, города. Типичная суммарная величина ставки укладывается в 7 %.

Не забывайте суммировать продажи со всех мест установки, когда готовите отчет о налогах с доходов для государства и местных налогов.

ПРАВА НА ОСВОБОЖДЕНИЕ ОТ НАЛОГА

Вы можете использовать право на освобождение от налога в том случае, если Вы как собственник сдаете в аренду торговые автоматы кому-либо, кто получает доход от их эксплуатации. Арендодатель не должен предоставлять арендатору никаких прав собственности на автомат(ы). Если арендатор имеет часть или полную собственность автомата(ов), то торговля через торговый автомат(ы) не будет освобождена от налога на арендованную собственность.

Арендодатель может получить право освобождения от налогов одним из трех способов:

- Зарегистрировать копию арендного договора с продавцом в округе, где расположен автомат, находящийся в собственности.
- Зарегистрировать документ формы 6514 "Меморандум об арендном договоре" в Отделе до-

ходов, Отделе налоговой ревизии и Отделе соглашений, присвоив торговым автоматам серийные номера.

- В пределах десяти дней сделать опись собственности в Отделе дохода, уведомить Отдел налоговой ревизии и Отдел соглашений о подписанном арендном договоре, отправив в эти отделы копии этого договора.

Во всех случаях в арендном договоре должна быть указана персональная собственность таким способом, чтобы была возможность её идентификации инспекторами отдела.

Вы должны также маркировать Ваши торговые автоматы, использовав серийные номера или другие марки идентификации. Вы можете выбрать Ваш собственный способ нумерации или систему маркировки, но номера или маркировку Вы должны использовать на каждом автомате, которые соответствуют списку торговых автоматов, предоставленному Вами в отдел доходов.

ЭЛЕКТРОННЫЕ УСЛУГИ ДЛЯ БИЗНЕСА

На сайте www.taxcolorado.com в разделе "Диалоговые услуги" доступны следующие услуги.

Электронная оплата (EFT). Предприниматели могут делать платежи через Интернет или по телефону. Зарегистрируйтесь, чтобы делать электронные платежи посредством нашей бесплатной службы.

Налог с оборота при "Нулевой отчётности"

- Безопасно и легко можно подать отчёт о налоге с оборота штата Колорадо и местном налоге с оборота, когда у Вас нулевые продажи сети и Вы не уплачиваете никаких налогов. Это может быть в любом отчётном периоде (ежемесячном, ежеквартальном, ежегодном и сезонном). Тогда нет никакой необходимости заполнять отчёты в бумажном виде и отправлять их.

Проверка налоговой лицензии

- Подтвердите, что налоговая лицензия штата Колорадо или свидетельство об освобождении от налогов не просрочены.

Налоговые ставки для розничных продавцов

- Контролируйте размер налоговых ставок для вашего определенного местоположения автоматов.

Из процитированного документа видно, что американскому налогоплательщику достаточно легко получить все необходимые формы и таблицы для отчётности по доходам и налогам, посетив сайт Отдела доходов округа, в котором он зарегистрирован. Консультации у налоговой службы можно по-

лучить по телефону, а все необходимые документы отправлять и получать по почте. Вероятно, американское законодательство ценит время своих бизнесменов (*Time Is Money!*).

Подводя итоги первой части, выразим в тезисной форме условия налогообложения вендинг-операторов и владельцев торговых автоматов в США:

- ✓ Вендинг-операторы выплачивают налоги штата и местные, которые в сумме не превышают 7% с выручки, и отчётность сдаёт раз в квартал (похоже на нашу "упрощёнку");
- ✓ Налог с оборота выплачивают только те, кто непосредственно снимает выручку с автоматов;
- ✓ Если вендор является владельцем торговых автоматов, но сам лично не снимает выручку, то он уплачивает налог пользования, а не налог с оборота;
- ✓ Если вендор (например, дилер) оптом продаёт товары владельцам торговых автоматов (а они уже будут заполнять этими товарами свои автоматы), то налог с оборота не превышает 2,25%, а если оборот маленький, то его вообще освободят от налогов;
- ✓ За право заниматься вендингом в течение 2 лет вендору надо оплатить коммерческую лицензию в размере 450 руб., а чтобы ему было не накладно, то он их выплачивает в течение полугода;
- ✓ На сеть автоматов из 100 единиц американский вендор покупает стикеры на 285 руб. (примерно такие же стикеры у нас клеят ежегодно на кассовые аппараты, но в 10 раз дороже);
- ✓ Если цена на игрушку в автомате меньше 4 руб., то вендор вообще не платит никаких налогов;
- ✓ При выставлении автоматов на фестивалях и ярмарках, длиющихся менее 6 дней, налог с оборота не выплачивается;
- ✓ Любые формы документов (квитанций, заявлений, таблиц для расчёта) доступны бесплатно на сайте Департамента доходов округа.

Хотелось бы, чтобы труженики из Минфина внимательно изучили зарубежный опыт налогообложения вендинга, грамотно применив его в нашей стране. Тогда бурное развитие этого бизнеса и высокие поступления в государственную казну обеспечены.

Продолжение следует.

Тенденции развития платежных систем в торговых автоматах

Использование кредитных карт при совершении покупок через торговые автоматы обладает, по мнению специалистов, большим потенциалом.

Сегодня в Германии имеется около 477 000 торговых автоматов (Прим. ред.: ср. данные М.Маурера, стр. 21), в которых потребители могут покупать продовольственные товары, напитки, сладости и снэки. Это число складывается из 178 000 вендинг-машин для продажи холодных напитков, 215 000 - для горячих напитков, 43 500 - для кондитерских и снековых изделий, 26 500 - для продовольственных товаров, 11 000 - для одновременной продажи снэков и напитков и 3 000 - для мороженого. Годовой оборот продажи через автоматы еды и напитков составляет около 1,75 млрд евро. Со временем выяснилось, что автоматная торговля предоставляет идеальные возможности для использования кредитных карт, в связи с чем естественно говорить о большом потенциале использования здесь "электронных бумажников".

Большинство торговых автоматов (примерно 90 %) устанавливается в фирмах и организациях, образуя "корпоративный рынок". Остальные 10 % находятся на общественные места, т.е. аэропорты, вокзалы, универсальные магазины и торговые центры. В Германии насчитывается около 800 компаний-операторов, которые занимаются эксплуатацией автоматов. Нынешняя экономическая ситуация влияет и на вендинг-индустрию, что приводит к серьезной конкуренции между операторами. Это заставляет операторов искать новые области на рынке, чтобы увеличить свой оборот и прибыль. Такое положение может существенно влиять на выбор способа платежа при покупке товаров через автоматы.

Какие способы платежа при этих покупках существуют сегодня? Конечно, здесь преобладает наличный расчет. Всего 15 % автоматов для продажи напитков и еды оборудованы системами безналичного платежа. В зависимости от места установки торгового автомата, мы различаем так называемые закрытые системы для корпо-

Trends in the way of payment in the vending industry

The use of credit cards when buying goods from a vending machine has, according to the experts, great potential.

In Germany, there are about 477,000 vending machines in which the consumers can buy food, drinks, sweets and snacks. This number consists of 178,000 vending machines for cold drinks, 215,000 vending machines for hot drinks, 43,500 vending machines for sweets and snacks and 26,500 for food

and 11,000 combined vending machines (snacks and drinks) and 3,000 vending machines for ice-cream. The total turnover from sales in vending machines for food and drinks is about 1.75 billion Euros a year. As time goes by, the area of vending machines turned out to be ideal for the use

of credit cards, and thus the segment of vending machines naturally offers great potential for the use of "electronic wallets". A majority of vending machines (approximately 90 %) is placed inside companies or institutions, thus making the "company market". The remaining 10 % stands in public places, e.g. airports, stations or department stores and shopping centres. In Germany there are about 800 companies (operators) who deal with operation of vending machines. The current economic situation has had an impact on the vending industry as well, which results in fierce competition among the operators. This makes the operators of vending machines enter new areas of the market in order to increase their turnovers and profits. This may play an important role when choosing a way of payment for goods from vending machines.

What are the ways of payment for goods from vending machines these days? Cash payment dominates the vending industry. At present, only about 15 % of all drinks and food vending machines are equipped with cashless payment systems.



Норберт Монсен,
Федеральная ассоциация
немецких производите-
лей торговых автомата-
(BDV)

Norbert Monssen, Federal
Association of the German
Vending Machines
Industry (BDV)



ративного рынка, где используются магнитные карточки, контактные и бесконтактные карты и чипами и другие вариации на тему чипов, и открытые системы для общественного рынка, где используется наличность, кредитные карты, а сегодня и мобильные телефоны. Выбор конкретного способа оплаты зависит от места установки автомата, а также от требований и пожеланий покупателей. В случае корпоративного рынка решение о форме платежа обычно принимается руководством компании вместе с представителями персонала. Конечно, оператору приходится учитывать, какие платежные средства преобладают у покупателей.

По сравнению с автоматами, оснащенными только монетоприемниками, применение кредитных карт сулит ряд преимуществ:

- Нет необходимости округлять цены, совсем не обязательно, чтобы они кончались на цифру "5" (самая маленькая монета, используемая в торговых автоматах - 5 евроцентов). Соответственно сколь угодно малое изменение себестоимости может быть немедленно отражено в цене продукта.
- Отсутствуют специфические затраты, связанные с работой с наличностью. Эти затраты учитывают, например, загрузку автоматов монетами для выплаты сдачи, сортировку и подсчет монетной выручки и перевозку наличности.
- Торговые автоматы, где оплата производится с кредитной карты, не представляет интереса для грабителей.
- Возможность расплатиться кредитной картой позволяет увеличить оборот, поскольку у потенциального покупателя всегда под рукой "мелочь" и он легче решается на импульсную покупку.
- Затраты на эксплуатацию карт-ридерера (устройство для чтения кредитных карт) ниже, чем монето- или купюроприемника. При цене покупки ниже 5 евро затраты на безналичные расчеты составляют всего 1%, что меньше, чем при манипуляциях с наличностью.
- Отсутствует риск приема дешевых иностранных монет, а также фальшивок.
- В Германии число тех, кто пользуется кредитными картами, возрастает. Карты становятся все более популярными, особенно у молодежи. Внедрение автоматов с карт-ридерами соответствует этой тенденции, и покупатели воспринимают такие машины как современные.
- Кредитные карты - вещь безопасная, оплата гарантируется операторами.
- Операторам не приходится не-

According to the location of the vending machine, we distinguish closed systems for the company market (magnetic cards, contact and contactless chip cards and other ways of chip media) and open systems for the public market (cash, credit cards and nowadays a mobile phone, too). Selection of the particular way of payment depends on the location of the vending machine, the requirements and the wishes of the customer. In the area of the company market, the management together with representatives of the employees usually make a decision about the form of payment. The operator of the vending machines must, of course, take into consideration the prevalence of certain means of payment among the customers. Unlike vending machines for coins only, the use of a credit card offers its users a number of advantages:

- The prices do not have to be rounded, they do not have to end with the figures 5 or 0, since the smallest coin used in vending machines is a five-cent coin. Therefore, a small increase in costs can be immediately reflected in the price of the product.
- There are no costs for manipulation with cash. These costs consist of, for example, filling of the vending machines with coins that serve as change, counting and separation of coins and transport of the cash.
- Vending machines equipped with a reader of credit card do not attract thieves.
- The credit card enables increase in turnover, since the customers have always their change ready and are open to a much more spontaneous purchase.
- The costs for the reader of credit cards are higher than the costs for the reader of coins or banknotes. At the sale price of fewer than 5 Euros, the costs for the cashless transactions are only 1 cent, which is less than the costs for manipulation with cash.
- There is no risk of misuse of worthless foreign coins or modified or fake coins.
- In Germany, the number of people using credit cards is increasing. The credit cards are becoming much more popular with especially young people. A vending machine equipped with a reader of credit cards follow this trend and the customers perceive such a vending machine as modern.
- Credit cards are safe. The payment is guaranteed by the operators.
- The operators do not have to invest in readers and particular cards necessary for operation in closed systems.

All these advantages are evaluated positively by the German Vending Association



сти расходы по внедрению чипов и специальных карт, которые необходимы для работы в закрытых системах. Германская вендинг-ассоциация - BDV- взвесила эти преимущества и положительно их оценила. Наличные платежи будут популярны в автоматизированной торговле и в будущем, но кредитные карты будут становиться все более привычными. Особенно после 2007 года, когда вступит в силу новый закон о защите несовершеннолетних, и автомат будет продавать сигареты только после проверки возраста покупателя. Вероятнее всего, что информация о возрасте будет закладываться в чип карты, и использование последней для покупок через автомат будет расширяться. А как быть с другими платежными системами? Использование кредитных карт для покупок через автомат това-ра, чья стоимость не превышает единицы, не слишком удобно, поскольку комиссионный сбор за использование кредитной карты слишком велик для такой суммы. Одним из интересных решений в этом случае становится мобильный телефон. Сотовая телефония очень популярна у молодежи и может в будущем превратиться в один из вариантов платежных систем. Сегодня пока ограничивающим фактором является недостаточное количество модулей GSM, необходимых для передачи данных. А пока члены BDV считают, что число автомата-в для продажи еды и напитков по кредитным кар-там будет возрастать.

Журнал "Gastronom. Vending&Caffe"
(Прага)

- the BDV. Cash payments in vending machines will still be popular in the future, but credit cards will become more and more usual. Especially in 2007 when a new law on the protection of minors will be in force and cigarettes from vending machines will be given out only after the age of the customer was verified. Most likely, the age will be recorded in the chip card and its use for purchases from vending machines thus increases.

And how about other payment systems?

The use of credit cards in vending machines when the price does not exceed 1 is hardly convenient since the commissions for using credit cards are high for such an amount. The use of the mobile phone is one of the possibilities. Mobile phones are very popular with young people and could become an open payment system of the future. Nowadays, there is still a lack of necessary GSM modules that would enable data transmissions. Members of the BDV think, due to the above stated reasons, that the number of drinks and food vending machines equipped with a reader of credit cards will grow.

Courtesy of "Gastronom. Vending&Caffe"
Magazine (Prague)



VENDING

Автоматы для приготовления и продажи горячих напитков и ингредиенты для них
 Автоматы для продажи прохладительных напитков
 Автоматы для продажи штучных товаров
 Гарантия, сервис, обучение
 Платежные системы



ТОРГОВЛЯ БЕЗ ПРОДАВЦОВ

112250, Москва, Красноказарменный проезд, д.1, офис 602,
 Тел. 361-9557, 361-9799, факс 361-9924
www.formtrade.ru, e-mail:info@formtrade.ru





**ООО «Фирма ВАЛЕО» -
эксклюзивный дистрибутор
компании ICS (Нидерланды)**

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ для ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ



КОФЕ

- сублимированный (быстро растворимый)
- зерновой
- молотый



КАППУЧИНО



- амаретто
- ваниль
- лесной орех
- тирамису
- классическая фантазия
- карамель
- ром

БУЛЬОНЫ И СУПЫ



- куриный
- мясной

СЛИВКИ И ТОППИНГ



- сухие сливки
- сухие сливки со стабильной пенкой
- молочный каппучино топпинг

ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД



- классический
- сливочный
- сладкий



ТАКОЙ РАЗНЫЙ ЧАЙ

Если Вы замерзли, чай Вас согреет. Если Вам слишком жарко - он Вас остынет. Если Вам грустно - он Вас взвесит. Если Вы взволнованы - успокоит.

Предание гласит, что чай был открыт китайским императором Шен Нунем в 2737 г. до н.э. На привале во время путешествия император отдохнул под большим деревом (как оказалось - чайным) и кипятил себе воду для питья. Несколько листьев с дерева упали в кипяток. Отведав отвар, император обнаружил, что настой листьев обладает освежающими и бодрящими свойствами. Так появился чай как напиток.

В дальнейшем оказалось, что со всеми освежающими и бодрящими свойствами чай обязан содержащемуся в нем тешину (кофеину), причем обычно в чае содержится примерно вдвое меньше кофеина, чем в кофе. Но, вообще-то, мы ценим чай и за его способность снимать напряжение, расслабиться.

РАСТВОРИМЫЙ ЧАЙ, подобно растворимому кофе, удобный в применении продукт, занимающий свое место в системе приготовления напитков благодаря постоянству своих свойств и способности храниться. Растворимый чай готовится из листового; конечный продукт может растворяться в горячей воде, и тогда его используют для приготовления горячего напитка (например, в торговом автомате), либо он может быть растворим в холодной воде. Растворимые чаи обладают всеми свойствами листовых, но при том обладают преимуществами легко растворимого порошка.



TEA IS A CUP OF LIFE

If you are cold, tea will warm you. If you are too heated, it will cool you. If you are depressed, it will cheer you. If you are excited, it will calm you.

Tea was discovered, so the story goes, by the Chinese Emperor Shen Nung in 2737 B.C. Whilst taking a break from travel and resting under a tree, he was boiling his drinking water and leaves from the tree - a large tea plant - fell into the boiling water. The emperor found the resulting brew refreshing and invigorating, and the beverage tea was born.



Tea contains theine (cafeine) and gives tea its refreshing and reviving properties, but we also drink tea to relax and reduce stress. In general tea contains half as much caffeine as coffee.

SOLUBLE SOLUTIONS

Soluble tea, like soluble coffee, is a convenience product that has a definite place in beverage preparation due to its consistency and stability. Soluble tea starts with leaf tea and is manufactured to be either hot-water-soluble for drinking hot, as in vending machine applications, or cold-water-soluble. Soluble teas have all the characteristics of leaf teas with the convenience of a powder format.

Together with Valeo our goal is to serve the perfect cup. Besides the goal to make drinks that are appreciated by the consumer, ICS also focuses on

Как мы уже отмечали, наша совместная с "Валео" цель - приготовить для Вас чашку идеального напитка. В то же время мы стремимся к тому, чтобы не только порадовать потребителя, но и создать продукты, удовлетворяющие определенным техническим требованиям. Они должны хорошо и воспроизвести дозироваться, а также гарантировать оператору постоянство свойств. Что же касается потребителя, то он вправе ожидать от своего чая любимого аромата и вкуса, где бы и когда бы к нему ни пришло желание.

Черный растворимый чай

Этот напиток является неподслащенным цейлонским чаем, который можно пить в абсолютно любое время. Рекомендуемая дозировка - 4 г на 120 мл горячей воды.

Чай с фруктовым ароматом

К наиболее популярным видам растворимого чая относятся лимонный и персиковый. Лимонный чай прекрасно освежает, а для персикового характерен прелестный аромат и легкая сладость. Для обоих лучше всего дозировка в 12 г на 120 мл горячей воды.

Чай Earl Grey

В Вашей чашке самое место чаю с этим традиционным ароматом. Earl Grey - настоящая классика с легким и освежающим вкусом и одновременно новинка в коллекции растворимых чаев ICS. Источником его аромата являются так называемые бергамотные апельсины, из кожуры которых экстрагируют бергамотное эфирное масло. Своим названием эти апельсины, выращиваемые в Италии, обязаны городу Бергамо. Рекомендуемая дозировка этого чая - 8 г на 120 мл горячей воды.

О наших партнерах

ICS предпочитает работать с такими же, как он, профессионалами - энтузиастами вендинга. Мы знаем, что секретом прочного и длительного успеха является преданность общему делу, высокая работоспособность и желание учиться друг у друга. В этом смысле мы можем положиться на московскую фирму Valeo - нашего преданного компаньона и специалиста по растворимым чаям. Если Вы хотите больше узнать о наших продуктах, обратитесь, пожалуйста, к Valeo или загляните на сайты www.valeofirm.ru или www.ics-vending.com.



the technical aspects of the product, to make sure products have constant gram throw and provide continuity to the operator. For the consumer we focus on flavour and aroma, to serve you the loveliest tea, wherever you want and as often as you like it. Lovely flavours fill your cup.

Black instant tea

This instant tea is an unsweetened Ceylon tea that can be drunk at any time of day. Recommended gram throw is 4 g to 120 ml.

Fruit flavoured teas.

Lemon and peach tea are two successful flavours within the range of instant teas. The lemon tea is refreshing and the peach tea has a lovely scent and a subtle sweetness. Both products are served best with a gram throw of 12 g per 120 ml of hot water.

Earl Grey tea

Fill your teacup with the flavoursome legacy of the Earl Grey instant tea. Earl Grey is a true classic with a light and refreshing taste and new to the ICS instant tea range.

The bergamot orange is the flavouring that is used in Earl Grey tea. The oil of bergamot is extracted from the peel of the bergamot orange, cultivated in Italy and named after the Italian town Bergamo. This tea has a recommended dosage of 8 g to 120 ml of hot water.

Partnership

ICS likes to work together with enthusiastic professionals in the vending industry. We know that long term success lies in mutual commitment, outstanding performance and the willingness to learn from each other. Valeo in Moscow is our dedicated supplier and specialist in instant tea. Do you want to know more about the range of products, please contact Valeo or look at www.valeofirm.ru or www.ics-vending.com

Venditalia

Esposizione Internazionale Distribuzione Automatica
International Vending Exhibition 2006

Международная выставка по автоматизированной торговле Venditalia проводится уже в пятый раз, в этот раз - с 29 марта по 1 апреля 2006 г. в миланском выставочном комплексе Fiera Milano City.

Предполагается следующая тематика выставки:

1. Автоматы для горячих и холодных напитков
2. Автоматы для продовольственных товаров
3. Автоматы для промышленных товаров
4. Полуавтоматические и механические машины
5. Автоматы для напитков с капсюльной загрузкой
6. Водяные кулеры
7. Ингредиенты для приготовления напитков
8. Кондитерские изделия и снэки
9. Одноразовые изделия (стаканы, палочки и т.д.)
10. Платежные системы
11. Системы безопасности, телеметрии, медийные устройства, оформление, маркировка
12. Вспомогательное оборудование
13. Компоненты, запчасти, аксессуары
14. Спецодежда
15. Компании-операторы, оптовые поставщики, сервисные структуры
16. Профессиональные ассоциации, отраслевые издания.

Venditalia 2004 проходила в Генуе, и ее характеризовали следующие параметры:

Число фирм-участников:

Всего 255
Итальянских 204

Площадь стендов, кв.м:

Всего 10 100
Итальянских фирм 9400

Число посетителей:

Всего 14 000
Итальянцев 9000

По числу посетителей выставка 2004 г. превзошла предыдущую (2002 г.) на 45%, но, видимо, практически исчерпала возможности генуэзского комплекса. В связи с этим Итальянская вендинг-ассоциация **Confida** приняла решение проводить выставку Venditalia 2006 в Милане. По сообщению организаторов, кроме увеличенных площадей, участников и гостей выставка ждет ряд нововведений, вроде виртуальной экспозиции продолжительностью в два года, электронных справочных киосков с сенсорным управлением, которые, как сказочный клубок, приведут прямо к нужному стенду или даже экспонату, и т.д.

Дополнительную информацию о выставке можно найти на сайте www.venditalia.com

Как МОЖНО не посетить ?



Venditalia
2006

самую значительную
международную ярмарку
автоматической торговли
которая пройдёт в Милане

fieramilanocity

29 марта - 1 апреля 2006

Для справок :

Venditalia Servizi S.r.l.

Via M.U.Traiano, 7 – 20149 Milano – Italy – телефон. +390233105685 – факс. +39023310570

www.venditalia.com - venditalia@venditalia.com



Железная торговля

Ольга Буряна, журнал "Власть денег",
октябрь 2005, (№58); Киев

Во времена, когда магазины "прилавочного" типа активно вытесняются супер-, гипер- и минимаркетами, ларечная форма торговли также начинает вымирать, постепенно уступая место торговым автоматам.

Современные торговые автоматы из железных коробок с примитивным дизайном превратились в красочные витрины, торгующие не только водой с сиропом, а всем, чем только можно: от шоколадных батончиков и кофе до дисков, цветов и колотого льда. Такие автоматы - вендингеры - не требуют присутствия продавца и обеспечивают прямое общение с клиентом, что сулит последнему определенные блага.

Один на тысячу

История возникновения торговых автоматов уходит своими корнями в игорный бизнес. В 20-е годы прошлого века в США и Великобритании появилась масса "одноруких бандитов". Ни с выигрышем, ни с денежной массы, попадающей в автоматы, налоги не платились, потому вскоре этот бизнес был запрещен, а имеющиеся автоматы срочно переделаны в машины, продающие жевательную резинку. Тем не менее, сегодня признанным лидером в области вендинга - торговли с помощью автоматов - является не Новый Свет, а Япония, где с помощью автоматов осуществляется около 60 % всех продаж. В Японии один автомат приходится в среднем на 20 человек, в США - на 40, во Франции - на 100. В Украине эта цифра значительно выше.

"Украинский рынок вендинга имеет колоссальный потенциал - достаточно вспомнить то ко-

Iron trade

Olga Bouryana, "Vlast deneg" ("Money Power") magazine, Oct.2005 (#58), Kyiv

At the time, when the "counter type" shops are actively forced out by super-, hyper- and minimarkets, the "stall" type of retail is also dying out, gradually giving its place to vending machines.

Modern vending machines have turned from primitive designed iron boxes into colorful show-cases, selling not only soda and syrup, but practically anything you want: from chocolate bars and coffee to disks, flowers and chipped ice. Such machines, the vendors, need no salesman to be present and counteract with the buyer directly, promising the latter some advantages.

One per thousand

The history of vending machines had its roots within the gaming business. During the twenties, a lot of "one-handed bandits" emerged in US and UK. No taxes were paid from either from the winnings, or from the cash getting into the machine; therefore the business was prohibited soon, and the existing machines were altered urgently to sell chewing gum. Nevertheless, today the acknowledged leadership in vending (automated trade) belongs not to the New World, but to Japan, where the vending machines perform about 60 % of sellings. In this country the average number of inhabitants per one VM is 20, in the USA - 40, in France - 100. In the Ukraine the number is much higher.

"The Ukrainian vending market has a colossal potential - it's enough to recollect the number of automats, present in 1970-1980, - says Alexey

личество автоматов, которое было в 1970-80-х годах, - рассказывает Алексей Шумак, маркетолог завода "Томак". - Но сегодня вендоров в нашей стране очень мало - на 10 тыс. человек приходится один автомат. Впрочем, по нашим прогнозам, в самом ближайшем будущем на рынке вендингового оборудования должен произойти взрыв".

Раньше главным фактором, тормозившим развитие в Украине вендингового бизнеса, являлась неустойчивость денежной системы. Еще в 1950-х годах советское руководство, впечатлившись преимуществами торговли через автоматы, решило перепрофилировать завод "Торгмаш", ранее производивший весовое и дозирующее оборудование, на производство торговых автоматов. С тех пор предприятие ежемесячно выпускало около двух тысяч автоматов. Однако в связи с исчезновением привычной монетной базы и последующей инфляцией автоматическая торговля потеряла актуальность. Возрождение вендингового рынка началось лишь с введением гривны. Именно тогда, в 1996 г., завод "Торгмаш", переименованный в "Томак", вновь начал выпуск торговых автоматов, первым делом предложив Киевскому метрополитену автоматы размена денежных купюр на жетоны.

В 1997 г. на рынке вендинга появились первые гистрибьюторы, продающие иностранные торговые б/у-автоматы. И если поначалу это были самые разнообразные машины - от вендоров, продающих жевательную резинку, до газетных автоматов, то вскоре выяснилось, что наиболее прибыльными являются кофейные аппараты.

Кофе прежде всего

Рентабельность торговых автоматов по производству кофе из-за высокой наценки может достигать 300 %. Оживлению на рынке немало способствовал приход двух кофейных гигантов - Kraft Foods Ukraine и Nestle, которые обеспечивают львиную долю оборота украинского рынка вендинга и по сегодняшний день. При этом схемы работы двух компаний кардинально отличаются: если Nestle, специализирующаяся на растворимом кофе, закупает вендинговое оборудование у иностранных поставщиков и затем сдает его в аренду украинским операторам, то Kraft Foods Ukraine, предлагая потребителям натуральный кофе, предоставляет право закупки оборудования самим предпринимателям. В результате такой политики Nestle занимает около 70 % рынка, имея в своем распоряжении около 2,5 тыс. вендинговых автоматов, причем

Shumak, marketologist of "Tomak" factory. - But today our country possesses rather a small quantity of vendors - one machine per 10 thousand people. Though according to our estimations, the nearest future will be marked by an explosion at the market of vending equipment".

The main factor hampering the development of vending business in the Ukraine was the unstable money system. As early, as in the 1950-s the soviet leadership, impressed by the advantages of vending, decided to retarget the "Torgmash" factory, that had been manufacturing scales and dosing equipment, to vending machines production. From that time on the plant was producing about two thousand vendors per month. Later, with the loss of the habitual coin system and the inflation that followed, vending lost its attractiveness. The renaissance of the market started from introduction of the grivna. It was at this moment, 1996, that "Torgmash" factory, renamed into "Tomak" restarted vending machines production; the first step was to propose to Kiev subway the new machines changing money into tokens.

In 1997 the first distributors selling foreign-made second-hand vendors appeared. At first there were very diverse machines, sending anything from gum to newspapers; but, rather soon, it became clear that the most profitable machines were the coffee ones.

Coffee first

The profitability of the machines making and selling coffee can reach 300 % thanks to the high extra charge. The market entered the revival stage thanks, to a great degree, to arrival of two coffee giants - **Kraft Foods Ukraine** and **Nestle**, who have been providing the lion's share of the Ukrainian vending market turnover. The business schemes of the two companies differ radically: Nestle, specializing at instant coffee, buys the vending equipment from foreign suppliers and leases it to Ukrainian operators, while Kraft Foods Ukraine, proposing its natural coffee, lends the right to buy the equipment to its customers. As a result of the policy Nestle occupies about 70 % of the market, having at its disposal ab.2.5 thousand vendors, importing 94 % of all the coffee machines.

As for the rest kinds of vendors, their presence in the Ukraine is nearly negligible, though during

94 % всех кофейных машин завозится именно через эту компанию.

Что касается остальных видов торговых автоматов, то их присутствие в Украине пока что крайне незначительно, хотя в последние несколько лет некоторые операторы, например, "Кристал ПАК" и Saletech, начали специализироваться на продаже через автоматы карточек предоплаченной мобильной связи. Не остаются без внимания и вендоры по продаже штучных товаров.

"Мировая статистика свидетельствует, что наиболее прибыльными являются автоматы по продаже горячих напитков и табачных изделий, - говорит глава правления ЗАО Saletech **Валентина Мельник**. - А поскольку продавать через автоматы табачные изделия в Украине запрещено, то после "кофематов" наиболее прибыльными считаются вендоры со снэками и прохладительными напитками".

Кстати, о последних. Из-за отсутствия крупных инвесторов обороты "прохладительного" сегмента украинского вендингового рынка несопоставимы с его потенциальными возможностями. Если, к примеру, в США доля напитков в общем объеме продаж через вендоры достигает 50 % (в основном, стараниями компаний Coca-Cola и PepsiCo), то украинские производители инвестировать в эту сферу не спешат. Крупные заводы ("Оболонь", "Славутич") если и продают свою продукцию через автоматы, то слишком мелкими партиями и, скорее, преследуя маркетинговые или рекламные цели. Правда, в свое время производителями были предприняты слабые попытки завоевать этот сегмент: к примеру, "Оболонь" пытался через торговые автоматы реализовывать напиток "Живчик"; похожий проект был также у "Росинки", однако все эти попытки оказались малоуспешными.

Непростая ситуация сложилась также с газетными торговыми автоматами из-за их малой рентабельности. "Те машины, которые пытались внедрить в прошлом году, не были адаптированы к нашим условиям, - говорит директор компании "Кристал ПАК" Александр Горощук. - А применяемый способ выдачи прессы, мягко говоря, не соответствовал поставленной цели, поэтому автоматы работали очень ненадежно. Второй попытки еще никто не делал. Сейчас мы работаем над повышением рентабельности этого бизнеса, однако на это потребуется время. Зато относительно дорогие журналы и прочие периодические издания можно продавать уже сегодня".

Хотя, если верить мировой статистике, как бы вендинговый бизнес ни развивался, кофейный сегмент при любых раскладах останется на первом месте по востребованности.

Продолжение следует

the last years some operators, for example, Crystal PAK and Saletech, started to concentrate on vending card for prepaid mobile communications. The vendors for selling piece-goods have not been neglected as well.

"The world statistics witnesses, that the most profitable are the vendors for selling hot beverages and tobacco goods, - says **Valentina Melnik**, the Saletech head of the board. - And since it is prohibited in the Ukraine to sell tobacco goods through the vendors, the second profitable machines after the "coffeemats" are the vendors of snacks and cold beverages".

Now about the latter. Because of the lack of large investors, the turnover of the "cold" segment of the Ukrainian vending market is incomparable with its potential. If, for example, in the USA the share of the drinks in the total volume of vending trade amounts to 50 % (mainly thanks to Coca-Cola and PepsiCo companies), then the Ukrainian producers do not hurry to invest in the sector. The large factories ("Obolon" and "Slavoutich") are selling their produce through vendors, but in very small batches, and they are following here mainly marketing and advertising aims. Some time ago the producers made some weak attempts to conquer the segment; for examples "Obolon" tried and send their "Zhivchik" drink through the vendors; a resembling project has been undertaken also by "Rossinka", but all those attempts turned out to be unsuccessful.

Because of low profitability of the machines selling news papers, the situation their was not simple. "The machines we tried to introduce last year, were not adapted to our conditions, - says "Crystal PAK" director Alexander Goroshchuk. - The technology used to give out the papers did not correspond to the aim, to say the least of it, and the machines were very unreliable. The second attempt has not been made yet. Now we are working to raise the profitability of the business, but the process needs some time. As for more expensive magazines and other periodicals, they can be sold even today".

But of course, if we trust world statistics, at any scenario of vending development, the coffee segment will always be the first being required.

To be continued



2006

HotelExpo

12-я Международная выставка / 12th International Exhibition

ГОСТИНИЧНОЕ И РЕСТОРАННОЕ ДЕЛО HOTEL AND CATERING TRADE



22-24 Марта / March 2006

Москва, Красная Пресня, Экспоцентр
Moscow, Krasnaya Presnya, Expocentr

При поддержке /
Official support:



www.hotel-expo.ru

Организаторы / Organisers:



ITE LLC Moscow
Тел.: +7 (095) 935 7350
Факс: +7 (095) 935 7351
E-mail: equip@ite-expo.ru

ITE Group PLC
Тел.: +44 (0) 207 596 5188
Факс: +44 (0) 207 596 5113
E-mail: julia.gowda@ite-exhibitions.com



GIMA
International Exhibitions
Gastronomy & Catering
Тел.: +49 (0) 402 352 4334
Факс: +49 (0) 402 352 4407
E-Mail: fischer@gima.de



ITE Turkey
Тел.: 0090 212 291 8310
Факс: 0090 212 240 4381
E-mail: ozge@ite-turkey.com

Система снятия статистики с помощью устройства на базе калькулятора HP-49G и интерфейса RS-232



**Виталий Мишин,
руководитель сервисной
службы, Группа
Вендорус (Москва)**

Снятие данных статистики вызывает у пользователей автоматных торговых сетей ряд проблем. Во-первых, это - несогласованность различных типов оборудования между собой. Во вторых, производители автоматов относительно недавно стандартизовали протоколы обмена данными между автоматом и центром обработки информации: EVA-DTS для европейских производителей и DEX/UCS для американских (не следует путать с протоколами MDB/ICP, EXECUTIVE и гр.).

У многих пользователей вендингового оборудования возникает путаница с протоколами обмена данными. Чтобы внести ясность, проведу краткий экскурс по различным протоколам.

Протоколы обмена данными

- **Executive** - *Protocol A (MEI Protocol A specification Executive)*. Был разработан Mars Electronics International (**MEI**) в начале 1980 года для взаимодействия электронных компонентов торговых автоматов. Управление процессами продаж производилось через монетоприёмники, и цены могли храниться в монетоприемнике или в машине. Через год протокол распространил и на устройства

В рамках данной статьи мы рассмотрим проблемы автоматизированного съема статистической информации из торговых автоматов. При ручном съеме данных по продажам вы не застрахованы от ошибок, поскольку человек, переписывающий информацию в виде 4-, 5- или 6-значных цифр с дисплея автомата, рано или поздно допустит ошибку. Как-то раз довелось наблюдать, как один "продвинутый" оператор переписывал данные с дисплея автомата на Palm, и мне показалось, что если бы он записывал данные на бумагу, то у него это получилось бы гораздо быстрее.

безденежных продаж. Спецификация определяет соединительные разъемы между компонентами, электропитание ~24 В. На основе Executive в Германии был разработан протокол BDV.

- **BDV** (для немецкоговорящих стран). Протокол Executive был дополнен спецификацией, предусматривающей единый разъем для электропитания и коммуникаций, и получил название BDV001.

- **MDB/ICP** (*Multi-Drop Bus/Internal Commtilcation Protocol*). Разработан компанией CoinCo в начале 1990 года для Coca-Cola с целью ущешвить монетоприемник с выдачей сдачи и перенести управляющие функции из монетоприемника в контроллер автомата. Доработан NAMA в 1994 г. с целью поддержки использования подобным образом банкнотоприемников и систем безденежной оплаты. Европейская ассоциация EVMMA (*Eupean Vending Machine Manufacturers Assotiation*) одобрила и расширила проект, назвав его ICP (*Internal Commtilcation Protocol*). ICP в основном идентичен MDB; некоторые отличия касаются систем безденежной оплаты. В 1998 году MDB и ICP были совмещены и реализованы как MDB/ICP версия 1. Протокол поддержан NAMA, EVMMA и EVA и используется большинством производителей торговых автоматов.

- **MEI Micromech Specification** Первоначально определял связь между монетоприемной частью автомата и системой выдачи сдачи, но потом был расширен для управления различными частями автомата. Определяет процесс обмена через последовательный интерфейс информацией платежной системы и автомата, а через через параллельный интерфейс - автомата и системы выдачи сдачи. Разработан для системы с 3 трубами монет, но может быть расширен производителем и для 4 труб. NAMA опубликовала спецификацию протокола с дополнениями для систем безденежных оплат. Спецификация предусматривает 12-контактный разъем и 110 В электропитания или 15-контактный разъем и 24 В для поддержки 4 труб для выдачи сдачи.

- **CCTALK**. Еще один протокол обмена информацией между периферийными устройствами торгового автомата. Предусматривает обмен по трем физическим линиям - питание, данные и земля - со скоростью 9600 бод. Устройства обмениваются между собой в адресном пространстве, используя общую информационную шину. Протокол является байт-ориентированным и предполагает подключение до 254 ведомых устройств. Относится к совокупности "открытых" стандартов и не требует никаких оплат или регистраций для использования.

- **EVA-DTS** (*European Vending Association Data Transfer Standard*). Стандарт определяет поля контрольных данных и данных управления, а также формат передачи данных от автомата или отдельных его компонент к центру обработки и контроля информации и обратно.
- **EVA-EMP** (*Energy Measurement Protocol*). Определяет форму и метод измерения потребления электроэнергии торговыми автоматами.
- **EVA-CVS** (*Cashless Vending Specification*). Протокол регламентирует все процессы, связанные с использованием систем безденежных оплат.

Чтобы снять статистическую информацию из торгового автомата, поддерживающего протокол EVA-DTS и имеющего соответствующий коммуникационный порт (физический порт, обеспечивающий обмен данными в протоколе EVA-DTS), достаточно установить на автомате считыватель флэш-карт или флэш-ключей (например, GENIUS System FS - производитель OTR, или OSCAR - производитель FAGE, или J100 - производитель Jofemar или др.); вставив в считыватель специальный флэш-ключ, можно производить перекачку данных статистики из памяти контроллера автомата (для MDB протокола, а для EXECUTIVE - из памяти монетоприемника) во флэш-память ключа. Считыватели флэш-карт могут реализовывать несколько функций:

- обеспечение безденежных продаж,
- считывание статистических данных,
- перепрограммирование внутренних настроек автомата.

Стоимость считывателя колеблется в пределах 120-180 евро, стоимость флэш-ключа для накопления данных статистики - 60-70 евро. Если вы решили выстроить сбор информации по вышеописанной схеме, нужно приобрести интерфейс для считывания информации из памяти флэш-карты в память компьютера и программу по интерпретации считанных данных (450 - 500 евро).

Для торговых автоматов, не поддерживающих протокол EVA-

DTS, автоматизированное снятие статистической информации имеет ряд проблем. В этом случае производители автоматов используют собственные протоколы обмена данными и, соответственно, предлагают (а часто ничего не предлагают) собственное оборудование для считывания и хранения данных статистики, которое согласуется только с автоматами от данного производителя.

Однако на большинстве автоматов имеется порт RS-232 для программирования автомата и вывода статистических данных на принтер с последовательным интерфейсом. Данные, выводимые автоматом для печати, представляют собой последовательность ASCII-символов, разделенных на строки символами 10 <CR> и 15 <LF>. Поток информации передается по стандартному протоколу ASCII - это протокол симплексной передачи непакетированной ASCII-информации посредством 8-битных данных, 1 стоповый бит, без проверки четности, на скорости 9600 бит/сек. Задача приема такого вида информации на компьютер решается очень просто - достаточно скачать или написать терминальную программу, которая считает информацию из автомата и записывает текстовый файл со статистическими данными. С файлами такого вида легко работать, можно просмотреть файл в "редакторе", можно его распечатать на принтере, либо использовать как файл исходных данных для бухгалтерских программ типа 1С и т.п. Единственное неудобство - необходимость возить с собой относительно громоздкий ноутбук, который можно повредить в полевых условиях, плюс долгая загрузка системы, батареи могут сесть в самый неподходящий момент. Наш опыт показывает, что эту проблему можно решить с помощью недорогого (розничная цена \$160 - \$190 в Интернете) инженерного калькулятора HP-49G. Предвижу читательский скепсис. Почему калькулятор, а не Palm или Pocket PC? На что можно ответить вопросом на вопрос: А вы сможете запрограммировать

Palm? Тем более, я не встречал "найдонника" с полноценным портом RS-232.

Технические характеристики

HP-49G

Оперативная память - 1.5 Мб

Флэш-память - 1.5 Мб

Дисплей - ЖК, монохром,

8 строк x 22 символа

СОМ-порт - RS-232 (кабель прилагается)

Количество встроенных функций - 2300

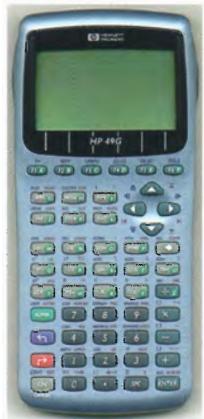
Количество клавиш - 51

Питание - 3 батареи AAA (служба - до года)

HP-49G является мощным вычислительным прибором, позволяющим производить вычисления различной сложности, в том числе работать с матрицами, полиномами, математическими функциями, производить алгебраические, векторные вычисления; наличие графического дисплея позволяет рисовать графики различных функций, гистограммы процессов или статистические диаграммы. Имеет несколько режимов работы - алгебраический, графический, редактор построения математических функций, текстовый редактор.

Встроенный таймер позволяет отслеживать текущую дату и время и использовать временные функции в вычислениях. Программировать калькулятор можно на языке RPL (LISP), либо на языках низкого уровня (SysRPL), либо на ассемблере MASD. Текст программы можно вводить непосредственно с клавиатуры и затем сохранять в файл флэш-памяти калькулятора. Встроенный файловый менеджер позволяет записывать, удалять, переименовывать, редактировать файлы, а также создавать и удалять новые файловые директории.

По собственному опыту скажу, что на практике удобнее написать программу на компьютере, а затем



перекачать ее из компьютера в калькулятор посредством синхронизации через кабель. Также Вы можете воспользоваться средствами разработки и отладки программ, представленными на сайтах "любителей калькуляторов".

Для синхронизации калькулятора с компьютером нужно подсоединить кабель из комплекта поставки, на калькуляторе вызвать программу "Server" и на компьютере запустить программу коммуникации "PC Connectivity Kit", которая в комплект не входит, но ее можно скачать из www.hp.com. Пользовательский интерфейс программы синхронизации достаточно прост - окно программы разбито на две части, в верхней части отображаются файлы компьютера, в нижней - файлы, записанные в калькуляторе. Программа поддерживает технологию OLE, поэтому достаточно выделить нужные файлы в окне калькулятора и перетащить их в окно компьютера и наоборот.

RPL - программирование

Внутри калькулятора встроен интерпретатор языка RPL, поэтому вы можете непосредственно с клавиатуры вводить текст программы и производить ее выполнение без дополнительной компиляции. Если программа объемная, то из-за мелкого размера дисплея текст программы воспринимается ущербно; поэтому удобнее написать текст программы на компьютере (например, в редакторе WordPad), а затем, синхронизовав компьютер и калькулятор, скопировать на последний файл с вашей программой, а встроенный редактор калькулятора использовать для внесения мелких изменений в программу. Язык программирования RPL достаточно прост, все его команды перечислены в "Pocket Guide" - маленькая книжка из комплекта поставки. Единственный недостаток - нет полноценного описания синтаксиса языка. Пробел можно восполнить, воспользовавшись сайтом "любителей калькуляторов" www.hpcalc.org, откуда можно скачать много описаний и исходников текстов программ.

Рассмотрим несколько примеров использования RPL - команд. "MENU" { { RECEIVE 1 } { EXIT 2 } } 1 CLLCD CHOOSE DROP 'SEL' STO

Данная команда вызывает на экран меню с 2-мя строками выбора

```

  MENU
  -----
  RECEIVE
  EXIT
  -----

```

и формирует запоминание выбранной строки в переменной SEL. Рассмотрим разные пути выполнения программы в зависимости от значения переменной SEL: при выборе строки "RECEIVE" SEL=1 и выполняется блок операторов - BLOCK1, а при выборе строки "EXIT" SEL=2 и выполняется блок операторов - BLOCK2 :

```

CASE
  SEL 1 =
    THEN
    BLOCK1
    END
  SEL 2 =
    THEN
    BLOCK2
    END
END

```

Инициализация COM-порта производится командой :

9600 BAUD 0 PARITY OPENIO

Установим переменную Rstr как пустую строку и добавим к ней строку из буфера ввода (размер буфера 255 байт) :

"" 'Rstr' STO

Rstr BUflen Drop Srecv Drop +'Rstr' Stop

Если вы хотите вывести на экран значение строковой переменной Rstr, например, на 2-ой строке дисплея, то наберите команду :

Rstr 2 Disp

При выводе численной переменной на экран ее нужно преобразовать к строковому типу, например переменную Numb отобразить на 3-ей строке дисплея :

Numb \->STR 3 Disp

И последний пример - для отправки из COM-порта строковой переменной Rstr, так, чтобы она заканчивалась символами <CR> и <LF>, нужно использовать команду:

Rstr 13 Chr + 10 Chr + Xmit Drop

Как видно из примеров, можно легко составить текст программы по считыванию статистических данных из автомата. При написании программы советую

сделать автоматическое присвоение имени файла со статистикой, например, присвоить имя файлу A001, затем проверить директорию HOME на предмет нахождения в ней файла с таким же именем; если файл с таким именем обнаружен, то присвоить другое имя, например, A002 и выполнить проверку директории HOME снова и т.д. Удобно начинать имя файла с буквы "A"; поскольку при синхронизации калькулятора с компьютером все файлы в окне программы синхронизации упорядочиваются по алфавиту, то все файлы с именами "A..." окажутся наверху каталога, и Вам меньше придется прибегать к скроллингу каталога.

Приведу пример файла снятой статистики из одного кофейного автомата при помощи калькулятора HP-49G :

%%HP: T(1)A(R)F();

"3.022 1.112005

AZKOYEN 'VENETO'

NUMBER MACHINE: 00013010

2005/11/01 15:01:33

SELECTIONS

TOTAL OF SOLD UNITS:	1564
TOTAL OF SOLD MONEY:	23826.00
TOTAL MONEY IN CASH:	19670.00
TOTAL MONEY IN GIVERS:	456.00
MONEY TO GIVERS:	4612.00
MONEY GIVEN AS CHANGE:	0.00
CHANGES NOT GIVEN:	0.00
EXTRACTED MONEY MANUALLY:	0.00

SELECTIONS

ID	Price	Qty	Money
----	-------	-----	-------

ESPRESSO	15.00	178	2430.00
----------	-------	-----	---------

B.ESPRESSO	15.00	105	1470.00
------------	-------	-----	---------

KOFE+MILK	15.00	74	1065.00
-----------	-------	----	---------

B.KOFE+MILK	20.00	137	2055.00
-------------	-------	-----	---------

CAPUCHINO	25.00	258	6150.00
-----------	-------	-----	---------

CHOKOLAD	15.00	122	1800.00
----------	-------	-----	---------

CHOKO+MILK	20.00	49	980.00
TEA+MILK	10.00	3	30.00
TEA	05.00	237	1140.00
MILK	10.00	49	490.00
AMERIKANO	18.00	165	2970.00
B.AMERIKANO	20.00	54	1080.00
KOFE LATTE	15.00	76	1140.00
B.KOFE LATT	18.00	57	1026.00
SPARE	05.00	0	0000.00
SPARE	05.00	0	0000.00
SPARE	05.00	0	0000.00
SPARE	05.00	0	0000.00

PRESELECTIONS

ID	Price	Qty	Money
NO SUGAR	00.00	48	0000.00
MORE SUGAR	00.00	356	0000.00
LESS SUGAR	00.00	87	0000.00

Первые две строки файла сгенерированы калькулятором. Первая -

технологическая для калькулятора. Во второй строке программа записывает текущее время и дату. Это сделано из-за того, что многие операторы ленятся устанавливать дату и время на торговом автомате, либо автоматы не имеют встроенных таймеров; поэтому, записывая в файл дату и время из таймера калькулятора, мы можем быть уверены в корректности даты и времени снятия статистической информации.

Из вышесказанного можно сделать вывод о многогранности применения графического калькулятора HP-49G. Многие технологические устройства и агрегаты имеют порт RS-232 для общения с внешним миром. Для связи с такими устройствами нужна небольшая по размерам коробочка, включающая в себя:

- Последовательный порт RS-232
- Флэш-память (желательно большого объема)
- Внутреннюю программу приема данных и их первичной обработки
- Программу и кабель синхронизации с компьютером

- Простой пользовательский интерфейс, позволяющий работать неквалифицированному персоналу.

Всем вышеперечисленным требованиям всецело удовлетворяет инженерный калькулятор HP-49G. Предвижу вопрос по поводу последнего пункта: Как можно достичь простого пользовательского интерфейса, когда на корпусе калькулятора 51 клавиша? Мы написали программу по снятию статистики из торговых автоматов, пользовательский интерфейс которой состоит из трех клавиш (вкл. калькулятор, выкл. калькулятор, снять статистику) и меню на экране дисплея. Поскольку калькулятор имеет прозрачную защитную пластиковую крышку, то в ней можно просверлить отверстия, чтобы они совпадали с нужными клавишами, и тогда ваш персонал получит доступ только к интерфейсу программы, а не ко всем функциям управления калькулятором.

Ваши вопросы, рекомендации и дополнения по данному материалу присылайте на tech@vendorus.ru

ТРЕБУЕТСЯ

Московская компания приглашает на работу операторов торговых автоматов.

Обращаться по телефону
8-926-189-81-69



**Простые ответы
на сложные вопросы!**



① Какой марки выбрать автомат?

Автоматы Venson  это:

- солидность, надежность, традиции;
- лучшее соотношение цена/качество;
- уникальные функции.

② Ищете лучшее предложение?

АВТОМАТТОРГ З
7 лет на рынке!
официальный дилер Самсунг гарантирует:

- реальная гарантию 18 месяцев;
- весь спектр торговых автоматов Самсунг;
- самые низкие цены, и многое другое!

③ Где?

г.Москва, 2-я Черногрязская д.6.
788-7339, 256-1545, 785-6801
e-mail: info@avtomattorg.ru

www.avtomattorg.ru

Вендинг-бизнес: механические торговые автоматы

Автор: Тарас Чигарин
Издатель: Зенина С.В.
Орел, 2005.
Тираж - 5 000 экз.
Объем - 128 стр.

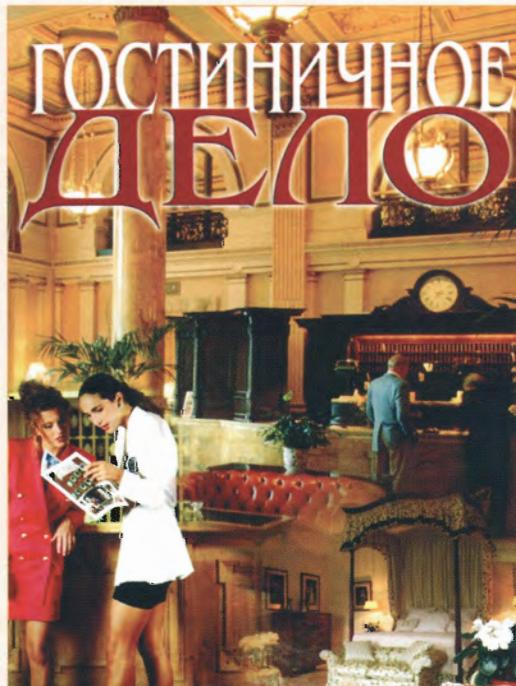


Представляемая книга - вторая, вышедшая на российском рынке за последние два года на тему вендинга. Первой была книга Александра Барапника "Торговые автоматы - вендинг без секретов" (2004). В книге Тараса Чигарина тематика получает дальнейшее развитие и конкретизацию. Автор - сотрудник московской компании "Гамболс" наиболее подробно описывает одно из направлений вендинга - механические торговые автоматы. Однако содержание книги шире.

В ней рассказывается об общих проблемах современной автоматной торговли, видах автоматов, экономике вендинга. Отдельные главы посвящены тому, как зародился и развивается этот бизнес, причинам его популярности, особенностям разви-

тия в России, ошибкам и достижениям иностранных и российских бизнесменов. Автор делится опытом работы с торговыми автоматами, старается развеять предубеждения, связанные с вендингом, оценивает его перспективы в России и странах Ближнего зарубежья.

Книга уже в продаже. Оформить заказ на покупку можно на сайте www.gumballs.ru.



Журнал "Гостиничное дело" издательского дома "Панорама" - это профессиональный 112-страничный журнал для специалистов в организационной, маркетинговой и финансово-хозяйственной сферах деятельности предприятий индустрии гостеприимства. Среди его рубрик - все, что интересует работников гостиничной отрасли: работа с персоналом, информационные технологии, новинки оборудования, товары, услуги и многое другое.

В работе над журналом принимают участие преподаватели Санкт-Петербургской академии сервиса и экономики, Московского института туризма и гостеприимства, Высшей школы экономики, а также менеджеры, управляющие гостиницами, маркетологи и другие специалисты индустрии гостеприимства. Журнал выходит ежемесячно, распространяется только по подписке. Вся информация о подписке на нашем сайте: www.gosdel.panor.ru

Первый в России информационно-рекламный журнал, специализирующийся на вопросах организации торговли, услуг и развлечений с использованием автоматических устройств. Содержит анализ рынка, обзор текущих событий и новостей внутри страны и за рубежом, включая новинки оборудования, технологий и ингредиентов, товаров, услуг, фирм и людей отрасли.

Издается с марта 2004 года. Тираж 1 500 экз.

Журнал распространяется в большинстве регионов России и в Украине.

127422, Москва, ул. Костякова, д. 12. офис 50. т/ф: (095) 610-21-30, 913-41-18.

E-mail: editor@vendingbusiness.ru, editor-vending@mail.ru, www.vendingbusiness.ru

БЛАНК-ЗАКАЗ

На размещение модульной рекламы в журнале «Vending business. Автоматы для торговли, услуг, развлечений» - на 2006 г. (составьте график своих публикаций, поставив знак X в соответствующей ячейке, и отправьте бланк в редакцию).

	2006					
	февраль	апрель	июнь	август	октябрь	декабрь
A4 — 450 евро						
1/2 А4 — 250 евро						
1/4 А4 — 150 евро						
1/8 А4 — 80 евро						

При публикации в трех номерах и более — скидка до 20 %. Стоимость размещения рекламной статьи — договорная. Стоимость размещения рекламы дана без учета НДС.

Название фирмы (организации) _____

Телефон/факс: ()

E-mail:

Контактное лицо (ФИО) _____

Уважаемые читатели!

**Наш журнал вы можете приобрести непосредственно в редакции, по адресу:
ул. Костякова, 12, оф.50 (проезд до ст. м. Тимирязевская, см. сайт),
либо оформить заказ по тел./факсу (095) 610-21-30
или по электронной почте: editor@vendingbusiness.ru
и оплатить стоимость журнала и доставки по безналичному расчету.**

В Вашем заказе необходимо указать:

- **Номера журнала (вышедшие и будущие), которые Вы хотели бы приобрести.**
 - Количество экземпляров.
- **Название Вашей организации (для юридических лиц) и ФИО подписчика.**
 - Ваш точный почтовый адрес (с обязательным указанием индекса).

Банковские реквизиты:

ЗАО «Энерготранскомплект»

ИНН/КПП 7726063807/772601001

р/с 40702810900100000831 в ОАО «МИнБ» г. Москва

БИК 044525600

к/с 30101810300000000600

Код по ОКОНХ 71500

Код по ОКПО 26119069

Стоимость 1 экз. журнала, руб.

При покупке в редакции	150
С доставкой в РФ	185
С доставкой в Белоруссию,	
Узбекистан, Эстонию	210
С доставкой в гр. страны	230

Вниманию рекламодателей

1. Стоимость размещения рекламных материалов (без учета НДС)

Оплата в рублях, по курсу ЦБ РФ на день оплаты.

- На внутренних страницах

Площадь рекламного модуля	Стоимость, *евро
1/1 (A4)	450
1/2	250
1/4	150
1/8	80

- На обложках:

1-я обложка — 1000 евро,
центральный разворот — 1600 евро,
2-я, 3-я, и форзац (стр.3) — 800 евро.
4-я обложка — 900 евро.

- При публикациях предусмотрена гибкая система скидок.
- Если у Вас нет готового рекламного модуля, Вы можете заказать его у нас. Стоимость разработки модуля зависит от сложности, но, как правило, находится в пределах 100-150 евро (за полосу формата А4).

2. Технические требования к предоставляемым для публикации материалам.

- Подача материалов в редакцию осуществляется не позднее, чем за месяц до выхода соответствующего номера.
- Текстовой материал принимается в Word (rtf), Excel.
- Иллюстрации, фотографии — в электронном виде (CMYK, разрешение не ниже 300 dpi); допустимо предоставление качественных фотоотпечатков и слайдов.
- Макеты рекламы принимаются в следующих программах: Photoshop 5.0—7.0. Файлы в формате TIFF, CMYK, 300 dpi. (Для внесения корректуры в рекламу редакцией — файлы в формате PSD, слои «не слиты»).

Corel Draw 9.0—11.0, Illustrator 8.0—10.0 (обязательное сохранение под версию 8.0). Векторные изображения должны быть переведены в кривые (Curve).

Quark Xpress 4.1.—5.0 (Collect с приложенными шрифтами).

- Материал принимается на носителях: дискеты 3,5", CD-R.
- Формат страницы: до обреза — 215x300; обрезной — 205x290 мм, полоса набора — 169x239. Текст и изображения готового (сверстанного) рекламного материала должны отступать от обрезного формата не менее 5 мм с каждой стороны.

- Формат модуля:

1/2 — 169x115,5 мм; 82,5x239 мм.
1/4 — 82,5x115,5 мм; 169x56,4.
1/8 — 82,5x56,4 мм.

- К рекламным модулям заказчик предоставляет аналоговую цветопробу. При отсутствии цветопробы издательство не несет ответственность за точную цветопередачу.

В номере упомянуты

фирмы

(в скобках указаны номера страниц)

- Автоматторг (45)
Агентство развития потребительского рынка (11)
Алеф Кофе Чай (15)
Алеф Трейд (15)
Архипелаг Эспрессо (15)
Валео, Фирма (16, 17, 18, 19, 33-35)
Вендекс (17, 18)
Вендинг Ру (15, 18)
Вендинг-Центр (15)
Вендорус (Обл. II, 15, 18, 42, 45)
Гамболс (Обл. Ш, 46)
Джусмастер (Обл. IV, 15)
Италко (15)
Италтоби (15)
Кристал Пак (39-40)
Мессе Дюссельдорф
Москва (11)
Мистерия Вендинг
Машинз (15, 17-19)
НААТ (1, 3-10, 12)
Национальная
Вендинговая корпорация (Vend Land) (Обл. I, 19)
Оболонь, завод (40)
Панорама, издательский фм (46)
Проксима (13)
Профессиональные торговые автоматы (19)
Росинка (40)
Российский совет торговых центров (11)
Рус-Вендинг (16)
Рустов-Импекс (16)
Сантос (19)
Сибо-вендинг (19)
Славутич, завод (40)
Томак (39)
Экспо-Парк
Выставочные проекты (11)
Экспоцентр, ЗАО (11)
Экспресспродсервис (ЭПС), группа компаний (16, 18)
Формтрейд (20, 32)

Adimac (16)
AG FOODS (16)
AlmaFood (Обл. I, 15)
AlmaPack (15)
AMFood (Обл. I)
Azkoyen (Обл. I, 15, 18)
BDV (Германская вендинг-ассоциация) (21, 23, 30-32)
Beaver (Обл. III)
Bianchi (Обл. I)
CashCode (Обл. I)
Coca-Cola (40-42)
CoinCo (Обл. I, 16, 42)
Confida (36)
Dallmayr (23)
Eurogran (Обл. I)
Euro Handelsinstitut
GbmH (Обл. II)
Euroshop (Обл. II)
EVA (42, 43)
EVMMMA (42)
Fas Int. (Обл. I, 15)
Ferrero (23)
GPE (Обл. I)
ICS Int. (Обл. I, 16, 33-35)
ICT (Обл. I, 16)
ITE LLC Moscow (41)
JCM (16)
K.Com (Korea Coin
Mechatronics Co, Ltd.)
(Обл. IV)
Kraft Foods (23, 39)
Kraft Foods Ukraine (39)
Luigi Lavazza (16)
MARS (16)
Masterfoods (23)
NAMA (42)
Necta (Обл. I, 16, 17, 18, 19)
Nestle (20, 23)
NRI (Обл. I, 16)
PALOMBINI (15)
PepsiCo (40)
POPAL-Россия (11)
Rheavendors (20)
Ristora (16)
RPC (Обл. I, 16)
SAECO (16)
Saletech (39-40)
Samsung (16)
Sara Lee (23)
Unilever (16)
Vendin (15)
Venditalia Servizi S.n.l.
(37)
Vendo (20)
Veriplast Int (16)

Gumballs.ru®



предлагает

**классические механические торговые автоматы
производства компании Beaver (Канада)**



Наши координаты:

Телефон/факс:

E-mail:

Веб-сайт:

Адрес:

(095) 101 3805

info@gumballs.ru

www.gumballs.ru

127238, Москва,

Ильменский пр., 5, офис 201

Монетоприемник KCM-M2500

Монетоприемник KCM-M2500

производства компании
KOREA COIN MECHATRONICS CO., LTD
представляет собой современную
интеллектуальную систему, которая
способна принимать до восьми
номиналов монет и выдавать сдачу
монетами четырех номиналов.
Монетоприемник работает с любыми
торговыми автоматами,
поддерживающими подключение
платежных систем по протоколу MDB.

Базовая настройка (Россия):

Сортировка	Монета	Емкость
трубка А	5 руб.	68 шт.
трубка В	5 руб.	68 шт.
трубка С	1 руб.	90 шт.
трубка D	2 руб.	73 шт.
монетный ящик	10 руб.	на сдачу не выдается

285,00
USD

Монетные диспенсеры KCM-CD2000.

Для увеличения запаса монет
на сдачу, к монетоприемнику
могут подключаться от одного
до четырех диспенсеров.

Емкость диспенсеров:

Монета	Емкость
5 руб.	156 шт.
2 руб.	156 шт.
1 руб.	198 шт.

61,00
USD



Эксклюзивный дистрибутор
K.COM в России и странах СНГ

(095) 775-84-32, 782-18-78, 775-19-23

www.kcom.ru

